

“밀레니얼세대 금융 주 소비자로... 디지털 채널서 성패”

우리금융경영연구소 보고서

JP모건 채이스 차별화된 전략 전개 미국 4대 은행 중 가장 높은 ROE달성

국내도 특화 상품·서비스 운영 필요

전 세계에서 밀레니얼 세대(1981년~1997년 사이 출생한 세대)가 금융 서비스의 주요 사용자로 떠오르면서 국내에서도 이들을 겨냥한 특화 상품·서비스를 본격적으로 운영해야 한다는 분석이 나왔다.

우리금융경영연구소는 21일 보고서를 통해 “JP모건 채이스가 2016년부터 밀레니얼 세대를 주요 타겟고객으로 규정하고, 이전 세대와 차별화된 전략을 전개한 결과 올 상반기 미국 4대 대형은행 중 가장 높은 자기자본이익률(ROE)을 달성했다”고 밝혔다.

◆ ‘소비’ 중시 밀레니얼 세대

연구소에 따르면 JP모건은 밀레니얼 세대가 소득에 비해 소비수준이 높아



〈세대별 인구수 및 리테일 소비 추정 (2014년-2020년)〉

세대 (출생년도)	2015년 인구수	성인인구 중 비중	2014년 리테일소비	2014-2020 CAGR	2020년 리테일소비	2020년 소비 비중
Millennials (81-97)	75.4mm	31%	\$600B	15%	\$1.4T	30%
GenX (65-80)	66.0mm	27%	\$1.4T	4%	\$3.3T	70%
Boomers (46-64)	74.9mm	31%	\$992B			
Silent (before 46)	28.0mm	11%	\$214B			

(단위: B=Billion, T=Trillion)

/자료=JP Morgan Chase

전체 금융상품 중 신용카드에 대한 수요가 가장 많을 것으로 판단했다.

이에 따라 JP모건은 밀레니얼 세대가 선호하는 혜택 중심의 카드 상품인 ‘사파이어 리저브(Sapphire Reserve)’를 출시해 고객기반을 확보하고, 카드 포인트와 연계한 주택담보대출 및 예금상

품을 개발해 상품 판매를 확대했다.

실제 JP모건은 사파이어 브랜드의 신용카드를 보유한 고객이 자사의 주택담보대출을 받을 경우 리워드 포인트를 제공해 밀레니얼 세대의 참여를 늘렸다. 이어 신규로 예금계좌를 개설하는 고객에게 카드 포인트를 제공하는 예금

상품을 출시하면서 온라인 주식거래 수수료 면제, 스포츠이벤트·콘서트 조기 입장권 제공 등 밀레니얼 세대가 선호하는 혜택을 더해 고객들로부터 높은 호응을 이끌었다.

◆ 밀레니얼 세대 겨냥 디지털 채널 강화

연구소는 밀레니얼 세대를 위한 채널 운영 차별화를 JP모건의 또 다른 성공 전략으로 꼽았다. JP모건은 디지털 선호도가 높은 밀레니얼 세대의 특성을 활용해 ‘고객을 유인하는 역할’로서의 디지털 채널을 강화했다.

JP모건은 모바일뱅킹앱을 활용해 디지털 소비관리 서비스 등 밀레니얼 세대에 특화된 금융 서비스를 제공하고, 디지털 투자 서비스를 런칭해 상당 고객을 유치했다. 올해 7월부터는 투자 포트폴리오를 제공하는 로보어드바이저 서비스를 추가로 마련했다.

밀레니얼 고객 확대 전략을 추진한 이후 JP모건은 금융 시장에서 ‘밀레니얼 세대가 가장 선호하는 은행’으로 평가되고 있다.

JP모건의 소매금융 부문 수익 또한

이같은 전략이 긍정적으로 작용하면서 타 비즈니스 부문과 경쟁은행의 동일 비즈니스 부문에 비해 양호한 성장세를 시현했다. 특히 개인영업과 카드 수익이 각각 29.9%, 24.5% 증가하며 소매금융 부문 실적을 견인한 것으로 나타났다.

연구소는 국내 밀레니얼 세대 또한 미국과 유사한 행태를 보이고 있는데 따라, 국내 금융업계도 JP 모건의 사례를 참고해 밀레니얼 세대에 특화된 상품·채널 운영을 본격화할 필요가 있다고 지적했다.

연상은 우리금융경영연구소 책임연구원은 “현재 국내은행들은 밀레니얼 세대 고객 확보를 위한 전용 카드상품과 대학 캠퍼스 지점 등을 운영하고 있으나 아직까지 밀레니얼 세대를 ‘주요 금융서비스 이용 고객’ 보다는 ‘잠재고객’으로 접근하는 한계가 있다”며 “밀레니얼 세대가 경제활동의 중심이 돼가는 가운데, 국내 은행도 비즈니스 여건과 밀레니얼 세대의 특성을 반영해 종합적인 상품과 채널을 운영해야 한다”고 말했다.

/홍민영 기자 hong93@metroseoul.co.kr

KEB하나은행 기업고객 전 은행 계좌관리 ‘한번에’

계좌통합관리 서비스 확대 제공

KEB하나은행이 기업고객의 이용 편의성을 혁신적으로 개선한 ‘전 은행 계좌관리 서비스’를 시행한다.

KEB하나은행은 복수의 은행에서 거래하고 있는 대다수 기업고객의 니즈를 반영해 당행과 일부 시중은행 및 핀테크 업체에서 제공 중인 개인손님 대상 계좌통합관리 서비스를 기업 고객에게까지 확대 제공한다고 21일 밝혔다.

전 은행 계좌관리 서비스는 19개 전 시중은행의 입출금이 자유로운 계좌에 대한 잔액 및 거래내역 조회가 한 눈에 가능한 것은 물론, 여러 은행에 흩어져 있는 자금을 단 한 번의 실행으로 하나의 계좌로 모을 수 있는 기능도 제공한다.

/홍민영 기자



또한, 전 은행 계좌의 일별 잔액 현황 보고서 출력 기능까지 더해져 기업 자금담당 실무자들의 업무 경감 효과도 기대된다.

KEB하나은행의 전 은행 계좌관리 서비스는 기업 인터넷뱅킹 이용 손님이면 누구나 홈페이지 접속을 통해 무료로 이용할 수 있는 범용 서비스로 직관적이고 쉬운 사용자 이용환경을 제공한다.

삼성카드

다이렉트 오토로 차량 구매하면 ‘캐시백’

이벤트 응모하면 최대 30만원

삼성카드는 오는 31일까지 다이렉트 오토를 통해 차량을 구매하는 고객을 대상으로 유용한 혜택을 제공한다고 21일 밝혔다.

먼저 삼성카드 홈페이지에서 이벤트 응모 후 삼성카드 다이렉트 오토 카드 할부를 이용해 행사 대상 차종을 구매하고, 주유·항공·숙박·철도 등 휴가 관련 업종에서 삼성카드로 10만원 이상 결제하면 휴가비 10만원 캐시백 혜택을 제공한다. 행사 대상 차종은 베뉴, 셀토스, 스토닉, 코나, QM3, 티볼리 등이다.

또한 홈페이지 이벤트 응모 후 삼성카드 다이렉트 오토 카드 할부를 이용

하면, 할부원금을 기준으로 이용금액에 따라 최대 30만원의 캐시백 혜택을 제공한다.

한편 삼성카드는 2016년 7월 업계 최초로 오프라인 자동차 금융을 모바일로 전환한 다이렉트 오토를 출시했으며, 올해 2월 ‘내 차 시세 조회’, 7월 ‘내 차 팔기’ 서비스 등을 선보이며 자동차 금융 관련 소비자 편의성을 높였다.

삼성카드 관계자는 “업계를 선도해 온 디지털 역량을 기반으로 다이렉트 오토, 내 차 시세 조회 등 온라인 기반의 자동차 관련 서비스를 선보여 왔다”며 “고객이 편리하게 이용할 수 있는 디지털 기반 서비스를 지속적으로 제공할 계획”이라고 전했다.

/홍민영 기자

신한디지털혁신연구소 AMCIS서 빅데이터 연구 성과 발표

(북·중미 정보시스템학회)

디지털 분야 연구결과 발표 국내최초 머신러닝 알고리즘 개선 방법론 제안

신한금융그룹은 신한디지털혁신연구소(SDII)가 지난 15일부터 멕시코 칸쿤에서 열린 북·중미 정보시스템학회(AMCIS)에서 ‘머신러닝을 이용한 대용량 금융데이터 피쳐 생성 방안’을 주제로 논문을 발표했다고 21일 밝혔다.

신한디지털혁신연구소는 올해 AMCIS에서 금융산업의 빅데이터 연구개발(R&D)에 대한 성과를 발표했다. 공신력있는 국제학회에서 디지털 분야 연구개발의 결과를 발표하는 것은 국내 금융그룹 가운데 최하다.

신한디지털혁신연구소는 신한금융의 디지털 역량이 결집된 전문가 조직(CoE)이다. 지난해 3월 지주, 은행, 카

드, 금융투자, 생명 등의 실무직원들이 참여해 설립됐으며, 빅데이터와 인공지능(AI), 클라우드, 블록체인 등 다양한 분야의 전문인력들이 디지털 신기술에 관한 그룹 차원의 연구를 수행하고 있다.

이번 연구는 금융 데이터가 일반 데이터와는 다르게 변수의 비대칭 분포, 분류의 불균형, 발생 빈도의 희소성, 스케일 통일의 문제 등을 갖고 있다는 점에 착안해 시작됐다.

신한디지털혁신연구소는 이번 논문에서 머신러닝(machine learning) 알고리즘을 적용할 때 표본 데이터의 속성(feature) 형태에 따라 머신러닝 알고리즘의 정확도가 현저히 낮아지는 현상을 발견했으며, 이에 대한 개선을 위한 새로운 평가 방법론을 제안했다.

특히 새로운 방법론에 의해 실험한 결과 데이터 예측의 정확도와 안정성이 향상됐으며, 대용량 데이터 분석에 소요되는 시간 또한 감소하는 효과가 있는 것으로 나타났다.

신한금융그룹은 이번 연구결과를 통해 금융 데이터 모델 개선에 착수해 고객에게 더 가치 있는 서비스를 제공할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

신한금융 관계자는 “빅데이터, AI와 같은 기술은 이제 금융권에서 가장 중요한 신성장 동력 중 하나로 진정된 금융혁신을 이루기 위해서는 충분한 투자와 지원이 필요한 분야”라며 “앞으로도 신한은 리딩금융그룹의 위상에 맞는 최고 수준의 빅데이터 활용 역량을 확보할 수 있도록 그룹 차원에서 전문적인 지원을 아끼지 않을 계획”이라고 밝혔다.

/안상미 기자 smahnt@

신한카드 “청구서 한눈에 보고 자동이체까지”

원스톱 전자금융서비스 ‘마이빌앤페이’ 출시

신한카드는 21일 각종 청구서를 한눈에 확인하고 자동이체까지 신청할 수 있는 원스톱 전자금융서비스 ‘마이빌앤페이(My BILL&PAY)’를 출시했다.

기존에는 지방세·아파트 관리비·도시가스요금·신용카드 대금 등 각종 정기성 요금을 따로따로 내야 했다면, 마이빌앤페이를 이용하는 신한카드 고객들은 이를 모두 한 곳에서 관리할 수 있게 된다.

고객이 원하는 항목을 선택해 전자과 지서를 신청하면 매월 납부 요금을 한눈에 확인할 수 있고, 고지된 요금을 즉

시 납부하거나 자동이체를 신청할 수도 있다.

현재 마이빌앤페이는 서울시 지방세, 아파트 관리비, 삼천리 도시가스, 신한카드 요금 청구서 등을 지원하며 향후 각종 정부발행 전자과지서와 정기성 결제 청구서 등 지원 대상을 점차 확대할 예정이다.

신한카드 마이빌앤페이는 신한카드 모바일 앱 신한페이판(신한PayFAN)에서 가입 및 이용할 수 있으며, 별도 이용료는 없다.

신한카드 관계자는 “앞으로도 꾸준히 지원 대상을 추가해나감에 정기성 결제 시장의 패러다임을 주도하기 위해 노력할 것”이라고 말했다.

우리카드

대학 등록금, 2~6개월

무이자 할부 이벤트

우리카드는 올해 말까지 대학 등록금 무이자할부 이벤트를 진행한다고 21일 밝혔다.

서울대·연세대·서강대 등 국내 주요 19개 대학을 대상으로 우리카드(체크·법인·선불카드 제외)로 올해 2학기 등록금을 결제할 경우, 2~6개월 무이자할부 혜택을 받을 수 있다.

등록금 카드 납부가 가능한 학교에 대한 확인 및 결제는 전국 우리은행 영업점, 우리카드 홈페이지와 모바일 앱, 우리카드 고객센터를 통해 문의 및 납부가 가능하다.

/홍민영 기자