

편의점 세븐일레븐이 27일까지 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)으로 어려움을 겪는 지역 농가를 돕기 위한 프로젝트로 전남 무안 햅양파를 20% 할인 판매한다. 세븐일레븐 모바일 앱 '세븐팜' 코너에서 주문 시 수령 희망 점포와 날짜를 선택하고 주문 상품이 점포에 도착하면 수령하는 방식이다.



정정욱 기자

## SKT, 비금융 데이터 활용 대출 상품 출시 이커머스 11번가 중소 셀러 대상 서비스



SK텔레콤은 현대캐피탈과 협력해 비금융 데이터 기반 신용 평가를 활용한 11번가 중소 셀러 대상 대출 상품 '11번가 이커머스 팩토링' (사진)을 20일 출시한다. SK텔레콤이 지난해 10월 이동통신사 중 처음으로 금융위원회의 금융규제 샌드박스를 통과한 뒤 출시하는 첫 번째 이커머스 소상공인 대상 혁신금융 서비스다.

11번가 중소 셀러들은 매출 등의 검토를 거쳐 기존 대출과 별개로 최대 3000만 원까지 추가 대출을 받을 수 있다. 대출 금리는 시중에서 제공하는 이커머스 금융 상품과 비교해 최저 수준이다. 이용을 원하는 중소 셀러는 11번가 홈페이지에서 셀러회원 인증 후 안내에 따라 현대캐피탈 신청페이지에서 신청하면 된다.

SK텔레콤은 이번 서비스를 도입을 위해 정보 활용에 동의한 중소 셀러의 매출·정산, 고객 주문 취소·반품 이력, 판매 품목, 구매자 리뷰·고객 응대 정보 등 수 백가지 데이터를 머신러닝 기술로 분석해 기존 금융 정보 기반 신용 평가 방법을 보완하는 모델 '셀러 스코어'를 개발했다. 일반적으로 모델의 예측 정확도 값이 0.7 이상이면 우수하다고 평가하는데, 셀러 스코어는 0.85를 기록했다는 것이 SK텔레콤의 설명이다. 한편, SK텔레콤은 우리은행, 현대카드 등과도 비금융 데이터를 활용한 신용 평가 모델 기반 차별화 금융 서비스 출시를 논의 중이다.

김영근 기자

## 현대차 '수소 캠페인' 영상 조회 수 1억 돌파



(사진)이 27일 만에 조회 수 1억 회를 돌파했다고 19일 밝혔다.

현대자동차 월드와이드 유튜브 채널에는 6만5000개 이상의 '좋아요'와 약 2400건에 이르는 긍정 댓글 등 특별 영상에 대한 좋은 반응이 잇따랐다. 특별 영상이 이처럼 단기간에 많은 조회 수를 달성할 수 있었던 이유는 자연과 어우러진 방탄소년단의 영상미뿐만 아니라 영상 속 '아름다운 대자연의 소중한 언어'의 의미가 밀레니얼 세대 고객들에게 진정성 있게 전달되어 높은 공감대를 이끌어 낸 것으로 보고 있다.

1980년대 초반부터 2000년대 초반에 출생한 밀레니얼 세대는 제품 구매 시에도 환경과 사회에 대한 영향을 중요하게 고려하는 등 착한 소비를 주도하고 있어 수소 캠페인 역시 이들의 높은 호응을 얻고 있다.

현대차 관계자는 "앞으로도 방탄소년단과 함께 진정성을 담아 친환경과 지속가능성에 대해 알릴 수 있는 다양한 활동을 선보일 수 있도록 노력할 것"이라고 밝혔다.

원성열 기자

## KT, 미디어 혜택 담은 군인 요금제 선택

KT는 다양한 미디어 혜택을 제공하는 'Y군인 플러스' 요금제를 출시한다. 'Y군인 55플러스'와 'Y군인 77플러스' 2종이다. 두 요금제 모두 '시즌 초이스' 혜택을 강화한 것이 특징이다. 시즌 초이스는 200여 개 실시간 TV 채널과 8만 편의 주문형비디오(VOD)를 무료로 볼 수 있는 '시즌 믹스', 모바일로 무제한 실시간 음악 스트리밍을 할 수 있는 '지니 스마트 음악 감상', 영화와 게임, 교육 등 실감형 가상현실(VR)콘텐츠를 이용할 수 있는 '슈퍼 VR 패스' 등의 부가서비스다.

Y군인 55플러스는 월 5만5000원에 데이터 100GB를 제공한다. 다 쓰고 나도 최대 초당 5Mbps로 데이터를 무제한 쓸 수 있다. 시즌 초이스에서 제공하는 콘텐츠 중 한 가지를 제공한다. Y군인 77플러스는 월 7만 7000원에 데이터 완전 무제한이며, 시즌 초이스 제공 콘텐츠 중 두 가지를 선택할 수 있다.

김영근 기자

## 비즈니스 트렌드 | 신한카드 빅데이터로 분석한 포스트 코로나시대 소비트렌드

# 코로나 쇼크로 'S·H·O·C·K'가 뜬다

- S** 소비 중심 온라인으로 스위칭
- H** 집 주변에서 소비하는 홈라이프
- O** 건강 위생 힐링 소비 급성장
- C** 소비기간 구매 등 패턴 변화
- K** 시니어 중심 디지털 소비 확대

신한카드가 포스트 코로나19 시대 소비트렌드 키워드로 'S.H.O.C.K.(쇼크)'를 제시했다.

신종 코로나바이러스 감염증(코로나19) 여파로 소비 방식, 유형, 대상 등이 패러다임의 변화로 이어지고 있는 상황을 맞아 신한카드 이용금액에서 착안해 5가지 키워드로 소비트렌드를 분석했다.

'S'는 '온라인화(Switching On-line)'에서 따왔다. 오프라인 중심의 소비가 빠른 속도로 온라인화되고 있는 것에 주목했다. 3월 유통업계의 온라인 소비 비중은 65%로 코로나19가 확산되기 이전인 1월 대비 7% 증가했다.

'H'는 '홈라이프(Home-life Sourcing)', 감염 우려로 외출을 자제하면서 주거 지역 내 소비가 늘어난 트렌드를 반영했다. 제과업종과 같은 생활 밀착업종은 오피스 지역 이용률이 최대 34% 하락한 반면 주거 지역 이용률은 최대 12% 증가한 것으로 나타났다. 'O'는 '건강·위생(On-going Health)'이다. 코로나19로 건강과 위생에 대한 중요성이 부상하며 관련 소비가 확산된 것을 의미한다. 3월 건조기와 공기청정기 구입은 직전 3개월 평균보다 각각 42%, 21% 증가했다.



신한카드가 포스트 코로나19 시대 소비트렌드 키워드로 제시한 'S.H.O.C.K.(쇼크)'. 사진제공 | 신한카드

'C'는 '패턴변화(Changing Pattern)'를 뜻한다. 기존 고정되어 있던 소비 시간, 연령, 구매 방식 등이 다양한 형태로 변화하고 있는 것에 주목했다. 온라인 소비가 확산되면서 특정 업종에서 주말 소비가 집중되던 양상을 벗어나 요일 구

분 없는 형태를 띠고 있다. 또 특정 분야에 국한됐던 '드라이브 스루' 서비스가 다양한 형태로 확산하고 있다. 'K'는 '디지털 경험(Knowing Digital)'으로 언택트(Untact·비대면) 소비가 늘면서 디지털 경험 확산세가 지속되는 것을 의미한다. 디지털 플랫폼에 익숙하지 않은 50·60대 연령층에서도 온라인 결제 이용이 증가하는 경향을 보였다.

신한카드 빅데이터 연구소 측은 "사회적 거리두기와 디지털화로 나타난 패러다임 변화는 그 누구도 예상하지 못했던 급작스러운 상황"이라며 "향후 포스트 코로나가 가져올 새로운 소비트렌드에 맞춰 새 소비영역을 발굴하고 다변화된 시장 요구에 부합하는 서비스를 확대할 것"이라고 했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com

## '21년 독점' 공인인증서, 역사 속으로...

오늘 전자서명법 개정안 처리 전망  
다양한 전자서명 수단 활성화 예고

공인인증서가 도입 21년 만에 역사 속으로 사라질 것으로 보인다.

관련 업계에 따르면 공인인증서의 독점적 지위를 폐지하는 전자서명법 개정안이 20일 국회 마지막 본회의에 상정돼 처리될 전망이다.

공인인증서는 1999년 전자서명법 제정으로 도입됐다. 하지만 독점으로 혁신 서비스 등장을 막고, 국민들의 선택권도 제한한다는 비판이 있어왔다. 사용자들 사이에선 발급과 사용이 복잡하다는 불만도 많았다.

무엇보다 이슈가 된 것은 2014년 일명 '천송이 코트' 논란이다. SBS 드라마 '별에서 온 그대'가 중국에서도 큰 인기를 끌면서 여자 주인공이 입고 나온 코트도 덩달아 화제가 됐다. 드라마를 본 중국인들은 한국 인터넷 쇼핑몰에서 해당 제품을 구매하려 했지만 공인인증서를 요구하는 절차 때문에 포기했다는 얘기가 전해졌다. 논란이 커지자 금융당국은 공인인증서

의무사용 규정을 폐지했다. 인터넷뱅킹이나 쇼핑몰에서 공인인증서가 아닌 다른 대체 인증수단도 쓸 수 있도록 한 것이다. 하지만 이후에도 금융 관련이나 공공서 사이트에서는 여전히 공인인증서를 사용해야 하는 불편함이 있었다.

이번 개정안에는 이런 공인인증서를 대신해 국제 기준을 고려한 전자서명인증업무 평가·인증제도를 도입하도록 하는 내용을 담았다. 이에 따라 블록체인 등 다른 전자서명 수단이 활성화 될 전망이다. 실제로 시중에는 이미 다양한 전자서명 서비스들이 제공되고 있다. SK텔레콤과 KT, LG유플러스의 본인인증 애플리케이션(이하 앱) '패스' 인증서도 그 중 하나다. 패스 앱을 실행한 뒤 약관 동의 및 6자리 핀 번호 또는 생체인증을 하면 발급이 가능하고, 이후에는 휴대전화 번호만 입력하면 바로 전자서명을 할 수 있다는 것이 장점이다. 별도 프로그램 설치 없이 국민 메신저 '카카오톡'으로 간편하게 인증하는 '카카오페이 인증'도 주목받을 것으로 보인다. 은행권에서 내놓은 '뱅크사인'도 있다.

김명근 기자 dionys@donga.com



"인기 라이프스타일 브랜드 사세오" 현대백화점이 판교점 지하 1층 식품관에 라이프스타일 편집숍 '위마켓 2호점'을 오픈했다. 인기 리빙·라이프스타일 브랜드를 직접 구성한 특화 마켓이다. 매달 2회씩 콘셉트를 정해 매장을 재구성한다. 24일까지 '러브미러브미', '하울스홀' 등 7개 브랜드를, 25일부터 '물루요거트', '크룩' 등 7개 브랜드를 선보인다. 사진제공 | 현대백화점

## "무리한 전기차 보급, 자동차 산업 위기 초래 내연차·하이브리드차 등과 상생전략 필요"

한국자동차공학회 '미래차 전략' 발표  
불황 여파 연 17% 판매감소 예상

한국자동차공학회 자동차 기술 및 정책 로드맵 연구위원회가 19일 오전 서울 중구에 위치한 페럼타워 3층 페럼홀에서 '미래자동차 기술 개발의 상생 전략, 자동차 시장을 주도할 선제적 대응'을 주제로 자동차 기술 및 정책 개발 로드맵 발표회를 개최했다.

강건용 한국자동차공학회 회장은 인사말에서 "신종 코로나 바이러스 감염증

(코로나19)으로 인한 세계적인 경제 불황이 세계 자동차 시장의 위기와 예측할 수 없는 변화를 야기하고 있다"며 "올해 제시하는 로드맵과 연구 결과가 정부, 산업계의 정책과 방향 설정의 주요한 지표가 되고 향후 코로나19 극복 이후의 급변하는 세계 자동차 시장에 국내 자동차 산업이 선제적으로 대응하여 모든 자동차 기술의 상생과 시장 선점을 위한 계기가 되기를 바란다"고 말했다.

배충식 위원장(한국자동차공학회 부회장·한국과학기술원 교수)은 "2019년 국내 완성차 및 부품 업체의 판매량이 감소



19일 오전 서울 중구에 위치한 페럼타워 3층 페럼홀에서 열린 한국자동차공학회 자동차 기술 및 정책 개발 로드맵 발표회에서 강건용 한국자동차공학회 회장이 인사말을 하고 있다. 사진제공 | 한국자동차공학회

하는 추세이며, 2020년 이후 이어지는 경제 불황으로 연간 17% 수준의 판매 감소가 예상된다"며 "자동차 기술개발 투자를 확대해 선제적으로 내연기관차 효율 개선 기술과 전기동력차 혁신 기술을 개발하고, 성공적인 코로나19 극복 이후 회복기의 세계 자동차 시장을 선점할 계기

를 마련해야 한다"고 말했다.

친환경차 정책과 관련한 대안도 제시했다. "내연기관차를 급격히 축소하면서 진행되는 무리한 전기동력차 보급 지원은 시장을 교란하고 경제난을 야기하여 향후 자동차 시장에서 국내 자동차 산업의 위기를 초래할 수 있다"고 지적하며 "자동차 산업의 지속 성장과 기술의 발전을 위해 내연기관차, 하이브리드차, 전기차, 수소전기차의 지속적인 R&D 지원과 효율 개선 방안이 필요하다"고 했다.

올해 진행된 로드맵 3단계 연구 발표회는 2018년 로드맵 1단계 연구 발표회, 2019년 로드맵 2단계 연구 발표회에 이어 세 번째이다. 한국자동차공학회 자동차 기술 및 정책 로드맵 연구위원회는 매년 각 로드맵 단계의 연구 내용을 발표해 오고 있다.

원성열 기자 sereno@donga.com