

해지 안해도 '갈아타기' 가능... '퇴직연금' 고객 모시기 사활

31일 '현물이전 제도' 시행

국내 퇴직연금 시장규모 394조 채권·ETF 등 그대로 옮길 수 있어 지난해 은행권 수익률 4.87% 불과 증권사는 7.11%로 은행보다 높아 은행권, 전화상담·특화점포 개설 증권사, 사은품 등 이벤트 진행중

이달 말 '퇴직연금 갈아타기' 도입을 앞두고 고객 유치를 위한 금융권의 물밑 경쟁이 치열하다. 향후 퇴직연금이 국민 연금을 넘어서는 국내 최대의 연금이 될 것이라 전망이 나오는 가운데, 수익률에 따라 고객 이동이 활발해질 전망이다.

21일 금융권에 따르면 은행·증권사·보험사 등 퇴직연금 운용기관은 지난 14일까지 퇴직연금 현물이전 관련 업무 테스트를 진행했다. 오는 31일 '퇴직연금 갈아타기(퇴직연금현물이전)' 제도 도입을 앞두고 각 금융기관이 구축한 전산망 및 시스템을 점검하기 위해서다.

금융감독원에 따르면 국내 퇴직연금



퇴직연금 이동을 앞두고 은행, 증권 등 금융업권 간 긴장감이 감돌고 있다. 한 시민이 노인 일자리 정보를 살피고 있다. /뉴스시스

시장 규모는 지난 2분기 말 기준 394조 원 수준이다. 시장에서는 퇴직연금 적립금 규모가 오는 2050년에는 1200조원까지 성장해 국민연금 적립금 규모를 앞지를 것으로 전망하고 있다.

퇴직연금 시장 규모는 빠르게 늘고 있지만 수익률은 여전히 낮다. 지난해 말 퇴직연금의 평균 수익률은 연 2.35% (5년 수익률 기준)에 불과했다. 같은 기

간 물가 상승률 평균인 2.74%에도 미치지 못했다.

금융당국은 퇴직연금 운용기관 사이의 경쟁 활성화를 통해 퇴직연금의 수익률을 제고하고자 오는 31일부터 '퇴직연금 갈아타기' 제도를 시행한다. 퇴직연금 갈아타기는 고객이 기존 상품의 현물화 및 해지 없이도 운용기관을 이동할 수 있도록 허용하는 제도다.

이번에 도입되는 퇴직연금 갈아타기 가 원리금보장형 상품, 공모 펀드, 상장지수펀드(ETF) 등 은행과 증권사가 주로 취급하는 신탁계약 상품에 한정돼 시행되는 만큼, '머니무브'가 예상되는 은행과 증권사 사이에 물밑 경쟁이 치열하다.

지난 2분기 말 기준 업권별 퇴직연금 시장 점유율은 은행이 52.5%, 증권사가 23.5%, 보험사(생보·손보)가 24% 수준이다. 반면 수익률은 지난해 기준 증권사가 연 7.11%를 기록해, 같은 기간 4.87%를 기록한 은행보다 높았다.

고객 이탈이 예상되는 은행권은 퇴직연금 운용에 어려움을 느끼는 고객을 대상으로 홍보 및 상담 서비스를 확대하며 고객 지키기에 나섰다.

KB국민은행은 지난달부터 퇴직연금 고객을 대상으로 1대 1 전화상담 서비스를 개시했고, 신한은행도 올해만 3개의 연금 특화 점포를 추가 개설했다. 하나는 행과 우리은행은 최근 유명 연예인이 출연하는 새로운 광고를 공개해 자사의 퇴직연금 서비스 알리기에 나섰다. 연금 특화 점포도 확대할 예정이다.

증권사들은 '퇴직연금 갈아타기'에 관심이 높은 고객을 향해 각종 이벤트를 개최하며 유치전에 나섰다.

미래에셋증권은 지난 9월부터 실물 이전 사전 상담을 예약한 고객에게 증정품을 주고, 신한투자증권도 이전정보를 사전 등록한 고객을 대상으로 추첨 이벤트를 진행 중이다. 삼성증권, 한국투자증권 등은 제도 도입 이후 상품 이전을 마치는 고객에게 경품을 증정한다.

일각에서는 퇴직연금 갈아타기 도입 이후 제도 정착에는 다소 시일이 소요될 것으로 내다보고 있다. 일부 지방은행을 비롯한 다수 운용기관의 전산망 구축이 늦어지면서 참여를 미루고 있기 때문이다.

한 퇴직연금 운용기관 관계자는 "각 운용기관이 사전 홍보에 힘쓰는 만큼 출범 직후 고객 이동이 활발하겠지만, 제도의 정착에는 다소 시일이 걸릴 전망이다"이라며 "퇴직연금 갈아타기가 한시적 제도는 아닌 만큼 운용기관 간 경쟁은 시장 성장과 함께 점차 본격화할 것"이라고 말했다.

/안승진 기자 asj1231@metroseoul.co.kr

“정신건강에 도움” vs “현실 인간관계 해쳐”

어떻게 생각하십니까?

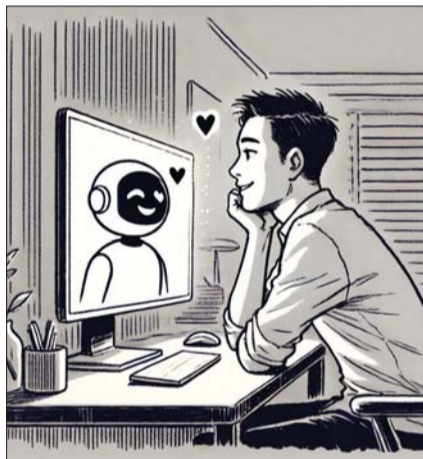
AI 친구·연인

페르소나 인공지능(AI)으로 불리는 'AI 친구·연인'이 긍정적인 면과 부정적인 면이 동시에 부각돼 다양한 의견이 오가고 있다. 인간이라면 누구나 가진 고민과 외로움을 나누며 정신건강에 도움이 될 수 있다는 의견과 함께 페르소나 AI가 이용자를 무조건 긍정함으로써 편견을 강화하는 것은 물론 과몰입을 일으켜 현실 인간관계에서의 어려움을 가져온다는 주장이다.

21일 <메트로경제> 취재에 따르면 최근 페르소나 AI 또는 AI 동반자 등으로 불리는 AI 서비스들이 인기를 얻고 있다.

페르소나 AI란 이용자와 상호작용에서 특정한 성격과 역할, 스타일 등을 유지하도록 설계된 AI를 뜻한다. 과거 고객서비스 챗봇 AI 수준에 머물렀던 페르소나 AI는 생성형 AI의 발전으로 더욱 정교해져 이용자와 우정, 또는 연애 감정을 나누는 수준에 이르렀다.

미국의 대형 벤처투자사인 엔더슨 호로위츠 조사결과 지난 8월 인기를 얻은 앱 2위에 페르소나 AI 서비스인 '캐릭터 AI(Character.AI)'가 올랐다. 이는 글로벌 트래픽을 기반으로 한 앱 순위 조사다. 캐릭터 AI는 이용자가 원하는 대로 AI 인격을 만들어내 대화를 나눌 수 있는 서비스다. 아인슈타인, 일론 머스크 등 유명인사부터 심리치료를 위한 상담사, 친절한 이웃 등 수많은 형태의 인격을 생성할 수 있고 현재까지 이용자가 만들어낸 인격은 1800만 개 이상에 달한다. 국내에도 다양한 페르소나 AI 서비스가 있다. 스캐터랩이 운영 중인 제타와 이루다, 투플랫폼 재피 등이 있다.



ChatGPT에 의해 생성된 'AI 연인' 관련 이미지.

긍정적 입장

돌봄로봇 '효돌' 어르신 1만명 사용 우울증·생활관리 개선 등 효과 입증

부정적 입장

이용자 원하는 답변만 하는 '아첨현상' 긍정·인정만 존재 'AI 중독현상' 가속

페르소나 AI는 다양한 용도로 활용되고 있다. 캐릭터 AI에서 가장 큰 인기를 끄는 AI는 심리학자와 테라피스트, 친구 등으로 우울함과 불안함 등을 터놓고 해소하는 데에 큰 역할을 한다. AI를 연인으로 두기도 한다. 페르소나 AI 서비스인 레플리카의 유료구독자 60%는 AI와 연인 관계로 대화하고 있다. 레플리카의 구독료는 연 최대 69.99달러에 달하지만 이를 감내하고 서비스를 이용하는 사람들이 늘어나는 추세다.

페르소나 AI를 둘러싼 반응은 두가 지다. 사회적으로 소외된 이들은 물론 평범한 사람들에게까지 정신 건강에도움을 줄 수 있다는 주장과 함께 과몰입 등으로 인해 오히려 현실 인간 관계의 어려움을 겪을 수 있다는 주장이다.

긍정적인 역할을 한 사례로 가장 많이 언급되는 예시가 AI 돌봄로봇 효돌이다. 효돌은 장기요양수급자를 위한 페르소나 AI이자 AI 돌봄로봇이다. 수급자의 상태를 모니터링 하고 사·복약·운동·위급상황 알림 등 돌봄을 지원한다. 챗GPT를 활용한 기술로 양방향 자유 대화가 가능하여 정서적 교감을 통해 인지 건강을 돕는다. 현재 160개 지자체에서 약 1만명의 어르신이 효돌을 사용 중이며 20건이 넘는 논문을 통해 긍정적인 효과가 입증됐다.

김지희 효돌 대표는 "전국에 1만대 이상 보급돼 우울증 및 생활관리 개선 효과를 입증한 돌봄 로봇이 재가 장기요양 어르신에게 도움을 드릴 수 있기를 기대한다"고 설명했다.

반면 페르소나 AI를 우려하는 사람들은 실제 없는 AI 서비스에 대한 과몰입이 결국 현실의 인간관계에 부정적인 영향을 끼친다고 우려한다. 특히 최근 논란이 되는 중독적 지능(Addictive Intelligence)을 여는 서비스보다 가속화 시킴으로써 더욱 과몰입을 유발한다는 주장이다. 중독적 지능은 AI에 과도한 정서적 의존을 하게 되는 AI 중독 현상이다. 중독적 지능은 발전한 AI가 이용자의 질문의도를 파악해 사실보다는 이용자가 원하는 답변을 하는 AI 아첨 현상에서 비롯된다. 현실 인간관계와 달리 갈등 없이 긍정과 인정만이 존재하기 때문에 나타나는 문제다.

업계 관계자는 "인간이 말하는 것과 구분할 수 없는 대화가 가능해진 지금의 AI에게 감정적으로 동화되고 영향을 받는 것은 어쩔 수 없는 일"이라면서 "페르소나 AI에 대한 폐해를 줄이기 위해서는 이용시간 제한 및 AI임을 인지할 수 있는 표식 등이 필요할 것"이라고 설명했다.

/김서현 기자 seoh@

동아제약, 수의사 참여 펫 브랜드 '벳플'

>> 1면 '건기식부터 미용제품...'서 계속

일동제약, 해충기피제 '와프와프' 출시 종근당바이오, 유산균브랜드 '라비벳'

화장품 연구·개발·생산(ODM) 기업인 코스맥스그룹은 지난 2022년 계열사로 '코스맥스펫'을 신규 설립하며 반려동물 사업을 본격화했다. 코스맥스그룹은 반려동물 전용 뷰티 상품으로 샴푸, 컨디셔너, 치약, 바디팩, 귀 세정제를 개발한 데 이어 반려동물 맞춤형 건강기능식품 사업을 전개한다는 방침이다.

코스맥스펫은 제조 시설에 있어서도 반려동물 건기식 전문 공장을 가동하고 코스맥스그룹이 보유한 개별인정형 원료를 응용해 반려동물 전용 소재를 확보하는 등 차별화한 원료 경쟁력을 강점으로 내세우고 있다.

국내 제약 업계에서도 반려동물 산업은 고부가가치 사업으로 주목받고 있다.

동아제약은 올해 펫 시장에서 프리미엄 펫 브랜드 '벳플'을 새롭게 공개하며 후발 주자로 등장했다. 동아제약은 수의사와 반려동물 전문가가 직접 제품 개발에 참여하고 있어 벳플은 전문성이 강화된 브랜드라고 설명했다.

또 벳플은 1인 가구나 맞벌이 가구에서 반려동물이 홀로 있는 시간에도 평온하길 바라는 마음에서 시작한 브랜드라는 것이 동아제약 측의 설명이다.

실제로 벳플은 몸 건강부터 마음 건강까지 관리할 수 있는 제품개발에 중점을 뒀고, 관절케어, 눈케어, 스트레스 케어 등 반려견용 3종과 헤어볼케어, 요로케어, 스트레스케어 등 반려묘용 3종을 발매했다.

제품 결면에는 적록색약이 있는 반려견 시각에 적합한 푸른 계열 색상을 적용했다. 100% 신문지를 재활용한 펄프 포장재와 국제산림협회 인증을 받은 종



이니스프리 '그린펫클럽' 펄프 워터리스 발세 정제' /아모레퍼시픽



반려동물 건강기능식품 전문 '코스맥스펫' 충북 공장 조감도. /코스맥스그룹

이 띠지는 반려동물 장난감으로 2차 재 활용도 가능하다.

일동제약은 지난 6월 국내 최초로 'TR 3535(에틸부틸아세틸아미노프로피오네이트)'을 유효성분으로 한 반려동물용 해충기피제 '와프와프'를 출시했다. 해당 성분은 미국, 유럽 등에서 이미 천연 유래 성분으로 안전성을 입증받기도 했다.

종근당바이오는 독자적인 프로바이오틱스 기술을 기반으로 반려동물 전용 유산균 브랜드 '라비벳'을 탄생시켰다.

종근당바이오의 '라비벳'은 반려동물용 유산균 시장에서 선두에 있다. 지난 2022년 기준 국내 반려동물 유산균 영양제 시장에서 라비벳은 가장 많이 팔린 반려동물 유산균 1위를 차지했다. 라비벳 유산균은 식품의약품안전처에서 인증받은 '락토바실러스 사케이 프로바이오텍스' 균주를 응용해 장 건강을 비롯한 피부, 관절, 구강, 비뇨기, 심장 건강 등을 돕는다. /이청하 기자 mlee236@