

지급결제시장 변화와 카드업의 미래*

류 창 원 연구위원(cwryu@hanafn.com)

코로나19 이후 지급결제시장의 변화가 매우 크다. 빅테크가 중심이 된 간편결제의 확산이 가속화되고 선불충전금 등 비카드 결제도 크게 증가하였다. 결제를 내재화하는 커머스 업체의 영향력도 커졌다. 정부가 지급결제시장의 경쟁과 혁신을 촉진하는 가운데 카드사들의 경쟁력은 빅테크 간편결제사 대비 약하다. 카드사들은 개방형 종합결제플랫폼으로의 변화를 추진하고 정부도 카드 인프라를 더욱 발전시킬 수 있도록 카드사의 종합지급결제업을 허용하는 등 균형있는 정책을 추진해야 한다.

카드업은 지급결제 기능과 부대 혜택 제공을 통해 모집된 고객을 기반으로 수수료 수익과 이자 수익을 창출하는 사업이다. 이 과정에서 카드사들은 개인들의 인구 통계 데이터와 결제를 통한 다양한 라이프 스타일 데이터, 여신사업을 통한 신용 데이터를 갖게 된다. 카드사, 회원(소비자), 가맹점으로 구성된 산업 구조는 양면플랫폼의 성격을 갖고 있다. 플랫폼이 유지되기 위해서는 양면의 균형과 플랫폼 운영자에 대한 신뢰가 필요하다. 그런데 최근 지급결제시장의 환경 변화는 플랫폼 양면에서 균열을 일으키면서 카드업이 지속가능한 산업이 될 수 있을까 하는 우려를 낳게 하고 있다.

카드업은 회원과 가맹점을 연결하는 양면 플랫폼의 성격을 보유

:: 지급결제 시장의 변화는 코로나19를 거치면서 가속화

우선 지급결제시장에서 빅테크의 영향력이 더욱 커졌다. 빅테크가 중심이 된 간편결제는 전자상거래 확산으로 성장세를 지속하고 있다. 간편결제 이용 규모는 2016년 이후 연평균 57% 증가하였으며, 2021년 221조원에 달해 국내 민간결제 1,000조원의 20%를 넘어섰다. 코로나19를 거치면서 소비여력이 큰 40대 이상 중장년층들도 간편결제를 늘리고 있어 간편결제 규모는 더욱 커질 것으로 예상된다. 간편결제 사업자 경쟁에서는 빅테크 등 전자금융업자가 금액기준으로 '21년말 49.7%를 기록하여 카드사 등 금융회사(27.6%)를 압도하고 있다. 한편 빅테크 간편결제사들은 카드사의 강점 영역이었던 오프라인 결제까지 영역을 넓히고 있다. QR기반 독자결제망을 확대하고 결제와 멤버십 적립을 한번에 가능하게 하는 등 편의성도 높이는 전략으로 카드사와 차별화를 꾀하고 있다. 카드사 간편결제 서비스는 주로 자사 카드만 연결되는 폐쇄형 구조에 생활 혜택도 부족한 편이다.

코로나19 이후 전자상거래 확산에 따라 간편결제는 성장세를 지속

* 본고의 내용은 집필자 개인의견으로 하나금융경영연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

선불충전금이 크게
증가하였고,
커머스사업자의
지급결제 영향력이
확대

미미했던 선불충전금 규모도 눈에 필만큼 커지고 있다. 2022년 1분기 카카오페이의 선불충전금은 4,046억원을 기록하였고 네이버페이에도 948억원이 적립되어 있다. 간편결제사 입장에서는 수수료를 지급해야 하는 카드 연결보다는 계좌 기반 선불충전금이 자사 생태계내에서 유통될수록 수익성이 개선된다. Z세대의 선불충전금 활용도가 높은 상황에서 결제 습관이 고착화될 경우 향후 카드사용이 일부 둔화될 수 있다.

커머스 사업자들의 영향력도 확대되고 있다. 온라인 쇼핑 결제수단으로 모바일 간편결제가 압도적이며 커머스 업체의 자체 충전금도 많다. 국내 스타벅스앱에도 3천억원이 충전되어 있다고 한다. 미국에서도 Apple Pay, Starbucks App 등 빅테크나 유통사업자의 영향력이 큰 반면 MasterPass와 같은 카드사의 영향력은 작은 편이다. 특히 해외에서 커머스업체의 적극적인 제휴로 BNPL(Buy Now, Pay Later)로 불리는 후불결제가 크게 증가하였으며 국내에서도 네이버파이낸셜이 혁신금융서비스로 후불결제를 제공하는 등 카드를 대체하기 시작하였다. 구매시 결제과정이 불편하면 매출로 이어지지 않기 때문에 커머스들은 자체 간편결제를 강화하거나 후불결제를 연계하는 ‘내재화된 결제(Embedded Payment)’를 강화할 것으로 예상된다.

❖ 신정부의 정책은 지급결제시장의 경쟁과 혁신을 촉진

카드업 발전에 정부
역할이 매우 중요한
가운데 정부는
지급결제산업의
혁신을 추진

과거에도 그랬고 미래에도 정부의 역할은 카드업 발전에 매우 중요하다. 정부는 소득공제와 같은 유인책을 도입하여 카드결제를 유도하였고 가맹점 수수료율 조정 등 가격에도 개입하고 있다. 이제 정부는 결제산업의 경쟁과 혁신을 촉진하고자 한다. 마이페이먼트, 종합지급결제업 등 새로운 결제 사업자를 육성하고 개인사업자CB 등 데이터 사업을 활성화할 계획이다. 마이데이터 사업은 이미 시작되었으며, 마이페이먼트와 종합지급결제업은 전자금융거래법 개정을 기다리고 있다. 지급결제시장에서 핵심적인 역할을 수행했던 카드사로서는 경계가 사라지는 위협이 아닐 수 없다.


새로운 라이선스를 확보하게 되면 빅테크 간편결제사들은 카드, 계좌, 충전금 등 다양한 결제수단을 제공하고, 후불결제서비스를 제공하여 사실상 신용카드사와 같은 역할을 수행할 수 있게 된다. 여기에 금융상품 중개 등의 서비스도 가능해져 명실상부한 종합금융플랫폼이 될 길이 열렸다. 카카오페이의 경우 송금과 결제를 기반으로 거래를 일으키고, 전자영수증, 인증서비스, 전자문서, 멤버십 등 생활서비스를 통해 고객을 Lock-in시키며, 투자, 대출,

보험 등 금융서비스를 통해 수익을 창출하는 전략을 활용하고 있는데, 지급결제 관련 회사들이 대부분 지향하는 모델이 될 것으로 예상된다.

아직까지는 간편결제에 카드 연결 비중이 높아 빅테크와 카드사가 상생하는 효과가 있으나 간편결제 수수료 인하 등의 규제가 실현되면 빅테크 간편결제사들이 카드사를 상대로 수수료를 부과할 가능성이 있으며 이 경우 카드사의 수익성은 크게 악화될 수 있다. 이미 카드사가 결제 접점이라는 인식이 상당히 흐릿해진 가운데, 최악의 경우 카드사는 카드 발급과 결제 인프라를 제공하는 인프라 공급자로 역할이 축소될 수 있다.

● 미래 카드업을 위한 카드사의 혁신과 정부의 균형있는 정책 필요

새로운 정책에 대응하기 위한 카드사들의 역량은 고객기반과 개방성, 데이터 분석 등에서 빅테크 간편결제사보다 전반적으로 미흡하다. 카드사들은 우수한 인재 확보와 투자를 바탕으로 과감한 혁신과 디지털 전환이 필요하다. 다양한 결제 수단을 제공하고 생활속에서 차별화된 결제 경험을 제공해야 한다. 특히 카드사가 강점을 가진 다양한 데이터에서 가치를 찾아야 한다. 소비지출 관리 뿐만 아니라 맞춤형 금융상품 추천 등으로 마이데이터 서비스를 고도화하고 소비자들의 결제 데이터를 활용하여 효과적인 마케팅을 지원하는 등 가맹점을 위한 다양한 서비스를 제공할 필요가 있다. 자사 카드에서 모든 지급결제수단으로, 결제 중심에서 종합생활금융서비스로 카드업의 영역을 확대해야 한다.

정부의 균형있는 정책도 필요하다. 최근 5년간 국내 카드업은 지속적인 가맹점 수수료 인하로 결제사업에서는 적자를 기록한 반면 여신사업을 확대하여 이자수익을 늘리고 비용을 줄이는 경영을 지속하였다. 이 과정에서 건전성은 필연적으로 악화되었다. 금리인상기 조달비용 증가로 올해 수익성 개선은 쉽지 않아 보인다. 혁신을 위한 투자가 늦춰질 우려가 크다. 신정부에서도 가맹점 수수료가 인하된다면 카드사들은 한계에 다다를 수 있다. 정책에서도 종합지급결제업자 등 새로운 라이선스가 카드사를 배제하고 전자금융업자에게만 부여되면 카드업과 빅테크 사이의 기울어진 운동장은 해소되기 어렵다. 결제수단으로서 카드는 신뢰성과 안정성, 범용성이 우수하다. 카드사들이 세계적 수준의 인프라를 바탕으로 종합금융플랫폼으로 발전할 수 있도록 균형있는 정책이 필요하다. 

과감한 디지털 전환과
데이터 기반 다양한
금융서비스를
창출할 필요

우수한 결제 인프라인
카드를 활용하고
발전시킬 수 있는
균형있는 정책이 필요