

strategy&

Part of the PwC network

인구구조 변화에 대응하는 한국형 금융시스템

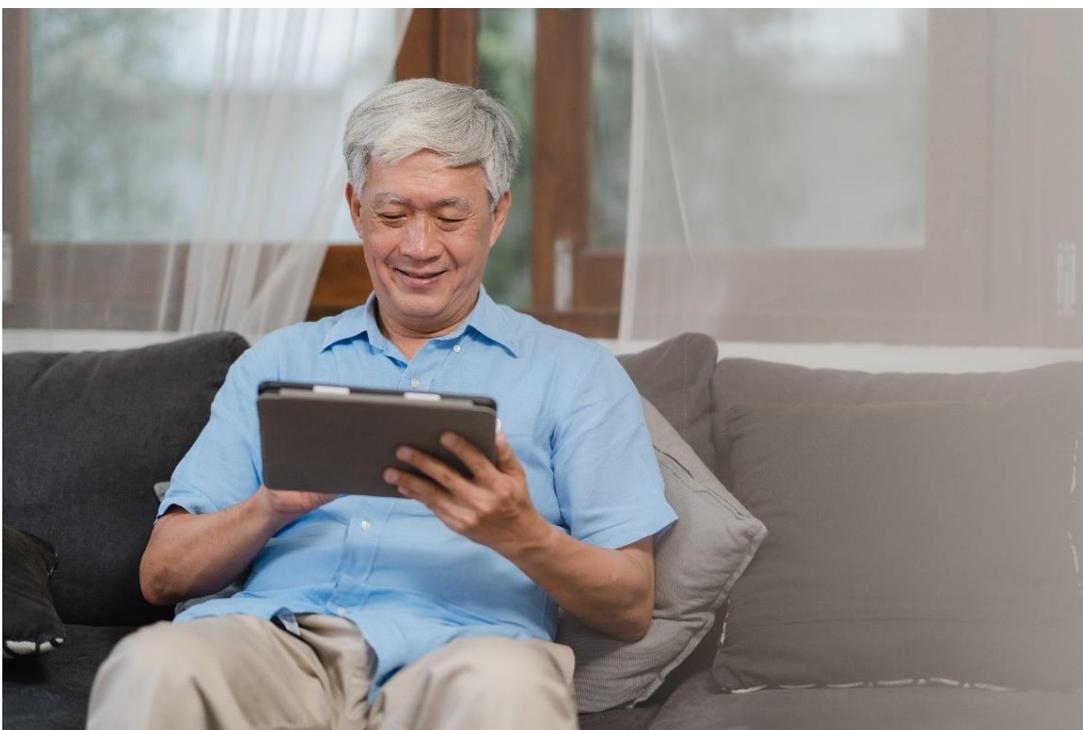
초고령화 사회, 낮은 출생률로
상징되는 한국의 인구구조는
정해진 미래입니다.

이에 대응하는 방안으로서
세대간 원활한 부의 이전을 위한
금융의 역할을 짚어 봅니다.



Contents

01	인구 구조의 변화와 금융 시스템의 격차	3
02	뉴 시니어 세대의 재정적	6
03	한국 고령화 사회의 3가지 특징	8
04	한국형 부의 이전의 방향성	11
05	실행 과제	20
06	결어	24



01 인구 구조의 변화와 금융 시스템의 격차

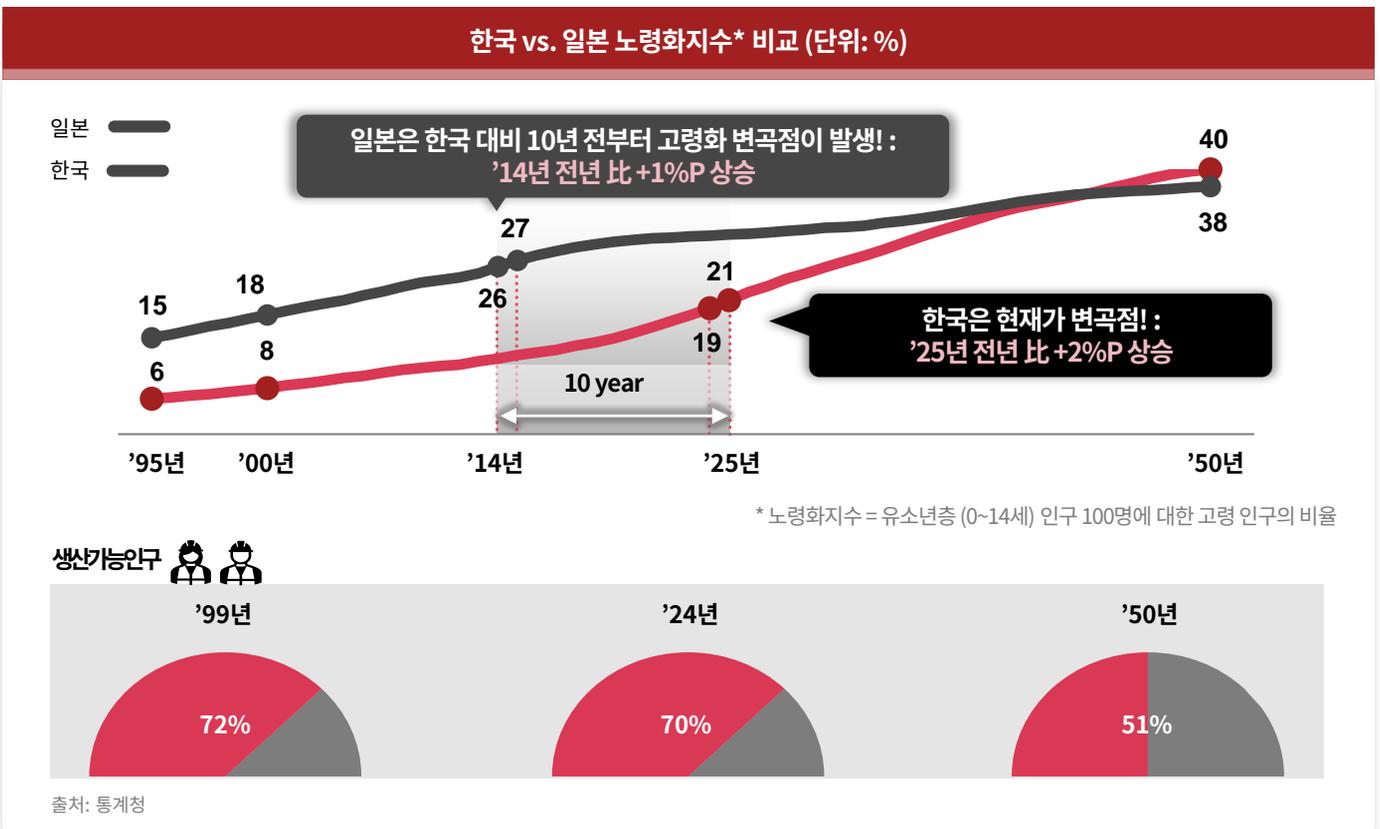
현재 한국의 60세 이상 인구의 비중은 27%이며, 약 30년 후에는 50%로 증가할 것으로 예상됩니다. 이러한 인구구조의 변화는 새롭게 등장한 문제도, 한국만의 문제도 아닙니다. 일부 유럽 국가의 경우 이러한 위기에 미리 대비하여 턴어라운드 성공한 사례도 있으나, 한국의 경우 드라마틱한 반전을 기대하기 어려운 상황입니다.

한국의 미래는 정해져 있는 반면, 금융기관의 대비는 충분하지 못합니다. 현재 한국의 5대 은행은 수익의 93%가 이자이익에서 발생하는 대출 중심의 가계금융 구조입니다. 또한 일부 증권사의 웰스 매니지먼트(WM), 은행의 프라이빗 बैं킹(PB) 관점에서 시니어 고객을 위한 새로운 시도가 최근에 종종 발생하고 있으나, 한국보다 먼저 고령화를 겪었던 국가들에 비하면 사업 포트폴리오나 서비스 측면에서 미흡한 것으로 보여집니다. 이렇게 금융기관의 고령사회에 대한 대비가 미흡했던 원인에 대해 먼저 알아보려고 합니다.



1 금융 시스템 발달 지연 원인 1: 인구 변화 체감 속도

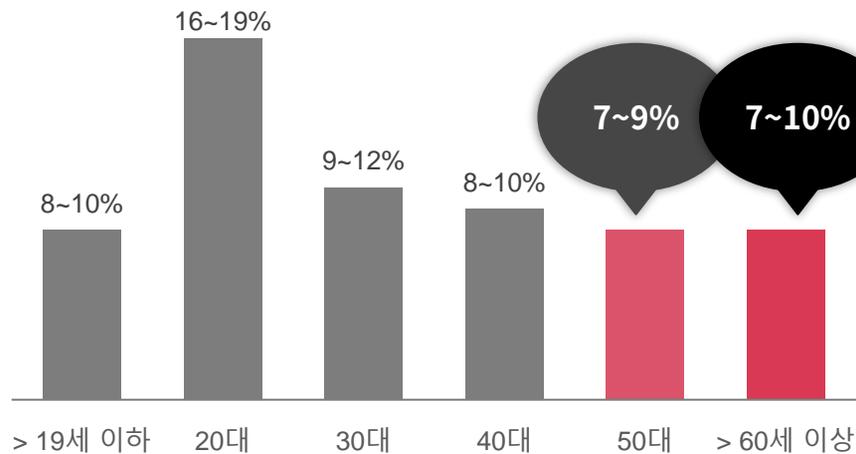
첫번째 이유는 우리가 체감하는 속도가 실제 속도보다 더디었다는 것입니다. 특히 서울 수도권에는 젊은 인구가 지속적으로 유입되었기 때문에 고령화의 체감이 더 늦어질 수밖에 없었습니다. 실제로 우리가 체감할 수 있는 인구구조의 변곡점은 이제 시작되었습니다. 생산가능인구는 그동안 크게 줄어들지 않고 있었으나, 우리 사회가 인구구조 변화를 체감하는 중대한 변곡점은 2024년, 2025년에 발생하는 것으로 나타납니다.



2 금융 시스템 발달 지연 원인 2: 시니어 고객에 대한 인식

두번째 이유는 시니어 고객에 대한 인식입니다. 지난 10년간 우리 금융기관들의 전략적 화두는 단연 디지털 전환과 글로벌 진출이었습니다. 특히 디지털 전환에 있어서는 모바일 혁명과 인터넷전문은행의 등장 속에 어떻게 젊은 세대 고객을 획득하고 락인(Lock-in) 할 수 있는가에 대한 전략방향 수립과 실행에 대부분의 금융기관의 역량과 관심이 집중되었습니다. 반면 시니어 고객에 대한 관심은 상대적으로 적었던 것이 사실입니다. 그 이유는 고객이 고령화 될수록 이탈가능성이 낮다는 것이 금융기관들의 기본 가설이었기 때문입니다. 그러나 실제로 데이터를 보면, 시니어층의 이탈율은 7~10% 수준으로 20대를 제외한 다른 세대와 유사한 것으로 나타납니다.

연령대별 고객 이탈률



출처: PwC Strategy&

02 뉴 시니어 세대의 재정의

1 라이프스타일 변화

이제는 시니어 고객의 동향에 주목할 필요가 있습니다. 지금까지는 밀레니얼 세대, Z세대, 둘을 합친 MZ, X세대의 자녀인 알파세대 등 새로운 세대에 관심이 집중되었지만, 앞으로는 뉴시니어도 새로운 세대로 정의하고 자세히 들여다봐야 합니다.

특히 우리 사회의 자산 분포는 압도적으로 뉴시니어 세대에 쏠리게 될 것이고 이들의 소비가 결국 우리 경제를 지탱해 나갈 가능성이 높습니다. 또한 뉴시니어 세대는 과거의 노년층에 비해 자식에게 부양을 바라지 않습니다. 그렇다고 유산을 크게 물려줄 생각도 없습니다. 자신이 건강하고 원하는 것을 하며 풍족한 노후(Well-aging)를 보내고자 합니다. 이들은 교육수준이 높아 금융에 대한 관심도 많고, 스마트폰 사용이나 스마트 बैं킹에도 익숙합니다.

타 세대 대비 뉴시니어 세대 특징



X세대

'65~'79년

'물질주의', '경쟁사회'
개인주의 문화 시작,
개성 중시, 비교적 조직에 순응적



밀레니얼 세대

'80~'94년

'경험주의', '세계화'
저성장 시대, 취업난 경험
조직 외 자아실현 욕구



Z세대

'95년 이후

'개인화', '디지털화'
어려서부터 인터넷, 모바일 등
IT 자연스럽게 접함
YouTube 세대



뉴시니어 세대

'50~'64년

'미래지향적', '다양성 중시'
경제력과 활동력이 충만한
젊은 삶을 추구하는 뉴시니어

출처: PwC Strategy&

시니어의 라이프 스타일 변화

Past : 과거의 시니어 (기대수명 70세)

“절약정신, 한푼이라도 아껴서 자식들에게 물려줘야 한다...”

“보수적인 투자성향, 예적금이 필수이며...”

“대면 거래가 더 편함,
핸드폰에서 내용을 확인하려면 큰 글씨가 편함”

'19년 경제활동

39%

'19년 자산 비중**

30%

'19년 고학력자 비중

29%

Present : 뉴 시니어 (기대수명 90세)

“자식에게 바라는 거 없다. 그렇다고 크게 물려줄 수도 없다.
내 돈으로 하고 싶은 것 하면서 Well-Aging”

“자산 관리, 투자, 금융상품에 관심도 많아지고,
물론 내 건강도 내가 알아서 챙긴다.”

“스마트폰 사용은 당연, 스마트폰 बैं킹 83%*”

'23년 경제활동

45%

'23년 자산 비중**

40%

'23년 고학력자 비중

38%

* '22년 기준

** 전체 가계 자산 대비 시니어가 보유한 자산의 비중

출처: Senior Shift & Silver Innovation, 보건복지부, 한국보건사회연구원, 와이즈앱/리테일/굿즈 분석 서비스, 한국정보화진흥원

2 디지털 리터러시 상승

주목해야 할 것은 이제 시니어 세대의 디지털 리터러시도 높아질 것이라는 사실입니다. PwC가 자문을 했던 모 은행의 데이터를 보면 신규고객 유입 비중에서 60대 이상이 의외로 높게 나왔습니다. 또 하나 흥미로운 사실은 디지털 마케팅에 대한 반응률로, 50대 이상이 가장 높게 조사되었습니다. 실제 금융기관의 디지털채널 콘텐츠나 마케팅이 MZ세대를 중심으로 타겟팅이 되어 있음에도 이러한 결과가 나왔다는 것이 놀랍습니다. 10대, 20대 고객이 디지털 네이티브라고 한다면 50대, 60대 고객은 디지털 전환이 가장 빠른 고객층으로, 시니어 세대에 대한 새로운 인식과 정의가 필요한 시점입니다.



03 한국 고령화 사회의 3가지 특징

1 압도적인 부동산 자산비중

첫 번째 특징은 자산 포트폴리오에서 부동산 비중이 타 국가에 비해 매우 높다는 것입니다. 2021년 기준 한국의 가계자산에서 부동산으로 대표되는 비금융자산의 비중은 약 64%로 미국, 일본, 영국에 비해 1.5배에서 2배 정도 높습니다. 이는 한국의 고령층은 자산이 없는 게 아니라 캐시 플로우가 부족하다는 것을 의미합니다. 우리는 결국 부동산 자산을 어떻게 금융자산으로 바꿔 자본시장으로 유입 시키고 소비를 촉진하여 아래 세대와 시니어가 같이 혜택을 누리도록 할지를 고민해야 합니다.

연령별 국가별 자산 구조 현황

연령별 자산구조 현황(2023년 기준)

(만원)	전체	29세 이하	30-39세	40-49세	50-59세	60세 이상	65세 이상
자산	52,727	14,662	38,617	56,122	60,452	54,836	50,714
부동산	37,677	4,664	20,611	37,628	42,200	42,554	40,736
부동산 비중	71%	32%	53%	67%	70%	78%	80%
부동산 담보대출	4,382	1,047	4,918	6,097	5,409	3,001	2,327
부동산 부채비율	12%	11%	24%	16%	13%	7%	6%
순부동산 자산	33,295	3,617	15,693	31,531	36,791	39,553	38,409
순부동산 비중	76%	36%	57%	72%	74%	81%	84%

주요국 가계자산 구성 비교(2021)

(%)	한국	미국	일본 (2020)	영국
비금융자산	64.4	28.5	37.0	46.2
금융자산	35.6	71.5	63.0	53.8

출처: 통계청, 광수네 복당방, 삼일PwC경영연구원

2 지방 고령화 가속

두번째 특징은 서울과 지방의 인구구조 불균형입니다. 현재 시점과 2043년의 60세 이상 인구가 차지하는 비율의 증가 속도는 서울은 14%p인데 비해 강원도와 영호남은 20%p에 육박하여 지역별 편차가 큼니다. 지역별 20~30대 인구의 유출 현황을 봐도 수도권은 유입이 더 많은데 반해 지방은 유출이 더 많습니다. 이렇게 서울과 수도권은 젊은 세대의 유입이 이루어지고 있는데 반해 지방은 청년인구 유출로 인해 인구구조변화 속도와 위기를 더욱 빠르게 체감하고 있습니다. 따라서 지방소멸 대응 문제는 지역금융기관의 입장에서는 생존의 문제입니다.

'24년 vs. '43년 고령화 속도 비교 (60세 이상)



* $(2043\text{년 } 60\text{세 이상 인구 비율} - 2024\text{년 } 60\text{세 이상 인구 비율}) \div (2043 - 2024)$

출처: 통계청

지역별 20~39세 유출 현황* ('23년 기준)



*지역별 20-39세 전입-전출세대

3 고령층 양극화 심화

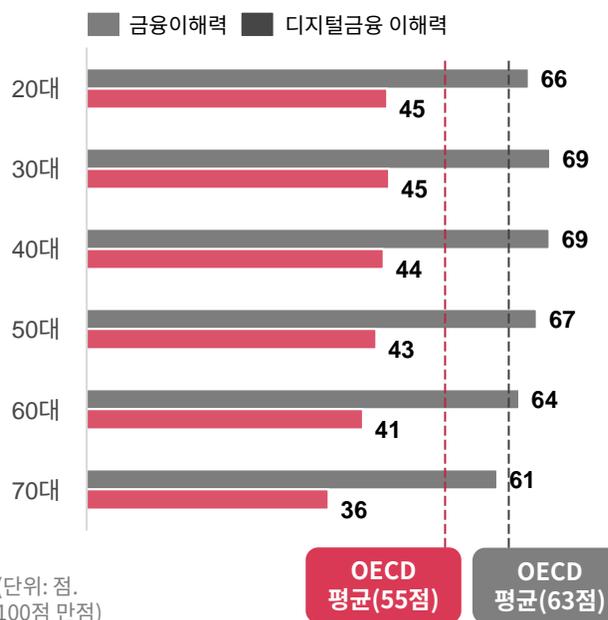
세번째 특징은 시니어의 양극화 문제입니다. 양극화는 소득격차, 금융 이해력¹, 디지털 금융 이해력², 금융 접근성에서 발생합니다. 물론 소득격차가 가장 중요한 부분이나, 저소득층 이슈는 정부가 해결해야 할 문제로 귀결되므로, 결국 중소득층, 고소득층 시니어가 향후 금융기관에게 중요한 고객이 될 것입니다. 따라서 이들의 자산을 관리하고, 아래 세대로 이전시키는 역할 또한 금융기관의 몫이 될 것입니다. 그리고 이 과정에 있어서 고령층의 금융 이해력이 매우 중요한 요소가 될 것입니다. OECD의 조사에 따르면 한국의 60, 70대의 금융 이해력은

OECD 평균과 유사하나 디지털 금융 이해력은 OECD 평균에 한참 미치지 못하고 있습니다. 디지털 금융 이해력의 세부 항목인 디지털 금융 지식은 OECD 평균과 유사하나, 디지털 보완과 같은 금융 태도 요소에서 평균에 크게 밀렸었습니다. 한편, 4대 은행의 수도권 밀집도 양극화를 보여주고 있습니다. 4대 은행 영업점의 약 70%가 서울, 경기, 인천에 몰려 있어 영업점당 인구수가 1만 3천명 수준임에 비해, 기타 지역은 이 보다 2~3배가 넘는 3~4만명대 수준으로 큰 편차를 보이고 있습니다.

소득격차에 따른 대응 방향

고소득층	<ul style="list-style-type: none"> • 소수 Premier 자산가 • 대상 금융서비스 개화 	순자산 9억 원
중소득층	<ul style="list-style-type: none"> • MassAffluent 고령층 • 금융회사 대응 필요 	순자산 1.5억 원
저소득층	<ul style="list-style-type: none"> • 공공의 영역 • 정부정책으로 해결 	

연령대별 금융 이해력 및 디지털 금융 이해력 비교('22년)



출처: 금융감독원, OECD

4대 은행 영업점당 인구수('22년)



1 개인의 건전한 금융 결정 및 궁극적인 금융 복지 달성을 위해 필요한 금융 지식, 태도 및 행위 등을 망라한 개념
 2 디지털 기술이 금융이용에 중대한 영향을 미치게 됨에 따라 OECD는 최근 디지털 금융 이해력 관련 문항을 추가하여 별도 조사를 권고

04 한국형 부의 이동(Wealth Transfer)의 방향성

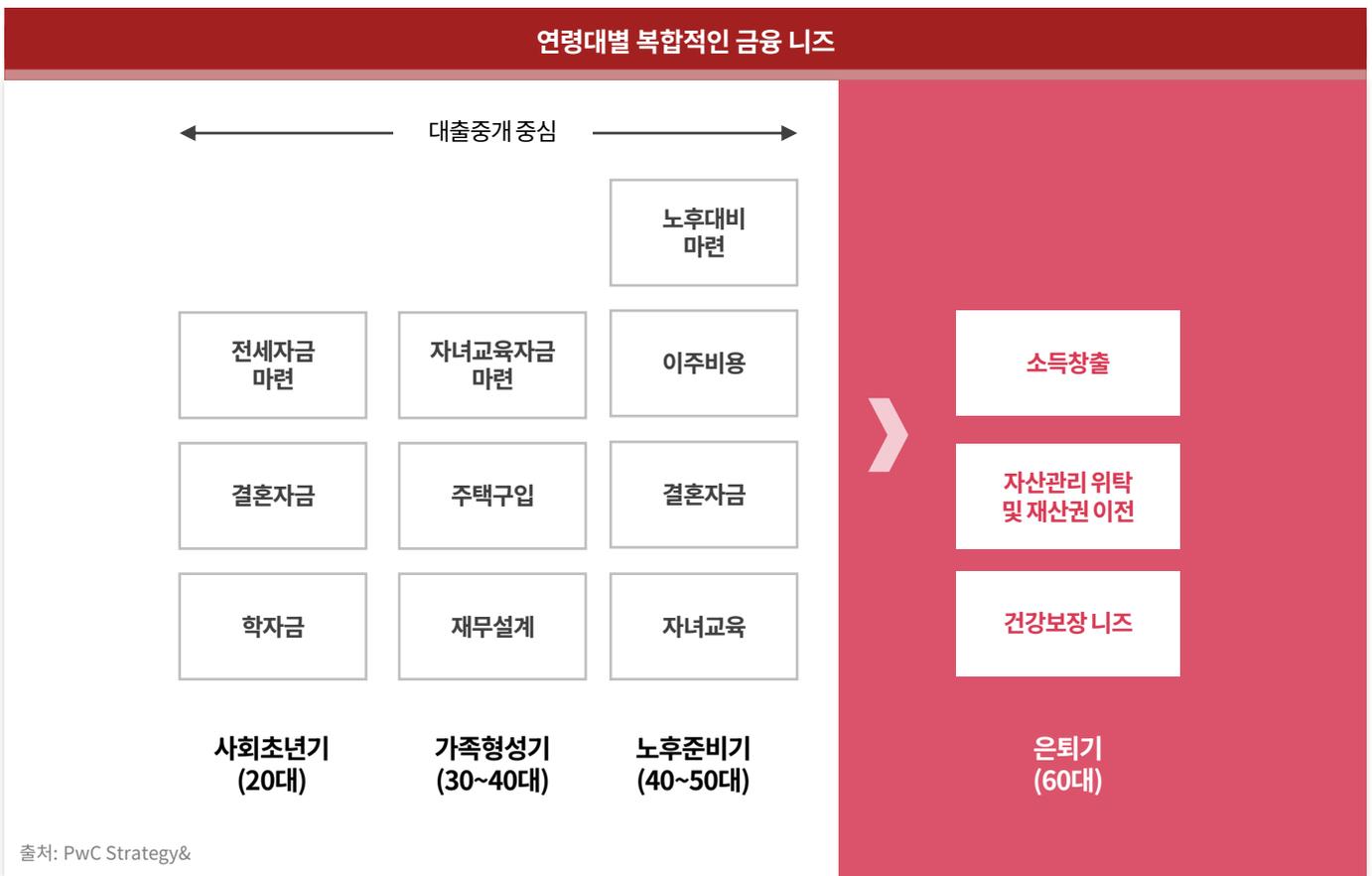
미국과 일본의 베이비붐 세대는 올해부터 75세 인구에 편입이 됩니다. 자료에 따르면 미국의 베이비붐세대에서 X세대와 MZ세대로 이전될 자산의 규모가 앞으로 20년간 무려 72조달러(약 9.9경원)로 전망되고, 일본의 경우 단카이 세대³에서 앞으로 30년간 상속으로 이전될 자산의 규모가 650조엔(약 5,800조원)에 이를 것으로 추정됩니다.

그렇다면 한국에서 세대간 대대적인 부의 이동이 어떤 형태로 발생해야 하는지, 이른바 한국형 부의 이동의 방향성에 대한 인지가 필요합니다. 한국형 부의 이동에 있어서 중요한 것은 어떻게 부동산에 편중된 자산을 금융자산으로 이동시킬 것이며, 이를 고령층의 소득, 즉 캐시 플로우로 연결하는 것에 대한 문제입니다. 이 문제가 해결된다면 세대간 부의 이동도 훨씬 쉽게 이루어질 수 있으며, 무엇보다 자본시장의 성장에 큰 역할을 하게 될 것입니다. 또한 고령층의 소비를 통해 국가경제도 활성화되는 효과를 기대할 수 있습니다.



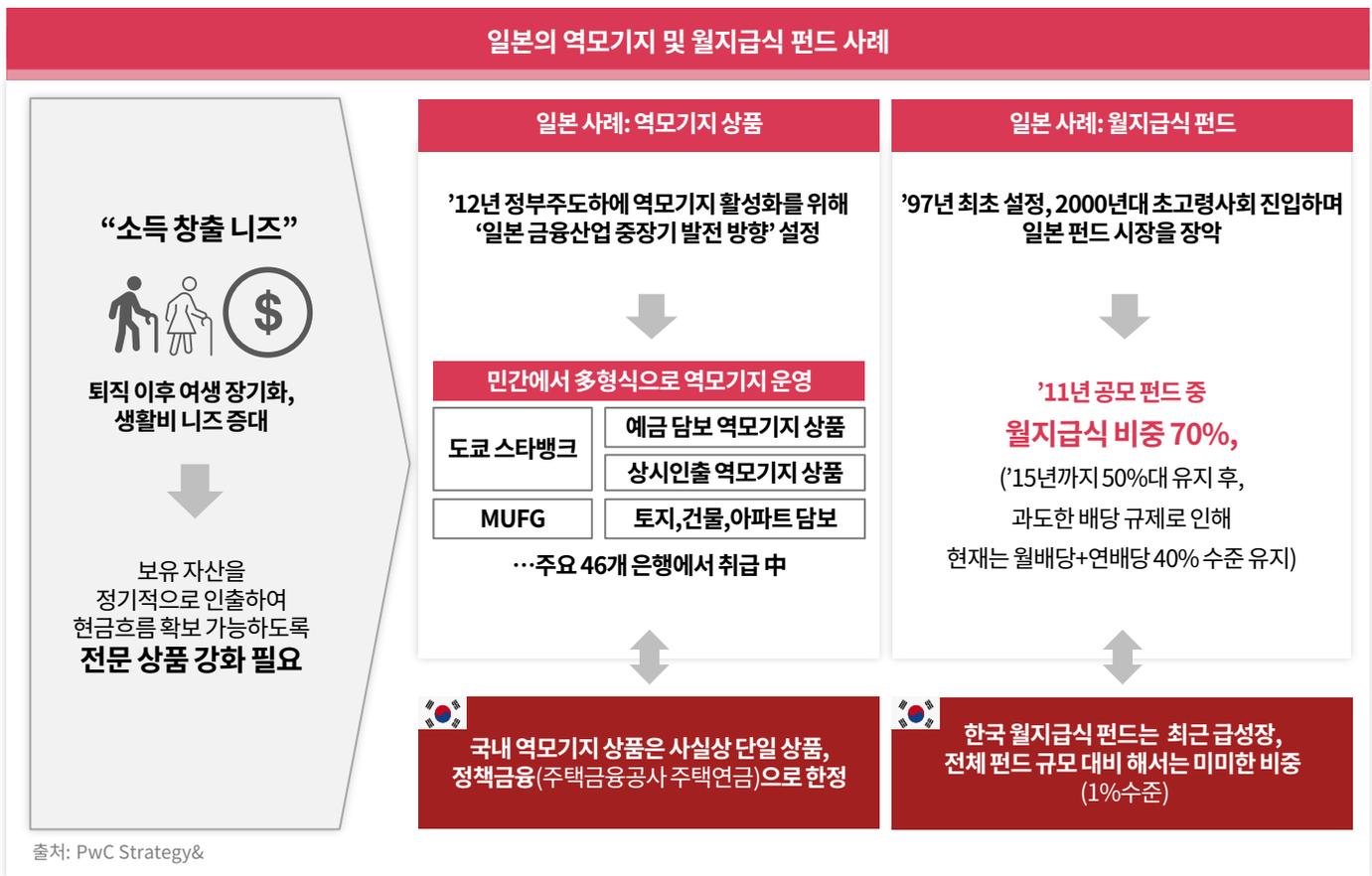
3 제2차 세계대전 직후 태어난 일본의 베이비붐 세대. 단카이(団塊, 단괴)란 그 수가 많아서 덩어리처럼 뭉쳐 있다는 의미

금융기관은 이 거대한 부의 이동 하에서, 앞으로 발생할 새로운 금융 니즈에 재빠르게 대응해야 합니다. 앞으로의 금융은 금융자산의 관리와 증대는 물론이고, 노후생활비나 건강관리를 위한 병원비지출, 상속 등 복합적인 금융 니즈에 대응을 해야 합니다. 이와 관련하여 4가지 전환 포인트를 제시합니다.

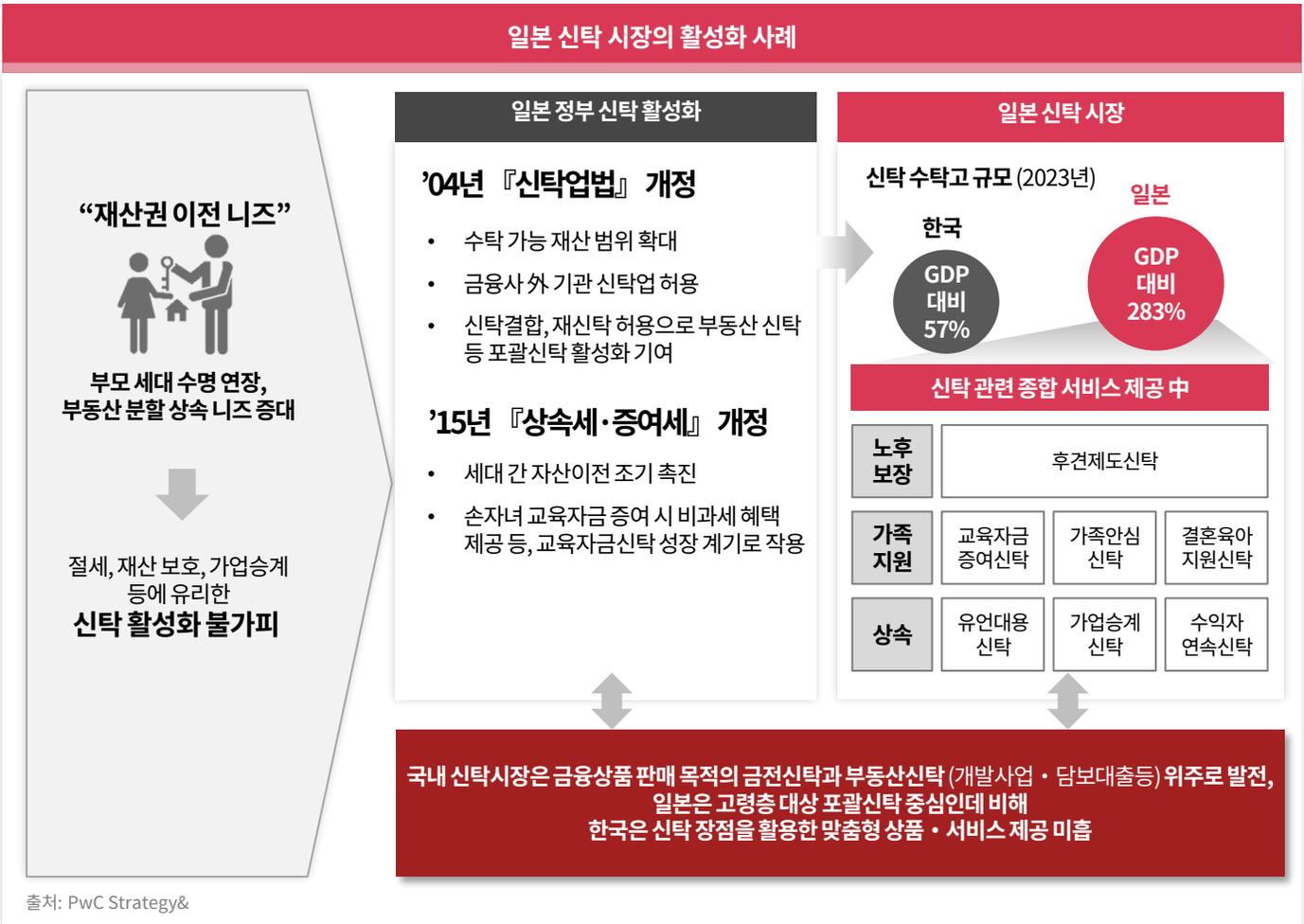


소득 니즈를 충족하기 위한 상품으로는 역모기지 상품이 있습니다. 현재 한국은 주택금융공사가 보증하는 역모기지 상품, 즉 주택연금의 형태가 일반적이지만 일본의 경우 민간에서 다양한 형태로 운영이 되고 있습니다. 또한 월지급식 펀드가 지난 20년간 꾸준히 성장하면서 일본 펀드시장을 장악했습니다. 해당 상품은 연금처럼 매달 일정 수익이 들어온다는 점에서 은퇴한 일본 고령층에게 인기가 높습니다. 이에 비해 한국은 최근에 각광을 받고 있기는 하나, 아직은 1% 수준의 미미한 비중을 차지합니다.

일본의 역모기지 및 월지급식 펀드 사례



재산권 이전과 관련해 신탁업의 성장은 불가피할 것으로 예상됩니다. 한국 부동산에 쏠린 고령층의 자산은 여러 자식에게 나누어 주기도 애매하고, 처분을 해야 증여나 상속이 가능합니다. 신탁이 발달하게 되면 부동산 자산이 금융자산으로 이전될 수 있으며 부의 자식세대 이전에 있어 세금 등 여러 면에서 편리한 장점이 있습니다. 일본의 신탁시장은 GDP 대비 283% 인데 반해 한국은 57%에 불과합니다. 뿐만 아니라, 국내 신탁시장은 은행 중심의 특정금전신탁이 대부분입니다. 일본은 고령층 대상 포괄신탁 중심인데 비해 한국은 신탁의 장점을 활용한 맞춤형 금융상품이나 서비스 제공이 미흡한 상황입니다.



사망한 후에도 개인의 금융 니즈는 여전히 존재합니다. 상속, 상조, 기업승계와 같은 니즈들은 사망 후 관리가 필요한 부분입니다. 금융 선진국에서는 시니어 금융이 노후생활 자체를 맡기는 토탈 서비스로 진화하고 있습니다. 대표적으로 일본에 SMBC(Sumitomo Mitsui Banking Corporation, 미쓰이스미토모은행)은 단일 신탁상품 내에서 사후 인생까지 종합적으로 지원하는 서비스를 제공하고 있습니다.

일본 보험사는 요양 서비스를 시작으로 다양한 사업에 진출하였습니다. 더 이상 금융상품만의 관점에서만 시니어 금융을 바라봐서는 안 되며, 종합적인 서비스의 관점이 필요합니다. 특히 시니어 라이프 전반에 대한 서비스가 복합적으로 구성되어야 합니다.

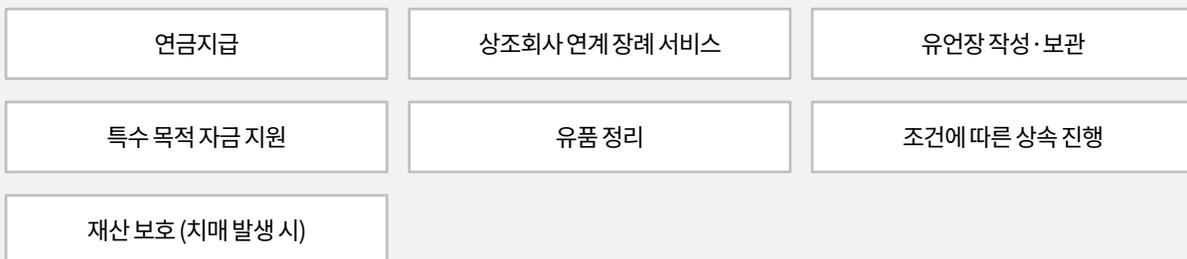
시니어의 토탈 라이프케어 니즈와 일본의 사례

토탈 라이프케어 니즈



대표 사례

‘SMBC 100세 시대 여권(100-Year Passport) 신탁’
 단일 신탁상품 내에서 노후생활비, 사망 후 수습, 상속까지 종합 지원



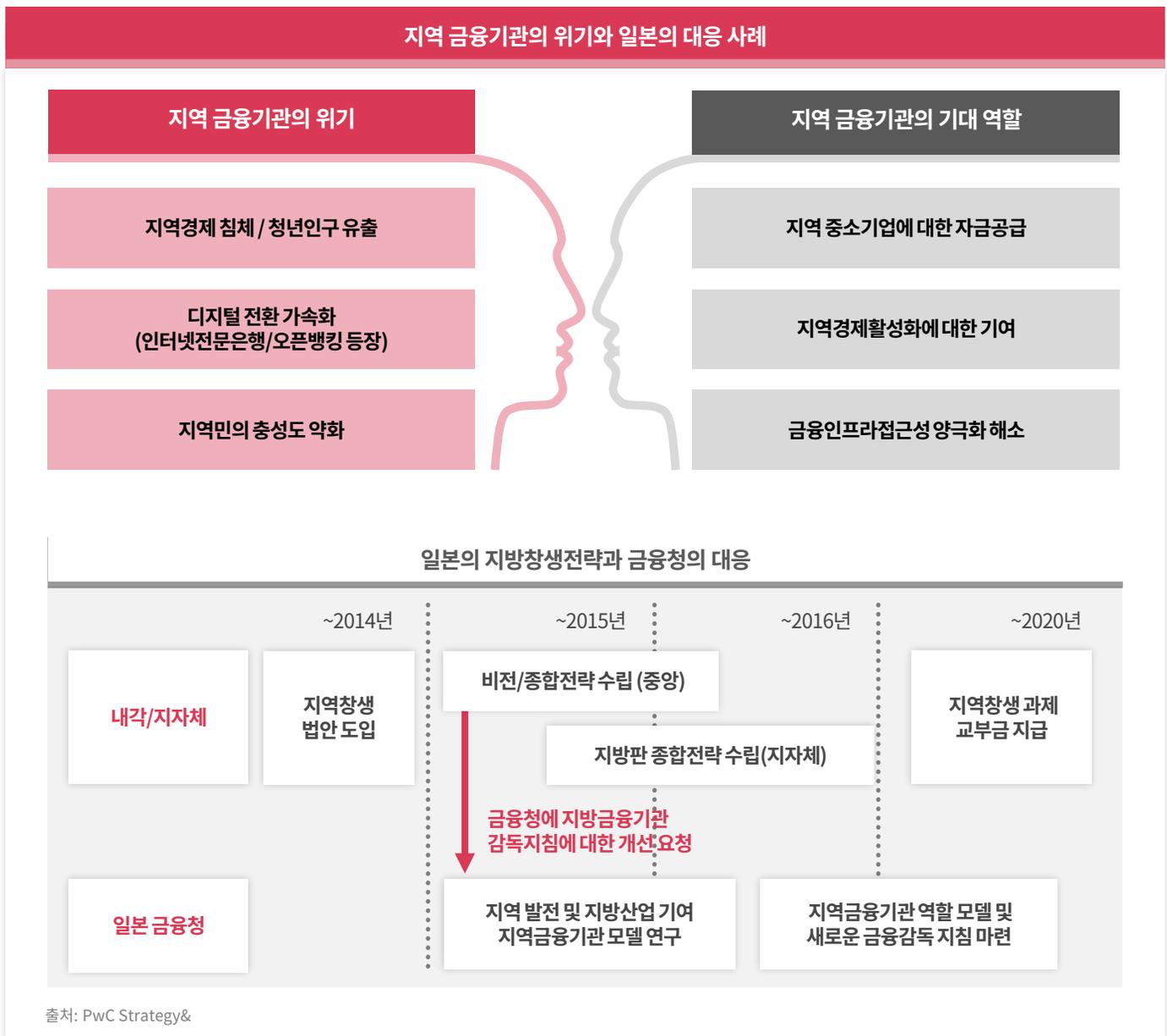
출처: PwC Strategy&

일본의 다양한 시니어 보험 상품

母회사	시니어業子회사	시설 요양				재택 요양		
		개호형 유료 홈	서비스형 주택	치매대응형 공동생활개호	개호형 저비용 홈	통원서비스	방문서비스	단기입소
숨포홀딩스	숨포케어	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
소니라이프	소니라이프케어	✓	✓					
도쿄마린	도쿄해상 베테라이프케어	✓	✓				✓	✓
MSIG	미쓰이스미토모 케어넷	✓					✓	✓
닛폰 생명보험	후레아이두라이프					✓		
메이지야사	선비너스다치가와	✓						

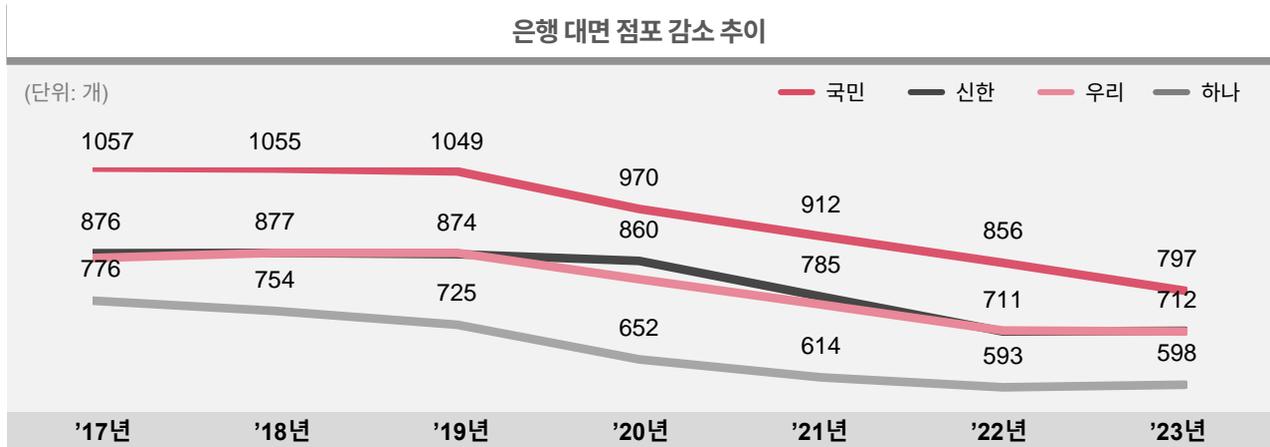
출처: PwC Strategy&

지방금융기관은 지역경제 침체, 청년 인구 유출과 더불어 지역민의 충성도 약화로 어려움을 겪고 있습니다. 이러한 상황에서 인터넷전문은행, 오픈뱅킹의 등장으로 디지털 전환이 가속화되며 지방금융기관의 역할 재정비의 필요성이 증가하고 있습니다. 이 때 지방은행 중심의 은행시스템을 가지고 있는 일본의 과거 지방창생전략을 살펴볼 필요가 있습니다. 일본은 2014년 지역창생 법안을 도입하여 지역 발전과 지방 산업에 기여하는 지역금융기관 모델과 새로운 금융감독 지침을 마련한 바 있습니다. 이를 참고하여 한국도 지방금융기관의 역할 강화를 위한 정책을 수립한다면, 지역 중소기업에 자금을 공급하고, 금융 인프라 접근성 양극화 문제를 해소하여 지역 경제를 활성화하는데 기여할 수 있을 것입니다.



고령자의 금융 접근성에 대한 대안은 단연 최근 각광받고 있는 생성형 AI(Gen AI)가 될 것입니다. 생성형 AI는 미래에 금융의 거의 모든 것을 바꿀 것이라고 이야기할 수 있습니다. 지속적으로 감소하는 은행 점포는 생성형 AI의 발전에 따라 사람보다 더 높은 수준의 상담능력을 갖출 것으로 예측합니다. 생성형 AI는 자연어의 맥락을 이해하고 답변도 내러티브로 풀어내는 형식이기 때문에 WM이나 PB에서 이루어지는 상당히 복잡한 수준의 상담도 가능합니다. 무엇보다 직원의 역량 편차에 따른 서비스 수준 차이가 없다는 장점이 있습니다. 결국 고령자의 복합서비스를 위한 초개인화는 생성형 AI를 통해 완성될 가능성이 매우 높습니다.

은행 접근성 감소와 생성형 AI의 영향



출처: 금감원

**은행 대면 점포는 6년간 21% 감소,
일부 비수도권 점포당 인구 수 30만명에 육박...**

Gen AI, 대면 점포 대체

- 금융소외층 자연어 문의 대응
- 고객 개개인의 맥락 고려한 서비스

Gen AI, 대면채널 효율성 증대

- AI-powered 뱅커로 효율성 극대화
- 소수의 인력으로 수준 높은 상담 수행

출처: PwC Strategy&

디지털 기술 진화에 따른 금융의 발전

	Before Digital Transformation: 전통 은행 시대	1st Wave of Digital Transformation: Mobile App 금융 시대	2nd Wave of Digital Transformation: Gen AI 금융 시대
리테일 뱅킹	<ul style="list-style-type: none"> 영업점에서 고객 응대 높은 개인화가 가능하지만 비용 또한 높음 	<ul style="list-style-type: none"> Mobile Self 서비스 확대 간편 편리하나, 서비스는 표준 & 규격화 	<ul style="list-style-type: none"> 초밀착형 생활 금융 경쟁 전개 전망
보험	<ul style="list-style-type: none"> 설계사의 관계 기반 대면 영업 	<ul style="list-style-type: none"> 일부 상품 판매 및 업무 비대면 化 장기보험은 여전히 대면 중심 	<ul style="list-style-type: none"> 복잡한 약관 설명, 상품 설계에 대한 혁신적인 변화 전망
자산관리 (증권, 자산 운용)	<ul style="list-style-type: none"> PB 및 영업점의 상품 권유 소수의 고객만 개인화된 관리 	<ul style="list-style-type: none"> 상품 거래 간편화 여전히 소수 고객만 대면으로 개인화 관리 	<ul style="list-style-type: none"> 모든 고객 대상 맞춤형 니즈 해소 상품 설계/설명/관리까지 초개인화 전망

관계 기반 개인화

높은 유통 비용

표준화 서비스

낮은 유통 비용

초개인화 서비스

낮은 개인화 비용

Gen AI 초개인화 서비스 사례 ("사람과 대화하는 수준"으로 진화 전망)

내 2024년 금융소득세를 알고 싶어

고객님의 은행을 포함한 전체 금융계좌의 예상 이자소득은 19,456,789원으로 2,723,950원 원천징수액 외 추가 세액은 0원으로 예상됩니다.

2026년 만기 예정인 A은행 계좌를 올해 중도해지한다면, 금융소득세가 더 부과될까?

중도해지 시 A은행계좌의 예상 이자금액은 1,876,871원으로, 총 이자금액은 21,333,660원이며 금융소득 종합과세 대상입니다... 예상 세액은 3,186,712원 입니다.

올해 만기 예정인 B 계좌의 만기를 내년으로 늦추면, 금융소득 종합과세 대상에서 벗어날까?

(계속)

출처: PwC Strategy&

05 실행 과제

첫째, 금융기관은 비전부터 상품, 서비스, 채널전략, 인프라전략까지 시니어에 맞춘 사업 전략을 반드시 수립해야 합니다. 또한, 금융지주 차원에서 어떤 비전을 가지고 금융상품과 비금융상품을 구성하고 그에 맞는 운영체계를 마련할지 고민해야 합니다.

고령자가 주 고객인 일본의 손보재팬(Sompo Japan)은 회사의 비전까지 바꾸며 시니어 케어 사업으로의 다각화에 성공하였습니다. 2015년 “국내와 해외에서 항상 최고의 고객 서비스를 제공하는 기업”이라는 비전에서 “고객의 보안, 건강, 웰빙을 위한 테마파크”로 변경하며 영양과 헬스케어 사업에 본격적으로 진출하였습니다. 또한 간병 전문 업체와 간병용품 렌탈 업체를 인수하고, 실버타운 19개를 운영하는 등 시니어 사업 강화를 위한 투자를 과감히 실행하였습니다. 현재는 보험사업 대비 20% 가까운 이익을 시니어 사업에서 창출하고 있습니다.

시니어 금융 비전 체계 예시



일본 보험사의 비전 및 포트폴리오 조정 사례

日 보험사 손보재팬은 시니어를 Target으로 하여 사업 비전 및 Portfolio를 조정

비전 재수립

“생보업 저성장 下, 신규성장 동력 확보 위해 Vision 재정립”

'15 이전

“국내와 해외에서 항상 최고의 고객 서비스를 제공하는 기업”

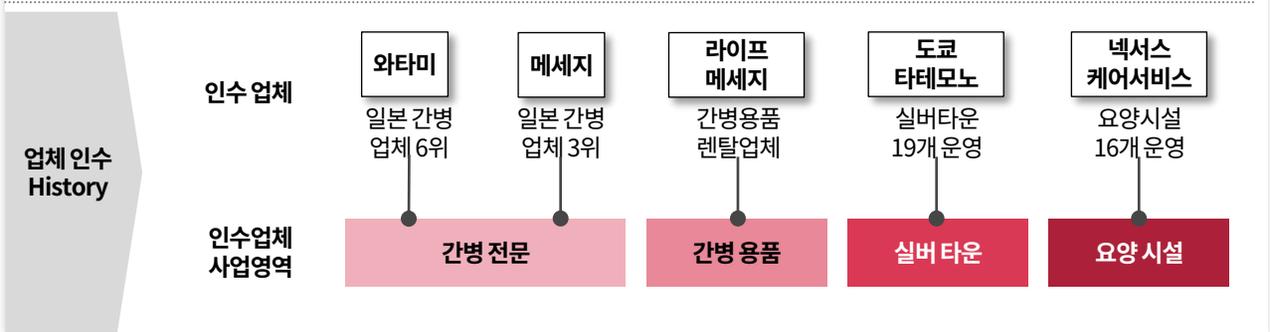
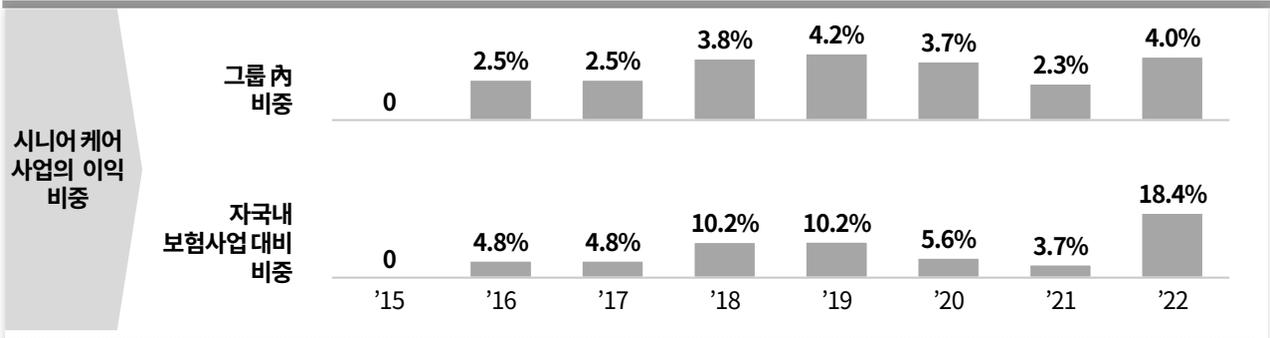
- 성장성이 높은 글로벌 신시장 진출
- 순수 보험 중심의 역량 강화

'15 이후

“고객의 보안, 건강, 웰빙을 위한 테마파크”

- **요양과 헬스케어 등 신사업 영역에 진출**
- Best Customer Service Provider로서의 **디지털 역량 강화**
- **웰니스 분야**에서의 글로벌 경쟁력 강화

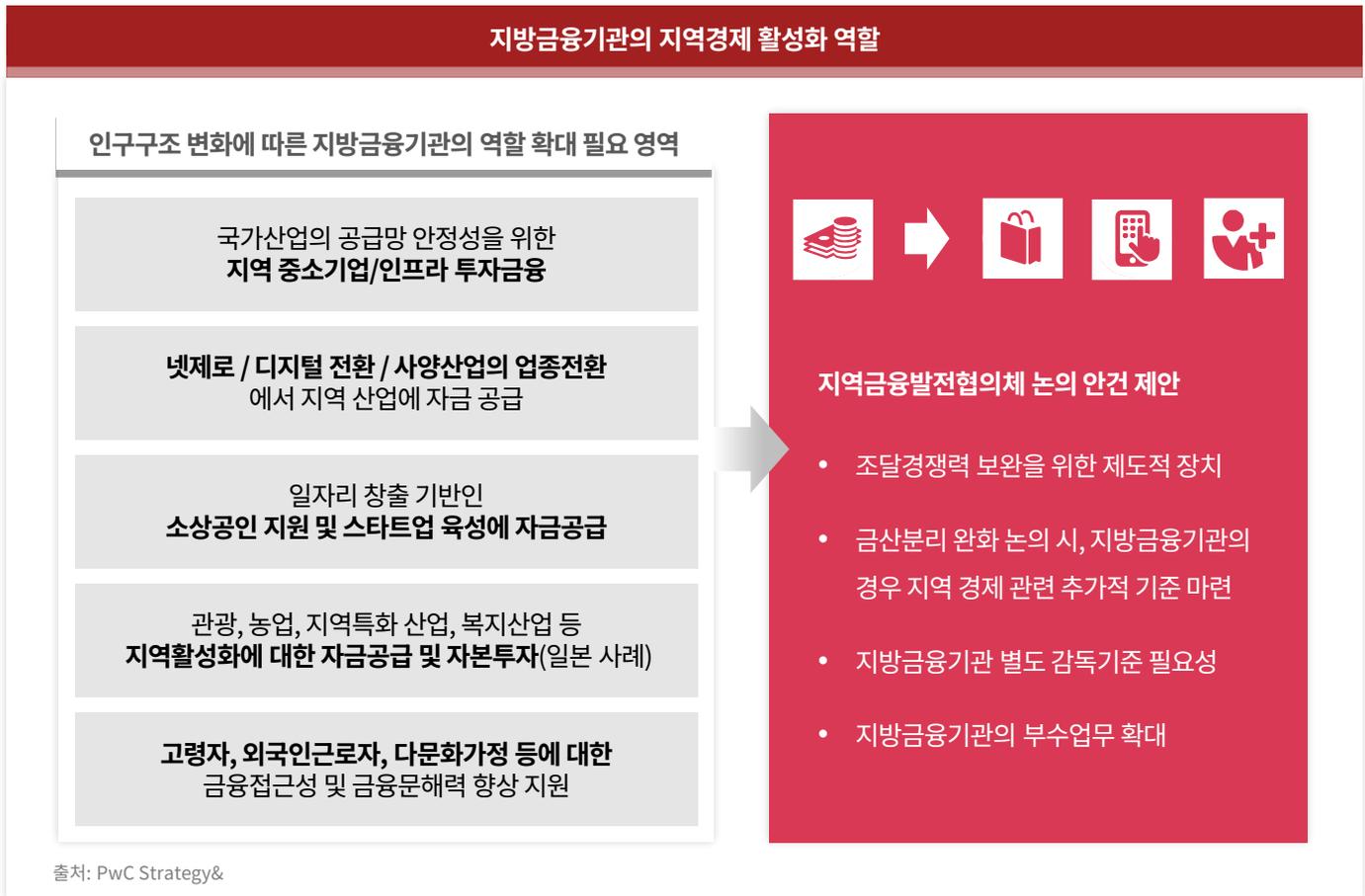
시니어 케어 사업 진출 경과 및 성과



출처: PwC Strategy&

둘째, 지방금융기관은 지역 경제 활성화에 과감하게 자금을 공급하는 역할을 하며 지방 소멸에 대응해야 합니다.

예시로 지역 중소기업과 인프라 투자금융 영역의 강화를 통한 국가 산업의 안정적 공급망 구축, 소상공인 지원 및 스타트업 자금 공급을 통한 일자리 창출, 지역활성화를 위한 자본 투자를 통한 관광, 지역 특화 산업 강화 등의 노력이 있습니다. 이를 위해서는 제도적인 보완책이 반드시 필요합니다. 금감원에서 추진할 지역금융발전협의체에서는 지방은행을 위한 조달경쟁력 강화, 별도의 감독기준, 그리고 업무영역 등의 광범위한 내용을 논의해야 할 것입니다.



셋째, 감독당국은 금융 상품서비스 확대, 일부 금융업권의 활성화와 혁신 촉진, 생성형 AI를 통한 금융접근성의 혁신을 위한 지원을 확대해야 합니다.

예시로는 금융기관의 시니어 서비스 다각화, 신탁업 활성화와 혁신 사업자의 진입장벽 완화를 위한 지원 확대, 지속가능한 지역 금융을 위한 제도적 장치 마련, 생성형 AI와 클라우드 활성화를 위한 규제 완화, 고령층의 파이낸셜 리터러시 향상을 통한 금융 사기 예방이 있습니다. 앞서 언급한 금융기관의 문제들은, 감독당국의 전향적 자세와 산업 육성의 의지가 있어야만 해결이 가능할 것입니다.

감독 당국 산업 육성의 촉진자 역할

<p>1</p> <p>금융기관의 시니어서비스 다각화 지원</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 금산분리 규제 검토 시, 부수업무 및 자회사 출자 규제 합리적 개선 ▪ 금융기관의 시니어사업 진출로 이자수익 외 수익원 확보 지원
<p>2</p> <p>신탁업 활성화 및 혁신사업자 진입 기반 마련</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 사실상 특정금전신탁이 대부분인 국내 신탁시장 성장지원 ▪ 은행 이외의 금융업권 디지털 전환 촉진 ▪ 부의 이전을 촉진할 혁신사업자 등장 기반 마련 (일본의 앤두(&Do))
<p>3</p> <p>지속가능한 지역 금융기관의 제도적 장치</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 지역투자금융 활성화 ▪ 세제, 자금조달, 위험가중자산(RWA) 등 다양한 제도적 지원 통해 지역자금의 역내 고정방안 마련
<p>4</p> <p>Gen AI / Cloud 활성화를 위한 전향적 규제 완화</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gen AI, 초개인화 등을 통한 혁신금융서비스 촉진 및 접근성 강화 <p>※ 금융위, 금감원, 금융보안원 등은 지난 4월 12일 금융부분 망분리 TF 1차 회의</p>
<p>5</p> <p>고령층의 금융 이해력 향상 및 금융사기 예방</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 국민적 금융 이해력 향상 및 금융투자에 대한 인식 개선 ▪ 민간(금융기관, 통신사) 감독당국, 검경 등이 포함된 금융사기 대응 협력구도 마련

출처: PwC Strategy&

06 결어

인구구조의 변화에 따라 정해진 미래에 대응하는 핵심은 한국의 세대간 부의 이동, 즉 어떻게 부동산 자산을 금융자산으로 전환할 것인가에 달려 있고 금융이 그 역할을 해야 합니다. 잠자고 있는 자산을 깨어 움직이는 자산으로 전환할 수 있으면 그 과실은 시니어 세대와 그 아래 세대, 기업 모두가 누릴 수 있고 국가 경제의 활성화로 이어질 것입니다.

시니어 금융을 어떻게 바라보고 접근하는가에 따라, 우리의 미래는 달라질 것입니다. 시니어들의 자산이 자본시장에 유입되어 새로운 밸류업 구조를 마련하고, 금융과 융합된 시니어 특화 서비스는 금융시장의 확대와 더불어 해외진출을 위한 무기가 될 수 있습니다. 이러한 시니어 금융 혁신은 금융당국과 금융회사의 전향적 인식전환과 관심으로 발현될 수 있을 것입니다.

시니어 금융 강국을 위한 준비



**늘어나는 대한민국,
금융의 역할은
자본시장의 새로운
Value-up 구조 마련**

대한민국의 성장을 이끌며
쌓아온 시니어들의 “자산”은
기업 그리고 모든 세대의
Value-up을 위한 “열쇠”



**시니어 금융,
금융회사의 핵심
경쟁력이자 성장동력**

금융과 융합된 시니어 특화
서비스는 “금융시장의
확대”와 더불어 해외진출의
“주력 무기”



**금융당국, 금융회사
그리고 국민 모두의
전향적 인식전환과
관심 요구**

피할 수 없는 초고령화 돌입,
“금융의 틀”을 벗어난 새로운
시니어 금융은 혁신의
“Playground”에서 발현 가능

출처: PwC Strategy&

Contacts

문흥기 Partner

hong-ki.moon@pwc.com

02-709-0394

김창래 Partner

chang-rae.kim@pwc.com

02-3781-1412

임상표 Partner

sang-pyo.yim@pwc.com

02-709-0651

전우영 Partner

woo-young.jeon@pwc.com

02-3781-1431

strategyand.pwc.com/kr/ko

S/N: 2405C-RP-030

© 2024 PwC Consulting. All rights reserved. PwC refers to the PwC network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details. Mentions of Strategy& refer to the global team of practical strategists that is integrated within the PwC network of firms. For more about Strategy&, see www.strategyand.pwc.com. No reproduction is permitted in whole or part without written permission of PwC.

Disclaimer: This content is for general purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.