

‘딥체인지’ 앞세워 플랫폼 혁신 후금융·디지털 고도화 총력

삼성카드사는 올해 새로운 대표를 맞이했다. 카드업계가 인사쇄신을 단행하는 가운데 김이태 삼성카드 사장이 ‘바통’을 이어받았다. 김대환 전 대표는 지난 2020년 1월부터 5년여간 삼성카드를 이끌었다. 건전성 관리에 각별한 신경을 쓴 것으로 잘 알려져 있다.



삼성카드

⑬ 김이태 대표이사

김이태 사장의 역할은 플랫폼 성장에 방점을 찍는 ‘혁신 경영’이 될 전망이다. 김 사장은 기획재정부 국제금융과장 출신이다. 지난 2016년 삼성전자에 투자관리(IR) 임원으로 입사했다. 이후 글로벌커뮤니케이션 그룹장 및 전략그룹장, 대외협력팀장 등을 역임했다. 삼성벤처투자에서 지난 2024년부터 1년여간 지휘봉을 잡았다. 임기 기간 9조원대 해외벤처펀드에 180억원을 출자하는 등 공격적인 영업 행보를 보였다.

◆ ‘모니모’ 중심으로 시너지 높여야

김 사장은 신년사를 통해 차기 경영 기조를 강조했다. ‘김이태호’의 슬로건은 ‘딥체인지(Deep Change)’다. 디지털 분야에서 두각을 나타내겠다는 포부다. 카드업계는 올해 디지털 분야의 진일보를 예고했다. 삼성카드 또한 정면대결을 펼칠 방침이다.

연체율 최저… 재무 건전성 확보 대손충당금 감소, 리스크 관리 강화 후 금융·디지털 고도화 총력 신용판매·대출 확대 등 시장 공략

카드업계는 지난 2019년부터 본격적인 디지털전환(DT)을 시도했다. 그러나 고금리 여파에 영업 기조를 ‘생존’에 둔 만큼 디지털 관련 사업에는 소극적으로 나선 바 있다.

삼성카드의 경영전략은 경쟁사 대비 뚜렷하다. 삼성금융네트웍스가 운영하고 있는 ‘모니모’ 앱에서 카드사로서 임무를 강화할 전망이다. 모니모는 삼성카드와 삼성생명, 삼성화재, 삼성증권 등 삼성금융사의 통합앱이다. 지난 2022년 4월 모습을 공개한 이래 신용 관리 및 마이데이터 서비스를 탑재하는 등 고도화에 나서고 있다.

삼성카드사는 모니모에서 시너지를 높이기 위해 결제 분야를 강화할 예정이다. 지난해 삼성카드사는 특허청에 ‘모니모페이’의 상표권을 출원했다. ‘슈퍼앱’ 구축을 위해 결제 기능 고도화에 착수한 것이다. 모니모 사



삼성금융네트웍스 모니모 이미지.

/삼성카드

용자의 편의성을 높여 신규회원 유치 등 영업 분야에서도 상호작용을 할 전망이다.

지난해 삼성카드는 ‘모니모A 카드’를 공개했다. 국내외 모든 가맹점에서 결제 금액의 0.5%를 적립하며 모니모앱에 7일 이상 접속하면 적립률을 0.5%포인트(p) 추가로 제공한다. 이밖에도 특정 보험 상품에 가입하면 결제금액의 9%를 추가로 쌓을 수 있다.

김 사장은 “딥체인지를 통해 대내외 어려운 환경을 극복하고 새로운 미래를 준비해 지속 성장하는 회사를 만들어야 한다”고 강조했다.

◆ 건전성 최상위, ‘1등 카드사’ 목표

올해 삼성카드가 숙원 과제인 ‘1등 카드사 도약’을 이뤄낼 지 주목된다. 그동안 삼성카드는 건전성 확보에 적잖은 공을 들였다. 금융감독원에 따르면 지난해 3분기 기준 삼성카드의 1개월 이상 연체율은 0.94%다. 여기에 대환대출 잔액을 포함하면

1.03%로 소폭 상승한다. 주요 카드사8곳(신한·삼성·KB국민·현대·롯데·우리·하나·비씨카드) 중 가장 낮은 수준이다.

2024년 삼성카드가 적립해야 할 대손충당금 또한 감소할 전망이다. 지난 2023년 말과 비교하면 연체채권을 털어내는 데 성공했기 때문이다. 대손충당금은 연체 기간별 적립비율을 차등 적용한다. 모든 구간의 연체율이 감소한 것은 긍정적인 신호로 해석된다.

특히 3~6개월 연체액을 가장 많이 줄였다. 작년 9월말 기준 삼성카드의 3~6개월 연체액은 863억5300만원이다. 연간 19.7% 감소했다. 이어 ▲1~3개월 연체액(17.2% ↓) ▲6개월이상 연체액(14.7% ↓) ▲1개월미만 연체액(8.7% ↓) 순이다.

건전성을 확보한 만큼 대출, 신용판매 등 수익 사업에서도 자유롭다. 올해는 자동차 할부 수익 확대가 요구된다. 지난해 관련 수익이 감소했

기 때문이다. 지난해 9월말 삼성카드의 자동차 할부 수익은 93억8500만원이다. 연간 11.2% 감소했다. 자동차 할부의 경우 수익성은 물론 신관잔액 확대까지 노릴 수 있는 만큼 시장 점유율을 높여야 한다.

최근 삼성카드는 자동차 금융 상품 영업에 공격적으로 나서고 있다. 여신금융협회에 따르면 이달 삼성카드로 현대자동차 디올뉴 그랜저(현금구매비율 30%·대출 기간 36개월)를 구매하면 연 3.9~7.1% 금리를 적용한다. 업계 최저 수준이다. 아울러 일시불로 자동차를 구매할 때 찾는 ‘오토캐시백’ 비율도 네이버페이를 이용할 경우 2.4%로 업계에서 환급률이 가장 높다. 건전성을 바탕으로 공격적인 영업을 단행하는 모양새다.

모니모 결제 고도화, 슈퍼앱 도전 자동차 금융 금리 경쟁력 확보 데이터 협력·신사업 등 확대 ‘딥체인지’ 전략… 디지털혁신 가속

◆ 카드사 ‘영업공식’ 업무협약 늘릴까?

김 사장 체제 아래 타 업권과의 공격적인 업무협약도 점쳐진다. 김 사장이 삼성벤처투자에서 공격적인 영업활동을 펼쳤기 때문이다. 통상 카드사의 경우 타업권과 업무협약을 통해 시장 점유율을 확대한다. 충성고객 확보뿐 아니라 사업 프로젝트 진행 시 발생하는 부담도 함께 충당할 수 있기 때문이다.

지난해 삼성카드는 내실경영에 방점을 찍으면서 연간 업무협약은 3차례에 그쳤다. 그중 데이터 관련 협약이 2차례다. ‘세빌스코리아’ 및 ‘아모레퍼시픽’과 맞손을 잡았다. 신사업의 초석을 다졌지만, 신규 회원을 확보할 유인책으로 보긴 어렵다는 평가다.

여신금융협회에 따르면 지난해 11월 삼성카드의 신규 회원은 11만명이다. 같은해 7월 11만7000명을 확보한 뒤 등락을 반복했다. 신규 회원 확보 속도만 놓고 보면 업계 상위권이다.

삼성카드 관계자는 “오는 3월 김이태 사장이 주주총회를 거쳐 정식 선임되면 구체적인 경영 윤곽이 나올 것”이라고 말했다.

/김정산 기자 kimsan119@metroseoul.co.kr



Chat GPT에 의해 생성된 ‘오토할부 영업사원’ 이미지.