

# 증권회사의 마이데이터 추진 현황 및 향후 과제

## »» Opinion

금융IT의 현안을 관련 분야 전문가의 시각을 통해 소개합니다.



글. 임용성(한국IBM 상무)

국내 마이데이터 사업은 정부 주도로 ‘디지털 금융’ 혁신 측면에서 추진되고 있다. 향후 마이페이먼트 사업으로 확대가 예상되며, 의료 및 유통 데이터 등으로 활용되면서 고객 중심의 디지털 경험이 강화될 것으로 보인다.

마이데이터 사업과 연관되는 사업의 흐름을 보면, 2016년 금융권 공동오픈플랫폼이 구축되고 금융결제원, 코스콤을 중심으로 한 오픈API플랫폼이 구축으로 금융 공동망을 활용한 송금·잔액조회가 가능해졌다. 2019년 금융 결제 인프라의 혁신을 통해서 은행권 및 핀테크 업계가 참여하는 오픈뱅킹이 도입됐다. 2020년 7월 기준 은행 18개, 핀테크 54개의 업체가 참여하고 있으며 잔액 및 거래조회, 출금과 입금, 이체 서비스 등을 제공하고 있다.

올해 본격적으로 시작된 마이데이터 사업은 이후 마이페이먼트 종합지급결제사업으로 확대될 가능성이 있다. 이렇게 되면 하나의 앱을 통해서 모든 금융 자산의 조회뿐만 아니라 포트폴리오 추천 및 포트폴리오에 따른 자산 배분(이체)까지 가능해진다.

### 증권회사의 마이데이터 추진 현황

지난 1월 5일 마이데이터 서비스는 33개 마이데이터 사업자를 통해 시작됐다. 키움증권, 하나금융투자, NH투자증권, 미래에셋증권, 한국투자증권 등 금융투자사를 포함해 10여 개 은행 등 33개의 마이데이터 사업자가 공식적으로 서비스를 시작했고, 허가 받은 21개 마이데이터 사업자는 올 상반기 중 서비스를 시작할 것으로 보인다. KB증권, 현대차증권, 신한금융투자와 교보증권이 마이데이터 서비스 출시 및 예비허가를 받고 서비스 참여를 준비 중이다.

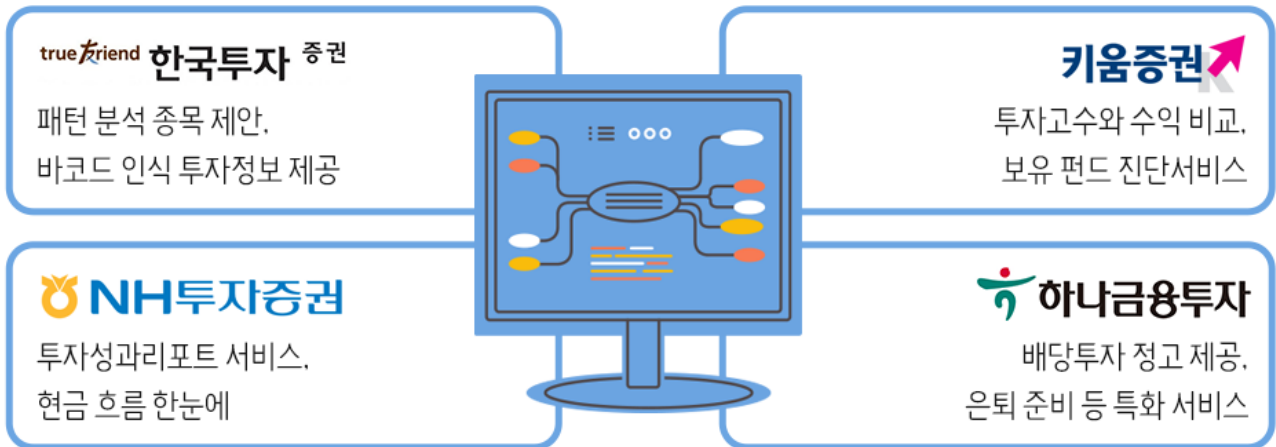
중복 가입을 포함해 현재 천만 명 이상의 고객이 마이데이터 서비스에 가입해서 이용하고 있으며, 이용 가능한 데이터의 범위는 점점 확대될 것이다.

현재 마이데이터 사업자로 참여하고 있는 금융투자사 중 키움증권은 투자 고수와 수익 비교, 보유 펀드에 대한 진단 서비스를 통해 차별화된 서비스를 제공하고 있다. 하나금융투자는 배당투자 정보 제공 및 은퇴 준비 등 특화 서비스를 제공 중이며 NH투자증권은 투자 성과 리포트 서비스 및 현금 흐름을 한눈에 볼 수 있는 서비스를, 미래에셋증권은 올인원 투자 진단 서비스라는 마이데이터 서비스를 제공하고 있다.

마이데이터 사업에 참여하는 사업자는 이렇게 각 사업자의 산업 특성에 따라 차별화 서비스를 기획 및 제공하고 있으며 고객과 시장의 요구와 피드백에 맞춰 서비스의 내용을 점차 개선하고 확대할 것으로 보인다.

구체적으로 살펴보면 키움증권의 'My자산'은 모바일 트레이딩 시스템을 탑재했다. 투자 성향이 동일한 투자 고수와 수익률을 비교하고 분석한 투자자산 보고서와 고객이 보유한 펀드의 점수를 산정해 투자 유형과 진단 서비스를 제공하고 있다. 하나금융투자는 그룹 계열사가 공동으로 참여해 고객의 금융자산 정보를 통합해 회사만의 자산관리, 투자방법, 은퇴준비 등 특화된 서비스를 제공하는 '하나합'을 개발했다. NH투자증권은 전체 금융자산을 한번에 관리할 수 있는 통합 자산 현황과 금융 이벤트 알림을 제공하는 '금융 알리미' 서비스를 출시했다. 또한 투자 성과 리포트 서비스를 개설해 고객이 보유한 펀드를 자체 평가 모델을 기준으로 분석한 후 펀드 추천 서비스를 제공하고 있다. 미래에셋증권은 올인원 투자진단보고서를 통해 다른 증권사에 흩어진 종목들을 한눈에 확인하고, 투자 유형과 성과를 비교하고 분석하는 서비스를 제공한다.

## 주요 증권사 마이데이터 서비스 내용



자료: 각사

결론적으로 마이데이터 사업은 ‘개인 정보의 자기 결정권을 보장하고자’ 정부 주도로 국내에 도입됐다. 마이데이터 사업자는 ‘개인자산 정보를 일괄 수집’하고 이를 분석해 ‘금융소비자 개인별 맞춤 서비스를 제공’할 수 있다. 고객의 금융자산 정보를 통합해 제공하는 마이데이터 플랫폼 서비스를 모든 사업자가 제공하고 있으며, 각 사업자는 서비스의 차별화를 통해 고객 서비스를 주도하고자 다양한 서비스를 제공하고 확대하고 있다.

현재 마이데이터 서비스를 제공하는 증권회사는 투자와 관련된 부분의 전문성을 활용해 특화된 서비스를 제공하고 있으며 고객 측면에서 서비스의 다양성을 확보하기 위해서 서비스 확대 혹은 협업 서비스 등을 고려해볼 수 있다.

### 마이데이터를 활용한 기회의 발굴

마이데이터 서비스는 정부 주도로 시작되었지만, 그 이면에는 디지털 혁신으로 지속적인 산업 간 장벽 완화 및 고객의 요구와 시장의 변화와 맞물려 있다. 특히, 디지털 기술의 발전과 함께 고객 서비스에 대한 혁신의 노력은 오랜 기간 유지되어 왔던 산업 간 장벽을 낮추고 있으며, 점차 산업 간 융합하는 형태로 변화시킬 것이다. 또한 마이데이터 서비스는 금융 정보에 대한 고객의 데이터 주권을 확립하고 새로운 고객 서비스의 기회를 창출할 것이다. 향후 금융 정보의 확대, 그리고 의료 및 유통 등의 영역으로 데이터 공유의 범위가 확장될 경우 마이데이터 서비스의 경험과 역량이 새로운 기회를 창출할 수 있다.

기회와 위협 측면에서 마이데이터 서비스를 바라본다면 새로운 기회를 제공하는 측면이 훨씬 더 많다. 이는 단순히 마이데이터 사업자뿐만 아니라 데이터 주권자인 고객과 이해당사자 모두에게 새로운 기회를 줄 것으로 예상된다.

마이데이터 서비스에 대한 참여 주체 측면에서 기회 요인을 살펴볼 수 있다. 먼저 데이터의 주권자인 고객의 입장에서는 더 많은 기회가 만들어질 수 있다. 다양한 금융기관에 분산되어 있는 금융자산에 대한 포트폴리오를 한눈에 볼 수 있다. 자산 포트폴리오의 구성에 대한 결과를 토대로 자산 배분을 능동적으로 조정할 수 있으며, 금융기관에서 제공하는 포트폴리오에 대한 분석 및 추천 서비스를 활용해서 포트폴리오 배분을 다르게 할 수 있다. 그리고 개인의 생애주기와 결합해 포트폴리오 구성 변화 및 목표 설정 등을 시도할 수 있으며, 추가적으로 부동산과 같이 자동으로 포함되지 않는 개인의 자산 정보를 스스로 추가해 금융기관으로부터 포트폴리오에 대해 더 나은 서비스를 기대할 수 있다. 또한 마이데이터 사업자 및 다양한 서비스 제공자로부터 포트폴리오 추천 서비스를 받아 더 많은 기회를 만들 수 있다.

다음은 마이데이터 사업자로 참여하는 금융기관 및 기업 측면에서 새로운 고객 창출의 기회를 만들 수 있다. 고객의 금융자산 포트폴리오 데이터를 확보할 수 있으며, 더 나아가 자동으로 수집할 수 없는 정보는 고객이 자발적으로 입력할 수 있는 부동산 및 차량 등의 정보를 통해서 고객의 모든 자산 포트폴리오 데이터를 확보할 수 있다. 이렇게 확보된 데이터를 통해서 마이데이터 사업자는 고객 개인을 깊게 이해할 수 있으며, 고객의 생애주기와 목표 등을 통해서 추가적인 서비스 기회를 포착할 수 있다.

예를 들어, 예금자산의 비중이 상대적으로 높은 고객에게는 투자 상품을 고객의 투자 성향에 따라 권유하고 투자 상품을 팔 수 있는 기회를 가질 수 있다. 또한 다른 기업과의 제휴를 통해서 비금융 제휴 서비스를 만들어서 제공할 수 있으며, 이를 통해서 고객의 충성도를 높이고 새로운 고객을 창출할 수 있는 기회도 확보할 수 있다. 고객에게 가치를 만들어주는 다양한 금융 및 비금융 서비스를 만들 수 있고, 이를 통해서 고객 접점을 넓힐 수 있으며 고객의 확대에 이어질 수 있다. 그리고 향후 마이데이터 사업으로의 변화 및 유통, 의료 정보 등 공유 데이터의 확대에 따라 더 많은 고객 참여를 유도할 수 있고 이에 따라 더 많은 기회를 만들 수 있다.

#### 마이데이터 서비스 가치 제고를 위한 향후 과제

마이데이터 서비스는 30여 개 사업자를 시작으로 고객의 자산 정보에 대한 통합 제공 및 특화된 서비스를 제공하고 있다. 그리고 더 많은 마이데이터 사업자가 계속 서비스 출시를 준비 중이며, 사업자의 범위는 금융회사뿐만 아니라 빅테크 등 비금융회사로 확대되고 있다. 마이데이터 서비스를 통

해 차별화된 경쟁력을 갖추기 위해서는 고객 가치 중심의 지속적인 혁신을 어떻게 만들어갈 것인지 구체적인 프로세스와 역량을 갖춰야 한다. 특히 지속적으로 고객 가치를 중심으로 혁신을 이끌어가기 위해서 필요한 프로세스(방법론 포함) 및 조직 구성, 그리고 필요한 핵심 역량에 대한 내재화가 필요하다.

마이데이터 플랫폼을 구축하고 사업을 시작하는 것은 일회성 개발 업무로 볼 수 있지만 마이데이터 사업자로서 경쟁력을 갖추고 더 많은 고객을 확보하기 위해서는 지속적으로 차별화된 서비스를 고객과 시장의 요구에 따라 제공할 수 있어야 한다.

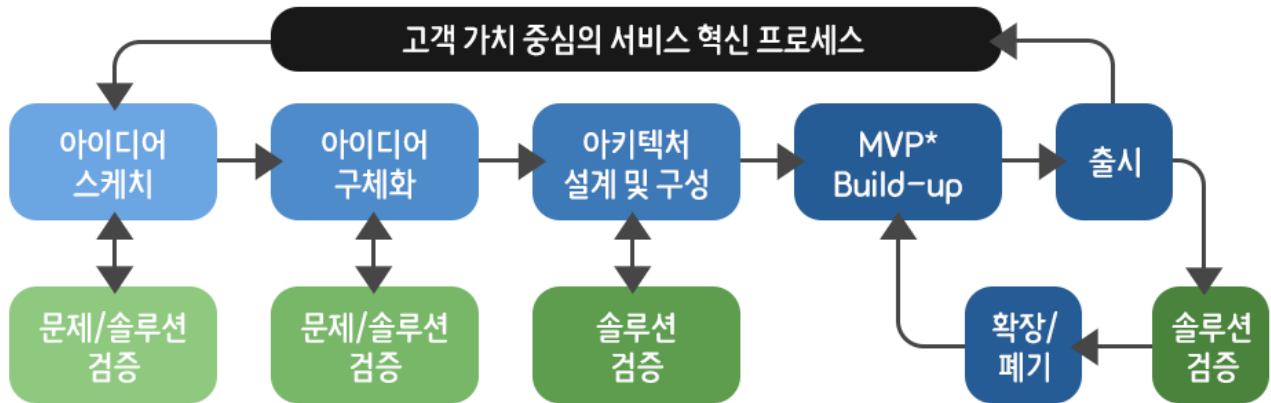
지금 마이데이터 서비스를 제공하고 있는 사업자들은 각각 특화된 서비스를 제공하고 있지만 아직 고객의 관심을 획기적으로 끌고 있는 특화된 서비스는 눈에 띄지 않는다. 고객의 금융 생활에 대한 경험을 혁신 서비스로 제공하는 것은 아주 어려운 일이며 쉽게 만들어지지 않는다. 지속적으로 고객과 시장의 요구 및 피드백을 빠르게 수집해서 적용하는 것이 가장 빠르고 적절하게 제공하는 방안이다.

#### 고객 가치를 중심으로 둔 혁신 단계

고객 가치 중심의 지속적인 혁신을 만들기 위해서는 4가지 단계를 통해서 실현할 수 있다. [그림1] 처럼 아이디어 스케치, 아이디어 구체화, 아키텍처 설계 및 구성, MVP 빌드업(Build-up) 단계로 구성돼 있으며, 각 단계에서 문제 및 솔루션에 대해 검증하고 있다. 서비스 출시 이후 확장에 대해서도 고객과 시장의 피드백에 따라서 이뤄지게 된다.

수행 기간은 서비스의 복잡도에 따라서 결정되며 통상적으로 짧은 기간 내 서비스 출시를 목적으로 한다. 그리고 서비스의 내용과 방향에 대한 변경, 조정 등의 의사결정은 지향하고자 하는 고객 가치를 중심으로 수행할 필요가 있다. 그리고 각 단계마다 해결하고자 하는 문제의 검증과 만들려고 하는 솔루션의 검증을 포함하고 있어 빠르게 피드백을 얻고 빠르게 반영할 수 있는 기반을 갖추고 있다.

[그림1] 고객 가치 중심의 서비스 혁신 프로세스



\*MVP: Minimum Viable Product

첫 번째는 아이디어 스케치 단계다. 필요한 서비스에 대한 구체적인 내용을 정의하기 전에 빠르게 문제 영역과 고객, 그리고 솔루션에 대한 가치를 파악하고 솔루션의 방향을 결정하는 과정이다. 아이디어 스케치 단계에서는 먼저 고객과 문제를 함께 정의한다. 문제 영역과 고객군은 주어진 조건과 상황에 따라서 바뀔 수 있으며, 통상적으로 두가지 영역을 한꺼번에 고려하는 것이 더 나은 결과를 보여줄 때가 많다. 무슨 문제에 집중해야 하고, 현재 목표 고객이 갖고 있는 가장 핵심적인 문제는 무엇인지, 해결해야 할 문제가 무엇인지 등을 명확히 정의하게 된다.

그리고 목표 고객군을 정의하고 특히, 가장 먼저 서비스 혹은 솔루션을 사용할 수 있는 고객을 ‘얼리 어댑터’로 상정하는 것이 중요하다. 얼리 어댑터는 가장 먼저 출시해야 하는 서비스의 기능을 명확히 할 수 있고, 문제 및 솔루션을 검증할 대상 고객도 빠르게 결정해 준다.

얼리 어댑터를 상정했다면 다음은 솔루션으로 제공하고자 하는 고유의 가치를 찾고 정의한다. 특히 경쟁 환경을 고려해서 차별화할 수 있는 내용이 무엇이고, 다른 경쟁 솔루션 혹은 경쟁 제품과의 차별점을 정의한다. 그리고 수익모델과 비용구조를 설계해 투자 타당성을 가늠하고 마지막으로 성과를 측정할 수 있는 지표와 고객에게 해당 솔루션을 제공하는 채널을 정한다. 이 과정에서 아이디어에 대한 빠른 검증을 통한 스케치를 마무리한다.

두 번째는 아이디어를 구체화하는 단계다. 대상 영역의 문제를 더욱 명확하게 정의하고 이를 기반으로 아이디어를 구체화하는 것이다. 이 단계에서 선정된 아이디어를 아키텍처 설계 및 구현 단계를 통해 서비스로 만들어낼 수 있다. 아이디어를 구체화하는 방법은 다양하지만 통상적으로 많이 사용하는 방법 중의 하나는 ‘디자인 씽킹(Design Thinking)’이다.

디자인 씽킹은 서비스에 대한 디자인 방법으로 많이 사용되고 있으며, 문제에 대한 명확한 정의 및 공감을 통해 최종 사용자의 니즈를 명확하게 정의한다. 이렇게 정의된 니즈를 바탕으로 사용자 경험

을 중심으로 다양한 아이디어를 식별한다. 다양한 아이디어는 사용자 경험을 혁신하거나 개선하는 아이디어부터 일부 기능을 더 좋게 만드는 아이디어, 그리고 지금 당장은 실현하기 어려운 아이디어를 포함하고 있다. 당장 실현이 어려운 아이디어도 주어진 조건의 변화에 따라 실현될 수 있고 시간이 지남에 따라 구현할 수 있기 때문에 아이디어로서 가치가 있다.

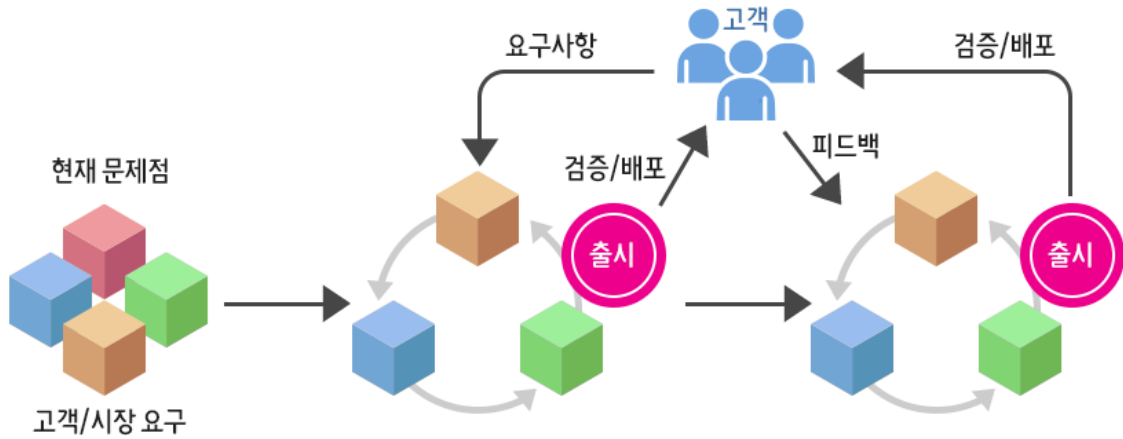
각 식별된 아이디어는 비즈니스 관점의 중요도와 실현 가능성 측면에서 우선순위를 둘 수 있으며, 선정된 서비스 아이디어에 대해 프로토타입을 만들어 보고 검증할 수 있다. 특히, 선정된 서비스 아이디어에 대해 대상고객으로부터 반드시 문제 검증과 선정된 솔루션 검증을 해야 구현할 아이디어를 결정할 수 있다. 만일 이 단계에서 참여한 대상고객이 문제에 대해 동의하지 않거나, 선정된 아이디어의 솔루션을 만족하지 않는다면 문제를 다시 명확하게 정의하거나 선정된 아이디어를 바꿔야 한다. 상황에 따라서는 아이디어 스케치 단계부터 다시 시작해야 할 수도 있다.

세 번째는 아키텍처에 대한 설계 및 구성하는 단계다. 구현 대상 서비스를 비즈니스 목적 및 환경 등을 고려해서 아키텍처 방향을 수립하고 아키텍처를 설계 및 구성한다. 적용하는 아키텍처는 기업마다 다양한 표준 및 원칙을 갖고 있기 때문에 가장 우선적으로는 기업 내에서의 표준 및 원칙을 준수해야 한다.

마지막은 MVP(Minimum Viable Product) 빌드업 단계다. 서비스를 구현하는 단계를 몇 번으로 나눠서 서비스를 출시하고 고객 및 시장의 피드백을 받고 반영할 것인지 함께 계획해야 한다. 특히 서비스 출시 이후 최종 사용자인 고객으로부터 피드백을 어떻게 받고 반영할 지는 아주 중요하다. 처음 출시 시점의 서비스에 대한 만족도는 높지 않을 수 있다. 실제 출시 이후 사용자의 피드백을 정확하고 빠르게 수렴해서 반영할 수 있는 방법에 대해서도 사전에 준비가 되어야 한다.

결과적으로 아이디어 스케치 단계에서부터 구체화, 아키텍처 설계 및 구성, 그리고 구현 단계에 대해서 애자일 방식 프로세스를 적용해 '고객 가치 중심'으로 검증 및 방향에 대한 조정을 하면서 개발을 해나가는 것이 중요하다.

[그림2] 애자일 방식 프로세스



전문 영역 중심 협업과 고객 가치 중심 서비스 중요

마이데이터를 통해 제공할 수 있는 다양한 서비스가 기획 및 개발, 그리고 출시될 수 있으며 아주 작은 수의 서비스만이 고객의 선택을 받고 가치 있는 서비스로 인정을 받을 수 있을 것이다. 더 가치 있는 서비스를 만들고 더 빠르게 만들기 위해서는 항상 고객의 가치에 중심을 두어야 하며, 필요한 핵심 역량을 내부에 갖추고 있어야 한다.

또한 아이디어 스케치 단계에서부터 구현 이후 출시까지의 과정을 효과적으로 진행할 수 있어야 한다. 이를 통해서 고객 중심의 가치 있는 서비스를 지속적으로 만들어 낼 수 있으며 궁극적으로는 차별화된 서비스를 고객에게 제공할 수 있게 된다. 마이데이터를 더 발전시키고 이를 통해서 사업자로서의 경쟁력을 높이며 확고하게 만들기 위해서는 항상 고객 가치 중심으로 생각하고 만들고 피드백을 받고 반영할 수 있어야 한다.

이러한 프로세스와 내재화된 역량 기반으로 다양한 제휴 및 협업을 통해 차별화된 고객 서비스를 주도해 나갈 수 있어야 한다. 마이데이터는 금융 전반에 산재돼 있는 고객의 자산 정보를 통합해 제공하는 서비스이기 때문에 특정 금융기관이 서비스 전체를 주도하는 것은 어렵다. 예를 들어, 카드를 통한 소비 생활의 전문성은 카드사가 갖고 있으며, 투자와 관련되는 전문성은 증권회사가 갖고 있다. 자산 포트폴리오에 대한 전문성 등 마이데이터 사업자의 특성에 따라서 특화된 전문성을 통해 차별화된 고객 서비스를 개발하고 적용할 수 있다. 하지만 고객의 관점에서 고객의 경험에 기반해 서비스를 기획하고 제공하고 혁신하기 위해서는 다양한 제휴 및 협업을 필요하고 수동적이고 종속적인 참여보다 주도적인 참여가 필요하다.

주도적인 참여를 위해서는 고객 가치 중심의 혁신적인 서비스 개발에 대한 역량을 확보하고 전문 영



역을 중심으로 서비스를 강화해야 한다. 그리고 전문 영역을 중심으로 제휴 및 협업을 주도하고 고객 가치 중심의 혁신 서비스 개발 역량을 기반으로 주도적으로 개발 및 확산해야 한다. 그리고 향후 확대되는 금융 정보뿐만 아니라 의료 및 유통 정보에 대해서도 신속한 전략적 제휴를 통해서 활용해야 할 것이다.

\*참고: 금융위원회 2022년 1월 5일 보도자료 ‘1월 5일 16시부터 안전한 API 방식의 본인 신용정보 관리업(금융 마이데이터) 전면 시행’

\* 저작권법에 의하여 해당 콘텐츠는 코스콤에 저작권이 있습니다.

\* 따라서, 해당 콘텐츠는 사전 동의없이 2차 가공 및 영리적인 이용을 금합니다.