

성장의 변곡점... 수익성 다지고 베트남 시장 키운다

롯데카드

① 조좌진 대표 <끝>

롯데카드는 올해도 조좌진 대표가 진두지휘한다. 조좌진 대표는 지난 2020년 3월 취임했다. 올해 임기 6년차에 접어 들었다. 올해는 MBK파트너의 롯데카드 인수 7년차다. 롯데카드의 최대주주인 사모펀드 MBK파트너스는 매각 의지가 여전하다. 조 대표의 우선 과제가 롯데카드 매각 성사로 추려지는 이유다. 기업이미지 제고와 내실성장 등 과제를 안고 있다. 3연임에 성공한 만큼 임무가 막중하다. 시장에서는 적절한 '엑시트' 시기가 지났단 관측이 지배적이다.

조 대표는 "2025년은 차별화된 전략을 바탕으로 중장기적 성장을 이뤄 나가는 첫해가 될 것"이라며 "지금부터 3년 동안은 새로운 미래를 창출해 내야 하는 중요한 타이밍이다"라고 강조했다.

◆ 견고한 성장세... 속제는 수익성 제고

지난해 3분기 기준 롯데카드의 누적 당기순이익은 1025억원이다. 전년 동기 대비 72% 감소했다. 지난 2023년 자회사인 '로카모빌리티'를 매각한 일회성 수익이 사라진 영향이다. 반면 연간 자산과 영업수익은 각각 9.3%, 8.6% 증가했다. 카드업계 업황이 쪼그라든 가운데 장기적인 흐름에서 성장 동력 구축에 성공했다는 평가다.

올해 과제는 '디지털' 플랫폼을 활용한 수익성 제고다. 그간 롯데카드는 인공지능을 활용한 '초개인화' 마케팅을 강화하면서 충성고객을 잇따라 확보했다. 법인 채널을 리뉴얼하고 앱을 전면 개편하는 등 사용자경험(UI) 제고에도 적잖은 공을 들였다. 이제는 신규 고객 유입 및 수익성 전환이 요구되는 시점이다. 올해 본격적인 수익화 작업에 착수하겠다는 방침이다.

여신금융협회에 따르면 지난해 전업 카드사 8곳(신한·삼성·KB국민·현대·롯데·하나·우리·비씨카드)의 개인 신용카드 승인금액은 510조3102억원이다. 연간 5.27% 증가했다. 반면 롯데카드의 개인 신용카드 승인금액은 53조 5753억원이다. 연간 7.48% 증가하면서 견고한 성장세를 나타내고 있다.

협업을 통한 신규 상품도 대거 출시할 전망이다. 조 대표가 공격적인 영업을 시사하면서다. 지난해 롯데카드는 토스플레이스, 오케이몰 등 플랫폼과의 협업에 이어 라이나생명과 메리츠화재, 프리드라이프 등 보험, 상조업체와도 손을 잡았다. 협업을 통한 신상품 출시에 적극적인 행



조좌진 롯데카드 대표.



디지털 플랫폼을 활용해 신규 고객 확보 나서 법인 채널 개편·앱 리뉴얼로 UX 강화 초개인화 마케팅으로 충성 고객 늘려

법인 증자 완료, 소상공인 대출 출시 현지 결제 인프라 확대 위한 협력 강화 신용평가모델 구축, 우량자산 확보 박차

스타트업·소상공인 지원 사업 확대 재기 지원·온누리상품권 활성화 추진 데이터 활용한 맞춤형 정책 큐레이션

보를 보였다. 조 대표의 영업 능력이 돋보이는 대목이다.

조 대표는 "2025년은 지난 성과에 안주하기보다는 한 번 더 퀀텀점프(Quantum Jump) 할 수 있는 새로운 도전을 시작해야 하는 시기다"라고 말했다.

◆ 베트남 시장 성장 발판 마련

조 대표는 ▲새로운 비즈니스모델 전환 ▲디지털 전략 자산 성과 가시화 ▲신사업 발굴 및 확대 ▲베트남 사업 성장 기반 구축 ▲업무 방식과 문화의 재창출 노력 등 2025년 신년 전략 5가지를 발표했다. 베트남 시장의 중요성을 강조한 것으로 풀이된다. 지난해 6월 롯데카드는 베트남 시장 진출 6년만에 흑자 전환에 성공했다.

올해 베트남 시장 공략의 분수령은 소상공인 영업이다. 베트남 통계청에 따르면 지난해 베트남의 국내총생산(GDP)은 7.09% 증가했다. 당초 목표치인 6.5%를 상회하는 수치다. 수출 호조에 힘입어 의류, 농산물 등의 수출이 증가했다.

그간 롯데카드가 베트남 현지에서 쌓아놓은 자산은 소상공인 영업에 유리하게 작용할 전망이다. 지난해 5월 롯데카드는 '롯데파이낸스 베트남'에 937억원 규모의 증자를 완료하면서 몸집을 키웠다. 이어 알리엑스(Allex) 및 이페이 등과 업무협약을 체결했다. 올 상반기 소상공인 및 프랜차이즈 대상 대출 상품을 출시할 예정이다.

신용평가모델 구축 또한 숙원 과제다. 동남아시아 시장에 진출한 국내 금융회사의 경우 사업 초기 신용평가 모형 구축에 난항을 겪는다. 그간 롯데카드는 직장인과 공무원 등 우량회원 중심 영업을 펼쳤다. 연내 자체 신용평가모형을 구축하고 우량자산을 확대하겠다는 전략이다.

조 대표는 "중장기적 성장을 이룩해 나가기 위한 시발점이자 첫해가 2025년이 되어야 한다"라고 강조했다.

◆ 브랜딩이 생명, 사회공헌 지속

매각 의지를 다지고 있지만 사회공헌 활동도 활발하다. 롯데카드의 사회공헌활동은 스타트업 및 소상공인 지원에 초점을 맞춘 것으로 잘 알려져 있다. 특히 ESG경영 실천 기업을 지원하는 '핑크어스 파트너스 2기' 모집에서는 앞선 1기 대비 높은 경쟁률을 기록하며 흥행에 성공했다.

소상공인과 상생협력도 지속한다. 지난해 7월 롯데카드는 소상공인시장진흥공단과 상생협력을 위한 업무협약을 체결했다. ▲소상공인 재기지원사업 ▲대환대출 ▲온누리상품권 ▲소상공인 O2O플랫폼 진출 지원 등을 돕는다. 'ESG기업 육성'과 '상생' 두 마리 토끼를 잡겠다는 방침이다.

롯데카드 관계자는 10일 "앞으로도 롯데카드가 가진 데이터 분석 역량과 디지털 플랫폼을 이용해 연령과 업력, 지역, 업종 등에 적합한 '정책 큐레이션'을 통해 상생성장을 도모할 것"이라고 말했다.

/김정산 기자 kimsan119@metroseoul.co.kr



롯데카드 신사옥 전경.



K-패스엔로카 카드 플레이트 이미지.



한정옥 롯데카드 디지털카 본부장(오른쪽)이 권대수 소상공인시장진흥공단 부이사장과 상생 협력을 위한 업무협약식에서 기념촬영을 하고 있다. /롯데카드