

# 美 온라인 중소기업 대출시장의 동향 및 시사점

박 희 원(미래전략개발부, parkheewon@kdb.co.kr)

은행의 핵심 수익원으로 여겨졌던 대출업무가 점차 핀테크 시장에 개방되고 있다. 미국의 중소기업 대출시장은 이러한 변화를 보여주는 대표적인 시장이다. 2000년대 중후반 출현한 미국의 온라인 중소기업 대출시장은 2016년말 약 73억달러 규모로서, 전체 기업대출시장의 1.3%를 차지하는 것으로 추정되고 있다. 아직 시장점유율은 낮지만 그 혜택을 받는 중소기업은 계속 증가하고 있으며, Morgan Stanley는 2020년경 전체 중소기업 대출의 약 16%까지 성장할 것으로 전망하고 있다.

미국 온라인 중소기업 대출시장의 참여자는 매우 다양하며, 크게 온라인 대출 기업과 대출 플랫폼 기업, 데이터 제공 기업으로 구분할 수 있다. 온라인 대출기업은 다시 자본을 조달하여 자기계정의 자금으로 대출을 지원하는 직접대출형 기업과, 중소기업과 불특정 다수의 투자자를 온라인으로 중개하는 P2P 대출기업으로 양분할 수 있다. 또한, 최근에는 지급결제/전자상거래 플랫폼 기업과 단기운전자금을 제공하는 대금결제 지원형 기업도 새로운 온라인 대출기업 유형으로 부상하고 있다. 이러한 온라인 대출기업들은 다양한 동태적 정보 및 데이터 기술 기반의 자동화된 심사방식을 사용한다는 점에서 전통은행들과 차별화된다.

미국의 전통은행들도 온라인 중소기업 대출시장의 성장에 맞서 적극적인 대응 전략을 모색하고 있다. 구체적인 대응방안은 은행들마다 중소기업 대출전략 및 투자 의지·규모 등에 따라 달리 나타나고 있다. 이는 크게 전략적 파트너십 전략과 독립적 파트너십 전략, 그리고 직접 개발 또는 인수/투자 전략 등으로 구분할 수 있다. 이와 같은 미국 온라인 중소기업 대출시장 사례는 정책여건 개선 및 기술 발전 등에 따른 금융혁신과 도전에 직면하고 있는 국내은행들의 대응전략 수립에 참고할 만한 시사점을 제공하고 있다.

## 연구 배경

“은행업무는 필요하다, 하지만 은행은 필요하지 않다(Banking is necessary, but banks are not).” 일찍이 빌게이츠가 1999년 그의 저서 「생각의 속도」에서 한 말이다. 그의 예언대로 오늘날 은행산업은 파괴적 혁신(Disruptive Innovation)이라 부를 만한 급격한 변화를 경험하고 있다. 핀테크 기업의 간편 송금이 개인 간 송금 시장에서 날로 입지를 넓혀가고 있으며, 소비자의 생활과 밀접한 결제서비스도 각종 페이(Pay)라는 이름으로 하루가 다르게 출현하고 있다.

특히 은행의 핵심 수익원이자 주된 업무로 여겨졌던 대출업무가 핀테크 시장에 점차 개방되고 있다. 핀테크 대출시장이 현재 주목하는 고객기반은 자영업자·소상공인 등 소기업과 저신용자들이다. 이 범주는 대출 수요가 크고 높은 수익성을 제공하나 신용위험이 높은 탓에 은행권의 대출공급이 제한적이었다. 반면 핀테크 업체들은 데이터 분석기술을 활용한 새로운 신용평가기법 등을 통해 이들을 포섭하며 빠르게 성장하고 있다. 나아가 이들은 점차 전통적 대출시장까지 진입하며 전통은행의 잠재적 위협으로 부상하고 있다.

미국의 중소기업 대출시장은 이러한 변화를 보여주는 대표적인 시장이다. 2000년대 중후반, 지금은 유명한 OnDeck, Lending Club 등 온라인 대출기업이 최초로 출현하였고, 이들은 빠른 대출심사 등 전통은행과 차별화된 대출서비스를 제공하며 주목 받았다. 이후 막대한 벤처자금이 유입되며 미국의 온라인 중소기업 대출시장은 빠르게 성장하였고, 특히 2014~2016년 초 많은 수의 신생업체들이 난립하는 격변기(wild west)를 거쳤으며, 전통은행들도 이들과의 각종 제휴 및 협업 등을 통해 적극적인 대응방안을 모색하게 되었다.

국내의 경우 2015년에서야 P2P 형태의 온라인 대출기업이 본격 등장하는 등 아직 시장 초기 단계로서, 시장·정책·기술 등 여러 측면에서 미국과 직접 비교하기는 이른 시점이다. 다만, 정책·기술 환경 등이 점차 개선되면서 시장이 점차 변화할 것으로 예견되는 가운데, 미국의 사례는 국내은행들에게도 좋은 참고가 될 수 있을 것이다. 본고에서는 먼저 미국의 중소기업금융을 개관하고, 온라인 중소기업 대출 시장 현황 및 전통은행들의 대응 전략 등을 살펴봄으로써 시사점을 도출하고자 한다.

## 미국 중소기업 및 중소기업금융 개관

### 1. 미국 중소기업 개관

미국에서 중소기업은 통상 종업원 수 500인 미만의 사업장을 의미한다. 이러한 중소기업은 미국 전역에 약 3천만 개가 있으며, 이는 전체 기업의 99%에 해당한다. 다만 이러한 중소기업에도 유형이 존재한다. 즉 대부분의 중소기업은 종업원을 두지 않는 개인사업자(Non-Employer Firm)로 분류되며, 그 외는 Main Street Firm, Supply Chain Firm, High-Growth Firm 등으로 구분할 수 있다.

<그림 1> 미국의 중소기업 유형



자료 : Mills, K. G., and B. McCarthy(2017), "The State of Small Business Lending: Innovation and Technology and the Implications for Regulation", p.14, Harvard Business School를 참고하여 재구성

첫째, 개인사업자는 미국 전체 중소기업의 약 80%에 해당하는 24백만 개가 있으며, 베이비부머 세대의 은퇴 등으로 그 수는 계속해서 증가하는 추세이다.

둘째, Main Street Firm은 제한된 자본으로 주로 가족에 의해 운영되는 소규모 영업단위체로서, 우리의 소상공인<sup>1)</sup>과 유사한 개념이다. 미국에는 대략 4백만 개의 Main Street Firm이 있으며, 세탁, 수리, 의료 등 지역기반 사업을 영위하고 있다.

셋째, Supply Chain Firm은 B2B 회사로서 민간기업 및 정부기관에 제품을 납품하거나 서비스를 제공하는 기업을 의미한다. 미국에는 약 1백만 개가 있다.

마지막으로, High-Growth Firm은 소위 스타트업(start-ups)과 같이 빠르게 성장하는 중소기업으로서, 업체 수는 가장 적지만(약 20만개) 일자리 창출 등 경제에 미치는 영향력은 가장 큰 것으로 평가된다.

이처럼 미국의 중소기업은 크게 네 가지 유형으로 구분할 수 있으며, 각각 사업 운영 방식과 자금수요의 성격이 다르다. 따라서 자금조달 수단도 차이가 난다. 후술할 온라인 중소기업 대출시장 역시 전체 중소기업을 대상으로 하고 있으나, 가장 중요한 고객집단으로는 Main Street Firm이 지목되고 있다.

한편, 미국경제에서 중소기업이 차지하는 위상은 매우 크다. 2013년 기준으로 전체 기업의 99.9%, 전체 민간고용의 48.0%를 차지하고 있으며, 전체 신규고용의 63.3%를 창출하고 있다.<sup>2)</sup> 아울러 종업원 1인당 특허개발 건수는 중소기업이 대기업의 16배에 달하고 있다.<sup>3)</sup> 특히 중소기업은 경제성장에 미치는 파급력뿐 아니라 미국 사회의 중산층을 뒷받침한다는 점에서도 그 의의가 크다.

1) 소기업 중 상시근로자 5명(광업·제조업·건설업·운수업은 10명) 미만의 사업자(출처: 중소벤처기업부)

2) 1992.3/4분기~2013.3/4분기 기준

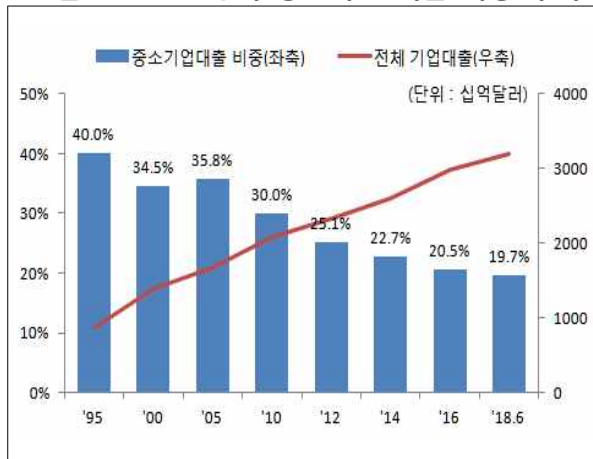
3) Small Business Administration('16.6), "Frequently Asked Question"

## 2. 미국 중소기업금융 현황

중소기업의 미국경제 내에서의 위상에도 불구하고 이들의 자금조달 여건은 좋은 편이 아니다. 우선 미국의 중소기업은 자금조달의 87%(2017년 기준), 즉 대부분을 은행대출에 의존하고 있는데, 은행의 기업대출에서 중소기업 대출이 차지하는 비중은 계속 하락하고 있다. 특히 중소기업 대출 중에서도 소액대출과 매출액이 작은 기업에 대한 대출일수록 제약이 큰 것으로 나타나고 있다.

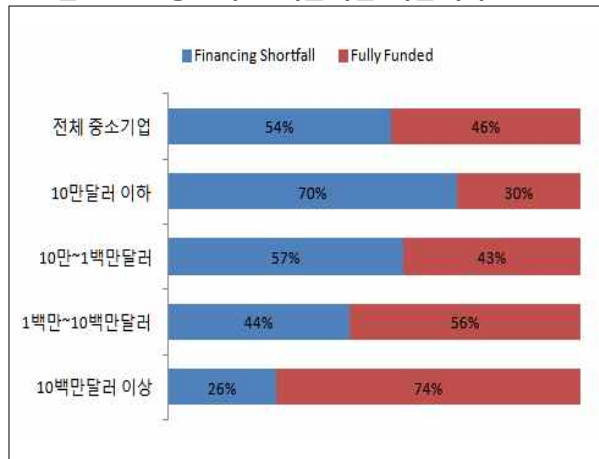
먼저 소액대출의 경우 통상 대출금액 25만달러 이하로서, 하버드 대학의 연구결과에 따르면 대출금액 5만달러 이하의 소액대출에서 펀딩 갭(Funding Gap)<sup>4)</sup>이 가장 큰 것으로 나타나고 있다.<sup>5)</sup> 일반적으로 중소기업들이 거액의 대출보다 소액대출을 더 희망한다는 점에서 이러한 펀딩 갭은 더욱 문제가 되고 있다.<sup>6)</sup> 한편, 매출액이 작은 중소기업일수록 자금조달 여건이 좋지 않은데, 2017년 연간 매출액 10만달러 이하 중소기업의 경우 10백만달러 이상 중소기업에 비해 자금조달이 두 배 이상 어려운 것으로 나타나고 있다.<sup>7)</sup>

<그림 2> 美 은행의 중소기업 대출 비중 추이



자료 : 美 연방예금보험공사(이하 FDIC)

<그림 3> 美 중소기업 매출액별 자금제약



자료 : 美 연방준비제도이사회(이하 FRB)(18.5) "2017 Small Business Credit Survey"

4) 기업의 자금부족분 또는 자금의 유효수요 대비 공급 부족분

5) Mills, K. G., and B. McCarthy('14.7), "The State of Small Business Lending: Credit Access during the Recovery and How Technology May Change the Game", Harvard Business School

6) 2017년 美 FRB의 서베이에 따르면, 중소기업이 가장 희망하는 대출액 구간은 25천~100천달러로 나타나고 있음

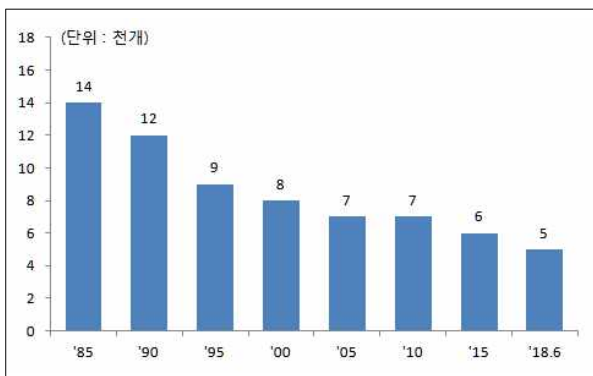
7) 美 FRB('18.5) "2017 Small Business Credit Survey"

중소기업의 자금조달 여건이 좋지 않은 데는 여러 가지 원인이 있다. 우선 경기 순환적 요인으로 2008년 글로벌 금융위기에 따른 경기침체를 들 수 있으며, 이후 은행의 건전성을 통제하기 위한 정부규제의 강화도 부정적인 영향을 미쳤다. 이외에도 중소기업 대출은 정보비대칭, 탐색비용, 거래비용 등 구조적인 원인으로 취급이 쉽지 않다. 가령 거래비용 측면에서 중소기업 대출은 대기업 대출에 비해 심사비용은 비슷한 반면, 마진은 훨씬 작기 때문에 은행이 대출취급에 소극적인 경우가 많다.

더욱 중요한 원인으로서는, 미국에서는 지난 수십 년 동안 은행 간 합병·대형화로 Community Bank<sup>8)</sup>의 수가 꾸준히 감소해왔다는 점이다. 1984년 약 15천개에 달했던 Community Bank는 현재 약 5천개로 그 수가 급감하였다. 문제는 이러한 Community Bank가 중소기업 대출에 가장 적극적인 시장참여자라는 점이다. 통상 정형화된 정량적 대출심사에 의존하는 대형은행과 달리, 이들은 자신들의 지역에서 중소기업과 장기적이고 긴밀한 관계를 형성하고 이를 바탕으로 중소기업이 필요한 자금을 보다 안정적으로 공급해왔다.

이는 여러 수치를 통해서도 확인할 수 있는데, 2017년 美 FRB의 서베이에 따르면, 중소기업 대출심사에서 소형은행의 승인율(Approval Rate)이 대형은행에 비해 훨씬 높고, 그 결과 고객 만족도 부문에서도 대형은행을 크게 넘어서고 있다. 결국 이러한 소형은행의 지속적인 감소는 중소기업금융에 부정적인 영향을 미쳤을 것으로 판단된다.

<그림 4> 美 Community Bank 수 추이



자료 : 美 FDIC

<표 1> 은행 규모별 대출 승인율과 대출고객 만족도('17년)

구 분	대출 승인율	대출고객 만족도
대형은행	56%	49%
소형은행	68%	73%

자료 : 美 FRB('18.5) "2017 Small Business Credit Survey"

8) 미국에서 Community Bank는 통상 총자산 10억달러 미만인 은행을 의미하나, 자산규모뿐 아니라 지역기반, 단순한 수익구조(예대마진), 관계형금융 등의 특성을 감안하여 규정하고 있으며, 2018년 상반기말 기준으로 전체 은행의 92.2%를 차지하고 있음(출처: 美 FDIC)

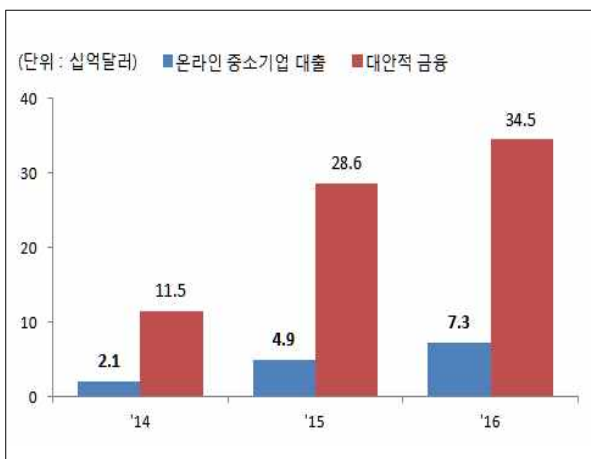
## 미국 온라인 중소기업 대출시장 동향

### 1. 시장 현황 및 전망

글로벌 금융위기 및 소형은행 감소 등에 따른 중소기업 대출 부진으로 생겨난 공백을 메우는 과정에서 태동한 것이 미국의 온라인 대출시장이었다. 미국 최초의 온라인 중소기업 대출회사로는 1998년 창업한 CAN Capital이 거론되며, 2000년대 중후반 지금은 유명한 OnDeck, Lending Club, Kabbage 등이 차례로 출현하며 관련 시장이 본격적으로 열리게 되었다. 이들의 공통점은 데이터 기반의 고도화된 온라인 신용평가기법 등 데이터 기술의 발전을 적극 활용한다는 점이었다. 이후 핀테크 붐과 아울러 막대한 벤처자금이 유입되며 미국의 온라인 중소기업 대출시장은 빠르게 성장하였다. 특히 2014~2016년 초 많은 수의 신생업체들이 난립하는 격변기를 거치게 되는데, 단적인 사례로 최초의 온라인 대출 컨퍼런스인 LendIt의 참가자 수는 2013년 359명에서 2015년 3,500명 이상으로 대폭 증가하였다.

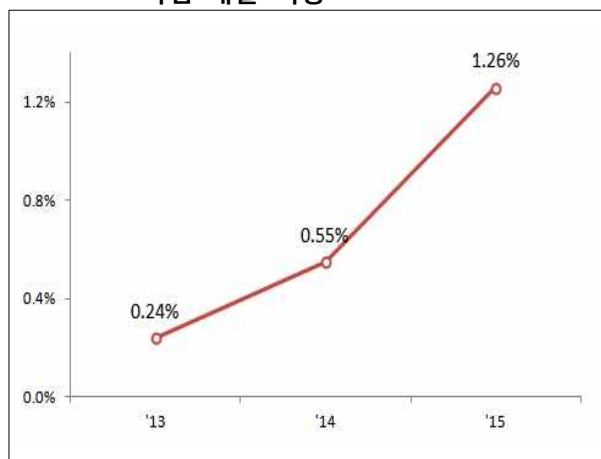
미국 온라인 중소기업 대출시장의 전체 크기는 정확한 산정은 어렵지만 2016년 기준 약 73억달러(약 8.2조원) 규모로 추정된다. 이는 전체 대안적 금융(9)시장의 21.2%에 해당하며, 전체 기업대출시장의 약 1.3%(2015년 기준)에 해당하는 수치이다.

<그림 5> 美 온라인 중소기업 대출시장 규모



자료 : Cambridge Center for Alternative Finance(2018), "2017 The Americas Alternative Finance Industry Report"

<그림 6> 美 전체 기업대출 대비 온라인 중소기업 대출 비중



자료 : Cambridge Center for Alternative Finance(2017), "2016 The Americas Alternative Finance Benchmarking Report"

9) 대안적 금융(Alternative Finance)이란 은행대출, 주식투자 등 전통적 금융을 대체하는 새로운 금융기법·수단으로서, 주로 온라인을 기반으로 이루어지고 있으며, P2P 대출, 크라우드펀딩 등이 대표적인 사례임

이처럼 아직 시장점유율은 낮지만 그 혜택을 받는 중소기업은 계속해서 증가하고 있다. 2017년 美 FRB의 서베이에 따르면, 온라인 대출을 경험한 중소기업의 비중은 2014년 18%에서 2017년 24%로 꾸준히 증가하는 추세이다.<sup>10)</sup>

향후 온라인 중소기업 대출시장의 전망에 대해 살펴보면 다음과 같다. Morgan Stanley에 따르면, 2014년 온라인 중소기업 대출규모는 약 46억달러로 전체 중소기업 대출의 2.1%를 차지하며, 2020년까지 연평균 47% 수준의 증가율을 보일 것으로 전망되고 있다. 구체적으로 보면, 2020년 온라인 중소기업 대출규모는 470억 달러에 달하며, 전체 중소기업 대출의 약 16%를 차지할 것으로 예측되고 있다. 특히 주목되는 점은 동 연구에서 전망한 점유율의 상당부분이 새로운 시장 창출에서 나온다는 것이다. 이는 온라인 중소기업 대출시장이 전통적 대출시장을 잠식하기 보다는 기존의 소외된 고객그룹을 대상으로 하는 새로운 시장을 창출하리라는 것을 의미한다.<sup>11)</sup>

## 2. 시장참여자 현황

미국의 온라인 중소기업 대출시장에는 다양한 시장참여자가 존재한다. 이는 크게 온라인 대출기업(Online Lenders)과 대출 플랫폼 기업(Multi-Lender Marketplaces), 데이터 제공 기업(Data Providers)의 세 가지 유형으로 구분할 수 있다.

온라인 대출기업은 다시 ① 자본을 조달하여 자기계정의 자금으로 대출을 지원하는 직접대출형 기업(Online Balance Sheet Lenders)과 ② 중소기업과 불특정 다수의 투자자를 온라인으로 중개하는 P2P 대출기업<sup>12)</sup>(Peer-to-Peer Transactional Marketplaces)으로 양분할 수 있다.<sup>13)</sup> 또한, 최근에는 ③ 지급결제/전자상거래 플랫폼 기업(Payments/Ecommerce Platforms)과 ④ 단기운전자금을 제공하는 대금결제 지원형 기업(Invoice and Payable Financing)도 새로운 온라인 대출기업 유형으로 부상하고 있다.

이하에서는 이러한 여섯 가지 미국 온라인 중소기업 대출시장 참여자 그룹에 대해 보다 자세히 살펴보기로 한다.<sup>14)</sup>

10) ('14년) 18% → ('15년) 20% → ('16년) 21% → ('17년) 24%

11) Morgan Stanley('15.5), "Global Marketplace Lending: Disruptive Innovation in Financials"

12) P2P 대출이란 기업·개인이 금융중개기관을 거치지 않고 온라인 플랫폼을 통하여 대출계약을 직접 체결하는 것을 의미

13) 가계대출을 포함하는 경우 P2P 대출시장이 온라인 직접대출시장의 크기를 압도하나, 중소기업 대출에 한정할 경우 직접대출시장(60억달러)이 P2P 대출시장(13억달러)을 크게 넘어서고 있음('16년 기준)

14) 이러한 구분은 Mills, K. G., and B. McCarthy(2017)의 분류를 참고한 것임

<그림 7> 美 중소기업 대출시장 참여자 현황

	온라인 대출기업	대출 플랫폼 기업	데이터 제공 기업
직접대출형 기업			
P2P 대출기업			
지급결제/전자상거래 플랫폼 기업			
대금결제 지원형 기업			

자료 : Mills, K. G., and B. McCarthy(2017), "The State of Small Business Lending: Innovation and Technology and the Implications for Regulation", p.54, Harvard Business School

### (1) 직접대출형 기업

직접대출형 기업은 중소기업이 온라인으로 대출을 신청하면, 이를 즉각 심사하여 지원여부를 결정한 뒤 자기계정의 자금으로 대출을 지원한다. OnDeck('07년 설립)과 Kabbage('09년 설립)가 가장 대표적인 회사들이다. 통상 헤지펀드 등 기관투자자들로부터 직접 자본을 조달하나, 최근에는 대출채권 유동화 등 자금조달 수단이 다양화되는 추세이다. 이들은 다른 온라인 대출기업과 비교하여 조달비용이 높고 고위험을 추구하는 경향이 있다.

#### < 참고 1 : OnDeck >

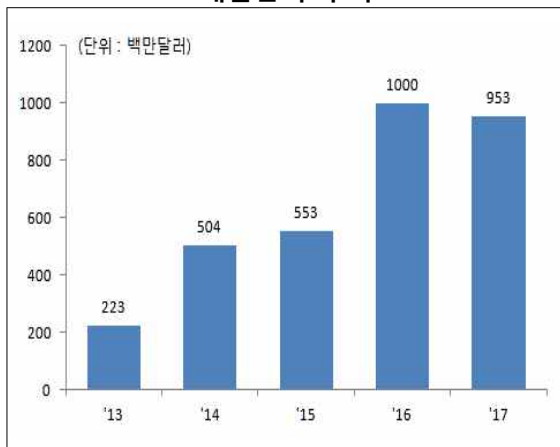
- (업체 개요)** 2007년 뉴욕에서 창업한 회사로, 온라인으로만 운영되며 자기계정의 자금으로 레스토랑, 소매업 등 중소기업을 대상으로 소액 신용대출 지원(2014년 상장)
- (주 수익원)** 이자수익('17년 총수익 대비 이자수익 비중 : 95.3%)
- (주요 성과)**
  - ① 누적 대출규모 100억달러 초과('18.9월말)
  - ② 누적 대출기업 85,000개 초과('18.6월말)
  - ③ 2014년 Forbes 선정 미국 최대 유망기업 리스트 11위
- (대출 상품)** 중소기업 대상 개별(장·단기)/한도 대출

OnDeck의 대출상품

항 목	개별 대출	한도 대출
대 상	① 업력 1년 이상 ② 연간 매출액 10만달러 이상 ③ 대표자 신용점수 500점 이상	① 업력 1년 이상 ② 연간 매출액 20만달러 이상 ③ 대표자 신용점수 600점 이상
한 도	5천~50만달러	6천~10만달러
기 간	단기 : 3~12개월 장기 : 15~36개월	6~12개월
이 율	단기 : 최저 9%, 평균 25.3% 장기 : 최저 9.99%, 평균 48.7%	최저 13.99%, 평균 32.6%
수수료	취급수수료(Origination fee) 0~4%	한도유지수수료(Maintenance fee) 매월 20달러
상 환	매일/매주 자동 분할상환	매주 자동 분할상환
비 중	85.9%	14.1%

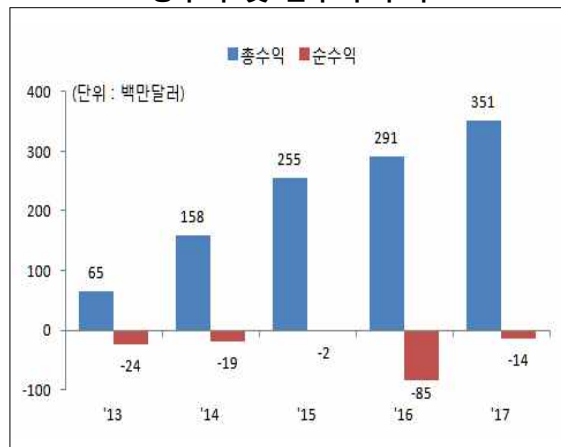
주 : 비중은 2017년말 기준, 나머지 항목은 2018.6월말 기준  
자료 : OnDeck 연차보고서 및 홈페이지

대출잔액 추이



자료 : OnDeck 연차보고서

총수익 및 순수익 추이



자료 : OnDeck 연차보고서

## (2) P2P 대출기업

P2P 대출기업은 중소기업이 무담보로 자금을 조달할 수 있도록 불특정 다수의 투자자를 온라인으로 중개한다. 애초에 개인대출시장을 겨냥하여 출발하였으나, 이제는 중소기업 등으로 대상고객이 빠르게 확대되고 있다. 대표적인 회사로는 Lending Club('06년 설립)과 Prosper('05년 설립)가 있으며, 이 두 회사의 미국 내 P2P 대출시장 점유율은 2014년말 기준 약 98%에 육박하고 있다.

< 참고 2 : Lending Club >

**(업체 개요)** 2007년 Facebook의 어플리케이션 형태로 출발한 회사로, 현재 세계 최대의 P2P 대출기업으로 성장했으며, 2014년 12월 나스닥에 상장

**(주 수익원)** 대출중개수수료('17년 총수익 대비 대출중개수수료 비중 : 93.3%)

**(주요 성과)** ① 누적 대출규모 160억달러 초과('15년말)  
 ② 2014년 Forbes 선정 미국 최대 유망기업 리스트 5위

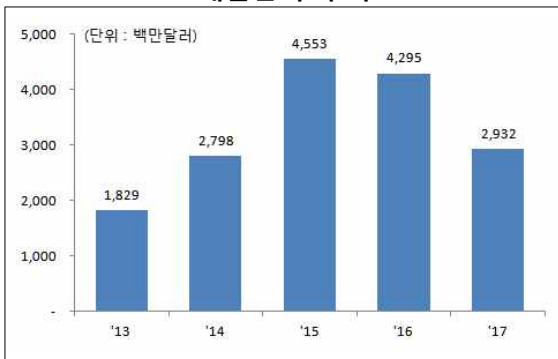
**(대출 상품)** ① 개인대출 ② 학자금 대출, ③ 자동차 대출, ④ 중소기업 대출  
 - 이 중 개인대출 비중이 99% 이상

Lending Club의 중소기업 대출상품

항 목	중소기업 대출
대 상	① 업력 1년 이상 ② 연간 매출액 5만달러 이상 ③ 대표자 지분 20% 이상 & 신용점수 우량
한 도	10만~30만달러
기 간	1~5년
이 율	고정금리(9.77%~35.71%) ← 수수료 포함
수수료	차입자 중개수수료 1.99~8.99%
상 환	매월 분할 상환

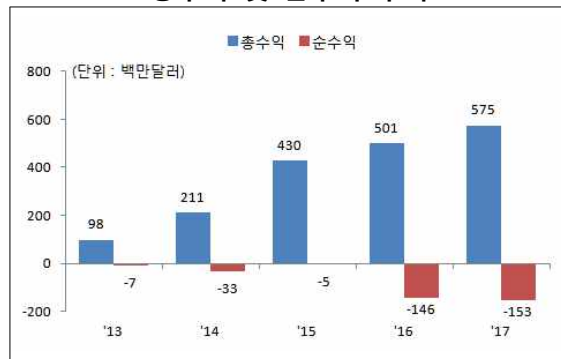
자료 : Lending club 연차보고서 및 홈페이지

대출잔액 추이



자료 : Lending Club 연차보고서

총수익 및 순수익 추이



자료 : Lending Club 연차보고서

[참고] 부실대출 스캔들(2016년)

- '16.5월 부실대출 문제로 르노 라플랑셰(Renaud Laplanche) CEO가 사임하고, 이사 3명도 동반 사임하거나 해고됨
- 이사회의 내부조사를 통해 2,200만달러 규모의 대출이 요건을 충족하지 못한 이들에게 제공된 것으로 확인되었으며, 이 중 300만달러 규모는 대출자격 기준 충족을 위해 대출 신청 날짜를 변경하는 등 서류조작이 있었고, 이를 회사 내부의 소수가 이미 인지하고 있었던 것으로 나타남
- CEO 사임 당일 동사의 주가가 35% 폭락하는 등 큰 혼란이 발생한 바 있음

### (3) 지급결제/전자상거래 플랫폼 기업

최근에는 대형 지급결제/전자상거래 플랫폼 기업들도 온라인 대출시장에 진출하며 주목받고 있다. Square, PayPal, Amazon 등이 대표적인 기업들이며, 이들은 충성도 높은 고객과 실시간 축적되는 방대한 고객 정보 등을 기반으로 기존 참여자들에게 큰 위협이 되고 있다. 이중 Amazon은 이미 2011년부터 Amazon Lending이란 이름으로 자사 온라인 판매고객을 위한 대출서비스를 독자적으로 운영하고 있으며, 이를 통해 2017년까지 20,000여개 중소기업을 대상으로 총 30억달러의 대출이 이루어진 바 있다.<sup>15)</sup>

<표 2> Amazon Lending의 대출상품 개요

한도	기간	이율	잔액	대상 및 특징
1천~75천달러	최대 1년	6~14%	7억달러	아마존이 온라인 판매고객 중 대출가능 고객을 선별하고, 온라인으로 서비스를 권유 (Invitation-only Program)

주 : 2017년말 기준

자료 : CNBC('18.2.14), "Amazon Has Partnered with Bank of America for Its Lending Program: Sources"

### (4) 대금결제 지원형 기업

대금결제 지원형 기업은 크게 매출채권 할인(Invoice Financing) 유형과 구매자금 대출(Payable Financing) 유형으로 구분된다. 이 중 온라인 매출채권 할인의 경우, P2P 대출과 유사하게 플랫폼을 기반으로 투자자와 신속한 매출채권 회수를 원하는 사업자를 기술적으로 연결시킴으로써 사업자의 단기운전자금 확보에 기여한다. 이는 신용위험이 투자자에게 전가되지 않고, 할인율이 경매방식으로 결정되며, 할인방식의 자율성이 높다는 점 등에서 기존의 팩토링이나 매출채권 할인과 차이가 있다.<sup>16)</sup>

대표적인 업체로는 Fundbox('12년 설립), BlueVine('13년 설립) 등이 있으며, 신용카드 업무 등을 취급하는 다국적 금융회사인 American Express도 주요 player 중 하나이다. 동사는 2011년부터 온라인 중소기업 대출을 취급하기 시작했으며, 자사 카드 이용기업들을 대상으로 단기신용대출과 신용카드 매출채권 할인 등을 제공하고 있다.

15) Forbes('17.7.25), "Amazon Banks on Its \$3 Billion Loan Club"

16) 김동우('15.11), "온라인 플랫폼을 통한 P2B대출의 성장과 사례", KB지식비타민(15-90호), KB금융지주 경영연구소

### (5) 대출 플랫폼 기업

대출 플랫폼 기업은 온라인 대출기업들처럼 대출서비스를 직접 제공하지는 않으며, 타사의 다양한 대출상품을 온라인 플랫폼에서 제공하는 기업이다. 이들의 대출 플랫폼에는 온라인 대출기업뿐 아니라 Community Bank 등 전통은행들도 참여하고 있다. 대표적인 대출 플랫폼 기업 및 서비스로는 Fundera와 Intuit QuickBooks Financing이 있으며, 이들은 온라인 투자자와 차입자들이 직면하는 탐색비용을 완화하는데 기여하고 있다. 이들의 수익은 일반적으로 거래 성사시 대출 기업으로부터 소정의 수수료를 수취함으로써 발생한다.

### (6) 데이터 제공 기업

후술하겠지만, 온라인 대출기업들이 전통은행과 특히 다른 점은 기업신용평가에 머신러닝 등 데이터 분석기술을 도입하여 동태적(dynamic) 정보 등 이전에 없던 다양한 유형의 데이터를 활용한다는 점이다. 동태적 정보란 신용평가에 많이 활용되는 재무제표 등 과거의 정태적(static) 정보와 달리, 현재의 영업활동이나 사업성 판단에 도움이 되는 정보를 뜻한다. 여기에는 실시간 계좌정보, 매출채권·재고자산 등 상거래정보 등이 있으며, 전기 및 수도 사용량 등의 공공정보도 포함될 수 있다.<sup>17)</sup> 대표적인 데이터 제공 기업 및 서비스로는 전통적인 FICO를 포함하여 Intuit Account Aggregation, FreshBooks, Dun&Bradstreet(D&B) 등이 있다.

**< 참고 3 > D&B사의 PAYDEX 지수**

Score	Payment Habit
100	30 Days sooner than terms
90	20 Days sooner than terms
80	0 Days Due date (on terms)
70	15 Days beyond terms
60	22 Days beyond terms
50	30 Days beyond terms
40	60 Days beyond terms
30	90 Days beyond terms
20	120 Days beyond terms
UN	Unavailable

- D&B는 1841년 뉴욕에서 설립되어 170년 이상 신용정보업을 영위
  - 3억개 이상의 기업 데이터와 글로벌 네트워크 보유
- PAYDEX라는 D&B 고유의 점수 시스템을 바탕으로 금융채무 및 상거래채무의 지급결제 행태 정보를 제공
- PAYDEX는 1~100점 분포의 지급결제 행태 점수시스템으로 최소 2개 거래처로부터 3건 이상의 결제정보를 수집하여 실시간 산출
  - 80점을 기준으로 80점 초과 기업은 결제기일보다 일찍 결제
  - 일반적으로 채권자는 75점 이상인 기업을 선호

자료 : D&B 홈페이지

17) 권홍진('18.4), “중소기업 신용평가 인프라 개선을 위한 과제: 동태적 정보의 이용을 중심으로”, 한국금융연구원

### 3. 기존 전통은행 대출과의 차이점

미국의 온라인 중소기업 대출은 기존 전통은행 대출과 비교하여 여러 가지 차이점을 가지고 있다. 이를 간단히 정리하면 아래 <표 5>와 같으며, 여기서는 특히 대출심사에 중점을 두고 살펴보도록 한다.

<표 3> 중소기업에 대한 온라인 대출과 전통은행 대출의 차이점

구분	온라인 대출	전통은행 대출																				
마케팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>자체 고객기반 부재</li> <li>영업비용 중 마케팅비용이 가장 큰 비중을 차지(Moody's에 따르면 약 25%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>수신거래 등에 기반한 자체 고객기반을 보유하고 있으며, 이는 온라인 대출기업에 비하여 전통은행이 가지는 가장 큰 강점</li> </ul>																				
고객/상품 구성	<ul style="list-style-type: none"> <li>소수의 고객그룹을 대상으로 맞춤형 대출 상품을 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>다양한 고객그룹을 대상으로 정형화된 대출상품을 제공</li> </ul>																				
자금조달	<ul style="list-style-type: none"> <li>자금조달비용이 높음</li> <li>다만 기업의 규모가 증가할수록 조달 비용은 감소할 것으로 예상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자금조달비용이 낮음</li> <li>정책금리 및 예수금 조달비용 등에 의해 결정</li> </ul>																				
대출심사	<ul style="list-style-type: none"> <li>정형·비정형 데이터 기반의 고도화된 온라인 자동 심사방식</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>정형 데이터에 기반한 표준화된 방식</li> </ul>																				
정부규제	<ul style="list-style-type: none"> <li>미국의 경우 현재 온라인 중소기업 대출에 대한 명확한 정부규제는 부재한 상황</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>정부규제의 강도가 매우 높음</li> </ul>																				
고객 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>'17년 기관별 고객만족도<sup>주)</sup> : ① CDFI(지역개발금융기관) 76%, ② Credit Union(신용협동조합) 74%, ③ 소형은행 73%, ④ 대형은행 49%, ⑤ <b>온라인 대출기업 35%</b></li> <li>시장의 기대와 달리 중소기업의 온라인 대출기업에 대한 전반적인 만족도는 아직 대형은행보다도 낮은 수준             <ul style="list-style-type: none"> <li>특히 전통은행에 비해 높은 금리 및 까다로운 상환조건 등이 불만족 요인인 것으로 조사됨</li> <li>다만 대출 신청절차 및 승인기간 측면에서는 비교우위를 지니는 것으로 나타남</li> </ul> </li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>중소기업의 대출기관별 불만족 요인 응답비중</b></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <caption>중소기업의 대출기관별 불만족 요인 응답비중</caption> <thead> <tr> <th>불만족 요인</th> <th>대형은행 (%)</th> <th>소형은행 (%)</th> <th>온라인 대출기업 (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>긴 대출승인기간</td> <td>33%</td> <td>25%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>복잡한 대출신청절차</td> <td>28%</td> <td>24%</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>높은 금리</td> <td>20%</td> <td>12%</td> <td>52%</td> </tr> <tr> <td>까다로운 상환조건</td> <td>10%</td> <td>9%</td> <td>33%</td> </tr> </tbody> </table> <p>자료 : 美 FRB('18.5), "2017 Small Business Credit Survey"</p>		불만족 요인	대형은행 (%)	소형은행 (%)	온라인 대출기업 (%)	긴 대출승인기간	33%	25%	10%	복잡한 대출신청절차	28%	24%	10%	높은 금리	20%	12%	52%	까다로운 상환조건	10%	9%	33%
불만족 요인	대형은행 (%)	소형은행 (%)	온라인 대출기업 (%)																			
긴 대출승인기간	33%	25%	10%																			
복잡한 대출신청절차	28%	24%	10%																			
높은 금리	20%	12%	52%																			
까다로운 상환조건	10%	9%	33%																			

주 : 고객만족도 = 만족비율 - 불만족비율





자료 : Mills, K. G., and B. McCarthy(2017), "The State of Small Business Lending: Innovation and Technology and the Implications for Regulation", Harvard Business School를 참고하여 재구성

중소기업 대출심사에 있어, 전통은행들은 2008년 글로벌 금융위기 이후 자동화된 심사방식을 버리고 표준화된 방식으로 다시 회귀하였다. 이러한 표준화된 방식은 과거 재무제표, 납세 정보 등 주로 정태적 정보에 기반하고 있으며, 은행원이 은행 내부시스템을 활용하여 직접 심사한다. 그 결과 대출 한 건당 소요되는 심사비용이 매우 높은 편이다.

이에 반해 온라인 대출기업들은 다양한 동태적 정보 및 데이터 기술 기반의 자동화된 심사방식을 사용하고 있다. 예를 들어, 기업의 동의하에 QuickBooks, Bill.com과 같은 회계·자금관리 프로그램 및 은행 수신계좌 거래정보를 수집하여 활용한다. 특히 온라인 대출기업들이 의존하는 데이터는 최근의 현금흐름(Current Cash Flow)이다. 즉 중소기업의 자금 유출입을 실시간으로 분석하여 주된 영업활동은 물론 단기 유동성 악화에 따른 기술적 부실가능성을 점검하고 있다. 사실 은행계좌 거래정보 등은 전통은행들이 가장 손쉽게 확보할 수 있는 데이터임에도 불구하고, 온라인 대출기업 등장 이전에는 은행 대출심사에 활용되는 경우가 드물었다.

한편 온라인 대출기업들은 현금흐름 이외에도 경영자 정보, Firmographic(기업이 처한 상황을 알려주는 데이터), 소셜 정보 등을 활용하고 있다. 경영자 정보의 경우 기존에 신용평가기관으로부터 입수하던 신용평점 이외에도, 경영자의 비금융 거래(통신료 납부 등) 및 온라인 행동 데이터(쇼핑행태 등) 등을 추가적으로 활용하고 있다. Firmographic으로는 동종 산업의 구조적·경기순환적 동향을 점검하고, 규모·지역·목표 고객 등이 유사한 기업의 경영상황을 참조한다. 마지막으로 소셜 정보의 경우 주로 외식업·소매업 등을 대상으로 리뷰사이트 또는 SNS 상의 평점 및 평판 데이터를 분석하고 있다.

<표 4> 온라인 대출기업 대출심사에 활용되는 데이터 유형

구분	주요 내용	데이터 소스
내부	현금흐름	<ul style="list-style-type: none"> <li>자금의 유입과 유출을 실시간 수집</li> </ul> 
	경영자 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>신용평가기관의 신용평점</li> <li>비금융 거래, 온라인 행동</li> </ul> 
외부	Firmographic	<ul style="list-style-type: none"> <li>동종 산업 및 유사기업의 경영상황</li> </ul> 
	소셜 정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>리뷰사이트/SNS 상의 평점 및 평판</li> </ul> 

자료 : 문태성('16.1), “美 온라인 대출기업의 中企 신용평가 트렌드-데이터 활용을 중심으로”, IBK경제연구소를 참고하여 재구성

## 미국 전통은행들의 대응전략

미국의 전통은행들도 온라인 중소기업 대출시장의 성장에 맞서 적극적인 대응 전략을 모색하고 있다. 구체적인 대응방안은 은행들마다 중소기업 대출전략 및 투자 의지 규모 등에 따라 달리 나타나고 있는데, 이는 크게 ① 전략적 파트너십 전략 (Strategic Partnership Strategy)과 ② 독립적 파트너십 전략(Arms-Length Partnership Strategy), 그리고 ③ 직접 개발 또는 인수/투자 전략(Build or Buy/Incubation)으로 구분해 볼 수 있다.

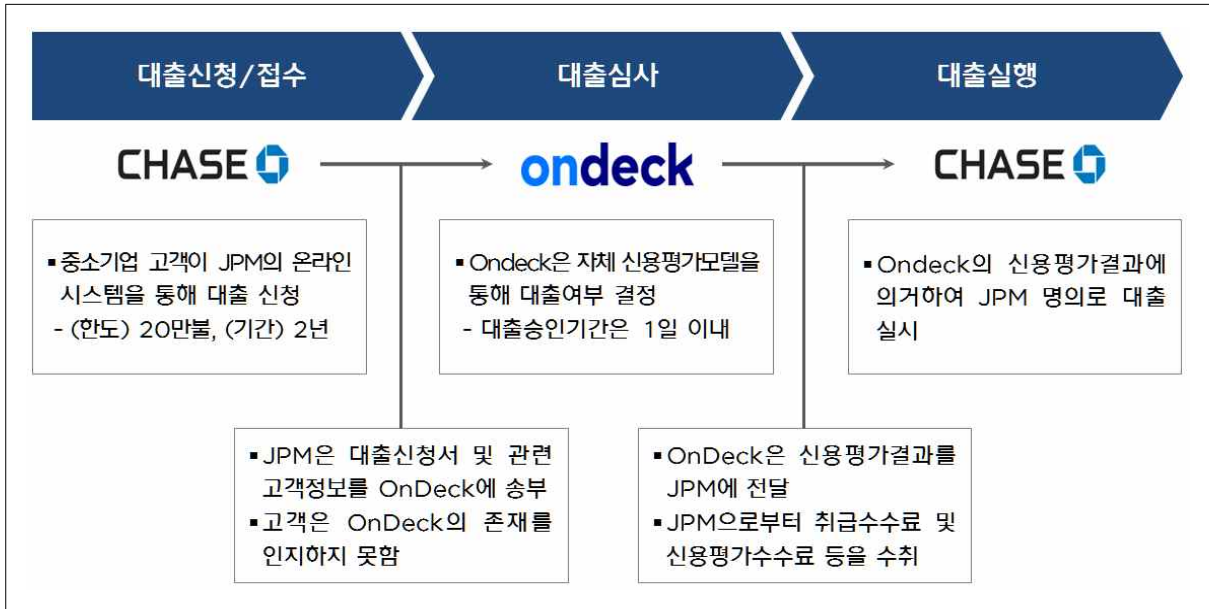
### 1. 전략적 파트너십 전략

전략적 파트너십은 전통은행들이 가장 선호하는 전략으로, 기존의 사업모델을 훼손하지 않을 뿐만 아니라 오히려 강화할 수 있는 전략이다. 이를 세부적으로 살펴 보면 첫째, 전통은행이 자신의 중소기업 대출상품을 대출 플랫폼 기업을 통해 판매 하는 전략이다. 예를 들어, Celtic Bank와 LiveOak Bank는 온라인 대출 플랫폼 Fundera를 통해 은행의 중소기업 대출상품을 판매하고 있다. 다만 이를 위해서는 온라인 대출상품 확보 및 대출 플랫폼 기업과의 소프트웨어 통합 등이 선행되어야 한다는 점에서 아직 많은 수의 전통은행들이 참여하고 있지는 않다.

둘째, 전통은행이 온라인 대출기업에 자신의 대출운용 프로세스(접수, 심사, 실행, 사후관리 등) 중 일부를 위임하는 전략이다. 이때 온라인 대출기업이 대출절차에 관여하는 수준에 관계없이 대출은 어디까지나 은행의 명의로 이루어진다. "White Labeling"이라고도 부르는 이 전략을 통해, 전통은행은 별도의 개발비용 없이 온라인 대출기업의 고도화된 기술과 서비스를 이용할 수 있다. 가장 잘 알려진 사례로는 2016년 초 JPMorgan Chase(이하 JPM)와 OnDeck의 파트너십을 들 수 있다.<sup>18)</sup> 동 파트너십에서 JPM은 OnDeck의 신용평가모델을 통해 중소기업 대출여부를 결정 하며, OnDeck은 JPM으로부터 신용평가수수료 등을 수취한다. 이를 통해 JPM은 기존 대형은행들의 참여가 제한적이었던 20만달러 이하 소액대출을 취급함으로써 고객저변을 넓히고, 대출 승인기간 1일 이내의 신속하고 자동화된 대출결정으로 고객만족도를 높이고 있다.

18) 동 파트너십은 2015년 말 성사되어 2016년 초부터 약 18개월 간 이행되었으며, 2018.8월 양사는 파트너십을 4년 더 연장하기로 합의함

<그림 8> JPM과 OnDeck의 전략적 파트너십



자료 : 해외 언론보도 종합

## 2. 독립적 파트너십 전략

독립적 파트너십 전략은 앞서 살펴본 전략적 파트너십에 비해 소극적인 방식으로, 고객기반을 확대하거나 새로운 대출상품을 출시하는 대신 기존의 사업모델과 상호 보완성을 추구하는 전략이다. 세부적으로는 첫째, 전통은행이 자신의 대출거절 고객을 온라인 대출기업 또는 대출 플랫폼 기업에 소개하고 향후 거래 성사시 소정의 수수료를 수취하는 전략이 있다. 가령 BBVA Compass는 2014년 자신의 대출거절 고객을 OnDeck에게 소개해주는 파트너십을 체결하였다. 참고로 영국에서는 2016년부터 대형은행에 한하여 대출거절 중소기업을 온라인 대출 플랫폼 기업에 소개해 주는 것이 의무화되었다.<sup>19)</sup>

둘째, 전통은행이 온라인 대출기업의 대출채권을 매입하는 전략이다. 이는 별도의 대출상품을 보유하지 않고도 대차대조표 내의 자산구성을 다변화하고자 할 때 선택할 수 있는 전략이다. 미국에서는 2013년 Titan Bank가 Lending Club의 대출채권을 매입한 이래, 지역 중소은행을 중심으로 고수익 온라인 대출채권에 대한 투자가 점증하고 있다. 한편, 이러한 대출채권 매각 내지 유동화는 온라인 대출기업들의 주요한 자금조달원천으로 점차 자리 잡아가고 있다.

19) Gov.UK('16.11), "New Matchmaking Service for Small Businesses Looking for Finance"

### 3. 직접 개발 또는 인수/투자 전략

앞서의 전략적/독립적 파트너십 전략 이외에도 전통은행이 온라인 대출기업을 인수 또는 투자하거나, 직접 온라인 대출서비스를 개발하여 판매하는 전략도 가능하다. 우선 전통은행의 온라인 대출기업 인수 사례로는 2012년 SunTrust의 FirstAgain 인수를 들 수 있다. 다만, 인수 전략은 규제 문제<sup>20)</sup> 및 합병 비용, 그리고 최근 핀테크 회사들의 높은 기업가치 등의 사유로 선호되는 방식은 아니다.

둘째, 투자-육성 전략의 경우 성공가능성이 높거나 자사에 도움이 될 온라인 대출 관련 스타트업에 초기에 잘 선별하여 지분을 취득하고 육성하는 전략이다. 미국 대형은행들의 온라인 대출 관련 기업에 대한 투자 건수를 보면, 현재까지 Goldman Sachs와 Citi가 3건으로 가장 많으며, 그 다음으로 JPMorgan Chase 및 Morgan Stanley, Wells Fargo가 각각 1건씩 보유하고 있다.

셋째, 몇몇 은행들은 자체 내부개발을 통해 직접 온라인 중소기업 대출서비스를 제공하고 있다. Wells Fargo가 2016년 5월 출시한 FastFlex가 대표적이다. FastFlex는 Wells Fargo의 기존 고객을 대상으로 하며, 기존 상품과 가장 다른 점은 대출신청 다음날 바로 인출이 가능할 만큼 대출 승인기간을 획기적으로 단축한 것이다. Wells Fargo는 이러한 단독상품 출시를 위해 상품기획, 시스템 구축, 시범운영 등에만 약 18개월의 오랜 준비기간을 거친 것으로 밝혀졌다.

<표 5> 美 대형은행의 온라인 대출 관련 기업 투자 건수 <표 6> Wells Fargo의 FastFlex 개요

대형 은행	투자 건수	투자기업
GS	3	NAV, Neyber, Financeit
Citi	3	C2FO, BlueVine, FastPay
JPM	1	Prosper
MS	1	Lufax
Wells Fargo	1	FastPay

주 : '12년~'18.2분기  
 자료 : CBInsights(2018), "Global Fintech Report Q2 2018"

구 분	주요 내용
대 상	① Wells Fargo 최소 1년 이상 거래 ② 5만달러 이상 예금실적 보유 ③ 회사의 현금흐름 우수
한 도	1만~3.5만달러
기 간	1년
이 율	13.99%~22.99%
수 수 료	195달러
상 환	매주 자동 분할상환

자료 : WSJ('16.5.10), "Wells Fargo to Launch Faster Loan to Fight Online Rivals"

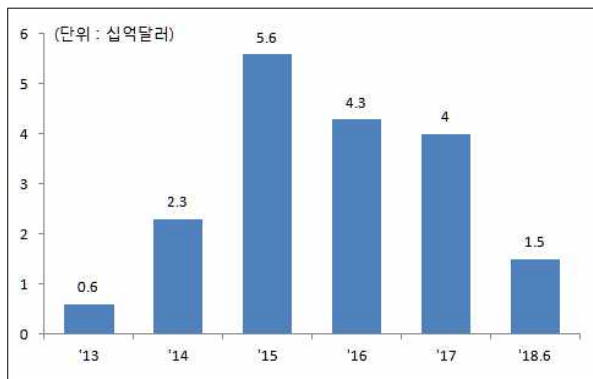
20) 미국에서는 현재 온라인 중소기업 대출에 대한 명확한 규제는 부재한 반면, 전통은행에 대한 규제의 강도는 매우 높은 편으로 온라인 대출기업이 전통은행에 인수되는 경우 기존 사업방식을 그대로 영위하기 어렵게 될 리스크가 존재

## 결론 및 시사점

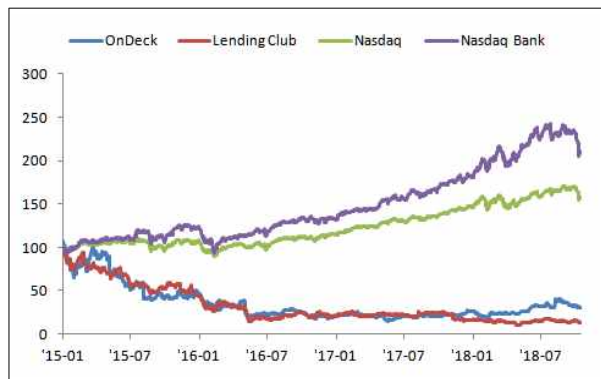
지금까지 미국의 중소기업금융 현황 및 온라인 중소기업 대출시장의 주요 동향과 전통은행들의 대응전략에 대해 살펴보았다. 온라인 대출시장의 성장에 대해서는 장밋빛 기대만 존재하는 것은 아니며, 최근에는 우려의 목소리가 꾸준히 제기되고 있다. 실제로 최근 다수 온라인 대출기업들의 폐업이 발생하는 가운데, 시장이 다소 정체되는 모습을 보이고 있다.<sup>21)</sup> 가장 큰 이유는 온라인 대출시장의 성장을 견인했던 막대한 벤처자금이 조금씩 빠져나가고 있기 때문이다. 그리고 벤처자금이 이탈하는 것은 시장이 빠른 속도로 성숙하여 기존 시장 내에서 경쟁이 치열해진 것이 주요 원인이며, 부실대출 스캔들 및 이에 대응한 정부규제 강화 등도 영향을 미치고 있는 것으로 판단된다.

이처럼 시장이 다소 정체하는 가운데 규모의 경제를 달성하지 못한 온라인 대출 기업들은 계속해서 적자를 시현하고 있다. 예컨대, 2014년 나란히 상장에 성공한 OnDeck과 Lending Club은 설립 이래 지속적인 적자를 시현하고 있으며, Lending Club은 2016년 부실대출 스캔들 이후 적자 폭이 더욱 증가하였다. 그 결과 양사의 주가는 미국 증시의 역사적인 호황에도 불구하고 상장 이후 꾸준히 하락하는 추세에 있다.

<그림 9> 전 세계 온라인대출 부문에 대한 벤처투자 <그림 10> OnDeck과 Lending Club의 주가 추이



자료 : CBInsights



주 : 2015.1.1=100

자료 : Bloomberg

한편 온라인 중소기업 대출시장이 가진 가장 큰 불확실성 가운데 하나는 이들의 사업모델이 모두 미국경제의 활황기에 등장하였으며<sup>22)</sup>, 아직 경기침체 내지 신용

21) Altfi('18.5.23), "What is Causing Online Lender Consolidation?"

22) 미국경제는 2009년 6월 경기 저점을 지나 2018년 10월 현재까지 총 112개월 동안 경기 활황이 지속되고 있음

수축 단계를 경험하지 못했다는 점이다. 이를 고려할 때, 이들의 사업모델이 경기 침체 국면에 어떠한 성과를 보여줄 수 있을지는 여전히 미지수로 남아 있다.<sup>23)</sup>

하지만 여러 가지 도전에도 불구하고 온라인 중소기업 대출시장의 부상이 기존 전통적 은행 및 금융업계에 미친 파급효과는 여전히 유효하다. 특히 데이터 기반의 대출심사 및 신속한 대출승인 절차, 고객 친화적 프로세스 등은 전통 은행업계의 벤치마킹 대상으로 빠르게 자리 잡아가고 있다. 예컨대, 실시간 현금흐름을 활용한 신용평가모델은 아직 명확하게 증명되지는 않았으나, 전통은행들 사이에서도 부실 예측력이 높은 것으로 평가받고 있다. 또한 많은 은행들이 빠르고 간소화된 대출 프로세스 등을 통해 중소기업 고객에게 차별화된 경험을 제공하려 노력하는 점도 새롭게 부상한 온라인 대출시장의 영향력을 입증하고 있다.

우리나라의 경우 2015년 이후에야 8퍼센트, 렌딩, 펀다 등과 같은 P2P 대출기업이 본격 등장하는 등 아직 시장 초기 단계로서, 시장·정책·기술 등 여러 측면에서 미국과 직접 비교하기는 이른 시점이다. 특히 국내의 경우 정부의 개인정보보호정책 등으로 데이터 활용이 미국에 비해 부진한 편이다. 지속적 공공데이터 개방에도 불구하고 활용도 높은 데이터는 양적으로 부족하고,<sup>24)</sup> 빅데이터 활용과 분석 수준은 63개국 중 56위(IMD, '17)에 불과하다. 아울러 미국과의 인공지능 기술 격차는 1.8년으로 평가되며 데이터 부족까지 감안하면 그 격차는 더 늘어날 것으로 예상된다.<sup>25)</sup>

다만, 정책·기술 환경 등이 점차 개선되면서 온라인 대출시장도 점차 변화될 것으로 기대된다. 정부는 2015.1월 「IT·금융 융합 지원방안」을 마련한 이래 2018.3월 「핀테크 혁신 활성화 방안」 등을 통해 새로운 기술에 의한 금융혁신 환경을 조성하려고 노력하고 있다. 이와 같은 정책여건 개선과 기술수준 발전으로 온라인 대출 시장이 점차 성장할 것으로 예상됨에 따라, 국내은행들 역시 영업환경 변화에 대응한 경영전략 수립이 요구되고 있다. 이 과정에서 미국 온라인 중소기업 대출시장의 사례는 국내은행들의 대응전략 수립에 참고할만한 시사점이 될 수 있을 것이다. 특히 미국의 경우, 중소기업 대출전략 및 투자 의지 규모 등에 따라 은행별로 대응 전략이 상이한 가운데, 그 형태 역시 대출운용 프로세스를 위임하는 데서부터 온라인 대출채권을 매입하거나 기업을 직접 인수하는 형태까지 다양한 스펙트럼을 보이고 있는 점은 국내은행들도 주목할 필요가 있다.

23) Forbes('18.5.25), "The Coming Storm: The Unique Challenges Online Lenders Would Face in Recession"

24) '18.3월 기준 : (한국) 2.5만개, (미국) 23.3만개, (영국) 4.4만개

25) 관계부처합동('18.8.31), "데이터를 가장 안전하게 잘 쓰는 나라를 만들겠습니다."