제11권 9호
2021. 4. 26~2021. 5. 9

하나금융그룹

하나금융 포커스

Bi-Weekly Hana Financial Focus

논단	바람직한 ESG 경영과 금융의 역할
이슈분석	덤벨 이코노미, 플랫폼 비즈니스로 확장
금융경영브리프	2021년 자산관리시장 트렌드 변화 Z세대의 금융수요 특징과 유치 전략
금융시장모니터	금 리: FOMC 확인 후 방향성 재탐색 전망 외 환: 유럽 경기모멘텀 강화로 달러화 진정세
금융지표	국내 금융시장 해외 금융시장

하나은행
하나금융경영연구소

인간

연구자는 사람,+ 고객은 사람++

세상을 바꾸기 전에 먼저 사람을 바꿔야 합니다.
현실에 기초한 진지한 연구를 통해
사회적 신뢰를 창조하는 것

하나금융경영연구소의 사명입니다.

집필진

편집

연구위원 윤병수(hybs)
연구원 김효섭(hyosupk)

이슈분석

연구위원 김유진(jazzgene)

금융경영브리프

수석연구원 하서진(seojinha)
수석연구원 심윤보(simjunil)

금융시장모니터

금 리 | 수석연구원 김수정(sjkim1771)
외 환 | 연구원 윤지선(jisun.yun)

금융지표

연구원 최제민(jeminchoi)

하나은행
하나금융경영연구소

내용에 대한 문의나 건의사항은 담당연구원에게 연락해 주시기 바랍니다. (hyosupk@hanafn.com)

제11권 9호
2021. 4. 26~2021. 5. 9

하나금융 포커스

Bi-Weekly Hana Financial Focus

01	논단	바람직한 ESG 경영과 금융의 역할
04	이슈분석	덤벨 이코노미, 플랫폼 비즈니스로 확장
08	금융경영브리프	2021년 자산관리시장 트렌드 변화 Z세대의 금융수요 특징과 유치 전략
12	금융시장모니터	금 리: FOMC 확인 후 방향성 재탐색 전망 외 환: 유럽 경기모멘텀 강화로 달러화 진정세
16	금융지표	국내 금융시장 해외 금융시장

바람직한 ESG 경영과 금융의 역할*

정 희 수 연구위원(heesoo_jung@hanafn.com)

올해 들어 ESG 경영이 사회 전반에 걸쳐 최대 화두로 부상하는 가운데 ESG 리스크에 대한 우려감도 커지고 있다. 글로벌 차원에서 공감대가 형성되고 ESG 정보의 표준화 작업을 적극적으로 추진하고 있다. ESG 경영의 각 요소에 대한 정확한 인식과 함께 통합적인 시각에서 접근해야 하고, 이를 위해서는 ESG 정보의 표준화를 통해 비교가능성을 높이고 공시를 의무화하는 조치가 선결되어야 한다. 또한 ESG 정보의 신뢰성을 확보하기 위해 ESG 이사회나 외부자문기구를 활용할 필요도 있다. 이러한 조건이 충족되면 금융권에서 ESG 리스크를 통제·관리하는 역할을 원활하게 수행할 것으로 기대된다.

국내외 기업 및 금융권에서 ESG 경영에 대한 관심 증대

ESG 경영, 올해 최대 화두로 부상

지난해부터 코로나19 영향으로 사회 전반에 걸쳐 ESG 경영에 대한 관심이 한층 커지기 시작했다. 정부도 지난 1월에 ESG 관련 기업 공시제도 개선방안을 발표하면서 단계적으로 기업지배구조 관련 공시 대상 기업을 확대하고 지속가능경영보고서 발간을 의무화하는 등 ESG 정보의 투명성을 강조하기 시작했다. 이에 발맞춰 금융권에서도 ESG 관련 선언을 하고 구체적인 목표를 제시하는 등 경영전략의 최우선 과제로 추진하고 있다.

글로벌 차원에서 공감대 형성과 함께 ESG 정보의 표준화 작업을 추진

주요 선진국에서는 국내보다 훨씬 앞서 ESG 경영을 시행해 왔으며, 이미 구체적인 실행 단계에 진입하였다. 2006년 UN에서 책임투자원칙(principles of responsible investment)을 결성하면서 ESG 투자가 확산되는 계기를 마련하였다. 또한 2015년 G20회의에서 TCFD(Taskforce on Climate-related Financial Disclosures)를 만들어 기후변화 관련 재무정보를 공개하도록 권고하였다. 이에 따라 영국 금융청은 올해 1월부터 상장기업 및 금융권을 대상으로 TCFD 권고안을 의무화하기 시작하였으며, 일본, 홍콩 등도 권고안을 2025년까지 완료할 예정이다. 또한, 지난해 개최된 세계경제포럼(WEF)에서도 '이해관계자 자본주의의 측정(measuring stakeholder capitalism)'이라는 주제를 통해 ESG의 중요성을 강조하기도 하였다. 이론적으로 기업은 주주가치 극대화를 목표로 추구해 왔으나 향후에는 주주의 이익뿐만 아니라 거래 기업과 소비자, 직원, 지역사회 등 모든 이해관계자의 이익과 공존을 목표로 해야 한다고 주장하였다. 또한 산업 간, 국가

* 본고의 내용은 집필자 개인의견으로 하나금융경영연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

간, 기업 간 비교 가능한 ESG 지표를 제시함으로써 표준화에도 관심을 기울였다. 이를 기초로 EY, Deloitte, PwC, KPMG 등의 글로벌 회계법인에서 ESG 공동 규범을 만들어 글로벌 표준화 작업을 주도할 예정이다.

새로운 관점에서 ESG 구성요소에 대한 정확한 인식이 중요

ESG 경영은 통합적인 시각에서 접근

ESG 경영은 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance) 등 3가지 요소를 포함하고 있는데, 그 동안 국내에서는 환경(E)보다 사회(S)나 지배구조(G)에 대해 상대적으로 관심이 높았다. 또한, 사회 구성원들이 각 요소에 대해 개별적으로 접근하다 보니 추진력이 약했던 것도 사실이다. ESG 경영은 개별 요소가 아닌 통합적인 시각에서 접근해야 한다. 따라서 글로벌 환경이 우호적으로 바뀐 만큼 새로운 시각에서 ESG 구성요소를 정확하게 인지하고 필요성에 대한 공감대를 형성하는 것이 중요하다.

환경(E)요소는 기후변화에 대한 능동적인 대처와 친환경 투자를 확대

첫째, 환경(E) 요소는 기후변화에 능동적으로 대처하고 친환경 투자에 대한 지원을 강화하는 것이다. 올해 1월부터 파리기후협약이 본격적으로 발효된 가운데 바이든 미 대통령이 취임 직후 파리기후협약 복귀를 선언하는 등 대부분 국가들이 기후변화 문제에 동참하기 시작했다. 글로벌 자산운용사, 연기금 등도 기후변화를 유발하는 투자대상을 배제하고 있으며, 이들은 기후변화 주주행동주의(climate activism)를 대표하고 있다. 투자대상 기업으로 하여금 파리기후협약을 준수하면서 탄소배출의 억제를 유도하도록 주주권을 행사하는 구조이다. 국내외 은행들도 석탄 화력발전 산업 등에 대한 금융지원을 과거대비 적극적으로 축소하는 방향으로 움직이고 있다.

사회(S)요소는 다양한 사회문제의 해결에 적극적으로 동참

둘째, 사회(S) 요소는 사회적 책임(Corporate Social Responsibility: CSR)과 공유가치창출(Creating Shared Value: CSV)보다 포괄적인 개념이다. 고령화, 소득 양극화, 세대간 갈등, 취약계층 보호 등 다양한 사회문제를 해결하려는 노력과 연관되어 있다. 나아가 노동권, 인권, 복지, 보건 등의 문제도 포함한다. 최근 ESG 채권 발행에 있어 녹색채권(green bond)보다 사회적 채권(social bond) 비중이 확대되는 등 중요성이 점차 커지고 있다.

지배구조(G)요소는 이사회 구성의 다양성과 전문성 확보부터 시작

셋째, 지배구조(G) 요소는 이사회의 구성과 밀접한 관련이 있다. 기업 경영에서 이사회의 역할이 중요한 만큼 다양성과 전문성을 모두 충족하도록 유도하고 있다. 특히, 다양성 관점에서 많은 국가들이 일정 비율의 여성 임원 선출을 법으로 규정하고 있다. 이에 따라 노르웨이, 프랑스, 아이슬란드 등 유럽 국가에서 여성의 이사회 참여 비율이 40%를 차지하고 있다. 국내에

서도 내년 8월부터 자산총액 2조원 이상 기업을 대상으로 여성이사쿼터제를 운영할 예정이다. 국내 상장기업의 여성 이사 비중이 4.5%에 불과한 만큼 이번 조치를 통해 지배구조의 다양성을 확보해야 할 것이다.

ESG 정보의 투명성 확보와 이사회 운영의 효율성 제고

그 동안 기업(투자)의 가치를 재무적 성과 중심으로 평가해 왔으나 ESG 관련 비재무적 정보를 적극적으로 반영하는 문화가 확산되고 있다. 이 과정에서 ESG 리스크를 제대로 통제하지 못할 경우 기업(투자) 가치가 훼손될 가능성이 높다. 이제는 ESG 경영이 보여주기식 일회성 참여가 아닌 경영철학으로서 구성원들의 자율적인 준수 의식이 필요하다.

ESG 경영, 보여주기식 참여가 아닌 경영철학으로 인식

한편, ESG 관련 활동의 투명한 공시 방법에 대해 정부는 ESG 리스크 관련 표준화된 정보를 공유함으로써 비교 가능성을 높이는 조치가 필요하다. 즉, 글로벌 기준에 맞는 구체적인 가이드라인을 설정하고 ESG 리스크 관련 공시를 의무화하는 방안을 모색해야 한다. 특히, 금융권에서는 기업이 탄소배출 관련 내용을 회계 상 재무제표에 투명하게 반영하는 것도 중요한 이슈이다. 탄소배출과 관련된 정확한 데이터가 확보되어야 금융권에서 대출을 심사하거나 투자 의사결정을 할 때 환경(E) 요소를 반영할 수 있기 때문이다.

ESG 관련 정보의 표준화 및 공시 의무화를 조속히 시행

이와 같이 ESG 정보의 신뢰성을 확보하기 위해서는 이사회 및 독립적인 외부전문가 그룹의 활동이 중요하다. 최근 많은 기업들이 ESG 관련 이사회를 별도로 신설하고 있는데, 이사 선임 시 기업의 ESG 활동을 감시하고 단기성과와 지속가능한 장기전략의 균형을 맞출 수 있는 전문가를 영입할 필요가 있다. 이때, 다양한 분야에서 선임하면 ESG 경영을 바라보는 시각을 확장할 수 있을 것으로 기대된다. 필요 시 별도의 외부 자문기구를 설치·운영함으로써 ESG 경영에 대한 강한 의지를 대외적으로 알릴 필요도 있다.

ESG 이사회 및 외부 자문기구 설치를 통해 다양한 분야의 전문가 영입

금융은 자금중개 기능을 직접 담당하기 때문에 ESG 리스크를 통제하고 관리하는데 핵심적인 역할을 해야 한다. 앞에서 언급한 ESG 정보의 투명성과 신뢰성이 확보된다면 금융권에서는 착한 기업이나 투자 대상을 적극 발굴해 자원배분의 효율성을 제고할 수 있을 것이다. 또한 금융권 자체적으로도 ESG 경영을 위한 노력을 병행함으로써 지속가능한 금융(sustainable finance)을 실현할 것으로 기대된다.

ESG 정보의 투명성과 신뢰 확보를 통해 금융의 역할은 더욱 중요

덤벨 이코노미, 온라인 플랫폼 비즈니스로 확장

김 유 진 연구위원(jazzgene@hanafn.com)

워라밸 문화와 함께 성장해 온 덤벨 이코노미가 코로나19를 계기로 일상적인 건강관리에 관심이 커지면서 재부각되고 있다. 특히 팬데믹 방역 조치로 인해 다중 운동시설 이용이 제한되면서 플랫폼 기반의 홈 트레이닝 시장이 고성장 중이다. 이에 국내외 IT 대기업, 스타트업, 인플루언서 등이 구독경제 서비스를 앞세워 관련 시장 진출에 적극적이다. 금융사는 관련 시장의 높은 성장 잠재력을 감안하여 적극적인 여신 정책을 펼치는 동시에 플랫폼 비즈니스 진출을 고려할 필요가 있다.

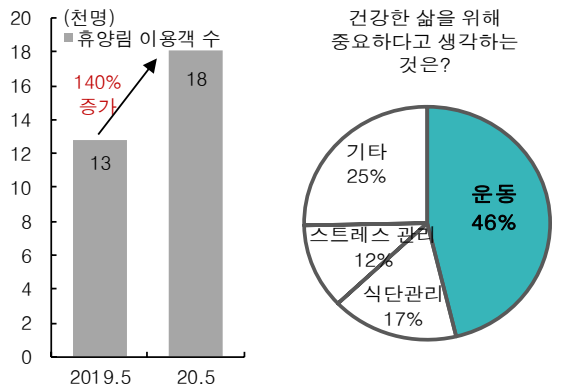
■ 코로나19 이후 일상적인 건강관리에 대한 관심이 커지면서 덤벨 이코노미가 재부각

- 전 세계적으로 코로나19 팬데믹이 장기화되면서 개인의 건강관리와 면역증강에 대한 관심이 커지고 관련 분야의 소비가 급증
  - 팬데믹 이후 국내 휴양림 이용객 수가 전년대비 140% 이상 증가하였고, 건강한 삶을 위해 운동(46%)과 식단관리(17%)가 가장 중요한 요소로 인식

- 워라밸(일과 삶의 균형) 트렌드 하에 MZ세대(밀레니얼+Z세대)를 중심으로 성장해 온 덤벨 이코노미가 최근 전 세대에 걸쳐 확산되는 분위기
  - 국세청 자료에 따르면 '20년 국내 전국 스포츠 시설이 3년 전('18년, 6,401개) 대비 130% 늘어난 8,575개로 집계

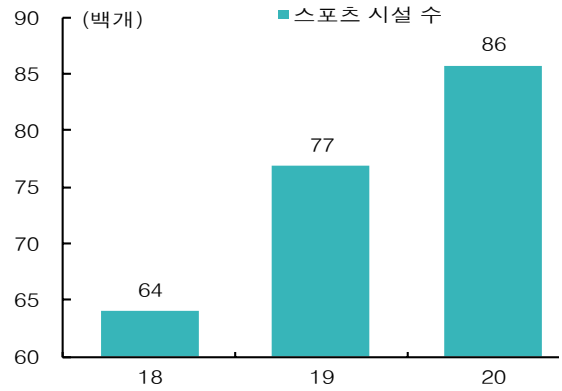
※ 덤벨 이코노미란 덤벨(dumbbell)과 경제(economy)의 합성어로 건강관리 관련 시장이 급성장하는 경제 현상을 지칭하는 용어로 2012년 英 FT에서 처음 언급

■ 코로나19 이후 삶의 질에 대한 인식 변화



주 : 2020년 6월
자료 : KPMG, 마크로밀엠브레인(건강한 삶과 운동에 대한 한국인 인식 조사)

■ 국내 스포츠 시설 수 추이



주 : 매년 8월 기준
자료 : 국세청

■ 특히 사회적 거리두기로 인해 플랫폼 기반의 홈 트레이닝 시장이 고성장 중

- 코로나19 장기화로 헬스장, 수영장 등의 다중 운동시설 이용이 제한되면서 플랫폼 기반의 디지털 헬스케어 영역 중 하나인 홈 트레이닝에 대한 관심이 급증
  - 홈 트레이닝은 헬스케어 산업의 4가지 영역인 예방(prevention) · 진단(diagnosis) · 치료(treatment) · 감시(monitoring) 중 예방(웰니스)에 포함

- 외부활동의 제약 속에 편의성 충족, 가성비 등의 장점이 부각되면서 집에서 운동하는 홈 트레이닝 시장이 고성장 중인데, 특히 수치화된 자아(quantified me)를 선호하는 MZ세대부터 중장년층으로 수요가 확산

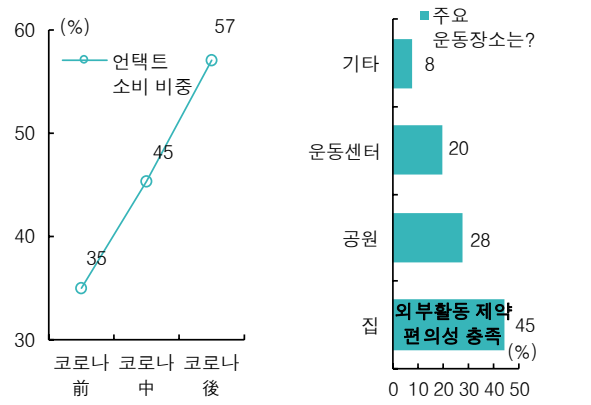
■ 홈 트레이닝 시장이 커지면서 구독경제 서비스를 내세운 player의 진입이 활발

- 온라인 기반의 구독경제 프레임을 장착한 홈 트레이닝 기업 수가 늘고 있고, 특히 홈트계의 넷플리스 美 펠로튼 인터랙티브는 팬데믹 이후 구독자 수가 급증

- 앱을 통해 대규모 소비자(구독자)를 확보한 후 신규 서비스 프로그램을 추가하여 주기적인 구독료 수익을 유지하면서 운동기구 판매 등의 사업 다각화 방식을 통해 시장을 확대
  - 펠로튼은 운동기구와 연계된 콘텐츠 구독 서비스를 제공하면서 실내 자전거(대당 270만원 수준)를 무보증·무이자로 할부 판매

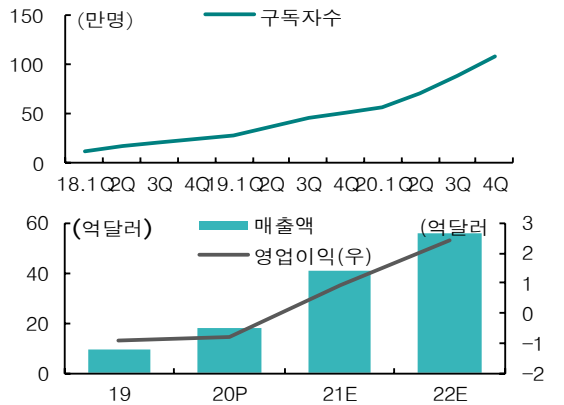
- 이와 같이 코로나 시대, 홈 트레이닝 시장이 헬스케어 산업 내 블루칩으로 떠오르면서 기업과 개인 구분 없이 다양한 player가 활발하게 시장에 진입 중
  - 홈 트레이닝 서비스를 제공하는 player가 플랫폼 스타트업, IT대기업, 에듀테크 기업, 개인 인플루언서 등으로 다양

■ 비대면 트렌드 확산과 운동장소의 변화



주 : 2020년 6월
자료 : KPMG, 마크로밀엠브레인(건강한 삶과 운동에 대한 한국인 인식 조사)

■ 美 펠로튼 인터랙티브의 실적 추이 및 전망



자료 : 글로벌뷰리서치

■ 국내에서도 IT 대기업, 스타트업, 인플루언서 등을 중심으로 홈 트레이닝 시장이 확장 중

- 국내에서는 홈 트레이닝 시장 선점을 위해 IT 대기업뿐만 아니라 플랫폼 스타트업, 개인 인플루언서 등이 다양한 서비스를 출시하면서 시장에 진출
  - 카카오게임즈의 자회사 카카오VX는 LG유플러스와 손잡고 '19년 9월 홈 트레이닝 앱(체계적인 피트니스 커리큘럼에 인공지능 코칭을 접목)인 “스마트홈트”를 출시
  - 여성 전용 개인 맞춤형 피트니스 전문 서비스를 제공하는 온라인 PT앱 마이다노와 땅끄부부·스미홈트·헬스티비·콩 필라테스 등의 개인 인플루언서 채널도 인기

- 또한 홈 트레이닝 시장의 성장 하에 관련 제품의 상표 출원이 증가하였는데, 특히 상표 출원 주체 중 개인 비중이 높은 것을 통해 인플루언서 등과 같은 개인 사업자 활동이 활발한 것으로 추정
  - '20년 홈트 관련 상표 출원이 10%(YOY) 이상 증가하였고, 출원 주체의 48%가 개인

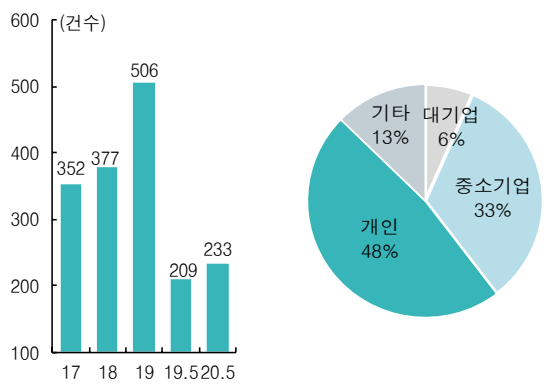
■ 향후 홈 트레이닝 시장은 서비스 영역 및 소비 대상 확대로 지속 성장할 전망

- 향후 비대면 소비 트렌드 하에 홈 트레이닝 시장은 ICT 기술 기반의 서비스 영역과 소비자층이 확대되면서 지속 성장할 전망
  - 美 시장조사업체 글로벌뷰티리서치에 따르면 전세계 피트니스앱 시장규모는 '18년 24억 달러(약 3조원)에서 '26년 209억 달러(약 25조원)로 9배 이상 성장 예상

- 공급 측면에서 홈 트레이닝 시장은 ICT(AI, AR, 실시간 스트리밍 서비스) 기술과 접목된 다양한 서비스를 제공하면서 영역을 확장할 것으로 기대
  - AI 코칭과 AR 자세보기 기능을 통해 실시간으로 이용자가 운동 데이터 및 자세를 확인·교정할 수 있고, 실시간 스트리밍 서비스로 강사의 직접적인 운동 코칭 가능

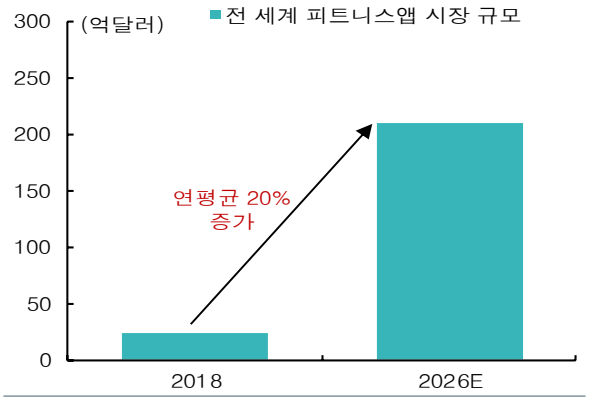
- 소비 측면의 경우, 기존 밀레니얼 세대뿐만 아니라 중년층을 비롯한 전 연령층(액티브 시니어 등)에 걸쳐 건강과 체력관리를 위한 지출이 증가할 전망

■ 국내 홈 트레이닝 상품 관련 상표 출원



자료 : 특허청 보도자료

■ 전 세계 피트니스앱 시장 전망



자료 : 글로벌뷰리서치

■ 금융사는 온라인 기반의 덤벨 이코노미 시장의 높은 성장 잠재력을 고려하여 기업 및 개인 사업자 여신정책에 반영할 필요

- 향후 플랫폼 기반의 건강관리 시장의 고성장이 기대되는 가운데, 금융사는 관련 시장의 트렌드를 분석하고 유망업체를 발굴·평가하여 여신 정책에 반영할 필요

- 코로나19 이후 부상 중인 디지털 기술 기반의 비대면 헬스케어 서비스 사례를 분석하여 플랫폼 비즈니스 차원에서의 성장 가능성을 평가
  - LG유플러스와 카카오VX가 공동 출시한 "스마트홈트" 가입자수가 '20년 한해 동안 7.4배 증가하고, 같은 기간 누적 이용자 수는 5배 증가

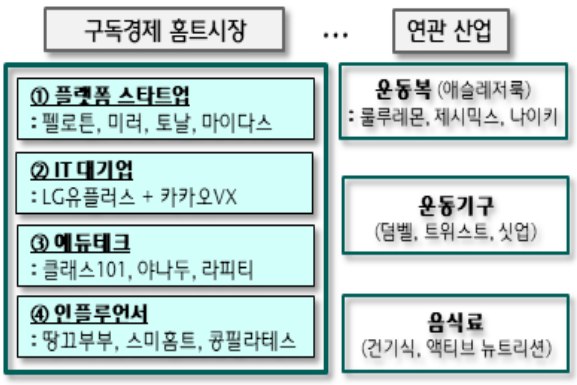
- 한편, 홈 트레이닝 서비스(원격코칭 콘텐츠)뿐만 아니라 관련 상품(운동기구, 운동복) 수요가 동시다발적으로 확대되고 있어 하드웨어 시장도 살펴볼 필요
  - 스포츠웨어(애슬레저룩), 운동기구(덤벨, 트위스트, 사이클 등), 음식료(건강기능식품, 액티브 뉴트리션) 등의 홈 트레이닝 연관제품에 대한 수요가 급증

■ 더 나아가 금융사의 헬스케어 플랫폼 비즈니스 진출을 위한 체계적인 전략을 수립할 필요

- 덤벨 이코노미가 소비문화에서 더 나아가 라이프 스타일로 확장되고 있다는 점에 초점을 두고, 건강과 금융 데이터 결합을 통한 금융사의 플랫폼 비즈니스 진출 가능성을 검토할 필요

- 특히 2020년 말 금융위원회가 보험사의 건강관리 관련 사업 활성화를 위한 제도 개선 방안을 발표함에 따라 관련 시장의 성장이 기대되는 상황
  - '20년 말 금융위는 보험사의 건강관리 서비스 제공 대상을 기존 보험 가입자에서 전 국민으로 허용했고, 연내 건강관리기기 제공가액 상향과 자회사 설립 허용이 예상

■ 홈 트레이닝 시장의 주요 Player 및 유관 산업



자료 : 하나금융경영연구소 정리

■ 국내 금융사의 건강관리 서비스 제공 현황

구분	금융사	주요 서비스 내용
보험	삼성화재	2020.11 통합 건강관리 서비스인 "애니핏 2.0"을 출시
	신한생명	2021.3 AI 홈트 플랫폼 "하우핏(HowFIT)" 정식 오픈(아이픽셀과 공동 개발)
	한화생명	2021.3 일상적인 건강관리 서비스를 제공하는 "헬로" 앱과 연동된 보험상품(라이프플러스) 출시
은행	신한은행	2018.6 "신한 Healthy 홈트레이닝" 프로젝트, 신규 고객 대상으로 이벤트 당첨 시 홈트 이용권 증정
	SC제일은행	2020.12 여중생 대상으로 버추얼 홈트 "골앳홈" 론칭
저축은행	JT친애저축은행	2021.3 자사 유투브 채널 통해 홈트 프로그램 "점프업TV" 제공

자료 : 언론 보도자료 정리

2021년 자산관리시장 트렌드 변화

하 서 진 수석연구원(seojinha@hanafn.com)

코로나19 이후 시장 변동성이 확대되며 고액자산가 계층의 안전자산 선호와 분산투자 수요가 증가하고 있다. 이에 따라 기존 고객 유지 및 신규 고객 확보를 위해서는 디지털 기반 개인화된 자산관리 서비스 제공이 중요해질 전망이다. 한편, ESG가 새로운 투자기준으로 부각되고 있으나 ESG의 정의 기준이 불명확하여 관련투자 상품에 대한 구체적인 선정기준이 요구된다. 최근의 개인화, ESG, 디지털 등 자산관리시장의 트렌드에 부응하는 국내금융회사의 자산관리 서비스 제공이 필요하다.

■ 코로나19 이후 시장 변동성 확대로 고액자산가 계층의 안전자산 선호 및 분산투자 수요 증가[1]

- 코로나19의 영향으로 안전자산 선호 현상이 강화되면서 고액자산가 계층은 현금 및 현금성 자산 보유를 증가시키는 한편 다양한 직·간접 투자상품에 자산을 분산투자
- 분산투자 니즈 증가로 고액자산가 계층의 펀드 등 간접투자 비중이 확대되면서 최근 고객이탈률 증가로 어려움을 겪고 있는 자산관리회사들도 관련 상품제공에 관심
  - 자산관리회사들은 높은 시장 변동성과 코로나19가 고객유지율에 부정적인 영향(69%)을 끼쳤으며 다양한 펀드상품에 대한 수요를 증대(67%)시켰다고 답변
- 또한, 고액자산가 계층의 해외투자 자산 비중이 확대되었고, 주요 해외투자 자산으로 비주거용(상업용) 부동산이 부상
  - 특히 미국, 일본, 스위스, 스페인 등에서 비주거용 자산의 성장세가 두드러짐

■ 기존 고객 유지 및 신규 고객 확보를 위해 디지털 기반 개인화된 자산관리 서비스 제공

- 대면 상담뿐만 아니라 온라인, 모바일, 이메일, 화상통화 등 다양한 채널을 통해 고객과 소통하는 멀티채널 방식이 자산관리 비즈니스에서 보편화될 것으로 예상
- 또한 미래 잠재고객인 젊은 세대들의 디지털 채널 이용 비중이 높다는 점을 고려, 고객 유지 및 신규 고객 확보에 디지털 기반 커뮤니케이션의 활용도가 높아질 전망
- 디지털 기반 상호작용으로 개인화된 자산운용 서비스 제공이 가능해졌으며 AI, 빅데이터 등의 신규 기술이 디지털 기반 자산관리 서비스의 질적 향상에 기여할 전망

|1| "2021: Trends to Watch in Wealth Management", GlobalData, 2021.2.

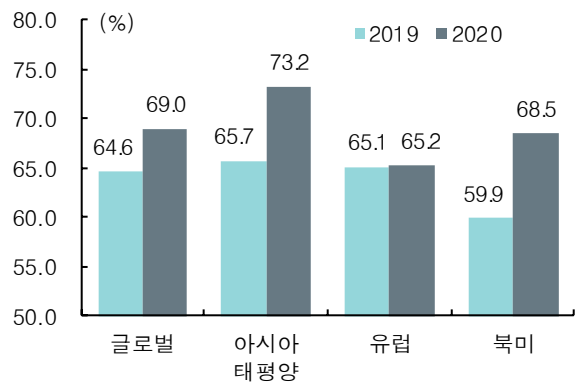
■ **최근 ESG 관련 투자상품에 대한 수요가 증가하고 있으나 ESG의 기준이 불명확하여 관련 투자상품을 판매하는 자산관리회사의 구체적 선정기준이 요구**

- 환경·사회 문제에 대한 공공의 우려와 관심 증대로 인해 최근 ESG 관련 금융상품으로의 자금유입이 크게 증가
- ESG 또는 지속가능성에 투자하는 금융상품의 수익률이 증가할 것으로 예상됨에 따라 향후 관련 투자상품에 대한 수요는 더욱 증가할 전망
- 다만, ESG 정의기준이 명확하지 않아 투자과정에 어려운 점을 고려, 자산관리회사의 ESG 상품 선별과정 상 구체적 선정기준 마련과 설명의무가 요구
  - BNP Paribas의 설문결과, 53개의 헤지펀드 중 40%만이 투자과정에서 ESG를 고려

■ **국내 금융회사도 개인화, ESG, 디지털 등 시장 트렌드에 맞는 자산관리 서비스 제공 필요**

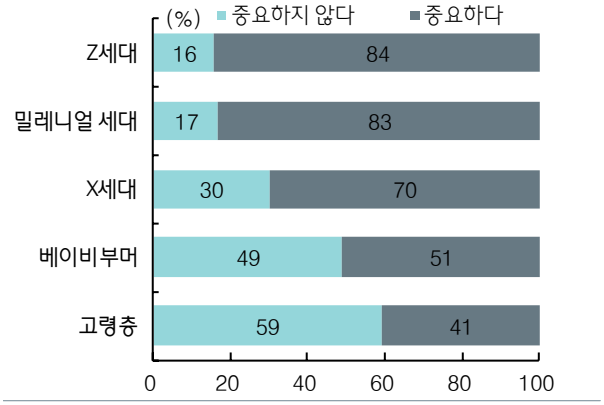
- 국내에서도 저금리 기조 장기화, 높은 유동성 등으로 개인의 자산관리에 대한 관심이 증가하면서 개인화, 디지털 기반 자산관리 등 시장 트렌드가 변화
- 또한, 환경과 사회적 책임에 대한 관심 증가로 기업 내 ESG 관련 위원회가 설치되는 등 향후 ESG가 투자대상 기업이 갖춰야할 주요 항목으로 부각
  - KB금융은 투자·대출 심사과정에서 해당 기업, 사업의 ESG 관련 사항 고려
- 국내 금융회사도 개인화된 투자자문 및 디지털 기반 자산관리 서비스 제공과 함께 ESG 등의 트렌드를 반영한 투자상품 개발·제공이 요구
  - 비대면 채널 활용도 증가에 대응, 디지털 기반 자산관리 서비스 고도화 필요

■ **코로나19가 고객유지율을 감소시켰다고 응답한 비중**



자료 : GlobalData

■ **개인맞춤형 자문의 중요성에 대한 세대별 견해**



자료 : GlobalData

Z세대의 금융수요 특징과 유치 전략

심 윤 보 수석연구원(simjunil@hanafn.com)

'GlobalData'가 미래 주요 고객층인 Z세대 특성 파악을 위한 설문조사를 진행했다. 이들은 핀테크 등 신규 사업자에 대한 선호도가 타 연령그룹 대비 높았으며, 서비스 측면에서는 디지털 역량, 맞춤형 서비스 및 리워드 프로그램, 지속가능 환경 구축을 위한 서비스를 선호하는 것으로 나타났다. 국내 금융권도 전용상품 출시 등 Z세대 유치 노력을 강화하는 가운데, 향후 디지털 서비스의 편의성 확대와 개별 맞춤형 서비스 제공 역량에 따라 성패가 갈릴 것으로 보인다.

■ 향후 주요 고객층으로 부상할 Z세대 유치가 은행권의 주요 이슈로 부각[1]

- Z세대는 밀레니얼 세대를 제치고 핵심 고객층으로 부상할 전망이어서 전통 은행들은 향후 리테일 부문 주도권 확보를 위해 Z세대 공략에 집중
  - Z세대는 1990년대 중반에서 2000년대 초반에 걸쳐 태어난 젊은 세대를 이르며, 디지털환경에 익숙하고 유행에 민감하며 안정성과 실용성을 추구하는 특징
- 다만, Z세대는 디지털 네이티브 세대로 타 세대보다 디지털 친화적이며, 기존 은행권 서비스보다 핀테크 등 신규 사업자 서비스에 대한 선호도가 높음
  - 주거래계좌 제공업체 선호도(18~24세) : 기존 은행권 46% vs. 신규 사업자 54%

■ Z세대는 신규 사업자 서비스 중에서도 '디지털 서비스 역량', '맞춤형 리워드 프로그램', '지속가능 환경 구축을 위한 서비스' 등에 높은 만족도를 보인 것으로 나타남

- 신규 사업자를 선호하는 응답자들은 그 이유로 뛰어난 디지털 서비스(65%), 우수한 리워드 프로그램(59%), ESG 관련 서비스(64%) 등을 제시
- Z세대는 리워드 프로그램에 대한 선호도가 높으며, 특히 정형화된 인센티브가 아닌 개별 맞춤형 리워드를 제공하는 금융사를 선호
- 또한, 나의 구매활동으로 인한 탄소배출량을 알려주고, 탄소배출량을 줄일 수 있는 대안을 제시하는 등의 지속가능 환경 구축을 위한 지원 프로그램도 인기
  - Mitto Bank(스페인)는 구매활동으로 발생한 탄소배출량 정보와 함께 환경개선을 위한 대안을 제시하는 서비스를 제공
  - Tred(영국)은 구매활동이 남긴 탄소발자국을 계산하여 화면에 제공

|1| "Targeting Generation Z in Financial Services", GlobalData, 2021.1

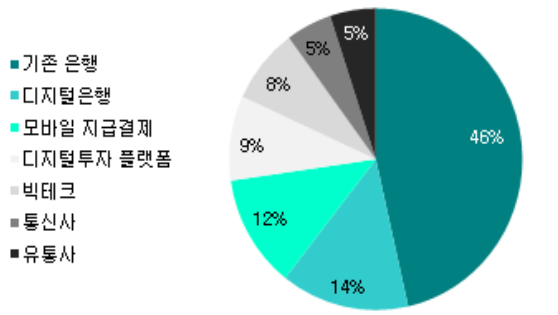
■ Z세대 고객 공략에 있어 가장 중요한 요소는 서비스의 개인화 수준이며, 디지털 채널을 가장 선호하지만 전문 서비스의 경우에는 오프라인 채널을 선호하는 특징

- 개인 맞춤형 서비스 제공은 Z세대 고객 유치에 가장 중요한 요소
  - 응답자의 84%가 맞춤형 서비스를 중요시하며, 서비스 측면에서는 나와 피어그룹의 금융현황 비교 분석(69%)과 SNS 플랫폼 내 이용 가능한 간편결제(69%) 등을 선호
- 오픈뱅킹 이용에도 적극적이어서 데이터분석을 통한 맞춤형 서비스 개선도 용이
  - 오픈뱅킹을 신뢰하지 못한다는 응답자 비중(%) : 63(65세 이상) > 20~22(MZ세대)
- 채널 측면에서는 디지털 채널 선호도가 가장 높게 나타나지만, 금융사 선택 시 절대적 조건은 아니며 오히려 전문 서비스 부문에서는 타 채널 선호도가 높음

■ 국내 금융회사들도 미래 주요 고객층으로 부상할 Z세대 유치 전략을 고민할 필요

- 국내 은행들도 최근 MZ세대 특화 플랫폼 구축 및 전용상품 제공 등 미래 잠재고객 확보를 위한 대응전략을 본격 추진 중
  - 전용 패키지 상품 출시(KB), 미술품 및 한정판 스니커즈 재테크 서비스 제공(신한), MZ세대 금융 플랫폼 구축 추진(하나) 등
- 그러나 맞춤형 서비스 제공 등 디지털 채널 내 고객경험 측면에서 여전히 인터넷은행, 빅테크 및 핀테크 수준에는 미치지 못하는 상황
  - 뱅킹 앱 만족도 조사 결과 : 카카오뱅크(69.9%, 1위) > 은행 평균(62.1%)[2]
- 따라서 향후 디지털 역량 제고와 함께 데이터 분석력 강화 및 외부 제휴 확대를 통한 맞춤형 서비스 제공 확대가 요구되며, 전문 서비스 부문에서 오프라인 채널 활용도를 확대하는 'Phygital' 전략도 추진할 필요

■ 주거래 계좌 제공업체 선호도(18~24세)



주 : 18~24세 6,178명 대상 설문조사 결과
자료 : GlobalData 2020 Banking and Payments Survey

■ 해외 Z세대 맞춤형 상품 사례

구분	내용
Mitto (스페인)	- 지속가능 환경 구축을 위한 소비습관 교육 - 내 구매활동 결과 배출된 온실가스 규모 제공
Zelf (라트비아)	- 왓츠앱, 텔fp그램 등 메신저 앱에서 잔고확인, 송금, 송금요청 등 금융서비스 제공 - 향후 대출, 신용카드 등 서비스도 출시 예정
Yodaa (인도)	- 10대 전용 카드 및 지출관리 서비스 제공 - 부모가 용돈 지급, 소비 내역 공유, 소비습관 교정 - 인터랙티브 소비 교육 컨텐츠 제공
Zion's Bank (미국)	- Z세대 전용 맞춤형 리워드 프로그램 제공 - Pays for A's Loyalty 프로그램 : 학생 고객의 성적에 따라 리워드를 제공
Virgin Money (영국)	- 맞춤형 금융교육 컨텐츠 제공 - Home Coaching App : 활동에 따라 아이템 및 점수 획득 → 추가 정보 및 혜택 제공

자료 : GlobalData

|2| "2020년 금융시장기획조사", NICE D&R, 2020.10

금리: FOMC 확인 후 방향성 재탐색 전망

김 수 정 수석연구원(sjkim1771@hanafn.com)

미국 국채 금리가 일본계 자금 유입과 일부 포지션 물량 확대 등이 맞물려 하락을 지속했다. 국내 금리는 한은 총재가 시장 예상보다 앞선 금리인상 가능성을 시사했음에도 불구, 미국 금리에 연동해 반락했다. 미국의 가파른 성장과 테이퍼링 등 금리 상승 리스크와 일시적 수급 요인 해소를 고려할 때 채권 강세가 장기화될 가능성은 낮고 FOMC 결과 확인 후에 방향성을 재탐색할 것으로 보인다. 더욱이 국내는 재난지원금 논의에 따른 국채 발행 부담도 더해져 장기금리 중심의 반등이 예상된다.

■ 미국 금리는 3월 이후 상승폭을 절반 이상 되돌린 반면, 독일 금리는 완만한 상승 지속

- ECB는 백신보급과 EU 경제회복기금 집행 가시화에 따른 경기 상방 리스크에도 불구, PEPP 매입 규모의 단계적 축소 논의는 시기상조라며 완화적 스탠스 유지
- 캐나다 중앙은행은 올해 성장률 전망 상향조정(4%→6.5%)과 함께 국채매입 규모를 축소했으며 내년 하반기 물가목표 달성에 따른 금리인상 가능성도 시사
- 파월 의장은 완전고용 도래가 예상보다 빨라질 수 있음을 시사했고 블러드 연은 총재는 테이퍼링의 필요조건은 백신접종률 75%(7월 중 달성 가능)로 언급
- 美 금리는 증세 우려와 양호한 국채 수급으로 하락, 유로지역은 경제 정상화 기대로 완만한 상승(美/獨 국채 10년(%) 4.7일 1.67/-0.32→ 4.22일 1.55/-0.25)

■ 국내 시중금리는 매파적 금통위 결과에도 불구, 미국 금리 하락의 영향을 받으며 반락

- 수출 호조(4.1~20일 일평균 +36%, YoY)가 지속되는 가운데, 취업자수 증가 전환, 소매판매 개선(3월 국내 카드 승인액 +20%, YoY) 등 경제 회복세 강화
- 한은 총재는 올해 3%대 중반의 강한 성장이 예상되고 GDP 갭의 마이너스 폭 축소도 빨라지고 있다고 언급하면서 금통위 내 금융안정 우려는 높아졌음을 시사
- 통안채 3년물 신설 여부는 6월 비통방 금통위에서 결정할 것으로 예고된 가운데, 한은의 비용 증가와 채권시장 수급 측면에서 발행 필요성에 대한 논란 확대
  - 국고2년 신규 발행물량이 크지 않았고 통안2년은 외국인 수요로 수급 견조
- 시장금리는 매파적 금통위 결과로 상승압력이 부각되기도 했으나, 미국 국채 금리 하락과 외국인 현물 순매수 확대(통안채), 양호한 국고채 입찰 등으로 반락

■ 미국 국채 금리 하락 배경은 견조한 수급과 인플레이션에 대한 기대 조정

- 백신보급 가속화와 대규모 부양책 등으로 연초부터 가파른 상승세를 이어오던 美 국채 10년 금리는 3월말 1.75%를 정점으로 하락해 현재 1.5%대에서 등락

- 3월 회계연도 마감을 앞두고 수익확정을 위해 채권을 대규모 매도한 일본 투자자들이 매수를 재개한데다 일부 포지션 물량도 맞물려 금리 하락압력 본격화
  - CTA 펀드 등에서 숏커버를 위해 미국 국채를 대거 매수한 것으로 추정되고 있으며, 금융채 대규모 발행에 따른 헷지 수요도 국채 매수에 일조했다는 분석

- 유가 기저효과와 보복수요 등에 기인한 물가 상승도 4~5월을 고점으로 점차 안정화될 것으로 전망되며 인플레이션 우려가 완화된 점도 금리 하락 배경

- 또한 경제 정상화 관련 기대 선반영 인식, 미국 대규모 재정 부양책 재원 마련을 위한 증세 추진과 이에 따른 국채 발행 부담 완화도 추가적인 금리 상승을 억제
  - 특히 미국 장기금리는 시장에서 상단으로 인식되어오던 연준의 장기(long-run) 기준금리 수준까지 상승하는 등 경기회복과 금리인상 기대를 상당부분 선반영

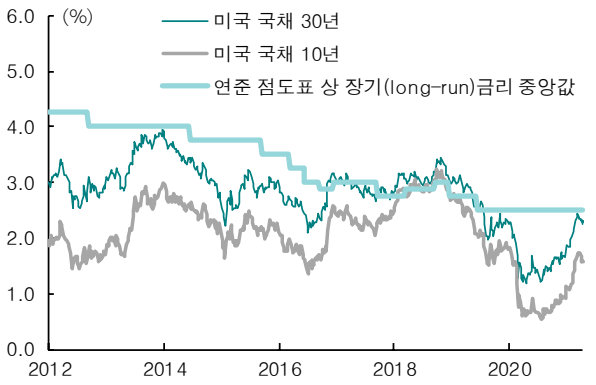
■ 국내 재난지원금 논의와 FOMC 결과에 따른 금리 상승에 유의할 필요

- 미국 금리는 성장 격차에 따른 글로벌 자금 유입, 환헷지를 고려하고도 여타 선진국 대비 높은 수익률 메리트 등으로 견조한 수요가 이어지면서 상단이 제한

- 다만 테이퍼링과 정부 부양책 등 금리 상승 리스크가 잔존함에 따라 본격적인 금리 하락세 전환으로 볼 수 없고 FOMC 이후 방향성을 재탐색할 것으로 전망

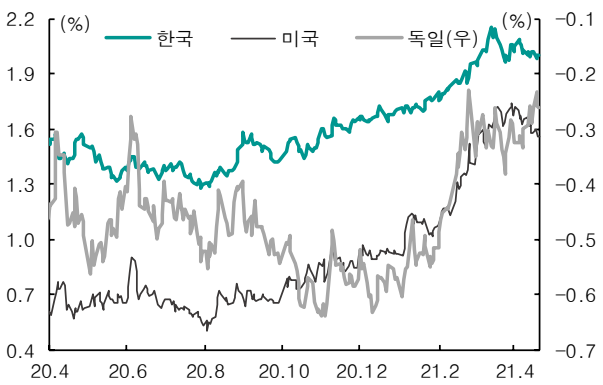
- 국내의 경우 외국인 순매수로 단기금리는 하향 안정되겠으나 장기금리의 경우 재난지원금 논의가 확대됨에 따라 최근의 금리 하락을 일부 되돌릴 것으로 예상
  - 국고채 3년, 10년 금리는 각각 1.05%~1.20%, 1.90%~2.15% 범위로 전망

■ 연준 점도표 상 장기금리 중앙값과 장기 국채 금리



자료 : Bloomberg

■ 주요국 국채 10년 금리



자료 : Bloomberg

외환: 유럽 경기모멘텀 강화로 달러화는 진정세

윤 지 선 연구원(jisun.yun@hanafn.com)

4월 들어서 달러화 강세 모멘텀이 약화되고 있다. 여전히 코로나19 신규 확진자 수가 팬더믹 이후 최고치(WHO, 4.12~16일 기준)를 기록하는 등 코로나 불확실성이 지속되고 있으나 유럽의 백신접종 가속화 및 재정정책 모멘텀 강화 기대로 유로화가 강세를 보이면서 달러인덱스는 약 2개월래 최저치를 기록하였다. 원화를 둘러싼 대내 양호한 펀더멘털 개선세도 지속되고 있는 상황임을 고려해볼 때, 원/달러 환율은 약달러 분위기 속에서 1,100~1,120원대 중심으로 등락을 보일 전망이다.

■ [원/달러 환율] 배당 역송금 경계에도 불구 약달러 분위기 속 1,110원대로 하락

- 원/달러 환율은 미국채 금리 하락 및 달러화 약세, 국내 증시 외국인 매수세 유입, 위안화 강세 등의 영향으로 2개월 만에 1,110원대 초반으로 하락
  - 4월(~20일) 수출은 YoY+45.4%를 기록하여 양호한 대내 펀더멘털 개선세 지속
- 그러나 외국인 배당 역송금 수요에 대한 경계가 이어지는 가운데 국내 증시 외국인 매수세도 약화되면서 원/달러 환율은 1,110원대 후반으로 반등
- 한편 1Q 외환시장 동향에 따르면 기업 선물환은 해외선박 수주 급증 영향으로 $14억 순매도('18년 2Q이후 첫 순매도)를 보였으며, 역외 NDF는 달러화 강세를 전망하는 외국인 포지션 영향으로 $83.9억 순매수('19년 1Q이후 최대)를 기록

■ [국제 환율] 유로화 펀더멘털 개선 기대 속 非달러화 통화 강세

- 달러인덱스는 온건한 연준 스탠스 및 위험선호 확대, 캐나다 달러(CAD) 강세 영향으로 91pt대 초반으로 하락하며 올해 3월 이후 최저치를 기록
  - 21일 캐나다 중앙은행은 정책금리를 동결하였으나, QE 규모를 축소(주당 CAD40억 → CAD30억)하고 금리인상 시기를 당초 23년보다 앞당긴 22년으로 전망
- 유로화는 미-유 금리차 축소, 유로존 공동 경제회복 기금 집행에 대한 낙관적 전망 제기, 영국 경제활동 진행 정상화 소식 등으로 유로당 1.20 달러대로 급등
  - 지난 3월말 독일 고등법원이 제기한 EU경제회복기금 사용과 관련된 이의에 대해 독일 헌재는 기각 결정을 내리면서 기금 집행이 보다 빠르게 진행될 것으로 기대
- 위안화는 화룽자산의 디폴트 가능성, 미중 긴장 등으로 변동성을 보였으나, 보아오 포럼에서 시진핑 주석의 미국을 의식한 온건한 발언으로 달러당 6.5위안을 하회

■ 향후 바이든의 환율정책 기조를 엿볼 수 있었던 21년 4월 환율보고서

- '21.4월 환율보고서에서는 스위스와 베트남을 환율조작국(이번에는 조작국無)에서 해제하고 심층분석대상국(대만, 스위스, 베트남) 3곳과 관찰대상국(한국, 중국 등은 지위 유지, 아일랜드와 멕시코 신규편입) 11개국을 선정
  - '15년 무역촉진법에 근거한 정량평가 기준: ①대미 무역흑자≥$200억, ②경상수지흑자≥GDP대비 2%, ③통화가치 절하를 위한 순외환 매입규모≥GDP대비 2%
  - '88년 종합무역법에 근거한 정성평가 기준: 재무장관의 판단에 의거해 판단하는데, 보통 정량조건을 충족한 국가들 중 실제 환율조작국을 지정할 때 사용

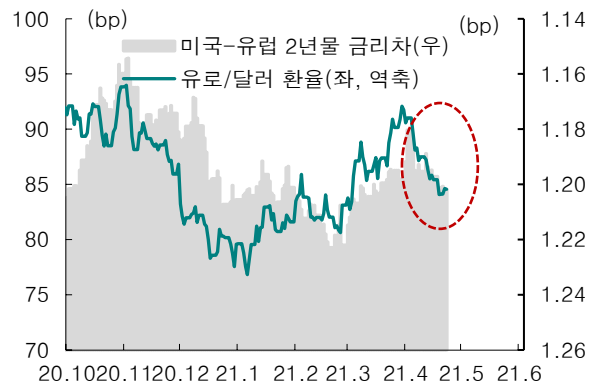
- 중국은 정량기준 중 무역흑자 조건 1가지만 충족하였으나, 中 통화당국의 불투명한 외환정책과 美 최대 무역적자국이라는 점을 근거로 관찰대상국 지위를 유지
  - '19.8월에도 중국은 정량조건을 모두 미충족했으나 므누신의 정성적 판단으로 조작국으로 지정되었는데, 바이든 역시 중국에 대한 강경 태도가 유지됨을 확인

- 종합적으로 향후 바이든의 환율정책은 정량기준에 의거한 보고서의 신뢰도 회복과 중국 외 교역대상국들에 대한 유연하고 온건한 접근을 추구할 것으로 예상
  - 트럼프 재임 당시 환율보고서의 자의성이 높아 지정대상이 남발('16.10월 6개국→'20.12월 12개국)되면서 보고서의 신뢰도가 낮아지고 교역관계의 불안감 증가
  - 심층분석대상국 3곳 모두 3가지 기준을 충족하였으나, 압박의 수위를 높이기보다는 정성적 판단의 유연성을 발휘하여 교역국들과 원만한 동맹관계 구축을 선택

■ 약달러 기조 속 양호한 원화 펀더멘털 반영하며 1,100~1,120원 중심 등락 전망

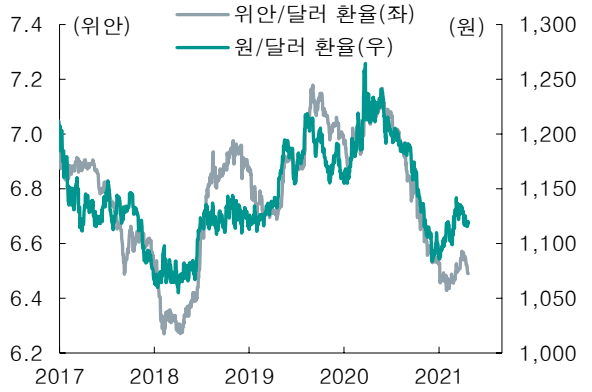
- 최근 유럽의 백신 접종 속도 가속화에 따른 유로화 반등 및 달러화 약세 분위기 속에 원/달러 환율 역시 1,100~1,120원대를 중심으로 등락을 보일 전망
  - 차주 자본소득세(바이든은 100만달러 고소득자에 대해 현행 20%→39.6%로 인상을 제시)를 둘러싼 美의회 공방에 따라 달러화는 변동성을 보일 가능성

■ 미국-유럽 금리차와 달러/유로 환율



자료 : Bloomberg

■ 원/달러 환율과 위안/달러 환율

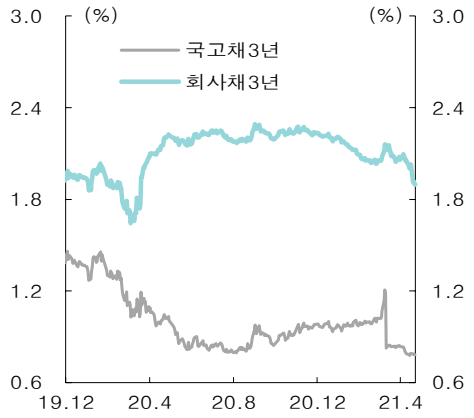


자료 : Bloomberg

국내 금융시장

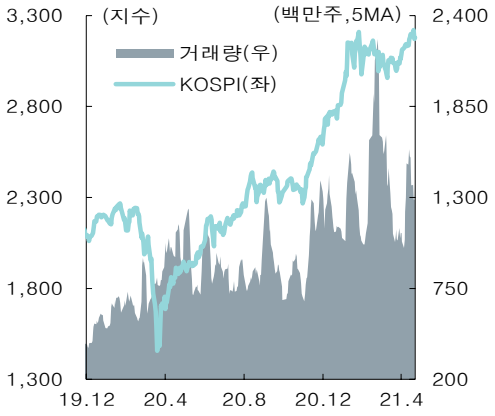
금리

	콜 (1일)	CD (91일)	산금채 (1년)	회사채 (AA-,3년)	국고채 (3년)	국고채 (5년)
'19년말	1.39	1.53	1.49	1.94	1.36	1.48
'20년말	0.61	0.66	0.90	2.21	0.98	1.34
3월말	0.59	0.75	1.13	2.06	0.84	1.60
04월 16일	0.48	0.73	1.15	2.03	0.79	1.58
04월 19일	0.49	0.73	1.13	1.91	0.79	1.55
04월 20일	0.47	0.73	1.13	1.92	0.79	1.57
04월 21일	0.48	0.73	1.11	1.90	0.78	1.55
04월 22일	0.49	0.73	1.11	1.90	0.78	1.54



주가

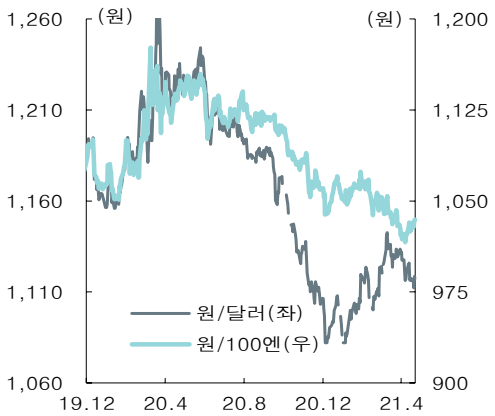
	KOSPI	거래대금 (억원)	거래량 (백만주)	외인순매수 (억원)
'19년말	2,197.7	41,136	416	-3,404
'20년말	2,873.5	1,074	416	-3,404
3월말	3,061.4	145,374	1,147	-2,916
04월 16일	3,198.6	155,421	985	2,749
04월 19일	3,198.8	153,782	1,061	-3,224
04월 20일	3,220.7	145,082	1,296	3,259
04월 21일	3,171.7	169,160	1,767	-14,325
04월 22일	3,177.5	148,629	1,753	-1,551



환율

	원/달러	원/100엔	원/위안	원/유로
'19년말	1,156.4	1,064.2	166.0	1,297.1
'20년말	1,086.3	166.3	166.0	1,297.1
3월말	1,131.8	1,021.8	172.7	1,327.6
04월 16일	1,116.3	1,026.0	171.2	1,337.6
04월 19일	1,117.2	1,032.3	171.6	1,344.7
04월 20일	1,112.3	1,028.5	171.1	1,338.7
04월 21일	1,118.6	1,034.1	172.3	1,346.2
04월 22일	1,117.3	1,034.5	172.1	1,342.4

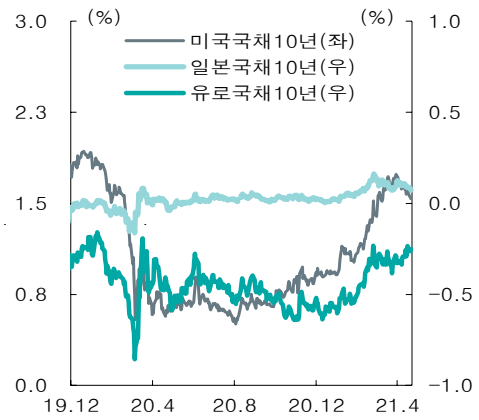
자료 : Bloomberg, 연합인포맥스



해외 금융시장

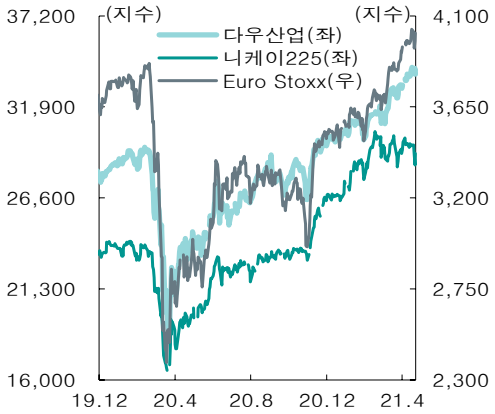
금리

	미국				일본	유로
	FFR	리보(3월)	국채2년	국채10년	국채10년	국채10년
'19년말	1.55	1.91	1.57	1.92	-0.01	-0.19
'20년말	0.09	0.24	0.12	0.91	0.02	-0.57
3월말	0.07	0.19	0.16	1.74	0.10	-0.26
04월 16일	0.07	0.18	0.16	1.58	0.09	-0.26
04월 19일	0.07	0.17	0.16	1.60	0.09	-0.24
04월 20일	0.07	0.18	0.15	1.56	0.09	-0.26
04월 21일	0.07	0.18	0.15	1.56	0.08	-0.26
04월 22일	0.07	0.18	0.15	1.54	0.07	-0.25



주가

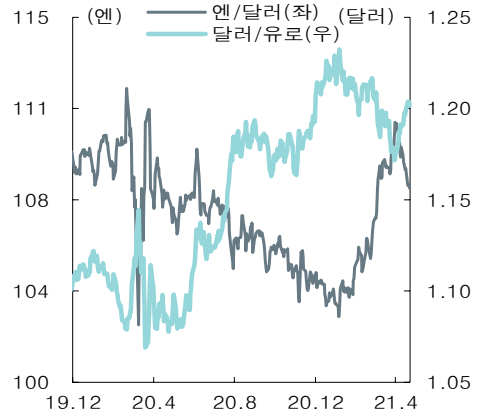
	다우산업	니케이225	상하이종합	Euro Stoxx
'19년말	28,538.4	23,656.6	3,050.1	3,745.2
'20년말	30,606.5	27,444.2	3,473.1	3,552.6
3월말	32,981.6	29,178.8	3,441.9	3,919.2
04월 16일	34,200.7	29,683.4	3,426.6	4,033.0
04월 19일	34,077.6	29,685.4	3,477.5	4,019.9
04월 20일	33,821.3	29,100.4	3,472.9	3,940.5
04월 21일	34,137.3	28,508.6	3,472.9	3,976.4
04월 22일	33,815.9	29,188.2	3,465.1	4,014.8



환율/상품

	환율		상품	
	엔/달러	달러/유로	Dubai($/배럴)	Gold($/온스)
'19년말	108.66	1.122	67.3	1,523.1
'20년말	103.25	1.222	51.1	1,895.1
3월말	110.68	1.173	63.4	1,715.6
04월 16일	108.78	1.198	65.1	1,780.2
04월 19일	108.13	1.204	64.8	1,770.6
04월 20일	108.08	1.204	65.7	1,778.4
04월 21일	108.13	1.203	63.7	1,793.1
04월 22일	107.96	1.201	62.3	1,782.0

자료 : Bloomberg, 연합인포맥스



메 모

하나금융포커스

제11권 9호

등록번호 서울중, 다00037
등록일자 2011년 3월 21일

2021년 4월 24일 인쇄
2021년 4월 26일 발행

발행인 박성호
편집인 윤병수
발행처 하나은행 하나금융경영연구소
서울특별시 중구 을지로 66 하나금융그룹 명동사옥
대표전화 2002-2200
홈페이지 www.hanaif.re.kr

인쇄 (주)광문당

본 지에 게재된 내용은 집필자 개인의견으로
하나금융경영연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

www.hanaif.re.kr

하나은행 하나금융경영연구소

하나금융포커스 제11권 9호

04538 서울특별시 중구 을지로 66 하나금융그룹 명동사옥
Tel 2002-2200 Fax 2002-2610