데이터융복합·소비자리서치 전문 연구기관
컨슈머인사이트 보도자료

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	leejh@consumerinsight.kr
문 의	이정헌 전무	연 락 처	02) 6004-7680
배 포 일	2024년 6월 27일(목) 배포	매 수	총 5매

온라인 결제 1위 신용카드, 청년층에선 '네카토'에 밀려

컨슈머인사이트 금융 플랫폼 기획조사...온라인 결제수단 이용행태 비교

- **신용카드 이용률·주이용률 모두 여전히 가장 높지만**
- **20, 30대는 네이버·카카오·토스 페이 더 많이 써**
- **네카토는 경제적 혜택, 편의성, 프로모션 등 강점**
- **모바일 사용 능숙한 청년층 중심으로 입지 확대**

○ 소비자가 가장 많이 쓰는 온라인 결제 수단은 여전히 '신용카드'지만 20,30대에서는 일명 '네카토(네이버페이·카카오페이·토스)'로 불리는 페이 이용률이 더 높았다. 이들 네카토 페이는 경제적 혜택, 다양한 결제 수단 지원, 이벤트·프로모션 때문에 이용한다는 비율이 높아 신용카드의 입지를 흔들고 있다.

□ 모바일 기술의 발전과 함께 온라인 간편결제 서비스는 다양한 플랫폼을 통해 빠르게 확산되고 있으며, 소비자들의 결제 행태에도 변화가 생기고 있다. 금융기관뿐 아니라 핀테크·빅테크, 유통·쇼핑 브랜드 등 다양한 간편결제 서비스가 경쟁하고 있고, 각 서비스는 여러 혜택을 통해 소비자들을 유인하고 있다.

□ 금융 리서치 전문기관 컨슈머인사이트가 매주 실시하는 '금융 플랫폼 기획조사'에서 금융소비자에게 온라인에서 이용하는 결제 수단과 이용 이유를 묻고 그 결과를 비교했다. 조사는 전국의 만 20~69세 금융소비자 1053명을 대상으로 지난 5월 13일~5월 27일(2주간) 실시됐다.

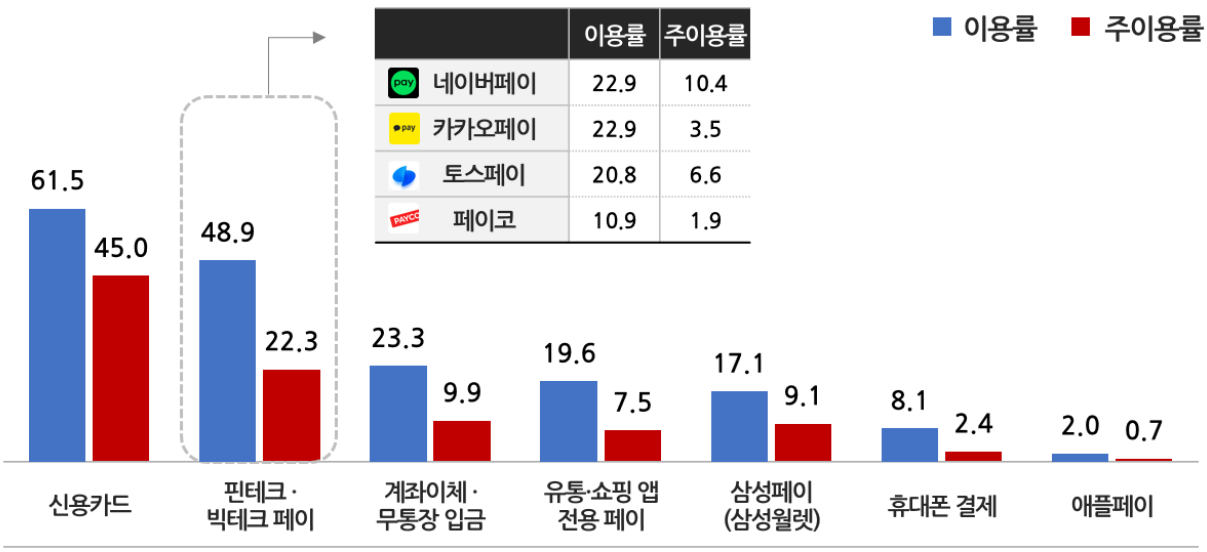
■ 신용카드, 유일한 60%대...핀테크·빅테크 '과반' 근접

○ 온라인 결제수단 이용률(복수응답)은 신용카드가 61.5%로 가장 높았고 이어 핀테크·빅테크 페이(48.9%), 계좌이체·무통장입금(23.3%), 유통·쇼핑앱 전용 페이(19.6%), 삼성페이(17.1%) 등의 순이었다**[그림1]**. 다양한 간편결제 서비스가 출시돼 경쟁하고

있음에도 신용카드가 유일하게 절반을 훌쩍 넘었고 네카토는 과반 돌파를 눈앞에 두고 있다. 계좌이체·무통장입금도 여전히 일정한 비중을 차지했다. 그 밖에 휴대폰 결제(8.1%)도 명맥을 이어가고 있으나 지난해 출시된 애플페이(2.0%)는 아직 미미했다.

[그림1] 온라인 결제 수단

(Base : 전국의 만 20~69세 금융소비자, 1,053명, 단위: %, 이용률(복수응답), 주이용률(1순위))



	이용률	주이용률
네이버페이	22.9	10.4
카카오페이	22.9	3.5
토스페이	20.8	6.6
페이코	10.9	1.9

Q. 귀하께서 평소 온라인상(PC, 모바일)에서 결제할 때, 이용하고 있는 결제 방법은 무엇입니까? 모두 선택해 주십시오.
Q. 그렇다면, 온라인에서 결제를 할 때 가장 자주 이용하는 결제 방법은 무엇입니까?
우선 순서대로 3가지만 선택해 주십시오

○ 가장 자주 이용하는 결제수단(주 이용률, 단수응답)은 신용카드(45.0%), 핀테크·빅테크 페이(22.3%), 계좌이체·무통장입금(9.1%), 삼성페이(9.1%) 유통·쇼핑앱 전용 페이(7.5%) 순이었다. 1~3위는 이용률과 순위가 같았던 반면 4, 5위(삼성페이, 유통·쇼핑앱 전용 페이)는 자리를 맞바꿨다.

○ 신용카드의 특징은 주 이용률이 이용률의 70% 이상을 확보했다는 점이다(주 이용률 45.0%÷이용률61.5%). 이에 비해 핀테크·빅테크 페이는 이 비율이 45%로 절반에 미치지 못했다(주 이용률22.3%÷이용률48.9%). 온라인 결제 시 핀테크·빅테크 페이 보다는 신용카드를 쓰는 사람이 여전히 많아, 오래되고 익숙한 결제 수단으로서 신용카드의 관성적 이용 성향이 확인된다.

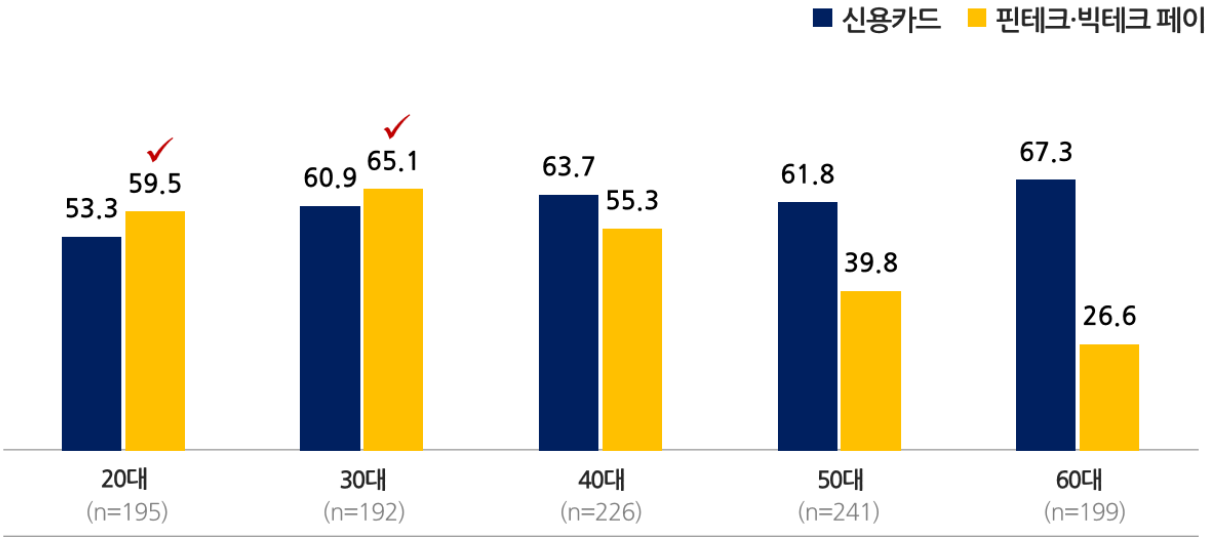
○ 이런 차이는 핀테크·빅테크 브랜드 사이에도 나타났다. 이용률은 네카토 모두 20% 초반대로 차이가 없었던 데 비해 주 이용률은 네이버(10.4%), 토스(6.6%), 카카오(3.5%)

순으로 크게 벌어졌다. 같은 핀테크·빅테크 페이라도 고객 충성도 차이가 크다는 해석이 가능하다.

○ 연령대에 따른 결제수단 이용률 차이는 확연했다. 20, 30 대는 핀테크·빅테크 페이를, 40 대 이상은 신용카드를 더 많이 쓰고 있었다. 특히 신용카드는 고연령대로 갈수록 이용률이 높아져 60 대(67.3%)에 이르러서는 핀테크·빅테크 이용률(26.6%)의 2.5 배에 달했다**[그림 2]**.

[그림2] 연령대별 온라인 결제 수단 이용률

(Base : 전국의 만 20~69세 금융소비자, 1,053명, 단위: %, 이용률(복수응답))



Q. 귀하께서 평소 온라인상(PC, 모바일)에서 결제할 때, 이용하고 있는 결제 방법은 무엇입니까? 모두 선택해 주십시오.
Q. 그렇다면, 온라인에서 결제를 할 때 가장 자주 이용하는 결제 방법은 무엇입니까?
우선 순서대로 3가지만 선택해 주십시오

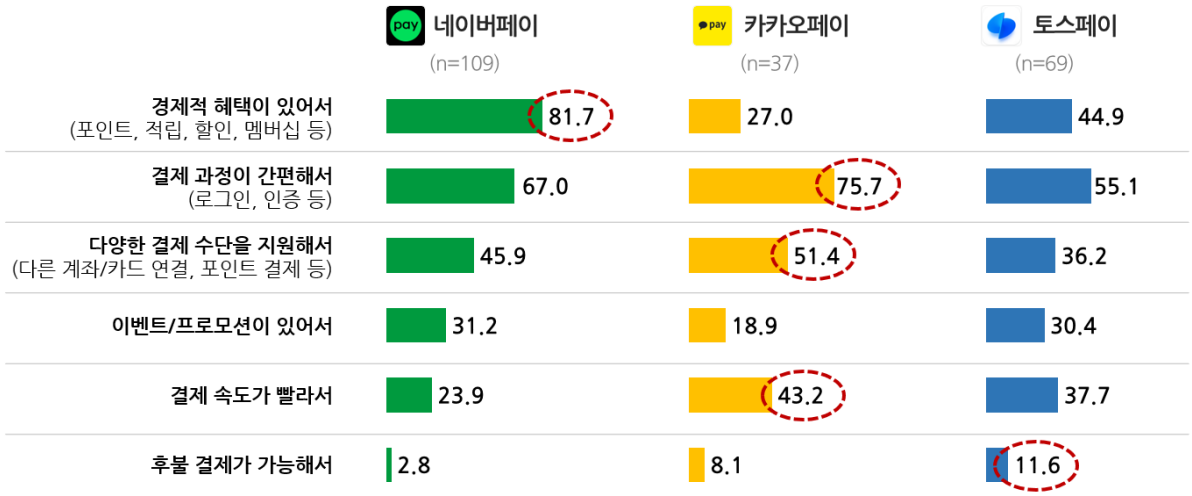
■ 네이버 '혜택', 카카오 '편의성', 토스는 '후불결제' 상대적 강점

○ 주 이용 이유로는 신용카드, 핀테크·빅테크 페이 이용자 모두 △간편한 결제 과정 △경제적 혜택을 1, 2순위로 꼽았다. 그 밖에 신용카드 이용자는 △빠른 결제 속도(39.7%)와 △후불 결제 기능(17.3%)을 꼽은 비율이 상대적으로 많았던 데 비해 핀테크·빅테크 페이 이용자는 △경제적 혜택(60.9%) △다양한 결제수단 지원(43.8%) △이벤트·프로모션(29.4%)을 더 많이 꼽았다. 결제수단별 이용자의 선호 특성에 차이가 있음을 보여준다.

○ 이 같은 차이는 '네카토'의 각 브랜드별로도 나타났다. 네이버페이는 '경제적 혜택(81.7%)'을 주 이용 이유로 꼽은 비율이 압도적으로 높았고, 카카오페이는 간편한 결제 과정(75.7%), 다양한 결제 수단(51.4%), 빠른 결제 속도(43.2%)에서, 토스페이는 '후불결제(11.6%)'에서 타 서비스 대비 높은 선택을 받았다**[그림3]**.

[그림3] 핀테크·빅테크 서비스 브랜드별 주이용 이유

(Base : 온라인 결제 시 핀테크·빅테크 페이 주이용자 235명, 단위 : 1+2+3순위%)



Q. 귀하께서 온라인상(PC, 모바일)에서 결제 할 때, OO을/를 가장 많이 이용하는 이유는 무엇입니까?
우선 순서대로 3가지만 선택해 주십시오.

○ 네이버페이의 경우 결제 시 포인트 적립, 영상·웹툰 콘텐츠 이용권 등을 제공해주는 네이버플러스 멤버십이 주효했고, 카카오페이는 간편결제 편의성 측면에서, 토스페이는 후불 결제 측면에서 고객을 유인하는 경쟁력을 지녔음을 알 수 있다. 네카토 페이는 이 같은 강점으로 청년층 이용자를 빠르게 끌어들이며 입지를 넓혀가고 있다.

컨슈머인사이트는 **비대면조사**에 **효율적**인 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. **다양한 빅데이터**를 **패널 리서치 데이터**와 **융복합 연계**하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다. 특히 최근에는 **100% 모바일 기반**으로 **전국민 표본 대표성**을 가진 **조사 플랫폼 '국대패널'**을 **론칭**하고 **조사업계 누구나 사용할 수 있도록 개방**했습니다.

Copyright ⓒ Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 (주)컨슈머인사이트에 있으며 언론사의 직접 인용 보도 외의 목적으로 사용할 수 없습니다. 그 밖의 인용 및 재배포는 컨슈머인사이트와 사전 협의를 거쳐 서면 승낙을 받은 경우에 한합니다.

For-more-Information

이정헌 전무	leejh@consumerinsight.kr	02)6004-7680
전민정 부장	jeonmj@consumerinsight.kr	02)6004-7684
김주환 대리	kimjh@consumerinsight.kr	02)6004-7687