

고령운전 사고 급증… 자율주행·보험법 개편 절실

면허 반납만으론 한계 지적
로보택시·구독형 이동 급부상

제조사 책임 전환 법 개정 필요
보건·복지 연계 대책 마련돼야

고령 운전자 사고가 가파르게 늘고 있지만 ‘면허를 줍히는 방식’만으로는 해법이 되지 않는다는 지적이 거세다. 운전자 개입이 없는 자율주행 서비스가 대안으로 떠오르면서 이를 뒷받침할 보험·책임 체계가 결합돼야 한다는 목소리가 나온다.

2일 보험업계에 따르면 지난해 65세 이상 운전자가 낸 교통사고 비중은 20%로 2015년(6.8%)의 세 배에 달했다. 같은 기간 고령자의 면허 비중은 7.6%에서 14.9%로 늘었고, 면허 100명당 사고 건수는 20대에 이어 두 번째로 높았다.

경찰청은 고령자 운전면허 갱신 주기를 일반인의 절반 이하로 줄이고(75세 이상 3년), 치매 선별검사를 의무화했다. 또한 각 지자체는 65세 이상 또는 70세 이상 고령자를 대상으로 운전면허 자진 반납을 통해 운전 중지를 권



Chat GPT가 생성한 고령 운전자 이미지.

유하고 교통카드나 상품권 등을 제공하고 있으나 자진 반납률은 2.2%에 그쳤다.

문제는 대체 이동수단 부족이다. 보험연구원이 발표한 ‘고령자 운전: 기술 변화와 보험제도’ 보고서에 따르면 단속 일변도 접근은 ‘이동권 박탈’로 이어질 수 있다고 지적한다.

김해식 보험연구원 연구위원은 “면허 반납은 교통 인프라가 열악한 지역에서는 이동 기회의 박탈로 이어질 수 있다”며 “고령자의 도달 가능성이 균등하지 않으면 빈곤, 건강 저하, 사회적

고립이라는 2차 불평등을 초래할 수 있다”고 설명했다.

고령자의 이동권 보장 해법으로는 ‘로보택시’가 급부상한다. 로보택시는 올해 1월 개최된 국제전자제품박람회(CES)에서 등장한 운전자 개입이 없는 자율주행 이동 서비스로 오는 2030년 이내에 상용화가 유력하다.

호출형 서비스가 자리 잡으면 고령자·장애인·청소년도 플랫폼 구독만으로 병원과 마트를 오갈 수 있다. 이동이 ‘소유’에서 ‘구독’으로 전환되면 보험 구조도 함께 바뀐다. 이에 따라 로보택

시 사고 책임 법제를 서둘러 정비해야 한다는 제언이 나온다.

운전자가 사라지면 사고 책임은 차량 제조사·자율주행 시스템 운영자·플랫폼으로 이동한다. 현행 자동차손해배상보장법(운전자·소유자 책임 전제)만으로는 신속하고 공정한 피해 회복이 어렵다.

자율주행차 확산으로 운전자의 책임이 약화하고 피해자가 입증책임을 질 수 없는 상황에서는 기술 구조나 귀책판단과 관계 없이 피해자가 우선 보상받고 보험사가 자동차 제작사, ADAS 개발사, 운영 플랫폼(MaaS) 등 책임주체 간 구상으로 손실을 분담하는 방식이 요구된다.

김해식 연구위원은 “호출과 동시에 자동 가입되는 임베디드보험, 자율주행 소프트웨어 결합을 담보하는 제조물배상(PL) 보험 등 새로운 보장 구조가 떠오를 것”이라며 “고령자 운전 안전 대책은 고령자의 ‘지역 내 계속 거주’와 ‘교통 정의’의 큰 틀에서 논의되고 보건, 복지, 교통, 보험을 결합한 통합적 이동관리 체계 안에서 설계될 필요가 있다”고 말했다.

/김주형 기자 gh471@metroseoul.co.kr

카드 News

신한카드

포인트 최대 12% 적립
GS 올 신한 카드 출시

신한카드는 2일 상업자표시신용카드(PLCC)인 ‘GS 올 신한카드’를 출시했다.

이번 상품은 GS 올 포인트를 최대 12%까지 적립할 수 있다. GS25에서 5000원 이상 결제하면 이용금액의 10%를 포인트로 제공한다. 이어 GS샵과 GS 더 프레시에서 1만원 이상 결제 시 이용금액의 5%를 적립한다. GS페이에 등록해 결제하면 전월 실적과 관계없이 이용금액의 2%를 월 최대 5000포인트까지 추가로 준다. GS리테일을 제외한 국내외 전 가맹점에서는 전월 40만원 이상 이용 시 이용금액의 0.1%를 적립 한도 없이 제공한다.

연회비는 국내 전용 1만5000원, 해외 겸용(VISA) 1만8000원이다.

KB국민카드

ESG 주요 성과 담은
지속가능경영보고서

KB국민카드는 ‘지속가능경영보고서’를 발간했다고 2일 밝혔다.

이번 보고서는 국제 지속가능경영보고 기준인 ‘GRI 스탠다드’에 따라 작성했다. 제3자 검증을 거쳐 보고 내용의 신뢰성과 공정성을 확보했다는 설명이다. 환경, 사회, 지배구조 등 각 분야에서 주요 성과와 노력을 담았다. 앞으로도 보고서를 정기적으로 발간해 이해관계자와의 신뢰를 지속적으로 강화하겠다는 방침이다.

KB국민카드 관계자는 “글로벌 ESG 경영 선도 기업인 KB금융그룹의 일원으로서 그룹 전략과 연계된 ESG 경영 체계를 구축하고 지속가능경영을 강화해 나갈 것”이라고 말했다.

삼성카드

우리은행과 업무협약
공동 마케팅 등 협업

삼성카드는 우리은행 본점에서 우리은행과 상호 협력을 위한 업무협약을 체결했다고 2일 밝혔다.

협약식에는 김이태 삼성카드 사장과 정진완 우리은행 은행장 등 양사 관계자들이 참석했다. 이번 협약을 계기로 제휴카드를 출시하고, 공동 마케팅 등을 협업할 예정이다.

삼성카드 관계자는 “업권을 선도하는 우리은행과의 협업으로 차별화된 상품과 서비스를 선보일 계획이다. 성공적 시너지 모델을 이뤄내도록 하겠다”라고 말했다.

이어 우리은행 관계자는 “양사의 강점을 결합해 고객이 체감할 수 있는 혁신적인 금융서비스를 선보이겠다”라고 덧붙였다.

/김정산 기자 kimsan119@

KB국민은행, 포용금융·시니어 서비스 강화 나선다

골든라이프부 신설 등 조직개편
내부체계 강화로 대외 신뢰도 제고

KB국민은행이 포용금융 추진과 시니어 서비스 강화 등을 위해 조직개편에 나섰다.

KB국민은행은 올해 추진중인 전략 목표 하에 하반기에는 ▲포용금융 추진 ▲시니어 특화 서비스 ▲고객 비즈(Biz)별 맞춤형 상품·서비스 제공 ▲내부통제 체계 고도화를 더욱 강화하기 위한 목적으로 조직을 개편했다고 2일 밝혔다.

먼저 사회공헌사업 및 포용금융을 담당하는 포용금융부를 신설했다. 포용금

융부는 금융소외계층을 위한 맞춤형 상품 및 서비스 개발, 금융취약계층 보호 강화, 지역경제 활성화 등 사회적 책임 이행을 전담한다. 이를 통해 금융소외계층에 대한 실질적인 지원을 강화하고, 금융취약계층의 금융 접근성도 개선하는 등 사회 및 국민과 함께 성장할 수 있는 기반을 만들어 나갈 계획이다.

시니어 고객들의 건강하고 안정적인 생활 영위 및 경제적 행복 증진을 중점 추진하기 위해 골든라이프부도 신설했다. 골든라이프부는 시니어비즈 전략 수립, 맞춤형 상품 및 서비스 패키지 개발, KB골든라이프센터 운영, ‘시니어 고객 전용 통합 플랫폼’ 단계적 구축 등

을 총괄하며, 은퇴·노후 설계 및 자산관리 중심의 특화 서비스를 제공할 예정이다.

개인고객별 특성에 대한 정확한 분석을 기반으로 차별화된 금융 서비스를 제공하기 위해 개인고객분석부를 신설했으며, WM 및 중소기업(SME) 고객을 전담하는 WM추진부, SME분석추진부 내에는 데이터 분석 전문 직원들로 구성된 고객 분석 전담팀을 새롭게 운영한다. 각 고객군별 데이터 분석을 강화해 보다 정교한 고객 세분화를 바탕으로 고객 맞춤형 금융솔루션을 제공해 나갈 계획이다.

또한 기업고객그룹이 자체적으로

하나금융 19기 홍보대사 발대… 글로벌 ESG·나눔 앞장

33대1 경쟁 뚫은 50명 대학생 선발
내달 말까지 다양한 그룹 미션 실천

하나금융그룹이 제19기 스마트(SMART) 홍보대사 발대식을 하고, 새롭게 선발된 스마트 홍보대사 50명이 공식 활동을 시작했다.

하나금융의 스마트(SMART) 홍보대사는 지난 2012년부터 시작되어 현재까지 누적 1011명의 대학생이 활동을 수료했다.

올해는 33대 1이라는 역대 최고 경쟁률을 뚫고 선발된 총 50명의 대학생이 오는 8월 말까지 ‘함께 성장하며 행복을 나누는 금융’이란 그룹 미션을 실천하고 대내외에 알릴 계획이다.

이번에 선발된 제19기 스마트(SMA



발대식에 참석한 함영주 하나금융그룹 회장(둘째줄 가운데)이 스마트 홍보대사들과 함께 ‘하나’를 의미하는 손가락 포즈를 취하며 기념촬영을 하고 있다.

/하나금융그룹

RT) 홍보대사는 활동 기간 동안 ▲그룹 주요 금융상품 분석 및 체험 ▲그룹 스포츠단 연계 홍보 기획 및 콘텐츠 제작 ▲그룹 캠페인 연계 사회공헌활동 ▲신사업 기획 아이디어 제안 등 다양

한 미션을 수행할 예정이다.

또한, 인도적 지원이 필요한 해외의 교육·문화 취약 지역 학교를 찾아가 ‘해피 클래스(Happy Class)’ 봉사활동을 진행하며 그룹의 나눔 문화 확산

에 기여하고 글로벌 ESG 경영을 실천할 계획이다.

하나금융은 19기 스마트(SMART) 홍보대사에게 미션 수행을 위한 소정의 활동비를 제공하고, 수료자 전원에게는 하나금융의 해외지점 견학 기회가 부여한다.

특히, 평가를 통해 선발된 우수팀에게는 상금과 함께 향후 하나금융 입사 지원 시 서류전형 우대 등 다양한 혜택을 제공할 예정이다.

함영주 하나금융 회장은 “젊은 세대의 참신한 시각과 아이디어로 금융을 재해석해 대학생 홍보대사로서 하나금융그룹에 다양한 시너지를 창출해 주길 기대한다”며 “이번 스마트 홍보대사 경험이 앞으로 무한한 가능성을 펼쳐나가는 대학생 리더들에게 소중한 자양분이 될 것”이라고 말했다.

/나유리 기자 yul115@