

연구보고서

2024

01

디지털 금융이해력 (Digital Financial Literacy)에 관한 연구

박소정

본 보고서에 수록된 내용은 집필자 개인의 의견이며 우리원의 공식 의견이 아님을
밝혀 둔다.



목 차

• 요약	1
I. 연구 배경과 목적	2
II. 디지털 금융이해력의 정의	4
1. 디지털 금융이해력의 개념과 정의	4
2. 금융이해력과 디지털 금융이해력이 미치는 영향	9
III. 금융의 디지털 전환	13
1. 소매금융의 디지털 전환	13
2. 디지털 금융포용(Digital Financial Inclusion)	20
3. 소결	33
IV. 한국인의 금융이해력과 디지털 금융이해력	35
1. 한국인의 금융이해력	35
2. 한국인의 디지털 금융이해력	42
3. 소결	51
V. 디지털 금융의 부정적 영향	54
1. 디지털 금융소외: 디지털 금융의 혜택을 누리지 못하는 취약계층	54
2. 디지털 금융과 사기 및 불공정 거래행위의 증가	56
3. 부정적 금융행위 강화 촉진	60
VI. 우리나라의 디지털 금융포용, 디지털 금융이해력 의미와 정책 방향	67
1. 금융포용의 확대	67
2. 안전한 디지털 금융서비스 사용 지원과 신뢰 구축	69
3. 디지털 시대에 맞는 금융이해력 강화	73
4. 행동 간섭 설계(Behavioral Intervention Design)	75
VII. 맺음말	78
• 참고문헌	80

표 차례

〈표 II-1〉 디지털 금융이해력의 다차원적 정의와 금융이해력, 디지털이해력과의 비교	7
〈표 IV-1〉 2022년 한국인의 평균 금융이해력 수준	36
〈표 IV-2〉 디지털 금융이해력 조사 설문 문항	42
〈표 IV-3〉 Choung et al.(2023) 디지털 금융이해력 설문 문항	43
〈표 IV-4〉 2022년 한국인의 평균 디지털 금융이해력 수준	44
〈표 IV-5〉 Choung et al.(2023) 설문조사 디지털 금융이해력 결과	49
〈표 IV-6〉 디지털 금융이해력과 금융복지와의 관계	50
〈표 V-1〉 스미싱 사례	59
〈표 VI-1〉 일본의 은행대리업 제도와 금융서비스 중개업 제도	69
〈표 VI-2〉 FINRA(Financial Industry Regulatory Authority)의 TCP 제도	71
〈표 VI-3〉뱅크 오브 아메리카(Bank of America) 노인 재무 관리(Elder Financial Care)	72
〈표 VI-4〉 FG22/5 소비자 의무에 대한 최종 지침 1.9.: 기업의 의무	77

그림 차례

<그림 II-1> 금융역량과 금융이해력 개념도	5
<그림 II-2> 디지털 금융이해력의 개념	6
<그림 III-1> 소매금융 대면 영업망의 변화	14
<그림 III-2> 디지털 금융 이용 비율	14
<그림 III-3> 보험가입의 비대면 채널 가입현황(2021년 말)	16
<그림 III-4> 2017년과 2021년 금융상품별 비대면 채널 거래현황 변화 비교	17
<그림 III-5> 인구특성별 디지털 정보화 수준	23
<그림 III-6> 안전한 인터넷 활용 역량	24
<그림 III-7> 안전한 인터넷 활용 역량 성별·연령별 차이	24
<그림 III-8> 개인투자자 수 변화	26
<그림 III-9> 적금계좌 수 변화	26
<그림 III-10> 인구특성별 디지털 금융사용 현황(1)	28
<그림 III-11> 자동차보험과 적금의 비대면 채널 가입 비율 변화 비교	30
<그림 III-12> 자동차보험 세대별 CM 채널 가입현황	31
<그림 III-13> 인구 특성별 디지털 금융사용 현황(2)	32
<그림 IV-1> 우리나라 국민의 금융이해력 지도	37
<그림 IV-2> 응답자 특성별 금융이해력	39
<그림 IV-3> 우리나라 국민의 금융이해력 변화	40
<그림 IV-4> 세부항목별 금융이해력 변화(2018~2022년)	40
<그림 IV-5> 정보에 입각한 금융상품 선택 연령별 비교	41
<그림 IV-6> 2022년 한국인의 평균 디지털 금융이해력 수준	45
<그림 IV-7> 응답자 특성별 디지털 금융이해력 차이	46
<그림 IV-8> 인구특성별 금융이해력 분포: 세부 항목 응답 결과	47
<그림 IV-9> 디지털 금융이해력과 금융포용의 관계	49
<그림 V-1> 연령별 보이스피싱 피해 건수 비율	58
<그림 V-2> 연령별·성별 보이스피싱 피해 건수(KB 금융자료)	58
<그림 V-3> 연령별 보이스피싱 피해 금액 비율	59
<그림 V-4> 연령별 대출 비교	61
<그림 V-5> 10대 도박 중독자 수 추이	62
<그림 V-6> 연령별 주식투자자 변화 추이	63

〈그림 V-7〉 2019년, 2022년의 연령별 주식투자자 비율 비교	64
〈그림 VI-1〉 호주 페이데이 대출 경고 문구	75

Understanding Digital Financial Literacy in Korea

In an era where digital finance has become an integral part of life, it is important to improve digital financial literacy so that people can use digital financial services appropriately. Digital financial services can help improve financial well-being by expanding access to finance, making it more cost-effective, convenient and fast, and providing services tailored to different needs. In particular, the provision of digital finance has had a positive impact on developing countries, increasing levels of financial inclusion. This has led to a significant emphasis on the importance of digital financial literacy. The OECD/INFE financial literacy survey includes a questionnaire on digital financial literacy from 2022. However, the growth of digital finance is not all positive, and it brings new risks. Consumers can misuse unfamiliar products or be exposed to fraud, be harmed by privacy breaches, borrow and spend excessively, have too easy access to speculative products, and make decisions that reinforce behavioral biases. For some populations such as the elderly, the shrinking of traditional financial channels may cause financial exclusion. Increased access and utilization of financial services does not necessarily imply improved financial well-being, and for young people with relatively low financial literacy, increased utilization without understanding can lead to negative outcomes such as over-indebtedness and investment losses. These issues can undermine trust in digital financial services, hindering progress and creating barriers to digital financial inclusion. For effective use of digital financial services, people need higher levels of financial literacy and digital financial literacy than they had in the age of traditional finance. Therefore,

improving digital financial literacy is important even in Korea, where financial inclusion itself is not a major issue. This research report summarizes the definition of digital financial literacy, related prior research, the current status of digital financial literacy in Korea, and proposes a digital financial literacy policy.

요약

디지털 금융이 삶의 중요한 한 부분이 된 시대에, 디지털 금융서비스와 상품을 적절히 잘 사용할 수 있도록 하는 디지털 금융이해력의 향상은 매우 중요하다. 디지털 금융서비스는 금융의 접근성을 확대하고, 비용이 효율적이며, 편리하고 빠를 뿐 아니라, 다양한 니즈에 맞는 서비스 제공을 통해 금융복지 향상에 도움을 줄 수 있다. 특히 디지털 금융의 공급은 개발도상국에는 금융포용 수준을 높이는 긍정적 결과를 가져왔다. 이에 디지털 금융이해력의 중요성이 크게 강조되기 시작했고, OECD/INFE의 금융이해력 조사에도 2022년부터 디지털 금융이해력 관련 문항이 추가되었다. 하지만 디지털 금융의 성장에 긍정적 측면만이 있는 것은 아니며, 디지털 금융은 새로운 위험을 수반하고 있다. 소비자는 익숙하지 않은 제품을 오용하거나 사기에 노출될 수 있고, 개인정보 유출로 인한 피해를 볼 수 있으며, 과도한 대출 및 소비를 할 수 있고, 투기적 상품에 너무 쉽게 접근하고, 행동편향이 강화된 의사결정을 할 수 있다. 디지털 금융을 사용하지 못하는 취약계층에게는 기존의 금융 채널의 축소로 금융 접근성이 오히려 떨어질 수 있는 문제도 있다. 금융 접근성의 향상과 활용의 증가가 금융이해력의 향상이나 금융복지의 향상을 의미하지는 않으며, 상대적으로 금융이해력이 떨어지는 젊은층에게 이해력이 수반되지 않은 활용의 증진은 과도한 부채와 투자 손실 등의 부정적 결과로 이어질 수도 있다. 이러한 문제들은 디지털 금융서비스에 대한 신뢰를 약화시킬 수 있으며, 발전을 저해하고 디지털 금융포용의 걸림돌이 될 수도 있다. 이러한 문제를 최소화하고 디지털 금융서비스를 효과적으로 사용하기 위해서는 전통 금융의 시대보다 더 높은 금융이해력과 디지털 금융이해력이 필요하다. 따라서 개발도상국과 달리 금융포용 자체가 큰 문제가 되지 않는 우리나라에서도 디지털 금융이해력 향상은 중요한 의미를 지닌다고 하겠다. 디지털 금융이해력에 대한 정책적 관심도 증가하고 연구도 늘어나고 있으나 아직 이 주제에 대한 국문 문서는 부재하다. 이에 이 연구보고서에서는 디지털 금융이해력의 정의부터 관련 선행연구, 국내 디지털 금융이해력 관련 현황에 대해 정리하고, 디지털 금융이해력 정책에 대해 제안한다.

I

연구 배경과 목적

디지털 기술과 핀테크의 발전으로 다양한 디지털 금융서비스 및 상품이 제공되기 시작했다. 지급 결제의 영역에서 본격적으로 사용되기 시작한 디지털 금융은 이제 영역을 가리지 않고 모든 금융산업에 침투하고 있다. 디지털 금융은 금융 소비자들이 빠르고 편리하고 쉽게 금융을 접할 수 있게 하였다. 하지만 빅테크 회사, 스타트업 등 전통적 비금융 사업자들의 금융산업 진출과 BNPL, 전자페이, P2P 대출과 같은 새로운 상품들의 등장으로 금융의 복잡성은 증대되고, 디지털 금융과 관련된 새로운 위험도 등장하였다. 디지털 금융 서비스(Digital Financial Service)는 금융거래의 접근성을 개선하는 동시에 금융과 기술에 대한 해박한 이해를 요구하게 되었고, 적절한 이해의 부재는 소비자에게 새로운 위험 요인이 되고 있다.

최근 금융이해력(Financial Literacy)에 대한 관심이 늘면서, 금융 교육 및 금융 소비자 보호를 위한 규제 등이 늘어나고 있으나, 이는 대체로 저축, 예산관리, 대출 등의 전통 금융에 국한되어 있다. 디지털 금융은 전통 금융을 디지털 채널로 단순히 옮겨온 것 같지만, 다양한 고유의 문제를 가지고 있고, 새로운 역량과 이해를 요구한다. 새로운 금융 사기나 정보의 유출 문제가 생겨나고 있고, 과도한 대출, 과소비의 위험, 잘못된 투자의 위험 등도 커지고 있다. 또한 디지털 금융에 대한 잘못된 이해로 막연히 안전하지 못하다고 불안 을 느끼거나 간단한 디지털 역량의 부족으로 편리한 다양한 서비스와 상품을 활용하지 못하는 문제의 해소도 필요하다. 따라서 디지털 금융이 일상이 된 요즘, 디지털 금융 시대에 맞는 교육 및 제도의 마련이 시급하다.

디지털 금융이해력(Digital Financial Literacy)은 금융 소비자들이 디지털 금융서비스를 바르게, 잘 이용할 수 있도록 하는 데 필요한 역량이며, 최근 디지털 금융의 확산으로 그 중요성이 강조되기 시작했다. 하지만 아직 국내에서는 디지털 금융이해력에 대한 개념, 중요성이 아직 잘 알려지지 않았고¹⁾ 체계적인 국문 문서나 연구도 없다. 이에 이 보고서

1) 디지털 금융이해력 향상을 위한 첫걸음으로 2022년 금융감독원·한국은행의 「전 국민 금융이해력 조사 설문」에 디지털 금융이해력 항목이 포함되었고, 2023년 7월 하나은행과 교육부가 디지털 금융이해력 향상 활성화에 대한 업무협약을 맺어 디지털 금융이해력 교육 관련 교과서 및 앱을 개발할 것을 발표하였음

에서는 디지털 금융이해력의 개념을 알아보고, 기존 문헌의 주요 연구 내용을 정리한 뒤, 우리나라의 디지털 금융 사용 현황, 디지털 금융이해력 현황을 분석한다. 다음으로 디지털 금융의 급속한 확산과 디지털 금융이해력 부족으로 생기는 문제들을 알아보고, 인사이트를 종합하여 우리나라 디지털 금융이해력 정책이 궁극적으로 개인의 금융 주권을 강화하기 위해 고려해야 할 사항에 대해 포괄적으로 논의한다.

II장에서는 디지털 금융이해력에 대한 정의를 소개하고, 디지털 금융이해력 및 금융이해력에 관한 기존 문헌의 연구 결과를 정리한다. III장에서는 우리나라 금융산업의 디지털화의 현황을 알아보고, 우리나라 국민의 디지털 포용 수준 및 디지털 금융포용 수준에 대해 알아본다. IV장에서는 우리나라 성인의 금융이해력과 디지털 금융이해력 수준을 분석하고, V장에서는 부족한 디지털 금융이해력이 야기한 문제와 디지털 금융 취약계층에 대해 알아본다. VI장에서는 우리나라 디지털 금융이해력 정책이 고려해야 할 사항과 방향에 대한 제언을 하고, VII장에서 디지털 금융이해력의 중요성을 강조하며 글을 마무리한다.

II

디지털 금융이해력의 정의

1. 디지털 금융이해력의 개념과 정의

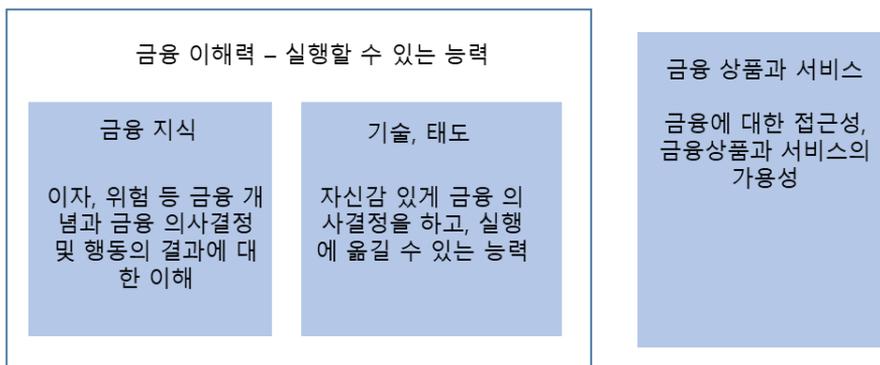
디지털 금융이해력(Digital Financial Literacy)은 금융이해력(Financial Literacy), 금융역량(Financial Capability), 그리고 디지털이해력(Digital Literacy)을 아우르는 개념으로, 개인이 디지털 금융서비스(Digital Financial Service)를 잘 사용함으로써 개인의 금융복지(Financial Well-being)를 달성할 수 있도록 하는 역량이자 이해력이다. 디지털 금융이해력은 디지털 금융역량(Digital Financial Capability)으로 불리기도 한다. 디지털 금융이해력은 금융이해력과 디지털이해력이 조합된 개념이기는 하나, 단순히 두 개념의 합은 아니며 디지털 금융이해력만의 특성도 가지고 있다. 이 장에서는 금융이해력, 금융역량, 디지털이해력의 개념을 먼저 소개한 후 디지털 금융이해력의 개념을 정리한다.

금융이해력은 Noctor et al.(1992)가 “돈을 사용하고 관리하면서 정보에 의해 판단하고 효과적으로 결정할 수 있는 능력”으로 최초로 정의한 이후 유사한 개념으로 다양하게 정의되었다. Lusardi and Mitchell(2014)을 비롯한 학술 연구에서는 주로 ‘주요 금융 의사결정 및 금융활동을 올바르게 하기 위한 금융지식과 기술 수준 및 능력’을 금융이해력으로 정의하고, Jump \$ tart Coalition(2008)은 “전 생애에 걸쳐 자신의 재무적 자원을 효과적으로 관리하기 위해 지식과 기술을 사용할 수 있는 능력”이라고 정의하여 역량의 개념을 조금 더 강조한다. 금융이해력과 유사한 개념으로 금융역량도 있는데, 금융역량은 개인의 금융복지 향상을 달성할 수 있도록 금융지식과 기술 등을 실제로 적용하여 의사결정을 하고 금융 행동으로 이어가는 역량이라고 정의된다(Xiao et al. 2014). 역량이라는 단어는 금융지식이나 태도, 기술 등을 활용하여 실질적인 행동의 변화를 이끄는 것을 강조하는 것이다. 예를 들면, 적절한 금융서비스와 시스템에 대한 접근성이 없는 경우나 지식을 행동으로 연결하지 않는 경우, 금융에 대한 이해력이 매우 뛰어나도 금융지식이나 기술을 활용할 수 없다. 이런 점에서 금융역량이 금융이해력보다 금융포용(Financial Inclusion)과 더 직결되는 개념이라 볼 수 있다(National Financial Educators Council; NFEC).²⁾ 하지만 대부분 금융이해력과 금융역량을 포괄적으로 유사한 개념으로 정의하며, OECD의

국제금융교육 네트워크(International Network on Financial Education: INFE)도 금융이해력을 “건전한 금융결정을 내리는데 필요하며 궁극적으로 개인의 금융복지(Financial Well-being)를 달성하는데 필요한 인지, 지식, 기능, 태도와 행동의 조합”으로 정의하여 이해력이라는 용어를 사용하나 역량의 개념을 대체로 아우른다.³⁾

〈그림 II-1〉 금융역량과 금융이해력 개념도

금융 역량: 실행할 수 있는 능력과 기회



주: Koskelainen et al.(2023) Figure 1을 수정함

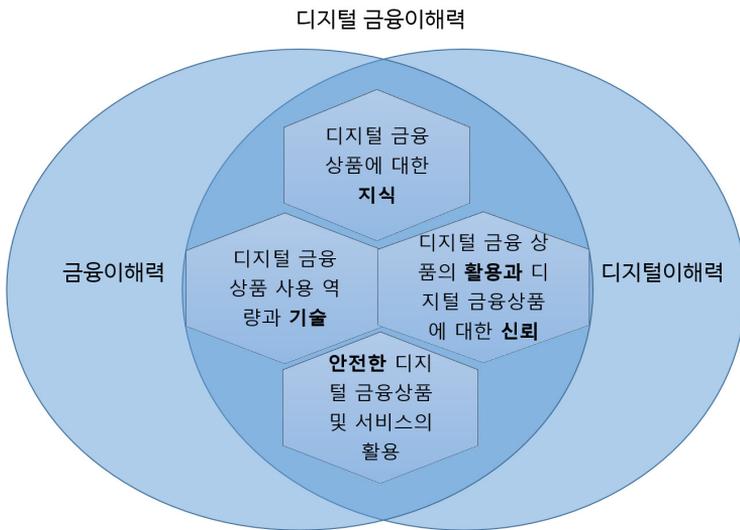
금융 분야에서 금융이해력이 주목받기 시작했을 즈음 디지털 분야에서는 디지털이해력(Digital Literacy)과 디지털 역량(Digital Capability)이라는 개념이 등장했다. 디지털이해력(Digital literacy)은 디지털 정보를 찾아서 읽고 이해할 수 있는 역량과 관련된 개념이다. 이는 글을 읽고 이해할 수 있는 문해력(Literacy)을 디지털상에서의 정보를 찾아 읽고 이해할 수 있는 능력으로 확장한 개념이다. 디지털 역량은 디지털 기술 및 도구를 효과적으로 활용하여 특정 목표를 달성하고 문제를 해결하며 디지털 환경에서 생산적으로 활동하는 개인 또는 조직의 능력을 말한다. 이는 디지털 기술과 관련된 기술, 지식 및 태도의 다양한 측면을 포함하고 있다. 디지털 역량은 디지털 기술이나 지식 및 사용능력뿐 아니라 보안 인식, 비판적 사고 및 적응력, 태도 등을 아우르는 개념이다.

2) <https://www.financialeducatorsCouncil.org/financial-capability-definition/>

3) “Financial literacy: a combination of knowledge, skills, attitudes and behaviours necessary for individuals to make sound financial decisions and ultimately achieve financial well-being.”(OECD; <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0461>)

디지털 금융이해력(Digital Financial Literacy)은 금융이해력, 금융역량, 디지털이해력, 디지털 역량을 종합적으로 포괄하고 연결하는 다차원적 개념으로, 디지털 기술과 역량을 활용하여 금융역량을 향상시킬 수 있는 역량이라 정의할 수 있다(〈그림 II-2〉 참조). OECD는 디지털 금융이해력을 금융복지를 위해 개인이 디지털 금융서비스 및 디지털 기술을 인식하고 안전하게 사용하는데 필요한 지식, 기술, 태도와 행동의 조합으로 정의한다. 동 보고서에서도 디지털 금융역량이라는 용어 대신 OECD 및 전 세계에서 통용되고 있는 디지털 금융이해력(Digital Financial Literacy)이라는 용어를 사용하도록 한다.⁴⁾

〈그림 II-2〉 디지털 금융이해력의 개념



보다 구체적인 디지털 금융이해력의 정의와 구성요소는 금융이해력, 디지털이해력과 디지털 금융이해력의 관계를 분석하고 디지털 금융이해력 개념적 정의를 한 Lyons and Kass-Hanna(2021)에서 찾아볼 수 있다. Lyons and Kass-Hanna(2021)는 금융이해력, 디지털 이해력, 디지털 금융이해력 모두 다섯 가지의 핵심 차원으로 구성될 수 있고, 이들 차원은 ① 기본 지식과 기술, ② 인식(금융상품과 디지털 상품 서비스의 존재를 아는

4) "Digital financial literacy: a combination of knowledge, skills, attitudes and behaviours necessary for individuals to be aware of and safely use digital financial services and digital technologies with a view to contributing to their financial well-being."(OECD, 2022)

것), ③ 실무적인 노하우(어떻게 그러한 서비스에 접근하고 사용할 수 있는가), ④ 의사결정(금융 태도와 행동을 포함하는 개념), ⑤ 개인 보호(소비자 보호와 개인정보 보호)로 구성될 수 있다고 하였다. <표 II-1>은 Lyon and Kass-Hanna(2021)에서 제시한 금융이해력, 디지털이해력, 그리고 디지털 금융이해력의 다차원적 구조와 구성요소들을 정리한다. 표에서 볼 수 있듯 디지털 금융이해력은 금융이해력과 디지털이해력의 단순 합산이 아니며, 디지털 금융이해력 고유의 요소들을 가지고 있다.

<표 II-1> 디지털 금융이해력의 다차원적 정의와 금융이해력, 디지털이해력과의 비교

차원	금융이해력	디지털이해력	디지털 금융이해력
기본적인 지식과 기술	기본적인 재무 개념 (산술능력, 복리, 인플레이션, 위험분산 등)	기본적인 디지털 기술(모바일폰이나 태블릿, PC 등과 같은 디지털 기기를 사용할 수 있는 지식과 기술)	기본적인 재무와 디지털에 대한 지식과 기술
인식	금융상품과 서비스 존재에 대한 인식(지급결제, 저축, 위험관리와 보험, 투자)과 긍정적인 금융태도와 행동(예산관리, 저축, 책임있는 대출, 위기상황과 은퇴에 대한 준비)	사용가능한 디지털 솔루션과 앱 등에 대한 인지 (온라인 정보 검색, 커뮤니케이션 툴, 동영상, 전자상거래, 비대면 교육, 비대면 의료서비스 등 유용한 디지털 툴에 대한 인식)	디지털 금융서비스에 대한 인식(디지털지급결제, 디지털지갑, 모바일뱅킹, P2P대출 등 각종 디지털 금융서비스)과 긍정적인 금융태도 및 행동
실무적인 노하우	금융 서비스를 사용할 수 있는 능력 (지불 방법, 계좌 개설, 보험가입 등을 할 수 있는 능력)	디지털 솔루션이나 앱, 플랫폼, 소프트웨어 등을 사용할 수 있는 능력 (정보 검색 능력, 이메일, 메신저, SNS, 음악, 동영상 등 다운로드, 온라인 교육과 쇼핑 등을 사용할 수 있는 능력)	디지털 금융 거래를 할 수 있는 능력 (모바일뱅킹 앱을 설치하고 실행하고, 메뉴를 선택하고, 거래를 할 수 있는 능력, 실수를 바로잡을 수 있는 능력 등)
의사결정	올바른 금융태도와 행동을 바탕으로 올바른 금융관련 의사결정을 할 수 있는 능력 (입출금 계좌와 예적금 계좌의 활용, 올바른 대출의 선택, 투자 포트폴리오 구성, 보험가입 등)	올바른 행동과 태도를 가지고 디지털 상에서의 의사결정을 내릴 수 있는 능력 (지식 향상을 위해서, 사업이나 사회활동 등을 위해 어떠한 디지털 툴을 적절하게 선택·활용하고 소통할 수 있는가)	디지털 금융서비스를 활용하여, 올바른 금융태도와 행동으로 적절한 재무 의사결정을 할 수 있는 능력 (디지털 채널로 송금을 하고, 저렴한 대출을 받고, 금리 높은 예적금 상품에 가입하고, 투자 포트폴리오를 조정하는 등 적절한 디지털금융상품을 잘 활용하는 의사결정 역량)

〈표 II-1〉 계속

차원	금융이해력	디지털이해력	디지털 금융이해력
개인 보호	잘못된 금융정보, 조연, 금융사기 등으로부터 스스로를 보호할 수 있는 능력	개인정보와 디지털 기기들을 보호할 수 있는 능력 (신원 및 데이터 도난, 해킹 등을 피할 수 있는 능력)	디지털 금융상품 및 서비스와 관련된 스캠과 금융사기를 피할 수 있는 능력

자료: Lyons and Kass-Hanna(2021)를 번역함

첫 차원인 기술과 지식의 경우 디지털 금융이해력은 금융과 디지털에 대한 기본적인 지식과 기술의 단순합이다. 하지만 두 번째 차원인 인식은 저축이나 대출, 투자와 같은 기본적인 금융상품에 대한 지식과 그러한 금융행동을 하는 것과 더불어 디지털 금융상품과 서비스 및 채널 등의 존재에 대해 알고 있느냐의 문제이다. 다시 말해 이는 비대면 자동차보험 가입이 가능한지, 금리가 유리한 온라인 전용 대출 또는 적금상품의 존재를 인식하고 있는지, 인스턴트 메시저로 간단히 송금할 수 있는지, 상점에서 모바일 페이로 지급이 가능한지 등 디지털 금융상품에 대해 알고 있는가의 문제이다. 다음으로 세 번째 실무적인 노하우로 인식하고 있는 디지털금융서비스를 사용할 수 있는 능력을 의미한다. 즉, 모바일 뱅킹을 어떻게 하면 사용할 수 있는지, 간편결제를 사용하는 방법을 알고 사용할 수 있는지에 관한 문제이다. 다음으로 의사결정 분야는 금융이해력과 관련이 많은 부분으로 금융복지를 위해 바른 의사결정을 할 수 있는지, 특히 사용 가능한 디지털 금융서비스를 적절히 사용하여 더 나은 의사결정과 금융복지의 결과를 가지고 올 수 있는가의 문제이다. 마지막으로, 디지털 금융이해력과 관련하여 빼놓을 수 없는 차원은 개인의 보호이다. 온라인 스캠이나 사기를 어떻게 인식하고 스스로를 위협에 노출시키지 않을 수 있는지, 위협의 인식과 보호와 대처에 대한 방법을 알고 있고 실행할 수 있는가에 관한 문제로, 이 마지막 요소는 디지털 금융이해력과 금융소비자 보호에 있어서 매우 중요한 요소가 된다.

디지털 금융이해력의 구성요소를 종합해보면, 디지털 금융이해력은 금융과 디지털에 대한 기본 지식 및 역량을 바탕으로, 디지털 금융서비스에 대해 인지하고, 그러한 서비스를 사용할 수 있는 역량이 있으며, 실제로 적절하게 필요한 곳에 디지털 금융서비스를 자신의 금융복지 향상을 위해서 안전하게 잘 사용할 수 있는 역량이라 하겠다.

2. 금융이해력과 디지털 금융이해력이 미치는 영향

예금, 대출, 보험, 투자 등의 금융은 우리의 삶에 큰 혜택을 주고 있다. 우리는 금융상품을 활용하여 자산을 축적하고 관리할 수 있으며, 미래에 투자도 할 수 있고, 더 생산적인 위험관리도 할 수 있다. 적절한 예산관리와 금융상품의 활용을 통해서 개인의 금융복지는 향상될 수 있으며, 이에 제도권 금융을 활용할 수 있도록 하는 금융접근성과 금융상품을 잘 활용할 수 있는 역량은 매우 중요하다.

디지털 금융은 빠르고, 편리하고, 저렴하고, 효율적인 금융상품과 서비스의 공급으로 세계의 금융산업을 변화시키고 사람들의 삶을 더 윤택하게 하는 데에 이바지하고 있다. 디지털 금융은 기존의 금융을 디지털로 전환하여 편의성을 증진시키고 비용을 절감할 수 있도록 했을 뿐 아니라, 전 세계의 수많은 언뱅크드(Unbanked: 은행 계좌도 없는 금융서비스를 받지 못하는 계층)들에게 제도권 금융을 경험할 수 있게 하였으며, 이를 통해 금융포용을 증진시켰다(Banna and Alam 2021; Beck et al. 2018; Demircuc-Kunt et al. 2015; Hasan et al. 2021; Li et al. 2020; Lu et al. 2022; Mushtaq and Bruneau 2019). 또한, 디지털 금융은 전통적 신용시장의 보완역할을 하여, 정보비대칭을 줄이고, 거래비용을 감소 시킴으로써 전통 금융에서 해소되지 않던 금리단층 현상도 완화하였다(Banna and Alam 2021; Li et al. 2020; Mishkin and Strahan 1999; Ren et al. 2018; Hodula 2023; Lu et al. 2022; Sheng 2021; Yang et al. 2020; Zhong and Jiang 2021). 게다가 디지털 금융의 도입은 케냐와 같은 개발도상국에서는 모바일화폐로 인하여 창업의 증가와 거시경제의 성장도 이끌었다(Beck et al., 2018).

많은 선행연구는 금융이해력이 개인의 재무 의사결정과 전통 금융상품 및 디지털 금융서비스를 활용에 영향을 줌으로써 전 생애에 걸쳐 영향을 미친다는 결과를 보여준다. 먼저 금융이해력이 높은 사람들이 더 좋은 조건의 대출 상품을 보유하고(Disney and Gathergood 2013; Gathergood and Weber 2017; Lusardi and Tufano 2015; Agarwal and Yao 2017), 파산확률은 낮았으며(Gerard 2010), 비제도권 대출보다 제도권 금융 회사에서 제공하는 대출을 보유하는 경향이 있었다(Klapper et al. 2013). 또한 금융이해력이 높은 사람들은 더 바람직하게 포트폴리오 관리를 하고 투자 성과도 좋았다(Calvet et al. 2009; Agnew and Szykman 2005; Bianchi 2018). 이들은 은퇴에 대해 더 많이 준비할 뿐 아니라(Lusardi and Mitchell 2008), 주식과 파생상품을 보유하는 경향도 높았고(Guiso and Jappelli 2005; Van Rooij et al. 2011; Arrondel et al. 2012; Hsiao and Tsai

2018), 수수료가 낮은 투자 옵션을 선택하기도 했다(Choi et al. 2009). 뿐만 아니라 금융 이해력이 높을수록 금융시장에 대해 깊은 이해를 하고 있고, 위험과 수익률에 대해서도 잘 이해하고 있기에 금융사기를 찾아낼 확률도 높았다(Anderson 2016; Andreou and Philip 2018; Engels et al. 2020; Li et al. 2021). 많은 연구는 그 결과 금융이해력이 높은 사람들이 더 나은 재무 관리를 통해 더 많은 자산을 축적하며 경제적으로 더 나은 결과에 이르는 것을 보여주었다(Campbell 2006; Stango and Zinman 2009; Jappelli and Padula 2013; Lusardi and Mitchell 2014). 한국에서도 금융이해력 관련 다수의 연구가 있었는데, 해외 연구와 같이 금융이해력이 저축, 대출, 소비, 투자, 은퇴 준비 등에 유의한 수준의 영향을 미친다고 보고하고 있다(백은영 2004; 김효정 2005; 최현자· 조혜진 2011; 나혜림·최현자 2013; 이찬희·정홍주 2013; 양혜경 2018).

아직 연구 결과가 많지는 않지만, 금융이해력은 디지털 금융서비스의 활용에도 영향을 미치는 것으로 연구들은 보고하고 있다. Morgan and Trinh(2019)은 금융이해력이 높은 사람들이 디지털 금융을 더 잘 인식하고 있음을 보였고, Yang et. al.(2020)은 중국에서, Yoshino et al.(2020)은 일본에서 금융이해력이 높은 사람들이 디지털 금융을 더 많이 활용한다는 것을 보였다.

최근의 연구는 금융이해력뿐 아니라 디지털 금융 고유의 속성에 대한 이해와 활용 역량이 디지털 금융 활용을 통한 금융복지 향상에 큰 영향을 미친다는 것을 보이며, 디지털 금융 이해력의 중요성을 강조한다. Prete(2022)는 금융이해력도 중요하지만 모든 수준의 금융 이해력에서 높은 디지털이해력이 디지털 금융상품을 더 사용하게 한다는 것을 보였고, 모든 수준의 디지털 이해력에서 높은 금융이해력은 더 나은 금융의사결정과 관련되어 있다는 것을 보였다. 따라서 디지털 금융의 활성화와 핀테크를 통한 보다 나은 금융복지를 이루기 위해서는 금융이해력과 디지털이해력이 함께 향상되어야 한다고 주장하였다. 또한 Ullah et al.(2022)는 모바일 페이나 모바일 뱅킹 사용에 금융지식보다 디지털이해력이 더 큰 영향을 미치는 것을 발견했다. Kass-Hanna et al.(2022)도 남아시아와 아프리카 지역에서 금융이해력과 디지털이해력 모두 개인 금융에 영향을 준 것을 보이며, 디지털 금융 시대의 금융이해력은 디지털이해력의 요소를 반드시 포함해야 한다고 주장하였다.

게다가 디지털 금융이 가지고 있는 고유의 위험은 디지털 금융이해력의 중요성을 더 강조하게 한다. 디지털 금융상품의 활용으로 금융소비자들은 피싱이나 신원도용 등의 다양한 디지털 범죄에도 노출되었으며, 모바일 페이의 사용과 모바일 대출의 접근성 향상이 과소

비를 조장하고, 과도한 부채를 지게 하며, 쉽게 은퇴계좌에서 조기 인출하는 등의 바람직하지 않은 재무 행동을 하는 것으로 나타났다(Ahn and Nam 2022; Garrett et al. 2014; Scheresberg et al. 2020). 신용카드 사용이 현금에 비해 덜 투명하고 지출을 한다는 느낌을 덜 들게 하여 과소비를 조장한다는 많은 연구가 있었는데(Soman 2003; Thomas et al. 2011; Feinberg 1986), 모바일 결제도 유사한 속성을 가지고 있다. 또한, 다수의 연구가 모바일 결제의 편의성이 더 많은 지출을 하게 한다고 주장하고 있으며(Falk et al. 2016; Liu et al. 2021; Boden et al. 2020), Falk et al.(2016)은 모바일 결제가 신용카드보다 지출 의사를 더 증가시킨다는 것을 보여주었다. 또한 Yue et al.(2022)은 디지털 금융이 가계에 미치는 영향을 분석하였는데, 디지털 금융은 금융포용을 가져왔지만, 가계를 부채의 덩어리에 빠뜨릴 확률도 증가시켰다는 것을 보였다. Panos and Wilson(2020)은 디지털 금융의 사용으로 인한 충동구매와 충동적 의사결정이 금융복지에 부정적 영향을 줄 수도 있음을 경고하였다. 이처럼 피싱, 파밍, 신용도용 등의 추가적인 위험과 충동 소비의 위험, 더 쉽게 가능해진 대출은 핀테크의 양날을 보여주며 잘 사용하는 것의 중요성을 알려준다.

사람들은 금융계약 시 주의 깊게 숨어있는 정보를 잘 찾아내지 못하는 경향이 있고(Barber et al. 2005), 금융상품 선택에서도 상당히 많은 편향과 오류를 범한다는 것이 알려져 있다(Bordalo et al. 2013). 과도한 자신감으로 지나치게 자주 포트폴리오를 조정하는 경향이 있는 투자자는(Barber and Odean 2001) 편리한 핀테크 앱의 사용으로 그러한 편향을 더욱 강화할 수도 있을 것이다. 게다가 핀테크는 시장 경쟁을 강화하고 상품을 다양화하는 장점도 있으나, Carlin(2009) 모델의 결과처럼 기업은 경쟁이 심화될수록 상품을 더 복잡하게 만들어서 소비자가 비교하기 어렵게 만들 가능성도 있다. 그 결과 금융소비자의 상품 선택이 더 어려워질 가능성도 있다.

디지털 금융을 잘 이해하고 적절히 사용하기 위해서는 디지털 금융이해력이 필요하며, 다수의 연구가 디지털 금융이해력은 모바일 금융서비스의 인지와 사용을 증가시키고(Long et al. 2023; Morgan and Long 2020), 핀테크 상품과 서비스를 효과적으로 사용하는 것을 도와주며(OECD 2020a), 긍정적인 재무 행동으로 이끄는 것을 통해(Seitawan et al. 2022; Rahayu, Ali, Aulia, and Hidayah(2022)), 궁극적으로 금융복지를 향상시킨 것을 보여준다(Johnson et al. 2023; Rahayu, Juita, Rahman, Fitriamiranti, and Rafles(2022)). 즉, 금융이해력과 디지털 금융이해력은 더 복잡해진 금융환경에서도 디지털 금융과 관련된 위험을 인지하고 바람직한 금융의사 결정을 하도록 하는 역할을 하는 것이다. Ahn and Nam(2022)는 디지털 페이의 사용이 과소비를 부추긴 효과가 있으나, 디지털 금융이

해력이 높은 경우 그 정도가 줄어들었다는 것을 보였고, Zhao and Zhang(2021)은 금융 이해력이 높을수록 디지털 금융서비스를 많이 활용하였으나, 암호화폐 시장의 참여는 낮은 것을 발견하였다. 이에 Panos and Wilson(2020)는 핀테크에 대한 지식은 사기나 차별(Discriminatory treatment) 등을 피하는 데 중요하고, 따라서 디지털 금융상품을 만들어 내는 것과 동시에 디지털 금융이해력을 높이는 것이 매우 중요하다고 하였다. 선행연구는 빠르고, 편리하고, 저렴한 디지털 금융서비스를 활용하면서 동시에 금융복지 향상을 하기 위해서는 반드시 금융이해력과 디지털 금융이해력의 향상이 수반되는 디지털 전환이 필요하다는 것을 알려준다.

1. 소매금융의 디지털 전환

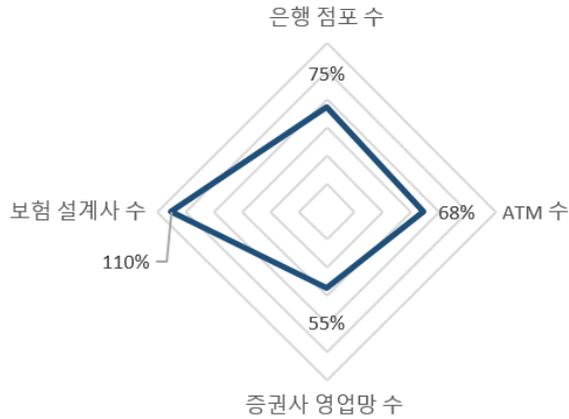
디지털 전환은 은행, 보험, 증권업을 가리지 않고 모든 분야에서 금융사 내부 업무부터 고객과의 접점까지 모든 곳에서 일어나고 있다. 게다가 비대면이 생존의 방식이 되었던 코로나19 이후 그 변화의 속도는 더 빨라지고 범위는 더욱 더 확대되었다. 디지털 금융서비스 사용 측면에서의 유의미한 변화는 디지털 서비스를 사용하는 사용자의 확대라고 볼 수 있는데, 신한카드 빅데이터 연구소(2022)에 따르면, 2019년 대비 2021년 온라인 업종 이용 증가율은 20대가 37%, 30대 79%, 40대 117%, 50대 177%, 60대가 258%로 기존에 디지털 서비스를 사용하지 않던 중장년층의 디지털 서비스 사용이 대폭 증가하였다.⁵⁾ 즉, 코로나19 이전에는 디지털 금융은 MZ 세대로 대표되는 젊은이들이 주로 사용하는 것으로 여겨졌다면, 이제는 세대를 가리지 않고 디지털 금융서비스를 사용하는 시대가 열렸다고 볼 수 있다.

가. 우리나라 소매금융 디지털 전환 현황

급격한 디지털화로 은행, 보험, 증권, 결제 전 영역에서 비대면 거래가 급격히 증가하였고, 대면 영업망의 사용은 축소되었다. 은행 점포 수는 2013년 7,690개에서 2023년 5,761개로 25% 감소했고, ATM의 경우 10년간 32%가 사라졌다. (<그림 III-1> 참조). 증권사의 경우 영업점은 45%가 감소해 10년 만에 거의 반이 사라져 은행권보다 더 큰 폭으로 감소했다. 단, 보험업권의 경우 유일하게 대면 채널을 그대로 유지하는 모습을 보였는데, 설계사의 수는 오히려 소폭 늘어나 보험산업의 경우 다른 금융업계와는 달리 소비자들의 대면 영업망 접근성에 변화가 없는 것으로 나타났다.

5) 신한카드 빅데이터 연구소(2022)

〈그림 Ⅲ-1〉 소매금융 대면 영업망의 변화

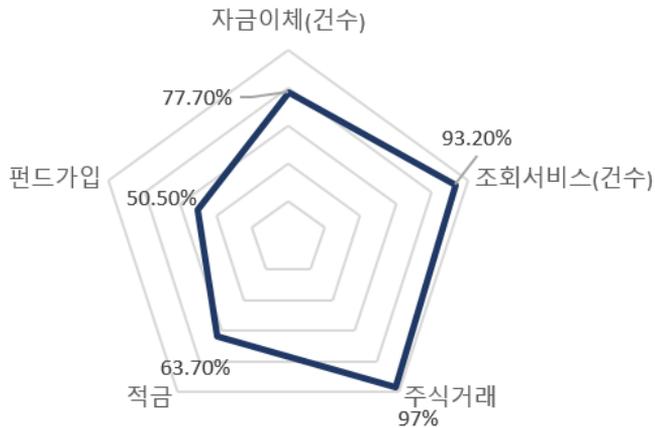


주: 1) 은행 점포, ATM, 증권사 영업망은 2013년 6월 대비 2023년 6월 영업점 수의 비교임

2) 보험설계사 수는 2014년 말 대비 2021년 말 설계사 수 비교임

자료: 금융감독원 금융통계정보시스템

〈그림 Ⅲ-2〉 디지털 금융 이용 비율



주: 1) 자금이체·조회 2022년 말, 펀드가입 2023년 1분기, 적금 2021년 2분기, 주식거래 2020년 말 기준임

2) 주식거래는 유가증권 시장에서 개인 투자자의 MTS와 HTS 거래 비중 합산임

3) 자금이체는 입출금 및 자금이체 거래 건수 중 인터넷뱅킹(모바일뱅킹 포함) 비중임

4) 적금은 5대 시중은행(KB 국민, 신한, 우리, 하나, NH 농협)의 적금 비대면 가입 비율임

5) 펀드가입은 MMF, ETF 등 제외 주식, 채권, 혼합형 일반투자자용 펀드 온라인 판매 금액 비율임

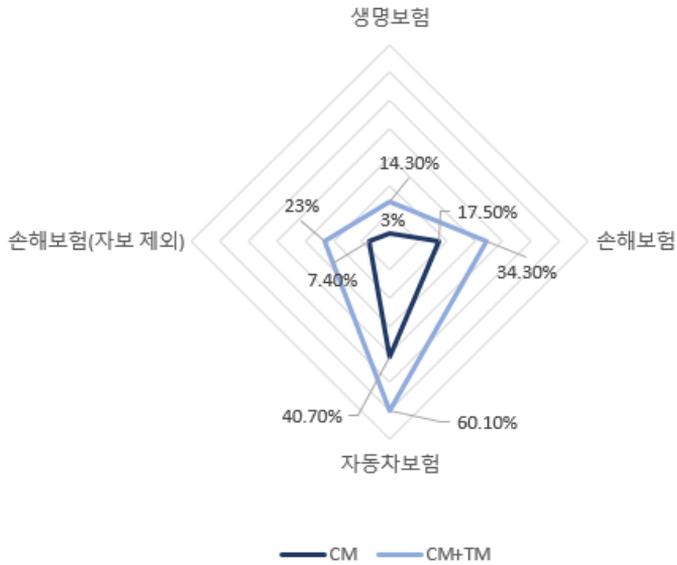
자료: 자금이체 및 조회(한국은행 2023); 주식거래(한국거래소); 적금(윤관석 의원실 보도자료(2021. 9. 21), “우대금 리 못 받는 적금가입자 60대 이상 81%, 2030세대 17%로 4배 이상 격차”); 펀드가입(금융투자협회 보도자료 (2023. 6. 8), “일반투자자(Retail) 펀드투자 동향 분석(‘19년~’23년)”)

대면 영업망의 급격한 감소는 금융업권의 디지털 전환에 기인하는 것으로 보인다. 한국은행(2023) 자료에 따르면(〈그림 III-2〉 참조), 입출금 및 자금이체 거래의 경우, 2022년 인터넷뱅킹 거래가 전체 거래의 77.7%를 차지하였고, 조회서비스 이용 비중은 93.2%에 달하였다. ATM과 텔레뱅킹을 포함한 전체 비대면 이체거래 비중은 94.5%였다. 유가증권 투자의 경우, 개인투자자는 2020년 유가증권 거래의 97%를 MTS(Mobile Trading System, 52.8%) 또는 HTS(Home Trading System, 42.4%)로 거래한 것으로 나타났다. 또한, 주식의 직접 투자나 자금이체 정도는 아니지만, 금융상품 가입에도 비대면화가 상당히 진행된 것을 확인할 수 있었다. 적금의 경우 5대 시중은행의 경우 비대면 가입 비중이 63.7%였고, 펀드 가입도 2023년 처음으로 비대면 가입 비중이 대면 가입을 앞섰다. 상품의 종류별로 차이가 있기는 하지만 소매 금융에 있어서 비대면이 대세가 되었다는 것을 알 수 있다.

이러한 비대면화가 가장 느리게 진행되고 있는 소매금융의 영역은 보험인 것으로 나타났다. 〈그림 III-3〉은 생명보험, 손해보험의 비대면 채널 가입현황을 보여주고 있다. 보험업에서는 자동차보험 가입을 제외하고는 타 금융권에 비해 비대면 채널 가입률이 매우 저조한 것을 볼 수 있다. 생명보험 CM(Cyber Marketing) 채널 가입은 3%였고, TM(Telemarketing) 채널을 합산하여도 14.3%에 그쳤다. 손해보험은 CM 채널 17.5%, 전체 비대면 34.3%로 생명보험 보다는 비대면 채널 가입 비중이 높았으나, 자동차보험을 제외하면 CM 채널 가입은 7.4%에 그쳤다. 자동차보험만이 CM 채널 40.7%, 전체 비대면 60.1%로 대면 채널 39.9%를 앞섰다.

절대적인 수준뿐만 아니라 코로나19 전후 비대면화 진행 속도도 보험상품 가입의 비대면화는 타 금융상품 및 서비스가입 비해 상대적으로 느렸다. 〈그림 III-4〉는 2017년과 2021년의 금융상품별 비대면 채널 거래현황을 비교하고 있다. 자금이체 시장의 경우 2017년 45.4%에서 2021년 74.7%로, 유가증권 비대면 가입은 75%에서 97%로, 적금 가입은 35%에서 63.7%로 증가하였고, 자동차보험 가입도 24.4%에서 40.7%로 두 배 가까운 상승을 하였다. 특히 온라인 펀드의 경우 금융소비자법의 도입으로 대면 가입 절차가 매우 어려워지는 제도적 요인도 더해져, 온라인 채널 가입이 14.9%에서 43.3%로 가장 큰 폭으로 상승했으며 유가증권 가입의 경우 대면 채널이 거의 사라지는 수준의 변화가 있었다. 하지만 자동차보험을 제외한 손해보험은 2017년 7.0%에서 2021년 7.4%로, 생명보험의 경우 2017년 0.5%에서 2021년 3%로 미미한 성장을 보였다.

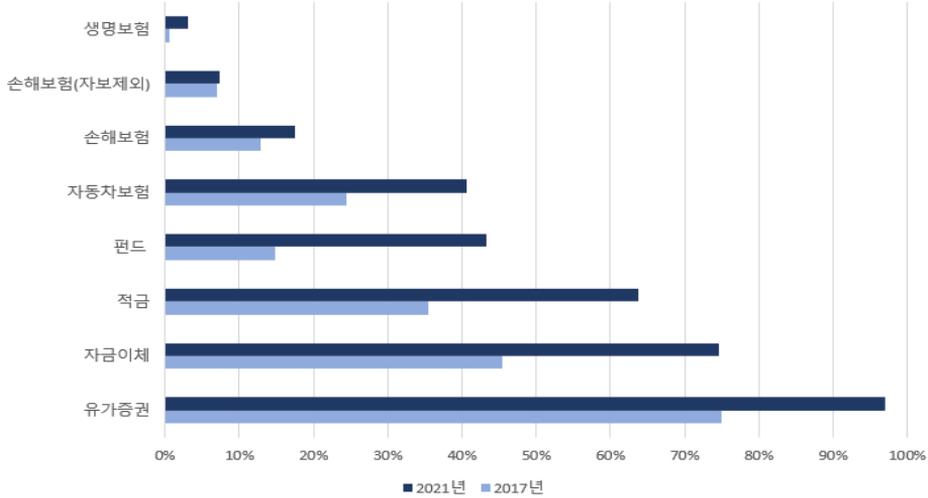
〈그림 III-3〉 보험가입의 비대면 채널 가입현황(2021년 말)



주: 1) 2021년 말 가입 건수 기준임
 2) 자보 제외 손해보험 건수는 금융개발원 보험개발원 보도자료 기반하여 저자가 추정함
 자료: 금융감독원 보도자료(2022. 8. 25), “최근 5년간 보험 모집채널별 판매현황 분석 및 시사점”; 보험개발원 보도자료(2022. 6. 14), “자동차보험 인터넷 가입 시 보장범위 및 보험료할인 꼼꼼히 확인하세요”

〈그림 III-4〉 2017년과 2021년 금융상품별 비대면 채널 거래현황 변화 비교

(단위: %)



- 주: 1) 주식거래는 유가증권 시장에서 개인 투자자의 MTS와 HTS 거래 비중 합산임
 2) 자금이체는 입출금 및 자금이체 거래 건수 중 인터넷뱅킹(모바일뱅킹 포함) 비중임
 3) 적금은 5대 시중은행(KB 국민, 신한, 우리, 하나, NH농협)의 적금 비대면 가입 비율임
 4) 펀드가입은 MMF, ETF 등 제외 주식·채권·혼합형 일반투자자용 펀드 온라인 판매금액 비율임; 펀드 2017년 자료는 2016년 말 기준으로 작성함

자료: 자금이체 및 조회(한국은행 2023); 주식거래(한국거래소); 적금(윤관석 의원실 보도자료(2021. 9. 21), “우대금리 못 받는 적금가입자 60대 이상 81%, 2030세대 17%로 4배 이상 격차”); 펀드가입(금융위원회 보도자료(2017. 4. 3), “온라인 채널 펀드판매 현황 및 활성화 방안”); 금융투자협회 보도자료(2023. 6. 8), “일반투자자(Retail) 펀드투자 동향 분석(‘19년~’23년)”); 금융감독원 보도자료(2022. 8. 25), “최근 5년간 보험 모집채널별 판매현황 분석 및 시사점”; 보험개발원 보도자료(2022. 6. 14), “자동차보험 인터넷 가입 시 보장범위 및 보험료할인 꼼꼼히 확인 하세요”

종합하여 보면 금융서비스는 계좌조회, 자금이체, 예적금 등 단순한 금융상품의 비대면 가입, 그리고 펀드 등 다소 복잡한 금융상품의 가입 순서로 시간과 정도의 차이를 두고 비대면화가 진행되었고, 아직 비대면화 진행이 되지 않은 영역도 있다. 금융상품별로 이러한 속도차를 보이는 원인, 특히 모든 소매금융업 중에서 자동차보험 상품 제외, 보험업권에서 변화가 가장 더디게 나타나는 데는 여러 가지 요인이 있을 수 있으나, 가입채널과 관련하여 소비자 관점에서 디지털 채널을 덜 찾게 되는 주요 원인으로 다음과 같은 세 가지 속성을 생각해 볼 수 있다. 첫째, 자동차보험을 제외한 대부분의 소매 보험상품은 의무가입이 아니며, “보험은 사는 것이 아니라 파는 것”이라는 말이 있듯 권유 때문에 구매가 일어난다. 금융 거래에 있어서 판매자의 상품 가치 환기가 매우 중요한데, 비대면의 속성상

구매를 원하는 소비자가 자신의 필요로 스스로 찾아 들어오게 되므로 상품 가치 환기의 기회를 얻기 어렵다. 여기에 가장 큰 예외 상품이 자동차보험인데, 의무가입 상품이므로 소비자 구매가치 환기가 없어도 편리하고 저렴한 채널을 찾아 직접 가입하게 된다. 예금이나 주식매매, 송금, 결제도 구매의 환기가 금융서비스 사용이 동기가 된다기보다 소비자가 자발적으로 생겨난 니즈를 해소하는 금융 거래들이다. 특히 간편결제의 경우는 전자상거래 거래에서의 성공적 마케팅으로 소비자 구매의 동기가 생겨난 경우, 그 동기를 이탈시키지 않고 최소한의 마찰로 최종 결제까지 이루어지게 하도록 전자상거래 업계에서 만들어낸 핀테크 서비스로, 결제 자체가 직접적인 거래의 동기가 되지 않는다.

둘째, 보험상품은 대체로 타 금융상품보다 복잡하다. 생명보험 상품, 장기보험, 실손보험 모두 이자가 얼마인지만 이해하면 되는 예적금 상품, 대출 상품과 결제하고 포인트를 얼마 받을 수 있는지만 알면 되는 결제 서비스 등에 비해 상품 구조 자체를 이해하는 것이 매우 어렵고, 개인별로 적합한 상품도 상이하고 상품의 종류도 다양하여 쉽게 맞는 상품을 찾기도 어렵다. 게다가 타 금융상품들이 반복적으로 가입을 하는 것을 통해 스스로 학습할 수 있고 이해도를 높여갈 수 있는 측면이 있지만, 보험, 특히 생명과 건강 보장상품들과 같이 만기가 긴 상품들의 경우 일생에 한두 번 가입 의사결정을 하고, 그러한 의사결정이 바른 결정이었던지를 판단하는 것도 주식이나 펀드 수익률과 같이 바로 보이는 것이 아니므로 경험을 통한 학습이 어렵다.

셋째, 보험은 상품의 특성상 금융회사와 신속하고 잦은 접촉이 필요하지 않고, 쉽고 빠른 것이 소비자에게 비교적 큰 혜택이 되지 못한다. 유가증권의 직접 투자의 경우 실시간 정보 확인 및 빠른 거래의 체결이 매우 중요하여 본격적으로 모바일 시대가 되기 전부터 이미 HTS가 널리 사용되고 있었다. 자금이체나 조회도 매우 빈도가 높고, 빠르고 정확하고, 쉬운 것이 가장 중요한 거래이다. 예적금이나 자동차보험, 펀드 가입, 대출 등은 이체나 결제, 투자와 같은 빈번한 거래는 아니지만, 어느 정도 주기를 두고 반복적으로 유사한 상품을 가입하는 속성을 가지고 있다. 하지만 종신보험이나 장기보험 및 각종 진단금 보험들은 생애에 한두 번 가입하고, 잦은 내역 확인도 필요하지 않은 거래로 소비자 입장에서 비대면 가입의 혜택이 제한적이다.

마지막으로 공급 측면에서 디지털 가입을 원하는 소비자의 수요에 적극적으로 대응하지 못하고 있는 것도 원인이 될 수 있다. 김동겸 외(2022)에 따르면, 2020년 생명보험의 경우 전체 상품의 12.9% 정도가 CM 채널로 가입가능했고, 손해보험은 7.1%만이 CM 채널로 가

입가능한 것으로 나타났다. 보험상품의 공급에 있어서 디지털 채널상에서는 다양한 상품의 공급이 이루어지지 않고 있어, 디지털 채널로 가입하고자 하는 수요가 있다고 하더라도 그 부분에 대한 충족이 되지 않고 있는 것이 현실이다. 실제로 암보험이나 실손보험의 경우에는 디지털에 익숙한 30대의 가입이 상당히 많고, 실손보험의 경우에는 국민보험이라 불릴 정도로 가입률도 상당히 높아 인지도도 높고 청년층도 가입에 관한 관심이 높은 편이어서 고관여 상품이라고 보기 어려운 측면이 있다. 하지만 여전히 대부분 대면 채널로 가입되고 있는 것은 공급 측면에서의 변화가 충분하지 못했다고 볼 수도 있다. 또한 인터넷 은행에서 시작된 그룹통장이나 인터넷 증권사 등에서 선보이고 있는 매일 투자하기 등 디지털 금융상품 가입을 크게 증가시킨 혁신적 디지털 보험 금융상품이 부재했던 것도 사실이다. 따라서 공급 부문에서의 개선이 이루어진다면 디지털 채널 가입이 다소 증가할 수도 있을 것으로 예상된다.

다양한 핀테크 상품 중 보험상품과 유사하게 복잡한 속성을 가진 대표적인 서비스는 로보어드바이저 서비스라 볼 수 있다. 로보어드바이저는 주목받고 있는 대표적 AI 접목 금융 서비스로 시장 상황뿐 아니라 금융소비자의 연령, 위험선호도, 투자 목표 등을 고려하여 개인에게 최적화된 알고리즘 기반 포트폴리오 운용을 통해 금융지식이 뛰어나지 않은 투자자도 합리적 투자를 통해 자산을 증식시켜나갈 수 있도록 도와주는 서비스이다. 고액 자산가들만 받을 수 있던 PB(Private Banker) 서비스가 알고리즘 기반으로 저렴한 수수료를 낸 일반인에게도 접근가능하게 하는 효용 가치가 매우 높은 서비스라 할 수 있다. 하지만 로보어드바이저 서비스의 성장은 단순 인터넷뱅킹이나 주식거래, 간편결제 서비스 등에 비해 매우 더디게 진행되고 있다. 코스콤 로보어드바이저 테스트베드 자료에 따르면 2017년 이후 성장을 하기는 했으나, 로보어드바이저 총 운용자산은 2021년에 1조 원을 넘어섰고, 2조 원 가까운 규모로 일시 성장했으나, 2023년 8월 다시 8천억 원 규모로 감소했다. 전체 가계금융자산 수준을 고려하면, 최고치였던 2조 원은 매우 미미한 규모라 할 수 있다. 투자에 대한 이해도가 높지 않은 금융소비자를 도와줄 수 있는 로보어드바이저라고는 하나, 아이러니하게도 금융시장에 대한 이해, 알고리즘에 대한 이해도가 높지 않은 소비자가 자발적으로 그러한 서비스를 사용하기는 쉽지 않을 것이다. 금융투자업계는 로보어드바이저 가입자가 많아지고 서비스가 고도화될수록 더 불완전 판매 이슈가 불거질 것을 예상했다. 시장이 커질수록 자산관리 성과 차이가 더 나게 될 것이고, 소비자가 스스로 로보어드바이저 작동 원리를 이해하고 차이점을 구별하고, 선택하는 것이 중요하기에 미국의 증권거래위원회(SEC)는 2017년 로보어드바이저 알고리즘 설명의 의무, 사업

모델 전반에 대한 설명의무를 가이드라인을 통해 제시했으며, 유럽에서도 다양한 방안을 논의하고 있다. 이는 로보어드바이저가 소비자가 이해하기 간단하지 않은 상품이라는 뜻이며, 보험과 유사하게 시장이 더디게 확대되는 중요한 원인 중 한 가지인 것으로 보인다.

2. 디지털 금융포용(Digital Financial Inclusion)

앞 절에서 소개한 금융의 디지털화는 편의성과 효율성을 증대시키고 금융소비자에게 많은 혜택을 주고 있다. 우리나라와 같은 선진국에서 핀테크는 쉽고, 저렴하고, 빠른 서비스로 요약될 수 있겠으나, 대부분의 개발도상국에서는 핀테크 서비스가 가져온 최고의 혜택은 금융포용(Financial Inclusion)이라고 보고 있고, 이에 핀테크와 금융포용이 개발도상국에서 더 심도 있게 논의되고 있다. 여기서 금융포용(Financial Inclusion)이란, 누구도 소외되지 않고 제도권 금융기관의 금융서비스 및 금융상품에 접근할 수 있도록 하는 것을 의미한다. 금융망이 제대로 갖추어져 있지 않던 개발도상국들의 수많은 언뱅크들에게 디지털 금융서비스는 금융서비스를 받을 기회를 제공하였다. 이들이 주로 디지털 금융을 통해 금융서비스에 접근을 하게 되었기에, 누구나 디지털 금융서비스를 받을 수 있도록 한다는 개념인 디지털 금융포용(Digital Financial Inclusion)이 자연스럽게 화두가 되었다. 이러한 관점에서 본다면 디지털 금융포용은 우리나라와 같은 금융 선진국에서는 크게 문제가 되지 않는 개념으로 볼 수도 있으나, 소매금융의 채널에서의 디지털 전환이 급속히 진행되며 디지털 금융이 선택이 아니라 필수가 되어가면서 디지털 금융포용은 개발도상국에서만만의 이슈는 아닌 것이 되어가고 있다. 금융의 디지털화로 인한 혜택을 모두가 보고 있는 것은 아니며, 디지털 거래에 익숙하지 않은 계층들은 사라지는 대면 채널로 인해 금융 서비스를 받는 것이 더 불편해지고 소외되는 현상도 생길 수 있기에 디지털 금융포용은 중요한 이슈가 된다. 이에 본 절에서는 우리나라의 계층별 디지털 포용 및 디지털 금융포용의 정도에 대해 현황을 점검해 본다.

가. 인구 특성별 디지털 포용 현황

‘디지털 포용(Digital Inclusion)’이란 모든 사람이 평등하게 디지털 기술에 접근할 수 있는 환경을 조성하고, 디지털 활용능력을 갖추 수 있도록 하여 경제, 사회, 문화 전반의 혁명적

변화와 혜택을 모두가 누릴 수 있도록 하는 것이다(한국정보화진흥원 2018). 디지털 장비를 통해 금융서비스에 접근하는 디지털 금융의 사용을 위해서는 디지털 포용이 필수 조건이라 할 수 있다. 이 장에서는 우리나라의 디지털 포용 현황을 알아본다.

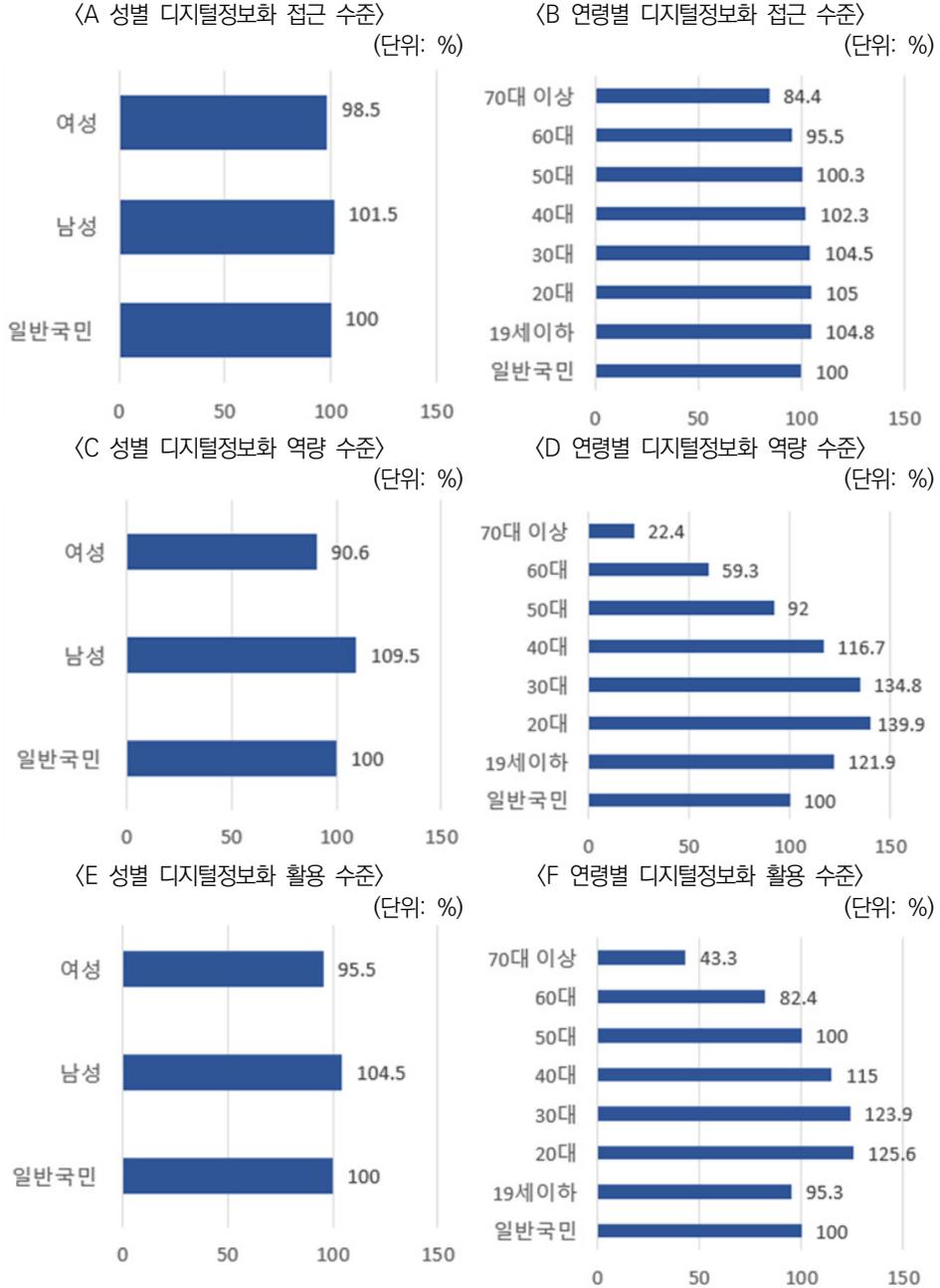
과학기술정보통신부(2022)의 2022년 인터넷 이용실태조사 통계표에 따르면, 12세 이상 국민의 스마트폰 보급률은 98.6%에 달하며 인터넷 접속은 99.9%가 접속가능한 환경에 있다. 60대 미만은 거의 100% 스마트폰을 보유하고 있지만, 60대 이상 보급률은 96.4%이고 가구소득이 200만 원 미만이면 보급률이 92.2%이어서 약간의 취약계층이 있기는 하나, 대체로 전 국민이 인터넷 접속은 무리 없이 하는 것으로 나타났다. 활용 측면에서는 인터넷 이용자 중 98.5%가 인스턴트 메시지를 이용하고 있었으며, 96.1%가 동영상 서비스 앱·사이트를 이용하였고, 이는 인구 특성별 큰 차이를 보이지 않았다. 반면, 73.7%는 인터넷 쇼핑을 최근 한 달 내에 한 경험이 있고, 이메일은 60%만이 최근 1년 이내 이용하였으며, 56.1%가 간편결제 서비스를 경험한 적이 있다고 하여 다양한 인터넷 서비스 활용 측면에서는 인구 특성별 격차가 있는 것으로 나타났다. 통계표에 따르면, 기본적인 환경 설정, 문서 작성 능력, 앱 설치 및 이용 능력 등으로 평가될 수 있는 디지털 역량 측면에서도 인구 특성별 상당한 격차를 보이고 있다.

디지털 정보화 수준의 인구 특성별 특성을 쉽게 이해하기 위해 과학기술정보통신부는 접근, 역량, 활용 측면에서 다양한 설문 항목을 점수화하여 요약한 디지털정보격차 실태조사결과를 발표하고 있다. 2021년 결과에 따르면, 우리나라 국민의 접근성은 94.4점으로 만점에 가까우나, 이용 능력지표인 역량은 63.8점, 양적 질적 활용도를 측정하는 활용지표는 77.6점으로, 역량이 가장 떨어지는 것으로 나타났다. 그리고 역량과 활용 측면에서는 인구 특성별 차이도 크게 나타났는데 <그림 III-5>를 보면, 우리나라 국민은 디지털정보화 접근 수준 측면에서는 70대 이하의 경우 매우 양호하고 성별·연령별 큰 차이가 없으나, 역량의 측면에서는 전반적인 점수가 떨어질 뿐 아니라, 연령별·성별 격차도 가장 크게 나타났다. 남성보다 여성의 정보화 역량이 떨어졌고, 고령층의 역량은 40대 미만보다 상당 수준 낮게 나타났다. 활용 수준에서는 역량보다 연령별·성별 격차가 덜하기는 하지만 여전히 고령층과 여성의 활용이 떨어지는 수준임을 알 수 있다.

요약하자면, 우리나라의 디지털정보화 역량 수준은, 접근성 측면에서는 양호하나, 활용도나 역량은 그에 미치지 못하며 연령과 성별에 따른 수준 차이가 나타났다. 특히 디지털 사용 역량 측면에서 여성과 고령층은 취약함을 보여 고령층이나 여성의 경우 인터넷이나 모

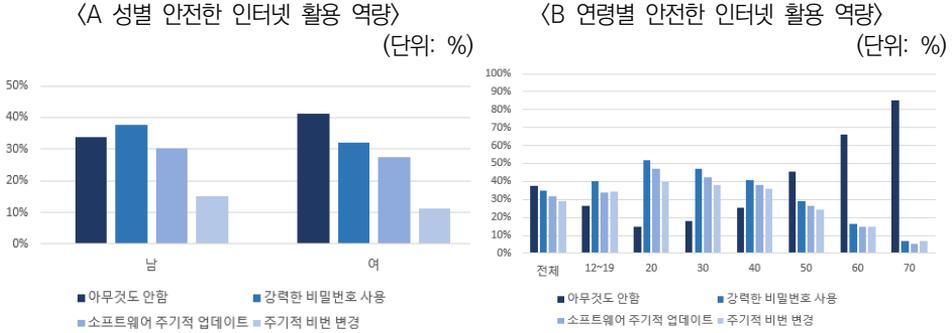
바일 접근성에는 문제가 없고, 인스턴트 메시지 활용, 유튜브 등 동영상 서비스 활용은 널리 하고 있으나, 이메일 확인, 생활 서비스앱의 활용, 전자상거래 등의 다양한 서비스를 사용하는데에는 어려움을 겪는 경우가 많다. 그리고 인터넷을 활용하는 경우에도 문서 전송, 앱 설치, 네트워크 환경 설정, 악성코드 검사 및 치료 등과 같은 핵심 디지털 역량의 측면에서 가장 부족함을 보이고 있다. 이는 디지털 금융 서비스 활용에 있어 중요한 시사점을 줄 수 있다. 예를 들어, 디지털 금융 서비스와 관련이 높은 안전한 인터넷 활용 역량의 경우, 노령층이 상당한 취약점을 보이며 성별의 차이도 있다는 사실을 알 수 있다. <그림 III-6>에서 보여주는 것과 같이 60대 이상의 경우 60% 이상, 70대 이상은 80% 이상의 인터넷 서비스 이용자들이 안전한 사용을 위해 '아무것도 안함'을 선택하여 60대 이상의 경우 보안이 매우 중요한 디지털 금융서비스를 사용하는 것이 문제가 될 수도 있음을 시사한다. <그림 III-7>은 성별과 연령의 교차효과를 보여주는데, 10대와 MZ 세대까지는 성별 차이가 거의 없고 70대 이상의 연령에서도 역량이 떨어지긴 하나 성별 차이가 크지는 않지만, 40~60대, 특히 50대의 경우 안전한 인터넷 서비스 사용을 위해 가장 기본이 되는 보안에서 여성이 매우 취약한 역량을 가지고 있는 것을 보여주고 있다.

〈그림 Ⅲ-5〉 인구 특성별 디지털 정보화 수준



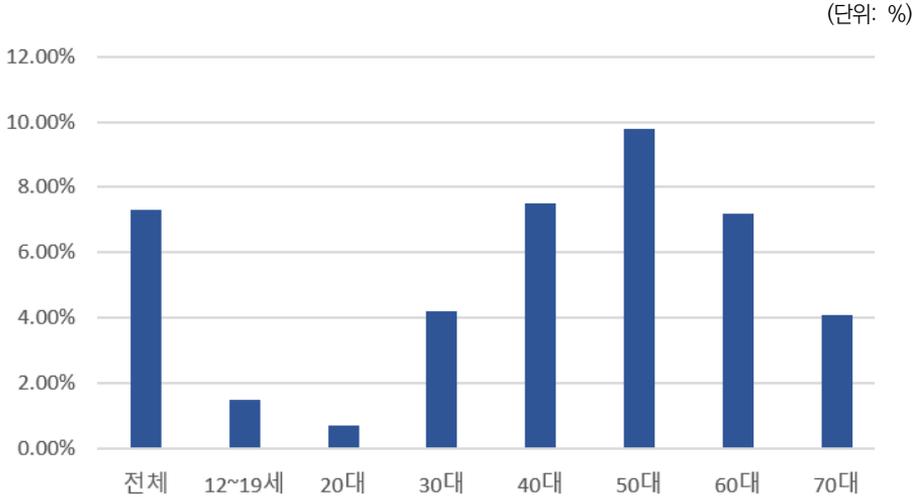
자료: 과학정보기술통신부·한국지능정보사회진흥원(2022)의 통계표를 활용함

〈그림 III-6〉 안전한 인터넷 활용 역량



자료: 과학정보기술통신부·한국지능정보사회진흥원(2022)의 통계표를 활용함

〈그림 III-7〉 안전한 인터넷 활용 역량 연령별 차이



자료: 과학정보기술통신부·한국지능정보사회진흥원(2022)의 통계표를 활용함

나. 인구특성별 디지털 금융서비스 사용 현황과 디지털 금융포용

디지털 금융포용(Digital Financial Inclusion)은 일반적으로 제도권 금융기관의 금융서비스를 디지털 채널을 통해서 접근하고 사용할 수 있는 것으로 정의되며, 이를 통해 금융 서비스에 소외된 계층의 금융포용을 확대할 수 있다. World Bank(2021)에 따르면, 디지털 혁명으로 2011년부터 2021까지 10년간 전 세계에서 제도권 금융계좌를 가지고 있지 않

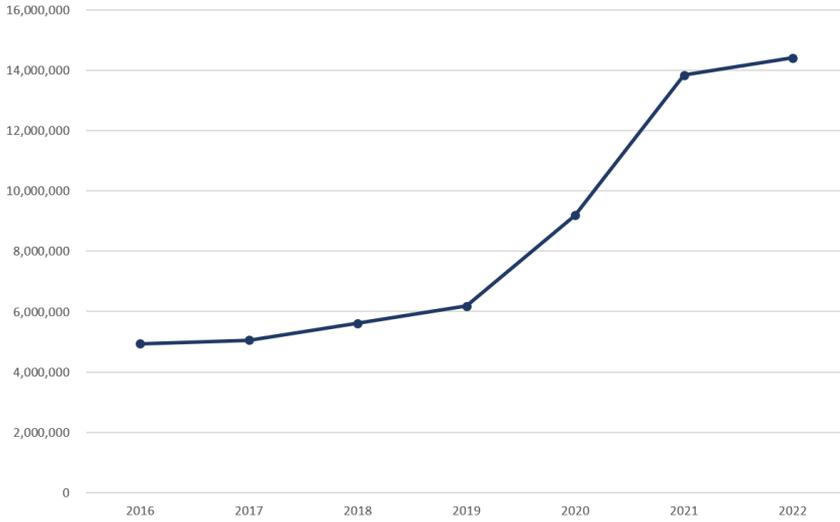
은 인구가 51%에서 76%로 매우 증가하였다. 하지만 현재도 여전히 14억 인구가 언뱅크드로 알려져 있으며, 주로 저소득, 여성, 영세상인들이 금융의 혜택을 받지 못하는 것으로 알려져 있다. 이들 언뱅크드가 많은 개발도상국의 경우는 디지털 금융의 확대를 통한 금융포용의 증진은 매우 중요한 문제이다. 하지만 우리나라와 같이 성인 대부분이 금융계좌를 가지고 있고,⁶⁾ 신용카드 보유비율도 89%에 달하는 나라에서는 금융포용 자체가 심각한 문제가 아니며, 디지털 금융포용도 개발도상국에서와는 다른 관점에서 접근해야 할 것이다.

이미 금융계좌를 다 가지고 있는 우리나라에서 금융의 디지털 혁신은 ‘금융포용 - 금융접근성 향상’에 어떤 영향을 미쳤다고 볼 수 있을까? 제도권 금융으로의 편입이라는 관점에서의 금융포용은 유효하지 않으나, 디지털 전환은 금융포용의 관점에서도 중요한 변화를 가지고 온 것으로 보인다. 우선 유가증권 투자의 접근성이 획기적으로 개선되면서, 개인 금융소비자들의 주식 투자가 급격히 늘었다. 은행 계좌 보유와는 달리 유가증권 투자는 대중적으로 이루어지지 못했고, 학계에서도 경제학 이론으로는 설명하기 어려운 지나치게 낮은 수준의 주식 보유 수준의 원인을 여러 곳에서 찾아왔었다. 디지털 금융이 가져온 변화를 보면, 낮은 주식 투자 참여도의 중요한 원인 중 하나는 접근성이었던 것으로 보이며, 디지털 전환으로 인해 접근성이 획기적으로 개선되면서 개인투자자의 수가 2016년 대비 2022년 약 3배로 폭발적 성장을 이루었다(〈그림 III-8〉 참조). 대부분의 증가가 2019년부터 2021년 코로나19 기간에 일어났고, 이 시기가 주식시장의 대호황이었던 것을 감안하면 그 원인을 오직 디지털 전환에서만 찾을 수는 없으나, 주식 투자를 원하는 사람들이 그 의지를 바로 실행으로 쉽게 옮길 수 있는 데에 디지털 금융을 통한 금융역량 향상이 주식 보유 확대에 중요하게 기여했다고 볼 수 있다. 최근의 주식 하락기에도 여전히 개인투자자 수는 증가한 것은 이러한 논리를 뒷받침한다.

6) 한국은행의 2022년 지급결제조사자료에 따르면, 응답자의 98.8%가 은행 등 예금취급기관의 결제성 예금계좌를 보유하고 있고, 70대 이상의 계좌 보유율도 95.7%에 달함

〈그림 III-8〉 개인투자자 수 변화

(단위: 명)

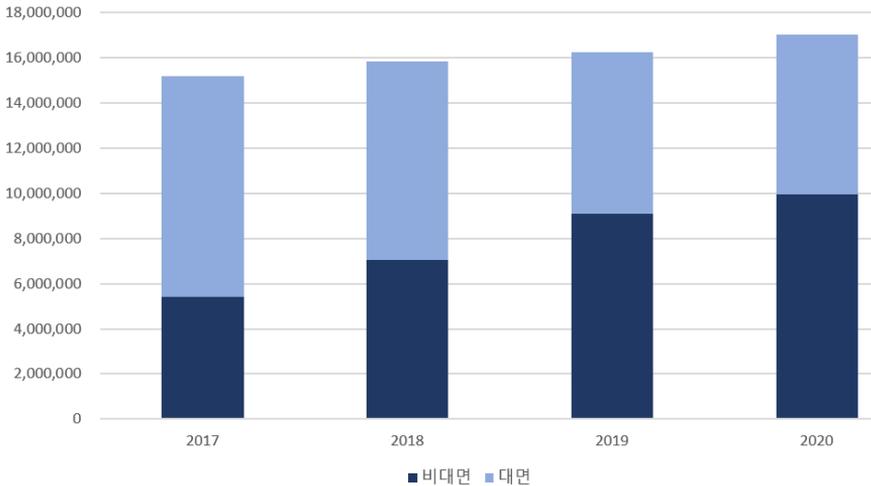


주: 국내주식 소유자 수임(중복소유자 제외)

자료: 한국예탁결제원 보도자료(2021. 3. 16), “2020년 12월 결산 상장법인 소유자 현황”; 한국예탁결제원 보도자료(2023. 3. 16), “2022년 12월 결산 상장법인 주식 소유자 현황”

〈그림 III-9〉 적금계좌 수 변화

(단위: 개)



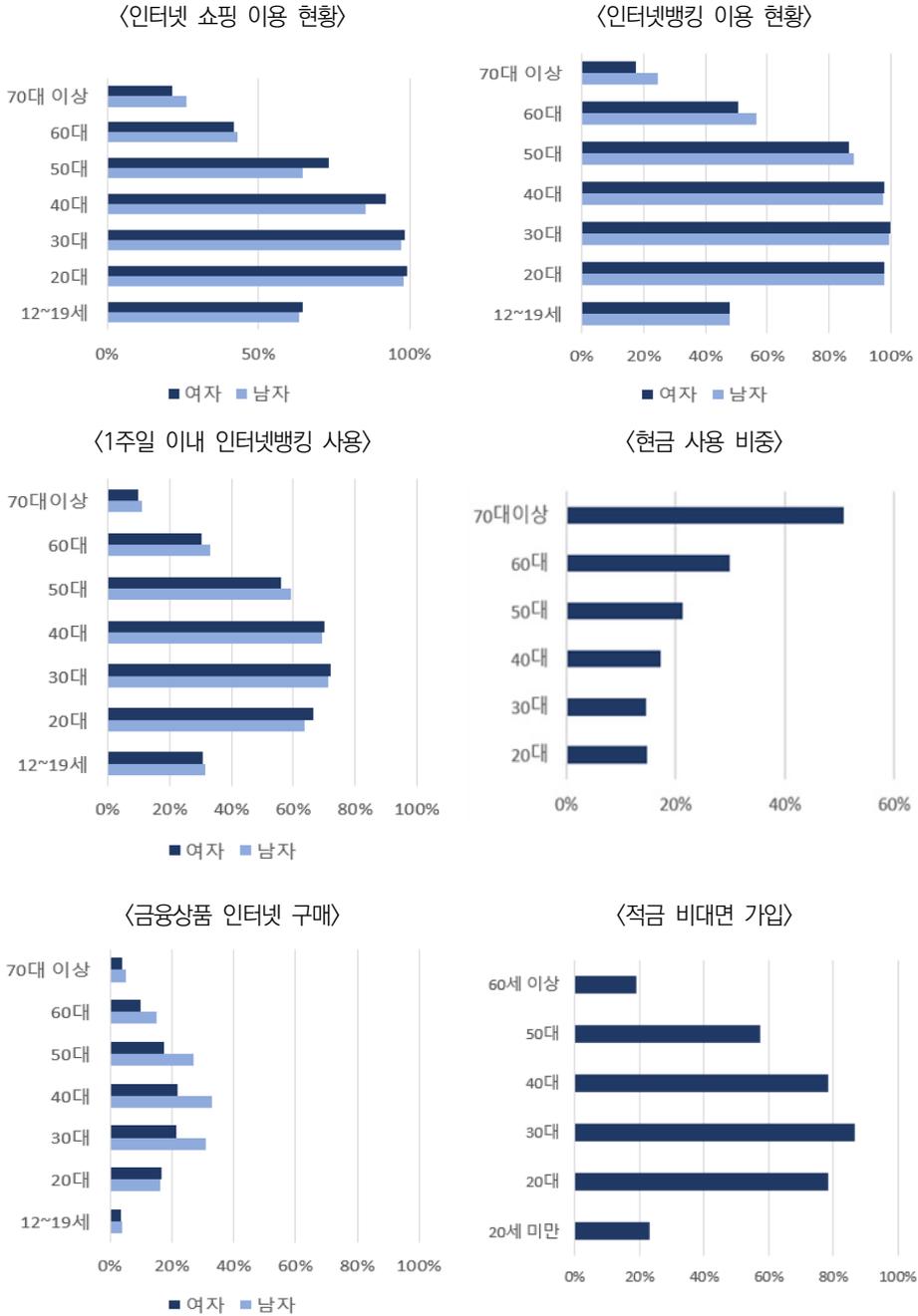
주: 5대 시중은행(KB 국민, 신한, 우리, 하나, NH 농협)의 적금계좌 수

자료: 윤관석 의원실 보도자료(2021. 9. 21), “우대금리 못 받는 적금가입자 60대 이상 81%, 2030세대 17%로 4배 이상 격차”

또한 <그림 III-9>가 보여주듯 초저금리와 주식시장 활황으로 은행 예적금보다 주식 투자, 부동산 열풍이 불었던 코로나19 시기에도 시중 5대 은행의 총 적금건수는 감소하지 않고 12% 증가하였고, 이런 흐름은 계좌 수 540만 좌에서 천만 계좌로 약 84% 증가한 비대면 계좌 개설을 이끌었다. 이 자료는 시중 5대 은행 적금계좌 수만을 포함한 자료로, 시장에 신규 진입한 인터넷 전문은행의 계좌 수까지 합한다면 그 증가 폭이 훨씬 더 클 것으로 예상된다. 즉, 우리나라에서도 금융포용 관점에서 금융상품 가입의 용이성과 접근성 향상으로 자금의 관리가 쉬워진 결과 금융소비자의 금융상품 활용의 질적 향상이 이루어졌다고 볼 수 있는 것이다. 뿐만 아니라 다수의 선행연구는 디지털 금융을 통한 정보비대칭 해소로 신용단층 현상이 크게 완화되었음을 보이고 있다. 우리나라도 인터넷 은행들을 중심으로 중금리 신용대출을 확대해 왔다. 이렇듯 다양한 금융의 영역에서 디지털 금융은 더 많은 사람들이 제도권 금융을 원활하게 활용하고 혜택을 볼 수 있도록 하고 있다.

하지만 금융포용 측면에서 긍정적 변화만 일어나는 것이 아닌 점이 개발도상국과 선진국의 큰 차이일 것이다. 창구에서 일어나던 거래가 모바일로 옮겨가고, 이로 인하여 영업점이 폐쇄되고 있으며, 모바일뱅킹 사용인구는 금융계좌를 보유하고 있는 인구 수에 미치지 못하므로, 디지털 금융은 사실 금융포용이 아니라 새로운 형태의 금융소외를 만들고 있다. 인터넷뱅킹 등록 고객 수가 2억 명을 돌파했으며, 일평균 인터넷뱅킹 사용 금액이 76조 원에 달하고 있으나, 이러한 변화가 모든 계층에서 동일하게 일어나고 있지 않다. 즉, 디지털 금융포용과 관련하여 어떤 변화가 생기고 있는지 분석하기 위해서는 디지털 금융서비스가 금융포용을 어떻게 확대해 나가느냐 보다, 디지털 금융으로의 전환이 어떻게 디지털 금융소외를 만들 수 있는지, 쉽고 편리한 디지털 금융서비스의 활용이 어느 정도 이루어지고 있으며, 계층별 차이는 없는지, 그리고 금융기관의 디지털 전환은 이대로 더 진행되어 가는 것이 바람직한가의 관점에서 이 문제를 바라보는 것이 더 유효할 것이다. 따라서 본 절에서는 우리나라 국민의 인구통계학적 특성별로 디지털 금융서비스의 사용 현황을 분석해 본다.

〈그림 Ⅲ-10〉 인구특성별 디지털 금융사용 현황(1)



자료: 과학정보기술통신부·한국지능정보사회진흥원(2022); 한국은행(2023); 윤관석 의원실 보도자료(2021. 9. 21), “우대금리 못 받는 적금가입자 60대 이상 81%, 2030세대 17%로 4배 이상 격차”

과학기술정보통신부·한국지능정보사회진흥원(2022)의 인터넷이용 실태조사 통계표에 따르면, 인터넷 사용자의 73.7%가 1년 이내 인터넷 쇼핑의 경험이 있었고, 이 중 50.3%는 금융상품을 인터넷을 통해 구매한 적이 있다고 하였다. 가장 대표적인 디지털 금융 서비스인 인터넷뱅킹의 경우 우리나라 국민의 79.2%가 1년 이내 사용 경험이 있는 것으로 나타나 인터넷 쇼핑을 한 비율보다 인터넷뱅킹(모바일뱅킹 포함)을 사용하고 있는 비율이 더 높은 현상을 볼 수 있었다. <그림 III-10>은 연령과 성별에 따른 디지털 금융 사용 현황을 보여준다. 전 영역에서 디지털 포용과 유사한 패턴을 보여주는데, 20~40대가 주로 디지털 금융을 사용하고 있고, 연령에 비해 성별 차이는 크지 않은 것으로 나타났으나 50대 이상에서는 인터넷뱅킹에서 남성이, 인터넷 쇼핑에서는 여성의 사용량이 다소 많은 것으로 나타났다. 인터넷뱅킹의 경우 20~40대는 거의 100%에 가깝게 사용하고 있었고, 50대도 80% 이상 사용하고 있어 인터넷뱅킹의 활용 수준은 매우 높았다. 전체 인터넷 사용자의 53%이자 인터넷뱅킹 사용자의 70% 정도의 금융소비자가 1주일 이내 인터넷뱅킹을 사용한 경험이 있다고 응답하고 있는데, 이는 이미 우리나라의 경우 반 이상의 금융소비자가 실질적인 활성 디지털 금융 사용자라는 것을 보여준다. 하지만 60대부터는 인터넷뱅킹 사용 및 적극적 사용의 비율이 급격히 낮아졌으며, 현금 사용 비율도 높았다. 특히 고령층에서는 인터넷뱅킹 이용에 성별 차이도 있어 고령 여성의 디지털 금융 참여도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 금융상품을 1년 이내에 인터넷으로 구매한 경험이 있는 비율은 성별 차이가 가장 컸는데, 30대 이상부터는 남성이 여성보다 비율이 확연히 높았다.

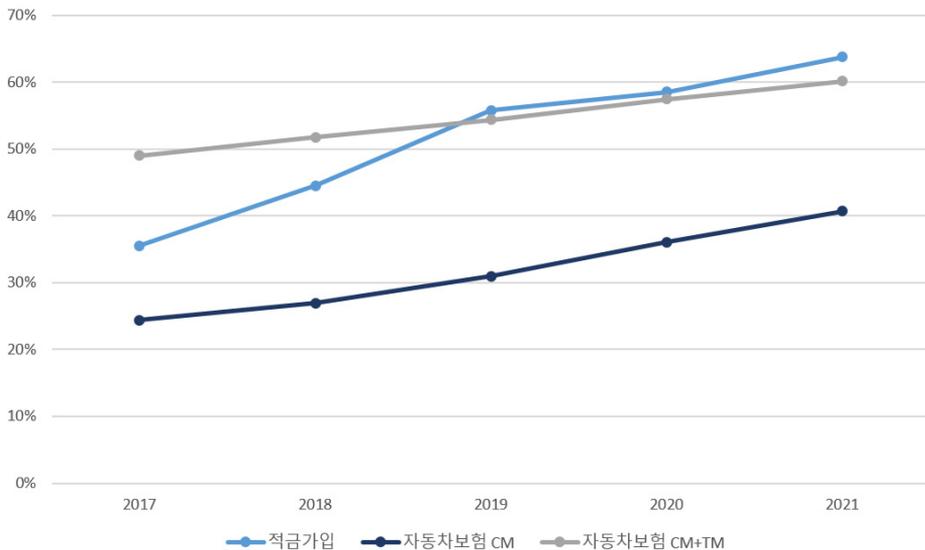
다. 디지털 보험가입 현황 분석

이 절에서는 보험상품 가입의 비대면화를 타 금융상품과 비교해보고 세대별 가입 특성까지 조금 더 분석한다. <그림 III-10>에서 보는 것과 같이 많은 사람들이 인터넷 뱅킹은 주 1회 이상 사용하는 등 사용의 빈도가 매우 높고, 거래의 단순함도 보험가입과 비할 수 있는 수준이 아니므로, 비대면화의 속도 차는 당연하다. 하지만 예적금과 같은 금융상품의 경우 어느 정도 보험과 유사한 속성을 가지고 있고, 저축성 보험은 사실상 장기적금이라고 볼 수도 있다. 이에 적금 가입과 자동차보험 CM 채널 가입률을 비교해보았다. <그림 III-11>은 2017년부터 2021년까지 채널별 자동차보험 가입 비율과 적금 가입 비율의 변화를 제시한다. 한국은행(2016)의 모바일금융서비스 이용행태 연구에 따르면, 2015년 잔액조회 서비스 이용률은 94.1%, 계좌이체 서비스 이용률은 84.2%였으나, 예금, 펀드, 대출 등 금융상품 가입 이용률은 5.8%에 그쳤다. 2015년 자동차보험 CM 채널 가입 비율은

11.6%였으므로, 약 10년 전에는 자동차보험의 판매 비대면화가 은행의 금융상품 가입보다 앞서고 있었다고 볼 수 있다. 2017년 통계에 따르면, CM 채널 자동차보험 가입은 24.4%, 적금 가입은 35.5%로 비대면 적금 가입률이 높았으나, CM과 TM을 합한 총 비대면 가입률로 보면 자동차보험의 비대면 가입률이 높았다. 하지만 2021년에는 온라인 적금가입률이 60%를 넘어서면서 CM 채널과는 20%, TM을 합한다고 해도 10%의 격차를 보이게 되었다.

〈그림 III-11〉 자동차 보험과 적금의 비대면 채널 가입 비율 변화 비교

(단위: %)



자료: 윤관석 의원실 보도자료(2021. 9. 21), “우대금리 못 받는 적금가입자 60대 이상 81%, 2030세대 17%로 4배 이상 격차”; 보험개발원 보도자료(2022. 6. 14), “자동차보험 인터넷 가입 시 보장범위 및 보험료할인 꼼꼼히 확인하세요”

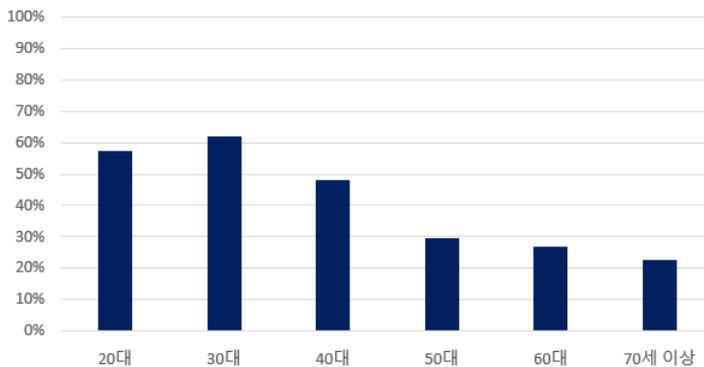
다음으로 〈그림 III-12〉은 연령별 자동차보험 CM 채널 가입현황을 보여주고 있다. 자동차보험의 경우 전반적으로 타 금융서비스보다 비대면 전환율이 낮기는 하지만, 〈그림 III-10〉의 다른 금융서비스 및 상품과 마찬가지로 20, 30대가 가장 높은 비대면 채널 가입률을 보여주고, 연령이 증가할수록 가입률이 하락하였다. 특이한 점은 다른 디지털 금융들이 50대 이상에서 사용률이 급격히 감소하는 것과는 달리, 자동차보험의 경우 50대 이상

에서 유사한 비대면 가입률을 보여주고 있어 다소 다른 패턴을 보여준다는 점이다.

〈그림 III-13〉에서는 비대면 적금 가입과 자동차보험 CM 채널 가입의 연령별 가입현황을 보다 자세히 비교한다. 그 결과 매우 독특한 현상이 발견되었는데, 두 금융상품 모두 해당 기간 전 세대에서 비대면 가입이 증가하였으나, 세대별로 상당한 속도 차이를 보였다. 20대와 30대의 경우, 두 상품의 비대면 가입 증가율이 거의 유사했으나, 40대의 경우 적금 가입 비대면 증가 속도가 자동차보험 비대면 전환보다 더 가파르게 성장해 차이를 벌려갔다. 50대의 경우 2017년 두 상품의 비대면 가입 비율이 거의 같았으나, 전환속도에 큰 격차가 벌어지며 2021년에는 적금상품 비대면 가입 비율이 자동차보험 CM 채널 가입보다 무려 27.5%가 높았다. 즉, 20, 30대는 금융상품 종류를 가리지 않고 유사한 속도로 변화되어가나, 중년층인 40, 50대의 경우 자동차보험 가입 비대면 전환에 매우 보수적인 모습을 보이는 것이다. 또 한 가지 특이사항은 60대 이상의 고령층인데, 고령층의 자동차보험 가입은 고령층의 디지털 역량이나 타 디지털 금융 활용도 등에 비해 매우 높은 수준으로 나타났다. 70대의 경우 디지털 역량이나 다른 금융의 활용도에 비해 자동차보험 CM 채널 가입 비율이 특히 높았는데, 70세 이상의 노령층은 적극적 디지털 금융 활용 소비자가 아니더라도, 자녀 등 디지털 금융에 익숙한 지인이 बैं킹에 비해 간헐적으로 일어나는 보험 가입을 도와주었을 가능성이 커 보인다.⁷⁾

〈그림 III-12〉 자동차보험 세대별 CM 채널 가입현황

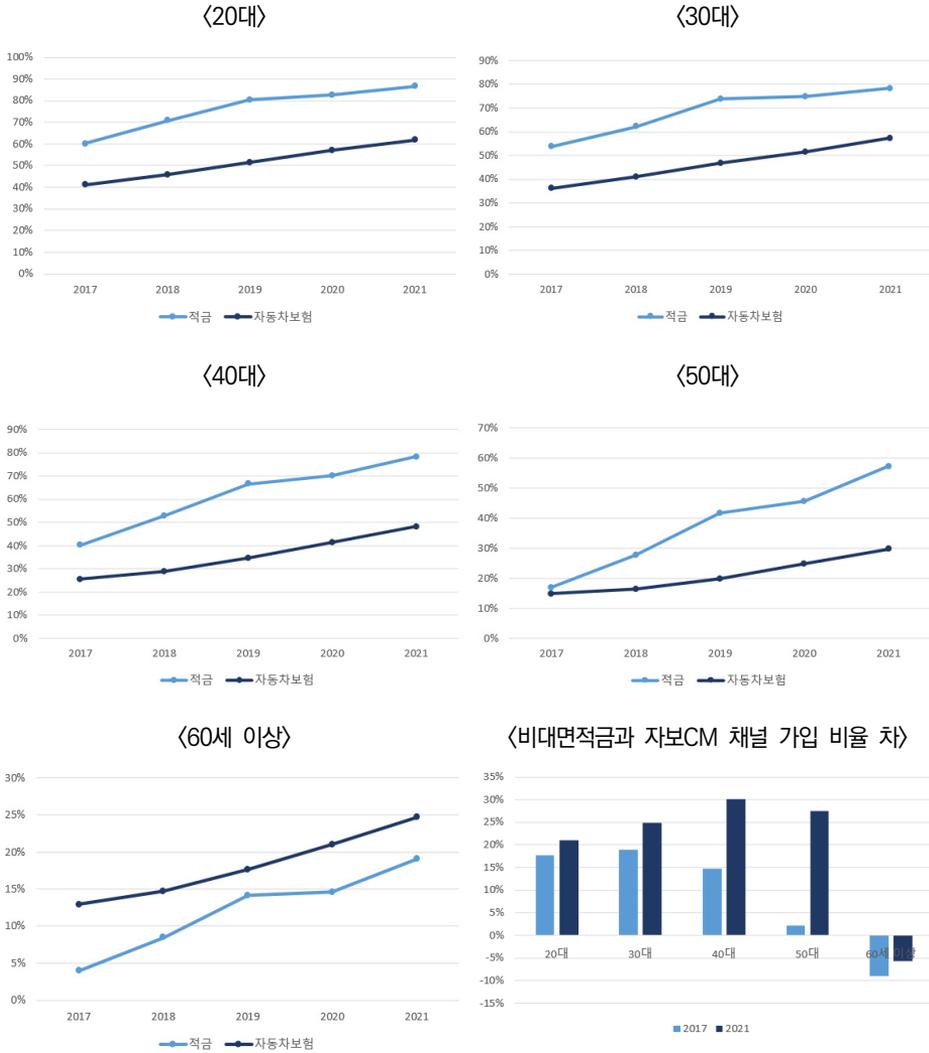
(단위: %)



자료: 보험개발원 보도자료(2022. 6. 14), “자동차보험 인터넷 가입 시 보장범위 및 보험료할인 꼼꼼히 확인하세요”

7) 단, 70대 이상에서는 자동차보험 가입자와 비가입자 간 연령, 건강 등의 차이가 디지털 사용 역량과도 유의한 관계가 있어 발생한 편향도 어느 정도 있을 수 있음

〈그림 III-13〉 인구 특성별 디지털 금융사용 현황(2)



주: 자동차보험 60대 이상 비율은 비교를 위해 60대와 70세 이상 가입 비율 자료의 평균값으로 추정함
 자료: 윤관석 의원실 보도자료(2021. 9. 21), “우대금리 못 받는 적금가입자 60대 이상 81%, 2030세대 17%로 4배 이상 격차”; 보험개발원 보도자료(2022. 6. 14), “자동차보험 인터넷 가입 시 보장범위 및 보험료할인 꼼꼼히 확인하세요”

40대와 50대가 보험상품의 디지털채널 가입에 유독 보수적인 모습을 보이는 것은 대면 설계사와의 오랜 관계가 끈끈하게 유지되어 디지털 역량이 충분한 경우에도 대면 채널 가입을 지속하는 것이 원인일 수도 있고, 자금 조회나 이체 등의 니즈로 사용하기 시작한 모

바일뱅킹 앱에 익숙해진 40, 50대가 자연스럽게 뱅킹 앱에서 적금 등의 금융상품 가입을 하기 시작했으나, 새로운 앱이나 웹사이트 방문이 필요한 보험상품을 가입하기에는 디지털 역량의 차이가 영향을 미쳤을 가능성도 있다. MZ 세대와 그 윗 세대 간의 디지털 역량 차이가 원인이라면, 보험 이외의 금융에서 디지털 활용 빈도가 늘어나면서 디지털 역량이 향상되고 있는 40, 50대에서 자동차보험 CM 채널 가입이 대폭 확대될 가능성이 있다. 지인 설계사와의 관계가 원인이라면, 보험설계사 채널의 건재함을 고려할 때 50대의 자동차보험 비대면 가입률은 타 금융상품 비대면 가입률과의 격차를 더 키워갈 수도 있을 것으로 예상된다. 또한 은행들의 경우 2019년부터 고령자의 모바일뱅킹 사용 접근성 향상을 위해 고령자 맞춤형 앱 등을 적극적으로 출시하기 시작하였고 그로 인한 효과로 50대 및 60대 이상에서의 모바일뱅킹 사용이 상당히 빠른 속도로 증가했을 가능성도 있다.⁸⁾ 따라서 고령층의 디지털 금융 활용 접근성을 보험회사들이 얼마나 적극적으로 개선하느냐에 따라 금융서비스별 고령층 디지털 금융 활용 정도의 변화 속도가 달라질 가능성도 있다.

3. 소결

지난 10년간 금융업의 디지털 전환은 우리나라에서도 광범위하게 진행되었다. 우리나라에서 금융의 디지털 전환은 개발도상국과는 달리 이미 성인 대부분이 제도권 금융의 금융계좌를 보유하고, 신용카드나 직불카드 등의 결제 수단도 가지고 있었기에, 금융소비자들이 디지털 금융으로 인해 제도권 금융으로 들어왔다기보다, 기존의 금융서비스가 디지털 서비스로 전환되는 방식으로 진행되었다. 2013년과 2023년 사이 은행 및 증권사 영업점 수가 각각 25%, 45% 감소했고, 이제 자금이체와 증권거래의 90% 이상이 인터넷에서 일어나고 있다. 1년 이내 인터넷뱅킹 사용 경험자의 비율은 1년 이내 인터넷 쇼핑 사용자의 비율보다도 살짝 높은 79.2%로 나타나 디지털 금융이 일반 금융소비자의 생활 속에 깊숙이 자리 잡았음을 알 수 있었다.

단, 이러한 현상이 전 금융권과 모든 금융소비자에게 동일하게 일어나지는 않았다. 보험

8) 2019년 KB국민은행은 고령자 맞춤형 앱을, KB국민, NH농협은행, IBK기업은행은 큰글씨 앱을, 신한은행은 모바일 플랫폼에 시니어 테마를 도입하고 모바일 사용설명서 동영상 배포하였음. 하나은행은 음성명령 앱과 느린말서비를 제공하고 하나은행과 카카오뱅크는 시니어 전문 금융상담사 콜센터를 설치하였음. 케이뱅크도 고령층 대상 금융 교육(케이뱅크) 등을 실시하였음

의 경우 자동차보험을 제외하고는 여전히 대면 채널이 절대 강세를 보였고 보험설계사 수는 최근 오히려 증가하였으며, 자동차보험도 전체의 40% 정도만이 CM 채널로 가입하여 은행, 증권, 결제 분야와는 상당한 온도 차이가 있었다. 자동차보험을 제외한 영역에서는 생존보를 가리지 않고 매우 느린 속도로 CM 채널 가입이 증가하였으며, 여전히 전체 신계약의 10%에도 크게 미치지 못하는 수준에 머물러 있었다.

또한 연령이나 성별과 같은 인구 특성에 따라서도 디지털 금융 사용에 차이를 보였다. 우선 디지털 금융 사용과 밀접한 관련이 있는 디지털 정보화와 관련해서는 디지털 선진국답게 인구 특성과 무관하게 거의 모두가 인터넷에 대한 접근성을 가지고 있었다. 하지만 정보화 역량이나 활용도에서는 인구 특성별 차이가 나고 있었다. 20, 30대가 디지털 역량도 뛰어나고 활용도 적극적으로 하고 있었으며, 고령층으로 갈수록 역량과 활용 점수가 낮아졌다. 특히 세대 간의 차이에 있어, 활용의 차이보다 역량 차이가 더 크게 나타나고 있었다. 성별 차이는 크지 않았고, 특히 디지털 네이티브 세대인 40대 미만에서는 성별 차이가 거의 없었으나, 50대 이상에서는 여성의 디지털 역량이 남성보다 상당히 떨어지는 것을 볼 수 있었다. 코로나19로 인하여 최근 몇 년 사이 50대 이상의 디지털 금융 활용이 크게 확대되었는데, 고령층 디지털 역량 강화가 뒷받침되지 않는 활용의 확대는 디지털 범죄에 취약할 수도 있음을 알 수 있다.

디지털 금융상품 활용에 있어서 인구 특성별 분포는 디지털 정보화 정도와 유사한 모습을 보였다. 전 국민이 제도권 금융과 인터넷에 대한 접근성을 가지고 있으므로, 디지털 금융의 활용은 디지털의 활용과 역량 자체와 직결되는 것으로 보인다. 전반적으로 30대가 가장 활발하게 디지털 금융을 활용하고, 고령일수록 디지털 금융의 사용 정도가 줄어드는 인버스 U 모양의 패턴을 보였다. 20, 30대의 경우 인터넷 쇼핑이나 인터넷뱅킹의 사용자가 거의 100%에 가까워 비교가 의미가 없으나, 40, 50대의 경우 인터넷 쇼핑보다 인터넷뱅킹 사용자가 더 많았다. 40대가 가장 활발한 금융활동을 하는 세대인 만큼 인터넷에서 금융상품을 구매한 비율도 20대나 30대보다 40대가 더 높았다. 단, 인터넷뱅킹 사용과는 달리 자동차보험 CM 채널 가입의 경우, 30대와 40대, 40대와 50대 사이의 격차가 상당한 것으로 나타났다. 중장년층에서 보이는 금융상품 간의 비대면화 격차의 원인에 대해 정확히 알기 위해서는 추가 연구가 필요하다.

한국은행과 금융감독원은 2012년부터 2년마다 OECD 산하 경제 금융교육에 관한 글로벌 협력기구(International Network on Financial Education; INFE)이 제시한 표준방법론에 따라 우리나라 만 18~79세 성인을 대상으로 금융이해력을 조사하고 있다. 가장 최근의 조사인 2022년부터는 OECD/INFE의 변경된 표준에 따라 디지털 금융이해력을 평가하는 항목도 포함되었다. 이 장에서는 2022년 금융이해력 및 디지털 금융이해력 조사 결과를 정리하고 시사점을 제시한다.

1. 한국인의 금융이해력

OECD/INFE 표준 금융이해력 수준은 금융지식, 금융행위, 금융태도의 세 가지 영역으로 평가하며, 금융이해력 수준은 세 항목을 7:9:4로 가중평균하여 합산한 후 100점으로 환산한다. 각 항목의 정의와 평가를 위한 세부 설문 항목 및 한국인의 평균 점수는 <표 IV-1> 과 <그림 IV-1>에 제시한다.

우리나라 국민의 금융이해력 수준은 2020년 65.1점, 2022년 66.5점으로 2020년 OECD 평균인 62.5점보다 소폭 높은 것으로 나타났다.⁹⁾ 세부 영역 중 금융지식 수준이 가장 높고, 금융태도 점수가 가장 낮았다(OECD 평균은 금융지식 65.8 > 금융태도 61.6 > 금융행위 59.2 순서임). 금융지식 수준은 전반적으로 우수하나, 복리계산에 매우 취약하고, 분산 투자 개념 점수도 낮았다. 학력, 소득, 연령 등 인구 특성에 따라 금융이해력에 차이가 있었고, 특히 학력의 영향이 가장 컸다. 고졸 미만과 70대 이상의 고령층이 금융지식 및 금융행위 측면에서 다른 집단에 비해 취약한 편이었다(<그림 IV-2> 참조).

9) OECD 2022년 결과는 아직 발표되지 않아 OECD(2020b)에 있는 2020년 결과와 비교함. OECD 국가 평균에는 오스트리아, 콜롬비아, 체코공화국, 에스토니아, 프랑스, 독일, 헝가리, 이탈리아, 한국, 폴란드, 포르투갈, 슬로베니아의 금융이해력 점수가 포함됨

〈표 IV-1〉 2022년 한국인의 평균 금융이해력 수준

영역	정의	평가 설문 항목	점수	합산점수
금융 지식	소비자가 금융상품이나 서비스를 비교하고 적절한 정보에 입각한 금융의사결정을 내리는데 도움이 되는 기본지식	인플레이션 의미	80.8	75.5
		인플레이션과 구매력	78.3	
		이자 개념의 이해	93.8	
		단리계산	75.9	
		복리계산	41.4	
		위험과 수익간 관계	88.2	
		분산투자 개념	70.4	
금융 행위	재무계획 및 예산관리, 정보에 입각한 금융상품 선택 등 금융과 관련하여 소비자가 하는 행위	가계예산 관리	80.6	65.8
		적극적인 저축활동	97.8	
		신중한 구매	50.3	
		청구대금 적기 지급	68.6	
		평소 재무상황 점검	55.7	
		장기 재무목표 설정	48	
		정보에 입각한 금융상품 선택	50.8	
		가계수지 적자 해소	89.1	
금융 태도	소비와 저축, 현재와 미래, 돈의 존재가치 등에 대한 선호도로 저축이나 미래를 선호할수록 평가점수가 높아짐	저축보다 소비 선호	52.3	52.4
		미래보다 현재 선호	59.2	
		돈은 쓰기 위해 존재	45.7	
금융 이해력	건전한 금융결정을 내리는데 필요하며 궁극적으로 개인의 금융복지(Financial Well-being)를 달성하는데 필요한 인지, 지식, 기능, 태도와 행동의 조합	금융지식(9), 금융행위(4), 금융태도(4)의 합산	-	66.5

자료: 한국은행·금융감독원 보도자료(2023. 3. 29), “2022 전 국민 금융이해력 조사 결과”를 저자가 재구성 함

OECD(2020b)의 타 국가들도 전반적으로 금융지식 중 복리계산이 매우 취약한 것으로 나타나 이는 우리나라만의 현상은 아니나, 대다수의 보험상품에 있어 복리와 위험분산은 보험상품의 핵심 경쟁력이자 보험이 소비자 편익증진을 가져올 수 있는 기본원리로, 이 분야의 취약성은 우리 국민이 보험의 진정한 혜택에 대한 이해도가 상당히 낮을 수 있음을 보여준다.

〈그림 IV-1〉 우리나라 국민의 금융이해력 지도



자료: 한국은행·금융감독원 보도자료(2023. 3. 29), “2022 전 국민 금융이해력 조사 결과”를 저자가 재구성 함

OECD(2020b)의 결과에 따르면, 우리나라 국민의 객관적 금융지식 수준(〈표 IV-1〉 문항에 대한 정답률)은 평가대상 25개국 중 10위에 해당하여 중간 정도였으나, 스스로의 금융지식 수준을 묻는 문항에 대한 답으로 평가된 주관적 금융지식 수준은 25개국 중 24위로 최하위 수준에 머물러, 우리나라 국민은 실제로 알고 있는 지식수준에 비해 금융지식에 대한 자신감이 상대적으로 떨어지는 것으로 나타났다. 금융지식에 대한 낮은 자신감은 금융 의사결정을 어렵게 하고, 스스로 복잡한 금융상품에 가입하는 것을 어렵게 하는 요인이 될 수 있을 것으로 보인다.¹⁰⁾

금융행위는 직접 금융활동을 어느 정도 하고 있는지를 보여주는 수치로 우리나라의 실질적 금융접근성과 국민의 금융역량을 함께 평가할 수 있는 점수이다. 금융행위는 적극적 저축 여부, 가계수지 적자 수준이나 청구대금 납부와 같은 항목을 담고 있어, 금융에 대한 이해도뿐 아니라 가계 및 경제 전반적인 요소의 결과인 현 가계 경제상황에도 영향을 받을 수 있다. 적극적 저축활동은 거의 만점에 가까워 제도권 금융계좌를 전 국민이 보유하고 있는 우리나라의 경우 가장 기본적 금융접근성은 문제가 없고, 실질 활용도도 높은 것

10) Tang and Baker(2016)는 같은 수준의 객관적 금융이해력을 가진 사람들이라도 자존감에 따라 주관적 금융이해력 수준이 다르게 나타나며, 주관적 금융이해력이 금융행동에 영향을 미친다고 보고함

을 다시 확인할 수 있었으나, 우리 국민은 장기 재무목표 설정 및 평소 재무상황 점검, 정보에 입각한 금융상품의 선택과 신중한 구매의 영역에서 취약성을 보였다. 특히 가장 취약한 재무목표의 설정은 미래를 대비하고 계획하는 것에서 구매의 이유가 생겨나는 연금이나 보험에 중요한 개념인데, 이 분야의 취약성은 보험상품이 줄 수 있는 편익증진에 대한 국민의 이해력이 떨어진다는 것을 의미하고, 스스로 보험 구매에 대한 니즈를 가지고 적극적으로 가입할 의사를 가지기가 다른 금융상품에 비해 어려울 수 있음을 시사하여 관련분야에서의 디지털 전환이 어려울 수 있음을 보여준다.

금융이해력 중 가장 직관적이지 않은 결과를 보여주는 것은 금융태도이다. 우리나라는 서구권에 비해 저축 성향이 강하다고 알려져 있으나,¹¹⁾ 전 국민 금융이해력 조사에서 우리나라 국민은 소비를 선호하고, 현재를 선호하며, 돈은 쓰기 위해 존재하는 것이라는 응답을 한 비율이 높은 것으로 나타났다. 특히 “돈은 쓰라고 있는 것이다(Money is there to be spent)”라는 항목의 점수가 낮았는데, 이 말은 우리나라에서 통용되는 의미로는 저축이 잘못된 것이라는 의미라기보다 너무 소비하지 않는 성향이 있는 사람에게, 합리적인 소비의 미덕을 강조하는 뉘앙스가 담겨있는 말로 해석될 여지도 있어 금융태도 설문 항목 포함 시 제외하거나 문구 조정을 고려할 필요가 있다.¹²⁾ 응답자 특성별 분포에서도 금융지식과 금융행위 점수는 연령대에 있어서는 30대와 40대가 가장 높고, 고령층에서 낮게 나타났다. 교육수준과 소득수준이 높을수록 점수가 높아 금융이해력과 관련된 일반적 선행연구의 결과와 일치하는 결과를 보였다. 하지만 금융태도의 경우 연령이 증가할수록 점수가 높고, 고졸 이하, 중저소득층의 점수가 높은 다소 다른 분포를 보였다.

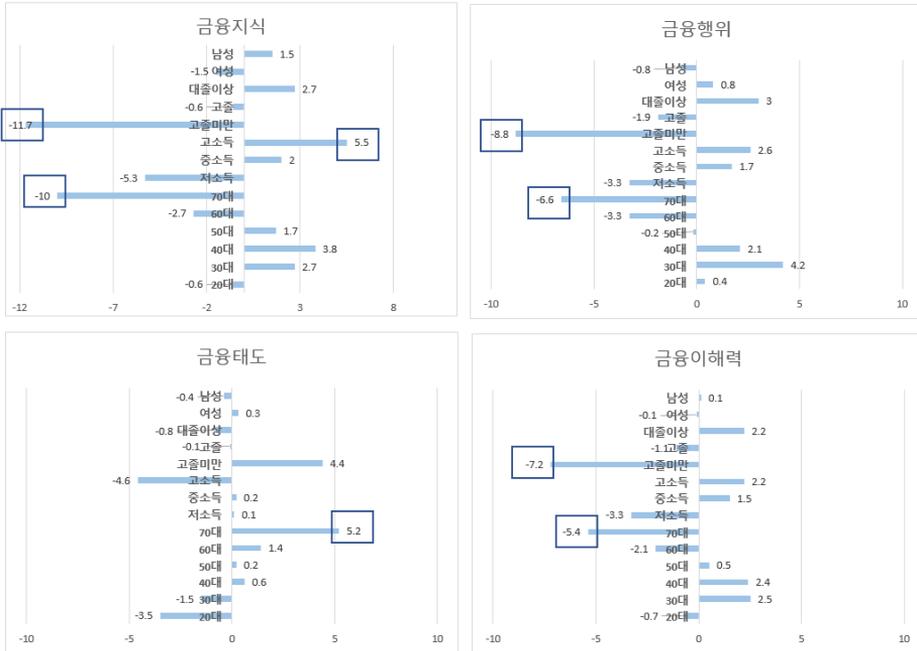
〈그림 IV-3〉은 2018년부터 2022년까지 금융의 디지털화가 급격히 진행된 동안 금융지식, 금융행위, 금융태도 점수의 변화를, 〈그림 IV-4〉는 세부 설문 항목별 2018년과 2022년의 점수 차이를 보여준다. 금융지식과 금융행위 점수는 약간 상승하였으나, 금융태도 점수만 다소 큰 폭으로 하락하였다. 우리나라 국민의 소비지향성이 강해진 것이다. 이와 같은 변화는 전 연령층에서 나타났으나, 금융지식 점수의 상승은 70대에서 가장 컸고, 금융태도 점수의 하락은 변화가 거의 없었던 70대를 제외한 나머지 연령대에서는 거의 유사하게 일어났다. 70대 이상의 고연령에서의 금융지식 점수가 가장 낮았고, 2022년 70대 응답자의

11) theglobaleconomy.com에 따르면, 우리나라 GDP 대비 저축률은 85개국 중 12위이고, OECD(2020) 통계에 따르면, 적극적 저축을 하고 있다고 한 응답비율이 OECD 국가 평균 68%였으나 우리나라는 96.3%로 3위를 차지함(<https://www.theglobaleconomy.com/rankings/savings/>)

12) OECD(2022)에 따르면 이 항목은 2022년부터 필수 항목이 아닌 선택 항목이 되었음

반은 2018년 60대였던 것을 감안하면 상당 부분 응답자 풀의 변화로 인한 자연스러운 현상일 수 있고, 앞으로도 응답자의 평균 금융지식 수준은 지속 상승할 것으로 예상된다.

〈그림 IV-2〉 응답자 특성별 금융이해력



주: 1) 20대는 18~29세임

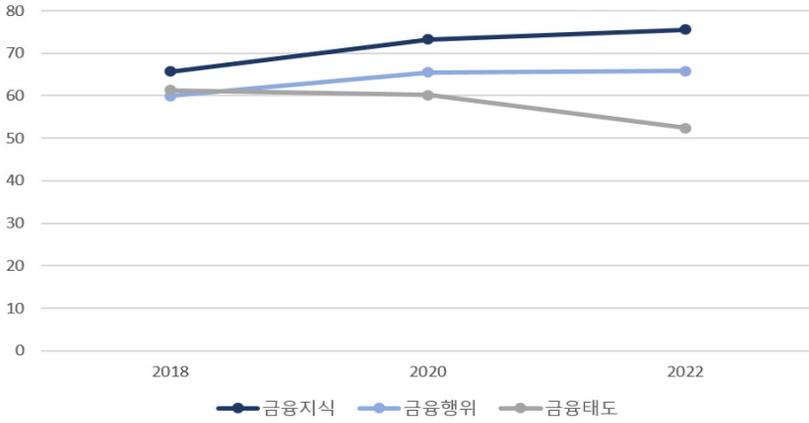
2) 대졸 이상은 전문대졸 이상을 뜻함

3) 연 소득 7천만 원 이상 고소득, 3천만 원~7천만 원은 중소득층, 3천만 원 미만은 저소득층으로 구분함

자료: 한국은행·금융감독원 보도자료(2023. 3. 29), “2022 전 국민 금융이해력 조사 결과”를 저자가 재구성 함

〈그림 IV-3〉 우리나라 국민의 금융이해력 변화

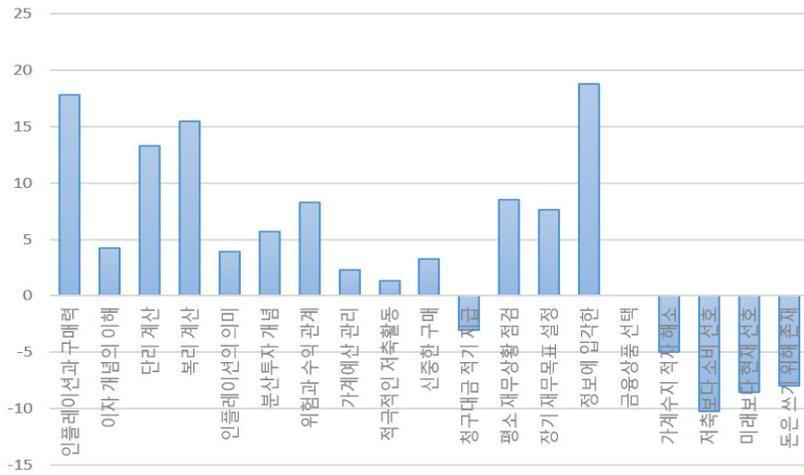
(단위: 점수)



자료: 한국은행·금융감독원 보도자료(2019. 1. 28), “2018 전 국민 금융이해력 조사 결과”; 한국은행·금융감독원 보도자료(2021. 3. 29), “2020 전 국민 금융이해력 조사 결과”; 한국은행·금융감독원 보도자료(2023. 3. 29), “2022 전 국민 금융이해력 조사 결과”를 저자가 재구성 함

〈그림 IV-4〉 세부항목별 금융이해력 변화(2018~2022년)

(단위: 점수)



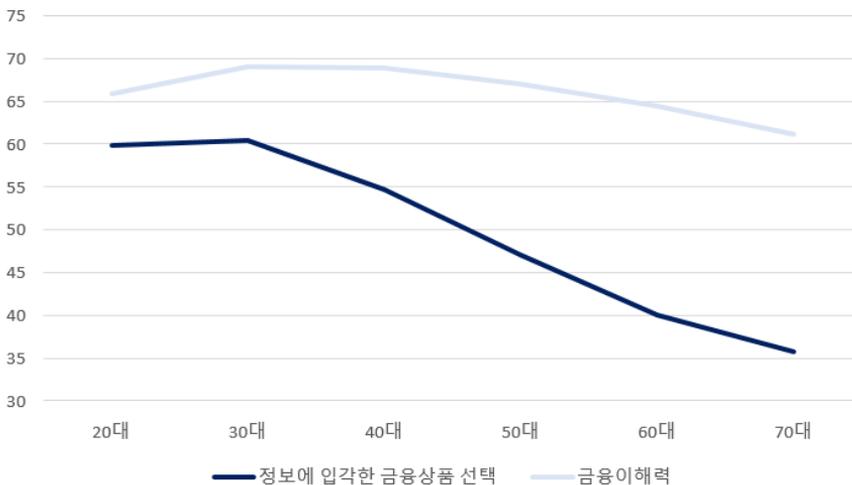
주: 2018년, 2022년 점수 차이

자료: 한국은행·금융감독원 보도자료(2019. 1. 28), “2018 전 국민 금융이해력 조사 결과”; 한국은행·금융감독원 보도자료(2021. 3. 29), “2020 전 국민 금융이해력 조사 결과”; 한국은행·금융감독원 보도자료(2023. 3. 29), “2022 전 국민 금융이해력 조사 결과”를 저자가 재구성 함

세부항목별 변화를 보면 금융지식 측면에서는 전 영역의 점수가 상승하였고, 특히 인플레이션과 구매력에 대한 이해도가 크게 상승하였다. 이는 2018~2022년 사이의 급격한 인플레이션을 경험하면서, 경험을 통한 학습이 강력하게 일어난 것을 추측할 수 있다. 정보에 입각한 금융상품의 선택과, 평소 재무상황 점검의 항목 점수도 크게 개선되었는데, 이러한 영역은 디지털 금융환경이 개선을 하고 있는 부분으로, 그 영향일 가능성이 크다. 특히 금융이해력 조사의 여러 질문 문항 중, 정보에 입각한 금융상품 선택 문항이 연령별 차이가 가장 뚜렷하게 나는 것으로 나타났다(〈그림 IV-5〉 참조). 이는 2018년부터 2022년 사이의 우리나라 국민의 금융이해력 변화는 이러한 디지털 환경의 변화가 우리나라 국민의 금융행위에 긍정적으로 이바지했을 가능성을 시사한다.¹³⁾

〈그림 IV-5〉 정보에 입각한 금융상품 선택 연령별 비교

(단위: 점수)



자료: 한국은행·금융감독원 보도자료(2023. 3. 29), “2022 전 국민 금융이해력 조사 결과”를 저자가 재구성 함

반면 청구대금의 적기 지급 및 가계수지 적자 관련 항목은 점수가 하락했는데, 이는 금리 상승과 해당 기간의 가계부채의 증가의 영향인 것으로 보이나, 금융태도 전 영역에서의 소비 성향 증가와 신중한 구매 점수의 상대적으로 약한 상승 등은 디지털 전환으로 인한 쉬워진 대출의 영향과 모바일 페이 등으로 인한 충동구매 및 과소비에 대한 점검을 요한다.

13) 내생성 통제 등이 이루어지지 않은 간단한 통계 수치만을 관찰한 가설로, 디지털금융이 금융행위에 미치는 영향에 대해서는 더 많은 연구가 필요함

2. 한국인의 디지털 금융이해력

금융역량 강화에 디지털 금융이해력이 중요하다는 논의가 이어지면서, OECD/INFE 표준은 디지털 금융이해력 설문 문항을 포함하여 디지털 금융이해력 수준을 측정할 것을 제안하였다. 한국은행·금융감독원의 전 국민 금융이해력 조사는 2022년 <표 IV-2>의 10개 문항을 추가하여 디지털 금융이해력 수준을 조사하기 시작하였다.

<표 IV-2> 디지털 금융이해력 조사 설문 문항

구분	내용
디지털 금융지식	1. 디지털 금융계약은 서면 계약서상의 서명이 있어야 유효한 것으로 간주된다. 2. 내가 온라인상에서 공유한 개인정보는 개인 맞춤 광고나 금융상품 제안 등을 통해 나를 표적화(Targeting) 하는데 사용될 수 있다. 3. 암호화폐는 지폐나 동전과 같은 법정화폐이다.
디지털 금융행위	4. 나는 은행계좌의 비밀번호나 PIN을 친한 친구와 공유한다. 5. 온라인으로 금융상품을 구매하기 전에 해당 업체가 우리나라에서 규제를 받는 업체인지 확인한다. 6. 나는 내 개인정보를 SNS와 같은 온라인에 공유한다. 7. 나는 온라인 쇼핑과 개인 금융에 사용하는 웹사이트의 비밀번호를 정기적으로 변경한다.
디지털 금융태도	8. 나는 공공 Wi-Fi 네트워크를 사용하여 온라인 쇼핑을 하는 것이 안전하다고 생각한다. 9. 온라인에서 거래하기 전에 웹사이트의 보안에 주의를 기울이는 것이 중요하다고 생각한다. 10. 나는 온라인에서 물건을 살 때 이용약관을 읽는 것은 중요하지 않다고 생각한다.

주: OECD(2022)의 저자 번역으로 실제로 설문에 사용된 문구 표현은 약간 다를 수 있음
 자료: OECD(2022)

<표 II-1>에서 제시하였던 Lyons and Kass-Hanna(2021)의 디지털 금융이해력 구성요소들과, Choung et al.(2023)에서 사용된 디지털 금융이해력 점수의 구성요소(<표 IV-3> 참조)와 OECD/INFE 설문 내용을 비교하면, OECD/INFE의 점수는 디지털 금융이해력의 요소 중 디지털 금융지식과 보안 및 개인정보보호 등 금융 안전과 보호에 관한 항목으로 주로 구성되어 있고 디지털 지식과 역량, 디지털 금융서비스에 대한 인식과 사용역량 등에 대한 항목은 다소 부족한 것으로 보인다. 즉, 한국은행·금융감독원의 디지털 금융이해력 조사 결과는 디지털 금융을 실제로 적절히 잘 사용하는 행위나 디지털 금융에 대한 신뢰,

태도 등에 대한 전반적 수준에 대한 이해를 위해 디지털 금융서비스의 인지 및 활용 여부, 전반적 디지털 사용역량에 관한 것이라기 보다 우리나라 국민이 디지털 금융서비스를 활용하면서 얼마나 보안의식을 가지고 안전하게 디지털 금융을 활용하고 있는가에 관한 점수에 가깝다고 볼 수 있다.

〈표 IV-3〉 Choung et al.(2023) 디지털 금융이해력 설문 문항

디지털 지식
휴대폰, 컴퓨터, 태블릿과 같은 디지털 장치를 켜고 끄는 방법을 알고 있습니다.
휴대폰, 컴퓨터, 태블릿과 같은 디지털 장치를 충전하는 방법을 알고 있습니다.
문자, 메신저 또는 생체 인식을 통해 본인 인증을 설정하는 방법을 알고 있습니다.
생체인식기능(예: 지문, 얼굴인식)을 통해 디지털 장치의 잠금을 해제하는 방법을 알고 있습니다.
디지털 기기에서 Wi-Fi에 액세스하는 방법을 알고 있습니다.
컴퓨터 또는 휴대폰에 애플리케이션을 다운로드하고 설치하는 방법을 알고 있습니다.
사용자 계정을 만들고 관리하는 방법(예: 비밀번호 변경 또는 재설정)을 알고 있습니다.
웹사이트에 로그인하는 방법을 알고 있습니다.
사용자 계정의 개인정보 보호 설정을 변경/관리하는 방법을 알고 있습니다.
디지털금융서비스(이하, 'DFS')에 대한 인식
온라인 또는 휴대폰을 통해 banking 서비스가 제공되는 것을 알고 있습니다.
주식 투자는 온라인 또는 모바일로 거래할 수 있다는 것을 알고 있습니다.
온라인 또는 휴대폰을 통해 대출할 수 있다는 것을 알고 있습니다.
온라인 또는 휴대폰으로 결제할 수 있다는 것을 알고 있습니다.
온라인/모바일 banking 서비스의 목적과 사용법을 이해합니다.
온라인/모바일 주식 거래의 목적과 사용법을 이해합니다.
온라인/모바일 대출 서비스의 목적과 사용법을 이해합니다.
DFS 실무 노하우
온라인/모바일 결제 서비스의 목적과 사용법을 이해합니다.
DFS 애플리케이션 또는 플랫폼에서 계좌를 개설하는 방법을 알고 있습니다.
DFS에 대한 본인 인증 설정 방법(예: 문자, 메신저 또는 생체인식)을 알고 있습니다.
DFS 애플리케이션 또는 플랫폼을 탐색하는 방법을 알고 있습니다.

〈표 IV-3〉 계속

DFS 실무 노하우
DFS 애플리케이션 또는 플랫폼을 통해 필요한 금융서비스(예: 송금, 주식거래, 공과금 납부, 대출신청)를 시작하고 완료하는 방법을 알고 있습니다.
모바일 결제 서비스를 사용하여 결제하는 방법을 알고 있습니다.
디지털금융 보안 역량: 사기로부터 스스로를 보호
DFS 애플리케이션 또는 플랫폼에서 오류가 발생했을 때 거래 또는 주문을 취소하는 방법을 알고 있습니다.
DFS 애플리케이션 또는 플랫폼을 통해 고객 서비스에 문의하는 방법을 알고 있습니다.
온라인/모바일 금융 거래 시 불필요한 수수료를 피하는 방법을 알고 있습니다.
온라인 또는 모바일의 저축 또는 대출 서비스 사기 등을 식별할 수 있습니다.
DFS의 비밀번호를 안전하게 보관하는 데 주의를 기울입니다.
DFS의 로그인 및 거래 자격 증명을 정기적으로 변경합니다.
DFS의 로그인/거래 자격 증명이 유출된 경우 어떻게 행동해야 하는지 알고 있습니다.
알 수 없는 금융기관에서 보낸 URL은 지나치는 경향이 있습니다.
컴퓨터 또는 휴대폰에서 정기적으로 악성코드 탐지 프로그램을 실행합니다.
보이스피싱을 감지하고 피할 수 있는 능력이 있습니다.

자료: Choung et al.(2023) Table A2을 번역함

〈표 IV-4〉 2022년 한국인의 평균 디지털 금융이해력 수준

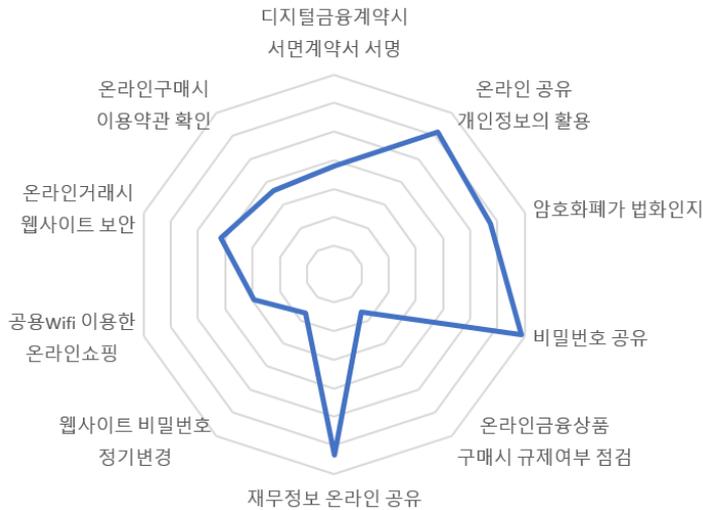
영역	평가 설문 항목	점수	합산점수
디지털 금융지식	디지털 금융계약 시 서면계약서 서명	37.8	52.2
	온라인 공유 개인정보의 활용	61.4	
	암호화폐 법화 여부	57.4	
디지털 금융행위	비밀번호 공유	68.7	41.3
	온라인금융상품 구매 시 규제 여부 점검	16.3	
	재무정보 온라인 공유	63.3	
	웹사이트 비밀번호 정기변경	16.9	
디지털 금융태도	공용 Wifi 이용한 온라인쇼핑	29.5	35.8
	온라인거래 시 웹사이트 보안	41.7	
	온라인구매 시 이용약관 확인	36.3	

〈표 IV-4〉 계속

영역	평가 설문 항목	점수	합산점수
디지털 금융이해력	디지털 금융지식(3), 디지털 금융행위(4), 디지털 금융태도(3)의 합산	-	42.9

자료: 한국은행·금융감독원 보도자료(2023. 3. 29), “2022 전 국민 금융이해력 조사 결과”를 저자가 재구성 함

〈그림 IV-6〉 2022년 한국인의 평균 디지털 금융이해력 수준



자료: 한국은행·금융감독원 보도자료(2023. 3. 29), “2022 전 국민 금융이해력 조사 결과”를 저자가 재구성 함

〈표 IV-4〉과 〈그림 IV-6〉은 2022년 전 국민 금융이해력 조사에서 디지털 금융이해력 수준 부문에 대한 통계를 제시한다. 종합 디지털 금융이해력 점수는 42.9점으로 금융이해력 점수에 비해 현저히 낮고, 특히 디지털 금융태도 분야가 지식이나 행위 부문보다 더 취약한 것으로 나타났다. 세부 항목 점수를 보면, 온라인 금융상품 구매 시 해당 금융회사가 규제되고 있는 금융사인지를 점검하는가와 웹사이트 비밀번호를 정기적으로 변경하는가에 관한 문항의 점수가 16점대로 매우 낮았다. 온라인에서 개인의 재무정보나 비밀번호를 공유하는 등의 행위는 하지 않는 경향이 커서 가장 기본적인 보안에 대한 의식과 수동적 보호 행위는 하고 있으나, 적극적 보안 행위는 하지 않는 것으로 나타났다. 이 결과는 인터넷 보안을 위해서 ‘아무것도 하지 않음’의 비율이 매우 높음을 보여준 2022년 인터넷 이용실

태조사의 결과와도 일치한다. 이는 신생 핀테크 금융서비스 사용 시 금융사기에 노출될 위험과, 모바일뱅킹 등의 서비스 사용 시 개인정보 유출로 인한 금융피해 위험이 클 수 있음을 시사하고, 교육 등을 통한 개선이 필요함을 보여준다.

다음으로 <그림 IV-7>에서는 응답자 특성별 디지털 금융이해력 차이를 분석하기 위해 전체 평균값과 인구 특성 집단별 금융이해력 값의 차를 제시한다. 금융지식, 행위, 태도의 전 영역에서 고졸 미만, 70대가 가장 낮은 값을 가졌고, 고소득층의 금융행위 점수가 높게 나타났다. 지식은 40대가, 행위는 30대가, 태도는 20대가 가장 높은 점수를 보였으나, 70대를 제외하고는 대체로 큰 폭의 차이가 없었다. 우리나라의 경우 금융이해력과 마찬가지로, 성별 간 차이는 모든 영역에서 크지 않았다. 금융이해력에서는 금융태도 영역이 다소 다른 패턴을 보인 것과 달리 디지털 금융이해력은 모든 영역에서 고령층, 저학력의 이해력이 낮았다.

<그림 IV-7> 응답자 특성별 디지털 금융이해력 차이



주: 인구 특성 집단별 평균 금융이해력과 전체평균 이해력 값의 차이 값을 표시함. 양수는 해당 집단의 금융이해력이 평균 이상임을, 음수는 평균 이하임을 의미함

자료: 한국은행·금융감독원 보도자료(2023. 3. 29), “2022 전 국민 금융이해력 조사 결과”를 저자가 재구성 함

<그림 IV-8>은 세부 질문 항목에 대한 인구 특성별 금융이해력 점수를 비교하기 위해 해당 집단의 평균 이해력 값과 전체평균의 차이를 제시한다. 진한 색은 평균보다 5점 이상 점수가 높고, 흰색은 평균보다 5점 이상 점수가 낮은 집단이다. 고소득층이 대체로 높은 점수를, 고졸 미만과 70대가 특히 낮은 점수의 분포를 보여준다. 특히 고소득층은 개인정보 활용, 비밀번호 관리, 홈페이지 보안 등 온라인 금융거래의 보안에 관한 항목에서 모두 높은 점수를 보여주어 금융계좌에 관리하는 자산이 많은 경우 보안에 많은 신경을 쓰고 있음을 알 수 있었다. 70대와 고졸 미만의 경우 디지털 금융에서도 지식에서의 취약성을 보여주었다. 웹사이트 보안, 비밀번호 정기변경과 같은 보안 관련 항목은 연령에 반비례해, 연령층이 높을수록 디지털 보안 측면의 취약성이 특히 커진다는 것을 보였다. 규제나 약관 점점 영역, 암호화폐와 관련된 구체적 지식 등은 인구 특성과는 크게 관련이 없었고, 비밀번호나 재무정보의 온라인 공개는 평균 점수도 높을 뿐 아니라 인구 특성 집단 간 차이도 크지 않은 편이었다. 각 세부항목에 대한 분석에서도 온라인 거래 시 약관을 확인하는 영역을 제외하고는 대체로 남성이 높은 점수를 받긴 하였으나, 성별 차이가 크지는 않았다. 디지털 태도의 경우, MZ 세대는 웹사이트 보안에 대해서는 주의하는 태도를 보였으나, 공용 Wi-Fi의 사용이나 약관 확인 등에 있어서는 기성세대보다 취약했다.

<그림 IV-8> 인구특성별 금융이해력 분포: 세부 항목 응답 결과

	연령별						소득계층			학력			성별	
	20대	30대	40대	50대	60대	70대	저소득층	중산층	고소득층	고졸 미만	고졸	대졸 이상	남성	여성
디지털금융계약서 서면 계약서 서명	1.9	2.9	1.1	-0.3	-2.7	-5.5	-1.9	0.3	-3.7	-5.0	-3.6	3.8	2.1	-2.2
온라인 공유 개인정보 활용	2.2	-0.9	5.6	-0.6	-0.3	-12.4	-5.9	3.7	10.4	-13.4	-0.5	3.2	1.9	-1.9
암호화폐가 법화인지	1.6	2.7	0.0	3.3	-2.2	-11.4	-5.4	1.1	-0.7	-10.3	-0.3	2.3	1.2	-1.2
비밀번호 공유	0.2	3.0	2.7	0.3	-5.5	-1.5	-3.8	0.1	7.5	-3.1	-3.7	3.4	-0.1	0.2
온라인금융상품 구매시 규제 여부 점검	-2.3	4.8	3.5	-0.2	-3.2	-5.2	-3.7	1.1	10.1	-7.6	-0.2	1.7	0.1	-0.1
재무정보 온라인 공유	2.5	2.7	-1.0	-1.1	-2.0	-1.0	-0.3	-1.0	5.6	-1.0	-3.5	3.0	1.8	-1.8
웹사이트 비밀번호 변경	6.1	3.7	0.7	-0.1	-6.3	-8.3	-5.8	1.8	16.4	-6.5	-2.9	3.4	0.5	-0.5
공용Wifi 이용한 온라인 쇼핑	-3.4	-4.5	-2.4	2.4	9.2	-3.2	2.0	0.7	-1.6	4.1	2.1	-2.1	0.8	-0.9
온라인거래시 웹사이트 보안	10.6	9.1	-1.4	1.2	-7.1	-23.9	-9.6	1.5	11.4	-17.6	-4.6	6.8	0.7	-0.7
온라인구매시 이용약관 확인	-1.6	-2.6	4.3	-3.2	1.9	3.0	-1.3	1.9	3.6	0.5	0.0	0.2	-1.5	1.7

자료: 한국은행·금융감독원 보도자료(2023. 3. 29), “2022 전 국민 금융이해력 조사 결과”를 저자가 재구성 함

위의 자료를 해석할 때 한 가지 어려운 점은 금융행위 설문문의 경우, ‘비밀번호를 공유하지 않음’과 같이 행위 자체에 대한 질문인데, 온라인 거래 자체를 하지 않는 경우는 ‘공유하지 않음’을 선택할 수 있어서, 해당 질문이 디지털 금융서비스를 바르게 이용하고 있는지를 정확히 알려준다고 하기가 어렵다. 즉, 70대가 평균값과 크게 차이 나지 않는 이유는 비밀 번호를 공유하지 않는 바람직한 행위를 잘하고 있어서일 수도 있으나, 다수의 응답자가 공유할 비밀번호가 없어서 공유하지 않았다는 디지털 거래 비활성에 기인할 수도 있다. 앞 장에서 본 것과 같이 70대 이상의 경우 인터넷뱅킹 사용자가 30% 미만인 것과 같이 인구 특성별로 디지털 금융서비스의 사용에 상당한 차이가 있는 만큼, 인구 특성별 디지털 금융이해력 수준 차이값에 편향이 있을 수 있다. 따라서 더 정확한 이해를 위해서는 디지털 금융서비스 사용자만을 대상으로 디지털 행동을 분석해 보는 것이 필요할 것이다.

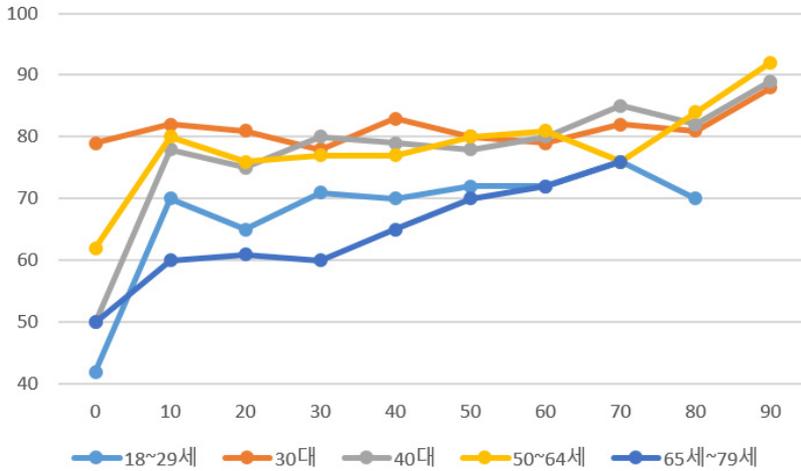
디지털 금융이해력은 궁극적으로 금융포용과 금융복지의 향상을 위해 필요하다. 아래의 <그림 IV-9>는 한국은행·금융감독원의 2022년 전 국민 금융이해력 조사 자료를 바탕으로 한국은행에서 분석하여 배포한 디지털 금융이해력과 금융포용 관계이다.¹⁴⁾ 결과를 보면, 디지털 금융이해력이 매우 낮은 최하위 그룹과 최상위 그룹을 제외하면, 65세 전의 구간에서는 금융포용과 디지털 금융이해력과의 관계가 거의 없다. 단, 65세 이상의 고령층에서는 양의 상관관계가 뚜렷하게 보이는데, 이 그래프에서 디지털 금융이해력이 금융포용에 긍정적 영향을 미쳤는지, 금융 활용도가 높았던 사람들의 디지털 금융이해력이 높은 것인지의 상관관계에 대한 분석은 가능하지 않으나, 우리나라에서 금융소외를 겪던 고령층이 디지털 금융으로 인하여 금융포용이 되었을 가능성은 매우 낮으므로, 아래의 결과는 인과관계가 아닌 상관관계 또는 금융을 이용하는 사람들이 디지털 금융이해력이 높아지는 역인과관계일 가능성이 크나, 정확한 결론을 위해서는 추가 연구가 필요하다.

Choung et al.(2023)은 25~59세 사이의 한국 성인 1,615명을 대상으로 디지털 금융이해력 설문조사를 활용하여 디지털 금융이해력이 금융복지와의 관계를 연구하였다. 디지털 금융이해력은 <표 IV-3>의 문항들과 OECD/INFE의 금융지식 7개 문항으로 평가하였으며, 금융복지는 CFPB(Consumer Financial Protection Bureau)가 제시한 표준 문항 및 방법론으로 평가하였다.¹⁵⁾

14) OECD/INFE 2022 가이드라인에 따르면, 금융포용은 지급결제, 예금, 대출, 보험, 투자 등 다양한 금융상품과 서비스를 활용하고, 인지하며 가입을 할수록 더 높은 값을 가짐(OECD 2022)

15) 금융복지 수준은 다음과 같은 문항의 응답을 점수화한 값임. ① 예상치 못한 큰 지출을 감당할 수 있음, ② 재정적 미래를 확보하고 있음, ③ 재정 상황 때문에 인생에서 원하는 것을 절대 가질 수 없을 것 같음, ④ 내 돈 관리 방식 때문에 인생을 즐길 수 있음, ⑤ 재정적으로 겨우 버티고 있음, ⑥ 현재 저축하고 있거나 저축할 돈이 오래

〈그림 IV-9〉 디지털 금융이해력과 금융포용의 관계



자료: 한국은행 보도자료(2023. 3. 27), “디지털금융이해력 조사 결과 및 시사점”

〈표 IV-5〉 Chung et al.(2023) 설문조사 디지털 금융이해력 결과

세부항목	점수
금융지식	77.7
디지털 지식	92.8
디지털 금융서비스에 대한 인식	88.6
디지털 금융서비스 실무 노하우	88
디지털 금융 보안 역량	75
디지털 금융이해력	83.9

주: Chung et al.(2023)의 Table 1에 제공된 디지털 금융이해력 세부항목별 평균 점수를 비교를 위해 100점 만점으로 환산한 값임

자료: Chung et. al.(2023) Table 1

〈표 IV-5〉는 응답자의 디지털 금융이해력 수준을 제시한다. 먼저 금융지식은 77.7점으로, 한국은행·금융감독원 조사의 20~60대의 평균 금융지식 점수와 거의 같다. 디지털 금융이해력 세부 항목별로는 디지털 지식, 금융서비스에 대한 인식, 실무 노하우에 비해 보안과

가지 못할까 걱정됨, ⑦ 결혼식, 생일 등 행사에 선물을 주면 한 달 동안 재정에 부담이 됨, ⑧ 월말에 돈이 남음, ⑨ 재정 관리가 뒤처져 있음, ⑩ 재정이 내 삶을 통제함

관련된 점수가 낮은 것으로 나타났다. 즉, 우리나라 60세 미만 성인의 경우 대체로 디지털 금융서비스를 인지하고 사용할 수 있고, 안전하게 잘 사용하는 측면에서는 부족함이 있는 것으로 평가되고, 이는 보안 측면의 질문 문항이 주를 이루었던 한국은행·금융감독원의 디지털 금융이해력에서 상당히 낮은 점수를 보인 것과 일치하는 결과이다.¹⁶⁾ 이 조사에서도 고연령, 저학력, 저소득층의 디지털 금융이해력이 낮았다. 성별로는 남성의 디지털 금융이해력이 높았고, 디지털 금융이해력이 높은 그룹에서 평균 자산 수준도 높게 나타났다.

앞서 <그림 IV-9>에서 우리나라 20~50대 성인의 경우 디지털 금융이해력과 금융포용 간의 관계는 거의 없는 것을 확인하였는데, 디지털 금융이해력과 금융복지와의 상관관계는 어떠한가? Choung et al.(2023)에 따르면, 금융복지는 디지털 금융이해력의 모든 차원과 양의 상관관계를 보였고, 특히 금융지식 수준, 디지털 보안 능력과 관계가 강한 관계가 있는 것으로 나타났다. 아래 <표 IV-6>의 결과는 금융지식보다(Model (1)), 디지털 금융 보안역량이(Model (5)), 그리고 금융지식을 포함한 디지털 금융이해력이 금융복지와(Model(7)) 더 큰 상관관계가 있고, Model (6)의 결과는 금융지식을 통제한 후에도, 디지털 보안역량이 금융복지와 독립적 관계가 있음을 보여준다.

<표 IV-6> 디지털 금융이해력과 금융복지와의 관계

구분	Model(1)	Model(2)	Model(3)	Model(4)	Model(5)	Model(6)	Model(7)
금융지식	0.703***	-	-	-	-	0.501***	-
디지털 지식	-	0.873***	-	-	-	0.109	-
DFS 인식	-	-	0.976***	-	-	-0.025	-
DFS 사용 노하우	-	-	-	1.084***	-	0.279	-
디지털 보안역량	-	-	-	-	1.306***	1.054***	-
디지털 금융이해력	-	-	-	-	-	-	1.330***

주: 1) 종속변수는 CFPB(Consumer Financial Protection Bureau) IRT(Item Response Theory) 방식으로 측정한 금융복지 수준임

2) 디지털 금융이해력은 금융지식, 디지털지식, 인식, 노하우, 개인 보호 점수의 합산임

3) OLS 모델 회귀분석 결과로, 나이, 성별, 교육, 소득, 자산, 위험자산 보유 여부, 자가 여부 등 통제변수를 통제하였으나 주요 변수의 요약 결과만 제시함

4) *** p<0.01; **p<0.05; * p<0.1 신뢰수준을 뜻함

자료: Choung et al.(2023) Table 2를 재구성함

16) 이 설문은 온라인으로 진행되었으므로, 기본적으로 디지털 역량이 일정 수준 이상인 응답자들만이 참여했다고 볼 수 있음. 세부항목 내용에 대한 상대적 비교는 유효하나, 응답자의 디지털 금융이해력의 절대적 수준은 평균 국민에 비해 높을 가능성이 큼

3. 소결

이 장에서는 우리나라 국민의 금융이해력과 디지털 금융이해력 수준, 디지털 금융이해력과 금융복지와의 관계에 관한 선행연구 결과를 정리하였다. OECD(2020b)에 따르면, 우리나라 국민의 금융이해력 수준은 OECD 평균보다 높았다. 우리나라 국민은 금융지식 수준이 특히 높았고, 금융행위도 평균 이상이었으나, 저축보다 소비하는 경향과 관련된 태도 점수에서는 평균 미만인 것으로 나타났다. 또한 2018년, 2020년, 2022년 조사에서 소비를 선호하는 부정적 금융 태도가 전 연령에서 강화되어 가고 있는 현상을 보였다. 금융지식 측면에서는 고령층의 금융지식 수준이 2018년에 비해 상당히 높아져 가장 취약한 계층의 금융이해력 문제가 다소 완화되어가고 있음을 알 수 있었다.

금융에서 디지털 금융이 차지하는 비중이 높아지면서, 한국은행·금융감독원 금융이해력 조사에 디지털 금융이해력에 관한 항목이 2022년부터 추가되었다. 해당 조사에서는 디지털 금융이해력 평가에 있어 개인정보 보호, 사이버 보안 등과 안전한 디지털 금융 이용과 관련된 역량을 주로 평가하였다. 조사 결과 디지털 금융이해력 점수는 42.9점으로 상당히 낮았으며, 특히 온라인 금융상품 구매 시 규제 점검 여부나 디지털 금융서비스 사용 시 비밀번호를 주기적으로 변경하는가의 항목에서는 매우 낮은 점수를 기록하였다. 우리나라 국민은 온라인에서 개인의 재무정보나 비밀번호를 공유하는 등의 행위는 하지 않아 수동적 보호는 하고 있으나, 비밀번호 변경, 규제, 약관 확인 등 적극적 보안행위는 하지 않는 경향이 있는 것으로 나타났다.

인구 특성별 상대적 수준 분포로는 금융이해력과 마찬가지로 고령층, 저소득, 저학력 집단에서 디지털 금융이해력도 낮게 나타났다. 단, 20대의 경우 금융이해력은 낮은 편이었으나, 디지털 금융이해력은 평균 이상이었고, 30대는 금융이해력, 디지털 금융이해력 수준이 모두 전 연령층 중 가장 높았다. 학력은 금융이해력과 더 큰 연관이 있었고, 소득은 디지털 금융이해력과 관계가 더 큰 것으로 나타났다.

고령층, 특히 70대 이상은 III장에서 디지털 활용도가 전반적으로 낮은 수준이고, 디지털 금융포용 수준도 낮은 것을 확인하였다. 고령층은 전반적인 디지털 정보화 수준도 낮았고, 금융이해력 및 디지털 금융이해력 수준도 모두 다른 연령층에 비해 낮은 것으로 나타났다. 노령층은 금융, 디지털 모두 접근성을 제외하고 역량, 활용, 이해력 모두 미흡한 수준이다. 고령층에서는 낮은 디지털 금융포용이 새로운 금융 소외를 만들 수 있기는 하나,

금융이해력, 디지털 역량, 디지털 금융이해력 등이 모두 취약한 경우 이런 부분에 대한 개선 없는 디지털 금융포용은 편익 증가보다 더 큰 위험요인이 될 수 있을 것이다.

50대의 경우 기본적 모바일 뱅킹과 결제의 사용 비율 등 디지털 금융포용의 정도가 급격히 개선되었다. 특히 50대는 모바일 뱅킹으로 잔액 조회를 하는 등 가장 기본적 디지털 금융서비스 활용을 넘어서서 비대면 금융상품 가입도 급격히 늘어나고 있다. 금융이해력 측면에서는 20대보다 높으나 디지털 정보화 수준 및 디지털 금융이해력은 40대 이하보다 떨어지는 것으로 나타났다. 디지털 금융의 사용이 빠른 속도로 늘어나고 있고, 금융이해력 수준이 나쁘지 않은 이 연령대 사용자들의 디지털 금융이해력이 향상될 수 있다면, 디지털 금융서비스 활용 증가와 편익의 증대로 이어질 수 있을 것이다.

디지털 역량, 활용, 금융이해력이 다른 세대보다 뛰어난 MZ 세대에게는 디지털 금융서비스가 이미 일상화되어 있고 디지털 금융이해력 측면에서 가장 양호하다고 볼 수도 있다. 하지만 20대의 경우 금융이해력이 중년층보다 떨어지고, 디지털 금융 행위와 태도에 있어서도 약관 확인, 규제 점검, 공용 Wi-Fi 사용, 개인정보 활용 등에 있어 고령층과 비슷한 수준의 취약성을 보인다. 더 많이 사용하고 있는데, 이해력은 낮으므로 위험 수준은 더 높다고 볼 수 있다. 머지포인트 사태나 암호화폐의 무분별한 투자, 과도한 대출, 과소비 등의 핀테크 서비스가 가져온 문제점들은 주로 이들 세대에 적용되는 문제일 것이다. 따라서 다른 측면이긴 하나 고령층만을 디지털 금융이해력 취약계층이라고 볼 수는 없으며, 계층별로 차별화된 교육의 강화가 필요할 것이다.

마지막으로 우리나라 국민의 금융이해력 및 디지털 금융이해력 수준의 부분적 취약성을 보면, 보험상품과 관련된 이해도가 금융의 여러 영역 중 가장 취약한 것을 알 수 있다. 보험의 편익은 기본적으로 위험의 분산에서 나오며, 종신보험이나 연금 등의 상품을 이해하기 위해서는 복리의 개념을 이해하는 것이 중요하다. 조사 결과 여러 문항 중 복리 개념의 이해와 위험 분산의 개념에 가장 취약한 것으로 나타났다. 금융행위에도 장기 재무목표 설정이 가장 취약했다. 즉, 우리나라 국민은 보험상품의 편익과 구매 의사를 생겨나게 할 수 있는 이론적 배경과 행위에 취약성을 보인다. 스스로 상품을 이해하고, 구매 의사를 가지고 직접 적극적으로 구매행위를 하는 비대면 방식의 전환이 보험산업에서 잘 발생하지 않는 원인 중 하나는 보험상품이 이해하기 어려운 금융상품이며, 보험에 대한 이해력이 떨어진다는 사실일 것이다. 게다가 보험상품은 대다수 예금이나 적금 등의 금융상품에 비해, 특약이나 보장수준 등에 대한 선택도 요구하는 등 훨씬 복잡하며, 계약조건 등에 대한

면밀한 이해가 더 많이 요구되어 불완전판매에 대한 리스크가 클 수 있다. 디지털 금융이해력 조사 결과를 보면, 우리나라 국민들이 온라인에서 상품을 구매하기 전 약관을 확인하는 태도 점수도 상당히 취약한 것을 알 수 있는데, 복잡한 계약의 경우 그 부작용이 더 클 수도 있다. 핀테크 서비스 등이 도움을 줄 수 있는 장기 재무목표의 설정은 2018년에 비해 개선되기는 하였으나, 정보에 입각한 금융상품의 선택 문항에 비해서는 느린 속도로 일어나고 있고, 미래보다 현재를 선호하는 등의 미래를 대비하는 태도의 변화도 보험 가입에 부정적인 영향이 될 것으로 보인다. 매우 기본이 되는 개념과 행동, 태도는 물론이고, 보험계약의 복잡성 등은 가입 채널 측면에서 대다수 보험상품의 디지털 전환을 어렵게 하는 요인이 되며, 보험의 경우 단순히 빠르고, 저렴하고, 쉬운 채널의 전환보다 이러한 분야에 있어 교육과 서비스의 개선이 더 중요할 수 있을 것이다.

V

디지털 금융의 부정적 영향

금융의 디지털화는 다양한 긍정적 효과를 가져왔다. 먼저 다양한 선행연구들이 보여준 것과 같이 물리적으로 금융기관이 있지 않아도 금융서비스 사용을 가능하게 하는 접근성의 개선으로, 개발도상국에서의 금융포용성을 크게 증가시켰다. 금융포용성이 큰 문제가 되지 않던 국가들에서도 접근성, 편리성, 서비스 속도의 향상은 소비자가 금융을 더 적극적으로 활용할 수 있게 하였다. 또한 핀테크 솔루션들은 전통적 금융에 비해 비용을 줄여 금융기관에게는 운영비용의 감소, 고객에게는 수수료의 절감을 가져다주었다. 뿐만 아니라 데이터의 활용으로 정보비대칭을 줄여 신용단층현상과 같은 전통 금융이 가지고 있던 문제를 완화하였을 뿐 아니라, 개인화된 서비스 및 혁신적 금융상품의 제공으로 다방면에서 소비자의 편익을 증가시키고 있다.

하지만 급격한 변화는 혜택만을 가지고 온 것은 아니다. 모두가 비대면 채널을 사용할 역량이 있지 않은 상태에서 급속하게 사라져가는 대면 채널로, 새로운 형태의 금융소외가 생겨나고, 결제와 대출의 편리함은 과소비와 부채의 문제를 야기한다. 쉽고 간단한 금융은 금융사기의 위험도 커지고, 높아진 접근성은 금융이해력이 부족한 계층이 잘못된 금융 의사결정을 더 쉽게 할 수 있게 한다. 이러한 문제들은 디지털 금융시대에 맞는 디지털 금융이해력의 향상이 꼭 필요함을 알려준다. 이 장에서는 선행연구에서 편리하고 쉬워진 금융으로 인해 생길 수 있다고 지적하고 있는 문제점의 국내 상황에 대해 알아보고, 개선이 필요한 분야를 찾아본다.

1. 디지털 금융소외: 디지털 금융의 혜택을 누리지 못하는 취약계층

우리나라의 경우 디지털정보화 접근성은 상당히 양호하고, 역량이나 활용은 고령층으로 갈수록 급격히 떨어진다. 70대 이상의 경우 평균적으로 인스턴트 메신저 사용이나 동영상 시청 등을 하는 정도의 활용을 주로 하고 있고, 60대의 경우 반 정도는 인터넷뱅킹을 사용

하고 있다. 노령층뿐 아니라 저학력, 저소득, 장애인 등 취약계층의 디지털정보화 역량 및 활용 수준은 다른 계층에 비해 어느 정도 격차가 있는 것이 사실이다. 디지털 금융 취약계층은 현금 사용의 어려움, 은행 지점 폐쇄 및 ATM 감소 등으로 은행 서비스에 대한 접근성의 하락, 디지털 금융에서 제공하는 금리 우대 등의 각종 혜택으로부터의 소외 등의 문제를 겪을 수 있다.

이미 60%를 현금 없는 매장으로 전환한 스타벅스 국내 매장을 필두로 현금을 받지 않는 매장이 우리나라에서도 증가하고, 서울시에서는 현금 없는 버스를 2023년 1월부터 108개 노선으로 확대하는 등 현금 없는 사회로의 전환이 빨라지고 있다. 2021년 경제주체별 현금 사용 행태조사 결과에 따르면, 현금결제를 거부당한 경험이 있는 응답자가 전체 가구의 6.9%로, 2018년의 0.5%에 비해 큰 폭으로 증가하였다. 비현금 지급수단의 장점이 많기는 하나, 여전히 현금만을 사용할 수 있는 인구들이 있다는 점에서 현금 없는 사회로의 전환은 이들의 경제 활동을 어렵게 하고 있다. 이에 일부 국가에서는 ① 현금은 국가가 인정하는 통화이므로 국가가 그 사용을 보장해 줘야 하고, ② 모두가 비현금 결제를 사용할 수 있는 것이 아니므로 금융소외를 만들어서는 아니되며, ③ 비현금 결제 강요는 결제하면서 생겨나는 모든 정보를 결제 회사가 알게 하고 싶지 않을 권리의 침해라는 논리 등으로 현금결제 거부를 금지하는 규제를 도입하기도 하였다. 예를 들어, 스웨덴은 2019년 모든 은행이 입출금 서비스를 할 때 반드시 현금을 취급하도록 하는 법안을 통과시켜, 소매업자가 현금을 받거나 받지 않는 것은 자유이나, 국가는 합리적 수준에서 법화인 현금을 통용될 수 있도록 보장해야 하므로, 은행은 금융 소비자가 너무 멀리 이동하지 않고 입출금을 할 수 있도록 현금 입출금 서비스를 반드시 제공하도록 하였고, 이에 스웨덴 은행들은 ATM을 추가 설치하였다.¹⁷⁾ 미국은 연방법에서는 소매업자가 어떤 형식으로 지불을 받는가는 자유라고 명시하고 있으나, 뉴저지, 메사추세츠, 로드아일랜드 주와 필라델피아, 샌프란시스코, 뉴욕시 등에서 모든 소매업자는 현금 지급을 거부해서는 안 된다는 법안을 통과시켰다.¹⁸⁾

다음으로 은행 등 금융사 영업점이 폐쇄되면 디지털 금융의 취약계층은 금융서비스에 대

17) 스웨덴 정부는 '합리적인 접근'을 인구의 0.3%(2017년 기준 약 3만 명) 이상이 현금 인출 장소까지 25킬로미터 이상 떨어져 있지 않아야 하며, 인구의 1.22%(2017년 기준 약 12만 2천 명) 이상이 은행 계좌에 매일 현금을 입금할 수 있는 가장 가까운 장소까지 25킬로미터 이상 떨어져 있어서는 안 된다고 정의함(발의안 2019/20:23 Bilaga 1.) <https://perma.cc/5R9X-TPYX>

18) USA Today(2020. 9. 16) , <https://www.usatoday.com/story/news/factcheck/2020/09/16/fact-check-cashless-businesses-banned-only-some-local-state-laws/3330804001/>

한 접근성 자체가 사라지는 심각한 문제를 겪을 수 있다. 게다가 미국 연방은행에 따르면, 미국에서도 급격한 은행 영업점 감소가 있었는데, 도시보다 주로 노령층, 저학력층 등 취약계층이 많이 거주하고 인구 밀도가 낮은 시골에서 영업점 폐쇄가 일어난 것으로 나타났다.¹⁹⁾ 팬데믹을 겪으며 은행 지점의 반 정도가 사라진 스페인에서는, 은행 폐쇄로 인한 금융 소외에 대한 반발로 “나는 늙었지만, 바보가 아니다(I’m Old, Not an Idiot)”라는 온라인 서명운동을 시작해 단기간에 60만 명 이상이 서명을 하고, 은행들이 디지털 취약계층을 위한 노력을 하겠다는 약속을 받아냈다.

금융 서비스에 아예 접근을 할 수 없는 것만큼 심각한 문제는 아니나, 대면 채널에서 가입 가능한 금융상품이 디지털 전용 금융상품보다 더 비싸다는 점도 취약계층에 대한 역차별이라는 주장도 있다. 대부분의 고금리 적금상품은 디지털 전용이고, 디지털 전용 대출금리도 대면보다 저렴하며, 보험도 CM 채널에서 더 저렴하게 가입하는 것이 가능하다. 윤관석의원실 발표자료에 따르면, 2020년도 기준 20~39세 우대 적금 적용비율은 5대 은행 평균 77.4%였으나, 60세 이상은 19.4%에 불과했다. 금융회사 측면에서는 비용이 덜 들어가므로 디지털 금융 상품을 더 저렴하게 판매하는 것이 당연할 수 있으나, 디지털 금융의 접근을 하기 어려운 사람들에게는 역차별로 느껴질 수 있는 부분이다.

2. 디지털 금융과 사기 및 불공정 거래행위의 증가

디지털 금융의 보편화로 생겨난 가장 심각한 문제는 증가하는 사기이다. 쉬워진 자금 이체와 대출로 보이스피싱, 스미싱, 스캠, 신원도용 등의 사기가 더욱더 지능화되고 많아지고 있다. 통계개발원(2022)의 「한국의 사회동향」 자료에 따르면 보이스피싱은 2006년 최초 발생 후 2021년까지 누적 피해 금액이 약 4조 원에 달하고 있으며 2020년 이후 매년 3만 건 넘게 발생하고 있고, 최근에는 문자를 이용한 사기인 스미싱 발생 건수가 급증하고 있다. 디지털 금융에 대한 사기에 디지털 보안 기술 등이 취약한 노령층도 당연히 취약하지만, 통계에 따르면 피해자의 비율은 60대 이상보다 30대 이하가 더 높고, 피해 건수가 가장 많은 연령은 50대인 것으로 나타났다. KB국민은행도 2022년 4~6월 자체 상담 데이터를 기반으로 보이스피싱 현황을 분석하였는데(〈그림 V-2〉 참조), 경찰청 통계와 다소

19) <https://www.federalreserve.gov/publications/november-2019-bank-branch-access-in-rural-communities.htm>

차이는 있으나,²⁰⁾ 50대의 피해 건수가 가장 많다는 공통 특성을 보였다. 50대의 경우 남녀 성별의 차이도 가장 컸는데, 50대 여성의 피해 건수가 다른 집단에 비해 압도적으로 많았다.

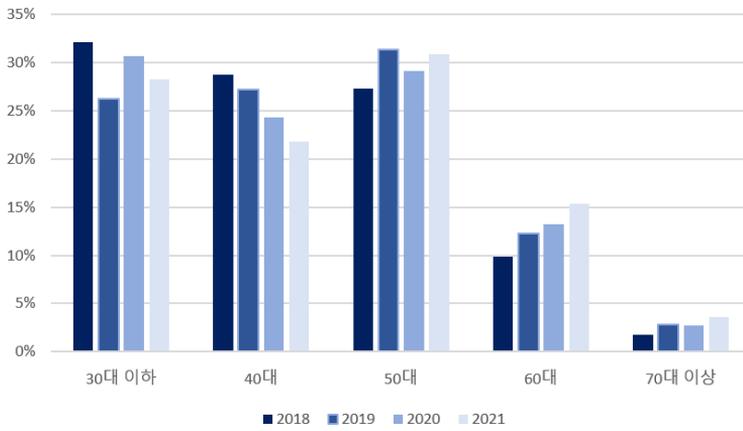
디지털 금융사기의 경우 절대건수는 디지털 서비스 사용량, 노출량이 높은 젊은층이 노령층보다 더 많을 수 있으나 노령층은 피해금액이 훨씬 더 큰 것으로 나타났다. 또한, 건수와 총 피해금액 비율에서 모두 30대와 40대는 감소 추세를 보이고, 60대 이상의 고령층에서 보이스피싱의 피해 비율이 증가하는 경향을 보였다. 상당수의 보이스피싱이나 스미싱 등이 대면 거래로 발생하기는 하나, 디지털 금융이 금융사기를 증가시키고 있는 것은 사실이다. 스미싱은 문자나 이메일 링크 클릭만으로 휴대폰을 해킹하여 모바일뱅킹 등으로 금융자산을 인출하기도 한다. 또한 최근 세상을 떠들썩하게 했던 사기 사건에서도 신용대출 등을 비교적 쉽게 받을 수 있다는 점을 인지한 사기범이 피해자들의 대출 한도를 쉽게 조회하고, 대출을 받도록 종용하여 자산이 없는 사람들조차도 대출을 통해 큰 금액 사기를 당하는 등의 사건도 발생하였다.

디지털 금융은 사이버 범죄에 더 취약하게 만드는 측면도 있고, 공격적인 타겟 광고, 프로필 구성 및 특정 프로필의 개별 소비자 분류를 위한 데이터 분석의 사용 증가로 인한 가격 차별 등의 부작용과 같은 문제도 야기한다. OECD(2018)는 사기 및 허위 판매 등 불공정하고 기만적인 거래 관행에 대한 고객 취약성이 증가하고 있다고 경고하였다. 디지털 금융을 사용하게 되면, 사기의 확률이 높아지고 개인정보 유출과 활용이 더 많이 될 수 있다는 점은 디지털 금융을 신뢰할 수 없게 하고, 사용 자체를 꺼리게 만들 수 있다. 특히 고령층의 경우 평생 모아온 자산을 한순간에 잃을 수도 있다는 두려움이 매우 강할 수 있으므로, 디지털 사용역량이 있다고 하여도 선택적으로 디지털 금융서비스 사용을 거부할 수도 있다. 보이스피싱과 같은 금융사기, 개인정보 유출과 적절하지 못한 사용은 전 국민의 문제이다. 젊은 세대는 이용이 많은 만큼 사고의 빈도가 높고, 고령층은 활용이 많지 않아 사고 빈도는 낮으나, 피해 금액이 클 수 있다. 50대의 경우 디지털 금융 등의 활용에 비해 디지털 보안역량이 부족한 특성을 보이는 연령대로 각종 사이버 금융범죄에 취약할 수 있다.

20) 전체 국민과 KB국민은행 고객의 연령 구성차 등에 의한 차이로 보임

〈그림 V-1〉 연령별 보이스피싱 피해 건수 비율

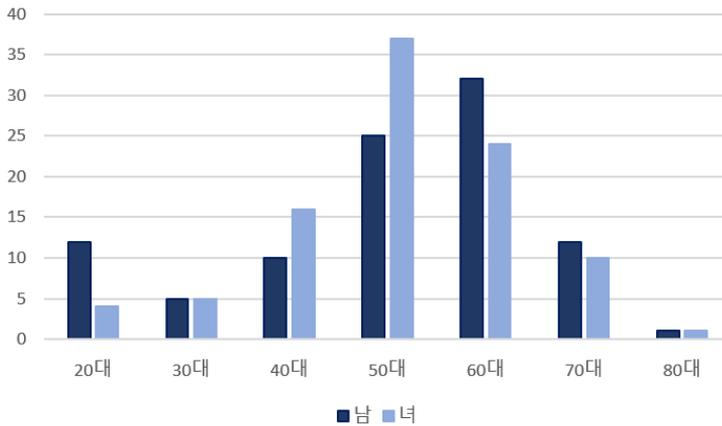
(단위: %)



자료: 통계개발원(2022)

〈그림 V-2〉 연령별·성별 보이스피싱 피해 건수

(단위: %)

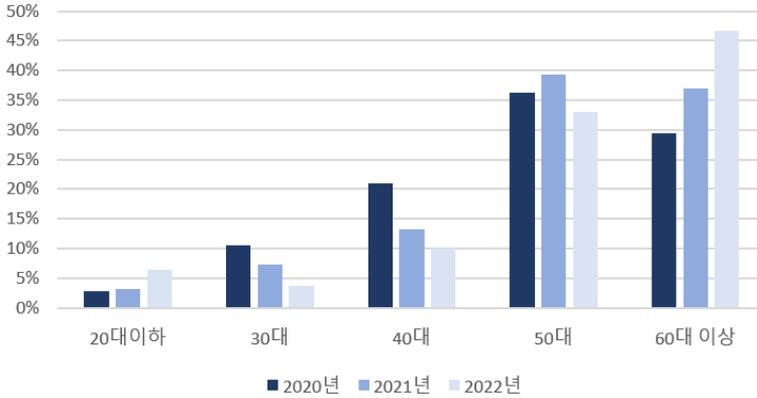


주: 고객상담 데이터로 본 보이스피싱 피해현황 분석데이터(대상기간: '22년 4~6월, 분석 건수: 3,045건)

자료: KB국민은행(2022)

〈그림 V-3〉 연령별 보이스피싱 피해 금액 비율

(단위: %)



자료: 금융감독원 보도자료(2023. 4. 21), “2022년 보이스피싱 피해현황 및 주요 특징”

〈표 V-1〉 스미싱 사례

내용

“엄마! 휴대폰이 망가져서 번호를 바꿨어. 여기 링크만 클릭해줘.”

지난 2월 11일 65세 전업주부 조모씨에게 문자 한 통이 날라왔다. 보낸 사람 이름은 ‘우리 공주님’. 당시 조씨는 미국에 있던 딸 김모씨에게 인터넷뱅킹 앱(어플리케이션) 설치 방법을 배우던 때라 이런 문자를 자주 주고 받았다. 주민등록번호 같은 개인정보도 물어보지 않으니 조씨는 딸이라 믿고 별 의심 없이 링크를 눌렀다. 그러자 휴대폰에는 새로운 팝업창이 떴다.

‘우리 공주님’은 “이제부터 내가 알아서 할테니 휴대폰 충전기만 연결해달라”고 문자를 보냈다. 그리고 3일 뒤 조씨 가족은 통장거래내역을 보고 깜짝 놀랐다. 일면식이 없는 9명에게 약 1억 7,000만 원의 돈이 빠져나갔기 때문이다. 조씨가 문자를 나눈 ‘우리 공주님’은 실제 조씨 딸이 아니라, 그를 사칭한 피싱범이었다.

그날 이후 조씨 가족은 악몽 같은 9개월을 보냈다. 미국에서 살던 조씨는 휴직계를 내고 급하게 한국에 들어와 소송 준비를 했다. 통장이 빠져나간 이름을 보니 한국인 3명과 외국인(베트남인) 6명이었다. 이들에게 적게는 200만 원, 많게는 1,000만 원이 송금됐다. 조씨는 보험회사 두 곳에서 자신의 명의로 누군가 약 2,200만 원 약관 대출까지 받은 것을 확인했다. ATM으로 돈이 두 차례 빠져나가기도 했다.

자료: 머니투데이(2023. 11. 28), “[단독]‘우리 공주’ 문자에 2억 증발…통장 찍힌 사람 찾으니 ‘정당한 돈’”(https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2023112813125260730&type=1)

3. 부정적 금융행위 강화 촉진

디지털 금융은 소비자에게 다양한 편의도 제공하지만, 부정적 행동 변화를 유도하기도 한다. 쉬운 결제는 충동 소비를 조장하고, 쉬운 대출은 과도한 대출을 유도할 수 있으며, 재미있고 편리하게 설계된 투자 앱은 위험 투자를 증가시키고 지나치게 낮은 포트폴리오의 조정을 가능하게 할 수 있다. 또한, 편리한 디지털 결제 수단 등은 청소년 등이 쉽게 온라인 도박에 빠질 수 있게 촉진하는 역할을 할 수도 있다. 이러한 행동 변화의 결과, 디지털 금융이 금융복지에 부정적 영향을 끼칠 수 있다.

가. 과소비와 부채 증가

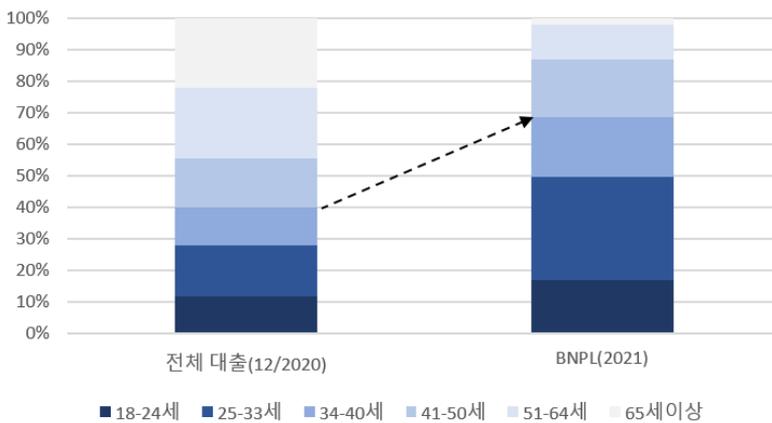
기술의 발달로 정보비대칭을 해소하여 고신용자가 아니더라도 쉽고 빠르게 대출을 받을 수 있게 되었고, 이는 핀테크의 대표적 장점으로 여겨져 왔다. 하지만 금융이해력이 높지 않은 사람들에게 쉬운 대출은 그들의 삶을 운택하게 만드는 것이 아니라, 더 큰 어려움에 빠뜨릴 수도 있다. 최근 가계대출 증가는 부동산 거래 활성화와 자산가치 증가 등 여러 가지 요인에 기인하며, 부채의 증가를 단순히 부정적으로 해석할 수 없으나 디지털 금융으로 인한 대출 확대의 기여도 있을 수 있다. Yue et al.(2022)는 디지털 금융이 너무 쉬운 대출로 가계를 부채의 덩어리 속으로 빠뜨리고 있음을 실증분석으로 보였다.

쉬워진 대출뿐 아니라, 쉬운 결제는 과소비를 부추길 수 있다. 신용카드도 현금보다 지출의 고통을 심리적으로 덜 느끼게 하여 과소비를 조장한다는 많은 연구가 있었고, 모바일 결제도 유사한 속성을 가지고 이러한 현상을 부추기고 있다. Panos and Wilson(2020)은 디지털 금융의 사용으로 인한 충동구매와 충동적 의사결정이 금융복지에 부정적 영향을 줄 수도 있음을 경고하였으며, Ahn and Nam(2002)은 실증분석을 통해 디지털 결제가 과소비를 조장하며, 이런 현상이 금융이해력이 낮은 그룹에서 더 강하게 나타난다는 연구 결과를 보였다. 후불결제인 BNPL(Buy Now Pay Later)의 활성화는 과소비를 조장하고 과도한 빚을 지게 할 수 있다는 이유 등으로 많은 나라에서 규제 도입을 서두르고 있다. <그림 V-4>는 미국 소비자들의 연령별 대출 비율을 보여주고 있는데, 일반 대출에 비해 BNPL 사용자는 40세 이하가 매우 많다는 것을 알 수 있다. 디지털 금융 특성상 전 세계적으로 모바일 중금리 대출, BNPL, 모바일 결제 등의 디지털 금융은 젊은 세대가 더 많이 사용하고 있고, 따라서 이들의 소비 증가에 더 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다. CFPB

(2022)에 따르면, BNPL 등의 사용 비율만 높은 것이 아니라, 연체율도 2021년 기준 18~24세 5.7%, 25~33세 4.8%, 34~40세 3.8%, 41~50세 2.9% 등으로 젊은 세대의 연체율이 노령층에 비해 높았다. 우리나라의 BNPL도 2023년 상반기 기준 네이버파이낸셜과 카카오페이, 토스의 BNPL 평균 연체율은 5.8%로 직전 분기 대비 1.4%p 증가했다. 따라서 현명한 소비를 유도할 수 있는 규제의 도입과 청년층을 대상으로 하는 금융교육 등이 필요하다.

〈그림 V-4〉 연령별 대출 비교

(단위: %)



주: 미국 거주자의 연령별 대출인구 비율과 BNPL의 연령별 사용자 비율 비교임

자료: U.S. Census Bureau and market monitoring 데이터

나. 청소년 온라인 도박

결제와 고통 감소가 가져온 과소비의 문제보다 더 심각한 사회 문제는 청소년 도박 문제이다. 결제의 혁신이 전자상거래업을 크게 성장시킨 것과 같이 게임 및 도박 산업은 핀테크 혁명의 최고 수혜를 받으며 성장하고 있다. 페이팔로 결제가능한 온라인 카지노가 늘어나고, 핀테크가 온라인 도박의 새로운 장을 여는 설계자라고 불리고 있다.²¹⁾ Polaris Market Research는 온라인 도박은 전 세계적으로 연간 12%씩 성장하고 있으며, 2021년 97조 원인 시장 규모가 2030년에는 326조 원 규모가 될 것으로 예상된다.²²⁾ 사행산업통

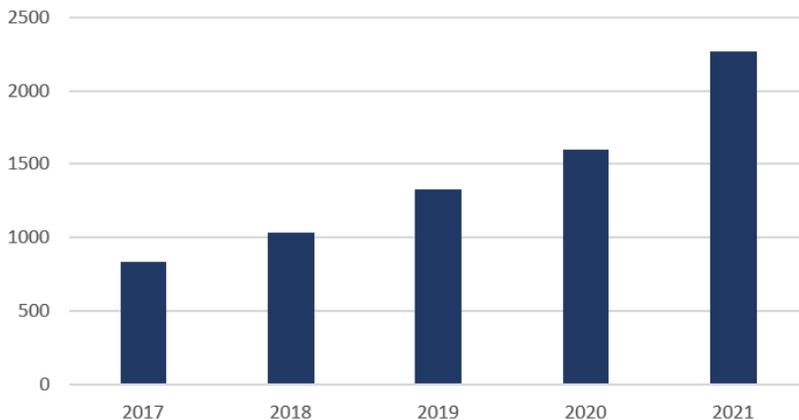
21) <https://www.bettorsinsider.com/casino/2023/10/22/impact-of-fintech-on-online-gambling-experiences>

22) <https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/online-gambling-market>

합감독위원회에 따르면, 국내에서도 온라인 도박의 비중이 높아지고 있고 도박치료를 받는 사람의 수도 증가 추세이다. 문제는 도박의 노출 연령이 매우 낮아지고 있다는 점이다. 청소년들의 스마트폰 사용이 일반화되고, 그로 인해 온라인 도박 사이트로의 노출이 쉬워졌으며, 도박 사이트들의 적극적 디지털 금융 활용으로 청소년들도 다양한 간편결제 및 이체의 기능을 손쉽게 사용할 수 있게 되었다.

〈그림 V-5〉 10대 도박 중독자 수 추이

(단위: 명)



자료: 김도읍 의원실 보도자료(2022. 6. 16), “코로나19 기승 부린 지난해 청소년 도박 중독 폭발적으로 증가”

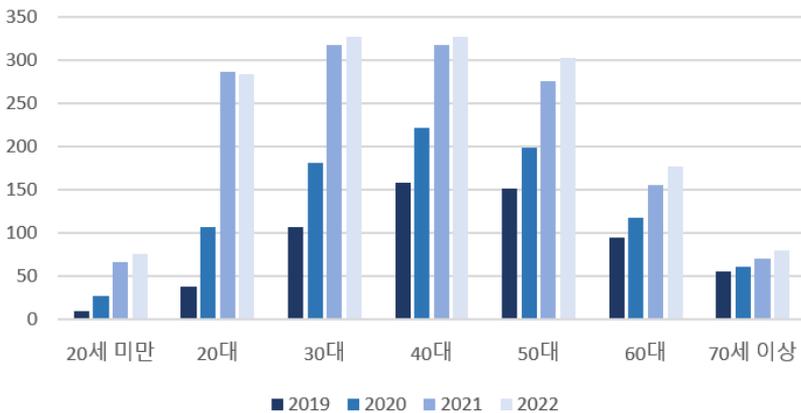
온라인상의 다양한 유혹은 누구에게나 있을 수 있으나, Packin(2022)은 어린이와 청소년의 경우 마케팅이나 광고, SNS 등 주변에 의해 훨씬 더 큰 영향을 받으며, 어린이의 재정적 선택이 주변의 영향에 훨씬 더 취약하므로 규제와 효과적인 교육이 필요하다고 주장한다. 〈그림 V-5〉는 우리나라에서 10대 도박 중독자 수를 보여주고 있는데, 그 증가 추세가 가파른 것을 알 수 있다. 2022년 청소년 도박문제 실태조사에 따르면 초등학교 4학년부터 고등학생까지 조사한 결과 전체 60%가 돈내기 게임을 하고 있었고, 5%가 위험군에 속했다. 또한 온라인 도박은 베팅금액이 더 저렴하고 이용이 빠르고 편리하며 익명으로 이용 가능하여 온라인 그룹의 중증도가 오프라인보다 3배 높았다(Oh et al. 2023). 청소년들은 유희적 성격으로 가볍게 온라인 게임을 하듯 도박을 시작했다가 위험한 수준의 중독으로 이어지는 경향이 있으며, 디지털 금융으로 인한 지출에 대한 심리적 저항감의 감소, 쉬운 결제 등이 쉬운 도박 접근성과 시너지 효과를 낸 것으로 보인다.

다. 위험 투자

디지털 금융으로 향상된 접근성과 쉬운 사용, 팬데믹 기간의 유동성 공급과 상승장으로 인하여 주식에 투자하는 투자자의 수가 전 세대에 걸쳐 증가하였고, 앞 장에서 본 것과 같이 특히 20, 30대 투자자가 큰 폭으로 늘어났다(〈그림 V-6〉, 〈그림 V-7〉 참조). 이와 같은 현상은 전 세계적으로 일어나고 있으며, 예를 들어 투자의 민주화를 내세우며, 무료로 주식거래를 쉽게 할 수 있게 한 주식 거래 분야의 대표 핀테크 회사인 로빈후드도 젊은 투자자들을 대거 주식 및 파생상품 시장으로 이끌었다.²³⁾ 이론에 따르면 주식과 같은 위험 자산 투자를 적절히 하는 것은 매우 바람직한 자산관리 행동이나, 너무 많은 사람들이 주식을 전혀 보유하지 않는 것을 학계에서는 퍼즐로 여겨왔다. . 위험의 보유는 나쁜 것이 아니며 적절한 수준의 위험 보유를 통해서 높은 수익을 창출하고, 더 많은 자산을 축적할 수 있다. 금융이해력이 좋은 사람들이 더 주식을 보유하는 경향이 있다는 연구 결과 등도, 교육 등을 통한 이해력 증진으로 위험자산 투자를 장려해야 한다는 결론으로 이어진다. 따라서 접근성 향상 등을 통한 주식투자자 증가는 디지털 금융이 금융포용을 확대한 긍정적 사례라 볼 수 있다. 금융의 디지털화가 금융사용 자체를 늘린 사례로, 보험산업도 디지털 친화적 상품 및 서비스 개발로 보험 가입을 늘리고 보장갭을 줄일 수 있는 방안에 대한 지속적 고민이 필요하다.

〈그림 V-6〉 연령별 주식투자자 변화 추이

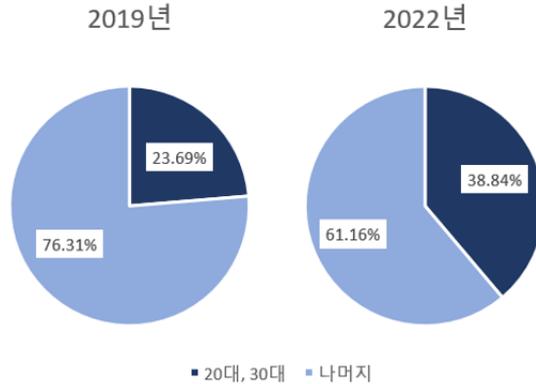
(단위: 만 명)



자료: 한국예탁결제원(2023. 3. 16), “2022년 12월 결산 상장법인 소유자 현황”

23) 로빈후드 사용자는 2021년 2,000만 명을 넘어섰으며, 평균 나이는 31세임(<https://buybitcoinworldwide.com/robinhood-statistics/>)

〈그림 V-7〉 2019년, 2022년의 연령별 주식투자자 비율 비교



자료: 한국예탁결제원(2023. 3. 16), “2022년 12월 결산 상장법인 소유자 현황”

하지만 그 이면을 보면 긍정적 현상만 있는 것은 아니라는 것을 알 수 있다. 행동재무학의 대가인 Barber and Odean(2001)은 자기과신(Overconfidence)을 하는 경향이 있는 남성이 여성보다 45% 더 자주 거래하고 수익률 낮다는 것을 보였다. Barber and Odean (2002)에서는 전화 트레이딩을 하다가 온라인 트레이딩으로 전환한 사람들을 대상으로 분석한 결과 이전보다 더 적극적으로, 더 투기적으로 거래하며 수익성이 낮아졌음을 보였다. 이는 온라인 거래가 자기과신 편향을 더 증폭시키는 것을 가능하게 하였기 때문이다. 이들의 최근 연구인 Barber et al.(2022)은 디지털 거래로 인해 낮아진 시장 마찰이 원래 가지고 있던 행동편향을 증폭시키는 이상의 역할을 한다는 것을 로빈후드 앱 이용자의 거래를 분석하여 보였다. 로빈후드 앱은 편향된 성향을 보이기 쉬운 젊은 초보 투자자들을 대상으로 상승률 상위 20종목 등을 제시하는 등 시선을 끌 수 있는 정보를 전면에서 제시하고, 감각적이고 감정적인 투자를 유도하였다. 연구는 앱의 디자인에 의해 투자자의 관심 유도 거래 행동(Attention-induced trading)이 강화되었고, 그 결과는 투자자에게는 나쁜 투자 성과와 로빈후드에게는 높은 수수료 수익을 주었음을 보여주었다. Barber et al.(2022)뿐 아니라 축하메시지나 배지, 푸시 알림, 가격 변동에 대한 목록 등이 투자 행동에 영향을 미칠 수 있다는 연구들이 나오기 시작했고(Chapkovski et al. 2021; Arnold et al. 2022) 이에 영국의 FCA(Financial Conduct Authority)는 2022년 앱이 투자자의 행동에 부정적 영향을 미칠 수 있는가에 대한 자체 연구를 진행하였다.²⁴⁾ FCA(2022) 연구에

24) <https://www.fca.org.uk/publications/research-articles/gaming-trading-how-trading-apps-could-be-engaging-consumers-worse>

따르면 고빈도, 위험 투자 행동을 유발할 수 있는 특성이 많은 애플수룩 사람들이 자신의 잠재적 위험성향을 넘어서 투자를 하고, 도박과 같은 문제 성향을 보이는 것을 발견하였다. 또한 앱 기능이 온라인 투자와 도박 행동 사이의 경계를 모호하게 할 수 있다고 경고한다. 특히 이러한 취약 행동은 금융이해력이 낮은 그룹에서 더 심각하다는 것을 발견하였다. 이 연구 결과를 바탕으로 영국 FCA는 2022년 7월 27일 새로운 소비자 의무에 대한 최종 지침(FG22/5)과 정책 성명(PS22/9)을 발표하고, 주요 규칙은 2023년 7월 31일에 발효되었다.²⁵⁾

워렌버핏의 파트너인 찰스 멩거는 로빈후드를 “훌륭한 사업체로 가장한 도박장”이라고 부르기도 했는데, 실제로 로빈후드 투자자들은 다른 앱 투자자들에 비해 매우 자주 거래를 하는 성향을 보였고, 2020년 달러당 거래 주식의 수가 이트레이드(E-trade)의 8배, 찰스 슈왓의 40배에 달한 것으로 나타났다.²⁶⁾ 우리나라도 최근 주식거래를 하기 시작한 MZ세대는 40, 50대에 비해 더 잦고 위험한 거래를 하는 성향을 보인다. NH 투자증권이 2021년 240만 계좌를 분석한 자료에 따르면, 20대 남성이 계좌별 평균 회전율이 838%로 단타를 하는 성향이 가장 높았고, 수익률은 가장 낮았다. 반면 회전율이 309%인 70대 여성의 수익률이 가장 높은 것으로 나타났다.²⁷⁾

투자 초보이자 위험감수 성향이 높은 젊은 투자자들의 문제는 고빈도 거래에만 있는 것은 아니다. KB 증권은 2020년 자사 거래 고객 계좌를 분석한 결과 비대면 거래를 하는 투자자들은 3배 레버리지/인버스 ETF 등 변동성 큰 자산에 대한 투자를 많이 하였지만, 대면 고객들은 다양한 국가의 변동성 낮은 ETF 및 주식을 주로 보유하고 있는 것으로 나타났다. KB 증권은 이런 현상이 장기 자산관리와 위험관리에 중점을 두는 PB들의 특성이 반영된 자산 분배인 결과인 것으로 보인다고 진단하였다.²⁸⁾ 즉, 대면 거래에서 받고있는 투자 조언과 다른 형태의 조언이 투자 행동과 결과를 가져오는 측면이 있다.

또한, 2021년 7월 주요 증권사 6곳의 신용융자잔액은 17조 8천억 원으로 2019년 대비 128% 증가했는데, 연령별로 20대에서 288% 폭증하였고, 60대 180%, 30, 40대는 각각 178%, 159% 증가하였다. 즉, 주식의 활황기에 20대들이 신용대출을 통해 주식투자를 늘린 것으로 나타났다. 또한 개인워크아웃 원금 감면 대상자의 경우, 조사를 처음 시작한 20

25) <https://www.fca.org.uk/publication/finalised-guidance/fg22-5.pdf>

26) <https://www.nytimes.com/2020/07/08/technology/robinhood-risky-trading.html>

27) <https://www.asiae.co.kr/article/2021082409513821824>

28) <https://www.sedaily.com/NewsView/1Z1NF3VE7X>

대 대상자가 2018년 2,273명에서 2023년 상반기 4,654명으로 크게 증가하였다. 다른 연령층도 어느 정도 증가하기는 하였으나, 이렇게 큰 증가 폭을 보인 것은 20대가 유일하다. 20대의 취업 등이 어려웠다고 볼 수도 있으나, 고용노동 통계에 따르면, 2018년 대비 청년층(15~29세)의 실업률은 2018년 9.5%, 2023년 상반기 5.8%로 감소하였으며, 청년층 고용률은 2018년 42.7%, 2023년 47.6%로 증가하였다.²⁹⁾ 실업률 통계에 잡히지 않은 청년층 구직포기자의 수가 증가하기는 하였으나, 20대 개인워크아웃 대상자 수의 폭증이 단순히 취업이 힘들어져서는 아니며, 대출을 받아 위험한 주식 및 코인 투자를 했다가 큰 손실을 본 청년들이 많았을 것으로 예상된다.

투기적 투자 행태와 소위 빚투는 주식투자자뿐 아니라 또 다른 디지털 앱상의 투자 거래 플랫폼인 암호화폐 시장에서도 나타나고 있다. 핀테크와 함께 등장한 암호화폐와 다양한 가상자산은 블록체인 기술의 우수성과 활용성은 있을 수 있으나, 가계금융 측면에서는 투자라기보다 거대한 투기의 장이 되어, 세상에서 가장 큰 카지노라 불리기도 한다. 너무도 편리한 투자 환경으로 금융, 위험과 수익에 대한 충분한 이해나 경험이 없는 상태에서 투자한 많은 투자자들은 디지털거래로 인하여 위험자산의 보유를 게임으로 인식하며 투자 지출이나 손실에 대한 고통도 다소 비현실적으로 느낄 수 있고, 이에 본인의 위험성향을 넘어서는 과도한 위험을 보유하게 된다.

라이프사이클을 반영한 적절한 투자 포트폴리오를 감안하면, 20, 30대에 더 많은 위험을 보유하는 것은 바람직하다. 그러나 높은 금융이해력이나 적절한 조언 없이 스스로 쉽게 하는 거래에서는 비이성적 투자성향이 그대로 발현되고, 본인의 위험성향을 넘어서는 높은 수준의 위험보유 및 부적절한 투자 포트폴리오 관리로 낮은 수익률과 과도한 대출 등 부정적 결과로 이어질 수 있으므로 이 부분에 대한 적절한 조기 교육과 금융기관 규제가 필요하다.

29) <https://laborstat.moel.go.kr/hmp/themaStats/emplymLaborIdx.do?menu0100011001103060&leftMenuId=0010001100110&bbsId=>

이 장에서는 우리나라에서 디지털 금융이해력 향상을 위한 정책 방향을 ① 금융포용 확대, ② 안전한 디지털 금융 사용 지원과 신뢰 구축, ③ 디지털 금융시대에 맞는 금융이해력 향상, ④ 바람직한 행동간섭(Behavioral intervention)으로 분류하고 각 부문에 대해 여러 시장 참가자의 역할에 대해 논한다.

1. 금융포용의 확대

디지털 금융이해력 정책의 최우선 과제는 유용한 금융서비스의 적절한 활용을 통한 금융 복지의 향상이다. 디지털 금융이해력은 디지털 금융서비스의 활용을 늘리고, 디지털 및 디지털 금융 소외를 방지하는 데 기여해야 한다. 이를 위하여 정부와 기업 등 이해관계자는 다음과 같은 목표를 가지고 전략을 수립하여야 한다.

가. 디지털 금융상품과 서비스에 대한 지식 및 인식 개선

디지털 금융이해력의 첫 단계는 디지털 금융상품과 서비스의 존재에 대한 인지이다. 다음으로 이러한 서비스에 대해 알고 있을 뿐만 아니라 사용가능한 각 디지털 금융서비스의 장단점, 특징과 위험을 비교할 수 있고, 기본 기능을 이해해야 한다. 이러한 기본 상품과 서비스에는 디지털 결제와 송금 서비스, 인터넷뱅킹 상품(모바일 예금, 적금, 펀드, 대출 가입), 보험 및 연금, P2P 대출 등의 대체 금융이 해당된다. 디지털 금융이해력은 개인이 이러한 디지털 금융상품에 대한 인식과 정보를 바탕으로 각 상품의 장단점, 주요 기능 및 위험을 비교하여 궁극적으로 개인의 필요에 가장 적합한 것을 선택할 수 있도록 해야 한다.

나. 취약계층 디지털 역량 강화와 디지털 금융서비스 활용법 습득

우리나라의 경우 노령층도 디지털 접근성은 대체로 우수하지만, 디지털 역량 및 활용은 젊은층에 비해 상당히 부족하다. 70세 이상의 노령층뿐 아니라 50대 이상의 중장년층도 40대 미만에 비해 디지털 역량이 다소 부족한 것으로 나타났다. 디지털 금융서비스의 적절한 활용을 위해서는 앱을 설치하고 메뉴를 확인하는 등의 전반적인 디지털 정보화 역량 강화가 필요하다. 이를 위해 정부와 기업 등 다양한 이해관계자는 취약계층의 디지털 역량 강화 교육의 필요성을 인지해야 한다. 취약계층은 노령층뿐 아니라 장애인, 저소득, 저학력층 등 디지털 역량이 낮은 계층을 모두 포함한다.

다. 금융서비스의 포용적 디자인

금융기관은 디지털이 고객을 배제하는 것이 아니라 더 넓은 포용을 할 수 있도록 배려해야 한다. 디지털 금융서비스 사용에 익숙하지 않거나, 디지털에 대해 불가지론적 성향을 가지고 사용을 거부하는 고객들도 제도권 금융을 문제없이 사용할 수 있도록 하는 것이 중요하다. 이를 위해서 금융회사는 고객과의 접점에서 포용적 디자인(Inclusive design)을 하는 것이 필요하다(UK Finance 2018). 포용적 디자인은 금융 앱에서 동영상 서명, 생체 인식, 말하는 ATM, 비디오뱅킹 등으로 디지털 기능들을 자유롭게 활용하기 어려운 사람들을 배려하는 것뿐 아니라, 고객 상담원 전문팀을 구성하고, 상담 시간제한을 없애 디지털 금융서비스 활용이 어려운 취약 고객들에게 적극적인 도움을 주는 것과 같이 편리한 옴니채널의 경험을 제공하는 것 등을 포함한다. 영국의 경우 은행 지점에서도 고객이 디지털 बैं킹을 최대한 활용할 수 있도록 돕는 역할을 하는 직원을 배치하여, 이들이 앱을 다운로드하는 방법이나 온라인 बैं킹을 활용하는 방법 등을 알려주는 경우가 늘고 있다. 이들은 고객에게 단순히 बैं킹 앱 사용뿐 아니라 보안관리 등 디지털 디바이스 사용 전반에 대한 폭넓은 도움을 주는 역할을 하고 있다(UK Finance 2018).

또한 포용적 디자인은 디지털 금융 사용을 거부하는 고객들에게도 금융서비스를 제공할 수 있어야 한다. 움직이는 점포, 우체국에서의 बैं킹, 통합 지점 등 다양한 방법이 있을 수 있으며, 어떠한 방법으로도든 스웨덴 정부가 2019년 도입한 규제와 같이 고객이 지나치게 멀리 이동하지 않고 금융서비스나 일본의 은행대리업 및 금융서비스중개업 제도(〈표 VI-1〉 참조), 은행의 공동지점 운영 등도 고려해 볼 수 있을 것이다.³⁰⁾ 상품의 특성상, 여러

금융업 중 보험업이 유일하게 대면 영업망이 축소되고 있지 않음을 고려할 때, 보험 중개업 종사자가 은행 업무 등을 대리하는 것을 통해 축소되고 있는 대면 금융영업망으로 인한 문제를 해소할 수 있는 방안에 대한 고려를 해볼 수 있을 것이다.

〈표 VI-1〉 일본의 은행대리업 제도와 금융서비스 중개업 제도

내용
<p>은행대리업이란 은행을 위해 예금 및 대출 계약 체결, 외환 업무 등의 중개 업무를 대리하여 하는 업무이다. 일본은 2006년 4월부터 기존의 은행대리점 제도를 은행대리업 제도로 개편하여 은행의 자회사 아닌 은행대리점이 은행업을 전업으로 하지 않더라도 은행업을 대리하고 중개할 수 있도록 하였다. 예를 들어, 은행대리점 제도가 있는 일본에서는 자동차 판매점이 자동차 판매와 관련된 대출 업무를 수행할 수 있고, 여행대리점이 환전 업무 등을 수행할 수 있다. 우체국이나 보험회사, 증권사 대리점 등에서 은행업무를 할 수 있어, 은행대리점이 많이 줄어든 지역의 경우, 소비자에게 은행 업무의 접근성을 향상시킬 수 있다.</p> <p>일본은 소비자의 금융서비스 활용 접근성 개선을 위해 2020년에는 금융서비스중개업을 신설하고, 2021년 11월부터 금융서비스중개업자는 하나의 등록으로 은행, 증권, 보험 등 모든 금융 분야의 서비스 중개가 가능하도록 하였다. 이를 통해 금융 소비자는 다양한 금융상품에 대한 검토와 관리를 일률적으로 금융서비스중개업자를 통해 할 수 있게 되었다. 단, 고도의 전문지식을 요구하는 복잡한 항목은 금융서비스중개업의 라이선스로는 취급할 수 없도록 하였다. 단, 시행한 지 몇 년이 지났지만 금융서비스중개업의 등록이 활발하지는 않다.(김동경 2023)</p>

2. 안전한 디지털 금융서비스 사용 지원과 신뢰 구축

디지털 금융이해력 향상은 디지털 금융 서비스와 그 기능에 대한 인식을 개선하는 것 외에도 디지털 금융 서비스를 사용할 때 생기는 다양한 위험에 대한 개인의 인식을 높이는 역할도 해야 한다. 디지털 금융서비스를 사용할 때 발생할 수 있는 위험은 기존 금융서비스와 관련된 위험보다 다양하고 복잡할 수 있다. 소비자는 디지털 금융서비스를 안전하게 사용하기 위해 다양한 위험에 대해 인지하고, 관리 방법을 알아야 하며, 문제가 생겼을 때 대처할 수 있는 방법에 대해 이해하는 것도 필요하다. 이러한 이해를 통해 디지털 금융서비스에 대한 신뢰도 향상될 수 있으며, 디지털 금융의 사용도 늘릴 수 있다.

30) 발의안 2019/20:23 Bilaga 1.) <https://perma.cc/5R9X-TPYX>

가. 디지털 금융 위험에 대한 인식

디지털 금융을 사용하게 하는 것에 앞서 금융소비자들이 디지털 금융의 위험을 정확히 인지하도록 해야 한다. 정부와 기관은 디지털 금융 서비스 활용이 소비자를 디지털 범죄와 악용에 노출시킬 수 있다는 점을 알리기 위한 교육 및 효과적이고 대대적인 캠페인을 진행할 필요가 있다. 디지털 금융 서비스 사용 시 피싱, 파밍, 스파이웨어, SIM 카드 스왑 등의 범죄와, 범죄는 아니더라도 개인정보 활용이나 디지털 발자국의 분석 등을 통한 프로파일링에 의한 금융서비스 접근 제외, 가격차별 등의 이슈도 있을 수 있음을 알리고, 사람들이 디지털 또는 다른 채널을 통해 주민등록번호, 계좌 정보 또는 주소, 생년월일과 같은 식별 정보를 공유하거나 공개할 경우 어떤 결과가 초래될 수 있는지 알 수 있도록 해야 한다. 또한 디지털 채널에서의 계약도 제품 정보 및 공시 문서를 읽을 책임이 있음을 이해시켜야 한다.

OECD(2021)에 따르면, 브라질, 홍콩, 이탈리아 등 많은 나라에서 정부와 공공기관들은 다양한 방법으로 대중에게 디지털 금융을 알릴 수 있는 대규모 캠페인을 진행하였다. 우리나라 국민의 디지털 금융이해력 수준을 보면, 보안에 대한 경각심이나 위험관리를 하는 역량은 전 세대에 걸쳐 대체로 부족한 것으로 나타났다. 디지털 금융서비스 사용자 모두가 자신에게 노출된 위험에 대해 이해할 수 있도록 지속적으로 이해 수준을 점검하면서 더 나은 교육과 캠페인을 진행해 나가야 할 것이다.

나. 디지털 금융서비스 사용과 관련된 위험관리

위험에 대한 인지만 있고 관리 방법을 모른다면 디지털 금융서비스 사용을 하지 않을 수 있다. 따라서 금융소비자들이 위험을 인지하고 언제, 어떤 서비스 제공업체의 디지털 금융서비스를 어떻게 신뢰하고 사용할 수 있는지에 대해 이해할 수 있도록 해야 한다. 즉, 앞 장에서 보았듯 디지털 금융 사기는 노령층 등 취약계층만의 문제는 아니었고, 우리나라 국민은 사이버 보안을 위해서 아무것도 하지 않는 인구의 비율도 상당히 높은 것으로 나타났다. 따라서 정부와 금융기관은 고객이 안전하게 디지털 금융서비스를 활용할 수 있도록 교육을 하고 안전하고 현명한 습관을 지닐 수 있도록 지원하는 것이 필요하다. 이러한 교육에서는 PIN 등을 보호하는 방법, 피싱이나 스미싱 같은 사기를 당하지 않는 방법, 가능한 한 자신의 개인정보를 잘 관리하고, 개인정보를 유출당하지 않기 위한 방법, 새로

운 핀테크 서비스를 활용할 때 디지털 금융 서비스 제공업체가 해당 국가 금융 당국의 인가를 받았는지 확인할 수 있는 방법 등에 대해 알려줘야 하며 신중한 태도와 습관을 지닐 수 있도록 지원해야 한다.

교육과 더불어 기관들은 적극적으로 사기 탐지 시스템(Fraud Detection System) 등을 도입하는 것도 매우 필요하다. 여러 금융기관은 AI 기술 등을 활용하여 의심되는 이체거래 등을 찾아내고, 고객에게 적극적으로 경고의 메시지를 보내는 등의 방법으로 피해를 줄여 나가고 있다. 국내 은행들에 따르면, 이러한 기술적 장치가 실제로 보이스피싱 등의 사기 피해를 줄이는 데에 상당히 효과적인 것으로 나타났다.³¹⁾

이러한 노력과 더불어 규제적 측면에서의 접근도 필요하다. 데이터 사용과 관리의 투명성을 제고하고, 중요한 정보를 소비자가 쉽게 인지할 수 있도록 설명하게 하는 것도 필요하다. 그리고 빠르게 진화해가는 사기의 방법들을 인지하기 어려울 수 있는 취약계층을 위한 규제의 도입도 고려해볼 필요가 있다. 예를 들어, 미국 FINRA는 TCP(Trusted Contact Person) 제도(〈표 VI-2〉 참조)를 도입하여, 디지털 금융 서비스 사용에 대한 우려가 클 수 있는 취약계층의 위험을 줄이고 있다. 우리나라도 고령자의 위험 상품 가입 시, '고령층 금융상품 계약 시 지정인 알림서비스'를 통해 65세 이상의 고객 중 본인이 희망하는 경우에 가족이나 지인 등 지정인에게 가입 금융상품 내역을 문자로 보내는 것을 통해서 적합한 상품인지 검토하는 제도가 있으나, 이는 금융상품 가입의 적합성과 관련된 제도일 뿐, 금융사기 등에 대한 보호장치는 되지 못한다.

〈표 VI-2〉 FINRA(Financial Industry Regulatory Authority)의 TCP 제도

내용
'신뢰할 수 있는 연락처(Trusted Contact Person, 이하 'TCP')'라는 개념은 2018년 금융투자(Brokerage) 업계를 규제하는 FINRA가 고객 계좌 정보 규칙 4512에 금융투자 회사가 TCP를 지정할 수 있도록 하면서 등장했다. 이 개정안은 새로운 FINRA 규정 2165와 동시에 시행되었는데, 이 규정은 고객에 대한 재정적 착취가 있다고 합리적으로 믿을 수 있는 경우 회원사가 고객 계좌에서 자금 또는 증권의 지급을 일시적으로 보류할 수 있도록 허용하였다. 규정 2021년 12월 31일부터는 4512(a)(1)(F)를 통해 금융계좌를 제공하는 회사는 기관이 아닌 개인 계좌에 대해 18세 이상의 TCP의 이름과 연락처 정보를 얻기 위해 합당한 노력을 기울여야 할 것을 명시하고 있다. 즉, 회사는 요청

31) 토스는 사기예방 시스템으로 15만 건의 송금 피해를 막았고(<https://blog.toss.im/article/toss-fds-team>), 신한은행은 ATM 거래 이상 행동 탐지로 사고 접수 건수가 38% 줄었다고 발표함(<https://www.hankyung.com/article/2022121618101>).

할 의무가 있지만, 고객은 그러한 정보 제공을 거부할 권리가 있으며, 고객이 TCP를 제공하지 않아도 계좌를 개설하거나 유지하는 것이 금지되지는 않는다. 이는 증권계좌에 도입되었으나, 은행 및 신용조합도 TCP의 지정을 도입하고, 취약계층의 계좌에 TCP 지정을 장려하고 있다. TCP는 고객을 대신해 금융거래를 승인하거나 의사결정을 내릴 수도 없고, 계정 정보에 접근할 수도 없지만, 다음과 같이 사기가 의심되거나 고객에게 연락이 어려울 때 도움을 줄 수 있다. 금융회사가 TCP에게 연락하는 경우는 다음과 같다.

- 금융사가 의심스러운 거래의 인출과 같이 계좌에서 발생할 수 있는 금융 착취 또는 사기가 발생했다고 합리적으로 의심하는 경우 거래 요청의 유효성 확인
- 금융사에서 연락이 닿지 않는 경우 현재 연락처 정보 확인
- 금융사에서 고객이 아프거나 능력 저하를 겪고 있다고 의심되는 경우 현재 건강 상태 확인
- 계정에 대한 법적 후견인, 유언 집행자, 수탁자 또는 위임장 소지자의 신원 확인

자료: <https://www.finra.org/rules-guidance/rulebooks/finra-rules/4512>

〈표 VI-3〉 **뱅크 오브 아메리카(Bank of America) 노인 재무 관리(Elder Financial Care)**

내용

- **즉시 악용 사례를 신고합니다.** 계정을 정기적으로 모니터링합니다. 본인 또는 연로한 가족이나 친구가 금전적 학대를 당하고 있거나 사기의 피해자가 되었다고 우려되는 경우 의심스러운 통신이나 거래를 즉시 신고해야 합니다. 커뮤니티에서 도움을 받을 수도 있습니다.
- **위임장을 작성하세요.** 위임장을 사용하면 신뢰할 수 있는 사람이 세금 신고, 부동산 매각, 모기지 사용자, 수표 입금 또는 현금화 등 재무 관련 업무를 대신 처리하도록 허용할 수 있습니다.
- **공동 계정을 설정합니다.** 미리 계획하세요. 아직 건강할 때 신뢰할 수 있는 가족이나 친구를 계정에 공동 소유자로 추가하여 재정 관리를 도움지 여부를 결정하세요.
- **신뢰할 수 있는 연락 담당자를 지정하세요.** 이는 금융 착취를 방지하는 또 다른 방법입니다. 뱅크 오브 아메리카는 소비자 고객이 신뢰할 수 있는 연락처를 지정할 수 있도록 허용한 최초의 주요 은행입니다. 정보를 확인하고 의심스러운 활동을 해결하기 위해 연락할 수 있는 연락처를 설정하세요.
- **수상 경력에 빛나는 당사의 모바일 및 온라인 뱅킹 플랫폼을 사용하여 계정을 안전하게 보호하세요.** 저희는 귀하의 재정을 더욱 안전하게 보호하는 데 도움이 되는 다양한 디지털 기능을 제공하며, 이 모든 기능은 보안 보증을 통해 뒷받침됩니다.
 - 비정상적인 활동 알림 설정
 - 페이퍼리스 전환으로 메일 사기 방지
 - 생체 인식을 사용하여 모바일 장치에 로그인
 - 카드를 분실하거나 도난당한 경우 카드 잠그기
- 스스로를 보호하기 위한 조치를 취하세요.

이러한 서비스는 노인 학대를 방지하는데 도움이 될 수 있지만, 모든 고객이 이용할 수 있으며 신뢰할 수 있는 연락처를 지정하는 것이 중요할 수 있는 등 다양한 필요에 따라 적절하게 사용할 수 있습니다.

자료: <https://www.bankofamerica.com/signature-services/elder-financial-services/>을 번역함

다. 소비자 권리 및 구제 절차에 대한 인식 지원

보안 교육에 있어서 중요한 한 부분은 소비자 권리 및 구제 절차에 대한 이해이다. 디지털 금융서비스 사용자는 사기 또는 기타 손실의 피해를 입은 경우 어디로 가서 구제를 받을 수 있는지, 어떻게 구제를 받을 수 있는지 알고 있어야 한다. 우리나라의 경우 100만 원 이상의 송금의 경우 지연인출제도에 따라 신속하게 신고하면 구제받을 수 있다. 이러한 지식을 통해 디지털 금융서비스를 더 신뢰하면서 사용할 수 있게 된다. 하지만 현재 전기통신금융사기 피해자의 경우 피해신고는 경찰청, 계좌 지급정지 등 상담은 금융감독원, 스팸 메세지 등의 신고는 한국인터넷진흥원 등 각각의 기관에 신고해야되는 번거로움이 있어 개선이 요구된다. 이와 더불어 보험회사에서는 사이버 보안 상품들을 적극 개발하고, 개인의 디지털 금융위험관리에 도움을 줄 수도 있을 것이다. 미국의 경우 주택화재보험, 세입자 보험 등의 특약으로 사이버 리스크에 관한 보장을 받을 수 있는 경우가 많고, 국내에서도 사이버사기 보상보험을 5개 손해보험회사에서 판매 중이나, 가입률은 저조한 것으로 알려져 있다.³²⁾

3. 디지털 시대에 맞는 금융이해력 강화

디지털 금융서비스의 주요 특성은 스스로 비대면 채널을 통해 금융활동을 하고, 매우 빠르고 쉽게 의사결정을 실행할 수 있다는 점이다. 이러한 속성은 조언을 해줄 수 있는 전문가의 도움을 받을 가능성을 낮추고, 충동적 의사결정을 하게 할 가능성이 높다. 금융이해력이 충분히 높은 사람일 경우, 편리함은 장점이 되겠지만, 금융이해력이 높지 못한데 접근성과 활용도만 높아질 경우는 오히려 문제가 될 수 있다. 이러한 문제는 상대적으로 디지털 해력은 높으나 금융이해력이 낮은 20대 이하의 청년들에게 문제가 되고 있다. 디지털 금융에 대한 인지, 디지털 금융을 안전하게 사용하게 하는 보안 등의 이해력 증진과 더불어 금융이해력이 디지털 금융시대 이전보다 더 높은 수준이어야 하는 이유가 여기에 있다. 과도한 차입, 위험 성향을 넘어서는 투자, 이해하지 못하고 도박이나 게임하듯 하는 투자, 과소비 등은 젊은이들의 신용에 악영향을 미치고 있다. 또한 위험과 수익률의 관계, 금

32) <https://www.boannews.com/media/view.asp?idx=114882>

용상품 등에 대한 이해도가 높은 사람들은 만연하고 있는 금융사기를 판별할 수 있는 역량도 뛰어나다는 연구 결과가 있는 만큼, 안전과 보안의 측면에서도 금융이해력 교육은 매우 중요하다.

이러한 금융이해력 증진은 특히 청소년, 청년층에게 중요한 것으로 보인다. 청소년 도박의 문제나 청년층의 부채는 사회적 문제로도 이어지며, 현시대를 살아가는 필수 생존 기술이라 할 수 있는 금융지식과 역량은 학교 안팎에서 다양한 방식으로 조기 교육되어야 한다. 금융 교육은 예산 책정, 장단기적 비용관리, 저축과 이자 등에 대한 개념, 투자 수단 등에 대한 원론적 이론 교육뿐 아니라 실질적으로 계산을 하고 관리할 수 있는 이자 계산기, 예산관리기 등의 유용한 도구 사용법 등에 대한 교육, 잘못된 신용관리와 지출의 결과 등에 대한 교육도 필요할 것이다. 최근 효과적 교육법(게임화, 디지털 교육, 교사 및 학부모 교육 등)에 대한 다양한 연구들이 진행되고 있으며, 이러한 방식들을 적극적으로 도입하여야 한다.

이러한 교육과 더불어 결제나 대출, 예산관리를 하는데 사용될 수 있는 금융 앱들은 적절한 경고 메시지를 효과적으로 전달하는 것을 통해 소비자가 신중한 의사결정을 할 수 있도록 해야 할 것이다. 예를 들어, 호주에서는 온라인 페이데이 대출(Payday loan)³³⁾을 이용하려는 소비자에게 페이데이 대출의 대안에 대해 조언하고 호주증권투자위원회(ASIC)의 MoneySmart 금융교육 웹사이트의 내용을 구체적으로 언급하는 법적으로 규정된 경고 문구를 제공한다(〈그림 VI-1〉 참조).

33) 페이데이 대출은 급여일 전에 무담보로 단기 소액 대출을 할 수 있는 대출임. \$500 이하의 소액 단기 대출로 \$10~\$20 정도의 소액 수수료를 지불하는데, 연이율로 보면 약 400%에 달하는 매우 비싼 대출임. Federal Reserve Bank of St. Louise에 따르면 페이데이 대출자의 91%가 상환일에 상환을 완료하지 못했고, 최대 780%까지의 이자를 지불해야 했음(<https://www.forbes.com/advisor/personal-loans/what-is-a-payday-loan/>)

〈그림 VI-1〉 호주 페이데이 대출 경고 문구

⚠ WARNING - Do you really need a loan today?*

* This statement is an Australian Government requirement under the National Consumer Credit Protection Act 2009.

It can be expensive to borrow small amounts of money and borrowing may not solve your money problems.

Check your options before you borrow:

- For information about other options for managing bills and debts, ring 1800 007 007 from anywhere in Australia to talk to a free and independent financial counsellor
- Talk to your electricity, gas, phone or water provider to see if you can work out a payment plan
- If you are on government benefits, ask for an advance payment from Centrelink: www.humanservices.gov.au/advancepayments

The Government's MoneySmart website shows you how small amount loans work and suggests other options that may help you.

.....

I acknowledge that I have read this warning

.....

경고 - 오늘 정말 대출이 필요하신가요?

* 이 문구는 2009년 호주 소비자 신용 보호법에 따른 호주 정부의 요구 사항입니다.

소액을 빌리는 데는 비용이 많이 들 수 있으며, 대출을 받는다고 해서 자금 문제가 해결되지 않을 수도 있습니다.

대출하기 전에 옵션을 확인하시기 바랍니다:

청구서 및 부채 관리를 위한 다른 옵션에 대한 자세한 내용은 호주 어디에서나 1800 007 007로 전화하여 독립적인 무료 재무 상담사와 상담하세요.

- 전기, 가스, 전화 또는 수도 공급업체에 문의하여 납부 계획을 세울 수 있는지 알아보세요.
- 정부 보조금을 받고 있는 경우 센터링크(www.humanservices.gov.au/advancepayments)에 선지급을 요청하세요.

정부의 MoneySmart 웹사이트에서는 소액 대출의 작동 방식을 보여주고 도움이 될 수 있는 다른 옵션을 제안합니다.

본인은 이 경고문을 읽었음을 인정합니다.

자료: <https://www.savings.com.au/savings-accounts/should-you-ever-take-out-a-payday-loan>

4. 행동 간섭 설계(Behavioral Intervention Design)

행동경제학 문헌에 따르면 인간의 행동은 외부의 개입, 즉 ‘넛지’를 통해 효과적으로 변화시킬 수 있다고 알려져 있다. Thaler and Sunstein(2008)은 넛지를 “어떤 선택을 금지하거나 경제적 인센티브를 크게 바꾸지 않으면서 예측가능한 방식으로 사람들의 행동을 변화시키는 선택 아키텍처의 모든 측면”으로 정의한다. 넛징은 신체 활동 증가를 유도하여

건강 습관을 개선하고, 건강한 음식을 잘 보이는 곳에 배치한다거나 에너지 소비를 줄이는 디자인을 도입하는 등 삶의 다양한 영역에 사용될 수 있다.

하지만 넷징이 정책 입안자가 아니라 기업의 이윤추구 목적으로 사용되면 여러 가지 위험이 따를 수 있다. 예를 들어, 아마존에서 관심이 있을만한 여러 상품을 노출하여 소비를 증가시키거나, 결제를 매우 간단하게 하여 쉽게 충동구매를 할 수 있게 하는 것, 호텔 예약 중 “지금 몇 명이 보고 있습니다”라는 메세지 등도 넷징의 사례가 될 수 있다. 고객과의 접점이 매우 많아진 디지털 시대, 디지털 앱들의 거의 모든 곳에 디지털 넷징이 자리잡고 있다. 이러한 넷징의 목표가 개인의 복지 향상과 일치한다면 매우 바람직하나, 기업의 이윤추구가 소비자의 이익과 상충할 가능성도 매우 높다.

금융 앱에도 넷징이 깊숙이 들어오고 있는데, 금융 서비스 제공업체는 이를 이용해 고객의 금융 행동을 조작할 수 있다. 이러한 넷징은 소비자에게 양날의 검이 될 수 있다. 예를 들어, 최근 국내에도 도입된 디폴트 옵션과 같은 제도는 은퇴를 위한 저축이나 더 유리한 모기지 금리 선택과 같은 유익한 금융 습관으로 고객을 유도할 수 있다. 하지만 높은 수수료의 투자 옵션이나 불필요한 보험 추가 옵션으로 유도하는 넷징은 금융회사는 더 높은 수익을 창출할 수 있게 하지만, 소비자에게는 모호한 가치를 제공할 수 있다.

금융 앱에서 디지털 넷징이 긍정적으로 사용된다면, 금융이해력을 향상시키고 적절한 조언을 제공할 수 있다. 예산 및 지출 관리 앱이나 신용카드 앱의 조회 기능 등은 지출의 인지도를 높여 사용은 과소비를 줄일 수 있으며, 여러 가격 및 상품 비교 앱들은 현명한 금융상품의 선택을 가능하게 하고, 자동 투자 및 저축 기능 등은 저축을 촉진할 수 있는 등 매우 긍정적인 효과를 가져올 수 있다. 하지만 넷징은 대체로 불투명하게 이루어지고, 디지털 프로파일링 등의 윤리적 문제가 있을 수 있다. 또한 앞장에 제시한 여러 연구의 결과는 금융앱들의 투기적 투자 장려에 대한 근거를 제시하고 있다.

디지털 금융이해력 정책은 고객의 행동편향을 줄이고, 부정적 넷징 등과 관련된 위험(과도한 지출, 과도한 부채 또는 위험한 행동 등)에 대한 개인의 인식을 개선할 수 있어야 한다. 소비자에게는 재무 결정을 내릴 때 사용하는 앱들이 소비자에게 도움이 되는 방향의 넷징을 사용할 수도 있으나, 소비자의 행동 편향을 강화하고 기업이 원하는 방향으로 행동을 유도할 수도 있음을 인식할 수 있게 해야 한다.

디지털 금융이해력 증진과 더불어 규제 당국은 금융 앱들의 넷징이 디지털 금융 위험을 완화하고, 이해력을 증진시키며, 현명한 습관을 지원하는 방향으로 설계될 수 있도록 정

책을 마련하는 것이 필요하다. 예를 들면, 영국의 금융소비자보호청(FCA)은 2023년 7월 31일부터 소비자 의무에 대한 최종 지침 FG22/5를 따르도록 하였다.³⁴⁾ 이 지침에서는 기업이 오해의 소지가 있는 정보를 제공하거나 고객의 행동 편향을 악용하거나 핵심 정보를 얻기 어렵게 만드는 행위를 금지한다. 이 가이드라인은 기업이 고객의 요구를 충족하는 디자인을 하고, 예측가능한 피해를 방지할 수 있도록 노력해야 하며, 고객이 재무 목표를 달성할 수 있도록 지원해야 한다. 또한 고객이 합리적으로 예상한 대로 제품을 사용할 수 있도록 보장하며, 고위험 상품의 경우 신중한 의사결정을 장려하기 위해 충분한 ‘고객 여정의 마찰’(구매하려는 제품을 이해하고 피해 위험을 완화할 수 있는 충분한 시간)이 있는지 확인하도록 요구한다. <표 VI-4>는 FG22/5의 1.9항 기업의 의무를 보여준다. 넋지는 긍정적일 수도 부정적일 수도 있으므로, 가이드라인에서는 고객에게 좋은 결과가 될 수 있도록 할 의무가 있다는 원칙을 제시하고 있다는 것을 알 수 있다.

<표 VI-4> FG22/5 소비자 의무에 대한 최종 지침 1.9.: 기업의 의무

내용
<ul style="list-style-type: none"> • 소비자를 비즈니스의 중심에 두고 고객에게 좋은 결과를 제공하는 데 집중합니다. • 고객의 요구를 충족하도록 설계하고, 공정한 가치를 제공하며, 고객이 재무 목표를 달성하는 데 도움이 되고, 고객에게 피해를 주지 않는 상품 및 서비스를 제공합니다. • 고객이 금융상품 및 서비스에 대해 효과적이고 시기적절하며 적절한 정보를 바탕으로 의사결정을 내리고 자신의 행동과 결정에 대해 책임을 질 수 있도록 고객과 소통하고 참여합니다. • 고객의 행동 편향, 지식 부족 또는 취약한 특성을 악용하지 않습니다. • 고객이 구매한 제품과 서비스의 혜택을 깨닫고 불합리한 장벽 없이 고객의 이익을 위해 행동할 수 있도록 지원합니다. • 제품/서비스 라이프사이클의 모든 단계에서 고객의 요구와 고객의 행동 방식을 일관되게 고려합니다. • 실제 고객 성과에 대한 관심과 인식이 높아짐에 따라 고객에 대해 지속적으로 학습합니다. • 고객의 이익이 조직 문화와 목적의 중심이 되고 조직 전체에 내재되어 있는지 확인합니다. • 고객이 실제로 경험하고 있는 결과를 모니터링하고 정기적으로 검토하여 좋은 고객 결과에 대한 위험을 해결하기 위한 조치를 취합니다. • 이사회 또는 이에 상응하는 지배기구가 이 의무가 회사 내에 제대로 정착되도록 전적인 책임을 지고, 고위 관리자는 고위 관리자 및 인증 제도(Senior Managers and Certification Regime)에 따른 책임에 따라 고객이 경험하는 결과에 대해 책임을 지도록 해야 합니다.

자료: <https://www.fca.org.uk/publication/finalised-guidance/fg22-5.pdf>

34) <https://www.fca.org.uk/publication/finalised-guidance/fg22-5.pdf>

VII

맺음말

“문맹은 생활을 불편하게 하지만, ‘금융 문맹’은 생존을 불가능하게 만들기 때문에 문맹보다 더 무섭다.” 미국의 경제학자 앨런 그리스핀이 한 말이다. 디지털 금융의 시대, 이제 ‘디지털 금융 문맹’이 생존을 불가능하게 하는 시대가 되었다.

금융의 디지털화는 금융상품에 대한 접근성을 개선하여 빠르고, 저렴하고, 효율적으로 금융상품과 서비스를 활용할 수 있게 해준다. 하지만 디지털 금융의 사용은 디지털 서비스 남용, 사기, 데이터 프라이버시 침해, 디지털 프로파일링 등의 기존에 없던 위험과 금융 소외 등의 문제를 일으킬 수 있다. 따라서 소비자가 혁신의 혜택을 충분히 누리기 위해서는 필요한 지식과 역량을 갖추고 있어야 한다. 디지털 금융이해력은 진정한 금융포용과 금융복지를 위해 반드시 고려해야 될 요소이며, 소비자의 디지털 금융이해력 증진과 더불어 이해관계자들은 오늘날의 디지털 환경에서 디지털 금융이 야기할 수 있는 다양한 문제들을 최소화하고, 금융복지를 향상할 수 있도록 해야 할 것이다.

이 연구보고서에서는 디지털 금융이해력의 정의와 디지털 금융이해력과 관련된 기존 문헌을 탐색하고, 우리나라의 디지털 금융 보급 현황 및 우리나라 국민의 디지털 금융이해력 현황을 분석하였다. 또한 디지털 금융과 관련하여 소비자가 가지고 있는 위험요인을 도출하고, 개선을 위해 우리나라 디지털 금융이해력 정책이 고려해야 할 사항들을 제시했다.

본 보고서에서는 교육, 특히 조기 금융교육 및 평생교육의 중요성을 강조하였으나, 방법에 대한 논의는 많지 않았다. 금융교육의 중요성을 감안할 때, 이러한 부분에 대한 많은 연구와 실행이 필요할 것이다. 우리의 교육 과정을 돌아보면 역사, 문화, 과학, 미적분 등 아주 다양하고 많은 지식을 배우지만, 현대 사회를 살아가는 생존에 대한 기술인 금융, 돈에 대해서는 너무 취약한 교육을 하고 있다. 일부 이공계 학생들을 제외한 대부분의 학생들에게 미적분이나 기하학 문제를 푸는 기술보다 이자를 계산하고, 복리의 개념을 이해하며, 위험과 수익의 관계에 대한 깊이 있는 이해를 하는 것, 그리고 예산과 지출관리의 중요성, 대출과 신용의 의미, 장기적인 재무계획을 수립하는 것의 중요성과 주식, 보험, 예금 등의 금융상품을 어떻게 활용할 수 있는지에 대해 알려주고 건전한 습관을 길러주는 것이

삶에 더 큰 혜택을 줄 수 있을 것이다. 우리나라는 2025년부터 고등학교에서 선택과목으로 금융교육을 들을 수 있게 될 예정이다. 하지만 금융교육은 여전히 필수가 아닌 선택이다. 초등학생부터 도박중독 문제로 허덕이기 시작한 디지털 금융의 시대에, 돈에 관한 이야기를 여전히 터부시하며 미루어 놓아도 될지 다시 생각해 볼 문제이다.

마지막으로 모든 것이 비대면으로 전환되고 있는 요즘 대면채널이 여전히 굳건한 유일한 금융은 보험이다. 보험의 비대면화도 점진적으로 진행은 되겠으나, 그 복잡성 등을 고려할 때 일부 상품을 제외하면 완전한 비대면화가 되기까지는 오랜 시간이 걸릴 것으로 예상된다. 느린 비대면화를 부정적으로 생각할 수도 있으나, 어쩌면 이는 보험설계사가 소비자들에게 쉽게 만날 수 있는 대면 금융채널이 될 수 있음을 시사하기도 한다. 보험설계사가 보험을 넘어선 금융 전문성과 디지털 전문성을 가지고 고객이 가질 수 있는 다양한 문제들을 대면채널에서 도와줄 수 있는 개인 금융센터의 역할을 수행할 수 있을지에 대해 고려해볼 수도 있을 것이다. 보험업계에서는 자동차보험 가입을 제외하면 디지털 이해력의 중요성이 아직은 중요하게 여겨지지 않을 수도 있으나, 중장년층의 디지털 이해력 증진은 다른 보험의 영역에서 비대면 가입이나 옴니채널의 활성화를 가져올 수도 있을 것이다.

더 빠르고 더 효율적인 디지털 금융은 빠른 결제와 빠른 투자, 쉬운 대출이라는 큰 변화를 가지고 왔으나, 장기적인 재무계획과 금융이해력의 증진에 있어서는 더딘 진행을 보이고 있다. 앞으로 금융이해력과 디지털 금융이해력을 증진함으로써 과소비와 자신의 위험 성향을 넘어서는 도박성 투자에서 벗어나 삶 전반에 걸친 재무관리, 위험관리, 회복 탄력성의 확보를 위한 예산관리, 포트폴리오 관리를 하고, 보험, 연금 등의 금융상품의 가치를 더 잘 이해하고 활용할 수 있게 되길 바란다.

참고문헌

- 과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원(2021), 「2021년 디지털 정보격차 실태조사」
- 과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원(2022), 「2022 인터넷이용 실태조사」
- 김동겸·김석영·정원석·이소양(2022), 「디지털 전환기 보험회사 판매채널 연구」. 보험연구원 연구보고서, 2022(4), pp. 1~169
- 김동겸(2023), 「일본 금융서비스증개업제도 시행 경과와 시사점」. 『KIRI 리포트』 (이슈분석), 566, pp. 14~17
- 김효정(2005), 「대학생 소비자의 신용카드 관리행동에 관한 연구」. 대한가정학회 학술대회, pp. 93
- 나혜림·최현자(2013), 「자기통제가 은퇴준비행동에 미치는 영향 연구」. Financial Planning Review, 6(1), pp. 27~60
- 백은영(2004), 「재정적 스트레스 및 재정문제에 영향을 미치는 요인 분석-미국 대학생을 중심으로」. 대한가정학회지, 42(5), pp. 161~174
- 신한카드 빅데이터연구소(2022), 「엔대믹 시대, 소비 엿보기 - 디지털」
- 양혜경(2018), 「금융이해력과 재무행동: 금융소비자의 내재적 특성을 중심으로」. Financial Planning Review, 11(3), pp. 29~55
- 이찬희·정홍주(2013), 「개인연금 가입과 선호의 결정요인분석: 인지요인, 정서요인, 금융이해력, 신뢰, 위험감수성향을 중심으로」. 금융연구, 27(4), pp. 25~51
- 최현자·조혜진(2011), 「금융교육과 금융거래경험이 대학생의 금융이해력에 미치는 영향에 관한 연구」. 소비자학연구, 22(4), pp. 55~75
- KB 국민은행(2022), 「콜 데이터로 본 최근 보이스피싱 패턴 분석」, Future Contact Center 『Insight Report』
- 통계개발원(2022), 「한국의 사회동향」
- 한국은행(2016), 「2016년 모바일금융서비스 이용행태 조사 결과 및 시사점」
_____ (2022a), 「2021년 경제주체별 현금사용행태 조사 결과」
_____ (2022b), 「2021년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사결과」

한국은행·금융감독원(2023), 「2022년 중 국내은행 인터넷뱅킹서비스 이용현황」
한국정보화진흥원(2018), 「2018 국가정보화백서」

- Agarwal, S., Ben-David, I. and Yao, V.(2017), Systematic mistakes in the mortgage market and lack of financial sophistication. *Journal of Financial Economics*, 123(1), pp. 42~58
- Agnew, J. R. and Szykman, L. R.(2005), Asset allocation and information overload: The influence of information display, asset choiceand investor experience. *The Journal of Behavioral Finance*, 6(2), pp. 57~70
- Ahn, S. Y. and Nam, Y.(2022), Does mobile payment use lead to overspending? The moderating role of financial knowledge. *Computers in Human Behavior*, 134, 107319
- Anderson, K. B.(2016), Mass-market consumer fraud: who is most susceptible to becoming a victim?. *FTC Bureau of Economics*, (332)
- Andreou, P. C. and Philip, D.(2018), Financial knowledge among university students and implications for personal debt and fraudulent investments. *Cyprus Economic Policy Review*, 12(2), pp. 3~23
- Arnold, M., Pelster, M. and Subrahmanyam, M. G.(2022), Attention triggers and investors' risk-taking. *Journal of Financial Economics*, 143(2), pp. 846~875
- Arrondel, L., Debbich, M. and Savignac, F.(2012), Stockholding and financial literacy in the French population. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 4(2), pp. 285~294
- Banna, H. and Alam, M. R.(2021), Impact of digital financial inclusion on ASEAN banking stability: implications for the post-Covid-19 era. *Studies in Economics and Finance*, 38(2), pp. 504~523
- Barber, B. M. and Odean, T.(2001), Boys will be boys: Gender, overconfidenceand common stock investment. *The quarterly journal of economics*, 116(1), pp.

261~292

- Barber, B. M. and Odean, T.(2002), Online investors: do the slow die first?. *The Review of financial studies*, 15(2), pp. 455~488
- Barber, B. M., Huang, X., Odean, T. and Schwarz, C.(2022), Attention-induced trading and returns: Evidence from Robinhood users. *The Journal of Finance*, 77(6), pp. 3141~3190
- Barber, B. M., Odean, T. and Zheng, L.(2005), Out of sight, out of mind: The effects of expenses on mutual fund flows. *The Journal of Business*, 78(6), pp. 2095~2120
- Beck, T., Pamuk, H., Ramrattan, R. and Uras, B. R. (2018), Payment instruments, finance and development. *Journal of Development Economics*, 133, pp. 162~186
- Bianchi, M.(2018), Financial literacy and portfolio dynamics. *The Journal of Finance*, 73(2), pp. 831~859
- Boden, J., Maier, E. and Wilken, R.(2020), The effect of credit card versus mobile payment on convenience and consumers' willingness to pay. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101910
- Bordalo, P., Gennaioli, N. and Shleifer, A.(2013), Salience and consumer choice. *Journal of Political Economy*, 121(5), pp. 803~843
- Calvet, L. E., Campbell, J. Y. and Sodini, P.(2009), Measuring the financial sophistication of households. *American Economic Review*, 99(2), pp. 393~398
- Campbell, J. Y.(2006), Household finance. *The journal of finance*, 61(4), pp. 1553~1604
- Carlin, B. I.(2009), Strategic price complexity in retail financial markets. *Journal of financial Economics*, 91(3), pp. 278~287
- CFPB(2022), Buy Now Pay Later: Market Trends and Consumer Impacts Report
- Chapkovski, P., Khapko, M. and Zoican, M.(2021), Does Gamified Trading Stimulate Risk Taking?. *Swedish House of Finance Research Paper*, (21-25)

- Choi, J. J., Laibson, D. and Madrian, B. C.(2009), Mental accounting in portfolio choice: Evidence from a flypaper effect. *American Economic Review*, 99(5), pp. 2085~2095
- Choung, Y., Chatterjee, S. and Pak, T. Y.(2023), Digital financial literacy and financial well-being. *Finance Research Letters*, 58, 104438
- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L. F., Singer, D. and Van Oudheusden, P.(2015), The global finindex database 2014: Measuring financial inclusion around the world. *World Bank Policy Research Working Paper*, (7255),
- Disney, R. and Gathergood, J.(2013), Financial literacy and consumer credit portfolios. *Journal of Banking & Finance*, 37(7), pp. 2246~2254
- Engels, C., Kumar, K. and Philip, D.(2020), Financial literacy and fraud detection. *The European Journal of Finance*, 26(4-5), pp. 420~442
- Falk, T., Kunz, W. H., Schepers, J. J. and Mrozek, A. J.(2016), How mobile payment influences the overall store price image. *Journal of Business Research*, 69(7), pp. 2417~2423
- FCA(2022), Gaming trading: how trading apps could be engaging consumers for the worse, research articles, <https://www.fca.org.uk/publications/research-articles/gaming-trading-how-trading-apps-could-be-engaging-consumers-worse#lf-chapter-id-our-research>
- Feinberg, R. A.(1986), Credit cards as spending facilitating stimuli: A conditioning interpretation. *Journal of consumer research*, 13(3), pp. 348~356
- Garrett, J. L., Rodermund, R. anderson, N., Berkowitz, S. and Robb, C. A.(2014), Adoption of mobile payment technology by consumers. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 42(4), pp. 358~368
- Gathergood, J. and Weber, J.(2017), Financial literacy, present bias and alternative mortgage products. *Journal of Banking & Finance*, 78, pp. 58~83
- Gerardi, K.(2010), Financial literacy and subprime mortgage delinquency: Evidence

- from a survey matched to administrative data. Diane Publishing.
- Guiso, L. and Jappelli, T.(2005), Awareness and stock market participation. *Review of Finance*, 9(4), pp. 537~567
- Hasan, M., Le, T. and Hoque, A.(2021), How does financial literacy impact on inclusive finance?. *Financial Innovation*, 7(1), pp. 1~23
- Hodula, Martin,(2023), Fintech credit, big tech credit and income inequality. *Financial Research Letters* 51, 103387
- Hsiao, Y. J. and Tsai, W. C.(2018), Financial literacy and participation in the derivatives markets. *Journal of Banking & finance*, 88, pp. 15~29
- Jappelli, T. and Padula, M.(2013), Investment in financial literacy and saving decisions. *Journal of Banking & Finance*, 37(8), pp. 2779~2792
- Jump \$ tart, C.(2008), 2008 Survey of Personal Financial Literacy Among College Students
- Kass-Hanna, J., Lyons, A. C. and Liu, F.(2022), Building financial resilience through financial and digital literacy in South Asia and Sub-Saharan Africa. *Emerging Markets Review*, 51, 100846
- Klapper, L., Lusardi, A. and Panos, G. A.(2013), Financial literacy and its consequences: Evidence from Russia during the financial crisis. *Journal of Banking & Finance*, 37(10), pp. 3904~3923
- Koskelainen, T., Kalmi, P., Scornavacca, E. and Vartiainen, T.(2023), Financial literacy in the digital age—A research agenda. *Journal of Consumer Affairs*, 57(1), pp. 507~528
- Li, J., Wu, Y. and Xiao, J. J.(2020), The impact of digital finance on household consumption: Evidence from China. *Economic Modelling*, 86, pp. 317~326
- Liu, Y., Luo, J. and Zhang, L.(2021), The effects of mobile payment on consumer behavior. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(3), pp. 512~520
- Long, T. Q., Morgan, P. J. and Yoshino, N.(2023), Financial literacy, behavioral

- traits and ePayment adoption and usage in Japan. *Financial Innovation*, 9(1), pp. 1~30
- Lu, Z., Wu, J., Li, H. and Nguyen, D. K.(2022), Local bank, digital financial inclusion and SME financing constraints: Empirical evidence from China. *Emerging Markets Finance and Trade*, 58(6), pp. 1712~1725
- Lusardi, A. and Mitchell, O. S.(2008), Planning and financial literacy: How do women fare?. *American economic review*, 98(2), pp. 413~417
- _____ (2014), The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, 52(1), pp. 5~44
- Lusardi, A. and Tufano, P.(2015), Debt literacy, financial experiences and overindebtedness. *Journal of Pension Economics & Finance*, 14(4), pp. 332~368
- Lyons, A. C. and Kass-Hanna, J.(2021), A multidimensional approach to defining and measuring financial literacy in the digital age. In *The Routledge handbook of financial literacy* (pp. 61~76), Routledge
- Mishkin, F. S. and Strahan, P.(1999), What will technology do to financial structure?
- Morgan, P. J. and Long, T. Q.(2020), Financial literacy, financial inclusion and savings behavior in Laos. *Journal of Asian Economics*, 68, 101197
- Morgan, P. and Trinh, L. Q.(2019), Fintech and financial literacy in the Lao PDR
- Mushtaq, R. and Bruneau, C.(2019), Microfinance, financial inclusion and ICT: Implications for poverty and inequality. *Technology in Society*, 59, 101154
- Noctor, M., Stoney, S. and Stradling, R.(1992), Financial literacy: a discussion of concepts and competences of financial literacy and opportunities for its introduction into young people's learning. National Foundation for Educational Research
- OECD(2018), G20/OECD Policy Guidance on Financial Consumer Protection

Approaches in the Digital Age

- OECD(2020a), Advancing the Digital Financial Inclusion of Youth, <https://www.oecd.org/finance/advancing-the-digital-financial-inclusion-of-youth.htm>
- _____(2020b), OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy
- _____(2021), Digital delivery of financial education: design and practice, www.oecd.org/finance/education/digital-delivery-of-financial-education-design-and-practice.htm
- _____(2022), OECD/INFE Guidance on digital delivery of financial education www.oecd.org/finance/education/INFE-guidance-on-digital-delivery-of-financial-education.htm
- _____(2022), OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022, www.oecd.org/finance/education/2022-INFE-Toolkit-Measuring-Finlit-Financial-Inclusion.pdf
- Oh, Y., Joung, Y. S. and Baek, J. H.(2023), The Core Symptoms of Adolescents Online and Offline Gambling in South Korea Using Network Analysis. *Psychiatry Investigation*, 20(3), p. 228
- Packin, N. G.(2022), Financial Inclusion Gone Wrong: Securities and Cryptoassets Trading for Children. *Hastings LJ*, 74, p. 349
- Panos, G. A. and Wilson, J. O.(2020), Financial literacy and responsible finance in the FinTech era: capabilities and challenges. *The European Journal of Finance*, 26(4-5), pp. 297~301
- Prete, A. L.(2022), Digital and financial literacy as determinants of digital payments and personal finance. *Economics Letters*, 213, 110378
- Rahayu, R., Ali, S., Aulia, A. and Hidayah, R.(2022), The current digital financial literacy and financial behavior in Indonesian millennial generation. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), pp. 78~94

- Rahayu, R., Juita, V., Rahman, A., Fitriamiranti, S. and Rafles, R.(2022), The level of digital financial literacy and financial well-being of people in West Sumatra Indonesia. *Operations Management and Information System Studies*, 2(2), pp. 66~76
- Ren, B., Li, L., Zhao, H. and Zhou, Y.(2018), The financial exclusion in the development of digital finance—a study based on survey data in the Jingjinji rural area. *The Singapore Economic Review*, 63(01), pp. 65~82
- Scheresberg, C. D. B., Hasler, A. and Lusardi, A.(2020), Millennial Mobile Payment Users: A Look into Their Personal Finances and Financial Behavior
- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., Dewi, V. I. and Sapulette, M. S.(2022), Digital financial literacy, current behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of Innovation and New Technology*, 31(4), pp. 320~338
- Sheng, T.(2021), The effect of fintech on banks' credit provision to SMEs: Evidence from China. *Finance Research Letters*, 39, 101558
- Soman, D.(2003), The effect of payment transparency on consumption: Quasi-experiments from the field. *Marketing Letters*, 14, pp. 173~183
- Stango, V. and Zinman, J.(2009), Exponential growth bias and household finance. *the Journal of Finance*, 64(6), pp. 2807~2849
- Tang, N. and Baker, A.(2016), Self-esteem, financial knowledge and financial behavior. *Journal of Economic Psychology*, 54, pp. 164~176
- Thaler, R. and Sunstein, C.(2008), Human frailty caused this crisis. *Financial Times*, 11
- Thomas, M., Desai, K. K. and Seenivasan, S. (2011), How credit card payments increase unhealthy food purchases: Visceral regulation of vices. *Journal of consumer research*, 38(1), pp. 126~139
- UK Finance(2018), Financial Inclusion in a Digital Age, Capco,
<https://www.capco.com/intelligence/capco-intelligence/financial-inclusion>
- Ullah, S., Kiani, U. S., Raza, B. and Mustafa, A.(2022), Consumers' intention to adopt

- m-payment/m-banking: the role of their financial skills and digital literacy. *Frontiers in Psychology*, 13, 873708
- Van Rooij, M., Lusardi, A. and Alessie, R.(2011), Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial economics*, 101(2), pp. 449~472
- World Bank. (2021), THE GLOBAL FINDEX DATABASE 2021:Financial Inclusion, Digital Paymentsand Resilience in the Age of COVID-19
- Xiao, J. J., Chen, C. and Chen, F.(2014), Consumer financial capability and financial satisfaction. *Social indicators research*, 118, pp. 415~432
- Yang, J., Wu, Y. and Huang, B.(2020), Digital finance and financial literacy: An empirical investigation of Chinese households
- Yoshino, N., Morgan, P. J. and Long, T. Q.(2020), Financial literacy and fintech adoption in Japan (No. 1095), ADBI Working Paper Series
- Yue, P., Korkmaz, A. G., Yin, Z. and Zhou, H.(2022), The rise of digital finance: Financial inclusion or debt trap?. *Finance Research Letters*, 47, 102604
- Zhao, H. and Zhang, L.(2021), Financial literacy or investment experience: which is more influential in cryptocurrency investment?. *International Journal of Bank Marketing*, 39(7), pp. 1208~1226
- Zhong, W. and Jiang, T.(2021), Can internet finance alleviate the exclusiveness of traditional finance? evidence from Chinese P2P lending markets. *Finance Research Letters*, 40, 101731

<https://blog.toss.im/article/toss-fds-team>

<https://buybitcoinworldwide.com/robinhood-statistics/>

<https://laborstat.moel.go.kr/hmp/themaStats/emplymLaborIdx.do?menu0100011001103060&leftMenuId=0010001100110&bbsId=>

<https://perma.cc/5R9X-TPYX>

<https://www.asiae.co.kr/article/2021082409513821824>

<https://www.bankofamerica.com/signature-services/elder-financial-services/>
<https://www.bettorsinsider.com/casino/2023/10/22/impact-of-fintech-on-online-gambling-experiences>
<https://www.boannews.com/media/view.asp?idx=114882>
<https://www.fca.org.uk/publication/finalised-guidance/fg22-5.pdf>
<https://www.fca.org.uk/publications/research-articles/gaming-trading-how-trading-apps-could-be-engaging-consumers-worse>
<https://www.federalreserve.gov/publications/november-2019-bank-branch-access-in-rural-communities.htm>
<https://www.financialeducatorsCouncil.org/financial-capability-definition/>
<https://www.finra.org/rules-guidance/rulebooks/finra-rules/4512>
<https://www.forbes.com/advisor/personal-loans/what-is-a-payday-loan/>
<https://www.hankyung.com/article/2022121618101>
<https://www.nytimes.com/2020/07/08/technology/robinhood-risky-trading.html>
<https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/online-gambling-market>
<https://www.savings.com.au/savings-accounts/should-you-ever-take-out-a-payday-loan>
<https://www.sedaily.com/NewsView/1Z1NF3VE7X>
https://www.shinhancard.com/pconts/html/benefit/trendis/MOBFM501/1219656_3818.html
<https://www.theglobaleconomy.com/rankings/savings/>
<https://www.usatoday.com/story/news/factcheck/2020/09/16/fact-check-cashless-businesses-banned-only-some-local-state-laws/3330804001/>
<https://www.worldbank.org/en/publication/globalindex>

도서회원 가입안내

회원	연회비	제공자료	
법인 회원	₩300,000원	- 연구보고서 - 기타보고서 - 연속간행물 · 보험금융연구 · 보험동향 · 해외 보험동향 · KOREA INSURANCE INDUSTRY	영문 연차보고서 추가 제공
특별 회원	₩150,000원		
개인 회원	₩150,000원		

* 특별회원 가입대상 : 도서관 및 독서진흥법에 의하여 설립된 공공도서관 및 대학도서관



가입 문의

보험연구원 도서회원 담당

전화 : (02)3775-9113 | 팩스 : (02)3775-9102



회비 납입 방법

무통장입금

- 계좌번호 : 국민은행 (400401-01-125198) | 예금주: 보험연구원



자료 구입처

서울 : 보험연구원 자료실(02-3775-9113 | lsy@kiri.or.kr)

저자약력

박소정 서울대학교 경영전문대학 교수
E-mail : sojungpark@snu.ac.kr

연구보고서 2024-01

디지털 금융이해력(Digital Financial Literacy)에 관한 연구

발행일 2024년 1월
발행인 안철경
발행처 보험연구원
주소 서울특별시 영등포구 국제금융로 6길 38 화재보험협회빌딩
인쇄소 고려씨엔피

ISBN 979-11-93021-31-6 (정가 10,000원)
979-11-85691-50-3(세트)