



외식업계
바지락·볶동 등
제철메뉴 선택
L1



Life

세포모델로
신약 독성위험
예측한다
L2



시장변화 읽고, 고객 중심으로... 히트상품 만든 현장형 리더

CEO 와칭

이호성 하나은행장

코로나19 이후 해외여행이 다시 열리기 시작하던 지난 2022년. 카드업계는 여행 수요 회복을 앞두고 새로운 상품을 고민하고 있었다. 그때 '트래블로그 카드'가 등장했다.

이 카드는 해외 결제와 환전을 하나의 서비스로 묶은 여행 특화 상품이다. 이용자는 모바일 앱에서 외화를 충전한 뒤 해외 결제나 현금 인출에 사용할 수 있다. 환전 수수료 부담을 크게 줄이고 해외 결제 편의성을 높인 것이 특징이다.

출시 이후 시장 반응은 빠르게 나타났다. 해외여행 수요가 폭발적으로 늘어나던 시기와 맞물리면서 이용자가 급증했고, 여행 커뮤니티에서는 '필수카드'로 불리기 시작했다. 카드업계에서는 기존 해외 결제 수익 구조를 흔든 상품이란 평가가 나왔다.

그동안 카드는 해외 결제 시 발생하는 환전과 수수료에서 상당한 수익을 얻어왔다. 하지만 트래블로그 카드는 외화 충전 기반 결제 방식을 도입해 이 구조를 크게 단순화했다. 카드라기보다 '외화 지급 서비스'에 가까운 형태였다. 이 프로젝트를 이끈 인물이 당시의 이호성 하나카드 대표다.

◆ 현장에서 성장한 '영업통' 리더

지난해 1월 임기를 시작한 이호성 하나은행장(62)은 금융권에서 대표적인 '영업통'으로 꼽힌다. 대구 중앙상고 졸업 후 1981년 한일은행에서 금융 인생을 시작해 1992년 하나은행에 입행해 지점과 영업본부를 거치며 대부분의 경력을 현장에서 쌓았다. 강남서초영업본부장, 중앙영업그룹장 등을 맡으며 고객 접점에서 성과를 내는 조직 운영 능력을 인정받았다.

금융권에서는 트래블로그 카드의 성공 역시 현장 중심, 고객 중심 경영의 결과로

이호성 은행장 프로필

1964년 12월 25일 출생
1982년 대구중앙상업고등학교 졸업
2007년 경희사이버대 자산관리학 학사

1981년 한일은행 입행
1992년 하나은행 입행
2015년 하나은행 강남서초영업본부장
2016년 하나은행 중앙영업그룹장
2019년 하나은행 영남영업그룹장
2020년 하나은행 영업그룹 총괄 부행장
2023년 하나카드 대표이사 사장
2025년 하나은행 은행장 취임



은행 지점·영업본부 거쳐 경험 쌓아
현장 중심, 고객 중심 경영으로 성과

코로나 후, 여행 수요회복 변화 읽어
해외여행 특화 '트래블로그 카드' 출시
쉬운 외화결제로 여행 필수카드 등극

취임 후 채권·외환 등 수익구조 넓혀
WM, 퇴직연금 등 수수료사업 확대
GNL 연계 등 디지털금융 경쟁력 강화

해석한다. 해외여행 수요 회복이란 시장 변화를 빠르게 읽고, 고객이 실제로 체감하는 비용과 편의를 중심으로 상품을 설계했다는 것이다.

이 같은 성과는 결국 은행장 발탁으로 이어졌다. 하나금융그룹은 고객 기반 확대와 영업 경쟁력 강화를 위해 현장 경험이 풍부한 리더를 선택했다는 평가가 나온다.

이 행장은 취임식에서 "손님 중심 영업 문화 DNA를 회복하고, '리딩뱅크'로 도약하겠다"면서 "전 직원이 손님 중심 영업 마인드로 손님을 최우선에 두고 고민하자"고 주문했다.

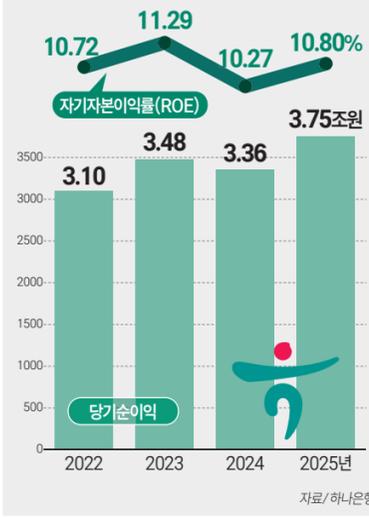
현재 이호성 체제의 하나은행은 고객 중심 영업과 서비스 경쟁력 강화를 핵심 전략으로 내세우고 있다. 카드 상품 하나에서 시작된 변화가 은행 전체의 전략으로 이어지고 있다는 분석이다.

금융권 관계자는 "이 은행장은 전략가라기보다 현장을 가장 잘 아는 리더"라며 "실행력을 바탕으로 조직을 움직이는데 강점이 있다"고 말했다.

◆ 비이자이익 중심 수익 변화

이 은행장은 2025년 1월 취임 이후 건조한 실적 흐름을 이어가고 있다. 지난해 하

하나은행 당기순이익·ROE



나은행의 당기순이익은 3조7475억원으로 전년 대비 11.7% 증가했다. 특히 비이자이익이 1조928억원으로 59.1% 급증하며 실적 개선을 이끌었다. 채권·외환 등 매매·평가이익과 수수료 수익이 동시에 늘면서 예대마진 중심의 수익 구조도 점차 다변화되는 모습이다.

매매·평가이익(1조1441억원)과 수수료 이익(1조0260억원)이 동시에 늘며 채권·파생·외환 부문은 물론 방카슈랑스와 신탁보수, 증권중개 수수료까지 고르게 개선됐다. 카드업에서 쌓아온 비이자 수익 확대 경험이 은행 경영에도 반영되고 있다는 평가다.

다만 기준금리 인하 사이클에 접어들면서 중장기적으로 예대마진 하락 압력은 불가피하다는 분석도 나온다. 은행의 핵심 수익원인 순이자마진(NIM)이 구조적으로 둔화될 가능성이 있기 때문이다. 이 때문에 비이자이익 확대가 일시적 실적 개선에 그치지 않고 안정적인 수익 구조로 자리 잡을 수 있을지가 향후 관전 포인트로 꼽힌다.

이에 따라 하나은행은 자산관리(WM)와 퇴직연금, 투자은행(IB), 외환, 디지털 결제 등 수수료 기반 사업 확대에 속도를 내고 있다. 그룹 차원에서는 글로벌 결제 네트워크(GLN)와 모바일 플랫폼 연계를 강화하며 디지털 금융 경쟁력 확보에도 힘을 쏟는 모습이다.

금융권에서는 카드업에서 쌓은 데이터와 마케팅 경험을 은행 플랫폼과 영업 채널에 얼마나 효과적으로 접목하느냐가 '영업통 이호성 행장'의 성과를 좌우할 변수로 보고 있다.

금융권 관계자는 "비이자 사업을 얼마나 안정적으로 키우느냐가 향후 하나은행 수익 구조를 결정짓는 핵심 요소가 될 것"이라고 전망했다.



/나누리 기자 yul115@metroseoul.co.kr



메트로 한줄뉴스



▲이 대통령, 동계올림픽 선수단 오찬... "국민 누구나 국제대회 시청할 수 있도록 제도 개선" /사진 뉴스
▲신상우호, 필리핀 3-0 완파... 여자 아시안컵 8강행 조기 확정

▲'홍련 2방' 호주, 대만 타선 공공 육교 개막전 3-0 승리
▲차범근축구교실 월회비 절반 깎는데 학부모 반발...왜?

▲'전쟁통' 이란 탈출한 전 축구 국가대표 이기제 "한국에 무사 도착"
▲예열 끝 한국, '1차전 징크스' 끊는다...체코전 필승 각오