

# iM뱅크, 전국 영업 박차... 연내 수도권 거점점포 2곳 추가

부동산 PF 등 건전성 관리 집중  
수도권 우선 진출... 구로·동탄 유력  
3년내 시중은행 수준 CIR 목표

지난 5월 시중은행으로 재출범한 iM뱅크가 '체질 전환'에 속도를 낸다. 올 하반기에는 대출 연체 등 건전성 관리에 집중하고, 점포 설치를 통한 수도권 공략에 나선다. 향후 3년 내에 전국 영업망을 완성하고 시중은행 수준의 영업이익경비율(CIR)도 달성한다는 목표다.

1일 금융권에 따르면 iM뱅크(옛 DGB대구은행)는 상반기 순이익으로 지난해 같은 기간 대비 16.9% 감소한 2101억원을 기록했다. 자산 및 대출 규모는 지난해보다 늘었지만, 연체율 상승에 따른 대손비용 증가로 실적이 주춤했다.

지난 상반기 iM뱅크의 순영업이익은 8242억원으로 지난해 같은 기간 대비 1.9%(153억원) 늘었다. 비이자수익은 46.2%(393억원) 줄었지만, 이자수익이 7.5%(546억원) 늘어 총 영업이익은 증가했다. 같은 기간 판관비도 0.2%(5억원) 줄었다.

하지만 지난해부터 증가한 대출 연체 및 부동산 프로젝트 파이낸싱(PF) 부실 여파로 총당금 전입액이 지난해



대구 iM뱅크 제2본점 전경. iM뱅크 제2본점에 지주사인 DGB금융지주도 있다. /iM뱅크

같은 기간보다 42.8%(690억원) 급증해 순이익은 지난해보다 줄었다.

iM뱅크는 올 하반기에 대출 확대보다는 잔여 PF부실 정리, 대출 건전성 관리 등 리스크관리에 초점을 맞추고 있다.

전병규 DGB금융 최고재무담당자(CFO)는 "부동산 PF와 관련한 불확실성은 이제 정점을 통과한 것으로 본다"며 "(iM뱅크의) 하반기 대손비용은 지금보다 낮은 수준에서 관리될 것"이라고 말했다.

이어 "불확실한 경기 상황 속에서도 하반기에는 질적 성장과 마진 관리, 적극적인 비이자 이익 시현에 집중할 계

획"이라며 "총당금 적립 전 영업이익 규모를 유지한다면 하반기부터는 양호한 실적을 거둘 것으로 기대하고 있다"고 설명했다.

시중은행 전환에 따른 영업 확대 전략으로는 수도권에 우선 진출하고, 이후 전국으로 영업망을 넓혀나간다는 계획을 제시했다.

DGB금융 컨퍼런스콜에 따르면 iM뱅크는 오는 12월 말까지 수도권에 2개 거점 점포를 추가로 설치할 예정이다. 이는 지난 7월 24일 개점한 1호 거점 점포인 강원 원주지점에 이은 2·3호 거점 점포로, 진출 지역으로는 서울 구로와 경기 동탄이 유력하다.

거점 점포는 iM뱅크의 '뉴 하이브리드뱅크' 전략에 따라 지역 중소기업에 맞춤 금융 서비스를 제공하는 기업금융 특화 점포다. 현지 사정에 밝은 전문 인력을 배치하고, 기존 시중은행 대출 이용이 어려웠던 중소기업·소상공인에 특화된 상품을 공급한다.

중·장기 목표로는 3년 내 전국 14개 거점 점포 설치를 통한 전국 영업망 완성, 희망퇴직 등 비용 효율화를 통한 시중은행 수준의 영업이익경비율(CIR) 달성을 목표로 했다.

전병규 CFO는 "시중은행 전환 이후 점포 전략은 3년간 14개 정도를 예상하는 중으로, 7월 원주지점 개소에 이어 금년 중 수도권 지역 두 군데에 출점 계획이 나와 있다"며 "내년도와 내후년에 걸쳐 지역은행이 없는 강원도와 충청도에 우선 진출하고, 3년 차에는 나머지 지역에 출점할 계획"이라고 설명했다.

이어 "iM뱅크의 판관비는 2019년부터 2023년까지 약 15%포인트(p) 하락했고, 이는 은행 내에서 명예퇴직이 지속해서 이뤄지고 있는 덕분"이라며 "향후 3년 정도 대규모 명예퇴직이 진행되고 나면, 시중은행이나 시중금융지주와 유사한 CIR 수준을 달성할 수 있을 것"이라고 덧붙였다.

/안승진 기자 asj1231@metroseoul.co.kr

## 카드 News

### 롯데카드

#### '핑크어스 파트너스' 모집

롯데카드가 기업 지원 프로그램을 통해 지역 경제 활성화를 지원한다.

롯데카드는 '핑크어스 파트너스 2기'를 공개 모집한다고 1일 밝혔다.

핑크어스 파트너스는 ESG 경영을 실천하는 기업을 발굴하는 프로그램이다. 올해는 롯데카드와 함께 ESG 가치를 추진해 나갈 기업 7곳을 모집한다.

2기 응모 대상은 ▲지역 자원을 활용해 경제 활성화 기업 ▲취약계층 고용 등 사회 공헌 기업 ▲친환경 기술 혹은 서비스로 환경 문제 해결에 기여하는 기업 등으로 구성했다.

선발 기업에는 사업 지원 자금을 수여한다. ▲브랜드 마케팅 컨설팅 ▲전문가 멘토링 ▲디지트로캅 '핑샵' 입점 등 판로 확대 지원 ▲롯데카드 SNS 채널을 활용한 홍보 및 마케팅 지원 등 공통 혜택도 마련했다.

### 신한카드

#### '포인트 플랜 플러스' 출시

신한카드가 기존 포인트 플랜 카드의 혜택을 강화한 신규 상품을 공개했다.

신한카드는 개편을 통해 '포인트 플랜 플러스카드(사진)'를 출시했다고 1일 밝혔다.

이번 상품은 국내 모든 가맹점에서 '일상 생활비 적립 서비스'를 동일하게 제공한다. 이용금액에 따라 최대 3.0%를 마이신한포인트로 적립한다. 포인트 적립률을 강화해 기존 포인트 플랜 대비 최대 0.5%포인트(p) 높은 적립률을 적용했다.

신한 솔(SOL)페이를 이용할 경우 0.5%를 추가로 쌓을 수 있다. 최대 3.5%까지 포인트를 받을 수 있다. 해외 가맹점에서는 금액과 결제방법에 관계 없이 1%를 적립한다.

이 카드의 연회비는 국내 전용 3만원, 해외 겸용(Visa) 3만3000원이다.

### KB국민카드

#### '제주 여행, 혜택 챙기세요'

KB국민카드가 침체한 제주 지역의 경기 활성화를 위해 소비 촉진 행사를 마련했다.

KB국민카드는 제주도로 워케이션을 떠나는 고객에게 유용한 혜택을 제공한다. 1일 밝혔다.

오는 31일까지 KB페이에서 행사 종료 후 외식업종 가맹점에서 2만원 이상 현장 결제하면 2000원을 돌려준다. 캐시백은 행사 기간 중 최대 5회 제공한다.

'아일랜드 워크랩 제주'를 방문해 워케이션 참여를 인증하면, 제주도 지역 화폐 '탐나는전' 지류 상품권 1만원을 지급한다. 이어 KB페이 최초 신규 가입 고객에게는 행사응모시 메가MGC 커피 아이스아메리카노 모바일 쿠폰 1매를 선물한다. /김정산 기자 kimsan119@

## 시중·인터넷은행, 주택 관련 대출금리 추가 인상

### 부동산 중심 가계대출 증가세 은행 가산금리 지속 인상 전망

금융당국의 가계대출 관리 주된 은행들이 주택담보대출과 전세대출 등의 가산금리를 잇따라 인상하고 있다.

1일 금융권에 따르면 우리은행과 케이뱅크가 주택 관련 대출 금리를 추가로 올린다.

우리은행은 오는 2일부터 5년 고정금리 기준 영업점 주택담보대출 및 아파트담보대출 금리를 0.3%포인트(p) 올린다. 비대면 아파트는 0.2%p, 비대면 연립·다세대 주택대는 0.15%p씩 인상, 2년 고정금리 전세자금대출 금리도 0.1%p 인상한다.

우리은행은 지난 7월 12일과 24일에도 가계대출 금리를 올린 바 있어 한 달 새 3번의 금리를 인상하게 됐다.

케이뱅크도 지난 7월 30일 아파트담보대출 금리를 상품별로 최대 0.1%p 올렸다.

이달에만 세 번째 인상으로 지난달 23일 아파트대 같아타기 상품(5년 주기형) 금리를 0.1%p(구입자금 목적 제외) 올렸고 9일에는 0.1%p 인상을 바 있다.

시중은행과 인터넷은행들의 가산금리 인상은 지속될 것으로 보인다. 부동산 경기 회복에 따른 영끌(영혼까지 끌어모아 투자), 빚투(빚내서 투자) 중심으로 가계대출 증가세가 좀처럼 꺾이지 않고 있기 때문이다.

5대시중은행(KB국민·신한·하나·우리·NH농협)의 주택담보대출 금리는 지난 7월 25일 기준 557조4116억원으로 6월 말(552조1526억원) 대비 5조2600억원 가까이 급증했다.

한 달 동안 5조원대 주택담보 증가 규모는 지난 5월 이후 3개월째 지속되고 있다.

주택담보 잔액은 상반기에만 22조 2604억원 늘어났고, 4월 4조3433억원, 5월 5조3157억원, 6월 5조8467억원으로 규모가 커지고 있다.

시장에서는 2단계 스트레스 총부채원리금상환비율(DSR)이 시행되는 9월까지 가계대출 증가세가 지속될 가능성이 크다고 전망하고 있다.

한국은행이 발표한 '6월 금융기관 가중평균 금리'에 따르면 가계대출 금리는 전월(4.49%)대비 0.23%p 하락한 4.26%를 기록했다. 한 달만의 하락 전환으로 2022년 6월 기록한 4.23% 이후 최저치다.

주택담보 금리는 전월대비 0.2%p 하락한 3.71%로 지난 2021년 12월

(3.63%) 이후 최저다. 은행채와 코픽스 등 지표 금리 하락 영향으로 지난해 11월(4.48%) 이후 8개월 연속 하락이다. 고정형 주택담보 금리는 3.69%로 전월(3.89%)대비 0.2%p 떨어졌고, 변동형 주택담보 금리는 4.20%로 0.06%p 하락했다.

연 5%대 후반을 맴돌던 주택담보 금리가 3%대 중반 범위에 들어서면 부동산 매수 심리를 더 자극 할 것으로 보여 금융당국의 추가 대책이 필요한 상황이다.

시중은행 관계자는 "스트레스 DSR 2단계 시행 전 대출을 받으려는 수요가 몰리고 있고 대출금리 역시 연 3%대로 하락해 수요가 몰릴 것"이라며 "스트레스 DSR 2단계 시행 전 가계대출 안정화를 위한 금융당국의 대책이 필요하다"고 말했다. /이승용 기자 lsy2665@

## 우미건설, '린' 브랜드 리뉴얼... "새 아이덴티티 '퓨어'"

### 퓨어라이프 등 핵심 가치 제시

우미건설은 아파트 브랜드인 '린(Lynn)'을 리뉴얼 한다고 1일 밝혔다.

'린'은 한자 '이웃 린(隣)'에서 그 의미를 가져온 아파트 브랜드로 2006년 도입했다.

리뉴얼된 '린'은 '순수함'을 아이덴티티로 설정했다. 주거의 본질적인 기능에 충실하고 간결한 디자인을 가진



우미건설 브랜드 '린' 리뉴얼 로고.

주거 상품을 추구하겠다는 의미다. 새로운 '린'은 ▲퓨어라이프(PureLife·공간에 대한 기준 제시) ▲퓨어엑셀런스(Pure Excellence·전문성에 기반한

고품질) ▲퓨어 하트(Pure Heart·고객을 대하는 진솔한 자세)를 핵심가치로 제시한다.

브랜드 아이덴티티에 맞춰 로고 글자체도 간결하고 명료하게 다듬었다. 커뮤니티를 의미하는 C자형 원은 주황색 온점으로 바뀌었다. 주황색은 따뜻한 마음, 온점은 완전함을 상징한다. 슬로건은 삶을 위한 든든한 버팀목, 마음 놓고 기댈 수 있는 집이라는

의미의 '린 온미(Lean on me·나에게 기대세요)'다.

리뉴얼된 '린' 브랜드는 하반기 분양하는 '원주역 우미린 더스카이'부터 순차적으로 적용될 예정이다.

우미건설 관계자는 "새로운 린은 주거의 본질적 기능을 추구하고, 입주민들에게 본연의 삶을 위한 시간과 공간을 제공하는 것을 목표로 한다"며 "시장의 변화에 한 발 앞서 트렌드를 이끌어가는 브랜드가 될 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

/안상미 기자 smahn1@