

## 디지털 자산관리, 개인화된 서비스로 진화 요구

이재완 수석연구원 (jwan.lee@hanafn.com)

재정적 불안감 증대로 대중들이 자산관리 필요성을 강하게 인식하고 있다. 또한 21년 말 마이데이터 사업이 시행됨에 따라 디지털 자산관리 시장의 경쟁이 본격화 될 것으로 전망된다. 당 연구소의 이용자조사 결과, 연령에 따라 자산관리를 접근하는 관점 및 사용 메뉴는 상이하나 공통적으로 개인화되지 않은 정보와 상품추천에 큰 불편을 느끼는 것으로 확인되었다. 주요 고객 특성을 고려한 차별적·전문적 서비스 개발 및 데이터분석에 기반한 개인화된 서비스 고도화 전략이 필요하다.

### ■ 장기화된 경기부진, 사회적 불안감으로 인해 자산관리의 필요성 인식 강화

- 실물경제 둔화에 따른 저성장, 저금리 환경이 지속됨에 따라 일반 예금수요는 감소하고 새로운 투자처를 찾아 머니무브가 지속
  - 2020년 5대 시중은행(KB국민, 신한, 하나, 우리, 농협)에서 중도 해지 된 예적금 통장 수는 2019년 대비 14.2% 증가한 843만개 수준
- 코로나19로 인해 재정상황에 대한 스트레스와 불안감이 확대되며 재무적 관리에 대한 필요성을 더욱 강하게 인식
  - Oracle의 연구결과(21.02), 코로나19로 인해 소비자들의 재정 불안감이 배가 됨

### ■ 개인종합자산관리 서비스가 진화되는 가운데 국내에서도 개인 금융데이터 활용이 가능해 지며 개인종합자산관리 시장의 경쟁이 본격화

- 고객의 금융정보를 통합하여 조회·분석하던 개인종합자산관리(Personal Finance Management: PFM) 서비스는 개인화된 솔루션을 제공하는 서비스로 진화<sup>1)</sup>
  - PFM 1.0 : 이용자가 금융회사에 흩어져 있는 계좌/거래내역을 한 공간에서 통합관리
  - PFM 2.0 : 계좌 조회/분석을 넘어 맞춤형상품 추천 및 가입, 개별화된 advice 제공
- 국내에서도 마이데이터 사업이 시행됨에 따라 주요 금융사들은 디지털 플랫폼을 통해 개인종합자산관리 서비스를 본격적으로 제공할 전망
  - 마이데이터 사업은 금융사별로 흩어진 개인신용정보를 모아 한곳에서 통합 관리할 수 있는 서비스로 2021년 12월부터 시행 예정
  - 마이데이터 사업자로 28개사가 선정(21.01) : 은행 5개사, 여전 6개사, 금융투자 1개사, 상호금융 1개사, 저축은행 1개사, 핀테크 14개사 등

[1] "Reigniting The Personal Financial Management Revolution in Banking", The Financial Brand, 2018.7.26

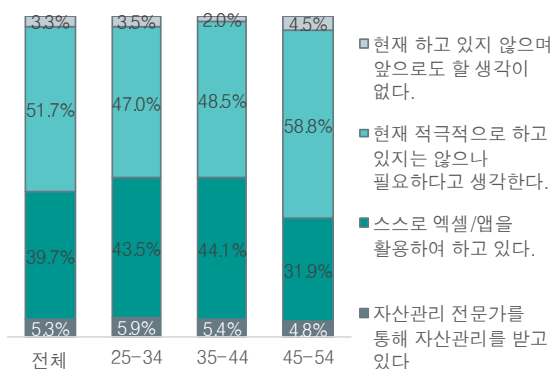
## ■ (자산관리 필요성) 설문조사에 따르면 전반적으로 자산관리 필요성을 높게 인식하나 연령에 따라 자산관리를 접근하는 관점은 상이

- 당 연구소는 금융소비자 1,200명을 대상으로 자산관리앱 이용행태 조사 (20.10)
- 자산관리를 스스로 하고 있거나 필요하다고 생각하는 비중은 91.4%의 높은 비율로 나타나 절대다수가 자산관리의 필요성을 인식
- 사회초년생 연령대는 자산관리를 ‘투자’, ‘지출관리’ 관점으로 접근하고 연령이 높아지며 자산이 증가할수록 ‘포트폴리오 관리’, ‘전문적 맞춤관리’로 확대
  - 25~34세의 자산관리 연상내용(1+2순위) : 투자/자산증식 57.5%, 지출관리 51.3%, 주기적 자산점검 40.6%
  - 45~54세의 자산관리 연상내용(1+2순위) : 투자/자산증식 51.9%, 포트폴리오관리 51.4%, 전문적 맞춤형 서비스 34.3%
- 엑셀/모바일 앱을 활용한 개인 주도적 자산관리는 25~44세에서 주로 추진
  - “스스로 엑셀, 앱을 활용하여 하고 있다” 응답률 : 25~34세 43.5%, 35~44세 44.1%, 45~54세 31.9%

## ■ (앱 필요성 및 이용경험) 자산관리의 필요성 인식 대비 자산관리앱의 필요성은 상대적으로 낮았으며 앱 관련 정보 부족으로 이용경험도 연령별로 상이

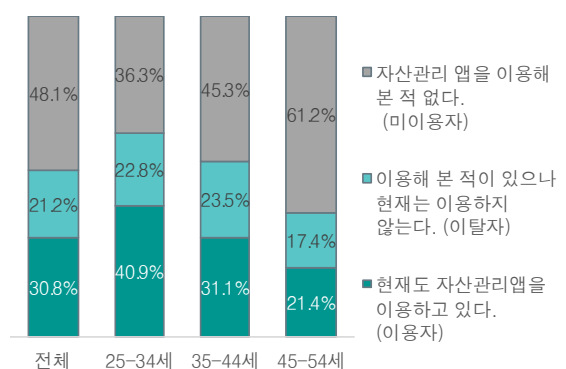
- 연령에 상관없이 응답자의 69.3%가 자산관리앱이 필요하다고 인식
- 반면, 자산관리앱 이용경험은 연령별로 큰 차이가 있으며 연령층이 젊을수록 앱 이용경험이 높게 나타남
  - 자산관리앱 이용경험자 : 25~34세 63.7%, 35~44세 54.6%, 45~54세 38.8%
- 자산관리앱 미이용자들은 앱에 대한 정보 부족을 주된 미이용 이유로 지적

### ■ 현재 자산관리 현황



자료 : “디지털 자산관리 서비스 이용경험 조사”,  
하나금융경영연구소, 2020.10

### ■ 자산관리앱 이용 경험



자료 : “디지털 자산관리 서비스 이용경험 조사”,  
하나금융경영연구소, 2020.10

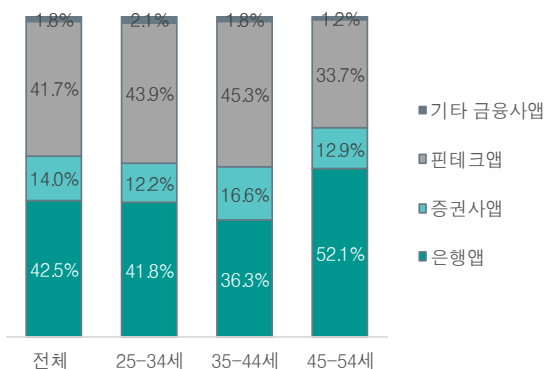
■ (앱 사용현황) 연령이 낮을수록 Toss,뱅크샐러드 등 핀테크 앱을 주로 활용하며 복수의 앱을 함께 사용하나, 향후 하나의 앱에서 통합적으로 관리하기를 희망

- 자산관리 앱 이용경험자 중에서 개인주도적 자산관리 비중이 높은 35~44세는 핀테크 앱을 주로 활용하고 은행 앱에 대한 선호는 낮은 편
  - ‘핀테크 앱 주 사용’ 응답률 : 25~34세 43.9%, 35~44세 45.3%, 45~54세 33.7%
- 다만, 현재 자산관리 앱 이용자들은 핀테크 앱과 은행 앱을 함께 활용하는 경향
  - 핀테크 앱 1순위 이용자 중 2순위로 은행 앱을 활용하는 경우 : 32.9%
  - 은행 앱 1순위 이용자 중 2순위로 핀테크 앱을 활용하는 경우 : 41.5%
- 한편, 연령에 상관없이 자산관리 앱 이용자의 81% 이상이 하나의 앱에서 금융거래와 자산관리를 하고자 함

■ (앱 기능) ‘계좌통합조회’를 제외하고 연령대별로 소득, 보유 자산규모, 생애단계 별 관심사가 상이함에 따라 주로 활용하는 메뉴 또한 상이

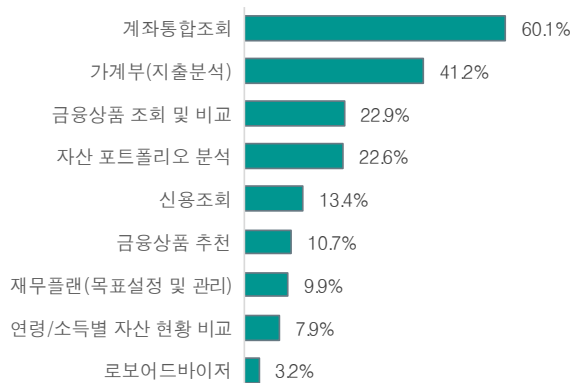
- 자산관리 앱 이용경험자들의 주 이용 메뉴는 연령에 상관없이 자산관리의 기본이 되는 ‘계좌통합조회’ 및 ‘가계부(지출분석)’로 나타남
  - ‘계좌통합조회’ 응답률(1+2순위) : 25-34세 58.2%, 35-44세 60.5%, 45-54세 62.6%
  - ‘지출분석’ 응답률(1+2순위) : 25-34세 45.0%, 35-44세 42.1%, 45-54세 33.5%
- 젊은 층은 ‘신용조회’를 많이 이용하고, 연령이 높아질수록 보유자산이 상대적으로 크고 다양해져 ‘자산포트폴리오 분석’ 및 ‘금융상품 조회’를 이용하는 경향
  - ‘신용조회’ 응답률(1+2순위) : 25-34세 16.8%, 35-44세 13.5%, 45-54세 7.8%
  - ‘자산포트폴리오 분석’ 응답률 : 25-34세 17.4%, 35-44세 22.4%, 45-54세 31.6%

■ 연령별 주 이용 자산관리 앱 유형



자료 : “디지털 자산관리 서비스 이용경험 조사”,  
하나금융경영연구소, 2020.10

■ 자산관리 앱 주 이용 메뉴(1+2순위)



자료 : “디지털 자산관리 서비스 이용경험 조사”,  
하나금융경영연구소, 2020.10


## ■ 자산관리앱 이용경험자들은 연령에 상관없이 공통적으로 개인화되지 않은 불필요한 정보와 추천 상품에 불편을 느낌

- 전반적으로 ‘불필요한 정보제공’(30.4%), ‘나에게 적합하지 않은 상품 추천’(28.9%), ‘원하지 않는 데이터 연동’(25.3%)이 불편하다고 응답 (1+2순위 응답)
- 연령이 높아질수록 불필요한 정보에 대한 불편을 크게 느끼고, 연령이 낮을수록 적합하지 않은 상품추천에 대한 불편을 크게 느끼는 경향

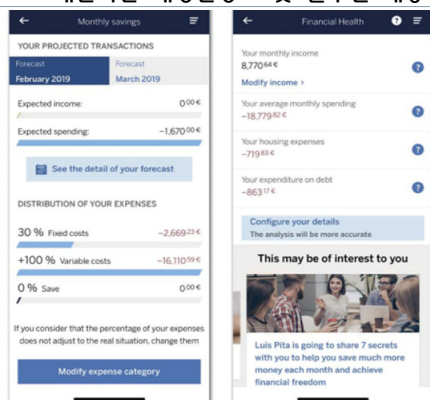
## ■ 해외 은행 및 핀테크 기업들은 데이터 분석에 기반한 개인화된 정보 제공, 차별화된 기능을 제공함으로써 자산관리 서비스를 강화

- (BBVA) 지출분석 기능에서 출발하여 고객데이터 분석에 기반한 재정건강도 산출, 지출 예측을 통한 개인화된 지출관리 솔루션을 제공
- (Bank of America) 예산관리에서 시작하여 그룹 통합 자산관리 서비스로 확대하고 고객의 생애단계 관리에 집중하며 개인화된 가이드 제공 및 목표달성 지원
- (Credit Karma) 신용점수 조회를 기반으로 금융상품을 추천하는 자산관리앱으로서 신용점수 관리 방안 제공뿐만 아니라 무료 세금관리 서비스로 확장

## ■ 디지털/모바일을 활용한 자산관리가 대중화됨에 따라 자산관리 행태와 니즈를 고려하여 서비스를 고도화 하는 전략이 필요한 시점

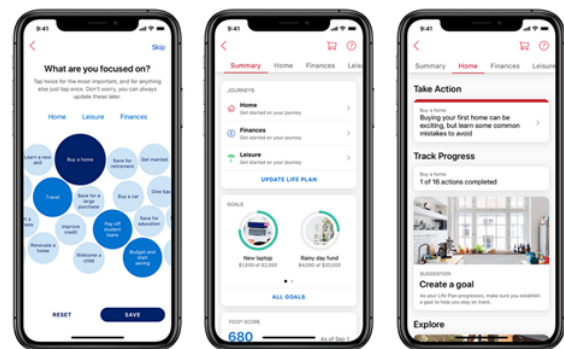
- 통합계좌조회, 지출분석에 집중되어 있는 자산관리 서비스에서 벗어나 타겟 고객의 특성을 고려한 차별적인 전문서비스 개발이 필요
- 고객데이터 분석을 고도화하고 이에 기반한 금융상품 개발, 개인화된 상품서비스 추천을 통해 고객과의 관계 형성을 강화할 필요 

### ■ BBVA : 개인화된 재정건강도 및 솔루션 제공



자료 : BBVA

### ■ BofA : 생애단계별 목표관리, 개인화된 가이드 제공



자료 : BofA