

동향조사 570

디지털세대의 대두와 자산관리 분야의 변화

- デジタル世代の台頭とウェルスマネジメントの變革
(Accenture, '18.7.10)

2018. 7.

한국금융투자자보호재단

Korea Financial investors Protection Foundation

□ 전통적으로 자산관리의 주요 고객은 60대 이상의 시니어세대였지만 앞으로는 30~50대의 디지털 세대가 주요 고객이 될 가능성이 높음

- 디지털세대는 스마트폰이나 인터넷을 통해 스스로 적극적으로 정보 수집을 하고 온라인으로 거래를 하는 경우가 많아 지금까지 대면 중심으로 이루어졌던 자산관리와 고객관계에 큰 변화가 생길 가능성이 높음
- 또한 금융청에서 고객 중심의 업무 운영에 관한 원칙을 발표하는 등 장기·적립식 투자 및 분산 투자 등을 지원하는 방향으로 투자환경이 급속히 정비되고 있고 패시브투자가 주요 투자방법으로 부상하면서 금융회사 수수료율도 낮아지고 있는데 앞으로 이러한 흐름은 가속화될 것임
- 온라인 증권사가 대면영업이 중심인 기존의 대형 증권사보다 더 빠른 속도로 고객을 확대하고 있는데
 - 30~50대의 개인투자자 중 30% 이상이 온라인 증권사를 이용하고 있으며 이들 중 오프라인 증권사로 거래처 변경을 생각하는 비율은 20%에 지나지 않아 나이가 들어도 계속 온라인 증권사를 이용할 가능성이 높음

□ 디지털세대의 주요 특징은 다음과 같음

① 수수료 등 비용에 민감

- 디지털세대에 속하는 개인투자자는 증권사를 선택할 때 가장 중요하게 생각하는 점으로 낮은 수수료를 꼽았는데 이는 온라인에서 무료로 또는 낮은 가격으로 관찮은 서비스를 받은 경험이 있어 수수료 및 서비스에 민감하다고 할 수 있음

② 금융회사로부터 현재 제공받는 정보에 불만족

- 디지털세대에 속하는 개인투자자의 62%는 금융회사로부터 현재 제공받는 정보가 대부분 일방적인 정보이고 정보량도 많아 어떤 정보가 중요한지를 모르겠다고 응답함
- 디지털세대는 스스로 정보를 수집하는 경우가 많은데 자신이 필요로 하는 정보를 효율적으로 얻을 수 없다는 점에서 불만을 가지고 있는 것으로 보임

③ 금융회사의 자문(조언)을 요구

- 금융회사로부터 자문 등을 받고 싶어 하는 개인투자자의 비중은 30~50대에서 58%로 자기 판단으로 온라인 거래를 통해 자산운용을 하고 싶어 하면서도 전문가의 자문도 받고 싶다는 생각을 강하게 가지고 있는 것으로 나타남

□ 이러한 디지털세대의 성장에 맞추어 자산관리 분야는 다음과 같은 변화를 준비할 필요가 있음

① 하이브리드형 자문의 구축

- 디지털세대는 평소에는 자문을 필요로 하지 않지만 중요한 결정을 할 때는 자문을 받고 싶어 한다고 볼 수 있음
- 금융회사는 디지털세대가 요구하는 자문을 저비용으로 제공할 필요가 있는데 온라인으로 제공되는 로보어드바이저만으로는 충분히 대응하기 어려우므로 로보어드바이저와 휴먼어드바이저가 결합된 하이브리드 형태로 자문을 제공하는 방안을 모색할 필요가 있음
- 미국 뱅가드는 고객이 온라인으로 거래를 할 수 있도록 하면서 필요한 때에 자문인력이 전화나 화상채팅 등을 통해 자문을 제공하는 하이브리드형 자문을 제공하여 호평을 받고 있음

② 대면자문의 고도화

- 하이브리드형 자문에 비해 수수료 비싼 대면자문으로 고부가가치를 창출하기 위해서는 ‘장기적인 관계 구축’, ‘고객에 대한 깊은 이해를 바탕으로 자문’ 등 바람직한 자문 모델을 구축하고 시행할 필요가 있음
- 예컨대, ‘고객에 대한 깊은 이해를 바탕으로 한 자문’을 실현하기 위해서는 고객 타겟팅부터 정보관리, 상품제안, 거래까지 한 번에 추진할 수 있는 영업플랫폼을 활용하는 것이 효과적일 수 있음
- 각종 서비스에 대한 눈높이가 높은 디지털세대라도 부가가치가 높은 대면자문이라면 이용할 가능성이 있음

③ 본사와 사무부문의 생산성 향상

- 디지털세대의 대두나 고객 중심의 영업 진전에 따른 수수료 하락 및 상품 보유기간의 장기화 추세가 가속화될 경우 업계 전체 수입은 감소할 것이기 때문에 충분한 수익성을 확보하기 위해서는 비수익부문과 사무부문의 생산성 향상이 불가피함
- 일본에서도 RPA*와 AI와 같은 디지털솔루션을 활용한 업무 효율화 작업이 진행되고 있는데 주로 기존의 업무프로세스에 디지털솔루션을 도입하는 형태로 이루어짐
- * RPA(Robotic Process Automation)는 사람이 수행하던 장시간 대기, 단순 반복 업무를 소프트웨어 로봇을 활용하여 자동화하는 것을 말함

- 향후에는 디지털솔루션을 전제로 처음부터 업무프로세스를 구축하는 접근방식을 이용하여 근본적으로 업무방식을 개선할 필요가 있음
 - 또한 개별영역의 최적화보다는 경영진·사업부·IT부서가 협력하여 전사적으로 최적의 업무 프로세스를 재구축할 필요가 있음
- 인터넷과 스마트폰과 같은 디지털에 익숙한 세대의 증가는 대면 중심의 기존 영업방식에 향후 큰 변화를 가져올 가능성이 높은 만큼 일본을 비롯한 세계 각국의 대응방안을 관심 있게 살펴 보면서 우리나라에 적합한 대응방안을 모색할 필요가 있음
- 이처럼 디지털에 익숙한 소비자의 증가에 맞추어 금융 분야에서도 디지털화가 진전되면서 핵심 자원으로 소비자 데이터의 중요성이 부각되고 있음
 - 이에 금융당국은 개인정보 자기결정권 보장과 금융소비자 보호 등을 위해 금융분야 마이데이터 서비스(본인 신용정보 관리업) 도입을 추진키로 했는데 마이데이터 서비스가 활성화된다면 저 비용으로 맞춤형 자문서비스와 정보 등이 제공될 수 있어 소비자 보호도 강화될 것으로 기대됨
 - 또한 기존 금융회사에 집중되어 있던 소비자 정보의 공유가 활성화되면 핀테크업체의 경쟁력이 강화되면서 기존 금융회사와의 경쟁이 한층 더 치열해져 금융산업 내 경쟁과 혁신이 촉진되고 이로 인해 소비자의 편익도 더 높아질 것으로 기대됨

(이범용 전임연구원, bylee@invedu.or.kr)