

국내 모바일 간편결제서비스 시장 현황과 시사점

요약

전 세계적으로 모바일을 이용한 간편결제서비스를 통해 지갑 없는 시대가 가속화되고 있다. 이러한 간편결제서비스 시장 변화에 대응하여 본고에서는 간편결제서비스업의 성장배경 및 시장동향을 살펴보고 더 나아가 국내 간편결제서비스업 발전을 위한 시사점을 제시하였다. 시사점으로는 첫째, 국내 간편결제서비스 이용률을 살펴보면 연령층이 높을수록 그리고 소득층이 낮을수록 서비스 이용률이 낮은 것으로 나타났다. 모바일 결제시장 서비스 수요 확산에 대비하여 연령 및 소득 간 이용격차 심화 등의 부작용을 최소화할 수 있는 지원 강화가 요구된다. 둘째, 간편결제서비스의 범위는 전통 금융사와 사업영역 및 내용에서는 비슷하나 관련 법률 미비로 간편결제서비스 이용 과정에서 발생한 피해사고가 보호받지 못하는 경우들이 있다. 간편결제서비스 관련 사고책임의 사각지대가 발생하지 않도록 관계부처의 제도적 보완이 필요하다. 마지막으로, 세계 주요 선진국에서는 핀테크 산업의 혁신을 장려하기 위해 기존 규제들을 대폭 완화해주는 방식 등을 통해 적극적인 지원에 나서고 있다. 이에 맞춰 우리나라도 규제는 하되 간편결제서비스 시장의 투자 활성화를 위한 유연한 규제 완화와 지원 강화가 필요하다.

1. 서론

다양한 기술과 플랫폼을 기반으로 한 새로운 형태의 핀테크산업이 급속도로 부상하고 있다. 그 중에서 스마트폰 확산, 바이오 인증 확대, 관련 업체들의 적극적인 시장 참여로 인해 다양한 형태의 모바일 간편결제서비스가 생활 전반에 적용되고 금융서비스는 이제 ‘페이전국시대’를 형성하고 있다. 국내 모바일 간편결제서비스 이용액은 2016년 11조 8,000억원에서 2017년 39조 9,000억원으로 크게 성장했다. 하루 평균 결제 건수도 2016년 85만 9,000건에서 2017년에는 약 2.5배 증가한 212만 4,000건을 기록하였으며, 올해 2/4분기에만 363만건이 간편결제로 결제되었다.

간편결제서비스 시장이 급성장하는 주요인으로는 결제의 편의성이 가장 큰 장점으로 꼽힌다. 휴대하고 있는 스마트폰 하나만 있으면 외출 시 지갑을 따로 챙기지 않더라도 계좌이체는 물론 배달음식 주문, 기프트콘 구매, 해외여행 보험 가입

등까지도 가능하다. 단순한 결제와 송금 수단을 넘어 소비자들 일상에 독립적인 플랫폼으로 정착하고 있다.

지난 몇 년간은 다양한 산업군에서의 간편결제 서비스 시장 진출이 목표였다면 이제 서비스 제공 기업들은 자사의 결제시스템을 통해 얻은 고객의 취향, 소비패턴 등의 소비자 빅데이터를 이용해 다양한 비즈니스 모델을 구축하는 움직임 보이고 있다. 각 기업은 결제시스템을 이용해 하나의 비즈니스 통합 플랫폼을 구축하고 궁극적으로 고객들이 각 기업의 서비스를 이탈하지 않고 지속적으로 이용하고 경험할 수 있는 환경을 만드는 데 장기목표를 두고 있다.

현재 정부는 서울시와 함께 소상공인들의 결제 수수료 부담을 낮추기 위한 하나의 방안으로 ‘소상공인 간편결제(가칭 서울페이 혹은 제로페이)’ 사업을 추진하고 있다. 이는 정부의 ‘핀테크 혁신

〈표 1〉 간편결제서비스 이용 현황(하루 평균)

단위: 천건, 백만원, %

	2017			2018		증감률 (B-A)
	2/4	3/4	4/4	1/4(A)	2/4(B)	
이용건수	1,872	2,434	2,661	2,879	3,627	26.0
정보·통신 ²⁾	458	567	639	717	806	12.4
유통·제조 ³⁾	1,413	1,867	2,021	2,162	2,821	30.5
이용금액	56,652	76,189	90,628	100,036	117,420	17.4
정보·통신	14,960	21,631	25,898	28,674	30,998	8.1
유통·제조	41,692	54,558	64,730	71,362	86,422	21.1

자료: 한국은행, 2018년 2/4분기중 전자지급서비스 이용 현황 보도자료(2018.9.20).

주: 1) 카드이용 간편결제에 한함(계좌이체, 휴대폰결제 등은 불포함).

2) 카카오페이, 네이버페이, 케이페이, 페이나우, 시럽페이, 유비페이, 페이코 등과 같은 정보통신기술기반 전자금융업자.

3) 스마일페이, SSG페이, 엘페이, 삼성페이 등과 같은 유통·제조 기반 전자금융업자.

활성화' 의지를 잘 보여주는 예로서 연내 서비스 도입을 목표로 하고 있다. 제로페이도 성공적으로 정착할 경우 소상공인들의 소득증대에 크게 기여할 것으로 기대된다.

국내 모바일 간편결제서비스의 발전 가능성 및 시사점을 논의하기 위해서는 현재 국내외 주요 간편결제서비스에는 무엇이 있으며 어떠한 방향으로 발전해가고 있는지를 구체적으로 파악할 필요가 있다. 나아가 현재 간편결제서비스 제공의 문

제점을 구체적으로 파악하는 것은 앞으로 국내 간편결제서비스가 국내 시장에서 어떻게 경쟁력 있게 살아남을 수 있는지를 객관적으로 진단하는데 도움을 줄 수 있다.

본고에서는 급성장하고 있는 모바일 간편결제 서비스 시장에 주목하여 간편결제서비스의 성장 배경 및 특징을 알아보고 국내외 간편결제서비스 시장동향을 살펴본 후, 국내 간편결제서비스 산업 발전을 위한 시사점을 제시하고자 한다.

2. 모바일 간편결제서비스의 특징과 성장 배경

2008년 글로벌 금융위기 이후 모바일 기술의 발달과 함께 성장한 핀테크(FinTech) 시장은 가계부 및 회계 관리, 결제, 송금, 자산 운용 등의 기본적인 금융 영역을 넘어 다양하고 새로운 금융 서비스 시대를 열었다. 핀테크산업에서 결제서비스는 주요한 분야를 차지하고 있으며, 이러한 기술기반 금융서비스 혁신의 가장 대표적인 예가 바로 모바일 간편결제서비스이다. 미국 시장조사 기관인 얼라이드마켓 리서치는 전 세계 모바일결제 시장이 2016년부터 2022년까지 연평균 33.4%의 성장률을 보이며 2022년까지 거의 3조 4,000억 달러에 달할 것으로 예측했다.¹⁾

전 세계적으로 모바일 간편결제서비스는 비현금화 시대의 도래, 스마트폰의 보급 증가 및 인터넷 이용의 확대 그리고 관련 산업 규제완화 등을 통해 빠르게 성장하고 있다. 최근 들어서는 모바일 결제와 함께 검색, 엔터테인먼트, 쇼핑, 송금, 공과금 납부 등과 같은 다양한 부가서비스가 결합되는 형태로 변화하면서 모바일 간편결제서비스 시장에서의 경쟁이 더욱 치열할 것으로 전망된다. 특히, 중국과 인도의 경우 스마트폰 보급 증대 및 낮은 신용카드 보급에 따라 기존 결제수단의 대안으로 모바일 결제량이 급증하고 있으며 이에 따른 아시아 시장의 성장도 기대가 되고 있다.

우리나라는 2015년 4월 공인인증서 의무 사용의 폐지를 시작으로 미국이나 영국, 중국 등에 비해 후발주자로서 핀테크 시장에 뛰어들었다. 비록 출발은 늦었지만 기존에 활발히 형성되어 있던

1) Allied Market Research(2018.2), 'Mobile Payment Market by Mode of Transaction(SMS, NFC, and WAP), Type of Mobile Payment(Mobile Wallet/Bank Cards and Mobile Money), and Application(Entertainment, Energy & Utilities, Healthcare, Retail, Hospitality & Transportation, and Others) - Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2016-2023'.

모바일결제 시장과 함께 간편한 결제 인증 수단에 대한 국민들의 높은 관심으로 인하여 국내 모바일 간편결제서비스 시장은 ‘페이전국시대’라 불릴 만큼 빠르게 확산되고 있다.

(1) 모바일 간편결제서비스의 개념과 특징

모바일 간편결제서비스란 온·오프라인 환경에서 휴대폰, 태블릿 PC 등의 무선 단말기를 이용해 결제하는 서비스를 말한다. 기존의 현금이나 실물 결제카드를 이용해서 결제하는 방식과는 달리 지급카드의 중요 정보를 모바일기기에 미리 저장해두고 거래 시 비밀번호 입력, 지문 인증, 단말기 접촉 등의 방식으로 웹 브라우저, 디바이스, OS에 구애받지 않고 간편하게 결제를 할 수 있다는 편리성 때문에 이용 편의성이 매우 높다.

모바일 간편결제서비스 유형은 크게 온라인과 오프라인 결제서비스로 이루어진다. 온라인 결제 서비스는 소비자가 온라인을 통해 구매한 상품을 모바일기기를 이용해 온라인으로 결제하는 것으로 휴대전화 소액결제, 네이버페이, 페이팔, 알리페이 등이 있다. 오프라인 결제서비스는 실제 오프라인 매장에서 현금 또는 신용카드를 대신해 모바일기기를 카드 결제 단말기에 사용하는 방식의 결제서비스로서 삼성페이, 애플페이 등이 대표적인 예이다.

이처럼 핀테크 기술의 발달로 나오게 된 모바일 간편결제서비스는 간단한 이용방식과 기존의 다른 결제방식에 비해 저렴한 결제수수료의 이점을 통해 고객의 편의성을 높이고 결제 포기율을

낮추는 효과를 기대할 수 있다. 또한, 온라인에서 뿐만 아니라 오프라인에서도 이와 같은 간편결제 서비스의 이용 범위가 넓어지면서, 각종 부가서비스와의 결합을 통해 간편결제서비스의 범위가 다양해질 것으로 예상된다.

(2) 국내 모바일 간편결제서비스의 성장 배경

1) 결제방식의 변화

1990년대까지만 해도 현금 위주였던 결제시장은 2000년대 이후부터 비현금 지급수단인 신용카드 비중이 지속적으로 증가하면서 현금거래가 감소하기 시작하였다. 한국은행에 따르면 2017년 기준 국내 신용카드와 체크·직불카드 보유율은 각각 80.2%와 66.0%이며 1인당 평균 카드보유 수는 3.6개, 연간 신용카드 이용금액은 627조원에 이르는 등 비현금 지급수단의 이용이 늘고 현금사용이 지속적으로 줄어든 것으로 나타났다.²⁾

최근 들어서는 ‘현금없는 사회’를 넘어서 ‘지갑없는 사회’가 도래하는 분위기로 변화하고 있다. 현금은 물론이고 체크 및 신용카드를 일부러 들고 다니지 않아도 충분히 결제가 가능한 환경으로 변화하고 있기 때문이다. 간편결제 이용률이 높아지면서 이제는 주변 슈퍼마켓, 편의점, 일반 음식점 등과 같은 일반 소매업에서의 소액결제도 간편결제서비스를 이용해 결제하는 모습이 전혀 낯설지 않은 분위기로 변화하고 있음을 주변에서 쉽게 볼 수 있다.

2) 한국은행, 「2017년 지급수단 이용행태 조사결과」, 2018.3.

2) 초고속 무선통신과 높은 스마트폰 보급률
스마트폰의 대중화와 더불어 고객의 인터넷 서비스 이용행태가 모바일 중심으로 전환되면서 스마트폰을 통한 지급서비스 이용이 빠르게 확산되고 있다.

ICT 기술의 발달과 빠른 확산은 신규 금융서비스의 적용을 위한 최적의 환경을 제공한다. 스마트폰의 대중화와 더불어 고객의 인터넷 서비스 이용행태가 모바일 중심으로 전환되면서 스마트폰을 통한 지급서비스 이용이 빠르게 확산되고 있다. 우리나라는 다른 나라에 비해 모바일 간편결제서비스 시장에 후발주자로 뛰어들었음에도 불구하고 높은 스마트폰 보유율, 생체인증이 가능한 고사양 스마트폰의 확산, 빠른 인터넷 환경으로 관련 시장은 빠르게 성장하고 있다. 2017년 우

리나라의 인터넷 평균속도는 28.6Mbps로 13분기 연속 세계 1위를 달성했으며, 광대역 인터넷 보급률도 1위를 기록하였다.³⁾

또한, NFC 또는 MST 결제 방식을 지원하는 스마트폰 보급률이 높아지면서 관련 모바일결제서비스 이용률이 증가하였으며 지문·홍채 인식 등 바이오 인증 기술의 활용 증가로 쉽고 편리한 결제서비스 제공이 가능하게 되었다. 특히, 비대면 거래를 통한 인터넷은행의 출범은 결제시장의 새로운 이슈로 등장하였다.

2017년 한국인터넷진흥원에서 실시한 인터넷 이용실태조사에 따르면 최근 1개월 이내 인터넷을 이용한 비율은 90.3%로 높은 수준을 유지하였

3) 아카마이코리아, 「2017년 1분기 인터넷 현황 보고서」, 2017.

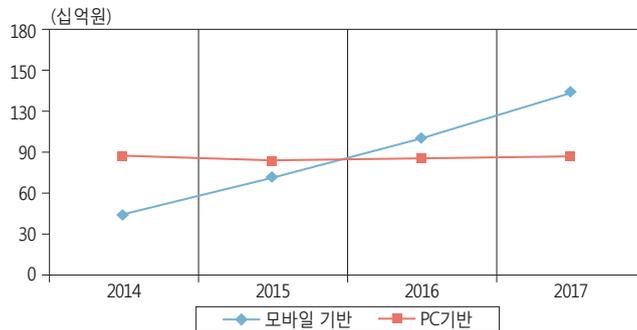
〈표 2〉 가구당 스마트폰 및 컴퓨터 보유율

단위 : %

	2014	2015	2016	2017
인터넷 이용률	83.6	85.1	88.3	90.3
스마트폰 보유율 ¹⁾	84.1	86.4	88.5	94.1
컴퓨터 보유율 ¹⁾	78.2	77.1	75.3	74.7

자료 : 한국인터넷진흥원 인터넷이용실태조사, 각 연도.
주 : 1) 복수응답.

〈그림 1〉 온라인 쇼핑물(모바일 및 PC) 이용 규모(하루 평균)



자료 : 통계청, 「온라인쇼핑동향」, 각 연도.

고, 가구당 스마트폰 보유율은 94.1%로 전년대비 5.6%p 상승하였다.

반면, 가구당 컴퓨터(PC) 보유율은 스마트폰 보급 확대 등의 영향으로 전년보다 0.6%p 하락한 74.7%로 조사되었다. 2017년 중 모바일 기반 온라인쇼핑몰 이용규모는 하루 평균 1,311억원을 기록하여 전년대비 34.9% 증가하였다.

3) 정부의 관련 산업 규제 완화

정부는 2014년 10월 신규 금융서비스 도입을

위해 전자지급결제대행(PG)업자의 신용정보(카드번호, 유효기간 등)를 보관할 수 있도록 허용한 것을 시작으로 2015년 3월에는 전자금융거래 시 공인인증서 사용의무 폐지 등의 규제완화 조치를 시행하였다. 그로 인해 2014년 LG유플러스를 시작으로 Active X 기반의 공인인증서 모듈을 사용하지 않는 간편결제시스템이 금융감독원의 보안성 심의기준을 통과하며 간편성을 확보할 수 있었다. 이러한 규제완화에 힘입어 국내 모바일 간편결제서비스 이용률은 계속해서 확대되고 있다.

3. 국내외 모바일 간편결제서비스 시장 동향 및 확장성

(1) 국내 모바일 간편결제서비스 시장 현황

현재까지 국내에 출시된 모바일 간편결제서비스는 약 39종에 이르지만⁴⁾ 이제 삼성페이, 네이버페이, 카카오페이, 페이코 등 상위권 업체를 중심으로 재편되는 모양새를 보이고 있다. 국내 모바일 간편결제 시장을 주도하고 있는 삼성페이의 경우 가입자가 2015년 8월 출시 이후 2년 반만인 2018년 3월 국내 가입자 수 1,000만명, 누적 결제 금액 18조원을 돌파하였다. 삼성페이의 경우 단말기에 스마트폰을 갖다 대기만 하면 결제가 이루어진다는 높은 편의성을 내세워 온라인 결제로도 빠르게 영역을 확장 중이다. 다음 카카오의 카카오페이와 네이버의 네이버페이는 카카오톡 앱

만 있으면 누구나 사용할 수 있다는 점과 네이버 아이디 하나로 19만여개 온라인 가맹점에서 간편결제는 물론 송금, 포인트 적립과 충전, 배송관리까지 가능하다는 장점 때문에 수요가 급증하고 있다. 신세계나 롯데 등 자체 유통망을 가진 유통사들이나 금융사들의 시장 진출도 계속해서 이루어지고 있으며 NHN엔터테인먼트의 페이코는 온라인 간편결제로 시작해 오프라인 시장으로 결제시장 영역을 확대하고 있다.

(2) 글로벌 주요국 간편결제서비스 시장 동향

글로벌 간편결제 시장은 1998년 미국 페이팔의 서비스 성공 이후 애플페이, 안드로이드페이, 알리페이 등으로 확대되며 빠르게 성장하고 있다. 전 세계적으로 현재 전자상거래에 이용되는 결제

4) 전자신문(2018.04.26), '정부, 모바일결제 활성화 팔걸어 붙인다'.

〈표 3〉 국내 주요 간편결제서비스 제공 업체

	서비스명	제공사	서비스 범위		출시일	부가 서비스	가입자 (명)	누적거래액 (원)
			온라인	오프라인				
제조사	삼성페이 (Samsung pay)	삼성전자	○	○	2015.08	교통카드 포인트적립 은행서비스	1,000만 (2018.03)	18조 (2018.03)
플랫폼사	네이버페이 (N Pay)	네이버	○	×	2015.06	네이버쇼핑 연동	2,600만 (2018.06)	12조 (2018.06)
	카카오페이 (Kakaopay)	다음 카카오	○	○	2014.09	송금 멤버십 알리페이 제휴	2,300만 (2018.08)	12조 3,000억 (2018.11)
PG사	페이코 (PAYCO)	NHN 페이코	○	△	2015.08	송금	800만 (2018.08)	6조 (2018.08)
유통사	11페이 (11PAY)	SK 플래닛	○	×	2015.04		820만 (2018.01)	4조 (2018.06)
	SSG페이 (SSG pay)	신세계 아이앤씨	○	△	2015.07	신세계 계열 오프라인 유통사 연계	600만 (2018.03)	-
	엘페이 (L.pay)	롯데 멤버스	○	△	2015.09	롯데 계열 유통사 연계	150만 (2018.03)	1조 (2018.06)
	배민페이	우아한 형제들	○	×	2017.02	자사 배달앱 연계	-	-
이통사	T페이 (T pay)	SK 텔레콤	○	△	2016.03	T 멤버십 연계	-	-

자료 : 정보통신기술진흥센터 자료 및 각사 보도자료를 참고하여 재구성.

주 : △는 특정 가맹점에서만 가능한 경우를 뜻함.

방법은 약 300여 가지가 넘는 것으로 집계되고 있으며 은행, 카드사, 통신사, 지불관련 회사 등 다양한 분야의 기업들이 시장에 참여하며 경쟁이 심화되고 있다.

미국은 금융 선도국가답게 페이팔을 선두로 애플페이, 아마존페이 등 결제서비스를 선도하는 대부분의 기업을 배출하며 글로벌 모바일 간편결제 시장을 선도하고 있다. 2016년 기준 미국의 모바일 결제서비스 시장 규모는 1,120억 달러(약 126조원)이다. 주요 전자지갑 활용 비율을 보면 페이팔이 76%로 대부분을 차지하고 있으며 아마존, 비자카드, 구글, 애플의 결제서비스가 그 뒤를

이고 있다.⁵⁾ 애플은 2014년 9월 아이폰 6을 발표하면서 함께 애플페이를 선보였으며, 다음 해 영국을 시작으로 현재 한국을 제외한 미국, 중국 등 15개 국가에서 서비스를 제공하고 있다. 페이팔에 비해서는 모바일결제 시장에 후발주자로 진출하였으나 미국 내 애플페이를 지원하는 소매업체의 비율이 2014년 4%에서 2016년 35%, 2018년 말에는 약 60%까지 증가할 것으로 전망되며, 사용자 수는 3배, 거래량은 10배 이상으로 빠르게 성

5) Forrester(2017_02_06), 'Forrester Data: Mobile Payments Forecast, 2016 To 2021(US), Q4 2016 Update'.

장하고 있음을 알 수 있다.⁶⁾

중국의 경우, 알리페이(Alipay), 텐페이(Tenpay, WeChat Payment)가 모바일결제 시장의 대부분을 차지하고 있다. 중국에서는 PC보다 스마트폰의 보급률이 높고, 신용카드 보급률이 10% 안팎인 특수 환경으로 인하여 상품구매 지급 수단 외에도 공과금, 택시요금, 축의금은 물론 용돈 지급도 모바일로 지급할 수 있게 하는 서비스가 활성화되고 있다. 중국 시장조사업체 이관(易觀, 애널리시스)이 발표한 ‘중국 제3자결제 모바일결제 시장 2017년 4분기 보고서’에 따르면 지난해 4분기 말 기준으로 중국 모바일 결제액이 37조 7,274억 500만 위안(약 6,356조원)으로 전 분기 대비 27.91% 증가했으며 지난 한 해 전체 모바일 결제액은 109조 위안(약 1경 8,391조원)에 달한 것으로 집계됐다.⁷⁾

세계 온라인 소매시장에서 중국의 점유율은 2034년 전 세계 지출의 50%를 차지할 것으로 예측되는 등 시장 성장성이 기대되고 있다. 한편 중국에서는 자국 서비스 입지가 견고하고 이용률이 매우 높아 자사 모바일기기에서만 사용 가능한 애플페이나 삼성페이 등의 외국 결제서비스의 점유율은 점점 낮아지고 있다.

인도는 위조지폐를 방지하고 테러단체의 불법 자금줄을 차단하기 위한 목적으로 2년 전 화폐개혁을 시행했다. 이로 인해 현금 사용이 어려움을 겪게 되면서 모바일 결제서비스 시장이 정부의 화폐개혁 운동의 반사이익을 얻게 되었다. 현재 인

도의 간편결제서비스가 글로벌 시장에서 차지하는 비중은 작으나 정부의 디지털 경제로의 변화를 위한 적극적인 지원으로 빠르게 성장 중이며 특히 보스턴컨설팅그룹은 2020년 안에 인도에서 디지털기기를 활용한 결제 규모가 5,000억 달러에 육박할 것으로 전망하였다.⁸⁾ 이러한 높은 성장 기대로 인하여 인도 모바일 결제서비스 스타트업인 페이트먼(Paytm)에 2015년 알리바바가 지분 40%에 해당하는 6억 8,000만 달러를 투자하였으며 작년 5월에는 소프트뱅크가 14억 달러를 투자하는 등 주요 글로벌 간편결제서비스 기업들의 대규모 투자가 이루어지고 있다.

(3) 모바일 간편결제서비스 시장의 변화

전 세계 간편결제서비스 제공 기업들은 간편결제서비스 자체를 통한 수익 증대에만 목적을 가진 것이 아니라 서비스 제공과정에서 수집되는 소비행태 빅데이터를 활용한 서비스 개발과 자사 플랫폼의 영역확대를 도모하고 있다.

최근 모바일기기 및 서비스 확대에 따라 다양한 O2O(Offline to Online 또는 Online to Offline) 비즈니스가 형성되고 있다. 따라서 기존에 90% 이상을 차지하고 있는 오프라인 결제시장이 점차 온라인 결제시장과 결합하는 복합결제 형식이 등장하면서 확대되고 있다. 특히 모바일을 통한 간편결제서비스 확대는 궁극적으로 모바일 신용카드의 활발한 보급으로 이어지면서 O2O 비즈니스 비중이 크게 확대될 것으로 판단된다.

6) Fortune(2018.09.25), 'Why Apple Didn't Try to Disrupt Credit Cards With Apple Pay'.

7) 아주경제(2018.04.03), 「중국 2경원 모바일결제시장...알리페이 독주」.

8) The Boston Consulting Group(2017.10), 'Global Payments 2017: Deepening The Customer Relationship'.

〈그림 2〉 기존 전통 결제시장에서 모바일 영역이 확대되는 형태



자료 : 유진투자증권(2015), 「보안에서 본 핀테크, 결제에서 본 핀테크」, p.89.

간편결제서비스 제공 기업들은 향후 간편결제 서비스 증가에 따른 수익 증가와 결제서비스를 기반으로 송금, 보험, 쇼핑 등 다양한 서비스를 연계하여 새로운 수익원을 창출할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 따라서 관련 기업들은 모바일 간편결제서비스를 단순히 결제만 대행하는 서비스에만 국한하지 않고, 자체 비즈니스 플랫폼 확보의 기반으로 이용한다. 즉, 결제시스템에서 얻은 소비자구매 데이터를 기반으로 더욱 정교한 타겟팅 광고 상품을 제공함으로써 광고 매출을 높이는 것이 서비스 제공 기업의 핵심 과제이다.

네이버는 자사 검색 사이트를 통해 검색된 쇼핑물(가맹점)과 음악, 영화, 웹툰 등의 자사 유료

서비스 이용 시 고객의 네이버 아이디로 네이버 페이를 이용하여 한 번에 결제할 수 있는 원스톱 서비스를 제공함으로써 네이버만의 플랫폼 구축을 꾀하고 있다.

삼성페이 역시 결제서비스를 이용하는 이용자를 대상으로 유명 쇼핑물들과의 연동을 통해 리워즈 서비스를 시작하면서 서비스 플랫폼으로의 변화를 시도하고 있다. 카카오페이도 마찬가지로 자사 서비스, 콘텐츠, 카카오페이 등을 하나의 비즈니스 플랫폼 안에 넣음으로써 이러한 선순환을 통해 고객들이 하나의 거대한 비즈니스 플랫폼 안에서 지속적으로 머물 수 있는 환경을 제공하려고 한다.

4. 국내 모바일 간편결제서비스 시장의 문제점과 발전 가능성

(1) 서비스 이용 격차 개선 필요성

한국은행이 발표한 ‘2017년 모바일 금융서비스 이용행태 조사 결과 및 시사점’ 보고서에 따르면

지난해 9~11월 전국 성인 2,511명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 최근 6개월 내 모바일 지급 서비스를 이용한 비율은 전체의 26.1%로 집계되었다. 연령대로는 20대가 53.6%로 가장 높았고,



30대도 50.6%로 뒤를 이었다. 그러나 40대 28.0%, 50대 8.5%, 60대 이상 2.1%로 연령대가 높아질수록 이용 비율이 낮아짐을 알 수 있었다. 소득별 격차에 따라서도 차이가 나는 것을 알 수 있었는데, 연 소득 6,000만원 이상 고소득층의 경우 이용 비율이 40.0%에 달했지만, 2,000만원 미만의 저소득층은 모바일 지급서비스 이용률이 5.5%에 불과했다.⁹⁾

이와 같이 국내 모바일 간편결제 시장은 커지고 있지만 세대별·소득별 이용 격차 해소는 앞으로 해결해야 할 큰 과제로 꼽히고 있다. 고연령층과 저소득층의 모바일결제 이용률이 낮은 대표적인 이유는 모바일 간편결제서비스 사용 방법에 대한 인지도가 낮고 새롭게 익히기에 어려움이 크기 때문이다. 대부분의 경우 거래 은행의 권유나 프로모션 혜택 등으로 모바일 금융 서비스에 입문하지만 절차상의 복잡함, 인터넷 사용 미숙 등으

로 인하여 지속적인 이용이 어려워 여전히 현금이나 대면 서비스를 선호하는 경향이 뚜렷한 것으로 나타난다. 앞으로의 모바일결제시장 서비스 수요 확산에 대비하여 자칫 소외될 수 있는 디지털 취약계층을 위해 이용절차 간소화, 사용방법 안내 자료 제공, 전담 상담원 운용 등 신규 이용을 유인하면서 지속적인 이용을 도모할 수 있는 방안을 강구하여 연령층 및 소득층 간 이용 격차 심화 등의 부작용을 최소화해야 할 것이다.

(2) 모바일간편결제 피해보상 정책 강화

한국소비자원에서 2016년 간편결제 불만 및 피해경험 유형을 조사한 결과 조사대상자의 9.5%(212명)가 서비스 이용 시 불만·피해를 경험했다고 응답했으며, 주요 유형을 살펴보면 ‘결제 오류(중복결제, 청구금액 오류 등)’가 46.2%로 가장 많았고, 이어 ‘결제 취소 지연 및 거부’가 43.9%, ‘카드정보 등 개인정보 유출’이 22.2% 순으

9) 한국은행(2018,04), 「2017년 모바일 금융서비스 이용행태 조사결과 및 시사점」, p.15.

로 나타났다.¹⁰⁾

국내 모바일 간편결제서비스가 더욱 활성화되기 위해서는 모바일 간편결제 이용 시 피해보상 정책에 적극적인 개선 노력이 필요하다. 또한, 결제오류 관련 피해를 줄이기 위해서는 결제오류 확인 즉시 소비자가 바로 신고하고 처리과정을 알 수 있는 원스톱 프로세스를 기업들이 갖출 수 있도록 관리·감독해야 하며 ‘비금융권 간편결제 사업자’도 ‘전자금융거래법’ 적용 대상에 포함시켜 간편결제 과정에서 발생한 사고책임의 사각지대가 발생하지 않도록 관계부처의 제도 개선이 필요하다.

(3) 이용자와 가맹점을 위한 정책지원 필요성

O2O 서비스에서 가장 중요한 점은 가맹점의 빠른 증가이다. 간편결제서비스를 제공하는 가맹점이 많아질수록 고객 입장에서 결제서비스를 이용할 수 있는 범위가 넓어짐에 따라 서비스 이용률이 급증할 수 있기 때문이다. 따라서 정부는 가맹점이 적극적으로 간편결제서비스 이용 권유에 나설 수 있는 환경을 만들어주는 것이 필요하다.

서울시가 연내 추진을 목표로 도입하는 모바일 간편결제서비스 ‘서울페이(제로페이)’의 경우 소상공인의 결제 수수료를 면제해 영세 자영업자의 부담을 덜어주는 방법을 이용하여 서비스 공급자 확보에 나서고 있다. 모바일결제 이용이 카드결제 이용에 비해 낮은 수수료를 받는다면 판매자

는 고객들에게 모바일 간편결제를 적극적으로 권할 수 있을 것이다. 중국의 위챗페이나 알리페이 역시 초기 시장진입 시 모두 신용카드 수수료보다 낮은 정책으로 가맹점들의 수를 늘려갔다. 앞으로 가맹점들이 결제 수수료 면제 혜택뿐만 아니라 더 많은 부가서비스를 제공할 수 있도록 간편결제서비스 제공의 실효성 강화와 관련 서비스 산업에 대한 규제완화 및 지원 강화가 요구된다.

또한, 소비자 입장에서는 기존 현금이나 신용카드 결제와 비교하여 모바일 간편결제 이용 시 더 많은 시간과 커뮤니케이션 비용이 필요하다면 굳이 모바일 간편결제를 이용할 이유가 없어질 것이다. 상점 어디에서든 결제가 가능하고 직원에게 결제완료 화면만 보여준 뒤 나갈 수 있도록 하는 것이 소비자 편의성을 높일 수 있는 하나의 방안이 될 수 있다.

국내 오프라인 모바일 결제서비스 선두주자로 불리는 삼성페이의 결제방식은 기존의 신용카드 방식과 동일하게 카드 단말기에 스마트폰만 가져다 놓으면 결제가 완료된다. 하지만 특정 단말기 및 모바일 기종이 갖춰 있어야만 결제가 가능한 이와 같은 환경은 국내 모바일 간편결제서비스 시장이 활성화되는 데에 큰 장애물로 작용할 수 있다.

중국 알리페이나 위챗페이의 경우 고객이 가진 단말기의 종류와는 상관없이 QR코드로만 결제가 가능한 형태로 운영되고 있다. 판매자는 결제카운터 위에 QR코드를 배치하고 소비자는 자신이 이용하는 결제서비스를 이용해 QR코드에 결제 금액을 보내는 방식이다. 이러한 결제서비스는 자신이 이용하는 은행 통장번호와 통장 비

10) 한국소비자원(2016.08.30), 「핀테크 모바일 간편결제서비스 이용매장·부가서비스 등 확대 필요」, p.4.

밀번호만 있으면 어떠한 은행이든 간에 바로 결제시스템에 연동된다. 이 과정에서 수수료가 발생하지 않기 때문에 소비자 입장에서는 송금수수료가 발생하는 은행 계정보다는 수수료가 없는 모바일 결제서비스를 이용하는 것이 더 이득이다. 우리나라의 간편결제서비스 이용률은 성장세를 보이고는 있으나, 서비스를 이용하기 위해서는 특정 앱이나 단말기를 보유해야 결제가 가능하다는 한계가 있다. 결제 방식의 통일성을 통

한 간편결제서비스의 범용성을 높일 수 있는 전략이 필요하다.

핀테크의 원조 기업으로도 불리는페이팔을 시작으로 전 세계 간편결제서비스 시장은 해가 갈수록 더욱 경쟁이 치열해지고 있다. 현재 국내 간편결제서비스가 가지고 있는 문제점을 잘 파악하고 극복하여 앞으로 우리나라 유통업과 소매업의 미래 발전방향을 잘 제시할 수 있도록 노력해야 할 것이다. (KIE)



김은비

서비스산업분석실·연구원
eunbi.kim@kiet.re.kr / 044-287-3932