

‘데이터·AI·결제 혁신’... 신사업 드라이브 속도전



⑩ 박창훈 사장

신한카드는 올해 새로운 수장을 맞이했다. 지난해 신한금융그룹은 박창훈 본부장을 신한카드 사장으로 발탁했다. 부사장 직급을 거치지 않은 만큼 파격 승진이란 평가가 나왔다. 신한카드는 박창훈 사장이 지휘봉을 잡은 만큼 ‘결제 기능 제고’ 등을 토대로 ‘회원 영업’과 ‘신사업’ 등 두 가지 과제에 집중할 전망이다. 박 사장은 취임사를 통해 “국제통화기금(IMF) 외환위기를 제외하면 지금까지 위기 신호가 체감되는 요즘 같은 시기는 없었던 것 같다”며 “변화와 혁신의 의지로 카드업의 본질을 향해 묵묵히 도전해 갈 때, 빛나는 미래는 우리에게 모습을 내비쳐 줄 것”이라고 말했다.

◆ ‘변화와 혁신’ 결제 편의성 높인다.

2일 금융업계에 따르면 이르면 이달 중 애플페이에 신한카드를 등록할 수 있게 될 전망이다. 신한카드는 “확인할 수 있는 내용은 없다”는 입장이지만 박 대표의 영업 기조와 애플페이 진입이 일치하는 만큼 가능성이 높다는 시각이 지배적이다.

박 대표는 올해 취임사를 통해 ‘변화’와 ‘혁신’ 두 가지 키워드를 강조했다. 본격적인 영업 확장 행보를 시사한 가운데 애플페이가 신한카드의 신성장 동력으로 작용할 수 있단 관측이다.

현재 신한카드는 신규 회원을 유인할 새로운 콘텐츠가 필요하다. 지난해 하반기 회원 모집 속도에 제동이 걸리면서 경쟁사와 격차도 좁혀지고 있다. 여신금융협회에 따르면 지난해 7월 신한카드의 신규 회원은 11만명이다. 8월 신규 회원 수는 10만4000명으로 6000명 감소했다. 이후 11월(9만8000명)까지 내리막길을 걸었다. 신규 회원 모집 능력만 보면 업계 중 위권이다.

박 사장은 취임사에서 “인구 감소와 시장 성장률 정체, 우리의 과거 성공 방정식을 참고해 경쟁사의 전략이 날카로워지고 있다. 이것이 우리에게 놓인 냉정한 현실이다”라고 지적했다.

그는 신성장 동력 확보를 위한 투자를 강조했다. 애플페이 진입에 따른 수익성 악화 요인 또한 감내할 것으로 풀이된다. 앞서 애플페이에 진입한 현대카드는 애플에 결제수수료 0.15%를 지급하는 것으로 알려졌다. 올해부터 카드사가 연매출 3억원 미만 영세가맹점에 부과하는 수수료율(0.40%)의 37.5%에 해당한다.

금융감독원에 따르면 지난해 3분기 신한카드의 가맹점수수료 누적수익은 5807억원이다. 매 분기 1900억원 이상의 수익을 거둬 들었다. 단순 셈법으로만 놓고 보



이달 중 애플페이 등록 가능성 ↑
결제 편의성 확대, 회원 유입 기대
수수료 부담 속 경쟁력 강화 전략

‘데이터바다’로 빅데이터 사업 본격화
AI 상담 도입, 서비스·운영 효율 증대
글로벌 데이터 공략, 시장 영향력 확대

‘AI 5025’로 상담·결제 시스템 고도화
‘솔트래블’ 성장 지속, 여행 서비스 강화
인프라 활용해 질적 성장·시장 확대

면 올해 분기별 700억원 안팎의 수수료 이익이 감소할 수 있다.

박 사장은 “변화는 향후를 위한 생존 비용(Cost)이란 말을 인상 깊게 들었다”라며 “우리에게 맞는 새로운 전략을 고민하고 지불 방식 경쟁력을 갖춰 시장 지위를 확대할 것”이라고 강조했다.

◆ 플랫폼 성장으로 신성장 동력 구축

신한카드는 올해 플랫폼 분야 육성에

적잖은 공을 들일 전망이다. 카드업계가 자사 플랫폼을 통한 결제를 유도하고 있는 데다 신규 회원이 늘어날수록 신사업 확장을 가속할 수 있기 때문이다. 신규회원은 데이터 사업 경쟁력 확보에 긍정적인 영향을 줄 전망이다. 카드사가 결제 데이터를 중심으로 가공·판매하고 있기 때문이다.

신한카드는 업계에서도 데이터 사업에

적극적으로 나서고 있다. 지난해 데이터 플랫폼 ‘데이터바다’를 공개했다. 신한카드가 가진 빅데이터와 분석 노하우를 활용해 상권분석과 시장 모니터링 등에 활용할 수 있도록 노력을 기울이고 있다. 신한카드는 월평균 데이터 3억5000건을 수집한다.

지난해 11월 기준 전체 회원 수는 1437만9000명이다. 카드사 중 가장 많은 회원을 보유하고 있다.

박 사장은 취임사에서 자신을 ‘양적(Quantity) 주의자’라고 소개했다. 신규 회원 확보의 필요성을 언급한 것이다. 양적 혁신을 안정적으로 확보해야 질적(Quality)인 부분을 높일 수 있다고 설명했다.

박 사장은 조직 내에서 ‘영업통’으로 분류된다. LG카드를 시작으로 신한카드에서 영업추진팀장과 ▲신성장본부장 ▲페이사업본부 ▲페이먼트그룹장 등을 역임했다. 그중 페이먼트그룹의 경우 결제 분야 확장을 위해 남다른 영업 능력이 필요한 부서다. 신규 회원 확보는 물론 신성장 동력 설립을 위한 영업 일선에서 활발한 지휘가 예고된다.

박 사장은 “양적 혁신이 없는 회사가 질적 혁명을 이룬 사례는 세계 기업 그 어디에도 없다”라며 “질적 혁명은 양적 혁신이 있을 때만 가능하다고 저는 굳게 믿고 있다”고 했다.

◆ 기존사업과 신사업, 연결점은?

올해 신한카드는 기존에 구축했던 인프라를 적극 활용할 전망이다. 박 사장이 임기 초기 자신만의 프로젝트는 물론 기존 자산을 바탕으로 신사업을 꾸리는 ‘연결고리’를 구상할 것으로 예상된다. 기존 발판을 토대로 신규 사업을 함께 견인해야 하는 만큼 여계가 무겁다.

‘AI(인공지능) 5025’ 프로젝트는 박 사장 체제에서도 활용성이 높다. 인공지능 상담사를 배치해 상담 서비스의 질을 높일 수 있다. 지난 2022년 인공지능 상담 업무 비중은 23%에 그쳤지만 2023년말 31%까지 끌어 올렸다. 결제내역 안내는 물론 분실신고 및 해제, 카드 발급심사 등의 업무를 인공지능이 대체하면 영업 효율을 높일 수 있다.

지난해 출시한 ‘솔트래블’의 지속 성장도 기대된다. 카드업계가 여행 업종에서 진검승부를 이어가면서다. 업계에서는 여행 관련 수요가 코로나19 확산 이전 수준으로 회복했다고 본다. 트래블카드의 역할이 상표 가치 제고까지 이어질 수 있는 상황이다.

앞서 신한카드는 캐나다 및 싱가포르관 광청과 업무협약을 체결했다. 해당 국가에 방문한 신한카드 가입자에게 할인·경품 혜택을 제공한다. 이어 우즈베키스탄과는 경제재정부·법무부·중앙은행 등과 빅데이터 활용을 추진한다.

신한카드 관계자는 “세계 데이터 시장 공략에 집중할 방침이다”라며 “그동안 신한카드가 적합한 데이터 사업을 토대로 새로운 부가가치를 창출할 것”이라고 말했다. /김정산 기자 kimsan119@metroseoul.co.kr



협약식에 참석한 박창훈 신한카드 사장(오른쪽)과 송하중 사학연금 이사장이 기념사진을 촬영하고 있다. /신한카드