

MZ세대의 특성과 금융경험

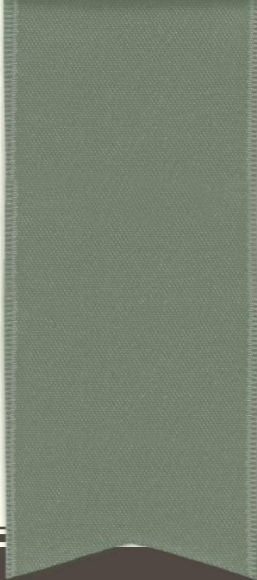
주소현, 이화여자대학교 소비자학과 교수

2022년 1월 28일 보험연구원 세미나

목차



- 세대와 MZ 세대
- MZ 세대의 특성
- MZ 세대의 금융경험
- 시사점



세대와 MZ세대

세대의 의미

- 세대(generation)에 대한 다양한 의미
 - Kertzer (1983)
 - 친족 서열을 나타내는 용어 (부모-자녀세대)
 - 코호트로서의 세대 (연령코호트- 베이비부머, MZ세대)
 - 삶의 단계로서의 세대 (청소년세대, 노년세대)
 - 역사적인 시기를 중심으로 구분하는 세대 (419세대, IMF세대)
 - Kertzer, D. I. (1983). Generation as a sociological problem. *Annual Review of Sociology* 9, 125-149.

세대연구

- 세대에 대한 논의 초기 연구들

- Ortega y Gasset (1933)

- 세대는 역사에서 가장 중요한 개념
 - 각 세대는 사회에서 고유의 임무(mission)를 수행함.
 - Ortega y Gasset, J. (1933). *The Modern Theme*, NY: Norton

- Mannheim (1952)

- 세대 문제는 삶과 죽음 등 인간의 생물학적인 리듬과 관련
 - Fresh contact: 사회구성원의 성인 사회화
 - Generation units: 공통적인 특징을 공유하는 세대
 - Mannheim, K. (1952). The problem of generations. In *Essays on the Sociology of Knowledge* (pp. 276-320). NY: Oxford University Press.

- Ryder (1965)

- 연령 코호트에 대하여 논의
 - 사회를 유기적인 조직체로 인식 - 사회 구성원의 삶과 죽음을 통한 자연스러운 교체를 통하여 사회가 발전
 - 사회라는 유기체를 구성하는 중요한 단위로서 연령코호트를 인식
 - Ryder, N. B. (1965). The cohort as a concept in the study of social change. *American Sociological Review* 30(6), 843-861.

세대연구

- 세대와 코호트에 대한 구분의 필요성
 - 코호트를 세대보다는 좁은 의미로 인식하는 학자들 vs. 세대와 코호트를 동일한 의미로 인식하는 학자들
 - Generational Cohort
- 사회의 구성 및 사회 변화에 대한 영향력
 - 사회의 변화가 각 코호트에 영향을 미침.
 - 코호트 혹은 세대는 각 사회의 가치관을 다음 세대로 이어주는 역할을 함.
- 세대와 코호트의 주요 변수들
 - 연령
 - 생애주기 단계 (life stages)
 - 중요한 생애 사건들: 교육, 분가, 결혼, 취업 등

세대의 영향력

■ Age-Period-Cohort Effect

■ 연령효과

- 연령대와 상관없이 개인의 연령이 증가하면서 발생하는 변화
- 사회적, 생물학적 변화 과정과 관련이 깊음.
- 연령에 따라 변화하게 되는 역할(예, 취업, 은퇴 등)에 영향을 받음.

■ 시기효과

- 사회경제적인 맥락이 변화함으로 받는 영향력에 따른 결과
- 사회적, 경제적, 환경적 상황의 변화에 의함 - 이러한 변화에 의해 소득, 직업, 근로상태 등의 변화가 발생
- 연령이나 코호트와는 무관하게 그 시대를 살아가는 개인들에게 모두 영향을 미침.

■ 코호트효과 (birth-cohort effect)

- 특정 시기에 출생한 개인들이 공유하고 있는 특성에 의하여 나타나는 차이
- 동일한 출생시기를 가진 개인들은 사회화 과정에서 동일한 사건에 의해 영향을 받기 때문에 이들의 현재 의사결정이 다른 코호트와 어떻게 다른가를 파악할 수 있을 뿐 아니라 이들이 나이가 들어감에 따라서 발생하게 될 미래의 트렌드에 대하여 예측할 수 있음.

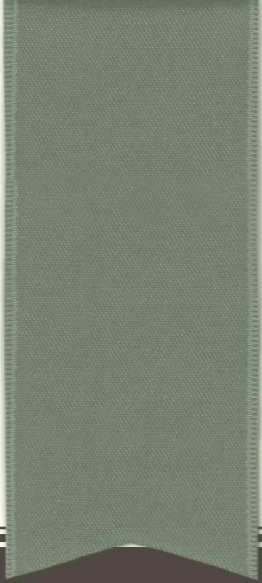
우리나라의 세대

- 일반적으로 연령 코호트(동년배 세대)에 따라 구분
 - 합의된 명확한 기준은 없음

1920	1930	1942	1954	1963	1971	1974	1980	1988	1995	2000	2010
Lost Generation		Baby Boomers			Generation X		Gen Y, Millennials			Generation Z	
		전쟁세대	베이비부머		X세대		N세대		밀레니얼		Z세대
			신중년 (50+)		86세대	X세대	밀레니얼			Z세대	

우리나라의 세대 (2021년 12월 기준, 주민등록 인구통계, 행정안전부)

- 베이비부버 (1955~1963년생, 58~66세), 7,152,223 명,
- 신중년 (51~69세), 14,864,747 명, 28.8%
- 86세대 (1964~1970년생, 51~57세), 6,055,948 명, 11.7%
- X세대 (1971~1974년생, 47~50세), 3,564,149 명, 6.9%
- N세대 (1975~1987년생, 34~46세), 9,662,829 명, 18.7%
- 밀레니얼 (1988~2000년생, 21~33세), 8,696,400 명, 16.8%
- 밀레니얼 (1980~1995년생, 26~41세), 11,930,540 명, 23.1%
- Z세대 (1996~2003년생, 18~25세), 4,790,423 명, 9.3%
- 총인구수: 51,638,809 명



MZ세대의 특성

밀레니얼 세대의 다른 명칭

- Generation Y
- Echo Boomer
- TechSavvy
- Easy Life Generation
- iGeneration
- Internet Generation
- Digital Native

밀레니얼 세대의 일반적 특성

- 높은 교육수준
- 부모세대와 비교할 때 낮은 임금과 높은 부채 (DeVaney, 2015; Mottola & Gary 2014)
 - DeVaney, S. A. (2015). Understanding the millennial generation. *Journal of Financial Service Professionals*, 11-14.
 - Mottola., & Gary R. (2014). The Financial Capability of Young Adults-A Generational View. Insights: Financial Capability. Washington, D.C.: FINRA Investor Education Foundation.
- 새로운 커뮤니케이션 기술 활용 (Schmidt et al., 2011)
 - Schmidt, C., E., Moller, J., & Schmidt, K. *ANAESTHESIST*, 60(6), 517
- 삶의 질에 관심을 가짐 (Zhu & Joo, 2021)
- 실용성, 공정성, 다양성, 친환경성 (Regine, 2011; 이상윤, 안인숙, 2020)
 - Regine, K. (2011). Generation Y Consumer Choice for Organic Foods. *Journal of Global Business Management*, 7. 1 , 1-13
 - 이상윤, 안인숙. (2018). 패션브랜드에 나타난 밀레니얼 세대의 특성 연구. *일러스트레이션 포럼*, 19, No.55, 59-68.
- 가성비, 나만의 공간, 작지만 확실한 행복 (홍보라, 2018)
 - 홍보라. (2018). 밀레니얼 세대의 소비 키워드로 알아본 패션 테라피 연구. 한국생활과학회 학술대회논문집, 115-116.
- 자기중심적이면서도 타인을 고려, 개성과 트렌드 중시 (장수민, 반영환, 2020)
 - 장수민, 반영환(2020). 밀레니얼 세대의 금융활동에서의 사용자 경험 연구: 가치모형 도출 중심으로. 한국디자인학회 학술발표대회 논문집, 108-109.

밀레니얼 세대의 특성

- 부모세대(2차베이비부머, 1964~1974년생)와 성공적인 노후에 대한 태도는 유사
- 자존감이 다른 세대보다 높다는 연구도 있으나 한국 밀레니얼은 2차베이비부머와 비교할 때 자존감수준에 차이를 보이지 않음.
- VALS로 측정한 라이프스타일집단을 볼 때, 밀레니얼은 상대적으로 혁신형, 경험형 라이프스타일 집단이 많음.
- 2019년 조사당시 밀레니얼세대 (1988~1998년생, 21~31세), 2차베이비부머 (1964~1974년생, 45~55세)
- 출처: Zhu, J., & Joo, S. (2021). Intergenerational comparison of successful aging perception, lifestyle, and self-esteem. *Journal of Intergenerational Relationships*, 19(1), 92-108

Table 4. Differences in successful aging perception between generations.

Successful Aging Construct	Millennials (N = 316)		Second Baby Boomers (N = 319)		t
	Mean	SD	Mean	SD	
Personal Growth	3.31	.49	3.17	.43	3.41**
Social and Psychological Well-being	3.13	.41	3.07	.36	1.83
Ease of Daily Life	3.57	.39	3.60	.30	-1.16
Total	3.29	.37	3.24	.32	1.69

Note: **p < .01

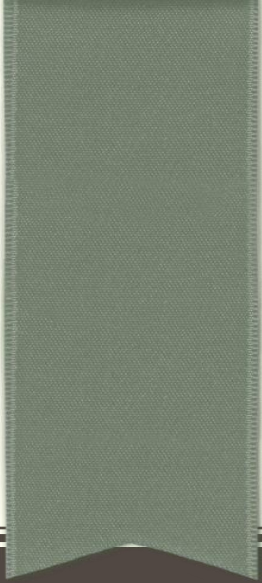
Table 5. Differences in lifestyle clusters between generations.

Clusters	Millennials		Second Wave Baby Boomers		Total		χ ² - value
	N	%	N	%	N	%	
Pragmatics	84	26.6	162	50.8	246	38.7	43.69***
Innovators	96	30.4	48	15.0	144	22.7	
Experiencers	136	43.1	109	34.2	245	38.6	
Total	316	100	319	100	635	100	

Note: ***p < .001

Table 6. Differences in Self-Esteem between Generations.

Variable	Millennials (N = 316)		Second Wave Baby Boomers (N = 319)		t
	Mean	SD	Mean	SD	
Self-Esteem	2.80	.47	2.76	.38	1.16



MZ세대의 금융경험

밀레니얼 세대의 금융태도

- 다른 세대와 비교할 때, 상대적으로 노후 및 현재 소비 수준에 대하여 낙천적임.
- 2017년조사 당시 밀레니얼 세대 20대 (1988년 이후 출생)
- 출처: 주소현, 고은희, 유명수 (2019). 주관적 노후생활비 예측에 대한 세대별 비교 연구. 소비자정책교육연구 15(3), 1-27

		M세대 (N=134)	N세대 (N=192)	X세대 (N=201)	베이비부머 (N=106)	전쟁세대 (N=134)	X ²
노후생활비조달	걱정하지 않음	51.5%	38.0%	36.3%	36.8%	36.6%	9.90*
	걱정함	48.5%	62.0%	63.7%	63.2%	63.4%	
현재소비수준	만족하지 않음	4.5%	5.7%	3.0%	6.6%	9.7%	9.03
	중간	67.7%	70.8%	71.6%	67.9%	70.1%	
	만족함	27.8%	23.4%	25.4%	25.5%	20.1%	
은퇴저축수준	만족하지 않음	11.9%	13.0%	7.0%	8.5%	18.5%	15.57*
	중간	69.4%	71.4%	69.7%	67.9%	61.5%	
	만족함	18.7%	15.6%	23.4%	23.6%	20.0%	

- 다른세대와 비교할 때, 은퇴이후의 생활을 비현실적으로 생각하지는 않음.

	M세대 (N=134)	N세대 (N=192)	X세대 (N=201)	베이비부 머 (N=106)	전쟁세대 (N=134)	전체 평균	F
최소 노후생활비	217.58 a	218.83 a	215.60 a	210.60 a	163.22 b	206.91	18.46***
적정 노후생활비	290.11 a	297.77 a	293.34 a	282.38 a	228.67 b	281.09	18.79***
적정- 최소 노후생활비 차이	72.53	78.94	77.74	71.78	65.45	74.18	

*** p<.001

밀레니얼 세대의 금융태도

〈표 4〉 연령대별 선호하는 은행거래 1순위 (각 거래 방법별로 1순위 응답 %)

은행거래 방법	20대	30대	40대	50대	60대	전체
1) 은행지점	5.3	1.4	9.6	12.7	19.6	9.7
2) 전화를 이용한 텔레뱅킹	0.5	1.4	0.5	4.9	2.9	2.0
3) 인터넷 뱅킹	6.3	26.0	43.1	45.1	55.0	35.1
4) 스마트폰 앱 (모바일 뱅킹)	87.9	71.2	46.9	37.3	22.5	53.1
스마트폰 이용자 비중	100	100	99.5	98.0	94.3	98.4

- 금융기술과 핀테크에 수용적
- 2018년 조사 당시 연령대별로 분석
- 출처: 주소현, 고은희, 유명수 (2018). 금융거래에서 핀테크 수용에 관한 연령대별 비교 및 관련변수의 탐색. *소비문화연구* 21(2), 175-202

〈표 7〉 연령대별 핀테크 사용현황, 태도 및 사용의도 (N(%))

		20대	30대	40대	50대	60대	전체	χ^2 / F
핀테크 사용 경험	현재 사용한다.	141(68.1)	127(61.1)	92(44.0)	60(29.4)	51(24.4)	471(45.4)	134.99***
	사용한 경험이 있으나 현재는 사용하지 않는다.	28(13.5)	35(16.8)	40(19.1)	39(19.1)	39(18.7)	181(17.5)	
	사용한 적이 없다.	38(18.4)	46(22.1)	77(36.8)	105(51.5)	119(56.9)	385(37.1)	
핀테크에 대한 태도(5~35점) (Scheffe)		25.47(b)	24.28(b)	22.46(a)	22.65(a)	21.96(a)	23.36	16.17***
향후 사용의도 (7점 척도 점수) (Scheffe)		5.21(b)	5.08(b)	4.65(a)	4.51(a)	4.30(a)	4.75	16.20***

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

밀레니얼 세대의 금융태도

- 재무위험수용성향이 다른 세대와 비교할 때 높음.
- 재무적 자기효능감 수준이 높음.
- 다른 세대와 비교할 때 심리적 편향이 심한 것은 아님.
- 2019년 조사당시 밀레니얼세대 (1988~1998년생, 21~31세)

〈표 3〉 세대별 금융관련태도 차이

금융관련태도	세대	N	M	SD	F(p)
자기과신	밀레니얼세대	316	14.77	4.83	2.26 (.11)
	X세대	171	14.08	3.80	
	86세대	148	14.01	3.60	
재무적자기효능감	밀레니얼세대	316	16.12 b	3.30	5.21** (.01)
	X세대	171	15.57 ab	2.67	
	86세대	148	15.2 a	2.66	
재무위험수용성향	밀레니얼세대	316	25.25 b	5.05	3.68 (.03)*
	X세대	171	24.66 ab	5.16	
	86세대	148	23.91 a	4.75	

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$ a,b: Scheffe, Games-Howell 사후분석결과

- 출처: 주소현, 유명수, 고은희 (2020). 밀레니얼세대와 X세대, 86세대의 금융상품 보유행동. *Financial Planning Review* 13(2), 1-32.

밀레니얼 세대의 금융상품 보유

금융상품보유		밀레니얼세대 (N=316)	X세대 (N=171)	86세대 (N=148)	카이제곱
저축성 보험 (양로보험, 교육보험, 등)	현재 또는 과거에 보유	66(20.9)	81(47.4)	81(52.0)	70.12*** (.00)
	보유하거나 저축 및 투자 경험 없음	195(61.7)	80(46.8)	80(45.3)	
	무슨 상품인지 모름	55(17.4)	10(5.8)	4(2.7)	
보장성 보험 (의료실비보험, 종신보험, 주택화재보험 등)	현재 또는 과거에 보유	203(64.2)	155(90.6)	126(85.1)	51.37*** (.00)
	보유하거나 저축 및 투자 경험 없음	92(29.1)	13(7.6)	19(12.8)	
	무슨 상품인지 모름	21(6.6)	3(1.8)	3(2.0)	
개인연금 (연금저축, 개인연금보험 등)	현재 또는 과거에 보유	114(36.1)	109(63.7)	92(62.2)	49.32*** (.00)
	보유하거나 저축 및 투자 경험 없음	180(57.0)	58(33.9)	54(36.5)	
	무슨 상품인지 모름	22(7.0)	4(2.3)	2(1.3)	
펀드	현재 또는 과거에 보유	93(29.4)	96(56.1)	64(43.2)	35.35*** (.00)
	보유하거나 저축 및 투자 경험 없음	194(61.4)	67(39.2)	77(52.0)	
	무슨 상품인지 모름	29(9.2)	8(4.7)	7(4.7)	
ELS, ELD	현재 또는 과거에 보유	19(6.0)	28(16.4)	20(13.5)	26.83*** (.00)
	보유하거나 저축 및 투자 경험 없음	176(55.7)	102(59.6)	96(64.9)	
	무슨 상품인지 모름	121(38.3)	41(21.1)	32(21.6)	
국내 주식	현재 또는 과거에 보유	101(32.0)	92(53.8)	94(63.5)	47.73*** (.000)
	보유하거나 저축 및 투자 경험 없음	189(59.8)	69(40.4)	46(31.1)	
	무슨 상품인지 모름	26(8.2)	10(5.8)	8(5.4)	
암호화폐 (비트코인 등)	현재 또는 과거에 보유	74(23.4)	24(14.0)	10(6.8)	21.72*** (.00)
	보유하거나 저축 및 투자 경험 없음	213(67.4)	126(73.7)	120(81.1)	
	무슨 상품인지 모름	29(9.2)	21(12.3)	18(12.2)	

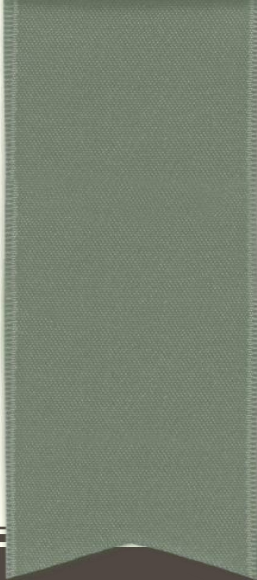
*** p<.001

출처: 주소현,
유명수, 고은희
(2020).
밀레니얼세대와
X세대,
86세대의
금융상품
보유행동.
*Financial
Planning
Review* 13(2),
1-32.

밀레니얼 세대의 금융상품보유

■ 밀레니얼세대의 금융상품 투자 행동

- 밀레니얼 세대는 금융자산 투자 정보를 전문가를 통해서보다 웹사이트, 어플리케이션을 통해 직접 정보를 탐색하여 얻으며 80% 이상이 고위험이상의 자산을 보유하고 있음. 따라서 밀레니얼 세대는 모바일 기술 토대의 새로운 금융 환경을 중심으로 위험 자산에 적극적으로 투자하는 행동을 보일 것이 예상됨.
 - 밀레니얼 세대는 위험이 낮은 금융상품과 고위험 이상의 상품을 모두 보유할 가능성이 높음.
 - 투자포트폴리오유형은 집중투자보다는 분산투자를, 고위험이상보다는 중위험이하 포트폴리오를 가지고 있어, 밀레니얼 세대가 위험자산투자에 적극적이기는 하지만 실제 투자 규모는 중위험이하 상품에 집중되어 있을 가능성이 있음을 나타냄.
 - 밀레니얼 세대의 포트폴리오 분석 결과, 중위험이하의 자산 위주의 포트폴리오를 많이 보유하여 밀레니얼 세대가 고위험금융자산 투자에 적극적으로 참여하지만 그 규모도 크다고 해석하기는 어려움.
 - 2021년 조사당시 밀레니얼 세대 1982~1996년생 (만 25세~ 만 39세) 210명 조사
- 출처: 남슬아 (2022). 밀레니얼 세대의 위험수용성향, 금융지식 및 금융자산투자행동에 관한 연구. 이화여자대학교 행동사회경제학 석사학위논문



시사점

세대에 대한 관심

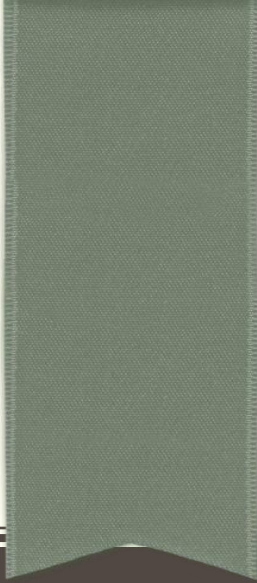
- 세대의 의미와 세대의 구분에 대한 이해가 필수
- 세대에 대한 연구가 중요한 이유
 - 유기적인 사회에 대한 이해
 - 거대 인구집단이 사회에 미치는 영향력의 크기
 - 향후 트렌드 예측
- 세대 연구에서 관심을 가져야 하는 변수들
 - 가치관
 - 라이프스타일
 - 세대에 영향을 미치는 미시적 환경 변수
 - 의사결정을 돕는 요인들 - 기술, 법, 제도 등

MZ세대에 대한 관심

- MZ세대는 누구인가?
 - 이전과는 다른 새로운 세대인가?
 - 세대문제에 대한 오랜 논의
 - 교육수준이 높고, 자신을 중시하고, 삶의 질에 관심을 가진다
 - 베이비부머 세대의 출현
 - 새로운 기술에 노출된 세대, 부모세대보다 소득이 낮은 세대
 - 라이프사이클상 특성
 - 높은 위험수용성향, 과다한 레버리지 활용, 지나친 현실 중심
 - 이전세대와 유사한 태도 (자존감, 노후에 대한 태도, 자기과신 등)

향후 MZ세대를 위한 전략

- 상품의 유용성에 대한 커뮤니케이션 전략
 - 유용성은 새로운 금융상품의 수용에 영향을 미치는 주요 요인
- 의사결정을 쉽게 할 수 있도록 돕는 전략
 - 금융기술을 이용한 초개인화: 라이프사이클, 라이프스타일에 맞는 상품추천
 - 의사결정을 용이하게 할 수 있는 방안: 넛지
- 공정과 지속가능성을 강조하는 전략
 - 키워드: 형평성
 - 키워드: 지속가능성
- 재무금융역량의 향상을 위한 노력
 - 위험수용성향은 높으나 재무금융역량은 높지 않은 수준
- 연령-시기-코호트 효과에 대한 이해를 바탕으로 한 전략



감사합니다

주소현 sohyunjoo@ewha.ac.kr