

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	parkkh@consumerinsight.kr
문 의	박경희 본부장	연 락 처	02) 6004-7619
배 포 일	2026년 4월 7일(화) 배포	매 수	총4매

Copyright © ConsumerInsight. All rights reserved. 이 자료의 모든 콘텐츠(문서, 분석 내용, 도표 등)에 대한 저작권은 (주)컨슈머인사이트에 있으며, 언론사의 기사 작성 목적에 한하여 인용 또는 보도할 수 있습니다. 그 외 모든 형태의 복제, 배포, 게시, 전시, 전송, 2차적 활용 등은 사전 서면 동의를 받은 경우에 한해 허용됩니다. 무단 사용 시 저작권법 등에 따른 법적 책임이 따를 수 있습니다.

'가장 많이 쓰는' 결제 앱, 삼성페이가 네이버페이 독주 막았다

컨슈머인사이트 '25년 하반기 이동통신 기획조사...간편결제 이용 현황

- 이용경험률은 네이버페이 1위, 카카오페이가 2위지만
- 주이용률은 삼성페이가 네이버페이 따라잡고 공동 1위
- 삼성페이, 이용자 만족도와 이용 빈도 모두 1위 지켜
- 토스 페이스페이 '인지도 상승, 이용의향 하락' 눈길

○ 간편결제 주이용률(주로 쓰는 비율)에서 삼성페이가 선두 네이버페이를 따라잡고 공동 1위로 올라섰다. 이용자 만족도와 이용 빈도 등 고객 충성도에서 지속적 우위를 유지한 결과다. 1개월 내 이용경험률에서는 네이버페이와 카카오페이가 1, 2위로 여전히 앞서 가고 있다.

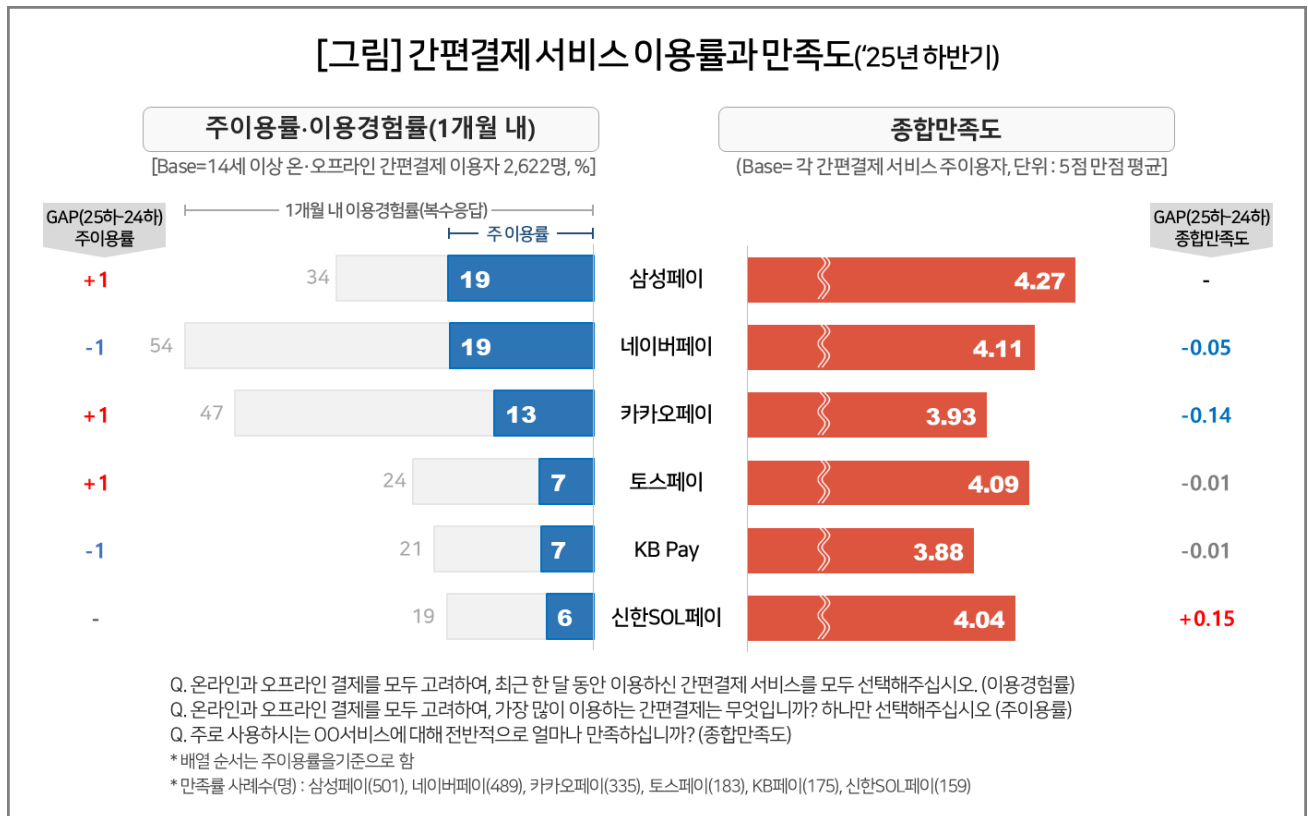
□ 이동통신 전문 조사기관 컨슈머인사이트가 매년 2회(상·하반기 각 1회, 회당 표본규모 약 3만명) 실시하는 '이동통신 기획조사'의 제42차('25년 하반기) 조사에서 모바일 간편결제 이용 경험자 2622명을 대상으로 '온라인·오프라인' 간편결제 이용 경험과 만족도를 묻고 그 결과를 비교했다.

□ 응답자에게 제시한 브랜드는 △금융·카드사 앱카드 진영 8개(KB페이, 삼성앱카드, 로카페이, 하나페이, 신한SOL페이, 현대앱카드, 우리페이, NH페이) △빅테크·핀테크 진영 4개(카카오페이, 네이버페이, 토스페이, 페이코) △휴대폰제조사 진영 2개(삼성페이, 애플페이) △유통·쇼핑앱 진영 5개 (SSG페이, 쿠팡페이, L페이, 스마일페이, GS페이) △기타 진영 6개(11PAY, 제로페이,페이팔,페이북, K페이, 원페이) 등 25개였으며, 이 가운데 주이용률 5% 이상의 상위 6개 브랜드만 분석했다.

■ 삼성페이 주이용률 2년새 6%p 상승

○ '25년 하반기 조사에서 간편결제 주이용률은 네이버페이와 삼성페이가 19%로 공동

1위였다[그림]. 삼성페이가 전년 동기('24년 하반기) 대비 1%p 상승해 같은 기간 1%p 하락한 네이버페이(19%)를 따라잡았다. 카카오페이는 13%로 소폭 상승(+1%p)하며 3위 자리를 지켰고, 이어 토스페이와 KB페이(각각 7%)가 공동 4위, 신한SOL페이(6%)가 6위였다. 삼성페이와 네이버페이가 1, 2위 자리를 맞바꿨고, 토스페이가 공동 4위로 한계단 올라 올라서는 등 중요한 순위 변동이 일어났다(참고. [네이버페이 vs 삼성페이, 모바일페이 이용률 '투톱' 체제로 '25.3.21\)](#).



■ 삼성페이 써본 사람 56%가 '주이용자'

○ 1개월 내 이용경험률에서는 네이버페이(54%)가 여전히 1위였고, 카카오페이(47%)가 2위, 삼성페이가 3위였다. 그럼에도 삼성페이가 주이용률에서 공동 1위로 올라선 비결은 남다른 고객 충성도였다. 주이용률 대비 이용경험률이 유일한 과반수(56%)로, 경쟁 브랜드(네이버페이 35%, 카카오페이 27%)를 압도했다. 이용 빈도에서도 록인(lock-in) 효과가 뚜렷했다. 삼성페이 주이용자의 95%가 주 1회 이상 삼성페이로 결제하고 있어 네이버페이(83%), 카카오페이(81%), 토스페이(77%)를 모두 10%p 이상 차이로 앞섰다.

■ 삼성페이, 만족도 평가 5개 항목 중 4개 1위

○ 이는 이용자 만족도에서도 확인된다. 삼성페이는 종합만족도(5점 만점)에서 4.27점으로, 네이버페이(4.11점)와 토스페이(4.09점)를 앞서며 변함없는 1위를 지켰다. 특히 삼성페이는 5개 평가 항목 중 '결제 편의성'(4.36점), '가맹점 다양성'(4.33점), '금융사 연계'(4.27점), '보안·안전성'(4.12점) 등 4개에서 1위로, 폭넓게 탁월한 평가를 받았다. '경제적 혜택'에서는 포인트 적립 혜택에서 앞선 네이버페이(3.99점)가 1위였다.

■ 토스 야심작 '페이스페이' 얼굴인식의 역설

○ 눈에 띄는 부분은 '결제 편의성'에서 토스페이(4.21점)가 삼성페이(4.36점)에 이어 2위로 평가된 점이다. 기존 토스 앱이 제공해 온 편리한 UX 경험과 '25년 3월, 얼굴 인식만으로 결제가 가능한 '페이스페이(Face Pay)'를 도입한 효과로 보인다. 페이스페이에 대한 소비자 인지율도 크게 상승('25년 상반기 56%→하반기 69%)해 편의성 제고라는 1차 목표에 성공한 듯하다.

○ 흥미로운 현상은 페이스페이 이용의향(5점 척도 중 4+5점 비율)이 처음보다 오히려 낮아진 점이다. 도입 직후인 '25년 상반기 29%였던 이용의향이 하반기에는 26%로 하락했다. 이 같은 역설적 상황의 이유는 '얼굴 정보 저장에 대한 거부감'(42%)이 가장 컸고, '간편결제로도 충분히 편리'(39%)가 그 다음이었다.

■ '결제 편의성' 만족도 상향 평준화

○ '결제 편의성' 만족도는 평균 4.09점으로 5개 평가 항목 중 가장 높았고 상위 브랜드 간 점수 차이도 적었다. 현재 간편결제의 편의성 수준이 이미 상향 평준화됐기 때문에, 새로운 결제 방식으로 소비자를 움직이기엔 문턱이 그만큼 높은 것이다. 편의성보다는 브랜드별 점수 차이가 큰 '경제적 혜택'이나 '가맹점 다양성'에서 반전의 기회를 만들어 볼 만하다.

이 리포트는 컨슈머인사이트가 2005년부터 수행한 '이동통신 기획조사'를 바탕으로 한다. 조사는 컨슈머인사이트의 86만 IBP(Invitation Based Panel)를 표본틀로 연 2회(매년 3~4월/9~10월, 회당 표본 규모 약 3만명) 실시하며 이동통신 사용 행태 전반을 조사 범위로 한다. 2025년 하반기에는 3만1359명을 조사했으며, 표본추출은 인구구성비에 따라 성·연령·지역을 비례 할당하여, 모바일과 PC를 이용한 온라인 조사로 진행됐다.

<참고. 컨슈머인사이트 이동통신 기획조사 개요>

- 👤
응답 대상자 전국 14세~64세 휴대폰 사용자
- 👥
표본프레임 컨슈머인사이트 IBP(Invitation Based Panel)
- 👤👤
표본추출방법 성별/연령/지역 고려 할당 추출
- ✉
자료수집방법 모바일, PC를 이용한 온라인 조사
- 👥
표본 수 회당 약 3만명
- 📅
조사 주기 연 2회, 상반기 4월, 하반기 10월
- 📄
보유 데이터 2005년~2025년, 총 42차수 데이터 확보

[누적 표본구성 현황] 총 2,402,010명

차수		사례수	차수		사례수
42차	2025년 하반기	31,359	21차	2015년 상반기	40,461
41차	2025년 상반기	31,245	20차	2014년 하반기	41,874
40차	2024년 하반기	33,242	19차	2014년 상반기	41,390
39차	2024년 상반기	33,098	18차	2013년 하반기	42,195
38차	2023년 하반기	33,790	17차	2013년 상반기	44,168
37차	2023년 상반기	34,651	16차	2012년 하반기	73,365
36차	2022년 하반기	35,519	15차	2012년 상반기	88,967
35차	2022년 상반기	34,673	14차	2011년 하반기	81,344
34차	2021년 하반기	34,561	13차	2011년 상반기	85,605
33차	2021년 상반기	34,266	12차	2010년 하반기	87,426
32차	2020년 하반기	35,676	11차	2010년 상반기	88,876
31차	2020년 상반기	34,682	10차	2009년 하반기	85,935
30차	2019년 하반기	33,274	9차	2009년 상반기	74,893
29차	2019년 상반기	34,571	8차	2008년 하반기	76,469
28차	2018년 하반기	36,079	7차	2008년 상반기	92,210
27차	2018년 상반기	37,349	6차	2007년 하반기	100,615
26차	2017년 하반기	37,174	5차	2007년 상반기	100,752
25차	2017년 상반기	40,189	4차	2006년 하반기	100,901
24차	2016년 하반기	38,405	3차	2006년 상반기	100,000
23차	2016년 상반기	39,355	2차	2005년 하반기	110,455
22차	2015년 하반기	40,172	1차	2005년 상반기	100,779

For-more-Information

박경희 본부장	parkkh@consumerinsight.kr	02-6004-7619
박지영 팀장	parkjy@consumerinsight.kr	02-6004-7629
김미영 과장	kimmy@consumerinsight.kr	02-6004-7606