

인터넷뱅킹 서비스의 현황과 발전방안

최병철
경제학 전공

<국문초록>

인터넷 이용인구의 급증, 전자상거래 규모 확대, 지급결제 등과 관련된 정보통신 기술의 급속한 발전에 따라 인터넷뱅킹 서비스가 지속적으로 확대되고 빠르게 정착되고 있다. 이러한 인터넷뱅킹의 도입으로 거래비용이 대폭 절감되고 시간적·공간적 제약이 없는 금융 서비스 제공이 가능해져 은행경영에 큰 영향을 미치고 있다. 본 논문은 확대되고 있는 인터넷뱅킹 서비스의 현황을 살펴보고, 인터넷뱅킹 발전을 위한 방안을 고찰하는데 목적이 있다.

즉, 각 금융기관은 세분화된 고객의 라이프 스타일과 투자성향에 기초한 맞춤형 금융상품 및 서비스의 개발이 필요하며, 비금융회사와 제휴하여 자금이체, 증권매매 등 기존 인터넷 금융서비스 이외에 교차판매, 온라인 보험 및 웹 펀뱅킹, 외국환거래 등으로 채널 활용도를 제고하고 인터넷 채널 전략을 강화하여 비금융서비스 판매를 확대할 필요가 있다.

Internet Banking Service : Landscape and Strategy

Choi Byong-Cheol
Department of Economics

<Abstracts>

Banking over internet has attracted increasing attention. This attention has been due to the revolutionary developments in information and communications technology, such as the rapid growth in electronic commerce, the usages of Internet and electronic payments. Internet banking could have significant effects on the performance of the banking industry by cost savings, revenue growth and increased customer convenience.

The purpose of this paper is to describe the current state of Internet banking and to discuss the policy challenges to develop the Internet banking.

Therefore, financial institutions offer a wider range of Internet banking services in order to meet the various financial needs of individuals and businesses. And Internet banking has increased the convenience of accessing an even wider array of existing banking service. Also, Securities, marketing and customer's credits are most important to develop the Internet banking.

I. 서론

1990년대 중반 미국에서 정보통신기술의 발달에 힘입어 개방형 네트워크인 인터넷을 통해 금융서비스가 처음 제공되기 시작하면서 전세계적으로 인터넷뱅킹이 급속도로 활성화되기 시작하였다¹⁾. 인터넷뱅킹이 급속히 확산됨에 따라 금융산업의 경쟁이 더욱 심화되었으며, 인터넷과 전자상거래의 확산으로 인해 은행의 핵심 기능 중 하나인 지급결제기능 뿐만 아니라 예금, 대출, 도·소매업무 등 은행업의 각 분야에서 새로운 경쟁자들이 출현하기 시작했다.

이러한 인터넷 이용인구의 급증, 전자상거래 규모 확대, 지급결제 등과 관련된 정보통신기술의 급속한 발전에 따라 인터넷뱅킹 등의 서비스 영역이 지속적으로 확대되고 빠르게 정착되고 있다. 인터넷뱅킹의 도입으로 거래비용이 대폭 절감되고 시간적·공간적 제약이 없는 금융서비스 제공이 가능해져 은행경영에 큰 영향을 미치고 있다. 특히, 마케팅, 영업 및 상품개발 등에 최첨단 정보통신기술을 활용하는 새롭고 다양한 형태의 금융 비즈니스 모델이 출현하기 시작하였다.

한편, 기업과 소비자간 전자상거래 규모가 급속히 증가함에 따라 인터넷 서비스 제공기관과의 전략적 제휴, 각종 콘텐츠의 상호교환, 인터넷 포털 사이트를 통한 banking 서비스 제공 등 다양한 제휴관계를 통하여 금융서비스의 다양화 및 차별화를 시도하는 은행들이 속속 출현하고 있다. 그리고 금융지주회사 중심의 금융권역간 겸업화가 확산되고 은행과 비은행금융기관, 금융기관과 비금융기관간 전략적 제휴를 통한 교차판매 및 원스톱 서비스체제를 구현하고 있다. 또한 대부분의 은행이 증권계좌 개설 대행, 증권거래자금 이체 등을 위해 증권회사와 제휴하고 있으며, 보험상품 판매 대행, 방카슈랑스 상품 개발, 판매 등 보험회사와의 제휴도 확대되고 있다.²⁾

본 논문은 확대되고 있는 인터넷뱅킹 서비스의 현황을 살펴보고, 인터넷뱅킹 발전을 위한 방안을 고찰하는데 목적이 있다. 우선 제II장에서는 인터넷뱅킹의 영업유형을 고찰하고, 제III장에서 인터넷뱅킹 서비스의 현황을 살펴보았다. 그리고 제IV장에서 인터넷뱅킹의 발전을 위한 방안을 고찰하였다.

1) 인터넷금융은 접속이 용이한 개방형 네트워크인 인터넷을 이용하여 금융기관과 고객간 시간과 장소에 구애됨이 없이 금융거래가 이루어지는 것을 말한다. 인터넷뱅킹은 인터넷금융 중에서도 각종 금융정보 제공, 잔액조회, 계좌이체, 대출, 예·적금계좌 개설, 외화송금 등 은행금융기관을 통한 서비스를 가리킨다.

2) 2003.8월부터 은행과 증권회사, 상호저축은행 등도 연금보험, 교육보험 등 개인 저축성 보험을 보험회사로부터 위탁받아 판매할 수 있게 된다.

II. 인터넷뱅킹의 영업유형

인터넷뱅킹은 뱅킹 서비스의 원격전달경로(Remote Delivery Channel)를 인터넷을 활용하여 제공하는 것으로, 고객이 PC를 통해 인터넷에 접속한 후 은행의 호스트컴퓨터에 연결하여 금융서비스를 제공받는 시스템을 지칭한다. PC뱅킹은 고객이 VAN사업자나 은행이 제공하는 전용소프트웨어를 이용하여 자신의 PC를 은행의 호스트컴퓨터와 연결하여 금융서비스를 제공받는 시스템으로 인터넷에 비해서는 상대적으로 폐쇄적인 네트워크를 이용한다는 점에서 차이가 있다.³⁾

인터넷에서는 한번의 클릭으로 고객이 다른 금융기관으로 이동할 수 있기 때문에 고객 흡인력과 경쟁력이 있는 상품을 갖춘 금융기관으로 고객이 집중되는 현상이 심화될 가능성이 높다. 그리고 인터넷을 통하여 금융상품 및 서비스에 대한 금융기관간 및 시장간 비교가 가능해짐으로써 금융상품의 표준화가 촉진된다. 한편, 인터넷뱅킹은 지역적, 시간적 제약을 뛰어 넘어 금융거래를 할 수 있어 금융서비스의 범세계화가 촉진되며, 탈 중개화와 증권화를 촉진시켜 시장원리에 의한 중개관행의 정착을 앞당길 수 있다. 인터넷뱅킹은 고객에게 다양한 금융서비스와 상품을 제공할 수 있어 금융시장이 금융기관 중심에서 고객 중심으로 재편된다(이성호 2000).

한편, 인터넷뱅킹의 장점으로는 고객에게 보다 나은 금융서비스를 제공함으로써 고객과의 우대관계를 강화할 수 있으며, 고객에게 이용 편리성, 수수료로 감면, 대출 및 예금이자 우대 등의 혜택을 제공함으로써 새로운 고객을 유인하는 주요 수단으로 활용할 수 있어 은행의 경쟁력을 제고할 수 있다. 또한 은행은 점포 등 공간 확보에 따른 비용과 인건비를 절감할 수 있어 거래비용을 대폭 절감할 수 있다.⁴⁾ 그리고 개별고객에 대한 맞춤서비스를 제공할 수 있고 고객정보를 이용하여 새로운 영업기회를 창출할 수 있다.

반면, 인터넷뱅킹의 도입은 막대한 초기 투자를 필요로 할뿐만 아니라, 이제까지와는 다른 새로운 위협에 노출될 수 있다. 그리고 인터넷전문은행, 은행업에 진출을 시도하는 비은행금융기관, 인터넷 전문포탈회사 등이 시장에 추가로 진입하여 수익성이 높은 우량고객에게 금융서비스를 집중적으로 제공할 경우 경쟁은 더욱 격화될 것이다. 또한 개별 금융기관의 역량을 나타내는 요소가 자본규모, 임직원 및 점포 수 등의 유형자산으로부터 정보통신기술, 상품개발기술, 자문서비스, 브랜드 등 무형자산으로 바뀔에 따라 금융기관간 및 금융기관과 정보기술회사간 경쟁이 심화될 것이다. 이러한 특징을 가지고 있는 인터넷뱅킹은 다른 영업채널과의 관련도를 기준으로 크게 세 가지 영업유형으로 구분할 수 있다.⁵⁾

3) 인터넷뱅킹과 유사하게 사용되고 있는 용어로는 Electronic Banking, Virtual Banking 또는 Cyber Banking, Remote Banking 등이 있다. Electronic Banking이란 금융기관이 전자화된 매체를 이용하여 금융서비스를 제공하고 지급결제기능을 수행하는 것을 총칭하는 가장 넓은 의미의 용어이다. Virtual Banking 또는 Cyber Banking이란 인터넷뿐만 아니라 전용선 등으로 은행의 호스트컴퓨터에 접속하여 은행업무를 보는 방식으로 인터넷뱅킹에 일부 PC뱅킹을 포괄하는 개념이다. Remote Banking은 ATM, 전화, 쌍방향 TV, 인터넷 등의 매개수단을 이용하여 은행업무를 수행하는 것으로서 직접적인 대면거래의 반대개념으로 사용되고 있다(이성호 2000).

4) Sato & Hawkins(2001)는 미국 은행들의 창구거래 비용을 건당 100으로 표준화했을 때 인터넷뱅킹 비용은 건당 1에 불과한 것으로 보고하고 있다. 또 DeYoung(2001)은 거래 1건당 은행의 처리비용이 점포 방문 \$1.07, 텔레뱅킹 \$0.55, ATM\$0.27, 인터넷뱅킹 \$0.01라고 보고하고 있다

5) 한국금융연구원, 주간금융동향, 제10권 33호 2001.8.

1. 통합/수세형(Internet support; conversion model)

기존의 금융기관이 지점, ATM 등 기존 영업채널에 부가적으로 인터넷을 더하여 서비스를 제공하는 인터넷겸업모델(click and mortar)이다. 이는 인터넷서비스가 가지고 있는 편의성을 제공하지 못할 때, 기존고객이 타사로 이탈하는 것을 막기 위해 인터넷을 부가적 영업채널로 채택하는 수세적 영업전략이다. 그러나 단순히 기존고객에 인터넷거래의 기회를 제공하는 것에서 끝나는 것이 아니라, 해당 금융기관 전체로 보아 거래비용이 축소되도록 기존 영업채널을 통한 거래가 축소되고 반면에 인터넷거래가 확대되어야 할 것이다. 따라서 기존고객이 인터넷거래를 활발히 할 수 있도록 예금금리의 인상, 대출금리의 인하, 수수료의 인하 등 유인제공이 필요하다.

대부분 대형은행의 경우 통합형을 추진하고 있으며, 온라인 고객 점유율에 있어서 다른 두 유형의 영업전략을 추구하는 은행들을 압도하고 있다.⁶⁾ 이는 대형은행이 브랜드, 다양한 영업채널의 이점, 기존고객의 관성 혹은 충성도를 바탕으로 성공적인 실적을 이룰 수 있었기 때문이다. 그리고 다른 유형의 인터넷은행이 고객점유나 수익성에 있어서 위협을 가할 만한 기술적 진보 혹은, 소프트웨어의 개발에 성공하지 못했기 때문에 기득권을 유지할 수 있었기 때문이기도 하다.⁷⁾

2. 분리/공격형(Internet aggressor; stand-alone model)

오프라인 형태의 기존 금융기관과는 독립된 자회사 형태의 순수 인터넷금융기관을 통해서 인터넷서비스를 제공하는 모델이다. 이는 오프라인채널과 온라인채널간의 상충문제를 피하는 한편, 시장을 선점하기 위해 온라인 영업에 특화하는 자회사를 설립하는 것이다. 기존의 영업시스템이 인터넷 영업환경에 맞도록 개편되기 위해서는 많은 시간과 비용이 소요될 수 있으며, 기존 시스템이 여러 가지 문제를 갖고 있어 개선이 필요한 경우에 적합하다. 그리고 인터넷 금융시장이 한정되어 있고, 선점효과가 중요시 될 때에는 기존 오프라인시스템과는 별도의 금융기관을 설립하여 시장점유율을 확보하는 전략이 정당화될 수 있다. 그러나 영업채널간의 갈등, 중복투자의 문제뿐만 아니라 다른 영업채널의 접근이 용이하지 않고 브랜드인지도가 낮기 때문에 성공이 제한적일 수밖에 없다.⁸⁾

6) Bank of America, Wells Fargo, First Union, Bank One 등 은행의 온라인 고객수가 크게 증가하는 추세에 있다.

7) Barclays은행은 순수인터넷은행의 설립을 통해 대응하기보다는 기존 업무의 온라인화 전략을 추구하였다. 이는 새로운 브랜드 및 인프라 구축에 막대한 비용이 들기 때문이며, 기존의 브랜드 인지도, 소비자 금융 및 중소기업금융에서의 시장점유율을 바탕으로 비교우위를 지속적으로 확보하는 전략을 택하였다. 따라서 Barclays은행은 상이한 사업자의 시스템간 교통이 가능한 개방구조모델을 채택하고 있으며, 대고객 서비스 모델은 다양한 영업채널에 대해 동일한 기술적 플랫폼을 이용할 수 있도록 하였다.

8) WingspanBank.com(Bank One)은 영업이 활발하긴 하지만 전략적으로 축소되는 방향으로 가고 있으며, LighthousesBank.com(Brookline Bancorp)은 매각 추진 중에 있다. 그리고 Pointpathbank.com(Synovus)은 영업을 중단한 상태며, evolvebank.com(Lloyds TSB)은 스페인에서 영업을 시작하였는데 영국으로 영업을 확대하려던 당초의 계획을 백지화하였다. 그리고 citi f/i(Citigroup)는 Citibank Online으로 흡수되었다.

3. 순수인터넷은행/인터넷전문은행(pure play internet bank)⁹⁾

오프라인 점포망 없이 인터넷이나 전화 등의 기기를 통해 은행서비스를 제공하는 모델이다.¹⁰⁾ 인터넷전문은행은 지점이 없지만 인터넷, 콜센터, 우편 등을 통하여 대부분의 은행 서비스를 제공하므로 비용을 대폭 절감할 수 있다. 따라서 경쟁력의 원천은 가격이다. 그러므로 점포 설립 및 유지비용 절감을 통한 낮은 간접비용과 넓은 지역에서의 손쉬운 접근성을 바탕으로 일반은행보다 유리한 가격(높은 예금이자율, 낮은 대출이자율)을 제공하여 빠른 성장과 이익을 달성할 수 있다. 또한 인터넷뱅킹을 이용하는 주된 고객층이 높은 교육수준의 부유층이 될 소지가 많으므로 장기적으로 은행 수익성에 도움을 줄 것이다. 그리고 장기적인 측면에서 인터넷전문은행은 일반적으로 은행이 설립된 후 시간이 경과되면서 수익성을 개선하게 되는 성숙경험효과(maturity experience effect)¹¹⁾외에, 기술경험효과(technology experience effect)¹²⁾와 기술특화규모효과(technology specific scale effect)¹³⁾를 추가적으로 가질 수 있다.(DeYoung 2001b)

그러나 전통적인 대면 서비스의 부재로 인해 고객불만 처리과정이 원활하게 이루어지지 않으며, 복잡한 고급 금융상품을 판매하는 데에 있어 상대적으로 불리하다. 이러한 대면 서비스 부재를 만회하기 위하여 고금리 예금유치, 고금리 제공을 하고 있다. 그러나 이는 단지 초기 고객유인을 위한 일시적인 마케팅 전략이며, 이 경우에도 오프라인 은행에 비하여 금리에 민감한 고객이 주된 고객으로 구성되어 은행수지에 불리하게 작용한다. 따라서 인터넷전문은행에 있어서 고객유치와 수익성이 가장 큰 당면 과제로 나타나고 있으며, 낮은 브랜드 인지도는 시장점유 확대의 가장 큰 걸림돌로 나타나고 있다.

그리고 인터넷전문은행은 현금인출 및 자금예치에 있어서 제약적이다. 따라서 현금인출을 가능하도록 하기 위하여 자체 ATM기기를 대거 설치하거나, 고객에게 ATM기기 사용료를 보상하여 주는 영업전략을 채택함으로써 추가비용이 발생한다. 또한, 신규 자금예치가 어려워 인터넷전문은행에 개설된 계좌 중 실제로는 자금이 유입되지 않는 경우가 많다. 이렇게 인터넷전문은행은 점포 운영비용을 절감할 수 있지만, 반대로 신규고객 유치 및 유지를 위해 지출되는 높은 마케팅비용과 최신의 수준으로 IT부문을 유지하기 위한 비용이 추가로 소요된다. 반면에 인터넷전문은행은 지점이 없기 때문에 조직구조가 간편하여 변화하는 환경에 능동적으로 대응할 수 있다는 장점이 있다. 그러나 현재는 극히 제한된 수의

9) 인터넷전문은행은 엄격한 의미에서 점포 없이 인터넷만을 고객접점으로 활용하며 모든 은행업무를 수행하는 은행을 의미하나, 일반적으로는 소수의 영업점을 보유하고 인터넷을 핵심적인 채널로 활용하는 은행을 통칭하고 있다(DeYoung 2001a)

10) 인터넷전문은행은 미국에서는 1995년 10월 Security First Network Bank가 설립된 이후 현재 약 50여 개에 이르고 있으며 영국은 Smile Bank, First-e Bank 등 5개, 일본은 재팬넷은행, 소니뱅크 등 4개가 설립되었다

11) 성숙경험 효과(maturity experience effect) : 은행신설 이후 시간이 경과함에 따라 임직원들이 은행업에 대한 경험을 축적하게 되어 비용조정, 위험관리, 마케팅 혹은 가격정책 등 다양한 재무성과의 개선이 나타날 수 있다. 이는 신설은행(인터넷전문은행, 일반은행)에 공통되는 현상이다.

12) 기술경험 효과(technology experience effect) : 비표준 신기술을 이용하는 은행에 나타나는 효과이다. 임직원과 고객이 경험한 새로운 기술에 의해 축적된 효과가 시간이 경과하면서 재무성과를 증가시킨다. 인터넷전문은행처럼 새로운 기술을 사용하는 은행에서 일반은행업무의 경험에 부가하여 발생한다

13) 기술특화 규모 효과(technology specific scale effect) : 비표준 신기술을 이용하는 은행에 나타나는 효과이다. 은행의 규모가 확대될 경우 전통적인 은행업무에서 규모의 경제에 부가하여 특정기술과 관련된 규모의 경제가 발생하여 단가절감 등 금융성과로 나타난다. 새로운 기술을 사용하는 은행에서 발생한다

인터넷은행만이 선점이익을 통해 제한적인 성공을 이루었을 뿐¹⁴⁾, 이미 상당수의 인터넷은행이 기존전략을 포기하거나 타사에 합병되었다.¹⁵⁾

따라서 일부 소수의 은행들이 온라인거래 웹사이트만을 유통채널로 하는 인터넷전문은행을 시도하고 있다. 그러나 한가지 유통경로만을 활용할 경우 다양한 금융상품의 제공이 용이치 않으며, 모든 계층의 고객에 대하여 금융서비스를 제공하기는 어렵다. 그러므로 대부분의 인터넷전문은행은 틈새시장을 겨냥한 전략을 채택하고 있다.¹⁶⁾ 그러나 인터넷전문은행이 경험의 축적을 통해 경영 효율화를 달성하고 규모의 경제를 충분히 활용한다면 성장성은 여전히 높다고 할 수 있다.

III. 인터넷뱅킹 서비스 현황

1. 인터넷뱅킹 서비스 현황

한국은 1990년대 중반이후 인터넷 이용자가 급격히 늘어나자 1999년 7월 인터넷뱅킹 서비스가 시작되어 2003년 9월말 현재 모든 국내은행(18개)과 씨티은행, 홍콩상하이은행 및 우체국이 인터넷뱅킹 서비스를 제공하고 있다. 그리고 인터넷뱅킹 서비스 이용을 위해 은행에 등록된 고객 수는 2003년 9월말 현재 2,127만명으로 작년 9월말의 1,693만명에 비해 1년간 25.66% 증가하였다. 이 중 개인 인터넷뱅킹 고객은 2,032만명으로 작년 동기대비 24%, 기업 인터넷뱅킹 고객은 95만명으로 74.3%가 각각 증가하였다.<표 1> 참조).

<표 1> 인터넷뱅킹 등록 고객수(단위:만명,만개)

	2000. 12월말	2001. 12월말	2002. 12월말	2003. 9월말
개 인	409	1,092	1,702	2,032
기 업		39	69	95
합 계	409	1,131	1,771	2,127

자료 : 한국은행(2003)

- 14) 성공적인 인터넷전문은행으로 조지아주를 기반으로 한 Netbank가 있다. 이 은행은 1998년 이후 4년 연속 흑자를 거두었다 그 외에도 First Internet Bank of Indiana, Bank of Internet USA 등이 손익분기점을 넘어섰다. 그리고 1998년 10월 프루덴셜 생보사가 설립한 영국의 EggBank는 신용카드 부문에 주력하여 2002년 1/4분기중 세전 순이익이 240만 파운드에 달하는 등 최초로 흑자전환을 시현하였다. EggBank는 경쟁은행보다 높은 예금금리를 제공함으로써 수신고가 비약적으로 증가하였으며, 주 수익원은 예대마진이 아니라 보험, 투자상품의 교차판매에 따른 수수료이다.
- 15) Mortgage.com, iOwn.com, OnLoan.com 등은 영업을 중단했으며, USABancshares, Security First, X.com은 순수인터넷뱅킹 전략을 포기하였다. 한편 1997년 8월 인터넷전문은행으로서 최초의 국법은행 인가를 받은 Compubank의 경우, 2000년말 현재 26백만달러의 손실을 기록하고 2001년 1월 Netbank에 인수되었으며, Telebank, LoansDirect.com은 E*Trade에 피인수되었다. 그리고 NetBank, E*Trade Bank, Virtual Bank, Wingspan 등 다수의 인터넷뱅크들도 기존의 무점포 전략을 포기하고 대면 접촉 창구를 확보하고 나섰다.
- 16) iVantage Bancorp는 대학생들과 그 학부모에 초점을 맞추었으며, AeroBank.com은 소기업의 사장들을 대상으로 대출과 현금관리 서비스를 판매하는데 주력하고 있다.

이에 따라 한국은 인구대비 인터넷뱅킹 이용자 비율은 30.8%로 노르웨이, 스웨덴, 핀란드 등 북유럽국가(34.2%) 및 캐나다(30.7%)와 함께 30% 수준을 상회하였다.¹⁷⁾ 일반적으로 컴퓨터와 휴대폰의 사용 및 인터넷 접속은 소득과 밀접한 관계가 있는 것으로 나타나고 있으며, 전자금융의 보급 정도도 비슷한 양상을 보이고 있다. 그러나 예외적으로 한국은 소득에 비해 첨단 기술장비 및 전자금융 보급률이 높은 것으로 나타나고 있다. 이는 상대적으로 저렴한 인터넷 사용요금을 반영하고 있는 것으로 보인다(Sato & Hawkins 2001).

또한, 인터넷뱅킹 이용고객 연령별 구성을 보면 20대 31.6%, 30대 38.9%, 40대 19.4%로 등록 고객의 대부분이 20-40대인 것으로 나타났으며, 성별로는 남성이 54.7%, 여성이 45.3%를 차지하였다. 한편 이를 2001년 말과 비교해 보면, 지난 1년간 이용고객의 구성에 많은 변화가 있었음을 알 수 있다. 2001년 말에는 인터넷뱅킹의 주 이용 고객 층이 20-30대이고 남성 고객의 비중이 크게 높았으나, 2002년 말에는 상대적으로 경제력이 있는 40-50대의 비중이 크게 증가하였다. 그리고 여성 고객 증가율이 남성 고객 증가율을 훨씬 상회하는 등 세대별 및 성별 정보격차가 줄어들었다(<표 2> 참조).

<표 2> 인터넷뱅킹 이용고객의 연령 및 성별 구성(단위:명,%P)

구 분	연 령 별					합 계	성 별	
	20대	30대	40대	50대	60대이상		남	여
2001년말 (비중)	2,028,812 (38.2)	2,011,381 (37.9)	869,126 (16.4)	260,434 (4.9)	142,387 (2.7)	5,312,140 (100.0)	3,060,252 (57.6)	2,251,888 (42.4)
2002년말 (비중)	2,392,104 (31.6)	2,947,126 (38.9)	1,468,145 (19.4)	499,395 (6.6)	274,079 (3.6)	7,580,849 (100.0)	4,143,302 (54.7)	3,437,547 (45.3)
증가율 비중증감	8.3 (△6.6)	46.5 (1.0)	68.9 (3.0)	91.8 (1.7)	92.5 (0.9)		42.7 (△2.9)	59.7 (2.9)

자료 : 한국은행(2003)

인터넷뱅킹 이용자 수가 급격히 늘어나고 있는 것은 은행들이 인터넷뱅킹 이용자에게 수수료 할인, 예금금리 우대, 대출금리 할인 등 다양한 인센티브를 제공하고 있기 때문이다. 각 은행은 인터넷을 통해 예금상품에 가입한 고객들에겐 0.2% 포인트 정도의 보너스 금리를 주고 있으며, 인터넷 대출 고객에겐 0.2%-0.5% 포인트 정도 대출금리를 깎아주고 있다. 또 송금수수료도 인터넷뱅킹을 이용하면 전액 면제해 주거나 송금액수에 상관없이 300-500원으로 청구 송금수수료보다 싸다. 이에 따라 금융서비스 전달채널별 업무 처리 비중에서도 인터넷뱅킹을 통한 업무처리 비중이 21.0%로 2003년 6월에 비해 2.2% 포인트 증가하였다. 특히 시중은행의 경우 주5일 근무제 실시 이후에 큰 폭으로 증가하여 인터넷뱅킹 처리 비중이 28.0%를 차지하여 창구이용 비중 27.2%를 능가했다.<표 3> 참조).

17) 여타 국가 중에서는 호주(28.4%)가 비교적 높으며, 프랑스, 독일, 홍콩, 싱가포르 등 대부분의 국가는 10% 내외이다

<표 3> 금융서비스 전달채널별 업무처리건수 비중(%)(2003.9월 중)

은행명	창구텔러	CD/ATM	텔레뱅킹	인터넷뱅킹	합계
시중은행(8개) 평균 (2003.6월 중)	27.2 (28.9)	32.5 (30.5)	12.3 (14.1)	28.0 (26.5)	100.0 (100.0)
지방및특수은행(10개)평균 (2003.6월 중)	40.9 (42.7)	27.9 (27.2)	15.2 (15.1)	16.0 (15.0)	100.0 (100.0)
전은행(21개) 평균 (2003.6월 중)	37.0 (38.1)	28.4 (29.6)	13.6 (13.5)	21.0 (18.8)	100.0 (100.0)

자료 : 한국은행(2003)

2. 인터넷뱅킹 서비스 이용실적

2002년 중 인터넷뱅킹을 통한 각종 조회, 자금이체 및 대출서비스 이용건수는 일평균 589만건으로 2001년 중 306만건에 비해 92.1%가 증가하였다. 자금이체 서비스는 일평균 108만건, 7조원에 달하였으며, 전체 인터넷뱅킹 거래에서 18.4%의 비중을 차지하고 있다. 인터넷 대출은 일평균 1만 1천건에 1,026억원이 신청되어 그 중 3천건에 448억원 정도가 실제 대출로 이어진 것으로 나타났다(<표 4> 참조).

<표 4> 인터넷뱅킹 서비스 이용실적(단위: 천건, 억원, %)

	2001년 중(일평균)		2002년 중(일평균)		증 감 율	
	건수(비중)	금 액	건수(비중)	금 액	건 수	금 액
조회서비스	2,530(82.6)	---	4,792(81.4)	---	89.4	---
자금이체	524(17.1)	40,933	1,082(18.4)	70,081	106.6	71.2
대출신청	10 (0.3)	876	11(0.2)	1,026	12.6	17.1
(대출실행)	(2)	(240)	(3)	(448)	31.2	86.3
합 계	3,064	---	5,885	---	92.1	---

자료 : 한국은행(2003)

인터넷 대출 규모가 증가하면서 각 은행들은 인터넷 고객에게 대출금리를 낮추어주는 등 우대혜택을 제공하고 있다. 국민은행은 인터넷 대출 신청자에게 금리를 0.5% 포인트 할인해 주고 있다. 외환은행은 신용대출(0.25%), 예금담보(0.5%), 주택담보(0.1%) 등 대출종류별 금리를 낮춰주고 있다. 그러나 인터넷으로 대출 승인이 나더라도 대부분 은행은 신분, 서류 등을 확인하기 위하여 고객이 한번은 창구를 방문토록 하고 있다.¹⁸⁾ 한편, 국민은

18) 국민은행과 조흥은행은 우수고객, 금여이체 고객 등에 한해 신청에서 대출금 지급까지 전 과정을 온라인으로 서류없이 처리해주는 서비스를 시행하고 있다. 한미은행도 인터넷전용 즉시 대출상품인 '퀵머니론'을 개발하였다. 퀵머니론은 인터넷으로 모든 대출절차를 밟을 수 있는 무서류, 무방문, 무보증 대출 상품이다.

행이 인터넷 대출을 신청할 경우 가장 잘해주는 것으로 나타났다. 대출신청은 물론 한도증액, 기한연장, 약정해지 등 모든 대출절차를 인터넷상에서 처리할 수 있는 무서류 즉시대출을 도입한 덕분에 승인율이 높아졌다.

3. 인터넷뱅킹 서비스 내용

인터넷뱅킹을 통해 제공되는 서비스는 주로 금융상품 정보제공, 예금조회, 계좌이체, 대출, 예·적금 계좌개설, 공과금납부, 외화송금 등이며, 최근 들어 계좌통합조회서비스, 전자고지 및 납부서비스(EBPP), 기업구매 자금대출, 전자외상매출채권 담보대출, 메일뱅킹 등 첨단 금융서비스를 제공하는 은행들도 크게 증가하고 있다.

은행들은 인터넷뱅킹의 이용 확대를 위하여 서비스의 내용을 지속적으로 확충, 개선하고 있다. 그리고 일부 은행은 주5일 근무제 도입에 따라 인터넷뱅킹 서비스 수요가 앞으로 크게 늘어날 것에 대비하여 가동시간을 연장하거나 서버 용량을 증설하고 있다. 그러나 독자 시스템을 구축하지 않고 벅크타운¹⁹⁾을 이용하여 인터넷뱅킹 서비스를 제공하는 은행들은 대체로 유사한 수준의 서비스를 제공하고 있다.

최근 들어 은행들은 기본서비스인 예금, 대출, 외환관련 서비스 외에 부동산 시세제공, 자산관리 등의 특색 있는 서비스를 제공하고 있다.

(1) 국민은행

국민은행은 자체 개발한 시스템을 통해 전국 1만개 단지, 3만개 평형의 아파트 시세정보를 제공하는 'KB 아파트시세 서비스'를 제공하고 있다. KB 아파트시세는 복수조사방식을 택하고 일방거래가 개념을 도입하여 정확도를 높인 서비스이다. 뿐만 아니라 향후 5천여 개 중개업소로부터 시세정보를 제공받아 매주 한차례 새로운 시세를 제공할 예정이다. 그리고 LG화재와 제휴를 맺고 온라인상에서 보험료를 조회하고 입금할 수 있는 서비스를 제공하고 있다.

또한 LG텔레콤과 공동으로 모바일뱅킹인 '뱅크온(Bank On)' 서비스를 제공하고 있다. 뱅크온 서비스는 전용단말기를 통해 단축키로 한번에 서비스를 이용할 수 있으며 금융칩과 전용 휴대폰을 결합해 휴대폰으로 계좌조회, 이체, 출금, 수표조회 등 기본서비스는 물론이고 교통카드 기능까지 제공하고 있다. 또한 뱅크온 서비스는 3중의 보안망을 거쳐야 실제 거래가 가능하고 거래정보 전송 시 모든 정보가 암호화되기 때문에 보안체계가 철저하다. 그리고 국민은행은 종합토지세, 주민세, 재산세, 자동차세, 면허세, 상하수도요금 등의 지방세를 인터넷뱅킹으로 납부할 수 있게 하였다.

(2) 우리은행

우리은행은 인터넷뱅킹 이용 시 고객이 지문을 입력해 본인을 확인하는 '바이오 인증 서

19) 한국통신 자회사인 한국통신 커머스 솔루션즈(KT Commerce Solutions)는 국내 최초로 인터넷 뱅킹 시스템을 1996년에 개발하여 1999년부터 14개 은행을 대상으로 인터넷뱅킹 서비스를 제공하기 시작하였다. KTCS는 2001년 9월 시장경쟁력 강화를 위해 e-Biz 전문기업인 벅크타운으로 바뀌었다. 현재 17개 은행 및 새마을금고 등이 동 서비스를 통하여 인터넷뱅킹 서비스를 제공하고 있다.

비스'를 실시하고 있다. 고객은 본인 인증이 필요한 거래 시 보안카드 번호나 공인인증서 암호를 입력할 필요 없이 지문만 갖다대면 된다. 그리고 프라이빗 बैं킹 고객 전용 사이트인 우리노블닷컴도 운영하고 있다. 우리노블닷컴 등록고객은 이 은행의 인터넷뱅킹 고객의 약 3%에 이르고 있다. 우리노블닷컴 고객은 기본적인 온라인 금융거래는 물론 전문 상담원으로부터 1대1로 자산운용 상담을 받을 수 있다.

또한 별도의 종이통장을 발행하지 않고 인터넷뱅킹 등 자동화 채널을 이용해 은행거래를 할 수 있는 인터넷 전용통장인 '우리닷컴통장'을 시행하고 있다. 기본금리에 0.5% 포인트의 우대금리를 지급하며 50만원 미만의 소액예금에도 연 0.5% 이자를 지급한다. 종이통장이 없는 불편함을 해소하기 위해 최근 1년간의 거래내역을 조회할 수 있도록 인터넷뱅킹 조회서비스를 실시하고 있다. 또한 매달 1회씩 이메일을 통해 거래내역을 고객에게 통지해 준다.

(3) 하나은행

하나은행은 인터넷뱅킹에 실시간 백업 시스템을 도입해 어떠한 장애에도 가동이 중단되지 않는 인터넷뱅킹 무정지서비스를 실시하고 있다. 이 서비스는 주 전산센터에서 회선장애, 시스템 장애 등의 이유로 장애가 발생할 경우, 제2데이터센터(Dual Data Center)에서 전산처리를 실시간으로 자동 대체하여 고객들이 평상시 처럼 인터넷뱅킹을 이용할 수 있도록 한 재해복구시스템이다. 또한 인터넷뱅킹이 해킹될 경우에도 해킹 침입유도 시스템을 도입하여 제2데이터센터에서 과부하를 막아줌으로서 주 전산센터에서는 안정적인 서비스를 제공할 수 있게 된다. 그리고 고객의 자산관리를 돕는 '웰스 클리닉' 서비스를 실시하고 있다.

(4) 신한은행

신한은행의 인터넷뱅킹은 고객의 편의성을 극대화하는데 초점이 맞추어져 있다. 인터넷 대출서비스 부문에서는 실시간 인터넷신용대출인 '사이버론' 서비스를 시행하고 있다. 사이버론 서비스는 개인 신용평가 시스템을 인터넷뱅킹에 접목하여 고객이 대출을 신청함과 동시에 대출승인 여부를 확인할 수 있도록 하는 것이다.

그리고 거래 전용 बैं킹 소프트웨어인 '신한ezPlus'를 개발하였다. 이지플러스는 클라이언트 서버 방식을 도입하여 'PC 속의 작은 은행'이라는 초고속 전자금융 서비스를 제공하고 있다. 또한 머니메일을 이용하면 상대방의 은행 계좌번호를 모르더라도 e메일이나 휴대전화로 돈을 보낼 수 있다. 그리고 기업고객을 대상으로 'BizBANK'라는 기업전용 인터넷뱅킹 솔루션을 이용하여 차별화 된 서비스를 제공하고 있다. 이는 기업이 자금관리를 수행하는데 필요한 금융정보를 제공하고 자금의 효율적 관리에 필요한 수단과 방법을 지원한다.

그 외 한미은행은 기존 인터넷뱅킹에 키보드 보안 서비스 기능을 추가했다. 키보드 보안 서비스를 이용하면 입력한 숫자나 문자가 곧바로 암호로 바뀌기 때문에 전송과정에서 해킹위험을 크게 줄일 수 있다. 한편 농협중앙회는 인터넷뱅킹 부문에 대하여 한국정보보호진흥원으로부터 '정보보호관리체계'²⁰⁾ 인증을 획득하였다. 이는 농협 인터넷뱅킹이 정보의

20) 정보보호관리체계 인증이란 기업이 정보보호 정책수립, 정보보호 관리체계 범위설정, 위험관리, 구현,

보호 및 관리, 물리적·기술적 수준을 인증기관으로부터 검증받아 안정성과 신뢰성을 확보했다는 데 의미가 있다.

IV. 인터넷뱅킹 발전을 위한 전략 및 요약

Sullivan(2001)의 조사에 의하면, 인터넷뱅킹을 제공하는 전략적 요인으로 현 고객의 이탈방지, 미래에 있어서 경쟁력 우위점령, 첨단 기술유지, 경쟁업체의 인터넷뱅킹 제공에 대응 등의 순으로 나타났으며 비용절감과 수입증대는 덜 중요한 요인으로 나타났다. 따라서 인터넷뱅킹을 제공하는 이유는 단기적으로 비용 절감과 수입 증대에 기대하는 것이 아니라, 경쟁력 확보에 대한 장기적인 관점에서의 기여도에 큰 비중을 두고 있다. 그리고 소비자 수요를 충족시키기 위한 것에 초점을 맞추고 있다. 따라서 인터넷뱅킹을 운영하는데 있어서 마케팅 촉진, 소비자 지원, 소비자 E-Mail에 대한 응답, 인터넷뱅킹 체제에 대한 감사, 인터넷 보안, 소비자에 대한 교육, 및 기술적인 문제가 주요 과제로 나타났다.

1. 다양한 상품 및 서비스 개발

정보통신기술의 발달에 따라 고객의 정보수집능력이 향상되고 금융상품간 비교구매가 가능해졌다. 그리고 개인재무 설계에 대한 관심이 고조됨에 따라 금융기관은 세분화된 고객의 라이프스타일과 투자성향에 기초한 맞춤형 금융상품 및 서비스의 개발이 필요하다. 고객에게 다양한 상품을 제공하기 위해서는 인터넷 금융 서비스 사업자 간의 제휴와 개방적 구조의 인터넷 운영이 필요하다.

또한, 정보통신기술의 발달로 고객과 기업간에 신속한 정보교류가 가능해졌다. 따라서 금융기관은 비금융회사와 제휴하여 자금이체, 증권매매 등 기존 인터넷 금융서비스 이외에 교차판매, 온라인 보험 및 웹 펌뱅킹, 외국환거래 등으로 채널 활용도를 제고하여 인터넷 채널 전략을 강화²¹⁾하여 비금융서비스 판매를 확대할 필요가 있다. 이는 은행들이 수익원 다양화를 통한 안정적인 수익확보 외에 다양한 서비스 제공을 요구하는 고객의 요구에 부응하기 위함이다.²²⁾ 따라서 전통적인 금융증개기능 이외에 거래당사자 인증, 거래보호, 청구서 고지 및 대금 추심 등의 새로운 영업 영역으로의 진출이 필요하다.

2. 인터넷전문은행의 운영

인터넷과 새로운 정보기술로 초기 투자비용과 거래비용이 현저하게 감소되어 은행시스템에 새로운 경쟁자의 진입이 가능해졌다. 즉, 높은 평판을 지니고 다수 고객을 확보하고

사후관리, 문서화 등을 제대로 관리하는지를 평가하는 제도이다.

21) 최근 Wells Fargo & Co 와 Bank of America Corp.는 웹과 연결된 ATM 서비스를 도입하고 있다. 이 서비스는 ATM에 은행의 인터넷 서버를 직접 연결함으로써 기본적인 입출금 거래와 더불어 고객에게 은행이나 상품의 광고, 고객 자산의 운용현황 등을 제공함으로써 다양한 은행거래를 할 수 있는 새로운 ATM을 말한다.

22) 미국의 Hibernia은행은 중소기업고객을 대상으로 인터넷상에 홈페이지와 전자상거래 구축에 필요한 패키지를 저렴한 가격에 판매하여 고객의 편의를 도모하는 외에 수수료 수익을 얻고 있다

있는 기존의 대기업들이 잠재적인 인터넷전문은행의 진입자가 될 수 있다.²³⁾ 이러한 인터넷전문은행들은 대규모 투자로 고객기반과 평판을 서서히 확보해 나갈 수 있다. 또한 제공되는 금융서비스가 표준화되어 있으므로 인터넷전문은행은 운영비용의 획기적 절감을 통해 매력적인 금리를 제시함으로써 고객기반을 확충할 수 있다.

한편, 인터넷전문은행 설립 초기에는 완전 무점포형의 인터넷전문은행(internet only bank)이 위주였으나, 이후에는 보완적으로 점포, ATM망, 간이판매점(kiosk), 인터넷카페 등을 설치하는 형태의 인터넷위주은행(internet primary bank)의 설립이 증가하였다. 그리고 인터넷전문은행의 설립 주체는 온라인증권사를 포함하여 벤처사업가, 외국은행, 비은행 금융기관, 기타 사업법인 등 다양한 분포를 나타내고 있다. 특히 성공적인 은행으로 평가되는 인터넷전문은행 중 대형은행에 속하는 E*Trade Bank와 ING Bank는 각각 온라인증권사인 E*Trade와 유럽의 대형 은행인 ING에 의해 설립되었으며, GMAC Bank도 자동차기업인 GM의 금융자회사 GMAC가 설립 주체이다. 이러한 은행들은 설립 주체인 모기업의 브랜드와 확실한 영업전략 및 영업기반이 성공의 주요인이다.²⁴⁾

또한 인터넷전문은행은 파인더업무, 자금이체서비스, 인터넷 쇼핑물과의 연계, 공공요금 및 카드결제업무 등 새로운 수익기반 창출을 위해 적극적으로 노력할 필요가 있으며, 전통적 은행들이 진출하지 않은 틈새시장도 개발할 필요가 있다.

3. 위험 관리

전자금융의 신기술 의존도가 심화됨에 따라 은행의 운영위험이 크게 증가하였다. 특히, 모든 서비스를 전자적 수단을 통해 제공하는 인터넷전문은행의 운영위험은 더욱 증가하였다. 운영위험은 평판위험 및 법률위험과도 밀접하게 관련되어 있어서 안전문제 발생 시 은행의 평판이 나빠지고 법률문제도 발생한다. 그리고 시스템 장애 또는 해킹 등의 안전문제로 서비스의 제공이 안정적이지 못할 경우에도 해당 은행에 대한 평판은 악화된다. 또한 한 은행의 전자금융사고가 전자금융시스템의 안정성 및 관련 감독제도의 실효성에 대한 고객들의 신뢰상실로 이어져 전자금융서비스를 제공하는 전체은행의 문제로 확산될 수도 있으므로 이에 대한 비상대책 마련이 필요하다.²⁵⁾

금융감독원은 인터넷뱅킹 및 사이버증권거래 등 전자금융거래의 안전성 확보를 위해 금융기관에 대한 공인인증서 사용을 확대하기로 하였다²⁶⁾. 따라서 그 동안 은행에서 개별적으로 발행하여 사용하던 사설인증서가 공인인증서로 전환됨으로써 1개의 공인인증서로 전자금융거래를 수행하게 되어 편리성이 크게 향상될 것이고, 전자서명법에 의한 법적인 보장도 받게 될 것이다. 인터넷뱅킹에서는 본인확인, 거래내역 보호, 거래사실부인 방지 등을 위하여 공인인증서 사용이 불가피하다.²⁷⁾

23) 일본 소니사의 인터넷전문은행 설립이 그 예이다.

24) E*Trade Bank는 미국 최대 온라인증권사의 E*Trade의 고객을 대상으로 증권거래 관련 영업을 하고 있으며, ING Bank는 세계적인 은행인 ING의 명성을 바탕으로 미국에서 소매영업에 치중하였다. GMAC Bank는 GMAC의 자금조달력을 배경으로 GMAC의 주택대출시장을 전담하는 전략을 구사하였다.

25) 바젤은행감독위원회는 전자금융분야의 위험관리 14대 원칙을 공표하고 동 원칙을 전자금융업무의 수행 지침으로 활용하도록 권고하고 있다.

26) 금융감독원은 은행 및 비은행은 인터넷뱅킹에 있어서 2002.9.1일부터 사설인증서의 신규 발급은 중단하고 공인인증서만 발급하도록 하였으며, 기 발급 사설인증서 사용자는 유효기간 만료시 공인인증서로 전환하도록 하였다. 그리고 2003.5월 이후는 공인인증서만 사용하도록 하였다.

27) 전자인증서는 사용자의 신원 등을 확인하기 위한 전자서명키를 담고 있는 파일로 공인인증기관에서 보

4. 소비자에 대한 교육

은행은 인터넷뱅킹 서비스를 제공하기에 앞서 고객에게 개인비밀보장 보호 및 사고 예방조치의 중요성 등에 대해 명확히 설명해야 한다. 소비자는 자신의 이용자계정, 비밀번호 등이 제3자에게 공개되지 않도록 최대한 노력하여야 한다. 그리고 정기적으로 비밀번호를 변경하고 같은 번호를 재사용하지 않으며, 비밀번호가 노출된 것으로 판단된 경우 지체없이 당해 비밀번호를 변경하여야 한다. 소비자는 제3자와 함께 사용하는 컴퓨터 등 전자적 수단을 이용하여 전자금융거래를 하는 경우 특별한 주의가 필요하다. 그리고 해당 전자금융거래를 수행한 후 반드시 접속을 종료하여야 한다. 또한 소비자는 비정상적인 거래의 발생유무를 확인하기 위하여 정기적으로 계좌잔고 및 거래내역 등을 확인하는 것이 바람직하다. 소비자가 자신의 고유정보를 누설하거나 접근장치를 노출하여 손실이 발생한 경우, (비록 전자금융이라는 새로운 기술에 대한 지식이 부족하여 발생하였다고 하더라도) 과실 책임원칙에 의하여 소비자가 책임을 지도록 하고 있다. 하지만 접근장치의 위변조, 해킹, 전산장애 등으로 계약체결 또는 거래지시의 전자적 전송처리 과정에서의 사고로 이용자의 고의·과실없이 손실이 발생한 경우에는 금융기관·전자금융업자가 책임을 지도록 되어있다(전자금융 거래법안).

인터넷이 금융의 유통경로로 등장하면서 대부분의 은행들은 오프라인 지점과 온라인거래 웹사이트를 유기적으로 결합하는 온/오프라인 겸업모델을 채택하고 있다. 이는 인터넷을 통한 유통경로가 비용절감 효과가 있는 반면, 계좌개설, 기업대출 신청과 같이 대면이 필요한 복잡한 거래를 처리하기에 곤란하고 특히, 현금인출이 불가능하다는 단점이 있는데 기인하고 있다.

은행업은 대중의 인지도와 기 확립된 브랜드가 매우 중요할 뿐만 아니라, 일부 업무의 경우 많은 고객들이 점포에서 처리하기를 희망한다. 따라서 앞으로 기존 은행에 기반을 두는 인터넷뱅킹(기존 은행의 직접 취급 또는 자회사)이 그렇지 않은 인터넷전문은행보다 경쟁력 면에서 우위를 점할 것으로 예상된다. 이는 고객이 은행을 선택함에 있어 수익성, 편리성뿐만 아니라 안전성을 중시함으로 이미 신뢰기반을 구축하고 있는 기존 은행의 인터넷뱅킹을 선호할 가능성이 높기 때문이다.

인터넷뱅킹에서는 매우 적은 비용으로 많은 고객을 유치할 수 있는 반면, 거래은행 교체가 용이함으로 많은 고객을 붙잡아두기 위해서는 대량맞춤서비스 기법이 필요하다. 그리고 인터넷뱅킹은 새로운 시장과 새로운 고객을 창출하며 이를 대상으로 새로운 상품을 취급할 수 있는 기회를 제공한다. 이에 따라 대형 금융기관은 정보의 축적, 분석과 이를 기초로 다양한 상품의 개발과 취급이 용이하다는 점에서 소형 금융기관보다 우위에 있다고 할 수 있다. 결국 인터넷뱅킹에서의 경쟁은 새로운 시장 진입자로부터의 경쟁압력이 크지 않은 상황에서 기존 대형은행 간의 경쟁이 될 수밖에 없다.

그리고 인터넷뱅킹을 포함한 전자금융이 발달하면서 개별 금융기관의 핵심 역량이 자본 규모, 임직원 및 점포의 수보다는 정보통신기술, 상품개발기술, 자문서비스, 브랜드 등 무형자산이 될 것이다. 또한 인터넷뱅킹 확대를 위해서는 보안 및 마케팅기술 등의 습득과 인터넷뱅킹에 대한 소비자 신뢰도를 높여 나가는 노력이 필요하다.

중한 공인인증서와 개별기관에서 보증한 사실인증서가 있다 공인인증기관으로는 금융결제원, 한국증권전산(주), 한국정보인증(주), 한국전산원, 한국전자인증(주), (주)한국무역정보통신 등 6개 기관이 있다

참고문헌

1. 강임호(2002), “인터넷전문은행 인가의 해외사례와 시사점”, 한국금융연구원, 주간금융동향, 제11권 18호.
2. 김경원,최희갑(2002), 『디지털금융 대혁명』, 삼성경제연구소.
3. 김현욱,박창균(2002), “인터넷뱅킹의 확산에 따른 금융산업 구조변화에 관한 연구”, 한국개발연구원, 연구보고서 2002-03.
4. 금융감독원(2002), “금융회사의 전자금융업무 관련 수익성 분석 및 안전대책 기준운영에 철저토록 점검.지도”, 감독총괄국.
5. -----(2002), “인터넷전문은행의 영업성과”, 전자금융감독정보 제2002-2
6. -----(2002), “우리나라의 인터넷금융거래 현황과 인터넷전문은행 관련 시사점”, 보도참고자료.
7. -----(2002), “금융분야 공인전자서명 사용 확대 방안”, 검사총괄국.
8. 이성호(2000), “우리나라 은행의 인터넷뱅킹 도입현황과 대응방안”, 한국은행, 금융시스템 리뷰, 제3호.
9. 이원기, 이준희(2000), “디지털금융의 영향과 대응 과제”, 한국은행, 한은 조사연구.
10. 정승호(1999), “국내은행의 인터넷 뱅킹 도입현황과 과제”, 산은조사월보.
11. 최혁,고봉찬,이우백,홍성진,한영욱(2000), “전자금융화에 따른 도매금융기관의 대응전략”, 산은조사월보, 한국산업은행.
12. 한국금융연구원, 주간금융동향, 각권.
13. 한국은행(2000), “주요국의 인터넷전문은행 현황”, 금융결제국.
14. -----(2002), “전자금융분야의 과제”, 금융결제국.
15. -----(2002), “2001년도 금융정보화 추진”, 금융결제국.
16. -----(2002), “국내은행 인터넷뱅킹서비스 이용현황”, 금융결제국.
17. -----(2002), “IT의 발달이 금융부문에 미치는 영향과 정책과제”, 조사 통계월보.
18. -----(2003), “국내은행 인터넷뱅킹서비스 이용현황”, 금융결제국.
19. Allen,Helen, John Hawkins and Setsuya Sato(2001), “Electronic Trading and its Implications for Financial Systems,” BIS Paper No.7, November.
20. Carlson,John,Karen Furst,William W.Lang, and Daniel E.Nolle(2001), “Internet Banking: Market Developments and Regulatory Issues”, OCC. May.
21. DeYoung,Robert(2001a), “The Financial Performance of Pure Play Internet Banks”, Economic Perspectives, Federal Reserve Bank of Chicago.
22. -----(2001b), “The Financial Progress of Pure-Play Internet Banks,” BIS Paper No.7, November.
23. -----(2001c), “The Role of the Internet in the Banking Industry”, Chicago Fed Letter, no.163, Federal Reserve Bank of Chicago.
24. -----(2001d), “Learning-by-Doing, Scale Efficiencies and Financial Performance at Internet-Only Bank”, Federal Reserve Bank of Chicago.
25. Furst,Karen, William W.Lang, and Daniel E.Nolle(2000a), “Who Offers Internet Banking?”, Quarterly Journal, Vol.19,No.2,June.

26. -----(2000b), "Internet Banking :Developments and Prospects", OCC. Sep.
27. -----(2001), "Internet Banking in the U.S.: Landscape, Prospects, Industry Implications", OCC. Sep.
28. -----(2002), "Internet Banking", Journal of Financial Services Research 22.
29. Hawkins,John(2001), "Electronic Finance and Monetary Policy," BIS Paper No.7.Nov.
30. Itoh,Motoshige(2001), "Technology and E-Finance in Japan," BIS Paper No.7.
31. Myers, Forest and Richard J. Sullivan(2001), "The 2001 Survey of Commercial Banks in the Tenth Reserve District : Changes and Challenges," Financial Industry Perspectives, Federal Reserve Bank of Kansas City.
32. Schaechter, Andrea(2002), "Issues in Electronic Banking : An Overview", IMF Policy Discussion Paper, IMF, March.
33. Sato,Setsuya and John Hawkins(2001), "Electronic Finance : An Overview of the Issues," BIS Paper No.7, November.
34. Sullivan, Richard J.(2000), "How Has the Adoption of Internet Banking Affected Performance and Risk in Bank?," Financial Industry Perspectives, FRBKC.
35. -----(2001), "Performance and Operation of Commercial Bank Web Sites," Financial Industry Perspectives, Federal Reserve Bank of Kansas City.
36. www.gomez.com