

골목상권·독과점 들먹인 무차별 규제에 애꿎은 간편금융 불똥

〈면에서 계속〉 정치권에선 빅테크 기업이 기존에 운영 중인 서비스 이용자를 새로운 서비스로 유입할 수 있기 때문에 타 분야 진출에 상당히 유리한 조건을 갖췄다고 판단하고 있다. 때문에 제재가 필요하다는 견해가 적지 않다. 비난의 화살은 카카오에 더 집중되는 모습이다. 이용자가 무려 4500만명에 달하는 메신저 서비스 ‘카카오톡’이 지닌 영향력을 앞세워 문어발식 확장을 거듭하고 있다는 이유에서다. 올 6월 말 기준 카카오의 연결회사는 115개에 달한다. 해외법인까지 포함하면 158개다. 2016년부터 인수한 기업만 47개에 이른다.

국내 빅테크 기업은 플랫폼 사업 특성상 핵심사업 관계 기업의 수가 많을 뿐이라는 입장이다. 특히 경쟁상대가 해외 빅테크 기업이라는 점과 코로나19 백신 예약 및 지도, 상생지원금 신청 및 사용자 등 국민에게 유용한 정보 제공에도 기여하고 있다는 입장을 피력하고 있다.

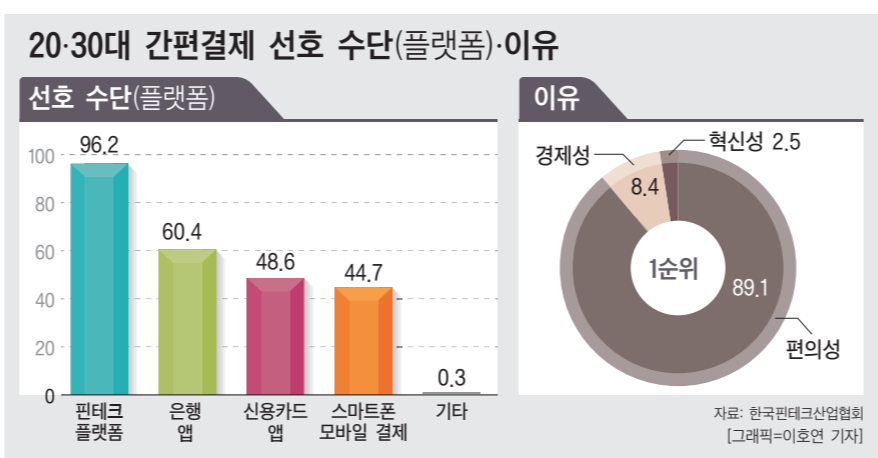
지난달 21일 국회 과학기술정보방송통신위원회 종합감사에 증인으로 출석한 이해진 네이버 글로벌투자책임자(GIO)는 “사용자는 국경에 관계없이 브랜드를 선택하기 때문에 해외 업체와 경쟁이 벌어지고 있다”며 “국내 카카오·네이버가 독점한다기보다 유튜브, 인스타그램, 넷플릭스, 틱톡 등 해외업체가 시장을 잠식하고 있고 우리가 시장을 뺏기는 상황이다”고 말했다.

한국 플랫폼 규제의 강도에 대해 그는 “해외 업체와의 경쟁이 저해돼 시장을 잃게 될까봐 큰 두려움이 있다”면서 “시가 총액은 커졌지만 이동통신사보다 못한 수익을 내는 상황에서 연구개발(R&D), 스타트업 인수, 새로운 투자도 해야 하는 어려움이 있다”고 강조했다. 그러면서 “우리나라가 코로나 외기를 성공적으로 이겨낸 것은 네이버와 카카오 등 자국의 빅테크 기업을 가지고 있었기 때문이다”며 “자칫 미국 기업에 대한 규제가 국내 기업 규제로 바뀌어 역차별이 생길까봐 걱정이다”고 우려를 표했다.

정치권 빅테크 때리기 유탄 맞은 핀테크 업계… 금융선진화·소비자편익 약영향 우려

세계 최초로 ‘구급 갑질방지법’을 통과시킨 정치권이 국감 소환, 관련 규제법안 마련 등 다양한 방식으로 국내 빅테크 기업에 대해서도 압박의 수위를 높이자 중소형 핀테크 전문 기업들도 덩달아 울상을 짓고 있다. 지금까지 등장한 규제가 빅테크·핀테크를 구분하지 않고 있어서다. 금융상품의 정보 제공, 비교·추천 서비스를 ‘광고’가 아닌 ‘중개’로 간주하는 금융소비자보호법(이하 금소법)이 대표적이다.

금융당국은 보험·카드·펀드 등 금융상품을 비교 또는 추천하는 서비스나 소비자의 상담 의뢰로 제휴 보험설계사를 연결하는 서비스의 경우 “잠재고객 모집, 가입



주목도 높은 플랫폼 때리기에 정치권 혈안 빅테크·핀테크 구분 모호한 각종 규제 홍수 중·소형 핀테크 “규제 최종 피해는 소비자”

유도 등 중개 행위로 볼 수 있다”고 판단했다. 투자 상품의 정보를 제공한 뒤 플랫폼 안에서 계약을 진행할 경우 “계약 주체를 플랫폼(빅테크·핀테크)으로 오인할 수 있다”고 밝혔다.

올 9월 금융당국이 이 같은 규제 방침을 통보하자 빅테크·핀테크 기업은 일제히 해당 서비스를 중단 또는 변경했다. 일부 서비스는 이달까지도 재개하지 못하고 있다. 대출 비교 등 중개업자 면허를 얻으면 서비스 영위가 가능한 경우도 있으나 보험 비교 등은 현행법상 불가능하기 때문이다. 금융당국이 “금융소비자의 권의 보호와 빅테크와 핀테크 간 경쟁 및 혁신 촉진

을 함께 잡겠다”는 의지와 달리 법적 보완 없이 양쪽 모두의 발목을 잡는다는 비판이 나오는 배경이다.

중·소형 핀테크 기업들은 빅테크와 기업 규모에서부터 차이가 크며 사업 방향이 다르기 때문에 규제법안 마련 단계부터 엄격하게 분리할 필요가 있다는 입장이다. 국내 한 핀테크 기업 관계자는 “금융소외현상이 생기는 주된 이유는 흠어진 정보를 일일이 모아서 비교·검증하려는 의 사결정을 하기까지 많은 시간과 노력이 필요하기 때문이다”며 “소비자의 어려움을 해결해주기 위해 금융상품 정보를 제공하고 비교하는 서비스를 금융 외 사업까지

전개하는 빅테크 플랫폼과 같은 기준으로 규제하는 것은 좀 아니지 않나”라고 호소했다.

실제로 핀테크 기업의 플랫폼은 일반적으로 한두 개 업권이나 서비스에 특화돼 있다. 파운트(FOUNT), 에임(AIM), 블리오 등은 로보어드바이저로서 개인의 투자 포트폴리오를 알고리즘을 통해 자동으로 구성·관리해준다. 데라펀딩, 렌딧(LENDIT), 8퍼센트 등은 P2P대출로 자금 및 투자가 필요한 사람을 연결해준다. 뱅크샐러드, 보맵, 시그널플래너 등은 보험카드·증권대출 등 하나 또는 여러 업권의 금융상품 정보를 비교·추천한다.

이러한 핀테크 기업의 서비스들은 금융에 대한 일반 소비자의 접근성과 이해도를 높이는 효과를 내는 것으로 나타났다. 현금이나 카드가 없어도 결제할 수 있는 ‘간편결제’가 대표적이다. 한국핀테크산업협회에 따르면 20·30대 2000명을 대상으로 7월 진행한 설문조사 결과, 간편결제(송금) 서비스를 위해 주로 사용하는 수단에 대한 질문(복수응답)에 응답자의 96.2%가 핀테크 플랫폼이라고 답했다. 은행 앱(60.4%), 신용카드 앱(48.6%), 삼성·LG페이 등 스마트폰 결제서비스(44.7%)가 뒤를 이었다.

간편결제(송금) 서비스에 대한 만족도는 10점 만점에 8.71점이었는데 매우만족(10점)을 선택한 비중이 34.5%로 가장 높았다. 간편결제(송금) 등 핀테크 서비스를 사

용하는 이유에 대해서는 간단하고 편리한 절차 등 편의성을 1위로 선택한 응답자가 89.1%로 대부분을 차지했다. 저렴한 이용료 및 수수료(8.4%), 기존에 없던 새롭고 혁신적인 서비스(2.5%) 등이 뒤를 이었다.

핀테크를 포함한 빅테크 규제 방향에 대해 선진국들은 우리나라와 다른 접근을 보이고 있다. 올 8월 세계 중앙은행 협의체인 국제결제은행(BIS)은 지금의 면허를 내주고 규제 관할권 아래에 두는 방식과 더불어 플랫폼별 맞춤형 규제를 조언한 바 있다.

신현승 BIS 조사국장 등은 “금융 서비스를 규제하기 위한 지금의 틀은 서비스 공급자가 해당 사업에 대한 면허를 보유해야 하는 행위 기반 규제를 따른다”며 “유럽연합(EU), 중국, 미국 등은 특정 실제 기반 규제를 개발해 새로운 정책을 다룰 여지를 두고 있다”고 설명했다.

국회 입법조사처 역시 지난해 비슷한 취지의 보고서를 발표한 바 있다. 조영은 금융공정거래팀 입법조사관은 “핀테크·빅테크 기업은 중소기업에 자금을 지원하는 등 대안금융의 역할을 수행해 금융산업의 외연을 넓히고 있으며 기존 금융기관과 협력 또는 경쟁함으로써 금융 혁신의 촉매 역할을 한다”면서 “다만 빅테크 기업이 주력 사업에서 획득한 데이터와 브랜드 인지도를 이용해 시장지배력을 획득하는 부작용은 미연에 방지할 필요가 있다”고 말했다.

김학형 기자

11번가 “위드 코로나로 패션·레저 거래액 2배 증가”

등산·아웃도어·스포츠·브랜드 패션 등 매출 동시 증가 국내숙박·항공권 등 수요 증가… 해외 여행 상품도 호재

‘위드 코로나(단계적 일상회복)’ 영향으로 야외활동과 여행이 늘어나는 추세다. 야외활동과 여행이 늘어나며 관련 상품의 수요도 함께 증가하고 있다.

11번가는 최근 매출을 분석한 결과 패션/레저 등 외출 관련 카테고리 거래액이 평균 2배 증가했다고 17일 밝혔다.

‘위드 코로나’ 시작부터 최근 3주간(10월 25일~11월 14일) 11번가 내 ‘등산/아웃

도어’ 카테고리 거래액은 전월 동기 대비 대비 140% 올랐다. ‘스포츠패션’ 카테고리 거래액은 80% 늘었다. 가을 단풍 시즌과도 맞물리며 등산, 캠핑 등 야외활동을 즐기는 이들이 많아진 영향으로 분석된다.

외출이 늘어나면서 자연스럽게 뷰티/패션 카테고리도 호조다. ‘메이크업’ 카테고리 거래액은 전월 대비 43% 올랐고 코트·아우터 등 겨울의류에 대한 수요 증가로

‘브랜드패션’ 카테고리 거래액 또한 80% 증가했다.

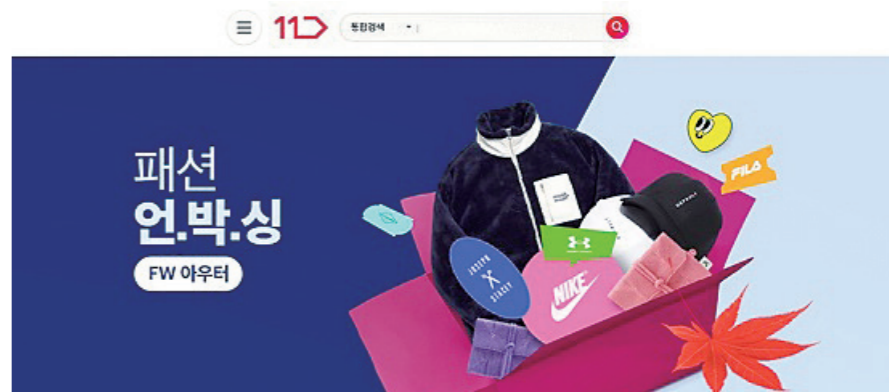
같은 기간 ‘국내숙박’ 카테고리 거래액은 전월 대비 88%, ‘국내항공권’은 43% 증가한 가운데 해외여행에 대한 기대감 또한 살아났다. ‘해외항공권’은 111% 증가했고 ‘해외여행상품’의 경우 무려 589%나 급증했다.

11번가는 “‘위드 코로나’ 시작과 함께 되살아난 쇼핑 심리에 11월 ‘실질적 페스티벌’이 불을 지핀 것으로 보인다”며 “다가오는 블랙프라이데이와 크리스마스, 연말 시즌까지 쇼핑의 열기는 계속될 것으로

예상된다”고 밝혔다.

11번가는 본격적인 겨울 시즌 행사를 시작해 이달 말까지 이어갈 계획이다. 겨울 신상 기모맨투맨, 니트, 슬랙스 등 겨울 패션 아이템 1500여종을 한데 모아 최대 30% 할인하는 ‘요즘 뜨는 트렌디 스타일’ 기획전, 겨울 아우터와 스포츠 의류 100여종을 마련해 최대 30% 할인하는 ‘F/W 패션 연박상’ 행사 등을 21일까지 진행한다.

이에 더해 22일부터 28일까지 ‘스포츠패션 블랙위크’를 열고 주요 스포츠 브랜드 및 인기 디자이너 브랜드 패션잡화를 모아 최대 25% 할인 판매한다.



‘위드 코로나(단계적 일상회복)’ 영향으로 야외활동과 여행이 늘어나는 추세다. 야외활동과 여행이 늘어나며 관련 상품의 수요도 함께 증가하고 있다. 사진은 11번가 패션연박상.

이달 말 스키장 개장에 앞서 비발디파크와 함께 19일부터 25일까지 ‘21/22시즌 동계 얼리버드 상품’ 단독판매도 진행한다. ‘리프트(단일권)’은 정가 대비 58% 저렴한 2만6900원, ‘리프트+렌탈(단일권)’은 61%

저렴한 3만5900원이다. 11번가는 다음주 이어질 블랙프라이데이 행사와 12월 크리스마스, 연말 시즌까지 연말 행사 진행해 쇼핑의 열기를 계속해서 이어갈 계획이다.

양준규 기자

초록우산 어린이재단

똑똑, 나기도 될까요?

어린이들이 맘껏 뛰어놀 수 있는 세상인가요?
 상처받지 않고 행복하게 살 수 있나요?
 깨끗한 집에서 건강하게 지낼 수 있나요?

어린이들을 위한 다양한 환경개선 사업을 통해
 어린이가 더 살기 좋은 세상을 만들어가겠습니다

아동을 먼저 생각합니다
 대한민국 주거정책이 어린이들을 먼저 생각할 수 있도록, 아동 주거권 증진을 위한 '집다운 집으로' 캠페인의 제도 개선 촉구 서명에 참여해주세요

아이들이 행복한 세상, 함께 해주세요
 1588-1940
 자세한 사항은 홈페이지를 참고
 www.childfund.or.kr