

인터넷전문은행 출범 후
유입 고객 및 비유입 고객 분석
- 소액 대출을 중심으로

2019.9.3.

KCB 인턴 4조

목 차

I. 서론

II. 주요 분석 내용

(1) 소액대출 시장의 현황

(2) 인터넷전문은행 출범 후 유입된 고객

(3) 유입 고객과 비유입 고객의 특징

III. 요약 및 결론

I. 서론

◆ 분석 계기

인터넷전문은행 카카오뱅크 1000만 고객 달성

27일 출범 2주년 앞두고 의미있는 성적
젊은 고객 주류...여수신 규모도 급성장

제3·4 인터넷은행 2020년 출범...인가 티켓 거머쥘 곳은 어디?

3분기 중 인가 재추진..."토스·키움 뿐 아니라 새 참여자 가능"

카카오뱅크 대출건수 절반은 '비상금 대출'

대출건수 52.7%가 50만~300만 마이너스대출

20대 대출건수 비중 17%, 대출액 기준은 6%

I. 서론

◆ 소액대출 분석 계기

대출 규제에 '모바일 소액대출' 눈 돌리는 시중은행

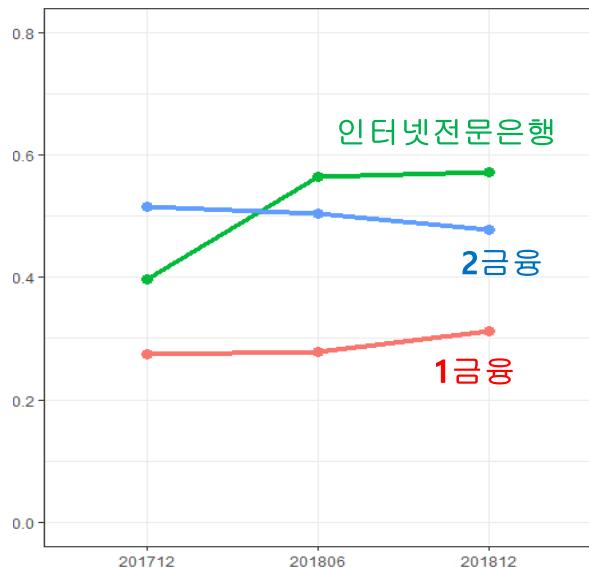
젊은 고객 뺏길라...'소액대출' 판 키우는 은행

출시일자	은행	상품	한도
2017/07/26		KB리브 간편대출	300만원
2017/09/18		쓸편한 포켓론 (소액 새희망 홀씨)	500만원
2018/09/18		하나핀크 비상금대출	50만원
2019/05/28		쓱쓱 간편대출	500만원
2019/07/11		우리 비상금대출	300만원

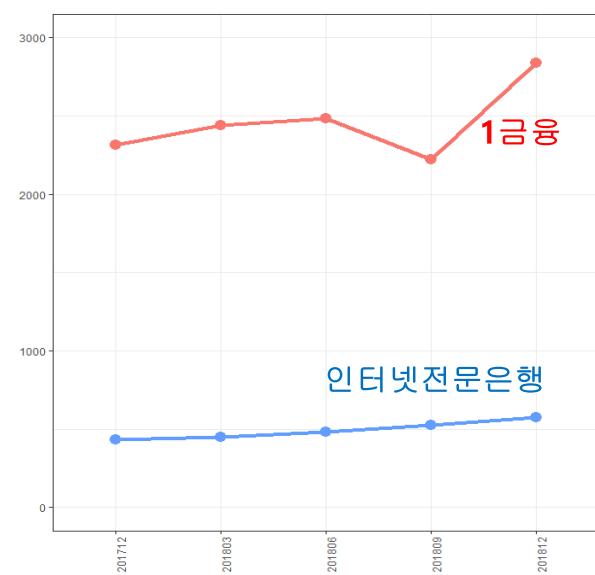
I. 서론

◆ 왜 소액대출인가?

[업종별 소액 대출의 비중]



[업종별 소액대출 신규 계좌 개설 수]



- ▶ 인터넷전문은행은 1금융권임에도 소액대출의 비중이 2금융권과 비슷함
- ▶ 인터넷전문은행은 **소액대출을 중심으로 성장**하였다
고 볼 수 있음

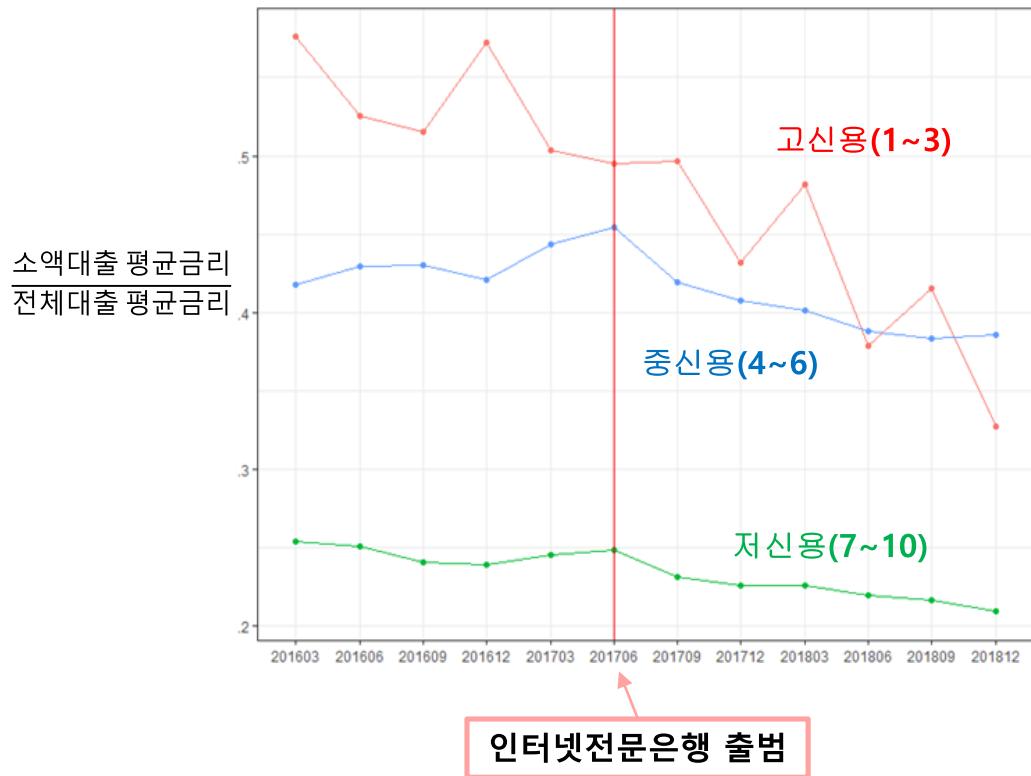
- ▶ 은행과 인터넷전문은행 모두 증가추세

⇒ 소액대출 시장에서 인터넷전문은행에 유입된 고객들과 그렇지 않은 고객들에 대한 분석 필요

II. (1) 소액대출 시장의 현황

◆ 소액대출 시장의 경쟁

[신용등급별 소액대출 금리 추이]



$$* \text{금리} = \frac{\text{상환이자}}{(\text{잔액} + \text{상환원금} + \text{상환이자})} * 100(%) * 12(\text{개월})$$

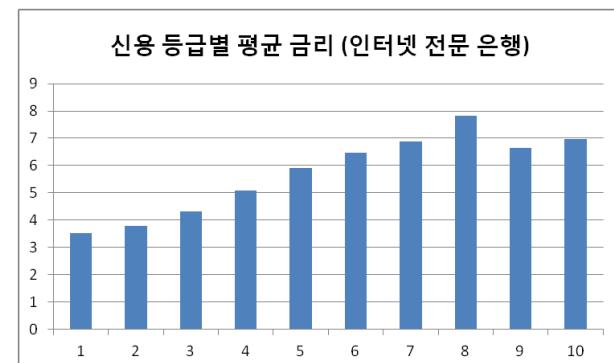
- 단, 미연체 차주 대상
- 계산된 모든 금리의 평균값
- 고정 금리로 가정

▶ 인터넷전문은행 출범 이후 전반적으로 **소액대출 금리 하락**

▶ 고신용군에서 하락 폭이 커짐

⇒ 고신용자를 대상으로 한 소액대출을 중심으로 **경쟁이 과열된** 것으로 보임

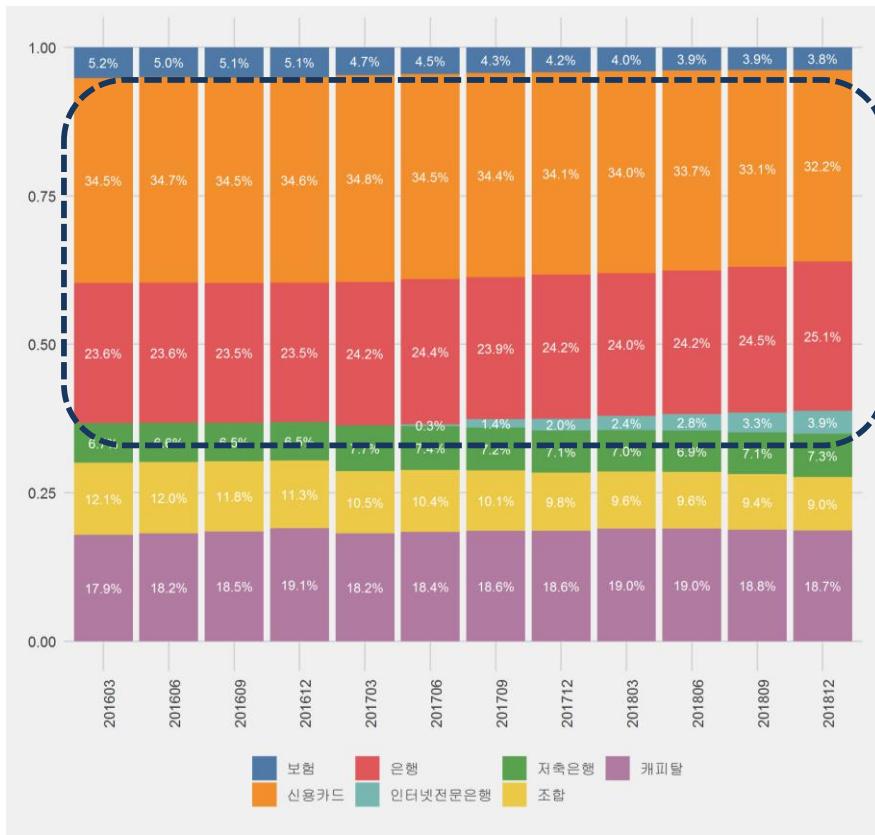
*금리 계산 예시



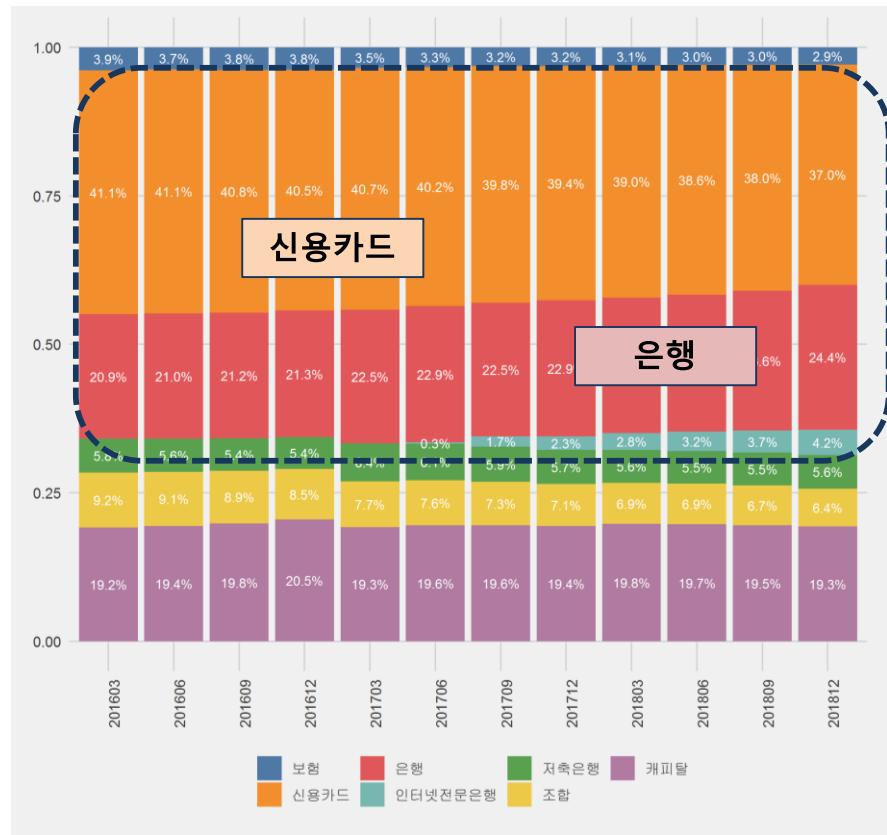
II. (1) 소액대출 시장의 현황

◆ 소액대출 시장의 경쟁

[소액대출의 업종별 점유율(약정금액 기준)]



[소액대출의 업종별 점유율(계좌수 기준)]

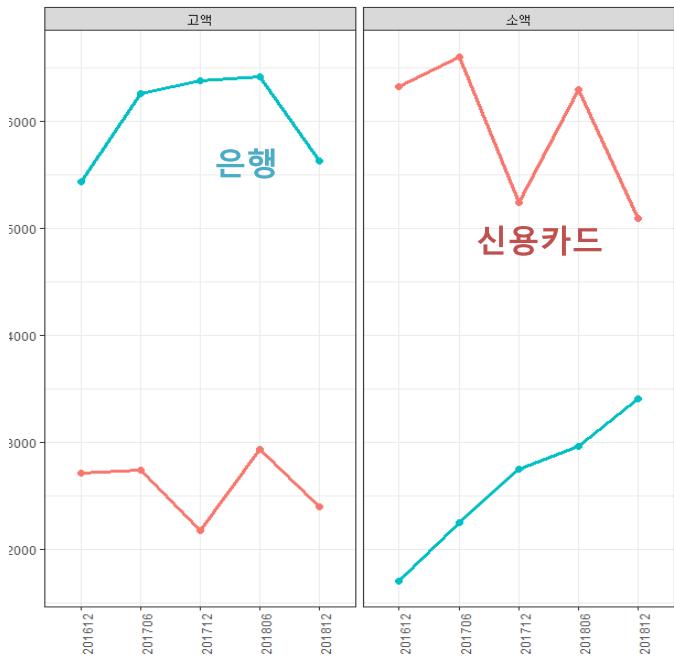


- ▶ 신용카드, 은행이 소액대출 시장의 대부분을 점유
- ▶ 인터넷전문은행 출범 이후 은행의 점유율 증가, 신용카드의 점유율 감소

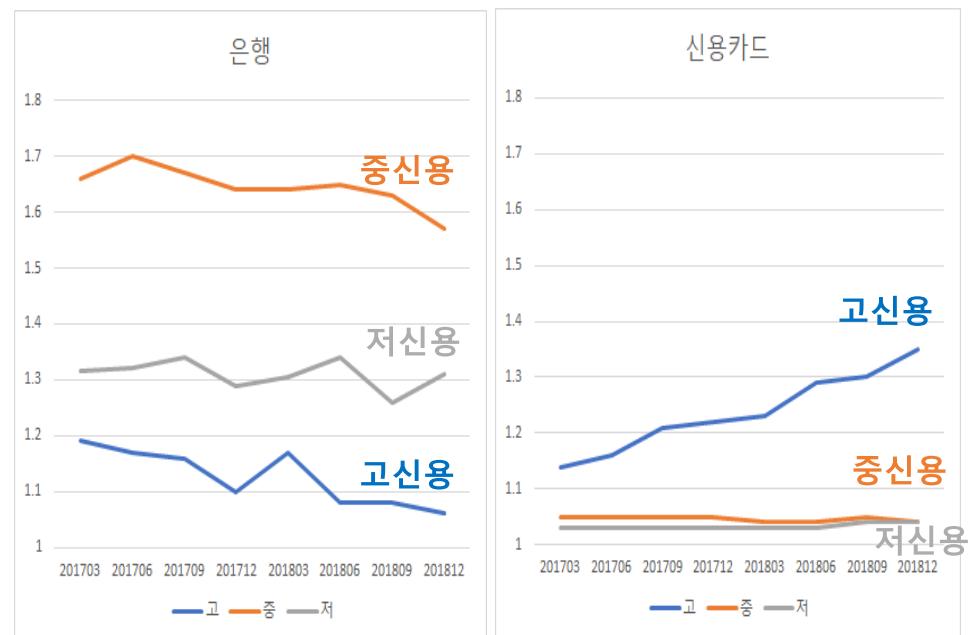
II. (1) 소액대출 시장의 현황

◆ 소액대출 시장의 경쟁

[업종별 신규계좌 개설 수 추이]



[업종별 소액대출 금리 추이]



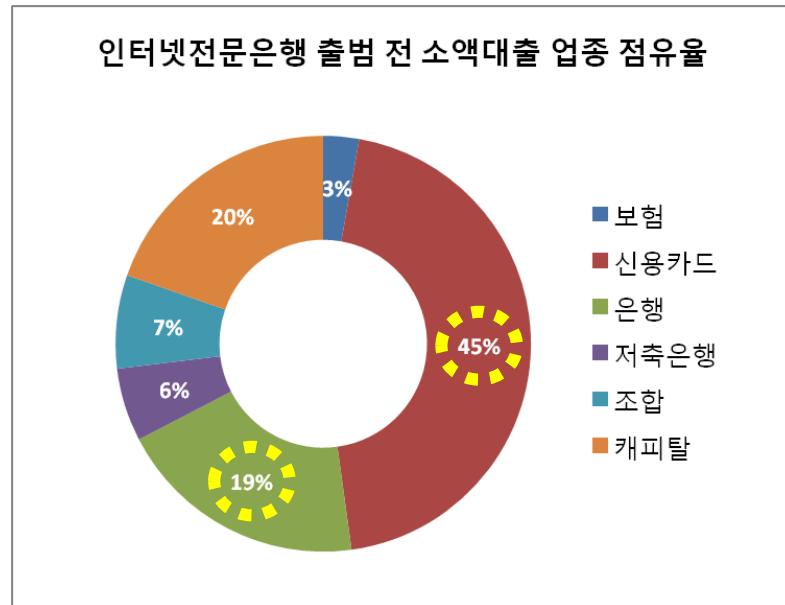
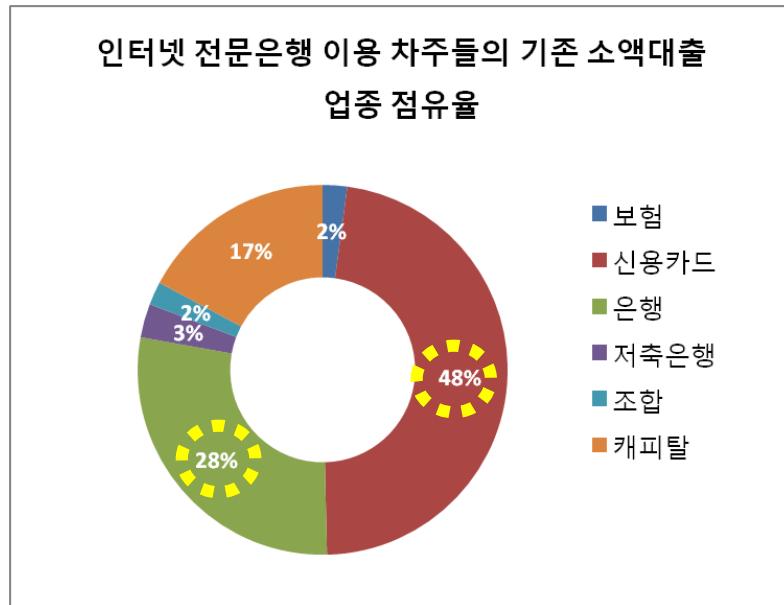
- ▶ 은행의 신규계좌는 소액대출 증가
- ▶ 신용카드의 신규계좌는 소액대출 감소

- ▶ 은행에서는 고신용자와 중신용자를 중심으로 소액대출 금리 감소
- ▶ 신용카드에서는 고신용자의 소액대출 금리가 증가하는 추세

⇒ 소액대출은 은행의 중신용자와 고신용자를 대상으로 특히 경쟁이 과열된 것으로 보임

II. (2) 인터넷전문은행 출범 후 유입된 고객

◆ 인터넷전문은행 이용 고객들의 기존 소액대출 업종 점유율



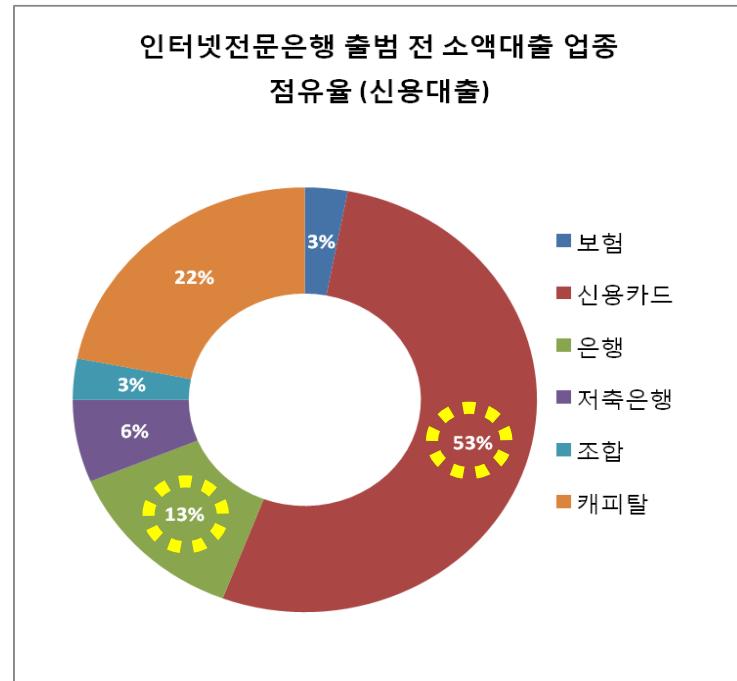
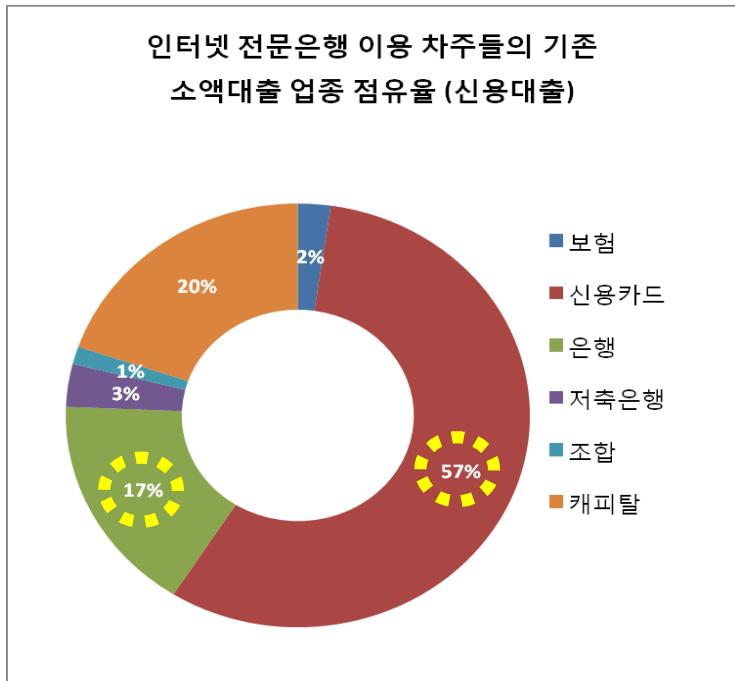
업종	유입비율*
보험	0.77
신용카드	1.05
은행	1.44
저축은행	0.52
조합	0.28
캐피탈	0.88

▶ 인터넷전문은행 소액대출 고객은 주로
은행과 신용카드 업종에서 유입된 것으로 보임

*유입비율: 기존 업종 점유율 대비 인터넷은행 이용 차주들의 과거 이용 업종 점유율
Ex) 신용카드 : 48%/45% = 1.05

II. (2) 인터넷전문은행 출범 후 유입된 고객

◆ 인터넷전문은행 이용 고객들의 기존 소액대출 업종 점유율



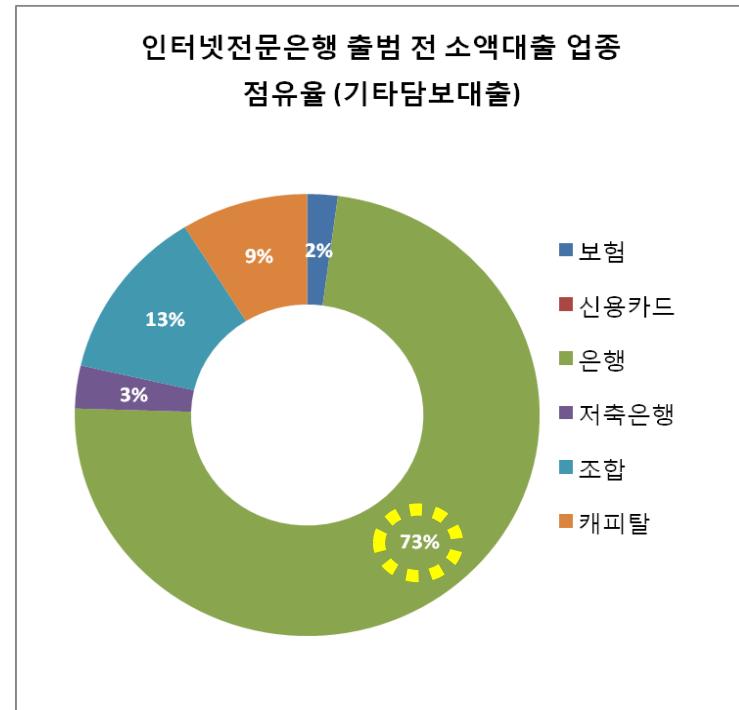
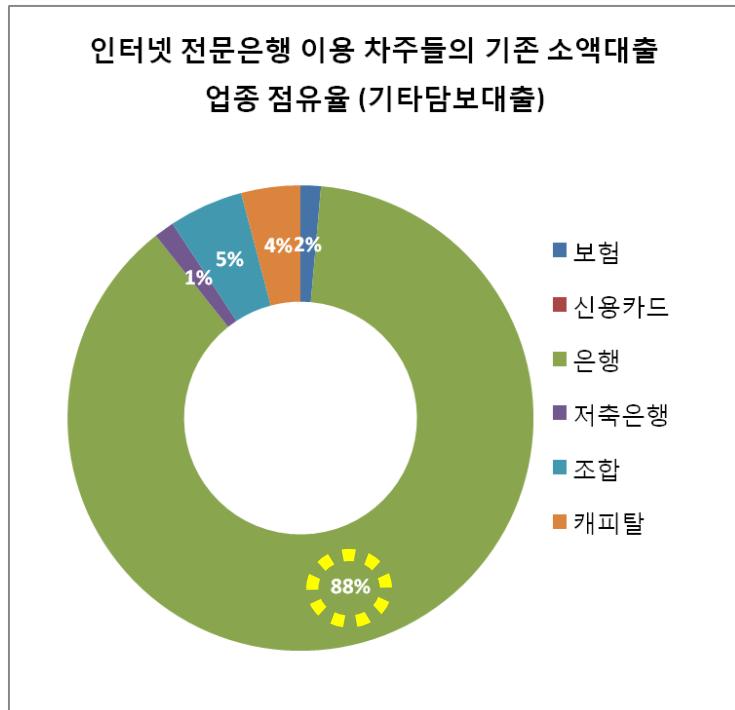
업종	유입비율*
보험	0.77
신용카드	1.07
은행	1.28
저축은행	0.52
조합	0.43
캐피탈	0.90

*유입비율: 기존 업종 점유율 대비 인터넷은행 이용 차주들의 과거 이용 업종 점유율
Ex) 신용카드 : 48%/45% = 1.05

▶ 인터넷전문은행의 소액 신용대출 고객은 주로 은행과 신용카드 업종에서 유입된 것으로 보임

II. (2) 인터넷전문은행 출범 후 유입된 고객

◆ 인터넷전문은행 이용 고객들의 기존 소액대출 업종 점유율



업종	유입비율*
보험	0.67
은행	1.20
저축은행	0.45
조합	0.41
캐피탈	0.47

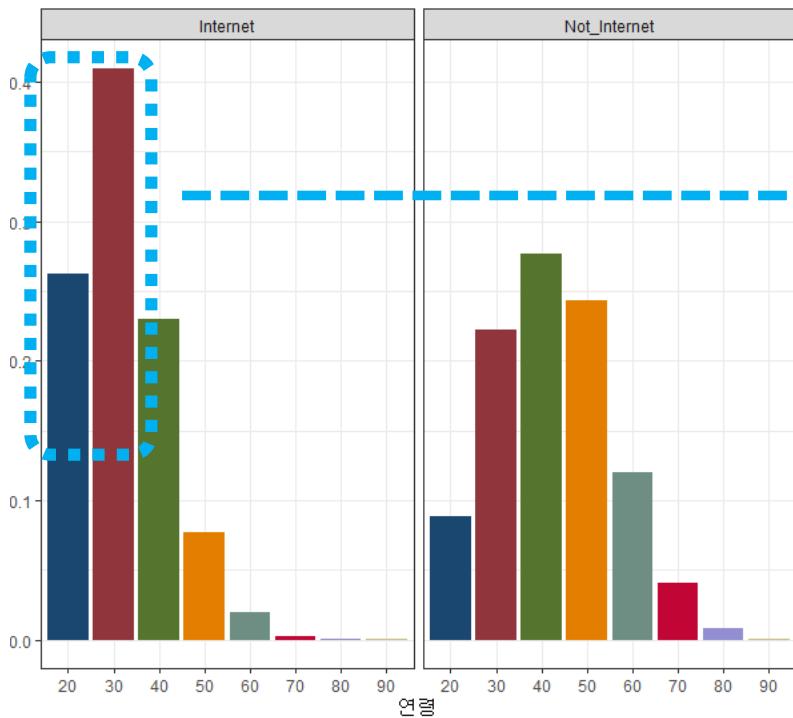
*유입비율: 기존 업종 점유율 대비 인터넷은행 이용 차주들의 과거 이용 업종 점유율
Ex) 신용카드 : 48%/45% = 1.05

▶ 인터넷전문은행의 소액 기타담보대출 고객은
주로 은행 업종에서 유입됨

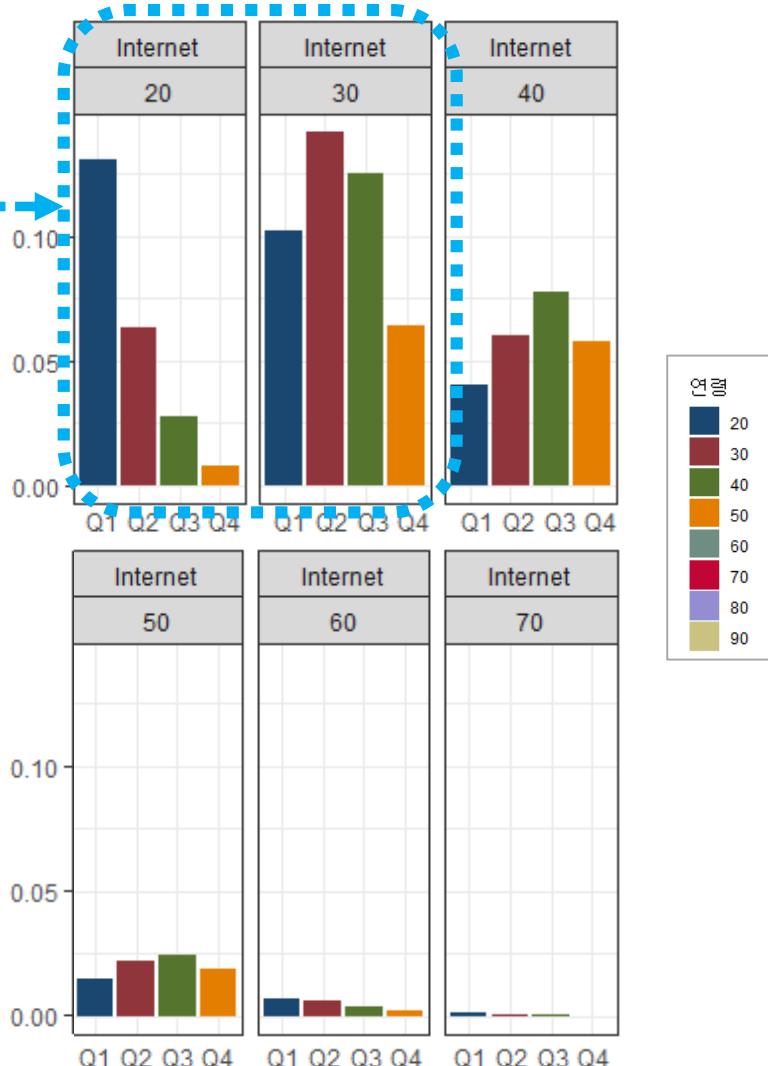
II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 인터넷전문은행을 이용하는 소액대출 고객의 특징

[인터넷전문은행 이용고객과 비이용고객의 연령대]



[인터넷전문은행 이용고객의 연령 및 소득분위]

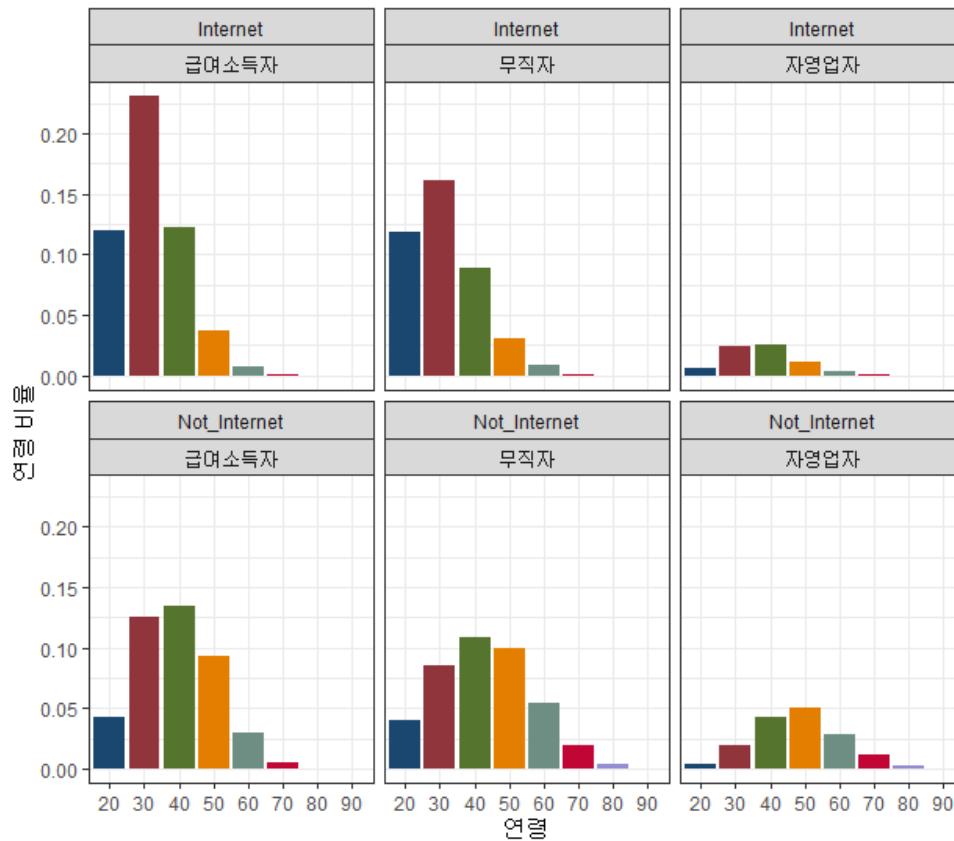


- ▶ 인터넷전문은행 소액대출 이용고객은 상대적으로 연령대가 낮은 편
- ▶ 특히 20대와 30대 저소득 차주의 비중이 상당히 높음

II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 인터넷전문은행을 이용하는 소액대출 고객의 특징

[인터넷 전문은행 이용고객과 비이용고객의 직업 및 연령대]

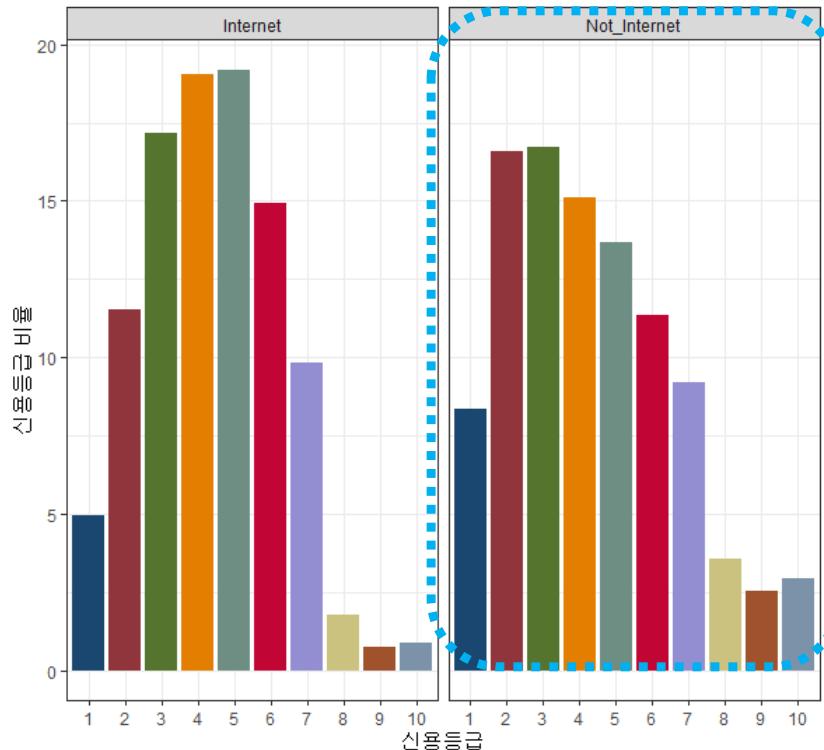


- ▶ 자영업자의 소액대출 비중이 다른 직업군에 비해 낮고, 인터넷전문은행 이용 고객은 특히 더 낮음
- ▶ 급여소득자와 무직자의 경우 인터넷전문은행 외 업종에서는 40대의 비중이 가장 높지만, 인터넷전문은행에서는 20, 30대의 비중이 40대의 비중과 비슷하거나 높음

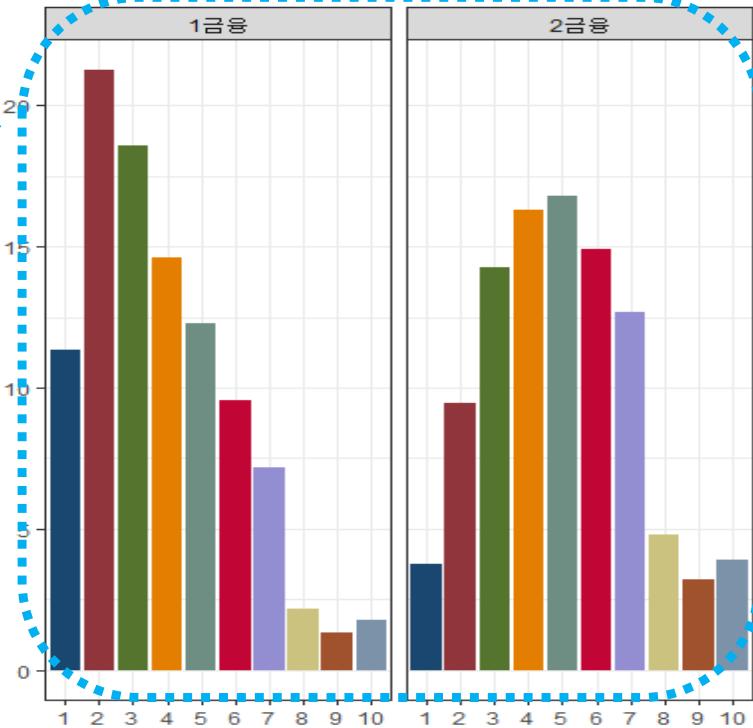
II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 인터넷전문은행을 이용하는 소액대출 고객의 특징

[인터넷전문은행 이용고객과 비이용고객의 신용등급]



[인터넷전문은행, 1금융, 2금융 고객의 신용등급]

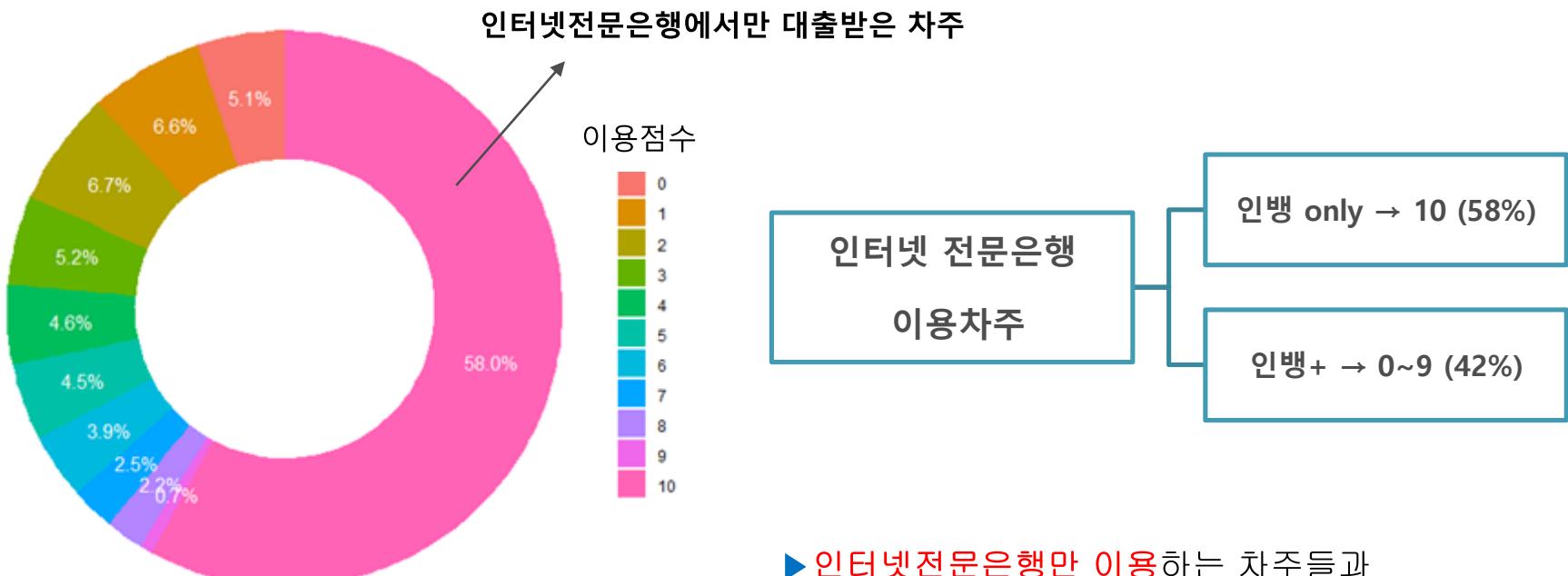


- ▶ 인터넷전문은행 이용차주들은 기존 1금융권 차주들에 비해서는 고신용자 비율이 낮지만 2금융권 차주들에 비해서는 고신용자 비율이 높음

II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 인터넷전문은행을 단독으로 이용하는 소액대출 고객의 특징

[인터넷전문은행 고객의 이용점수 구성비]



• 이용점수

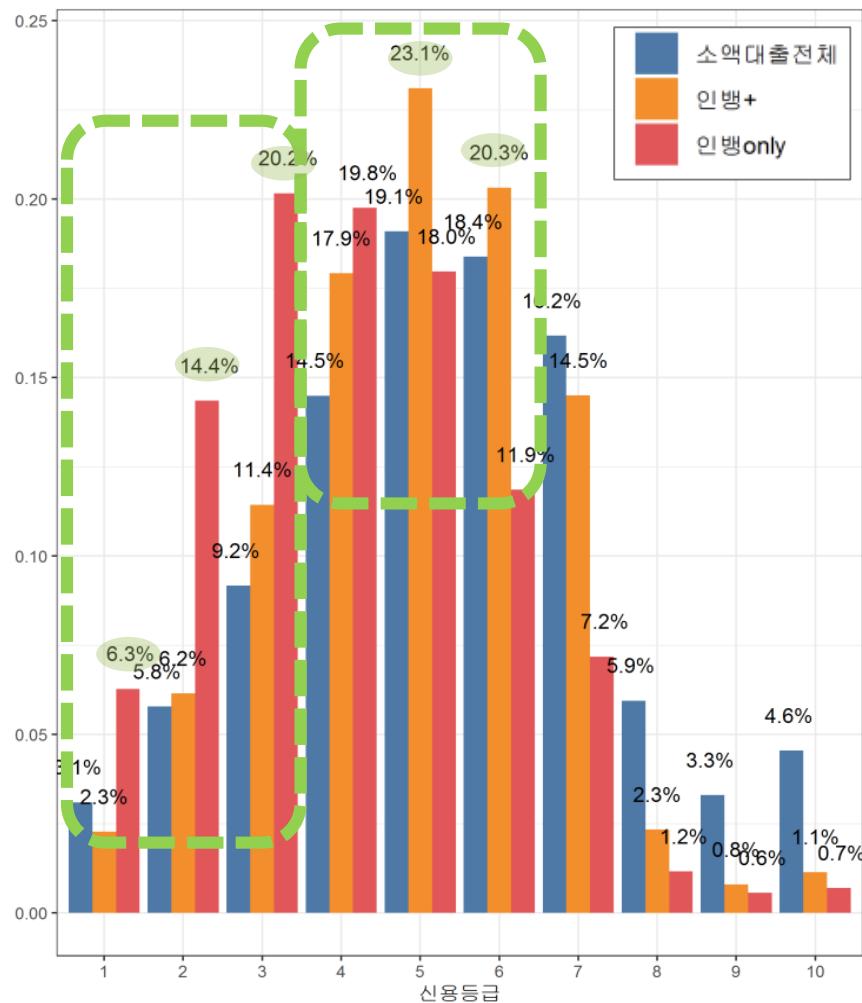
인터넷 전문은행 소액대출상품 가입 후 각 차주의
총 소액대출 약정금액 중 인터넷 전문은행 소액대출
약정금액이 차지하는 비중

	인터넷전문은행	인터넷전문은행 외	비율	점수
고객 A	50만원	50만원	0.5	5
고객 B	100만원	0만원	1	10

II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 인터넷전문은행을 단독으로 이용하는 소액대출 고객의 특징

[인터넷전문은행 소액대출 고객의 신용등급]

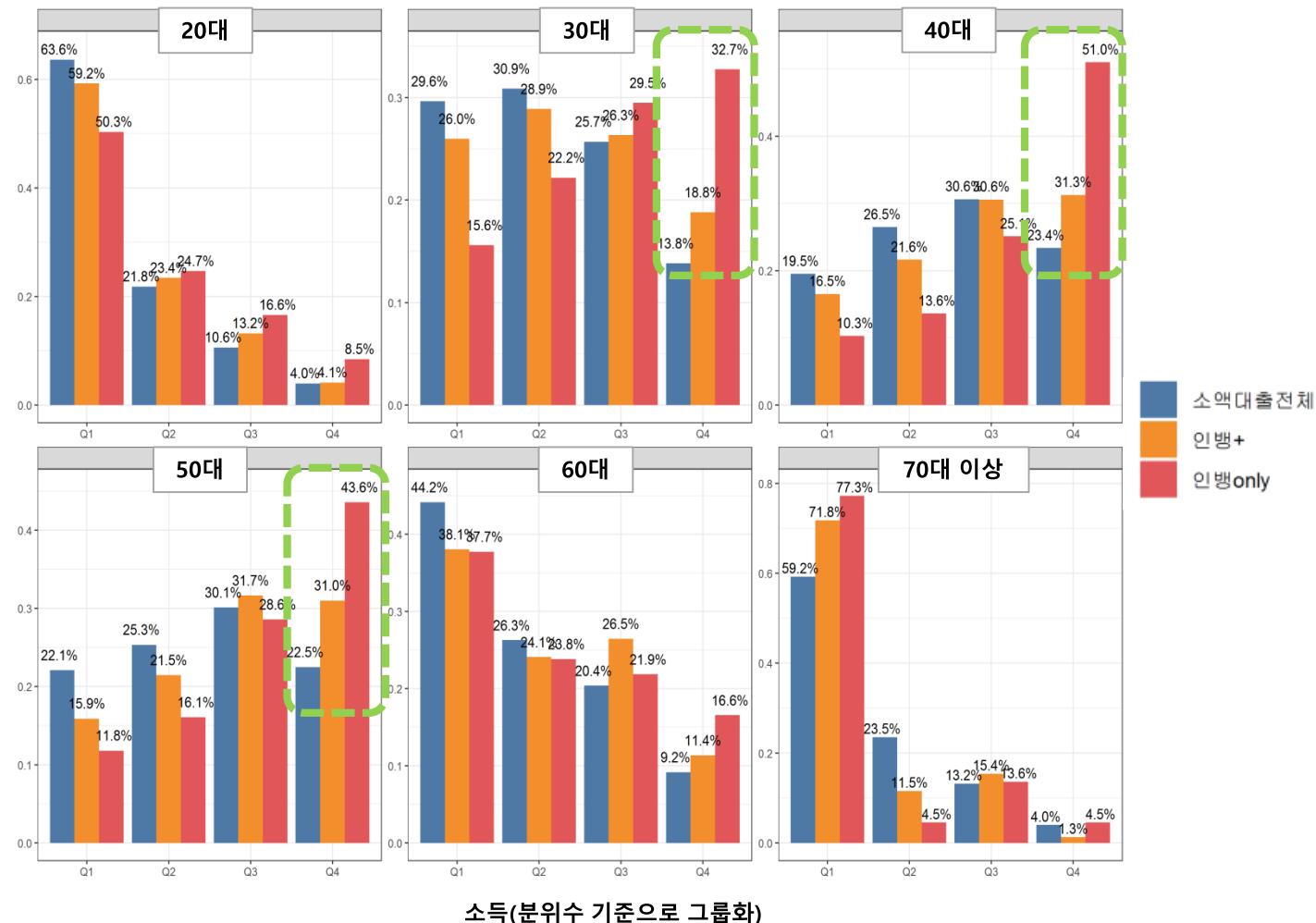


- ▶ 인터넷전문은행만 이용하는 고객은 고신용자 비중이 높음
- ▶ 인터넷전문은행 외에 다른 업종도 이용하는 고객은 중신용자 비중이 높음

II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 인터넷전문은행을 단독으로 이용하는 소액대출 고객의 특징

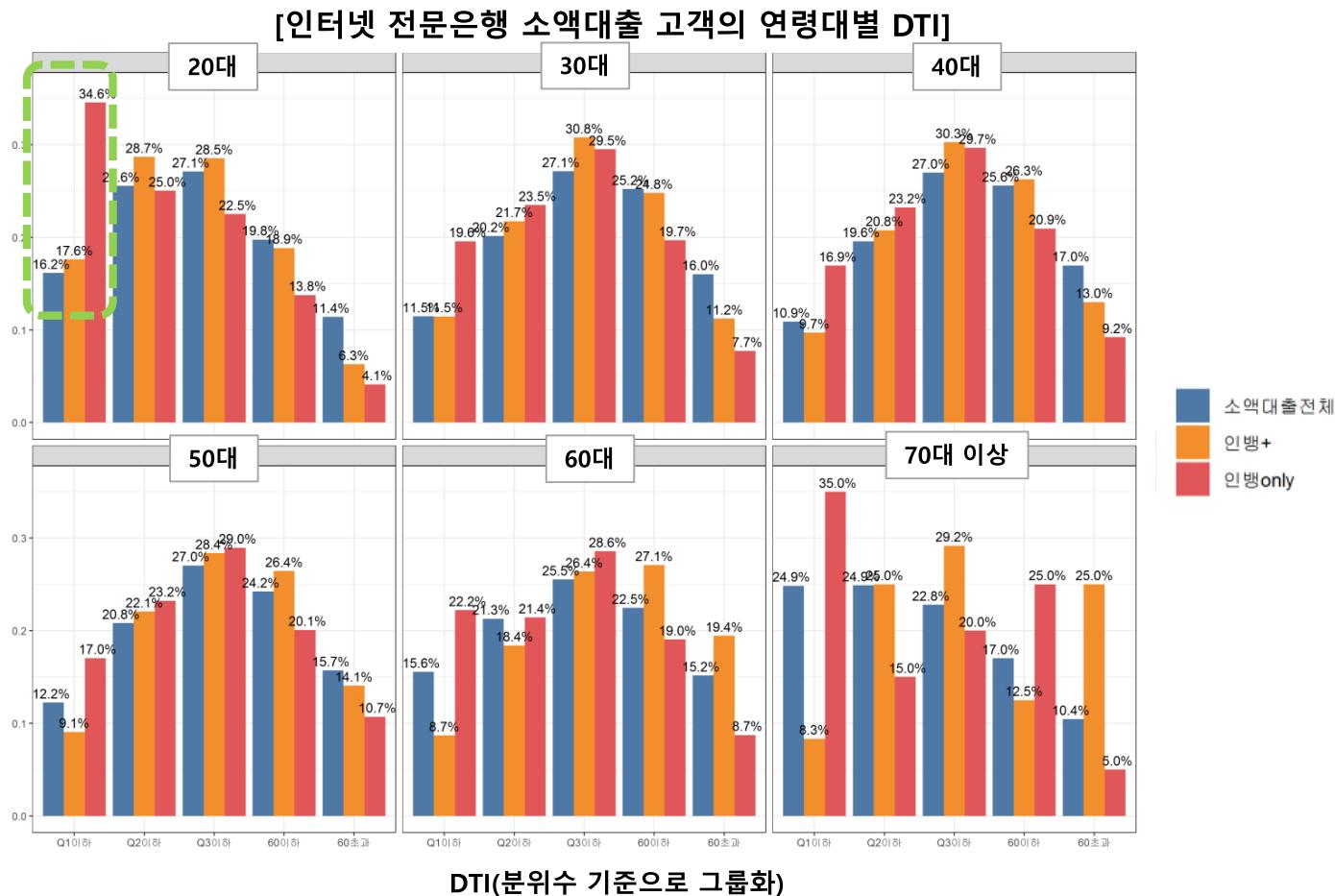
[인터넷전문은행 소액대출 고객의 연령대별 소득]



▶ 30-50대의 경우 인터넷전문은행만 이용하는 차주들이 다른 그룹에 비해 고소득자 비중이 높음

II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 인터넷전문은행을 단독으로 이용하는 소액대출 고객의 특징

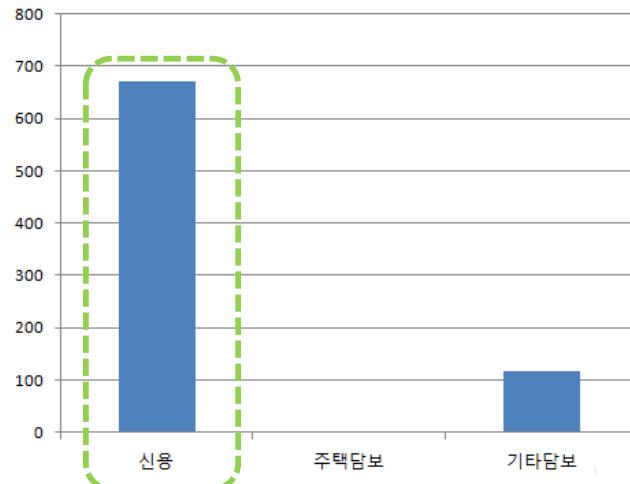


- ▶ 모든 연령대에서 인터넷 전문은행만 사용하는 차주들은 DTI가 낮은 그룹의 비율이 상대적으로 높음
- ▶ 특히 20대 인뱅only 고객의 경우 DTI가 낮은 그룹의 비율이 매우 높게 나타난 것으로 보임

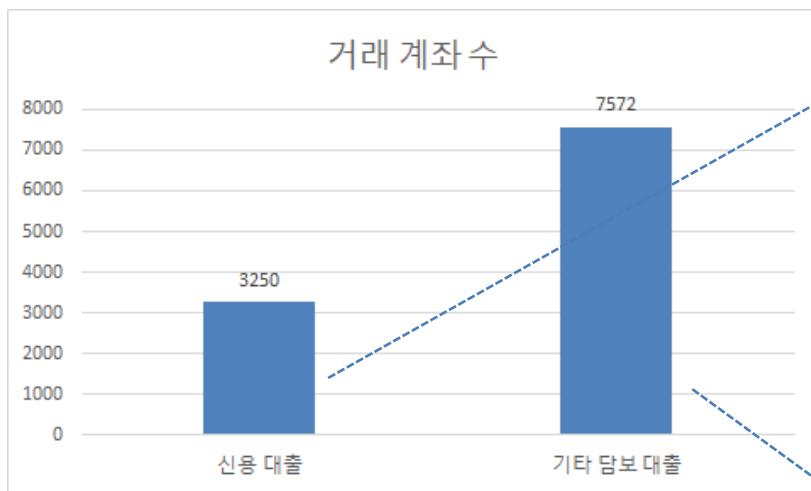
II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 인터넷전문은행을 단독으로 이용하는 소액대출 고객의 특징

[신용대출 차주들이 기존에 이용한 대출상품]

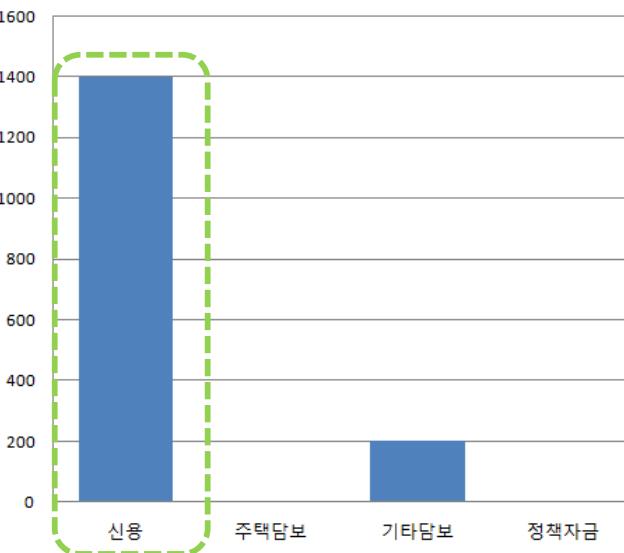


[인터넷전문은행 단독 이용 고객의 대출상품]



▶ 현재 신용대출을 이용하는 차주들과
기타담보대출을 이용하는 차주들 모두
과거에는 대부분 신용대출을 이용

[기타담보대출 차주들이 기존에 이용한 대출상품]



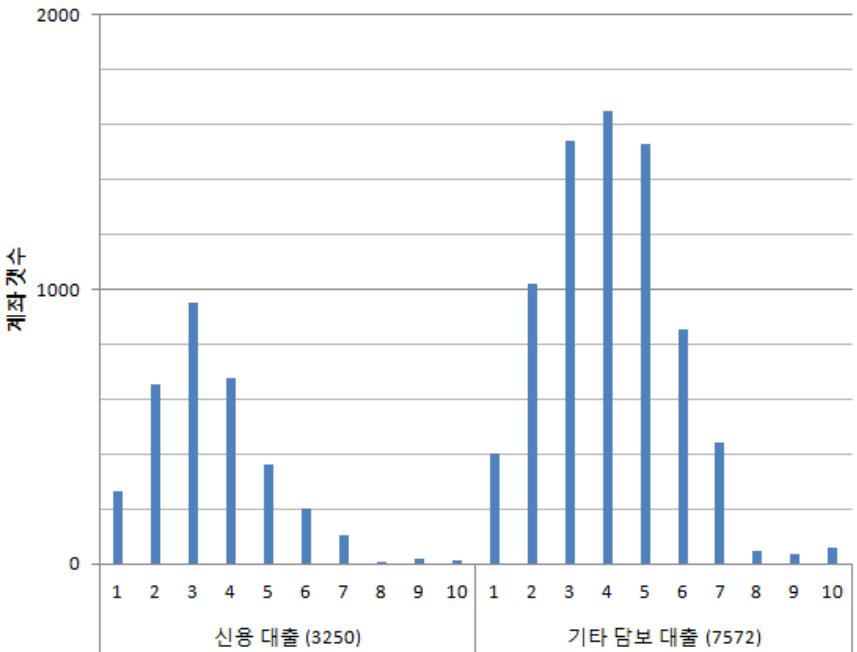
II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 인터넷전문은행을 단독으로 이용하는 소액대출 고객의 특징

[카카오 뱅크의 대출 상품 및 종류]

대출 상품 (종류)	한도(원)	금리(%) (2019.09.02 기준)
비상금 대출 (기타 담보)	300만	3.06 ~ 15.00
사잇돌 대출 (기타 담보)	2천만	3.96 ~ 9.80
개인사업자 대출 (기타 담보)	2천만	3.08 ~ 9.80
전월세 대출 (기타 담보)	2.22억	2.54 ~ 3.51
마이너스 통장 대출 (신용)	1.5억	2.78 ~ 6.19
신용 대출 (신용)	1.5억	2.48 ~ 6.27
중 신용 대출 (신용)	5천만	3.71 ~ 6.91

[인터넷전문은행 단독 이용 고객의 대출상품별 신용등급]



▶ 기타담보대출 이용 고객은 신용대출 이용 고객에 비해 상대적으로 **중신용자의 비중이 더 높음**

II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 충성고객의 특징

▶ 충성고객이란?

- 인터넷 전문은행으로 유입되지 않은 차주 중, 기존에 이용하던 거래기관만 지속적으로 이용하며 거래기관을 옮기지 않는 차주들을 의미
- 예시
- 기존에 신한은행과 국민카드를 이용하던 차주가 우리은행에서도 대출을 받음 → 충성고객 X
- 기존에 신한은행과 국민카드를 이용하던 차주가 은행대출을 갚아 국민카드 대출계좌만 남은 경우 → 충성고객 O

[인터넷 전문은행으로의 유입비율]

업종	유입비율*
보험	0.77
신용카드	1.05
은행	1.44
저축은행	0.52
조합	0.28
캐피탈	0.88

▶ 유입비율이 높은 은행과 신용카드 업종의 충성고객
을 중심으로 분석

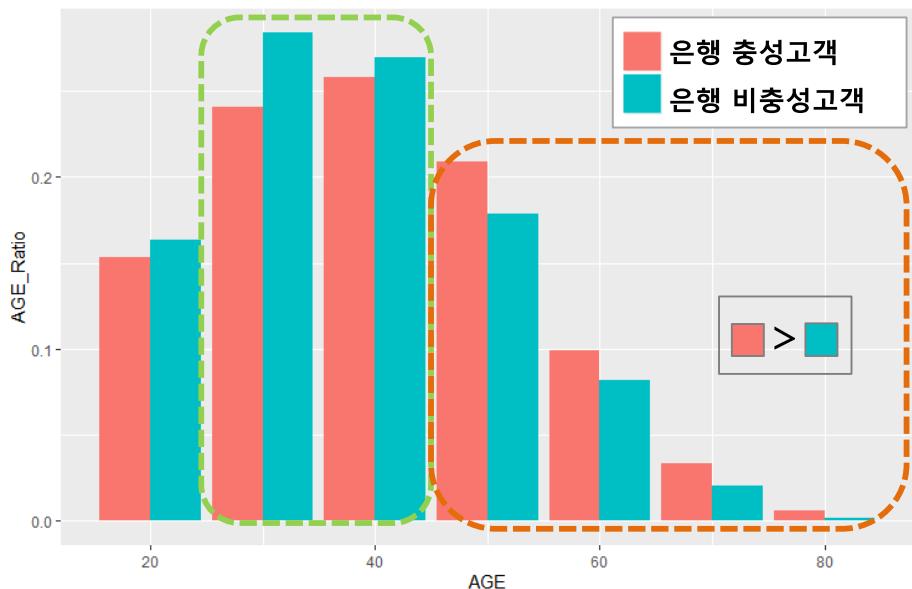
* 은행 충성고객 : 고객의 전체 소액대출 중 은행의 소액대출이 50% 이상

* 신용카드 충성고객 : 고객의 전체 소액대출 중 신용카드의 소액대출이 50% 이상

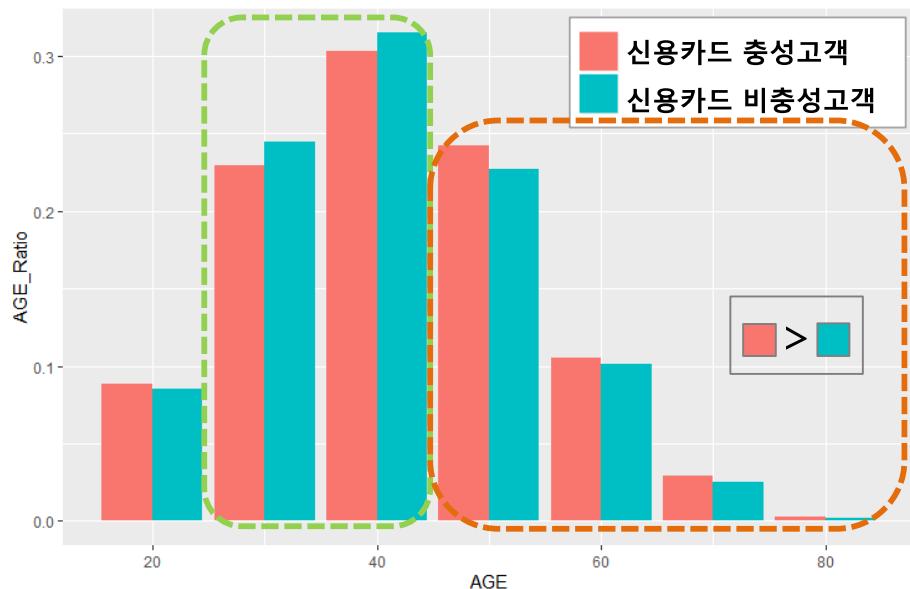
II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 충성고객의 특징

[은행의 충성고객 연령대]



[신용카드의 충성고객 연령대]

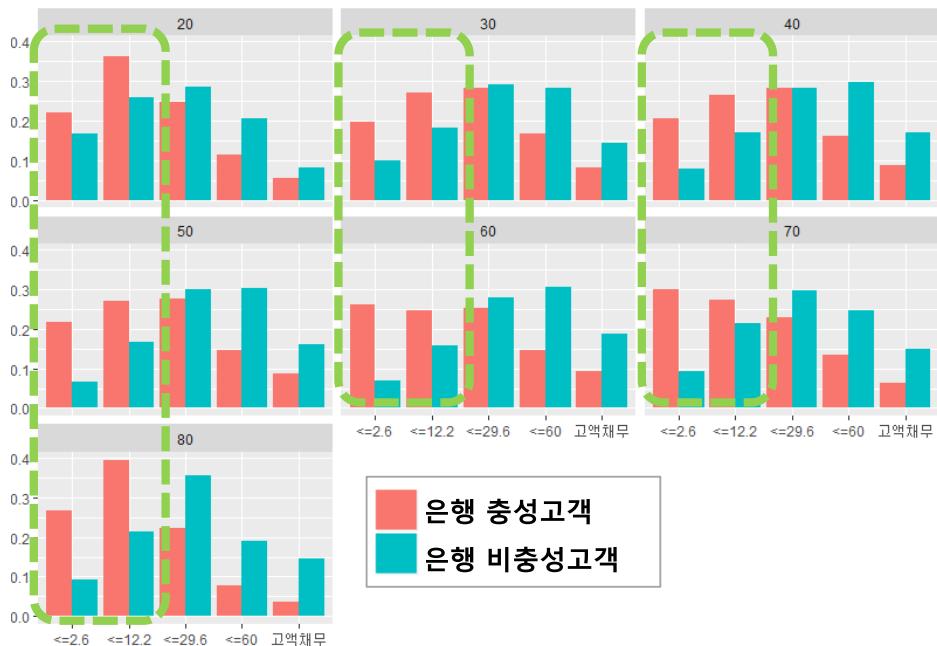


- ▶ 거래기관을 유지하는 고객은 그렇지 않은 고객에 비해 상대적으로 연령대가 더 높은 경향
- ▶ 카드사는 충성고객과 비충성고객의 연령 분포 차이가 매우 미미함

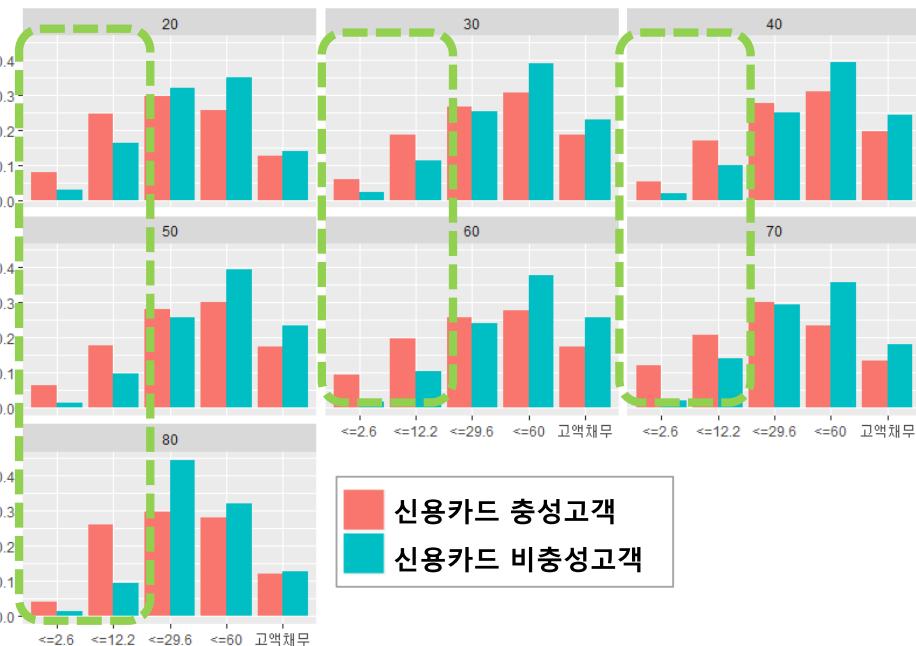
II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 충성고객의 특징

[은행의 충성고객 연령대별 DTI]



[신용카드의 충성고객 연령대별 DTI]



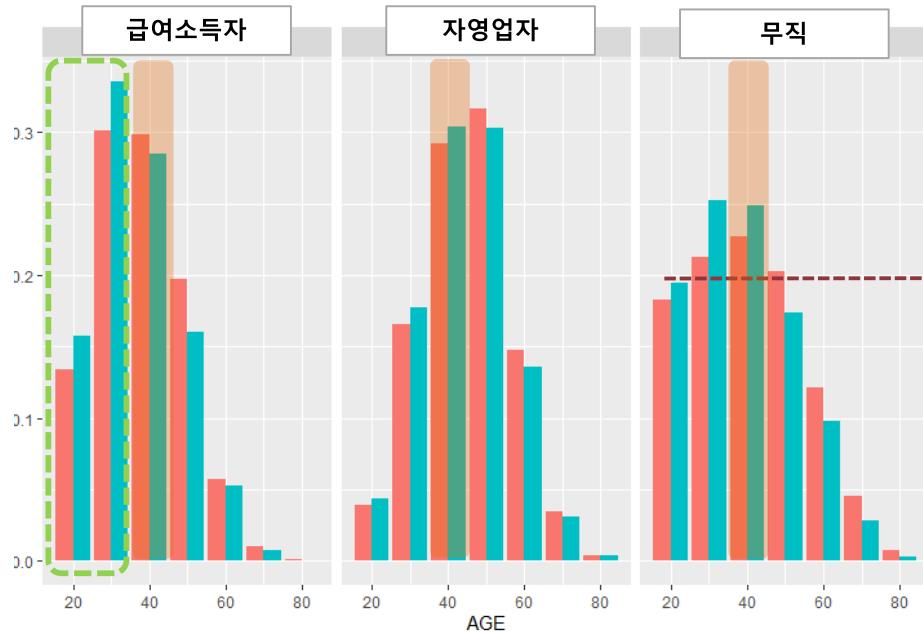
- ▶ 은행에서는 연령대가 높아질수록, 충성/비충성고객의 DTI 분포 차이가 커짐
- ▶ 은행 충성고객은 DTI가 더 낮은 쪽으로, 비충성고객은 DTI가 더 높은 쪽으로 차이 발생

- ▶ 카드사보다는 은행에 DTI가 낮은 고객들이 많고, **DTI가 낮은 고객일수록 거래기관을 유지하는 경향**
- ▶ DTI가 낮은 차주들은 대출을 추가적으로 더 받지 않는 것으로 유추 가능

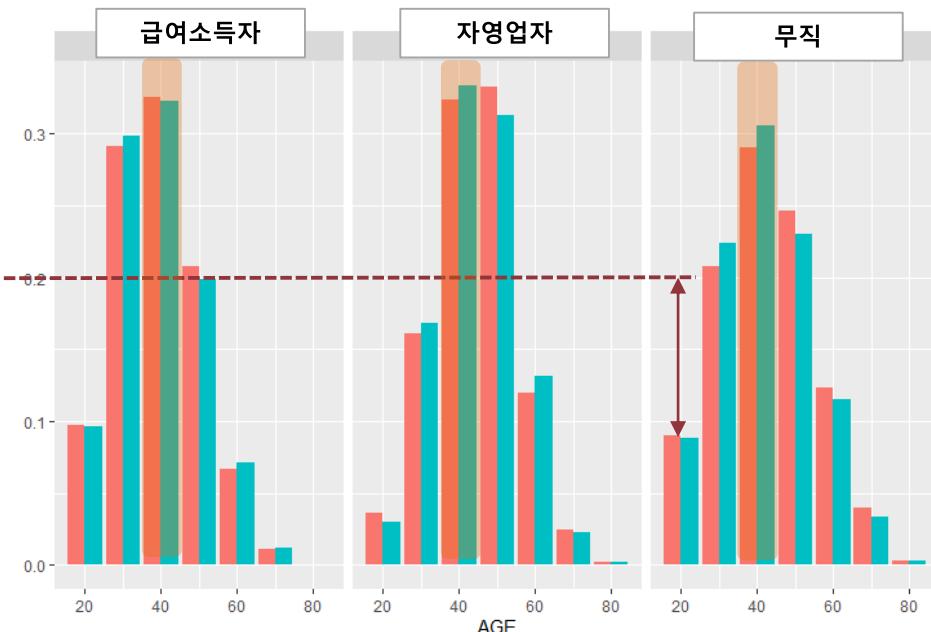
II. (3) 유입고객과 충성고객의 특징

◆ 충성고객의 특징

[은행의 충성고객 직업별 연령대]



[신용카드의 충성고객 직업별 연령대]



- ▶ 은행 이용고객 중 급여소득자는 젊을수록 거래기관을 옮기는 경향
- ▶ 40대 급여소득자의 경우 충성고객의 비중이 더 크고, 자영업자와 무직의 경우 비충성고객의 비중이 더 큼
- ▶ 무직 20대 차주들(학생 추정)의 경우, 카드사보다는 은행에서의 대출 비중이 더 큼

III. 요약 및 결론

◆ 요약

▶ 소액대출 시장 현황

- 인터넷전문은행 출범 이후 **1금융권**에서 **소액대출 경쟁이 심화**
- 인터넷전문은행 출범 이후 소액대출 시장에서 **은행 점유율 증가, 신용카드 점유율 감소**
- **인터넷전문은행**은 1금융권임에도 **소액대출 중심**으로 성장

▶ 인터넷전문은행 소액대출 이용고객 특징

- **은행, 신용카드** 업종에서 인터넷전문은행으로 유입이 많음
- 인터넷전문은행 비이용고객에 비해 **연령대가 낮은 편**
- **1금융권보다는 고신용자 비중이 작고, 2금융권보다는 고신용자 비중이 큼**
- 인터넷전문은행 비이용고객에 비해 **급여소득자의 비중이 크고, 자영업자의 비중은 작음**

III. 요약 및 결론

◆ 요약

▶ 인터넷전문은행을 단독으로 이용하는 소액대출 고객의 특징

- 고신용자 비중이 크고, 40~50대에서 고소득자 비중이 큼
- DTI가 낮은 고객들의 비중이 큼(특히 20대)
- 이용하는 대출상품은 대부분 기타담보대출이지만 과거이력은 대부분 신용대출
- 기타담보대출을 이용하는 고객은 중신용자 비중이 큼

▶ 인터넷 비유입고객 중 은행과 신용카드의 충성고객 특징

- 업종에 따른 충성고객 간 특성 차이는 발견할 수 없었음
- 카드보다는 은행에서 충성고객과 비충성고객 간 차이가 뚜렷하게 나타남
- 충성고객이 비충성고객에 비해 연령대는 높고, DTI는 낮은 편

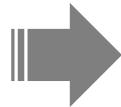
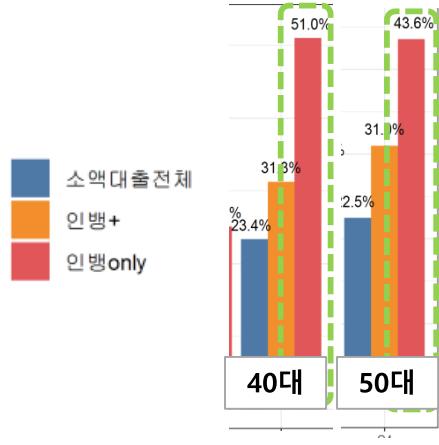
III. 요약 및 결론

◆ 결론

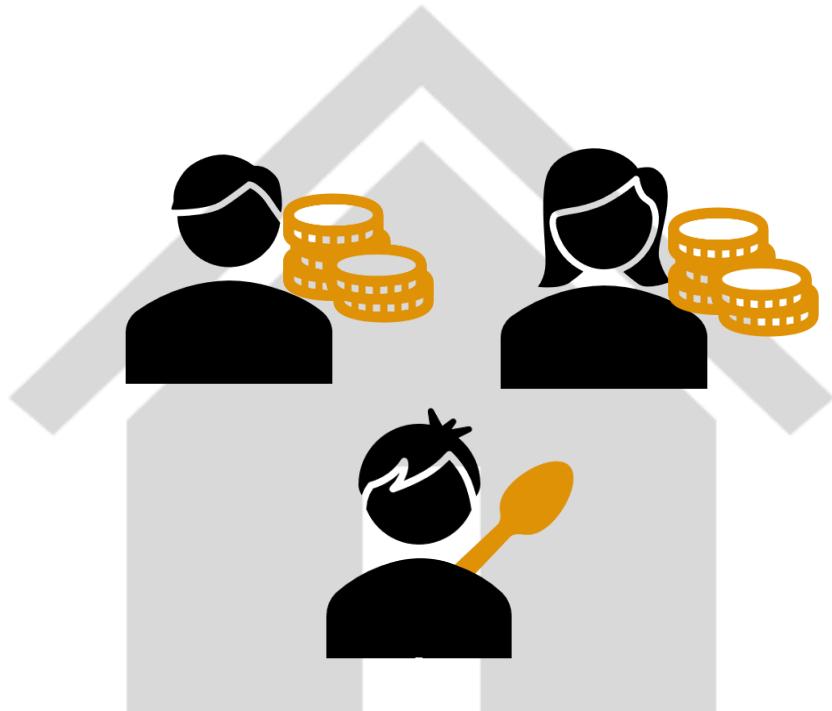
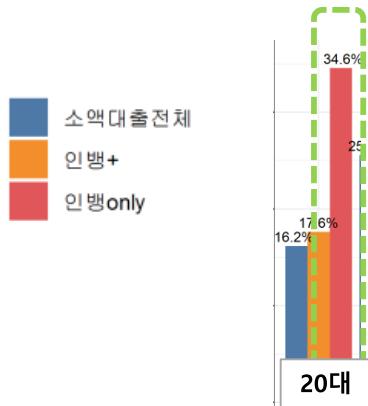
인터넷 전문은행?

1) 40~50대의 고소득 고객 대상 가족결합 마케팅

[소득 Q3이상 인터넷 소액대출 비중]



[DTI Q1이하 인터넷 소액대출 비중]



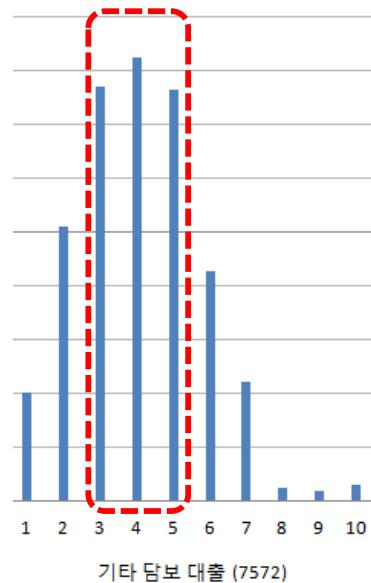
III. 요약 및 결론

◆ 결론

인터넷 전문은행?

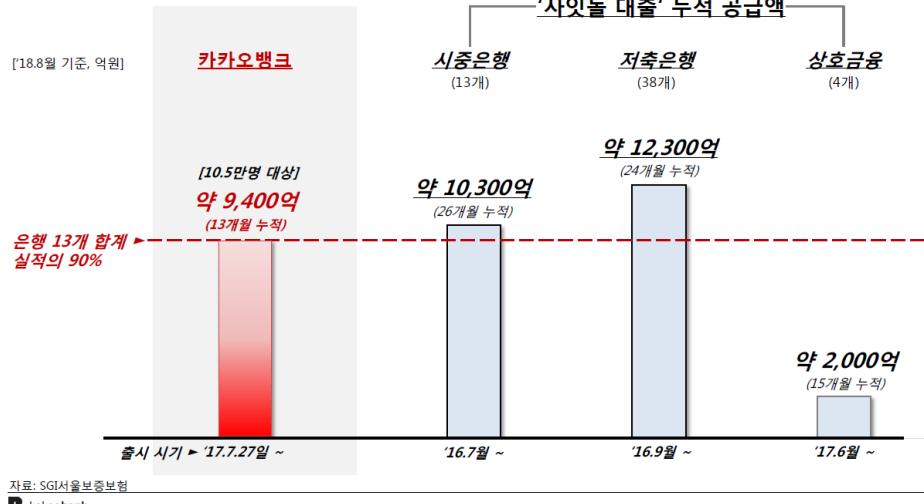
2) 중신용자 대상 중금리 대출 상품 홍보

[인터넷 전문은행 기타담보대출 이용 차주의
신용등급 분포]



카뱅의 SGI보증부 신용대출 상품 누적 공급 현황

'사잇돌 대출'과 실질적으로 동일한 보증부 중금리 대출 상품을 통해, 카뱅은 약 13개월간 시중 은행 사잇돌 대출 전체 실적의 90%에 해당하는 9,400억을 10.5만명에게 공급했음.



자료: SGI서울보증보험
kakaobank

3

대출 상품 (종류)	한도(원)	금리(%) (2019.09.02 기준)
비상금 대출 (기타 담보)	300만	3.06 ~ 15.00
사잇돌 대출 (기타 담보)	2천만	3.96 ~ 9.80
개인사업자 대출 (기타 담보)	2천만	3.08 ~ 9.80
전월세 대출 (기타 담보)	2.22억	2.54 ~ 3.51

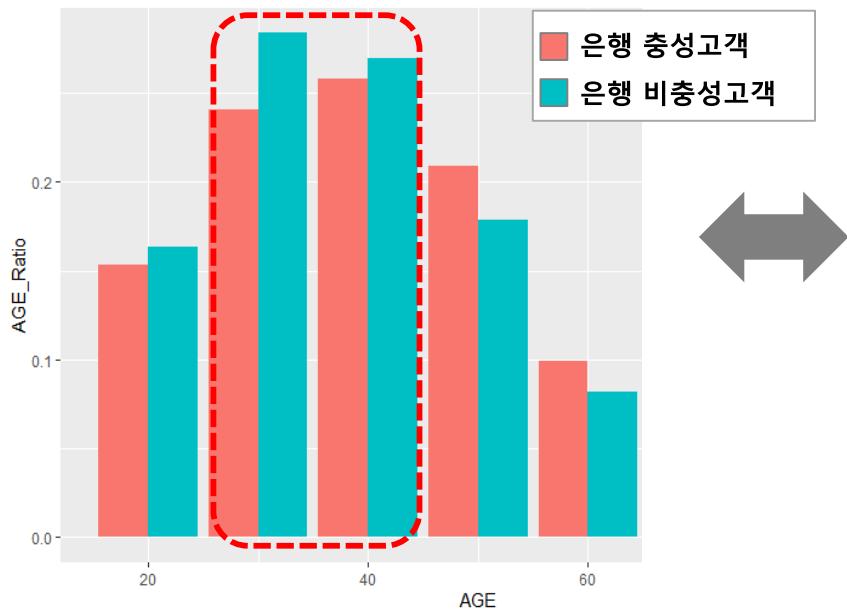
III. 요약 및 결론

◆ 결론

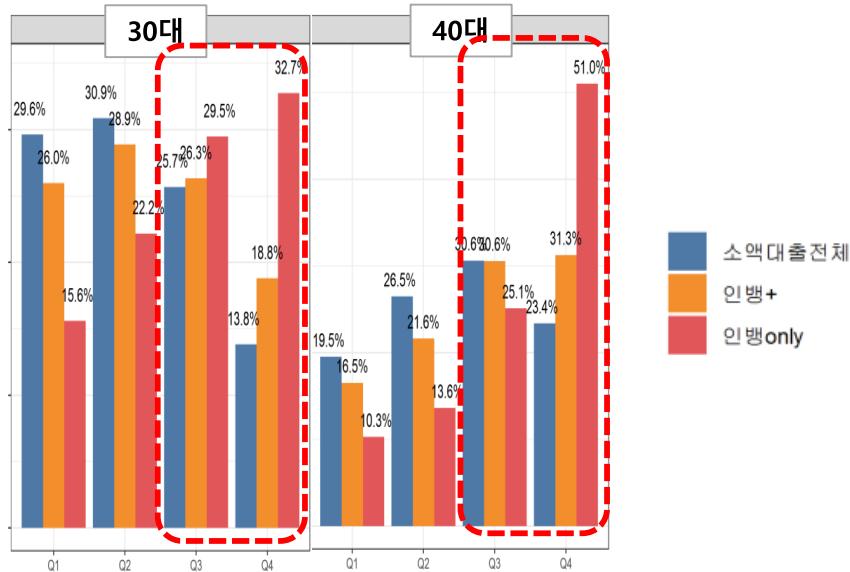
은행?

1) 잠재 유출 고객에 대해 관리 필요 (1)

[은행의 충성고객 연령대]



[인터넷 전문은행 고객의 연령대별 소득]



30-40대 고객의 경우 고소득 고객 위주로 인터넷 전문은행으로 유출 가능성 ↑
⇒ 잠재 유출 고객에 대해 관리 필요

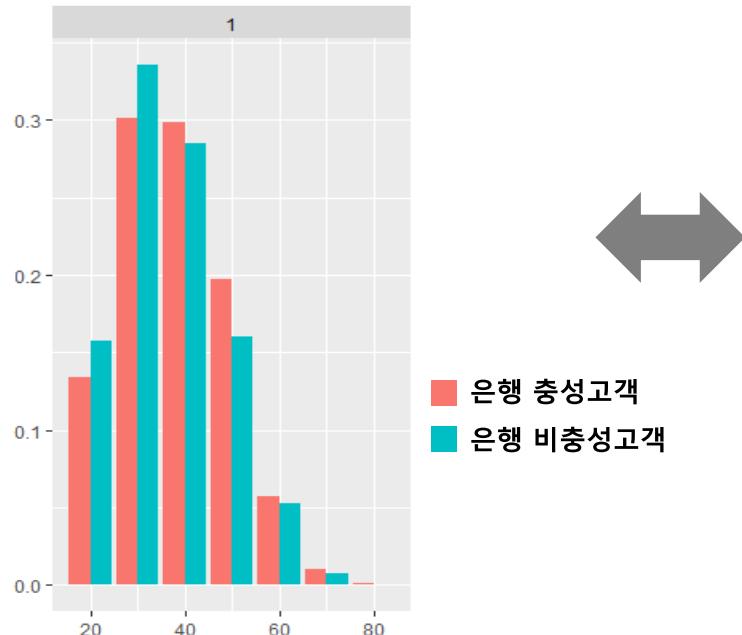
III. 요약 및 결론

◆ 결론

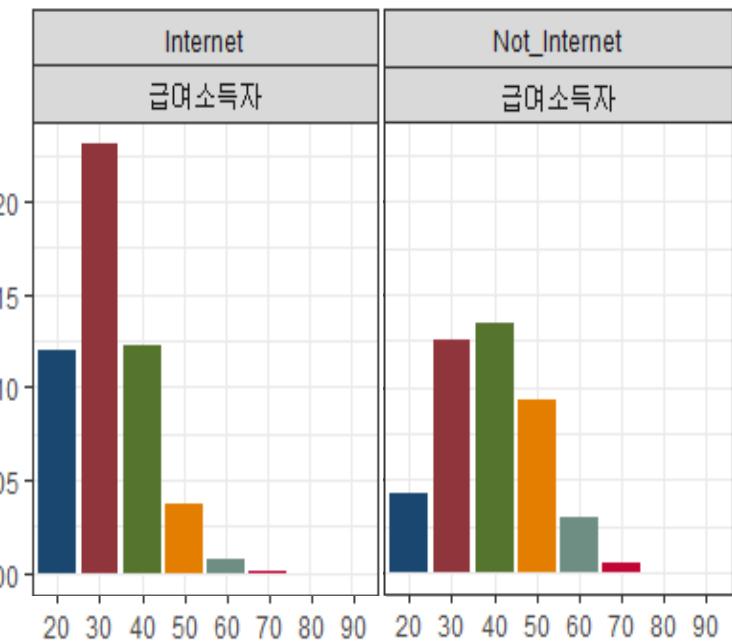
은행?

1) 잠재 유출 고객에 대해 관리 필요 (2)

[은행의 급여소득자 충성고객 연령대]



[인터넷/비인터넷 급여소득자 충성고객 연령대]



20-30대 급여소득자 고객의 경우 인터넷 전문은행으로 유출 가능성 ↑
⇒ 잠재 유출 고객에 대해 관리 필요

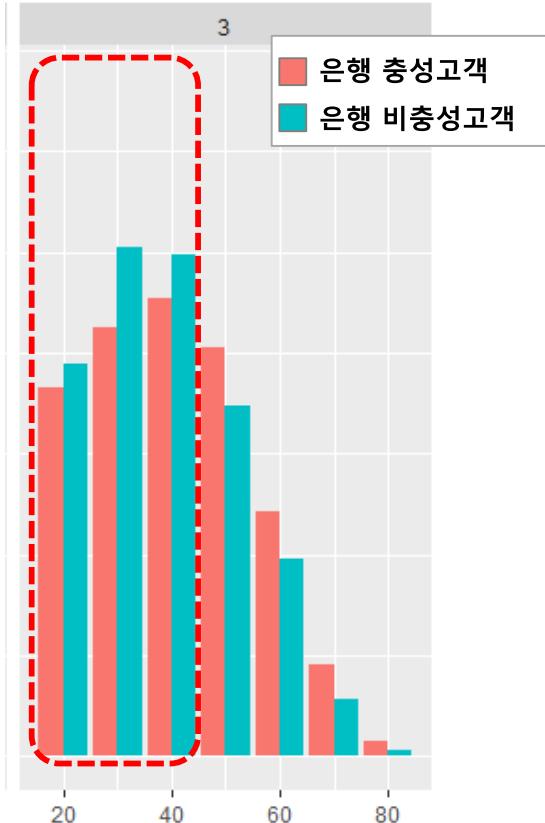
III. 요약 및 결론

◆ 결론

은행?

2) 제 2금융권과 제휴하여 수익창출 (2)

[은행의 무직 충성고객 연령대]



무직의 20~40대는 충성고객의 비중이 낮음

⇒ 제 1금융권에서 대출 거절 추측

⇒ **제 2금융권과 제휴하여 연계대출 실시**

(실제로, 카카오뱅크에서 시행 중)

2금융권, 카뱅과 연계대출 '맞손' 효과는

吕布 기자 | 0 승인 2019.05.08 16:02 | 댓글 0

카드·캐피탈·저축은행 5곳, 카뱅과 연계대출 시작
카뱅 모바일 앱에서 한 번에 한도·금리 조회 가능



그림=강세이 편집기자

III. 요약 및 결론

◆ 결론

신용카드?

1) 타 업권과 구별되는 경쟁력 강화 필요

- 충성/ 비 충성 고객 간 뚜렷한 차이점이 보이지 않음
- 카드대출의 가장 큰 장점인 편리성에 의해 고객이 유동적으로 업종 이용 추측
- 최근 인터넷전문은행, 1금융권에서도 비대면대출 상품

은행별 비대면 신용대출 상품

자료: 각 은행

은행	상품명	금리(%)	대상	한도(원)
국민은행	KB스타신용대출	3.26	직장인(12개월 이상 재직)	1억5000만
KEB 하나은행	하나원큐신용대출	2.792~3.292	소득 있는 국민 (직장인 이외 자영업자, 주부 포함)	2억2000만
신한은행	쏠편한직장인대출S	2.61~4.51	지정업체 직장인(1년 이상 재직)	2억
우리은행	우리주거래직장인대출	3.4~4	직장인(1년 이상 재직), 주거래 고객	8000만
카카오뱅크	카카오뱅크신용대출	2.798~6.566	직장인(6개월 이상 재직)	1억5000만

⇒ 타 업권과 구별되는 신용카드만의 경쟁력 강화 필요

- ① 기존 신용카드의 장점인 편리성 보강 및 홍보
- ② 편리성 외에 신용카드만의 장점 혹은 경쟁력 강화

감사합니다