Consumer Insight 컨슈머인사이트 금융 보도자료

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	leejh@consumerinsight.kr
문 의	이정헌 본부장	연 락 처	02) 6004-7680
배 포 일	2026년 11월 19일(목) 배포	매 수	4매

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.

■ 컨슈머인사이트 '금융플랫폼 기획조사' 3개년 분석 ① 생활필수 금융앱 판도

1인당 '생활필수앱' 7개 도달...토스 정체 속 네이버·카카오 약진

- **2024년 6.67개→올해 7.00개...멀티앱 금융생활 가속**
- **토스 확보고객 49%로 1위지만 2년 연속 제자리걸음**
- **카뱅 35%→42%, 네이버페이 22%→40%로 급상승**
- **금융앱 경쟁, 고객 수 넘어 '관계의 깊이' 경쟁으로**

3분기 금융앱 확보고객 3개년 분석 시리즈

① 생활필수 금융앱 판도
② 증권앱은 누구에게 생활필수가 됐나
③ 은행 고객을 그룹 고객으로 얼마나 넓혔나

○ 금융소비자는 2026년 3분기 평균 7.00개의 금융앱을 '평소 정기적으로 이용하거나 생활에 꼭 필요한 앱'으로 꼽았다. 2024년 6.67개, 2025년 6.74개를 넘어 처음으로 7개 수준에 이른 것이다. 한 앱이 고객을 독점하기보다 은행·카드·핀테크 등 여러 앱이 한 사람의 금융생활 안에 함께 자리 잡은 모습이다.

□ 금융 리서치 전문기관 컨슈머인사이트가 매주(전국 만 20~69세 금융소비자 500명 대상) 실시하는 '금융플랫폼 기획조사'의 2024~2026년 각 3분기 데이터를 비교 분석했다. 응답자는 2024년 6,806명, 2025년 6,773명, 2026년 6,524명이다. 소비자가 '평소 정기적으로 이용하거나 생활에 꼭 필요하다'고 답한 경우 해당 앱의 '확보고객'으로, 전체 응답자 중 확보고객의 비율을 '확보고객률'로 정의했다.

■ 1인당 필수앱 7개…업권별로는 은행앱(2.35개) 최다

○ 1인당 '생활필수'로 이용하는 앱 수는 2024년 6.67개, 2025년 6.74개, 2026년 7.00개로 증가했다**[표1]**. 금융소비자가 주거래 은행 앱 한두 개만 쓰는 것이 아니라 결제·송금·투자·카드 등 여러 기능의 앱을 동시에 '생활필수' 수준으로 이용하는 추세가 늘고 있다. 이 기간 조사 대상 금융앱 수가 감소했음을 고려하면 증가세는 더 가파르다.

[표1] 1인당 평균 '생활필수' 이용 앱 수 추이 [단위: 개]

구분	1인당 평균 확보고객 앱 수	조사대상 금융앱 수
2026년 3분기	**7.00**	82
2025년 3분기	**6.74**	98
2024년 3분기	**6.67**	100

○ 2026년 기준 업권별 1인당 생활필수앱 개수는 은행이 2.35개로 가장 많았다. 이어 카드·멤버스가 1.67개, 핀테크·빅테크가 1.42개로 복수의 앱을 쓰는 업권에 속했다. 그 뒤로 증권 0.74개, 손해보험 0.35개, 생명보험 0.28개, 가상자산 0.19개 순이었다.

■ 은행·핀테크·카드 업권 골고루 포진

○ 본 조사에서는 전체 금융소비자 중 해당 앱을 '평소 정기적으로 이용하거나 생활에 꼭 필요한 앱'으로 선택한 비율을 '**확보고객률**'로 정의했다. 단순히 앱을 설치했거나 일시적으로 이용한 수준을 넘어, 해당 앱이 소비자의 금융생활에 얼마나 지속적으로 자리 잡았는지, 즉 **고객관계의 깊이를 가늠하는 지표**다.

○ 2026년 3분기 확보고객률은 토스가 49%로 가장 높았다. 금융소비자 100명 중 49명이 토스를 정기적으로 이용하거나 생활에 꼭 필요한 앱으로 인식한다는 뜻이다. 이어 카카오뱅크 42%, 네이버페이 40%, KB스타뱅킹과 카카오페이가 각각 39%였다**[표2]**. 상위 10개에는 핀테크·빅테크 3개, 은행 3개, 카드·멤버스가 4개였다. '꼭 쓰는 금융앱'의 자리가 특정 업권에 몰리지 않고 송금·결제·은행·카드 기능을 넘나들며 포함된 점이 특징이다. 금융소비자가 업권 구분보다 실제 금융생활에서의 쓰임새와 필요성에 여러 앱을 고루 이용하고 있음을 보여준다.

[표2] 2026년 3분기 확보고객률 TOP 10 [단위: %]

순위	금융앱	업권	확보고객률
1	토스	핀테크·빅테크	49
2	카카오뱅크	은행	42
3	네이버페이	핀테크·빅테크	40
4	KB스타뱅킹	은행	39
4	카카오페이	핀테크·빅테크	39
6	모니모	카드·멤버스	34
7	신한 슈퍼SOL	은행	30
8	KB Pay	카드·멤버스	26
9	신한 SOL페이	카드·멤버스	24
10	현대카드	카드·멤버스	20

※ 전체 금융소비자 중 해당 앱을 '평소 정기적으로 이용하거나 생활에 꼭 필요한 앱'으로 선택한 비율임

■ 3개년 비교 : 토스 제외하곤 대부분 상승세

○ 3년간 동일 기준으로 비교 가능한 주요 앱을 보면 토스는 49% 안팎에 정체된 반면 네이버페이는 22%에서 40%로 18%p, 카카오페이는 29%에서 39%로 10%p 상승했다**[표3]**. 카카오뱅크는 35%에서 42%로 7%p, KB스타뱅킹은 33%에서 39%로 6%p 높아졌다.

[표3] 주요 금융앱 확보고객률 3개년(3분기 기준) 추이 [단위: %, 증감은 %p]

금융앱	'26년	'25년	'24년	증감('26-'24)
토스	49	48	49	0
카카오뱅크	42	37	35	+7
네이버페이	40	31	22	+18
KB스타뱅킹	39	33	33	+6
카카오페이	39	32	29	+10

※ 앱 통합으로 비교 기준이 달라진 신한 슈퍼SOL·모니모 등은 3개년 추이 표에서 제외함

■ 고객 확보 넘어 관계의 깊이를 겨루는 경쟁으로

○ 금융소비자는 2024년 이미 평균 6.67개의 금융앱을 생활필수로 이용했고, 2026년에는 7.00개로 더 늘었다. 한 소비자의 금융생활 안에 여러 금융앱이 더 많이 자리 잡고 있다. 압도적 1위 토스가 숨고르기 하는 사이 네이버페이·카카오페이·카카오뱅크·KB스타뱅킹 등 경쟁 그룹이 빠른 속도로 추격하는 구도다. 여러 앱이 한 소비자의 금융생활을 놓고 다투는 만큼 경쟁의 방법은 달라져야 한다. **고객 수 확보 경쟁을 넘어, 확보한 고객과 얼마나 깊고 가치 있는 관계를 만들어 가느냐**가 중요하다.

다음 편(2편)에서는 최근 3년간 확보고객층이 가장 크게 확대된 금융 권역인 증권앱을 중심으로 어떤 고객층에서 생활필수 관계가 강하게 나타나는지, 3편에서는 은행이 확보한 고객관계가 같은 금융그룹의 다른 서비스(카드·결제·증권 등)까지 얼마나 확장되고 있는지 분석할 예정입니다.

(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