

초연결·초확장·초협력... 임영진 '3초 혁신' 通했다

〈신한카드 사장〉

카드의 디지털혁명

신한카드

신한만의 디지털 역량 결집한 한국형 애플카드 '디클럽' 선보

안면 인식 결제 '페이스페이' 금융위, 혁신금융서비스 지정 카드·스마트폰없이 결제 똑딱



신한카드 본사 카페사 직원들이 '신한 페이스페이'를 통해 결제하고 있다.



임영진 신한카드 사장.

신한카드

임영진 신한카드 사장의 '3초 경영' 전략이 디지털 금융 시장에 돌풍을 일으키고 있다.

카드 중심의 고객개념을 확장한 통합 멤버십·초개인화 마케팅으로 '디지털 생태계를 초연결'하고, 혁신적인 비즈니스 모델 육성과 글로벌 포트폴리오 추진을 통해 '한계없는 업의 초확장'을 이루고, 그룹과의 원신한(One-Shinhan) 전략·원컴퍼니(One-Company) 조직문화·원소사이어티(One-Society) 상생 활동으로 '함께 꿈을 키우는 초협력'을 추진해 나간다는 의미다.

카드업계가 수수료 인하와 간편결제 시장 성장, 기존 결제시장 둔화로 어려움을 겪는 가운데 신한카드의 이같은 전략이 새 성장 모델의 발판이 될 지 주목된다.

◆'올 디지털' 구현한 신한카드 '디클럽' 신한카드는 업계 최초로 100% 디지털 방식의 플랫폼 멤버십 서비스인 '디클럽(DigitalClub·이하 디클럽)'을 출시했다. 디클럽은카드 신청·발급·이용·상당 등 신한카드 이용 경험의 전 과정이 플라스틱 카드 없이 신한페이판(PayFAN)을 통해 디지털로 이뤄진다. 신한카드 관계자는 "디클럽을 이용함으로써 절감된 모든 비용을 고객 혜택으로 되돌려 줄 것"이라고 말했다.

특히, 신한카드는 개인정보 유출이나 도난이 의심될 때마다 카드번호를 쉽게 변경할 수 있는 '카드 시큐리티 서비스'나 기존의 신용카드 납부 방법에서 벗어나 매월 납부할 금액을 확인하

고 납부 일자리를 직접 선택할 있는 '스마트 빌링' 서비스도 도입할 계획이다. 지난 8월 미국 애플이 출시해 화제를 모은 애플카드를 본판 모습이다.

또한, 한도 소진율이 50%를 넘으면 잔여 한도를 알려주는 '한도잔액 자동 알림', 카드 디자인을 자유롭게 변경할 수 있는 '카드 셀프디자인' 등 신한카드만의 디지털 역량을 결집한 다양한 혁신 서비스가 제공될 예정이다.

신한카드는 올해 안에 디클럽 신규 고객 1만명을 선착순으로 모집해 다양한 서비스를 체험할 수 있도록 할 계획이다.

◆얼굴 특징 분석해 결제

얼굴만으로 결제가 가능한 신한카드의 '신한 페이스페이(Face Pay)'(이하

페이스페이)는 지난 10월 금융위원회 혁신금융서비스로 지정됐다.

신한 페이스페이는 안면인식 등록 키오스크에서 본인확인 및 카드정보와 안면정보를 1회 등록한 후, 카드나 휴대전화를 들고 다니지 않아도 신한 페이스페이가 지원되는 매장 어디서든 안면인식만으로 상품을 구매할 수 있도록 한 서비스다.

LG CNS와의 기술협력을 통해 3D·적외선 카메라로 추출한 디지털 얼굴 정보와 신한카드의 결제정보를 매칭한 후, 가상카드정보인 토큰으로 결제를 승인하는 방식이다.

신한카드 관계자는 "얼굴 전체가 아닌 이목구비의 간격, 뼈의 돌출 정도 등

얼굴 내에서 100개 이상의 특징을 잡아낸 다음 저장하는 것이 핵심"이라며 "선글라스나 모자 등으로 얼굴 일부를 가려도 본인 여부를 정확히 확인해 결제할 수 있다"고 말했다.

기존 전자금융거래법에는 접근매체 발급에 해당하는 얼굴을 등록할 때 신분증을 통한 대면 확인이나 영상통화로 얼굴 대조, 1원 송금 등 기존 계좌 인증 등의 방법을 통한 실명확인을 거치도록 하고 있어, 지점망이 넓지 않은 금융회사에게는 어려움이 있었다. 페이스페이는 안면 인식정보를 등록할 시 앱 인증, 카드 및 휴대폰 본인확인 등의 방법으로 실명확인을 대체하는 규제 특례를 적용받았다.

신한카드는 지난 5월 금융위원회가 주관한 '코리아 핀테크 위크 2019' 행사에서 페이스페이를 시연한 이후, 8월 1일부터 신한카드 본사 식당 및 카페, 편의점 CU에서 페이스페이 시범 서비스를 운영하고 있다.

신한카드 관계자는 "올해 안에 제휴 관계에 있는 특정 대학교 학생 및 교직원 등을 대상으로 교내 가맹점에서 서비스를 시작하고, 향후 서비스 안정성 등이 검증되는 대로 확대 운영할 계획"이라고 전했다.

/홍민영 기자 hong93@metroseoul.co.kr

저금리 직격탄 맞은 생보사 "고금리 상품 판매 고려해야"

보험연구원 "보증리스크 축소를"

최근 저금리 기조에 생명보험업계가 직격탄을 맞은 가운데 저축성보험, 변액보험 신계약의 보증리스크를 더 축소시키고 고금리 보유계약을 판매 또는 매각하는 방향으로 구조조정해야 한다는 지적이 제기됐다.

10일 보험업계에 따르면 보험사, 특히 생보사들은 저금리 기조가 지속되면서 수익성을 확대할 방안을 찾아야 하는 실정이다. 저금리 상황에서 자산운용수익률이 낮아지면서 실적이 악화될 수밖에 없기 때문이다. 최근 보험사들의 운용 수익률은 연 2.5~3.0%대 수준이다.

과거 고금리로 판매한 상품에 대한 역마진 우려도 커지고 있다. 생보사들은 2000년대 초반까지 5~9% 이상 고금리 확정형 상품을 판매해왔다. 고객에게 정해진 금리를 돌려줘야 하는데 금리가 하락해 자산운용 수익률이 떨어지면 역마진 폭이 확대되는 부담을 떠안게 됐다.

문제는 기준금리가 사상 최저 수준으로 급락하면서 보험산업의 성장성과 수익성이 크게 악화될 것이라 점이다. 한국은행은 지난 10월 기준금리를 1.50%에서 1.25%로 역대 최저 수준으로 인하했다.

보험연구원은 이 같은 저금리 환경에서는 신계약의 보증리스크 축소, 고금리 보유계약의 판매 등을 고려할 것을 조언했다.

그 예로 벨기에를 들었다. 벨기에 생명보험산업은 2000년 이전 고이율

(4% 초과) 보증 상품 판매로 금리하락에 취약할 수 있었으나 당국과 보험회사의 선제적 대응으로 2012년 이후 금리 급락에도 불구하고 이차역마진이 발생하지 않았다.

2011년 말 4%대였던 벨기에 10년 만기 국채 금리는 2015년에 0%대로 하락하였고 올해 9월 말에는 0.25%를 기록했다. 2012년 이후 금리 급락에도 불구하고 최저보증이율을 제고하는 생명보험의 자산운용수익률이 적립이율에 비해 1.73%포인트 높은 것으로 나타났다.

벨기에 금융당국은 ▲최저보증이율의 최고 한도 설정 ▲금리위험에 대한 준비금 추가적립제도 ▲지급여력제도에서의 보수적 경과조치 운영 등으로 보험회사들이 저금리 환경에 선제적으로 대비할 수 있도록 했다.

생명보험 최저보증이율의 최고 한도는 1990년대 후반 4.75%, 1999년 7월 3.75%에서 2016년 2월 2%로 조정됐다.

또 고금리 보증 계약에 대한 준비금 추가적립제도(Flashlight Provision)를 2011년부터 시행해 금리하락 시 책임준비금이 충분히 적립되도록 했다. 이는 보험회사가 고금리 보증 계약을 줄이는 유인으로 작용했다.

보험연구원은 "한국의 금융당국은 보험회사의 준비금, 자본이 시간을 두고 충분히 적립·확충될 수 있도록 해야 하고 건전성을 제고하기 위한 보험회사의 경영방안이 실행될 수 있도록 적극적으로 제도를 지원할 필요가 있다"고 강조했다.

/김희주 기자 hj89@



우리금융그룹 '특성화고 디지털인재' 멘토링 데이

우리금융그룹은 지난 7일 서울 중구 본점에서 취약계층 특성화고교생을 위한 '특성화고 디지털인재 육성 프로젝트'에 선발된 특성화고교생 70명에게 장학증서를 수여하고 진로탐색 멘토링을 개최했다. /우리금융그룹

10대 그룹 7곳 시가총액 ↓... 삼성은 68조 ↑

삼성·SK·현대차그룹만 시총 늘어 LG그룹 1.19% 줄면서 4위로 하락 롯데, 도소매 부진 등에 5.6조 감소

올해 10대 그룹 가운데 삼성그룹 시가총액(이하 시총)이 가장 많이 증가한 것으로 나타났다. 10대 그룹 중 삼성을 포함해 SK와 현대자동차 그룹은 시총이 불었고, 나머지 7개 그룹은 시총이 줄었다.

10일 금융정보업체 에프앤가이드에 따르면 지난달 31일 기준 삼성그룹 상장사 16개 종목의 시총 합계는 434조 8730억원으로 연초(1월 2일)보다 68조 1924억원(18.60%) 증가했다. 16개 종목 가운데 시총이 늘어난 종목은 9개, 감소한 종목은 7개였다.

'대장주' 삼성전자는 그룹의 성장을 이끌었다. 지난달 말 삼성전자 시총은 300조 8770억원으로 연초와 비교할 때 69조 5480억원(30.06%) 증가했다. 삼성

전기(13.00%)와 제일기획(10.99%)도 두 자릿수 증가율을 보였다.

반면 삼성화재와 삼성생명도 실적악화로 주가가 하락하면서 시총이 각각 12.08%, 18.15% 줄었다.

SK그룹 19개 상장사의 지난달 말 시총은 연초보다 12.05% 증가한 120조 9975억원으로 집계됐다. SK그룹에서도 반도체 업종인 SK하이닉스가 '말형' 역할을 했다. 비록 실적은 지난해에 못 미쳤지만 SK하이닉스 시총은 44조 1169억원에서 59조 6962억원으로 35.31% 늘었다.

현대차그룹 상장사 전체의 지난달 말 시총은 86조 2563억원이었다. 이는 연초보다 9조 2419억원(12.00%) 증가한 것이다.

현대위아(43.82%)와 기아차(29.73%), 현대모비스(25.96%) 등 자동차·자동차 부품업종을 주축으로 9개 종목 시총이 증가했으나 현대로템(-39.81%), 현대제철(-27.73%), 현대건

설(-19.11%) 등 3개 종목이 전체 증가율을 깎아내렸다.

LG그룹 12개 상장사 시총은 연초 80조 8794억원에서 지난달 말 79조 9156억원으로 1.19% 줄었다. 그룹 시총 순위는 10대 그룹 중 3위에서 4위로 밀려났다. LG그룹 가운데는 전자장비 기업인 LG이노텍(44.56%) 시총이 가장 큰 폭으로 증가했다. LG생활건강(16.65%), LG전자(6.53%)도 힘을 보탤으나 LG유플러스(-25.07%), LG디스플레이(-23.31%) 등이 감소했다.

10대 그룹 가운데 가장 시총이 가장 많이 줄어든 것은 롯데였다.

롯데그룹의 시총은 20조 8391억원으로 5조 6879억원(21.44%)이 사라졌다. 도소매, 식료품 업종의 부진으로 롯데쇼핑(-38.52%), 롯데푸드(-38.45), 롯데하이마트(-34.67%), 롯데지주(-34.23%) 등의 시총이 30% 넘게 줄었다.

/연합뉴스