

V. 판매인프라 개선을 통한 효율성 제고

스폰서가 서비스 제공과정을 맞춤형으로 수행하려면 표준형 서비스에 비해 복잡한 과정을 거치게 된다. 그런데 여러 단계를 거쳐 서비스를 설계하는 것, 요구가 다양한 고객들을 개별적으로 관리하는 것, 패키지에 포함되는 개별 서비스의 공급자를 확보하는 것 등에는 많은 비용이 소요된다. 이 때문에 본격적인 맞춤형 프로그램은 자산규모가 일정수준 이상인 일부 고객에게만 제한적으로 제공되고 있다. 따라서 스폰서가 관련 비용을 절감하여 대상고객의 범위를 확대할 수 있으려면 관련 인프라의 구축이 필요하다. 이에 본 장에서는 자산관리서비스 활성화를 위해 개선이 요구되는 인프라로서 개방형 판매플랫폼 구축, 성과보고기준 정립, 업무절차 자동화와 관련된 개선 방안을 검토하고자 한다.

1. 판매인프라의 중요성

가. 맞춤형 프로그램과 기능결합

맞춤형 프로그램에서 스폰서와 고객의 관계는 장기에 걸쳐 형성된 신뢰를 기반으로 한다. 스폰서에 대한 신뢰가 전제되지 않은 상태에서 고객 스스로가 자신의 재무상황, 가족관계, 사업관계, 취미 등에 대한 상세한 정보를 제공하리라 기대하기 어렵다. 이러한 이유로 충성도가 높은 고객을 확보하고 그 관계를 장기적으로 유지할 수 있는 역량은 자산관리서비스의 경쟁력원천 중 하나이다.

그런데 향후 스폰서들 사이에서 고객확보를 위한 경쟁이 격화되어 고객관계를 장기적으로 유지하는 것이 더욱 어려워질 것으로 예상된다. 자산관리서비스에 대한 수요가 급속히 성장할 것이라는 기대 하에 대부분의 금융회사들이 동 시장에 적극적으로 진출하고 있다. 또한 프로그램에 포함되는 서비스 범위가 확대됨에 따라 각 스폰서가 제공하는 서비스 내용이 상호 중첩되는

경향도 강해지고 있다. 그 결과 스폰서들 사이에서 전략적 제휴가 활발해지면서 고객정보를 공유하는 사례가 증가하고 있다. 이러한 변화 속에서 고객이 스폰서를 교체하는 사례가 빈번해지고 있다.

이렇듯 한정된 잠재고객을 대상으로 고객확보 경쟁이 심화될수록, 스폰서가 고객관계를 장기적으로 유지할 수 있는 역량의 중요성은 더욱 커질 수밖에 없다. 이를 위해서 스폰서는 고객의 요구를 포괄적으로 수용할 수 있도록 프로그램의 범위를 확대해야 한다. 일견 프로그램에 포함되는 서비스의 범위를 확대하는 것은 스폰서가 전문성을 가지고 있는 분야에 집중하는 것과 상충되는 것으로 보인다. 그런데 기능결합(bundling)을 적절히 활용하면, 전문성과 포괄성을 동시에 추구하는 것이 가능하다.⁴⁰⁾ 낮은 한계비용으로 대량생산이 가능한 정보재(information goods)에서 기능결합이 빈번하게 발생하는데,⁴¹⁾ 자산관리서비스도 정보재의 특성을 갖는 만큼 기능결합이 활용될 수 있다고 생각한다. 기능결합은 핵심서비스는 스폰서 스스로 공급하되 부수서비스는 외부의 제3자로부터 공급받는 전략을 통해 실현될 수 있다. 특히 잠재고객을 유형화하고 각 유형에 대해 기능결합을 활용하여 차별적인 서비스를 제공하는 것은 개방형 판매플랫폼 하에서 보다 용이하게 수행될 수 있다.

나. 개방형-판매플랫폼 개념과 특성

개방형-판매플랫폼은 스폰서가 취급하는 금융서비스의 범위에 제한을 두지 않는 판매플랫폼을 의미한다. 스폰서와 운용자 사이의 관계에서 볼 때, 개방형-판매플랫폼에서는 스폰서가 특수한 관계에 있는 운용자뿐만 아니라 계열 관계에 구애받지 않고 다양한 운용자와 거래관계를 설정한다. 한편 스폰서와 고객 사이의 관계에서 볼 때, 개방형구조에서는 스폰서가 고객의 수익목표, 위험목표, 제약조건에 적합한 포트폴리오를 구성하는 것이 용이하다.

-
- 40) 기능결합을 통해 독과점적 지배력을 확보할 수 있다. Bakos and Brynjolfsson(1998)의 분석에 따르면, 기능결합을 통한 독과점적 지배력으로 인해 품질이 열등한 상품들로 구성된 결합상품에 의해 품질이 보다 우월한 상품이 시장에서 구축될 수 있다.
- 41) 기능결합은 ① 규모의 경제나 범위의 경제가 존재하는 경우, ② 한계비용이 낮은 경우, ③ 시스템구축비용이 높은 경우, ④ 고객유치비용이 높은 경우, ⑤ 고객이 복합상품의 단순함과 간편함을 선호하는 경우에 시도될 수 있다.

개방형-판매플랫폼은 폐쇄형-판매플랫폼에 비하여 다음과 같은 특징을 갖는다. 첫째, 개방형-판매플랫폼은 양면플랫폼(two-sided platform)의 일종으로서 상이한 이해요구를 보유한 고객과 운전자 사이에서 거래를 중개하면서 부가 가치를 창출한다. 한편으로는 운전자들에게 보다 저렴한 비용의 판매채널을 공급하면서, 다른 한편으로는 고객들에게 보다 용이하게 운전자와 만날 수 있는 기회를 제공한다.

둘째, 개방형-판매플랫폼에서는 네트워크 외부성(network externality)이 강하게 나타난다. 한편으로 특정 판매플랫폼에 참여하는 고객의 수가 많을수록 해당 판매플랫폼에 운용능력이 뛰어난 운전자들이 참여하게 된다. 다른 한편으로 특정 판매플랫폼에서 제공되는 양질의 프로그램 수가 많을수록 보다 많은 고객이 해당 판매플랫폼에 모이게 된다. 네트워크외부성이 강한 부문은 점진적으로 성장하다가 일정한 임계수준을 넘어서는 순간 급속도로 성장하는 경향이 존재한다. 따라서 개방형-판매플랫폼에서는 일부 대형 판매플랫폼들이 시장을 지배할 가능성이 높다.⁴²⁾ 반면 해당 임계수준에 도달하지 못한 판매플랫폼은 시간이 경과하여도 성장이 정체될 가능성이 높다.

다. 개방형-판매플랫폼 유형

판매플랫폼은 금융회사가 아닌 판매전문회사로서 1992년 미국 매매중개회사인 찰스스왑(Charles Schwab)에 의해 도입된 판매플랫폼이 전형적인 예이다. 판매플랫폼은 운전자로부터 판매보수를 받는 한편 다양한 부가서비스(웹사이트광고, 우편홍보, 운전자 로드쇼 등)를 제공하는 대가로 추가수수료를 받는다. 대부분의 판매플랫폼은 인터넷을 활용하여 거래, 정보교환 관련 서비스를 제공한다.⁴³⁾

해외 금융선진국에서는 판매플랫폼이 이미 대안적인 판매채널로 정착되었다. 중소규모 운전자들은 자체적으로 판매, 영업지원, 고객관리 관련 인프라를

42) 예를 들어, 찰스스왑의 Mutual Fund Marketplace와 피델리티(Fidelity Investments)의 Fund Network가 전체 펀드슈퍼마켓 자산의 90%를 차지하는 것으로 알려지고 있다.

43) 따라서 온라인판매회사 혹은 랩퍼(wrapper)로 불린다.

구축하기 어렵기 때문에 판매플랫폼을 활용하려는 유인을 갖는다. 이러한 수요에 대응하여 판매플랫폼이 다수의 운용자에게 서비스를 제공하면 규모의 경제를 실현하는 것이 가능하다. 판매플랫폼은 또한 운용자들의 금융서비스를 중개하는 과정에서 고객들에 대한 데이터베이스를 구축할 수 있다.

판매플랫폼의 유형은 개방성 정도에 따라 완전개방형, 제한개방형, 폐쇄형으로 분류될 수 있다. 완전개방형-판매플랫폼에서는 스폰서가 취급가능한 모든 금융서비스가 제공된다. 제한개방형-판매플랫폼에서는 스폰서가 사전에 설정한 범위내의 금융서비스들이 제공되는데, 재간접투자펀드가 대표적인 예이다. 폐쇄형-판매플랫폼에서는 고객이 요구하는 금융서비스만 제공되며, 부띠끄가 대표적인 예이다.

<표 V-1> 판매플랫폼 유형

유형	개방정도
완전개방	모든 금융서비스 제공
제한개방	사전에 설정된 범위내의 금융서비스 제공, 재간접투자펀드
폐쇄	고객이 요구하는 금융서비스만 제공, 부띠끄

2. 국내 판매인프라 현황과 문제점

가. 해외 현황

해외 금융선진국에서는 원칙적으로 판매경로에 대한 규제가 거의 존재하지 않기 때문에, 다양한 판매경로가 활용되고 있다. 예를 들어, 종합서비스 채널인 금융회사(스폰서) 이외에 제한적 서비스 채널로서 판매플랫폼(펀드슈퍼마켓, 온라인판매, 단순중개서비스 등)이 존재한다. 따라서 은행, 보험회사, 금융투자회사 등은 단일 창구에서 투자자문과 매매중개 서비스를 동시에 제공하는 반면, 판매플랫폼은 투자자문 서비스 없이 매매중개 서비스만 제공하고 있

다. 해외 개방형-판매플랫폼의 사례로서 영국의 Cofunds, 싱가포르의 iFAST, 미국의 Charles Swap를 간략히 소개하면 다음과 같다.

우선 영국 Cofunds는 2001년 설립 후 인터넷을 통해 펀드를 판매하고 있는 개방형-판매플랫폼이다. 주요 거래대상은 독립투자자문인력(IFA: Independent Financial Advisor)들인데, 이는 유럽에서는 고객들이 독립투자자문인력을 통해 투자자문을 받은 후 펀드를 구매하기 때문이다.⁴⁴⁾ Cofunds는 전체 개방형-판매플랫폼 중 약 20%의 시장점유율을 차지하고 있으며, 영국 채권판매회사들 중 7위에 위치하는 것으로 알려지고 있다.

Cofunds의 경쟁력은 기본적으로 강한 독립성에 찾을 수 있다. 펀드에 관련 운용이나 투자자문 서비스를 제공하지 않은 채 중개만을 담당하기 때문에, 고객으로부터 공정한 선별기능에 대한 신뢰를 받고 있다. 이러한 고객의 신뢰를 토대로 영국 최대의 개방형-판매플랫폼으로서의 평판을 구축하고 있는바,⁴⁵⁾ 다수의 운용자들로부터 저렴한면서도 양질의 금융서비스를 제공받고 있다.⁴⁶⁾

다음으로 싱가포르 iFAST도 2000년 설립 후 인터넷을 통해 펀드를 판매하는 개방형-판매플랫폼이다.⁴⁷⁾ iFAST는 고객, 독립투자자문인력, 중소형 금융회사 판매직원들을 대상으로 펀드거래를 중개하고 있다.⁴⁸⁾ 선취수수료가 부과되는 대신 전체적인 판매수수료 수준이 낮은 금융서비스가 주를 이루고 있다. 독립투자자문인력, 중소규모 금융회사, 기업연금 관리자 등은 일정한 수수료를 지불하고 펀드거래, 고객관리를 지원하는 시스템을 제공받고 있다. 이들은 영세하므로 자체적으로 시스템을 구축하는 대신 iFAST의 시스템을 사용하는 것이 유리하다. 현재 약 50개의 운용자들에게 금융서비스를 제공받는 한편 후선

44) 영국에서 개방형-판매플랫폼을 통한 펀드판매규모는 매년 20% 이상의 성장률을 보이고 있다. 독립투자자문인력들의 전체 펀드판매액 중 38% 정도가 개방형-판매플랫폼을 통해 제공된다.

45) 27만 명의 고객에게 1,900개의 금융상품을 제공하고 있다. Cofunds를 통해 펀드를 제공받는 독립투자자문인력들이 관리하는 고객 수는 매월 10만 명에 이른다.

46) 현재 75개 운용자로부터 1,000개 이상의 펀드를 제공받고 있다.

47) iFAST는 2000년 12월 싱가포르 정부로부터 Capital Markets Services License와 Financial Adviser License를 동시에 취득함으로써 설립되었다. 이후 홍콩에 현지법인 형태로 진출하였으며, 향후 말레이시아, 인도 등에도 진출할 계획을 가지고 있다.

48) 약 9만 명 이상의 고객(온라인 직접펀드 가입고객)을 보유하고 있으며, 판매 잔고는 40억 달러 이상이다.

업무 관련 서비스를 제공하고 있다. 한편 iFAST의 주요주주는 신문사, 외국은행, 개인으로 금융회사로부터 상당한 수준의 독립성을 유지하고 있다.

마지막으로 찰스스왑은 미국 최대의 개방형구조 스폰서이다. 현재 스폰서들 중 고객자산 규모 기준으로 2위인데, 향후 1위 금융투자회사인 메릴린치도 능가할 것으로 전망된다. 찰스스왑은 금융시장이 불안정해지고 투자자문을 원하는 고객이 증가하자 이에 적극적으로 부응하여 매매중개 서비스에 부가가치가 높은 투자자문 서비스를 결합하였다. 그 결과 찰스스왑의 고객 유형별 자산규모 에서 개인투자자의 비중이 감소하고 기관투자자의 비중이 증가하였다.⁴⁹⁾

현재 찰스스왑은 개인고객을 대상으로 제공되는 투자자문이 결합된 서비스 'One Source'와 독립투자자문인력을 대상으로 제공되는 매매중개 중심 서비스 'One Source-Institutional'를 병행하고 있다. 개인고객을 위한 서비스와 관련하여, 찰스스왑은 2004년 7월 이후 계좌개설이 가능한 최저금액을 1,000달러까지 인하하면서 젊은 고객들의 소규모 자산 유치에 노력하고 있다. 즉 베이비부머를 핵심 대상으로 하되, 보다 젊은 세대에 대한 마케팅도 병행하는 것이다.⁵⁰⁾ 그 과정에서 자산규모와 상관없이 대부분의 고객에게 무료컨설팅을 제공하는 한편, 자산규모가 일정 수준 이상인 고객에게는 전속 담당자가 투자자문 서비스를 제공하고 있다.⁵¹⁾ 한편 찰스스왑은 독립투자자문인력을 위한 서비스를 위해 1987년 자회사(Schwab Institutional)를 설립하였다. 증권거래를 지원하는 서비스(매매주문집행, 자금결제, 계좌개설, 거래보고서 작성 및 발송, 주주명부관리 등) 제공에 주력하고 있다.⁵²⁾

49) 과거에는 개인투자자 부문의 성장성이 높았으나 최근에 기관투자자 부문의 비중이 급증하였다. 현재 찰스스왑의 수입은 개인투자자 부문 34.2%, 기관투자자 부문 40.9%, 연금 부문 26.8%로 구성되어 있다.

50) 'No matter how much you're worth'이나 'Big account, Small account, They all account'라는 광고문구가 대표적이 예이다.

51) 이러한 노력의 결과 자산관리서비스계좌의 자산규모가 2006년 2분기 기준 640억 달러에서 2007년 4분기 기준 800억 달러로 증가하였다.

52) 2007년 6월말 기준으로 5,500명 이상의 독립투자자문인력들이 SI에 등록되어 있고, 각 독립투자자문인력에 의해 약 300명 정도의 고객이 관리된다. SI의 계좌 수는 150만개, 고객자산규모는 5,560억 달러이다. 현재 SI의 시장점유율은 24%로 독립투자자문인력에 대한 서비스에서 1위를 차지하고 있다. 2003년부터 2006년까지 SI의 고객자산규모 성장률은 연 8% 수준이다. 순증가액의 절반 정도가 신규고객에 의한 것인데, 신규고객의 88%는 소개(기존 고객 소개 59%, 회계사와 변호사 소개 29%)

나. 국내 현황과 문제점

국내에는 아직까지 본격적인 개방형-판매플랫폼이 존재하지 않는다고 볼 수 있다. 물론 국내에도 금융회사로부터 독립적인 온라인판매회사(예, efundmall)가 존재하며, 포털사이트(네이버, 다음 등)에서 금융서비스 관련 정보가 제공되고 있다. 그러나 이들은 일부 프로모션용 서비스를 중심으로 제한적인 금융서비스만을 취급한다는 점에서 본격적인 개방형-판매플랫폼이라고 보기 어렵다.

국내에서 개방형-판매플랫폼이 제대로 정착되지 못하고 있는 데에는 여러 가지 이유가 있겠으나, 해외 금융선진국에 비해 독립투자자문인력과 스폰서의 수가 부족한 것이 중요한 문제점이라고 생각한다.

첫째, 국내에는 독립투자자문인력이 거의 존재하지 않은 상태로 금융회사로부터 완전히 독립적인 개방형-판매플랫폼이 조기에 성장하기 어렵다. 기본적으로 국내에서는 투자자문서비스가 부족하여 투자자의 권익 보호에 취약한 상태이며, 독립적이고 전문적인 투자자문서비스의 제공이 제한되어 있기 때문에 불완전판매의 소지가 높다.

현재 보험설계사와 판매권유대행인이 있으나, 제도적 제한으로 인하여 이들이 독립투자자문인력으로 활동하는 것이 쉽지 않다. 보험설계사의 경우 보험회사로부터 판매보수를 받기 때문에 독립투자자문인력으로 활동할 유인이 크지 않다. 또한 투자자문에 대한 수수료를 받기 위해서는 투자자문업 인가를 받아야 하는데 개인이 필요자본금 요건을 충족시키기는 쉽지 않다. 더욱이 자본시장법 하에서는 판매권유대행인이나 보험회사의 판매자회사가 펀드매입을 권유할 수는 있지만 판매계약을 체결할 권한은 없다.

독립투자자문인력은 투자자문을 제공하는 대가로 고객으로부터 보수를 받는 대신 금융회사나 판매회사로부터 보수를 받지 않기 때문에, 판매보수가 높은 금융서비스에 편중하여 투자자문을 제공할 유인을 갖지 않는다. 따라서 독립투자자문인력은 고객의 재무목표에 부합하는 금융서비스(운용스타일, 운용과정, 리서치역량, 인력 등)를 제공할 가능성이 높다. 이러한 보수체제로 인하

를 통한 것이다.

여 독립투자자문인력은 개방형-판매플랫폼을 적극적으로 활용한다. 고객의 요구에 따라 맞춤형 서비스를 제공하고자 하는 독립투자자문인력으로서의 개방형-판매플랫폼을 활용하는 것이 폐쇄형-판매플랫폼을 활용하는 것보다 바람직하다. 해외 금융선진국에서는 개방형-판매플랫폼들이 이러한 점에 주목하여 우수한 독립투자자문인력들을 적극적으로 유치하고자 노력하고 있다.

둘째, 국내에는 판매회사와 운용회사가 모회사 관계로 밀접하게 연결되어 있는 만큼 계열 운용회사에서 벗어나 개방형구조를 활용하는 스폰서가 출현하기 어렵다. 국내에는 개방형구조를 활용하는 스폰서가 매우 적다. 금융서비스를 판매할 수 있는 금융회사(은행, 금융투자회사, 보험회사 등)가 자신이나 계열 자회사가 제공하는 금융서비스만을 취급하는 폐쇄형구조에 주력하고 있다. 예를 들어, <표 13>에 제시된 바와 같이 펀드의 경우에도 계열 판매회사를 보유한 운용회사가 그렇지 못한 운용회사에 비해 펀드 설정잔액이 훨씬 크다.

<표 V-2> 운용회사 유형별 펀드 설정잔액

(단위: 천억, %)

	금액	비중
금융투자회사 계열	51,053	38.8
금융지주회사 계열	35,441	27.0
은행 계열	25,229	19.2
기타 국내회사	4,026	3.1
기타 해외회사	15,669	11.9
합 계	131,418	100

자료 : 금융감독원, 자산운용협회, 2006년 10월 기준

최근 간접투자 시장이 성장하면서 일부 대형 은행과 금융투자회사를 중심으로 폐쇄형구조에서 개방형구조로의 전환이 시도되고 있다. 이들은 개방정도에 따라 다양한 형태를 가지고 있으나, 전반적으로 계열 운용회사에 국한하지

않고 보다 다양한 금융서비스를 제공하려는 노력이 이루어지고 있다. 그러나 글로벌 금융시장에서 나타나고 있는 판매채널의 변화추세에 비추어 볼 때 국내에서 개방형구조의 도입이 본격화되었다고 보기 어렵다.

예를 들어, 국내에서는 펀드 관련 판매회사의 진입이 엄격히 제한되었기 때문에 대형 금융회사 위주의 과점적 시장구조가 형성되어 있다. 그 결과 판매사는 서비스에 비해 높은 수준의 판매보수를 계속 취득하는데도 제공되는 서비스는 풍부하지 못한 실정이다. 특히 국내의 펀드 판매시장은 과점적 구조가 지속되면서 사실상 판매회사들 사이의 서비스와 가격(보수·수수료)에 대한 경쟁이 부족한 실정이다. 이러한 시장구조로 인하여 가격 결정시 투자자의 입장이 충분히 고려되지 못하고, 제공되는 서비스 수준에 비하여 판매보수의 수준이 높다.

<표 V-3> 상위 5개 판매회사의 주식형 펀드 판매점유율

	2005. 12말	2006.12말	2007.12말	2008.6말
판매점유율(%)	46.2	52.4	49.6	49.1

주 : 2008년 6말 기준 국민은행, 미래에셋증권, 신한·우리·하나은행

한 가지 검토해 보아야 할 점은, 금융회사의 지배구조에 의해 개방형구조의 확산이 억제될 수 있다는 것이다. 현재와 같이 계열 운용회사의 실적이 스폰서 자신의 수익에 직접적으로 영향을 주는 지배구조 하에서는 개방형구조가 활용되기 어렵다. 스폰서 자신의 수익과 계열 운용회사 실적 사이의 독립적 관리가 강조되는 금융지주회사로 전환되면, 개방형구조의 확산이 본격화될 것으로 예상된다. 해외 금융선진국에서도 금융지주회사를 중심으로 하는 지배구조가 확산되면서 개방형구조로의 전환이 활발해진 바 있다. 예를 들어, 시티그룹과 메릴린치 등은 계열 운용회사를 매각한 후 개방형구조를 본격적으로 활용하고 있다.

3. 판매인프라 관련 제도 변화

가. 금융상품 판매전문회사 도입

국내에서 개방형-판매플랫폼이 확산되려면 금융상품 판매 관련 제도의 정비가 필요하다고 판단된다. 국내 금융상품 판매경로는 해외 금융선진국에 비해 대형 금융회사 중심으로 형성되어 있다. 이로 인하여 금융상품 판매시장에서 과점적 구조가 유지되고 있으며 사실상 판매회사들 사이의 서비스나 가격 경쟁이 낮은 수준이다. 결과적으로 가격 결정 시 고객의 요구가 충분히 반영되지 못하고 있고, 제공되는 서비스 내용에 비해 판매보수가 높은 상태이다. 이러한 환경에서 고객의 요구에 적극적으로 대응하여 맞춤형 프로그램을 제공하는 개방형-판매플랫폼이 출현하기가 쉽지 않다.

반면 해외 금융선진국에서는 원칙적으로 판매경로에 대한 규제가 거의 존재하지 않기 때문에, 종합서비스 채널인 스폰서와 제한적 서비스 채널로서 판매플랫폼이 공존하고 있다. 이러한 이질적 유형의 판매채널이 공존함에 따라 서비스와 가격에 대한 경쟁이 자연스럽게 유발될 수 있다.

최근 금융위원회는 국내 금융상품 판매 제도의 문제점을 개선하고자 해외 금융선진국의 사례를 참조하여 국내 금융상품 판매채널에 대한 개선방안을 제시한 바 있다. 펀드에 관련된 판매시장 선진화 방안(금융위원회, 2008a), 보험상품에 관련된 판매채널 경쟁력 강화 방안(금융위원회, 2008b), 보다 포괄적인 금융상품전문판매법 제정 방안(금융위원회, 2008c)이 그 내용이다. 각 방안의 내용을 간략히 소개하면 다음과 같다.

첫째, 펀드 판매시장 선진화 방안은 이미 자본시장법령에 마련된 근거를 토대로 일반법인의 펀드판매를 허용함으로써 새로운 형태의 펀드판매전문회사(펀드슈퍼마켓, 온라인판매사 등) 출현을 도모하고 중소서민금융회사(저축은행 등)의 신규진출을 지원하는 것을 제시하고 있다. 이에 따라 다양한 형태의 법인들(일반법인, 법무법인, 회계법인 등)이 펀드판매전문회사로서 투자중개업을 영위하기 위해 인가신청을 할 것으로 예상된다. 동 방안은 표준화된 집합투자를 대상으로 하고 있으나, 판매채널 다양화는 맞춤형 자산관리서비스에도 동

일하게 영향을 줄 것으로 보인다.

둘째, 보험상품에 관련된 판매채널 경쟁력 강화 방안은 기존 법인대리점의 업무범위를 대폭 확대함으로써 보험판매전문회사 제도를 신설하는 것을 제시하고 있다. 즉 자본시장법상 인가요건과 이해상충 방지장치 구축을 전제로, 보험판매전문회사가 집합투자증권에 대한 투자중개업을 겸영하면서 보험회사 부수업무에 해당하는 업무를 영위할 수 있도록 허용하겠다는 것이다. 현재 집합투자증권만을 판매하려면 자본시장법상 투자중개업 관련 인가를 받아야 한다. 자본시장법 시행령상 투자중개업자 중 집합투자증권만을 취급할 경우에는 최소자기자본 규정을 충족하기 위해 10억 원이 필요하다.⁵³⁾ 동 방안에 따른 보험판매전문회사는 보험상품과 집합투자증권을 동시에 취급할 수 있기 때문에 복합적 프로그램을 제공하는 개방형-판매플랫폼으로 기능할 수 있을 것으로 보인다.

복합성 면에서 보자면 보험판매전문회사가 펀드판매전문회사에 비해 진일 보한 것으로 개방형-판매플랫폼에 보다 가깝다고 판단된다. 그러나 맞춤형 프로그램을 제공하는 개방형-판매플랫폼은 보다 포괄적인 금융상품을 취급할 수 있어야 한다. 이러한 점에서 현행 자본시장법에는 개방형-판매플랫폼에 대한 감독규정이 별도로 존재하지 않는다. 반면 싱가포르, 호주에서는 고객보호를 위해 개방형-판매플랫폼에 대한 규정이 별도로 정비되어 있다. 예를 들어, 호주의 경우 개방형-판매플랫폼에 대해 IDFS(Investor Directed Fund Service) 규정이 적용된다.⁵⁴⁾ 이러한 사례를 참조하여 국내에서도 개방형-판매플랫폼에 대한 포괄적인 감독규정이 정비될 필요가 있는데, 금융상품전문판매업 관련 제도가 이에 해당한다.

셋째, 금융상품판매법 제정 방안은 금융회사에 종속되지 않고 여러 금융업권·금융회사의 다양한 금융상품을 판매할 수 있는 금융상품전문판매업을 도입하겠다는 것이다. 현재는 생산자인 금융회사의 입장에서 각 금융업권 법령에서 개별적으로 금융상품 판매 제도를 규율함에 따라, 개별 판매회사는 1개

53) 전문투자자만을 대상으로 영업을 할 경우에는 최소자기자본이 5억 원이다. 자본시장법 시행령 제16조와 별표 1을 참조

54) IDFS에는 투자자보호, 보수나 비용 관련 공시의무, 개방형 판매플랫폼의 영업에 대한 전반적인 가이드라인 등이 제시되어 있다.

회사 또는 1개 금융권역의 금융상품만을 판매할 수 있다. 그런데 금융상품판매법 제정을 통해 금융상품전문판매업자의 진입·퇴출, 영업행위 규율체계가 마련되면, 금융상품판매전문회사가 복합적 프로그램을 제공하는 개방형-판매 플랫폼으로 기능할 수 있을 것이다.⁵⁵⁾

나. 독립투자 자문인력 도입

투자자문서비스가 활성화되도록 개인의 투자자문업 등록을 허용할 필요가 있다. 현재 국내에서는 투자자문업이 법인에게만 허용되며, 투자자문회사는 주로 기관투자자 등 거액의 투자자를 대상으로 자문서비스를 제공하고 있다. 따라서 투자판단에 익숙하지 않은 개인고객들이 보수를 지급하고서라도 투자자문을 받고자 함에도 불구하고,⁵⁶⁾ 이들을 위한 투자자문서비스는 제한적인 실정이다.

반면 해외 금융선진국에서는 독립투자자문인력(IFA: Independent Financial Advisor)이 독립적이고 전문적인 투자자문서비스를 제공하고 있다. 이로 인하여 투자자문서비스에서의 경쟁이 유지되고 금융상품에 대한 충분한 설명을 통해 불완전판매 소지가 낮아진다.

이러한 문제점을 개선하고자 금융위원회(2008a)는 펀드 판매 관련 투자자문서비스가 활성화되도록 개인의 투자자문업 등록을 허용하는 방안을 검토 중이다. 다만 불완전판매 소지가 없도록 개인인 투자자문업자에 대해 엄격한 자격요건을 부과하고 별도의 투자자보호방안도 마련할 계획이다.

개인의 투자자문업 등록이 허용되면 국내에서도 판매수수료에 의존하지 않는 독립투자 자문인력들이 많아지고 개방형-판매플랫폼이 확산될 것으로 기대된다. 투자자문 서비스를 통해 제공되는 금융서비스에 대해 충분히 설명을 하기 때문에 불완전판매 소지도 최소화될 것이다. 이와 같은 장점을 감안할 때 독립투자 자문인력의 조기 정착을 위해 다음과 같은 사항을 고려해 볼 필

55) 다만 펀드판매전문회사나 보험판매전문회사에서와 유사하게 소비자 보호와 판매회사의 이해상충 방지 체계에 대한 규제가 따라야 할 것이다.

56) 예를 들어, 유럽이나 동남아시아의 경우 인터넷에 익숙한 젊은 고객들에게 직접 펀드를 판매하는 슈퍼마켓형플랫폼의 시장점유율은 5% 미만이다.

요가 있다.

현행 보험설계사·판매권유대행인이 독립투자자문인력으로 등록하도록 유도할 필요가 있겠다. 예를 들어, 자산규모와 고객수가 사전에 정한 수준을 넘어서는 시점에서 투자자문업자로 등록하도록 의무화하는 방안을 생각해 볼 수 있다.⁵⁷⁾ 그리고 판매권유대행인이 단일 판매회사와만 계약을 체결할 수 있도록 되어 있는 현행 규정을 완화할 필요가 있겠다. 판매권유대행인이 복수의 판매회사와 계약을 체결할 수 있게 되면 개방형·판매플랫폼이 등장할 수 있을 것이다. 장기적으로는 개인사업자에게 펀드판매업도 허용하는 방안을 검토해 볼 수 있겠다.

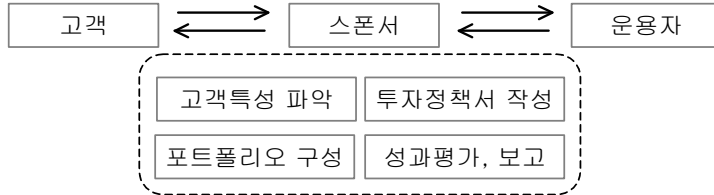
4. 판매인프라 개선사항

가. 맞춤형 프로그램 비용구조

자산관리서비스는 ① 고객별 계좌의 개별적 관리를 전제로 하여, ② 고객의 요구가 반영된 맞춤형 프로그램을 제공할 목적으로, ③ 복수의 재무계획을 복합적으로 결합한 것이다. 이러한 고객별 맞춤형 프로그램이 제공되는 과정은 표준형 금융상품이 제공되는 과정에 비해 복잡하다. 기본적으로 스폰서가 고객의 요구에 적합한 운용전략을 구사하는 운용자를 찾아 연결해 주어야 한다. 그 과정을 세분해 보면 다음 그림과 같다. 즉 스폰서는 ① 고객 특성을 파악하여 ② 투자정책서를 작성한 후 ③ 그 내용에 적합한 운용전략을 구사하는 운용자를 선별하는 한편 ④ 투자성과를 평가하여 고객에게 보고한다. 이때 스폰서가 고객의 이해요구를 파악하는 과정(quality process)과 고객의 요구에 적합한 운용자를 선별하는 과정(assembly line)은 맞춤형 프로그램에서만 독특한 과정이다.

57) 미국의 경우 고객수가 15명, 자산규모가 250만 달러이상이면 SEC에 독립투자자문인력으로 등록해야 한다.

<그림 V-1> 맞춤형 프로그램 제공과정



스폰서가 고객의 이해요구를 파악하는 과정과 고객의 요구에 적합한 운용자를 선별하는 과정은 많은 비용을 수반한다. 우선, 고객 이해요구 파악에 많은 비용이 소요되는 것은 맞춤형 프로그램의 내용이 대중매체를 통해 불특정 다수의 고객에게 광고될 수 없기 때문이다. 맞춤형 프로그램 제공 여부에 대한 광고는 허용되지만, 그 내용은 고객과의 대면접촉을 전제로 하는 방식(설명서, 홍보전단, 현수막 등)을 통해서만 허용된다. 개별 고객의 요구를 기반으로 하는 맞춤형 프로그램이 불특정 다수를 대상으로 홍보되는 것이 부적절하기 때문이다. 고객이 안내받은 운용대상에 대한 내용을 충분히 이해한 후 동의한 이후에 맞춤형 프로그램의 제공이 시작된다. 이때 고객에게 제공되는 모든 안내 자료는 관련 감독규정에서 정하는 공시기준에 부합하는 것이어야 한다.

또한 고객이 원하는 바를 파악하는데도 많은 비용이 소요된다. 이 과정은 일선부서 직원이 고객을 상담하는 것으로부터 시작된다. 스폰서는 사전에 체계적인 절차를 마련하는데 고객의 재무상황과 재무목표 관련 정보를 취합하기 위한 고객성향분석표⁵⁸⁾가 대표적인 예이다. 필요한 경우 전문부서 직원(세무사, 변호사, 회계사 등)의 지원 하에 고객의 요구가 파악된다. 이 단계에서 고객이 운용대상, 운용전략, 운용자 등의 선별을 스폰서에게 일임할지 여부가 결정된다. 고객의 요구와 고객과 스폰서가 합의한 사항은 투자정책서에 기재되고, 고객이 해당 내용을 확인하고 충분히 이해하였음이 확인되면 자산관리 서비스 계약이 체결된다.

다음으로, 운용자 선별에 많은 비용이 소요되는 것은 고객의 요구에 대한

58) 고객투자성향분석 또는 별도의 Private Banking System의 고객 분석시스템이 그 예이다.

적합성이 강조되기 때문이다. 고객의 특별한 요구가 없는 경우에는 표준적인 집합투자에서와 유사하게 운용자의 전문성과 저렴한 비용이 선별기준으로 사용된다. 하지만 고객이 특정한 운용대상을 원하거나 기피하는 경우, 특정한 운용조건(대상선별기준, 대상별 투자비용, 수수료 수준 등)을 요구하는 경우, 운용자 선별이 쉽지 않다.

이렇듯 자산관리서비스 프로그램 운영에 많은 비용이 소요되기 때문에, 자산관리서비스가 활성화되기 위해서는 비용절감이 선행되어야 한다. 이러한 문제의식에 주목하여 해외 금융선진국에서는 대량생산 수준의 저렴한 비용으로 제공하려는 대량주문생산체계의 구축이 시도되고 있다.

나. 대량주문생산 패러다임

논리적으로 볼 때 맞춤형 프로그램은 표준형 집합투자에 비해 많은 장점을 가지는 만큼 자산관리서비스에 대한 수요는 충분하다고 볼 수 있다. 그러나 맞춤형 프로그램은 일정 규모 이상의 자산을 보유한 기관고객이나 부유층 고객에게만 제한적으로 제공되는 것이 현실이다. 이는 맞춤형 프로그램 제공에 많은 비용이 소요되는 까닭에 스폰서가 수익성 확보를 위해 높은 보수를 지불할 의향이 있는 부유층 고객만을 대상으로 영업을 하기 때문이라고 판단된다. 따라서 맞춤형 프로그램이 보다 대중화되기 위한 전제조건은 해당 프로그램의 제공과정이 효율화되어 생산비용이 낮아지는 것이다.

바로 이점이 자산관리서비스 대중화와 관련하여 대량주문생산이 갖는 의의이다. 대량주문생산(mass customization) 체계는 고객의 개별적 요구사항을 수용하여 맞춤형 프로그램을 공급하되 그 업무효율성을 제고하여 생산비용을 대량생산 수준으로 낮출 수 있는 생산체계이다(Tseng and Jiao, 2001; Kaplan and Haenlein, 2006).

대량주문생산체계는 제조업과 소프트웨어 산업 등에서 활용되어 왔는데, 수용 가능한 고객 요구의 범위나 유연성 정도에 따라 다양한 방식이 존재한다.⁵⁹⁾ 우선, 일단 표준화된 제품이나 서비스가 대량으로 생산된 후 각 고객의

59) Pine(1992)을 참조

요구에 따라 개별화가 시도된다. 예를 들어, 일단 회사가 표준화된 제품을 제공하면 고객이 자신의 요구에 맞게 해당 상품을 조정하는 방식(adaptive customization)이 가능하다. 혹은 표준화된 제품이 고객이 원하는 경로로 전달되는 방식(cosmetic customization)도 가능하다. 다음으로, 제품이나 서비스의 생산단계에서부터 고객의 요구가 반영되는 방식도 활용되고 있다. 대표적인 사례는 순수한 정보재 영역인데 금융서비스도 이에 해당한다. 예를 들어, 스폰서가 고객과의 면담을 통해 각 고객이 바라는 바를 파악한 후 고객별로 적합한 프로그램을 설계하는 방식(collaborative customization)이 가능하다. 때로는 스폰서가 명시적으로 맞춤형임을 알리지 않고서 고객별로 고유한 서비스를 제공하는 방식(transparent customization)도 가능하다.

대량주문생산 체계의 구체적인 형태는 스폰서별로 다양하게 나타나고 있으나, 맞춤형 프로그램에서 STP(Straight-Through-Processing) 구현하기 위해 업무절차를 표준화하고 자동화함으로써 하려는 것이 공통적인 목표이다.

다. STP 구현

맞춤형 프로그램에서의 STP는 주문 및 매칭, 청산, 결제에 이르는 전 거래 과정이 표준화시킨 절차에 따라 자동적으로 연계되도록 하는 것이다. 맞춤형 거래 과정에는 고객, 스폰서, 운용자 등이 참여하는데 이들 사이의 정보교환이 요구된다. 기존의 맞춤형 거래에서 정보교환은 전화와 팩스로 이루어지고, 관련 자료도 수작업으로 처리되었다. STP의 구현으로 맞춤형 거래의 전 과정이 자동화되면 수작업의 개입을 최소화할 수 있어 수작업에 의한 비효율성을 제거할 수 있다.

STP는 개별 스폰서나 운용자 내부의 업무 자동화를 위한 내부-STP와 다수 참여회사들 사이의 업무처리의 자동화를 위한 외부-STP로 구분된다. 내부-STP(EAI: Enterprise Application Integration)의 구현을 위해서는 중간부서와 후선부서의 업무가 자동화되어야 한다. 그리고 외부-STP(B2Bi: Business to Business Integration)의 구현을 위해서는 맞춤형 거래에 참여하는 스폰서와 운용자들을 연결하는 네트워크가 구축되어야 한다.

한편 맞춤형 거래의 외부-STP는 운용지원 관련 외부-STP와 설정환매 관련 외부-STP로 구분될 수 있다. 운용지원 업무의 STP란 매매주문부터 매매체결 보고, 운용지시, 결제, 회계처리, 기준가 계산에 이르기까지의 전 과정을 관련 당사자가 일련의 작업을 수작업에 의하지 않고 자동으로 처리하는 것을 의미한다. 설정환매 업무의 STP는 고객의 설정환매 요구로부터 이와 관련된 운용지시, 결제, 회계처리까지의 과정이 시스템 간의 연결에 의해 자동적으로 처리되는 것이다.

요컨대, 대량주문생산체계는 내부-STP와 외부-STP의 구현을 의미하는데 이는 업무절차의 표준화와 자동화를 전제로 한다. 즉 업무절차가 표준화되고 자동화되면 맞춤형 프로그램을 다수의 소액 투자자에게 공급하는 것이 가능하다.⁶⁰⁾

나. 자동화 현황 및 문제점

1) 해외 현황

최근 해외 금융선진국에서는 맞춤형 프로그램을 제공하는 과정이 자동화되고 있다. 업무절차가 자동화되면 이러한 비용과 운영위험을 줄일 수 있기 때문이다.

스폰서가 맞춤형 프로그램을 제공하는 과정이 노동집약적으로 이루어지는 경우에는 그 자체로서 많은 비용이 소요된다. 또한 업무처리가 적절히 이루어지지 못하면 스폰서에게 손실이 발생할 가능성, 즉 운영위험이 존재한다.

우선 업무절차가 자동화되면 맞춤형 프로그램이 보다 효율적이고 정확하게 제공될 수 있다. 우선 참여자들 사이의 정보교환 수단이 팩스, 이메일, 유선에서 자동시스템으로 대체되면 수작업 개입이 최소화될 수 있다. 수작업으로 처리되던 업무가 자동화되면 거래나 결제상의 실패에 관련된 위험부담과 비용이 축소된다.

60) Cerulli Associates에 의해 수행된 설문결과에 따르면, 현재 개별 스폰서가 수작업을 통해 관리할 수 있는 계좌의 수는 200~300개인 것으로 알려지고 있는데, 자동화가 진전되면 1,500개의 계좌를 관리할 수 있을 것으로 예상된다.

다음으로, 참여자들이 자동시스템을 통해 정보를 교환하는 과정에서 오류 발생여부가 자동적으로 확인되기 때문에, 오류발생빈도가 낮아지고 오류의 정정이 신속하게 이루어진다.

마지막으로 맞춤형 프로그램 관련 결제기간이 단축될 수 있다. 자동화를 통해 거래의 전 과정(주문, 매매내역 통보, 확인, 운용지시, 결제지시 등)이 신속하게 처리되면, 매매체결 후 결제까지의 기간이 단축되어 결제위험과 비용을 줄일 수 있다.

이는 스폰서가 수행하는 반복적이고 노동집약적인 업무절차가 정확성과 신속성을 제고하기 위해 자동화되는 것이다. 예를 들어, 스폰서는 고객의 요구 변화와 시장상황의 변화를 반영하여 프로그램에 포함되는 운용자 구성을 재조정한다. 이 과정에서 다양한 정보를 처리해야 하는데, 새로운 운용자 발굴, 성과평가, RFP(Request For Proposal) 평가 등의 절차를 표준화하고 자동화함으로써 관련 비용을 크게 절감하고 있다.

2) DTCC의 MAS

한편, 정보원천에 접근하는 경로와 방식도 자동화 대상에 포함된다. 맞춤형 프로그램의 경우 고객자산이 외부 운용자에게 위탁되는 가운데 서비스설계, 수탁, 보관, 사무관리 기능이 스폰서에 의해 수행된다. 따라서 고객과 스폰서, 스폰서와 운용자 사이에 정보교환이 표준화되고 자동화될 필요가 있다.

현재 자산관리서비스는 과거에 뮤추얼펀드가 직면했던 것과 유사하게 거래 규모에 비해 운영비용이 높은 상태로, 고객-스폰서-운용자 사이에서 발생하는 정보교환의 효율성이 제고되어야 한다는 공감대가 형성되어 있다. 이에 따라 외부-STP 구현 필요성이 제기되었는바, 미국 예탁결제기관인 DTCC가 맞춤형 프로그램 제공자에게 MAS를 제공 중이다.

MAS는 MMI(Money Management Institute)에 의해 개발된 표준화된 업무 통지절차에 기초하여 맞춤형 프로그램 관련 정보교환과 업무처리를 지원하는 허브이다. 현재는 계좌 개설 데이터(계좌명, 주소, 투자전략, 투자자 후원 프로그램, 펀딩 총액의 확인, 거래 승인 등), 계좌 유지 데이터(예탁과 인출을

위한 펀딩 총액과 관련된 통지, 계좌 폐쇄 포함)가 전송 대상이다. 향후 추가적인 계좌 유지 기능, 서비스 지원기능으로 점차 확대될 예정이다.

MAS는 스폰서들과 운용자들을 네트워크로 연결한 후 집중화된 자동 정보 교환서비스를 제공함으로써, 수작업으로 진행되는 자산관리계좌 개설과 업무 처리에 관련된 정보의 흐름을 지원하고 있다. 현재 참여자들 사이에 존재하는 중복 연결을 제거함으로써 SMA계좌의 개설과 업무처리에 소요되는 비용과 시간을 단축시키고, 오류 감소를 토대로 운영위험을 축소하려는 것이다.

다. 개선방향

1) 내부-STP 구현 방안

맞춤형 프로그램 업무절차를 자동화하기 위해 그 전제로서 내부-STP를 구현할 필요가 있다. 그리고 내부-STP 구현을 위해서는 업무절차 표준화가 선행되어야 하는데, 표준화는 맞춤형 프로그램을 제공하는 스폰서의 내부 업무절차에 관련된 사항을 사전적으로 규정하는 것이다.⁶¹⁾

맞춤형 프로그램에서 업무절차 표준화의 대표적인 예는, 일선부서가 고객과의 면담 시 후선부서에 의해 사전적으로 구성된 표준안을 활용하는 것이다. 권유대상고객, 편입 가능한 운용대상, 운용전략 등과 관련된 기준이 사전적으로 표준화되어 있으면 업무절차가 간소화되어 비용이 절감될 수 있다. 이 경우 다수 고객의 공통적 요구를 사전적으로 예측하고 이를 중심으로 업무절차를 표준화하는 것이 후선부서의 역할이다. 일선부서의 역할은 사전적으로 제시된 가이드라인을 기준으로 고객의 요구에 적합한 프로그램을 구성하는 것이다. 계약체결 시 표준계약서를 사용하는 것은 업무절차 표준화의 다른 예이다.

한편 내부-STP 구현을 위해서는 시스템언어 표준화도 요구된다. 맞춤형 프로그램에서 스폰서가 고객에게 제공하는 보고서는 방대한 정보를 포함하는 통합보고서(consolidated report) 형태이다. 이러한 통합보고의 작성이 수작업

61) 표준은 규격이나 기준에 관련된 합의사항으로서 규칙(rules), 지침(guidelines), 특성 정의(definitions of characteristics)의 형태를 갖는다.

의 개입 없이 일관되게 처리되려면 구조적 시스템언어가 요구된다. 구조적 시스템언어는 별도의 미들웨어를 사용하지 않고서도 축적된 정보를 고객이 원하는 양식으로 구성하는 것을 가능하게 한다. 예를 들어, 구조적 시스템언어를 토대로 구축된 보고시스템에서는 고객의 요구사항이 입력되면 수작업을 거치지 않고서 맞춤형 양식으로 출력된다.

해외 금융선진국에서는 이미 성과보고서 작성에 소요되는 비용을 절감하기 위해 시스템언어가 표준화되었다. 구조적 시스템언어의 대표적인 예로서 FpML의 활용을 생각해 볼 수 있다. FpML은 맞춤형 거래를 가능하게 하는 비즈니스정보 교환표준으로서 XML⁶²⁾이라는 구조적 시스템언어에 기반하고 있다. 해외 금융선진국에서는 1990년대 후반부터 이미 시스템언어 표준화의 일환으로 F-XML(Financial-XML)이 활용되고 있는데, 그 일종인 FpML은 ISDA의 주도 하에 정보교환표준으로 설정되어 미국, 유럽 등에서 이미 실용화되었다. 맞춤형 프로그램에서 STP 구현은 FpML이 전제될 때 가능하다.

XBRL(eXtensible Business Reporting Language)은 성과보고를 위해 활용되는 구조적 시스템언어의 다른 예이다. XBRL은 XML 기반의 재무보고 언어로서, XBRL 기반 보고서에서는 고객이 태그를 통해 원하는 정보에 원하는 양식으로 빠르게 접근할 수 있다. 소프트웨어가 태그 정보를 자동적으로 인식하기 때문에 별도의 변환과정 없이 원천정보를 한꺼번에 제공받는 것이다. XBRL을 이용하면 보다 저렴한 비용으로 정보접근의 즉시성, 정확성, 비교가능성을 구현하는 것이 가능하다. 미국에서는 SEC가 XBRL을 재무정보공시 시스템인 EDGAR⁶³⁾에 활용하도록 적극 장려하고 있다.⁶⁴⁾

62) XML은 월드와이드웹(World Wide Web)의 새로운 문서형식을 정의하기 위한 데이터 언어 표준으로서 구조화된 문서를 정의하는 SGML의 장점과 인터넷상에서 하이퍼미디어 문서를 제공할 수 있는 HTML의 장점을 모두 가진다.

63) EDGAR는 the Electronic Data Gathering, Analysis, Retrieval System의 약어로, 기업재무정보 데이터베이스 온라인공시 시스템이다.

64) SEC는 기업들이 2005년부터 XBRL 기반 하에 보충적으로 태그된 재무정보를 자발적으로 EDGAR에 공시하도록 제안하고, 시범그룹을 만들어 기업으로 하여금 자발적으로 연례, 분기 보고서 등을 쌍방향 데이터로 1년 동안 제출할 것을 요구하고 있다. 현재 24개의 기업이 SEC의 시범그룹으로 참여하고 있다. 고객은 SEC에 보고된 공시자료 10-K나 10-Q에 접근해서 데이터를 추출하고 분석할 수 있다. 또한 SEC의 RSS에 등록된 회사의 수정한 데이터를 즉각적으로 받아볼 수 있다.

맞춤형 프로그램에서 스폰서가 고객에게 제공하는 성과보고서에도 XBRL이 활용될 수 있을 것으로 판단된다. 즉 고객이 쌍방향 데이터를 통해 계좌 관련 정보, 운용대상 관련 정보를 원하는 시간에 원하는 양식으로 확인할 수 있도록 하는 것이다. 조만간 국내에서도 성과보고를 위한 시스템언어 개선이 추진되기를 기대한다.

2) 외부-STP 구현 방안

맞춤형 프로그램에서 외부-STP를 구현하기 위해서는 고객-스폰서-운용자 사이의 업무절차를 표준화할 필요가 있다. 참여자들 사이에서 업무절차와 연계 방식이 표준화되는 것이 상호간 정보교환을 자동화하기 위한 전제조건이기 때문이다. 미국 MAS의 예를 참조하여, 국내에서도 스폰서와 운용자 사이에서 교환되어야 하는 정보사항 표준화, 정보교환 경로 표준화, 정보의 수령과 검증 절차 표준화 등을 추진할 필요가 있겠다.

외부-STP 구현과 관련하여 검토해 볼 수 있는 방안은 한국예탁결제원의 펀드넷을 활용하는 것이다(진익 등, 2008).⁶⁵⁾ 펀드넷은 집합투자재산의 '거래후-결제전' 단계의 업무와 관련하여 외부-STP를 이루기 위해서 마련된 시스템이다. 현재 자산운용 관련 후선업무의 핵심 인프라로서,⁶⁶⁾ 집합투자증권 설정환매시스템과 집합투자재산 예탁결제시스템의 두 축으로 구성되어 있다. 예탁결제시스템은 투자자로부터 모은 자금의 효율적 운용과 배분을 지원한다.

펀드넷은 후선업무 처리의 표준화와 자동화를 지원함으로써, 집합투자에서 효율성, 신속성, 정확성, 투명성 등을 제고한 것으로 평가받고 있다.⁶⁷⁾ 우선

65) 펀드넷을 활용하여 자산운용 관련 외부-STP를 구현하는 방안에 대한 구체적인 내용은 진익 등(2008)을 참조

66) 한국예탁결제원 자료(2007)에 따르면, 펀드넷은 국내 자산운용산업의 핵심 인프라로 자리 매김하였다. 펀드넷 수탁고는 2007년 11월말 기준으로 308조원으로 2004년 3월말 145조원 대비 112.4% 증가하였다. 현재 펀드넷 참가회사는 2007년 11월말 기준 225개 기관이다. 또한 펀드넷은 2007년 일평균 5조 5천억좌의 설정·환매를 처리하였으며 이중 DVP결제로 처리된 금액은 약 9천억 원이다. 펀드넷은 2007년 매매 확인의 경우 일평균 33만 6천건, 운용지시의 경우 일평균 6만 5천 건을 처리하였다.

67) 박대근 등(2006)에 따르면 펀드넷 도입에 따른 경제적 혜택은 다음과 같다. 직접비용절감효과로서 176~183억 원, 운영위험 감소효과로서 151~197억 원, 투명성 및 신

운용회사 측면에서는 업무환경의 자동화로 비용감소와 사무착오가 줄어드는 효과가 있었다. 이로 인한 운용의 투명성 제고는 투자자 보호에 기여 했을 뿐만 아니라, 신탁재산 관리에 대한 신뢰성도 향상시켰다. 다음으로 수탁회사 측면에서는 신탁재산의 상시관리체계 구축으로 감시기능의 적시성 및 실효성이 증대되었다.

해외 CSD나 글로벌네트워크의 사례를 참조하여, 펀드넷이 자산관리서비스의 후선업무를 지원할 수 있도록 관련 기능을 확대할 것을 제안한다. 펀드넷은 광범위한 국내 네트워크를 선점하고 있는바 맞춤형 프로그램 관련 외부-STP 구현을 선도할 수 있을 것으로 기대된다. 현재 펀드넷은 모든 유형의 금융회사들(은행, 보험회사, 금융투자회사)과 연계하여 설정환매, 운용지원 업무를 제공하고 있다. 따라서 국내에서 핵심적인 자산운용인프라로 자리매김하고 있는 펀드넷을 활용하면 상대적으로 저렴한 비용으로 맞춤형 프로그램에서도 외부-STP 구현이 가능하다고 판단된다.

되도 개선 효과로서 154~197억 원 등 연간 약 475~581억 원에 달하는 비용이 절감된 것으로 추정된다.