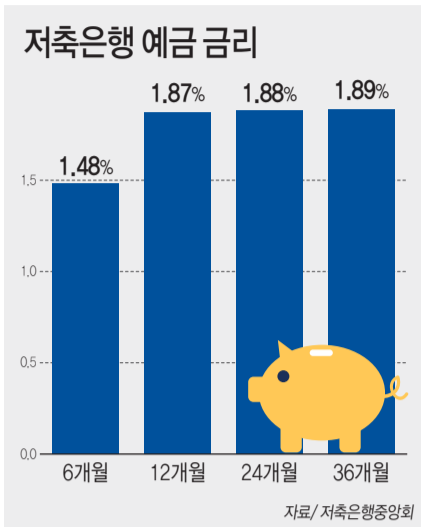


“0% 금리시대, 1.87%면 훌륭” 저축은행에 돈 몰리는 이유

전국 75개 저축은행 예금 2조3277억
저축은행 금리, 역대 최저치 경신
대외적 부담으로 금리 더 낮아질 듯



저축은행 예금 금리가 연일 역대 최저치를 갱신하고 있다. 그럼에도 불구하고 시중은행보다 여전히 높은 금리에 수신액은 늘어나고 있어 저축은행의 반사이익이 기대된다. 예금금리가 낮고, 대출금리가 높으면 예대마진이 커지고 이는 저축은행 수익으로 이어지기 때문이다.

16일 저축은행중앙회에 따르면 12개월 만기 기준 평균 예금금리는 1.87%로 집계됐다. 올해 초(1월1일 기준) 2.12%로 출발하면서 꾸준히 떨어지며 역대 최저치를 연일 갱신하고 있는 상황이다. 전년 초반에는 2.62% 수준이었다.

계속해서 떨어지는 금리 인하에도 불구하고 저축은행으로 유입되는 예금은 늘고 있다. 0%대 시중은행 금리를 못견디고 비교적 금리가 높은 곳으로 예금을 이전하는 투자자들이 늘고 있어서다. 실제로 시중은행 예금 이탈이

계속되는 동시에 저축은행의 예금이 꾸준히 증가하고 있다.

저축은행중앙회가 운영하는 전국 75개 저축은행 금융서비스 앱 ‘SB톡톡플러스’ 예금 잔액을 살펴보면 지난달 말 기준 2조3277억원이다. 지난해 12월 말 9114억원이 지난 1월 1조2122억원으로 늘어났고 4월에는 2조원을 돌파하는 등 매달 10~20%대의 증가율을 보이고 있다.

저축은행 관계자는 “시중은행 금리가 0%로 떨어지면서 안정적인 투자를 원하는 고객들이 저축은행으로 예금을 이전한 것으로 보인다”며 “예금자보호법에 따라 5000만원까지 안전하게 예금을 보호할 수 있는데다 최근 모바일 서비스가 갖춰지면서 고객들의 접근성도 좋아지면서 쉽게 유입된 것 같다”고 설명했다.

역대 최저 금리 상황에서도 예금을

넣는 고객들이 많아지자 저축은행의 반사이익도 기대되고 있다. 예금금리가 낮고 대출금리가 높아 예대마진이 커지면 이는 곧 저축은행 수익으로 이어지기 때문이다.

저축은행 금리는 앞으로도 더 낮아질 전망이다. 수신액이 많아지면 수신금리 비용부담도 커지는데 대외적인 상황이 좋지 않아 고금리 혜택을 계속 제공하는 것이 어렵다는 분석이다.

실제 최근 대형 저축은행을 위주로 예금금리는 꾸준히 인하되고 있다. 웰컴저축은행은 내달 1일부터 4개 상품의 예금금리를 다 내리기로 결정했다.

우선 ‘웰컴플러스 보통예금’의 금리를 최고 연 2.0%에서 연 1.8%로 0.2%포인트 낮춘다. ‘웰컴 직장인사랑 보통예금’도 기존 연 1.0%포인트 우대금리를 0.5%포인트로 내렸다. 웰컴 비대면

보통예금도 5000만원 이하 잔액 구간의 경우 연 1.7% 금리를 제공했지만 0.1%포인트를 내린 연 1.6%를 적용할 예정이다. 웰컴 사장님사랑 보통예금도 우대금리를 연 1.0%포인트에서 연 0.5%포인트로 인하였다.

앞서 지난달 OK저축은행은 OK정기예금 1년 만기 금리를 1.8%에서 1.7%로, OK정기예금 3년 만기 금리를 연 1.9%에서 1.8%로 각각 조정했으며 SBI저축은행도 이달부터 사이다뱅크의 입출금통장 기본 이율을 0.3%포인트 내렸다. 보통예금의 금리도 연 1.7%에서 연 1.4%까지 낮췄다.

한 저축은행 관계자는 “대형사는 물론 최근에는 중소기업들도 예금금리를 인하하고 있는 상황”이라며 “예금 금리 인하 분위기는 앞으로도 확산될 가능성이 높다”고 말했다.

/김유진 기자 ujin6326@metroseoul.co.kr

편의점서 실물카드없이 스캔으로 ‘결제 끝’

Advertorial Corner

BC카드, QR결제서비스 도입
결제서비스 오픈 기념 이벤트
3000원 이상 결제시 청구할인

BC카드가 편의점 ‘세븐일레븐’에서 QR결제서비스를 실시한다.

‘BC페이북 QR결제’는 모바일 간편결제 앱 페이북에 BC 신용·체크카드를 등록 후 QR결제를 선택해 생성된 QR코드를 계산대 리더기로 스캔하면 결제가 완료되는 방식이다.

BC카드는 이번 세븐일레븐을 포함해 국내 5대편의점(GS25·CU·세븐일레븐·이마트24·미니스톱)에 QR결제서비스 적용을 완료했다.

BC카드 고객은 전국 각 지역 편의점에서 보다 다양하고 편리한 결제서비스를 이용할 수 있다.

QR결제서비스 오픈 기념 이벤트도



BC카드가 편의점 ‘세븐일레븐’에서 QR결제서비스를 실시한다.

실시한다. 오는 30일까지 세븐일레븐에서 QR결제로 ‘도시락’ 상품구매 시 50% 청구할인 혜택을 제공한다.

이 밖에도 8월 말까지 BC페이북 QR

가맹점에서 3000원 이상 QR결제시 일 최대 500원, 월 최대 2500원까지 청구할인을 제공한다.

/나유리 기자 yul115@

신한카드, 챗봇 성능개선 후 이용 10배 증가

‘챗봇 2.0’ 답변 영역 확대 등 개선
오픈 3개월만에 월 상담 44만 돌파

신한카드 고객 J씨는 한도 관련 문의를 위해 최근 신한카드 챗봇을 이용했다. 신한페이판 메인화면에 있는 챗봇을 클릭하고 ‘한도’를 입력했는데, ‘이용 한도 안내’라는 질문 자동완성 기능으로 본인 한도를 즉시 확인했고 ‘한도 상황’이라는 연관 질문까지 추천받았다.

신한카드가 포스트 코로나 시대에 맞춰 고객과의 디지털 소통을 강화한다.

신한카드는 ‘챗봇 2.0’ 서비스가 오픈 3개월만에 월 상담건수가 44만을 돌파했다고 16일 밝혔다.

성능 개선 전인 월 4만5000건의 이용 대비 약 10배가 증가한 수치다.

챗봇 2.0은 고객 질문에 대한 답변 영역을 대폭 확대함은 물론 이용상품에 따른 개인화 질의·응답이 가능하고, 질문 추천이나 질문 자동완성 기능 등이 탑재돼 기존보다 훨씬 유용한 서비스를 제공한다.

이에 따라 신한카드는 2400만 회원과 월 280만건씩 축적되는 상담 빅데이터를 활용해 올해 하반기에 AI 콜센터를 오픈할 예정이다.

AI 콜센터는 빅데이터로 학습된 AI 상담원이 다양한 분야의 고객상담을 진행하는 서비스를 말하는 것으로 빅데이터 분석 역량, 클라우드 활용 등의 기술이 정교하게 접목되어야만 가능한

서비스다.

AI 콜센터는 별도 절차 없이 고객과 즉시 연결로 AI 상담원이 고객의 상담 의도를 파악해 답변을 하거나 상담의 도와 매칭되는 상담원에게 바로 연결해준다.

또한 AI 콜센터는 국가적 재난 상황에 따른 기존 콜센터 운영의 어려움 내지 재난지원금 관련 상담량 증가 등의 대내외 이슈에도 즉시 대응이 가능하다. 고객의 애로 사항 반응 데이터를 활용해 디지털 서비스 개선에 활용한다.

신한카드 관계자는 16일 “포스트 코로나 시대에 걸맞는 디지털금융을 선도함으로써 비대면 금융서비스를 더욱 혁신해 나갈 예정이다”라고 말했다.

/나유리 기자

5억弗 규모 소셜본드... 코로나 금융지원



기업의 사회적 책임이행 위한 채권

IBK기업은행은 코로나19 금융지원을 위한 5억달러(약 6000억원) 규모의 외화 소셜본드를 성공적으로 발행했다고 16일 밝혔다.

소셜본드는 공공이익을 증진하는 사업에 쓰이는 자금을 마련하려는 특수목적 채권인 환경·사회책임·지배구조채권(ESG채권) 중 하나로 기업의 사회적 책임 이행을 위한 채권이다.

이번에 발행한 채권의 만기는 5년이

며, 발행금리는 1.04%(미국 국채금리+72.5bp) 고정금리다.

기업은행은 “코로나19에 따른 시장 변동성 확대에도 불구하고 한국물 채권에 대한 투자자들의 견조한 수요를 통해 낮은 금리로 채권 발행에 성공했다”고 말했다.

기업은행은 조달한 자금을 코로나19로 어려움을 겪고 있는 소상공인과 중소기업 지원을 위해 사용할 예정이다.

윤종원 기업은행장은 “각국 중앙은행, 국제기구 등 다양한 투자자들의 관심이 성공적 채권 발행으로 이어졌다”며 “앞으로도 기업은행은 사회적 책임을 다하기 위해 노력할 것”이라고 말했다.

/나유리 기자



송호섭 스타벅스커피 코리아 대표(왼쪽)와 정태영 현대카드 부회장.

/현대카드

현대카드, 스타벅스와 전용신용카드 선포

현대카드와 스타벅스와 손잡고 스타벅스 전용 신용카드를 출시한다.

현대카드는 16일 스타벅스커피 코리아와 상업자표시 신용카드(PLCC) 파트너십 계약을 체결했다고 밝혔다.

PLCC는 전용 신용카드를 갖고자 하는 기업이 전문 카드사와 함께 운영하는 카드로, 카드 혜택과 서비스 등을 해당 기업에 집중해 제공하는 것이 특징이다.

양사는 ‘스타벅스의 별이 최초로 담긴 카드’라는 의미를 살려 상품 컨셉트와 마케팅 전략을 준비한다. 스타벅스와 현대카드가 스타벅스 전용 카드를 함께 설계해 출시하고, 현대카드는 카드 운영과 마케팅 등을 지원한다.

현대카드 관계자는 “양사는 PLCC 상품 운영과 함께 데이터를 기반으로 한 고객 맞춤형 서비스를 개발해 나갈 것”이라고 말했다.

/나유리 기자