

# “절세·투자부터 상속까지… 다양한 니즈 충족 서비스 확대”

## 증권사, 자산관리 서비스 강화

올해 들어 증권사들은 부동산 프로젝트파이낸싱(PF) 부문에서 발생한 수익 감소를 만회하기 위해 자산관리(WM) 부문에서 활로를 모색하고 있다. 단순한 금융 투자 상담을 넘어서 세무, 부동산 컨설팅, 절세, 승계까지 다양한 분야를 합친 통합 서비스를 제공하는 일에 집중하고 있다.

◆ “부자가 늘었다”… 증권사들이 주목하는 ‘뉴리치’

증권사들의 WM 강화 기조에 불을 지핀 또 다른 배경에는 코로나19 이후 늘어난 ‘뉴리치(젊은 신흥부자)’가 존재한다. KB금융지주 경영연구소가 지난해 12월 발표한 ‘2023 한국 부자 보고서’에 따르면 작년 말 기준 금융자산이 10억원 이상인 부자는 45만6000명으로, 이는 4년 만에 41.2%나 급증한 규모다. 이들이 보유한 총 금융자산은 2747조원으로 한국 전체 가계 총 금융자산의 59%를 차지한다. 이전의 WM 시장이 상위 1% 소수의 자산가가 주 고객이었다면, 최근 흐름은 개인 고액자산가들을 대상으로 한 WM 영업도 활발하게 일어날 수밖에 없는 실정이다.

초고액자산가가 증가한 이유를 묻자 증권업계 한 관계자는 “코로나19 이후 활기를 되찾았던 증권·가상자산 시장에서 수익을 거둔 젊은 투자자가 많아졌고, 스타트업에 설립한 뒤 성공적으로 엑시트한 기업가와 투자자들도 보인다”고도 말했다.

김도현 한국투자증권 PB전략본부장은 “한국투자증권의 경우는 30억원 이상 자산가는 3년 동안 48%, 10억원 이상 자산가는 71%가 증가했다”며 “이들은 금융에 대한 니즈가 다양하고, 차별화된 관리가 필요한 고객군이다 보니 별도 조직이 필요하다”고 말했다. 특히 뉴리치 고객군에 대해서는 “상대적으로 리스크를 감내하고 고수익을 지향하는 성향이 짙어 일반 금융상품보다는 희소



Chat GPT가 생성한 ‘슈퍼리치’가 증가해 증권사들의 WM부문 강화 이미지.

성 있고 기대수익이 높은 투자대상을 요구하는 경향이 상대적으로 높다”고도 덧붙였다.

◆ 증권사 점포 ↓, 서비스 품질·상품 퀄리티는 ↑

증권사들은 자사 수익률 제고와 고액자산가들과의 꾸준한 거래를 위해 WM 부문 강화에 사활을 걸고 있다.

눈에 띄는 대목은 증권사 국내 지점의 형태 변화다. 증권사 국내 지점의 개수는 줄었지만 규모가 달라졌다. 금융투자협회에 따르면 증권사들의 국내 지점 수는 올해 1분기 기준 797개다. 지난 2020년 2분기 기준 994개였던 지점 수는 꾸준히 줄어 2022년 899개로 800개 대로 진입하더니 올해는 800개 아래로 떨어진 것이다.

대신 초고액자산가가 모인 지역을 중심으로 점포를 옮기고 인력을 보강하는 움직임을 보이며 WM 부문을 강화했다. 유안타증권은 기존 을지로 GWM 센터에서 GWM반포센터로 터를 옮겨 초고액자산가 특화 상품 전략 및 서비스를 제공하고 있다.

“

코로나19 이후 뉴리치 급등 주목 지난해 말 10억 이상 부자 45.6만명 이들 보유 총 금융자산 2747조 달해 리스크 감내하고 고수익 지향 강해

증권사, ‘WM 부문’ 강화에 집중 점포 줄이고 서비스 품질 등 높여 패밀리오피스 위한 차별화 서비스 세무·부동산 컨설팅 등 자산관리

대신 은행을 계열사로 둔 증권사들은 초고액자산가들을 유치하고 토탈 서비스를 제공하기 위해 복합점포를 내놓기도 했다. 대표적으로 하나증권은 올해 4월 돈암동 지점을 하나은행 돈암금융센터지점과 통합해 ‘성북금융센터’ 복

합점포를 개점했다. 고객은 한 곳에서 증권업무와 은행업무를 동시에 볼 수 있다는 이점을 누리게 된다.

◆ ‘패밀리오피스’ 전성시대

또한 증권사들은 ‘패밀리오피스’라는 이름으로 특정 초부유층 가족이나 가문의 자산을 전문적으로 관리하는 역할을 키우기 위해 노력하고 있다. ‘패밀리오피스’는 가문의 자산을 운용하는 법인체나 조직을 뜻하는 말이다.

한국투자증권은 올해부터 슈퍼리치를 전담하는 글로벌웰스매니지먼트(GWM)의 하위 부서로 ‘패밀리오피스부’를 신설했다. 부서 신설을 통해 보다 전문적이고 차별화된 서비스를 제공하겠다는 방침이다.

김 본부장은 “가문 단위 가입자들은 부가 증가하고 자산 또는 가업의 승계 등을 관리하는 서비스에 대한 니즈가 많다”고 말했다. 이어 “증권사는 패밀리오피스 유치·관리를 통해 수익을 창출할 뿐만 아니라 해당 금융기관의 플래그십 마케팅(Flagship Marketing) 효과도 볼 수 있다”는 분석

을 내놨다. 한국투자증권의 경우는 전국 어느 지점에서나 동일한 고액자산가를 위한 서비스를 제공하고 고객 맞춤 서비스의 품질에 전략적 초점을 두고 있다.

이 밖에도 2015년 VIP 브랜드 ‘오블리제클럽’을 만들어 초고액자산가를 관리하던 미래에셋증권은 현재는 ‘세이지클럽’이라는 이름으로 부동산, 세무, 법률, 가업 승계, 투자 관련 상담을 제공 중이며, 문화생활(아트)과 금융을 접목한 세미나도 점포에서 진행하고 있다.

NH투자증권 역시 패밀리오피스 서비스에 가입한 가문이 11월 기준 100개를 돌파하며 무서운 성장세를 보여주고 있다.

배광수 NH투자증권 프리미어블루본부 대표는 “국내 초고액 자산가 그룹의 변화에 주목해 전통적인 증권회사의 증권 투자 자문 및 IB 연계 자문 기능뿐만 아니라 패밀리오피스의 가문관점의 운영, 관리, 발전 등을 위한 비재무적 역할 강화에 중점을 두고 있다”고 설명했다. /허정윤 기자 zelkova@metroseoul.co.kr

## 위탁자산 300조 돌파… “패밀리오피스 고객들, 특별함 원해”

인터뷰

정연규

삼성증권 SNI/법인전략 상무

패밀리오피스 서비스로 100가문 유치 뉴리치·전통부유층 맞춤 자산관리 고객 니즈 맞춤형 강의·자녀 교육도

증권업계 내 ‘초고액자산가 모시기’ 경쟁이 치열한 가운데 두각을 나타내는 곳은 삼성증권이다.

금융투자업계에 따르면 올해 1분기 기준 삼성증권의 위탁자산 규모는 314조원으로 300조원을 넘어섰고 이는 업계 1위이다. 삼성증권의 자산 1억원 이상의 초고액자산고객은 지난 2021년 4분기 23만8000명이었지만 올해 1분기에는 26만명으로 9% 증가했다.

삼성증권에서 SNI·법인전략담당을 맡고 있는 정연규 상무는 “10억원 이상



정연규 상무는 지난 2009년 삼성투자신탁증권에 입사해 이후 삼성증권 SNI강남파이낸스센터 팀장과 SNI삼성타운금융센터 지점장을 거치면서 초고액 자산가 관리 능력을 인정받아 지난해 SNI·법인전략 담당으로 승진한 ‘초고액 자산관리’ 전문가다. /삼성증권

금융자산을 보유한 고객들이 매년 증가하고 있어 증권사들이 앞다퉀 초고액자

산가를 위한 전담 조직과 서비스에 대해 고민하고 있는 형국”이라며 “특히 전통부유층을 비롯해 스타트업 기업 창업자 또는 종사하고 있는 신흥 부유층, 기업의 지분을 매각한 초고액자산가들이 늘었다”고 말했다.

삼성증권은 2010년부터 업계 첫 초부유층 전담 브랜드 ‘SNI(Success & Investment)’를 만들고 전통·신흥 부유층과 패밀리오피스 고객까지 모두 아우르는 슈퍼리치 자산관리 조직을 갖췄다. 2022년에는 뉴리치 전담 센터인 ‘The SNI Center’를, 올해 초에는 ‘패밀리오피스센터’를 추가 개설해서 초고액자산가들을 공략하고 있다.

정 상무는 “삼성증권은 초고액자산가들의 니즈에 맞춘 SNI전용상품 설정 등 본사의 역량을 적극 활용한 전자 협업 맞춤형 자산관리를 제공하면서 자산가들 사이에 입소문이 나기 시작

했다”며 “올해 5월 말 기준으로, 삼성증권 패밀리오피스 서비스는 100가문, 위탁 자산 300조원을 돌파했다”고 소개했다. 이는 삼성증권이 2020년 6월 업계 최초로 패밀리오피스 서비스를 론칭한 지 4년 만의 성과다. 삼성증권의 SNI 자산관리 서비스를 받는 기준은 삼성증권에 넣은 위탁자산이 30억원 이상인 경우이며, 패밀리오피스 서비스는 투자가능자산 1000억원 이상의 자산가 고객을 대상으로 제공하고 있다.

정 상무는 요즘 패밀리오피스 서비스를 받는 고객층은 특별 관리가 필요하다고 강조했다. 그는 “패밀리오피스 고객들은 투자 정보 획득에 대한 니즈가 매우 높다”며 “삼성증권은 패밀리오피스 고객을 위한 맞춤형 강의도 진행하고 있는데 고객 본인이나 자녀를 대상으로 제공하는 횟수가 가문 당 연평균 10여 차례에 달한다”고 말했다.

삼성증권 패밀리오피스에서는 초고액자산가의 자녀들이 금융 분야를 전공하지 않아도 향후 가업승계나 가문의 자산관리에 어려움이 없도록 교육 서비스를 제공하고 있다. 고객의 니즈에 맞춰 세무·부동산·경제·투자 학습 커리큘럼을 구성해 ‘1:1 맞춤형 자녀교육’을 진행하는 식이다.

이 밖에도 삼성증권은 신흥부유층 전담 센터로 ‘The SNI Center’에서 ‘뉴리치 고객’을 상대로 호실적을 거두고 있다. 정 상무는 “해당 센터는 스타트업, VC, CVC들을 위한 전문 콘텐츠와 네트워킹 기회를 제공하고 있다”며 “폭발적으로 성장하는 스타트업 기업의 IPO, 자금조달, 투자유치, 인재채용, 전략적 제휴, 정보교류 등 한국의 많은 비상장 주식(Private Market) 달들이 삼성증권 ‘The SNI Center’를 통해 진행된다”고 설명했다. /허정윤 기자