

시중은행 방카슈랑스 수수료 수익 내리막길 들어섰나

국내 시중은행의 방카슈랑스(은행에서 판매하는 보험) 수수료 수익이 내리막길이다. 은행들은 상품군을 늘리는 물량 공세 외에 판매량을 늘릴 뾰족한 대안을 찾지 못하고 있다.

4일 은행권에 따르면 올들어 5월 말까지 신한·우리·KEB하나은행 등 주요 시중은행들의 방카슈랑스 수수료 수익은 806억원으로 지난해 917억원보다 12% 넘게 준 것으로 나타났다. KB국민은행은 수익을 공개하지 않았다.

신한은행이 지난해 1~5월 299억원에서 올해 246억원으로 17.7% 줄었고 우리은행이 지난해 372억원에서 360억원으로 3.2%, 하나은행은 지난해 246억원에서 200억원으로 18.6% 각각 감소했다.

은행들의 방카슈랑스 판매량은 지난해 4월 세제 개편을 앞두고 절판 마케팅 효과를 본 이후 지속적으로 감소세다. 저축성 보험의 비과세 혜택 축소가 예고되자 세제 개편 전 혜택을 보려는 가입자들이 지난해 1~3월 급증했다. 이후 방카슈랑스 매력이 줄어들자 고객도 줄고 수수료도 감소했다.

인터넷전문은행 케이뱅크도 지난해 12월 모바일 방카슈랑스 출시표를 던졌지만 실적은 부진하다.

케이뱅크의 초회 보험료는 지난 1분기 기준 1909만원. 우리은행(6억3621만원)의 33분의 1에 불과했다. 건수와 초회보험료 모두 기준 은행과 비교해 실적은 매우 저조했다.

신한 등 수수료 수익 작년比 12% 줄어

작년 절판 마케팅 효과 이후 지속 감소

e은행 케이뱅크도 실적부진에 허우적

상품군 늘리는 물량공세의 방법 없어

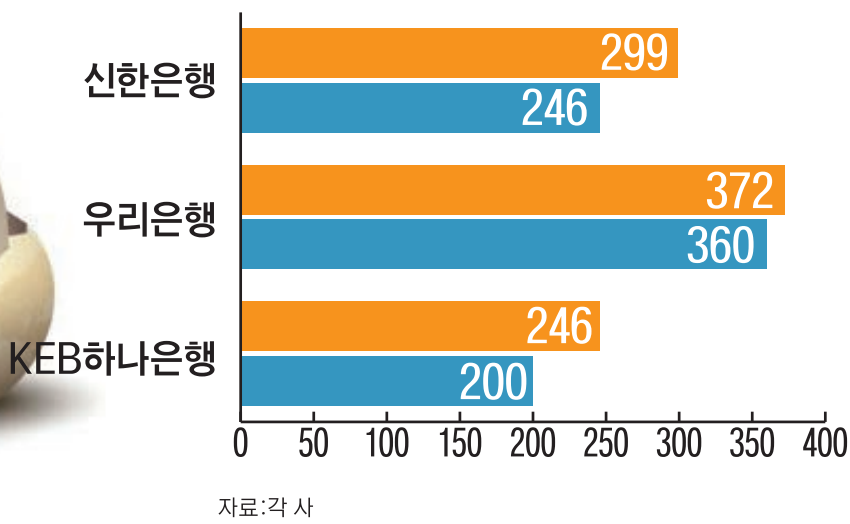


수익증권과 함께 대표 수수료 수익원으로 불린 방카슈랑스가 위축되면서 은행권에서 생존법을 찾아야 한다는 목소리가 나온다. 은행들은 보장성 보험 등의 비중을 늘려 가입을 유도하겠다는 것 외에는 뾰족한 대안이 없다는 입장이다.

은행권 관계자는 “방카슈랑스 판매를 늘릴 방법은 사실상 없는 것으로 안다”며 “기존에 취급하지 않았던 보장성 보험 상품 등으로 상품군을 늘리는 건 은행들의 공통된 입장이지만 누가 먼저 출시할지 눈치싸움 중”이라고 밝혔다.

석지현 기자 cake@

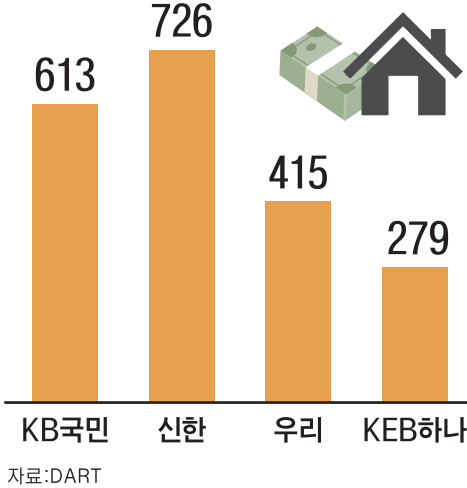
은행별 방카슈랑스 수수료 수익(단위: 억원)



시중은행 임대수익 연 600억원 번다

신한은행 3년간 726억원으로 최고

은행별 3년간 임대 수익(단위:억원)
(2015년~2017년)



국내 주요 시중은행들이 임대수익으로 연간 600억원가량을 벌어들이는 것으로 나타났다.

4일 금융감독원 전자공시시스템에 따르면 KB국민·신한·우리·KEB하나은행 등 주요 은행들은 지난해 682억원의 임대수익을 올렸다. 3년간 추이도 비슷하다. 은행들의 2016년, 2015년 임대수익은 각각 695억원, 656억원으로 나타났다.

신한은행이 지난 3년간 임대수익이 726억원으로 가장 많았다. 신한은 지난해 251억원, 2016년 231억원, 2015년 244억원의 임대수익을 냈다. 이어 국민은행이 3년간 613억원의 수익을 내 두 번째로 많았다. 지난해 177억원, 2016년 214억원, 2015년 222억원이다.

우리은행은 3년간 415억원을 벌어들였다. 지난해 139억원, 2016년 139억원, 2015년 137억원으로 나타났다.

KEB하나은행은 3년간 279억원을 벌었다. 지난해 115억원, 2016년 111억원, 2015년 53억원의 수익을 올렸다.

하나은행은 2015년 외환은행과 합병으로 늘어난 점포를 줄이기 위해 소유 부동산의 매각을 추진했다.

은행들의 부동산 투자는 대부분 유휴 시설 활용이다. 점포 입점을 위해 건물을 매입하고

그 일부를 임대해 시세차익을 얻는 식이다. 은행들은 점포를 옮기더라도 건물을 매각하기보다 임대 사업으로 활용한다. 특히 변화가 나 역세권에 위치한 건물들은 매각보다 소유하는 경우가 대부분이다.

은행권 관계자는 “투자부동산 수익은 점포 영업 등을 위한 건물을 매입하고 쓰지 않는 층이나 일부를 빌려주는 것”이라며 “유휴 시설 활용으로 연간 꾸준한 수익을 올리고 있다”고 말했다.

은행들의 투자부동산 수익은 올해도 큰 변동 없이 1분기에 191억원으로 작년 168억원과 비슷한 수익을 냈다.

간편 결제서비스 확대... 은행 “환영”

수수료 지불 수익성에 도움

토스 카카오페이 네이버페이 등 간편송금 서비스를 제공하는 IT기업들 입지가 확대되고 있다. 일반 시중은행들과 경쟁구도를 이룰 것이란 관측도 있지만 기우에 불과하다는 시각이 지배적이다.

한국은행이 지난달 25일 발표한 ‘2018년 1분기 중 전자지급 서비스 이용 현황’을 보면 올해 1분기 하루 평균 간편결제·송금 서비스 이용금액은 767억원으로 전분기보다 38.2% 늘었다. 이용 건수는 106만건으로 23.1% 증가했다. 이는 지난해 1분기에 비해 각각 3배 가까이 늘어난 수치다. 지난해 연간 이용 규모는 37조원. 비슷한 수준의 성장세가 올해도 이어진다면 100조원을 넘을 것으로 업계는 보고 있다.

간편결제·송금 서비스는 공인인증서나 OTP(일회용 비밀번호 생성기) 없이 비밀번호만으로 간편하게 결제할 수 있는 신종 전자지급 서비스다.

국내서는 간편 송금 앱 ‘토스’의 성장세가 무섭다. 핀테크 스타트업 비바리퍼블리카가 2015년 출시한 토스는 2016년 통합계좌 조회 서비스를 시작으로 2017년 신용관리 서비스와 부동산 소액투자 서비스, 올해 초 내 계좌 모두 찾기과 간편 해외주식 투자 서비스를 출시하면서 서비스 영역을 대폭 확대하고 있다. 토스는 이처럼 서비스 다각화를 공격적으

로 추진해 종합 금융서비스 플랫폼으로 자리매김한다는 계획이다.

카카오와 네이버페이도 각각 카카오페이와 네이버 페이를 앞세운 간편송금 시장 공략에 속도를 내고 있다.

상황이 이렇다 보니 기존 간편송금 플랫폼을 갖고 있는 시중은행들의 입지가 갈수록 좁아질 것이란 분석도 나온다.

은행들은 간편송금 업체들의 성장세를 오히려 반기는 분위기다. 이 업체들의 결제 시스템은 은행의 결제 공급망을 기반으로 한다. 결제마다 은행에 수수료를 지불하기 때문에 은행의 수익성에 도움이 된다.

금융권 관계자는 “토스 같은 간편송금 업체들은 금융업 라이선스가 없어 할 수 있는 영역이 제한적이고 은행과 겹치지 않는다”며 “이들이 은행에 지불하는 수수료도 만만치 않아 은행 입장에서 손해볼 것은 없다”고 말했다.

실제로 은행들은 이 업체들과 협력해 금융상품의 판매와 서비스 홍보 등에서 시너지 효과를 노리고 있다.

신한은행은 최근 네이버페이와 손잡고 환전 이벤트를 선보였다. 신한은행 계좌를 네이버페이 결제 연결계좌로 사용하면 우대 환율을 적용하는 식이다.

Sh수협은행도 카카오페이와 손잡고 모바일 전용 적금 상품을 출시했다. 사용자 많은 카카오페이를 통해 금융상품 판매 활로를 넓히려는 전략이다.

한국인의 truefriend

한국금융투자협회 심사필 제16-05190호 (2016-10-12)
준법감시인 상의필 제2017-1058호 (2017-10-12~2018-10-11)

[헤 아 리 다]

고객의 마음이 되어봅니다
금융의 깊이를 더해갑니다

깊은 맛과 향을 우려내려면
알맞은 온도를 알아야 하는 것처럼
금융에 깊이를 더하는 일은
고객을 이해하려는 마음의 자세에서 비롯됩니다

고객을 향한 바른 마음가짐으로
한국투자증권은 금융의 바른 길을 이어가겠습니다

truefriend

한국투자 증권