

마일리지 카드 주간 인기순위 10개, 대한항공서 ‘씩씩이’

아시아나와 통합으로 관심 높아져
신용카드 플랫폼 카드고릴라
1위 ‘삼성카드&마일리지 플래티넘’
이용금액 1000원당 1마일리지 적립
2위 현대카드 ‘대한항공카드 300’

대한항공마일리지 적립 카드가 인기를 끌고 있다. 대한항공과 아시아나항공의 통합으로 마일리지 활용에 대한 관심도 높아졌다.

13일 국내 신용카드 플랫폼 카드고릴라에 따르면 이달 둘째 주 마일리지 카드 인기 순위 상위 10개를 대한항공 마일리지 적립 카드가 모두 차지했다.

1위는 ‘삼성카드&마일리지 플래티넘(스카이패스)’ 카드다. 국내외 가맹점 이용 금액 1000원당 대한항공 1마일리지를 기본 적립해 준다. 전월 이용 금액, 적립 한도 조건은 따로 없다.

2위와 3위는 현대카드 대한항공상업자 전용표시(PLCC) 카드인 ‘대한항공카드



지난 12일 인천국제공항 제2여객터미널 활주로에 대한항공과 아시아나 항공기가 이동하고 있다. /뉴스시스

300’, ‘대한항공카드 더 퍼스트 에디션’로 집계됐다.

대한항공카드 300의 경우 국내 가맹점 이용 금액 1000원당 대한항공 1마일리지를 기본으로 적립해 준다. 추가 혜택으로는 대한항공 직판 항공권·해외 가맹점·국내 특급호텔 등 업종 이용 시 3마일리지

적립 등이 마련됐다. 단, 전월 이용 금액 50만원 이상인 고객이 대상이다.

대한항공카드 더 퍼스트 에디션2는 대한항공카드 300과 혜택 조건은 같으나 추가 혜택에서 차이가 있다. 특히, 대한항공 직판 항공권 구매 시 1000원당 5마일리지를 적립해 준다.

나머지 순위에서는 ‘신한카드 에어원’, 삼성카드의 ‘더 1’, 우리카드 ‘카드의 정석 에브리 마일 스카이패스’, 현대카드 ‘대한항공카드 120’, 현대카드 ‘대한항공카드 060’, 비씨비로 에어 맥스 카드’, IBK기업은행 ‘아이 마일리지(대한항공)’ 등이 이름을 올렸다.

대부분의 카드가 국내외 가맹점 이용 금액 1000원당 1마일리지 혜택을 기본으로 지급한다.

대한항공 마일리지 특화 신용카드들이 주목받는 배경으로는 ‘통합 대한항공’ 출범이 자리하고 있다. 통합 대한항공은 대한항공과 아시아나항공의 기업합병을 통해 오는 12월 출범하는 통합 항공사다.

실제 아시아나항공은 최근 임시 주주총회를 열고 대한항공과의 합병안을 가결했다. 아시아나항공이 대한항공에 흡수 합병되는 것을 공식 승인한 것이다.

앞서 대한항공은 지난 2020년 아시아나항공 인수를 처음으로 공식화한 이후 양사 통합 작업을 거쳐 왔다.

카드사들도 이미 통합 대한항공 출범 기조에 따라 대한항공과 제휴를 맺고 관련 상품을 확대해 왔다.

대표적으로 롯데카드는 지난달 ‘로카 코퍼레이트 제우스 스카이패스’, ‘고위드 스카이패스’ 등 대한항공 마일리지 적립 혜택을 담은 법인카드 2종을 새롭게 선보였다.

삼성카드도 대한항공과 전략적 업무 협약을 체결했다. 우수고객(VIP) 대상 제휴 카드를 새롭게 출시한다. 삼성금융 통합 플랫폼인 ‘모니모’에 대한항공 주요 모바일 서비스도 함께 탑재하는 방안을 논의 중이다.

업계 관계자는 “대한항공과 아시아나항공 통합으로 시장 지배력이 커질 것으로 예상되면서 대한항공 제휴카드가 확대되는 측면이 있다”며 “기존 아시아나마일리지는 어떻게 되는지 상황을 좀 더 지켜봐야 한다”고 말했다.

/안재선 기자

wotjs4187@metroseoul.co.kr



metro

올해 서울서만 대부업 280곳 문 닫았다

시장 신규 진입장벽 높아진 영향
대부업 173곳, 대부중개업 107곳
시장 위축에 불법사금융 피해 우려

올해에만 서울에서 200개가 넘는 대부업·대부중개업이 문을 닫은 것으로 나타났다. 이들 중 대부분은 사업 운영 기간이 2~3년 된 신규 사업장이다. 대부업 시장의 신규 진입 장벽이 높아지면서 서민금융 공급망이 위축될 수 있다는 우려가 나온다.

13일 서울시 열린데이터광장 자료에 따르면 지난 1월부터 이날까지 총 280개의 대부업·대부중개업이 폐업한 것으로 집계됐다. 대부업은 총 173곳, 대부중개업은 107곳이 폐업했다.

자차구별로 살펴보면 강남구가 48곳으로 폐업장 수가 가장 많았다. 뒤이어 서초구(30곳), 송파구(29곳), 금천구(23곳), 강북구(19곳), 중구(16곳) 순으로 나타났다.

폐업장 대부분이 문을 연 지 얼마 되지 않은 신규 사업장이었다. 폐점한 곳의 96%(269곳)가 영업기간이 3년도 채 되지 않은 사업장이었으며, 그중에서도 2년을 채우지 못한 사업장은 63.9%(179곳)로 나타났다. 영업 일수가 1년도 채 되지 않

은 극초단기 폐업장은 27.5%(77곳)를 차지했다.

3년 미만 단기 폐업 비중은 심화되고 있다. 지난해 연간 폐업한 대부업·대부중개업 사업장 수는 총 583곳으로, 그 중 3년 미만 단기 폐업장 수는 94.5%(551개)로 나타났다. 올해 8월까지 계산한 3년 미만 단기 폐업장 비중이 전년도 전체 비중을 웃돌고 있는 셈이다.

서울 외 지역에서도 대부업 시장은 위축되고 있다. 인천시에 따르면 올해 상반기 기준 등록 대부업자 수는 331곳으로 작년 동기에 비해 142곳 줄어 들었다.

이는 대부업 시장 진입장벽이 높아진 데 따라서다. 앞서 지난해 7월에 금융당국은 대부업법을 개정하고 지자체 대부업자의 자기자본요건을 강화했다. 개인사업자의 자본금 기준을 기존 1000만원에서 1억원으로, 법인은 5000만원에서 3억원으로 상향했다.

대부업계 관계자는 “자자체에 등록하는 대부업은 개인회사가 많아 기본적으로 폐업이 잦다. 그럼에도 폐업을 하는 이유 중 하나는 지난해 통과된 대부업법 개정 때문일 것”이라며 “사업 갱신을 할 때 자기

자본 요건이 강화되니까 더 이상 그 요건을 맞출 수 없어 자체적으로 폐업해 버리는 곳이 많을 수 있다”고 설명했다.

영업 환경 악화도 거론된다. 대부업체가 대출 사업을 영위하기 위해 발생하는 비용에는 자금 조달 금리, 대손비용, 중개수수료 등이 포함된다. 대부업체는 대출금리에서 이 같은 비용을 빼 이익을 창출한다.

이 구조에서 기준금리가 인상하면 자금 조달 금리가 함께 오른다. 하반기 한국은행이 기준금리를 추가로 인상하면 자금 조달 금리 비용은 현재보다 더 확대된다. 경기침체로 연체율까지 상승하면 대손비용 역시 함께 커질 수밖에 없다.

한편, 대부업 시장 위축이 불법사금융 피해로 이어질 수 있다는 우려의 목소리도 나온다. 자금 공급원이 막힌 저신용자들이 불법사금융으로 넘어가 불법사금융 시장이 커지면, 그만큼 피해 규모가 더 커질 수 있어서다.

업계 관계자는 “대부업의 금융 소외 문제가 심각해지면 불법사금융 피해도 증가한다”며 “정부의 적극적인 관리, 감독이 필요한 시점”이라고 말했다.

/안재선 기자

삼성화재, 상반기 순익 1조3723억… 10% ↑

보험손익 1조1145억 10.9% 상승
투자손익 7880억으로 22% 늘어
2분기 지배주주지분 순익 7380억

삼성화재가 장기보험수익성 개선과 투자손익 확대에 힘입어 올해 상반기 1조3723억원의 지배주주지분 순이익을 기록했다. 자동차보험도 1분기 적자를 딴고 2분기 흑자로 돌아서 본업 회복에 힘을 보탰다.

삼성화재는 13일 기업설명회를 열고 올해 상반기 연결 기준 세전이익이 1조8508억원을 기록했다고 밝혔다. 지배주주지분 순이익은 1조3723억원으로 전년 동기 대비 10.2% 증가했다.

보험손익과 투자손익이 나란히 성장해 전체 실적을 끌어올렸다. 상반기 보험손익은 1조1145억원으로 전년 동기보다 10.9% 늘었고, 투자손익은 7880억원으로 22.0% 증가했다. 이에 따라 영업이익은 1

조9020억원으로 15.2% 확대됐다.

2분기 지배주주지분 순이익은 7380억원으로 전년 동기 대비 15.7%, 전분기 대비 16.2% 늘었다. 같은 기간 보험손익은 5630억원으로 전년 동기보다 17.2% 증가했고, 투자손익도 20.0% 늘어난 4260억원을 기록했다.

보험 부문별로는 장기보험이 상반기 8804억원의 보험손익을 내 전년 동기 대비 5.6% 성장했다. 보장성보험 유지율과 손해율이 개선된 영향이다.

올해 6월 말 보험계약마진(CSM)은 14조5947억원으로 지난해 말보다 4271억원 증가했다. 다만 상반기 신계약 CSM은 1조2423억원으로 전년 동기 대비 12.6% 감소했다. 월납환산 신계약보험료가 19.5% 줄어든 영향이다. 수익성을 나타내는 신계약 CSM 환산배수는 12.8배에서 13.9배로 개선됐다.

/김주형 기자 gh471@

DB손보, 상반기 보험손익 7884억 17.6% ↑

당기순익 전년비 8% 성장 9796억

DB손해보험이 올해 상반기 9796억원의 당기순이익을 거둬 전년 동기 대비 8.0% 성장했다. 2분기에는 장기보험 손해율 개선과 계리 가장 변경에 따른 손실계약 환입 효과가 맞물리면서 순이익이 50% 넘게 증가했다.

DB손해보험은 올해 상반기 매출액이 11조9177억원으로 전년 동기 대비 5.7% 증가했다고 13일 밝혔다. 영업이익은 1조4272억원으로 13.3%, 당기순이익은 9796억원으로 8.0% 늘었다.

상반기 보험손익은 7884억원으로 전년

동기 대비 17.6% 증가했다. 투자손익도 6382억원으로 8.4% 늘어 전체 실적을 뒷받쳤다.

2분기 실적 개선 폭은 상반기 누계보다 컸다. 2분기 당기순이익은 7111억원으로 전년 동기 대비 54.6% 증가했다. 매출액은 5조3134억원으로 3.7% 감소했지만 영업이익은 9639억원으로 57.4% 늘었다.

2분기 보험손익은 5618억원으로 전년 동기보다 109.9% 급증했다. 투자손익 역시 4021억원으로 16.7% 증가했다.

보험손익 개선은 장기보험이 이끌었다. 2분기 장기보험 손익은 5105억원으로 전년 동기 대비 98.6% 늘었다. 1분기와

비교해 장기보험 위험손해율이 개선된 데다 계리 가장 변경으로 과거 손실계약에서 환입이 발생한 영향이다. 상반기 누적 장기보험 손익은 7757억원으로 19.2% 증가했다.

자동차보험은 손해율 상승 여파가 이어졌다. 2분기 자동차보험 손익은 62억원으로 전년 동기보다 80.6% 감소했다. 상반기 누적 손익도 150억원으로 80.7% 줄었다. 다만 2분기 손해율은 1분기와 비슷한 수준을 유지했고 전년 대비 상승 폭도 둔화했다.

일반보험은 안정적인 손해율 관리에 힘입어 2분기 451억원의 보험이익을 기록하며 전년 동기 적자에서 흑자로 돌아섰다. 다만 1분기 대규모 손실의 영향으로 상반기 누적 손익은 24억원 적자를 나타냈다.

/김주형 기자



김윤해 한화 건설부문 안전환경경영실장이 퀴즈에 참여한 근로자들에게 온열질환 예방 물품을 전달하고 있다. /한화 건설부문

한화 건설부문, 온열질환 대응 공동 캠페인

롯데칠성과 음료차량 마련

한화 건설부문은 지난 12일 경기 고양시 원당1구역 주택재개발 공사현장에서 롯데칠성음료와 ‘온열질환 대응 공동 캠페인’을 진행했다고 13일 밝혔다.

양사는 현장에 음료차량을 마련해 근로자에게 이온음료와 생수를 제공했다. 참여형 부스를 마련해 온열질환 예방 퀴즈를 진행하고 정답자에게 쿨토시와 쿨타월

등 안전용품도 전달했다.

김윤해 한화 건설부문 안전환경경영실장(CSO)은 현장을 둘러보며 고용노동부의 ‘폭염안전 5대 기본 수칙’인 물·그늘·휴식·보냉장구·응급조치의 이행 여부를 점검했다.

한화 건설부문과 롯데칠성음료는 지난해 4월 온열질환 예방 업무협약을 맺었다. 이후 전국 건설현장에 이온음료 분발과 생수를 지원하고 있다. /성채리 수습기자 cr56@