

기관 컨슈머인사이트
문의 이정현 상무이메일 leejh@consumerinsight.kr
연락처 02) 6004-7680

증권 앱, 휴대폰 속에서 초경합 경쟁

컨슈머인사이트, (주)레 금융 플랫폼 기획조사

1. 증권 앱, 10명 중 4명이 '생활 필수 앱'으로 이용
2. 8월 소비자 '생활 필수 앱' 1위는 M-able(KB증권)
3. 상위 5개 앱이 근소한 차이로 1위권 형성
4. 확보고객(생활 필수) 순위는 앱 설치자 순위와 달라
5. 영웅문s(키움)이 설치자 대비 확보고객 비율 높아 긍정적

(주)레 금융 플랫폼 기획조사 개요

- 조사기간 : 매주 월요일~목요일(4일간)
- 조사방법 : 이메일/모바일 조사
- 조사대상 : 전국 20~69세 성인
- 조사표본 : 매주 500명 이상
- 표본 프레임 : 약 86만명의 비편향 패널(Unbiased Panel)
- 표본추출
 - 1단계 : 성·연령·지역별 표본수 할당
 - 2단계 : 표본 프레임에서 성·연령·지역별 할당 표본수 무작위 추출

컨슈머인사이트는 대규모 온라인패널을 통해 금융, 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 수집된 서베이 데이터는 금융·통신 등 다양한 빅데이터와 융복합 연계하여 각 데이터의 한계점을 넘어서는 새로운 개념의 데이터를 제공하고 있습니다.

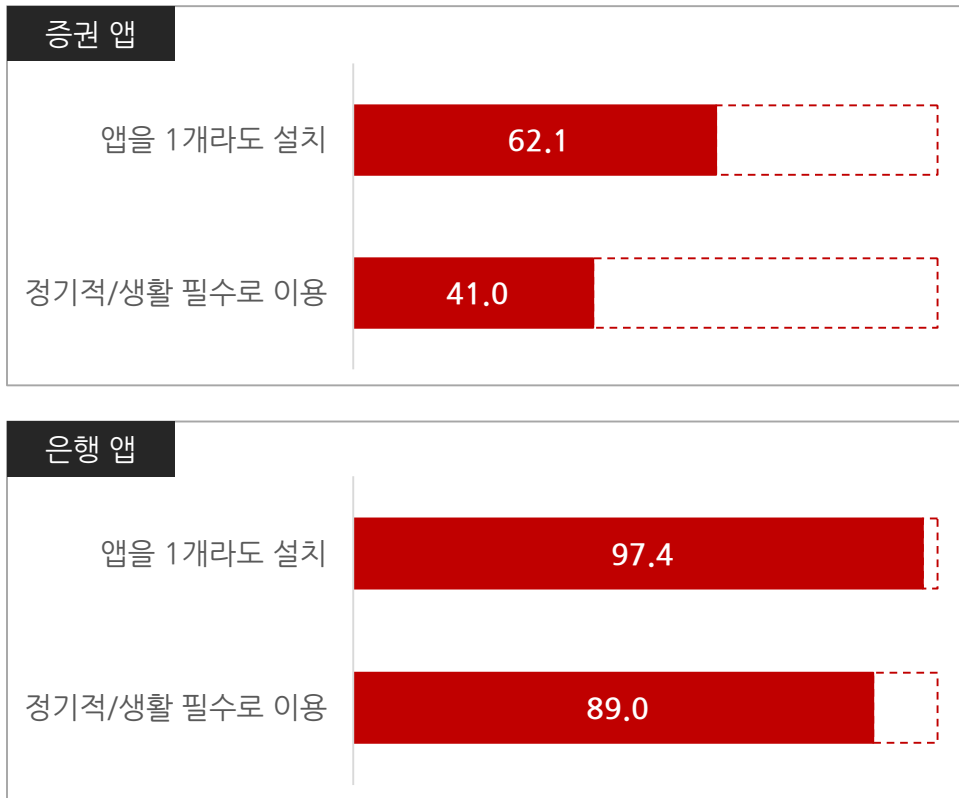
특히 최근에는 100% 모바일 기반으로 전국민 표본 대표성을 가진 조사 플랫폼 '국대패널'을 론칭하고 조사업계 누구나 사용할 수 있도록 개방했습니다.

1. 증권 앱, 10명 중 4명이 '정기적/생활 필수'로 이용

- 증권 앱을 1개라도 설치한 소비자는 10명 중 6명(62.1%)으로 은행 앱에 비해 현저히 적음
(총 2,549명, 8월 매주 500명 이상 조사)
- 정기적/생활 필수로 증권 앱을 이용하는 소비자는 41.0%로 은행 앱에 비해서는 절반 이하임

[그림1] 증권 앱 이용현황 ('22년 8월)

(Base : 전국의 만 20~69세 성인 2,549명, 단위 : %)



질문) “귀하의 휴대폰에 현재 설치되어 있는 앱은 무엇입니까? 평소 잘 이용하지 않더라도 설치가 되어 있다면, 모두 선택해 주십시오”

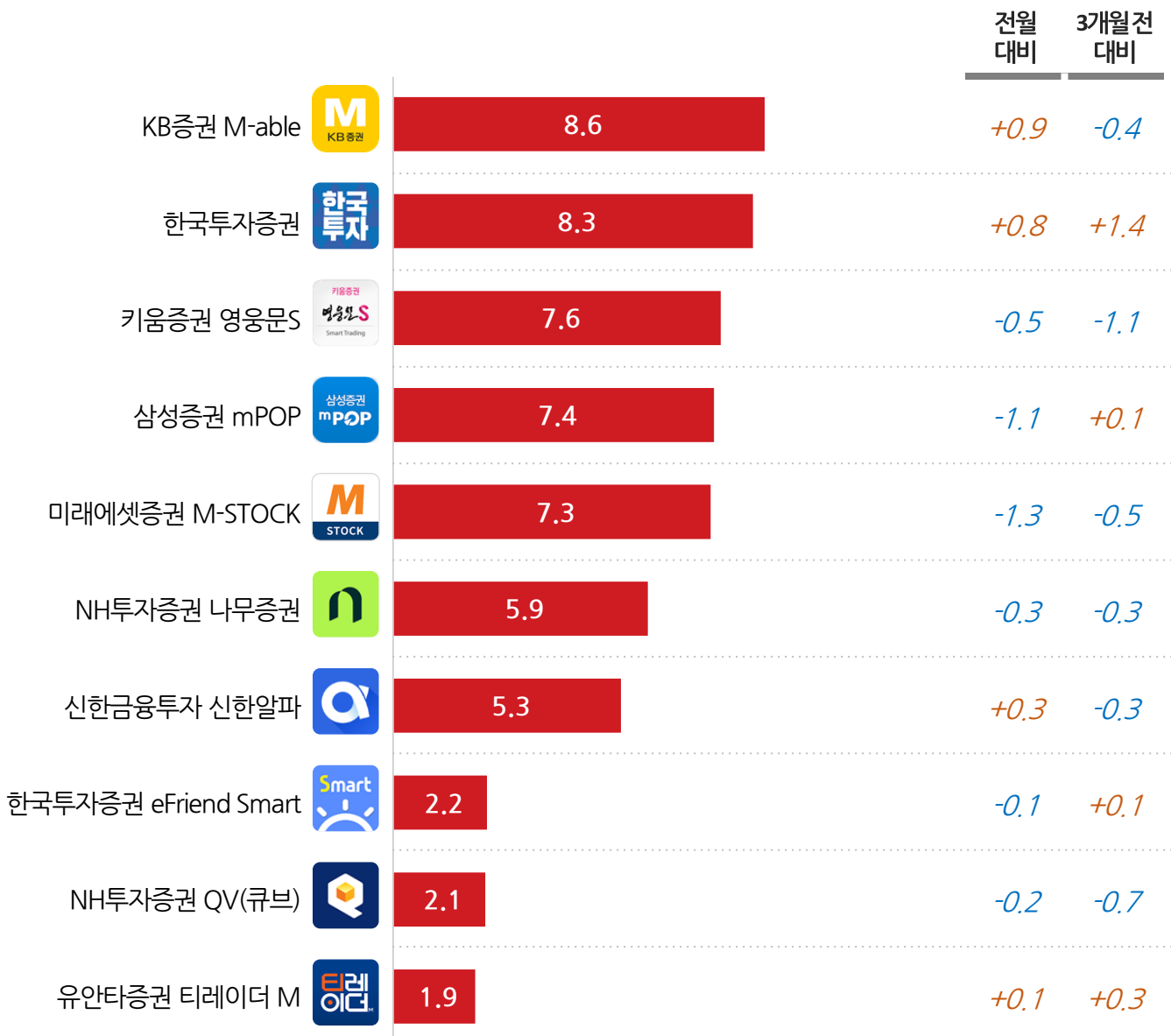
“설치된 앱 중에서 평소에 정기적으로 이용하거나 생활에 꼭 필요한 앱들은 무엇입니까? 모두 선택해 주십시오”

2. M-able(KB증권) 앱, 소비자가 꼽은 '정기적으로 쓰는 생활 필수 증권 앱' 1위

- 소비자가 선택한 '정기적/생활 필수 앱(확보고객*)'으로 1위는 M-able(KB),
그 다음으로 한국투자, 영웅문S(키움)의 순으로 나타남 (총 2,549명, 8월 매주 500명 이상 조사)
- mPOP(삼성), m.Stock(미래에셋) 를 포함한 상위 5개 앱이 근소한 차이로 1위권 형성
- 금융 소비자의 행동 특성을 반영하여 개발한 본 지표는 일반적으로 액티브 유저를 지칭하는
MAU, WAU, DAU 등 '기계적' 지표와는 구분되는 '인식적' 지표임

[그림2] 정기/생활 필수 증권 앱** ('22년 8월 조사, 상위 10개)

(Base : 전국의 만 20~69세 성인 2,549명, 단위 : 복수응답, %)



질문) “설치된 증권앱 중에서 평소에 정기적으로 이용하거나 생활에 꼭 필요한 앱들은 무엇입니까? (총 26개 앱 중에서 복수 선택)”

* 확보고객 : p. 5 ‘금융 플랫폼 기획조사’의 앱 활동성 평가 지표 참조

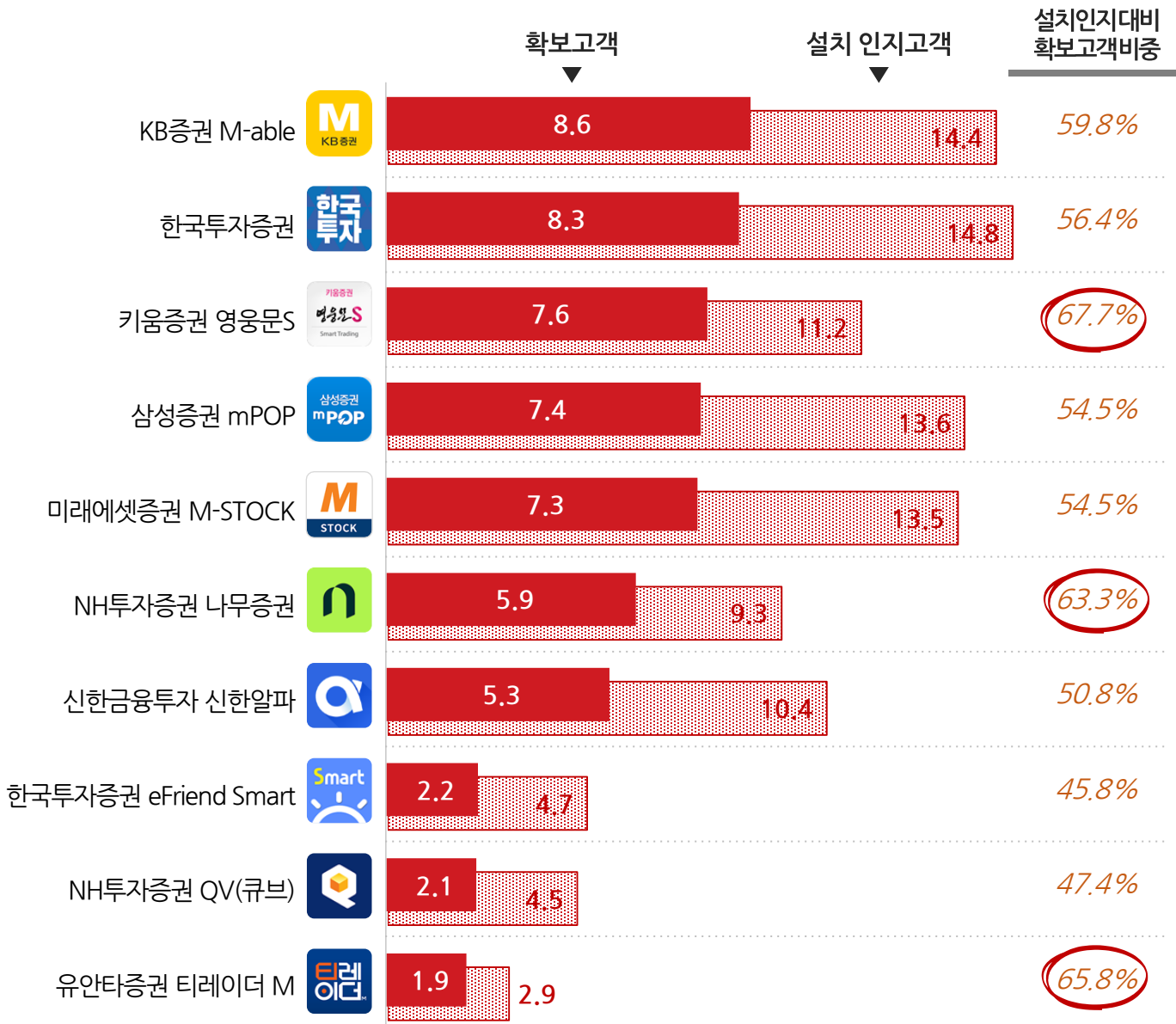
** 평가에서 다룬 26개 증권 앱에는 통합앱으로 서비스하는 카카오페이증권, 토스증권은 제외 함

3. 앱 설치자 중 확보고객 비율이 높은 1위는 영웅문S(키움)

- 앱 설치를 인지하고 있는 잠재고객(설치 인지고객)은 한국투자, M-able(KB), mPOP(삼성), M-STOCK(미래에셋) 앱이 14%내외를 기록하며 선두권을 형성하고 있음
- 확보고객 비율과 순위는 상이함
- 각 앱의 설치 인지고객 중 평균 절반 정도가 확보고객이며, 영웅문S(키움), 티레이더 M(유안타), 나무(NH투자) 앱의 설치 대비 확보고객 비중이 높은 것으로 나타남

[그림3] 설치 인지고객 vs. 확보고객('22년 8월)

(Base : 전국의 만 20~69세 성인 2,549명, 단위 : 복수응답, %)



질문) "귀하의 휴대폰에 현재 설치되어 있는 앱은 무엇입니까? 평소 잘 이용하지 않더라도 설치가 되어 있다면, 모두 선택해 주십시오"

[참고] '금융 플랫폼 기획조사'의 앱 활동성 평가 지표

고객여정단계	기존측정지표	금융플랫폼 기획조사주요지표		
유입	앱 다운로드 수	설치인지율	앱 설치를 인지하는 잠재고객	
↓	설치자	잠정고객비율	비정기적으로 이용, 삭제하지 않는 고객	
활성화	MAU	확보고객비율	정기사용 앱/생활 필수 앱으로 인식하는 고객	
↓	유지	WAU	만족도(만족비율)	앱 이용 만족 고객
↓	추천	DAU	추천고객비율	주변에 추천할 만하다는 고객
↓	재방문율			
수익화				

[기존 관리 지표의 한계(MAU, WAU 등)]

- 고객의 방문동기, 고객경험의 질적 깊이 등을 알 수 없다
- 이용 고객의 평가적 반응을 파악할 수 없다
- 금융 소비 행동 특성을 반영하지 못한다
- 1인 복수 디바이스 이용을 변별하지 못한다
- 기계적 로그 수집 대상은 전체 모집단을 대표하는 통계량을 만드는데 한계가 있다
(MAU 등 사용자수는 전수가 아닌 일부 표본에서 구한 추정치임)