

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
| <br>금융위원회   | <div style="text-align: center; font-size: 24px; font-weight: bold;">보 도 자 료</div>   |   | <br>금융감독원   |
| <div style="text-align: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> <b>보도</b> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> <b>2019.4.9.(화) 15:30</b> </div> </div> | <div style="text-align: center;"> <b>배포</b> </div> <div style="text-align: center;"> <b>2019.4.9.(화)</b> </div>                                  | <div style="text-align: center;"> <b>담 당 자</b> </div> | <div style="text-align: center;"> <b>성 미 라 사무관</b><br/>(02-2100-2992)<br/><b>이 호 진 팀장</b><br/>(02-3145-7447)<br/><b>박 형 군 팀장</b><br/>(02-3145-7552)         </div> |
| <div style="text-align: center;"> <b>책 임 자</b> </div>  | <div style="text-align: center;"> <b>금융위 중소금융과장</b><br/><b>홍 성 기(02-2100-2990)</b><br/><b>금감원 여신금융감독국장</b><br/><b>이 상 민(02-3145-7550)</b> </div> |   |  |

## 제 목 : 카드사CEO 간담회 개최

### -카드산업 「경쟁력 강화 및 고비용 마케팅 개선 방안」 논의

- ◆ '18.11.26일 발표한 「카드수수료 종합개편방안」에 따른 카드산업 경쟁력 제고와 고비용 마케팅 관행 개선을 위한 후속조치로
- ⇒ '18.12월부터 금융당국, 업계, 민간전문가 등으로 구성된 TF 논의를 통해 제도개선 방안 마련
- ❶ 데이터 관련 신사업 진출 등을 통한 수익 다변화와 환경 변화를 고려한 규제 합리화를 통해 카드사의 경쟁력 강화 지원
- ❷ 대형가맹점 및 대형법인에 대한 과도한 경제적 이익 제공 제한 등을 통해 고비용 마케팅 등의 영업구조 개선

## 1 추진경과

- 「카드수수료 종합개편방안」(‘18.11.26.) 후속조치로 ‘18.12월부터 학계·업계 등이 참여한 「카드산업 건전화 및 경쟁력 제고 TF」\* 운영
  - \* 금융위, 금감원, 여신전문금융협회, 금융연구원, 소비자 분야 법률전문가, 시민단체 분야 법률전문가, 업계 추천 전문가 등으로 구성
- 카드업계 건의사항을 바탕으로 ❶카드산업 경쟁력 제고 방안과 ❷고비용 마케팅 관행 개선 방안을 논의
- '19.4.9일 카드사 CEO 간담회(금융위원장 주제)를 개최하여 TF 논의 결과를 설명하고 업계 의견을 청취하였음

## 2 카드사 CEO 간담회(4.9) 주요 내용

- 한편, 최종구 금융위원장은 '19.4.9(화) 여전협회장 및 8개 전업계 카드사 사장단을 초청하여 간담회를 개최
  - 카드사 사장단에게 카드수수료 개편 정책에 대한 이해와 협조에 감사를 표하며 우리 경제의 활력을 높이는데 카드사와 가맹점의 상생관계가 중요함을 강조하였고,
  - 카드업계가 가맹점 수수료 수익에 의존하는 구태에서 벗어나 혁신적이고 소비자 친화적인 새로운 서비스 모색이 필요함을 언급하며, 지난 4.1일 「금융혁신법」 시행에 따른 카드사의 혁신 서비스가 사회적 주목을 받은 사례를 소개하였음
  - 카드업계는 경영·부수업무 확대 등 수익다변화를 위한 당국의 지원방향에 감사를 표하며 오랫동안 비용부담으로 작용했으나 자율 개선이 어려웠던 대형가맹점·법인회원에 대한 고비용 마케팅 관행 개선 방안에 크게 공감하고, 카드산업 발전을 위한 당국의 지속적인 관심을 요청함
  - 이에 최위원장은 “금융당국은 앞으로도 열린 마음으로 카드산업의 건전한 발전을 위한 걸음을 멈추지 않을 것이며, 법적·제도적·정책적인 도움이 필요한 부분이 있으면 언제든지 당국과 소통해 주길 바란다”고 밝혔다

## 1. 카드산업 경쟁력 제고 방안

① (新사업 진출 지원) 카드사의 수익원 다변화를 위해 보유 정보를 활용하여 부가가치를 창출할 수 있는 데이터 관련 사업 진출 지원

\* 신용정보법 개정을 통해 도입 예정인 본인신용정보관리업(My Data사업), 개인사업자 신용평가업을 카드사 겸영업무로 규정(여전법 시행령 개정)하고, 빅데이터 분석·제공·자문서비스를 부수업무로 명확화(여전법 감독규정 개정)

※ 카드사 新사업 진출을 위해 빅데이터 신사업 관련 자산과 중금리 대출 자산을 레버리지 비율(총자산/자기자본) 산정시 총자산에서 제외

○ 또한, 그간 자본력·영업력 등을 바탕으로 소수의 대형렌탈사가 과점구조를 형성해온 사업자대상 렌탈(B2B) 업무취급기준 합리화

\* 단, 소형 렌탈업체의 시장을 침해하지 않도록 협회 주도 업계 자율로 적합성 심의 절차를 거치도록 하고, 중소기업 적합업종에 해당시 부수업무 영위 제한

② (영업행위 규제 합리화) 기술발전 등 환경 변화와 수요자 편의성을 반영하여 각종 안내·동의를 위한 고지채널 다양화 등 규제 합리화

○ 또한, 카드사의 신규회원에 대한 과당 모집행위와 이에 따른 과도한 모집비용 지출을 개선하기 위해 휴면카드 자동해지 제도 개선

\* 단, 휴면카드 진입시 회원에게 카드 해지의사를 반드시 확인하고, 휴면카드의 유효기간 만료시 갱신·대체발급을 제한하며, 관련 피해 발생시 카드사에 입증책임 부과

## 2. 카드산업 고비용 영업구조 개선 방안

□ (현황) '18년중 카드사의 마케팅 비용은 6.7조원으로 '15년 이후 매년 10% 이상 증가\* 추세

\* ('15년) 4.8조원 → ('16년) 5.3조원 → ('17년) 6.1조원 → ('18년) 6.7조원

○ 가맹점수수료 수익의 절반 이상을 마케팅비용으로 지출

\* 마케팅비용/가맹점수수료 : ('15년) 45.0% → ('16년) 48.3% → ('17년) 51.9% → ('18년) 54.5%

- 대형가맹점에 대해서는 수수료 수익 대비 마케팅비용 지출 비중이 평균 70%를 초과하고, 100%를 넘는 경우도 존재

\* 반면, 일반음식점, 슈퍼마켓 등의 경우 약 30% 수준으로 추정

- 또한, 대기업 등 법인회원 유치를 위해 카드 매출액의 1% 내외를 캐시백으로 지급\*하는 사례도 다수

\* 복지자금 출연, 무기명 선불카드 추가 지급, 홍보대행, 인력지원, 전담콜센터 운영, 전산시스템 구축, 해외연수 지원 등 다양한 방식으로 제공

□ (개선방안) 매출액 규모가 큰 법인회원 및 대형가맹점에 대한 경제적 이익 제공을 제한하여 과도한 마케팅 지출 관행을 개선하고 카드사 건전성 제고를 유도

○ (법인회원) 일정 수준(예 : 결제금액의 0.5%)을 초과하는 경제적 이익 제공 금지 ⇒ 여전법 시행령 개정

○ (대형가맹점) 사내복지자금 등 출연, 여행경비 제공 등 여전법상 부당한 보상금 제공 금지 ⇒ 유권해석\*

\* 카드업계가 그간 대형가맹점에 제공한 경제적 이익 중 '부당한 보상금등의 요구·제공·수수 금지'의 범위 구체화 예정

○ (부가서비스) 신규상품의 대해서는 수익성 분석을 합리화\*하고 관련 내부통제를 강화함으로써 과도한 부가서비스 탑재 자제를 유도

\* (예) 모호한 무형의 이익(예: 대외신인도 제고, 계열사 시너지 효과, 시장선점 효과 등)을 예상수익에서 제외 등

- 기존 카드상품은 과도한 부가서비스 등으로 대규모 손실이 발생하여 카드사 경영 및 가맹점수수료에 큰 부담요인으로 작용하는 경우 여전법규에서 정한 기준, 소비자 보호 등의 원칙에 따라 약관변경을 심사하되,

- 향후 추가적인 실무논의를 거쳐 단계적·순차적으로 접근

※ <별첨> 카드산업 경쟁력 제고 및 고비용 영업구조 개선방안



“혁신금융, 더 많은 기회 함께하는 성장”