



## 직불카드 활성화 필요성 및 방안

이 재 연 (선임연구위원, 3705-6356)

직불카드는 가장 낮은 비용을 유발하는 지급카드이나 타 카드 대비 편의성 및 수익성 등이 낮아 활성화되지 못하고 있음. 카드사업을 분사하는 은행들은 고객확보 및 수익원 다변화를 위해 직불카드를 활성화할 필요가 있으며 이를 위해 가맹점 및 이용가능시간 확대 등을 통해 편의성을 증대하여야 할 것임.

- 가맹점의 신용카드 수납이 사실상 의무화되고 고객의 신용카드 사용이 보편화되고 있으나 가맹점수수료를 둘러싼 갈등이 심화됨에 따라 신용카드와 유사한 서비스를 제공하면서 보다 낮은 거래비용을 발생시키는 데빗카드(debit card)에 대한 관심이 높아지고 있음.
  - 신용카드의 평균 가맹점수수료율은 2010년 1~9월 2.08%를 기록하고 있으나 유흥업(4.5%)을 제외한 업종별 가맹점수수료율은 최저 1.5%에서 최고 3.5%에 달해 특정업종의 경우 가맹점수수료율이 너무 높고 업종간 격차도 아직 크다는 비판이 제기되고 있음.
- 데빗카드는 이용하는 네트워크의 종류에 따라 직불카드와 체크카드로 구분할 수 있는데, 이들 카드는 발행주체 및 이용방법 등에 있어서도 상이함.
  - 직불카드는 은행만이 발행하는 카드로서 1996년부터 별도의 직불카드 가맹점에서 직불카드 공동망(EFT/POS)을 네트워크로 이용하여 사용되고 있으며, 거래인증방식은 비밀번호(pin) 입력에 의해 이루어져 비밀번호방식(pin-based) 데빗카드라고도 함.
  - 반면 체크카드는 은행과 전업카드사 등 카드사업자가 발행하는 카드로서 1999년 도입되었으며 신용카드 가맹점에서 신용카드 네트워크를 이용하여 사용되며, 거래인증방식은 서명(signature)에 의해 이루어져 서명방식(signature-based) 데빗카드라고도 함.
- 우리나라에서는 직불카드가 먼저 도입되었음에도 불구하고 체크카드의 매출액은 급격히 확대되고 있는 반면 직불카드 매출액은 감소하고 있음.
  - 직불카드 매출액은 신용카드 활성화정책이 시작된 1999년 이후 감소하기 시작하였으나 신용카드 위기 이후 확대되었다가 다시 감소하여 2009년말 현재 450억원에 불과한 반면, 체크카드 매출액은 신용카드 위기 이후 카드사업자의 노력에 의해 빠르게 확대되었는데 신용카드 매출액 대비 비율은 2006년 3.3%에서 2009년말 7.8%(3조 6,500억원)로 확대되었음.
  - 체크카드 매출액은 급성장하는 반면 직불카드 매출액이 감소하는 이유는 직불카드 이용가능 가맹점이 25만개에 불과하고 이용가능 시간도 08:00~23:30으로 제한되어 있어 고객의 이용편의성이 떨어지며, 신용 및 체크카드와 달리 할인서비스 등 부가서비스가 제공되고 있지 않기 때문임.

- 카드를 발급하는 은행들은 가맹점수수료율(1.0~2.0%)이 낮은 직불카드 대신 체크카드를 활성화하고 있는데 이는 신용카드와 유사한 수준의 가맹점수수료율이 적용되며 이를 바탕으로 고객확보경쟁에 필요한 부가서비스를 제공할 수 있기 때문이다.

〈표〉 카드유형별 매출액 및 가맹점 수 추이

|      | 매출액(십억원) |      |        |         | 가맹점 수(천개) <sup>1)</sup> |      |
|------|----------|------|--------|---------|-------------------------|------|
|      | 신용카드     | 직불카드 | 체크카드   | 합계      | 신용카드                    | 직불카드 |
| 1996 | 47,600   | 34   |        | 47,634  | 1,981                   | 122  |
| 2000 | 135,865  | 106  |        | 135,971 | 4,445                   | 246  |
| 2004 | 352,506  | 70   | 2,628  | 355,204 | 17,499                  | 303  |
| 2006 | 370,959  | 113  | 12,330 | 383,402 | 20,807                  | 290  |
| 2007 | 406,632  | 79   | 18,855 | 425,566 | 14,732                  | 252  |
| 2008 | 456,421  | 57   | 26,802 | 483,280 | 15,436                  | 252  |
| 2009 | 466,358  | 45   | 36,462 | 502,865 | 16,466                  | 251  |

주 : 1) 중복가맹점 포함

자료 : 우리나라 및 주요국의 지급결제 통계, 한국은행, 2010.8

- 그러나 일부은행이 신용카드 사업을 분사했거나 분사를 추진 중이며 향후 보다 많은 은행들이 신용카드 사업을 분사할 예정으로 있어 은행들은 수익원 다변화 및 고객확보를 위해 직불카드 활성화를 고려할 필요가 있음.
  - 우리나라의 경우 체크카드는 직불카드와 달리 은행외에 전업카드사도 발급할 수 있어 신용카드 사업 분사 시 체크카드 사업도 카드자회사로 이관되고 있음.
  - 은행들은 신용카드 사업의 분사로 가맹점수수료 등 카드관련 비이자수익이 감소할 것으로 예상됨에 따라 그 동안 소홀히 했던 직불카드를 활성화함으로써 비이자수익을 확대하는 한편 카드고객 및 가맹점의 결제계좌를 유치하고 대출 등 교차판매를 확대할 수 있을 것임.
- 또한 직불카드 활성화 시 카드사용고객의 안전성이 높아지고 가맹점의 수수료부담이 감소하는 장점도 기대할 수 있음.
  - 거래인증 시 비밀번호를 사용하는 직불카드가 서명위조 가능성이 있는 서명방식의 체크카드보다 안전성이 높은 것으로 평가되어 안전성을 추구하는 고객이 선호할 수 있을 것임.
  - 직불카드는 물품 및 서비스 구매 시 고객의 예금계좌로부터 현금이 즉시 인출된다는 점에서 현금인출카드를 이용한 현금인출서비스 또는 계좌이체와 같은 지급서비스의 일환으로 간주되어 낮은 수수료가 부과되어 가맹점에게 가장 유리한 지급카드임.
- 직불카드의 활성화를 위해서는 고객이 이용할 수 있는 가맹점 및 거래가능시간을 확대하려는 은행의 노력이 요구됨.
  - 직불카드 가맹점 확대를 위해서는 가맹점수수료가 카드발급은행(85%)과 단말기 설치 및 거래중계를 담당하는 VAN사(15%)에게만 배분되는 수익배분구조를 변경하여 가맹점 계좌개설 은행에 대해서도 수익의 일부를 배분하는 방안에 대해 검토해볼 필요가 있음.
    - \* 신용카드를 고객이 사용하는 카드사의 가맹점은 아니나 타 카드사의 가맹점인 곳에서도 사용가능하나 이 경우 카드사는 전표를 매입해준 타 카드사에 대해 가맹점수수료의 일부를 제공하고 있음.
  - 직불카드 거래가능시간의 경우 현재 극히 일부 은행을 제외하고는 이용가능시간을 인터넷뱅킹 수준으로 연장하는 데 기술적으로 큰 문제가 없는 것으로 판단됨. **KIF**