

ConsumerInsight 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 10월 21일(수) 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.

금융앱 AI, 써본 사람 절반도 만족 못했다

컨슈머인사이트 '금융플랫폼 기획조사' 금융앱 AI 특집 ② 이용자 평가

- AI 써본 고객 만족률 43%... 정착 고객 66%, 체험 고객 28%로 큰 격차
- 불편 사항은 '내 상황에 맞지 않는 답변'(36%)·'안내에만 그침'(34%)
- 78% '중요한 거래 최종 결정은 직접'...AI 써본 고객일수록 높아(84~87%)
- AI가 알아서 해주길 바라는 일은 사기 차단(37%)·받을 돈 찾기(32%)

○ 금융앱 AI를 써본 고객 중 만족한다는 응답은 절반에 못 미쳤다. 개인 상황에 맞는 답을 주지 못하고 안내에 그치는 점이 주된 불만이었다. 소비자는 중요한 거래의 결정권은 직접 쥐되, AI에는 송금·투자 같은 거래 실행보다 사기 차단이나 놓친 혜택 찾기 같은 보호·관리 역할을 더 많이 기대했다. 금융앱 AI의 과제는 기능 확대보다 문제 해결력과 고객 결정권 보장이라는 분석이다.

□ 금융 리서치 전문기관 컨슈머인사이트가 매주 실시하는 '금융플랫폼 기획조사'에서 금융앱 AI 기능에 대한 소비자 인식과 위임 의향을 묻고 그 결과를 분석했다. 조사는 전국의 만 20~69세 금융소비자 1,500명을 대상으로 지난 9월 4일~19일(3주간) 실시됐다. 이번 조사의 'AI 기능'은 금융앱 안에서 'AI'라는 이름으로 안내되거나 AI 기반으로 소개된 서비스로 한정했다. 응답자를 AI 기능 이용 단계에 따라 미경험·체험·병행·정착 4개 그룹으로 나눠 비교했다.

■ 써본 고객 만족률 43%... '뻔한 답변'과 '안내에 그치는 기능'이 불만

○ 금융앱 AI 를 한 번 이상 이용해 본 751 명 가운데 '만족한다'는 응답은 43%, '보통'은

39%였다[표 1]. AI 기능을 직접 경험한 고객 중에서도 만족스럽다고 평가한 소비자는 절반에 미치지 못했다.

[표1] 금융앱 AI 이용자의 만족도 및 불편점

[Base: AI 기능 이용 경험자 751명, 단위: %]

구분	항목	이용자 전체 (751명)	체험 (264명)	병행 (313명)	정착 (174명)
만족도	만족 (4~5점)	43	28	42	66
	매우 만족 (5점)	5	3	2	16
	보통 (3점)	39	50	38	24
불편·아쉬운 점 (복수응답)	내 상황에 맞지 않는 답변	36	38	42	24
	안내에 그치고 실제 처리는 직접	34	30	40	31
	질문 의도를 이해하지 못함	31	31	32	30
	이용 가능한 기능·범위 제한	30	28	29	33
	특별히 불편·아쉬운 점 없음	13	14	9	16

Q. AI 기능 이용 전반 만족도(5점 척도) / 불편·아쉬운 점 응답률 상위 4개와 '없음' 제시(복수응답)

※ ▲체험: 눈에 띄면 한 번씩 이용하거나 거의 이용하지 않는 고객 ▲병행: 평소 기존 방식을 쓰고 가끔 AI 기능도 이용하는 고객 ▲정착: 필요한 일이 생기면 AI 기능부터 먼저 찾는 고객

○ 아쉬웠던 점으로 가장 많이 지적한 것은 '빠른 답만 주고 내 상황에 맞지 않는다'(36%)는 점이었다. '안내에 그치고 실제 처리는 직접 해야 한다'(34%), '질문이나 의도를 제대로 이해하지 못한다'(31%), '이용 가능한 기능과 범위가 제한적이다'(30%)는 응답도 많았다. AI에 질문해도 필요한 답을 얻지 못하거나 결국 직접 업무를 처리해야 한다면, 기존 방식보다 편리하다고 느끼기 어렵다.

○ 눈여겨볼 집단은 금융앱 AI를 경험했지만 평소에는 기존 방식을 주로 이용하는 '병행 고객'이다. 이용 경험자 중 가장 큰 집단인 이들은 '내 상황에 맞지 않는 답변'(42%)과 '안내에만 그치고 실제 처리는 직접 해야 한다'(40%)는 불편을 이용자 전체보다 많이 지적했다. AI를 써보았어도 기존 방식을 주로 이용하는 고객에게는 '내게 맞는 답을 얻을 수 있는가', '실제 업무까지 편리하게 마칠 수 있는가'가 중요한 개선 과제임을 보여준다. 금융회사는 단순히 AI 이용 기회를 늘리는 데 그치지 않고, 기존 방식보다 편리하고 유용하다고 느낄 수 있는 경험을 제공할 필요가 있다.

■ AI부터 찾는 고객도 87%는 '중요한 거래의 최종 결정은 직접'

○ 금융소비자의 78%는 '중요한 금융거래는 AI가 처리하더라도 최종 확인과 결정은 직접 해야

한다'고 답했다[표2]. 'AI로 해결되지 않으면 상담원이나 직원에게 쉽게 연결돼야 한다'(77%), 'AI가 상품·서비스를 추천할 때는 그 이유를 알 수 있어야 한다'(72%)는 요구도 높았다. AI의 도움을 받더라도 고객이 결과를 이해하고 직접 결정할 수 있어야 한다는 것이다.

[표2] 금융앱 AI 이용 단계별 인식 차이

[Base: 전국 만 20~69세 금융소비자 1,500명, 5점 중 '그런 편이다'+ '매우 그렇다' 비율, 단위 : %]

구분	항목	전체 (1,500명)	미경험 (749명)	체험 (264명)	병행 (313명)	정착 (174명)
거래통제· 안전장치 요구	중요한 거래 최종 확인·결정은 직접	78	70	84	87	87
	AI 상품 추천 이유를 알 수 있어야	72	64	79	81	80
	AI로 해결 안 되면 상담원 연결돼야	77	71	82	85	80
편리성· 신뢰 및 이용 기대	AI로 금융업무가 더 쉽고 편리할 것	48	39	41	58	75
	AI 금융정보·분석 결과를 믿을 수 있다	31	24	30	36	48
	앞으로 AI를 지금보다 더 이용할 것	42	31	39	54	68

Q. AI 기능에 대한 인식 동의도(5점 척도). '그런 편이다'+ '매우 그렇다' 합산.

※ ▲미경험: 금융앱 AI 기능을 이용해 본 적 없는 고객 ▲ 체험: 눈에 띄면 한 번씩 이용하거나 거의 이용하지 않는 고객

▲병행: 평소 기존 방식을 쓰고 가끔 AI 기능도 이용하는 고객 ▲정착: 필요한 일이 생기면 AI 기능부터 먼저 찾는 고객

○ 이러한 인식은 AI를 적극적으로 이용하는 고객에게서도 뚜렷했다. 필요한 일이 생기면 AI부터 찾는 '정착 고객'은 AI가 제공하는 금융정보·분석 결과를 신뢰한다는 응답이 48%로 미경험 고객(24%)보다 높았다. 그러나 중요한 거래의 최종 결정은 직접 해야 한다는 응답도 87%에 달했다.

○ AI를 자주 이용한다고 해서 중요한 금융거래의 결정까지 맡기려는 것은 아니다. AI부터 찾는 고객도 금융정보와 분석을 활용하면서 최종 거래 여부는 직접 판단하기를 원한다. 금융회사는 AI가 추천하거나 처리하는 내용을 고객이 이해할 수 있도록 설명하고, 중요한 거래에서는 직접 확인하고 승인할 수 있는 절차를 마련할 필요가 있다.

■ AI가 알아서 해주길 바라는 일, '사기 차단' 37%...'송금 실행'은 4%

○ 금융소비자가 AI가 알아서 적극적으로 해주기를 바라는 일을 4개 유형으로 구분해 살펴봤다[표 3]. 가장 높은 요구를 보인 것은 '보호·관리' 영역이었다. 보이스피싱·스미싱 등

의심거래 차단(37%)이 전체 업무 중 가장 높았고, 농친 환급금·보험금 등 받을 돈 찾기(32%), 만기·납입일 등 금융 일정 알림(32%)가 뒤를 이었다.

[표 3] 금융앱 AI가 알아서 적극적으로 해주었으면 하는 일

[Base: 전국 만 20~69 세 금융소비자 1,500 명, 복수응답, 단위: %]

유형	업무	응답률
보호·관리	보이스피싱·스미싱 등 의심 거래 차단	37
	농친 환급금·보험금 등 받을 돈 찾기	32
	만기·납입일 등 금융 일정 알림	32
정보·조언	어려운 금융 용어·상품 내용 설명	31
	여러 금융상품 비교·추천	28
	투자 시장·종목 정보 정리	25
	자산·소비 진단 및 개선 제안	23
	저축·투자 목표 관리	17
절차 대행	복잡한 신청·서류 절차 대행	26
거래 실행	대출 신청·갈아타기	7
	주식·펀드 등 투자상품 매매	6
	예·적금 가입·해지	5
	송금·이체 실행	4

※ 유형은 분석을 위한 분류. '금융 외 생활 영역 관리' 제외.

○ '정보·조언' 영역에서는 어려운 금융 용어나 상품 내용 설명(31%), 금융상품 비교·추천(28%), 투자정보 정리(25%) 등의 요구가 상대적으로 높았다. 복잡한 신청·서류 절차를 대신 진행해 달라는 응답도 26%였다. 반면 '거래 실행' 영역은 대출 신청·갈아타기(7%), 투자상품 매매(6%), 예·적금 가입·해지(5%), 송금·이체(4%) 등 모든 업무에서 한 자릿수에 그쳤다.

○ 소비자가 AI가 알아서 적극적으로 해주기를 바라는 일은 직접 돈을 움직이는 것보다 위험과 혜택을 먼저 찾아주고, 복잡한 금융업무를 편리하게 도와주는 데 집중되어 있다. 이는 거래 실행 과정에서 AI의 도움이 필요 없다는 의미는 아니다. **금융회사는 고객이 AI에게 적극적으로 맡기고 싶은 일과 직접 확인·결정하고 싶은 일을 구분해 서비스를 설계할 필요가 있다.**

■ 금융앱 AI, 기능 확대보다 '체감가치'...문제 해결과 결정권 보장이 과제

○ 앞선 1편에서는 금융앱 AI의 존재를 아는 소비자가 95%에 달하지만, 필요한 일이 생기면 AI부터 찾는 고객은 12%에 불과하다는 점을 확인했다(참고. [금융앱 AI, 95%가 알지만...'AI부터 찾는' 고객은 12%](#) '26-10-13). 기존 방식보다 낫다는 확신을 주지 못하는 것이 이용과 정착을

가로막는 주요 요인이었다. 이번 결과는 그 체감가치를 어디에서 만들어야 하는지 구체적으로 보여준다. **고객에게 맞는 답변과 실질적인 업무 지원이 필요하며, 중요한 금융거래에서는 고객의 결정권도 보장해야** 한다는 것이다.

○ 금융회사는 AI 기능을 무조건 확대하기보다 고객이 **‘이 일은 AI를 이용하는 것이 더 낫다’고 느낄 수 있는 사용 경험**을 만드는 데 우선순위를 둘 필요가 있다. 위험이나 농친 혜택을 먼저 찾아주고 복잡한 업무를 편리하게 지원하되, 중요한 거래는 고객이 직접 확인하고 결정할 수 있도록 하는 것이다.

○ 이를 위해서는 **자사 고객이 AI를 어떤 업무에 활용하고, 어디에서 불편을 느끼며, 어떤 일을 적극적으로 맡기고 싶어 하는지 파악**하는 것이 중요하다. 금융앱 AI의 경쟁력은 기능의 수보다 고객의 문제를 얼마나 효과적으로 해결하면서 신뢰를 얻느냐에 달려 있다. 다음 편에서는 금융앱 AI 경쟁에서 소비자가 어느 금융회사를 앞서 있다고 평가하는지 살펴볼 예정이다.

(주례) 금융 플랫폼 기획조사 개요

- 조사기간 : 매주 금요일~일요일(3일간)
- 조사방법 : 이메일/모바일 조사
- 조사대상 : 전국 20~69세 금융소비자
- 조사표본 : 매주 500명
- 표본 프레임 : 약 86만명의 비편향 패널(Unbiased Panel)
- 표본추출
 - 1단계 : 성·연령·지역별 표본수 할당
 - 2단계 : 표본 프레임에서 성·연령·지역별 할당 후 무작위 추출

For-more-Information

이정헌 본부장	leejh@consumerinsight.kr	02)6004-7680
전민정 팀장	jeonmj@consumerinsight.kr	02)6004-7684
장지영 대리	jangjy@consumerinsight.kr	02)6004-7663