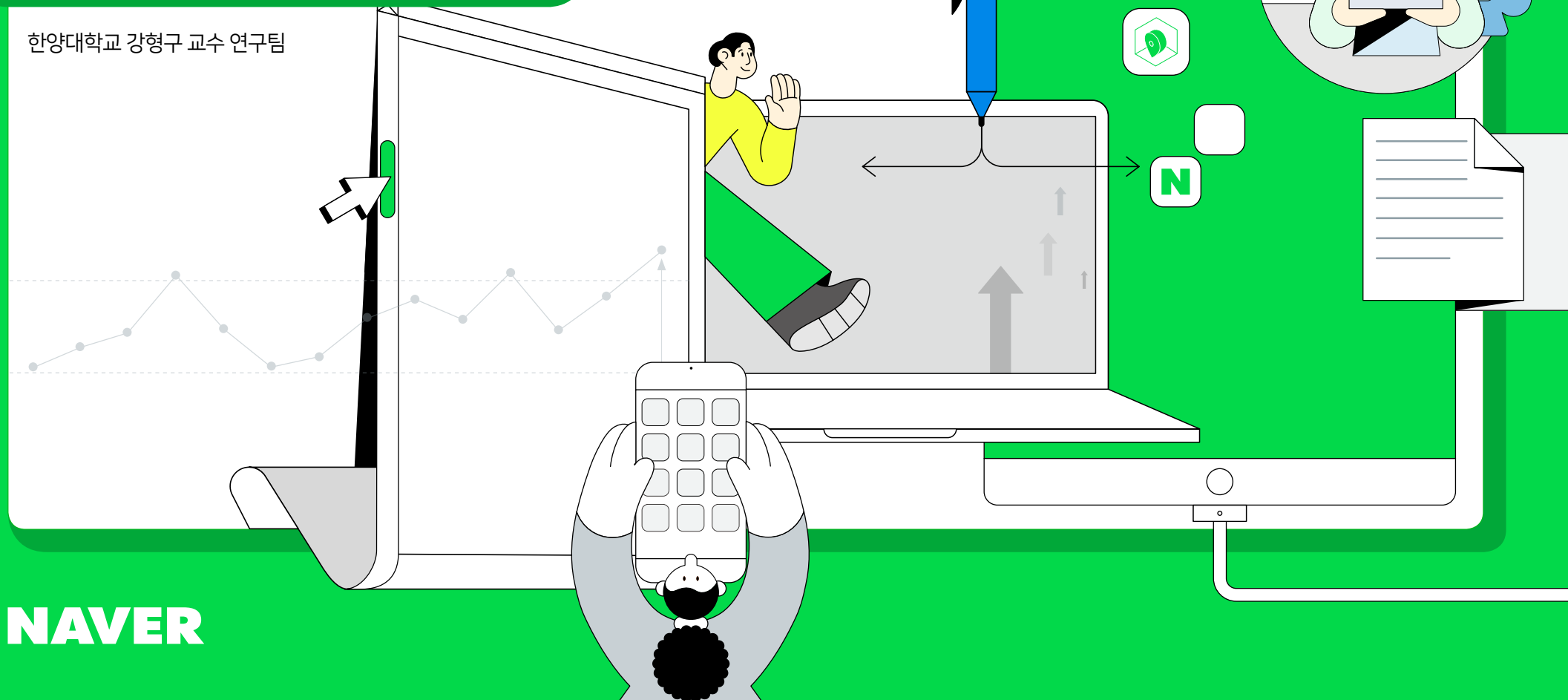




네이버 테크핀 리포트 2021

한양대학교 강형구 교수 연구팀



CONTENTS

PART 1.

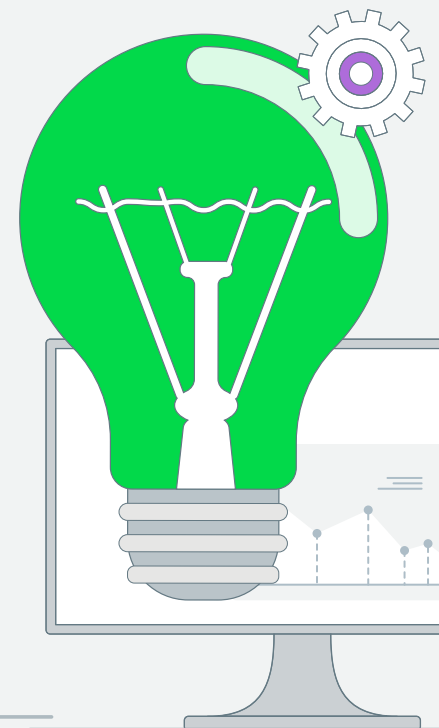
금융소외계층을 위한 테크핀 서비스

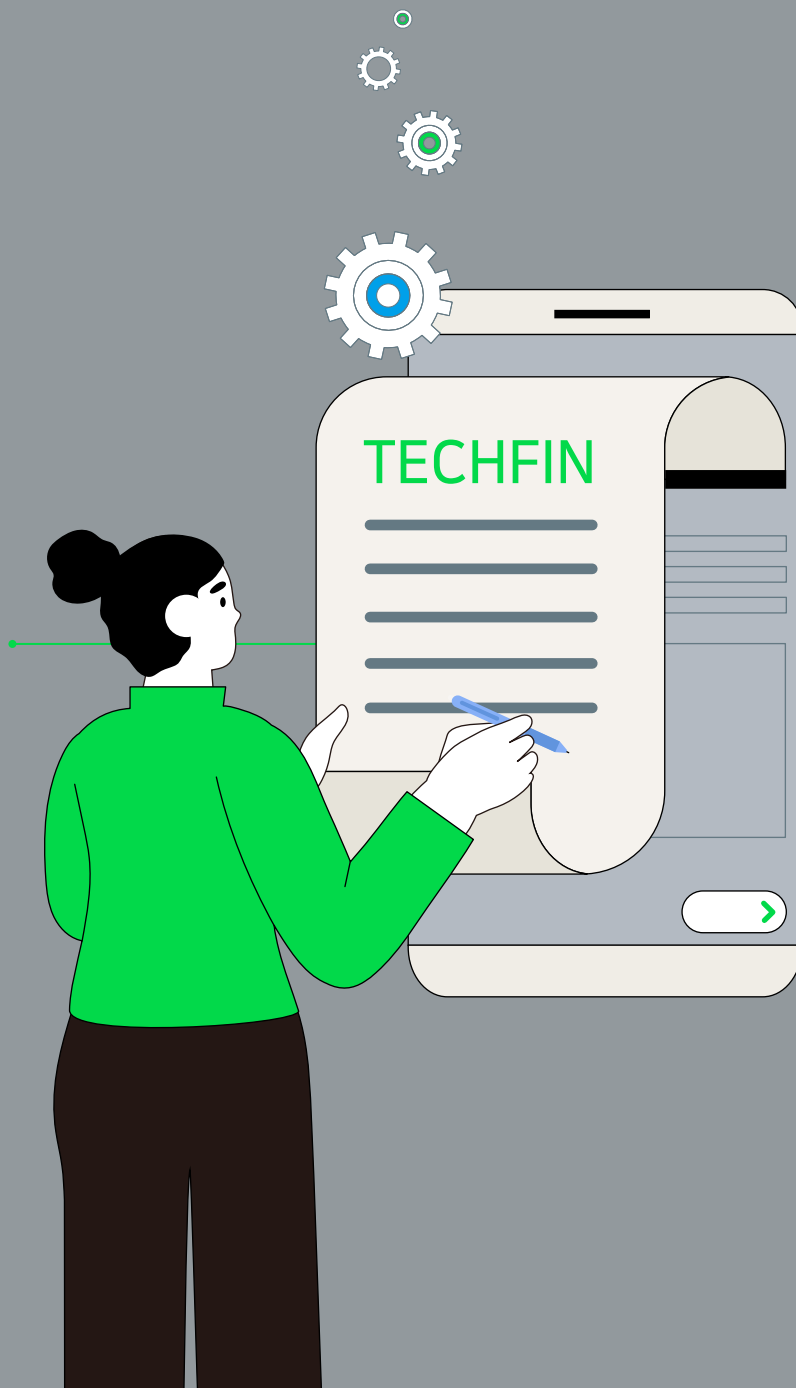
PART 2.

온라인 SME를 위한 '스마트스토어 대출'

PART 3.

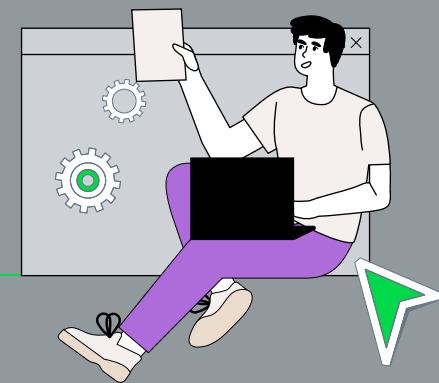
썬파일러를 위한 '후불결제' 서비스





PART 1.

금융소외계층을 위한 테크핀 서비스



네이버파이낸셜이 주목하는 기회: 국내 금융 소외 현황

금융소외란 제도권 시장을 통해 금융서비스 및 상품에 접근하거나 사용하는데 있어서 어려움을 겪는 현상을 의미합니다.¹ '08년 글로벌 금융위기 이후 기존 금융에 대한 비판과 함께 포용적 금융의 필요성에 대한 공감대가 형성되면서 소외계층의 금융서비스 접근성이 보장되어야 한다는 인식이 전 세계적으로 확산되었습니다. 2021년 영국 금융감독당국(FCA)은 개인이 처한 상황 등으로 인해 금융회사의 적절한 지원이나 충분한 도움이 없을 경우 손해 및 리스크에 쉽게 노출되는 금융소비자를 '금융취약계층'으로 정의하고, 금융회사들이 이들을 공정하게 대우하도록 하는 가이드라인을 마련하기도 했습니다.²

금융서비스는 일상 생활에 필수 불가결한 요소로서, 정상적인 사회 생활을 영위하기 위해 금융 서비스 접근성 확보는 중요한 문제입니다. 하지만 기존 금융권에서 금융서비스 기회가 고소득 및 고신용자에게 집중되는 반면, 저소득 및 저신용자는 금융 서비스 접근성이 제한되거나 추가적인 비용이 필요한 경우가 많았습니다.

우리나라의 경우 성인의 95%가 계좌를 보유³하고 있어 금융서비스 접근성과 거래편의성이 높은 편으로 평가되고 있으나, 포용금융 관점에서 개선 여지가 곳곳에 남아있습니다. 특히 대출·신용 시장에서는 정보비대칭성으로 인해 시장가격을 지불할 능력과 의사가 있음에도 불구하고 시장에서 제외되는 경우가 발생합니다.

신용할당(Credit Rationing)이란 차입자가 높은 금리를 지급할 의향이 있음에도 불구하고 은행이 특정 차입자에게 대출을 거부하는 상태를 의미합니다.⁴ 일반적으로 금융 시장에서도 수요와 공급의 법칙 의해 대출 금리와 금액이 결정되는데, 대출의 가격인 금리가 일정수준 이상 오르면 공급이 감소하는 현상이 발생합니다.

이는 금리가 과도하게 높으면 우량한 차입자는 대출 받는 것을 포기하고 불량한 차입자만이 대출을 받으려 하는 역선택 문제(Adverse Selection)와 차입자가 이자를 감당하기 위해 위험한 투자를 하는 도덕적 해이 문제(Moral Hazard)가 발생할 수 있기 때문입니다. 은행을 포함한 기존 금융권에서는 이러한 문제를 회피하기 위해 모든 대출 수요자에게 대출을 실행하지 않고, 신용할당을 통해 신용도가 높은 대출자를 선별하여 실행합니다. 결국, 초과수요 문제가 발생하게 되어, 금융권의 기준을 충족하지 못한 사람들은 시장에서 배제될 수 밖에 없습니다.

개인의 경우, 2021년 상반기 기준 금융이력이 부족한 싹파일러(Thin-File)는 1,280만여 명으로 신용등급을 매길 수 있는 국민 4,730만여 명의 4분의 1 이상이 넘습니다. 이들 중 상당수는 금융거래 정보가 부족하다는 이유만으로 신용점수 700점대에 머물러 있으며, 이로 인해 시중은행에서 대출을 받기 어렵거나 높은 금리를 부담하면서 돈을 빌릴 수 밖에 없습니다.⁵

'21년 6월말 기준 평점별 금융이력부족자 현황

평점	전국민 대상자	금융이력부족자 현황						
		전체	20세 미만	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	60세 이상
900점 이상	19,615,028	29,601	-	1,140	3,442	4,575	6,495	13,949
800점 이상	11,987,821	2,641,642	160,336	1,357,962	299,581	214,881	236,868	372,014
700점 이상	12,588,975	9,554,831	739,230	1,836,700	1,375,288	1,001,497	1,020,160	3,581,956
600점 이상	866,875	35,316	21	5,818	5,679	5,787	7,554	10,457
500점 이상	139,676	235	4	108	29	27	33	34
400점 이상	50,275	38	1	20	7	3	1	6
300점 이상	1,902,754	545,595	123	25,571	39,438	100,416	179,382	200,665
200점 이상	152,229	17	-	-	2	6	3	6
200점 미만	4,173	-	-	-	-	-	-	-
전체	47,307,806	12,807,275	899,715	3,227,319	1,723,466	1,327,192	1,450,496	4,179,087

* '20년말 이전 기준 등급은 등급이 산출되는 기존스코어 모형 활용, '21년 6월말 기준 평점은 평점제 전환 신규스코어 모형 활용

¹ 한국금융연구원, 금융 포용의 개념과 전략과제, 2014.04

² 금융감독원 런던사무소, 영국의 포용적 금융정책 동향 및 시사점, 2019.12

³ World Bank, Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution, 2017

⁴ Wolfson, Martin H. (1996) A Post Keynesian Theory of Credit Rationing, Journal of Post Keynesian Economics, 18:3, 443-470

⁵ 연합뉴스, "금융이력부족자' 대부분 신용점수 700점대...은행 대출에 불리", 2021.09.27

기업의 경우, 기업 신용평가가 재무제표 위주의 정태적 과거 정보 위주로 이루어지고 있어 **업력이 짧고 규모가 영세할수록 금융 접근성이 낮습니다.**⁶ 특히 SME(Small Medium Enterprises)는 은행을 통해 외부자금을 조달하는 편인데, 설문조사 결과 높은 금리와 한도 부족이 가장 큰 애로사항인 것으로 나타났습니다. 이어서, 인력이 부족한 상황에서 모든 거래를 일일이 금융기관을 방문하여 처리해야 하는 불편함도 유의미한 애로사항으로 파악되었습니다.⁷

연도별 차입 외부자금의 조달비중(금액기준)							(단위: %)
구분	은행자금	정책자금	회사채	비은행 금융기관 자금	주식	사채	
2012년	80.3	14.2	1.3	0.7	3.4	0.1	
2013년	78.4	14.9	2.5	0.0	2.2	0.2	
2014년	69.2	29.9	0.3	0.1	0.5	0.0	
2015년	79.0	15.1	0.9	0.0	3.3	1.0	
2016년	81.1	10.6	7.5	0.0	0.5	0.2	
2017년	72.6	23.4	1.4	0.8	0.8	1.1	

자료: 중소기업중앙회, 「중소기업 금융이용 및 애로실태 조사」, 각 년도

은행을 통한 자금조달 시 애로사항													(단위: 개사, %)
구분	사례수	높은 대출 금리	대출 한도 부족	과도한 서류 제출 요구	매출액 등 재무제표 위주의 심사	대출금 일부 상환 요구	부동산 담보 부족	연대 보증 요구	대출 연장 기피	기타	없음	예·적금 보험 등 가입 요구	
2018년	78	26.9	21.8	12.8	7.7	-	7.7	0	0	0	46.2	1.3	
2019년	177	28.2	17.5	16.9	16.4	11.9	11.3	6.2	4	0.6	33.9	-	

주: 중복응답
자료: 중소기업중앙회, 「중소기업 금융이용 및 애로실태 조사」, 각 년도

또한, 대부분의 온라인 SME는 오프라인 사업장을 운영하지 않아 담보로 제공할 부동산이 없는 경우가 많은데, 은행권 대출은 담보대출 비중이 50%를 넘고 있어 온라인 SME에게 불리할 수 밖에 없습니다.

국내은행의 원화대출 대비 담보대출 비중 추이												(단위: 조원, %)
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
원화대출	994	1,072	1,109	1,165	1,273	1,370	1,445	1,526	1,617	1,717	1,916	
담보대출	491	566	589	618	675	730	777	828	877	940	1,005	
담보대출 비중	49.4	52.8	53.1	53.1	53.0	53.2	53.8	54.2	54.2	54.8	52.4	

자료: 금융감독원, 금융통계정보시스템

이러한 국내 금융소외 문제를 근본적으로 개선하기 위해 정책금융 또는 수수료/이자비용 절감과 같은 일시적 해결책 보다 포용금융에 초점을 둔 지속가능한 금융 인프라 및 서비스 모델 마련이 필요합니다. 다만, 앞서 말한 정보비대칭에서 기인하는 역선택과 도덕적 해이와 같은 구조적인 문제로 인해 기존 금융권에서는 금융소외 문제를 해결하기 어려운 현실입니다. 따라서, 문제 해결을 위해 금융과 비금융을 접목하는 등 보다 혁신적인 해결 방법을 고민하고 시도해 보아야 합니다.

⁶ 한국벤처창업학회, 새로운 금융기술을 활용한 중소기업 금융접근성 제고 사례, 2019.11

⁷ 한국금융연구원, 빅테크의 대출기능 현황, 영향과 정책과제, 2021.12

네이버파이낸셜의 대응: 기술과 데이터를 활용한 금융 접근성 제고

최근 국내외를 불문하고 IT기술의 비약적인 발전에 따라 금융분야에서도 금융과 기술을 결합한 새로운 형태의 금융서비스가 개발되고 있습니다. 특히 기술과 데이터를 활용하여 금융서비스를 재구성하는 테크핀(Techfin) 기업들의 등장으로 혁신의 속도가 가속화 되고 있으며, 금융소외 문제 해결을 위한 다양한 시도가 이루어지고 있습니다.

네이버파이낸셜 주요 사업 타임라인

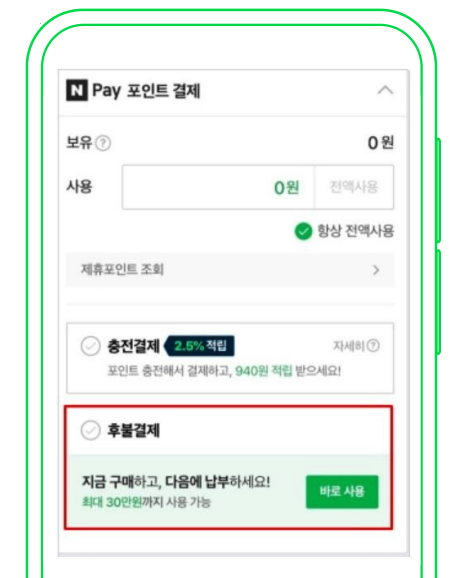
2019.11	• 네이버파이낸셜 설립
2020.08	• SME 위한 매출채권 선정산 서비스 '퀵에스크로' 수수료율 업계 최저(0.013%)로 인하
2020.11	• 스마트스토어 '빠른정산' 서비스 시작 • SME 위한 의무보험 교육서비스 오픈 • SME 위한 금융정보 서비스 채널 '파트너금융지원' 서비스 오픈
2020.12	• '미래에셋캐피탈 스마트스토어 사업자 대출' 출시
2021.01	• 스마트스토어 '빠른정산' 기간 단축(배송완료 익일 정산) • 스마트스토어 사업자 대출 대상 SME 확대(3개월 연속 월 50만원 매출 이상)
2021.04	• 네이버페이 후불결제 시범 서비스 시작
2021.05	• 네이버페이 현장결제 수수료 전액 지원 결정
2021.07	• '우리은행 네이버 스마트스토어 대출' 출시 • 스마트스토어 주문관리서비스 수수료율 단일화
2021.12	• 스마트스토어 빠른정산 기간 단축(집화처리 익일 정산) 및 요건 완화

네이버파이낸셜은 데이터와 기술을 활용해 소외되었던 금융소비자에게 특화된 금융서비스를 제공하기 위해 노력하고 있습니다. 대표적으로 실시간으로 생성되는 '페타바이트(PB)' 규모의 비금융 데이터와 머신러닝 알고리즘, AI, 빅데이터 처리 기술을 활용해 자체 대안신용평가시스템(Alternative Credit Scoring System; ACSS)을 구축했습니다. 이를 통해 금융이력이 부족한 소외 계층에게 더 나은 조건의 금융서비스 이용 기회를 제공합니다.

'네이버페이 후불결제' 서비스는 네이버페이 결제 전 포인트 잔액이 부족한 경우, 월 30만원 한도 내에서 추후 납부할 수 있는 후불결제 서비스입니다. 2021년 2월 혁신금융서비스로 지정받아 4월부터 시범 서비스를 시작했습니다. 이후 고도화를 거쳐 사용자를 점차적으로 확대하고 있으며 결제대금은 2021년 8월 기준 29억원으로 성장했습니다.

신용카드 이용이 어려운 청년, 주부 등 금융소외계층에게 소액 신용기회를 제공하기 위해 금융정보와 비금융정보(결제, 쇼핑 이력 등)를 결합한 대안신용평가시스템을 활용해 개별 소비자의 한도를 산정합니다.

네이버페이 후불결제 서비스



네이버파이낸셜은 금융 사각지대에 있는 온라인 SME도 안정적으로 자금 용통을 받아 자금 걱정 없이 사업 성장에 집중할 수 있도록 **네이버 스마트스토어 사업자들을 위한 신용대출 상품**을 지원하고 있습니다. 2020년 12월 미래에셋캐피탈과 제휴를 통해 대안신용평가시스템을 활용한 최초의 온라인 사업자 전용 신용대출 상품을 제공하고, 2021년 7월 우리은행과 제휴를 통해 2금융권에서 1금융권으로 이어지는 신용대출 라인업을 갖추었습니다.

2021년 12월까지 누적 대출액 1,200억원을 넘어섰으며, 평균대출금액 2,580만원, 평균금리 연 5.6% 수준으로 제공되고 있습니다. 대출 합산 승인율이 50%를 상회하며, 대출받은 사업자의 24.3%는 스마트스토어 업력이 1년도 안된 초기 사업자입니다. 무엇보다 대안신용평가시스템을 통해 신용등급이 상승해 더 유리한 조건으로 대출을 받게 된 사업자는 전체의 58.5%로, 이 중 대출이 어려웠지만 승인으로 전환된 비율은 16.7%에 이르러 금융포용성 증대에 기여했다는 평가를 받고 있습니다.

네이버파이낸셜 스마트스토어 대출 상품 (2022년 2월 기준)



미래에셋캐피탈 스마트스토어 사업자 대출

최대한도

5,000 만원

금리

연 4.90~10.30 %

- 중도상환 수수료 0원
- 사업 운영자금은 대표자 신용점수에 영향 NO
- 신용정보 부족 시 스마트스토어 데이터로 평가
- 금융위원회 지정대리인 사업자



우리은행 네이버 스마트스토어 대출

최대한도

4,000 만원

금리

연 4.01~12.87 %

대출모집법인: 네이버파이낸셜
(대출모집법인 등록번호 2021-001호)
2022.02.03. 기준(3개월 CD연동금리, 만기일시, 4천만원, 12개월, 상세내용은 금리 자세히보기에서 확인)
2021.10.07 준법감사인-7541 심의필 (유효기간 2022.12.31)

- 마이너스통장 방식 가능
- 스마트스토어 매출대금 우리은행 입금 등 거래조건 충족 시 우대금리 최대 연 0.8% 적용
- 1금융 최초 온라인사업자 전용 대출

이러한 네이버파이낸셜의 금융소외 문제 해결을 위한 노력은 이제 시작하는 단계지만, 혁신금융을 통해 새로운 가능성을 보여주고 있습니다. 이번 테크핀 리포트에서는 지금까지 네이버파이낸셜의 노력과 성과를 살펴보고, 이용자에게 어떤 가치를 제공하고 있는지를 알아보았습니다. 또, 포용금융을 실현하기 위한 정책 및 산업환경 발전 방안에 대한 시사점을 모색하고자 했습니다.

연구 1: 온라인 SME를 위한 '스마트스토어 대출'

본 연구는 네이버 스마트스토어 사업자 대출 출시 이후 7개월 간의 판매자 데이터를 이용해 대안신용평가 기반 대출 상품이 온라인 SME의 매출 성장과 사업 활동 증대에 긍정적 영향을 주었음을 확인했습니다.

분석 결과, ① 대출을 받은 사업자는 받지 않을 경우와 비교하여 평균적으로 거래액이 97.9% 증가하고 상품수가 261.1% 증가했습니다. ② 반면, 대출을 받지 않은 사업자도 대출을 받았다고 가정할 경우, 평균적으로 거래액이 234.6% 증가하고, 상품수가 153.8% 증가했습니다. 이는 향후 더 많은 사업자들이 스마트스토어 대출 이용을 통해 빠른 성장을 경험할 수 있다는 것으로 해석할 수 있습니다.

온라인 SME는 대부분 업력이 짧고 담보 여력이 없어 금융기관 이용이 어려웠습니다. 비금융 데이터와 기술을 접목시킨 대안신용평가를 활용해 신용점수를 보완하고 평가등급에 맞는 적절한 금융상품이 설계·제공된다면, 사각지대에 있던 소외계층에게 금융 안전망을 제공하는 한편 경제 활동 지원을 통해 경제적 가치 창출을 지원할 수 있을 것으로 예상됩니다. 특히 금융 및 비금융기관들이 협업을 통해 대안신용평가시스템을 개선하고 적극적으로 활용해 간다면, 금융포용성을 높일 수 있을 것으로 보입니다.

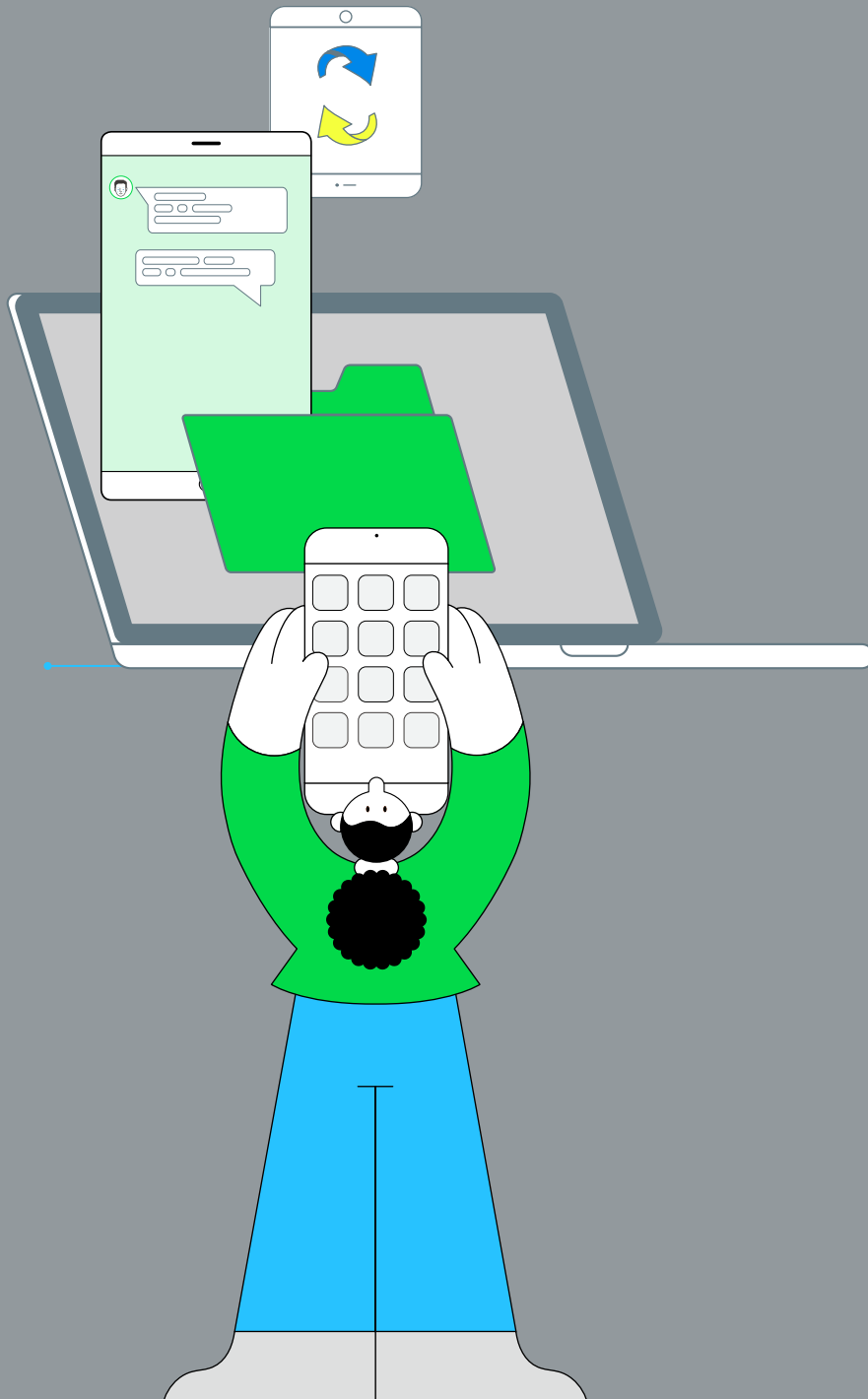
연구 2: 신평일러를 위한 '후불결제' 서비스

국내 후불결제 시장은 금융 이력이 거의 없는 신평일러가 주요 잠재 고객임에 착안하여 설문 조사를 통해 이들의 특성을 신용 기록이 있는 일반 신평일러와 비교 분석하고 후불결제에 대한 시사점을 도출했습니다.

신평일러일수록 근무 형태가 불안정하고 미래 소득 예측이 어려워 적절한 지출 분배가 중요한데, 신평일러는 일시적인 자금 부족 문제를 해소할 수 있는 적절한 결제 수단이 부족합니다. 또한, 금융기관에서 필요한 자금 조달 등 도움을 얻지 못하고 있어 안정적인 삶을 영위하기 위해 소비 수준을 일정하게 유지하는 '소비 평활화'(Consumption Smoothing)가 어려울 것으로 예측됩니다.

향후 후불결제 서비스 개선을 포함해 포용금융을 위한 정책 설계 및 상품·서비스 개발 시, 소외계층의 특성에 대한 데이터 집적 및 면밀한 분석을 기반으로 한다면 금융포용성 개선 효과를 극대화시킬 수 있을 것으로 기대합니다.

앞으로 인구 및 산업구조 변화 대응 차원에서 사회적 약자들의 제도권 금융 이용을 돕는 포용금융의 중요성은 더욱 커질 것으로 예상됩니다. 다행히 빅데이터와 IT기술의 발전으로 그동안 금융권에서 겪어온 정보비대칭 등 구조적 문제의 해결의 실마리가 보이기 시작했습니다. 이러한 가능성을 하루 빨리 실현하기 위해 앞으로도 네이버파이낸셜은 기술과 데이터를 활용해 금융 접근성을 제고하고 포용금융을 구현하기 위해 노력할 것입니다.



PART 2.

온라인 SME를 위한 '스마트스토어 대출'

최형석 (이화여자대학교)

박재성 (중소벤처기업연구원)



EXECUTIVE SUMMARY

대안신용평가 시스템

네이버파이낸셜은 비금융정보를 활용해 신용을 평가하는 대안신용평가시스템 (ACSS)를 구축하고, 기존 은행이나 금융권에서 대출이 어려운 온라인 SME를 위해 온라인 사업자 전용 대출 상품을 지원하고 있다.

기존 제도권 금융의 사업자 대출은 사업자에 대한 가용 정보 부족과 높은 폐업률 등의 사유로, 대부분 담보·보증을 요구하거나 오프라인 매장이 있어야만 대출 신청이 가능했다. 이로 인해 오프라인 매장이 없는 온라인 SME들은 사업주의 개인 신용에 의존하여 운영자금을 대출받을 수밖에 없었고, 대출 가능 한도와 승인율에서 상대적으로 불리한 대출 조건을 감수해야 했다.

네이버파이낸셜은 금융정보가 거의 없는 스마트스토어 사업자들을 위해 매출 흐름 뿐 아니라 단골 고객 비중, 고객 리뷰, 반품률 등 비금융 데이터와 빅데이터 처리 기술, AI, 머신러닝 알고리즘 등을 활용해 기존의 신용평가회사(CB, Credit Bureau)가 가진 금융 데이터를 보완하는 대안신용평가시스템을 만들었다. 이를 통해 기존에 대출이 어려웠던 스마트스토어 사업자들도 3개월 간 월 50만원 이상 매출만 유지하면 적절한 수준의 금리로 대출이 가능하게 되었다.

스마트스토어 사업자 대출의 성과

2021년 12월까지 성과를 살펴보면, 총 대출액 1,200억원을 넘어섰다. 대출 합산 승인율은 50%를 상회하며, 평균대출금액 2,580만원, 평균금리 연 5.6% 수준으로 제공되고 있다.

네이버 스마트스토어 사업자 대출 누적 성과 (2021.12)



대출받은 사업자의 24.3%는 스마트스토어 업력이 1년도 안된 초기 사업자다. 무엇보다 주목할만한 점은, 대안신용평가시스템을 통해 신용등급이 상승해 더 유리한 조건으로 대출을 받게 된 사업자는 전체의 58.5%로, 이중 대출이 어려웠지만 승인으로 전환된 비율은 16.7%에 이른다.

네이버 스마트스토어 사업자 대출 사업자 특성



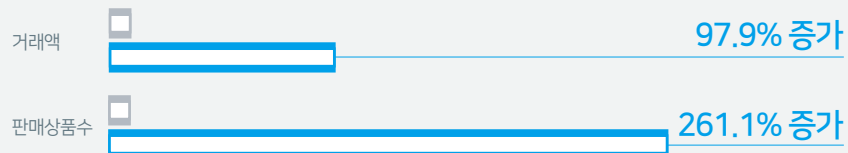
본 연구는 네이버 스마트스토어 사업자 대출 출시 이후 7개월 간의 판매자 데이터를 이용해 대출 상품 이용이 온라인 SME의 사업활동에 어떻게 기여하였는지 실증 분석했다. 자기선택편의(Self-selection Bias)를 통제하기 위해, 네이버 스마트스토어 대출을 받은 사업자가 받지 않았더라면 어떤 결과가 나올지, 또 네이버 스마트스토어 대출을 받지 않은 사업자가 받았더라면 어떤 결과가 나올지 내생적 교체회귀 모형을 활용해 분석했다.

스마트스토어 대출 프로그램의 긍정적 효과

분석 결과, 네이버파이낸셜의 스마트스토어 대출 프로그램이 사업자의 거래액과 상품수를 증가시키는 효과를 확인했습니다.

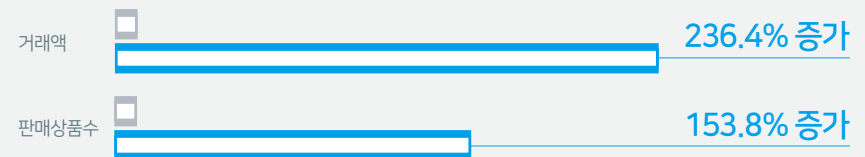
① 대출을 받은 사업자는 받지 않을 경우와 비교하여 평균적으로 거래액이 97.9% 증가하고 상품수가 261.1% 증가한다.

대출이 거래액, 판매상품수에 미치는 영향 (대출 받은 사업자)



② 반면, 대출을 받지 않은 사업자도 대출을 받았다고 가정할 경우, 평균적으로 거래액이 236.4% 증가하고, 상품수가 153.8% 증가한다. 이는 비대출자에게 적절한 조건을 부과하여 대출을 실행했을 경우 이들의 성과가 더욱 클 수 있을 것으로 해석된다.

대출이 거래액, 판매상품수에 미치는 영향(대출 받지 않은 사업자)



본 연구는 실증분석을 통해 네이버파이낸셜의 스마트스토어 대출 프로그램이 SME의 매출 및 사업활동 성장에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인했다. 이번 연구는 서비스 런칭 직후 7개월의 데이터를 분석한 결과로 향후 네이버파이낸셜의 대출 서비스가 더 알려지고 신청자가 늘어남에 따라 더 많은 사업자들이 대안신용평가를 기반으로 한 대출을 활용하여 보다 빠른 성장을 경험할 수 있을 것으로 기대된다.

또한, 본 연구는 대안신용평가시스템이 보다 많은 사업자에게 성장 기회를 제공할 수 있음을 시사하고 있다. 비금융 데이터를 활용한 대안신용평가시스템을 활성화하여 신용점수를 보완하고, 평가 등급에 맞는 적절한 금융상품을 설계하여 제공할 수 있다면, 온오프라인SME 사업활동을 통해 창출하는 경제적 가치가 더욱 커질 수 있을 것으로 예상된다. 특히 금융 및 비금융기관들이 협업을 통해 대안신용평가시스템을 개선하고 활용해 간다면, SME에게 더욱 힘이 되는 금융 서비스가 다양해질 것으로 기대된다.

CONTENTS



서론

13



분석 결과

17



이론적 배경 및
선행연구 검토

14



요약 및 결론

21



분석 자료

15



참고 문헌

22

서론

최근 IT기술을 활용한 금융 혁신 시도가 늘어나는 추세다. 이러한 추세에 따라 네이버파이낸셜은 2020년 12월부터 비금융정보를 활용해 신용을 평가하는 대안신용평가시스템(ACSS)를 구축하고, 기존 은행이나 금융권에서 대출이 어려운 온라인 SME를 위해 온라인 사업자 전용 대출 상품을 지원하기 시작했다.

2021년 12월 기준으로 누적 대출 약정액 1,200억원 이상을 기록하며 상당한 성과를 내고 있다. 이러한 성과는 출시된 지 약 13개월만에 달성한 것으로 담보나 보증, 오프라인 매장 등이 있어야 했던 기존 사업자 대출 시장에서 소외되거나 다소 불리한 조건으로 대출받을 수밖에 없었던 온라인 소상공인을 포용하기 위한 노력이 결실을 맺은 것으로 평가된다. 네이버파이낸셜이 미래에셋캐피탈의 지정대리인으로서 신용평가에 활용하는 ACSS를 이용하는 것도 온라인 사업자들에게 유리하게 작용하고 있다. ACSS를 적용하여 신용등급이 상승해 더 유리한 조건으로 대출을 받게 된 사업자는 전체의 58.5%에 달한다. 이 가운데 16.7%는 당초 대출이 어려웠지만 대출 승인으로 전환되었다. 미래에셋캐피탈에 이어 2021년 7월부터는 우리은행과도 서비스가 시작되면서, 대출을 신청한 온라인 사업자가 미래에셋캐피탈 대출 상품에 적용되는 ACSS와 우리은행의 자체 신용평가시스템 등 두 곳을 통해 동시에 평가받고, 더 유리한 조건의 상품을 선택할 수 있게 되었다.

이러한 결과는 금융기관과 대출을 받은 기업 간의 관계가 강할수록 대출이 승인될 가능성이 큼을 밝힌 황수영·이정진·김용덕(2021)의 연구결과와 일치하는 것으로, 이는 금융기관-기업 관계가 밀접할수록 정보비대칭성이 개선되어 신용제약이 완화됨을 의미한다. 특히, 기존 대출 시스템에 비해 승인률이 높음에도 불구하고 연체율은 크게 낮아 비금융데이터를 기반의 ACSS의 성과가 실증되고 있다. 2020년 12월 본 상품이 출시된 이후 본 연구의 분석대상인 2021년 6월까지 실행된 대출에 대해서는 연체가 단 1건도 발생하지 않았다. 서정호 외(2019)에 따르면 연체율은 신용등급에 비례한다. 즉, 5등급 이상의 고신용등급의 연체율은 0.1% 수준을 넘지 않으나 6등급에서 0.1%, 7등급에서 0.5% 전후, 8등급에서는 2% 이상을 기록하고 있다.

본 연구에서는 ACSS를 활용하여 온라인 SME에게 제공되는 대출이 온라인 SME의 매출 및 사업 활동에 어떠한 영향을 미치는 지를 밝히기 위하여 네이버로부터 스마트스토어 사업자 대출과 관련한 실적자료를 제공받아 Lee(1982)의 내생적 교제회귀 모형에 따라 분석한다. 소상공인에 대한 정책자금의 성과분석 등 기존 선행연구가 관행적인 이중차분법(Difference in Difference) 적용으로 자기선택편의(Self-selection Bias)에 노출되어 있는 한계를 극복하고 있다.

이론적 배경 및 선행연구 검토

서정호 외(2019)에 따르면 우리나라 전체 취업자 중 소상공인 비중은 25.4%로 OECD 국가와 비교 시 매우 크다. 특히, 자영업은 도소매업, 숙박음식업, 개인서비스업 등 일부 업종에 쏠림이 심하고, 업체 간 경쟁과 과도한 부채로 수익성이 낮은 구조적 취약성이 있다. 김일광(2018)은 정부와 카드사 데이터를 분석한 결과 자영업자 소멸률이 13.3%에 달하고, 창업 후 5년 생존율이 26.9%로 신생업체의 3/4 가량이 5년 내에 폐업한다고 보고한다. 이러한 자영업 위기를 타개하기 위해 정부와 지자체에서는 자영업자의 운영자금, 경영개선, 임차보증금, 설비 및 장비 도입에 필요한 자금지원과 더불어 창업직업교육, 경영개선교육, 자영업컨설팅, 무료법률 지원 등 자영업자에 대한 다양한 지원 정책을 시행하고 있다(최은화(2015), 심준섭·윤병섭(2017)).

자영업자를 포함한 소상공인 금융지원에 대한 선행연구는 주로 정책자금의 효율성을 검증하고 정책적 시사점을 찾는 데 집중하고 있다. 정경희(2020)는 창업지원정책과 창업성과의 영향 관계를 분석하여 매출이 창업자금, 창업멘토링, 창업인프라(공간) 등에 유의하게 양(+)의 영향을 받음을 발견하였고, 김순태·민경명·오상영(2012)은 정책자금 수혜기업과 비수혜기업을 비교하여 분석한 결과, 자금지원은 생산유발 및 매출 증가에 기여함을 제시하였다. 또한 김영문·강태균(2018)은 소상공인시장진흥공단의 소상공인 지원제도를 분석한 결과 정책자금 지원은 경영자금의 이자부담 및 상환기간 부담을 완화시킴으로써 경영성과에 유의미한 영향을 미친다는 결과를 도출하였다.

이렇듯 기존의 선행연구에서는 소상공인의 금융지원정책 이용실태와 지원정책의 성과 및 방향에 대해 분석하고 있으나, 본 연구와 같이 기업 수준 자료를 활용하여 소상공인 사업자에 대한 대출효과를 실증적으로 분석한 연구는 드물다. 강형구·이진아(2020)는 네이버 스마트스토어 판매자 데이터를 활용해 선별지원 특성을 가진 D-커머스 자금지원 프로그램이 SME의 매출 및 매출 증가율에 미치는 긍정적 효과를 검증하였다.

네이버파이낸셜의 스마트스토어 대출은 네이버 스마트스토어 사업자 중 매출이 신청일 직전 3개월 연속 50만원 이상이면 신청 가능하며, 휴대폰 본인인증만으로 한도와 금리를 1분 만에 확인할 수 있다. 복잡한 서류 발급이나 지점에 방문하지 않아도, 홈택스에 등록된 개인용 공인인증서와 대표자 명의 휴대폰만 있으면 방문 없이 심사부터 입금까지 비대면으로 진행된다. 대출 한도는 최대 5천만원이며, 금리는 최저 연 4.90%에서 최고 연 10.30%를 제공한다. 실제 대출의 신청 및 실행은 미래에셋캐피탈을 통해 진행되며, 네이버파이낸셜은 미래에셋캐피탈의 지정대리인¹으로서 대안신용평가시스템을 기반으로 대출 심사를 담당한다.

네이버 스마트스토어 사업자 대출²



미래에셋캐피탈 스마트스토어 사업자 대출

최대 한도

5,000 만원

금리

연 4.90~10.30 %

• 중도상환 수수료 0원

• 신용정보 부족 시 스마트스토어 데이터로 평가

• 사업 운영자금은 대표자 신용점수에 영향 NO

• 금융위원회 지정대리인 사업자

본 연구에서는 네이버에서 제공하는 사업자 대출 이용이 스마트스토어 사업자의 매출 및 사업 활동에 미치는 영향을 추정하기 위해 대출을 이용한 사업자의 매출액과 대출을 이용하지 않은 사업자의 거래액과 판매상품수를 비교하며, 이 같은 분석에서 흔히 제기되는 자기선택편의(Self-selection Bias)를 해결하고자 노력하였다. 즉, 사업자가 위험중립적(Risk Neutral)이라고 가정할 때 대출 이용의 효용이 일정 수준 이상인 사업자는 대출을 이용하는 반면, 자신의 효용이 그에 못 미치는 사업자는 대출을 이용하지 않는다고 보는 것이 합리적이다. 따라서 대출 이용이 거래액에 미치는 영향을 제대로 추정하기 위해서는 대출 선택이라는 대출 이용자의 내생적 특성을 고려해야 한다. Heckman(1979)은 이 같은 특성을 변수생략에 따른 편의(Omitted Variable Bias)로 취급하여 이용자의 대출선택 성향을 통제 함수(control function) 형태로 모형에 추가하였다. 또한 Lee(1982)는 이를 좀더 일반화하여 이용자와 비이용자의 두 집단을 대상으로 차별적인 반응을 포착하는 내생적 교체회귀 모형(Endogenous Switching Regression Model)을 제시하였다.

¹ 지정대리인제도는 금융위원회가 혁신적 금융서비스를 위해 도입한 제도로, 지정대리인에 선정된 핀테크 기업은 해당 금융 회사와 함께 보험 인수 심사, 대출 심사 등의 업무를 공동으로 운영해볼 수 있다. 네이버파이낸셜은 2020년 6월 미래에셋캐피탈의 지정대리인으로 선정됐다.

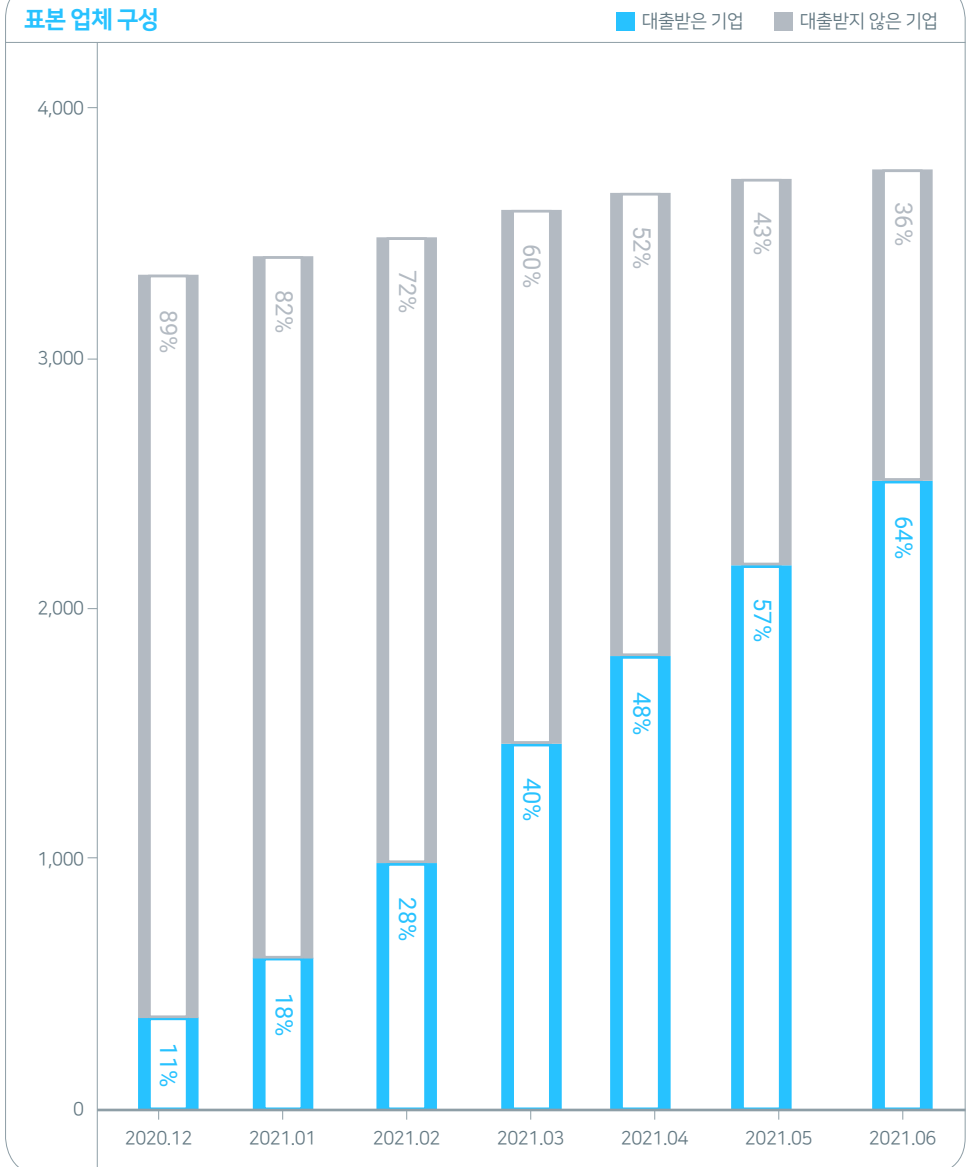
² <https://finsupport.naver.com/storeloan>

분석 자료

본 연구의 분석에 활용한 자료는 2020년 12월에서 2021년 6월까지 7개월 동안 네이버 스마트스토어 사업자의 특성과 사업활동에 관한 자료이다. 총 4,336개 사업체가 표본으로 추출되었으며, 이 중 대출을 받은 사업체가 2,253개, 대출을 받지 않은 사업체가 2,083개이다. 일반적으로 두 집단 간 비교를 분석할 때에는 선택편향의 문제를 해결하기 위하여 성향점수매칭 (Propensity Score Matching)을 사용하는데 본 연구에서도 표본 기간동안 대출을 받은 모든 업체와 스마트스토어 사업자 대출 자격³을 충족하는 사업체 중에서 대출을 받지 않은 사업체를 표집하였다.

표본기간 중 당월 및 그 전에 대출을 받은 업체와 그렇지 않은 업체 수를 나타내면 다음 그림과 같다. 매월 평균 334개 업체가 대출을 받았으며, 누적으로는 2020년 12월 333개에서 2021년 6월에 2,200업체가 대출을 받았다. 대출받은 업체가 전체 표본에서 차지하는 비중은 2020년 12월에는 10.6%에 불과하였으나 2021년 6월에는 63.7%에 이르고 있다. 따라서 분석 대상 표본에서 2021년 3월 이전에는 대출받은 업체의 수가 차지하는 비중은 30%에 못 미치므로, 2021년 3월 및 그 이후 업체를 대상으로 분석한다.⁴

표본 업체 구성



³ 스마트스토어 기준 3개월 연속 순거래액 50만원 이상

⁴ 대출받지 않은 업체의 수에 비해 대출받은 업체의 수가 현저히 작은 경우 대출실행여부를 기준으로 일부 변수의 분포가 매우 불균형할 수 있다. 이 경우 대출효과를 제대로 추정하기 어렵다.

2021년 6월까지 대출을 받은 모든 사업체와 표본으로 추출된 대출받지 않은 업체 중에서 본 연구에 적용되는 모형의 주요 변수인 거래액, 업력, 판매상품수 등의 값이 0 또는 0에 매우 근사하거나 변수 값이 결측인 경우는 최종 표본에서 제외하였다. 2021년 6월 기준 대출을 받은 사업자와 대출을 받지 않은 사업자 주요 특성의 기술통계량은 다음과 같다. 대출을 받은 사업자의 수와 대출을 받지 않은 사업자의 수는 각각 1,923과 1,366이다. 대출을 받은 사업자의 거래액 평균과 대출을 받지 않은 사업자의 거래액 평균은 각각 1,407만원과 1,464만원이다. 두 집단 간 거래액 평균의 차이는 통계적으로 유의하지 않으며⁵ 실험그룹과 통제그룹이 순거래액 등 대출자격 기준으로 동일하게 구성되어 있음을 알 수 있다. 대표카테고리⁶와 업력, 판매상품수 등 주요 설명변수의 분포는 각각 상이하다.⁷ 선택변수인 판매자등급⁸의 경우 대출을 받은 사업자의 4등급 이상의 비중이 대출을 받지 않은 사업자의 4등급 이상 비중보다 월등히 크다. 즉 대출 이용과 판매자등급 간에 긴밀한 상관성이 있음을 시사한다.

⁵ Linear ANOVA 분석 결과 p-value 0.5951 도출됨

⁶ 대표카테고리는 빈도 수에 따라 상위 7개를 선택하고, 나머지는 “기타”로 구분한다. 상위 7개는 “가구/인테리어,” “디지털/가전,” “생활/건강,” “스포츠/레저,” “식품,” “패션의류,” “패션잡화”이다. “기타”는 “도서,” “여가/생활편의,” “여행/문화,” “출산/육아,” “화장품/미용” 등을 포함한다.

⁷ Pearson's Chi-squared Test 결과 모두 유의수준 1%에서 통계적으로 유의함

⁸ 스마트스토어의 판매자 등급은 총 6단계로, 최근 3개월의 판매활동 실적 집계를 통해 매월 2일 반영된다.
<https://help.sell.smartstore.naver.com/faq/content.help?faqId=4360>

	대출받음	대출받지 않음	전체
표본의 크기 (개수)	1,923	1,366	3,289
거래액 (백만원)			
평균	14.07	14.64	14.31
표준편차	26.56	34.67	30.19
최소값	0.01	0.01	0.01
중앙값	4.72	4.5	4.59
최대값	317.29	593.53	593.53

	대출받음	대출받지 않음	전체
대표카테고리 (개수)			
가구 및 인테리어	198(10.3%)	156(11.4%)	354(10.8%)
기타	217(11.3%)	157(11.5%)	374(11.4%)
디지털 및 가전	148(7.7%)	375(27.5%)	523(15.9%)
생활 및 건강	559(29.1%)	219(16.0%)	778(23.7%)
스포츠 및 레저	174(9.0%)	160(11.7%)	334(10.2%)
식품	264(13.7%)	70(5.1%)	334(10.2%)
패션의류	161(8.4%)	57(4.2%)	218(6.6%)
패션잡화	202(10.5%)	172(12.6%)	374(11.4%)
업력 (연수)			
평균	2.64	2.05	2.40
표준편차	1.83	1.89	1.87
최소값	0.11	0	0
중앙값	2.12	1.37	1.88
최대값	9.23	9.22	9.23
판매상품수 (개수)			
평균	782.99	306.59	585.13
표준편차	3,781.43	2,336.45	3,268.03
최소값	1	1	1
중앙값	75	20	44
최대값	50,000	49,558	50,000
판매자등급 (개수)			
1등급	3(0.2%)	1(0.1%)	4(0.1%)
2등급	500(26.0%)	71(5.2%)	571(17.4%)
3등급	581(30.2%)	92(6.7%)	673(20.5%)
4등급	511(26.6%)	147(10.8%)	658(20.0%)
5등급	328(17.1%)	1,055(77.2%)	1,383(42.0%)

분석 결과

1. 스마트스토어 대출의 매출 성장 지원 효과

가장 최근에 대출이 실행된 2021년 6월의 분석결과는 다음과 같다.⁹ 대출선택모형과 대출자결과모형, 대출선택모형과 비대출자결과모형의 상관관계를 나타내는 “대출자결과모형: ρ ”와 “비대출자결과모형: ρ ”는 각각 -0.807과 -0.644로 유의수준 0.1% 미만에서 통계적으로 유의하다. 즉 대출선택모형의 오차항과 대출자결과모형의 오차항 간에 유의한 음의 상관관계가 있음을 의미한다. ρ 의 부호가 음인 것은 대출을 받은 사업자들이 임의로 선택되었을 때보다 더 거래액 증가율이 높음을 의미한다. 기술통계량에서 두 사업자 그룹 간 거래액 평균은 큰 차이가 없지만 이 같은 선택편의(Selectivity Bias)를 고려할 경우 대출을 선택한 사업자들의 거래액 증가율은 더 높을 것으로 기대할 수 있다.

대출자의 거래액 증가율¹⁰에 영향을 미치는 변수는 로그업력과 로그판매상품수 및 대표카테고리 일부이다. 업력이 크고 판매상품수가 많을수록 거래액증가율이 높다. 다른 모든 조건이 동일한 경우 “디지털/가전”은 “가구/인테리어”와 비교하여 거래액 증가율이 높으며, “생활/건강”과 “식품”, “패션잡화”, “기타”는 거래액 증가율이 낮다.

비대출자는 업력이 클수록 거래액 증가율이 낮다. 판매상품수의 영향은 유의하지 않다. 다른 모든 조건이 동일한 경우 대표카테고리가 “디지털/가전”이거나 “스포츠/레저”, “패션잡화”인 경우 거래액 증가율이 높다. 여타 카테고리의 영향은 유의하지 않다.

⁹ 다른 시점의 추정결과에 대해서는 저자에게 문의하기 바란다. 대체로 유사하다.

¹⁰ 앞서 설명한 바와 같이 대출자 결과모형과 비대출자 결과모형의 종속변수(dependent variable)은 로그 거래액이다. 따라서 이 모형에서 각각의 설명변수(explanatory variable)가 종속변수에 미치는 영향은 설명변수 한 단위 변화에 따른 거래액의 $100 \times \beta$ 증가로 해석한다. 설명변수도 로그값인 경우 설명변수의 1% 변화에 따른 $\beta\%$ 증가이다.

모형 추정 결과

(2021년 6월)

	대출선택모형	대출자결과모형	비대출자결과모형
상수항	-0.9143*** (0.0897)	15.6023*** (0.1367)	14.2203*** (0.1296)
대표카테고리: 가구/인테리어	-0.0127 (0.1056)	-0.4688** (0.1475)	0.1856 (0.1638)
대표카테고리: 디지털/가전	-0.8057*** (0.1068)	0.9063*** (0.1582)	0.4465** (0.1405)
대표카테고리: 생활/건강	-0.1444 (0.093)	-0.4701*** (0.124)	-0.1747 (0.1477)
대표카테고리: 스포츠/레저	-0.3171** (0.1074)	0.233 (0.1604)	1.0584*** (0.1635)
대표카테고리: 식품	0.199 † (0.1134)	-0.335* (0.1459)	-0.8346*** (0.2029)
대표카테고리: 패션의류	-0.2037 (0.1303)	0.3071 † (0.1589)	-0.0867 (0.2273)
대표카테고리: 패션잡화	-0.268* (0.1095)	-0.0113 (0.147)	0.849*** (0.1663)
로그업력	0.0612* (0.0303)	0.2384*** (0.0482)	0.1279*** (0.039)
로그판매상품수	0.0543*** (0.014)	0.0463* (0.0185)	-0.0096 (0.0259)
판매자등급: 1등급/2등급	2.2165*** (0.0657)		
판매자등급: 3등급	1.9089*** (0.0755)		

	대출선택모형	대출자결과모형	비대출자결과모형
판매자등급: 4등급	1.2236*** (0.066)		
대출자결과모형: sigma		1.6293*** (0.0275)	
대출자결과모형: rho		-0.8067*** (0.0175)	
비대출자결과모형: sigma			1.6921*** (0.0407)
비대출자결과모형: rho			-0.6444*** (0.0343)

Note: 1 *** p < 0.001; ** p < 0.01; * p < 0.05; † < 0.1

위 모형을 통해 대출을 받은 사업자가 실제 실현한 결과, 즉 $E(y_1 | d_1, x_1)$ 와 이 사업자가 대출을 받지 않았다면 실현했을 가상적 결과, 즉 $E(y_1 | d_0, x_1)$ 을 비교하면, 거래액은 평균 141.4% 증가한다. 또한 대출을 받지 않은 사업자 실제 실현한 결과, 즉 $E(y_0 | d_0, x_0)$ 와 이 사업자가 만일 대출을 받았다면 실현했을 가상적 결과, 즉 $E(y_0 | d_1, x_0)$ 를 비교할 경우에도 거래액은 평균 154.0% 증가한다. 두 처리효과의 분산(표준편차)은 매우 작다. 이로써 대출선택 여부에 따른 사업자의 이질성을 고려할 경우 대출 이용이 거래액 증가율에 미치는 효과는 매우 명백함을 확인할 수 있다.

대출이 거래액에 미치는 영향 (2021년 6월)				
시점	집단구분	대출을 받았을 때의 결과	대출을 받지 않았을 때의 결과	처리효과
2021-06-01	대출자	15.2034	13.7895	1.4139
		(0.7415)	(0.6986)	(0.0118)
	비대출자	16.6264	15.0865	1.5399
		(0.838)	(0.6522)	(0.0157)

* 괄호 안은 표준편차

분석 기간인 2021년 3월에서 2021년 6월까지 4개월 전기간의 관측치를 통합(Pooling)하여 대출이 거래액에 미친 영향을 추정한 결과, 대출을 받은 사업자는 대출을 받지 않았을 경우와 비교하여 평균적으로 97.9% 거래액이 증가하며, 통계적으로 유의하다. 대출을 받지 않은 사업자도 대출을 받았다고 가정할 경우 평균적으로 236.4% 거래액이 증가한다. 동일하게 통계적으로 유의하다.

대출이 거래액에 미치는 영향

(전 기간)

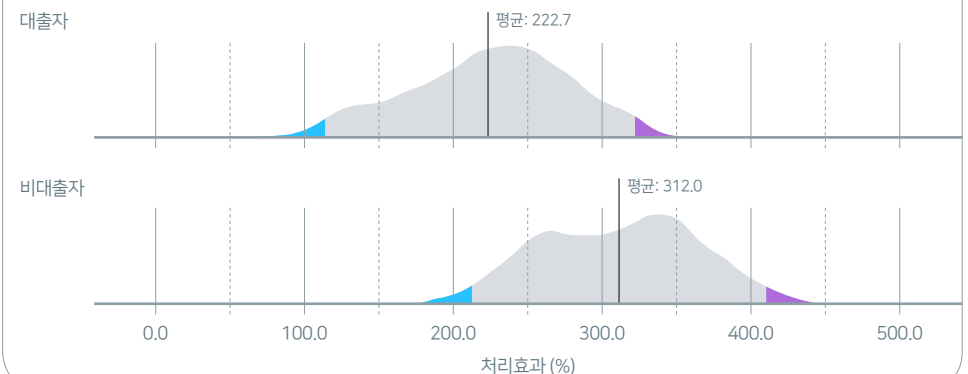
집단구분	대출을 받았을 때의 결과	대출을 받지 않았을 때의 결과	처리효과
대출자	15.1564 (0.9441)	14.1775 (0.3998)	0.9789 (0.0097)
비대출자	17.6596 (0.9214)	15.2957 (0.3613)	2.3639 (0.0085)

* 괄호 안은 표준편차

전 기간에 걸친 처리효과를 도식화하면 아래 그림과 같다. 위 표의 결과와 같이 대출자와 비대출자의 처리효과는 각각 0.98%와 2.36%이다. 대출자의 처리효과 중 일부는 0보다 작은 구간에 위치하나, 두 경우 모두 전체적으로 처리효과의 분포는 명확히 0보다 크다.

전 구간 처리효과 분포

추정치 누적 확률 ■ (0, 0.025] ■ (0.025, 0.975] ■ (0.975, 1]



2. 스마트스토어 대출의 사업 활동 지원 효과

위 모형(결과모형)에서 설명변수인 판매상품수를 종속변수로 설정하여 추가적인 모형을 추정한다. 판매상품수는 네이버 스마트스토어에 입점하는 사업자들의 활동성을 대표하는 지표이다. 추가적인 모형은 네이버 파이낸셜의 대출 이용이 판매상품수가 대리하는 사업자의 활동에 미치는 영향을 추정한다. 위 모형과 같이 대출선택에 따른 사업자의 이질성을 통제하며, 대표카테고리, 로그업력을 설명변수로 사용한다. 종속변수는 판매상품수의 로그값이다.¹¹ 대출선택모형에서는 로그거래액을 설명변수로 추가한다.¹²

대출자에 대하여 로그판매상품수를 종속변수로 설정한 모형과 로그거래액을 종속변수로 설정한 모형의 추정 결과를 비교하면 아래 표와 같다. 대표카테고리 및 로그업력의 영향은 두 모형 모두 유사하다. 대표카테고리에서는 “생활/건강”의 경우 기준이 되는 “기타”에 비하여 로그판매상품수에 양(+)의 영향을 미치지만, 로그거래액에는 음(-)의 영향을 미친다. 또한 “스포츠/레저”는 로그판매상품수에 양의 영향을 미치며 통계적으로 유의하지만, 로그거래액에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는다. 전반적으로 로그판매상품수가 종속변수인 모형이 설명변수의 효과가 더욱 뚜렷하다. 대표카테고리가 “가구/인테리어,” “디지털/가전,” “식품”인 경우 “기타”에 비해 로그판매상품수를 크게 감소시키며, “생활/건강,” “스포츠/레저,” “패션의류,” “패션잡화”인 경우 로그판매상품수를 크게 증가시킨다. 예시하면, 대표카테고리가 “디지털/가전”인 경우 “기타”에 비해 다른 모든 조건이 동일할 때 로그판매상품수를 61.4% 감소시킨다. 로그업력의 영향도 로그판매상품수가 종속변수인 모형에서 훨씬 크다. 다른 모든 조건이 동일할 때 업력이 1% 증가하면 로그판매상품수는 53.9% 증가한다.

판매상품수에 대한 영향

	대출자 결과모형 비교		비대출자 결과모형 비교	
	Log(판매상품수)	Log(거래액)	Log(판매상품수)	Log(거래액)
가구/인테리어	-0.6446***	-1.4857***	0.6129***	-0.149†
	-0.0399	-0.1101	(0.0722)	-0.0761
디지털/가전	-0.6143***	0.574***	0.7301***	0.4315***
	-0.092	-0.1122	-0.0723	-0.0641
생활/건강	0.0957*	-0.8474***	0.3292***	0.1378*
	-0.0484	-0.0877	-0.0541	-0.0643
스포츠/레저	0.5275***	0.1301	0.1582†	0.1685*
	-0.0799	-0.1069	-0.0847	-0.0733
식품	-0.9242***	-0.5617***	-0.5652***	0.3758***
	-0.0656	-0.0986	-0.0603	-0.0832
패션의류	0.9679***	-0.6534***	1.6199***	-0.1885*
	-0.0628	-0.1176	-0.0904	-0.0914
패션잡화	0.3416***	1.1449***	1.1084***	0.1636*
	-0.0515	-0.1133	-0.0692	-0.0724
Log(업력)	0.5395***	0.1847***	0.1868***	0.0465**
	-0.034	-0.032	-0.0209	-0.0176
Log(판매상품수)		-0.0843***		-0.0817***

Note: 1 *** p < 0.001; ** p < 0.01; * p < 0.05; † < 0.1

¹¹ 추가적인 모형에서는 이전 모형의 종속변수인 로그거래액을 제외한다. 로그거래액을 설명변수로 포함시킬 경우 로그거래액과 대표카테고리나 업력과 같은 설명변수의 상관성이 매우 크기 때문에 모형이 추정되지 않는다. 새 모형에서 로그거래액의 변동은 대표카테고리와 업력을 통해 반영된다.

¹² 대출선택모형의 결과는 이전 모형의 결과와 유사하므로 지면상 생략한다. 자세한 것은 저자에게 문의하기 바란다.

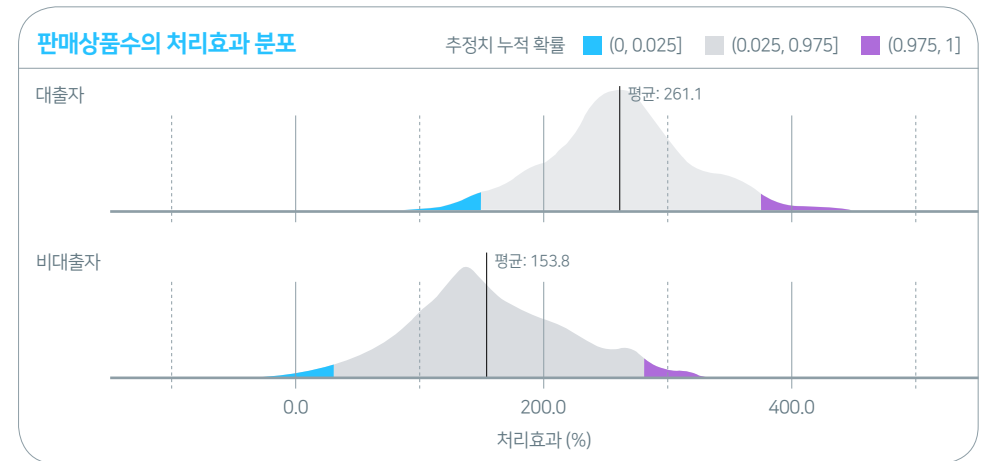
비대출자의 분석 결과도 대출자의 분석 결과와 유사하게 로그판매상품수를 종속변수로 설정한 모형에서 각 변수의 영향이 훨씬 명백하다. 식품을 제외하면 모든 카테고리가 기준이 되는 “기타”보다 로그판매상품수를 증가시킨다. “패션의류”는 로그판매상품수가 종속변수인 모형과 로그거래액이 종속변수인 모형의 영향이 각각 1.62와 -0.188로 반대이다.

분석 기간 전 기간에 걸쳐 대출이 판매상품수에 미친 영향을 추정한 결과, 대출을 받은 사업자는 대출을 받지 않았을 경우와 비교하여 평균적으로 261.1% 판매상품수가 증가하며, 통계적으로 유의하다. 대출을 받지 않은 사업자도 대출을 받았다고 가정할 경우 평균적으로 153.8% 판매상품수가 증가한다. 동일하게 통계적으로 유의하다. 앞서 거래액과 달리 대출의 효과는 대출을 받은 경우에 더 크다.

전 기간에 걸친 처리효과를 도식화하면 아래 그림과 같다. 그림에서 보듯 대출자의 처리효과와 비대출자의 처리효과 모두 명백히 0보다 크다.

대출이 판매상품수에 미치는 영향 (전 기간)			
집단구분	대출을 받았을 때의 결과	대출을 받지 않았을 때의 결과	처리효과
대출자	4.5168	1.9053	2.6115
	(0.7436)	(0.7271)	(0.0074)
비대출자	4.8959	3.3575	1.5384
	(0.8828)	(0.7489)	(0.0075)

* 괄호 안은 표준편차



요약 및 결론

본 연구의 분석 결과에서는 네이버의 대안적신용평가에 의한 대출은 대출자와 비대출자의 거래액에 통계적으로나 경제적으로 모두 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 대출자의 처리효과보다 비대출자의 처리효과가 크게 나타났으며, 이는 대출 활용의 잠재적 가능성을 의미하는 것이라고 판단한다. Stiglitz and Weiss(1981)는 정보의 비대칭성이 개입하는 대출 시장에서 대출자는 대출기관에 비해 자신의 사업안에 대해 정보상 우위에 있으며, 대출의 효용이 큰 차입자, 즉 대출로 인한 손실보다 기대수익이 훨씬 큰 차입자가 더욱 대출을 선호함으로써 이 같은 고위험 대출자를 의식한 대출기관이 대출을 기피하거나 아주 높은 수준의 대출비용(금리)을 부과함으로써 대출 시장이 성립하지 않을 가능성이 있음을 지적하였다. 이 같은 논리라면 일견 대출자의 처리효과보다 비대출자의 처리효과가 더 큰 것은 모순적일 수 있다. 그러나 Stiglitz and Weiss(1981)의 모형은 실현된 대출에 대해 설명하는 것인 반면, 본 연구의 분석은 실현된 대출과 실현되지 않았을 수도 있는 대출이라는 반사실적 가정, 또는 실현되지 않은 대출과 실현되었을 수도 있는 대출이라는 반사실적 가정 간의 성과를 비교하는 것이어서 차이가 있다고 판단한다. 즉 본 연구의 처리효과란 대출의 기회비용을 의미하는 것이지 대출의 선호를 의미하는 것은 아니다. 오히려 비대출자의 처리효과가 더욱 크다는 것은 비대출자에게 적절한 조건을 부과하여 대출을 실행했을 경우 이들의 성과가 더욱 클 수 있음을 의미하는 것으로서 대출의 한계 편익이 비대출자에게 더욱 큼을 뜻한다.

Stiglitz and Weiss(1981)의 모형대로 대출을 받기 힘든 고위험 대출자라면 기대수익의 확률분포가 오른쪽으로 꼬리가 긴 분포를 갖고 있을 것이고, 이 때 이들에게 대출 편의를 제공한다면, 즉 오른쪽 사건의 발생 가능성을 제고한다면 기대수익은 훨씬 크게 증가할 것이다. 이런 측면에서도 본 연구의 분석은 Stiglitz and Weiss(1981)의 모형과도 상응한다. 또한 본 연구는 서비스 런칭 직후 6개월의 데이터를 분석한 것으로 향후 대출 서비스가 더 알려지고 신청자가 늘어남에 따라 더 많은 사업자들이 성장을 경험할 수 있을 것으로 기대된다.

본 연구의 결과는 대안신용평가시스템이 보다 많은 사업자에게 성장 기회를 제공할 수 있음을 시사하고 있다. 비금융 데이터를 활용한 대안신용평가시스템을 활성화하여 신용점수를 보완하고, 평가 등급에 맞는 적절한 금융상품을 설계하여 제공할 수 있다면, SME가 창출하는 경제적 가치가 더욱 커질 수 있을 것으로 예상된다. 특히 금융 및 비금융기관들이 협업을 통해 대안신용평가시스템을 개선하고 활용해 간다면, SME에게 더욱 힘이 되는 금융 서비스가 다양해질 것으로 기대된다. 이는 특히 고객 기반이 한정된 지방은행이나 소형 금융기관들에게 새로운 기회로 다가올 수 있을 것이다.

네이버의 대안적신용평가에 의한 대출은 대출자와 비대출자의 거래액에 통계적으로나 경제적으로 모두 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

SME가 창출하는 경제적 가치가 더욱 커질 수 있고, SME에게 더욱 힘이 되는 금융 서비스가 다양해질 것으로 기대된다.

참고 문헌

김영문, 강태균. (2018). “소상공인에 대한 정부지원제도가 소상공인 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 전북지역 소상공인에 대한 분석 결과”. *한국창업학회지*, 13(3), 1-27.

김순태, 민경명, 오상영. (2012). “소상공인 정책자금의 성과분석 연구”. *한국산학기술학회 논문지*, 13(4), 1594-1602.

김일광. (2018). “우리나라 자영업 업체 현황과 재무특성에 관한 연구-산업별 비중 및 창·폐업, 생존기간 분석을 중심으로”. *지역산업연구*, 41(3), 343-364.

강형구, 이진아. (2020). “SME 스케일업을 위한 D-커머스 자금지원 프로그램”. *네이버 D-커머스 리포트* 2020, 18-37.

서정호, 이규복, 이기혁. (2019). “국내 자영업자의 부채구조와 정책적 시사점”. *KIF 금융분석리포트*, 2019(7), 1-77.

정경희. (2020). “초기 창업기업 창업지원정책의 효과성 분석: 창업업종 및 창업성장단계 조절효과”. *벤처창업연구*, 15(1), 59-70.

황수영, 이정진, 김용덕. (2021). “우리나라 중소기업 대출과정에서 관계금융의 영향분석”. *한국증권학회지*, 50(5), 521-55.

Heckman, James Joseph. (1979). *Statistical Models for Discrete Panel Data*. Department of Economics; Graduate School of Business, University of Chicago.

Lee, Lung-Fei. (1982). “Some Approaches to the Correction of Selectivity Bias.” *The Review of Economic Studies* 49 (3): 355-72.

Stiglitz, Joseph E, and Andrew Weiss. (1981). “Credit Rationing in Markets with Imperfect Information.” *The American Economic Review* 71 (3): 393-410.

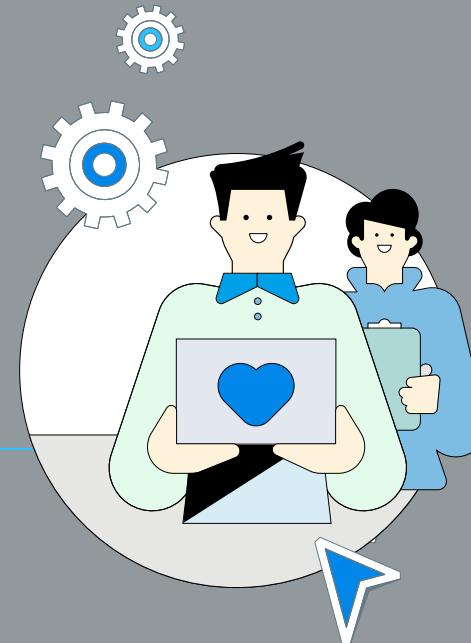


PART 3.

신파일러를 위한 '후불결제' 서비스

김우진 (서울대학교)

김준범 (서울대학교)



EXECUTIVE SUMMARY

'BNPL'의 글로벌 성장세

최근 해외에서 MZ 세대를 중심으로 후불결제 시장이 급속도로 성장하고 있다. 'BNPL'로도 불리는 이 서비스는 소비자가 대금 결제 없이 일단 물건을 받고 추후에 결제하는 방식으로, 실질적으로는 후불결제 기업이 판매자에게 대금을 선지급하고, 구매자에게는 단기 신용을 제공한다. 후불결제를 이용하는 소비자 입장에서는 신용카드가 없어도 구매 비용을 분할납부 할 수 있어 편리하며, 판매자 입장에서 매출이 증가하고 판매대금 손실을 걱정할 필요가 없다는 이점이 있다.

글로벌 BNPL 시장 규모는 2018년 285억달러(약 32조원)였으나, 2019년에는 352억달러(약 39조원) 정도 규모로 성장했다. 2025년까지 연평균 13% 이상 성장해 680억달러(약 76조원) 규모의 시장을 형성해 주요 핀테크 사업으로 자리매김 할 것으로 예상된다. 대표적인 후불결제 기업으로는 호주의 '애프터페이(Afterpay)', 미국의 '어firm(Affirm)', 유럽의 '클라르나(Klarna)' 등이 있으며, 2020년 거래규모가 전년대비 32.3%~98.9% 증가할 정도로 모두 빠르게 성장하고 있다.

국내에는 네이버페이 후불결제 서비스

국내 후불결제 서비스는 관련 규제환경 차이로 해외와는 다른 발전 양상을 보이고 있다. 후불결제는 금융규제 샌드박스 제도를 통해 신용카드사가 아닌 다른 기업에게 시범적으로 허용되고 있다. 2021년 2월 18일, 금융위원회가 소비자에게 편리한 결제서비스를 제공하고, 신용카드 이용이 어려운 청년, 주부 등 금융소외계층에도 소액신용기회를 제공하여 포용금융을 달성하기 위해 '네이버페이 후불결제 서비스'를 혁신금융 서비스로 지정하면서 처음으로 국내에 도입되었다. 네이버페이 후불결제 서비스는 네이버페이 결제 전 포인트 잔액이 부족한 경우, 월 30만원 한도 내에서 추후 납부할 수 있는 후불결제 서비스로, 금융정보와 비금융정보(결제, 쇼핑 이력 등)를 결합한 대안신용평가시스템(Alternative Credit Scoring System; ACSS)을 활용해 소비자의 개별 한도를 산정한다. 지난 4월 서비스 출시 이후 고도화를 거쳐 사용자를 점차적으로 확대하고 있으며 결제대금은 3.4억원에서 8월 기준 29억원으로 성장했다.

썬파일러는 누구인가?

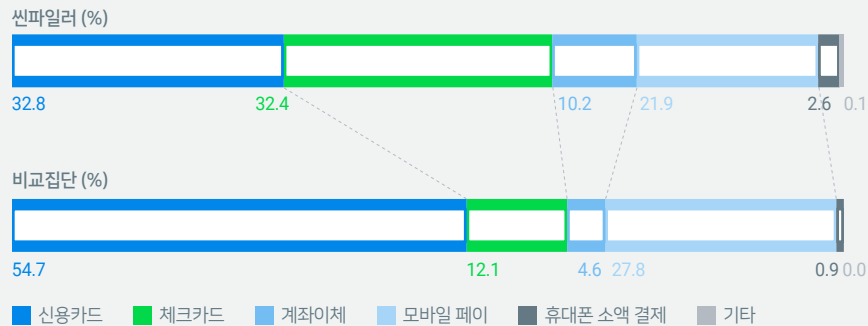
본 연구는 국내 후불결제 시장이 금융 이력이 거의 없는 썬파일러(Thin Filer, 금융 이력 부족자)가 주요 잠재 고객임을 착안하여 설문 조사를 통해 이들의 특성을 신용 기록이 있는 일반 팻파일러(Fat Filer)와 비교 분석하고 후불결제에 대한 시사점을 도출하고자 하였다. 금융권에서는 신용카드가 없거나 대출 이력이 없는 사람을 썬파일러로 정의하고 있으나, 본 연구에서는 신용카드 발급이 어렵지 않은 국내 상황을 고려해 썬파일러 그룹을 신용카드가 없거나 한도 300만원 이하인 경우로 정의하고 설문조사를 진행했다. 주요 발견 사항은 다음과 같다.

결제수단

신평일러일수록 일시적인 자금 부족 상황에서 현금결제를 유예해줄 수 있는 결제수단 이용이 어려움.

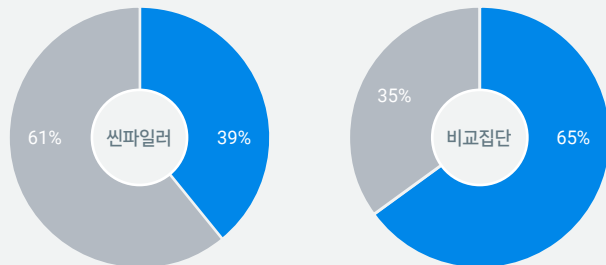
- 신평일러는 온라인 구매 시 비교집단에 비해 신용카드의 사용 비중(32.8%)이 상대적으로 낮은 반면, 체크카드(32.4%), 계좌이체(10.2%) 비중이 상대적으로 높음.
- 신평일러는 할부 구매 이용 경험 비중은 40% 미만으로 65% 이상인 비교집단에 비해 월등히 낮은 수준.

온라인 구매 결제 방식



할부구매 사용여부 및 사용금액

■ 있다 ■ 없다



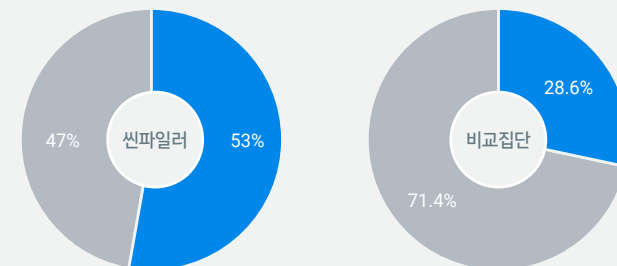
소득 및 직업

신평일러 그룹에서 정규직 비중이 적고, 근무형태의 불확실성이 크며, 노동소득도 그만큼 변동성이 클 가능성이 있음.

- 신평일러의 경우 연평균 가구소득이 4천만원 미만인 경우가 전체의 약 절반으로, 비교집단에 비해 낮은 소득 수준을 기록하고 있음.

연평균 가구 소득

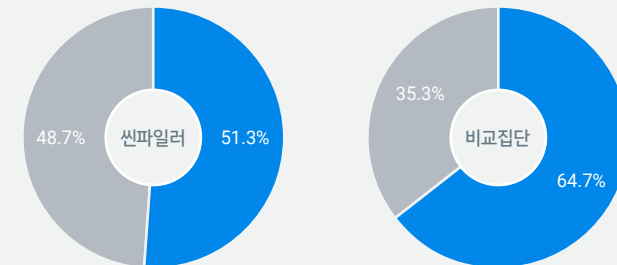
■ 4천만원 미만 ■ 4천만원 이상



- 신평일러는 4대보험 가입비율이 51.3%로 64.7%인 비교집단에 비해 통계적으로 유의하게 낮음.

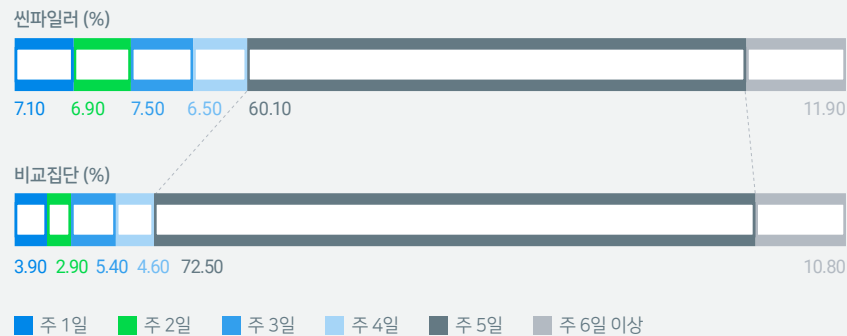
4대보험 여부

■ 가입 ■ 미가입



- 쉼파일러는 주당 평균 근무일수가 4일 이하인 경우가 전체의 22%로 비교집단에 비해 높게 나타남.

최근 6개월 기준 평균 근무일수

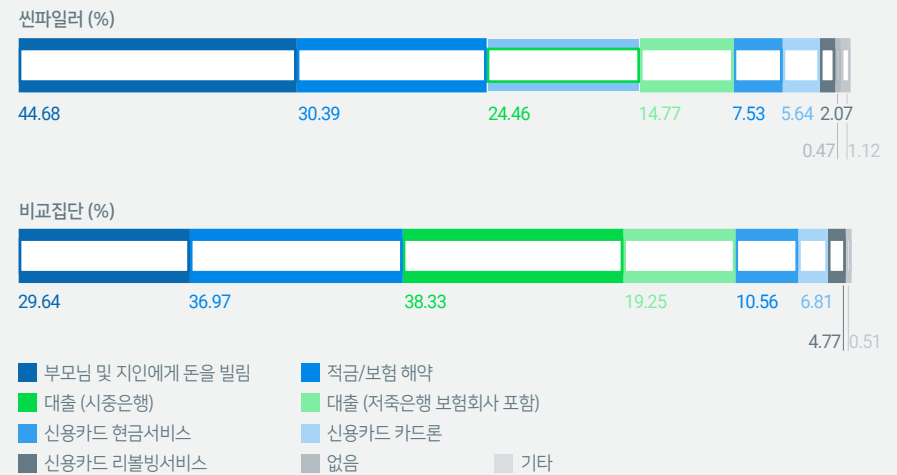


금융활동 및 태도

쉼파일러 그룹은 자금부족 상황에 대해 적절한 대책을 준비하지 못하고 있으며, 금융기관에서 필요한 도움을 받지 못하고 자금응에 의존할 가능성이 높음.

- 긴급 자금 조달 계획으로 쉼파일러 그룹은 '부모님 및 지인에게 돈을 빌린다'가 45%로 가장 높게 나타난 반면, 비교집단에서는 대출과 적금/보험 해약이 높게 나타남.

긴급 자금 조달 계획



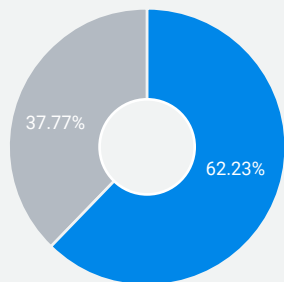
- 쉼파일러의 경우 비상시에 대비하여 자금을 미리 준비해둔 경우도 비교집단에 비해 통계적으로 유의하게 낮음.

후불결제 서비스 들여다보기

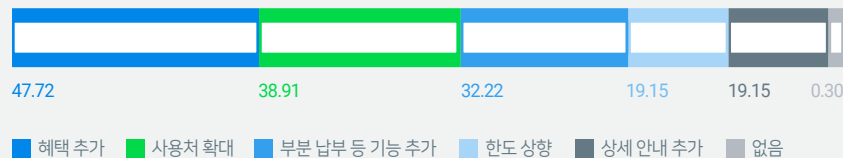
국내 후불결제 서비스가 출시된 이후 기간이 얼마 경과되지 않아 서비스 사용 경험이 있는 응답자를 추가로 확보하여 설문을 진행한 결과, 신규 서비스로서의 후불결제에 대한 관심은 높고, 식품을 포함한 다양한 품목을 구매하고는 있으나, 대부분 거래가 10만원 미만으로 아직은 소규모인 것으로 나타났다. 전체 응답자의 62%가 향후 서비스를 계속 사용할 의향이 있으며, 후불결제의 개선 방향에 대해서는 '혜택 추가', '사용처 확대', '부분 납부 등 기능 추가' 등 그 서비스를 확대할 것을 요구하고 있다. 특히 해외 주요 BNPL 업체들의 결제 방식이 부분 납부임을 고려할 때, 부분 납부 기능의 추가로 후불결제 수요를 증대시킬 수 있을 것으로 보인다.

앞으로 후불 결제 서비스를 계속 사용하실 계획이십니까?

■ 예 ■ 아니요



귀하께서는 후불 결제 서비스에서 개선이 필요하다고 생각한 사항은 무엇입니까? (모두 선택)



후불결제 서비스의 잠재력

본 연구는 설문조사를 통해 신피파일러의 특성을 확인하고 후불결제 서비스가 신피파일러에게 실질적인 도움을 줄 수 있는 가능성을 확인했다는 점에서 의의가 있다. 일반적으로 사람들은 안정적인 삶을 영위하기 위해 소비 수준을 일정하게 유지하려는 경향이 있으며, 이를 '소비 평활화(Consumption Smoothing)'라고 한다. 신피파일러일수록 근무 형태가 불안정하고 미래 소득 예측이 어려워 적절한 지출 분배가 중요한데, 신피파일러는 일시적인 자금 부족 문제를 해소할 수 있는 적절한 결제 수단이 부족하며, 금융기관에서 필요한 자금 조달 등 도움을 얻지 못하고 있어 소비 평활화가 어려울 것으로 예상된다. 후불결제 서비스는 이러한 신피파일러의 어려움을 해소하는데 도움이 될 수 있을 것으로 기대된다. 향후 후불결제 서비스의 기능 개선·확대와 함께, 신피파일러의 특성(예컨대 2개 이상의 직업, 4대보험 미가입 등)을 고려한 다양한 금융서비스가 지속 개발이 된다면, 금융소외계층을 위한 포용금융이 진정으로 자리 잡을 수 있을 것으로 기대된다.

CONTENTS



연구 배경 및
필요성

29

설문 결과 분석

34

국내외
후불결제 시장 현황

30

결론 및 시사점

42

설문 방법

33

연구배경 및 필요성

최근 해외에서는 선구매 후지불 서비스 또는 후불결제 서비스(Buy Now Pay Later) 시장이 급속히 확대되고 있다. 'BNPL'로도 불리는 이 서비스는 소비자가 대금 결제 없이 일단 물건을 받고 추후에 결제하는 방식으로, 실질적으로는 판매 플랫폼이 판매자에게 대금을 선지급하고, 구매자에게는 단기 신용을 제공하는 형태이다. BNPL은 모바일 디지털 환경을 선호하는 'MZ 세대(밀레니얼+Z 세대·1981~2004년생)'이 주요 고객으로, 글로벌 BNPL 시장 규모는 2018년 285억달러(약 32조원)였으나, 2019년에는 352억달러(약 39조원) 정도 규모로 성장했다. 영국에서는 이미 패션, 미용 용품 구입시 BNPL이 2대 지불수단으로 성장하였으며, 2025년까지 연평균 13% 이상 성장해 680억달러(약 76조원) 규모의 시장을 형성해 주요 핀테크 사업으로 자리매김할 것으로 예상된다.¹

국내 후불결제 서비스는 관련 규제환경 차이로 해외와는 다른 발전 양상을 보이고 있다. 후불결제는 금융규제 샌드박스 제도를 통해 신용카드사가 아닌 다른 기업에게 시범적으로 허용되고 있다. 2021년 2월 18일, 금융위원회가 소비자에게 편리한 결제서비스를 제공하고, 신용카드 이용이 어려운 청년, 주부 등 금융소외계층에도 소액신용기회를 제공하여 포용금융을 달성하기 위해 '네이버페이 후불결제 서비스'를 혁신금융 서비스로 지정하면서 처음으로 국내에 도입되었다. 네이버페이 외에 카카오페이, 토스도 후불결제 혁신금융 서비스를 신청하여, 2022년 중 서비스 출시를 앞두고 있다. 쿠팡의 경우 혁신금융 서비스는 아니지만 직매입한 상품을 구매할 때만 결제대금을 추후 납부할 수 있는 '나중결제' 서비스를 제공하고 있다.

금융 이력이 부족해 신용카드 이용이 어려운 신파일러가 새롭게 후불결제 이용 계층으로 부각됨에 따라 이들에 대한 연구도 일부 진행되고 있다. 그러나, 기존의 신파일러 관련 연구는 SNS의 사용 특성(프로필 사진 유형, 게시글 수 등)이 신용 대출 상환에 미치는 영향², 개인의 인적 특성(성실성, 개방성, 친화성, 신경증 등)이 금융거래 및 관리 행태에 미치는 영향³ 등 간접적인 방식으로 신파일러에 대한 시사점을 도출하는데 그치고 있고, 신파일러를 직접 정의하고 그들의 금융 및 소비 행태 등을 체계적으로 분석한 연구는 아직 없는 실정이다. 특히, 최근 부상하고 있는 후불결제 서비스에 대한 신파일러의 잠재 수요를 분석한 연구는 시도된 바가 없다.

이에 이번 분석에서는 신파일러 표본과 대조군 표본을 구성하여 금융 및 소비 행태 등이 어떠한 차이를 보이는지, 특히 후불결제 서비스에 대한 수요가 어느 정도 수준인지를 추정하고자 시도하였다. 이를 통해 향후 후불결제의 필요성을 확인하고 서비스의 안착 및 확대에 대한 시사점을 도출하고자 한다.

이하에서는 먼저 국내외 후불결제 시장 현황을 살펴보고, 분석에 사용된 설문조사 대상 및 내용을 소개한 다음, 설문 조사 결과를 분석하고, 향후 후불결제 시스템의 발전 방향에 대한 시사점을 제시하고자 한다.

¹ 이코노미조선, "후불결제 시장 뒤늦게 스웨덴 핀테크 '클라르나'" 2021.04.12

² 정원훈, 이재순, 2021, SNS 사용특성이 신용대출 상환에 미치는 영향에 관한 연구, 인문사회21, 12권 4호, p. 2741-2756.

³ 윤상용, 이한근, 2019, 개인의 인적 특성과 금융행태 특성 간의 관련성에 관한 연구, 기업과혁신연구 제42권 제4호, p. 101-120

국내외 후불결제 시장 현황

1. 해외 후불결제 시장 현황

후불결제 서비스는 호주, 미국, 유럽 등 해외에서는 이미 MZ 세대를 중심으로 선호도가 높은 편이며 이미 대중화되고 있는 추세이다. 대표적인 후불결제 기업으로는 호주의 '애프터페이', 미국의 '어firm', 유럽의 '클라르나' 등을 들 수 있으며, 이들 3사의 2020년 기준 거래규모는 전년대비 각각 98.9%, 76.9%, 32.3% 증가하였다.

주요 후불결제 서비스 거래 규모 ⁴ (단위: 10억달러)			
	2019	2020	2021.상반기
Affirm	2.6	4.6	3.6
Afterpay	3.8	7.5	7.1
Klarna	31.0	41.0	31.0

최근 후불결제 거래 증가는 사용자의 수수료 면제 및 저신용자가 이용 가능한 후불결제 거래 구조의 특성과 코로나19로 인한 비대면 거래 확대에 주로 기인한다. 후불결제 제공사의 기업의 수익구조는 가맹(Retailer) 수수료 및 소비자(Consumer) 연체수수료 등으로 구성되며, 이 중 가맹수수료가 대체로 큰 비중을 차지하고 있다.

가. Afterpay (호주)

2015년 시드니에서 설립되어 BNPL 서비스를 가장 빨리 활성화한 선두주자로, 2021년 현재 전세계 이용자수는 1천 6백만명 이상(전년 대비 63% 증가)이며, 이 중 천만명은 북미 고객으로 사용자의 대다수는 MZ 세대로 추정된다. 10만개 이상의 상품을 보유하고 있으며, 가입자의 90%는 체크카드를 결제 수단으로 사용한다. 2021년 매출액은 224억달러로 전년대비 102% 증가하였으며, 2021.8월 미국의 핀테크 기업 스퀘어가 Afterpay를 290억달러에 합병 (증가 대비 31% 합병 프리미엄 지급) 하기로 결정하였다.

Afterpay의 결제 방식은 전체 구매 대금을 1/4로 나누어 첫 할부금은 구매시 지불하고, 나머지는 매 2주 간격으로 분할 납부하여 6주 동안 갚는 형식이다. 연체가 없을 경우에는 추가 수수료가 없으며 (단, 연체시 10달러 수수료), 가입시 수초 내에 승인 여부가 결정된다. 취급 품목은 주로 의류, 패션, 미용에서부터 생활용품, 가전, 건강에 이르기까지 다양하다. 미국에서 패션 부문 이커머스에서 Afterpay의 결제수단 시장점유율은 6.5%에 달하며, 미국 소비자들은 연간 총 4.6억달러의 수수료와 이자 (거래 건당 6달러)를 절약하고 있다고 주장한다.

나. Affirm (미국)

Affirm은 미국 샌프란시스코에 본사를 둔 금융 기술 서비스 회사로 2012년에 페이팔 창업 멤버인 Max Levchin이 설립하였다. 2017년 10월 모든 소매점에서 상품 구매시 대출을 제공하는 BNPL 서비스를 출시하였으며, 2019년 2월 월마트와 파트너십을 맺고 월마트 매장 및 Walmart.com 사이트에서 할부 구매 서비스를 제공하기 시작하였다. Affirm은 쇼피파이(Shopify), 빅커머스(BigCommerce) 그리고 젠카트(Zen-Cart)와 같은 이커머스 회사들과 파트너십을 맺으며 빠르게 성장하였다. 특히 코로나 팬데믹 와중에 펠로톤 바이크를 비롯한 다양한 운동 기구 판매가 급증하였고, 이에 힘입어 2021년 1월 주당 49달러에 나스닥에 상장하였다. 상장 첫날 Affirm 주가는 96달러로 폭등했고, 2021년 1월 기준 주당 120달러, 시가총액은 291억달러에 달했다.

전체 수익 구조는 54%가 판매자 수수료, 31%가 구매자가 지불하는 이자로 구성되어 있다. 판매자 수수료가 큰 비중을 차지하는 다른 BNPL 업체와는 달리 Affirm은 구매자 이자가 수익의 주요 부분을 구성하는 등 신용 대출 서비스를 취급한다.

⁴ 자본시장포커스, "해외 BNPL 시장 동향 및 감독당국의 대응" 2021-05호

다. Klarna (유럽)

클라르나는 2005년 2월 스웨덴 스톡홀름 경제대학 석사과정 학생 3명이 만든 BNPL 서비스 기업으로, 소비자들에게 무이자로 상품을 구매하게 해주고, 동시에 가맹점들에 결제 대금을 모두 선지급하는 방식으로 운영한다. 다른 BNPL 업체와 유사하게 가맹점으로부터 받는 수수료가 주요 수입원으로 MZ 세대의 주목을 받으며 성장했다.

현재 17개국에서 9,000만 명 이상의 고객, 25만 개 이상의 가맹점을 확보하고 있으며, 하루 평균 200만 건 이상의 거래를 기록하고 있다. 현재까지 31억달러(약 3조 4,700억원)의 누적 투자금을 유치했다. 2019년 4월부터 2021년 3월까지 2년간 10개의 투자 라운드가 진행됐다.

결제 방식은, (1) 무이자 4회 할부 방식(구매 시점·2주·4주·6주 후 결제, Afterpay와 동일) (2) 14·30일 내 무이자 일시불 결제 방식 (3) 6~36개월간 분할 납부 방식(금리 0~29.99%) 등이 있다. 가맹점으로부터는 거래 한 건당 0.3달러를 고정비로 받고, 결제 금액의 5.99%를 수수료로 받는다. 비자, 마스터 등 대표 카드사의 고정비(0.05달러)와 수수료(1.29%)에 비해 높은 편이나, 가맹점 입장에서는 고객 유입에 효과적인 편이라고 평가한다. 클라르나를 통해 다수의 사용자를 앱에 유입시킬 수 있고, 간단한 결제 방식으로 고객 구매 횟수와 구매 금액이 늘어나는 효과를 얻기 때문이다.

현재 기업가치 456억달러로 평가되며, 결제규모도 2021년 상반기에 전년대비 53% 늘어났으나, 영업손실은 1년 전보다 2.6배 증가한 약 2,400억원으로 집계되었다. 손실의 대부분은 대금 미결제에 의한 것으로 향후 이용자의 신용위험을 어떻게 관리할 것인지에 대한 문제를 제기한다.

해외 주요 후불결제 기업 현황⁵

	Afterpay (호주)	Affirm (미국)	Klarna (스웨덴)
설립연도	2015	2012	2005
기업가치	290억달러 (상장)	291억달러 (상장)	456억달러 (비상장)
주요 특징	미국, 영국, 뉴질랜드, 캐나다로 서비스 확대	가맹점 플랫폼 구축 신용대출 서비스	BNPL 세계최초 도입 유럽BNPL 시장주도 은행업 인가 (2017)
고객 수	990만명 ('20)	620만명 ('20)	8,500만명
가맹점	5.5만개 ('20)	6,500개	19만개
분할 납부 기간	Pay in 4: 2주 간격 4회 분할납부 (무이자)	3, 6, 12개월 0~30% 이자 (신용도별 차등)	Pay in 4: 2주 간격 4회 분할납부 (무이자)
한도 등	\$2,000	\$17,500 대출 가능	Klarna 카드
연체 수수료	1주일 내 \$7, +\$10		2번 지불요청 후 \$7

⁵ 코스콤 뉴스룸 “해외 BNPL 시장 동향과 국내 시장 전망”, 2021.09.23

2. 국내 후불결제 시장 현황⁶

이러한 해외의 시장 변화에 부응하여, 국내에서도 네이버파이낸셜, 카카오페이, 토스, 쿠팡 등이 후불결제 시스템을 도입 중이다. 금융위원회가 2021년 2월 18일 네이버페이의 소액 후불결제를 혁신 금융 서비스로 지정해 4월 중 처음으로 후불결제를 선보인 바 있다. 다만 분할 납부가 가능한 해외와는 달리, 국내 서비스는 정해진 결제일에 전체 금액을 완납하는 방식을 채택하고 있으며 30만원 한도 내 제한적인 소액 결제만 가능하다.

가. 쿠팡

쿠팡은 2020년 3사 중 처음으로 후불결제 서비스 ‘나중결제’를 도입하였다. 나중결제는 쿠팡이 이용실적 등 내부 기준에 따라 일부 고객을 선정해 제공하는 서비스로, 고객이 이용 한도 내에서 물품 구매를 먼저 한 후 익월 15일까지 계좌에 돈을 입금하여 결제한다. 나중결제는 쿠팡이 직매입한 상품을 구입할 때만 쓸 수 있으므로, 상품대금을 받아야 하는 주체가 100% 쿠팡이다. 쿠팡이 고객에게 돈을 받아야 하는 기간을 약간 늦춰주는 외상 개념에 가깝다.

2021년부터 한도를 20만원에서 최대 130만원까지 확대하고 연체가 없는 일부 고객을 대상으로는 무이자 할부 서비스까지 시작했다.⁷ 쿠팡 관계자는 “테스트 마켓을 거치는 과정이며 일부 회원을 대상으로 서비스를 진행하고 있는 상황이라 MAU 등 수치적인 증가율보다 소수 고객의 사용 피드백을 들어보고 개선 사항이 무엇인지 크로스 체크하며 서비스 품질 향상에 집중하는 중”이라고 현황을 전했다.

나. 네이버파이낸셜

네이버파이낸셜은 2021년 4월부터 만 19세 이상, 네이버페이 가입 기간 1년 이상 사용자 일부를 대상으로 ‘후불결제 서비스’를 출시했다. 네이버페이 결제 전 포인트 잔액이 부족한 경우, 월 30만원 한도 내에서 추후 납부할 수 있는 후불결제 서비스로, 금융정보와 비금융정보(결제, 쇼핑 이력 등)를 결합한 대안신용평가시스템을 활용해 소비자의 개별 한도를 산정한다. 지난 4월 서비스 출시 이후 고도화를 거쳐 사용자를 점차적으로 확대하고 있으며 결제대금은 3.4억원에서 8월 기준 29억원으로 성장했다고 알려졌다.⁸

다. 카카오페이·토스

네이버페이 외에 카카오페이, 토스도 후불결제 혁신금융 서비스를 신청하여, 2022년 중 서비스 출시를 앞두고 있다. 카카오페이는 버스, 지하철, 택시, 하이패스에서 사용할 수 있는 ‘후불결제 교통카드 서비스’를 출시할 예정이다. 선불 충전금이 부족하면 대안신용평가 후 최대 월 15만원 한도에서 후불결제를 제공하는 서비스다. 카카오페이 교통카드는 만 14세부터 사용할 수 있지만 후불결제의 경우 만 19세 이상에게만 적용된다. 토스 역시 선불충전금이 부족한 소비자에게 대안신용평가 후 최대 월 30만원 한도 내에서 후불결제를 제공하는 서비스를 제공할 예정이라고 밝혔다.

⁶ Fortune Korea, “신카대신 후불결제 BNPL 서비스, MZ 세대 잡을까?” 2021.08.10

⁷ 조선비즈, “디지털 외상 확대하는 쿠팡… 한도 늘리고 무이자 할부까지” 2021.09.27

⁸ 서울경제, “지름신 MZ 세대로 커가는 후불결제… 한도확대 길 열리나” 2021.10.09

설문 방법

전국에 거주하는 만 20-59세 남/녀 총 1,650 명의 응답자에 대해 2021년 9월 마지막 주에 온라인 설문 조사를 진행하였으며 조사 대상자 및 표본 구성은 아래와 같다.

- 신피일러: 본인 명의 신용카드 미보유자 혹은 본인 명의 신용카드 한도가 300만원 미만인 자 (1,063명)
- 비교집단 (신피일러가 아닌 자): 본인 명의 신용카드를 소유하고 카드 신용 한도가 300만원 이상인 자 (587명)
- 후불결제 이용자: 최근 6개월 내에 '네이버페이 후불결제', '쿠팡 나중결제' 등을 사용한 경험이 있는 자 (329명)

금융권에서 신피일러를 신용카드가 없거나 대출 이력이 없는 사람으로 정의하고 있으나, 본 연구에서는 신용카드 발급이 어렵지 않은 국내 상황을 고려해 가급적 대규모의 신피일러 표본을 구성하기 위해 신용카드가 없거나 한도 300만원 이하인 경우로 정의하여 설문조사를 진행했다.

신피일러 및 비교집단 추출 시, 층화 추출법을 사용하여 설문 조사시 인구통계학적인 변수(연령, 지역등)에 따라 설문대상자를 최종 선정하였다.

후불결제 이용자 추출 시, 국내 후불결제 서비스가 출시 이후 기간이 얼마 경과되지 않아 서비스 사용 경험이 있는 응답자를 추가로 150명 확보하여 설문조사를 진행했다. 신피일러와 비교집단은 상호 배제적이지만, 후불결제 이용자는 앞의 두 그룹과 배제적이지 않다.

설문조사 문항은 모두 71개로 되어 있으며, 그 분류는 아래와 같다.

- 기본 문항(신피일러 구분을 위한 신용카드 사용 현황 등) (총 6 문항)
- 결제 수단 이용 현황 (총 13 문항)
- (주거비를 제외한) 개인의 소비 현황 (총 8 문항)
- 후불 결제 서비스 평가 (총 14 문항)
- 소득 및 직업 (총 12 문항)
- 금융 활동 및 태도 (총 14 문항)
- 데모그래픽 정보 (총 4 문항)

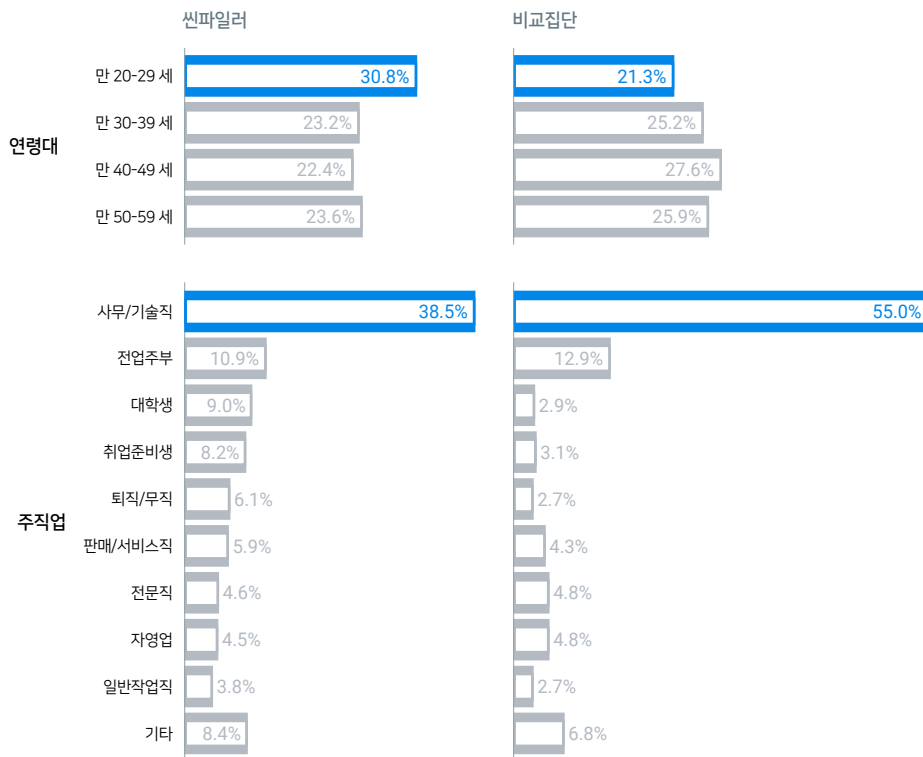
설문 결과 분석

1: 썬파일러의 특성

(1) 인구통계학적 특성: 연령 및 직업군

<그래프 1>에 의하면, 조사 대상 썬파일러 1,063명 중 20대가 전체의 30.8%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 비교집단의 20대 비율 21.3%에 비해 월등히 높다. 특히 20대 초반의 비중이 비교집단에 비해 통계적으로 유의하게 높게 나타났는데, 이는 썬파일러가 주로 MZ 세대로 구성되어 있음을 시사한다.

<그래프 1> 연령대와 주직업

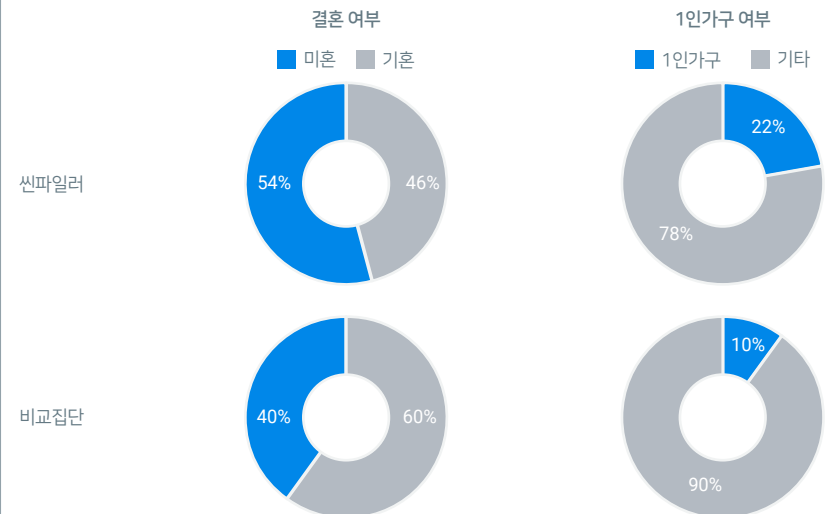


썬파일러들의 직업 유형을 보면 사무/기술직 비중이 가장 높으나, 비교집단 대비 상대적인 비중은 통계적으로 유의하게 낮게 나타났다. 반면, 비교집단 대비 대학생, 취업준비생, 퇴직/무직일 가능성이 상대적으로 높으며, 프리랜서, 1차산업 종사 비중도 유의하게 높게 나타났다.

사무/기술직 다음으로는 전업주부 (10.9%), 대학생 (9.1%), 취업준비생 (8.2%) 순으로 나타났는데, 위 4개 직업군이 전체의 2/3(66.7%)를 차지하고 있다. 사무/기술직 비중이 높게 나타난 것은 썬파일러의 정의에 신용카드 300만원 미만인 자까지 포함하였기 때문으로 추정된다.

<그래프 2>에서는 썬파일러의 결혼 여부 및 1인가구 여부를 보여주는데, 이들은 비교집단에 비해 미혼이고, 1인가구일 가능성이 상대적으로 더 높다.

<그래프 2> 결혼 여부 및 1인가구 여부

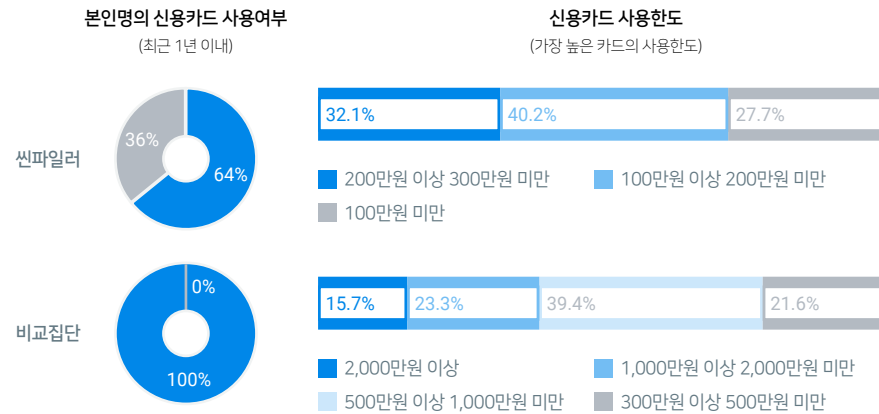


(2) 결제 수단

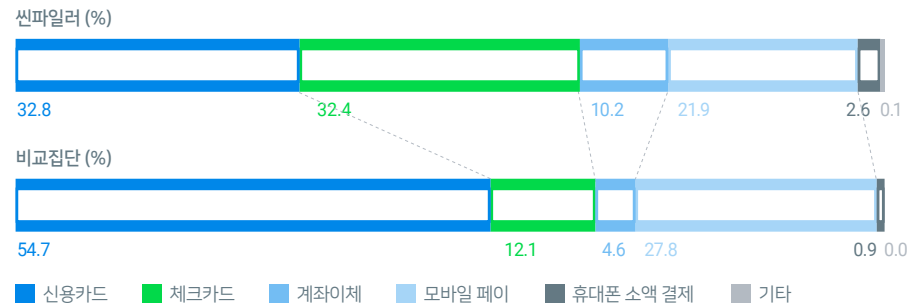
<그래프 3>에서는 신피일러의 신용카드 사용 여부 및 한도를 보여주고 있다. 본 연구에서 신피일러의 정의를 신용카드가 없거나 한도 300만원 이하로 정의했기 때문에, 신피일러의 신용카드 사용 여부는 비교집단 대비 매우 낮고, 한도도 매우 낮음을 알 수 있다.

<그래프 3> 신용카드 사용여부와 사용한도

■ 있다 ■ 없다

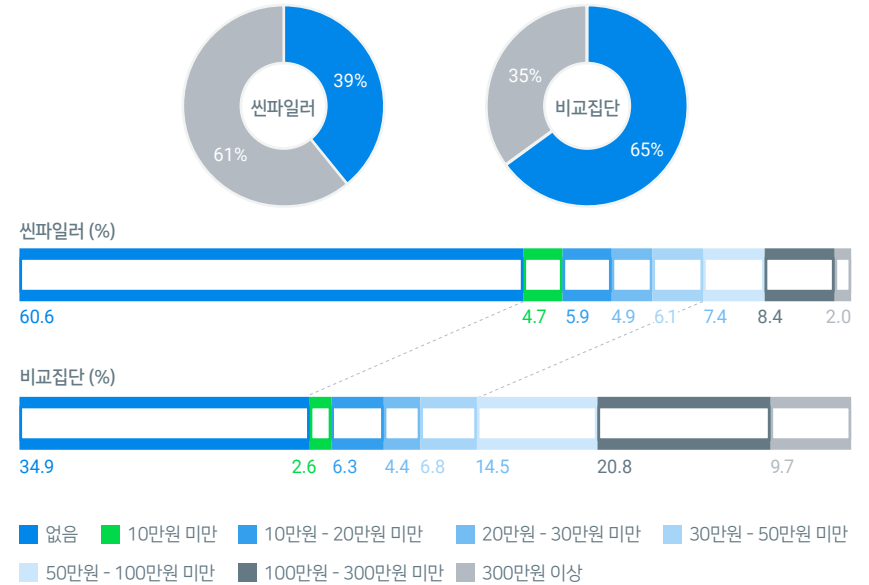


<그래프 4> 온라인 구매 결제방식



<그래프 5> 할부구매 사용여부 및 사용금액

■ 있다 ■ 없다



<그래프 5>에서는 신피일러의 할부구매 사용여부 및 금액을 보여준다. 신피일러들의 할부 구매 이용 경험 비중은 40% 미만으로 65%이상인 비교집단에 비해 월등히 낮은 수준이다. 할부 구매 이용한 경우에도 구매 금액이 현저하게 낮다.

이런 신피일러의 결제 수단 이용 현황을 종합해 보면, 신피일러일수록 일시적인 자금 부족 상황에서 현금결제를 유예해 줄 수 있는 결제수단 이용이 어렵다는 것을 보여준다.

<표 1>에서는 (주거비를 제외한) 싼파일러의 월평균 지출액을 보고하고 있다. 싼파일러의 경우 월평균 지출액이 100만원 이하인 경우가 전체의 63%를 차지하여, 비교집단의 소비 규모와 큰 차이를 보여주고 있다.

최근 6개월간 귀하의 개인 월 평균 지출액(주거비/공과금 등 제외)은 얼마입니까?

	실판일터	비교집단	z-value
50만원 미만	27.00%	10.39%	7.92
50만원 - 100만원 미만	35.47%	29.13%	2.62
100만원 - 150만원 미만	18.34%	20.95%	-1.29
150만원 - 200만원 미만	7.24%	15.16%	-5.12
200만원 - 300만원 미만	8.00%	13.12%	-3.35
300만원 - 500만원 미만	3.29%	7.16%	-3.56
500만원 이상	0.66%	4.09%	-4.91

<표 2>에서는 싼파일러의 연평균 가구 소득을 보여주고 있다. 싼파일러의 경우 연평균 가구 소득이 4천만원 미만 경우가 전체의 약 절반으로, 비교집단에 비해 낮은 소득 수준을 기록하고 있다.

귀 닥의 연평균 가구 소득(세전 기준)은 얼마입니까?

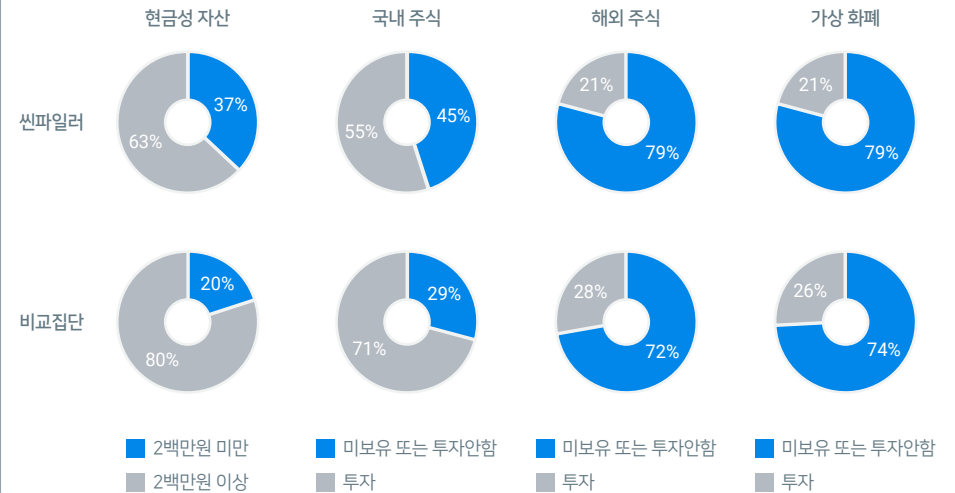
	썬파일러	비교집단	z-value
1천만원 미만	11.10%	4.80%	4.33
1천만원 ~ 2천만원 미만	10.10%	2.20%	5.88
2천만원 ~ 3천만원 미만	16.80%	9.20%	4.27
3천만원 ~ 4천만원 미만	15.00%	12.40%	1.41
4천만원 ~ 5천만원 미만	11.40%	15.50%	-2.39
5천만원 ~ 7천만원 미만	17.60%	23.00%	-2.65
7천만원 ~ 9천만원 미만	9.10%	16.70%	-4.56
9천만원 ~ 1억원 미만	4.00%	6.50%	-2.19
1억원 ~ 2억원 미만	4.60%	8.50%	-3.20
2억원 ~ 3억원 미만	0.10%	0.90%	-2.45
3억원 이상	0.20%	0.30%	-0.60

<그래프 6>에서는 4대보험 가입 여부 및 근무일수를 보고하고 있다. 직업이 있는 신파일러의 경우 4대보험 가입비율을 51.3%로 64.7%인 비교집단에 비해 통계적으로 유의하게 낮는데, 이는 신파일러 그룹에서 정규직 비중이 적은 것으로 해석할 수 있다. 신파일러의 주당 평균 근무일수는 4일 이하인 경우가 전체의 22%로 비교집단에 비해 높게 나타났는데, 이는 신파일러의 근무형태는 매우 유연하나 다른 한편으로는 불확실성이 그만큼 크다는 것을 시사하며, 노동소득도 변동성이 클 가능성이 있다.

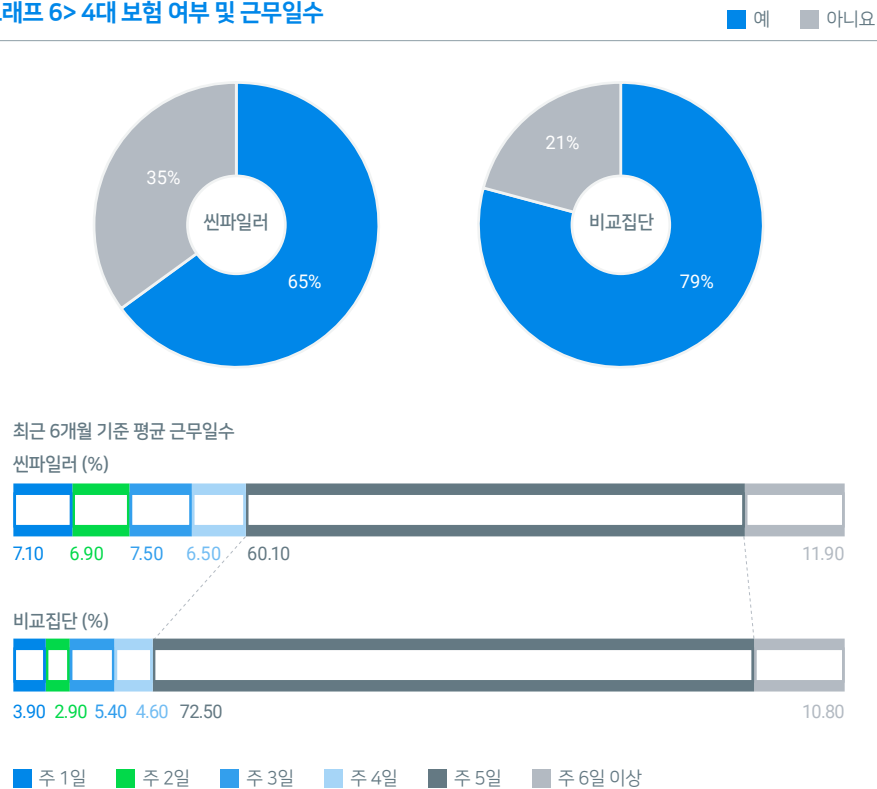
(5) 금융 활동 및 태도

<그래프 7>은 신파일러의 금융 자산 보유 현황을 보고하고 있다. 신파일러는 비교집단에 비해 모든 유형의 금융 자산 보유 정도가 더 낮음을 알 수 있는데, 이는 신파일러가 비교집단 대비 투자행위를 덜 하고 있음을 시사한다.

<그래프 7> 현금성 자산 및 투자 여부



<그래프 6> 4대 보험 여부 및 근무일수



<표 3> 긴급 자금 조달 계획

귀하께서는 긴급하게 자금이 필요한 상황이 생겼을 때 자금을 어떻게 조달하실 계획이십니까?

	신평일러	비교집단	z-value
부모님 및 지인에게 돈을 빌림	44.68%	29.64%	5.99
적금/보험 해약	30.39%	36.97%	-2.73
대출 (시중은행)	24.46%	38.33%	-5.92
대출 (저축은행 보험회사 포함)	14.77%	19.25%	-2.36
신용카드 현금서비스	7.53%	10.56%	-2.11
신용카드 카드론	5.64%	6.81%	-0.95
신용카드 리볼빙서비스	2.07%	4.77%	-3.06
없음	0.47%	0.00%	1.66
기타	1.12%	0.51%	-

<표 4> 비상자금 여부

나는 질병 실직 경기 침체 또는 기타 긴급 상황에 대비하여 3개월 이상 비용을 충당할 수 있는 비상자금을 따로 마련해 두었다.

	신평일러	비교집단	z-value
전혀 그렇지 않다	8.09%	4.77%	2.55
그렇지 않다	21.73%	17.72%	1.94
보통이다	28.88%	26.06%	1.22
그렇다	31.04%	36.97%	-2.45
매우 그렇다	10.25%	14.48%	-2.55

<표 3>에서는 신평일러의 긴급 자금 조달 계획을, <표 4>에서는 비상자금 보유 현황을 보여주고 있다. 신평일러의 경우 부모님 및 지인에게 돈을 빌린다가 45%로 가장 높게 나타난 반면, 비교집단에서는 대출과 적금/보험 해약이 높게 나타났다. 비상시에 대비하여 자금을 미리 준비해 둔 경우도 비교집단에 비해 통계적으로 유의하게 떨어진다. 이는 신평일러 그룹이 자금부족 상황에 대해 적절한 대책을 준비하지 못하고 있으며, 금융기관에서 필요한 도움을 받지 못하고 사금융에 의존할 가능성이 높음을 시사한다.

<표 5> 금융이해도

나는 주기적으로 신용점수를 조회해 보는 편이다.

	실판일러	비교집단	z-value
전혀 그렇지 않다	17.69%	12.78%	2.61
그렇지 않다	31.51%	25.04%	2.77
보통이다	23.42%	20.61%	1.31
그렇다	19.85%	30.15%	-4.72
매우 그렇다	7.53%	11.41%	-2.65

나는 평소 금전적인 문제가 발생하지 않도록 재무상황을 예의주시한다.

	실판일러	비교집단	z-value
전혀 그렇지 않다	1.51%	0.51%	1.81
그렇지 않다	6.02%	3.75%	1.99
보통이다	25.12%	17.72%	3.45
그렇다	48.35%	51.79%	-1.34
매우 그렇다	19.00%	26.24%	-3.42

나는 장기 재무목표를 세우고 이를 이루기 위해 노력하고 있다.

	실판일러	비교집단	z-value
전혀 그렇지 않다	4.52%	1.87%	2.77
그렇지 않다	13.83%	9.71%	2.43
보통이다	38.66%	31.18%	3.03
그렇다	31.98%	40.03%	-3.29
매우 그렇다	11.01%	17.21%	-3.56

나의 월 수입액을 정확히 알고 있다.

	실판일러	비교집단	z-value
전혀 그렇지 않다	1.32%	0.51%	1.55
그렇지 않다	5.74%	2.56%	2.95
보통이다	23.05%	18.06%	2.37
그렇다	48.64%	52.13%	-1.36
매우 그렇다	21.26%	26.75%	-2.53

나의 월 지출액을 정확히 알고 있다.

	실판일러	비교집단	z-value
전혀 그렇지 않다	3.10%	0.68%	3.18
그렇지 않다	14.49%	10.73%	2.16
보통이다	35.00%	35.26%	-0.11
그렇다	36.50%	40.89%	-1.76

<표 5>는 실판일러의 금융이해도를 종합적으로 보고하고 있다. 우선 실판일러들은 신용점수에 대한 관심도가 비교집단에 비해 통계적으로 유의하게 낮다. 이는 현재 조회할 금융이력이 별로 없기 때문이기도 하지만, 향후에도 신용 축적에 별로 관심이 없기 때문일 수도 있다. 이러한 태도는 이들이 향후 신용이 필요한 금융서비스를 제대로 이용하는데 부정적인 영향을 미칠 수도 있다.

다음으로 실판일러는 자신의 재무상황에 대한 인지 및 계획성이 비교집단에 비해 현저하게 떨어진다. 금전적 문제가 발생하지 않도록 재무상황을 예의주시하는 비율 및 장기 재무목표 수립 및 달성을 위한 노력도 모두 비교집단에 비해 통계적으로 유의하게 낮은 수준이며, 현재의 수입 지출 상황에 대한 파악도 상대적으로 더 잘 안되고 있다.

실판일러의 금융활동 및 태도에 대한 분석 결과를 요약하면 이들은 본인의 투자, 저축, 소비가 최적화되지 않고 있음을 시사한다. 따라서 본인의 금융정보에 대한 인식이 약한 실판일러에 대해 적절한 재무, 금융 의사결정을 하고 현명한 소비 및 저축을 하는데 도움을 줄 수 있는 정보를 제공하는 것이 필요할 수 있다.

2: 후불결제 이용 현황

전체 설문 대상 1,650명 중 후불결제를 한 번이라도 사용한 응답자는 모두 329명으로 전체의 20%에 해당한다. 후불결제 사용자 샘플 확보를 위해 추가로 150명의 응답자를 확보했으므로 후불결제 사용자 비중이 Random Sample에서 20%라고 해석하는 것은 타당하지 않으므로 주의를 요한다. 이하에서는 후불결제 사용자 329명 전체를 대상으로 그 이용 현황에 대해 분석한다.

<표 6>에서는 응답자 329명의 후불결제에 대한 전반적인 이용 현황을 보고하고 있다. 후불결제를 사용한 가장 큰 요인은 신규서비스에 대한 호기심으로 나타났으며, 이용과정의 편리성 및 일시적인 잔고 또는 한도 부족이 그 다음을 차지하였다.

후불결제 사용 대상 품목은 해외와 유사하게 주로 생활용품/건강용품, 패션의류로 나타났다. 식품(신선/가공식품)에 대한 지출이 두번째로 높게 나타났는데, 이는 이 분야에 대한 한국 소비자들의 온라인 구매 성향을 잘 반영한 것으로 보인다.

후불결제 결제 액수는 10만원 미만이 전체의 약 절반가량으로 아직 소액 결제에 집중되어 있는데, 이는 후불결제의 기본 한도가 낮게 책정되어 있는 것과도 관련 있어 보인다.

<표 6> 후불결제 이용 현황

후불 결제 서비스를 사용하신 주된 요인은 무엇입니까? (모두 선택)

	전체 비율
신규 서비스에 대한 호기심	32.83%
이용 과정의 편리성	29.18%
일시적인 잔고 또는 한도 부족	28.57%
예산 관리의 편의성 (다음달 납부)	23.40%
별도 비용 없음	20.06%
각종 혜택 및 부가서비스	18.24%

후불결제 서비스 사용 액수 기준 귀하께서 가장 많이 사용하신 품목은 무엇입니까?

	전체 비율
생활용품/건강용품	35.52%
식품(신선/가공식품)	24.92%
패션의류	17.33%
여가/취미/여행	10.03%
디지털/가전	6.69%
화장품/미용	5.47%
기타	3.03%

귀하의 후불결제 서비스 월별 결제 액수는 얼마입니까?

	전체 비율
10만원 미만	48.02%
10만원 - 20만원 미만	27.66%
20만원 - 30만원 미만	9.73%
30만원 - 40만원 미만	6.99%
40만원 - 60만원 미만	3.04%
60만원 - 80만원 미만	2.74%
80만원 - 100만원 미만	0.91%
100만원 - 200만원 미만	0.91%

<표 7> 후불결제 연체

귀하께서는 후불결제 대금 납부를 연체한 적이 있으십니까?

	전체 비율
있다	9.12%
없다	90.88%

후불결제 대금 납부를 연체한 적이 있으시다면 평균 몇 일 정도 연체하셨습니다?

	전체 비율
1일 - 5일 미만	63.33%
5일 - 10일 미만	23.33%
10일 - 20일 미만	13.33%

후불결제 대금 납부를 연체한 적이 없으시다면 납부 동기는 무엇입니까?

	전체 비율
연체 수수료 등 불이익	45.82%
채무 해소	22.74%
알림 수신	22.07%
후불결제 한도 회복	7.36%
자동이체	0.67%
없음	1.34%

<표 7>에서는 연체 현황에 대한 결과를 보고하고 있다. 전체 이용자중 9% 이상의 사용자가 연체 경험이 있으나, 연체 기간이 5일 미만인 경우가 63%, 나머지는 20일 미만 연체로 현재로서는 연체가 미치는 영향은 크지 않을 것으로 예상된다. 연체를 하지 않는 이유로는 연체 수수료 등 불이익에 대한 우려가 약 절반으로 나타났다.

<표 8> 후불결제 향후 이용

앞으로도 후불 결제 서비스를 계속 사용하실 계획이십니까?

	전체 비율
예	62.23%
아니요	37.77%

귀하께서 후불 결제 서비스에서 개선이 필요하다고 생각한 사항은 무엇입니까? (모두 선택)

	전체 비율
혜택 추가	47.72%
사용처 확대	38.91%
부분 납부 등 기능 추가	32.22%
한도 상향	19.15%
상세 안내 추가	19.15%
없음	0.30%

<표 8>에서는 후불결제 사용자의 향후 이용계획을 보고하고 있다. 전체 응답자의 62%가 향후 서비스를 계속 사용할 의향이 있는 것으로 보아 앞으로 후불결제 시장은 더욱 확대될 것으로 예상된다.

후불결제의 개선 방향에 대해서는 '혜택 추가', '사용처 확대', '부분 납부 등 기능 추가' 등 그 서비스를 확대할 것을 요구하고 있다. 특히 해외 주요 BNPL 업체들의 결제 방식이 부분 납부임을 고려할 때, 부분 납부 기능의 추가로 후불결제 활용성을 증대시킬 수 있을 것으로 보인다.

결론 및 시사점

본 연구는 설문조사를 통해 싼파일러의 결제 수단, 소비 활동, 소득 및 직업, 금융 활동 및 태도를 확인하고, 대조군과 비교하여 유의미한 특성을 도출하였다. 설문 조사 결과, 싼파일러는 대조군에 비해 소득 수준이 낮고, 정규직 비중이 적어 근무형태가 불확실하고 노동소득의 변동성이 높을 가능성이 큰 것으로 나타났다. 또한, 싼파일러일수록 일시적인 자금 부족 상황에서 현금결제를 유예해 줄 수 있는 결제수단 이용이 어려우며, 자금부족 상황에 대해 적절한 대책을 준비하지 못하고 있음을 확인하였다.⁹

이러한 싼파일러의 특성을 종합적으로 고려했을 때, 후불결제 서비스는 싼파일러에게 실질적인 도움을 줄 수 있는 가능성이 높다. 일반적으로 사람들은 안정적인 삶을 영위하기 위해 소비 수준을 일정하게 유지하려는 경향이 있으며, 이를 '소비 평활화(Consumption Smoothing)'¹⁰라고 한다. 싼파일러일수록 근무 형태가 불안정하고 미래 소득 예측이 어려워 적절한 지출 분배가 중요한데, 싼파일러는 일시적인 자금 부족 문제를 해소할 수 있는 적절한 결제 수단이 부족하며, 금융기관에서 필요한 자금 조달 등 도움을 얻지 못하고 있어 소비 평활화가 어려울 수 있다. 후불결제 서비스는 이러한 싼파일러의 어려움을 해소하는데 도움이 될 수 있을 것으로 기대된다.

후불결제 서비스는 싼파일러의 소비평활화 어려움을 해소하는데 도움이 될 수 있을 것으로 기대된다.

국내 후불결제 서비스가 출시된 이후 기간이 얼마 경과되지 않았으나, 서비스 사용 경험이 있는 응답자를 추가로 확보하여 설문을 진행한 결과, 신규 서비스로서의 후불결제에 대한 관심은 높고, 식품을 포함한 다양한 품목을 구매하고는 있으나, 대부분 거래가 10만원 미만으로 아직은 소규모인 것으로 나타났다. 전체 응답자의 62%가 향후 서비스를 계속 사용할 의향이 있으며, 후불결제의 개선 방향에 대해서는 '혜택 추가', '사용처 확대', '부분 납부 등 기능 추가' 등 그 서비스를 확대할 것을 요구하고 있다. 특히 해외 주요 BNPL 업체들의 결제 방식이 부분 납부임을 고려할 때, 부분 납부 기능의 추가로 후불결제 수요를 증대시킬 수 있을 것으로 보인다.

향후 후불결제 서비스의 기능 개선·확대와 함께, 싼파일러의 특성(예컨대 2개 이상의 직업, 4대보험 미가입, 금융활동 및 태도 등)을 고려한 다양한 금융서비스가 지속 개발이 된다면, 금융소외계층을 위한 포용금융이 진정으로 자리 잡을 수 있을 것으로 기대된다.

후불결제 서비스 사용자는 향후 서비스를 계속 사용할 의향이 있으며, 서비스 기능의 추가 및 확대를 요구하고 있다.

⁹ 본 연구에서 싼파일러 그룹을 신용카드 한도 300만원 이하로 관대하게 정의한 것을 감안하면, 이러한 싼파일러의 특성은 신용카드가 없는 경우로 엄격하게 정의할 경우 더욱 두드러질 것으로 예상된다.

¹⁰ 김기범. 소비의 평활화. LG주간경제, 2005.06.29

NAVER