

새로운 돌파구, 글로벌 시장 진출

- 인도 모바일 시장에 진출한 한국 스타트업 '밸런스 히어로'

글 서미희 | 객원기자 | hee@khu.ac.kr

인도 모바일 핀테크 시장에서 다크호스로 떠오른 국내 스타트업이 있다. 2014년에 창업한 핀테크(FinTech) 스타트업 기업 '밸런스히어로'다. '밸런스히어로'는 현재 인도에서 '트루밸런스'라는 모바일 잔액 확인, 충전 및 데이터 관리 앱을 런칭 중이다. 트루밸런스는 올해 6천 만 다운로드를 달성했으며 사업성을 인정받아 누적 투자액 450억 원을 달성했다. 또한 구글 플레이 스토어 앱 스타터 키트(App Starter Kit, 해당 국가에서 많이 쓰이는 대표 앱 모음)에도 선정된 바 있다.

'밸런스히어로'는 한국 대신 인도에서 사업을 시작했다. 창업 초기부터 지금까지 청년 스마트폰 사용자를 중심으로 꾸준한 성장세를 보이고 있으며 구글의 핀테크 서비스와 어깨를 겨루며 당당하게 경쟁하고 있다. '밸런스히어로'는 한국 스타트업에 새 활력을 불어 넣을 돌파구가 될 만한 글로벌 시장 진출에 성공한 사례다.

'밸런스히어로'는 고속 성장 중인 인도 모바일 월렛 시장에 주목했다. 밸런스히어로를 설립한 이철원 대표는 나스닥에 상장됐던 통신 솔루션 개발사 와이더텐에서 2002년부터 해외영업을 담당한 '영업통'이다. 약 10년의 인도 사업 경험이 '밸런스히어로' 창업의 기반이 된 셈이다. 이 대표는 2006년에 액세스모바일을 창업하여 인도 및 동남

아향 VAS B2B사업을 펼쳤다. 피쳐폰 컬러링 사업도 그 중 하나였다. 일반 휴대폰의 벨소리를 사용자가 원하는 음악으로 바꿔주는 비즈니스로, 이미 포화상태였던 한국이 아니라 인도 시장을 공략해 준수한 성적을 낸 것으로 평가된다.

2014년, 이 대표는 인도 국민 중 90% 이상이 통신료 선불요금제를 사용한다는 점에서 사업 아이디어를 발견했다. 이러한 과정을 거쳐 탄생한 것이 데이터 사용량 등 요금 정보를 표시하는 앱 '트루밸런스'다. 트루밸런스는 선불요금제를 사용하는 유저를 대상으로 남은 데이터를 표시해 주거나 무료 통화 시간 등을 알려준다. 충전과 잔액 확인을 계속해야 하는 인도 스마트폰 사용자들의 불편함을 해소할 수 있는 편리한 앱의 등장에 인도 청년들이 먼저 반응했다. 2014년에 출시된 트루밸런스는 현재 총 누적 다운로드 6,000만 건을 넘어섰으며 실제 사용자는 1,000만 여명에 달한다. 밸런스히어로는 인도 시장에서의 성장 가능성을 인정받아 여러 벤처캐피털로부터 거액의 투자금을 유치했다. 지난해에는 소프트뱅크벤처스, IMM인베스트먼트, 메가인베스트먼트 등 총 6개사로부터 150억 원을 투자받았다. 현재까지 누적 투자액은 약 450억 원이다. 또한 작년 7월 한국 기업 최초로 인도중앙은행으로부터 PPI(prepaid payment



instruments, 선불전자지급수단) 라이선스를 획득했다. 이를 통해 월렛 서비스를 런칭한 밸런스히어로는 은행에 준하는 원클릭 충전, 전기, 수도, DTH(위성방송), 공과금 납부 등의 금융 서비스를 제공하고 있다.

창업 구상 단계부터 인도 시장 겨냥한 '밸런스히어로'

이철원 대표는 창업 구상 단계부터 한국보다 넓은 글로벌 시장을 염두에 뒀다. 그러던 와중 이 대표 눈에 들어온 시장이 바로 인도 스마트폰 시장이었다. 밸런스히어로가 창업한 2014년 당시 인도 스마트폰 시장은 성장 초기 국면이었다. 스마트폰 보급률이 무섭게 증가했다. '트루밸런스' 앱이 정식 출시됐을 시기에는 매달 약 1,500만 명씩 스마트폰 사용자가 늘었다. 현재 인도의 통신 가입자는

10억 명 이상으로 추산되며, 이 중 스마트폰 사용자는 2억 명이 넘는다. 스마트폰 사용자를 중심으로 빠르게 확산되는 모바일 서비스는 취약한 금융 인프라에 기여하면서 인도 경제성장을 이끄는 원동력으로 작용하고 있다. 2014년 폭발 직전에 있던 인도 스마트폰의 등장과 함께 급속도로 재개편되던 모바일 생태계에서 기회를 포착한 이철원 대표는 마음 맞는 대학 동아리 선후배를 모았다. '밸런스히어로' 공동 설립자인 이재용 CCO와 이영태 CTO가 머리를 맞대 한국보다 넓은 시장에서의 신사업 전략을 논의했다. 이 결과 선불제 사용자 대상의 잔액 확인 및 충전 앱인 '트루밸런스' 사업 모델이 구상됐다. 액세스모바일 내에 True Balance 사내 벤처로 시작하여 2014년 7월에 밸런스히어로를 설립, 9월에는 트루밸런스 알파 버전을 오픈했다.

이후 인도 정부는 부정부패 척결을 내세우며 2016년 11월 전격적으로 화폐개혁을 단행, 현

금 없는 거래를 강조하고 디지털 거래를 적극적으로 장려하기 시작했다. 이러한 분위기에 힘입어 모바일 월렛 시장도 급속도로 성장하고 있다. 인도 모바일 결제 산업규모는 2011년 8,600만 달러에서 연평균 68% 고속 성장하며 2016년에 11억 5,000만 달러를 기록했다. 아직까지 인도는 거래 90% 이상이 현금으로 이루어지고 있고 은행 계좌를 가지고 있는 인구의 수가 많지 않아 금융 접근성이 떨어진다. 이들 모두가 뱌런스히어로의 앱 ‘트루뱌런스’의 잠재 고객인 셈이다.

‘트루뱌런스’ 인도 현지 인기 비결은?

‘트루뱌런스’는 인도 중소도시 내 17~24세 청년들 사이에서 특히 인기를 끈다. 이 같은 인기 비결로는 인도 현지 사용자에게 대한 맞춤형 개발과 네트워크 마케팅을 들 수 있다. 현지 통신사가 만든 데이터 확인 앱은 확인 과정에 데이터가 필요하고 잔량을 자세히 보여주지 않는다. 반면에 ‘트루뱌런스’는 데이터를 사용하지 않고도 잔액 정보 등을 실시간으로 확인할 수 있도록 만들었다. 또 잔액 안내 메시지를 인포그래픽으로 구성해 사용자가 한 눈에 데이터 사용량 등의 정보를 확인할 수 있도록 편의성과 UI 디자인에도 신경을 썼다. 지난 해 시작한 ‘친구 추천 보상 시스템’도 인도인들의 마음을 사로잡았다. 친구 추천을 통해 앱을 설치하고 서비스에 가입하면 10루피(약 170원)의 포인트를 추천자와 신규 가입자에게 동시에 제공한다. 10루피로는 약 30분 정도 음성 통화가 가능하다. 이 전략은 통신비용에 민감한 젊은이들 사이에서 입소문을 탔다. 사용자들이 자발적으로 소개하면서 다운로드가 폭발적으로 증가했다.

뱌런스히어로는 유저 베이스의 특징과 이에 집중한 마케팅 전략을 고수하고 있다. 창업 초기부터 인디아 2, 3라는 온라인 뱅킹이 되지 않는 유저를 대상으로 타게팅했다. 이렇듯 ‘트루뱌런스’가 겨냥하고 있는 유저들의 특성에 맞는 네트워크 마케팅을 데이터 분석에 근거해 고도화했고 시장의 빠른

성장과 함께 많은 사용자들을 모을 수 있었다. 이 결과 현재 ‘트루뱌런스’는 인도 내 동종 앱 시장에서 독보적으로 1위 자리를 점하고 있다.

뱌런스히어로가 지향하고 있는 결제, 송금, 대출 등 핀테크 서비스의 잠재적 경쟁자로는 Paytm, Google Pay, Mobikwik, PhonePe 등이 있다. 그러나 이들은 뱌런스히어로와 타겟 층이 다르다. Paytm 등은 은행 계좌가 있으며 신용카드, 체크카드 등과 더불어 스마트폰으로 디지털 거래가 가능한 이들을 상대로 사업을 펼치고 있다. 그 수는 약 1~2억 명으로 인도에서 사는 상류층이라고 볼 수 있다. (뱌런스히어로는 이들을 ‘인도 1’ 유저라고 부른다.) 이 대표는 “뱌런스히어로는 언뱅크드 유저, 즉 디지털 금융 거래가 불가능한 10억의 대다수 인도 유저들에게 모바일 금융 서비스를 제공하는 게이트웨이 역할을 담당할 것”이라고 설명했다.

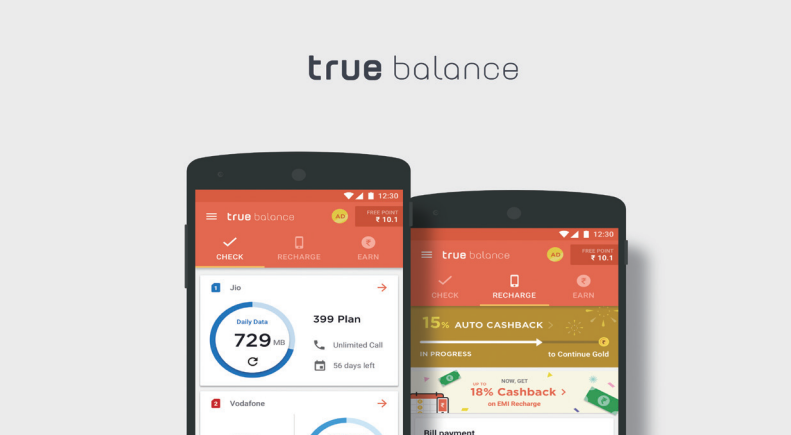
인도 모바일 시장 가능성 무궁무진해...철저한 시장조사는 필수

인도가 전 세계 모바일 시장의 블루오션으로 떠오르면서 실제로 많은 해외 유명 기업들이 인도 모바일 시장에 뛰어들고 있다. Paytm과 같은 모바일 월렛이 대표적이다. 결제 산업이 급속도로 커졌으며 현재 가치가 5조원에 달한다. 아마존이 Flipkart라는 기존의 인도 전자상거래 1위 업체를 추월하기도 했다. 올해 3월에 알리바바는 인도 최대 모바일 월렛, 결제 앱인 Paytm에 2천억 원을 투자했다. 이에 질세라 국내의 다양한 업체들도 인도 시장 진출을 서두르고 있다.

인도 경제는 현재 ‘꽃길’을 걷고 있다. 인도의 투자 환경이 그 어느 때보다 우호적이라는 뜻이다. 경제성장률이 7%를 넘어서고 있으며, 증시는 사상 최고 수준을 달리고 있다. 미·중 무역전쟁의 여파에서도 벗어나 있는 인도는 대내외 관계에서도 안정적이며 지속적인 경제 성장을 위한 긍정적인 환경이 조성돼 있다.



이철원 뱌런스히어로 대표.



그러나 인도 특유의 IT생태계가 높은 진입장벽으로 작용한다는 의견도 있다. 인도 모바일 시장은 저사양 스마트폰이 주를 이루고 있고 통신 인프라도 열악하다. 또한 인도 통신 환경은 국내와 다르기 때문에 충분한 사전조사가 필요하다. 앞서 말했듯 인도 국민 90% 이상이 선불제 요금을 사용한다. 인도사람들은 선불로 결제한 잔액을 조회하기 위해 USSD를 이용해 왔다. 휴대폰에 ‘*1223#’을 입력하고 통화버튼을 누르면 기지국에서 문자메시지로 잔액을 알려주는 방식이었다. 뱌런스히어로는 인도시장 진출의 장애요소를 오히려 기회로 포착해 ‘트루뱌런스’를 선보였다. 위기를 기회로 전환해 인도 현지 시장에 성공적으로 안착한 것이다. 그러나 인도 특유의 낮은 문화, 카스트 제도의 잔재로 인한 불평등한 문화, 복잡한 환경 등은 인도 시장 진출 시 충분히 고려해야 할 요소로 꼽힌다. 블루오션 시장에서 승리하려면 뱌런스히어로와 같은 모범 사례를 벤치마킹하여 현지 사정에 맞는 전략을 세우는 것이 필요하다.

보험/대출 서민금융으로 사업 확장... 금융 플랫폼으로 거듭날 것

뱌런스히어로는 최근 1,000만 명이 넘는 실제 사용자를 기반으로 삼아 핀테크 분야로 사업 영역을 확장하고 있다. 2017년 7월, 인도 전자결제사업자 허가를 시작으로 트루뱌런스 앱에 모바일 지급 기능을 추가했다. 인도 모바일 시장에서 고속 성장하고 있는 분야가 전자지갑이다. 최근 인도에서

1년 사이 출시된 전자지갑 서비스만 40여개에 달한다. 모바일 지갑 추가 사용자는 트루뱌런스를 은행 계좌처럼 이용할 수 있다. 카카오페이와 같은 트루뱌런스 앱을 통해 송금, 입출금, 통신료 충전 등이 가능하게 됐다. 더불어 인도 현지 대출사업자와 협력해 소액 대출 기능도 추가할 계획이다.

이러한 사업 확장 배경에는 뱌런스히어로가 쌓아온 의미 있는 데이터가 있다. 페이티엠(Paytm), 삼성 페이, 와츠앱 등이 없는 인도 2(스마트폰을 보유하나 디지털 거래가 불가능한 유저)와 인도 3(피쳐폰 유저)유저들의 데이터를 지난 4년간 6천만 다운로드를 통해 확보한 것. 이를 기반으로 제공될 송금, 대출, 보험 등 모바일 핀테크 서비스는 다시 한번 기대를 모으고 있다.

뱌런스히어로는 최종적으로 트루뱌런스의 가입자를 1억 명 수준으로 끌어올리고, 쉽고 다양한 모바일 결제를 할 수 있는 서비스를 통해 인도 핀테크 시장을 선점하는 것을 목표로 하고 있다. 트루뱌런스 앱은 결제부터 대출, 보험 등 복합적인 금융 서비스까지 가능한 금융 플랫폼으로 거듭나고 있다. 뱌런스히어로는 향후 인도뿐만 아니라 동남아 등 저사양 통신 인프라 지역에서 무선 통신요금을 효율적으로 관리하는 솔루션 제공을 시작으로 전 세계 이용자가 합리적인 비용으로 소통하는 세상을 만드는 것을 회사 비전으로 두고 있다. 이철원 대표는 “중국의 모바일 결제를 알리페이가 장악한 것처럼 신규 시장인 인도·동남아 지역의 모바일 핀테크 선점에 나설 것”이라고 포부를 밝혔다. ❶