



## 1. 일본 편의점업체, 일본우정과 제휴하여 해외배송사업 진출

### ☑ 일본 편의점 대기업인 패밀리마트가 일본우정과 손잡고 해외배송사업 진출

- 일본 내 매장에 고객이 택배물을 맡기면 패밀리마트 해외 매장에서 이를 수취할 수 있게 하는 서비스로 일본에서 해외까지의 배송은 일본우정이 담당
  - 패밀리마트는 현재 일본 내 약 1만 2,000개 매장, 해외에 약 6,000개의 매장을 보유하고 있으며 해외 매장을 수하물 취급 거점으로 사용할 계획
- 패밀리마트는 먼저 올해 안에 약 3,000개 매장이 있는 대만을 시작으로 태국과 중국 등 패밀리마트가 활발하게 진출한 다른 나라로 사업을 확대할 계획
  - 편의점 업체가 일본 내에서 택배 접수나 수령 서비스를 전개해 왔지만 고객의 제품을 해외로 배송하는 독자적인 서비스는 이번이 처음
- 주로 방일 관광객이 대량으로 구입한 기념품 등의 큰 짐을 모국 매장에서 받을 수 있도록 할 계획이지만 더 나아가 외국 매장에서 일본으로 소포를 보낼 수도 있음

### ☑ 금융 등 분야에서도 패밀리마트와 일본우정의 협력이 강화될 예정

- 향후 패밀리마트 안에 유초은행(일본우정그룹 자회사) ATM 기기를 더욱 늘리고, 간포생명보험(일본우정그룹 자회사)의 보험 상품을 패밀리마트 매장 정보단말기에서 판매 검토

[그림 1] 패밀리마트 해외 배송사업 구조



출처: 日本經濟新聞(2016. 3. 28), 'ファミマがアジア配送' 郵政と提携' 訪日客に的' まず台湾' ATMでも協力'.

## 2. 금융권, 로보어드바이저(Robo-advisor) 열풍

☒ 금융당국은 올해 상반기 안으로 자본시장법시행령을 개정, 사람의 개입없이 로보어드바이저가 직접 자문·일임업무를 하도록 허용할 방침

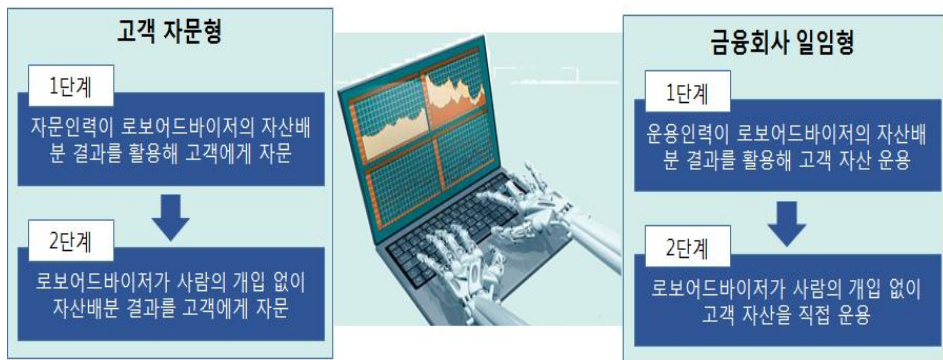
\* 로보어드바이저(로봇+어드바이저): 인공지능을 이용한 자동화된 자산관리 시스템

- 현재는 자문·운용업자가 로보어드바이저의 데이터 분석 결과를 활용하는 정도만 허용
- 앞으로는 로보어드바이저가 금융사 영업점 창구나 온라인에서 직접 고객을 상대로 금융투자 자문에 응하고 자산운용도 할 수 있게 됨
- 2008년 세계 최초로 로보어드바이저를 도입한 미국은 사람의 개입없이 로보어드바이저가 고객 자산을 직접 굴리는 방식이 보편적으로 자리잡음

☒ 국내 은행들은 KB국민은행을 시작으로 연이어 로보어드바이저 상품 출시

- (국민은행) 올 1월 쿼터백투자자문과 제휴, 로보어드바이저 신탁상품 '쿼터백 R-1' 출시
- (KEB하나은행) 로보어드바이저 서비스인 '사이버 PB(프라이빗 बैं킹)' 자체개발
- (우리은행) 로보어드바이저 베타서비스 시행, 인터넷과 모바일 बैं킹으로 제공예정
- (신한은행) 로보어드바이저 전문업체와 함께 펀드 추천 서비스 4월 출시예정

[그림 2] 로보어드바이저 활용 방식



출처: 뉴시스(2016. 3. 27), '금융권 '로보어드바이저' 열풍 ... 중위험·중수익 분산투자 맡겨'.  
한겨레(2016. 3. 24), '로보어드바이저, 고객 돈 직접 굴린다'.

### 3. 미국 우정(USPS), 우편요금 인하에 따른 재정 적자 심화 예상

#### ☒ 미국 우정(USPS), 97년 만에 처음으로 우편요금 인하

- **(배경)** 미국 우정이 우편요금 인상을 통해 적자 폭을 메울 수 있도록 한 프로그램(exigent surcharge)의 시한이 종료되었기 때문
  - 미국 정부는 미국 우정이 2000년대 후반부터 이어진 장기 경기 침체의 영향으로 46억 달러(약 5조 3천억 원)에 달하는 적자를 안게 되자, 2014년 1월부터 이 프로그램을 시행
- **(조치)** 제1종 보통 우편 요금 인하와 함께 국제 우편을 포함한 통상 우편물 요금 등 대부분의 우편 서비스 요금을 인하
  - 한편 우표값 인상 등에 대비해 가격 변동과 무관하게 사용할 수 있는 '영구 우표'(Forever)도 현재 보다 2센트 낮은 47센트로 인하되면서, 영구 우표를 많이 사놓은 이들에겐 불이익 초래
- **(전망)** 과거 우편요금 인상 프로그램에도 불구하고 재정 상황은 부분적으로 개선된 것에 그쳤는데, 이번 요금 인하 조치까지 취해지면 연 20억 달러에 달하는 매출 손실이 예상되며 재정 적자가 더욱 심화 될 것으로 예상

〈표 1〉 미국 우정(USPS)의 우편요금 인하

종류		현행	변화
1종 보통 우편	1온스 미만	\$ 0.49	\$ 0.47
	1온스 증가 당 추가 요금	\$ 0.22	\$ 0.21
국제 우편		\$ 1.20	\$ 1.15
우편 엽서		\$ 0.35	\$ 0.34

출처: PostalTechnologyInternational(2016. 4. 8), 'Forced USPS price reduction begins this weekend'.

연합뉴스(2016. 4. 9), '美 우정국, 97년 만에 우표값 인하...49센트서 47센트로'.

#### 4. 물류 트렌드의 변화, 자가 물류(2PL) 비중 확대

- ☒ 산업 전반에서 물류아웃소싱(Third Party Logistics, 이하 3PL)은 기업들에게 선택이 아닌 트렌드로 가장 최적화된 대안이며 정석처럼 인식되어 왔지만, 최근 들어 '자가 물류' 즉 2PL(Second Party Logistics)이 새로운 조명을 받고 있음
- (배경) 한동안 3PL이 대세를 이뤘던 배경은 대부분의 기업이 기업 본연에 충실하면서 핵심사업을 제외한 물류서비스는 전문기업에게 서비스를 의뢰하는 것이 효율적이라고 판단했기 때문
    - 그러나 일부 전문성이 떨어지는 3PL기업에 대한 불만이 커지면서 2PL 전환 증가
  - (2PL의 강점) 현대차의 물류서비스를 전담하는 글로비스, LG그룹의 범한판토스, SPC그룹의 삼립GFS 등 2PL 전문기업들은 특화되고 전문화된 서비스 노하우로 경쟁력 획득
    - 이들은 물류가 곧 모기업의 경쟁력으로 이어지는 만큼 서비스 최적화를 위해 각종 연구와 개선방안을 끊임없이 고민하고 실제 현장에서 이를 적용
  - (2PL기업의 시장 확대) 모회사와의 관계에서 쌓은 탁월한 서비스 노하우를 기반으로 동종업계로 시장 확대
    - 현대글로비스는 국내 수입되는 포드사의 차량에 대한 완성차 물류서비스를 아웃소싱
    - SPC그룹의 삼립GFS는 글로벌 햄버거기업인 버거킹의 서비스를 대행

[그림 3] 물류 트렌드의 변화



출처: 물류신문(2016. 5. 2), '2PL 대세론,' 왜 '확산되나'.

## 5. 인터넷과 모바일시대, 국내은행들의 점포 운영 실태

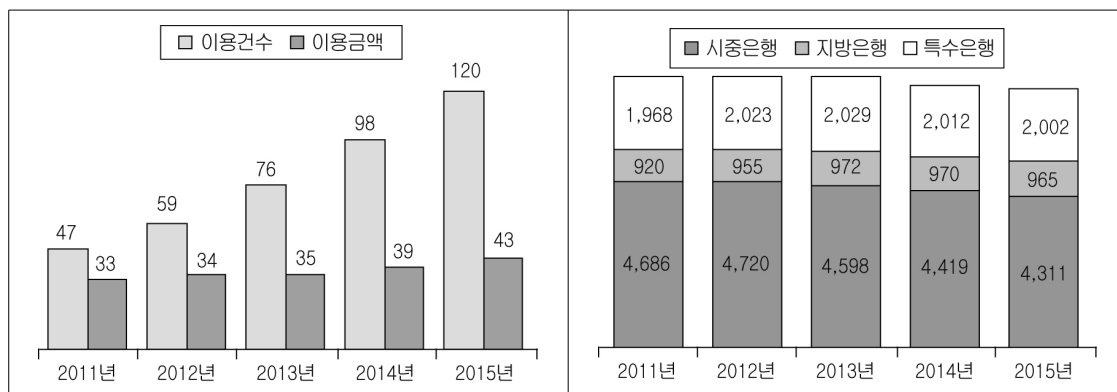
☒ 인터넷뱅킹, 모바일뱅킹 등 비대면채널 이용고객이 매년 꾸준히 증가함에 따라 국내 은행들은 비용 절감의 일환으로 점포수를 줄이는 추세

- (비대면채널 이용 증가) 국내 인터넷뱅킹, 모바일뱅킹서비스 등 비대면채널 등록 고객수는 꾸준히 증가
  - 한국은행에 따르면, '15년말 인터넷뱅킹 1억 1,685만 명, 모바일뱅킹 7,656만 명 등록(중복포함)
- (은행점포수 감소) 2012년을 정점으로 감소로 전환, 최근 3년간 420여 개 감소
  - 지방은행과 특수은행은 점포수를 크게 줄이지 않았으나 점포당 관관비가 높은 시중은행이 점포수를 크게 줄임(최근 3년 간 SC은행은 200여 개, KEB하나은행은 70개, 농협은행은 20개, IBK기업은행은 8개 감소)
- (다양한 이색 점포로 차별화) 점포수를 줄이는 대신 다양한 이색 점포들을 출점함으로써 내점 고객 증대 및 점포 활용도 제고 등 경쟁은행과 차별화
  - (우리은행) 커피숍과 결합, (KB국민은행) 은퇴 고객을 위한 VIP라운지 확대, (하나금융그룹) 중국인 자산가를 위한 International PB Center 신설

[그림 4] 비대면채널 이용실적 및 국내은행 점포수 추이

[비대면채널 이용실적 (단위: 백만건, 조원)]

[국내은행 점포수 (단위: 개소)]



출처: (좌측)한국은행, (우측)금융감독원

출처: 하나금융경영연구소(2016. 5. 2), '국내 은행들의 점포 운영 트렌드'.

## 6. 금감원, 보험대리점 불완전판매 감시 강화

- ☑ 금융당국은 ‘불완전판매의 온상’으로 불리는 보험대리점에 대한 감시 강화 및 보험사기에 대한 사전 감시제도를 개선
- 금감원은 생명보험협회, 손해보험협회, 보험개발원 등 15개 금융유관기관과 함께 개최한 ‘민생침해 5대 금융악 척결’ 및 ‘3유·3불 추방 범 금융권 협의체 회의’에서 보험과 관련된 방침을 발표
  - (불완전판매 감독 강화) 보험대리점 및 TM에 대한 상시 감시를 진행함과 동시에 보험대리점의 불완전판매에 대해 위탁 보험회사의 관리책임을 부과하는 근거도 신설
  - (보험사기 대응) 구조적 취약요인 분석 및 대응방안을 마련, 보험조사기능 강화, 보험사기 상시감시 시스템 구축을 통한 사기 가능성 혐의자 발굴 등 진행

〈표 2〉 3유·3불 불법금융행위 추방 및 5대 금융악 척결 이행과제

구분		세부 이행과제	
3유	유사수신행위	검찰청, 경찰청 등 유관기관과 수시로 간담회를 개최하는 등 업무협약의 강화 등	8개
	유사대부행위	할부계약의 진정성 확인절차를 강화하고 고객앞 해피콜 실시 확대 등	8개
	유사투자자문행위	유사투자자문업체에 대한 점검주기를 현행 연 1회에서 연 2회로 증대 등	5개
3불	불완전판매행위	기타 비대면채널까지 통화품질모니터링을 의무화하고 장기보장성보험까지 해피콜 확대 추진 등	18개
	불공정거래행위	VAN사의 리베이트 제공 여부에 대한 현장검사 실시 등	9개
	불법부당한 행태	특별민원 선정 심의위원회 발족 등	5개
3유, 3불		53개	
5대악	금융사기	피해금 일부가 지급정지된 계좌도 대포통장 발생건수에서 제외하는 방안 추진 등	12개
	불법 사금융	시민감시단의 활동범위를 미등록 대부행위 등 5대 금융악 전반으로 확대 등	7개
	불법 채권추심	채권추심회사의 불법채권추심행위 및 고객정보 보호 체계의 적정성 등에 대한 점검 등	7개
	꺾기 등	(저축은행) 꺾기 규제 및 꺾기 행위 사전차단 전산프로그램 도입 등	5개
	보험 사기	고질적인 보험사기의 구조적 취약요인을 분석하고 대응방안 마련 등	10개

출처: 한국보험신문(2016. 5. 3), ‘금감원, 보험대리점 불완전판매 사전감시·현장점검 강화’  
 금융감독원 보도자료(2016. 5. 3), ‘민생침해 5대 금융악 척결 및 3유·3불 추방 범 금융권 협의체」 회의 개최

## 7. 보험사도 모바일 서비스로 중심 이동

- ☑ 보험업계는 금융권 중 모바일 서비스가 가장 뒤쳐졌다는 우려를 벗고 빠르게 핀테크 흐름에 적응
- 인터넷 생명보험사 교보라이프플래닛은 5월 4일 네이버페이에 카드나 계좌정보를 한번 등록해놓으면 이후부터 간단한 인증만으로 송금 및 온라인결제가 가능한 서비스를 도입
    - 삼성화재, 메리츠화재, 롯데손해보험, 더케이손해보험도 삼성페이, 카카오페이, 네이버페이 등 간편 결제 서비스를 도입
  - 모바일만을 통해 간단한 상품(정기보험, 저축보험 등)에 가입할 수 있는 모바일슈랑스(모바일+인슈어런스) 서비스도 확산
    - 지난해 교보라이프플래닛, KDB생명에 이어 올해 들어 삼성생명, 미래에셋생명, KDB 생명, 신한생명, 교보라이프플래닛 등이 모바일슈랑스 서비스를 시작
    - 이들은 정기보험과 저축성보험 등 대면채널 없이도 스스로 분석해서 가입이 가능한 상품부터 모바일 슈랑스 채널에 공급 중

[그림 5] 보험사 간편결제 서비스 도입 사례



출처: 디지털타임즈(2016. 5. 22.), '보험사도 모바일 서비스로 중심이동'.  
 한국경제(2016. 5. 3), '국민연금 미가입자 대부분 저소득층 ... 연금 늘리면 소득격차 커져'.