

증권·보험 급성장, 비즈 포트폴리오 퍼즐 완성... 순익 1.2조

KB금융그룹 3분기 실적 발표

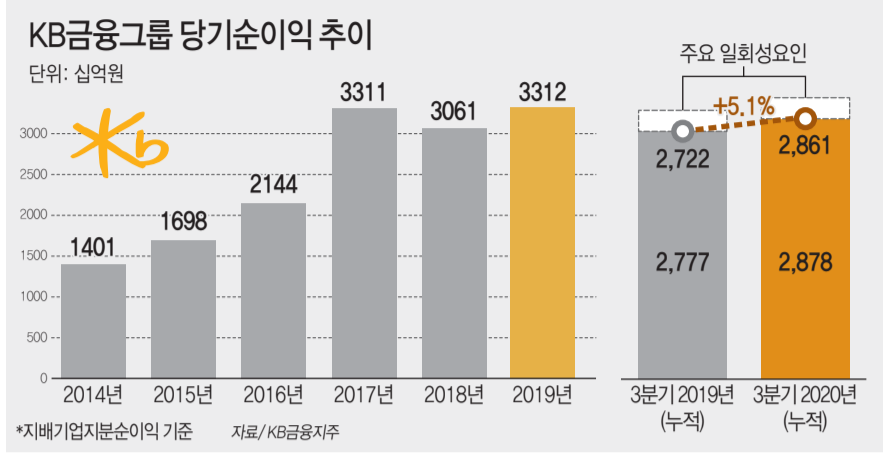
순이자이익·순수수료이익 증가
보수적 건전성 관리로 안정적 실적
포트폴리오 강화·다변화 노력 결실

KB금융그룹이 시장 예상치를 뛰어넘는 3분기 실적을 내놨다.

KB금융은 22일 3분기 당기순이익이 1조1666억원으로 전분기 대비 18.8% 증가했다고 밝혔다.

순이자이익과 순수수료이익이 견조하게 증가했고, 2분기 선제적으로 적립한 대손충당금 전입(1490억원)에 따른 기저효과와 푸르덴셜생명 인수 관련 영업매수차익(1450억원)이 반영됐다.

주요 일회성 요인을 제외한 경상 순이익은 9000억원대 후반이다. 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)에 따른 경기침체 우려 속에서도 이자이익



과 수수료이익 등 핵심이익이 늘었고, 보수적인 건전성 관리로 안정적인 실적 기조를 유지했다.

3분기까지 누적 기준 당기순이익은 2조8779억원으로 전년 동기 대비 3.6% 늘었다. 올해 75bp(1bp=0.01%포인트) 기준금리 인하에 따른 순이자마진(NIM) 축소 사이클에서도 견조한 여신 성장에 기반해 순이자이익과 순수수료이익이 확대됐다. 전년도 희망퇴직

비용과 올해 추가 대손충당금, 영업매수차익 등 일회성 요인을 제외한 경상적 기준으로는 5.1% 성장해 견고한 이익체력을 재확인했다.

KB금융 관계자는 "올해 코로나19로 촉발된 경기침체와 금리하락 등 어려운 영업환경 속에서도 그동안 꾸준히 추진해 온 비즈니스 포트폴리오 강화와 수익기반 다변화 노력의 결실로 전 분기에 이어 안정적인 실적을 시현했

다"며 "특히 금리하락으로 은행업의 수익성에 부담이 되는 시기에 증권·보험의 브로커리지수수료 확대와 IB 부문 실적 개선으로 그룹의 이익체력을 안정적으로 유지했다"고 설명했다.

김기환 부사장은 이날 실적발표회에서 코로나19 확산에 따른 경제침체와 각종 금융지원으로 은행 자산건전성에 대한 시장의 우려가 확대되고 있는 상황과 관련해 "한국 은행들의 리스크 관리 역량이 다시 한 번 시험대에 오르게 됐다"고 진단하면서 "KB는 그동안 자산의 신용 수준을 꾸준히 개선하고 기본적으로 탄탄한 리스크관리 체계를 유지해 온 만큼 향후 펀더멘털(기초체력)이 훼손될 정도의 건전성 악화 가능성은 제한적"이라고 강조했다.

김 부사장은 지난 8월 말 그룹의 계열사로 편입된 푸르덴셜생명에 대해서는 "오랜 숙원이었던 우량 생명보험사를 인수하면서 KB금융은 보험업에서도 의미있는 시장지위를 확보하고 금

융권에서 가장 완성도가 높은 비즈니스 포트폴리오를 갖췄다"며 "그룹의 지속가능한 수익성과 성장성을 한층 제고할 수 있게 됐다"고 평가했다. 또 그는 "중장기적으로는 푸르덴셜생명의 우수한 채널과 그룹의 다양한 금융서비스를 접목한 프리미엄 영업모델을 구축하고 디지털 혁신을 통해 차별화된 고객서비스를 제공할 것"이라고 덧붙였다.

KB금융의 지난달 말 기준 총자산은 605조5000억원, 관리자산(AUM)을 포함한 그룹 총자산은 908조4000억원으로 집계됐다.

자산건전성도 안정적으로 유지됐다.

그룹 고정이자여신(NPL·부실채권) 비율은 0.46%로 6월 말 대비 0.02%포인트 개선됐다. 그룹 국제결제은행(BIS) 자기자본비율, 보통주자본비율은 각각 14.69%, 13.08%를 기록했다.

/안상미 기자 smahn1@metroseoul.co.kr

블프 만회 노리는 카드사... 직구혜택 '붓물'

(블랙프라이데이)

코로나로 미뤄진 행사 만회 전략 해외직구 고객 늘며 다양한 혜택

카드사들이 해외 직구에 각종 혜택을 내세워 한 달 앞으로 다가온 '블랙 프라이데이' 등 연말 대목을 준비하고 있다.

올 상반기 신종코로나바이러스 감염증(코로나 19)으로 각종 프로모션을 제대로 진행하지 못한 탓에 이를 만회하기 위한 전략으로 분석된다.

22일 카드업계에 따르면 우리카드는 오는 31일까지 해외쇼핑몰 이용 시 최대 15% 할인 혜택을 제공한다. 우리카드는 우리 마스터카드 고객(법인 기프트카드 제외)에게 이달 말까지 우리카드 홈페이지를 경유해 해외 쇼핑몰 '육스(YOOX)'를 이용할 경우 정상가 제품은 15%, 할인가 제품은 10% 할인 혜택을 제공한다.

우리카드 관계자에 따르면 "코로나19로 해외여행을 떠나지 못하는 분들의 아쉬움을 달래고자 합리적인 가격에 이

용할 수 있도록 이벤트를 준비했다"며 "앞으로 다가올 광군제(다음달 11일), 블랙프라이데이(다음달 27일) 등의 연말 시즌을 대비한 행사를 진행하기 위해 내부적으로 검토 중"이라고 전했다.

KB국민카드도 블랙프라이데이 전야제 격인 '프리(Pre) 블랙프라이데이' 이벤트를 진행하고 있다. KB국민카드는 오는 31일까지 '프리(Pre) 블프 X 몰테일 배송대행비 할인' 행사를 통해 몰테일에서 결제한 KB국민 국제브랜드카드 회원에게 배송대행비 7달러 즉시 할인 혜택을 제공하고 있다.

삼성카드 역시 이달 말까지 알리익스프레스를 통해 50달러 이상 결제 시 '10달러 즉시 할인' 행사를 진행한다. 뿐만 아니라 다음달 말까지 온라인·해외업종 이용금액 '최대 100% 캐시백' 이벤트를 통해 해외 직구족을 사로잡기 위한 행사를 진행하고 있다.

또한 배송, 파송, 반품의 어려움 탓에 해외 직구를 주저하는 고객들의 니즈를 반영해, 선제적으로 보험서비스를 무료

로 제공하고 있다.

하나카드는 국내 카드사 최초로 '해외 직구 보험 무료서비스'를 도입했다. 하나카드의 해외직구 플랫폼 GMH를 통해서 구입한 고객을 대상으로 ▲물품이 60일내에 도착하지 않을 경우(도난 포함) 구매비용 보상 ▲배송 물품이 파손 시 48시간 안에 신고할 경우 구매비용 보상 ▲하자 혹은 단순 변심에 의한 반품 비용 보장 등의 혜택을 제공한다.

업계에서는 다가올 블랙프라이데이를 통해 지난 상반기 코로나19 여파로 프로모션 기회를 놓친 실적을 만회하겠다는 반응이다.

한 카드 업계 관계자는 "블랙프라이데이가 아닐때도 해외직구를 통한 결제 비중이 커지면서, 카드사마다 해외직구족을 위한 각종 혜택을 마련하고 있다"며 "코로나19로 해외여행을 가지 못하면서 줄어든 해외결제를 블랙프라이데이 프로모션을 통해 끌어 올리겠다는 전략이다"라고 설명했다.

/이영석 기자 ysl@



신한금융그룹은 지난 20일 그랩베트남 본사에서 베트남 모빌리티 기업인 그랩(Grab)과 베트남 스타트업 공동 육성 및 디지털 금융 서비스 확대를 위한 양해각서(MOU)를 체결했다. 신한금융신동민 베트남 컨트리헤드(오른쪽에서 두번째), 그랩베트남 웬웬 타이 하이 반 대표(오른쪽에서 세번째). /신한금융

신한금융, 越 기업과 스타트업 육성 '맞손'

베트남 모빌리티 1위 기업 '그랩'

신한금융그룹은 지난 20일 호치민에 위치한 그랩베트남 본사에서 베트남 모빌리티 기업인 그랩(Grab)과 베트남 스타트업 공동 육성 및 디지털 금융 서비스 확대를 위한 양해각서(MOU)를 체결했다고 22일 밝혔다.

그랩은 '동남아시아의 우버'라고 불리는 베트남 내 1위 모빌리티 기업이다. 싱가포르와 인도네시아 등 동남아 8개국에서 차량 공유 서비스를 제공하고 있으며, 최근에는 물류 배송, 모바일 결제 시스템 등 다양한 영역으로 사업을 확장하고 있다.

이날 협약식에는 신한금융신동민 베트남 컨트리헤드와 그랩베트남 웬웬 타이 하이 반 대표 등 양사 주요 관계자들이 참석해 ▲베트남 스타트업 공동 선발 및 육성 ▲새로운 디지털 금융서비스 개발 등에 대해 적극 협력하기로 했다.

먼저 신한금융의 '신한벤처스랩 베트남'과 그랩은 주요 산업분야의 현지 리딩 기업 및 정부 파트너와 함께 핀테크, 디지털, 운송, 식품, 부동산 등 폭넓은 분야의 스타트업을 발굴하고, 산업별 멘토링 프로그램을 통해 스타트업 생태계를 지원할 계획이다.

또 신한금융은 그랩의 플랫폼과 고객망을 활용할 예정이다. /안상미 기자

카카오뱅크 청소년 전용카드 가입자 10만명 돌파

'미니' 출시 54시간 만에 성과

카카오뱅크는 10대 청소년을 위해 출시한 '카카오뱅크 미니(mini)'가 출시 54시간 만에 가입자 수 10만 명을 넘어섰다고 22일 밝혔다.

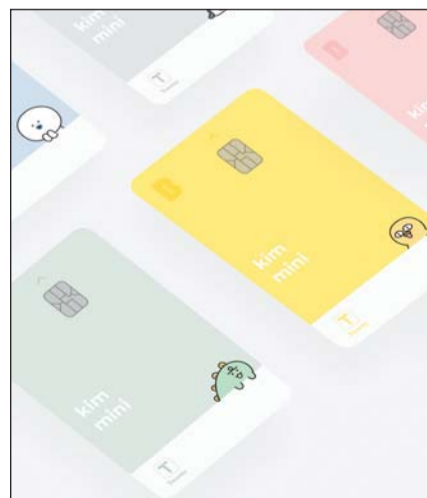
시간당 1850명이 가입한 셈이며, 이날 오전 9시 기준 가입자는 12만4000명이다.

'미니'는 만 14세부터 만 18세 이하 청소년만 개설할 수 있는 선불전자지급수단이다. 서비스 가입 대상인 만 14~18세 인구가 약 236만7000명임을 감안하면 이들의 4.2%가 불과 만 이틀 만에

'미니'에 가입했다는 얘기가.

카카오뱅크 관계자는 "출시 후 지금까지 줄 곳 포털 사이트 10대 검색어 순위 1위에 오르는 등 큰 호응을 얻고 있다"며 "청소년 금융 생활 분석 통한 편리한 서비스 창출과 매력적인 디자인 요소 등이 큰 역할을 한 것으로 보인다"고 설명했다.

고객반응을 조사한 결과에 따르면 응답자의 84%가 '매우 만족한다'고 응답했으며, 93%는 '미니'를 주변에 추천할 의사가 있다고 밝혔다. '미니'는 10대들 사이에서 인기를 끌고 있는 '니즈 캐릭터'를 사용한 첫 번째 카드다. 간편



이체 과정에서 만나는 메시지 카드에도 니즈 캐릭터를 활용해 귀엽고 재치 있는 문구와 디자인으로 제작했다.

/안상미 기자

우리금융, KT와 빅데이터·AI 공동연수

우리금융그룹은 다음달까지 2회에 걸쳐 KT그룹과 빅데이터·AI 공동연수를 실시한다고 22일 밝혔다. 이번 공동연수는 우리은행, 우리카드 등 우리금융그룹 계열사 직원 총 40명이 참석해 KT의 빅데이터 활용 사례를 실습하고 실무에 적용할 과제를 도출하는 과정으로 진행될 예정이다.

KT와 공동으로 진행되는 빅데이터·AI 연수는 지난 8월에 체결한 우리금융

그룹과 KT그룹 간 '디지털 금융 혁신을 위한 전략적 업무제휴' 협약의 일환으로 성사됐다.

우리금융 측은 "선발한 직원들은 빅데이터와 AI에 대한 이론을 학습하고, KT에 실제 적용한 빅데이터 활용 사례를 실습해 실무에 바로 적용할 과제를 도출하게 될 것"이라며 "우리금융그룹의 디지털 역량을 한층 향상시킬 수 있을 것으로 기대한다"고 설명했다. /이영석기자