

# 금융기관 마이데이터 사용자 경험 연구 : 신한 SOL(솔)과 우리 WON뱅킹을 중심으로

## A Comparative Study on User Experience of MyData in Financial Application: Focused on Shinhan SOL and Woori Won Banking

안류민<sup>1</sup>, 김승인<sup>2\*</sup>

Ryu Min An<sup>1</sup>, Seung In Kim<sup>2\*</sup>

### 요약

본 연구는 금융기관 애플리케이션 마이데이터 사용자 경험 측정에 관한 연구이다. 이를 위해 신한 은행 SOL(솔)과 우리은행 WON뱅킹을 비교·분석하였다. 연구 방법으로는 첫째, 선행연구 분석과 문헌 연구를 통해 이론적 배경을 정리하였으며, 둘째, 마이데이터 가입부터 서비스 이용까지 단계별 사용자 경험을 측정하는 과제를 설정하였다. 셋째, 스티븐 앤더슨의 감성 인터페이스 모형을 기반으로 질 문지 작성 후 30-40대 남녀 8명을 대상으로 설문과 1:1 심층 인터뷰를 진행하였다. 그 결과 두 금융 애플리케이션 모두 감성 인터페이스 모형의 하위 단계인 태스크 관점(기능성, 신뢰성, 사용성)에서는 높은 수치를 보였으나, 상위 단계인 사용자 경험 관점(편리성, 유희성, 의미성)에서는 비교적 낮은 수치를 보였다. 따라서, 향후 마이데이터 서비스는 사용자 경험 상위 단계까지 충족시킬 방안이 고려되어야 하며, 이는 애플리케이션 사용성을 높일 뿐만 아니라 상품 및 서비스 판매로 연결되는 고리를 강화할 수 있을 것이다.

핵심어 : 금융 애플리케이션, 마이데이터, 사용자 경험, 감성 인터페이스 모델

### Abstract

The objective of this study is to measure the user experience in using mobile application of MyData. Two applications of Sol in Shinhan Bank and Won in Woori Bank was compared and analyzed for study. As a research method, I reviewed the current research and organized the theoretical background, and then second, I set the task to measure the user experience according to the stage from sign-up of My Data to each step of these service. Third, the questionnaire was designed based on the Pleasurable Interface Model of Stephen P. Anderson. The questionnaire was completed through in-depth interview with 8 sample users. The survey shows that the current application of My Data satisfy functionality, reliability and usability of lower-level task perspective in the model, while rate low in convenience, pleasurableness and meaningfulness of higher-level user experience perspective. Therefore, MyData Service should expand its

1 Department of Interaction Design, Graduate School of Film, Digital Media & Communication, Hongik University, Seoul, Korea [Graduate Student]

e-mail: fnals@hanmail.net

2 Department of Digital Media Design, IDAS, Hongik University, Seoul, Korea [Professor]

e-mail: r2d2kim@naver.com (Corresponding author)

Received(July 13, 2024), Review Result(1st: July 29, 2024, 2nd: August 13, 2024), Accepted(September 9, 2024), Published(September 30, 2024)



© 2024 The Authors. Published by NCISS.  
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.  
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

objective to experience perspective. while its target has focused on task perspective so far. These strategy increase not only the usability but the sales of financial products or service through this application.

Keyword : Financial Applications, MyData, User Experience, Creating Pleasurable. Interfaces Model

## 1. 서론

COVID-19의 영향으로 비대면 업무 수행방식이 확산하였고, 초기에는 사회적 혼란이 있었으나 비대면 업무 수행방식은 급속도로 진화되었다. 금융기관은 코로나19 이전부터 비대면 금융서비스를 제공하기 위한 노력을 진행해 왔으며, COVID-19 이후 디지털 전환에 박차를 가하게 되었다 [1]. 특히, 데이터 3법, 마이데이터 등의 법제화와 함께 고객 데이터 활용에 관한 관심이 높아지고 있으며, 현재 마이데이터 사업 권한이 있는 금융기관은 여러 금융기관에 분산된 자산, 카드 명세, 신용 등 금융정보를 한눈에 확인하고 관리할 수 있는 서비스를 제공하고 있다 [2]. 마이데이터 사업은 고객 요청 시 기업이 보유한 고객 데이터를 다른 기업에 제공해야 하는데, 이는 지금까지 기업을 중심으로 보유하고 활용했던 개인 데이터가 고객 중심으로 전환되는 것이다.

4차산업혁명위원회에서 발표한 마이데이터 국민 인식 조사 결과에 따르면 마이데이터 인지도는 75%로 조사 대상자 다수가 마이데이터에 대해 ‘들어본 적이 있다.’ 혹은 ‘어느 정도 알고 있다.’라고 응답했다. 조사 대상자의 12%는 ‘마이데이터 서비스를 이용한 경험이 있다.’라고 응답하였으며, ‘이와 유사한 서비스를 받아본 경험이 있다.’라고 답한 응답자도 약 43%로 조사 대상자 절반 이상(55%)이 마이데이터 혹은 유사 서비스 이용 경험이 있는 것으로 나타났다. 특히, 대다수의 조사 대상자(85.3%)가 ‘마이데이터가 실생활에 도움이 될 것으로 기대한다.’라고 응답하며, 마이데이터 서비스가 향후 확산할 가능성을 보여주고 있다 [3].

이에 본 연구는 금융기관 애플리케이션인 신한은행 SOL(솔), 우리은행 WON뱅킹을 중심으로 마이데이터 사용자 경험을 측정하기 위하여 첫째, 문헌 연구를 통해 이론적 배경을 정리하였으며, 둘째, 마이데이터 가입과 서비스 이용 단계를 구분하여 태스크(Task)를 설정하였다. 셋째, 스티븐 앤더슨(Stephen p. Anderson)의 감성 인터페이스 모형(Creating Pleasurable Interfaces Model)을 기반으로 질문지를 작성하였으며, 넷째, 30~40대 남녀 8명을 대상으로 설문과 심층 인터뷰를 진행하여 설문과 인터뷰 결과를 요약 및 분석하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 금융 애플리케이션 사용 현황

한국은행의 2021년 지급수단 및 모바일 금융서비스 이용행태 조사 결과에 따르면 전체 조사 대상자 중 65.4%가 금융 애플리케이션(은행, 증권사, 카드사 및 핀테크 기업 포함)을 이용하여 송금,

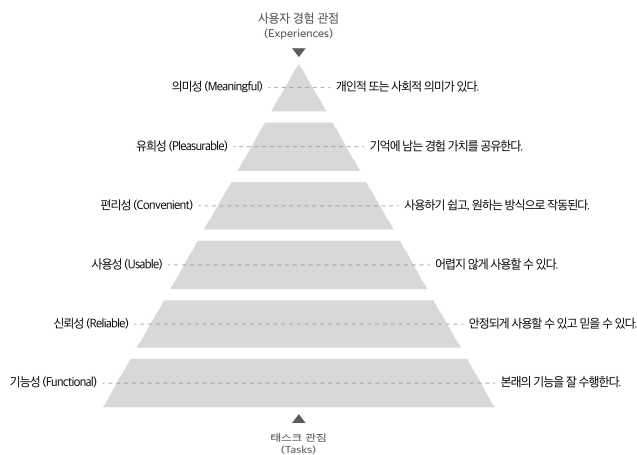
조회 및 금융상품 가입 등의 금융서비스 이용 경험이 있다고 응답하였다. 특히 2019년 코로나 발생 이전 조사된 57.1%보다 8.3% 상승하며, 코로나19 유행 후 금융 애플리케이션 이용 빈도가 증가하는 모습을 보였다. 이에 금융기관은 애플리케이션을 통해 처리할 수 있는 업무를 송금, 조회에서 금융상품 가입 및 대출 등으로 범위를 확대하고 있어, 향후 디지털 금융 시장은 더욱 활성화될 것으로 보인다 [4].

## 2.2 마이데이터

공공기관은 교통카드 데이터와 위치 정보를 기반으로 버스 노선을 결정하기도 하고, 기업은 타겟 마케팅, 신용도 평가, 부정 감지 등 업무의 효율성을 위해 고객 데이터를 사용하고 있다. 반면 개인은 정보 주체임에도 불구하고 개인정보 관리와 활용에 대한 권리 행사가 어려운 구조인데, 이는 개인정보 활용 동의 후 개인정보 관리와 활용을 모두 위임하고 있기 때문이다. 또한, 기업에 따라 보유하고 있는 개인정보의 수준 차이가 크기 때문에 고객 데이터를 활용한 신생기업의 성장이 쉽지 않았다. 이러한 사회적 상황을 배경으로 개인정보보호, 데이터 경제 활성화 및 개인 주도 데이터 유통 생태계를 위한 실천 전략으로 마이데이터가 등장하였다 [5].

마이데이터 산업이란 고객이 전송 요구권을 행사할 때 분산된 개인 신용정보를 제공받고, 이를 이용하여 통합조회 서비스를 제공하는 것을 의미한다. 마이데이터 산업은 개인신용정보를 관리하는 산업 특성상 엄격한 보안 체계가 필요하며, 이해 상충으로부터 고객 보호가 필요하므로 허가산업으로 운영되고 있다 [6].

## 2.3 감성 인터페이스 모형



[그림 1] 스티븐 앤더슨의 감성 인터페이스 모형

[Fig. 1] Creating Pleasurable Interfaces Model of Stephen p. Anderson

본 연구에서는 [그림 1]과 같이 스티븐 앤더슨(Stephen p. Anderson)의 감성 인터페이스 모형(Creating Pleasurable Interfaces Model)을 활용하여 사용자 경험을 측정하였다. 감성 인터페이스 모형이란 피터 모빌(Peter Morville)의 허니콤 모델(Honeycomb Model)과 매슬로(Maslow)의 욕구 단계 이론(Hierarchy of needs)을 수용한 모형이다. 하위 단계는 기능성(Functional), 신뢰성(Reliable), 사용성(Usable)으로 구성되어 태스크(Task) 관점으로 구성되어 있으며, 상위 단계는 편리성(Convenient), 유희성(Pleasurable), 의미성(Meaningful)으로 구성되어 사용자 경험에 중점을 둔 요소로 구성되어 있다. 단순히 사용자 경험 요소 평가를 넘어 사용자 경험을 더욱 폭넓게 이해할 수 있는 연구 모형이다 [7].

### 3. 연구 방법

#### 3.1 실험 대상 애플리케이션 선정

2023년 5월 한국기업평판연구소에서 진행한 은행 브랜드평판 빅데이터 분석 결과 1위 신한은행(브랜드평판지수 7,640,484), 2위 우리은행(브랜드평판지수 5,963,226) 순으로 나타났다. 브랜드 평판 지수는 브랜드에 대한 소비자 활동 빅데이터를 분석한 것으로, 11개 시중 은행(신한은행, 우리은행, 하나은행, NH농협은행, KB국민은행, IBK기업은행, SC제일은행, 씨티은행, KDB산업은행, 수출입은행, 수협은행)을 대상으로 진행하였다 [8]. 이에 본 연구는 브랜드평판 기준 상위 2개 은행(신한은행과 우리은행)의 모바일 애플리케이션을 대상으로 진행하였다.

#### 3.2 실험 대상자

##### 3.2.1 실험 대상자 선정 방법

본 연구에서는 금융 애플리케이션 사용률이 높으며, 동시에 경제 활동이 활발한 계층을 대상으로 선정하였다.

[표 1] 모바일 금융서비스 이용 경험 및 경제활동인구 조사 현황

[Table 1] User Experience Mobile financial and Survey of economically active population

조사 기관	조사 내용	20대	30대	40대	50대	60대
한국은행	2021년 지급수단 및 모바일 금융서비스 이용행태 조사 결과 (2022)	86.9%	89.7%	83.4%	66.7%	39.6%
통계청	경제활동인구 조사(2022)	60.4%	77.3%	78.1%	77.1%	62.6%

[표 1]과 같이 한국은행에서 조사한 2021년 모바일 금융서비스 이용 경험에 따르면 금융 애플리케이션 사용률은 30대, 20대, 40대 순으로 높게 나타났으며, 2022년 통계청의 경제활동인구 조사에

따르면 경제 활동이 활발한 연령층은 40대, 30대, 50대 순으로 나타났다 [4][9]. 이에 금융 애플리케이션 사용률이 높으며, 경제 활동이 활발한 30~40대 남녀를 실험 대상으로 선정하였다.

### 3.2.2 실험 대상자

5명을 대상으로 사용성 테스트를 진행했을 때 85% 확률로 문제를 발견할 수 있다는 제이콥 닐슨 (Jacob Nielsen)의 사용성 이론에 근거하여 본 연구의 실험 대상자 수를 선정하였다 [10]. 또한, 신한은행 SOL(솔)과 우리은행 WON뱅크 내 마이데이터 서비스에 가입한 경험이 없으며, 금융 애플리케이션 사용률이 높고 경제 활동이 활발한 30~40대 남녀를 실험 대상으로 선정하였다. 실험 대상자에 대한 선정 방법은 [표 2]와 같다.

[표 2] 실험 대상자 선정 방법

[Table 2] Research target select plan

구분	내용
요건	신한은행 SOL(솔)과 우리은행 WON뱅크 내 마이데이터 서비스 미가입자
	금융 애플리케이션 사용률이 높으며, 경제 활동이 활발한 30~40대 남녀
조사 방법	마이데이터 가입과 서비스 이용 후 설문 및 1:1 심층인터뷰 진행
조사 대상자 수	30~40대 남녀 8명 (남 4명, 여 4명)
조사 기간	2023년 5월 18일~2023년 5월 31일 (14일간)
인터뷰 시간	평균 60분

### 3.3 실험 계획

실험은 대면으로 참여 관찰법과 1:1 대면 인터뷰를 이용하여 진행하였다. 총 8명의 실험 대상자에게 태스크(Task)를 부여한 후 새도잉(Shadowing)을 통해 관찰하였으며, 실험 대상자는 태스크(Task)를 진행하는 동안 자기 생각을 소리 내어 말하는 씹크얼라우드 방식(Think-Aloud Method)을 사용하였다. 이어 사전 준비된 질문으로 설문과 심층 인터뷰를 진행하였다. 심층 인터뷰는 사전에 준비된 질문들을 중심으로 상황에 따라 추가 질문이 가능한 반구조화 방식으로 진행하였다.

태스크(Task)는 마이데이터 서비스 가입과 서비스 이용 경험으로 구분하여 [표 3]과 같이 설계하였으며, 설문 및 심층 인터뷰 또한 서비스 가입과 서비스 이용 경험으로 구분하여 진행하였다.

설문 및 심층 인터뷰를 위한 질문은 스티븐 앤더슨의 감성 인터페이스 모형의 6가지 요소(기능성, 신뢰성, 사용성, 편리성, 유희성, 의미성)에 따라 [표 4]와 같이 각 3가지 질문을 구성하였다. 다만, 서비스 가입 단계에서는 의미성을 찾기 어려워 질문 요소에서 의미성은 제외하였다. 각 문항은 리커트 5점 척도(5point Likert Scale)를 함께 활용하여 측정하였다.

[표 3] 태스크 설계

[Table 3] Task plan

구분	내용
서비스 가입	마이데이터 서비스 가입 후 2개 기관(타 은행 1개, 카드 1개) 이상 연결하기
서비스 이용 경험	연결된 자산 명세와 자산 리포트 확인하기
	연결된 카드 소비 명세와 소비 분석 리포트 확인하기
	금융상품 추천받아 보기

[표 4] 설문 및 심층 인터뷰 항목

[Table 4] Question for Survey and In-depth Interview

구분	질문 내용	
	서비스 가입	서비스 이용
기능성 (Functional)	가입 단계에 오류가 없다.	연결된 자산 정보에 오류가 없다.
	가입 시 데이터 처리 속도가 빠르다.	레이아웃이 콘텐츠를 이해하는데 적절하다.
	내가 예측하는 순서대로 진행된다.	나의 자산 업데이트 속도가 빠르다.
신뢰성 (Reliable)	나의 개인정보를 믿고 연결할 수 있다.	추천 금융상품을 신뢰할 수 있다.
	최소한의 정보를 적법하게 수집한다.	나의 자산 정보가 정확하다.
	내 정보를 안전하게 관리한다.	은행이 내 개인정보를 갖고 있어도 괜찮다.
사용성 (Usable)	가입 절차가 어렵지 않다.	정보의 내용이 유용하다.
	가입 시 불필요한 과정을 거치지 않는다.	서비스를 쉽게 사용할 수 있다.
	초보자도 쉽게 가입할 수 있다.	가독성이 높은 배열을 사용하고 있다.
편리성 (Convenient)	가입 안내 정보는 이해하기 쉽다.	용어가 이해하기 쉽다.
	가입 프로세스는 체계적이다.	자산 정보가 시각적으로 명확하다.
	가입 단계에서 제공 정보는 명확하다.	정보가 체계적으로 제공된다.
유희성 (Pleasurable)	가입 시 전체적인 흐름이 원활하다.	자산관리에 호기심을 불러일으킨다.
	다른 자산을 추가 연결하고 싶다.	제공되는 정보는 나에게 개인화되어있다.
	데이터를 활용해 보여 질 정보가 기대된다.	전체적인 디자인이 심미적으로 예쁘다.
의미성 (Meaningful)	측정 제외	앞으로 나의 자산관리에 도움을 줄 것 같다.
		나의 소비 패턴을 파악하는 데 도움을 준다.
		제공 정보는 나의 자산 증대에 도움이 된다.

## 4. 연구 결과

### 4.1 인구통계학적 특성

본 연구의 실험 대상자 성별은 남성 4명(50%), 여성 4명(50%)이며, 연령은 30대 5명(75%), 30대

3명(25%)이며, 인터넷 은행을 제외한 시중 은행 중 가장 많이 사용하는 금융 애플리케이션은 신한은행 3명(38%), 우리은행 2명(25%), 기업은행 2명(25%), 하나은행 1명(13%) 순으로 신한은행 사용자가 가장 많았다. 해당 금융 애플리케이션을 사용하는 이유로는 실험 대상자 모두 주거래 은행이기 때문이라고 답변했으며, 거래 연수는 최소 3년, 최대 13년으로 평균 7.8년간 이용하고 있었다. 해당 은행과 거래하게 된 계기로 ‘회사 급여통장(4명)’, ‘대출 시 금리 혜택(2명)’, ‘대학교 입학 시 개설(1명)’, ‘특별한 이유 없음(1명)’이라고 응답했으며, 실험 대상자 모두 앞으로도 계속 해당 은행을 사용할 계획이라고 응답했다. 본 연구 실험 대상자의 인구통계학적 특징과 주 사용 금융 애플리케이션을 종합하면 [표 5]와 같다.

[표 5] 실험 대상자 정보

[Table 5] Users' Information of Research target

번호	성별	연령	직업	주 사용 금융 애플리케이션	거래연수
P1	여	30대	Office Worker	신한은행	3년
P2	남	40대	Marketer	신한은행	8년
P3	남	40대	Office Worker	우리은행	10년
P4	여	40대	Office Worker	기업은행	13년
P5	여	30대	Freelancer	기업은행	7년
P6	여	30대	Student	하나은행	5년
P7	남	30대	Engineer	신한은행	13년
P8	남	30대	Office Worker	우리은행	4년

## 4.2 요소별 결과 분석

본 연구에서는 스티븐 앤더슨의 감성 인터페이스 모형 6가지 요소(기능성, 신뢰성, 편리성, 유희성, 의미성)를 활용하여 설문 및 심층 인터뷰를 진행하였다. 이에 실험 대상자는 리커트 5점 척도에 따라 매우 그렇다(5점), 그렇다(4점), 보통이다(3점), 그렇지 않다(2점), 전혀 그렇지 않다(1점) 중 하나에 표시하였다.

마이데이터 서비스 가입 시 신한은행의 SOL(솔)은 신뢰성(4.208) > 기능성(4.167) > 사용성(3.500) > 유희성(3.417) > 편리성(3.167) 순으로, 우리은행의 WON뱅킹은 신뢰성(4.083) > 편리성(4.042) > 사용성(3.875) > 기능성(3.833) > 유희성(3.625) 순으로 높게 나타났다. 마이데이터 서비스 이용 단계에서는 신한은행의 SOL(솔)은 기능성(4.042) > 신뢰성(3.542) > 의미성(3.333) > 유희성(3.292) > 사용성(3.167) > 편리성(2.958) 순으로, 우리은행 WON뱅킹은 기능성(4.167) > 편리성(4.042) > 사용성(3.667) > 신뢰성(3.542) > 의미성(3.208) > 유희성(3.083) 순으로 나타났다. 수집된 데이터의 평균과 표준편차 및 신뢰도 검증을 위해 산출된 크론바흐 알파(Cronbach's Alpha) 계수를 태스크(Task) 단계별로 [표 6], [표 7]로 정리하였다.

[표 6] 마이데이터 서비스 가입 시 요소별 조사 결과

[Table 6] Survey Results When sign-up MyData

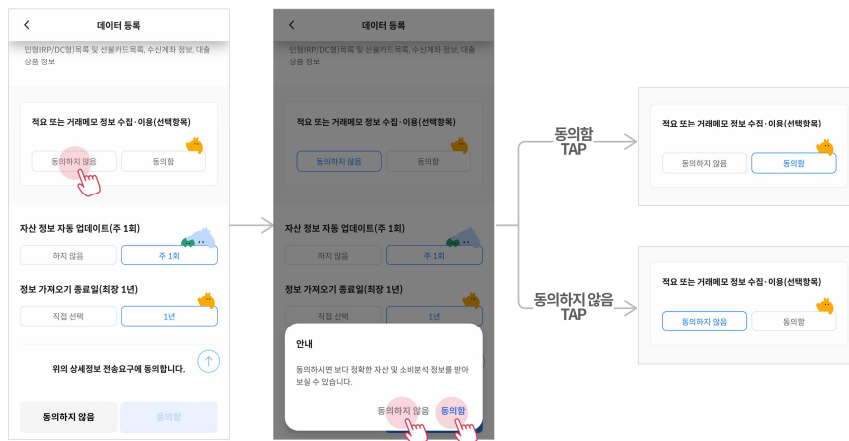
구분	신한은행 SOL(솔)			우리은행 WON뱅킹		
	평균(M)	표준편차(SD)	신뢰도( $\alpha$ )	평균(M)	표준편차(SD)	신뢰도( $\alpha$ )
기능성	4.167	0.565	0.656	3.833	0.868	0.643
신뢰성	4.208	0.884	0.906	4.083	0.717	0.859
사용성	3.500	1.103	0.875	3.875	0.537	0.954
편리성	3.167	0.917	0.750	4.042	0.806	0.954
유희성	3.417	1.060	0.750	3.625	0.824	0.628

[표 7] 마이데이터 서비스 이용 시 요소별 데이터 결과

[Table 7] Survey Results When using MyData

구분	신한은행 SOL(솔)			우리은행 WON뱅킹		
	평균(M)	표준편차(SD)	신뢰도( $\alpha$ )	평균(M)	표준편차(SD)	신뢰도( $\alpha$ )
기능성	4.042	0.955	0.814	4.167	0.565	0.723
신뢰성	3.542	1.179	0.829	3.542	1.021	0.628
사용성	3.167	1.007	0.707	3.667	0.482	0.844
편리성	2.958	1.197	0.825	4.042	0.624	0.756
유희성	3.292	1.197	0.688	3.083	0.830	0.610
의미성	3.333	0.761	0.851	3.208	0.833	0.710

#### 4.2.1 기능성 (Functional)



[그림 2] 우리은행 WON뱅킹 마이데이터 가입 시 선택 동의 클릭 시 프로세스

[Fig. 2] The process of sing-up Woori Bank's MyData

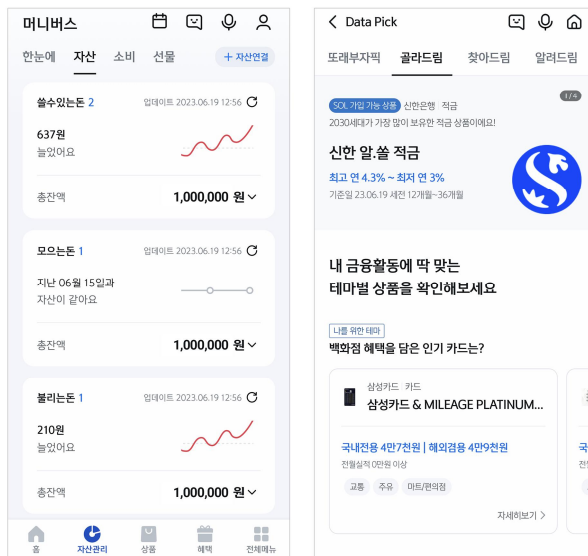
신한은행 SOL(솔)의 기능성 평균값은 서비스 가입 4.167, 서비스 이용 4.042로 모두 높게 평가되었

다. 우리은행 WON뱅킹은 서비스 가입 3.833에서 서비스 이용 4.167로 수치가 상승되었다. 우리은행 WON뱅킹의 서비스 가입 단계에만 낮은 점수를 준 의견을 수집한 결과, 대부분의 조사 대상자가 ‘선택동의 항목 클릭 후 나타난 팝업’ 때문이라고 응답했다. 우리은행 WON뱅킹 서비스 가입 시 선택동의 항목의 ‘동의하지 않음’ 클릭할 경우 [그림 2]와 같이 안내 바텀시트가 한번 더 나타나게 된다. 이때 실험 대상자 모두 클릭을 주저하는 모습을 보였는데, 이후 진행된 심층 인터뷰에서 “내가 클릭한 ‘동의하지 않음’에 대한 ‘동의’ 혹은 ‘동의하지 않음’인지 혼란스러웠다.”, “동의하지 않으면 안 되는 항목인 줄 알았다.”, “동의를 강요하는 것 같아 불쾌했다.” 와 같은 부정적 의견을 보였다.

#### 4.2.2 신뢰성(Reliable)

신한은행 SOL(솔)은 4.208, 우리은행 WON 뱅킹은 4.083으로 두 금융 애플리케이션 모두 마이데이터 서비스 가입 단계에서는 높게 나타났다. 이에 “큰 은행이니 믿을 수 있다.”, “둘 다 제1금융권이니 신뢰할 수 있다.”라며 두 금융 애플리케이션에 대한 공통적인 의견을 내놓았다. 하지만, 마이데이터 서비스 이용 후 두 금융 애플리케이션 모두 같은 수치인 3.542로 가입 단계와 비교하여 하락하였다. 이에 “추천 상품에 대한 근거가 없어 믿을 수 없다.”, “내 정보가 생각보다 살살이 나오니 불안해졌다.”라는 의견이 있었다. 기존에 지닌 브랜드 이미지가 신뢰성에 영향을 주지만, 부정적 사용 경험에 따라 하락할 수 있음을 알 수 있다.

#### 4.2.3 사용성(Usable)



[그림 3] 신한은행 SOL(솔) 마이데이터 서비스 이용 시 라이팅 불편 요소

[Fig. 3] Writing inconvenience of Shinhan Bank's MyData

신한은행 SOL(쓸)은 서비스 가입 3.500, 서비스 이용 3.167의 수치를 보였으며, 우리은행 WON뱅킹은 서비스 가입 3.875, 서비스 이용 3.667로 우리은행 WON뱅킹이 신한은행 SOL(쓸)과 비교하여 높은 수치를 보인다. 신한은행 SOL(쓸)에 낮은 점수를 준 이유로 “예금을 ‘쓸 수 있는 돈’이라 표현하여 어렵게 느껴졌다.”, “버튼 명(골라드림, 찾아드림, 알려드림)이 무슨 의미인지 몰라 하나씩 클릭해보고 나서야 알았다.”라는 의견을 내놓았다. 신한은행 SOL(쓸)에서 나타난 서비스 이용 시 라이팅 불편 요소는 [그림 3]과 같다. 그 외 애플리케이션의 전체적인 디자인, 레이아웃 및 프로세스는 두 금융 애플리케이션 모두 익숙한 스타일이기 때문에 평이하다고 응답했다. 이를 통해, 아래 이어지는 편리성에서 나타난 부정적 경험이 사용성에도 부정적 영향을 미친 것을 알 수 있다.

#### 4.2.4 편리성(Convenient)

신한은행 SOL(쓸)은 서비스 가입 3.167, 서비스 이용 2.958의 수치를 보였고, 우리은행 WON뱅킹은 서비스 가입과 서비스 이용 모두 4.042의 수치를 보였다. 마이데이터 서비스 가입과 이용 모두 우리은행 WON뱅킹이 신한은행 SOL(쓸)보다 높은 수치를 보였다.

신한은행 SOL(쓸)에 낮은 점수를 준 이유로 “예금, 적금, 대출이라는 말 대신 쓸 수 있는 돈, 모으는 돈, 빌린 돈이라는 표현이 더 어렵게 느껴졌다.”, “흔하게 쓰는 용어를 풀어서 쓰니 이해하기 어려웠다.”, “마이데이터는 알지만 머니 버스가 마이데이터를 의미하는 줄 몰라 가입 시 한참 찾았다.”라고 답변했다. 이에 쉽게 풀어 쓴 용어보다 금융용어를 친숙하게 느끼는 것을 알 수 있었으며, “직관적으로 이해하기 어려워 정보가 체계적인지 모르겠다.”, “단어를 모르겠으니, 이미지도 직관적으로 알기 어렵다.”라며 부정적 의견을 보였다.

#### 4.2.5 유희성(Pleasurable)

마이데이터 서비스 가입 시 신한은행 SOL(쓸)은 3.417, 우리은행 WON뱅킹은 3.625의 수치를 보였으며, 마이데이터 서비스 이용 시 신한은행 SOL(쓸)은 3.292, 우리은행 WON뱅킹은 3.083으로 두 금융 애플리케이션 모두 낮은 수치를 보였다. 이에 두 금융 애플리케이션에 대한 공통 의견으로 “개인정보가 보인다니 괜히 꺼려져 다른 자산을 추가 연결하고 싶지 않다.”, “데이터를 다양한 시각으로 보여줘서 재밌긴 하지만, 이게 유용한지는 모르겠다.”라며 부정적 의견을 보였다.

#### 4.2.6 의미성(Meaningful)

마이데이터 서비스 가입 단계는 의미성 요소를 찾을 수 없어 측정하지 않았다. 마이데이터 서비스 이용 시 신한은행 SOL(쓸)은 3.333 우리은행 WON뱅킹은 3.208로 비슷한 수치를 보이고 있었다. 두 금융 애플리케이션에 대한 공통적인 의견으로 “두 은행 모두 나에게 도움을 준다고보다는 데이터를 보여주지만 하는 느낌이다.”, “추천이 아니라 인기 있는 은행 상품만 나열한 느낌이다. 나에게 진짜 필요한 상품을 추천하는지 모르겠다.”라는 의견을 밝혔으며, 추가적인 질문을 통해 과

반수의 조사 대상자가 ‘자산관리보다는 금리 네고 등 즉시 제공받을 수 있는 혜택’을 선호한다는 것을 확인했다.

## 5. 결론

본 연구는 30~40대를 대상으로 두 금융 애플리케이션의 마이데이터 가입과 서비스 이용 시 사용자 경험을 파악해 보았다. 두 금융 애플리케이션 모두 하위 단계인 태스크(Task) 관점에서는 평균 3.815로 높은 수치를 보이거나 상위 단계인 사용자 경험 관점으로 갈수록 3.417로 비교적 낮은 수치를 보인다.

마이데이터는 금융뿐만 아니라 의료, 통신, 에너지, 유통 등 다양한 분야에서 정책이 논의되고 있다. 금융 외 사업은 아직 시범 사업이나 자기 정보 열람권을 확대하는 방식에 그치고 있지만, 향후 다양한 분야에서 마이데이터가 연계될 가능성이 높다. 현재 두 금융 애플리케이션 모두 개인 자산관리에 중점을 두고 있지만, 앞으로 다양한 비금융권 분야(의료, 통신, 에너지, 유통 등)와의 연계를 통해 생활 서비스까지 영역을 확장될 것으로 예상된다. 이에 따라 사용자 경험의 상위 단계인 편리성, 유희성, 의미성까지 충족할 수 있는 방향인 ‘생활에 도움이 되는 서비스’ 혹은 ‘즉시 제공 받을 수 있는 혜택’이 고려되어야 할 것이다. 또한, 단순 데이터 보유량은 자산관리 역량과 비례하지 않으며, 고객 데이터를 내부 자산으로 연결하는 역량 점검 및 고도화 전략이 필요할 것이다.

본 연구는 금융기관 마이데이터 서비스 가입과 이용 단계를 구분하여 사용자 경험을 측정하고 분석했다는 것에 의의가 있으며, 향후 본 연구를 토대로 마이데이터 서비스가 더욱 고도화되는 데 도움이 될 것으로 기대한다.

## References

- [1] G. M. Jeong, "Digital Transformations of the Financial Services Industry and Operational Risk: Banking and Insurance", Korea Insurance Research Institute, Seoul, Republic of Korea, July 2021. [Online]. Available: [www.kiri.or.kr](http://www.kiri.or.kr).
- [2] D. K. Park, S. B. Yang, S. H. Yoon, "Factors Influencing Individual's Intention to Provide MyData: Focusing on the Moderating Effects of Individual Capabilities and Institutional Type", *Knowledge Management Research*, vol. 24, no. 1, March 2023, pp. 73-97, doi: 10.15813/kmr.2023.24.1.004.
- [3] J. R. Lee, Y. J. Lee, "Survey on Public Awareness of MyData", 4th industrial revolution, Seoul, Republic of Korea, January 2022. [Online]. Available: <http://webarchives.pa.go.kr/19th/www.4th-ir.go.kr>.
- [4] S. H. kim, S. S. kim, G. W. Oh, Y. S. Choi, "Payment and Internet banking services usage status in 2021", Bank of Korea, Seoul, Republic of Korea, 2022-1, April 2021. [Online]. Available: [www.bok.or.kr](http://www.bok.or.kr).
- [5] H. J. Noh, "MyData Business Status and Insurance Company Implications", Korea Insurance Research Institute, Seoul, Republic of Korea, July 2021. [Online]. Available: [www.kiri.or.kr](http://www.kiri.or.kr).
- [6] Korea Credit Information Services, "MyData Service Guidelines", Korea Credit Information Services, Seoul, Republic of Korea, November 2022. [Online]. Available: [www.mydatacenter.or.kr](http://www.mydatacenter.or.kr).
- [7] J. H. Ahn, S. I. Kim, "Comparison the Difference of User Experience for Mobile Facebook and Instagram Using Nonparametric Statistics Methods - Focused on Emotional Interface Model -", *Journal of Digital Convergence*, vol. 14, no. 11, November 2016, pp. 481-488, doi: 10.14400/JDC.2016.14.11.481.
- [8] C. H. Koo, "Bank Brand Big Data Analysis Results for May 2023", [brikorea.com](https://brikorea.com/bbs/board.php?bo_table=rep_1&wr_id=2477), [https://brikorea.com/bbs/board.php?bo\\_table=rep\\_1&wr\\_id=2477](https://brikorea.com/bbs/board.php?bo_table=rep_1&wr_id=2477), (accessed June 18, 2023).
- [9] K. K. Ryu, "Survey on economically active population", Statistics Korea, [kosis.kr](https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1DA7002S&vw_cd=MT_ZTITLE&list_id=B11&seqNo=&lang_mode=ko&language=kor&obj_var_id=&itm_id=&conn_path=MT_ZTITLE), [https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT\\_1DA7002S&vw\\_cd=MT\\_ZTITLE&list\\_id=B11&seqNo=&lang\\_mode=ko&language=kor&obj\\_var\\_id=&itm\\_id=&conn\\_path=MT\\_ZTITLE](https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_1DA7002S&vw_cd=MT_ZTITLE&list_id=B11&seqNo=&lang_mode=ko&language=kor&obj_var_id=&itm_id=&conn_path=MT_ZTITLE), (accessed June 18, 2023).
- [10] J. Nielsen, "Why You Only Need to Test with 5 Users", [nngroup.com](https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/), <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>, (accessed June 18, 2023).