

# ‘애플페이’ 상륙 눈앞… 단말기·기존페이 등 과제 산적

금융업계, 中·日서는 ‘찬밥 신세’ 중국선 이미 알리페이 등 시장 압도 일본서는 애플페이, 시장 8위 추산 국내보급 MST단말기로 결제못해 애플페이 NFC단말기 보급률 2% 카카오·네이버페이 등 경쟁 분수령



애플페이 이미지.

/뉴스시스

애플페이의 국내 상륙이 도마 위에 오른 가운데 인접 국가인 일본과 중국에선 부진을 면치 못하고 있는 것으로 나타났다.

15일 금융업계에 따르면 애플페이의 국내 론칭 소식에 아이폰 유저들의 기대감이 높아져 흥행을 예고하고 있다. 그러나 국내 도입 소식에 들뜬 이용자들의 반응과 달리 같은 동아시아 시장인 일본과 중국에선 찬밥 신세를 면치 못하고 있다. 애플페이가 올해 국내 정식 상륙한다면 2016년 중국과 일본에 이어 6년 만이다.

아이폰은 일본과 중국에서 각각 시장 점유율 44%와 23%로 1위를 달리고 있

다. 반면 애플페이는 부진을 면치 못하고 있다. 현지 회사들이 개발한 간편결제 앱에 뒤지고 있어서다. 중국에서는 ‘알리페이’와 ‘유니온페이’가 간편결제 시장을 압도하고 있다. 일본에서는 ‘페이페이(PAY PAY)’가 시장점유율 45.4%로 1위를 달리고 있으며 ‘라인페이’가 뒤를 잇는다. 애플페이는 8위로 추산하고 있다.

애플페이가 일본과 중국 공략에 부진한 이유는 시장 특성을 살리지 못했

는 분석이다.

우선 중국의 경우 QR코드를 이용한 결제 시장이 빠르게 자리 잡았다. 유선 인터넷 보급 속도에 비해 모바일 데이터 시장이 빠르게 확산함에 따라 스마트폰 카메라만으로 결제가 가능한 알리페이와 유니온페이가 가맹점주의 러브콜을 받은 것. 이어 위조지폐 사용률이 높은 중국의 특성이 가맹점주의페이 사용 확산을 부추겼다.

일본 시장은 여전히 현금결제 비율이

압도적으로 높은 나라다. 오프라인 지급 수단의 85%가 현금이다. 카드 결제 조차 자리 잡지 못한 결제 시장에 간편결제업이 정착하기는 어려움이 존재한다. 이어 일본 소비자들의 보수적인 소비행태가 페이페이와 라인페이로 향한 것도 이유다. 페이페이는 야후 재팬의 지주사인 Z홀딩스를 통해 2018년 본격 출범했다. 라인인은 일본인의 8400만명이 이용할 정도로 이용률이 높은 메신저앱으로 인구 1억2000만명 중 70% 이상이 사용하고 있다.

애플페이가 한국 시장에서 자리잡기 위해서는 NFC단말기 보급과 기존에 자리잡은 페이 등과 경쟁해야 한다.

애플페이는 NFC단말기에서만 결제할 수 있다. 국내 모든 가맹점에서 사용하는 마그네틱기반의 MST단말기에서는 결제할 수 없다. MST자기장기반으로 출범한 삼성페이와는 시작점이 다르다. 아울러 앞서 애플페이가 진출한 일본과 중국 모두 NFC단말기 보급 우려는 없었다. 샤오미와 화웨이 또한 오로지 NFC 기능만 탑재했으며 일본은

2006년부터 NFC단말기 보급을 시작했다. 단말기만 놓고 보면 NFC단말기 보급률이 2%에 불과한 국내 시장보다 유리한 지점에서 시작한 것.

한 카드업계 관계자는 “애플페이가 국내 시장에 자리 잡기 위해서는 국내 가맹점들이 NFC단말기를 들여놓아야 한다”며 “NFC단말기의 경우 MST단말기에 비해 단가도 높을뿐더러 이용률을 추산할 수 없는 현 상황에서 선불리 들여놓지는 않을 것”이라고 밝혔다.

카카오페이, 네이버페이 등 토박이 페이들과의 경쟁 또한 분수령이다. 국내 시장에 힘을 쏟을 수 있는 카카오와 네이버 또한 경쟁력 확보에 나설 것이란 의견이다. 실제로 일본 시장에서 애플페이의 점유율이 떨어진 이유 중 하나로 라쿠텐페이와 D결제 같이 국내 시장에 특화된 페이가 자리 잡고 있기 때문이다.

한 금융업계 관계자는 “애플페이가 국내에 들어오면 아이폰 유저들의 편의성을 높일 것은 확실하지만 상용화까지는 다소 오랜 시간이 걸릴 것”이라고 말했다. /김정산 기자 kimsan119@metroseoul.co.kr

## “주요국 통화긴축… 금융시장 선제적 대비”

이복현 금감원장, 기자단 간담회 “금융사, 자금중개 기능 수행 지도 충분한 자본·충당금 적립 등 유도”



에 대한 국민의 신뢰가 떨어진 상황이다. 금감원은 금융이 신뢰를 확보하도록 소비자 보호에도 주력한다는 계획이다.

그는 “금융회사의 위기대응 능력 강화를 통해 대내외 충격에도 건전성을 유지하며 자금중개 기능을 수행할 수 있도록 지도하겠다”며 “금융회사의 사전적 위기대응 수준을 분석하고 충분한 자본과 충당금 적립 등을 유도하는 한편, 유동성이 취약한 금융회사의 비상자금 조달계획 등 리스크 관리현황 점검을 강화할 예정”이라고 말했다.

이 원장은 또 금융이 신뢰를 확보하도록 ‘금융소비자 보호’에 매진하겠다고 했다. 그는 “코로나19 금융지원의 연착륙을 도모하고 서민·취약계층에 대한 금융지원 방안을 강구해 따뜻한 금융환경을 조성하도록 유도하겠다”며 “특히, 금리상승기에 서민의 금융부담을 경감하고 불합리한 금융관행을 개선할 수 있도록 금융위, 유관기관 등과 협력해 국민

이 체감할 수 있는 금융제도 개선을 지속적으로 추진하겠다”고 강조했다.

이와 함께 시장 변동성 확대에 편승한 불공정거래와 보이스코딩 등 민생침해 금융범죄에 엄정 대응해 투명하고 공정한 금융시장 환경을 만들겠다고 약속했다.

경제 패러다임 변화에 대비해 금융산업의 지속 가능한 혁신도 지원한다. 이 원장은 “온라인 플랫폼 금융상품 중개업, 빅데이터 수집·가공, 디지털자산 등과 같은 신사업 감독은 ‘시장규모 확대’와 ‘소비자 선택권 강화’를 양 축으로 하되 공정한 경쟁이 촉진될 수 있도록 독과점 문제 또는 정보비대칭으로 인한 교란이 없는지도 살피겠다”고 강조했다.

이어 감독 절차의 사전·사후적 합리성을 강화하기 위해 새로운 감독정책을 펼칠 때 사전에 충분한 설명과 협의를 통해 금융회사가 잘 적응하도록 돕고 사후적으론 금융회사의 영업과정에서 발생하는 고충 등 피드백을 수렴해 정책에 유연하게 반영하겠다고 전했다.

/구남영 기자 koogija\_tea@

## KB금융, K-Bee 도시양봉장서 첫 꿀 수확

야생화 꿀 60kg 채집, 230여 병 완성 지역 소상공인·주민들에 전달하기로

KB금융그룹이 꿀벌 되살리기 캠페인 ‘케이-비(K-Bee) 프로젝트’ 일환으로 약 12만마리의 꿀벌 서식지를 조성해 가고 있다.

KB금융은 KB국민은행 본점 옥상에 조성된 ‘K-Bee 도시양봉장’에서 올해 첫 번째 꿀 수확 행사를 가졌다고 15일 밝혔다. KB금융 직원들이 참여한 가운데 진행된 이날 행사에는 KB금융이 후원하는 수영 국가대표 간판스타 황선우 선수와 KPGA 프로골퍼 ‘슈퍼루키’ 이예원 선수도 참여해 직원들과 함께 구슬땀을 흘렸다.

반나절 가량 진행된 이날 행사에서 참가자들은 벌통 6개에 담긴 야생화 꿀 약 60kg을 채집한 후 이를 착즙기로 옮기는 과정을 거쳐 약 230여 병의 ‘K-Bee 벌꿀 기념품’을 완성했다.

이 기념품은 ‘K-Bee 프로젝트’의 성공을 응원해 준 여의도 본점 인근 지역 소상공인들과 주민들에게 전달될 예정



KB금융이 후원하는 황선우 수영 선수(왼쪽)와 이예원 프로골퍼가 KB국민은행 본점 옥상에 조성된 ‘K-Bee 도시양봉장’에서 올해 첫 번째 꿀 수확 행사를 가졌다. /KB금융그룹

이다. KB금융은 기후변화 등의 영향으로 개체수가 급감하고 있는 꿀벌의 생태계 회복을 지원하기 위해 ‘K-Bee프로젝트’를 진행하고 있다. 강원도 홍천지역에 밀원수(樹) 10만 그루 심기 캠페인을 진행 중이며, KB국민은행 본점 본관 옥상에 ‘K-Bee 도시양봉장’도 조성했다. /백지연 기자 wldus0248@

## 저축은행, 예·적금 금리 올려 경쟁력 제고

최대 10% 우대금리 등 돌파구 모색

시중은행이 예금금리를 올리며 수신고를 늘리는 가운데 저축은행 또한 예금금리 인상과 우대금리 제공 등을 통해 돌파구를 찾고 있다.

15일 한국은행의 경제통계시스템에 따르면 지난 7월 기준 시중은행의 신규 취급액 수신금리(12개월)는 3.33%다. 지난 4월 2%선에 들어선 뒤 세 달만에 3%선으로 진입했다. 저축은행 업계의

평균 금리인 3.37%와 불과 0.04%포인트(p) 차이다. 그러나 저축은행의 평균 예금금리는 지난달 3.56%로 올랐으며 최근 3.68%까지 상승했다.

저축은행 업계 또한 수신금리 인상을 단행하고 있다. 한국은행의 금리인상 기조에 맞춰 시중은행이 수신금리를 인상하는 만큼 저축은행 업계 또한 정면으로 맞서겠다는 포석이다.

최근 예금금리에 힘을 쏟고 있는 곳은 OK저축은행이다. 주거은행 계좌

와 함께 사용할 수 있는 세컨통장을 출시했다. 1000만원 이하 예금에 연 3.0%의 금리를 제공한다. 이어 오픈뱅크에 계좌를 등록하면 0.3%p의 우대금리를 추가한다. 이용자가 시중은행에 개설한 주거통장을 바꾸지 않을 것을 예상해 세컨통장으로 입지를 굳히려는 전략이다.

페퍼저축은행도 입출금 통장의 금리를 높였다. ‘페퍼스파킹통장’을 내세우며 연 3.2%의 금리를 제공하고 있다. 입출금 통장에 상대적으로 높은 금리를 적용해 경쟁력을 갖춘다는 입장이다.

/김정산 기자

## 한은, 상반기 인터넷뱅킹 이용액 75조 돌파

등록고객 1억9950만명… 4.5%↑

올해 상반기 인터넷뱅킹을 통한 자금이체 및 대출신청서비스 이용 금액이 일평균 75조원을 돌파했다.

한국은행이 15일 발표한 ‘2022년 상반기 중 국내 인터넷뱅킹서비스 이용현황’에 따르면 지난 6월 말 기준 국내은행의 인터넷뱅킹(모바일뱅킹 포함) 등록고객수는 1억9950만명으로 전년 대비 4.5% 증가했다.

모바일뱅킹 등록고객수는 1억6255

만명으로 6.0% 늘었다.

상반기 중 인터넷뱅킹(모바일뱅킹 포함, 일평균)을 통한 조회·자금이체·대출신청서비스 이용 건수는 1882만건으로 지난해 하반기보다 6.9% 증가했다. 금액 기준으로는 2.8% 늘어난 75조 1000억원을 기록했다.

모바일뱅킹 이용건수(일평균)는 지난해 하반기보다 9.2% 늘어난 1603만건으로 집계됐다. 전체 인터넷뱅킹 이용실적 중 모바일뱅킹이 차지하는 비중은 건수 기준으로 85.2%다. /백지연 기자