

Date of issue

Sep. 24.

2024

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

('24년 8월) 은행 앱, 메뉴 많지만...쓰는 것만 쓴다

(주례) 금융 플랫폼 기획조사- '24년 8월 집계

- 은행 앱 이용 때 '조회', '이체' 등 기본 업무 편중
- '금융상품 탐색'은 '혜택·이벤트' 이용보다 적어
- 네이버페이, 8월 확보고객 비율 자체 신기록
앞서 있는 카카오페이와 격차 단숨에 절반으로 줄어
- 카카오뱅크, KB국민은행 격차크게 제치고 2위 안착

(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.

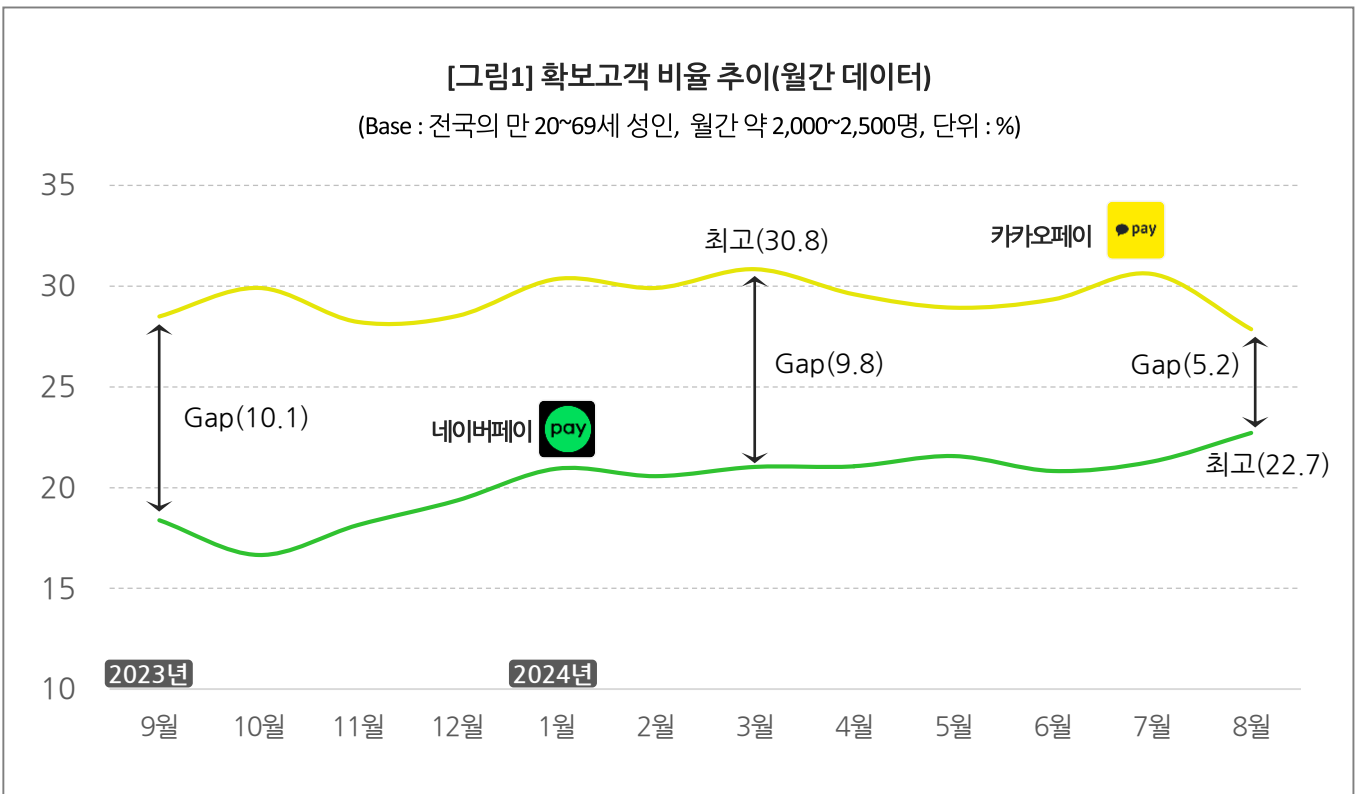
이슈 분석 1) 네이버페이, 앞서 있는 카카오페이와 차이 절반 따라잡아

■ 네이버페이, 8월 확보고객 22.7%로 자체 최고치 경신

- 간편결제 맞수 카카오페이와 네이버페이의 지난 1년간 확보고객 비율 비교 결과
- 지난해 삼성페이와 먼저 손 잡은 네이버페이는 올해 초 확보고객 비율 20%를 첫 돌파한 이후 한동안 숨고르기를 하다 8월 최고치(22.7%)를 기록
- 카카오페이는 올해 3월과 7월 확보고객 비율 30%를 넘었으나 8월 주춤하며 27.9%로 하락함
- 지난 1년간 유지해온 카카오페이의 10%p 안팎 우세가 짧은 기간에 절반(5.2%p)으로 줄어 향후 경쟁구도의 향방이 주목됨

[그림1] 확보고객 비율 추이(월간 데이터)

(Base : 전국의 만 20~69세 성인, 월간 약 2,000~2,500명, 단위 : %)




이슈 분석 2) 은행 앱 고객이 주로 쓰는 메뉴는?

■ 조회, 이체 등 기본 서비스 편중... 금융상품 탐색보다 이벤트 이용이 더 많아

- 5대 금융그룹의 은행 앱에서 어떤 서비스/메뉴를 이용하는 지를 묻고 답한 결과를 분석
- 기본 은행업무(이체, 조회 등)가 70% 안팎으로 압도적임. 이어 '혜택/이벤트', '오픈뱅킹' 이용 경험이 많았으나, '가입상품 관리', '신규 상품 탐색' 등의 메뉴는 많이 이용하지 않음
- 앱 특성에 따라 이용이 많거나 적은 메뉴가 눈에 띈
 - 신한SOL뱅크는 '페이/간편결제'와 '생활/제휴 서비스', KB스타뱅킹과 NH 3개앱은 '공과금/지로', 하나원큐는 '혜택/이벤트' 이용에 강점이 있음
 - 우리WON뱅크는 입출금 등 기본 업무 메뉴의 이용이 많음

[표1] 최근 한달 서비스/메뉴 이용경험

(Base : 전국의 만 20~69세 성인, 7~8월 조사, 복수응답, 단위 : %)

구분	평균	 KB국민은행 스타뱅킹	 신한 SOL뱅크	 우리WON뱅크	 하나원큐	 NH 3개앱
(사례수, 명)	(1,946)	(535)	(309)	(257)	(248)	(597)
이체/출금	70.8	68.6	69.9	76.3	66.9	72.3
계좌조회	68.4	68.4	68.0	73.1	67.3	65.2
혜택(포인트쌓기)/이벤트	23.6	27.1	27.5	21.8	31.4	10.2
다른 금융(오픈뱅킹) *	23.0	21.8	24.9	28.0	22.1	18.2
공과금/지로	20.6	25.1	16.2	20.3	16.6	24.8
인증/보안 관리	14.8	15.9	16.2	16.7	12.9	12.4
가입상품 관리/해지	13.6	15.9	14.9	17.1	10.1	10.0
금융상품 탐색, 가입	13.5	14.4	16.2	13.2	13.3	10.4
페이/간편결제	11.1	14.6	15.9	7.0	8.9	9.1
마이데이터(자산관리) *	9.2	12.5	9.3	9.7	8.0	6.5
외환/환전	6.6	6.4	7.4	6.2	9.3	3.7
생활/제휴 서비스 *	6.0	7.6	10.7	5.4	2.8	3.5
고객센터/상담	3.8	4.3	3.9	5.1	3.3	2.4
금융/투자 정보	3.5	2.0	7.4	2.7	3.6	1.8

□ 평균 대비 ±4%p 크거나 작음

질문) 최근 한달 동안 귀하께서 'OO(평가앱)'으로 이용해본 금융서비스를 모두 선택해 주십시오. (복수)

* 다른 금융(오픈뱅킹) - 다른금융 조회, 이체, 이체결과조회, 다른금융 등록, 관리 등

마이데이터(자산관리) - 여러 곳에 흩어진 나의 정보/자료를 한 곳에 연동 (자산, 투자, 지출, 재테크, 세금, 은퇴, 금융플랜, 신용점수 등)

생활/제휴 서비스 - 쿠폰샵, 음식배달, 택배, 티켓예매, 디지털지갑, 국민비서, 게임, 운세, 부동산, 자동차, 보험청구 등

(’24. 8월) 소비자가 꼽은 ‘정기적/생활 필수 금융 앱’ 순위

[표2] 금융 앱 확보고객 순위 (’24년 8월 조사, 상위 20개)

(Base : 전국의 만 20~69세 성인 2,082명, 단위 : %, 복수응답)

순위	앱	확보 고객 (%)	순위 변동		비고** (해당 권역)
			전월 대비	6개월 전 대비	
1	토스 	48.5	-	-	핀/빅테크
2	카카오뱅크 	36.5	-	-	은행/인터넷뱅크
3	KB국민은행 스타뱅킹 	32.3	-	-	은행/인터넷뱅크
4	카카오페이 	27.9	-	-	핀/빅테크
5	KB Pay 	23.2	-	-	카드사
6	네이버페이 	22.7	▲2	▲3	핀/빅테크
7	신한 SOL뱅크 	22.6	▽1	▽1	은행/인터넷뱅크
8	신한 SOL페이 	21.6	▽1	▽1	카드사
9	현대카드 	20.7	-	▲3	카드사
10	삼성카드 	20.6	-	▽1	카드사
11	페이북/ISP 	19.0	-	▽3	카드사
12	모니모 (monimo) 	17.3	-	▲1	카드사
13	우리WON뱅킹 	16.6	-	▲4	은행/인터넷뱅크
14	하나원큐 	16.3	-	▲1	은행/인터넷뱅크
15	NH스마트뱅킹 	15.4	▲1	▽1	은행/인터넷뱅크
16	신한 슈퍼SOL 	15.0	▽1	-	은행/인터넷뱅크
17	하나머니 	13.3	-	▽6	카드사
18	케이뱅크(Kbank) 	11.7	▲1	▲5	은행/인터넷뱅크
19	디지로카(롯데카드) 	11.3	▽1	▲1	카드사
20	NH올원뱅크 	10.7	▲1	▽1	은행/인터넷뱅크

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

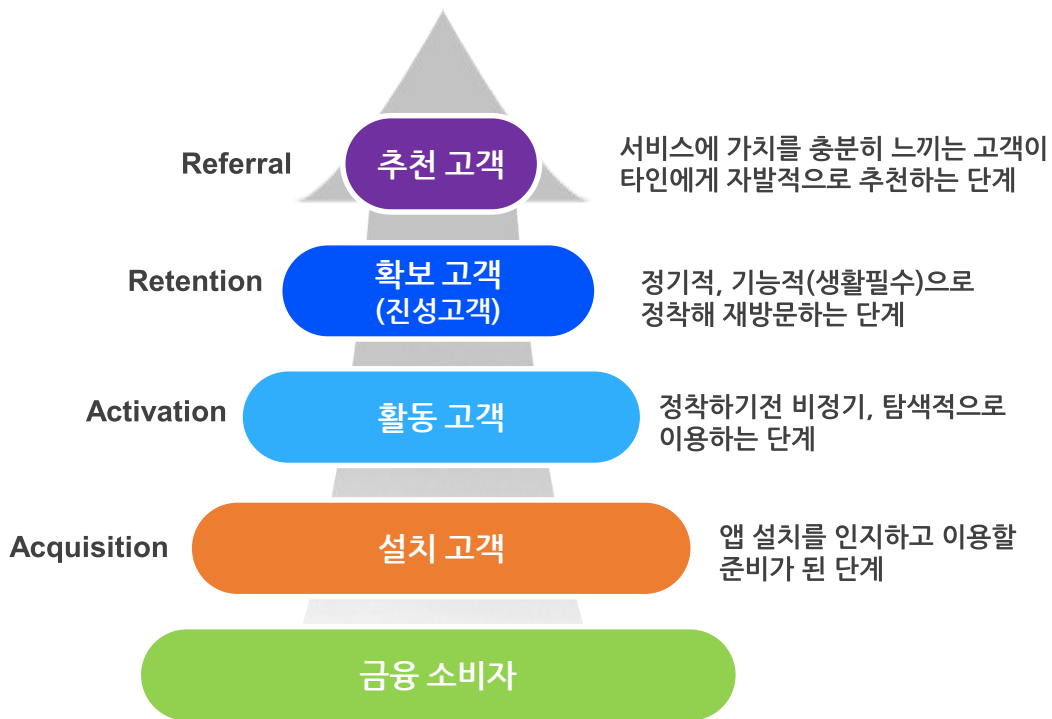
* 확보고객 : p. 5 '금융 플랫폼 기획조사'의 앱 활동성 평가 지표 참조

** 비고(해당권역) : p. 8 '조사 대상 앱'을 퍼블리셔의 사업영역을 기준으로 분류(e.g. 은행/인터넷뱅크, 증권, 신용카드 등)

— ('24. 8월) 소비자가 꼽은 '정기적/생활 필수 금융 앱' 순위

- 토스, 약보합세로 1위 유지했으나 이번에도 50% 벽을 넘지 못함
- 카카오뱅크가 KB스타뱅킹을 최근 1년 중 가장 큰 차이로 앞지르고 2위 유지
- 네이버페이는 연중 최고치를 경신하며 6위에 안착, KB pay에 근소한 차이로 근접
- 케이뱅크는 올해 두 자릿수로 성장한 이후 강보합세 유지

['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 8월	
		사례수(명)	비율(%)
전체		(2,082)	100.0
성별	남성	(1,071)	51.4
	여성	(1,011)	48.6
연령대	20~29세	(394)	18.9
	30~39세	(384)	18.4
	40~49세	(450)	21.6
	50~59세	(470)	22.6
	60~69세	(384)	18.4
지역	서울	(402)	19.3
	경기	(551)	26.5
	인천	(110)	5.3
	대전/세종/충청	(223)	10.7
	광주/전라	(189)	9.1
	대구/경북	(201)	9.7
	부산	(132)	6.3
	울산/경남	(171)	8.2
	강원	(61)	2.9
	제주	(42)	2.0
직업	개인사업자/자영업자	(146)	7.0
	임금근로자	(1,275)	61.2
	프리랜서	(43)	2.1
	학생	(115)	5.5
	전업주부	(204)	9.8
	무직/퇴직/기타	(299)	14.4

[별첨 3] 조사 대상 앱('24년 8월)

은행/인터넷뱅크

BNK경남은행 모바일뱅킹
 BNK부산은행 모바일뱅킹
 iM뱅크 - 아이엠뱅크 모바일앱뱅킹
 i-ONE Bank
 KB국민은행 스타뱅킹
 KDB산업은행 스마트KDB
 MG더뱅킹
 NH스마트뱅킹
 NH올원뱅크
 NH꼭뱅크
 SC제일은행 모바일뱅킹
 광주 외뱅크
 수협 파트너뱅크 개인
 신한 SOL뱅크
 신한 슈퍼SOL
 신한ON뱅크
 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
 신한 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