

Apple Card의 특징과 향후 전망

요약

최근 공개된 Apple Card는 Apple의 간편결제 서비스인 Apple Pay를 기반으로 한 일종의 모바일 단독카드이며, Apple Pay 미지원 가맹점에서의 사용을 위해 실물카드도 발급할 예정이다. Apple Card는 높은 캐시백(현금성) 적립률 외에 연회비와 연체수수료 무료, 낮은 대출금리, 실시간 대출이자 계산 등의 서비스 혜택 제공뿐만 아니라 높은 보안성도 유지한다는 장점을 제시하고 있다. 이에 골드만삭스는 자사 소매금융 부문의 브랜드 강화를 위해 Apple Card와 제휴하고 있으며, Mastercard는 실물 Apple Card의 결제서비스 제공과 비접촉식 결제서비스 보급을 촉진하기 위해 협력하고 있다. 현재까지 공개된 특징으로 미루어볼 때, Apple Card는 아이폰, 애플워치 등을 보유하고 있으면서 Apple 특유의 단순하고 편리한 사용경험을 중시하는 기존 Apple의 고객에게는 매력적인 상품으로 여겨지고 있다. 그러나 Apple Card는 유사 간편결제서비스 및 카드혜택 등이 존재하는 상황에서 Apple 제품 고객군에게서의 수요창출에 한계가 있고 결제과정상 편의성 개선이 부족하다는 평가도 있어 전체 신용카드 시장에 미치는 영향은 제한적일 것으로 보인다.

□ (개요) 최근 공개된 Apple Card는 Apple의 간편결제 서비스인 Apple Pay를 기반으로 한 일종의 모바일 단독카드로서 '19년 여름 출시 예정

○ 3월 25일자로 공개된 Apple Card는 아이폰의 Wallet 앱 및 Apple Pay를 통해서만 발급 및 이용이 가능한 일종의 모바일 단독카드

- Apple Pay는 이용자가 보유한 신용/직불카드를 스마트폰 앱에 등록하여 이용하는 간편결제 서비스로 삼성페이, LG페이와 크게 다르지 않음¹⁾

1) 다만, 삼성페이와 LG페이는 범용성이 높은 마그네틱 방식 결제서비스지만 Apple Pay는 단말기 보급률이 낮은 NFC 결제방식이라는 차이가 있다. 또한, 삼성페이와 LG페이와 제휴한 카드발급사는 결제건당 4.4~9.9원의 지문 인증 수수료를 인증기관에 지불하는 반면, Apple Pay와 제휴한 카드발급사는 Apple에 직접 이용금액의 0.15%를 지불하는 차이가 있다.

* 여신금융연구원 조장명현 연구원 02-2011-0674/julianminci@crefia.or.kr

※ 본 자료의 내용은 집필자의 개인적인 견해로서 여신금융연구원의 공식적인 견해가 아님을 밝힙니다.

- Apple Card는 기발급된 카드에 의존하지 않는 독자적인 결제서비스로 운영되고, 발급사로는 이제까지 신용카드 시장에 진출하지 않았던 골드만삭스가 참여하며, Mastercard가 결제망을 제공할 예정
- (혜택) Apple Card는 높은 캐시백 적립률 외에 연회비와 연체수수료 무료, 낮은 대출금리, 실시간 대출이자 계산 등의 혜택 제공뿐만 아니라 높은 보안성도 확보
 - Apple Pay를 통해 Apple Card를 이용할 경우 결제금액의 2%를 캐시백으로 제공하고, 캐시백 금액은 일 단위로 적립(Daily Cash라 지칭)
 - Daily Cash의 적립은 Apple Cash Card²⁾를 통해 이루어지며, Apple의 P2P 송금서비스 및 은행계좌로의 이체, 카드대금 지불 등에 자유롭게 사용 가능
 - Apple Store, iTunes 이용 시에는 3%, Apple Pay 미지원 가맹점 이용을 위해 발급되는 실물카드 이용 시에는 1%의 캐시백을 제공
 - Apple 측은 Daily Cash 이외에도 연회비 및 연체수수료 무료, 상대적으로 낮은 금리, 실시간 이자비용 계산을 비롯한 단순하고 직관적인 지원기능을 차별점으로 강조
 - Apple Card는 연회비 및 해외이용수수료가 없으며, 대금입금이 지연될 경우 연체 수수료를 부과하거나 추가적인 연체금리를 적용하지 않고 일반 금리만을 적용
 - Apple 측은 업계에서 가장 낮은 신용카드 금리를 제공하는 것을 목표로라고 밝힘
 - 평균 신용카드 금리가 연 18% 수준인 상황에서 Apple card는 연 13.24 ~ 24.24% 범위에서 금리를 책정할 것으로 밝힘³⁾

2) Apple의 전자지갑서비스로서, 이를 이용하지 않는 경우 Apple Card의 대금결제에만 사용 가능

3) The Wall Street Journal, 'The Apple Card Is Here, With Cash Back and Privacy Promises'(19.3.25.)

- Apple Card는 부채 상환액에 따라 발생하는 이자비용을 실시간으로 계산하는 기능을 통해 이용자의 비용절감을 지원하며, 이외에도 Apple Map과 연동된 소비 추적 기능, 채팅을 통한 24시간 고객지원 등을 제공
- Apple Card는 매 결제마다 토큰화된 1회용 카드번호만이 생성되고, 결제정보는 스마트폰에 탑재된 보안칩에 저장되며 Apple 측에 전달되지 않음
- 골드만삭스는 카드발급 및 운영을 위해 이용자의 개인정보를 보유하게 되나, 마케팅 또는 광고를 위해 제3자에게 결제정보를 공유하지 않을 것이라 전해짐

Apple Card의 실시간 이자비용 계산 기능 예시



자료 : Apple 홈페이지

- (협력사) 골드만삭스는 자사 소매금융 부문의 브랜드 강화를 위해, Mastercard는 비접촉식 결제 보급 촉진을 위해 Apple과 협력한 것으로 판단
- (골드만삭스) 최근 사업분야 다변화를 위해 소매금융 분야에 적극 진출하고 있으며, Apple과의 협력을 통해 소매금융 부문의 브랜드 강화 의도
 - 골드만삭스는 '16년 GE Capital Bank를 인수하였고, 같은 해 온라인 대출서비스 Marcus를 출시하면서 개인과 소규모 기업을 대상으로 한 예금 및 대출 서비스를 시작했으며, '18년에는 개인 금융관리 앱서비스 Clarity Money를 인수

- Marcus는 기존 신용카드 부채의 대환대출을 원하는 고신용자 고객을 주 사업대상으로 삼은 바 있으므로⁴⁾ Apple Card와의 시너지가 발생할 수 있을 것으로 예상
- (Mastercard) Apple Card가 대중교통 결제 기능을 기반으로 한 비접촉식 결제 보급의 촉매제가 될 수 있을 것으로 전망⁵⁾
 - 16년 기준 미국의 비접촉식 카드 발급 및 거래 비중은 각각 3.47%와 0.32%로 영국(63.9%, 23.3%) 및 캐나다(66.4%, 22.8%)에 비해 매우 낮은 수준⁶⁾
 - Mastercard는 Apple Card의 대중교통 결제기능을 통해서 스마트폰 기반 비접촉식 결제의 중요한 활성화 사례가 될 수 있을 것으로 평가
 - Mastercard는 대중교통을 비접촉식 결제 보급의 매우 중요한 수단으로 인식하고 있으며, LA, 보스턴 등 미국 주요 대도시에 결제망을 구축하고 있는 상황
 - Mastercard, Visa, American Express는 영국 런던의 후불식 교통카드 Oyster에 자사 비접촉식 결제 표준을 적용함으로써 비접촉식 카드 보급에 큰 성과를 거둠
- (전망) Apple Card는 기존 Apple 고객에게는 매력적인 상품일 수 있으나, 전체 신용카드 시장에 미치는 영향은 제한적일 것으로 판단
 - Apple Card의 가장 핵심적인 혜택은 Apple Pay를 통한 캐시백 혜택이므로, 아이폰, 애플워치 등을 보유한 기존 Apple 고객에게 매력적인 상품으로 판단

4) PaymentSource, 'What the new Apple credit card means for Goldman Sachs'(19.03.25.)'

5) PaymentSource, 'Mastercard sees Apple Pay as catalyst for transit payments'(19.04.01.)'

6) 최민지, '미국 내 비접촉식 카드 활성화 배경 및 향후 전망', 해외여신금융동향 2019-1, 여신금융연구소

- Apple Pay, iTunes 등 Apple이 제공하는 서비스 부문의 유료구독자는 3억 6천만명으로, 이러한 충성고객은 곧 Apple Card의 예비수요자로 볼 수 있음
 - 기존 Apple 고객은 Apple Card가 부수적으로 제공하는 결제관리 및 실시간 이자비용 계산 기능 등에도 적극적인 사용의사를 보일 가능성이 높음
- 다만 Apple Card가 아이폰을 비롯한 Apple 제품의 새로운 수요를 창출하거나, 신용카드 시장에 상당한 영향력을 미치지 못할 것이란 의견도 제기⁷⁾
- Apple Card와 동일하거나 우월한 혜택을 제공하는 카드상품이 이미 다수 존재하고, 삼성전자 등 경쟁사의 제품 역시 유사한 간편결제 서비스를 탑재하고 있어 Apple Card가 Apple 제품의 추가수요를 이끌어낼지는 의문이라고 주장
 - Apple Pay를 이용하는 경우에도 결제과정에서 이용자가 체감할 수 있는 편의성 개선은 없는 것으로 판단되며, 사후관리기능이 제공되는 데에 그침
 - 단 아이폰 및 iOS의 우수한 보안기능은 긍정적인 요소로 볼 수 있으며, Apple의 상품공개행사에서도 이러한 측면을 강조
- 또한 Apple Card는 결제정보를 활용하는 데에 있어 스스로 제약을 둔 까닭에, 결제수수료 이상의 추가적인 수익원 확보에 어려움을 겪을 가능성 존재
- 상기한 바와 같이 Apple Card 이용자의 결제정보는 해당 스마트폰에만 저장되며 Apple 측에 전송되지 않는데, 이는 결제정보를 활용한 추가서비스 개발 및 결제정보의 타사 제공을 통한 수익확보를 저해하는 요인으로 작용

7) CreditCard.com, 'New Apple Card to offer 3 percent cash back on Apple purchases'(19.03.25.)'