

Date of issue

Jul. 19.

2024

기관 컨슈머인사이트
문의 이정헌 전무이메일 leejh@consumerinsight.kr
연락처 02) 6004-7680

('24년 6월) 만족도 꺾충 '케뱅' 확보고객도 상승

(주례) 금융 플랫폼 기획조사 - '24년 6월 집계

- 케이뱅크, 앱 만족도 약진 이어 확보고객도 상승세
- 30~50대·남성·임금근로자에 비해 20대 고객 적어
- 카카오 vs KB 계열 앱, 2~4위서 확보고객 순위 경쟁
- 부동의 1위 토스는 50%대 장벽 앞에 2개월째 주춤

(주례) 금융 플랫폼 기획조사 개요

- 조사기간 : 매주 월요일~목요일(4일간)
- 조사방법 : 이메일/모바일 조사
- 조사대상 : 전국 20~69세 성인
- 조사표본 : 매주 500명 이상
- 표본 프레임 : 약 86만명의 비편향 패널(Unbiased Panel)
(자발적 선택/가입을 허용하지 않고 확률적 표본 추출에 따라 선정된 패널)
- 표본추출
 - 1단계 : 성·연령·지역별 표본수 할당
 - 2단계 : 표본 프레임에서 성·연령·지역별 할당 후 무작위 추출

컨슈머인사이트는 대규모 온라인패널을 통해 금융, 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 수집된 서베이 데이터는 금융·통신 등 다양한 빅데이터와 융복합 연계하여 각 데이터의 한계점을 넘어서는 새로운 개념의 데이터를 제공하고 있습니다.

특히 최근에는 100% 모바일 기반으로 전국민 표본 대표성을 가진 조사 플랫폼 '국대패널'을 론칭하고 조사업계 누구나 사용할 수 있도록 개방했습니다.

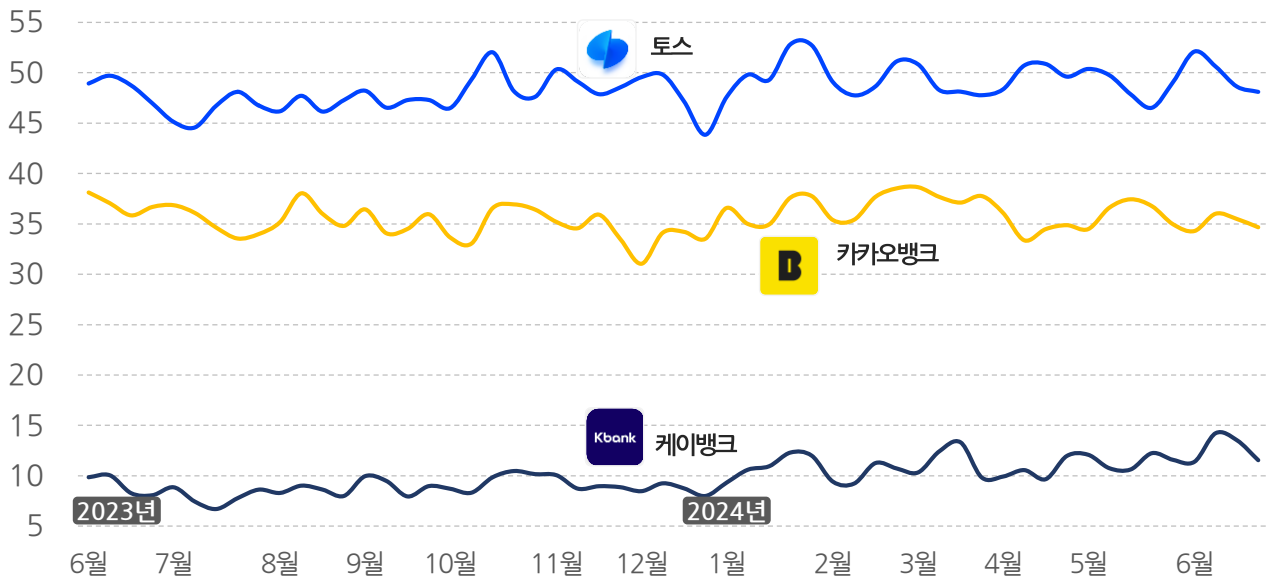
이슈 분석) 일취월장 케이뱅크, '젊은 피' 수혈이 필요해...

■ 케이뱅크, '앱 만족도' 이어 '확보고객'까지 쌍끌이 상승세

- 케이뱅크는 앱 이용만족도 평가 결과가 3분기 연속 상승하며 톱3에 진입했음
(참고. [2분기 금융앱 만족도 - 케이뱅크 약진해 '인뱅3총사' 최상위 완성](#))
- 이와 함께 확보고객 비율도 상승세를 타고 있음. 지난 1년 확보고객 증가세가 인터넷뱅크 3사 중 가장 뚜렷함. 6월 현재 확보고객은 12.9%로 전년 동기 대비 3.8%p 증가했으며 수개월째 11~12%대를 유지하고 있음

[그림1] 인터넷뱅크 앱의 확보고객 추이

(Base : 전국의 만 20~69세 성인, 주당 약 500명, 단위 : %)



	48.3	46.1	47.5	46.9	49.1	48.8	46.8	51.2	49.5	48.0	50.2	49.0	49.4
	36.9	34.6	36.4	35.0	35.5	34.0	33.8	36.4	37.0	37.7	34.1	36.0	35.3
	9.1	7.7	8.5	9.2	9.6	8.8	8.6	11.4	10.0	11.1	11.3	11.2	12.9

연세 평균

■ 케이뱅크 확보고객, 30~50대·남자·임금근로자 많아

- 인터넷뱅크 3개 앱 확보고객의 특성에는 차이가 있음. 케이뱅크는 30~50대, 남성, 특히 임금근로자 고객이 많아 상대적으로 고소득자 비율이 높음[표1]
- 경제활동이 많아 금융수요도 큰 중장년 남성 고객이 많은 점은 긍정적이나 미래고객인 20대가 적어 이들에 대한 전략적인 유인책이 필요함

■ 케이뱅크와 카카오뱅크의 확보고객 특성은 유사

- 카카오뱅크와 케이뱅크는 경제활동이 많은 3040 임금근로자 고객이 많은 점에서 유사함
단, 케이뱅크는 남성 고객이 많은 점이 특징임

■ 토스, 미래고객인 20대 이용자 비중 높아

- 토스는 국내 20대 금융소비자 3명 중 2명이 '정기/생활필수(확보고객)'앱으로 이용할 만큼 청년층의 사랑을 받고 있음(참고. [토스 사랑은 20대, 스타뱅킹·카카오·SOL은?](#))
- 60대 이상 비중이 카카오뱅크나 케이뱅크에 비해 크다는 특징도 있음

[표1] 인터넷뱅크 앱의 확보고객 특성 ('24년 2분기 기준)

(Base : 전국의 만 20~69세 성인 6,802명, 단위 : %)

		앱별 확보고객의 구성비(B)				전체 대비 Gap(B-A)			
		전체(A)	토스	카카오뱅크	케이뱅크	토스	카카오뱅크	케이뱅크	
사례수		6,802	3,366	2,396	799	3,366	2,396	799	
성별	남성	51.1	51.0	49.0	56.6	(0.1)	(2.1)	5.4	
	여성	48.9	49.0	51.0	43.4	0.1	2.1	(5.4)	
	소계	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-	-	
연령대별	20대	18.6	23.9	16.8	14.1	5.3	(1.8)	(4.4)	
	30대	18.2	18.7	23.0	21.9	0.4	4.8	3.7	
	40대	21.6	21.3	27.6	25.5	(0.4)	6.0	3.9	
	50대	22.8	21.3	22.1	24.7	(1.4)	(0.7)	1.9	
	60대 이상	18.8	14.8	10.5	13.8	(4.0)	(8.3)	(5.1)	
	소계	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-	-	
성별·연령대별	20대	남성	9.9	12.5	5.9	6.1	2.6	(4.0)	(3.8)
		여성	8.6	11.4	10.9	8.0	2.8	2.2	(0.6)
	30대	남성	9.6	10.0	10.8	12.6	0.4	1.2	3.0
		여성	8.6	8.6	12.2	9.3	-	3.6	0.6
	40대	남성	11.0	10.7	14.6	14.6	(0.3)	3.6	3.6
		여성	10.6	10.6	13.0	10.9	(0.1)	2.4	0.3
	50대	남성	11.6	10.7	12.0	14.9	(0.8)	0.5	3.3
		여성	11.2	10.6	10.1	9.8	(0.6)	(1.1)	(1.5)
	60대 이상	남성	9.1	7.1	5.6	8.3	(2.0)	(3.4)	(0.8)
		여성	9.8	7.7	4.8	5.5	(2.0)	(4.9)	(4.3)
소계	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-	-		
월개소득	300만원 미만	43.6	46.3	39.4	37.7	2.7	(4.2)	(5.9)	
	500만원 미만	32.4	32.2	35.3	36.3	(0.2)	2.9	3.9	
	700만원 미만	14.2	12.5	15.8	14.1	(1.7)	1.6	-	
	700만원 이상	9.8	9.0	9.5	11.9	(0.8)	(0.3)	2.1	
	소계	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-	-	
직업	임금근로자	59.4	60.0	65.0	68.2	0.6	5.6	8.8	
	자영업자	7.2	6.4	7.2	6.6	(0.8)	-	(0.5)	
	프리랜서	5.5	5.4	6.0	4.9	(0.1)	0.5	(0.6)	
	학생	5.5	7.3	4.0	3.3	1.8	(1.5)	(2.3)	
	전업주부	11.1	9.8	9.1	7.3	(1.3)	(1.9)	(3.8)	
	무직/퇴직/기타	11.4	11.2	8.6	9.8	(0.2)	(2.8)	(1.6)	
	소계	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-	-	

전체(A) 대비 ±3%p 이상

(’24. 6월) 소비자가 꼽은 ‘정기적/생활 필수 금융 앱’ 순위

[표2] 금융 앱 확보고객 순위 (’24년 6월 조사, 상위 20개)

(Base : 전국의 만 20~69세 성인 2,117명, 단위 : %, 복수응답)

순위	앱	확보 고객 (%)	순위 변동		비고** (해당 권역)
			전월 대비	6개월 전 대비	
1	토스 	49.4	-	-	핀/빅테크
2	카카오뱅크 	35.3	-	▲1	은행/인터넷뱅크
-	KB국민은행 스타뱅킹 	35.3	-	-	은행/인터넷뱅크
4	카카오페이 	29.3	-	-	핀/빅테크
5	KB Pay 	26.3	-	-	카드사
6	신한 SOL뱅크 	24.4	-	-	은행/인터넷뱅크
7	신한 SOL페이 	21.5	-	-	카드사
8	현대카드 	21.0	▲3	▲3	카드사
9	네이버페이 	20.8	▽1	▲1	핀/빅테크
10	삼성카드 	19.8	-	▽1	카드사
11	페이북/ISP 	18.8	▽2	▽3	카드사
12	모니모 (monimo) 	17.8	▲1	-	카드사
13	우리WON뱅킹 	16.7	▲1	▲2	카드사
14	NH스마트뱅킹 	15.7	▲1	-	은행/인터넷뱅크
15	신한 슈퍼SOL 	15.5	▲1	-	은행/인터넷뱅크
16	하나원큐 	15.4	▲1	-	은행/인터넷뱅크
17	하나머니 	14.6	▽5	▽4	카드사
18	케이뱅크(Kbank) 	12.9	▲1	▲7	은행/인터넷뱅크
19	디지로카(롯데카드) 	11.7	▽1	▽1	카드사
20	NH올원뱅크 	11.1	▲2	▽3	은행/인터넷뱅크

질문) "휴대폰에 설치된 금융앱 중에서 평소에도 정기적으로 이용하거나 생활에 꼭 필요한 앱들은 무엇입니까?(복수 선택)"

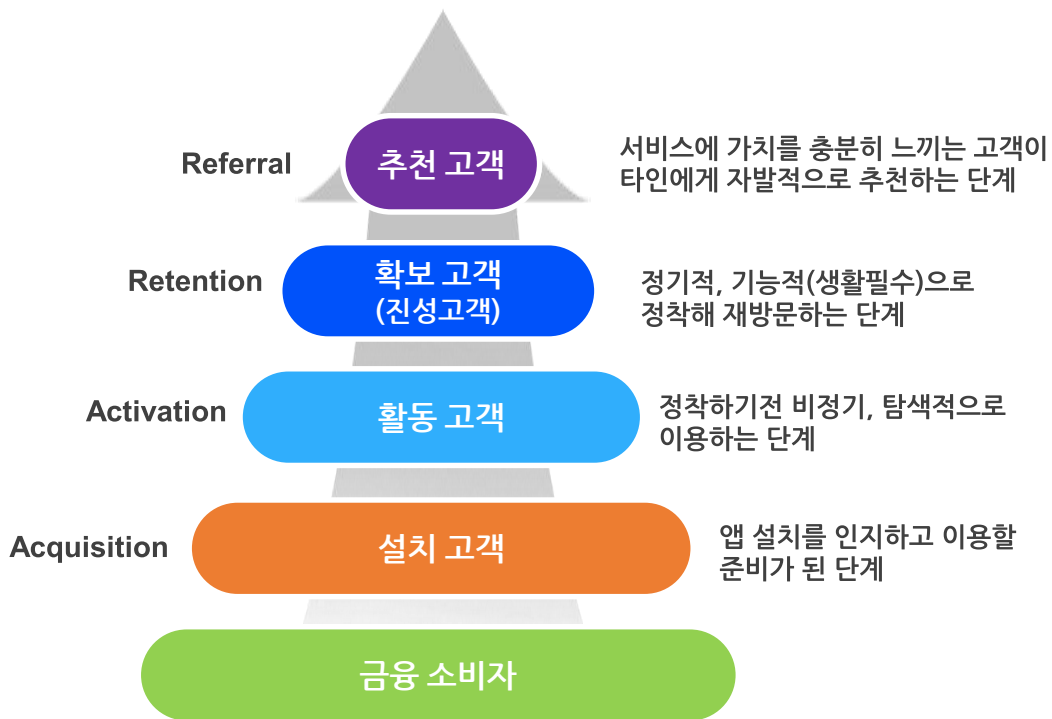
* 확보고객 : p.6 '금융 플랫폼 기획조사'의 앱 활동성 평가 지표 참조

** 비고(해당권역) : p.9 '조사 대상 앱'을 퍼블리셔의 사업영역을 기준으로 분류(e.g. 은행/인터넷뱅크, 증권, 신용카드 등)

— ('24. 6월) 소비자가 꼽은 '정기적/생활 필수 금융 앱' 순위

- 토스는 카카오뱅크·KB스타뱅킹을 14%p 이상의 차이로 앞서며 부동의 1위(49.4%)를 유지함. 수차례 50% 벽을 넘어 왔으나 최근 2개월 연속 턱걸이에 실패함
- 카카오뱅크와 KB스타뱅킹, 카카오페이와 KB pay간 치열한 순위 경쟁으로 카카오계열 앱과 KB계열 앱의 대결구도 형성. 이어 신한 계열 앱(SOL뱅크, SOL페이)이 뒤따르고 있음
- 케이뱅크는 전월 대비 1계단, 6개월전 대비 7계단 상승해 18위에 랭크
- 현대카드는 3계단 뛰어올라 전월 하락(10위→11위)을 크게 만회하며 8위에 안착

['금융 플랫폼 기획조사' 의 앱 활동성 평가 지표]



측정 질문)

추천고객: Q. 가족이나 주변 지인에게 금융생활에 주로 이용할 만한 앱으로 추천하시겠습니까? (11점 척도)

확보고객: Q. 평소에 정기적으로 이용하거나 생활에 꼭 필요한 앱들은 무엇입니까? (복수 선택)

활동고객: Q. 평소에 자주 이용하지 않더라도, 가끔씩 필요해 삭제할 수 없는 앱이 있다면 무엇입니까? (복수 선택)

설치고객: Q. 휴대폰에 현재 설치되어 있는 앱은 무엇입니까? 평소 잘 이용하지 않더라도 설치가 되어 있다면, 모두 선택해 주십시오.

[별첨 1] 금융 앱 마케팅 특화지표 개발의 배경

[금융 앱 마케팅 특화지표 개발의 배경]

확보고객 비율은 금융소비자의 심리·행동 특성을 반영해 개발한 지표임. 일반적으로 활용되는 월간 활성이용자수(MAU)와 구분되는 '인식적 지표'로서 **진성이용자를 확인할 수 있다**는 데 의미가 있음

지표의 특징점

- 이벤트 참여, 일회성 가입 체험, 앱 강제/자동 구동 등 **단순 이용자 배제**
- 안드로이드, iOS 스마트폰 이용자를 모두 포함, **일반화 가능성 높음**
- 금융 앱 이용의 깊이가 서로 상이한 **소비자의 특성을 고려**
- 재이용, 지속이용 의향이 반영된 기존 지표의 **결과/후행적 성격**의 지표
⊕
- '정기적/생활 필수(확보고객)' 이용자의 다양한 **프로파일 분석**
- 앱 안에서의 콘텐츠/서비스 **이용 행동, 고객경험 평가 분석**

[기존 측정 지표의 한계(MAU, WAU 등)]

- 고객의 방문동기, 고객경험의 질적 깊이 등을 알 수 없다
- 이용 고객의 평가적 반응을 파악할 수 없다
- 금융 소비 행동 특성을 반영하지 못한다
- 1인 복수 디바이스 이용을 변별하지 못한다
- 기계적 로그 수집 대상은 전체 모집단을 대표하는 통계량을 만드는데 한계가 있다 (MAU 등 사용자수는 전수가 아닌 일부 표본에서 구한 추정치임)

[별첨 2] 응답자 특성표

		'24년 6월		'24년 4월 ~ '24년 6월 (2분기)	
		사례수(명)	비율(%)	사례수(명)	비율(%)
전체		(2,117)	100.0	(6,802)	100.0
성별	남성	(1,085)	51.3	(3,478)	51.1
	여성	(1,032)	48.7	(3,324)	48.9
연령대	20~29세	(393)	18.6	(1,263)	18.6
	30~39세	(380)	17.9	(1,239)	18.2
	40~49세	(453)	21.4	(1,471)	21.6
	50~59세	(478)	22.6	(1,549)	22.8
	60~69세	(413)	19.5	(1,280)	18.8
지역	서울	(404)	19.1	(1,291)	19.0
	경기	(557)	26.3	(1,794)	26.4
	인천	(116)	5.5	(372)	5.5
	대전/세종/충청	(226)	10.7	(735)	10.8
	광주/전라	(191)	9.0	(617)	9.1
	대구/경북	(206)	9.7	(663)	9.7
	부산	(132)	6.2	(425)	6.2
	울산/경남	(181)	8.5	(567)	8.3
	강원	(62)	2.9	(197)	2.9
	제주	(42)	2.0	(141)	2.1
직업	개인사업자/자영업자	(157)	7.4	(488)	7.2
	임금근로자	(1,245)	58.8	(4,038)	59.4
	프리랜서	(122)	5.8	(373)	5.5
	학생	(103)	4.9	(376)	5.5
	전업주부	(247)	11.7	(754)	11.1
	무직/퇴직/기타	(243)	11.5	(773)	11.4

[별첨 3] 조사 대상 앱('24년 7월)

은행/인터넷뱅크
BNK경남은행 모바일뱅킹
BNK부산은행 모바일뱅킹
iM뱅크 - 아이엠뱅크 모바일앱뱅킹
i-ONE Bank
KB국민은행 스타뱅킹
KDB산업은행 스마트KDB
MG더뱅킹
NH스마트뱅킹
NH올원뱅크
NH국민은행
SC제일은행 모바일뱅킹
광주 외뱅크
수협 파트너뱅크 개인
신한 SOL뱅크
신한 슈퍼SOL
신협ON뱅크
우리WON뱅킹
우체국 스마트뱅킹
전북은행 쓱뱅크
제주은행 JBANK
카카오뱅크
케이뱅크(Kbank)
하나원큐

신용카드
KB Pay
NH Pay (NH페이)
NH농협카드
NH멤버스
디지로카(롯데카드)
모니모(monimo)
비씨카드(BC카드)
삼성카드
신한 SOL페이
우리WON멤버스
우리WON카드
페이북/ISP
하나Pay(하나카드)
하나머니
현대카드

증권
KB증권 M-able
NH투자증권 QV(큐브)
교보증권 Win.K
나무증권
대신증권 크레온
메리츠 SMART
미래에셋증권 M-STOCK
삼성증권 mPOP
신한i mobile
신한 SOL증권
우리종합금융 스마트뱅킹
유안타증권 티레이더 M
키움증권 영웅문S#
하나증권-원큐프로
한국투자
한국투자증권 eFriend Smart
한화투자증권 SmartM

가상자산/조각투자
고팍스
코빗
빗썸
코인원
업비트
뮤직카우

핀/빅테크
토스
뱅크샐러드
네이버페이
카카오페이
페이코

생명보험
DB생명 모바일창구
iM라이프 모바일고객창구
KB라이프생명
MetLife One
NH농협생명
교보생명
동양생명 모바일창구
라이나생명 모바일
라이프플래닛
미래에셋생명 m,Life
삼성생명
신한 SOL라이프
우체국보험
하나원큐 라이프-하나생명
한화생명
흥국생명 모바일

손해보험
AXA손해보험
DB손해보험
DB손해보험 다이렉트 공식 앱
KB손해보험+다이렉트
MG손해보험 다이렉트
농협손해보험
롯데손해보험 렛클릭(공식)
롯데손해보험(공식)
메리츠화재 공식 앱
삼성화재
삼성화재 다이렉트 착
캐롯손해보험
하나손해보험(원큐손보)
한화손해보험
현대해상
현대해상 다이렉트
흥국화재 모바일창구

컨슈머인사이트는 **비대면조사에 효율적인** 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. **다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계**하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다. 특히 최근에는 **100% 모바일 기반으로 전국민 표본 대표성**을 가진 조사 플랫폼 '국대패널'을 론칭하고 **조사업계 누구나 사용할 수 있도록 개방**했습니다.

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 컨슈머인사이트에 귀속되며 언론사의 보도 이외에 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

■ For-more-Information

이정헌 전무	leejh@consumerinsight.kr	02)6004-7680
전민정 부장	jeonmj@consumerinsight.kr	02)6004-7684
최민국 대리	choimg@consumerinsight.kr	02)6004-7686
장지영 대리	jangjy@consumerinsight.kr	02)6004-7663