# 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 27일(금) 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.

■ **컨슈머인사이트 '금융플랫폼 기획조사' 3개년 분석 ② 증권앱은 누구에게 생활필수가 됐나**

## 증권앱 '생활필수 이용' 47%...금융자산 5억 이상 66%로 최고

- **2년새 37%→37%→47%...7개 금융권역 중 증가폭 가장 커**
- **미래에셋 9%→13%, 삼성 7%→11%...주요 증권앱 동반 상승**
- **연령별로 40·50대, 월소득 300만원 이상 집단 모두 50% 넘어**
- **금융자산 5000만원 미만 35%, 5억원 이상 66%로 차이 뚜렷**

**3분기 금융앱 확보고객 3개년 분석 시리즈**

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

○ 증권앱을 '생활필수' 앱으로 꼽은 금융소비자가 2명 중 1명에 근접(47%)했다. 2024년과 2025년 37%에 머물다가 1년 새 10%p 늘어 7개 금융권역 중 증가폭이 가장 컸다. 연령별로는 40·50대(각 52%)에서, 개인소득별로는 월 300만원 이상 모든 구간(53~57%)에서 과반수가 생활필수로 이용했다. 금융자산 5000만원 미만은 35%에 그친 반면 1억~5억원 미만은 62%, 5억원 이상은 66%로 자산 규모별 차이가 가장 뚜렷했다.

□ 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. 2026년 응답자는 연령·개인소득·금융자산별로 추가 분석했다. '권역별 확보고객률(생활필수 이용률)'은 전체 금융소비자 중 해당 금융권역에서 하나 이상의 앱을 '평소 정기적으로 이용하거나 생활에 꼭 필요한 앱'으로 선택한 비율이다.

## ■ 증권앱 확보고객률 37%→47%...7개 금융권역 중 상승폭 최대

○ 증권앱을 하나 이상 확보고객 수준으로 이용하는 금융소비자 비율은 2024년과 2025년 모두 37%였으나, 2026년에는 47%로 높아졌다**[표1]**. 1년간 상승폭은 10%p로 은행(+7%p)과 핀테크(+5%p)보다 컸다. 생명보험은 2%p 올랐고 신용카드는 변화가 없었다. 손해보험과 가상자산은 각각 2%p 낮아졌다. 2024년과 비교해도 증권(+10%p)은 핀테크(+7%p)와 은행(+5%p)을 앞서 7개 권역 중 상승폭이 가장 컸다. 최근 1년의 급상승은 2025년 4분기 이후 국내 증시 급등에 따른 투자 열풍의 영향으로 추정된다.

**[표1] 금융권역별 확보고객률 추이 [단위: %, 증감은 %p]**

| 금융권역 | 2026년 3분기 | 2025년 3분기 | 2024년 3분기 | 증감 ('26-'24) |
|---|---|---|---|---|
| 은행 | 92 | 85 | 87 | +5 |
| 핀테크 | 74 | 69 | 67 | +7 |
| 신용카드 | 73 | 73 | 75 | -2 |
| **증권** | **47** | **37** | **37** | **+10** |
| 손해보험 | 25 | 27 | 27 | -2 |
| 생명보험 | 19 | 17 | 18 | +1 |
| 가상자산 | 14 | 16 | 11 | +3 |

※ 각 권역에서 금융앱을 1개 이상 확보고객 수준으로 이용한 응답자의 비율임.

## ■ 주요 증권앱 대부분 상승...특정 회사 아닌 업권 전반의 변화

○ 증권 권역의 상승은 특정 앱 하나에 국한되지 않았다. 2026년 확보고객률은 미래에셋증권 M-STOCK 13%, 삼성증권 mPOP 11%, 한국투자 10%, 키움증권 영웅문S# 9%, KB증권 M-able 8% 순이었다. '24년과 동일 기준으로 비교 가능한 앱도 모두 올랐다. 미래에셋증권은 9%→13%, 삼성증권은 7%→11%, 키움증권은 8%→9%, KB증권은 7%→8%였다. 상승폭은 1~4%p로 앱마다 차이가 있었지만, 특정 증권사의 성장이라기보다 증권 권역 자체의 확보고객층이 넓어진 것으로 볼 수 있다.

## ■ 20대 31% vs 40·50대 52%...자산형성·투자수요 큰 중장년층서 더 높아

○ 연령별 증권앱 생활필수 이용률은 20대가 31%로 가장 낮았다. 30대는 49%, 40대와 50대는 각각 52%, 60대는 47%였다**[표2]**. 20대와 40·50대의 차이는 21%p였다. 개인소득별로는 월 300만원 미만이 37%였다. 300만~500만원 미만은 53%, 500만~700만원 미만은 57%, 700만원 이상은 55%였다. 300만원을 경계로 16~20%p의 차이가 났지만, 그 이상 구간에서는 53~57%로 큰 차이가 없었다.

**[표2] 2026년 연령·개인 월소득별 증권앱 1개 이상 확보고객률 [단위: %]**

| 구분 | | 사례수 | 확보고객률 |
|---|---|---|---|
| 연령대 | 20대 | 1,027명 | 31 |
| | 30대 | 1,239명 | 49 |
| | 40대 | 1,349명 | 52 |
| | 50대 | 1,500명 | 52 |
| | 60대 | 1,409명 | 47 |
| 개인 월소득 | 300만원 미만 | 2,700명 | 37 |
| | 300만~500만원 미만 | 1,956명 | 53 |
| | 500만~700만원 미만 | 963명 | 57 |
| | 700만원 이상 | 905명 | 55 |

## ■ 금융자산 5천만원 미만 35%→5억원 이상 66%...자산규모별 차이 선명

○ 금융자산별 차이는 연령·소득보다 크고 일관됐다. 증권앱 생활필수 이용률은 5000만원 미만 35%, 5000만~1억원 미만 54%, 1억~5억원 미만 62%, 5억원 이상 66%로 자산규모에 따라 단계적으로 높아졌다**[표3]**. 5억원 이상은 5000만원 미만의 약 1.9배다.

**[표3] 2026년 금융자산별 증권앱 생활필수 이용 [단위: %, 개]**

| 금융자산 | 사례수 | 1개 이상 확보고객률 | 1인당 평균 증권앱 수 | |
|---|---|---|---|---|
| | | | 전체 기준 | 확보고객 기준 |
| 5000만원 미만 | 3,282명 | 35 | 0.52개 | 1.49개 |
| 5000만~1억원 미만 | 1,126명 | 54 | 0.82개 | 1.51개 |
| 1억~5억원 미만 | 1,736명 | 62 | 0.99개 | 1.60개 |
| **5억원 이상** | **380명** | **66** | **1.31개** | **1.99개** |

※ 금융자산은 은행·증권사·보험사·가상자산 거래소 및 기타 금융기관에 예치·투자하고 있는 자산의 합계로, 현금·저축·연금·보험·투자자산·가상자산 등을 포함함.

○ 1인당 생활필수 증권앱 수도 같은 순서로 0.52개, 0.82개, 0.99개, 1.31개로 늘었다(전체 응답자 기준). 다만 증권앱 이용자만 놓고 보면 5억원 미만 구간은 1.49~1.60개로 큰 차이가 없었고, 5억원 이상에서만 1.99개로 뚜렷하게 많았다. 자산이 많을수록 증권앱을 생활필수로 쓰는 사람이 늘고, 5억원 이상에서는 이용자 1명이 2개 안팎의 증권앱을 함께 쓴다는 의미다.

## ■ [종합] 자산이 커질수록 더 중요해지는 '핵심 앱' 경쟁

○ 증권앱 확보고객률은 2년간 37%에 머물다 증시 활황기를 거치며 1년 새 47%로 올라 7개 금융권역 가운데 가장 큰 폭으로 늘었다. 이용률은 40·50대와 월소득 300만원 이상에서 과반이었지만, 차이가 가장 크고 일관된 기준은 금융자산이었다. 최저·최고 구간 간 격차는 연령 21%p, 소득 20%p, 금융자산 31%p였고, 금융자산은 규모가 클수록 단계적으로 높아졌다. 증권앱의 생활필수화가 연령이나 소득보다 보유 자산 규모와 더 밀접하게 맞물려 있음을 보여준다.

○ 증권사에 더 중요한 것은 자산이 큰 고객이 반드시 한 증권앱에 집중하지 않는다는 점이다. 금융자산 5억원 이상 확보고객은 평균 2개 증권앱을 생활필수 수준으로 함께 쓰고 있었다. 결국 고자산 고객 경쟁은 한 번 고객으로 확보하는 데서 끝나지 않는다. 여러 증권앱을 이용하는 고객에게 자사 앱이 투자·자산관리의 핵심 접점으로 얼마나 선택받느냐의 경쟁에 가깝다. 고객의 금융생활에서 더 중요한 역할을 차지해야 한다는 '관계의 깊이' 경쟁(참고. 1인당 '생활필수앱' 7개 도달…토스 정체 속 네이버·카카오 약진 2026-11-19)이 증권 권역에서는 더욱 선명하게 나타난 셈이다.

---

다음 편(3편)에서는 개별 앱을 넘어 은행이 확보한 고객관계가 같은 금융그룹의 카드·결제·증권 서비스까지 얼마나 확장되고 있는지 살펴봅니다. 한 앱에서 시작된 생활필수 관계가 여러 계열서비스로 넓어지는 과정과 그룹 내 고객결집의 의미를 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 |