

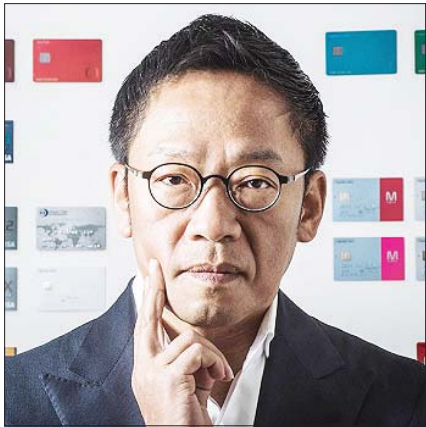
800만 고객 데이터 분석... 베트남 발판 글로벌 시너지 극대화

미래위해 모든 것 디지털 전환... 동남아 진출 물꼬

카드, 飛上 2020 전략

(4) 현대카드

상업자 표시 신용카드 고객 호응을 스마일카드 100만건 발급전망
스타트업과 협업·해외진출 도와 현대차와 연계... 동남아 첫 개척



정태영 현대카드 부회장. /현대카드

현대카드는 2020년을 대비하기 위해 '데이터'와 '글로벌'에 방점을 찍었다. 우선 국내에서는 빅데이터 역량 강화와 더불어 이를 활용한 소개인화 마케팅을 활성화하는데 집중한다. 정태영 현대카드 부회장은 지난해 7월 서울에서 개최된 'SAP 이그제큐티브 서밋(Executive Summit) 2019'에 참석해 "예전에는 데이터를 구글이나 최상위 디지털 기업들만 다룬다고 생각했지만 지금은 업종에 상관없이 데이터를 써야 한다"며 "현대카드는 미래를 위해 모든 것을 디지털로 전환했다"고 말했다. 현대카드는 또한 지난해 베트남 현지 소비자금융사를 인수하며 처음으로 해외시장에 직접 진출했다. 향후 현대카드

는 베트남 시장을 교두보로, 동남아 시장을 적극적으로 개척해 나갈 계획이다. ◆PLCC 기반 빅데이터로 '고객 초맞춤형 서비스' 실현 지난해 현대카드는 상업자 표시 신용카드(PLCC) 전략을 내세워 큰 고객 호응을 얻었다. 타 전업카드사의 회원수가 좀처럼 늘지 않았던 반면, 현대카드는 지난해에만 72만명의 회원이 증가했다. 현대카드가 지난 2018년 이베이코리아와 내놓은 '스마일카드'의 발급건수는 올해 들어 70만건을 돌파했다. 한 달 만에 발급건수 10만여 건이 증가하면서 PLCC를 선보였던 이커머스 업체 가운데 최대치를 기록했다. 올해 업계 최초



현대카드는 지난해 12월 서울 서초동 '현대카드 스튜디오 블랙(STUDIO BLACK)'에서 '2019 스튜디오 블랙 데모데이'를 열었다. /현대카드

로 발급건수 100만건을 돌파할 것으로 전망된다. 지난해 코스트코와 선보인 '코스트코 리워드 현대카드', 이마트와 선보인 '이마트 e카드 에디션(Edition)2', 신세계그룹 산하 e커머스 기업인 쓱닷컴(SSG.COM)과 선보인 '쓱닷컴' 카드도 다양한 고객층을 유인하고 있다. 향후 현대카드는 PLCC 상품 운영을 통해 확보한 고객의 소비 성향·취향 등을 분석한 결과를 바탕으로, 보다 다양한 차원의 상품을 발굴해 나갈 계획이다. 현대카드 관계자는 "단순히 결제 수단을 제공하는 것을 넘어, 마케팅·데이터 사이언스 등 다양한 분야에서 제휴 기업과 긴밀한 파트너십을 구축할 계획"이라며 "PLCC 운영 경험을 바탕으로 고객에게 초맞춤형 서비스를 제공하는 것이 목표"라고 전했다. ◆'슈퍼 커스터마이제이션'으로 언제 어디서나 고객과 함께 현대카드가 그리는 초맞춤형 서비스, '슈퍼 커스터마이제이션'은 단순히 개인의 구매 패턴을 유형화하는 데서 그치지 않는다. 현대카드의 슈퍼 커스터마이제이션

은 '어떤 시간대'에 '어떤 방식'으로 특정 제품이나 서비스를 추천했을 때 가장 고객 반응이 좋았는지 등을 복합적으로 분석해 각 개인의 상황에 최적화된 맞춤 서비스를 제공하는 것을 일컫는다. 이를 실현하기 위해 현대카드는 800만명에 달하는 고객의 신용카드 데이터를 분석했다. 한국 리테일 금융 사업에서 가장 크고 고도화된 '데이터 레이크(Data Lake)'는 이를 통해 구축됐다. 데이터 레이크는 결제 데이터뿐 아니라 고객의 인구통계학적 정보와 결제의 맥락을 살펴볼 수 있는 시공간적 데이터, 이미지·글 등 다양한 비정형 데이터를 보관하는 저장소다. 현대카드는 이를 통해 고객의 일별·주별·월별 행동 반복 주기와 위치·시간 등 패턴 정보를 탐색해 고객의 행동을 예측하고, 분석 결과와 고객의 실시간 위치·날씨 등을 결합해 최적의 정보를 제공할 계획이다. 스타트업에 대한 지원과 협업도 확대한다. 현대카드는 지난 2017년부터 코워킹 스페이스(Coworking Space)인 '스튜디오 블랙'을 오픈하고, 데모데이(Dem

oday) 등 다양한 행사를 통해 국내 스타트업의 협업 및 해외 진출을 돕고 있다. 지난해 12월 세 번째로 열린 '2019 스튜디오 블랙 데모데이'에서 현대카드는 스튜디오 블랙 입주 기업 10팀과 외부 스타트업 6팀 등 총 16팀이 참가하는 장을 마련해 더욱 다양한 협업의 기회를 이끌어냈다. ◆베트남 시장 진출...현대차 연계 마케팅 시너지 ↑ 글로벌 분야에서 현대카드는 동남아 시장 내 현대·기아차와의 연계 마케팅을 통해 시너지 효과를 극대화할 계획이다. 현대카드는 지난해 베트남 금융기업인 FCCOM을 인수하면서 동남아 지역에서의 신성장동력을 마련했다. 베트남 개인대출 시장은 연 60%에 이르는 높은 성장률을 기록하고 있고, 신용카드 고객 수 역시 지난해 약 740만 명을 기록해 전년 대비 27% 이상 증가했다. 특히, 현대카드는 베트남에서의 현대·기아차 판매량 증가 추이에 주목했다. 지난해 현대·기아차는 베트남 자동차시장에서 점유율 1위(32%)를 차지했다. 판매 실적도 3년 전인 지난 2015년 대비 2배 가까이 증가할 정도로 빠르게 늘고 있다. 향후 현대카드는 FCCOM과 함께 개인금융에서 비즈니스 인프라를 확충하고, 신용카드·자동차금융·기업금융 등으로 협업을 확대해 나갈 계획이다. 현대카드 관계자는 "이번 베트남 진출은 현대카드가 해외 시장에 최초로 직접 진출하는 사례로서 매우 큰 의미를 지니고 있다"며 "베트남 시장을 교두보로 동남아 시장을 적극적으로 개척해 나갈 계획"이라고 전했다. /홍민영 기자 hong93@metroseoul.co.kr



현대카드가 지난해 8월 공개한 '이마트 e카드 에디션(Edition)2' 카드(왼쪽)와 지난해 8월 공개한 '쓱닷컴(SSG.COM)' 카드. /현대카드

노동력 배분 효율 높이면 소득 5.3% 증가

한은, 산업간 노동력 효율성 측정
산업간 노동력(인적자본) 배분이 효율적으로 이뤄질 경우 경제 전체의 소득수준이 최대 5.3% 증가한다는 분석이 나왔다. 원활한 노동이동으로 산업 전반의 생산성이 향상되기 때문이다. 한국은행이 20일 발간한 BOK이슈노트 '산업간 노동력 배분의 효율성 측정 및 평가' 보고서에 따르면 저·고생산성 산업간 노동력의 재배분을 통해서 경제

전체의 소득 수준을 최대 4.1~5.3% 증가시킬 수 있는 것으로 나타났다. 이는 산업간 고유임금 격차가 없는 효율적인 인적자본 배분을 가정해 경제 전체 최적소득수준을 추정 후 실제 개인별 임금을 합산한 실제소득수준과 비교한 결과다. 보고서는 "지난 2~3년간 최적소득격차가 4.1~5.3% 수준"이라며 "우리나라에서 고생산성, 저생산성 산업간 노동력 재배분을 통해 추가적으로 경제전체

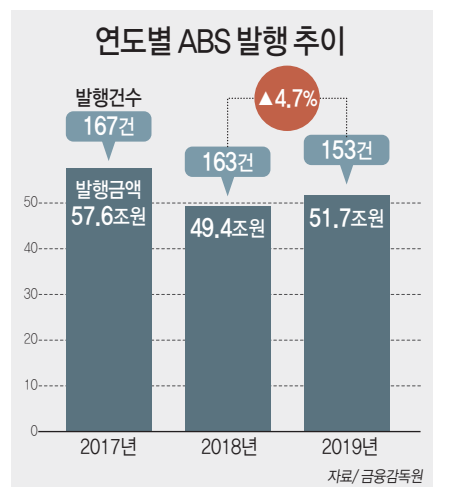
소득수준을 최대 4.1~5.3% 정도 증가시킬 수 있다는 의미"라고 설명했다. 우리나라는 산업간 임금격차가 지속되고 있는 상황이지만 그 격차를 완화시킬 수 있는 산업간 노동이동은 원활히 이루어지지 않아 인적자본 배분의 효율성이 저하되고 있다는 지적이 제기됐다. 2018년 기준 임금 상위 30% 산업의 평균임금이 임금 하위 30% 산업 대비 2.3배 수준으로 2011년(2.4배)과 비슷하다. 종사자의 비중은 임금 하위 30% 산업이 42.4%(2011년 39.4%)로 높은 수준이다. /김희주 기자 hj89@

ABS 발행액 51.7조... 2.3조 ↑

(자산유동화증권)

금감원, 안심전환대출 등 공급늘어 금융사 13.3조, 카드사 5조 발행

서민형 안심전환대출의 신규 공급 등으로 지난해 주택저당증권(MBS)의 발행이 늘었다. 20일 금융감독원에 따르면 지난해 자산유동화증권(ABS) 발행총액은 51조 7000억원으로 전년 대비 2조 3000억원(4.7%) 증가했다. 한국주택금융공사는 주택저당채권을 기초로 28조 1000억원의 MBS를 발행했다. 전년 대비 3조 3000억원(13.3%)이 늘었다. 금감원 관계자는 "지난해 4분기 중 서민형 안심전환대출의 신규 공급과 이에 동반한 기존 보증자리론 이용이 증대됐다"며 "이와 함께 변화된 예대율 규제 시행 등으로 은행이 주공공 앞으로 주택담보 개인대출을 양도하는 경우가 늘었다"고 설명했다. 금융회사는 부실채권(NPL), 할부금융채권 등을 기초로 13조 3000억원의 A



"야놀자 앱으로 KTX승차권 예약하세요"

야놀자가 한국철도와 제휴해 KTX 승차권 예약 및 연계 서비스를 함께 출시했다. 오늘부터 야놀자 앱에서는 KTX 운행 정보 확인과 승차권 예매 서비스를 이용할 수 있다. 승차권은 최대 탑승 30일 전부터 예매 가능하며 모바일로 발급된다. 야놀자는 올해 안으로 ITX 등 노선을 확대할 예정이다. /구서윤 기자 yuni2514@

철도와 연계한 여행 큐레이션 서비스도 선보인다. KTX 승차권 예매 시 도착역 주변의 레저 및 액티비티 추천 상품을 확인하고 예약할 수 있다. 향후에는 인근 숙소, 렌터카 이용권 등 상품 추천 범위를 확장해 국내 여행객들의 편의를 강화할 전망이다. /야놀자



야놀자가 한국철도와 제휴해 KTX 승차권 예약 및 연계 서비스를 함께 출시했다. /야놀자

BS를 발행했다. 특히 카드사의 할부금융채권을 기초로 한 ABS 발행액은 5조 원으로 전년 대비 두 배나 증가했다. 카드사가 조달비용 감축 등을 위해 회사채 대신 ABS 발행을 선택한 것으로 보인다. 일반적으로 ABS는 회사채보다 신용등급이 높아 발행금리가 상대적으로 낮다. 일반기업은 단말기할부대금채권 등을 기초로 10조 3000억원의 ABS를 발행했다. /안상미 기자 smahn1@