

수수료 내렸지만 카드사 상반기 순익 9405억원

이용실적 증가하면서 순이익 감소폭 2.7% 그쳐
카드론 연체율 2.33%→2.56% “추이” 모니터링”

올해 상반기(1~6월) 8개 전업카드사의 순이익(9405억원)이 가맹점수수료 인하 등 악영향에도 선방한 것으로 나타났다. 카드 이용실적이 증가하면서 수수료 인하 영향을 상쇄해 순이익 감소 폭이 2.7%에 그쳤다.

금융감독원이 9일 발표한 ‘2019년 상반기 신용카드사 영업실적’을 보면 8개 전업카드사의 당기순이익(IFRS 기준)은 9405억원으로 전년 동기(9668억원) 대비 2.7% 감소했다.

가맹점수수료 수익은 0.2%(134억원) 감소했지만 할부수수료 수익(23.0%), 카드론수익(3.7%) 등이 증가해 총수익이 2.6%(3198억원) 증가했다. 다만 대손비용(10.5%), 자금조달비용(9.7%), 마케팅비용(5.3%) 등 총비용이 3.1% 증가해 순이익은 감소했다.

올해 초 가맹점수수료 인하 영향에도 카드사의 가맹점수수료 수익이 크게 변동하지 않은 것은 카드결제 실적이 증가한 덕분이다. 금융당국은 올해 1월31일부터 신용카드의 경우 연 매출 5억~10억원, 10억~30억원 구간 가맹점의 평균 수수료율은 각각 약 0.65%p(2.05%→1.4%), 0.61%p(2.21%→1.6%) 인하했고, 체크카드는 구간별로 각각 약 0.46%p(1.56%→1.1%),

0.28%p(1.58%→1.3%)로 낮췄다. 상반기 중 신용·체크카드 이용액은 426조1000억원으로 지난해 같은 기간(405조6000억원) 대비 5.1%(20조5000억원) 증가했다. 신용카드 이용액(341조4000억원)과 체크카드 이용액(84조7000억원)은 지난해 같은 기간보다 각각 5.6%(18조1000억원), 2.9%(2조4000억원) 늘었다.

금감원 관계자는 “온라인 구매 등이 대부분 카드 결제로 이뤄지면서 이용실적이 꾸준하게 늘고 있고, 가맹점 수수료 인하 영향도 상쇄되고 있다”고 설명했다. 또 “당국 지도로 일회성 마케팅 등은 줄었지만 카드 할인 혜택 등 부가서비스 비용은 구매 실적이 늘면서 자연스럽게 늘었다”고 했다.

상반기 중 카드대출(현금서비스·카드론) 이용액은 52조3000억원으로 전년 동기(52조9000억원) 대비 1.1%(6000억원) 감소했다. 카드론 이용액(23.0조원)은 1.3%(3000원) 증가했지만 현금서비스 이용액(29조3000억원)은 3.0%(9000억원) 감소했다.

카드사 연체율(총채권 기준)은 1.61%로 지난해 6월 말(1.47%)보다 0.14%포인트(p) 상승했다. 카드대출 부문의 연체율(2.56%)이 같은 기간 0.23%p 상승한 데 주로 기인한다. 금감원 관계자는 “연체

율이 높긴 했지만 우려할 수준은 아니다”라고 했다.

조정자기자본비율은 23.1%(경영지도비율: 8% 이상)로 전년 동월(23.2%) 대비 0.1%p 하락했

다. 레버리지비율은 4.7배(감독규정상 지도기준: 6배 이내)로 0.1배 하락했다.

한편 6월 말 기준 신용카드 발급매수는 1억870만매로 지난해 6월 말(1억226만매) 보다 6.3%(644만매) 증가했다. 휴면카드 매수(998만매)는 휴면카드 자동해지 기준 변경(3개월→9개월) 등 영향으로 지난해 같은 기간(822만매) 대비 21.4%(176만매) 증가했다. 체크카

드 발급매수(1억1178만매)는 같은 기간 0.3%(30만매) 증가했다.

금감원 관계자는 “글로벌 경기둔화 등 대내외 여건 변화 등에 대비해 카드대출 연체율 주의 등 건전성 동향을 지속해서 살피고, 혁신금융서비스 지원 등 카드업계 신규 수의원 창출과 장기 경쟁력 강화를 위한 제도 개선을 지속해서 추진할 예정”이라고 했다.

뉴스1



민경천 한우자조금 위원장(왼쪽 두번째부터), 한우 홍보대사 배우 남궁민, 송태복 농리축산식품부 과장, 김태환 농협경제지주 축산경제 대표이사가 9일 오전 서울 청계광장에서 열린 ‘2019년 추석맞이 한우 직거래장터’ 개막식에 참석해 포즈를 취하고 있다.

“1년 만에 44% 급성장” 2분기 스마트워치 대전…애플 독주 vs 삼성 약진



글로벌 스마트워치 시장이 급성장하며 웨어러블 기기 시장의 외연이 확대되고 있다.

9일 글로벌 시장조사업체 스트래티지 애널리틱스(SA)에 따르면 올해 2분기 스마트워치 판매량

은 1230만대로 860만대가 팔렸던 전년 동기 대비 44% 성장했다.

가장 많이 팔린 스마트워치는 애플의 ‘애플워치’였다. 애플은 올해 2분기에만 약 570만개의 애플워치를 판매량 1위를 달성했다. 이는 380만개를 판매했던 전년 동기 대비 50% 가까이 성장한 수치다.

삼성전자의 성장도 눈에 띈다. 지난해 2분기에는 애플(44.4%)과 핏빗(15.2%)에 이어 10.5%의 점

유율로 3위에 불과했던 삼성은 올해 2분기에는 15.9%의 점유율을 확보하며 9.8%로 주저앉은 핏빗을 누르고 글로벌 2위를 달성했다.

스트리븐 월찌 SA 수석 분석가는 “현재 글로벌 스마트워치 업계 세계 2위인 삼성은 최근 발표한 갤럭시 워치 액티브2” 같은 새로운 모델을 통해 더 입지를 다질 것”이라고 예상했다.

향후 글로벌 스마트워치 시장

은 더욱 성장할 전망이다. 애플의 경우 지난해 9월 ‘심전도(ECG)’ 측정 기능과 ‘낙상 감지 기능’을 탑재하고 판매한 ‘애플워치4’가 호평을 받고 있으며, 오는 10일 (현지시간) 새로운 ‘애플워치5’를 내놓을 것으로 보인다.

삼성 역시 지난 2월 ‘갤럭시 워치 액티브’를 출시한데 이어, 지난 8월에는 최초로 ‘심전도(ECG)’ 측정 기능과 ‘낙상 감지 기능’을 탑재한 ‘갤럭시 워치 액티브2’를 발표하며 공격적인 행보를 이어가고 있다.

뉴스1

살기 좋고, 기업하기 좋은 광주에 투자하십시오

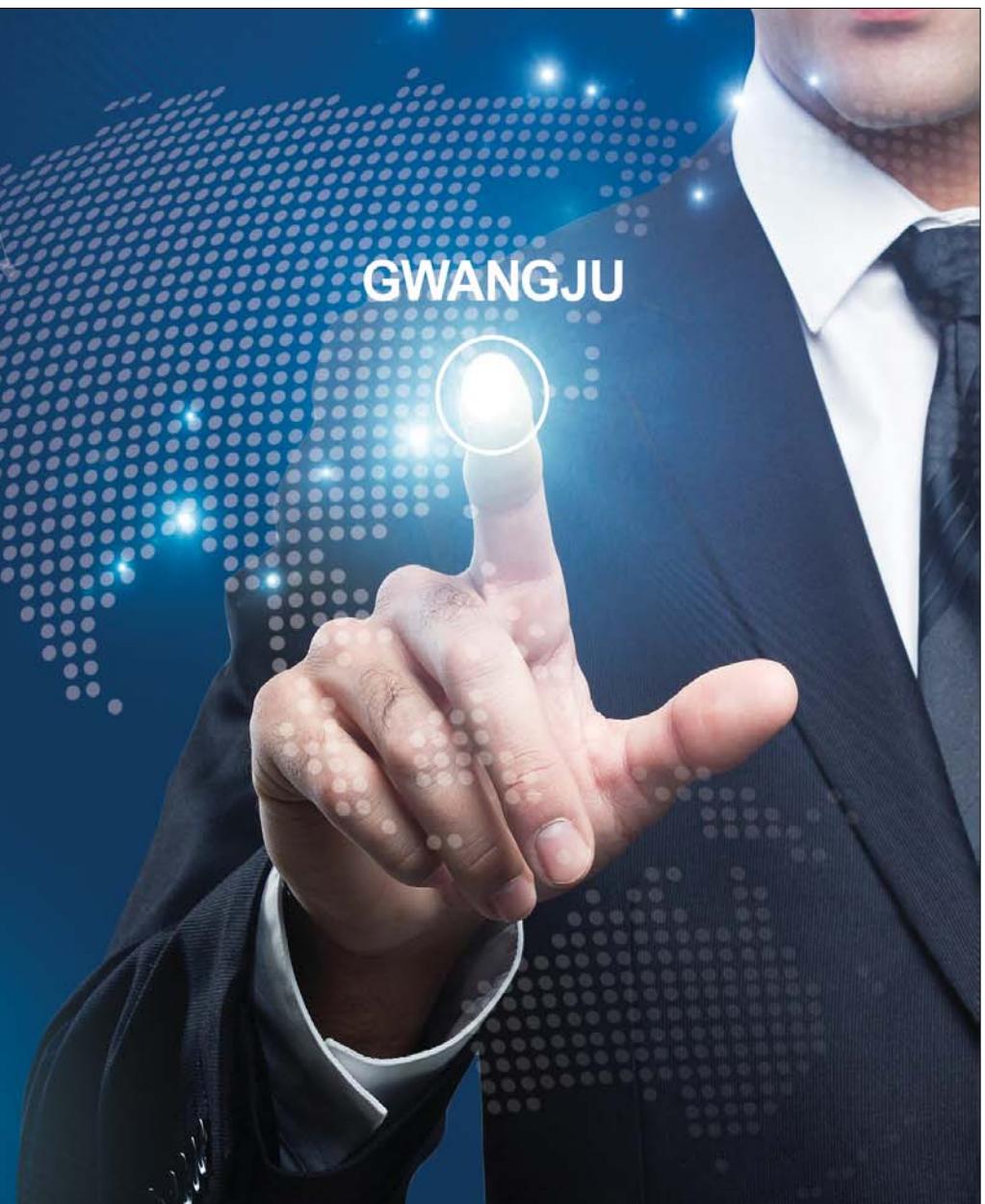
친환경 자동차·에너지·문화산업 육성

에어가전 및 공기산업 클러스터 구축

AI 중심 산업융합 집적화 단지 조성

풍부한 우수인력 및 연구개발 적극 지원

GWANGJU



일본차 사면 수리 못받나
닛산 철수 떤 기존 고객 피해

판매량 급감과 일본산 불매운동
여파로 일본 닛산자동차의 한국 시장 철수설이 수면 위로 떠올랐다.

9일 수입차업계에 따르면 지난 7일 영국 파이낸셜타임스(FT)의 닛산의 국내 시장 철수 관련 보도 이후 국내 자동차 온라인 커뮤니티 등을 중심으로 기존 닛산 고객들의 문의 관련 글이 잇따르고 있다.

FT는 회사의 고위 소식통을 인용, 닛산자동차가 지난 8월 한국에서 매출이 크게 떨어져 철수를 심각하게 고려하고 있다고 전했다.

철수설과 관련해 닛산과 닛산의 고급 브랜드 인피니티의 국내 판매를 총괄하는 닛산코리아는 뚜렷한 입장은 내놓지 않고 있다. ‘주족성 보도에는 내부방침상 어떠한 답변도 드릴 수 없다’는 게 회사 공식 입장이다. 고객센터 역시 동일한 취지의 답변을 하도록 지침을 내린 것으로 전해졌다. 이에 따라 고객 불안감은 높아져만 가고 있다.

실제 한일 경제전쟁이 해소될 기미를 보이고 있지 않아 철수 가능성은 배제할 수 없다. 만약 철수 후 적절한 고객 서비스가 이뤄지지 않을 경우 집단 소송 등의 파장도 예상된다.

닛산자동차는 지난 2004년 3월 한국법인을 세웠다. 인증 절차 등을 거쳐 2005년부터 인피니티 브랜드 프리미엄 스포츠유틸리티차(SUV) FX35, FX45 등을 판매했다. 2008년 닛산 브랜드마저 들어오며 현재까지 연평균 4800여대의 차량을 판매해왔다.

닛산은 올해 1~8월에 한국에서 인피니티 브랜드를 포함해 3581대의 차량을 판매했는데 이는 지난해 같은 기간에 비해 26.7% 줄어든 것이다. 브랜드별로 살펴보면 닛산은 2253대, 인피니티는 1328대를 각각 판매했는데, 판매 감소율은 닛산이 더 심각하다. 닛산과 인피니티의 판매량은 전년 동기 대비 각각 34.6%, 7.8% 감소했다.

닛산뿐 아니라 8월 일본 자동차의 전체 한국 판매량도 1398대로 지난해 대비 56.9% 급감했다.

이 같은 분위기로 닛산코리아의 차량을 구매한 고객들의 불안감은 급증하고 있다.

국내 법인 철수를 결정하더라도 닛산코리아가 A/S 등을 위해 일부 직영 서비스센터의 영업을 이어갈 수 있다. 하지만 해당 지역에서 멀리 떨어져 사는 고객들이 원활한 서비스를 받기는 쉽지 않은 실정이다.