

제15권 15호

2025. 8. 4~2025. 8. 17

하나로여겨된
모두의금융

하나금융 포커스

Bi-Weekly Hana Financial Focus

- | | |
|---------|---|
| 논단 | ‘진짜 성장’ 시대와 금융의 역할 |
| 이슈분석 | 금융회사의 미래, 데이터에서 온다 |
| 금융경영브리프 | ‘광고 피로시대’, 은행 브랜드가 나아가야 할 길
JP모건체이스, 지정학 리스크 관련 자문서비스 출시 |
| 금융지표 | 국내 금융시장
해외 금융시장 |

 하나은행
하나금융연구소

인간

연구자는 사람⁺, 고객은 사람⁺⁺

세상을 바꾸기 전에 먼저 사람을 바꿔야 합니다.

현실에 기초한 진지한 연구를 통해
사회적 신뢰를 창조하는 것

하나금융연구소의 사명입니다.



집필진

편집

연구위원	안성학(shahn0330)
연구위원	김혜미(hmikim)
연구원	유승원(youth1)

논단

선임연구위원	김완중(wjkim)
--------	------------

이슈분석

수석연구원	최희재(heejaechoi)
-------	-----------------

금융경영브리프

수석연구원	장혜원(hwjang)
수석연구원	왕다운(wdw)

금융지표

연구원	서유나(yuna.seo)
-----	---------------

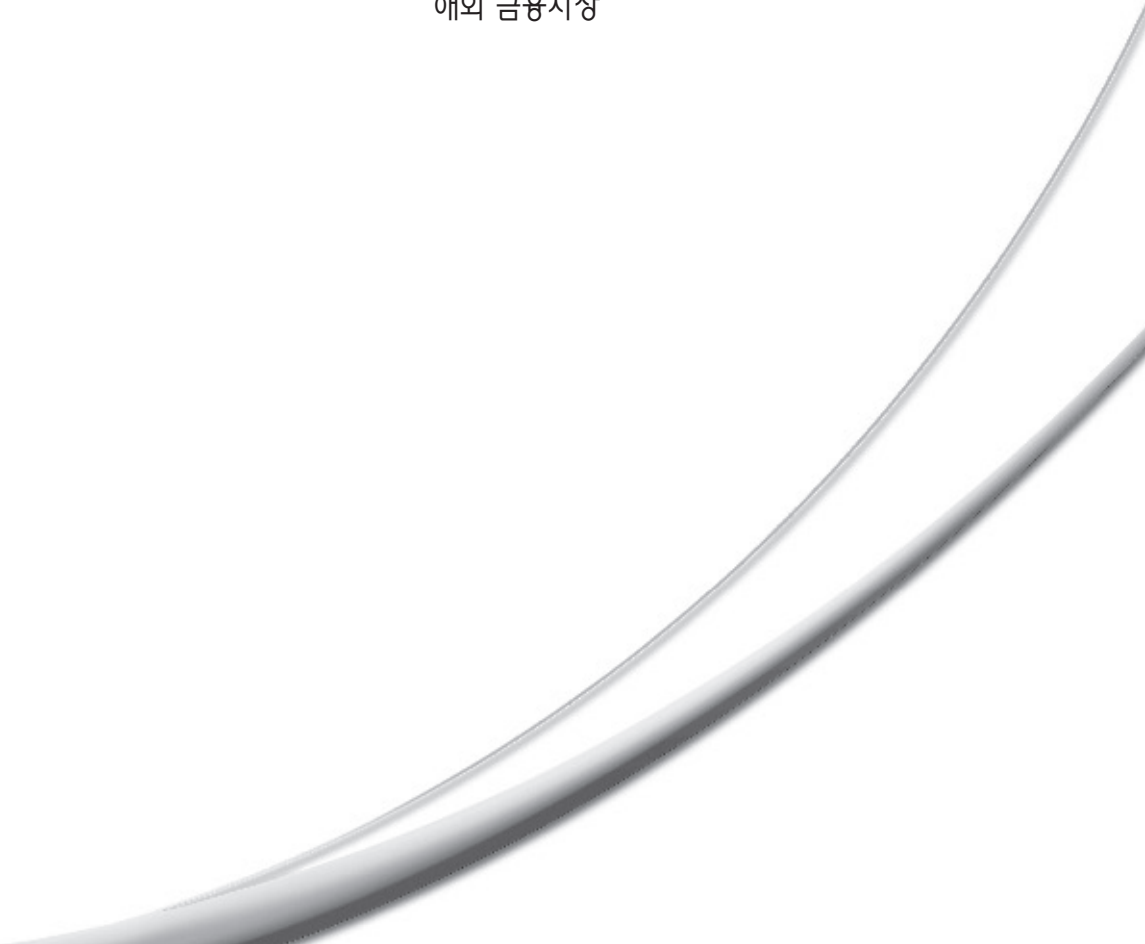
제15권 15호

2025. 8. 4~2025. 8. 17

하나로 연결된
모두의 금융.

하나금융 포커스

Bi-Weekly Hana Financial Focus

- 01 **논단** ‘진짜 성장’ 시대와 금융의 역할
 - 06 **이슈분석** 금융회사의 미래, 데이터에서 온다
 - 10 **금융경영브리프** ‘광고 피로시대’, 은행 브랜드가 나아가야 할 길
 JP모건체이스, 지정학 리스크 관련 자문서비스 출시
 - 14 **금융지표** 국내 금융시장
 해외 금융시장
- 

‘진짜 성장’ 시대와 금융의 역할*

김 완 중 선임연구위원

20여년간 누적된 부동산·건설 부문에 대한 과잉 신용공급이 경제 전반에 부담요인으로 작용하고 있다. 가계부문의 부동산 쏠림 현상 완화와 함께 증시 부양 등을 통한 자본시장 활성화가 가계자산 형성에 일조할 수 있도록 제도적 지원이 필요한 시점이다. 또한 국가 차원의 경쟁 격화, 경제·산업 구조 대전환의 시점에서 금융이 단순 중개 기능의 역할을 넘어 성장의 한 축을 담당하고 민생 안정의 조력자 역할을 하는 시대가 되었다. 이에 걸맞는 ‘금융의 역할’에 대해 다시 재고(再考)해 볼 때이다.

금년 들어 서울 주요 인기지역을 중심으로 달아오르던 주택시장이 6.27 가계부채 대책 이후 점차 안정세를 찾아가는 모습이다. 작년 연말 이후 대내외 불확실성이 확대된 상황에서 자칫 정책 공백기가 길어질 수 있었던 상황에서 정부의 적극적인 대응책으로 시장 분위기를 전환시켰다는 점에서 큰 의미가 있다. 자칫 정책대응이 실기하며 주택가격 확산이 상당 기간 지속되었더라면 부동산에 발목 잡힌 한국 경제와 금융은 재차 더 깊은 수렁에 빠질 수 있었기 때문이다.

❖ 부동산에 발목 잡힌 한국 경제

외환위기 이후 소매금융 활성화 정책은 주택담보대출을 통한 신용공급 확대와 주택경기 활성화 정책 등을 거치며 지난 20여년간 부동산 금융 규모를 급팽창시켰다. 이 과정에서 주택시장 활성화 추진의 후유증, 규제 일변도 중심의 정책 실패에 따른 주택시장 과열과 레버리지를 활용한 ‘빚투’ 등이 맞물려 부동산 관련 부채 급증을 촉발했다. 특히 단기간 내 경기부양 효과가 큰 건설부문을 통해 경기침체를 극복하고자 했던 정책들이 가계부문에 대한 과잉 신용공급으로 이어지며 경제 전반뿐만 아니라 통화정책에도 부담요인으로 작용하였다.

또한 부동산 부양책은 기업신용 관점에서도 건설·부동산업 중심으로 레버리지 확대를 초래했으며 이는 자원의 비효율적 배분과 경제 전반의 생산성 하락에 일조했다. 건설부문의 신용공급은 단기간 내 부가가치 및 고용을 크게 확대시켜 경기부양 수단으로 활용되나 신용수축기에는 이에

부동산·건설 부문에 대한 과잉 신용공급이 경제 전반에 부담요인으로 작용

* 본고의 내용은 집필자 개인의견으로 하나금융연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

주택·건설 경기
부양책이 경기 순응성
확대와 자원배분의
효율성 저하를 초래

비례해 부가가치 및 고용에 부정적인 영향을 미친다. 금년 건설투자 부진이 연간 성장률 전망을 0.9%p 낮출 것이라는 한은의 설명이 이를 반증하고 있다. 부동산 금융 확대는 담보가 부족한 기업의 자금조달 비용 상승을 초래하여 생산활동을 위축시키고 모험자본 형성을 어렵게 해 산업성장 동력을 약화시키는 요인으로 작용했다. 또한 자본생산성이 높지 않은 부동산 부문으로의 장기간 신용공급 확대는 국가경제 전체적으로 자본의 부가가치 창출 효과와 신용배분의 효율성을 저하시키는 요인으로 작용했다.

❧ 과도한 부동산 금융 확대는 금융 시스템에도 부담

자기자본투자 제한,
유동화 시장 미발달이
담보 중심의 부동산
금융 확산에 일조

글로벌 금융위기 이후 국내 금융권은 가계부문의 주택담보대출, 전세보증대출 등 주택 관련 정책금융 공급 확대뿐만 아니라 기업부문의 부동산 PF 대출 등이 주력 사업모델 중 하나로 자리 잡았다. 금감원에 따르면 '24년말 전 금융권의 부동산 관련 대출 규모가 2,681조원에 달하며 최근 5년간 평균 7.8% 증가세를 이어가고 있는 것으로 나타났다. 특히 은행권의 경우 전체 대출 대비 부동산 관련 대출 비중이 69.6%에 달하며 전체 기업대출의 72.4%가 담보대출, 담보대출의 94.3%가 부동산 담보에 기반하고 있는 것으로 알려졌다. 이는 금융부문의 성장이 부동산금융 성장과 궤를 같이해 왔다는 점을 시사하고 있다. 또한 자기자본투자 시장이 협소하고 2차 거래시장 및 대출유동화 시장 미발달로 부동산 금융 대부분이 여신 위주로 구성되어 있어 부동산 시장 침체시 금융권의 시스템리스크 발생 우려를 증대시키는 요인으로 작용하고 있다.

부동산·건설부문의
신용 붐 이후 불황의
폭은 일반적인 경우
보다 더 큰 점
경계해야

특히 '10년대 중반 이후 주택경기 부양책에 따른 부동산경기 활황으로 관련 투자 및 개발 수요 확대에 맞춰 신용공급이 확대되며 금융권의 관련 대출잔액이 '18~'23년 중 301조원 증가하는 결과를 초래했다. 이는 같은 기간 전체 기업부채 증가 규모의 29% 수준을 차지할 뿐만 아니라 GDP 대비 부동산 대출잔액 비율 급증의 주요인으로 작용했다.

최근에는 주택경기 장기 호황과 맞물려 부동산 관련 기업금융이 급증했으나 금리상승 및 부동산 시장 침체로 PF발 유동성 리스크가 대두되며 부실위험이 증대됐다. 기업부채 급증이 가계부채 급증보다 더 심각한 경기침체를 초래하고, 부동산·건설부문의 신용 붐(Credit Boom) 이후 불황의 폭이 더 컸던 점을 경계할 필요가 있다. 또한 기업부문 부동산 금융과 가계부채의

교집합 영역인 임대업과 자영업들의 경우도 실물경기에 민감하고 환금성이 취약한 주택 이외의 부동산담보 대출 비중이 높아 부동산을 매개로 한 부실 위험 증대 가능성도 경계해야 한다. 가계·기업 부문을 막론하고 비대해진 부동산금융에 한국 경제와 금융이 발목 잡혀있는 모양새다.

❖ 부동산 쏠림현상 완화가 중시 부양책과 맞물려 선순환돼야

신정부 출범을 기점으로 국내 주가가 단기 급등하는 모습을 보이고 있다. 대내외 불확실성 완화와 더불어 정부의 중시 부양책 표방과 함께 이전부터 논의되던 이사 충실의무 확대, 배당소득세 분리과세 이슈 등 상법 및 세법 개정안이 본격 추진되며 단기간에 주가가 30% 가까이 상승했다. 정부 또한 부동산에서 주식시장으로 자금 이동을 촉진하기 위해 각종 지원책을 추진할 것으로 보인다. 그러나 이와 같은 제도 정비가 코리아 디스카운트 요인을 완화시키는 데에는 도움을 줄 수 있겠지만 기업의 본질적인 경쟁력 강화나 혁신 기업의 육성과는 별개의 이슈이다.

과거에도 국내 주식시장에 개인들의 자금이 대규모로 유입된 적이 있으나 선순환 구조로 정착되지 못하는 모습을 보였다. 글로벌 금융위기 이전 펀드 열풍 당시 주식형 펀드를 중심으로 개인자금이 약 120조원 유입되었던 적이 있고, 팬데믹 기간이었던 '20~'22년에도 누적 165조원 자금이 증시에 유입되었다. 그러나 두 번 모두 대외 환경 변화와 국내 시장의 구조적 문제에 봉착하며 증시 열풍이 사그라들었다. 금번에도 '23.1~'25.6월 기간 동안 개인들의 국내 증시 누적 투자액은 -3.8조원을 기록하고 있다. 팬데믹 이후 글로벌 금리 상승 과정에서 주가가 하락하며 큰 손실을 경험한 개인들은 이후 국내주식 투자를 외면하는 모습을 보이고 있다. 반면 해외주식 투자 규모는 '20~'22년 63.7조원에 이어 '23.1~'25.6월에도 30.2조원의 순매수를 기록하며 국내 증시와는 대조적인 모습을 보여주고 있다. 국내 증시를 둘러싼 기업지배구조 리스크, 주주환원 미비 등 여러 제도적 미비점들을 차치하더라도 주식시장이 가계 자산형성에 일조하는 데 한계점을 보였다는 점은 자명하다.

한편 가계 금융자산은 팬데믹 이후 시중 유동성 급증과 궤를 같이 하며 빠른 속도로 증가하고 있다. 가계 금융부채/금융자산 증가 규모를 살펴보면 '17~'19년 312조원/591조원, '20~'22년에는 453조원/990조원 증가해 금융

제도 개선 기대에
급등한 증시, 가계자금
유입으로 이어지기
위해서는 기업 본질
가치 제고가 필수

가계 금융자산 형성에
자본시장 기여도가
여타 부문 대비
장기간 하회

자산 증가가 부채 증가의 2배에 달했으며 '23~'24년에는 35조원/493조원으로 금융자산 증가 규모가 압도적으로 큰 것으로 나타났다. 그러나 국내 가계 보유 금융자산/금융부채/주식 및 지분증권의 증가율을 보면 상황이 달라진다. '00년대 각각 연 9.3%/8.2%/17.2%의 증가율을 기록했지만 '10년대에는 7.4%/7.3% /6.1%에 이어 '20년대 들어서는 4.8%/3.6%/3.0%를 기록하며 하락세가 이어지고 있다. 명목성장률 하락과 가계부채 관리 강화로 금융자산 증가율 또한 하락세가 지속되고 있는 점은 당연하지만 '10년대 이후 가계 보유 주식/지분증권 증가율이 금융자산/부채 증가율을 지속적으로 하회하고 있다는 점은 가계의 자산형성이 부동산을 중심으로 편중되어 있고 자본시장 성장이 부진했음을 반증한다고 볼 수 있다.

가계 잉여자금을
자본시장으로 유도할
수 있는 환경 조성
지속해야

그러나 신정부 출범 이후의 가계부채 관리 강화에 기반한 초강력 대출 규제, 주택 관련 세금 부담 증대, 고평가 이슈 등을 고려할 때 주택가격 상승 기대가 지속되기는 어려울 것으로 보인다. 오히려 주택시장 관망세가 장기화되면서 대기성 자금의 투자처 탐색이 강화될 전망이다. 결국 가계 잉여자금의 물꼬를 어떻게 터주느냐에 따라 기업 및 자본시장 등 생산적 분야로의 자금 이동을 촉발할 수 있을 것이다. 이를 위해 코리아 디스카운트 요인으로 지목되었던 자사주 소각, 배당소득 과세, 지배구조 개선 등과 같은 구조적 요인들에 대한 개선 노력이 지속되어야 하고 혁신금융, 모험자본 공급과 관련한 제도 확충 등을 통해 가계 잉여자금이 유입될 수 있는 환경을 조성해야 한다. 또한 원금보존형 상품에 치우쳐 있는 퇴직연금 등 연금자산의 운용 효율성 제고를 위한 제도적 지원과 함께 관련 세제 혜택 강화 등을 통해 자본시장내 가계 잉여자금의 '록인 효과(Lock-in Effect)'를 높여 시장 안정성 제고도 적극 고려해야 할 것이다.

:: 진짜 성장을 위한 금융의 역할에 대한 재고(再考)가 필요

우리 경제는 1980~2000년대 첨단 제조업 육성 이후 낡은 규제에 가로막혀 신성장 동력 발굴에 실패했다. 새로운 산업이 등장해 중첩/대체되면서 성장 사이클이 만들어 졌어야 했는데 지난 20년간 우리나라는 주력 수출산업을 중심으로 글로벌 경기 사이클에 맞춰 호황과 불황을 반복하는 데 그쳤다. 그 사이 자동차·정유·철강·전자 등 주력 제조업의 경쟁력은 약화되었고 금년 들어서는 미국발 관세 부과로 수익성마저 악화될 위기에 처해있다. 결국 새로운 성장 모멘텀 확보와 산업 육성 없이 제도 개선 만으로는 자본시

장의 지속 성장을 담보하기 어려운 상황이다.

결국 자본시장의 지속 성장을 담보하기 위해서는 과거 주택/건설경기 부양책과 같은 인위적 경기부양이나 모방을 통한 ‘반짝 성장’이 아니라 근본적인 체질 개선과 창조/혁신을 기반으로 성장 잠재력을 업그레이드 할 수 있는 ‘진짜 성장’, 즉 지속적인 성장을 가능케 할 모델이 절실하다. 특히 국가 대항전 수준으로 펼쳐지는 글로벌 기술패권 경쟁에 대응하기에는 국내 개별기업 단위의 노력은 역부족으로 보인다. 경제와 산업 대도약을 위한 기술주도 성장(Technology growth)과 관련해서는 민관 협력 하에 종합적인 전략이 절실한 상황이다. 이에 맞춰 금융의 역할도 변화해야 할 것이다. 첨단산업 경쟁 격화에 따른 투자 수요 증가에 비해 현재 기업 자금조달 환경과 정부 재정만으로는 이를 충당하기에는 역부족으로 보인다. 결국 과거와는 다른 금융부문의 역할론이 대두될 수 밖에 없는 시점이다. 정부 보증에 기반한 정책금융과 부동산 금융 중심에서 혁신 산업과 생산적인 분야에 보다 원활한 자금공급이 이루어져 성장을 보다 촉진할 수 있도록 해야 한다. 이를 위해 산업과 금융의 연결고리를 가로 막았던 칸막이 규제들을 전면 재검토하고 시장 기능을 활성화해 시중 자금이 보다 생산성 높은 곳으로 유입될 수 있도록 위험가중자산(RWA) 산정 방식 개편 등 정부의 제도 및 규제 개선이 뒷받침되어야 할 것이다.

이와 함께 장기 저성장과 고령화, 양극화, 가계부채 문제 등이 복합적으로 얽혀 있는 자영업자·소상공인 및 중소기업에 대한 지원과 더불어 저신용 취약차주에 대한 배려 등 ‘따뜻한 금융’에 대한 시대적 요구도 확대되고 있다. 금융이 단순 자금중개 기능의 역할을 넘어 성장의 한 축을 담당하고 민생 안정의 조력자 역할을 하는 시대가 되었다. 이에 걸맞는 ‘금융의 역할’에 대해 다시 한 번 재고(再考)해 볼 때이다. 

자금 중계자 역할에서
지속 성장을 지원하는
한 축이 될 수 있도록
제도 개선 필요

따뜻한 금융에 대한
시대적 요구에도
부응해야

금융회사의 미래, 데이터에서 온다

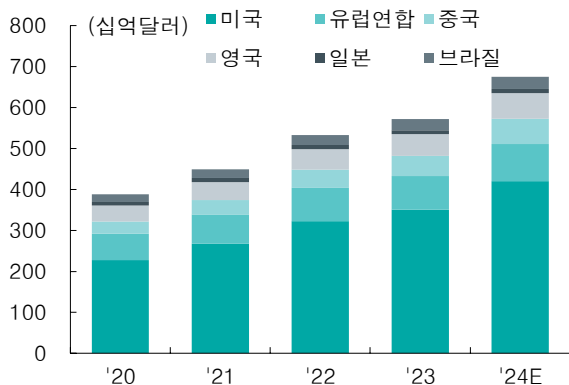
최 희 재 수석연구원

글로벌 데이터 산업 시장이 급성장하면서 데이터 활용도 점진적으로 ‘분석 중심’에서 ‘유통·판매 중심’으로 전환되고 있으며 이에 따라 데이터 수익화 사업이 본격화되고 있다. 국내 데이터 산업은 주요국 대비 아직 초기 단계이나, 금융업을 중심으로 직접적 수익화가 확대되는 추세이다. 주요 금융회사와 핀테크 기업들도 다양한 방식의 비즈니스 전략을 통해 데이터 사업을 본격 추진 중이다. 이에 따라 금융업 전반에서 데이터 수익화 사업의 구체적인 모델 정립이 요구되는 시점이다.

■ 글로벌 데이터 시장은 유통·판매 중심으로 재편되며 데이터 수익화 영역을 확대

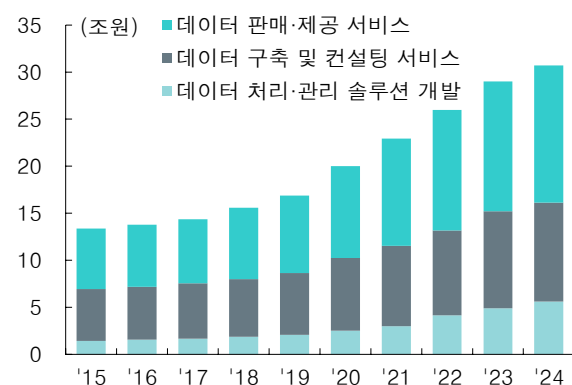
- 전 세계적으로 데이터는 디지털 경제의 핵심 자산으로 부상하고 있으며, 생성형 AI, 클라우드 전환 등 기술 발전에 따라 데이터 판매를 통한 경제적 가치 창출이 가속화
- 글로벌 데이터 산업이 빠르게 성장하는 가운데 데이터 활용 방식도 점진적으로 ‘분석 중심’에서 ‘유통·판매 중심’의 수익화 구조로 전환
 - '24년 기준 글로벌 데이터 시장 규모는 약 6,750억 달러로 추정되며, 미국, EU, 중국 등 주요국의 정부와 기업들은 데이터를 경제 성장의 핵심 자산으로 인식
- 국내 데이터 산업도 금융업을 중심으로 직접적 수익화가 본격화되고 있으며, 데이터 판매 중심의 비즈니스 모델이 산업 성장의 핵심 동력으로 부상
 - '24년 국내 데이터 산업 시장 규모는 약 30.7조원으로 지난 5년간 연평균 성장률 11.3%를 기록하고 '29년에는 시장 규모가 52조원을 넘어설 것으로 전망

■ 글로벌 데이터 산업 시장 규모 추이



자료 : 한국데이터산업진흥원, IDC, European Data Market Study

■ 국내 데이터산업 시장 규모 추이



자료 : 한국데이터산업진흥원

■ 데이터 수익화는 데이터를 경제적 자산으로 활용하여 수익을 창출하는 전략

- 데이터 수익화(Data Monetization)는 기업 데이터를 단순한 분석 도구가 아닌 전략적 자산으로 전환해 부가가치를 창출하거나 직접적인 수익으로 연결하는 사업
- 과거에는 데이터가 폐쇄형 자산으로 내부 활용에 한정되었으나, 최근에는 개방형 자산으로 전환되며 외부 유통·판매 등 활용 범위가 크게 확대
- 데이터 수익화 사업 유형은 ‘간접적 데이터 수익화(Indirect Data Monetization)’와 ‘직접적 데이터 수익화(Direct Data Monetization)’로 구분
 - 간접적 데이터 수익화는 내부 데이터를 활용해 운영 효율성 제고, 리스크 관리, 고객 경험 개선을 통해 비용 절감 및 성과 향상 등 간접적 재무 효과를 창출
 - 직접적 데이터 수익화는 데이터를 외부 기관·기업에 API, DaaS, 리포트 형태로 판매하거나, 맞춤형 상품 및 광고서비스를 통해 실질적 수익을 창출하는 방식

■ 일반적으로 기업들은 ‘단계별 데이터 수익화 모델’을 통해 데이터 수익화 사업을 추진

- (① 데이터 자산화) 기업이 보유한 미가공 데이터를 경제적 가치 기준에 따라 표준화·관리하여 향후 활용 가능한 수익화 기반을 마련하는 사전준비 단계
- (② 간접적 수익화) 내부 분석을 통한 업무 효율성 제고 및 고객 운영 최적화를 달성하여 비용 절감 중심의 간접 수익으로 연결하는 단계
- (③ 직접적 수익화) 데이터 기반의 맞춤형 광고, 타겟 마케팅, 리워드 캠페인 등 개인화된 마케팅을 통해 직접적인 수익을 창출하는 단계
- (④ 고도화된 수익화) 데이터를 외부에 DaaS, AaaS 등의 형태로 제공하거나 데이터 마켓플레이스·플랫폼을 통해 판매하여 고도화된 수익을 실현하는 단계

■ 국내외 단계별 데이터 수익화 모델 비교

	1 데이터 자산화	2 간접적 수익화	3 직접적 수익화	4 외부 수익화
주요 목적	• 데이터 관리 기반 마련	• 내부 운영 및 고객 경험 개선	• 자사 중심 연계 서비스 • 고객 대상 맞춤형 서비스	• 외부 및 개방형 마켓 등 플랫폼을 통한 유통 및 판매
운영 방식	• 데이터 정비·표준화 • 데이터 관리 체계 구축	• 업무·운영 효율성 향상 • 단계별 고객 여정 최적화 • 맞춤형 상품·서비스 개발	• 고객 맞춤형 광고 • 타겟 마케팅 자동화 • 데이터 연계 플랫폼 구축	• API, DaaS, 리포트 제공 • 내·외부 데이터 결합을 통한 고수익 데이터 판매
수익 구조	• 준비단계(비수익)	• 비용 절감 효과 중심	• 제휴·광고 연계 기반 수익	• 외부 판매를 통한 수익
대표 사례	• 데이터포털 구축 • 비즈메타 관리	• 리스크 평가 모델 정교화 • 여신 심사 자동화 • 고객 이탈 예측	• 카드 소비 분석 기반 광고, 쿠폰 제공 서비스 • 리워드 마케팅 캠페인	• 데이터거래소 데이터 판매 • 데이터 마켓플레이스 통한 판매 • 공공기관 대상 DaaS 제공

자료 : 하나금융연구소

■ 글로벌 데이터 산업 시장이 급성장하는 가운데 국내 데이터 산업은 아직 초기 단계

- 해외 주요국 금융시장의 경우 금융회사뿐만 아니라 핀테크 기업들도 다양한 방식으로 데이터 분석·활용 등을 통해 금융업 전반의 디지털 전환을 적극 추진
 - 미국과 EU에 이어 후발주자였던 중국도 정부 주도의 강력한 전략과 방대한 데이터를 바탕으로 금융상품 개발, 리스크 관리, 마케팅 등에서 데이터를 적극 활용
- 반면, 국내 데이터 사업은 일부 규제 완화에도 불구하고 내부 효율화 목적이거나 수익화 초기 단계에 그치는 경우가 대부분으로 주요국 대비 아직 저조한 수준
 - 데이터에 대한 신뢰 부족, 강력한 개인정보보호 규제 등 제도적 한계가 주요 제약 요인
- 정부 주도하에 데이터 관련 정책 및 IT 인프라 관련 규제가 점차적으로 완화되고 있으나, 아직까지는 데이터가 실질적으로 활용되기에는 제한적

■ 금융업권별 특성에 따라 데이터 수익화의 진행 단계와 성숙도에 차이 존재

- (카드사) 방대한 소비 데이터를 활용해 본업인 신용판매 부진 등 기존 수익 모델의 한계를 보완하고자 금융권 중 데이터 수익화를 가장 적극적으로 추진
 - '25.6월 기준 금융데이터거래소 데이터마켓에 등록된 8,500여건 서비스 중 카드사 관련 서비스는 7,500건(89%)으로 가장 높은 비중을 기록
- (빅테크·인터넷전문은행) 데이터 기반 광고 등 공격적인 직접 수익화를 진행하고 있으며, 카드·은행 대비 데이터 사업의 매출액 및 수익성이 높은 편
- (은행) 기존 간접적 데이터 사업 중심에서 데이터 판매 등 직접적 데이터 수익화로 범위 확대를 추진 중이나 아직까지 수익 창출 사례는 제한적
- (증권, 캐피탈) 카드사·은행 대비 초기 단계로 투자자 패턴 분석, 리서치 기반 AI 추천, 정보 서비스 고도화 등 간접적 데이터 수익화에 집중

■ 금융업권별 데이터 수익화 진행 현황 및 주요 사례

구분	단계	주요 내용
카드	직접적 데이터 수익화 진행	- 컨설팅 및 데이터 직접 판매로 수익 창출(신한카드) - 타겟 광고 및 마케팅 플랫폼 운영(삼성카드) - 소비자 행동 분석 리포트를 기업, 소매업체, 마케팅 대행사 등에 판매
은행	직접적 데이터 수익화 시작	- API 기반 데이터 제공 등 데이터 판매 사업을 추진 중 - 아직까지 직접적 데이터 사업의 수익 창출 사례는 제한적
빅테크/ 인터넷전문은행	데이터 기반 광고 등 직접적 수익화 진행	- 거래 기반 정밀 타겟팅 광고 시행(토스애즈) - 배너 광고 등을 통해 플랫폼 수익 창출(카카오뱅크)
증권	간접적 데이터 수익화 진행	- 투자자 패턴 분석, B2B 데이터 협업·판매, AI 추천 및 쿼트 분석 툴 개발 - 마이데이터 플래너 서비스를 통한 공모주·배당·이자·절세 지원(미래에셋)
캐피탈	간접적 데이터 수익화 진행	- 금융자산과 자동차 자산을 분석하여 최적의 차량 구매 시뮬레이션 제공 - 마이데이터 서비스를 통한 고객 차량 구매·관리 지원(KB차차차)

자료 : 하나금융연구소

■ 주요 금융회사 및 핀테크 기업들은 다양한 방식의 전략을 통해 데이터 사업을 본격화

- (판매·유통 플랫폼) 내부 데이터를 활용한 자체적인 데이터 유통·판매 플랫폼을 구축하여 기업, 연구·공공기관 등 외부 고객에게 상품화된 형태로 제공
 - 신한카드는 일부 기관을 대상으로 데이터 분석을 제공하는 GranData를 출시한데 이어 다양한 고객층에 데이터를 판매하는 DataBada를 통해 데이터 수익화를 실현
- (외부 협업) 이종 업종간 협업을 통해 공동 마케팅 및 상품 개발 등 데이터 시너지를 창출하고 민간 주도의 데이터 얼라이언스 등을 통한 데이터 생태계 확장을 추진
 - ‘Big5 얼라이언스’는 5대 주요 소비재·유통·결제 기업이 참여하는 데이터 연합으로 개별 기업의 데이터 결합을 통해 정교한 소비자 프로파일링과 마케팅 전략을 수립
- (계열사 협업) 그룹 데이터 통합 플랫폼을 기반으로 계열사 간 데이터 연계를 확대하고, 교차 마케팅·상품 개발, 리스크 관리 등의 디지털 경쟁력을 강화
 - 하나금융그룹은 하나카드를 중심으로 그룹 내 보험사와 메시징·마이데이터 광고 사업을 진행 중이며, 향후 그룹 내 주요 관계사와 데이터 사업을 확장할 계획
- (메시징 광고) 데이터를 활용해 잠재 고객에게 맞춤형 혜택 광고 메시지를 전송하고 광고 기획에 활용하는 메시징 광고 사업을 통해 데이터 수익화를 실현
 - 토스애즈는 토스 앱 내 광고를 관리하는 디지털 광고 플랫폼으로 '23년 월평균 매출 100억 원을 돌파하며 토스의 핵심 매출원으로 부상
- (데이터 신사업) 기존 금융데이터의 활용도를 확대해 데이터 관련 신사업 발굴을 적극 추진하여 중장기적으로 비이자 수익 다변화의 기회를 모색
 - 카드사는 기업정보조회업 진출 등을 통해 기존에는 접근이 어려웠던 영세 사업자 대상 신용평가 및 대출 상품 개발 등 신규 수익 모델 창출이 가능

■ 금융업권 전반에서 데이터 수익화 사업에 대한 구체적인 모델 정립이 필요

- 디지털 전환이 가속화되면서 데이터 활용은 필수 전략으로 자리매김했으며, 방대한 금융데이터를 보유한 금융회사에게 차별화된 경쟁력으로 작용
- 현재까지 데이터 수요는 직접 수익에 큰 영향을 미치진 않지만 장기적으로는 고객 확보와 마케팅 효율화 등에 유리하다는 점에서 향후 지속 확대될 것으로 전망
- 따라서 금융회사는 데이터 수익화를 ‘내부 효율성 확보’ 수준을 넘어 ‘상품화 단계’로 고도화할 필요가 있으며, 이를 위해 기술·조직·생태계 연계 등 전방위적 전략이 요구
- 특히 금융지주사는 그룹 데이터를 통합적으로 활용해 시너지를 극대화하고, 정책당국은 광고 허용 등 제도적 기반 확대를 검토할 필요 

‘광고 피로시대’, 은행 브랜드가 나아가야 할 길

장혜원 수석연구원

미국 주요 은행의 마케팅 비용이 증가하고 있음에도 불구하고 브랜드 인지도는 오히려 하락했다. 끝없이 이어지는 광고 홍수 속에 피로가 누적되면서 소비자는 단순히 광고를 ‘무시’하는 것이 아니라 적극 ‘회피’하고 있다. 반면 식음료 산업은 가족, 친구들과 함께 하는 설렘, 끊임없는 혁신을 브랜드와 연결시킨 광고로 소비자들의 눈길을 사로잡고 있다. 은행은 브랜드 인지도 향상을 위해 진정성 있는 고객 스토리를 광고에 담고, 지역 커뮤니티 참여를 통한 신뢰 구축에 관심을 둘 필요가 있다.

■ 미국 주요 은행의 마케팅 비용은 증가한 반면, 브랜드 인지도는 하락^[1]

- 미국 주요 은행의 마케팅 비용은 코로나19의 영향으로 감소했던 '20년을 제외하면, 최근 7년 간 연평균 약 8%의 성장률로 증가
 - 미국 상위 30개 은행의 광고 및 마케팅 비용은 전년대비 18% 감소했던 '20년을 제외하고 '17년 이후 연평균 8~9%로 성장^[2]
- 그러나 최근 Rival Banking Research의 조사('25.6월)에 따르면 미국 금융기관의 브랜드 인지도는 '24.1Q 34% → '25.1Q 31%로 약 3%p 하락
 - 해당 조사는 미국 전역에서 21만 명의 인터뷰를 통해 이루어짐

■ 광고 홍수 속에 피로감이 증가하면서 소비자들은 광고 ‘무시’를 넘어 적극적으로 ‘회피’

- 가장 많은 광고를 접하는 세대는 밀레니얼 세대이지만, 심각한 광고 피로감을 호소하는 세대는 Z와 X세대로서 이들은 광고 ‘무시’를 넘어 적극 ‘회피’
 - 현재 광고 없는 스트리밍 서비스 구독은 전년대비 7.5% 증가했으며, 이는 소비자들이 마케팅 공세를 피하기 위해 기꺼이 비용을 지불할 의향이 있음을 시사
- 금융 광고를 가장 많이 접하는 채널은 SNS, TV/스트리밍, 마케팅 Email 등으로, 소비자들은 해당 매체로 전달되는 광고의 획일적인 메시지가 기억에 남지 않거나 공감하기 어려운 내용이라고 응답
 - 소비자는 금융 광고를 회피하는 이유로 너무 잦은 광고횟수, 나와 무관한 내용, 필요를 충족하지 못함, 방해되는 타이밍, 어려운 전문용어 등을 선택

[1] “Consumers Are Suffering Marketing Fatigue. How to Earn Back Their Attention”, The Financial Brand, 2025.7.16.

[2] “Leading U.S. Banks’ Commitment to Marketing Investment Continued in 2024”, EMI, 2025.2.13.

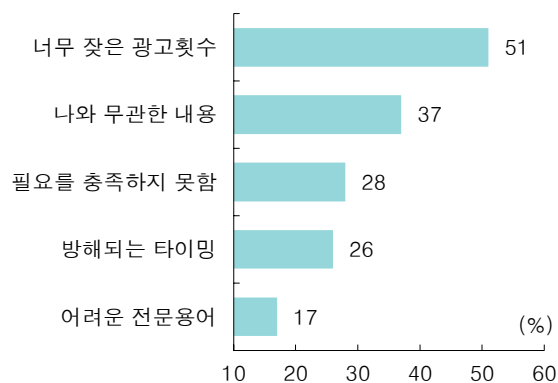
■ 반면 식음료 산업은 가족 및 친구들과 함께 하는 설렘, 끊임없는 혁신을 브랜드와 연결시킨
광고로 소비자들의 눈길을 사로잡고 있음

- 끝없이 쏟아지는 광고에도 불구하고 소비자의 62%는 매일 식음료 광고를 시청하고 있으며, 광고 내용을 기억하고 있는 비중도 30% 이상
 - 반면 금융서비스 광고를 기억하고 본 적이 있다고 답한 사람은 8%에 불과
- 식음료 광고는 건강하고 활기찬 이미지, 가족 및 친구들과 함께 하는 설렘, 도전 정신과 끊임없는 혁신을 진열대의 제품과 연결해 소비자에게 브랜드를 각인
- 일반적으로 소비자들은 제품 중심의 메시지보다는 공감할 수 있는 스토리를 담거나 적절한 유머를 접목한 광고 캠페인에 긍정적으로 반응

■ 은행은 브랜드 인지도 향상을 위해 진정성 있는 고객 스토리를 적극 발굴해 광고에 담고, 지역 커뮤니티 참여를 통해 신뢰를 구축하는 것이 중요

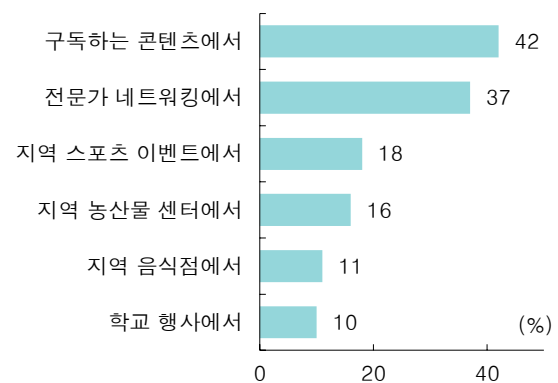
- 은행은 세대, 지역 등 세분화 전략에 따른 맞춤형 스토리를 발굴하여 타깃 소비자가 공감할 수 있는 서사(narrative)를 구성해 브랜드와 연결시키는 것이 중요
 - 광고에 타깃 소비자의 가치관, 경험, 감성 등을 고려한 서사를 담을 경우 몰입도 제고와 감성적 유대감 형성에 긍정적
- 또한 지역행사 후원과 네트워킹 파티, 금융진단 및 교육 관련 워크숍 개최 등 지역사회 활동에 적극 참여해 진정성 있는 신뢰를 구축하는 것이 중요
- 지역사회에서 영향력 있는 인플루언서들과의 협업도 대안채널로 활용할 필요
 - 소비자들은 금융기관의 직접 광고 외에 금융 옵션과 서비스에 대해 정보를 얻고 싶은 채널로 ‘구독 중인 콘텐츠’를 42%로 가장 많이 선택 

■ 소비자가 금융 광고를 회피하는 이유



자료 : The Financial Brand

■ 소비자가 금융 정보를 얻고 싶은 채널



자료 : The Financial Brand

JP모건체이스, 지정학 리스크 관련 자문서비스 출시

왕 다 윤 수석연구원

JP모건체이스는 글로벌 지정학 리스크에 선제 대응하기 위해 지정학 센터를 설립하고 기업 등 고객을 대상으로 자문서비스를 시작했다. 이는 미중 갈등, 중동 전쟁 등 국제적 불확실성이 기업의 의사결정에 핵심변수로 부상함에 따른 조치다. 글로벌 금융사와 금융당국 역시 지정학 리스크를 시스템 안정의 위협 요소로 인식하고 관리 체계를 강화하고 있다. 수출 의존도가 높은 한국도 이러한 리스크에 취약한 만큼, 국내 금융사들은 지정학 리스크 대응 역량을 높이고 자문서비스 도입을 고려할 필요가 있다.

■ JP모건체이스는 지정학 리스크 대응을 위해 지정학센터를 설립하고 자문서비스 출시

- 탈세계화와 지정학(Geo-economics) 시대의 도래로, 글로벌 공급망 결정요인이 비용 효율성에서 국가 안보, 기술 패권, 정치적 동맹 관계 등으로 변화
 - 지정학 리스크 수준을 정량적으로 나타내는 지표인 지정학적 위험 지수(GPR)는 '22년 러시아-우크라이나 전쟁 이후 급등한 뒤 현재까지 높은 수준을 유지^[1]
- JP모건체이스는 글로벌 시장의 변동성에 선제 대응하기 위해 지정학 리스크 분석과 전략 수립을 전담하는 지정학센터를 공식 출범('25.5)
 - 지정학센터(Center for Geopolitics)는 고객들에게 시의적절한 인사이트를 제공하여 급변하는 국제정세에 대한 기업들의 전략적인 의사결정을 돕는 것을 목표로 함

■ 동 센터는 맞춤형 분석부터 전략 수립까지 포괄적인 지정학적 자문서비스 제공

- 지정학센터는 단순한 글로벌 동향 보고를 넘어, 고객의 실질적인 의사결정을 돕는 구체적이고 실행 가능한 자문을 제공하는 데 중점을 둠
 - 고객의 비즈니스 전반에서 전략적 파트너로 진화하기 위해 콘돌리자 라이스 전 미국 국무장관 영입 등 자문 역량과 전문성을 강화
- 글로벌 정세 변화에 따른 체계적인 대응을 위해 단계별 맞춤형 서비스를 제공
 - 특정 국가 및 지역의 정치 리스크, 규제 변화 등을 고객의 사업 구조에 맞춰 분석하고, 이에 따른 잠재적 영향을 정밀하게 평가
 - 주요국 선거, 무력 분쟁 등 다양한 지정학적 시나리오에 기반한 비즈니스 환경 변화 예측과 함께, 단계별 대응 전략 수립을 지원

[1] "지정학적 리스크 지표에 대한 설명", 한국금융연구원, 2024.08.05

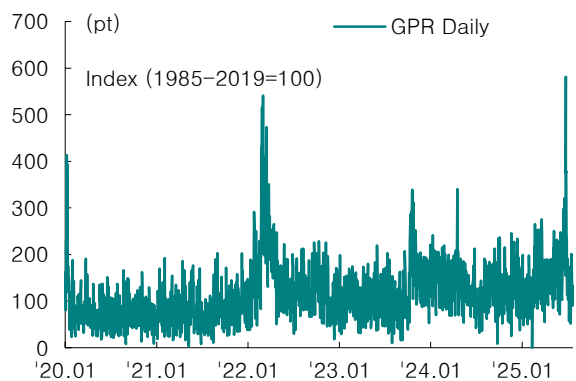
■ 글로벌 금융기관과 금융당국 역시 지정학 리스크 관리와 대응을 강화하는 추세

- 주요 글로벌 투자사는 지정학 리스크 전담 조직을 운영하며, 리스크 분석 결과를 투자 전략 수립과 고객 자문서비스를 제공
 - (골드만삭스) 글로벌 리서치 조직을 통해 지정학 리스크를 정기 분석하고, 이를 고액자산가 및 기관투자자 대상 포트폴리오 전략과 투자 자문에 반영
 - (라자드자산운용) 전직 외교·정보기관 인사들로 구성된 지정학적 자문 그룹 운영을 통해 글로벌 M&A 및 공급망 전략 등에 대한 자문 제공
- 국제 금융당국도 지정학 리스크를 기후 변화와 함께 시스템 안정을 위협하는 주요 비재무 리스크로 인식하고 관리 체계를 강화
 - 유럽중앙은행(ECB)은 '26년 스트레스 테스트에서 지정학 리스크 시나리오를 반영해 은행들의 대응 역량을 평가할 계획^[2]

■ 국내 금융사도 지정학 리스크 대응력을 제고하고 관리 영역으로 서비스를 확장할 필요

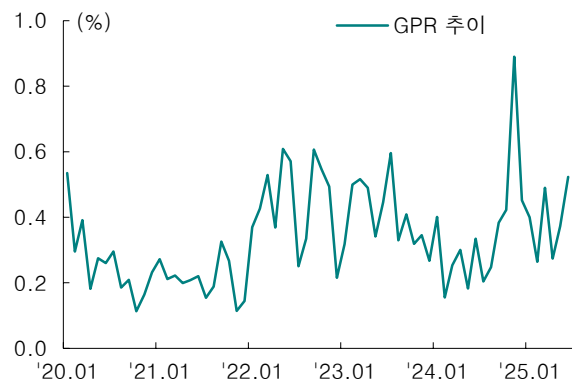
- 수출 의존도가 높은 한국의 구조적 특성상 국제 정세 변화에 취약하므로, 기업 대상 맞춤형 지정학적 자문서비스를 제공할 필요
 - 특히 정보·분석 역량이 부족한 중소기업에 정치·규제 등 지정학 리스크 진단과 대응 전략을 제공해 실질적인 의사결정을 돕고, 금융사의 신규 수익원 발굴 가능
- 국내 금융사는 내부적으로 지정학 리스크에 대한 대응 체계를 고도화할 필요
 - 기업 여신·투자 심사 시 지정학적 노출도를 반영함으로써 기존의 재무 중심 평가를 넘어 외부 환경까지 고려한 통합적 리스크 관리 체계를 구축할 필요 

■ 글로벌 지정학 리스크 지수(GPR) 추이



주 : GPR은 10개 신문의 전체 기사 수 대비 전쟁, 테러, 핵 위협 및 국가간 긴장과 같은 부정적인 지정학적 사건과 관련된 기사의 빈도수
자료 : Matteo Iacoviello

■ 한국 지정학 리스크 지수(GPR) 추이



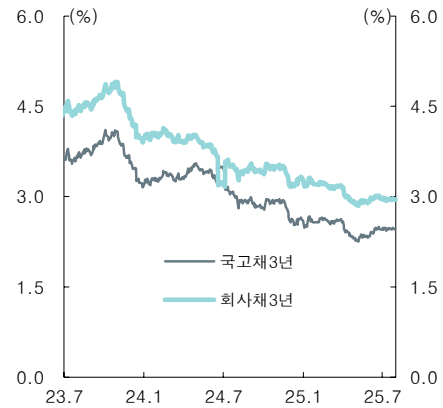
주 : 한국 GPR은 3개 신문의 전체 기사 수 대비 지정학 리스크 관련 기사 수의 비율
자료 : Matteo Iacoviello

[2] "ECB Stress Test to Ask Banks Which Geopolitical Risks Would Hurt", Bloomberg, 2025.07.15

국내 금융시장

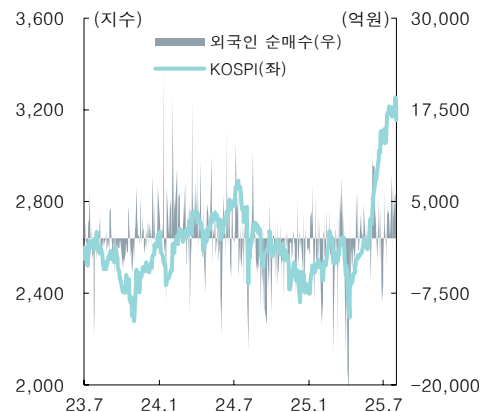
금리

단위: %	콜 (1일)	CD (91일)	산금채 (1년)	회사채 (AA-, 3년)	국고채 (3년)	국고채 (5년)
'23년말	3.91	3.83	3.69	3.90	3.15	3.16
'24년말	3.33	3.39	3.01	3.28	2.60	2.76
6월말	2.57	2.56	2.52	2.96	2.45	2.59
7월 25일	2.52	2.51	2.50	2.97	2.49	2.64
7월 28일	2.51	2.51	2.50	2.96	2.46	2.62
7월 29일	2.50	2.51	2.50	2.95	2.46	2.61
7월 30일	2.52	2.51	2.50	2.95	2.45	2.60
7월 31일	2.51	2.51	2.50	2.95	2.46	2.59



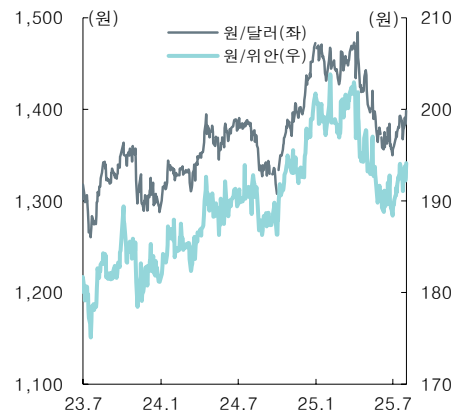
주가

	KOSPI (지수)	거래대금 (억원)	거래량 (백만주)	외인순매수 (억원)
'23년말	2,655.3	94,189	460	7,017
'24년말	2,399.5	53,155	304	-1,207
6월말	3,071.7	133,338	464	-6,513
7월 25일	3,196.1	98,222	389	2,687
7월 28일	3,209.5	138,729	503	4,802
7월 29일	3,230.6	127,692	373	6,047
7월 30일	3,254.5	129,685	338	5,801
7월 31일	3,245.4	164,556	540	3,444



환율

단위: 원	원/달러	원/100엔	원/위안	원/유로
'23년말	1,288.0	911.0	181.2	1,425.1
'24년말	1,435.5	928.0	197.0	1,487.9
6월말	1,350.0	937.1	188.4	1,591.2
7월 25일	1,377.9	932.8	192.2	1,617.7
7월 28일	1,382.0	930.2	192.5	1,601.3
7월 29일	1,391.0	936.6	193.8	1,605.8
7월 30일	1,383.1	924.9	192.2	1,577.0
7월 31일	1,387.0	919.8	192.6	1,583.1

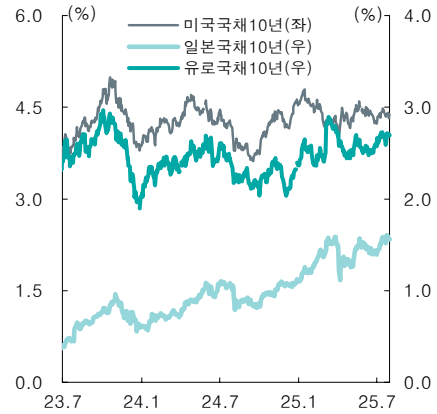


자료 : Bloomberg, 연합뉴스포맥스

해외 금융시장

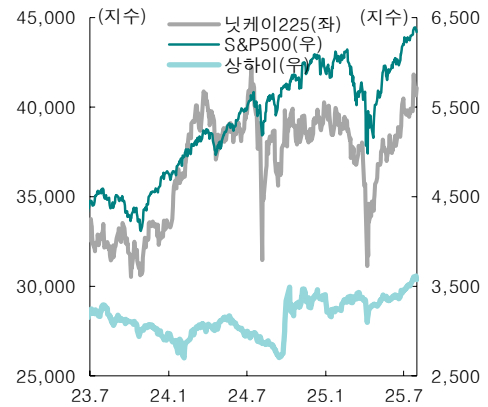
:: 금리

단위: %	미국				일본	유로
	실효FR	SOFR3월	국채2년	국채10년	국채10년	국채10년
'23년말	5.33	5.33	4.25	3.88	0.61	2.02
'24년말	4.33	4.31	4.24	4.57	1.10	2.37
6월말	4.33	4.34	3.72	4.23	1.43	2.61
7월 25일	4.33	4.34	3.92	4.39	1.61	2.72
7월 28일	4.33	4.34	3.93	4.41	1.57	2.69
7월 29일	4.33	4.34	3.87	4.32	1.58	2.71
7월 30일	4.33	4.34	3.94	4.37	1.56	2.71
7월 31일	-	4.34	3.96	4.37	1.56	2.70



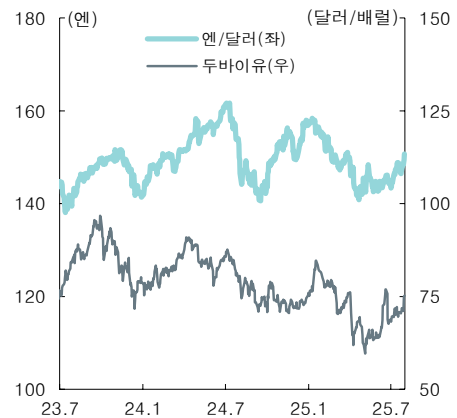
:: 주가

단위: 지수	S&P500	닛케이225	상하이종합	Euro Stoxx
'23년말	4,769.8	33,464.2	2,974.9	4,521.4
'24년말	5,881.6	39,894.5	3,351.8	4,896.0
6월말	6,205.0	40,487.4	3,444.4	5,303.2
7월 25일	6,388.6	41,456.2	3,593.7	5,352.2
7월 28일	6,389.8	40,998.3	3,597.9	5,337.6
7월 29일	6,370.9	40,674.6	3,609.7	5,379.2
7월 30일	6,362.9	40,654.7	3,615.7	5,393.2
7월 31일	6,339.4	41,069.8	3,573.2	5,319.9



:: 환율/상품

	환율		상품(유가 현물, 금 선물)	
	엔/달러(엔)	달러/유로(\$)	Dubai(\$/배럴)	Gold(\$/온스)
'23년말	141.36	1.106	79.1	2,083.5
'24년말	157.36	1.036	75.9	2,641.0
6월말	144.02	1.179	68.75	3,307.7
7월 25일	147.67	1.174	71.8	3,335.6
7월 28일	148.52	1.159	71.1	3,310.0
7월 29일	148.43	1.154	72.5	3,324.0
7월 30일	149.47	1.140	74.9	3,352.8
7월 31일	150.69	1.141	75.2	-



자료 : Bloomberg, 연합뉴스포맥스



하나금융포커스

제15권 15호

등록번호 서울중, 다00037

등록일자 2011년 3월 21일

2025년 8월 1일 인쇄

2025년 8월 4일 발행

발행인 이호성

편집인 안성학

발행처 하나은행 하나금융연구소

서울특별시 중구 을지로 66 하나금융그룹 명동사옥

대표전화 2002-2200

홈페이지 www.hanaif.re.kr

인쇄 (주)광문당

본 지에 게재된 내용은 집필자 개인 의견으로
하나금융연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

홈페이지



카카오톡 채널



 **하나은행** 하나금융연구소
하나금융포커스 제15권 15호

04538 서울특별시 중구 을지로 66 하나금융그룹 명동사옥
Tel 2002-2200 E-mail hanaif@hanafn.com