4만개 가맹점서 페이북 QR결제… 소상공인 상생 도모

〈온·오프라인 결제시스템〉

카드, 飛上 2020 전략

〈5〉 비씨카드

국내 첫 국제 생체인증 표준 기반 안면·목소리 결제인증 기술 적용

GS리테일·스마트로 등과 협업 AI 편의점서 QR코드 기반 자동결제

이문환 비씨카드 대표이사 사장(가운데), 이홍재 스마트로 사장(오른쪽), 조윤성 GS리테일 사장이 서울 중구 을지로에 위치한 비씨카드 사옥에 입점한 무인편의점 'GS25 을지스마트점'에서 비씨카드의 QR코드 기반 자동결제 기술을 체험한 후 기념사진을 촬영했다. /비씨카드

비씨카드는 2020년의 목표를 '결제의 혁신'으로 잡았다.

지난해부터 결제 플랫폼 및 업무의 디지털화를 적극 추진한 비씨카드는 올해 혁신적인 금융서비스를 더욱 강화한다. 모바일을 중심으로 한 간편결제 및 디지털 플랫폼을 확대하며 고객 경험을 한층 높인다는 전략이다.

◆비씨 '페이북'으로 간편결제 선두

간편결제 시장 경쟁은 갈수록 치열해지고 있다. 지난해 금융감독원이 발표한 '2018년 간편결제 서비스 현황'에 따르면 모바일 간편결제액은 약 80조원이다. 2016년 말 대비 약 3배 수준으로 성장했다.

비씨카드는 이에 따라 온·오프라인 결제시스템인 페이북을 론칭했다. 이어 국내 최초로 국제 생체인증 표준인 FIDO(Fast Identity Online)기반 안면 및 목소리 결제 인증 기술을 적용하며, 고객들의 안전하고 편리한 결제서비스 제공을 위해 힘써왔다.

페이북 내에는 새로운 결제수단으로 주목 받는 QR결제를 적용시켰다.

비씨카드는 현존하는 QR결제 방식인 CPM(고객 제시형)과 MPM(가맹점 제시형)방식 모두를 제공해 스마트폰만으로 이뤄지는 결제 시스템을 구현했다. 이어 최근 비대면 형태로 서비스를 제공받는 '언택트(Untact)' 소비가 늘어남에 따라 지난 14일에는 스마트로·GS리테일 등과 협업한 인공지능(AI) 기반 무인 편의점에 자사 QR코드 기반 자동결제 기술을 제공했다.

현재 비씨 페이북 QR결제는 편의점(GS25·CU·이마트24)·대형마트(롯데마트)·면세점(롯데, 신세계)·생활용품점(다이소)·패스트푸드(KFC·배스킨라빈스) 등 약 4만개 가맹점에서 이용할 수 있다. 향후 비씨카드는 QR결제의 사용처를 300만 전체 가맹점으로 확대할 계획이다.

◆QR결제로 만드는 소상공인 상생

비씨카드는 QR결제를 통해 소상공인과의 상생도 모색한다.

지난해 금융위원회의 혁신금융서비스로 지정받은 'QR 간편결제서비스'는 개인 판매자에게 신용카드 가맹점 가입을 허용하는 서비스다. 주로 노점상 및 푸드트럭 등에서 일정한 사업장 주소지를 기반으로 사업을 영위하기 어려운 영세사업자들을 대상으로 한다.

향후 영세사업자들은 비씨카드 QR코드만 부착해 놓으면 결제 단말기 없이도 고객들에게 카드 결제 서비스를 제공할 수 있다. 고객은 현금을 준비해야 하는 번거로움을 덜게 됐고, 영세사업들은 고객증가는 물론 매출 확대까지 기대할 수 있게 됐다. 중국인 관광객들도 명동·홍대 등 국내 주요 관광지 노점상 등에서 별도의 실물카드 제시 또는 환전 절차 없이 QR결제가 가능해질 전망이다.

국내 고객들 또한 한국에서 사용하던 QR결제를 그대로 중국에서 사용할 수 있게 됐다. 비씨카드는 지난해 QR에 국제결제표준 규격을 적용하고, 유니온페이와 '해외 QR결제 개통식'을 진행했다.

비씨카드 관계자는 "한국 관광객들이 중국을 여행할 때 환전도 카드도 필요 없는 시대가 본격적으로 열리게 된 셈"이라고 설명했다.

◆단순 결제수단을 넘어 생활금융서비스로 확장

지난해 비씨카드는 페이북을 통해 금융 서비스 및 생활 할인서비스를 선보이며 '종합금융 플랫폼'으로서의 입지를 다졌다.

비씨카드가 수협은행과 제휴해 선보인 'Sh페이북 적금'은 최근까지 최대 연 5% 이자율을 제공했다. 단기 소액투자 트렌드를 반영해 만기 6개월에 월 최대 20만원 한도로 자유로운 납입을 가능하게 한 점이 특징이다. 이 밖에도 비씨카드는 단기 여행자보험과 1일 레저보험 등 간단한 보험서비스에 가입할 수 있도록 해 고객 편의를 높였다.

2030세대가 선호하는 쇼핑·뷰티·도서·주유 업종 등에서 할인혜택을 제공하는 생활 할인 플랫폼 '생활엔비씨'도 페이북을 통해 선보였다. 비씨카드는 일정 주기로 제휴처를 변경해 보다 다양한 생활서비스를 제공할 예정이다.

비씨카드는 앞으로도 AI·빅데이터를 활용해 서비스 트렌드에 유연하게 대처한다는 계획이다.

이를 위해 설 연휴 동안 ▲핀테크 및 모바일 중심 결제 서비스 확대를 위한 디지털 플랫폼 확대 전환 ▲신기술(AI·빅데이터 등) 활용 프로세싱 업무 범위 확장 ▲서비스 제공 방식 다양화 등 차세대 시스템을 도입해 급변하는 결제 시장에 대비할 수 있는 기반을 마련했다.

이번 시스템 도입으로 서비스의 보안성과 안전성은 한층 강화됐다. 오픈 API를 적용함에 따라 어느 회사에서도 최소한의 개발만으로 최적화된 서비스를 이용할 수 있게 된 점도 특징이다.

이강혁 비씨카드 사업인프라부문장은 "세계선진 카드사 및 지불결제사와 경쟁할 수 있는 최고 수준의 카드 시스템 도입을 통해 아시아 1위 결제 플랫폼 기업으로 거듭날 것"이라고 전했다.

/홍민영 기자 hong93@metroseoul.co.kr

이문환 비씨카드 사장. /비씨카드

"카드정보 제공에 바친 10년… 이젠 플랫폼 구축"

CEO 인터뷰

카드정보 제공 사이트 10년
고승훈 '카드고릴라' 대표

고승훈 카드고릴라 대표. /손진영 기자

"수십가지의 카드정보 제공 사이트 중 대표 자신이 '카드'에 미쳐있는 경우는 저 뿐이었습니다. 카드고릴라가 10주년을 맞게 된 비결이 아닐까 생각합니다."

신용카드 전문사이트 카드고릴라가 창립 10주년을 맞았다. 과거 유사한 카드포털 사이트가 여러번 운영된 바 있지만 현재 신용카드 비교 콘텐츠를 제공하는 곳은 카드고릴라가 유일하다.

메트로신문과의 인터뷰를 가진 고 대표는 성공의 비결을 '전문성의 차이'에서 찾았다. 앞서 운영됐던 여러 유사 사이트 중 실제로 카드사 출신 인원이 사이트를 운영한 경우는 없었다. 당연히 콘텐츠의 질과 지속성도 떨어졌다.

고 대표는 "사이트 운영을 시작하는 건 누구나 할 수 있다. 그러나 실제 소비자들이 사이트에 방문하도록 하려면 양질의 콘텐츠를, 지속적으로 업데이트 해야한다. 좋은 콘텐츠에 대해 계속 고민하고 만들어온 인내심이 오늘날의 10주년을 만들어낸 것이라고 생각한다"고 설명했다.

◆정보에 재미 더한 콘텐츠로 차별성↑

"일상과 가장 가까운 금융상품이 바로 신용카드지만 자신이 소지한 카드의 모든 혜택을 아는 소비자들은 드물죠. 카드고릴라는 소비자들이 자신의 카드 혜택에 대해 더욱 자세히 알게 됐으면 하는 바람으로 기획됐습니다."

2009년 현대카드사에 재직했던 고 대표는 소비자들이 성향·소비패턴·환경 등에 따라 각기 다른 카드상품을 찾는다는 점에 착안해 이들에게 다양한 카드 정보를 객관적으로 제공할 수 있는 사이트를 기획했다.

여러 정보를 수집하며 어떤 방식의 콘텐츠를 만들 지 고민한 결과 빌보드 차트에서 '신용카드 차트'를, 스포츠 이벤트에서 '신용카드 월드컵'을 착안했다.

고 대표는 "카드라는 게 금융의 한 분야다 보니 딱딱하고 지루할 수 있어 좀 더 재미를 줄 수 있는 콘텐츠를 만들자고 생각하게 됐다"고 말했다.

기계적인 알고리즘보다는 카드에 대한 인간적인 생각과 고민이 담긴 콘텐츠를 전달한다는 점이 카드고릴라의 장점이다.

고 대표는 "고객이 카드를 사용하는 데는 많은 변수가 있기 때문에 단순한 로직만으로는 가장 좋은 카드에 대한 정답을 내릴 수 없다고 생각한다"며 "기계적인 로직이 아닌 인간적인 콘텐츠 쪽에 집중한다는 점이 카드고릴라의 가장 큰 차별성"이라고 설명했다.

◆카드업계 고난… 온라인 콘텐츠로 승부

최근 10년간 카드업계는 매년 어려워졌다. 카드사 수수료 인하와 인원 감축 문제가 지속되고 있어서다.

그 속에서도 카드고릴라는 성장을 거듭했다. 지속적으로 성장하고 있는 온라인 카드 발급 시장에서 답을 찾을 수 있다는 당시 고 대표의 생각이 맞아떨어졌다.

고 대표는 "2009년 당시 온라인 카드 발급량은 전체 중 10%에 불과했지만 현재는 50% 이상으로 크게 성장했다"며 "향후 온라인 카드 시장이 오프라인 시장을 완벽히 대체할 수 있다고 생각하기 때문에 그 때까지 우리가 할 수 있는 일과 해야 될 일에 집중할 것"이라고 강조했다.

이어 그는 "대한민국의 카드상품에 대한 양질의 콘텐츠를 제공하는 사이트로서 세계적으로 인정받는 것이 목표"라며 "현재 카드고릴라와 프레스티지 고릴라(항공·호텔 분야 콘텐츠 제공 사이트) 이외에도 올해 상반기 중으로 다른 분야를 개척해 콘텐츠 전문 플랫폼인 '고릴라 디스트릭트'를 만들어내고 싶다"는 포부를 전했다.

/홍민영 기자

부동산 사모펀드 급증 설정액 100조원 눈앞

국내외 부동산 자산에 투자하는 부동산 펀드 시장이 주식형 펀드보다 커지고 있다. 특히 국내보다 해외, 공모보다 사모형 투자가 인기다.

27일 금융투자협회에 따르면 국내외 부동산에 투자하는 펀드(공모+사모) 설정액은 지난 21일 기준 99조3870억원으로 100조원을 눈앞에 두고 있다.

펀드 유형별 설정액은 사모가 96조1859억원으로 대부분을 차지했고, 공모는 3조2010억원이었다.

부동산 펀드 전체 설정액은 1년여 전인 2018년 말의 75조5464억원보다 31.5% 급증했다. 2014년 말(29조6098억원)과 비교하면 5년 새 약 3.3배로 불어났다.

부동산 펀드 순자산은 100억원을 넘어섰다. 작년 12월 사상 처음으로 100조원을 넘은 후 올해 1월 21일까지 102조2181억원을 기록하고 있다.

금투협 관계자는 "지난해 증시 불안 등의 요인으로 상대적으로 수익률이 높고 안정적인 부동산 등 대체투자 수요가 증가했다"고 설명했다.

특히 해외 부동산 투자가 급증하고 있는 것으로 나타났다. 이미 해외부동산 펀드 설정액은 국내부동산 펀드 설정액을 넘어섰다. 투자 지역별 부동산 펀드 설정액은 지난 21일 기준 해외 54조5812억원, 국내 44조8058억원이다.

/손엄지 기자 sonumji301@