지점 줄이는 은행… 시니어·외국인·자산가 특화점포 재탄생

은행 '점포 전문화' 속도
특화서비스 제공으로 수익성 개선
5대 은행, 수도권 시니어 점포 30곳
연금특화 점포 포함땐 100곳 달해
고액자산가 위한' VIP브랜드' 선봬


우리은행이 고액자산가 고객 브랜드 '투체어스' 고객을 위한 문화체험 활동을 개최하고 있다. /우리은행



하나은행이 운영하는 중장년층 고객 대상 융복합 문화공간 '하나 50+ 컬처뱅크'. /하나은행

주요 은행이 '점포 전문화'에 속도를 내고 있다. 인터넷·모바일뱅킹 등 비대면 금융 거래가 일상화하면서 점포를 방문하는 고객이 줄어드는 만큼, 점포 방문이 잦고 수익성도 높은 고객층에 집중한다는 전략이다.

25일 은행연합회에 따르면 지난 6월 말 기준 국내 은행의 총 점포 수는 5522개로 집계됐다. 지난해 6월 말의 5534개와 비교해 12개 줄었다. 금융당국이 2023년과 2026년 두차례 은행 점포폐쇄를 위한 가이드라인을 마련하면서 점포 폐쇄 속도는 줄었지만, 상대적으로 대체점포 제공이 쉬운 수도권 점포를 중심으로 감소세가 이어지고 있다.

은행권이 수도권 점포를 줄이는 것은 인터넷뱅킹·모바일뱅킹 등 비대면금융의 보급으로 젊은 세대의 은행 방문율이 낮아지면서, 점포의 중요성도 감소하고 있어서다. 앞서 하나금융연구소가 발표한 '2026년 대한민국 금융소비자 트렌드'에 따르면, 만 20~64세 금융소비자 가운데 '최근 6개월 내에 은행 영업점을 이용한 적이 있다'라고 답변한 비율은 29.1%에 불과했다.

젊은 세대를 중심으로 은행 점포 이용률이 급감하는 만큼, 은행들은 점포 수익성 개선을 위해 '점포 전문화'에 속도를 내고 있다. 은행 점포 이용률이 상대적으로 높은 고령자, 외국인, 자산가 고객을 대상으로 특화된 서비스를 제공해서 점포 수익성을 개선한다는 전략에서다.

◆ 고령자 특화 '시니어 특화점포'

'점포 전문화'의 최전선에서는 디지털 금융 보급 속에서 소외되기 쉬운 고령자를 위한 '시니어 특화 점포'가 있다. 5대 은행(KB국민·신한·하나·우리·NH농협)은 수도권에서만 30곳 이상의 시니어 특화점포를 운영하고 있으며, 일부 은행이 운영하는 '연금 특화 점포'를 포함하면 100곳에 달하는 고령자 특화 점포를 운영 중이다.

고령자들은 젊은 세대에 비해 비대면금융 이용률이 낮다. 한국은행이 지난해 발표한 자료에 따르면 60대 이상의 모바일금융 서비스 이용경험률은 53.8%에 불과하다.

시니어 특화 점포는 고령자 고객에게 알기 쉬운 설명을 제공하는 맞춤형 상담 창구를 운영하는 점포다. 또한 지역 고령자들이 방문해 만남의 공간으로 활용할 수 있는 휴식 공간도 배치했으며, 큰 글씨와 느린 안내로 조작이 용이한 특화 키오스크도 설치했다. 은행 업무별로 이동 동선을 파악하기 쉽도록 점포 내에 별도의 인력이나 안내판을 배치한 경우도 잦다.

◆ 연금·상속… '자산관리' 수요 대응

은행권은 연금·상속 등 빠르게 늘어나는 자산관리(WM) 수요에도 대응하고 있다. 장기간 자산을 축적해 온 '베이비부머 세대'의 은퇴가 본격화하면서 노후 대비에 대한 수요가 늘었고, 자녀·손주 세대를 위한 상속을 준비하는 고령자들도 늘고 있어서다. 특히 고령자와 자산가는 일반 고객 대비 1인당 예치금이 많고, 고객당 수익성도 상대적으로 높다.

은행권이 전국에서 운영 중인 자산관리 특화매장(PB·WM특화매장)은 약 200곳에 달한다. 지점별로는 연금, 자산관리 등 특화 영역에 차이가 있지만, 기존 은행업무 이외에도 별도의 특화 인력을 통한 연금·자산관리·투자 등 다양한 서비스를 제공하는 것이 특징이다.

특히 5대은행은 수 억 원 이상의 금융자산을 예치한 고액 자산가를 위한 'VIP 브랜드'도 런칭해 수익성 확대에 나섰다. VIP브랜드 점포에서는 기존 자산관리 특화 매장에서 제공했던 연금·자산관리 서비스 이외에도 부동산·상속·절세 등 개인형 금융상담을 지원한다.

◆ '외국인 특화점포' 급증

빠르게 늘어나는 외국인 근로자와 장기거주자를 대상으로 한 '외국인 금융'도 은행권의 새로운 먹거리다. 행안부에 따르면 지난 7월 말 기준 취업·유학 등을 이유로 국내에 체류하는 외국인 숫자는 291만명을 기록해 전체 인구의 5.8%를 차지했다.

'외국인 특화 점포'는 외국어 대응 직원과 외국어 키오스크를 통해 외국인 고객이 자국어로 금융 서비스를 이용할 수 있도록 지원하며, 각종 외국인 전용 상품도 공급한다. 특히 일부 외국인 특화점포는 평일에 은행 방문이 어려운 외국인 근로자의 수요에 대응하기 위해 주말에도 문을 여는 '무휴일 점포'로 운영된다.

은행연합회에 따르면 5대 은행은 전국에 40개 이상의 외국인 특화점포를 운영 중이다. 외국인 특화점포는 서울 구로·서울 대림·안산·화성 등 수도권에서 외국인 거주자가 많은 지역은 물론, 김해·천안·대구 성서 등 비수도권 지역에도 다수 운영된다.

전북은행과 광주은행은 수도권에 5곳의 외국인 특화점포를 운영하고 있다. 서남권에도 3곳의 외국인점포를 운영 중이다. 부산은행과 경남은행도 도합 3곳의 외국인 특화점포를 운영하며, 21개 일반지점에도 별도의 외국인 특화 창구를 설치해 전용 상담을 제공하고 있다.

금융권의 한 관계자는 "비대면 금융거래가 주류가 된 만큼, 경영 효율화를 고려하는 은행이 점포를 줄이는 움직임이 있다"며 "비대면 금융 보급으로 여·수신 상품의 금리 경쟁도 본격화한 만큼, 수익성이 높은 특화점포를 중심으로 오프라인 점포들이 재편되는 움직임이 계속될 것"이라고 말했다.

/안승진 기자 asj1231@metroseoul.co.kr

보험사 52곳, 3분기 누적 순익 10.4조 '7.8% 급감'

외형 성장에도 보험·투자손익 악화
손보사 6.5조로 0.9% 증가 했지만
생보사 19.5% 줄어 손보 상승분 상쇄

올해 3분기까지 국내 보험회사의 당기순이익이 전년 동기 대비 8000억원 넘게 감소한 것으로 나타났다. 수입보험료와 총자산이 늘어나는 등 외형 성장에도 불구하고 보험손익과 투자손익 악화로 수익성이 하락했다. 생보사의 순익이 급감한 반면, 손보사는 소폭 증가한 것으로 나타났다.

25일 금융감독원이 발표한 '2026년 1~9월 보험회사 경영실적(잠정)'에 따르면 국내 보험회사 52개사(생명보험사 22개사·손해보험사 30개사)의 당기순이익은 10조4087억원으로 전년 동기 대비 8823억원(7.8%) 감소했다.

생명보험사의 당기순이익은 3조8879억원으로 전년 동기 대비 9421억원(19.5%) 줄었다. 예실차 손실과 손실부담 비용 증가, 금융자산 처분·평가손익 감소 등으로 보험손익과 투자손익이 각각 3025억원, 1조4532억원 감소했다.

반면 손해보험사의 당기순이익은 6조5209억원으로 전년 동기 대비 599억원(0.9%) 증가했다. 금융자산 처분·평가손익 감소 등으로 투자손익이 1조778억원 줄었으나 일반보험과 자동차보험의 손해율 하락 등으로 보험손익이 1조2682억원 증가했다.

보험회사의 수입보험료는 212조325억원으로 전년 동기 대비 28조6496억원(15.6%) 증가했다.

생보사의 수입보험료는 105조8953억원으로 16조4783억원(18.4%) 늘었다. 저축성보험(34.0%), 보장성보험(10.3%), 퇴직연금 등(35.9%)은 증가했으나 변액보험은 0.5% 감소했다.

손보사의 수입보험료는 106조1373억원으로 12조1714억원(13.0%) 증가했다. 장기보험(7.7%), 자동차보험(4.2%), 일반보험(8.6%), 퇴직연금 등(51.7%) 모든 부문에서 수입보험료가 늘었다.

외형 성장에도 수익성 지표는 악화됐다. 올해 1~9월 보험회사의 총자산이익률(ROA)과 자기자본이익률(ROE)은 각각 1.01%, 6.98%로 전년 동기 대비 0.15%포인트, 3.28%포인트 하락했다.

올해 9월 말 기준 보험회사의 총자산은 1395조원으로 지난해 말보다 50조8000억원(3.8%) 증가했다. 총부채는 1166조1000억원으로 9조6000억원(0.8%) 감소했으며 총자본은 228조9000억원으로 60조4000억원(35.8%) 늘었다.

금감원은 계리감독 선진화 등으로 단기적으로 일부 보험손익이 악화됐으나 향후 손익 변동성이 축소되고 보험 본업의 내실을 다지는 계기가 될 것으로 내다봤다.

다만 금리와 주가 등 시장 변동성 확대로 대내외 투자 여건이 악화되고 있는 만큼 보다 정교한 투자위험 및 자산건전성 관리가 필요하다고 진단했다.

금감원은 보험회사의 손익과 건전성을 면밀히 모니터링하는 한편 시장 변동성 확대에 따른 잠재 위험에 선제적으로 대응할 계획이다.

/나유리 기자 yul115@



25일 서울 시내 한 시중은행에 부동산 담보대출 광고물이 게시돼 있다. /뉴시스

은행 신규 가계대출 금리 0.06%p 상승 5% 넘어서

한은, 10월 금융기관 가중평균금리

은행의 신규 가계대출 평균금리가 연 5%를 넘어섰다. 코픽스 등 단기 지표금리 상승이 변동형 주택담보대출을 중심으로 반영되면서 주담대 금리는 6개월 연속 올랐다.

25일 한국은행이 발표한 '2026년 10월 금융기관 가중평균금리'에 따르면 지난달 예금은행의 신규취급액 기준 가계대출금리는 연 5.02%로 전월보다 0.06%포인트(p) 상승했다.

신규 가계대출 가운데 연 5% 이상 금리가 적용된 취급액 비중도 커졌다. 금리 구간별 비중을 합산하면 10월에는 40.1%로, 전월 31.6%보다 8.5%p 높아졌다. 연 5% 이상 6% 미만이 31.0%, 6% 이상 7% 미만이 4.1%, 7% 이상이 5.0%였다.

주택담보대출금리는 연 4.98%로 전월보다 0.10%p 올랐다. 지난 5월부터 6개월 연속 상승했다. 금리 유형별로 변동형은 연 4.90%로 0.14%p, 고정형은 연 5.13%로 0.02%p 상승했다. 고정형 주담대 금리는 지난해 10월부터 13개월 연속 오름세를 이어갔다.

/김주형 기자 gh471@

하나저축은행, 552명 개인정보 유출

'고객확인 재이행 시스템' 해킹 발생
전화번호·주민번호 등 19개 항목

하나저축은행에서 고객 552명의 개인정보가 유출됐다. 금융지주 계열 저축은행마저 해킹 공격을 받은 가운데 유출 정보의 범위도 자택주소와 직장명 등으로 확대되면서 2차 피해 우려가 커지고 있다.

25일 업계에 따르면 하나저축은행은 지난 16일 모바일 웹 내 '고객확인 재이행 시스템'에 외부 불법적 침입이 발생, 고객 552명의 개인신용정보가 유출된 정황을 확인했다고 공지했다. 추가 피해 여부는 현재 조사 중에 있다.

현재까지 파악된 유출 항목은 총 19개다. 고객번호, 고객명, 영문명, 생년월일, 전화번호, 성별, 국적코드, 국적명, 직업업종코드, 직업업종명, 자택우편번호, 자택주소, 자택전화번호, 주민번호, 상품코드, 직장우편번호, 직장주소, 직업직장명, 이메일 등이다. 단, 고객별로 유출된 정보는 상이하다.

올해 들어 저축은행업계에서 발생한 다섯 번째 개인정보 유출 사고다. 앞서 지난 9월 말부터 예가람·웰컴·DB·OK저축은행에서 잇따라 고객 정보가 유출됐으며 유출 규모는 총 4만6000여 건에 이른다.

유출 사고 빈도뿐 아니라 고객 정보의 유출 범위도 확대되는 모습이다. 기존에는 유출 범위가 고객 성명, 생년월일, 연락처, 주소, 계좌번호, 연 소득 등이었다면 이번 하나저축은행 정보 유출 사고에서는 국적과 직업, 직장명과 직장 주소까지 포함되면서 그 범위가 대폭 확대됐다.

그룹 차원의 정보보호 체계를 갖춘 하나저축은행마저 해킹 피해를 입으면서 업계 전반의 보안 취약성에 대한 우려가 커지고 있다. 하나금융그룹은 매년 하나저축은행을 포함한 관계사를 대상으로 정보보안 점검을 실시하고 그룹 공통 플랫폼을 통해 보안 취약점 등을 관리하고 있다.

한편, 하나저축은행은 외부 인터넷주소(IP)에 대한 보안 시스템 접근을 차단하고 24시간 모니터링을 수행한다는 방침이다. 손해배상 청구, 법정손해배상 청구, 분쟁조정 신청 등 피해구제를 위한 당행의 지원 절차도 마련한다.

/안재선기자 wotjs4187@