

Consumer Insight 컨슈머인사이트 보도자료

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	leejh@consumerinsight.kr
문 의	이정현 본부장	연 락 처	02) 6004-7680
배 포 일	2026년 6월 18일(목) 배포	매 수	5매

Copyright © Consumer Insight. 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.

청년미래적금, 5명 중 2명 가입 의향...은행 선택 기준은?

컨슈머인사이트 '금융플랫폼 기획조사'에 나타난 소비자 인식

- 20~34세 가입대상자 43% '가입 의향 있음'
- 유보층(32%) 포함 시 75% 관심 고객 가능
- 은행 선택 기준은 '우대금리'와 '조건 충족'
- 여건 맞으면 기존 거래은행 아니라도 'OK'
- 미가입·대체상품 1위는 주식·ETF 등 고수익 상품

○ 오는 22일 출시되는 '청년미래적금' 가입 대상자 5명 중 2명이 가입 의향을 갖고 있는 것으로 조사됐다. 우대금리 수준과 자신의 우대조건 충족 여부에 따라 거래은행을 옮길 의향도 높아, 은행권에는 청년층 주거래 고객을 유인하는 기회가 될 것으로 예상된다. 다만, 최근 주식·ETF 시장 활황에 따른 청년층의 높은 수익 기대는 정책 적금 가입 확대를 가로막는 걸림돌이 되고 있다.

□ 금융 리서치 전문기관 컨슈머인사이트가 매주 실시하는 '금융 플랫폼 기획조사'에서 22일 출시하는 '청년미래적금'에 대한 인식을 묻고 그 결과를 비교했다. 조사는 전국의 만 20~34세 금융소비자 266명을 대상으로 지난 6월 1일~12일(2주간) 실시됐다. 2026년 6월 22일 출시를 앞두고 있는 청년미래적금은 청년의 기초자산 형성을 지원하기 위한 정책형 적금상품으로, 3년간 매월 최대 50만원 납부 시 정부지원금(일반형 6%, 우대형 12%)과 이자소득에 대한 비과세 혜택을 함께 받을 수 있다.

■ 출시 전 인지율 88%로 관심 뜨거워, 정책상품 '갈아타기' 의향도 높아

○ 청년미래적금을 '들어봤거나 알고 있다'고 응답한 비율은 88%로 출시 전부터 높은 인지율을 보였다[표1]. 세부적으로는 '이름만 들어봤다'가 35%, '대략 어떤 상품인지 안다'가 34%였으며, '조건 및 혜택까지 잘 알고 있다'는 18%였다. 보통 이상의 심층

인지층이 과반수(52)%에 달해 정책 상품에 대한 높은 대중적 관심을 입증했다.

▶[표1] 차트 이미지 바로 가기(리포트 하단 [첨부1])

[표 1] '청년미래적금' 인지 및 가입의향

청년미래적금 인지 수준 [20~34 세 남녀, 266 명]		비율(%)
미인지(처음 들어봤다/모른다)		12
인지(들어봤다/알고 있다)		88
인지자의 상품 지식 수준	이름만 들어봤다	35
	대략 어떤 상품인지 알고 있다	34
	가입 조건이나 혜택까지 잘 알고 있다	18

Q. 귀하께서는 올해 6월 22일부터 출시하는 청년미래적금을 들어본 적 있거나 알고 계십니까?

청년미래적금 가입 의향 [20~34 세 남녀]	응답자 전체 (%) [266 명]	청년도약계좌 보유자(%) [88 명]
가입의향 있음	43	53
아직 모르겠음	32	22
가입의향 없음	25	25

Q. 귀하께서는 아래에서 설명하는 청년미래적금에 가입할 의향이 있으십니까?

○ 가입 의향 역시 긍정적이었다. 전체 응답자의 43%가 가입할 의향이 '있다'고 답해 '없다'(25%)는 응답을 크게 웃돌았다. 아직 마음을 정하지 못한 유보층('잘 모르겠다' 32%)을 감안하면, 출시 후 마케팅 여하에 따라 실제 가입 고려층은 70%선까지 확대될 가능성이 열려 있다.

○ 흥미로운 부분은 기존의 대표적 청년 정책금융 상품인 '청년도약계좌' 보유자 중에서도 절반이 넘는 53%가 가입 의향을 보인 점이다. 지난 2025년 말로 신규 가입이 종료된 청년도약계좌는 만기가 5년으로 긴 편이어서 자금 유동성 측면에서 청년층의 부담이 적지 않았다. 반면, 이번 신규 상품인 청년미래적금은 만기가 3년으로 비교적 짧고 혜택이 강화된 것으로 평가돼 적극적인 '갈아타기(특별중도해지 연계)' 수요를 자극할 것으로 전망된다.

■ 가입 은행은 '우대 금리'만큼 '달성 조건'이 중요

○ 가입 의향자와 유보층을 대상으로 청년미래적금 가입 은행 선택 시 어떤 점을 우선 고려할 것인지 물은 결과, '우대금리 수준(33%)'과 '우대금리 조건 충족 난이도(31%)'라는 응답이 많았다[표2]. 은행별 최대금리가 7~8%로 유사한 현 상황(은행연합회 자료)에서, 결국에는 '나에게 가장 유리한 금리 조건을 제시하는 은행이 어디인지'가 핵심적인 요인으로 작용할 것으로 보인다. ▶[표2] 차트 이미지 바로 가기(리포트 하단 [첨부2])

[표 2] '청년미래적금' 가입 은행 선택요인

가입 은행 선택 시 주요 고려요인 [청년미래적금 가입의향자 및 유보자, 200 명]	비율(%)
우대금리 수준	33
우대금리 충족 조건	31
기존 거래/이용 여부	14
이벤트, 프로모션 등 혜택	9
모바일 가입·관리 편리성	8
은행 브랜드 이미지/ 신뢰도	7

Q. 귀하께서 청년미래적금에 가입할 은행을 선택할 때, 가장 중요하게 고려하실 요인은 무엇입니까?

신규거래 고려 여부 [청년미래적금 가입의향자 및 유보자, 200 명]	비율(%)
신규거래 가능	73
신규거래 불가	27

Q. 귀하께서는 조건만 괜찮다면, 현재 거래하지 않는 새로운 은행이라도 청년미래적금을 가입할 의향이 있으십니까?

○ 이러한 경향은 '거래은행 전환'까지 연결될 가능성을 내포하고 있다. 조건만 괜찮다면 거래해 본 적 없는 새로운 은행이라도 '가입의향 있다'는 응답이 73%에 달했는데, 비대면 거래에 익숙하고 실리를 중시하는 청년층의 성향이 반영된 결과다. 이는 청년미래적금이 은행권에 단순한 '정책 상품 취급' 업무를 넘어, 급여 이체, 통신비 자동이체 등 타사 고객의 실질적인 '거래은행 전환'을 유도할 수 있는 핵심 접점이 될 수 있음을 보여준다.

■ 대체 금융 상품 1위는 '주식·ETF'

○ 청년미래적금에 가입하지 않으려는 이유로는 '다른 금융상품이 더 유리할 것 같아서'가 30%로 가장 높았다[표3]. 가입하지 않을 경우 대체 상품으로는 '주식·ETF'가 41%로 가장 많이 꼽혔고, '다른 예·적금'이 37%로 뒤를 이었다. 이는 일부 청년층이 정책 적금의 안정성보다 더 높은 수익 가능성과 유연성이 있는 금융상품을 선호하고 있음을 보여준다. 최근 주식시장 상승 흐름과 투자 기대감이 맞물리면서, 청년미래적금 역시 단순 예·적금이 아니라 투자상품과도 직접적인 선택지 경쟁을 벌이는 모습이다.

[표 3] '청년미래적금' 미가입 이유 및 대체상품

청년미래적금 가입 미의향 이유 [청년미래적금 가입 미의향자 및 유보자, 151 명]	비율(%)
다른 금융상품이 더 유리할 것 같아서	30
매월 납입할 여유가 없어서	23
3년 만기가 부담스러워서	21
이미 청년도약계좌를 보유하고 있어서	17
금리나 혜택이 매력적이지 않아서	13
우대금리 조건을 충족하기 어려울 것 같아서	13
정책상품 자체에 부정적이거나 관심이 없어서	11

Q. 귀하께서 청년미래적금에 가입할 의향이 낮은 이유는 무엇입니까?

신규거래 고려 여부 [청년미래적금 가입의향자 및 유보자, 200 명]	비율(%)
주식/ETF	41
다른 예금/적금	37
저축성보험	9
펀드	8
채권	7

Q. 귀하께서는 청년미래적금에 가입하지 않는 대신, 어떤 상품에 저축/투자하실 예정이십니까?

■ 청년층의 상품 선택요인도 역시 '수익률'. 안정성이 주는 이점 희미해

○ 청년미래적금 가입 은행을 선택하는 요인과 가입하지 않으려는 이유 모두 '수익률이 얼마나 되는가'에 대한 청년들의 현실적인 계산이 작용했다. 가입 의향자는 우대금리 수준과 조건 충족 가능성을 따져 가장 높은 혜택을 받을 수 있는 은행을 찾고, 미가입 의향자는 주식·ETF 등 더 높은 수익을 기대할 수 있는 대안을 고려하고 있다. 더 이상 '안정적인 저축상품'이라는 이유만으로 정책 적금이 청년층에게 선택되기는 어렵다는 점을 보여준다.

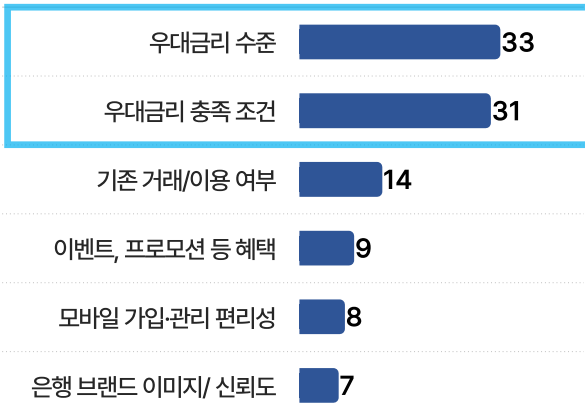
○ 앞선 결과와 같이 청년미래적금은 은행권의 신규 고객 확보를 유도할 수 있는 강력한 유인책이 될 수 있다. 하지만 브랜드 충성도가 높지 않은 청년층 특성상, 유입된 고객을 예·적금, 투자상품, 카드 등 실질적인 상품거래로 연결하기 위해서는 별도의 혜택 및 지속적·차별적인 고객 제안이 동반되어야 할 것으로 보인다.

첨부1

[그림] '청년미래적금' 가입 은행 선택요인

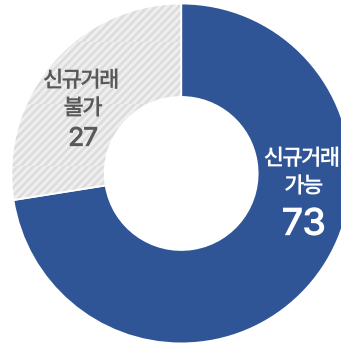
[Base : 청년미래적금 가입의향자 및 유보자, 200명, 단위 : %]

[2-1] 가입 은행 선택 시 주요 고려요인



Q. 귀하께서 청년미래적금에 가입할 은행을 선택할 때, 가장 중요하게 고려하실 요인은 무엇입니까?

[2-2] 신규거래 고려 여부



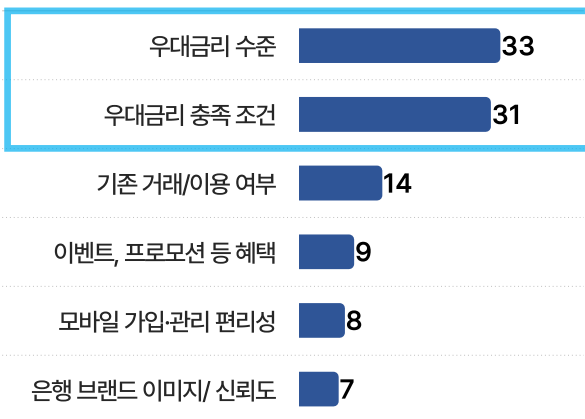
Q. 귀하께서는 조건만 괜찮다면, 현재 거래하지 않는 새로운 은행이라도 청년미래적금을 가입할 의향이 있으십니까?

첨부2

[그림] '청년미래적금' 가입 은행 선택요인

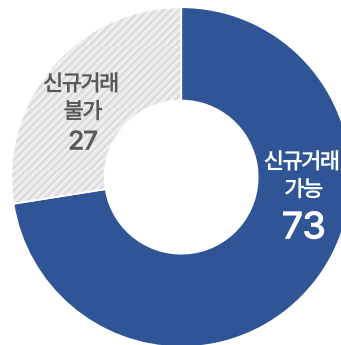
[Base : 청년미래적금 가입의향자 및 유보자, 200명, 단위 : %]

[2-1] 가입 은행 선택 시 주요 고려요인



Q. 귀하께서 청년미래적금에 가입할 은행을 선택할 때, 가장 중요하게 고려하실 요인은 무엇입니까?

[2-2] 신규거래 고려 여부



Q. 귀하께서는 조건만 괜찮다면, 현재 거래하지 않는 새로운 은행이라도 청년미래적금을 가입할 의향이 있으십니까?

For-more-Information

이정헌 본부장	leejh@consumerinsight.kr	02)6004-7680
전민정 부장	jeonmj@consumerinsight.kr	02)6004-7684
최민국 과장	choimg@consumerinsight.kr	02)6004-7686