

MZ세대를 공략한 후불결제(BNPL) 서비스의 부상

< 요약 >

- **코로나19 확산 이후 전자상거래 시장이 고성장 중이며 디지털 결제 수단인 BNPL(Buy Now, Pay Later) 서비스가 MZ세대를 중심으로 급부상**
 - BNPL은 ‘선결제-후지불’ 서비스로, 가맹점은 BNPL 기업으로부터 판매대금을 선지급 받고 고객은 해당 금액을 무이자로 일정 간격 나눠서 납부하는 서비스
 - 온라인 쇼핑에 익숙하고 경제력이 약한 MZ세대로부터 인기를 끌고 있음
 - 신용카드 발급이 어렵거나 신용카드 사용을 선호하지 않으며, 쉽고 간단한 디지털 소액 신용 대출 서비스 니즈가 있는 MZ세대에 소구
 - 20대는 체크카드로 고가의 상품을 구입 시 잔액이 부족하여 결제가 어려운 경우에 신용카드 대체 수단으로 BNPL을 사용
 - 호주 BNPL 업체 Afterpay 이용 고객의 연령대 비중을 보면, 밀레니얼 세대(48%), Z세대(25%), X세대(21%), 베이비부머(6%) 등 MZ 세대 이용률이 73%를 차지
- **가맹점은 무이자 할부 기능과 소액 신용공여를 제공하여 소비자의 제품 구매력을 높여 매출액을 증대시키며 BNPL 기업은 MZ세대 고객을 확보하는 통로로 활용**
 - (소비자) 무이자 할부 분납이 가능하며 신용도가 낮은 금융 취약층의 접근 범용성 확대
 - 비금융 데이터와 머신러닝 등 IT 기술을 활용한 대안신용평가모델로 신용 기록이 없는 사회초년생이나 주부와 같은 저신용자(Thin Filer)도 이용이 가능한 거래 구조로 설계
 - (가맹점) BNPL 서비스 제공으로 고객 유입과 매출액 상승 등의 이점
 - 소매 가맹점은 BNPL 서비스 제공으로 매출액이 빠르게 증가하고 충성고객을 확보
 - (BNPL 기업) 모바일 퍼스트(Mobile First) 시대에 MZ세대의 금융 행동 및 소비 트렌드를 반영한 디지털 결제 서비스인 BNPL 서비스 제공으로 젊은 층의 고객 유입을 통해 풍부한 데이터를 확보
 - 코로나19 이후 디지털 결제로의 전환은 더욱 가속화 될 것이며 이에 MZ세대의 니즈를 충족시키는 디지털 결제 수단의 하나인 BNPL 제공으로 젊은 층의 고객 기반 마련

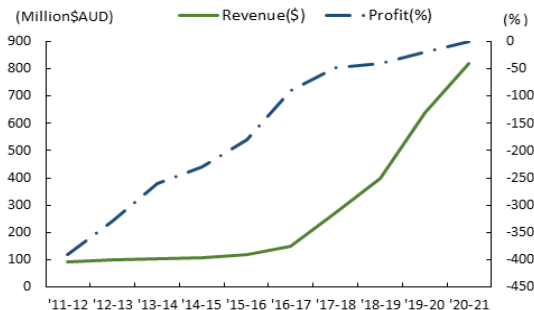
■ BNPL 사업자는 기존 신용카드사가 소비자에게 부과하는 것보다 낮은 연체이자와 비용을 부과하고 가맹점에게는 높은 수수료를 수취

- (수익①: 가맹점 수수료) 일반적으로 소비자에게 서비스 이용에 대한 수수료를 받지 않는 대신 가맹점에게 신용카드보다 높은 수수료를 받는 구조
- (수익②: 소비자 연체 이자) 신용카드와 달리 서비스 이용 수수료 및 할부 이자가 없으며, 대금 납부가 연체될 경우 일정 금액 이상의 연체료를 부과
- (수익③: 단기 대출 이자) 미국 BNPL 업체 Affirm은 3~12월 단기 대출 서비스를 제공하여 대출 이자를 수취
- (비용 절감: 신용카드 수수료) BNPL 기업은 자사 결제 플랫폼 내에 BNPL 결제 수단을 제공함으로써 신용카드 결제 수수료를 지불하지 않아도 되는 이점

■ 국내 후불결제는 제도의 차이로 해외와 같은 선풍적 인기는 기대하기 어려우나 MZ세대를 겨냥한 서비스로 금융 플랫폼의 차별화 모색

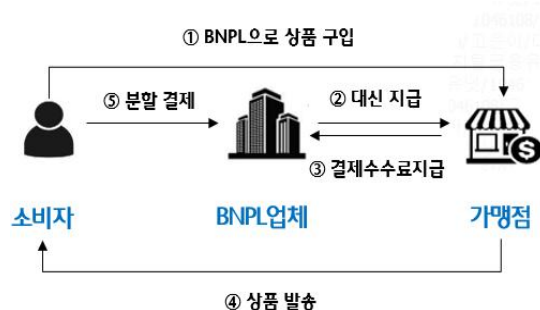
- 국내 후불결제 서비스에는 해외 BNPL 서비스의 핵심인 분할 납부 기능이 없고 금액이 소액(30만원)이라 아직은 해외와 같은 인기를 기대하기는 어려움
- 후불결제의 잠재적 위험 가능성 인식으로 소비자 보호 중심의 규제 마련 촉구
- 향후 금융 상품 · 서비스 이용의 잠재적 고객이 될 MZ세대를 후불결제 서비스 제공으로 금융 플랫폼에 흡수시켜 미래 성장의 고객 기반을 마련할 필요

그림1 | 호주 BNPL 성장 추이



자료 : IBISWorld

그림2 | BNPL 결제 흐름



자료 : 하나금융경영연구소 정리

수석연구원 고은아 eunahko@hanafn.com

I. 새로운 디지털 결제 수단 등장

- 현금과 카드 없이도 어디서든 결제가 가능한 새로운 디지털 지급 수단이 등장
 - (선불전자지급수단¹⁾) 전자금융업자의 간편결제서비스 플랫폼 또는 금융회사 계좌에 충전금을 미리 저장하여 교통요금, 상거래 대금을 지급하거나 송금하는 수단
 - 네이버, 카카오, 쿠팡 등은 자사의 플랫폼 내에 포인트 또는 머니를 충전하면 보상(리워드)을 해주는 선불전자서비스를 제공하면서 선불 충전 시장이 급속도로 성장
 - * 선불충전금 규모: 9,100억('16년)→1조6,700억('19년)→약 2조원('20.9월)²⁾
 - 선불전자지급수단의 충전한도를 최대 500만원(현행 200만원)으로 상향하는 전자금융거래법(이하 '전금법') 개정안이 추진 중
 - (생체인증결제) 얼굴 인식으로 결제하는 페이스페이와 손바닥 정맥인증을 통한 핸드페이 결제가 상용화
 - 신한카드는 얼굴 인식만으로 결제와 멤버십 포인트 적립이 가능한 페이스페이(Face Pay) 결제시스템을 국내 유통점 최초로 홈플러스 월드컵점에 도입 ('21.3)
 - 롯데카드는 핸드페이(Hand Pay) 서비스를 2017년에 첫 상용화하였으며 현재 세븐일레븐, 롯데리아, 롯데시네마 등 전국 160여 곳에 설치하여 운영
 - (QR코드결제) 모바일 앱에서 바코드를 스캔하여 거래정보를 식별하여 결제

그림1 | 신한카드 페이스페이(Face Pay)



자료 : 신한카드

그림2 | 롯데카드 핸드페이(Hand Pay)



자료 : 롯데카드

1) 이전 가능한 금전적 가치가 전자적 방법으로 저장되어 발행된 증표 또는 그 증표에 관한 정보. 단, 전자 화폐는 제외. (전자금융거래법 개정안 2조 14호)

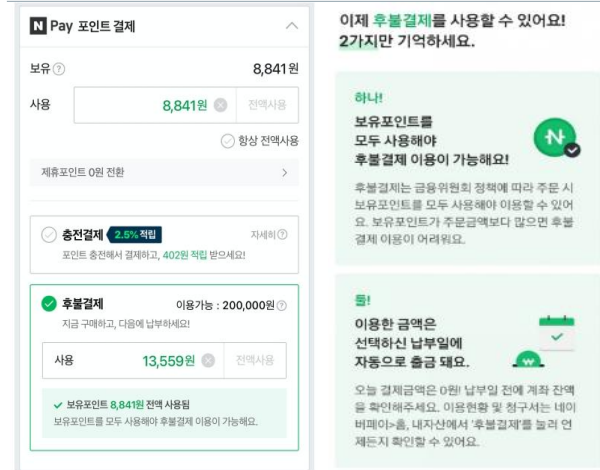
2) 금융감독원(2020)

- (후불결제지급수단³⁾) 물건을 선 구매하고 추후에 결제를 하는 시스템으로 신용카드 기능을 대신할 수 있는 수단으로, 해외에서는 BNPL(Buy Now, Pay Later)로 불림
 - 전금법 개정안에서 전자금융업자는 이용자의 선불전자지급수단 충전잔액이 부족한 경우 그 부족분에 대하여 제한적인 소액 후불결제 기능을 제공할 수 있음을 명시
 - 현재 신용카드가 아닌 후불 결제 기능을 제공하는 상품으로는 하이브리드 체크카드와 휴대폰 후불결제 서비스가 있음
- 네이버파이낸셜은 금융위원회의 혁신금융 서비스 지정을 통해 후불결제 서비스를 시범 운영 ('21.4월)
 - 네이버페이 이용 시 충전금이 부족한 경우 20만원 한도⁴⁾ 내에서 후불결제서비스 이용 가능하며 신용공여에 대한 이자수취는 금지하고 할부 기능은 제공하지 않음
 - 신용카드 이용이 곤란한 청년, 주부 등 금융소외계층에게 소액신용의 기회를 제공
 - 네이버페이 결제 쇼핑 이력 등 비금융 데이터와 머신러닝 등 IT 기술을 활용한 대안신용평가시스템(Alternative Credit Scoring System, ACSS)를 심사에 활용할 방침
 - 금융 플랫폼에서 후불결제 서비스를 제공하는 경우, 결제액의 약 3%에 해당하는 카드사 수수료를 지불하지 않아도 되어 금융 플랫폼 페이사 입장에서 수익구조가 유리한 편

표1 | 후불결제업무 행위규제 (「전금법」 개정안 제 35조)

구분	규제 내용
한도	■ 이용자별 후불결제한도 및 사업자별 총제공한도 제한
재원	■ 이용자예탁금(선불충전금)을 후불결제업무의 재원으로 하는 행위 금지
기능	■ 신용공여에 대한 이자수취 및 금전의 대부·용자 금지 (이자 발생하는 할부, 리볼빙, 현금서비스 등)
건전성 규제	■ 대손충당금 적립, 자영업자간 연체정보 공유 등 건전성 관리

그림3 | 네이버페이 후불결제 서비스 화면



자료 : 금융위원회(2020.12) '디지털금융 규제 · 제도 개선방안' 자료: 신문기사

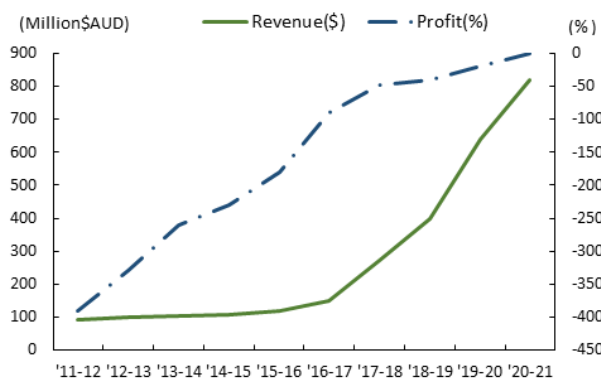
3) 재화 또는 용역의 대가의 지급을 위하여 하는 업무로서 선불전자지급수단의 충전잔액이 부족한 경우에 그 부족분에 대하여 전자금융업자 스스로의 신용으로 가맹점에 그 대가를 지급하는 업무(금융위원회로부터 승인을 받은 경우로 한정)
 4) 처음에는 20만원 한도가 주어지지만 사용 이력에 따라 최대 30만원까지 상향 가능

II. MZ세대를 중심으로 급부상한 BNPL(Buy Now, Pay Later)

- (배경) 지속되는 팬데믹 상황에서 사회적 거리두기와 봉쇄(Lock-down)조치로 온라인 쇼핑이 대중화되면서 해외에서는 BNPL(선구매-후결제) 트렌드가 확산
 - BNPL 서비스는 상품 구매 시 무이자 또는 낮은 비용으로 분납하여 결제할 수 있는 시스템으로 경제력이 약한 MZ세대를 중심으로 인기를 끌고 있음
 - BNPL 서비스가 가장 먼저 시작된 스웨덴의 경우 e-커머스 결제의 25%가 BNPL 결제임
 - 특히, 호주는 신용카드에 할부(installment loan) 결제 기능이 없어 신용카드의 대체 수단으로 무이자 할부가 가능한 BNPL 서비스가 각광 받음
 - 호주 BNPL 거래 건수는 1,680만('17~18년)에서 3,200만('18~19년)로 90% 급증

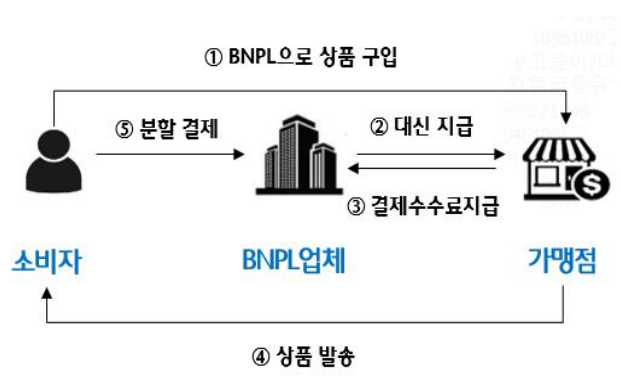
- (상품) BNPL은 지금 사고 나중에 결제하는 새로운 소비자 소액 대출 상품으로 e-커머스 결제 수단과 접목된 상품
 - 머신러닝, AI 기술 기반의 신용평가 모델을 통해 무이자 할부서비스를 제공
 - 신용카드 발급에 필요한 소득 증빙 없이도 앱(App)을 다운로드 받아 가입만 하면 누구나 사용이 가능하고 신용카드 이용 시 발생하는 수수료, 이자 등의 비용 절감
 - BNPL 방식 결제는 Van사(부가통신업자), 신용정보회사 등의 중간 과정이 생략됨
 - BNPL 업체가 소비자로부터 주문을 받으면 가맹점과 주문 내역을 주고받고, 가맹점은 BNPL 업체로부터 결제금액 전액을 바로 지급받음

그림4 | 호주 BNPL 성장 추이



자료 : IBISWorld

그림5 | BNPL 결제 흐름



자료 : 하나금융경영연구소 정리

- (기업) BNPL 서비스 이용이 e-커머스 시장에서 오프라인 영역으로 확산되며 해외 BNPL 핀테크 기업이 고속 성장 중이며, 은행 등 금융회사도 BNPL 서비스를 출시
 - Afterpay(호주), Affirm(미국), Klarna(스웨덴), PayPal(미국) 등이 BNPL 서비스를 제공하는 대표적 핀테크 기업으로 주목 받음
 - 전세계 대규모 사용자를 기반으로 한 대형 핀테크인 PayPal이 'Pay in 4' 서비스를 선보이며('20.8) 경쟁 업체들을 위협
 - 스웨덴 BNPL 기업인 Klarna는 최근 오프라인 가맹점(brick and motor retailer) 과 계약을 맺고 영역을 확장 중
 - 호주 4대 은행 중 하나인 Commonwealth Bank는 은행업계 최초로 BNPL 서비스를 출시('21.3월)하였으며 금융회사의 진출이 가속화 될 예정

표2 | 해외 주요 BNPL 기업

구분	Afterpay	Affirm	Klarna	PayPal
회사 정보	 SHOP NOW. PAY LATER. ■ 호주 본사(2015)	 Buy with monthly payments Get a real-time decision. ■ 미국 본사(2012)	 Smooth payments ■ 스웨덴 본사(2005)	 ■ 미국 본사(1998)
주요 특징	<ul style="list-style-type: none"> ■ 약 580만명 호주인 사용('19년) ■ 미국, 영국, 뉴질랜드, 캐나다 등으로 서비스 확대하며 이용자 증가 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 가맹점 플랫폼 구축 ■ BNPL 서비스와 신용 대출 서비스 제공 	<ul style="list-style-type: none"> ■ BNPL 서비스를 세계 최초로 도입 ■ 유럽 BNPL 시장을 주도하고 있음 ■ 스웨덴에서 은행업 인가 받음(2017) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 기존 자사의 간편결제 서비스로 6개월 결제시기 연장할 수 있는 페이팔 Credit 제도 연장선으로 BNPL 서비스 추가
고객 수	■ 990만명('20년)	■ 620만명('20년)	■ 8,500만명 (매주 95,000명 신규 가입자 발생)	■ 약 3.2억
가맹점	■ 호주, 뉴질랜드, 미국, 영국, 캐나다의 5.5만개 가맹점('20년)	■ 월마트, 펠로톤 바이크 등 6,500개 가맹점	■ H&M, 삼성 등 17개국에서 19만개 이상의 가맹점과 제휴	■ 다이슨, 삼성 등의 수천개의 온라인 가맹점과 제휴
분할 납부 기간	■ Pay in 4: 2주 간격 4회 분할 납부(무이자)	■ 3/6/12개월 0~30% 이자(신용도별 차등)	■ Pay in 4: 2주 간격 4회 분할 납부(무이자)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pay in 4: \$30~\$600 결제시, 2주 간격 4회 분할(무이자) ■ \$99 이상 6개월 무이자
기타	■ 사용한도: \$1~2,000(온라인) \$100~2,000(오프라인)	■ ~\$17,500 대출 가능	■ 스웨덴과 독일에서는 Klarna 카드 이용 가능	■ 결제 이후 납부 스케줄 정보 제공하여 추후 지급 행위를 도움

자료 : Capco(2020) 및 자사 홈페이지

- (MZ세대⁵⁾) 금융과 e-커머스를 접목시킨 후불결제 서비스는 MZ세대에 선풍적 인기
 - 젊은 층을 중심으로 e-커머스를 이용한 소비가 늘어나면서 BNPL의 사용도 증가
 - 미국은 전자상거래 시장이 2020년 전년도 대비 44%로 증가하며 온라인 쇼핑이 활성화
 - * Afterpay 이용 고객 연령대별 비중을 보면, 밀레니얼 세대(48%), Z세대(25%), X세대(21%), 베이비부머 등(6%)로 MZ세대 이용률이 73%를 차지
 - 20대는 신용이 낮아 신용카드를 만들지 못하는 경우가 있고 온라인 쇼핑 시 체크카드로 고가 상품 구입의 어려움이 있어 신용카드의 대체 수단으로 BNPL를 이용
 - 코로나19로 온라인을 통한 명품, 전자기기 등 고가 제품 구입이 늘어나면서 체크카드로 전액 결제에 대해 부담을 느끼는 MZ세대는 무이자 할부서비스가 가능한 BNPL를 이용
 - * Afterpay 결제의 90%는 직불카드에 연계되어 잔고가 부족한 경우에 사용됨
 - 신용카드는 이자, 수수료, 연회비 등의 불필요한 비용을 부가한다는 부정적인 인식이 있어 거래 과정이 간단하고 투명한 BNPL 서비스를 선호
 - 학생과 사회초년생은 학자금 대출 등의 채무 부담이 있어 체크카드 결제를 선호하고 부채와 신용카드 사용을 경계하는 경향이 있음
 - * Afterpay 조사에 따르면 BNPL를 이용하는 이유 1위는 신용카드의 금리 수수료를 지불하고 싶지 않아서(39%), 4위는 신용카드를 사용하고 싶지 않아서(16%)로 신용카드의 대체 수단으로 BNPL 서비스를 이용 중

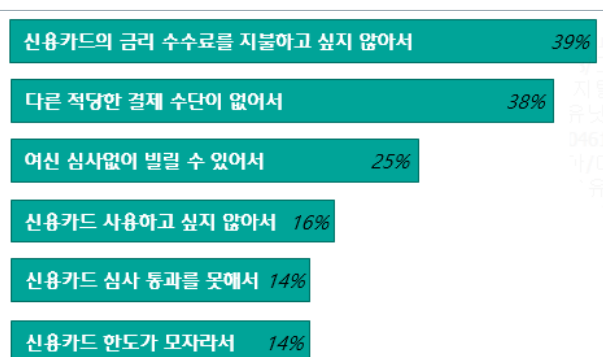
표3 | 신용카드와 BNPL의 결제 상품 비중

쇼핑 아이템	신용카드	BNPL*
의류 및 신발	44%	46%
건강 및 뷰티	39%	40%
장난감	40%	39%
전자 기기	35%	39%
고가 명품	29%	39%
핸드폰	28%	38%
보석	28%	38%

자료: ThisisMoney.co.uk consumer research survey(2020.2)

* BNPL: Paypal Credit, Klarna, Clearpay, Partially

그림6 | BNPL를 이용하는 이유



자료: The Ascent/Motley Fool(2020.7)

(주) 미국 내 BNPL 서비스 이용자 1862명 대상 조사(중복응답)

5) 밀레니얼(1980년~1994년 출생)과 Z세대(1995년 이후 출생)를 통칭

III. BNPL 비즈니스 모델

- 소비자에게는 낮은 연체이자 및 비용을 부과하되 가맹점에게는 높은 수수료를 받아 수익을 내는 비즈니스 모델을 구축
 - (수익 ①: 가맹점 수수료) 일반적으로 소비자에게 서비스 이용에 대한 수수료를 받지 않는 대신 가맹점에게 신용카드보다 높은 수수료를 받는 구조
 - PayPal의 경우 US 가맹점으로부터는 2.9% 수수료를, 해외 가맹점에는 4.4%를 부과
 - 호주 BNPL 가맹점 수수료는 통상 4% 전후로 알려짐
 - (수익 ②: 소비자 연체 이자) 신용카드와 달리 서비스 이용 수수료 및 할부 이자를 부과하지 않는 대신 대금 납부가 연체될 경우 일정 상한 금액의 연체료를 부과
 - Afterpay는 연체료로 \$10를 부과하며 그 이후 7일이 경과되면 추가적으로 \$7를 부과, 최대 구매가의 25% 또는 \$68(한도, Cap)까지 연체료를 부과
 - 단, Affirm은 소비자가 연체를 해도 연체료(late fee)를 부과하지 않으며 추심 전화도 하지 않으나 대신 신용도에 반영하여 추가 대출 서비스 이용을 제한
 - (수익 ③: 단기 대출 이자) 미국 Affirm은 3~12개월 단기 대출 서비스를 제공
 - 상품 구매 대금 이외의 자금이 필요한 이용자에게 높은 연이율(10~30%)로 대출 제공
 - (비용: 신용카드 수수료 절감) BNPL 기업은 자사 결제 플랫폼 내에 BNPL 결제 수단을 제공함으로써 신용카드 결제 수수료를 지불하지 않아도 되는 이점이 있음
 - 지급결제 사업자는 결제 플랫폼 내에서 신용카드와 연동된 상품이 거래되는 경우, 거래 금액의 약 1.3~2.6%(미국 기준)를 신용카드사에 수수료로 지불

표4 | 호주 BNPL 사업자별 수익 비중 (FY 2018~19)

호주 BNPL 사업자	가맹점 수수료	소비자 연체 이자	소비자 기타 비용
Afterpay	80%	20%	0%
Brighte	95%	0%	3%
Certegy	72%	2%	25%
Openpay	52%	16%	31%
Payright	82%	0%	18%
SipMoney Payments	37%	1%	61%

자료: ASIC(2020.12), "Buy now pay later: An industry update"

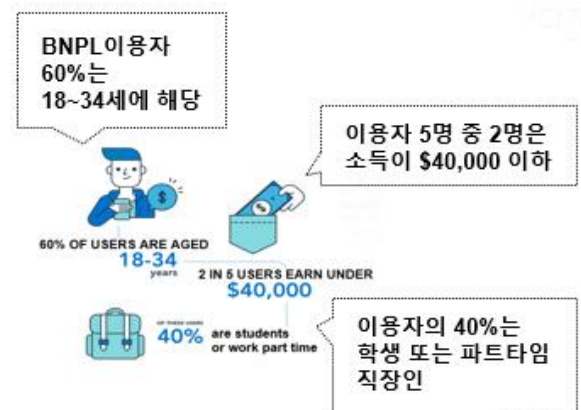
- 가맹점은 무이자 할부 기능과 소액 신용공여를 제공하여 소비자의 제품 구매력을 높이며 매출액을 증대시키며 BNPL 기업은 MZ세대 고객을 확보하는 통로로 활용
 - (소비자) 무이자 할부 분납이 가능하며 신용도가 낮은 금융 취약층의 접근 범용성 확대
 - Afterpay는 호주 기업의 일반적인 2주 간격(fortnightly pay) 급여 제도에 맞춰, 소비자가 현금 없이 상품 구입 후 2주 간격으로 4회 무이자 방식으로 대금을 지급하도록 함
 - 신용카드와 같은 복잡한 신용 및 재정 심사 등의 절차가 필요 없어 신용 기록이 없는 사회 초년생이나 주부와 같은 저신용자(Thin Filer)도 이용이 가능한 거래 구조로 설계
 - (가맹점) BNPL 서비스 제공으로 고객 유입과 매출액 상승 등의 이점 얻음
 - 전자상거래 시장이 고속 성장세를 보이며 온라인 쇼핑을 하는 소비자가 늘어나면서 BNPL 기업과 계약을 맺은 소매 가맹점의 매출액도 가파르게 상승
 - Affirm BNPL 서비스 가입 가맹점은 경쟁사보다 판매가 20% 증가한 것으로 조사 됨⁶⁾
 - (BNPL 기업) 모바일 퍼스트(mobile first) 시대에 MZ세대의 금융 행동 및 소비 트렌드를 반영한 디지털 결제 서비스 제공으로 젊은 층 고객 기반을 마련하고 풍부한 데이터를 확보
 - 코로나19 이후 디지털 결제로의 전환은 더욱 가속화 될 것이며 이에 MZ세대의 니즈를 충족시키는 디지털 결제 수단인 하나인 BNPL 제공으로 젊은 층의 고객 기반 마련

표5 | 신용카드 vs BNPL 이자율 및 연체이자

구분	신용카드	BNPL
이자율	<ul style="list-style-type: none"> ■ 14.65% APR (National Commercial Bank Interest Rate Average) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 0% APR
연체 이자	<ul style="list-style-type: none"> ■ 첫 지급 지연시 ~\$40 부과 또는 6개월 이내 연체 재 발생시, 최대 \$40 부과 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Affirm: 없음 ■ Afterpay: 구매 금액이 \$40 이하면 \$10, ~\$272는 구매금액의 최대 25%, \$272 이상은 최대 \$68 부과 ■ Klarna: 일반 사용자에게 ~\$7, 금융 계좌보유자는 \$35/월 부과

자료 : Global X ETFs, St.Louis Fed, Affirm, Afterpay, Klarna

그림7 | 호주 BNPL 주사용자



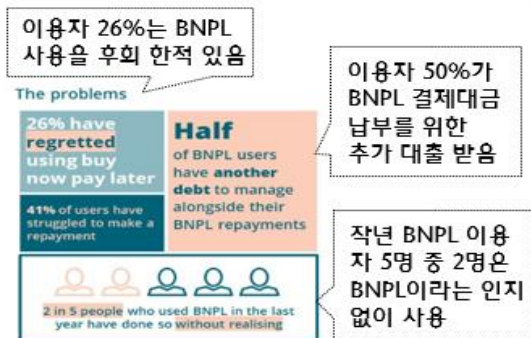
자료 : ASIC(2018)

6) Informa Business Intelligence(2020)

IV. BNPL 서비스의 잠재적 위험과 규제 동향

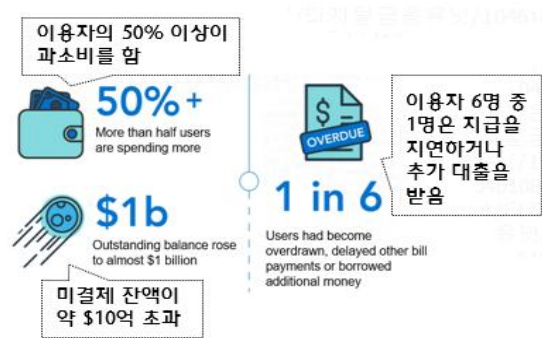
- BNPL 서비스가 결제 플랫폼 상에서 디지털 지급 수단의 옵션으로 디스플레이 되어 소비자는 이를 신용 상품이 아닌 IT 결제 수단으로 인식하는 경향 있음
 - BNPL 서비스 이용 후 추후 대금 상환을 못하면 리스크가 발생함을 인지하지 못하고 지불 능력을 벗어난 소비를 하여 소비자의 채무 부담이 가중됨
 - 영국 광고위원회(Committee of Advertising Practice, CAP)는 소비자에게 BNPL이 신용 상품임을 이해시키는 것에 초점을 맞춘 광고 가이드라인을 발표('20.12월)
 - 무이자 할부 결제의 혜택만을 제시하여 잠재적 리스크가 없다고 생각하는 것(present bias), 직불카드와 유사한 기능을 가진 것으로 보여주어 대부분의 사람들이 사용하다고 생각하는 것(availability bias) 등 소비자 행동 편향을 일으키는 광고를 금지
 - 스웨덴은 전자상거래 플랫폼에서 BNPL 결제를 디폴트 지급 수단으로 여기지 않도록 직불카드 옵션보다 먼저 설정하는 것을 금지('20.7월)
- 소비자에 할부 이자 및 수수료를 부과하지 않아 소비를 촉진시키는 반면, 가맹점에 높은 결제 수수료를 부과하여 최종 상품 가격에 영향 줄 수 있음
 - 수수료 및 이자를 부과하지 않아 소비자의 소비를 촉진시키는 반면, 가맹점에게는 신용카드보다 높은 수수료를 징수하여 소매 가맹점의 부담을 가중시킴
 - 호주 금융산업협회(Australian Finance Industry Association, AFIS)는 공정하고 합리적인 상품 가격 형성을 위해 가맹점에 부과하는 수수료 상한선(Cap) 필요성을 제기, BNPL 거래가 최종 상품 가격을 변동시키지 않도록 하는 상품 가격 설계 등을 논의 중

그림8 | 영국 BNPL 사용자 조사



자료 : CitizensAdvice UK

그림9 | 호주 BNPL 부채(debt) 경고 인포그래픽



자료 : ASIC(2018)

■ 비금융회사의 여신 관리가 취약하여 신용 시장의 리스크가 확대 될 가능성

- 비금융회사는 소비자가 다른 업체에서 제공받는 신용한도와 연체 여부를 알 수 없고 소비자의 채무상환능력(Affordability)을 판단하기 힘들어 여신 관리가 취약한 편
 - 호주 증권투자위원회(ASIC) 연구('18~19년)에 따르면 BNPL 고객의 5명 중 1명은 연체를 하고 있으며 연체 이자가 약 4,300만불로 전년도 대비 38% 증가⁷⁾
- 소비자는 신용도와 관계없이 여러 BNPL 업체를 이용할 수 있어 리스크 익스포저가 증가
 - 업체별 한도 설정 금액이 다르고 이용 업체수를 제한하고 있지 않으므로 소비자의 소득, 신용, 상환 능력 평가 없이 여러 BNPL 업체를 통한 상당한 금액을 선결제-후지불 할 수 있음⁸⁾
- 영국 FCA는 BNPL 업체가 신용기관에 등록 의무가 없고 부정확한 기준의 신용 평가를 수행할 시 신용 시장 전반적으로 위험이 확대 될 수 있음을 경고함

■ BNPL 서비스의 성장세를 보이는 호주와 영국은 소비자 보호 중심의 규제를 마련 중

- 호주증권투자위원회(Australian Securities & Investments Commission, ASIC)는 BNPL 상품에 개입할 수 있는 권한(Product intervention power)을 부여 받아 소비자 피해 발생 시 적절하게 개입 (Product Regulation Act, '19.3월)
- 영국 FCA 「The Woolard Review」 ('21.2월)에서 BNPL 기업은 사용자의 재무 상태를 지속적으로 모니터링 할 것을 요구하였으며 재무부와 협의하여 사용자 보호를 위한 제도적 장치를 마련할 것을 밝힘

■ BNPL이 신용카드와 같은 신용(Credit)의 형태인지에 대한 논의는 계속 되고 있음

- 일반적으로 신용을 정의하는 이자(interest) 부과에 따라 판단할 수 있으나, BNPL은 신용카드와 다르게 이자를 부과하지 않고 불특정 목적을 위한 자금을 제공하지 않음
 - 가맹점은 BNPL 회사에 광고비를 지불하고 소비자는 제품 구입을 위하여 무이자로 분할하여 대금을 납부하는 형태로 신용(Credit)으로 볼 수 없음
- 호주 증권투자위원회(ASIC)는 BNPL을 국가신용법(National Credit Act)에 따라 신용으로 볼 수는 없으나, ASIC Act에 의하면 신용으로 볼 수 있는 모호한 형태로 정의⁹⁾
 - 신용(Credit)이 평범한 일상 생활에서 사용된다는 점에 주목한다면 BNPL은 소비자가 상품 대금을 연기하는 것으로 신용의 형태로 주어진 것이라고 볼 수 있음

7) ASIC(2020)

8) Henry, Committee Hansard (2018.12.12.)

9) Mr Michael Saadat, Senior Executive Leader, Deposit Takers, Credit and Insurers, ASIC, Committee Hansard, (2019,1,24)

V. 국내 후불결제 시장 전망

- 금융회사는 사회초년생, MZ세대를 플랫폼에 흡수시켜 미래 성장의 고객 기반 마련
 - MZ세대는 금융 서비스 이용 방식을 고착화하는 경향이 있으므로 젊은 층의 니즈를 충족시키는 후불결제 서비스 제공으로 이탈을 막는 잠금(Lock-in) 효과 기대
 - 금융회사는 저신용자(Thin Filer)와 같은 금융 취약계층의 접근성이 부족하므로 소액후불결제 서비스 제공으로 사회초년생 및 MZ세대 고객 확보의 통로로 활용

- 가맹점 수수료 및 여신 한도 등과 관련한 카드사와 전금업자의 다른 규제 적용으로 역차별 논란은 계속될 전망
 - '12년 출시된 하이브리드 카드는 신용카드와 체크카드의 기능이 합쳐진 소액신용결제 서비스로 결제 시 통장 잔고가 부족한 경우 한도가 부여되어 신용카드처럼 이용 가능
 - 금융권 통합 1인당 2장까지 발급 가능, 최대 신용한도는 월 30만원으로 1인당 2장 발급 시 최대 60만원까지 후불결제 가능
 - 전금업자의 소액후불결제 한도를 하이브리드 카드와 동일한 30만원으로 제한하고 있으나 총량 규제가 없어 후불결제 월 한도 금액이 하이브리드 카드보다 크게 상향할 가능성 有
 - 후불 결제 한도 상향의 사례로 휴대전화 소액 결제 한도가 30만원에서 시작하여 100만원까지 상향('20.4월)된바 있어, 전금업자의 후불 한도액도 향후 확대될 것으로 예상
 - 전자금융업자와 금융회사의 형평성을 위해 리스크 관리 및 수수료 등 동일 규제 필요
 - 카드사는 금융당국으로부터 가맹점 카드 수수료를 규제를 강하게 받고 있으나 동일한 기능의 후불결제 서비스의 경우는 이에 대한 규제가 없어 형평성 논란이 제기 됨
 - 리스크 관리 차원에서 대손충당금 적립 등 건전성 규제가 카드사와 동일한 기준에서 마련되어 전금업자가 고객의 선불 충전금을 재원으로 활용하지 않도록 규율할 필요

- 금융위의 세부 규제 내용에 따라 국내 후불결제 시장 판도가 변화 될 것으로 예상
 - 국내 후불결제 서비스에는 해외 BNPL 서비스의 핵심인 분할 납부 기능이 없고 금액이 소액(30만원)이라 아직은 해외와 같은 인기를 기대하기는 어려움
 - 금융위의 규제 내용에 따라 후불결제 시장의 확장 가능성은 열려있으므로 금융회사와 빅(핀)테크사는 해외 규제를 검토하고 선제적으로 대응할 필요

[참고 문헌]

- 강지선(2019), "신용카드 대신 Buy Now Pay Later: 호주인의 슬기로운 쇼핑법", 호주 멜버른무역관
- 강혜승(2021.2), "BNPL(Buy Now, Pay Later: 후불결제, 대안 소비자대출)의 대두", 미래에셋대우 리서치센터
- 금융위원회(2020.12), "디지털금융 규제 · 제도 개선방안"
- 삼성증권(2020.11), "금융 플랫폼의 무한도전-시장의 판도를 바꾸다!"
- 성종화(2021.2), "네이버페이, 30만원 후불결제 허용. 기대효과는?", 이베스트투자증권
- 이정은(2021.3), "해외 BNPL 시장 동향 및 감독당국의 대응", 자본시장연구원
- 정순섭(2019), "현금 없는 사회의 법적 과제 - 법화의 강제통용력을 중심으로", 은행법학회
- 한국은행(2020.3), "2019년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사결과", 지급결제 조사자료
- ASIC(2020.12), "Buy now pay later: An industry update"
- ASIC(2018.11), "Review of buy now pay later arrangements"
- AFIA(2021.3), "Code of Practice for Buy Now Pay Later Providers"
- Commbank.com(2021.3), "CommBank unveils new buy now, pay later offering"
- Citizens Advice(2021.4), "Buy now... Pain Later?"
- FCA(2021.2), "The Woolard Review - A review of change and innovation in the unsecured credit market"
- The Financial Brand(2021.3), "Buy Now, Pay Later Programs: Threats and Opportunities in Banking"
- PYMTS.com(2020.12), "Buy-Now-Pay-Later"
- Parliament of Australia, Senate committees, "Credit and Financial Services Targeted at Australians at Risk of financial Hardship"
- Global X(2021.2), "FinTech Trends Beyond Digital Payments"
- 기업 홈페이지 및 다수 언론보도