

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	parkkh@consumerinsight.kr
문 의	박경희 본부장	연 락 처	02) 6004-7619
배 포 일	2024년 1월 29일(월) 배포	매 수	5매

'네카토'냐, '삼성페이'냐...온라인 간편결제 최종 승자는?

컨슈머인사이트 '이동통신 기획조사'...온라인 간편결제 이용 현황

- 네이버페이, 주이용률 20%로 1위...3년만에 1.5배
- 주이용률 2위 삼성페이, 이용자 만족도는 단독 선두
- 카카오페이 3위 선전...후발주자 토스, 상승세 최고
- 빅테크·핀테크 진영, 금융·카드 진영 턱밑까지 근접

○ 온라인 간편결제 주이용률에서 네이버페이가, 이용자 만족도에선 삼성페이가 단독 1위를 달리고 있다. 일명 '네카토(네이버페이·카카오페이·토스)'로 불리는 빅테크·핀테크 진영의 점유율이 해마다 상승해 금융·카드사 진영을 턱밑까지 추격하는 등 시장의 주도권을 장악해 가고 있다.

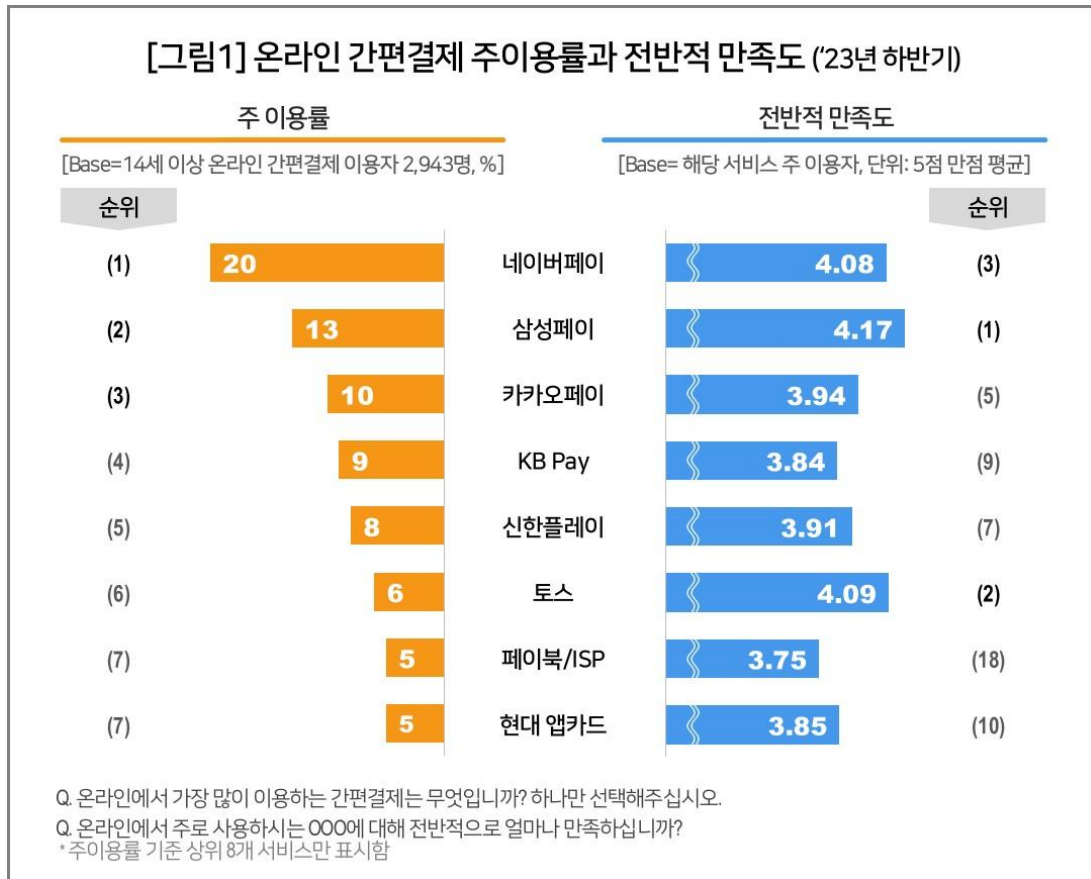
□ 이동통신 전문 조사기관 컨슈머인사이트가 매년 2회(상·하반기 각 1회, 회당 표본규모 약 4만명) 실시하는 '이동통신 기획조사' '23년 하반기 조사(9~10월)에서 14세 이상 휴대폰 사용자 3435명에게 온라인 간편결제 이용 현황을 묻고 사업자별로 비교했다. 주이용률은 '온라인에서 가장 많이 이용하는 간편결제는 무엇'이라는 질문에 소비자가 응답한 비율이다.

□ 비교 브랜드는 △금융·카드사 앱카드 진영 9개(KB Pay, 삼성앱카드, 로카페이, 하나페이, 신한플레이, 현대앱카드, 우리페이, NH페이,페이북/ISP) △빅테크·핀테크 진영 4개(카카오페이, 네이버페이, 토스,페이코) △휴대폰제조사 진영 2개(삼성페이, 애플페이) △유통·쇼핑앱 진영 6개(티몬페이, 쓱페이, 쿠팡페이, 스마일페이, SK페이) △기타 진영 4개(LG페이, 제로페이,페이팔, K페이) 등 25개였다.

■ 서비스별 점유율 : 관심 모았던 애플페이 점유율은 아직 미미

○ 주이용률은 네이버페이가 20%로 단독 선두를 달리고 삼성페이(13%), 카카오페이(10%)가 뒤따르고 있다[그림1]. 네이버페이는 '20년의 13% 점유율에서 3년만에 1.5배

(+7%p)로 급성장하며 큰 차이로 1위가 됐다. 2위 삼성페이(14→13%)와 3위 카카오페이(11→10%)는 같은 기간 약보합에 머물렀다.



○ 이어 KB Pay(9%), 신한플레이(8%), 토스(6%, 송금만 이용 제외), 페이북/ISP·현대앱카드(5%)가 뒤를 잇고 있다. 후발 사업자인 토스의 주이용률은 네카토 중 상대적으로 낮지만 '20년 2%에서 4년만에 6%로 급상승했다. 애플페이는 '23년 3월 국내 서비스를 시작해 큰 관심을 모았으나 가맹점과 사용 가능한 카드 수가 제한돼 온라인 간편결제 점유율은 아직 미미했다.

■ 이용자 만족도 : 삼성페이, 5개 항목 중 4개에서 1위

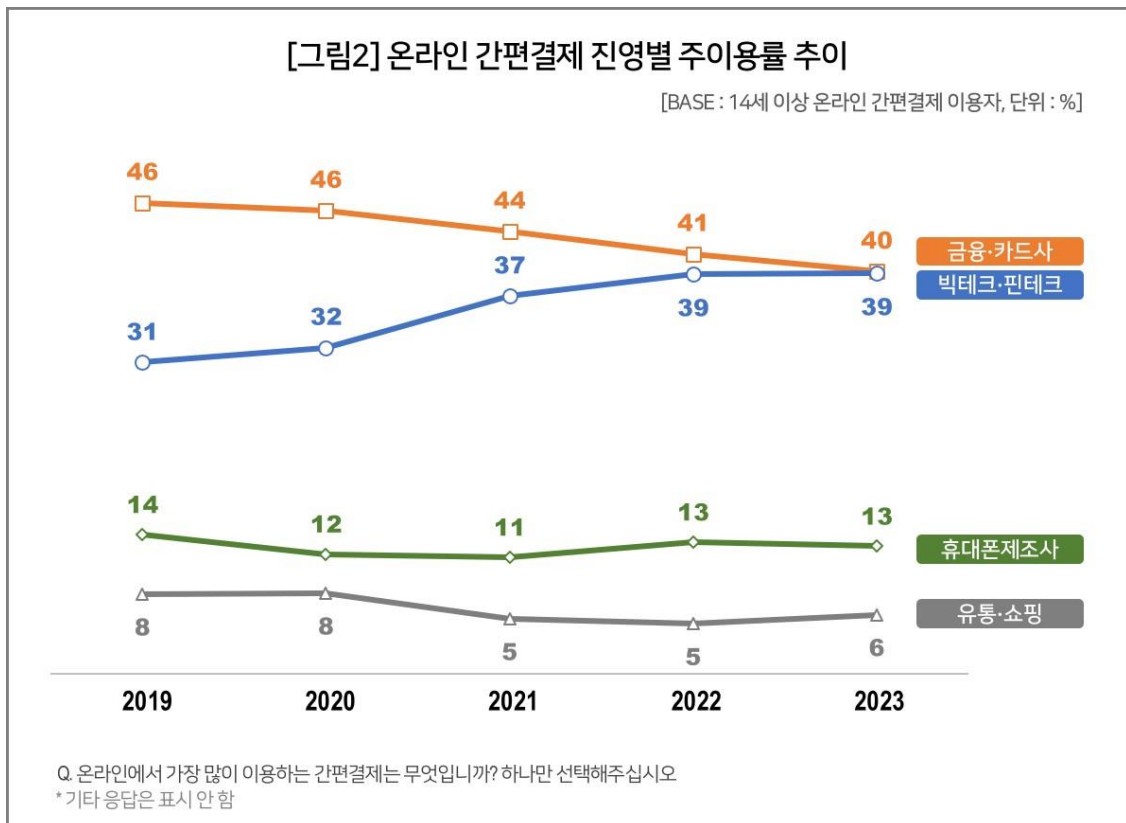
○ 브랜드별 이용자의 전반적 만족도는 삼성페이가 단연 1위(전반적 만족도, 5점 척도 중 4.17점)로 평가됐고 이어 토스(4.09점), 네이버페이(4.08점), 삼성앱카드(3.95점), 카카오페이(3.94점) 순이었다. 빅테크·핀테크 진영은 만족도 평균(4.04점)에서도 은행·카드사

진영(3.84점)을 크게 앞섰다. 은행·카드사 진영은 주이용률 대비 전반적 만족도 순위가 모두 낮았는데 특히 페이스북/ISP(3.75점)은 하위권으로 처졌다.

○ 삼성페이는 5개 세부 평가항목(결제 간편성, 가맹점 수, 금융사 연계성, 보안·구동 안정성, 경제적 혜택) 중 4개 항목에서 1위였으나 '경제적 혜택' 항목에서 유일하게 중간 이하로 평가됐다. 네카토는 대부분 항목에서 상위권에 랭크됐는데, 카카오페이는 보안·구동 안정성에서 상대적으로 낮은 평가를 받았다. 은행·카드사는 다른 항목보다 경제적 혜택 평가에서 빅테크·핀테크 진영에 크게 밀렸다.

■ 업종별 점유율 : 빅테크·핀테크 진영의 주도권 장악 시간문제

○ 주이용률을 진영별로 비교하면 금융·카드사 진영이 40%, 빅테크·핀테크 진영이 39%로 팽팽했다[그림2]. 5년 전('19년)만 해도 15%포인트(p) 차이로 앞서던 은행·카드사는 계속 하락(46→40%)하고 빅테크·핀테크 진영은 크게 상승(31→39%)하면서 단 1%p 차이로 따라붙었다. 그 뒤로 휴대폰제조사 진영(사실상 삼성페이 단독)은 13%로 선방하고 있으나 유통·쇼핑 진영(6%)은 부진하다.









- 이용자 연령대별로 보면 젊을수록 빅테크·핀테크 진영을, 나이가 많을수록 금융·카드사 진영을 선호했다. 즉 10대의 66%, 20대의 60%가 빅테크·핀테크 진영을 주로 이용한 반면 60대는 60%가 금융·카드사 진영을 주로 이용해 정반대였다. 금융·카드사 진영보다 네카토의 미래가 더욱 밝아 보이는 이유다. 토스는 10대의 주이용률이 유독 높았고, 삼성페이는 전연령대에서 모두 10% 안팎의 고른 주이용률로 가장 안정적인 모습이다.
- 간편결제 시장은 다양한 업종의 사업자가 진출해 치열한 경쟁을 벌이는 레드오션이다. 시장을 주도하던 금융·카드사 진영이 내리막길을 걷는가 하면 야심차게 도전한 유통·쇼핑 진영의 일부 사업자는 손 뗄 준비를 하는 등 격동기를 맞고 있다. 주이용률과 소비자 만족이라는 두 마리 토끼를 모두 잡은 네카토와 삼성페이의 강세가 당분간 이어질 전망이다.

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 개방했습니다.

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 4만명-17차부터) 실시하며 이동통신 사용 행태 전반을 조사 범위로 한다. 2023년 하반기에는 3만 3790명을 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 4만명 (17차부터)
 조사 주기	연 2회, 상반기 4월, 하반기 10월
 보유 데이터	2005년~2023년, 총 38차수 데이터 확보

[누적 표본구성 현황] 총 2,273,066명

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

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 컨슈머인사이트에 있으며 보도 이외의 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

박경희 본부장	parkkh@consumerinsight.kr	02)6004-7619
박지영 수석부장	parkjy@consumerinsight.kr	02)6004-7629