

## MZ 세대 사회초년생 금융 서비스 사용자 경험 연구: 심층 인터뷰를 중심으로

권지엽 콜라보그라운드 서비스경험디자인팀<sup>1)</sup>

---

### 초록

본 연구는 사회초년생으로 자리한 MZ 세대의 자산관리 및 소비 행태 특징을 파악하여 차별화된 사용자 경험 요소를 제안하고자 하는 목적이 있다. 선행 연구를 통해 MZ 세대는 현재의 가치를 중시함과 동시에, 자산관리와 재테크를 중시하는 상반된 특징을 가지고 있는 것으로 파악되었다. 이를 바탕으로 자산관리와 소비 측면의 구체적인 행태를 파악하고자 심층 인터뷰를 진행하였다. 어피니티 다이어그램을 통해 인터뷰 응답을 분석하여 단순한 인터랙션, 균등한 소비행동 유도, 소비를 통한 보상감 충족, 실용적인 피드백으로 디자인 고려사항을 도출하였다. 제시한 디자인 요소를 반영하여 자산을 배분하고, 사용하는 과정의 금융 서비스를 디자인하여 사용성 평가를 진행하였다. 평가 결과, 자산관리와 소비 측면을 함께 고려해 직관적이고 단순한 과정으로 자산 관리를 제공하고, 목표에 맞게 소비할 수 있는 경험을 제공할 필요가 있음을 확인할 수 있었다.

---

### 키워드

MZ 세대, 금융 서비스, 정성 사용자 조사, 사용자 경험 디자인



## 1. 연구 배경 및 목적

과거 오프라인 대면을 중심으로 이루어졌던 금융 서비스는 최근 코로나 이후 말 빠르게 디지털로 전환하고 있다. 이처럼 금융 서비스가 모바일 환경을 중심으로 변화함에 따라 디지털 환경에 익숙한 밀레니얼 세대와 Z 세대가 주요 타깃으로 떠올랐다. 그러나 현 금융 서비스는 결제 간편화 및 금융 상품 추천을 중심으로 확장해 나가고 있다(유정민, 2020). 따라서, 본 연구를 통해 MZ 세대를 대상으로 하는 금융 서비스 디자인 시 고려해야 하는 차별화된 사용자 경험 요소를 제시하고자 한다. 이에 정성 리서치 방법인 심층 인터뷰를 활용, 사회초년생으로 진입하는 MZ 세대의 자산관리 행태 특징을 알아보고 이를 바탕으로 사용자 경험 요소를 제안하고자 한다.

## 2. 연구 방법

본 연구에서 진행한 방법은 다음과 같다. 먼저, 선행 연구를 탐구하여 금융에서 MZ 세대가 갖는 특징을 고찰하였다. 이후 해당 특징을 바탕으로 MZ 세대의 자산관리 행태를 알아보고자 20 세부터 35 세 사이의 사회초년생 10 명을 대상으로 심층 인터뷰를 실시하였다. 수집한 인터뷰 응답은 구조화 방법인 어피니티 다이어그램을 활용해 분석하여 행태 특성을 도출하고, 이를 바탕으로 디자인 시 고려해야 하는 사용자 경험 요소를 정리하여 디자인을 제시하였다.

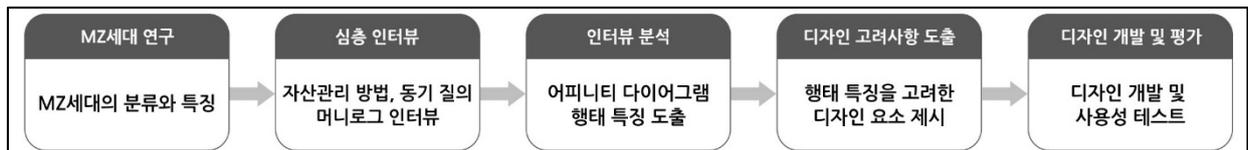


그림 1 연구방법 프로세스

## 3. MZ 세대의 분류와 특징

최근 소비시장의 주역으로 떠오른 MZ 세대는 밀레니얼 세대와 Z 세대를 통칭하는 용어이다. 밀레니얼 (Millennials)은 William Strauss 의 저서에서 처음 등장한 용어로, 21 세기를 맞아 새로이 출생한 세대를 의미하며 Z 세대의 경우 밀레니얼 세대와 구분하기 위해 등장한 세대이다. MZ 세대를 구분하는 정확한 기준은 없으나, 선행 연구를 고찰한 결과 밀레니얼 세대는 1980 년대 초반부터 1990 년대 중반 출생자로, Z 세대는 1990 년대 중반부터 2000 년대 초반 출생자로 정의함을 알 수 있다(유정민, 2020). 이를 참고하여 본 연구에서도

MZ 세대를 1980 년생부터 2000 년 출생자로 정의하였다.

MZ 세대는 어린 시절 IMF 와 외환위기를 간접적으로 경험하며 현재의 가치를 중시하는 의사결정 모습을 보인다. 그러나 이는 단순히 무계획적으로 소비하는 율로족과는 차이를 가진다. 저성장 시대와 더불어 코로나 19 로 안정적인 삶을 기대하기 더욱 어려워지자 밀레니얼 세대는 자산관리와 재테크에 높은 관심을 보이고 있으며, 특히 경제 호황기를 경험하지 못한 Z 세대는 돈에 민감하게 반응하고 실용적으로 행동한다(유정민, 2020). MZ 세대 모두 저성장 시대를 경험하며 현재의 삶과 행복에 투자하고자 하는 동시에, 안정적인 삶을 기대할 수 없게 되면서 자산관리에 높은 관심을 갖는 상반된 측면의 욕구를 가지고 있다. 따라서 본 연구에서는 상반된 욕구를 해결할 수 있는 MZ 세대 금융 서비스 디자인에 필요한 사용자 경험 요소를 제시하고자 한다. 이에 배경 연구를 통해 살펴본 두 측면의 특징을 바탕으로, 심층 인터뷰를 통해 MZ 세대 사회초년생의 자산관리와 소비 행태를 구체적으로 파악하였다.

#### 4. 심층 인터뷰

심층 인터뷰는 응답자의 태도나, 응답자가 알고 있고 표현하기 쉬운 명시적인 지식을 얻기에 적합한 방법이다(정미현, 구유리, 2021). 사람들은 의지와 동기를 가지고 자산관리 방법을 선택하므로, 대상자의 설명을 통해 자산관리 방법과 선택 동기를 파악하고자 했다. 또한 모바일 서비스와 가계부 기록을 바탕으로 자산관리 방법과 문제점을 파악하였다. 인터뷰 대상은 사회초년생의 대상으로 한 금융 연구(한지형, 2013)와 사회초년생의 구체적인 기준을 제시하고 있는 행복주택의 입주요건을 참고하여 본 연구에서는 MZ 세대에 속하는 연령대인 1980 년생에서 2000 년생 중, 5 년 이하의 기간 동안 근로하며 매월 근로소득이 발생하는 자를 대상으로 하였다. 정성 인터뷰에서 6-12 명을 인터뷰했을 때 새로운 발견점이 없는 포화 상태에 도달할 수 있음을 제시하는데(Namey, 2017) 이를 참고하여 본 연구에서는 표 1 과 같은 참여자 10 명을 대상으로 인터뷰를 진행하였다.

##### 4.1. 인터뷰 방법과 내용

MZ 세대가 가지는 자산관리와 소비 측면의 상반된 특징이 어떠한 행태로 드러나는지 알아보하고자 '자산관리'와 '소비' 두 측면으로 나누어 인터뷰를 구성하였다. 전반적인 자산관리 행태를 알아보하고자 자산관리 방법, 선택한 방법의 문제점을 질의하였다. 이후 소비 행태를 파악하기 위해 지난 1 주에서 2 주간 사이의 수입-지출 내역을 공유하여 응답하는 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰는 1 시간가량 화상 프로그램을 이용해 1:1 온라인 인터뷰로 진행하였으며, 인터뷰 분석을 위해 전 과정을 녹취하였다.

표 1 인터뷰 참여자 프로필

| 참여자 | 나이 | 직종·분야 | 근로 기간 |
|-----|----|-------|-------|
| P01 | 28 | 법무    | 13 개월 |
| P02 | 27 | 법무    | 9 개월  |
| P03 | 29 | 의료    | 36 개월 |
| P04 | 25 | 회계    | 4 개월  |
| P05 | 30 | 방송    | 5 개월  |
| P06 | 28 | IT    | 30 개월 |
| P07 | 25 | 전기 장비 | 7 개월  |
| P08 | 29 | IT    | 24 개월 |
| P09 | 23 | 의료    | 8 개월  |
| P10 | 24 | 언론    | 4 개월  |

표 2 심층 인터뷰 질문

| 질문 영역        | 문항                                                                                            |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 자산관리         | 소득이 들어온 후, 필요한 돈을 어떻게 분배해 관리하십니까?                                                             |
|              | 해당 방법에 대해 스스로 어떻게 평가하십니까? 그 이유는 무엇입니까?                                                        |
|              | 돈을 관리하는 것에 있어 아쉽거나 고민이 되는 것이 있다면 무엇입니까?                                                       |
| 소비           | 평소 본인의 소비 습관에 대해 스스로 어떻게 평가하십니까? 그 이유는 무엇입니까?                                                 |
|              | 지난 2 주간의 수입-지출 내역을 공유하여 시간 순서대로 어떤 항목인지, 상황과 함께 설명 후 해당 내역을 5 점 척도로 만족도를 평가하고 그 이유를 설명해 주십시오. |
|              | 수입-지출 내역을 돌아보기 전에는 몰랐던 점이나 새롭게 느낀 점이 있습니까? 있다면 무엇입니까?                                         |
| 사회초년생 시기적 특징 | 학생 시기와 현재의 돈 관리 방법을 비교했을 때, 다른 점은 무엇입니까?                                                      |

## 4.2. 인터뷰 결과 분석

심층 인터뷰의 내용을 녹취하여 문서화한 후, 어피니티 다이어그램을 활용해 분석하여 행태 특징과 문제점을 파악하였다. 정성 데이터 분석 방법인 어피니티 다이어그램은 유사한 내용을 그룹핑하여 공통된 패턴을 찾을 수 있는 분석 방법이다. 이러한 구조화 방법은 디자인 기준을 형성하는데 적합한 방법으로 (진보필, 이견표, 2012), 본 연구에서는 구조화 방법을 활용한 행태 분석을 통해 MZ 세대 금융서비스 디자인에 필요한 사용자 경험 요소를 제시하고자 한다. 기록한 인터뷰 응답은 아래 그림 2 와 같이 그 유사성과 관계성을 고려하여 3 단계에 걸쳐 그룹핑하였다.

1 차 그룹핑은 응답의 정확한 의미 구분을 위해 행동, 동기, 인식한 문제점으로 인터뷰 응답을 구분하였다. 이후 1 차 그룹핑을 바탕으로 2 차 그룹핑을 진행하여, 저축이나 지출을 위해 목적에 맞게 금융 자산을 분배하는 ‘자산관리’ 측면과 분배한 예산을 사용하고 소비를 관리하는 ‘소비’ 두 측면으로 나누어 응답을 그룹핑하였다. 마지막으로 1, 2 차 그룹핑을 통해 자산관리와 소비 두 측면에서 행동, 동기, 문제점으로 묶은 각 그룹 사이의

상관관계를 고려해 총 5 개의 행태 특징을 도출하였다.

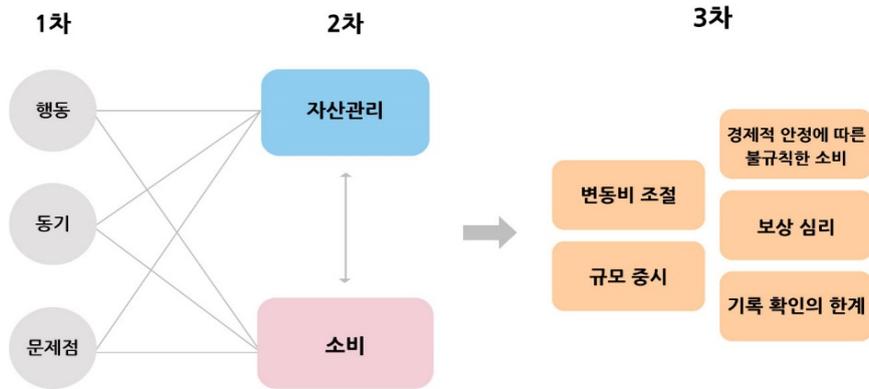


그림 2 데이터 그룹핑 과정

첫 번째로, 자산관리 측면에서는 “주거비나 월세는 어차피 한 달에 고정적으로 빠지는 비용이니까 먹는 거나, 안 써도 되는 돈을 쓴 것은 좀 줄이고 싶다.” - P01, P03, P04... (10 명 중 7 명) 에서 생활에 쓰이는 변동비 조절을 중시하는 경향을 확인할 수 있었다. 주거비, 보험료, 대출금 등 일정 금액이 고정적으로 발생하는 고정비의 경우 환경적인 요인에 따라 금액의 규모가 고정되어 잘 변하지 않기 때문에 개인의 의지에 따라 당장 달라질 수 있는 변동비를 자산관리의 주요 대상으로 생각했다.

두 번째로, 개인의 의지로 달라지는 변동비를 관리하는 데에 있어서 ‘어디에’보다는, ‘얼마나’ 사용할지에 집중하여 계획을 세우고 사용한 금액의 규모를 확인하는 경향을 알 수 있었다. 특히 “고정비를 제하고 남은 돈 안에서 쓰려고 한다. 너무 타이트하게 항목별로 관리하면 스트레스 받을 것 같다.” -P05, P06, P10 에서 규모가 아닌 분야에 집중하여 항목별 금액을 세부적으로 설정해 관리하는 것에는 스트레스와 번거로움을 느끼는 경향을 알 수 있었다.

세 번째로, 소비 측면에 있어서 규칙적인 수입을 통한 경제적 안정감으로 인해 예산을 불규칙하게 사용하고, 계획한 예산을 초과하는 경향을 보였다. “예산치 못한 지출일 때, 비상금 통장에 있는 돈을 자꾸 사용하고 결국 생활비가 커진다.” -P05, P06, P07 와 같이 저축한 돈을 편입해 사용하면서 설정한 예산을 초과하게 되는 것을 확인할 수 있었다.

네 번째로, “월급날에 작은 사치 정도는 할 수 있다고 생각한다. 사회초년생이 된 거니까 그동안 고생한 나를 위해 좀 쓰고 싶기도 하다.” - P04, P05, P10... (10 명 중 6 명) 와 같이 사회생활을 시작한 후 자신의 고생에 보상하기 위해 소비하고자 하는 경향을 보였다. 평소 지출 관리의 필요성을 느낀 분야에 사용하더라도, 보상의 이유로 사용한 경우에는 이를 문제 삼지 않고 당연하게 사용할 수 있는 지출이라고 생각하기도 했다.

다섯 번째로, “관리를 위해 엑셀로 가계부를 쓰거나, 은행 앱의 소비 내역을 보지만 결국 변하지 않는다. 그냥 돈을 많이 썼구나 하고 끝이다.” - P08, P09, P10... (10 명 중 6 명) 와 같이 가계부나 은행 앱 내역을 통해 수입-지출 내역을 확인하며 소비를 관리하고 있었지만, 근본적인 행동 변화까지 이어지지 못하는 것을 확인할

수 있었다. 또한 지난 지출 기록하고 확인하는 과정에서 자신의 문제점을 마주하는 것이 부정적인 감정을 유발하기도 했다.

## 5. 디자인 고려사항

앞선 행태 특징 분석 결과를 바탕으로 그림 3 과 같이 자산관리, 소비, 피드백 세 측면으로 디자인 고려사항을 정리할 수 있었다.

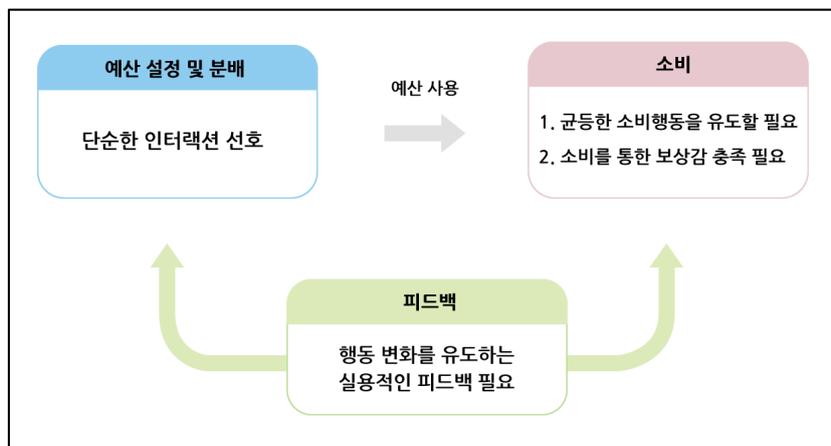


그림 3 디자인 고려사항 관계도

첫째, 예산을 설정하여 분배하는 자산관리 측면에 있어서는 세부적이고 복잡한 과정보다 단순한 인터랙션이 필요한 것으로 분석되었다. 근로소득이 발생함에 따라 저축, 투자, 소비에 필요한 자산을 분배하여 관리하고 있었다. 특히 생활에 필요한 변동비를 관리의 대상으로 생각했지만, 세부적인 예산을 설정하는 것에는 피로감을 느끼고, 전체적인 사용 금액 규모를 설정하고 파악하는 것을 중시했다. 따라서 규모를 중심으로 단순화 한 사용자 경험이 요구됨을 알 수 있다. 따라서 자산관리의 주요 대상이 되는 변동비의 경우 항목별, 용도별 구체적 금액을 설정하기보다는 전체 금액을 중심으로 단순화하여 제시하는 것이 필요하다.

둘째, 소비 측면 있어 균등한 소비 행동을 유도하는 것이 필요한 것으로 나타났다. 사회초년생의 경우 안정적인 수입과 함께 저축을 통한 여유자금이 발생함에 따라 다음 달 수입과 저축 금액에 의존하여 예산을 불규칙하게 지출하고, 계획한 예산을 지키지 못하는 경향을 보였다. 따라서, 외부 요인에 영향을 받지 않고 균등하게 소비하도록 유도하는 것이 필요하다.

셋째, 소비를 통해 보상감을 충족할 수 있는 경험을 제공할 필요가 있는 것으로 나타났다. 특히 사회초년생의 경우 급여일, 주말과 같은 시기에 지난 기간 동안 고생한 스스로를 위해 소비하고자 하는 보상심리를 찾아볼 수 있었다. 따라서 사용자가 보상으로 인지할 수 있는 소비 경험을 제공할 필요가 있다.

셋째, 행동 변화를 유도할 수 있는 실용적인 피드백 방식이 필요하다. 소비 관리를 위해 지난 지출 내역이나, 금융 서비스의 통계 리포트 기능을 활용해 문제점을 인식하더라도 행동 변화로 이어지지 못했으며, 자신의 문제점을 반복적으로 확인하는 것에 부정적인 감정을 느끼기도 했다. 따라서 단순한 기록 제시의 소극적인 피드백이 아닌, 자신의 문제를 인식한 후 행동 변화를 유도할 수 있는 실용적인 피드백 방법을 고려해야 한다.

## 6. 디자인 개발

도출한 사용자 경험 요소를 반영하여 금융 서비스 디자인을 제안하고자 한다. 앞서 자산을 분배하고 관리하는 자산관리 측면과 소비 측면으로 나누어 행태 특징을 구분하였다. 이를 바탕으로 사용자가 자신의 금융자산을 목적에 맞게 분배하고, 설정한 예산에 맞추어 모바일 결제가 이루어지는 금융 서비스 디자인을 개발하였다.

기존 금융 서비스에서는 소비 및 결제는페이 서비스에서, 자산 조회 및 예산 설정은 가계부 서비스에서 제공하고 있다. 이 경우 앞선 인터뷰 분석 결과에 따르면 자산관리와 소비가 다른 금융 서비스에서 이루어져 소비 후 지출 내역을 조회하거나, 설정한 예산을 지키지 못하게 되는 문제가 발생하였다. 따라서 자산관리 목표가 소비 행동으로 이어질 수 있도록 사용자의 예산과 목표에 맞추어 모바일 페이가 가능한 금융 서비스를 디자인하였다.

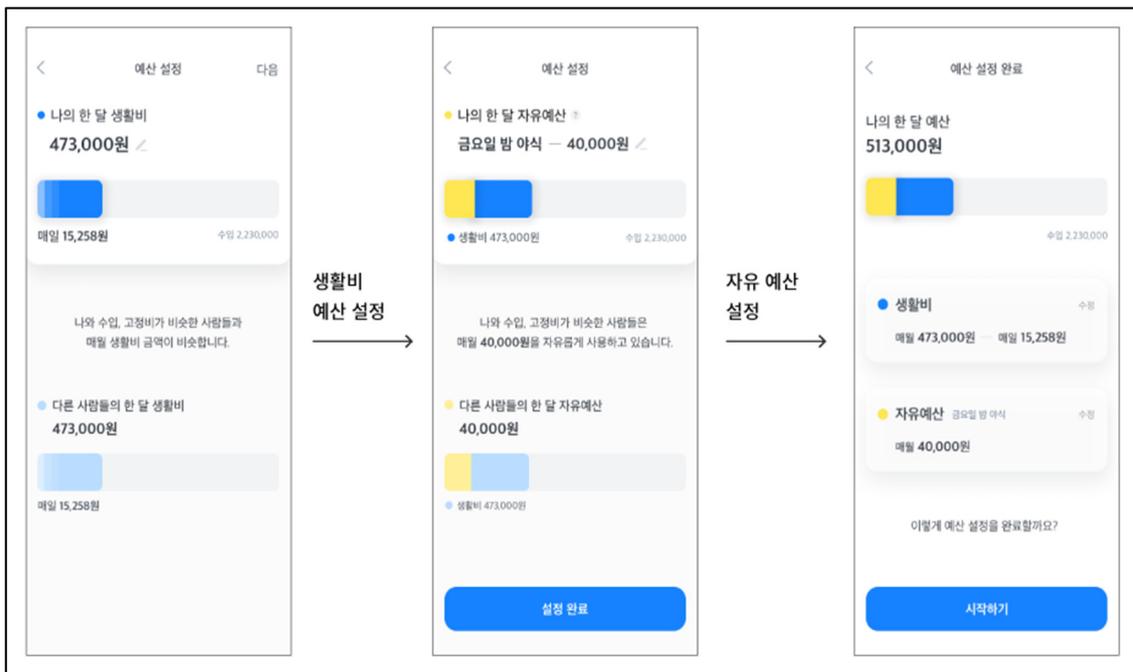


그림 4 예산 설정 화면 디자인

먼저, 자산관리에 있어 사람들은 자산 관리의 주요 대상인 변동비를 세부적으로 분배하고 관리하는 것에 피로감을 느꼈다. 따라서 그림 4와 같이 생활비와 자유 예산으로 분리하여 일상적인 예산과 자신의 만족에 자유롭게 사용할 수 있는 금액만을 설정하도록 단순한 인터랙션을 제공하였다. 사용자의 금융 데이터를 분석하여 월 평균 수입 지출과 더불어 예금, 적금 등 금융 자산을 총체적으로 파악한 후 비교적 조절하기 쉬운 변동비 예산을 설정하도록 한다. 적절한 예산 설정을 위해, 자신과 수입과 고정비의 규모가 유사한 사람들의 각 예산 평균 금액을 제시하여 금액 설정에 참고할 수 있는 피드백을 제공한다. 나아가 월수입 대비 고정비의 항목과 비중을 제시하여 저축 및 투자의 규모를 조절하거나 주거비 등의 고정비를 조절하도록 제시할 수 있을 것이다.

그림 5와 같이 소비 측면에 있어서는 경제적 안정감으로 인해 예산을 불규칙적으로 초과해 사용하지 않도록 설정한 예산을 매일의 생활비 금액으로 제시하였다. 이와 함께 결제 직전 결제할 금액을 사용하는 경우 오늘의 잔여 예산을 시각적으로 제시하였다. 최근 카카오페이, 페이코, 신한플레이 등의 금융 서비스에서 오픈뱅킹을 도입함에 따라 자산 조회, 결제가 하나의 서비스로 가능해졌다. 이를 고려했을 때, 수입 지출 내역을 고려하여 자신의 예산을 설정하고 이에 맞추어 결제할 수 있도록 하는 통합 금융 서비스를 고려해볼 수 있을 것이다.

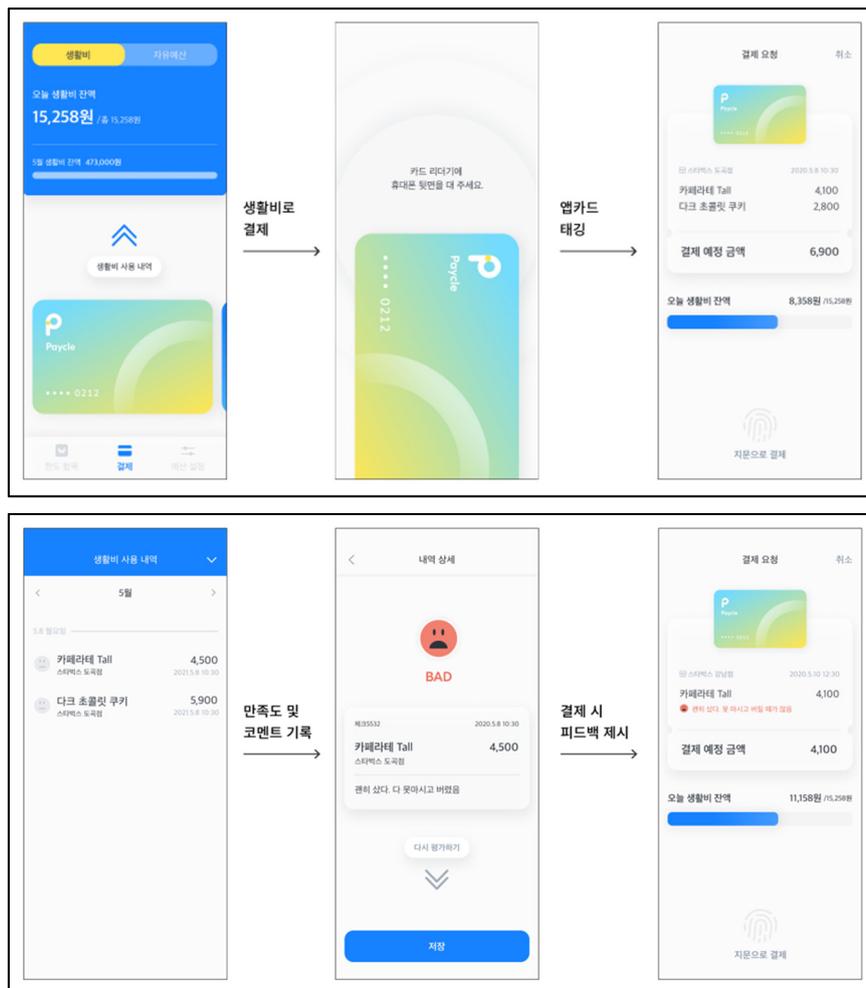


그림 5 생활비 사용 후 기록 화면 디자인

결제 후에는 지출 항목에 만족도와 코멘트를 기록하고, 추후 같은 분류의 항목을 결제하려고 할 때에 이전 기록을 제시해 행동 단계에서 피드백을 제공하도록 하였다. 현재 모바일 전자 영수증 발행 시 구입한 제품 및 서비스명과 단가 데이터를 암호화하여 전송하는 방식을 참고했을 때(김수형, 진승헌, 2013) 제품과 가격 데이터를 활용하여 결제 전 사용자에게 사전 정보를 제공할 수 있으리라 생각된다. 따라서 상황에 맞는 실용적인 피드백을 통해 행동 변화를 유도할 수 있도록 하였다. 이렇듯 설정한 예산에 따라 결제 단계에서 잔여 예산을 확인하고, 과거 피드백을 확인하여 자산관리 목표를 소비 단계에서 실천할 수 있도록 하였다.

그림 6은 생활비와 분리한 자유 예산을 사용하고 기록하는 과정의 화면 디자인이다. 보상감 충족을 위해 자신의 행복과 만족감을 위해 사용하고자 하는 경우, 예산 설정 단계에서 생활비와 분리하여 분배한 자유 예산을 선택해 사용하도록 제시하였다. 자유 예산을 사용해 결제한 내역들은 사진으로 남길 수 있도록 하여 이후 기록을 확인하여 보상감을 충족할 수 있도록 했다.



그림 6 자유예산 사용 화면 디자인

## 7. 디자인 평가 및 프로세스

도출한 사용자 경험 요소를 고려해 개발한 디자인이 MZ 세대 사회초년생들의 자산관리와 소비 과정에 효율성이 있는지 검증하기 위해 인터랙티브 프로토타입을 제작하여 사용성 테스트를 진행하였다. Nielsen (2012)에 따르면 5 명을 대상으로 사용성 테스트를 진행할 때 전체 발견점의 85 %를 발견할 수 있음을 제시하는데, 이를 참고하여 MZ 세대 사회초년생에 해당하는 5 명을 대상으로 사용성 테스트를 진행하였다. 테스트는 약 40 분간 온라인 화상으로 진행하여 참여자에게 과업을 제시하고 인터랙티브 프로토타입을 사용하는 과정을 관찰하였다.

테스트는 사전 인터뷰, 과업 수행, 후속 인터뷰의 과정으로 진행하였다. 예산을 설정하고 소비하는 과정으로

설계한 시나리오에 따라, 아래 표와 같이 총 6 개의 과업을 제시하였다. 이와 함께 각 단계별로 성공률과 만족도를 평가하였다. 성공률의 경우, 주어진 과업을 오류 없이 완료했는지 여부에 따라 과업을 완료하지 못한 경우 0 점, 과업을 완료하였으나 수행을 방해하는 오류가 발생한 경우 0.5 점, 오류 없이 과업을 완료한 경우 1 점으로 평가하였다. 만족도의 경우, 참여자의 평소 자산관리 및 소비 과정과 비교하여 각 과정을 10 점 척도로 평가하도록 하였다. 마지막으로 기존 금융 서비스나 자산관리 방법과 개발한 디자인을 비교하여 전반적인 만족도를 10 점 척도로 평가하고, 개선점을 질의하였다.

표 3 사용성 평가 과업

| No. | Task               | 내용                                                                                                         |
|-----|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | 예산 설정              | 평소 매월 예산을 많이 쓰고 있다는 생각에 생활비 예산을 줄이고 싶습니다. 하지만 매월 일정 금액은 마음대로 쓰고 싶습니다. 이 두가지를 목표로 하여 앱을 사용하도록 사전 설정을 진행하세요. |
| 2   | 생활비 사용             | 점심을 먹은 후, 카페에 들어가 음료를 주문하였습니다. 설치한 서비스로 커피값을 지불합니다.                                                        |
| 3   | 소비 내역 평가           | 구입한 음료를 다 먹지 못하고 버리게 되었습니다. 총동적으로 구입 후 후회하는 경우가 있어, 기록을 남겨 스스로에게 충고하고자 합니다.                                |
| 4   | 과거 평가 확인 후, 생활비 사용 | 다음 날, 편의점에서 간식과 커피를 골라 결제하려고 합니다. 고른 물건을 그대로 구입할지, 혹은 수정할지 결정한 후 값을 지불하세요.                                 |
| 5   | 자유예산 사용            | 금요일 저녁으로 먹을 음식 주문 후, 결제해야 합니다. 하지만 생활비를 초과해 사용하고 싶지는 않습니다. 해당 서비스로 음식값을 지불하세요.                             |
| 6   | 자유예산 사용 내역 기록      | 금요일 저녁으로 먹은 식사에 만족감이 들었습니다. 나를 위해 사용한 이 순간을 기념하세요.                                                         |

### 7.1. 디자인 평가 결과

디자인 전반의 만족도를 10 점 척도로 평가한 결과, 평균 7.9 점의 만족도를 보였다. 자산관리 측면에서는 생활비와 자유롭게 사용할 예산으로 단순화하여 설정함으로써, 목적에 맞게 설정한 금액을 사용하는데 도움이 되리라는 평가를 확인할 수 있었다. 하지만 비교적 낮은 성공률을 보였는데, 참여자들은 실제 자신들이 예산을 나누는 방법과 달라 서비스에서 예산이 어떻게 구성되어 있는지 파악하기 어려워했다. 따라서 서비스의 전체적인 예산 구성을 먼저 제시한 뒤, 설정하는 등 예산이 어떻게 구성되어 있는지 명확히 인지할 수 있도록 해야 한다. 생활비를 사용 후 소비 내역을 평가하는 과정은 9.4 점의 만족도로 전체 디자인에서 가장 높은 만족도와 성공률을 보였다. 테스트 결과 자산관리와 소비를 분리하여 제공하는 기존 금융 서비스와 달리, 자산관리와 소비를 함께 고려한 경험을 제공하는 것이 MZ 세대 사회초년생들에게 효과적임을 확인할 수 있었다.

표 4 디자인 성과 결과

| 구분   | Task               | 성공률* | 만족도** | 사용자 평가                                                                                                                                               |
|------|--------------------|------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 자산관리 | 예산 설정              | 0.6  | 7.4   | “자산과 지출 관리를 위해 예산을 설정하는 목적이 뚜렷하고 과정이 단순해서 만족스러웠던 것 같아요.”<br><br>“수기 가계부를 쓸 때에는 자유롭게 사용할 예산 이런 것을 설정하지 않았었는데 이렇게 분리해서 설정하면 비상금에서 꺼내 쓰는 일이 줄어들 것 같아요.” |
|      | 생활비 사용             | 0.9  | 9.4   | “생활비를 쓰다 보면 그 금액을 쉽게 넘겨 사용하는 경우가 많았는데, 결제 시에 오늘 생활비가 얼마나 남았는지 보면 자각할 수 있기 때문에 그래프로 보여주는 것이 좋았어요.”                                                    |
| 소비   | 소비 내역 평가           | 1    |       | “특히 코멘트를 작성하는 것이 마음에 들어요. 총동적으로 쓸 때가 있어서 이런 것을 기록해 두면 도움이 될 것 같습니다.”                                                                                 |
|      | 과거 평가 확인 후, 생활비 사용 | 1    | 8.8   | “계산대에 가져가서 나쁜 코멘트가 보이면 빼 버릴까 하고 생각할 것 같은”<br><br>“일반 페이는 빠르게 결제가 가능하지만 그만큼 돈을 쉽게 쓴다는 생각이거든요. 다시 한번 생각할 수 있다는 점이 좋네요.”                                |
|      | 자유예산 사용            | 0.6  | 8.2   | “자유 예산을 설정해 두면 금액이 큰 비상금 통장에 비해 줄어드는 금액이 눈에 띄고, 제한이 있기 때문에 돈을 덜 쓰게 될 것 같아요.”                                                                         |
|      | 자유예산 사용 내역 기록      | 1    |       | “내가 만족감을 느낄 수 있는 곳에, 내 계획대로 사용한다는 점에서 긍정적인 감정을 느끼기에 좋은 것 같아요.”                                                                                       |
| 전체   |                    |      | 7.9   | “자산관리에서 소비 통제가 중요한데, 너무 빡빡하게 통제하는 것이 아니고 소비할 수 있는 여지가 있어서 좋은 것 같아요.”<br><br>“페이가 같이 가능하니 자산관리가 따로 있는 서비스 보다 자주 보게 될 것 같아요”                           |

\* 0 점 - 과업을 완료하지 못함, 0.5 점 - 과업을 완료했으나 오류 발생, 1 점 - 오류 없이 과업을 완료함.

\*\* 최하 1 점에서 최대 10 점으로 만족도 평가

## 8. 결론

본 연구는 사회초년생으로 진입하는 MZ 세대를 대상으로 한 금융 서비스 디자인에 필요한 사용자 경험 디자인 요소를 제시하고자 하였다. 먼저, 선행 연구를 통해 MZ 세대가 계획적으로 자산을 관리하고자 하는 욕구와 현재의 만족감을 위해 소비하고자 하는 상반된 욕구를 가진다는 것을 확인할 수 있었다. 이후 심층 인터뷰를 진행하여 응답을 분석한 결과 예산 설정을 통한 자산관리, 소비, 피드백 세 측면으로 행태 특징을 정리할 수 있었다. 도출한 행태 특징을 고려해 자산관리 측면의 ‘단순한 인터랙션’, 소비 측면의 ‘일관된 행동 유도’와 ‘보상감 충족’, 피드백 측면의 ‘실용적인 피드백’으로 디자인 고려사항을 제시하였다. 이를 바탕으로 예산을 설정하고 사용하는 과정의 금융 서비스 디자인을 개발하였고, 사용성 평가를 통해 효용성을 검증하고자 했다. 평가 결과, 목적에 따라 예산을 설정하는 과정이 명확하고 단순함과 동시에 소비의 여지를 남겨두는 것에

높은 만족도를 보였다. 또한 소비 과정에서 실용적인 피드백을 제시하여 행동 변화를 유도할 수 있다는 점에서 MZ 세대의 자산관리와 소비 행동에 효과적으로 적용할 수 있음을 확인할 수 있었다. 따라서 MZ 세대 사회초년생을 위한 금융 서비스를 디자인하는 것에 있어서 자산관리와 소비 측면을 함께 고려해 직관적이고 단순한 과정으로 자산 관리를 제공하고, 목표에 맞게 소비할 수 있는 경험을 함께 제공할 필요가 있다.

본 연구에서 자산관리 성향이나 앱 서비스 사용 능숙도와 같이 자산관리 행동에 영향을 미칠 수 있는 요소의 상관관계를 고려하지 못했다. 또한 보유한 금융자산을 목적에 맞게 분배하고 지출을 관리하는 측면만을 다루어, 자산을 운용하는 측면은 다루지 못하였다. 디자인한 서비스의 경우, 유사 서비스 사례에 비추어 기술적인 실현 가능성을 제시했다는 한계점이 존재한다. 그러나 최근 금융 서비스에서 인공지능, 마이데이터 등을 적극적으로 활용함에 따라 개인화된 금융 서비스가 등장하고 있다. 따라서 본 연구를 통해 가치분소득 관리 및 소비 관리에 더불어 주식, 보험 등을 포함한 총체적인 MZ 세대 금융 서비스 개발과 연구로 이어질 것을 기대한다.

---

## 참고문헌

- 김수형, 진승헌 (2013). 모바일 전자 영수증 규격. TTA 저널, 146, 57-60.
- 유정민 (2020). MZ 세대 모바일 금융 서비스 기능에 대한 효용 분류: 카노모델을 중심으로. 국민대학교 대학원 석사학위논문.
- 정미현, 구유리 (2021). 포스트 코로나 시대, 비대면 온라인 인터뷰 방식의 진화방향 연구. 한국 HCI 학회 학술대회 발표 논문집, 20-26.
- 진보필, 이진표 (2012). 디자인 컨셉 개발을 위한 정성적 사용자 조사 데이터 해석 방법의 비교: 구조화와 탈구조화 방식을 중심으로. Archives of Design Research, 25(1), 1-12.
- 한지형 (2013). 사회초년생의 금융사회화와 그 영향에 관한 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- Namey, E. (2017, April 25). Riddle me this: How many interviews (or focus groups) are enough?. Research for Evidence. <https://researchforevidence.fhi360.org/riddle-me-this-how-many-interviews-or-focus-groups-are-enough>
- Nielsen, J. (2012, June 3). How Many Test Users in a Usability Study? Nielsen Norman Group. <https://www.nngroup.com/articles/how-many-test-users/>

## User Experience Research via In-Depth Interviews on Financial Services for Career-Beginners in the MZ Generation

JEEYEAP KWON Colavoground Service Experience Design Team

---

### Abstract

This study aimed to identify user experience elements by determining the characteristics of asset management and consumption behaviors among career-beginners in the MZ generation. A literature review found that the MZ generation has conflicting characteristics regarding present value satisfaction and value asset management and investment. Based on the findings, in-depth interviews were conducted to understand specific behaviors in terms of asset management and consumption, and the interview responses were then analyzed using affinity diagram to adduce the design considerations of “simple interaction,” “inducing even consumption behavior,” “satisfying the sense of reward through consumption,” and “practical feedback,” based on which a financial service was designed. Finally, a usability test was conducted, showing that it is necessary to provide asset management experience through an intuitive and simple process and to afford experience in consuming according to the user’s goal.

---

### Keyword

Millennials and Generation Z, Financial Services, Qualitative User Research, User Experience Design