

신규전략제안 중간보고서

목표	Z세대 신규 유입	제안자	이지훈(PM), 한세미, 한지원
서비스 모델	마이데이터 기반 맞춤형 복지서비스 추천 기능 <복지매칭>		
요약	<p>1. Z세대의 needs와 복지서비스의 연관성</p> <p>Z세대는 digital native, 개성 중시, 재테크 관심도에서 다른 세대와 구분되는 특성을 공유함. Z세대의 내-외적 needs를 효과적으로 해결할 수 있는 각종 복지서비스가 현재 존재하지만 낮은 접근성, 복잡성 등으로 제대로 기능하지 못함.</p> <p>2. 서비스 모델: 복지서비스 통합 관리 및 맞춤형 추천 기능</p> <p>뱅크샐러드에서 기존에 수집하고 있는 '마이데이터'에 기반한 프로파일링을 통해 복지 서비스별로 상이한 신청 조건을 확인하고 예상 수혜 혜택이 높은 복지서비스를 추천해주는 기능을 제공함. Calendar를 통한 신청 기간 관리 기능과, 복지 신청 상태를 유형화하여 재미를 느낄 수 있는 기능을 부가적으로 제공함.</p> <p>3. 서비스 모델 기대효과</p> <p>기능의 핵심 target인 Z세대 사용자는 복지 서비스를 신청하는 과정에서 맞이하는 각종 불편함을 해소할 수 있음. 뱅크샐러드 측은 미래 경제 주축을 이룰 Z세대 사용자를 신규 유입시켜 미래 안정화를 도모할 수 있음. 사회적으로는 기존의 복지서비스에서 나타났던 손실을 해결할 수 있음.</p>		

Z세대의 영향력

- 정의: 1990년대 중반에서 2000년대 중반까지 출생한 세대
- 특성
 - 가. Digital Native: 유년 시절부터 인터넷 등의 완전한 디지털 환경에서 자람.
 - 나. 개성: 명품보다 맞춤형 독특한 상품 선호.
 - 다. 경제 관념: Z세대는 자산과 소득은 적지만 경제관념이 뚜렷하여 소자본을 잘 활용한 재테크에 관심이 많음.
- 영향력

Z세대의 경제력은 모든 세대를 통틀어 가장 빠르게 성장 중임. 2031년엔 세계 개인소득의 25%를 차지하면서 밀레니얼 세대를 제칠 것으로 예측. 또한 세계 인구의 40% 이상을 차지(유엔 기준)하고 있어 머지 않아 최대 소비층을 형성할 전망.

Z세대의 needs와 복지서비스의 연관성

- 청년 주요 스트레스 원인 survey
 - 가. 개인의 장기적 재정 미래, 일자리 및 커리어 전망, 시급한 개인 재정 문제, 신체 및 정신 건강, 사회 및 정치 분위기를 스트레스 원인으로 생각함.

2. 내적 needs

가. 건강

- 1) 근거: 20대가 건강/저축보험 가입자의 33%를 차지하며 매년 가입 비율은 증가하고 있음.
- 2) 복지 서비스: 청년 대상 국가건강검진

나. 심리

- 1) 근거: 청년 10명 중 1명은 자신이 사회로부터 고립됐다고 느끼며, 은둔 생활을 하는 청년 비율도 2019년 3.2%→2020년 4.7%→2021년 5.1%로 최근 3년간 꾸준히 증가
- 2) 복지 서비스: 마음건강바우처

3. 외적 needs

가. 커리어

- 1) 근거: 전체 고용률은 60%에 달하나 청년 고용률(15-29세)은 43%로 전체에 비해 상당히 낮은 수치를 기록함.
- 2) 복지 서비스: 청년취업성공패키지, 구직활동지원금, 국가장학금, 희망사다리 장학금, 학자금 대출, 학자금 대출 상환 부담 경감

나. 주거

- 1) 근거: 주거비 부담은 지속적으로 증가함에 따라 청년 주거불안 문제는 한층 심화되고 있음. 청년가구의 1인 가구 비중은 점차 확대되고 있으나, 자가점유율 및 자가보유율은 지속적으로 하락하고 있음.
- 2) 복지 서비스: 행복주택, 청년매입임대, 청년 전세임대

다. 생활

- 1) 근거: 청년 경제고통지수(청년물가지수 등을 반영해 산출)는 113.36으로 5년 동안 13.36만큼 상승함
- 2) 복지 서비스: 청년저축계좌, 한국장학재단 생활비 대출

마이데이터를 통한 복지서비스 문제점 해결

1. 청년 대상 복지서비스의 Problem

가. 평균화

평균적 청년을 겨냥하며 수혜 대상을 불분명하게 설정하지 못하고 청년의 가치관, 생애 전략 등의 특성을 반영하지 못함.

나. 낮은 접근성

청년 정책이 10개 이하일 것이라는 답변이 64.8%였지만 실제로는 142개로 종류가 복잡하며, 기존의 청년 정책 알림서비스는 본인의 상황과 무관한 정책에 대한 정보가 모두 추천되는 형태이며 SNS 특성상 게시물 내용을 검색하는 것이 불가능함.

다. 공적 서비스에 대한 낮은 관심

사적 서비스는 마케팅, 품질 경쟁이 치열하여 상대적으로 사용률이 높으며, 수혜 경험이 없다는 응답이 93%일 정도로 사회적 사용률이 낮음

2. 마이데이터의 특성을 통한 Solution

가. 소개인화

- 1) 기존: 금융 상품의 경우 최대한 개인화해야 우선적으로 추천되므로 개인화 상품을 고안함.
- 2) 활용: 연령대, 성별, 근로형태 등에 따른 청년 정책 선호를 축적하여 정부에게 제공하면 target의 needs 해결에 더 특화된 정책을 만들도록 순환을 유도하고 사회적 손실을 방지할 수 있음.

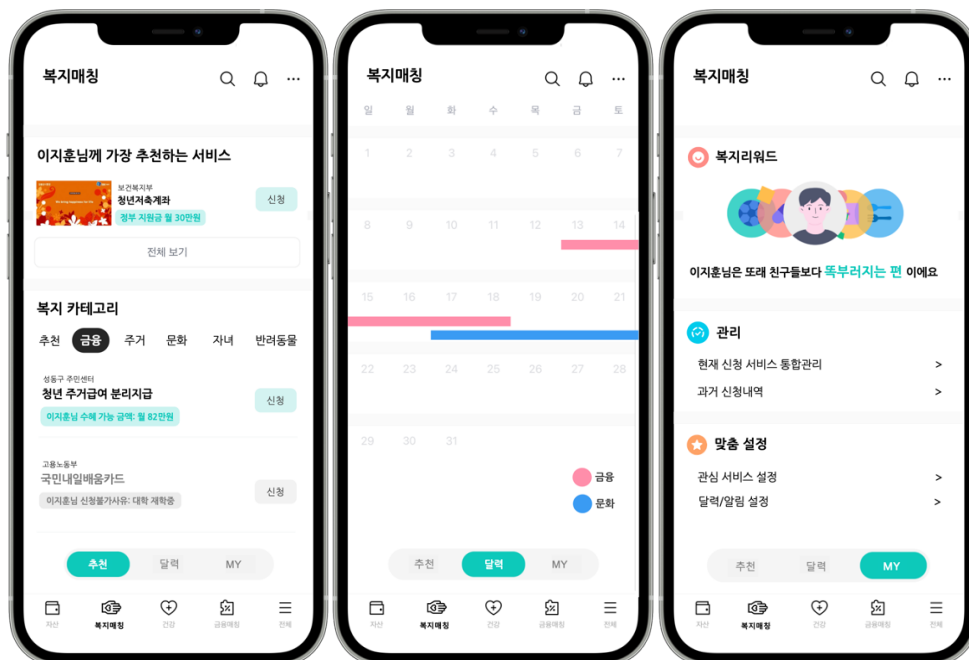
나. 데이터 통합 관리

- 1) 기존: 개인정보 관리권한을 정보의 주체인 개인이 소유하며 한 데 모아 관리할 수 있음.
- 2) 활용: 다방면의 신청 조건을 일괄적으로 확인할 수 있고, 주관 부서가 다른 정책들을 한 곳에서 통합적으로 관리함으로써 정보의 비대칭성이 해소되어 본인에게 필요한 정책을 찾을 수 있음.

다. 맞춤형 추천

- 1) 기존: 소비 행태 등에 기반하여 예상 혜택이 가장 높은 금융 상품을 추천함.
- 2) 활용: 소득, 세대원 수 등에 기반하여 예상 수혜 혜택이 가장 높은 정책을 우선적으로 추천 받을 수 있음.

서비스 모델 설명 및 UI(User Interface) 가안



1. 핵심기능(1): 복지서비스 맞춤형 추천

개인 identity, 공공 데이터, 재무 정보를 복지서비스 신청 조건과 대조하여 신청가능 서비스를 확인한 후 라이프 정보 프로파일링을 기반으로 예상 수혜 만족도가 높은 순

- 서로 추천함.
2. 핵심기능(2): 복지서비스 통합관리

복지서비스를 카테고리화한 후 신청이 가능하면 마이데이터를 기반으로 수혜 가능 금액 등 예상 수혜 혜택을 정확하게 계산하여 보여주며, 신청이 불가능하면 불가 이유를 표시함.
 3. 부가기능(1): Calendar

카테고리별로 색깔을 다르게 설정하여 신청기간을 표시함.
 4. 부가기능(2): Fun

복지 서비스를 통해 받고 있는 수혜 혜택의 양과 유형에 따라 평균과 비교하여 유형화('똑부러지는 편', '흐르는대로 사는 편', '건강을 잘 챙기는 편' 등)하여 보여줌.
 5. 설정기능추가

가. '복지매칭' 카테고리를 하단에 별도로 추가할 수 있게 on/off 기능을 제공함.
 나. 신청 서비스의 상태, 남은 기간 등을 통합적으로 관리할 수 있도록 제공함.
 다. 알림을 받거나 달력에 표시할 관심 서비스를 별도로 설정할 수 있도록 제공함.

Operation 전개 방식

1. 데이터 통합

개인의 관심사, 서비스를 중심으로 데이터를 재배치, 통합함.
2. 데이터 결합

복지 서비스의 신청 조건에 대조할 수 있도록 의료, 보험, 이벤트, 지출내역, 푸드/유통 등의 데이터에서 필요 부분을 추출하여 결합함.
3. 추천 내역 전달

오프라인 송수신이 필요한 장치를 전자적 처리가 가능한 형태로 변환하여 송수신함.

Milestone 과 Requirements

1. 협력 기관 연결 및 데이터 가공

가. 정부기관 및 지자체과의 협력
 나. 알고리즘 구축 및 점검
2. 알파서비스 출시 및 점검

가. 알파 서비스 준비 및 서포터즈 모집
 나. 알파 서비스 출시
 다. 서비스 점검 및 피드백 검토
3. 공식 출시 준비

가. 출시 이전 promotion

 - 1) z 세대에게 관련성이 높은 경로 또는 장소에 홍보함으로써 출시 이전에 대중의 기대 유도 사용자와의 유대 관계 형성

나. 알고리즘 및 UI 확정

4. 공식 출시 및 관리
 - 가. 공식 서비스 출시
 - 나. 출시 이후 홍보 및 관리

신규 서비스 모델의 기대 효과

1. 사용자 - z 세대의 니즈 충족
 - 가. z 세대의 스트레스의 주된 원인이 되는 사항들을 해결할 수 있는 복지서비스를 효과적으로 찾을 수 있으며, 추천 알고리즘을 통해 기존에 몰랐던 서비스를 새로 발견 가능
 - 나. 복지 서비스 신청의 어려움을 해결하는 서비스를 사용하며, 복지 서비스의 효율적인 활용 가능
 - 다. 개인 프로파일링 기능을 통해 스스로 나의 현황과 복지 서비스의 조건을 직접 대조하지 않아도 되기에 효율적이고 편리하게 나에게 맞는 정보 확인
2. 당사 - 경제적 영향력이 증가하고 있는 z 세대 사용자 확보
 - 가. 유익하고 재미있는 신규 서비스를 출시함으로써 z 세대의 새로운 유입을 유도
 - 나. 복지 서비스와 같이 일시적인 사항이 아닌 꾸준히 제공되어 업데이트가 가능한 영역을 새로 추가함으로써 일시적인 단순 다운로드에서 나아가 증가된 순이용자 수 유지 가능
 - 다. 2035년에는 대한민국 경제의 중심이 될 잠재성을 지닌 사용자 층을 미리 확보하여 이후뱅크샐러드의 미래 안정화
3. 협력기관 - 복지 서비스의 낮은 활용으로 인한 손실 방지
 - 가. 복지 서비스의 활동 증진을 통해 정부기관, 지자체를 비롯한 복지 서비스 제공 단체에서는뱅크샐러드의 징검다리 역할을 통해 청년층 대상의 홍보 효과와 신청자수의 확대를 경험할 수 있음.
 - 나. 홍보 비용 및 웹사이트 운영 문제에 대한 어려움 해결.

유관 서비스 비교분석

1. 복지 추천 경쟁 서비스
 - 가. 정부 24
 - 1) 장점: 1) 다양한 기관의 정보 통합, 2) 고객센터 활성화, 3) 홈페이지를 통해 바로 신청 가능
 - 2) 단점: 1) 방대한 자료로 인해 정보 찾기 어려움, 2) 사용자 맞춤형 필터링 기능 부재
 - 나. 각종 인스타그램 계정
 - 1) 장점: 1) 시각자료로 정보를 제공해 가독성 높음, 2) 다양한 기관의 복지서비스 통합 정리, 3) z 세대에게 해당되는 필터링된 정보 제공

- 2) 단점: 1) 해당 계정의 특성에 맞는 정보만 선택적으로 제공, 2) 바로 신청하는 경로 없음, 3) 상세한 정보는 따로 확인해야 함.

다. 지자체 홈페이지

- 1) 장점: 1) 거주 지역을 중심으로 1 차적 필터링을 거친 정보, 2) 홈페이지를 통해 바로 신청이 가능한 경우 많음.
 - 2) 단점: 1) 각종 지자체와 기관의 통합 정리의 부재, 2) 필터링 기능이 없는 경우가 다분함, 3) 가독성 낮은 줄 글 형태 정보 많음.
2. 결론: 기존 서비스들의 장점을 유지하고, 단점을 보완하여 Z 세대가 신규 유입될 경쟁력을 갖추고, 타 핀테크 경쟁사들과 차별적 기능을 통해 비교 우위를 차지할 수 있음.