

## <속기록 초안>

안녕하십니까? 금융산업국장 윤창호입니다.

정부는 작년 11월 26일 발표한 카드수수료 종합개편 방안에 따른 카드산업 경쟁력 제고와 고비용 마케팅 관행 개선을 위한 후속조치로 작년 12월부터 금융당국, 업계, 민간전문가 등으로 구성된 T/F 논의를 통해서 제도개선 방안을 논의를 해왔습니다.

그 논의 결과 그동안에 정리된 카드산업 경쟁력 제고 및 고비용 영업구조 개선방안에 대해서 간략하게 설명을 드리겠습니다.

설명은 별첨자료로 설명을 드리도록 하겠습니다.

먼저 전체적인 방안의 내용은 목차를 보시면 카드사 수익원 다변화, 그다음에 영업행위 규제 합리화, 고객 등 안내·동의 절차 개선, 자기자본 대비 총자산 한도 규제개선, 고비용 마케팅 관행 개선의 내용으로 구성이 되어 있습니다.

1페이지가 되겠습니다.

카드사 수익원 다변화입니다.

먼저, 본인신용정보관리업 경영 부분입니다.

현재 정부는 금융 분야 마이데이터 사업 도입을 추진 중이고, 관련 신용정보법 개정안이 지금 현재 국회 정무위에 계류가 되어 있습니다.

니다. 신용정보법이 개정이 되면 여전법 시행령을 개정해서 카드사들이 본인 신용정보관리업을 겸영업무로 운영할 수 있도록 할 예정입니다.

그리고 개인사업자신용평가업 겸영입니다.

마찬가지로 신용정보법이 개정이 되면 여전법 시행령을 개정해서 개인사업자신용평가업(CB)을 카드사들이 겸영업무로 운영할 수 있도록 규정할 계획입니다.

세 번째로 빅데이터 제공서비스 운영입니다.

현재 감독규정상 카드사 부수업무인 '업무관련 취득정보를 활용한 자문 서비스'에 대해서 빅데이터 제공 가능여부가 불명확하다는 의견이 있습니다. 이에 따라서 카드사가 업무 관련 취득정보를 분석·제공할 수 있도록 '여전법 감독규정'을 개정할 계획입니다.

다만, 가명·익명조치와 관련해서 데이터 3법 법 개정이 필요한 부분이기 때문에 법 개정과 함께 감독규정 개정을 추진하고자 합니다.

2페이지입니다.

렌탈업무 취급기준 합리화입니다.

현재 감독규정상 여전사의 부수업무로 렌탈업을 규정하고 있으나, 리스 취급 중인 물건에 한해서, 그리고 물건별 리스자산 범위 내에서만 취급 가능하고, 단기대여는 원칙적으로 금지가 되어 있습니다.

이에 따라서 취급대상 물건에 있어서 리스·렌탈 간의 본질적인 차이가 있기 때문에 여전사의 렌탈업무 운영이 현실적으로 매우 제한되어온 그런 상황입니다.

앞으로 렌탈수요 증가, 대상물건 다양화 추세를 감안해서, 그리고 소비자 후생증대 측면에서 여전사의 렌탈 취급기준을 합리화하고자 합니다.

사업자 대상 렌탈(B2B)에 한정해서 그리고 대상물건의 제한을 없애되, 리스자산 잔액범위 내에서 취급을 허용하고자 합니다.

다만, 사업자 대상 렌탈업무 취급 시 중소 렌탈업체 시장침해 가능성을 최소화하기 위해서 여전협회 내에 자율규제 심의 장치 등 절차를 마련해서 운영하도록 할 예정입니다.

3페이지가 되겠습니다.

영업행위 규제 합리화입니다.

먼저, 휴면카드 자동해지 제도 개선입니다.

현재 1년 이상 미사용 휴면카드의 경우에는 회원이 계약 유지의사를 통보하지 않을 경우에 카드이용이 자동적으로 정지가 되고, 이후 9개월이 경과가 되면 자동으로 해지되도록 되어 있습니다.

이러한 자동해지로 인해서 소비자의 불편이 발생하고, 탈회회원

증가로 인해서 카드사의 신규회원 모집을 위한 모집비용이 증가하는 그런 문제가 있었습니다. 이에 따라서 카드이용 자동정지제도는 유지를 하되, 휴면카드 자동해지 규제는 개선하도록 할 예정입니다.

다만, 이와 함께 이러한 제도개선을 통해서 1년 이상 미사용 시에 카드이용이 자동 정지되어 부정사용 위험이 없는 한편, 고객은 필요할 경우에 용이하게 카드를 재사용하거나 해지할 수 있게 될 것입니다.

이와 함께 소비자 보호를 위한 보안장치를 강화하고자 합니다.

먼저, 휴면카드 진입 시에 카드 사용정지 안내뿐만 아니라 카드 해지의사를 반드시 확인하도록 하고, 휴면카드 상태로 유효기간 만료 시에 해당 카드의 갱신·대체발급을 제한하고, 본인 외의 카드사용 등에 따른 피해가 발생할 경우에는 카드사가 책임지도록 그렇게 할 계획입니다.

그리고 국제브랜드 수수료 인상에 따른 약관변경 심사입니다.

이 부분은 국제브랜드사의 수수료 인상에 대해서 카드사들이 공정위에 불공정행위로 제소를 한 바가 있습니다.

따라서 이러한 제소 결과가 나오기 이전까지는 이러한 상품 변경에 대한 심사를 감독원에서 중단을 한 상태입니다. 그런데 작년 말에 공정위 제소 결과 무혐의로 통보가 되었기 때문에 이러한 상품 변경에 대한 약관심사를 재개를 하는 그런 내용이 되겠습니다.

4페이지입니다.

고객 등 안내·동의 절차 개선입니다.

먼저, 무실적 카드 갱신·대체 발급 시에 동의채널 다양화하는 부분입니다.

현재 갱신·대체 발급 예정일 이전에 6개월 동안 카드사용 실적이 없으면 서면동의를 받아야만 갱신이나 대체 발급이 가능하도록 되어 있습니다. 이에 따라서 서면동의에 불편함이 있고, 그리고 서면도달률이 상당한 낮은 어떤 그런 현실 등에 따라서 무실적카드가 회원의 의사 확인 없이 갱신·발급되지 않음으로써 카드 유효기간 만료 후에 신규발급 절차를 다시 거쳐야 하는 불편한 사례들이 발생하고 있습니다.

이에 따라서 무실적카드의 유효기간 만료 시에 갱신·대체 발급을 위한 동의채널을 현재의 서면 이외에 전화라든지 인터넷, 모바일 등으로 다양화시켜서 소비자의 선택권을 확대하도록 할 계획입니다.

다만, 동의 없는 갱신·발급에 따른 피해나 민원이 발생할 경우에 이에 대해서는 카드사가 책임을 지도록 할 계획입니다.

5페이지입니다.

개인회원 표준약관상 고지제도 개선입니다.

표준약관상 대고객 고지사항마다 안내방법이 달라서 실무상 혼란

이나 불필요한 비용이 발생하고 있습니다. 이에 따라서 안내방법으로 고객 동의를 얻는 경우에는 모바일 메시지로도 고지할 수 있도록 하고, 안내방법도 전반적으로 간소화하도록 하고자 합니다.

다만, 소비자 권익에 중요한 영향을 미치는 카드갱신·발급이라든지 그다음에 이용한도 변경, 그다음에 부가서비스 변경 등과 같은 중요한 사항에 대해서는 복수안내제도를 현행과 같이 유지하고자 합니다.

3번은 생략하도록 하겠습니다. 그것은 한번 읽어보시면 될 것 같고요.

4번도 생략하도록 하겠습니다.

그리고 5번, 가맹점 수수료율 인하 시에 고지수단 다양화하는 부분은 지금 현재에는 가맹점 수수료율이 변경이 될 경우에 인상과 인하 여부에 관계없이 모두 서면안내를 의무화하고 있습니다.

다만, 앞으로는 수수료율이 인하가 될 경우에는 서면 이외에 SMS 라든지 카카오 등 고지수단을 다양하게 이렇게 활용할 수 있도록 하고, 다만 수수료율이 인상되는 경우에는 가맹점의 권익을 침해할 수 있는 만큼 현행 서면통보 의무를 유지하고자 합니다.

7페이지가 되겠습니다.

자기자본 대비 총자산 한도 규제를 개선하는 내용입니다.

레버리지 규제는 회사채 발행 등 외부차입으로 자금을 조달하는

여전사의 과도한 외형확대 경쟁 제한 및 시장위험 차단을 위해서 2012년에 도입이 되었고요. 신용카드업의 경우에는 6배, 그리고 신용카드 이외의 여전사의 경우에는 10배로 규제를 하고 있습니다.

최근 카드사들은 레버리지 비율 증가로 인해서 신사업 발굴 등을 위한 영업활동에 어려움이 있다는 의견입니다. 참고로 우리카드의 경우에 작년 말 기준으로 보면 레버리지 비율이 6.0, 롯데가 5.8, 기타 카드사들 평균 해서 4.78 정도의 수준이 되겠습니다.

이러한 레버리지 규제에 대해서는 과도한 차입을 통한 무리한 외형확대 경쟁을 제한함으로써 지급결제인프라를 제공하는 카드회사의 건전성을 확보할 필요가 있다는 차원에서 레버리지 비율 규제는 현행대로 유지할 계획입니다. 다만, 빅데이터 관련 신산업 진출이나 중금리 대출 활성화 차원에서 빅데이터 신산업 관련 자산이나 중금리 대출 자산은 총자산 계산을 할 때 제외하도록 해서 이러한 부분들을 합리적으로 개선할 계획입니다.

8페이지가 되겠습니다.

고비용 마케팅 관행 개선입니다.

카드사 마케팅 비용 지출 현황을 보면, 카드사 마케팅 비용은 지속적으로 증가 추세에 있습니다. 2018년 중에 카드사의 마케팅 비용은 한 6.7조 원이고, 2015년 이후에 매년 약 한 10% 이상씩 증가를 해왔습니다.

그리고 가맹점 수수료 수익의 절반 이상을 마케팅 비용으로 지출

하고 있는 실정입니다. 이러한 과도한 부가서비스의 경우에 카드수수료 인상요인으로 그동안에 거론이 되어 왔습니다.

9페이지가 되겠습니다.

이런 마케팅 비용의 특징을 보면, 주로 대형가맹점과 법인회원에게 집중되고 있다, 라는 그런 지적을 받아왔습니다.

먼저, 대형가맹점의 경우에는 카드사는 시장지배력이 큰 자동차, 통신사, 대형마트 등 대형가맹점의 판촉비용을 집중적으로 지출을 해 왔습니다.

특히, 통신사, 대형마트 등 대형가맹점의 경우에는 수수료 수익 대비 마케팅 비용 지출 비중이 60%~140%를 초과하는 수준입니다. 반면, 대형가맹점에 적용하는 카드수수료율은 일반 가맹점 평균에 비해서 상당히 낮은 수준으로 나타나고 있습니다.

법인회원의 경우에 카드사는 전속계약 체결이나 경쟁입찰 과정에서 대형 법인회원에게 다양한 방식으로 경제적 이익을 제공하고 있습니다.

대기업 등 법인회원 유치를 위해서 별도 계약을 체결하고, 카드 매출액의 1% 내외를 캐시백으로 지급하는 등의 여러 가지 사례가 많이 있었습니다.

반면에 법인회원은 카드 이용에 따른 많은 부가서비스 혜택을 누리는 반면에 상당수가 연회비를 면제받고 있는 상황입니다.

10페이지가 되겠습니다.

이에 대해서 먼저, 대형가맹점과 법인회원에 대한 과도한 경제적 이익 제공을 제한하고자 합니다.

먼저, 법인회원의 경우에 일정 수준을 초과하는 경제적 이익 제공을 금지하고자 하고, 이를 위해서 여전법 시행령을 개정하겠습니다.

그리고 허용 범위를 초과하는 수준의 경제적 이익 요구자나 제공자 모두 처벌하기 위해서는 여전법 개정이 필요한데 법 개정을 검토하겠습니다.

법인회원의 경우에 초년도 연회비가 면제가 되고 있는데 이 부분도 금지하도록 표준약관을 개정하겠습니다.

대형가맹점의 경우에는 사내복지기금 등 출연, 여행경비 제공 등 부당한 보상금 등을 제공하지 못하도록 제도 개선을 할 예정입니다.

그리고 카드상품 수익성 심사 강화를 위해서 신규 상품의 경우에는 카드상품 수익성 분석을 합리화하고 내부통제를 강화하고자 합니다.

현재 카드상품 출시 전에 자체 수익성 분석이나 내부통제 기준 마련이 의무화가 되어 있으나, 예상 수익이 과대산정되고 예상손실이 과소산정되는 등 엄밀하지 않은 수익성 분석과 미흡한 내부통제로 인해서 사후에 손실이 큰 카드상품이 지속적으로 생하고 있습니다.

이에 따라서 수익성 분석체계를 합리화하고, 관련 내부 통제를 강화함으로써 과도한 부가서비스 탑재 자제를 유도하고자 합니다.

이에 대해서는 금융감독원이 업계와 논의해서 수익성 분석기준이나 내부통제기준을 마련해서 각사 내규 등에 반영하도록 할 계획입니다.

11페이지입니다.

이게 과도한 부가서비스 등으로 인해서 대규모 손실이 발생하고 카드사 경영 및 가맹점수수료에 큰 부담요인으로 작용하고 있는 기존 카드상품에 대해서는 여전법규에서 정한 기준, 소비자 보호 등의 원칙에 따라서 부가서비스 조정을 위한 약관변경 승인을 심사·처리해 나갈 계획입니다.

다만, 부가서비스 조정을 위한 약관변경 심사는 향후에 추가적인 실무논의를 거쳐서 단계적·순차적으로 처리해 나갈 예정입니다.

이상으로 설명을 마치겠습니다.

#### [질문·답변]

※ 마이크 미사용으로 확인되지 않는 내용은 별표(\*\*\*)로 표기하였으니 양해 바랍니다.

<질문> 10페이지에 보면, 회원 연회비를 넘지 않도록 카드 혜택을 주

도록 조정하겠다는 것인지 궁금하고요. 그다음에 두 번째로는 카드 자동해지가 안 된다고 했는데 카드 정지가 계속될 때는 연회비가 계속 나가는데 이것도 계속 연회비가 나가도록 계속하겠다는 건지 궁금하고. 마지막으로 7페이지에 보면, 사실은 신용카드사들이 새로운 산업에 좀 겸영할 수 있도록 한다고 하셨는데 이게 총자산 기준에서 빠지면 사실 이게 불확실성도 많고, 그리고 중금리 대출도 좀 위험성들이 높은 것들이... 그런 인식이 일반적인데 부실 가능성을 줄일 대책 같은 것은 좀 있는지 이 세 가지 여쭙고 싶습니다.

**<답변>** 일단 두 번째로 휴면카드 같은 경우에 이용 정지가 되면 연회비가 부과가 되지 않습니다. 그래서 그 부분은 그렇게 해결이 되고요. 세 번째 질문 다시 한번 질문해 주시겠습니까?

**<질문>** 세 번째 질문은 총자산 기준에서 새로운 산업들 이제 제외하고 중금리 대출도 뺀다고 하셨는데 여기에 관해서 좀, 제가 보기엔 그냥 부실 위험이 좀 높아질 수 있을 것 같은데 여기에 대해서 그런 가능성을 줄일 대책이 있는지 좀 궁금하다고 말씀드렸습니다.

**<답변>** 그 부분에 대해서는... 우리 홍 과장이 한번 설명을.

**<답변>** (관계자) 건전성 관련 규제가 사실은 레버리지 비율만 있는 게 아니라 '조정자기자본비율'이라고 우리 여전법규에 있습니다. 조정자기자본비율이라는 안전판이 있기 때문에 레버리지 비율은 다소 정책적인 어떤 지향성을 감안해서 신산업이라든가 중금리 대출을 좀 빼줘도 상관없겠고.

특히 중금리 대출은 작년에 저희가 정의하기로는 저축은행에서 먼

저 시작된 관계로 평균금리 16.5%로 시작했는데, 저희가 작년 10월에 '중금리 대출 발전방향' 해서 발표하면서 각 업권별 조달 구조라든가 cost 구조에 따라서 중금리 대출의 정의를 다원화했습니다. 그러면서 저희가 그 자료에 있다시피 카드사 중금리 대출 평균금리 11%로 해놨거든요. 통상 카드사들의 카드론이라든가 현금서비스에 비해서 훨씬 낮은 금리입니다. 그래서 이 금리 수준으로 들어오는 사람이라면 상대적으로 카드사가 취급하는 고객들 중에서 신용도가 좀 괜찮은 그런 차주라고 생각을 합니다.

그리고 다시 말씀드리면, 앞서 말씀드렸다시피 조정자기자본비율이라는 안전판이 기본적으로 변함없이 있기 때문에 그런 부분은 문제가 없다고 생각합니다.

**<답변>** 그리고 처음으로 질문, 첫 번째 질문하신 10페이지의 연회비를 초과하지 않도록 부가서비스비용을 이렇게 유도를 하겠다, 라고 하는 그런 부분은 지금 현재 카드사들에서 요구하고 있는 기존의 부가서비스를 감축하겠다, 라고 하는 그런 상품들 중에 보면 처음부터 상품 설계가 이렇게 적자로 예상을, 적자로 예상을 하면서도 그 상품을 출시하는 그런 경우들이 있습니다.

그래서 그거는 시장점유율, 마켓셰어 확보라든지 그런 차원에서, 회원 확보라든지 그런 차원에서 사실은 이제 무리하게 이게 마케팅을 넣어서 그 상품을 개발하고 판매를 하는 경우가 있는데, 그런 부분들을 앞으로 합리적으로 규제하도록, 내부적으로 통제가 되도록 그렇게 하겠다는 그런 내용입니다.

**<질문>** 대형가맹점에 대해 부당한 보상금 제공을 금지한다는 게 있

는데, 물론 구체적인 것은 추후에 결정하신다고 했지만 딱 예를 들어서, 지금처럼 카드를 자동차로 사면 1%의 캐시백 지금 주고 있는데요. 그게 앞으로 가능한가요, 안 가능한가요? 예컨대 대형가맹점이 카드사와 5 대 5로 나눠야만 가능하든지 뭐 수수료율의 몇 퍼센티지 이내여야 한든지, 그렇게 생각하시는 범위가 있는지 하고요.

그리고 두 번째 질문은 대형가맹점과 법인회원의 마케팅비용이 집중된다는 걸 문제로 지적하셨는데 총 6.7조원에 달하는 마케팅 비용 중에 이들이 차지하는 비중이 얼마나 되는지. 예컨대, 상식적으로 생각해도 법인회원이 차지하는 비중은 상당히 적고 개인회원이 차지하는 비중이 절대적으로 클 것 같은데요. 그리고 대형가맹점과 중소가맹점이 차지하는 비중도 궁금하고요.

그리고 이것과 연결되는 질문인데 개인회원에 대한 마케팅 비용도 법인회원의 '결제금액 0.5%' 이런 것처럼 아니면 '연회비의 얼마 이내' 이런 식으로 제한을 두고 그걸 법인회원과 마찬가지로 시행령에 담으면 되는 거 아닌지. 지금 자료를 보면 부가서비스 비용이 합리적으로 예측되게 신규상품에 대해서 유도하겠다고 하면서 이를 그냥 각사 내규에 두겠다고만 하셨거든요. 이건 약간 무책임한 거 아닌가, 개선하려는 의지가 없으신 것 아닌가. 예컨대 행정지도라든가 그런 형식은 고려하지 않으시는지 궁금합니다.

**<답변>** 질문을 이렇게 한꺼번에 너무 많이 하시니까 답변을 드리기가 조금 쉽지 않은데요. 일단은 첫 번째로... 자동차를 살 때 캐시백을 주는 부분은 그건 대형가맹점이 캐시백을 부여를 하는 부분이 아니구요. 그래서 그거는 대형가맹점에 대한 부당한 이익제공이나 그런 부분하고는 기본적으로 조금 다른 문제입니다. 그거는 개인회원에 대해

서 캐시백을 적용하는 문제이기 때문에 그거는 조금 다른 문제라고 하는 부분을 말씀을 드리고요.

두 번째로 대형가맹점하고 법인에 대한 마케팅 금액이라든지 비중 그런 부분에 대해서는 지금 자료를 가지고 있나요?

<답변> (관계자) \*\*\*

<답변> 그거는 나중에, 필요하시면 나중에 그 자료를 저희들이 제공할 수 있으면 확인을 해보고 제공을 해드리겠습니다. 그리고 세 번째로, 죄송하지만 세 번째 질문 다시 한번.

<질문> \*\*\*

<답변> 개인회원에 대한 마케팅 비용을?

<질문> 네, 신규상품의 마케팅비용을 합리적인 범위 이내로 유도하신다고 했는데, 그것을 각사 내규가 아니라 좀 더 강제력이 있는 것으로 규정하실 생각이 있으신지.

<답변> 물론, 저희들이 이제 행정지도도 가능합니다. 그리고 그 부분도 필요하면 하겠지만 내규로 반영을 하게 되면 기본적으로 이것은 나중에 이것을 위반하게 되면 처벌이 가능한 것이기 때문에 그런 부분은 행정지도보다 오히려 더 강화된 규제라고 그렇게 할 수가 있습니다.

<질문> 질문 한 가지만 드릴게요. 이해가 안 가서 그러는데 과도한,

대형가맹점과 법인회원에 대한 과도한 경제적 이익에 이게 부가서비스가 들어가 있는... 그러니까 쉽게 이야기해서 소비자 입장에서 좀 얘기를 해 주시는 게, 소비자 입장에서 예를 들면 대형마트나 가맹점에서 여전법 개정이 시행되면 내년부터 소비자들이 마트나 이런 데서 무이자 할부라든지 아니면 포인트 적립이라든지 이런 서비스가 축소되는 건가요?

**<답변>** 그래서 방금 자동차에 대한, 자동차를 구입할 때 캐시백하고 비슷한 그런 문제인데, 그게 마트에서 물건을 사고 카드로 결제를 했을 경우에 나중에 거기에 대해서 포인트라든지 이렇게 적립되는 부분은 그것은 개인회원에 대한 그런 혜택입니다. 저희들이 규제를 하겠다, 라고 하는 것은 개인회원이 아니고 대형가맹점에 대해서 리베이트를 제공하는 부분, 그런 부분은 이미 법에 의해서 금지가 되고 있습니다. 그런데 그런 부분들이 일부 조금 애매모호한 부분이 있기 때문에 그 대형가맹점, 결국 회원이 아니고 대형가맹점에 대해서 제공하는 그런 리베이트성 지출에 대해서 규제를 하겠다는 그런 얘기입니다.

그래서 저희들이 얘기한 이런 법인회원 같은 경우에도 보면 그게 궁극적으로 보면 법인, 법인에 대해서 이게 제공이 되는 부분이거든요. 그러니까 이것은 대형가맹점이나 법인회원이나 이 관련된 어떤 카드를 이용하는 개인소비자의 부가서비스하고는 관련이 없는 부분입니다.

**<질문>** 여기서 지적을, '과도한 부가서비스가 인상요인으로 작용한다.'고 지적을 하셨으니까 그것에 대한 해결책이... 수익성 심사 강화 하겠다, 그것 하나만, 하나라는 말씀이신 거죠?

<답변> 그게 법인회원에 대해서 지금 이익을 제공하는 그런 부분을 규제를 하는 게 있고, 그래서 출연이라든지 여러 가지 부분, 경제적으로 이렇게 지금 보상금을 지급한다거나 그런 부분이 있는데, 대형가맹점이나 법인회원에 대해서 지출하는 부분도 저희들이 그런 부분을 규제를 하고요.

그래서 그 지출요인을 감소를 하고, 앞으로 신규로 상품을 개발할 때 이게 적자가 되는 요인을 예상을 하면서 무리하게 상품을 개발해서 판매하는 그런 부분들을 자체적으로 그런 부분을 심사를 강화해서 최소화시키겠다, 그런 내용이 되겠습니다.

그래서 지난번에 국정감사 때 이학영 의원이 보면 질의를 하면서 이렇게 문제를 제기한 부분도 있는데, 이 대형가맹점에 대해서 경제적인 이익 제공하는 부분에 보면 이런 부분들도 있습니다. 해외연수·여행 경비라든지 기금 출연금이라든지, 그런데 이런 부분은 상당히 법상에 논란의 소지가 있는 그런 부분이거든요. 그래서 이런 부분은 명백하게 저희들이 지출하지 못하게 규제를 하겠다, 라고 하는 그런 내용이 되겠습니다.

그리고 법인회원에 대해서도 마찬가지입니다. 해외연수 경비라든지, 여행경비라든지, 기금 출연금이라든지 해서 여러 가지 그런 경제적인 혜택이 지금 제공이 되고 있는데 그런 부분들에 대해서 이번에 저희들이 규제를 강화하겠다, 라고 하는 그런 내용이 되겠습니다.

그래서 저희들이 ‘카드를 발급받아서 지금 사용을 하고 있는 개인회원의 경우에는 그런 부가서비스를 감축을 해야 되느냐?’라고 하는

그런 부분들에 대해서 카드사에서 그런 부분, '기존에 발급된 그런 카드에 대해서 감축해야 된다.'라고 하는 그런 요청이 있는 것은 사실입니다. 사실이고, 다만, 이제 그러한 기존에 발급된 카드의 부가서비스, 개인회원의 부가서비스와 관련해서는 이 카드사의 어떤 수익성 개선이라고 하는 그런 부분들뿐만 있는 게 아니라 거기에는 약관의 신뢰에 관한 문제, 그다음에 소비자의 편익과 관련된 이러한 여러 가지 소비자 보호 문제, 그런 부분들이 다양한 측면에서 그런 부분들을 볼 필요가 있습니다.

그래서 저희들이 T/F를 통해서 네 차례에 걸쳐서 그런 기존 카드 상품의 부가서비스 단축과 관련해서 논의를 했었는데, 거기에 대해서는 여러 가지 다양한 의견이 있어서 추가적으로 저희들이 그런 부분들을 보다 추가적인 심도 깊은 논의를 거쳐서 그 부분들을 다뤄나가야 될 필요가 있겠다고 그렇게 판단을 했습니다.

그래서 저희들이 향후에 추가적으로 실무 논의를 거쳐서 그런 부분들을 조금 더 단계적이고 순차적으로 이 부분들을 검토해 나가겠다고 하는 그런 말씀을 드린 것이고요. 다만, 이게 개인 카드회원 이전에 기본적으로 카드사의 경영이 현실적으로 상당히 부담요인이 되고 있는 대형가맹점에 대한 비용 지출 문제나 법인회원을 확보하기 위해서 법인에 지출하는 이런 비용 문제에 대해서 먼저 우선적으로 저희들이 그런 부분들은 강력하게 규제하겠다고 하는 그런 의견입니다. 그런 내용이 되겠습니다.

**<질문>** 세 가지 여쭙보고 싶은데요. 일단 레버리지 비율 계산할 때 빅데이터하고 그다음에 중금리 대출 총자산을 제외하면 현재보다 얼마나 내려가는지 그 수치 좀 알려주실 수 있는지 궁금하고요. 그다음

에 별첨자료...

<답변> 조금만 더 자세하게.

<질문> 네?

<답변> 다시 한번 말씀해 주십시오.

<질문> 레버리지 비율 계산할 때 개선이 된다면 지금보다, 현행보다 얼마나, 얼마나 낮아지는지.

<답변> 낮아질 건지?

<질문> 네, 구체적인 수치 좀 알려주시면 감사하겠습니다. 그리고 별첨자료 10페이지 보면 일정 수준을 초과하는 경제적 이익을 제공 금지하도록 했는데, 이것 장관께서는 보통 국정감사 때도 그렇고 개인 회원에게는 연회비 대비 7배~8배, 그다음에 법인회원에게는 연회비 대비 30배, 이렇게 말씀해 주셨는데, 그러면 개인회원하고 비슷한 수준인 7배~8배로 맞추겠다는 것입니까? 그게 좀 궁금하고.

그다음에 국제 브랜드수수료 인상에 따라서 약관변경 심사를 하게 된다면 해외점용 카드에 대해서 연회비가 올라간다는 말씀이신 건지, 아니면 해외에서 긁을 때 저희가 건당 계산하는 수수료가 올라간다는 건지 구체적으로 말씀해 주십시오.

<답변> 일단 세 번째부터 먼저 제가 말씀을 드리겠습니다. 세 번째부터 먼저 말씀드리면, 국제 브랜드수수료가 이게 해외에 나가서 카드

를 사용했을 경우에 그 사용액에 대해서 일정 비율로, 그러니까 기존에는 1%의 브랜드수수료가 합쳐져서 그렇게 카드 결제금액이 나옵니다.

그런데 이 비용은 기본적으로 이게 비자라든지, 유니온페이라든지 이런 국제 브랜드사에 그대로 지급되는 그런 비용이 되겠습니다. 되는데, 여기에 대해서 비자가 2016년에 이 브랜드수수료를 1%에서 1.1%로 올렸습니다. 그래서 기존에 카드를 발급받은 회원들 같은 경우에는 해외에서 사용했을 경우에 해외 사용액의 1%에 대해서 수수료를 부담을 해 왔었는데, 비자가 이 브랜드 수수료를 인상했기 때문에 원래는 1.1%로 올라가야 됩니다. 올라서 1.1%에 대한 이 수수료를 자기 해외에서의 카드 사용금액에 합해서 나중에 카드 결제금액을 납입을 해야 되는데, 거기에 대해서 이 카드사들이 공정위에 '이렇게 비자가 일방적으로 이 수수료를 1.0%에서 1.1%로 올린 것은 부당하다.'라고 해서 공정위에 제소를 했습니다.

그래서 이거는 만약에 공정위에서 이게 부당하다고 판결을 하면, 그러면 이게 기존 회원들 같은 경우에는 1.0%에서 1.1%로 그렇게 올릴 필요가 없는 거거든요. 그래서 거기에 따른 소비자의 불편이 있을 수가 있는 것이기 때문에 이 1%에서 1.1%로 인상된 0.1% 인상분, 0.1% 인상분은 일단 카드사가 그 부분을 부담하도록 하고 이 소송 결과를 지켜보자, 이렇게 된 것입니다.

그런데 이게 공정위에서 판단 결과, 이게 작년 말에 이 부분에 대해서 불공정행위가 아닌 것으로 그렇게 통보가 됐습니다. 그래서 기존의 회원들 같은 경우에는 약관에, 이게 1.0%의 브랜드수수료가 약관에 있기 때문에 기존의 회원들 같은 경우에는 1.0%의 브랜드수수료

를 그대로 지불하면 되고, 신규로 변경된 약관에 따라서 신규로 발급 받는 회원들 같은 경우에는 약관에, 그게 이 약관에 승인이 되면 1.1%의 브랜드 수수료를 부담을 하게 될 겁니다. 그런 내용이 되겠습니다.

그리고... 레버리지 비율 규제에 대해서는 저희 홍성기 과장이 잠깐 설명을.

<답변> (홍성기 중소기업과장) 저희가 레버리지 비율 관련해서는 여러 가지 대안을 검토한 바가 있는데요. 결국 저희가 택한 빅데이터 신사업 관련 자산하고 중금리 대출을 총자산에서 제외하는, 그 효과를 봤더니 현재 시점에서 봐서 가장 레버리지 비율이 높은 우리카드가 6%에서 5.94%로 좀 낮아져서 자산을 한 900억 정도, 그러니까 크지는 않습니다, 사실은. 자산을 900억 정도로 더 늘릴 수 있는 여력 확보를 했고, 다른 국민카드나 예를 들면 신한, 삼성 이런 데도 자산을 500억, 800억 또는 한 2,400억 정도 더 늘릴 수 있는 여력이 확보될 거라고 보고요.

앞으로 중금리 대출로 전환을 하게 되면 그만큼 자산에서 제외되니까 여력 확보는 가능하고, 기본적으로는 카드사들이 배당을 좀 당분간 억제할 한다든가 자제한다든가 아니면 증자나 자본으로 간주가 되는 신종자본증권을 발행을 한다든가 해서 자구책을 강구하는 것이 우선이라고 생각을 합니다. 그렇게 해서 지금 이런 방안을 택했습니다.

<답변> 방금 저희 중소기업과장이 설명을 드렸는데요. 이 레버리지 비율과 관련해서 지금 신사업 관련 자산이라고 하는 이 부분은 기본

적으로 앞으로 얼마나 적극적으로 하느냐에 따라서 이 효과가 나타날 거고요. 중금리 대출도 마찬가지로, 그 부분이 나타날 텐데. 이러한 부분들에 대해서 저희들이 이제 판단을 한 거는 일단 레버리지 비율을 한 배를... 지금 6배에서 7배로 올라가게 되면 이 한 배수가 증가할 때마다 총자산이 한 26조 정도 증가를 하게 됩니다.

그래서 이런 레버리지 비율을 규제를 하는 데 따른 효과가 굉장히 크게 나타나는 것을 알 수 있는데, 이러한 부분들이 결국은 전체적인 가계부채 증가 문제라든지 그다음에 대형가맹점 간의 과당경쟁 문제 이런 부분들과 같이 연결되고, 또한 상대적으로 고금리 대출의 증가 문제, 그런 문제로 연결되지 않겠느냐고 저희들이 판단을 한 겁니다.

그래서 결국 '이 카드산업이 앞으로 어떻게 하면 건전하게 발전할 수 있는가?'라고 하는 그런 부분들에 대해서 저희들이 이러한 데이터 관련 산업에 대해서 카드사들이 기본적으로 미래의 성장산업으로, 미래의 비즈니스 모델로 그렇게 추구를 하고 있고, 또한 이게 카드사가 기본적으로 신용등급이 우량한 그런 회원들, 고객 기반으로 되어 있는 거거든요.

그래서 중금리시장에서 조금 더 적극적으로 그런 부분들 역할을 할 필요가 있다고 하는 그런 부분들을 감안해서 저희들이 레버리지 비율은 유지를 하면서 이러한 중금리 대출이나 신산업 부분에서 이러한 부분들을 애로를 해소해줄 수 있도록 그렇게 저희들이 규제를 개선을 하기로 했습니다.

그리고 참고로 이게 카드사들이 지난 과거에 한 3~4년간의 배당률을 보면 당기순이익 대비해서 배당률이 한 50% 정도가 됩니다. 그래

서 각 카드사별로 보면 이게 자기자본 문제라든지 이런 레버리지 비율 규제 문제에서 상대적으로 이러한 자기자본관리를 배당률 억제라든지 아니면 기타 여러 가지 뭐 증자라든지 신종자본증권이라든지 이런 부분들을 통해서 자기자본관리를 잘 해온 그런 카드사들이 있고요, 또 그렇지 못한 카드사들도 있습니다.

그래서 그런 노력에도 불구하고 이게 단순히 손쉬운 그런 레버리지 비율 규제완화를 통해서 그런 부분들을 해소를 해주는 것은 약간 그런 부분이 형평성에도 조금 맞지 않는 것 아니냐, 라는 의견이 T/F에서 많았습니다.

**<질문>** 두 가지 정도 여쭙고 싶은데, 하나는 수익성 다변화 관련해서 마이데이터라든가 개인사업자 신용평가라든가 빅데이터 제공 서비스 얘기를 하셨는데, 그런데 결국 이 개선안은 신용정보법이 개정돼야 하는 전제가 있잖아요? 결국 이게 당국에서 먼저 이것을 개선안이라고 얘기할 수 있을지 의문이 들기도 하고, 또 레버리지 비율에서 빅데이터 자산 제외해 준다는 것도 결국 이것과 이어지는 것 같은데, 만약에 실제로 이게 된다고 해도 과정상 절차를 보면 엄청나게 요원한 기간이 걸릴 것 같아서 실제적으로 그 카드사들이 이렇게 개선, 그러니까 경쟁력 개선되는 데는 너무 오랜 기간이 걸려서 효용성이 얼마나 있는지 약간 의문이 들 수도 있을 것 같거든요. 그 부분에 대해서 하나 설명 부탁드립니다.

또 하나는 기존 상품의 부가서비스를 축소한다는 부분에 대해서 설명을 보니까 너무 애매모호한 게 많은 것 같더라고요. '대규모 손실을'이라고 하면 그 손실 기준을 어떻게 측정할 것인가, 그런 것도 하나 있을 거고, 또 여기 말하는 그 기준, 여기 여전법에, 여전법규에

정한 기준이 있겠지만 소비자보호 원칙이라고 하셨는데 그 원칙이 어떻게 구체적으로 적용되는지 그런 게 있어야지 이것을 신청을 받고 심사를 하고 또 그 결과가 나올 것 같거든요. 그런 부분에 대해서 명확하게 정해진 게 있는지 설명 부탁드립니다.

**<답변>** 첫 번째, 데이터 사업 관련해서는 질문을 하신 대로 이 부분이 근본적으로는 법 개정하고 연결이 돼 있습니다. 그래서 저희들이 지금 입법을 위해서 정무위에서 신용정보법을 통과시키기 위해서 노력을 하고 있습니다.

그래서 그런 부분들에 대해서는 상당 부분 저희들이 설명이 많이 이루어졌기 때문에 저희들이 머지않은 시간 내에 입법이 가능하지 않을까, 그렇게 지금 판단을 하고 있습니다. 그렇게 해서 저희들이 근본적으로는 이런 부분들이 문제가 해결이 될 거라고 생각을 하고요.

이 부분이 결국은 카드산업의 앞으로의, 향후의 미래와 관련해서 기본적으로 카드산업, 카드사들이 공통적으로 요청한 사항이 이런 데이터 관련 산업을 적극적으로 본인들이 할 수 있도록 '허용을 해달라.'라고 하는 그런 내용이었습니다. 그래서 그런 부분들에 대해서는 저희들이 적극적으로 지원하겠다, 라고 하는 그런 내용을 말씀을 드린 거고요.

법 개정 전이라고 하더라도 사실은 저희들이 이 부분과 관련해서 '규제 샌드박스를 통해서 이 부분을 하겠다.'라고 하는 부분은 이번에 허용을 해 주는 그런 부분들이 들어가 있습니다. 그래서 개인사업자 신용평가업 같은 경우에도 저희들이 지금 심사를 진행 중이고, 아마도 그런 부분들에 대해서는 나중에 조금 더 의사결정을 거쳐야 되겠

지만 그런 부분들에 대해서 긍정적으로 검토가 되고 심사가 되면 허용을, 법 개정 이전이라도 이런 사업을 시작할 수 있을 것이다, 그렇게 말씀을 드리겠습니다.

그리고 기존 상품 부가서비스 관련해서는 말씀드린 대로, 질문하신 내용처럼 이렇게 여러 가지 이슈가 많습니다. 그래서 이게 대규모 손실이라고 하는 게 얼마나, 그래서 이게 규정상으로 보면, 지금 현재 규정상으로 보면 이 상품 출시 이후에 3년이 지나고, 그다음에 부가서비스를 계속할 경우에 수익성 유지가 지속되기 어려울 경우에 단축을 할 수 있도록 그렇게 되어 있습니다.

그런데 그런 부분들이, 그럼 '수익성 유지가 어렵다고 하는 부분들을 어떻게 판단을 할 거냐.'라고 하는 그런 부분들, 여러 가지 그런 부분들이 있습니다.

그리고 말씀하신 대로 이게 그러면 제가 이전에 한번 설명을 드린 적이 있었는데, 부가서비스 관련해서 결국 이제 카드상품의 일종이기 때문에 이 부분을 카드발급을 할 때 약관의 내용에 대해서 설명을 하는 것이거든요. 그럼 설명을 할 때 이런 부가서비스에 대해서 '향후에 3년이 지나고 수익성이 약화가 되면 이 부분이 단축이 될 수 있다.'라고 하는 부분에 대해서 과연 어떠한, 얼마만큼 구체적으로 어떠한 방식을 통해서 이 소비자에게 설명을 했는지, 그런 부분들도 이게 소비자보호 관점에서 상당히 중요한 그런 부분이거든요.

그래서 이 부분들에 대해서는 저희들이 4차례에 걸쳐서 토의를, 논의를 많이 했는데 거기에 대해서 상당히, 통일된 의견을 상당히 단기간 내에, 한 4달 정도, 저희들이 한 3달 정도 기간 동안 논의를 했

는데 그 기간 내에 이게 구체적인 그런 합의점에 도달하는 것이 조금 어려웠습니다.

그래서 이 부분에 대해서는 저희들이 지금 당장 구체적인 어떤 기준에 대해서 결론을 내리는 것은 조금 너무 이르다, 라고 생각되고 또한, 이 부분 자체가 이게 많은 개인회원들과 관련이 돼 있는, 소비자보호상으로 보면 굉장히 큰 문제기 때문에 이 부분에 대해서는 저희들이 조금 더 신중하게 이 부분을 살펴볼 필요가 있겠다, 라고 이렇게 판단을 내렸습니다.

그래서 이 부분에 대해서는 저희들이 지금 구체적인 결론을 내리기보다는 이러한 원칙하에 저희들이 카드사의 어떤 경영상의 어려움 그런 부분들도 저희들이 이해는 되지만, 그런 부분들 못지않게 이러한 개인회원의 신뢰라든가 편익 그런 측면에서의 소비자보호 문제가 똑같이 중요한 문제기 때문에 이 부분이 균형 있게 다루어져야 된다, 라고 하는 그런 원칙하에서 저희들이 조금 더 추가적으로 논의를 해 나가면서 단계적으로 이 문제를 접근을 하겠다, 라는 그런 말씀입니다.

<질문> \*\*\*

<답변> 그래서 저희들이 원래 당초에 '1분기 내에 이 부분에 대해서 가이드라인이라도 한번 마련을 해 보겠다.'라고 이렇게 말씀을 드렸는데 저희들이 이게 업계라든지 그다음에 저희들 금융당국, 그다음에 전문가들, 그다음에 법무법인, 학계 이렇게 해서 쪽 논의를 하면서 이게 3개월 내에 결론을 내기가 상당히 어려웠습니다.

그리고 이게 굉장히, 상품 수가 기본적으로 한 4,700개 정도가 되기 때문에 여기에 대해서 저희들이 일률적으로 결론을 내기가 상당히 좀 어렵고, 또 획일화된 기준을 마련하는 것도 사실상 이게 어렵다, 라고 이렇게 생각을 합니다.

그래서 그 부분들에 대해서는 저희들이 시간을 저희들이 정하지 않고, 일단은 저희들이 어떤 기한 내에 이 부분을 추진하는 게 중요한 게 아니고 기본적으로는 이게 개인회원의 신뢰라든가 편익, 그런 부분에서의 소비자 보호 문제가 중요한 그런 부분이기 때문에 그러한 부분들의 우려가 해소될 수 있는 그런 방안을 마련하는 게 더 중요하다고 생각을 합니다. 그래서 저희들이 시간을 가지고, 시한을 정해놓고 하기보다는 그런 좋은 해결방안 그런 것을 찾는 데 조금 더 노력을 하도록 하겠습니다.

**<질문>** 법인회원 이익 제공 0.5% 한도로 설정하면 연간 카드사가 비용을 얼마나 절감하게 되나요? 그리고 카카오톡 등으로 알림채널 다 변화하면 그건 또 비용이 얼마나 줄어드나요? 연간.

**<답변>** 그게 뭐 저희들이 연간으로는 계산을 해 보지 않았는데요. 그게 문자 메시지가 기본적으로 이게 20원~80원 그 정도 비용이 든다고 하는 거고요. 그런데 카톡은 이게 비용이 거의 들지 않는다고 이렇게, ‘원가가 거의 0에 수렴한다.’ 이렇게 얘기를 합니다. 그래서 그런 부분들은 사별로 효과가 아마 다르겠지만, 이게 다른 업권에서는 아마... 이렇게 그런 알림톡을 받아보신 적이 있으실 텐데, 보험을 가입하고 나면 이게 해피콜이라든지 그다음에 여러 가지 보험사에서 안내가 오는 것은 사실 카카오톡이나 이런... 그런 형태로 지금 많이 옵니다. 그래서 그거를 모바일 메시지라고 하는데 모바일 메시지로 많이 오거든요.

요. 그래서 카드사들도 이 부분을 굳이 이렇게, 이 부분을 그렇게 제한을 할 필요는 없다, 라고 판단을 한 것입니다.

우리 비용추계는 하지 않았죠?

<답변> (관계자) \*\*\*

<답변> 비용추계는 안 했죠, 그렇죠?

<질문> \*\*\*

<답변> 그리고...

<질문> \*\*\*

<답변> 네?

<질문> \*\*\*

<답변> 어떻게?

<질문> \*\*\*

<답변> 해외 체류 중일 때는 오히려 카톡으로 오지 않습니까?

<질문> \*\*\*

<답변> 네.

<질문> \*\*\*

<답변> 그 부분은 저희들이 보완을 하도록 하겠습니다. 그런데 그것 실행하는 과정에서 그런 우려가 없게 그거는 저거를 마련을 하겠습니다. 그런데 처음에 이렇게, 과연 그러면 카드사가 자의적으로 ‘모바일 메시지를 받겠다, 모바일 메시지를 보내겠다.’ 뭐 이렇게 하는 거는 아니고요. 그거는 고객의 동의를 전제로 해서 하는 부분이기 때문에 본인이 만약에 그런 우려가 있으면 모바일 메시지로 이러한 알림 고지 받는 것을 하지 않겠다, 라고 선택하면 됩니다.

그래서 기본적인 원칙은 원하는 개인회원에게 대해서 그렇게 알림톡으로 고지할 수 있도록 그렇게 다양하게 해주겠다, 라는 부분이기 때문에 그 부분은 조금 해소가 되지 않을까 그렇게 생각이 되고, 그리고 만약에 모바일 메시지로도 선택을 했는데, 해외 체류할 경우에. 그런 부분에 대해서 저희들이 조금 더 보완할 수 있으면 구체적인 가이드라인을 만들 때 그런 부분은 저희들이 참고를 하도록 하겠습니다.

그리고 전에 박 기자님이 ‘법인회원에게 경제적 이익 일정 퍼센티지 이상 초과를 하게 되면 얼마 정도인지, 비용이 절감되는지.’ 그 부분은 저희들이 구체적으로, 이 법인회원에게 지급하는 부분을 저희들이 전수조사를 하지 않았습니다. 전수조사를 하지 않아서 그 부분에 대해서는 전체적인 규모라든지, 얼마만큼 그 부분이 절감될 건지 거기에 대해서는 저희들이 통계를 가지고 있진 않습니다.

다만, 이러한 부분이 이게 카드사들이 결국은 이게 법인회원하고

의 그런 관계에서 보면 고객 확보라든지 그런 차원에서 마케팅에 좀 치중을 하고, 그다음에 카드사들 간에 서로 과당경쟁에 의해서 이런 부분들이 실제로 제어가 되지 않는 부분이거든요.

그래서 회원 확보를 하기 위해서 이게 모집 차원에서 경제적으로 경제적 이익을 법인회원들한테 제공을 하다 보니까 사실은 이런 부분들이 점점 더 문제가 확대가 된 게 아닌가, 그렇게 생각이 되고, 그런 차원에서 카드사들도 개별 사별로 노력하는 데 한계가 있기 때문에 제도적으로 이런 부분들을 조금 규제를 해줬으면 좋겠다, 라고 하는 그런 권유를 한 것입니다.

**<질문>** 11페이지 보면 일정이 나오잖아요. 그러면 지금 대형가맹점하고 카드사들이 협상 중인데, 이거 5번에 보면 카드사 마케팅 비용 지출 건전화 방안, 그래서 뭐 이런 제한하고 금지하고 이런 것들이 부년 연중으로 돼 있거든요. 그러면 지금 협상을 진행하면 두세 달 후면 끝날 텐데 이렇게 지출하거나 제한하는 건 연중, 그러면 연말이 될 수도 있는데 그게 지금 협상에 올해 거가 제대로 진행될 수 있나, 이런 우려가 들거든요.

**<답변>** 이것 저희들이 협상 진행 상황하고 관계없이 저희들이 빠른 시일 내에 추진할 것입니다. 이렇게 규정하는 건 규정하는 거고요. 지금 대형가맹점 협상하고 관련해서는 저희들이 지금 알기로는 이게 통신사 이외에는 상당히 협상이 이제 원만하게 그렇게 진행이 되고 있는 걸로 알고 있습니다. 그래서 그런 부분들은 저희들이 그동안에 몇 차례 이렇게 말씀을 드렸던 것처럼 이게 법과 원칙에 따라서, 적격비용의 원칙이라든지 수익자 부담 원칙이라든지 이런 부분에서 양자 간에 그런 원칙하에서 협의를 해나가면서 풀어 나갈 거고요. 저희들은

이 제도개선은 그런 진행상황하고는 관계없이 저희들이 빠른 시일 내에 이것은 마무리를 하도록 그렇게 하겠습니다.

2019년 중이라고 하는 것은 저희들이 기본 절차에 걸리는 시간을 저희들이 정확하게 예측을 하기가 어렵고, 또 이게 의견수렴을 할 부분이 있고 그렇게 해서 저희들이... 안전하게 설정을 한 겁니다. 그러니까 이걸 빨리 저희들이 추진할 겁니다.

감사합니다.

<끝>