



# 모바일 금융의 국내외 동향

## - 케냐의 M-PESA를 중심으로 -

강신원 순천대학교 교수



### 1. 머리말

모바일금융(Mobile Financial Service)이란? 상품 및 서비스의 구매, 대금의 지불, 송금, 대출, 보험, 주식, 자산관리 등 기존에 신용카드, 은행, 보험, 증권 등이 담당하였던 금융서비스가 모바일 폰을 통하여 이루어지는 것이다.

현재 전 세계적으로 모바일금융서비스에 대한 관심과 논의가 활발하게 전개되고 있다. 이러한 배경에는 금융에서 IT 혁신이 일어나고 있기 때문이다. 즉, 기존금융서비스의 이용 및 소비패턴이 모바일에서 이루어지는 모바일금융으로 급속히 전이되고 있기 때문이다.

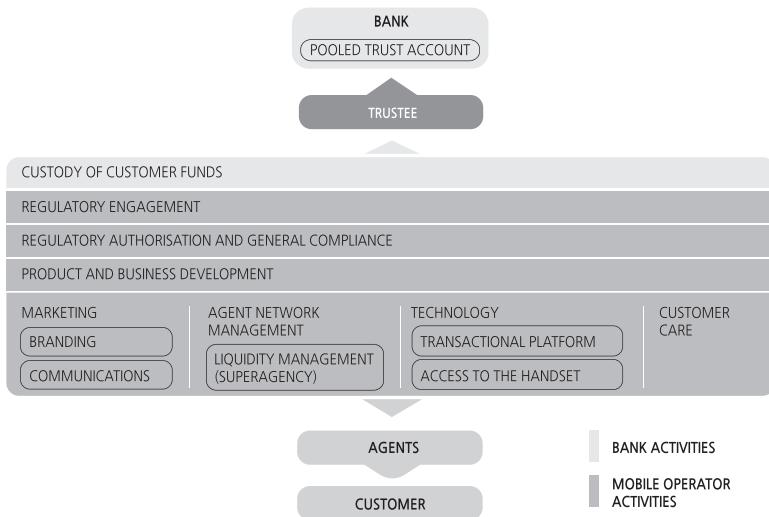
이러한 금융의 패러다임 변화는 소비자가 편리하고 저렴하게 금융서비스의 이용이 가능해짐에 따라 기존의 금융 산업의 주도권이 모바일로 급속도로 이동하는 것이다.

과거의 사례를 살펴보면 이러한 금융에서의 패러

다임 변화는 금융회사의 선택이 아니라 생존이 걸린 문제로 많은 학자는 말하고 있다. 핸드폰의 등장으로 카메라, 필름, MP3, 캠코더 등 수 많은 산업이 시장에서 경쟁력을 잃었고 모바일로 흡수되었다. 또한, 쏘니, 노키아, 에릭슨, 블랙베리 등 많은 세계적인 IT 기업이 아이폰 패러다임에 적응 못해 시장에서 도태되었다.

금융에서 일어나고 있는 IT 혁명도 같은 맥락에서 이해되고 있다. 세계적으로 확산되고 있는 모바일금융으로의 급속한 패러다임은 변화에 기존 금융회사들이 적응한다면 경쟁력을 확보하지만, 그렇지 못하면 시장에서 도태될 것으로 전망되고 있다.

현재 많은 전문가는 우리나라 IT·통신 및 금융 분야의 국제경쟁력은 높게 평가하지 않고 있는 경향이 존재한다. 몇몇 학자들은 아프리카 국가들보다 경쟁력이 떨어진다고 혹평도 하고 있다. 아프리카의 경우 우리보다 통신 및 금융이 발전하지 못한 것으로 알려져 있으나, 모바일금융서비스에서는 경쟁



※ 출처: GSMA, 2015. 1.

[그림 1] 케냐의 모바일금융 비즈니스 모델

력을 확보하고 있어 성공사례로 알려져 있다. 또한, 통신과 금융이 연합하는 상생의 비즈니스 모델과 생태계가 출현하는 등 초보단계인 우리와 비교하여 많이 앞서 있는 것으로 평가되고 있다.

본고에서는 모바일금융서비스의 국내외동향 중 모바일금융서비스의 성공사례로 알려진 케냐의 M-PESA 서비스를 중심으로 분석해 보고 시사점을 도출하였다.

## 2. 케냐의 M-PESA 서비스

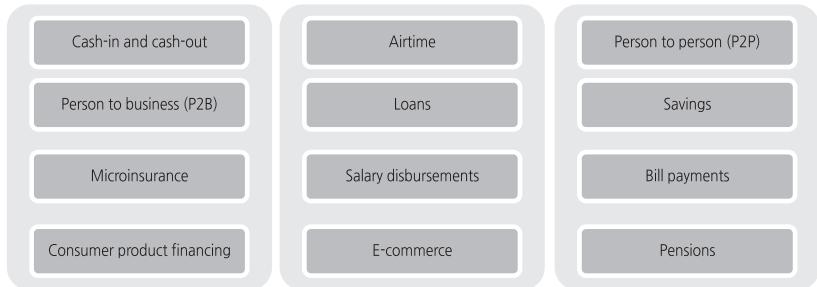
케냐에서는 이동통신사가 모바일금융서비스에 먼저 진출하였다. 영국 보다폰 자회사 사파리콤은 2007년부터 모바일 뱅킹 앱 ‘M-PESA’를 서비스해 왔다. 2007년 시작된 M-PESA는 2015년 현재 성인의 68%가 정기적으로 이용하고 있으며, GDP의 약 50%가 M-PESA를 통해 거래되고 있다. 이러한 케냐의 모바일금융 성공에는 중앙은행의 역할이 컸는데, 모바일금융에 대한 규제 완화 등을 통해 모바일

금융으로의 금융시장 발전을 적극적으로 도모한 것으로 알려져 있다.

한편 현재 케냐의 은행도 이동통신 사업권을 취득하고 모바일금융에 진출하고 있다. 케냐 최대 은행 에퀴티뱅크는 최근 이동통신 사업권을 취득하고 모바일 뱅킹용 심카드를 자사 고객들에게 배포하고 있다. 은행 지점을 방문하지 않고 계좌에 접속할 수 있도록 한 것으로, 기존 심카드 위에 올려서 쓸 수 있도록 초박형으로 제조하였다.

케냐에서 성공한 모바일금융서비스는 M-PESA로 불린다. M-PESA(M은 모바일, PESA는 스와힐리어로 머니)은 보다폰(Vodafone)이 사파리콤(Safaricom)을 통하여 2007년에 출시한 휴대전화 기반의 송금 및 소액금융(microfinancing) 서비스이다.

M-PESA는 무점포 금융서비스이며, 고객은 은행 대리점 역할을 하는 소매점, 대리점 등에서 서비스를 받을 수 있다. M-PESA 서비스는 예금과 인출, 송금, 지불, 구매, 서비스 간 돈의 이체 등이 있으며,



※ 출처: EIB, 2014, Annex 1- 3.

[그림 2] 케냐의 모바일금융서비스 생태계

현재는 기존 은행과 제휴하여 금융서비스 확대 제공(M-PESA는 예금/저금, 대출, 보험 등의 금융 플랫폼의 역할을 담당)하고 있다.

M-PESA의 빠른 확산과 이용에는 기준은행과 비교하여 낮은 서비스 비용이 주요한 것으로 알려져 있다. 거래비용을 살펴보면, 비고객의 경우 거래액이 0.66%가 수수료이고, 고객의 경우 거래액의 0.22%가 수수료이다.

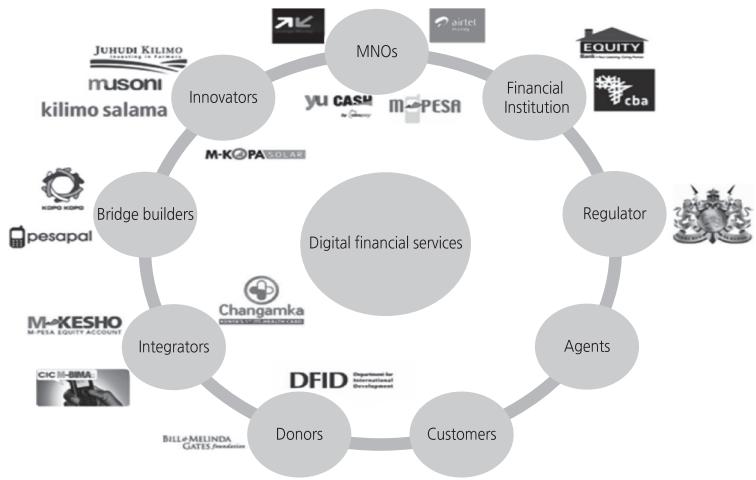
기타 아프리카 국가들도 모바일금융이 빠르게 확산되고 있다. 케냐, 가봉, 수단 등 중부 아프리카 국가들을 중심으로 활발하게 일어나고 있으며, 탄자니아, 남아공 등 사하라 이남 아프리카(SSA) 국가들에서도 빠른 속도로 증가되고 있다. 현재 영국계 이동통신사인 보다폰(Vodafone)은 탄자니아, 남아공, 콩고, 이집트, 레소토 등에 M-PESA 서비스를 제공하고 있다.

한편 기존에는 모바일금융서비스가 통신사업자가 주가 되어서 이루어지고 있었는데, 최근 금융권과 통신 업계 합종연횡이 아프리카 전역에서 이뤄지고 있다. 짐바브웨 최대 이동통신사 이코넷와이어리스는 ‘이코캐시’라는 모바일 뱅킹 서비스를 하고 있으며, 2012년 사업 확대를 위해 스테워드은행을 인수합병(M&A)하면서 금융과 IT를 접목하였다. 탄자니아에서는 티고모바일이 17개 은행과 연합해

‘티고페사’ 시스템을 출시하여 모바일금융서비스를 하고 있다.

### 3. M-PESA의 성공 요인

사파리콤의 M-PESA 성공 요인으로는 다음과 같다. 첫째, 에이전트 네트워크에 대한 투자와 개발이다. 30,000개가 넘는 에이전트(슈퍼마켓, 은행, 주유소, 약국)를 M-PESA가 유치함으로써 모바일금융서비스를 확산하였다. 둘째, 지속적인 고객교육이다. 교육은 M-PESA 서비스 및 사용 교육, 금융사기에 대한 교육 등이다. 셋째, 고객중심 서비스이다. 지속적인 소비자 편리 서비스 연구, 소비자 콜센터 등이다. 넷째, 규제 당국과 협업이다. 다섯째, M-PESA의 안정적인 시스템과 구조이다. 서비스를 잘하려면, 모바일금융 시스템이 안정되고, 추가기능 확장성이 있어야 되며, 고객의 돈을 안전하게 보유해야 한다. 여섯째, 기업, 중소기업, SOHO의 은행들과의 파트너십을 형성이다. 일곱째, 지속적인 서비스 혁신이다. 여덟째, 마케팅 및 커뮤니케이션 전략이다. M-PESA 서비스가 최고 브랜드로 인식될 수 있도록 지속적인 광고가 중요하다. 아홉째, 단순한 가격책정이다. P-PESA 요금은 단순하게 구성하며, 기존 은행보다 서비스 이용비용이 낮다. 마지막



※ 출처: EIB, 2014, 11.

[그림 3] 케냐의 모바일금융서비스 이해관계자

으로 믿을 수 있는 강력한 브랜드 형성이다.

다음으로 케냐의 모바일금융 성공 이유 및 시사점은 다음과 같이 분석되고 있다. 먼저, 규제정책이다. 케냐 중앙은행은 금융포용정책(financial inclusion policies)의 일환으로 금융시장에 비은행 사업자의 진입을 허용하고 있다. 이러한 사례는 다른 국가들이 금융포용정책을 활성화하기 위하여 취하여 할 정책 방향을 시사하고 있다. 둘째, 낮은 서비스 비용이다. 케냐에서는 기존 금융서비스의 수수료가 높으나 모바일금융은 낮았기 때문이다. 셋째, 서비스제공 사업자의 높은 시장지배력이다. 사파리콤(Safaricom)은 이동통신시장의 지배적 사업자이기 때문에 기술투자를 많이 할 수 있으며, 네트워크 보안이 용이하였고, 이러한 이유로 모바일금융 즉 송금산업에서 쉽게 지배적사업자로 되었기 때문이다.

#### 4. 맷음말

현재 IT 혁신이 금융 분야에서 진행 중에 있다.

많은 전문가는 금융기관들이 이러한 패러다임 변화에 적응하고 경쟁력을 키우지 못하면 시장에서도 태될 수 있다고 경고하고 있다. 해외 금융기관들은 이미 이러한 금융 패러다임에서 살아남기 위하여 많은 노력을 하고 있으나, 우리나라의 경우 핀테크로 알려진 IT 금융혁신인 모바일금융에 대하여 논의를 시작하였으나 이해관계자 각자의 입장에서 해법을 찾고 있는 실정이다. 또한, 모바일금융서비스 산업이 활성화되고 소비자에게 편익이 확대될 수 있는 측면에서 많은 아이디어를 모으고 지속적으로 논의하여 이해당사자 간 협의를 하여 향후 발생할 수 있는 사회적 비용을 줄이는 노력이 부족한 것도 사실이다.

많은 학자는 한국 모바일금융서비스의 문제점으로는 다음과 같이 지적하고 있다. 첫째, 한국 정부의 과도한 금융규제이다. 따라서 경쟁력 있는 사업자들이 모바일금융서비스에 진출하고 있지 못하고 있다. 둘째, 모바일금융 관련 이해관계자들이 속해 있는 분야에 따라 같은 현상에 대하여 다른 해법을 제시하고 있다. 셋째, IT 금융의 패러다임변화 소비

자에 대한 이해부족이다. 넷째, 모바일금융 이슈를 국내에 한정하고 문제를 해결하려는 시도를 보이고 있다. 마지막으로 모든 이해관계자가 상호 보완/상생 플랫폼 전개에 대한 고민이 부족 등이다.

향후 모바일금융서비스에 대하여 전망을 살펴보면, 모바일금융의 국내외 경쟁 확대될 것으로 전망되고 있다. 시간이 지날수록 승자독식 체제로의 전환되고, 금융은 모바일금융으로 대체되며, 신용카드는 모바일금융으로 대체될 것으로 전망되고 있다.

현재 한국의 모바일금융은 태동 단계라 경쟁력이 약하며, 향후 시장 개방 시 외국사업자에 의한 국내 시장 잠식이 예상된다. 그러나 한국의 IT 및 금융 인프라가 경쟁력이 있어 경쟁력 있는 사업자가 모바일금융에 진출할 수 있도록 규제가 완화되고, 모든 이해관계자가 상호보완적인 모바일금융 플랫폼을 만든다면 빠른 시간 내에 세계적인 경쟁력을 확보 할 수 있을 것으로 분석된다.

모바일금융 패러다임 변화 입각한 경쟁력 있는 모바일금융서비스 플랫폼을 만들기 위하여서는 다음과 같은 노력이 요구된다. 먼저 소비자 편익이 가장 확대되는 모바일금융서비스가 요구된다. 즉, 편리하고, 단순하며, 안정성 있고, 신뢰가 가며, 저렴하고, 실시간 서비스가 가능하며, 접근성이 뛰어난 모바일금융서비스는 소비자에게 가장 높은 편익을 가져다줄 것이다. 둘째, 금융·IT/통신, 이해관계자 간 수익이 가장 확대되는 모바일금융 플랫폼이다. 금융회사와 IT/통신기업 상호 간 보완적으로 발전 할 수 있는 우호적 플랫폼이다. 마지막으로 규제기관은 소비자와 사업자의 편의 확대를 위하여 노력해야 한다. 규제기관은 금융에서의 IT 혁신의 패러다임 이해하고, 소비자편익확대 및 사업자의 금융 경쟁력을 확대하기 위한 차원의 법/제도 정비 등이 요구된다. 

### [참고문헌]

- [1] Akin Oyebode, M-Pesa and beyond – Why mobile money worked in Kenya and struggles in other markets, VC4A, 2014.1.15.
- [2] EIB(European Investment Bank), Digital Financial Services in Africa: Beyond the Kenyan Success Story, 2014.12.
- [3] GSMA, What Makes a Successful Mobile Money Implementation? Learnings from M-PESA in Kenya and Tanzania, 2012, <http://www.gsma.com/>
- [4] GSMA, 2014 State of the Industry Mobile Financial Services for the Unbanked, 2014.
- [5] GSMA, Enabling Mobile Money Policies in Kenya – Fostering a Digital Financial Revolution, 2015.1.
- [6] Ignacio Mas, et. al., Three keys to M-PESA's success: Branding, channel management and pricing, 2010, <http://www.gsma.com/>
- [7] Kathryn Imboden, Digital Financial Inclusion: CGAP Initiatives on Demand, Supply, and Enabling Environment, ITU Workshop on "Digital Financial Services and Financial Inclusion", 2014.12.
- [8] Leon Perlman, Current & Future Trends in the Legal & Regulatory Aspect of DFS, ITU Workshop on "Digital Financial Services and Financial Inclusion", 2014.12.
- [9] Mercy W. Buku and Michael W. Meredith, Safaricom AND M-PESA IN KENYA: FINANCIAL INCLUSION AND FINANCIAL INTEGRITY, WASHINGTON JOURNAL OF LAW, TECHNOLOGY & ARTS VOL 8(3), 2013.
- [10] Michael Joseph, How Mobile Money is accelerating innovation in the developing world–A case study of M-PESA, Safaricom, 2014.
- [11] Muli Wycliffe Maingi, et.al., Financial Innovation as a Competitive Strategy: The Kenyan Financial Sector, Journal of Modern Accounting and Auditing Vol. 9, No. 7, 2013, 997-1004.
- [12] Mukesh Sadana, et. al., Riding the M-PESA Rails: Advantages & Disadvantages, Offices across Asia, Africa and Latin America, 2011.
- [13] Omar Mohammed, Kenya's Safaricom might have to spin off M-Pesa, the world's largest mobile money business, Quartz Africa Weekly Brief, 2015.7.6.
- [14] Shinwon Kang, International Status of Mobile Financial Services and It's Role of the Mobile Financial Service Forum, The 1st Mobile Financial Service Forum, 2015.6.