

日 여행객 급증에 카드사도 ‘출정’ 편의점·브랜드 제휴로 고객 잡기

현대카드, 세븐일레븐과 손잡고
韓 관광객에 PB상품 무료 제공

삼성카드, JCB 카드 4종 출시
해외결제 30% 캐시백 등 이벤트

우리카드, 위비트레블 제이 카드
현지 3대 편의점 50% 캐시백



JCB브랜드로 발급 가능한 삼성카드 4종 이미지

/제이씨비

카드사들이 일본 결제시장 공략에 나섰다. 엔화 약세로 일본 여행객이 증가하고 있어서다. 일본 유통기업 및 카드결제 브랜드사와의 협업은 물론, 일본 여행 맞춤형 카드 등을 출시하며 시장 선점에 속도를 내고 있다.

16일 업계에 따르면 카드사들이 일본 여행객을 겨냥한 카드를 새로 출시하며 고객 확보에 나섰다. 편의점·편집숍 등 여행객이 자주 찾는 가맹점을 중심으로 할인 및 적립 혜택을 제공하는 것이 특징이다.

최근 엔화 약세 흐름으로 일본 여행객이 증가했다. 실제 관광지식정보시스템에 따르면 올해 2분기 기준 해외여행 방문지로 일본이 43.6%로 가장 높았으며, 다음으로 베트남(20.6%), 중국(7.6%), 필리핀(4.7%)이 그 뒤를 이었다.

현대카드는 일본 편의점 업체 ‘세븐-일레븐 재팬’과 손잡고 제휴 서비스를 선보인다. 일본에 있는 세븐일레븐을 방문하는 한국 관광객들에게 세븐일레븐 자체 브랜드(PB) 상품을 무료로 제공한다. 1000엔 이상 결제하면 스탬프가 지급되며, 이를 이용해 세븐일레븐 PB 상

품으로 교환할 수 있다.

이 외에도 일본 도쿄 라포레 하라주쿠에 있는 편집숍 GR8을 방문한 고객에게 5%의 할인 혜택을 지급한다.

현대카드 관계자는 “라이프스타일을 아우르는 새로운 혜택을 선보이게 됐다”며 “현대카드 회원의 경험의 질을 높이고 폭을 넓히는 다양한 제휴처를 계속 발굴해 나갈 계획”이라고 말했다.

삼성카드는 일본 신용카드 국제 브랜드사인 제이씨비(JCB)와 손을 잡고, JCB 브랜드로 발급 가능한 ▲삼성 아이디 원 카드 ▲삼성 아이디 무브 카드 ▲삼성 아이디 플러그인 카드 ▲삼성카드 탭탭 에스 총 4종을 출시했다. 일본 현지에서 해당 카드 사용 시 할인 또는 포인트 적립 혜택을 받을 수 있으며, JCB 브랜드가 자체적으로 제공하는 카드 상품 혜택도 누릴 수 있다.

오는 12월까지 JCB와의 업무 제휴 기념 혜택도 마련됐다. 대표적으로 해외에서 삼성카드 JCB카드를 이용하는 고객에게 30% 캐시백을 제공한다. 특히, 현지에서 1만엔 이상 엔화 결제 시 카드당 최대 4000엔의 캐시백을 제공한다.

삼성카드 관계자는 “날로 증가하는

일본 여행·출장 수요에 맞춰, 일본에서의 원활한 카드 결제를 지원하고 브랜드사가 제공하는 혜택을 제공하기 위해 JCB 브랜드로 발급 가능한 카드 4종을 출시했다”고 설명했다.

우리카드는 자체적으로 ‘위비트레블 제이(J) 체크카드’를 출시하고 일본 관광객 공략에 나선다. 위비트레블 제이 체크카드는 일본 여행과 쇼핑에 특화된 체크카드다. 세븐일레븐, 패밀리마트, 로손 등 일본 현지 3대 편의점과 더불어 맥도날드, 스타벅스 등 이용 시 50%의 캐시백 혜택을 제공한다. 일본 내 모든 가맹점에서는 10% 상당의 캐시백 혜택이 마련됐다.

출시 기념 ‘우리금융 다함께 페스타’ 이벤트도 진행한다. 1000엔을 환전하는 선착순 2000명 고객을 대상으로 1000엔을 추가로 환전해 준다. 카드를 발급받고 국내에서 1만원 이상 결제한 선착순 1만 명에겐 스타벅스 아메리카노 쿠폰을 제공한다.

우리카드 관계자는 “일본 여행에 꼭 필요한 혜택을 담아 체감 만족도를 높일 수 있는 상품을 준비했다”고 전했다.

/안재선 기자 wotjs4187@metroseoul.co.kr

“아파트 등 실물자산 투자로 여윌돈 감소”

한은 ‘2분기 자금순환 특징’

올해 2분기(4~6월) 아파트 등 실물자산 투자 확대로 가계 및 비영리단체의 여윌돈이 전 분기 대비 감소한 것으로 나타났다.

한국은행이 16일 발표한 ‘2025년 2분기 자금순환 특징’에 따르면 가계 및 비영리 단체의 순자금운용 규모는 51조 3000억원으로 전 분기(92조 9000억원)와 비교해 축소됐다.

순자금운용은 금융자산(자금운용액)에서 금융부채(자금조달액)를 뺀 금액으로, 경제 주체가 사용할 수 있는 ‘여윌돈’을 의미한다. 예를 들어, 예금, 보험, 주식 등에 투자해 얻은 자금에서 대출금과 같은 빚을 뺀 순수한 자원을 말한다.

가계 및 비영리단체의 여윌돈이 줄어

든 이유는 가계소득이 감소한 가운데 아파트 등 실물자산 투자를 확대한 영향이 크다.

부동산R114에 따르면 1분기 전국 주택 매매 거래량은 1분기 15만 6000호에서 2분기 20만 2000호로 증가했다.

주택담보대출도 늘었다. 주택담보대출은 같은기간 9조 7000억원에서 14조 9000억원으로 급증했다. 신용대출을 포함한 기타 대출도 1분기 -5조 5000억원에서 2분기 8조 2000억원으로 늘었다.

이에 따라 가계 및 비영리 단체의 금융자산은 2분기 말 기준 5797조 4000억원으로 전분기 말과 비교해 223조 3000억원 증가했다. 금융부채도 2404조 9000억원으로 27조원 증가했다.

금융자산 대비 부채비율은 같은기간 2.34%에서 2.41%로 0.07%포인트(p) 늘었다.

/나유리 기자 yul115@

힐스테이트 이수역센트럴 1순위 326대 1

76가구 모집에 2만 4832건 접수
전용 59㎡A형 732.67대 1 기록

서울 동작구 사당동 일원에 공급된 ‘힐스테이트 이수역센트럴’이 1순위 청약에서 평균 326대 1의 경쟁률을 기록했다.

16일 한국부동산원 청약홈에 따르면 지난 15일 진행된 1순위 청약에는 76가구 모집에 2만 4832건이 접수돼 326.74대 1의 높은 경쟁률을 나타냈다.

가장 높은 경쟁률은 전용 59㎡A형으로 732.67대 1을 기록했다. 이어 ▲49㎡C(685대 1) ▲59㎡B(477.67대 1) ▲84㎡A(447.9대 1) ▲74㎡(301.5대 1) 순으로 청약 열기가 이어졌다.

앞서 전날인 14일 진행된 특별공급 청약도 흥행했다. 다자녀·신혼부부·생애최초 등 모든 유형에서 신청이 몰리며 전 물량이 마감됐다. 특히 신혼부부(7577건), 생애최초(5353건) 신청이 두드러져 실수요자의 참여가 두텁게 확인됐다.

힐스테이트 이수역센트럴은 현대건

/전지원 기자 jiw13@



힐스테이트이수역센트럴 건본주택 방문객들이 단지 모형도를 살펴보고 있다. /전지원 기자

설이 시공하며 지하 4층~지상 25층, 11개 동, 총 931세대 규모로 조성된다. 이중 전용 44~84㎡, 170세대가 일반분양으로 공급됐다.

사당동 중심 입지로 7호선 이수역과 4호선 총신대입구역에 도보로 이용할 수 있으며 2호선 사당역·9호선 동작역도 한 정거장 거리다. 강남순환도시고속도로와 경부고속도로, 사당IC 접근성이 뛰어나 서울에서도 손꼽히는 교통망이라는 평가가 나온다.

출산·육아 보험료 경감 ‘저출산 지원’ 추진

이억원 위원장 ‘보험사 CEO 간담회’
신뢰·생산금융 선순환 구조로 나아가

이억원 금융위원장은 16일 “보험산업은 장기 자산운용을 부수적인 업무가 아닌, 건전성에 기반한 신뢰금융과 생산적 금융간 선순환 구조의 핵심으로 삼아야 한다”면서 “보험산업이 장기적 운용 수익을 기반으로 생산적 금융을 통해 국민경제 발전에 기여할 수 있도록 규제의 틀을 바꿔 나가겠다”라고 밝혔다.

이날 손해보험협회에서 열린 ‘보험사 CEO 간담회’에서 이 위원장은 “보험산업은 국민들의 건강, 노후를 책임지는 사회 안전망이자, 자본형성의 원천으로 핵심적인 역할을 수행한다”면서 이 같이 말했다.

간담회에서는 보험업계의 현안을 논의하는 한편, 정부와 보험업계의 정책 목표인 ‘저출산 극복 지원 3중세트’를 추진키로 했다.

저출산 극복 지원 3중세트는 출산, 육아로 인한 가정의 소득 감소로 발생하는 보험료 부담을 완화하기 위해 ▲어린이보험 보험료 할인 ▲보험료 납입 유예 ▲보험계약대출 상환유예 등을 추진하는 내용이다.



이억원 금융위원장이 16일 오전 서울 종로구 손해보험협회에서 열린 보험회사 CEO 간담회에 참석해 발언하고 있다. /뉴스

지원 대상은 보험계약자 본인 혹은 배우자가 출산하거나 육아휴직 중인 경우 신청 가능하며, 계약당 1회에 한해 지원한다. 지원은 각 방안별로 중복지원되며, 지원 여부는 가입 기관과 무관하다.

어린이보험 보험료 할인은 출산 및 육아 휴직시 어린이보험의 보험료를 할인하는 내용으로, 전체 어린이보험이 지원 대상이다. 할인기간은 최소 1년 이상으로 각 보험회사가 자율 결정하며, 할인율 또한 각 보험사가 임의로 정한다. 단, 해당 계약의 피보험자를 출산한 경우는 지원 대상에서 제외한다.

보험료 납입 유예는 보험계약자 본인 또는 배우자의 보장성 인보험을 대상으

로 6개월~1년을 기한으로 제공된다. 기한은 계약자가 선택 가능하며, 보험료 납입유예에 따른 별도 이자는 부가되지 않는다.

보험계약대출 상환 유예는 보험계약자 본인 또는 배우자의 보험계약대출에 한해 제공되며, 최대 1년 이내에서 유예기간을 계약자가 선택할 수 있다. 상환 유예에 따른 별도 이자는 없다.

저출산 극복 지원 3중 세트는 오는 2026년 4월부터 전 보험사가 동시 시행한다. 금융당국과 보험업권은 저출산 극복 지원 3중 세트 도입 시 연간 1200억원의 소비자 부담 완화 효과가 있을 것으로 내다봤다.

/안승진 기자 asj1231@

우리카드, AI로 자체 제작한 광고 공개

디오퍼스 라인업 첫번째 ‘실버’
한정판 호작도 생동감있게 표현

우리카드는 16일 생성형 인공지능(AI)으로 자체 제작한 프리미엄 상품 ‘디오퍼스 실버(the OPUS silver)’ 광고 영상을 공개했다.

이번 광고는 AI를 활용해 디오피스 실버의 한정판 호작도를 생동감있게 표현한 것이 특징이다. 호랑이와 까치의 형태, 붓 터치와 번짐, 자개의 반짝임 등 민화의 역동적인 표현을 AI에 학습시켜 광고를 만들었다. 사람의 손으로 표현하기 어려운 호랑이와 까치의 역동적인 모습을 한국화 특유의 질감과 여운으로 구현했다는 평가다.

앞서 우리카드는 지난 6월 출시된 ‘카드의 정석2’ 광고와 자체 캐릭터 베이비 블루 제작에도 AI를 활용한 바 있다. 카

드의정석2 광고는 맹수나 아기들의 놀라는 모습, 음악, 효과음을 직원이 AI를 활용해 직접 만들었다. 캐릭터 베이비블루는 카드 디자인의 눈과 입 모양을 그대로 살려 감쪽 놀란 감정을 입체적으로 표현했다.

우리카드 관계자는 “생성형 AI 활용도가 높아진 기업트렌드를 적극 반영해 광고를 제작했다”면서 “AI를 활용한 창의적인 마케팅과 브랜드 아이덴티티(정체성) 강화를 통해 업권 내 혁신 사례로 평가받고 있다”고 전했다.

한편, 디오피스 실버는 우리카드가 약 6년 만에 선보이는 대표 프리미엄 브랜드 디오피스 라인업 중 첫 번째 상품이다. 고객 소비성향 데이터 분석을 바탕으로 프리미엄 카드 혜택을 원하는 고객 요구에 적합한 혜택을 모았다.

/안재선 기자