

신용카드 보급확대, 업계 가맹 현황과 전망

1~2만원 소액 결제 보편화...제과점 대응 서둘러야

■ 취재/오형석 ohs@mbaskery.co.kr



신용카드 시대가 활짝 열렸다. 외환 위기로 잔뜩 움츠렸던 소비 시장이 기지개를 켜는 것과 동시에 세원 확보를 위한 정부의 신용카드 보급정책이 맞물리면서 카드 사용량이 급속도로 증가하고 있는 것이다. 특히 카드복권제를 도입하면서 젊은 층을 중심으로 현금 대신 카드를 이용하는 소비자들이 늘고 있다. 시중 은행들의 카드사업도 경쟁적으로 커지면서 이 분위기에 더욱 불을 붙이고 있다(표 참조). 여기에 정부가 카드 이용금액 소득공제를 실시한 것이 카드 이용 확대를 가져온 결정적 동기로 작용했다는 분석이다.

99년 편의점 업계의 신용카드 의무 가맹이 이루어지는 등 지난해부터 시장 전반에 카드 가맹점 확산분위기가 활력을 띠고 있다. 이런 추세에 맞춰 베이커리 업계에서도 일부 제과점이 벌써 빠르게 카드단말기를 설치하는 등 시장 흐름에 편승하고 있다. 더욱이 프랜차이즈 업체가 카드 사용과 관련, 기타 부대 서비스를 동시에 시행함으로써 업계 전체의 카드 가맹률은 계속 늘어날 것으로 보인다.

한편, 대형 유통할인점의 확산은 기존의 소극적인 영업을 지속하고 있는 제과점들에게 큰 자극을 줄 것으로 예상된다. 주먹

구구식 영업의 한계를 탈피하고 새로운 소비패턴에 맞는 체제를 갖추어야만 제과점들이 시장에서 살아남을 수 있다는 위기감이 업계 전반에서 꿈틀거리고 있는 것이다.

프랜차이즈 업체 신속하게 대응, 전체 분위기 이끌어

프랜차이즈 업체별 신용카드 가맹 현황을 살펴보면 업계 전반에 걸친 분위기를 감지할 수 있다.

우선 파리크라상의 경우 SK리더스클럽과 공동 프로모션을 실시, 지난 2월말 100% 카드 가맹을 마쳤다. 마케팅실 김현옥 과장은 "SK 텔레콤과 제휴해 가맹점에 무상으로 단말기 공급을 이미 완료했다"며 "카드 가맹이 정부 시책과도 일치하지만 무엇보다도 소비자들의 소비패턴을 주목할 필요가 있다"고 덧붙였다. 한편, 파리크라상은 올 6월부터 베스킨라빈스와 공동으로 보너스카드제를 시행, 고객들에게 마일리지를 제공하는 등 가장 적극적인 대응책을 마련하고 있는 것으로 알려졌다.

크라운베이커리는 전체 가맹점의 60%정도가 신용카드 단말기를 갖추고 있는 것으로 알려졌다. 영업기획팀 최정학 팀장은 "신용카드 가맹은 아직까지 권유할 사안이지 강제성을 떨 수 있는 사안은 아니"라며 "다만 OK캐쉬백 제도를 운영하고 있으나 객단가가 낮아 매장들이 아직은 기피하고 있어 카드 수수료를 낮게 적용하는 방안을 카드사와 협의 중"이라고 말했다.

신라명과의 경우는 상당히 적극적인 대응책을 고려하고 있는 것으로 알려졌다. 지난 해 12월부터 삼성카드와 협력, 단말기를 신라명과 가맹점에 공급하고 있다. 또한 삼성카드 우수 가맹점에는 휴대폰을 지급하는 행사를 시행하고 있다. 마케팅팀 이덕영 과장은 "기본적으로 신용카드사와 제휴 없이는 앞으로 시장에서 살아남을 수 없을 것"이라며 "신용카드 사용 확대를 일시적인 현상으로 볼 것이 아니라 새로운 소비문화로 봐야 할 것"이라고 지적했다.

고려당은 아직 뚜렷한 대응책을 마련하고 있지 않은 것으로

알려졌다. 당분간은 시장 추이를 관망하겠다는 입장이다. 영업 기획팀 진윤희 부장은 “카드사와 제휴가 쉽지 않을뿐더러 수수료와 단말기 보급 문제가 걸려 있어 본사 차원의 지원 계획은 아직 없다”고 밝혔다.

한편, 대형할인 유통점에 입점해 있는 인스투어 베이커리의 경우, 선진 유통 기법을 일찍부터 받아들이고 있어 현재 전 매장에 대한 신용카드 구매가 가능한 것으로 알려졌다. 할인점의 경우 필요한 상품을 일괄 쇼핑 후 계산하는 시스템이기 때문에 카드 사용에 큰 문제가 없는 것이다. 오히려 신용카드 사용을 적극 권유하는 마케팅을 펼치고 있는 곳도 있는 것으로 알려졌다.

제과점, 카드 가맹 인식 낮아...

적극 대응 필요

자영제과점의 경우 전체적으로는 카드 가맹률이 아직 미미한 상황이라고 할 수 있다. 프랜차이즈 업체와는 다르게 자영제과점의 경우, 점포마다 카드회사와 연계해 단말기를 보급 받는 것이 현실적으로 불가능하기 때문이다. 또 객단가가 낮아 업주들이 수수료에 대한 부담을 크게 느끼고 있는 것이 카드가맹점 확산에 걸림돌로 작용하고 있다. 그러나 근본적으로 제과점 업주들이 카드 취급에 대한 인지도가 낮은 것이 카드 가맹률 저조



의 가장 큰 요인으로 분석되고 있다.

지역별로 살펴보면 지방보다는 서울·경기 지역의 카드 취급에 대한 인지도가 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 서울 강남의 경우 지난해 이 지역 제과점들이 단체로 신용카드 회사와 연계, 다소 인하된 가격으로 제과점의 50%가량이 단말기를 구비한 것으로 알려졌다. 강남구 역삼동에 위치한 프로방스제과점의 홍상기 사장은 “정부의 카드사용 독려 정책이 있는 후 카드가맹점이 점차 증가하고 있는 추세”라며 “이 지역은 인근 직장인들이 케이크 구매에 신용카드를 많이 사용하고 있다”고 말했다. 또 “신용카드 가맹 이후 카드 사용 고객들이 제품을 다량으로 구매하는 경향이 생겨나 오히려 객단가가 이전 보다 높아지는 등 긍정적인 효과를 보고 있다”고 덧붙였다.

한편, 지방의 경우는 카드가맹 비율이 아직까지는 저조한 것으로 나타났다. 다만 지역 유명 제과점들이 일찍부터 신용카드 사용 고객을 감안해 카드 가맹을 서둘렀을 뿐, 다른 중소 규모 제과점의 경우는 아직까지 이렇다 할 움직임을 보이지 않고 있는 것으로 알려졌다. 그러나 카드 사용의 증가 추이에 따라 향후 상황을 지켜보겠다는 입장이 많아 앞으로 자영제과점의 카드 가맹 비율은 더욱 높아질 전망이다. [21]

■ 은행별 카드사업 현황

은행	카드수(단위: 1,000장)	이용액(단위: 억원)	서비스 내용
국민	5,932	3조 5,967	교통카드(버스는 6월부터)
외환	5,432	1조 6,659	청구서 전자우편 발송, 연체 중 현금서비스, 교통카드, 회전결제
조흥	2,165	1조 9,993	철도 승차권 예약, 두루넷 설치비 면제
한빛	2,171	1조 6,380	신규회원 연회비 면제, 평생 누적 포인트제
주택	2,134	1조 1,184	교통카드, 대출할인 혜택, 외국여행 사은 행사
농협	2,175	1조 2,638	예금, 보험, 농산물 구매시 포인트 추가 적립, 농산물 할인혜택

※ 이용액은 2월중 총 신용카드 사용액