

신용카드업 경쟁도 평가 결과 보고서

2022년 11월

금융산업경쟁도평가위원회

금융산업 경쟁도평가위원회

위원장	전상경	한양대학교	교수
위원	오광욱	고려대학교	교수
	윤민섭	한국금융소비자보호재단	연구위원
	여은정	중앙대학교	교수
	이기영	포항공과대학교	교수
	이수진	금융연구원	선임연구위원
	이효경	충남대학교	교수
	조성진	서울대학교	교수
	조혜진	인천대학교	교수
	최현경	산업연구원	연구위원
	하정림	법무법인 태림	변호사

< 목 차 >

I. 서론	1
II. 연구용역 결과	2
1. 신용카드업 현황	2
1) 신용카드시장의 특성	2
2) 신용카드사 영업 현황	2
3) 규제체계	3
4) 신용카드 가맹점수수료 체계	6
5) 최근 경쟁환경의 변화	7
6) 신용카드업 리스크 요인	8
7) 신용카드업 실질적 진입장벽	10
2. 신용카드업의 경쟁도 분석	12
1) 시장획정	12
2) 시장지배력 및 경쟁도 평가 지표	13
3) 전업카드사 및 겸영은행의 시장집중도(회원수, 자산 기준)	14
4) 전업카드사 및 겸영은행의 시장집중도(이용실적 기준)	15
III. 요약 및 정책 제언	16

I. 서론

1. 평가의 목적

- ☐ 「금융산업 경쟁도평가위원회」는 「금융산업 경쟁도평가위원회 운영규칙」에 따른 금융위원회의 자문기구로서, 금융위원회에 신용카드 산업의 경쟁도 평가 및 진입규제 개선방안에 관하여 자문의견을 제시함

2. 평가의 내용

- ☐ 현재 우리나라 소매 지급결제 시장의 대부분을 차지하고 있는 신용카드 산업의 경쟁도와 시장지배력을 평가
- ☐ 적격비용 기반 수수료 체계, 영세·중소가맹점에 대한 우대수수료율 제도 하에서 전반적인 수익성이 저하된 신용카드 산업의 영업행태에 따른 경쟁도 변화를 측정

3. 평가의 방법

- ☐ 연구 기관의 용역보고서를 토대로 평가위원회를 개최하여 논의를 진행

4. 평가의 한계

- ☐ 경쟁도평가위원회의 평가는 절대적인 것이 아니며, 추가적인 절차의 수행이나 자료가 있다면 결과는 달라질 수 있음
- ☐ 최근 소매 지급결제 시장에서 비중을 확대하고 있는 간편결제를 포함하지 않아, 경쟁도가 크게 변화하지 않는 신용카드 산업에 한정된 평가의 의의는 한정적

Ⅱ. 연구용역 결과

1. 신용카드업 현황

1) 신용카드시장의 특성

- 신용카드시장에서 신용공여는 직·간접적으로 신용카드 사업자에 의해 이뤄지는데, 신용카드 사업자를 중간에 두고 신용카드회원과 가맹점이 연결되는 양면시장(two-sided market)임
- 양면시장에서 서로 다른 두 그룹이 플랫폼을 통해 상호작용하는 시장이므로 양쪽 시장의 이용자들이 많아질수록 가치가 상승
 - 신용카드 사업자들은 가격탄력성이 큰 신용카드회원에게 혜택을 제공하는 대신 이를 보전하기 위해 상대적으로 가격탄력성이 낮은 가맹점에 수수료를 부과

2) 신용카드사 영업 현황

- ‘21년 말 기준 국내 신용카드 사업자는 총 21개사로 이 중 8개사가 전업카드사임
- 신용카드사의 영업규모는 신용카드 발급 장수와 이용금액을 중심으로 ‘14년 이후 전반적으로 증가하는 추세를 보이고 있으며, 이를 바탕으로 신용카드사의 자산규모 또한 지속적으로 증가하고 있음
 - ‘21년 신용카드 이용금액은 약 844조로 민간최종소비지출(명목)의 88%에 해당
- ‘20년 전업카드사의 카드 구매는 코로나19에 따른 소비 위축으로 구매 증가율이 하락한 반면, ‘21년 전업카드사의 카드 구매는 소비 회복으로 개인 신용카드 이용액 증가로 전년 대비 크게 증가
- 카드 대출 부문에선 카드론 이용이 증가한 반면 현금서비스 이용은 감소

- 신용카드사의 ROA 및 ROE는 가맹점 수수료율 인하 등에 따라 '14년 이후 하락세를 보이다 '20년 상승세로 전환함
 - 카드수익에서 가맹점 수수료 수익이 차지하는 비중은 감소하고 있고, 카드론 수익이 차지하는 비중은 증가하고 있음
 - '20년의 경우 카드수익 감소에도 불구하고 카드수익보다 카드비용이 더 큰 폭으로 감소해 당기순이익이 크게 증가
 - 반면 '21년중에는 판관비 증가, 거래승인지급수수료 증가, 실적 개선에 따른 법인세비용 증가 등으로 카드비용이 증가

- 신용카드사의 연체율 및 고정이하여신비율은 코로나19 발생 이후 기준금리 인하, 정부의 유동성 공급 대책 등으로 인해 개선
 - 자본적정성을 나타내는 조정자기자본비율은 규제 비율(8%) 대비 높은 수준을 유지하고 있음

3) 규제체계

① 진입규제

- 신용카드업을 영위하기 위해서는 일정 요건을 갖추어 신청서를 금융위원회에 제출하여 허가를 받아야 함(여전법 제3조제1항 및 제3조제7조)
 - 단, 은행 등 금융위원회의 인·허가를 받은 금융기관이나 백화점과 같이 영위업무의 성격상 신용카드업을 겸영하는 것이 적절하다고 판단되는 경우 금융위원회에 겸영여신업자로 등록만으로 가능(여전법 제3조제3항)

- **(자본금 요건)** 여전업의 허가를 받거나 등록을 하여 여전사가 될 수 있는 자는 주식회사로서 영업범위에 따라 다음과 같이 최소 자본금이 차별화됨(여전법 제5조제1항)
 - 신용카드업을 하려는 경우로서 시설대여업·할부금융업 또는 신기술사업금융업을 함께 하지 아니하거나 그 중 하나의 업을

함께 하려는 경우: 200억원

- 신용카드업을 하려는 경우로서 시설대여업·할부금융업 또는
신기술사업금융업 중 둘 이상의 업을 함께 하려는 경우: 400억원
- 겸영여신업자로서 신용카드업의 등록을 할 수 있는 자는 주식
회사로서 자본금과 자기자본이 20억원 이상이면 신청 가능

□ (허가 및 유지 요건) 신용카드업의 허가를 받으려는 자는 자본금
이외에도 다음의 요건을 갖추어야 하고 허가 이후에도 계속 유지
해야 함(여전법 제6조제2항, 제6조의2)

- 거래자를 보호하고 취급하려는 업무를 하기에 충분한 전문인력과
물적시설을 갖추고 있을 것
- 사업계획이 타당하고 건전할 것
- 대주주가 충분한 출자능력, 건전한 재무상태 및 사회적 신용을
갖추고 있을 것

② 지배 및 소유구조

□ 국내 금융기관 또는 법인이 신용카드사의 대주주로 참여하기 위해서는
금융위원회가 정하는 재무건전성 기준을 충족해야 하며 그 금융
기관의 자기자본 규모는 출자금액의 3배 이상으로서 금융위원회가
정하는 기준을 충족해야 함(시행령 제6조의3제4항)

□ 총자산이 5조원 이상인 여전사(주권상장법인인 경우에는 총자산
2조원 이상)는 이사회에 3인 이상의 사외이사를 두어야 하며 사외
이사의 수가 전체 이사 총수의 과반수가 되어야 함(금융회사지배
구조법 제12조제1항, 제2항)

③ 자금조달 및 자금운용 규제

□ 여전사는 금융기관으로부터의 차입, 사채 또는 어음의 발행, 보유 유가증권
매출, 보유 대출채권의 양도 등을 통해서만 자금조달 가능(법 제47조제1항)

- 외국환거래법에 따라 외국환업무취급기관으로 등록한 여전사는 외화차입 및 외화증권 발행을 통해 자금조달이 가능(법 제48조 제1항제5호, 시행령 제18조제1항제1호)
- 또한 허가를 받은 업무와 관련하여 보유한 채권의 양도 또는 이러한 채권을 근거로 한 유가증권의 발행을 통한 자금조달도 가능(법 제48조제1항제5호, 시행령 제18조제1항제2호 및 제3호)

□ **(외형확대 위주의 경영제한)** 신용카드업을 영위하는 여전사의 총자산은 자기자본의 8배를 초과할 수 없음(여전법 제48조제1항, 감독규정 제7조의3제1항)

- 신용카드사가 기존 레버리지한도(자기자본의 6배)로 신사업 진출 등이 제약됨에 따라 금융위원회는 ‘20.9월 감독규정 개정을 통해 레버리지한도를 8배로 확대

④ 신용카드사 업무 규제

□ 신용카드업이란 신용카드 이용과 관련된 대금의 결제업무를 반드시 수행하면서 신용카드 발행 및 관리업무 또는 신용카드가맹점의 모집 및 관리업무 중 하나 이상의 업무를 업으로 하는 것을 말함(여전법 제2조제2호)

- 또한 신용카드업자는 신용카드회원에 대한 자금의 융통, 직불카드의 발행 및 대금 결제, 선불카드의 발행·판매 및 대금의 결제를 부대업무로 수행할 수 있음(법 제13조제1항)

□ **(부수업무 규제)** 여전사는 여전업에 부수하는 업무로서 소유하고 있는 인력·자산 또는 설비를 활용하는 업무를 부수업무로 수행 가능(여전법 제46조제1항제7호)

□ **(대출업무 규제)** 여전사의 대출업무 채권액이 총자산의 30%를 초과하지 못함(법 제46조제2항, 시행령 제17조, 감독규정 제6조)

- (신용카드업자 대출업무 규제) 신용카드업자의 경우 신용카드회원에 대한 현금대출채권(카드론+현금서비스)의 비중이 신용판매채권 비중을 초과할 수 없으며, 법인회원을 대상으로 하는 자금유통거래도 금지(시행령 제6조의5제2항 및 제3항)

4) 신용카드 가맹점수수료 체계

- 가맹점 의무가입제, 카드 의무수납제, 가격차별금지가 시행되고 있음
 - 『법인세법』, 『소득세법』, 『부가가치세법』 등을 통해 소비자를 상대로 하는 개인사업자 및 법인에 대해 신용카드 가맹점 가입을 사실상 의무화
 - 『여신전문금융업법』은 가맹점이 신용카드 결제를 의무적으로 수납하도록 규정
 - 또한 여전법은 가맹점수수료를 신용카드 이용자에 부담하지 못하도록 명시
- (가맹점수수료율 차별금지 원칙) 여전법은 신용카드업자가 신용카드 가맹점과의 가맹점수수료율을 정함에 있어서 공정하고 합리적으로 정하여야 하며 부당하게 가맹점수수료율을 차별하여서는 아니 된다고 규정(여전법 제18조의3제1항)
 - 이와 같이 공정하고 합리적인 가맹점수수료율을 정하기 위해 금융위원회가 적격 비용에 따른 가맹점수수료율 산정 등 준수 사항을 정하도록 규정
 - 다만 이러한 차별금지 원칙에도 불구하고 영세·중소신용카드가맹점에 대해서는 우대수수료율이 적용되도록 규정
- ‘12년부터 3년 주기로 적격비용에 따른 가맹점수수료율 산정 방식이 도입된 이후 수수료율이 지속적으로 인하되었고 적용되는 영세·중소가맹점의 범위도 확대
 - 연매출 3억원 이하 영세가맹점 수수료 부담이 크게 인하

5) 최근 경쟁환경의 변화

① 금융혁신과 결제사업 경쟁환경

- 코로나19는 기존의 금융 디지털 전환을 가속화하고 있으며, 금융 플랫폼은 결제·송금에서 중개의 영역까지 서비스를 확대해 가고 있음
 - 모바일 기기를 이용한 금융거래 선호현상이 확산되면서 전자 금융업자의 간편결제서비스 이용이 큰 폭으로 확대
 - 반면 신용카드는 최근 핀테크, 빅테크와의 경쟁으로 활로를 찾는 데 난관을 겪어 왔음
 - 간편결제 서비스의 규모가 확대되고 다양한 결제서비스가 제공 될 경우 신용카드업의 경쟁력에 영향을 미칠 가능성

② 정책환경과 가맹점수수료 하방압력

- 가맹점 수수료에 대한 금융당국의 개입은 중소영세가맹점을 중심으로 수수료 부담 완화라는 긍정적 효과를 거둬와 동시에 신용카드 업권의 영업 행태상 부정적 변화를 유발하고 있거나 유발하는 경향
 - 신용카드사 간의 가맹점 대상 경쟁의 여지가 거의 없는 상황에서 카드회원들의 카드이용을 확대하는 영업을 강화하게 되고 이는 마케팅 강화로 이어짐
 - 가맹점수수료 수익의 축소를 카드회원 대상 대출서비스로 보전하려는 노력으로 이어질 수 있음
 - 적격비용 산정 과정에서 마케팅 비용이 투명해짐에도 불구하고 카드사 대상 협상력이 있는 대형가맹점에 마케팅 노력이 집중
- 이러한 경향은 양면시장의 성격을 가지는 신용카드 네트워크 간의 경쟁이 회원을 대상으로 축소된 형태로 나타나게 되는 문제를 내포
 - 가맹점이 지불수단별로 가격을 차별할 수 없는 가맹점 의무가입제, 의무수납제 하에서 가맹점은 협상력이 부재

- 이에 반해 회원은 복수의 카드 중에 가장 혜택이 높은 카드를 골라 지불할 수 있기 때문에 체리피킹이 가능한 상황이고 카드사의 경쟁도 회원에 대한 혜택에 집중됨
- 그럼에도 불구하고 카드사의 수수료 수익 축소는 회원에게 돌아가는 혜택(rewards)의 크기를 제한하게 되어 가맹점 수수료율이 축소될수록 혜택의 크기가 줄어드는 경향

③ 신용대출시장의 재편과 경쟁환경

- 신용등급이 낮아질수록 평균대출금리가 급격히 높아지는 금리단층 현상을 해소하려는 노력의 일환으로 정부는 민간 중금리대출 활성화를 추진 중
 - 민간중금리대출 요건은 ①신용평점 하위 50%(4등급 이하) 차주에게 실행되고, ②업권별 금리상한 요건(아래)을 충족하는 모든 비보증부 신용대출
 - 정부는 민간중금리대출 금리상한을 제시한 것은 중·저신용층(4등급 이하, 신용점수 하위 50%) 대상 대출을 일정 금리 이하로 유도하기 위해 규제상 인센티브를 부여
- 민간 중금리대출 시장에서는 신용카드업이 다른 업권에 비해 비교적 높은 비중을 차지하고 있었던 상황이어서 경쟁이 심화하더라도 급격한 시장점유율 하락으로 이어지지는 않을 것으로 판단됨

6) 신용카드업 리스크 요인

① 가계대출 취약차주 신용위험

- 금리상승기에 가계부채 보유 차주 중 채무 상환능력이 상대적으로 취약한 차주로부터의 신용위험은 상존
 - 한국은행은 취약차주를 다중채무자(3개 이상)이면서 저소득(하위 30%) 또는 저신용(신용점수 664점 이하)로 정의

- ‘22년 1/4분기말 취약차주는 전체 차주의 6.3%로 전년말 대비 0.3%p 상승
- 일반적으로 취약차주는 비취약차주에 비해 상대적으로 신용 및 기타대출(카드론 등)의 비중이 높음.

② 자금조달 문제

- 최근 급격한 금리상승 추세와 더불어 여전채 스프레드가 크게 확대되면서 여전사의 자금조달 여건이 악화
 - 최근 여전채 발행이 어려워지자 여전사들은 장기CP 발행 확대 등 자금조달 수단 다변화를 모색
 - 과거 코로나19 사태가 발생하였을 때 정부는 금융시장 안정화를 위해 20조원 규모의 채권시장안정펀드를 가동하여 기업의 시장성 차입시장이 정상작동할 수 있도록 시장수요를 보완
- 여전사 유동성 문제로 금융시장 시스템리스크 전이현상이 발생하는 것을 차단하기 위해 ‘23년말까지 증권사 파생결합증권 관련 헤지자산 총액에서 여전채(카드사채 및 캐피탈사채) 비중을 8%로 단계적으로 축소

③ 수익성 악화 가능성에 따른 자산포트폴리오 재편

- 가맹점수수료율이 ‘22년부터 3년간 고정되는데 반해 최근 자금조달비용은 상승하여 신용카드사의 수익성 악화 가능성
 - ‘12년 적격비용 기반 가맹점수수료율 산정이 시작된 이후 경험하지 못한 현재와 같은 금리상승기에서의 자금조달비용은 신용카드사의 수익성에 부정적 영향을 미칠 것으로 예상
 - 이러한 수익성 악화를 만회하고자 비용 절감 또는 금융사업 확대 가능성

※ DSR규제에 포함되는 카드론 외에 현금서비스, 결제성 리볼빙 서비스 등 확대 가능성

- 신용카드사는 가맹점수수료를 지속 인하, 카드론 규제 강화, 레버리지 한도 규제 완화 등으로 신차 할부금융 등 할부·리스자산에서 높은 성장률을 기록하는 등 자산포트폴리오 조정
 - ‘20.10월부터 신용카드사의 레버리지한도가 6배에서 8배로 확대됨에 따라 수익성 제고를 위해 비신판자산 확대 가능성
- 결제성 리볼빙, 현금서비스는 차주단위 DSR 3단계 조치에서 제외되어 신용카드사의 자체적인 리스크관리 강화가 필요
- 신용카드사는 조달비용 측면에서 비카드 여전사에 비해 우위에 있으나 신차금융시장의 높은 경쟁도, 자산이익률의 장기적 하향세 등으로 과도한 자산 편입이 오히려 수익성을 저하시킬 소지

④ 유동성 리스크의 양극화 가능성

- 계열사 등을 통해 유상증자, 자금지원이 가능한 여전사와 이를 기대하기 어려운 여전사 간의 위기대응능력에 차이가 발생할 가능성
 - 계열회사 등을 통해 자금 차입이 가능한 경우에는 유동성 위기 발생에도 대응이 가능
 - 그렇지 못한 일부 중소형 여전사의 경우에는 자금조달 수단이 제한되어 있으므로 위기사 유동성 위기 직면 가능성

* 여전채 만기도래: ('22. 하반기) 30.6조원 → ('23년) 67.0조원

7) 신용카드업 실질적 진입장벽

- 상위 3,4개사가 치열하게 경쟁하는 시장으로서 후발주자가 시장 점유율을 차지하기 위해서는 상당한 비용이 발생하여 이러한 비용요인이 제도적 진입장벽보다 더 큰 실질적 진입장벽으로 작용 가능
 - 우선 신규 진입할 경우 299만개에 달하는 가맹점 모집비용이 상당히 크게 소요될 것으로 전망
 - 또한 현재 경제활동인구 1인당 4장 이상의 신용카드를 소지

하고 있어 신규회원 모집을 위해서는 타사에 비해 많은 부가서비스를 제공해야 함

- 결국 이 또한 상당한 비용을 수반하므로 이러한 비용 요인이 큰 실질적 진입장벽으로 작용할 소지

□ 이에 더하여 가맹점수수료 규제로 수익성이 제한되는 것은 또 다른 실질적 진입장벽으로 작용할 소지

- ‘12년부터 3년 주기로 적격비용에 기반한 가맹점수수료 산정 방식을 채택한 이후 3년 주기로 가맹점수수료율이 낮아져 신용카드사의 본업인 신용판매에서의 수익창출이 어려움.

□ 물론 신용카드업이 신용판매에서 수익이 발생하지 않더라도 대출사업에서 수익을 창출할 수 있지만 이와 관련하여서는 정책당국의 가계부채 관리 강화로 향후 수익성 전망이 양호하지 않음.

- ‘22년부터 카드로론 차주단위 DSR 산정시 포함, 제2금융권 DSR 기준 강화, 카드로론 다중채무자 관리 강화 등 가계부채 관리강화로 인해 신용카드업의 대출성 자산의 성장률은 둔화될 전망

□ 따라서 신용카드 전업사의 신규진입과 관련하여 제도적 요인보다 현실적 요인으로 인해 신규진입이 제한될 가능성

□ 다만 인터넷전문은행의 경우 새로운 고객 확보, 새로운 비즈니스 개발을 위해 신용카드업 진출을 고려할 가능성이 있음

- 인터넷전문은행의 경우 비대면 지점 영업이 불가능하여 고객 확보가 비대면으로 이루어져야 하는 한계가 있음
- 인터넷전문은행의 경우 신용카드 회원에 대한 많은 부가서비스 제공으로 발생하는 비용은 고객확보를 위해 충분히 지불할 수 있는 비용으로 간주될 수도 있음
- 또한 인터넷전문은행이 신용카드업을 영위하면서 현금서비스, 카드로론 등에서 경쟁업체에 비해 낮은 금리를 제시하여 고객

확보를 도모할 수도 있을 것으로 예상되어 금융소비자 입장에서는 경쟁 심화에 따른 대출금리가 낮아지는 효과가 발생 가능

- 다만 이러한 경쟁 심화로 가계부채가 늘어나는 현상이 발생할 수 있으므로 이에 대해서는 감독당국의 모니터링이 필요

2. 신용카드업 경쟁도 분석

1) 시장확정

□ 본 평가보고서의 작성 목적이 여전법상 ‘신용카드업’에 대한 정책제언에 있음을 감안할 때 전업카드사와 겸영은행으로 그 범위를 제한

- 경쟁법에서 관련시장은 사업자들 사이에 경쟁이 이루어지고 있는 범위뿐만 아니라 경쟁정책이 유효하게 적용될 수 있는 한계를 설정하는 것임.

- 신용카드업은 금융업으로서 금융위원회의 허가를 받아야 영위할 수 있고 허가 등을 위한 판단의 근거로 금융산업 경쟁도 평가위원회가 운영되고 있으므로 분석의 대상을 신용카드업으로 한정

□ (경쟁기업의 범위) 전업카드사와 겸영은행을 분석대상으로 함.

□ (상품시장) 유량인 이용액, 저량인 대출(현금서비스+카드론)로 나누어 분석

- 일시불, 할부, 기타자산(리볼빙) 등의 자산은 카드사별로 동등 비교가 어려워 스냅샷에 해당하는 특정시점의 잔액을 비교하는 것이 큰 의미가 없을 수 있으나 보조지표로 활용함.

□ (지리적 시장) 전국을 하나의 평가 대상으로 함.

2) 시장지배력 및 경쟁도 평가 지표

□ 시장지배력 및 경쟁도는 시장점유율을 통한 집중도 등을 이용하여 간접적으로 추론하는 방법이 주로 사용됨.

○ 일반적으로 어떤 산업의 시장집중도를 측정하는 지표로는 시장 집중도비율(CR)과 허핀달-허쉬만 지수(HHI지수)가 주로 이용

① 허핀달-허쉬만 지수(HHI지수)

□ 허핀달-허쉬만 지수(HHI지수)는 동일 시장 내 모든 회사의 시장 점유율(%)의 제곱을 합한 값

□ HHI지수가 작을수록 경쟁적인 시장, 클수록 독점적인 시장에 가까워 지는데 이론적으로 0~10,000 사이의 값을 가짐.

※ 공정거래위원회의 「기업결합심사기준」의 경쟁제한성 판단기준에서 경쟁을 실질적으로 제한하지 않는 것으로 추정하는 경우는 HHI지수가 1,200미만 이거나, 1,200~2,500미만이면서 HHI지수증가분이 250미만이거나, 2,500이상이고 증가분이 150 미만인 경우

□ 우리나라는 외국과 같이 집중되지 않은 시장, 다소 집중된 시장, 매우 집중된 시장이라는 용어를 사용하지 않으나 그 구분의 취지에 따라 이러한 용어를 사용하기로 함.

② 상위 n사 시장점유율(CR(n))

□ 일반적으로 많이 사용하는 시장집중도 지수는 상위 n개 기업의 시장점유율을 합한 CR(n)인데, 1개 및 3개 기업의 시장점유율인 CR1과 CR3가 가장 흔하게 사용

○ 시장집중도비율(CR)은 상위 몇몇 기업의 시장점유율(%) 합계

* 공정거래법에서는 CR1이 100분의 50 이상, CR3가 100분의 75 이상인 경우를 시장지배적 사업자로 판단

3) 전업카드사 및 겸업은행의 시장집중도(회원수, 자산 기준)

- ☐ 개인과 법인을 합한 카드회원 중 사용가능 카드회원으로 계산할 때 카드회원 시장은 집중되지 않은 시장
 - 다만 1명의 회원이 복수의 카드사 회원임이 일반적임을 감안하면 동 기준으로 HHI를 산출하는 것이 큰 의미가 없을 수 있음
 - 카드회원시장은 CR1, CR3 모두 감소하는 모습을 보임.
- ☐ 카드자산은 일시불, 할부, 카드론, 현금서비스, 기타자산의 합으로서 동 시장은 다소 집중된 시장이며 최근 3년간 집중도가 증가
 - 카드자산시장은 CR1, CR3는 큰 변화가 없다가 2020년 CR1이 감소하고 CR3가 증가하였는데, 이는 2, 3위 사업자의 점유율이 증가하는 것으로 보임
- ☐ 일시불 시장은 집중되지 않은 시장이며 최근 2년간 집중도가 증가하는 모습을 보임
 - 일시불 시장은 최근 2년간 CR1, CR3 모두 증가
- ☐ 할부시장, 카드론 시장, 현금서비스 시장은 다소 집중된 시장으로 나타남
 - 할부 시장도 일시불 시장과 비슷하게 최근 2년간 CR1, CR3 모두 증가하는 모습을 보임
 - 카드론 시장은 CR1에 큰 변화가 없는 가운데, CR3가 감소하는 모습을 보여 2위 이하 사업자들 간의 점유율 경쟁이 치열한 것으로 판단됨
 - 현금서비스 시장은 최근 2년간 CR1은 감소하고 CR3는 증가하면서 2, 3위 사업자의 점유율 확대 경쟁이 큰 것으로 보임
- ☐ 카드대출(=카드론+현금서비스)은 다소 집중된 시장으로 최근 3년간 큰 변화가 없이 유지되고 있음

- 카드로론과 현금서비스를 합친 카드대출은 최근 2년간 CR1, CR3 모두 감소하는 모습을 보여 전반적으로 업권내 경쟁이 치열한 것으로 판단됨
- 기타카드자산은 리볼빙카드자산과 기타로 이뤄지나 리볼빙카드 자산이 대부분을 차지하며, 동 시장은 다소 집중된 시장으로서 집중도가 감소하는 모습을 보임.
- 리볼빙 자산이 대부분인 기타카드자산은 2020년 CR1에 변화가 없는 가운데, CR3가 크게 증가하여 2, 3위 사업자의 점유율 확대 경쟁이 큰 것으로 보임.

4) 전업카드사 및 겸영은행의 시장집중도(이용실적 기준)

- 일시불 시장은 집중되지 않은 시장인 반면, 할부, 카드로론, 현금서비스 시장은 다소 집중된 시장으로 나타남.
- 일시불 시장의 경우 2020년 이후 CR1과 CR3 모두 증가
- 할부 시장은 2019년부터 집중도가 증가하는 모습을 보이는데, CR3는 감소하는 경향인 반면 CR1은 증가 경향
- 카드로론 시장은 연간기준으로 집중도는 미미하게나마 감소하는 경향으로 CR1, CR3 모두 등락은 있으나 큰 폭의 변화는 보이지 않음
- 현금서비스 시장은 집중도가 증가하는 모습으로 CR1은 감소하는 경향인 반면 CR3는 증가 경향

Ⅲ. 요약 및 정책 제언

1. 시장집중도 평가

- 신용카드업의 시장집중도는 최근 5년간 크게 변화하지 않음
 - 신규 진입비용에 의한 진입장벽이 크게 나타나는 신용카드 시장 특성상 상위 3,4개사 간 경쟁이 유지되는 경향

2. 진입장벽

- 신용카드업의 전반적인 수익성 저하가 진입장벽으로 작용 가능
 - 핀테크·빅테크와의 결제 부문 경쟁, 가맹점 수수료 규제로 본업인 신용판매의 수익이 저조
 - 가계부채 관리강화로 인해 대출성 자산 성장률 역시 둔화 전망
- ⇒ 신용카드 전업사의 신규진입은 제도적 요인이 아닌, 수익성과 관련된 현실적 요인으로 인해 제한될 가능성

3. 신규진입 유인

- 인터넷전문은행이 신용카드업 진출을 고려할 가능성이 존재
 - 고객 확보 방식의 한계로 신용카드 회원에 대한 부가서비스 제공비용을 상대적으로 낮게 평가할 수 있음
 - 진입 시 경쟁에 따른 대출금리 하락 등 효과도 가능하나, 가계부채 증가로 이어질 가능성

4. 리스크 관리

- 수익성 만회를 위한 금융자산 확대, 건전성 모니터링 필요
 - 할부리스자산 성장률↑ 등 금리상승기 금융자산 확대 경향