

빅데이터로 본 밀레니얼 세대의 라이프 스타일

〈표〉 밀레니얼 세대 타임라인



HS애드가 트위터, 블로그, 인스타그램 등 소셜네트워크 서비스(SNS)에 올라온 120억건의 빅데이터를 통해 '워라벨', '가성비', '모여모바일', '관태기' 등 밀레니얼 세대를 대변하는 4개의 라이프 스타일을 공개했다.

분석 결과에 따르면 '일과 사생활의 균형'을 뜻하는 '워라벨'(Work&LifeBalance)이 소셜미디어 상에 눈에 띄게 등장하기 시작한 것은 2016년이지만, 2017년 하반기부터 폭증하는 추이를 보이고 있다. '회사(직장) 생활'과 관련된 연관어 상위권을 과거에는 '업무, 스트레스, 능력, 동료'가 차지했으나, 최근에는 '소통, 퇴근, 주말, 휴가'처럼 직장 내 소통이나 업무 외 자신을 위한 시간 등이 높은 순위를 차지하고 있는 것에 비해 '워라벨'이 SNS 이용에 활발한 밀레니얼 세대들의 행동 패턴으로 확실히 자리 잡은 것을 알 수 있다고 밝혔다.

가격대비 '마음의 만족'을 의미하는 신조어인 '가성비'가 2017년 하반기부터 '가성비' 언급량을 넘어서며 중요한 소비 판단 기준으로 자리 잡은 것도 큰 특징이다. 이에 따라 각종 안전에 대한 불안감이 증폭되는 사회 속에서, 기업들은 제품 안전에 대한 불안한 심리를 사로잡을 수 있는 전략

이 필요하다고 전했다.

인스타그램의 언급량은 2015년 대비 3.5배 이상 늘었고, 단순화된 해시태그와 앱 자체 사진 보정 기능을 통해 순간의 감성과 일상을 공유하는 문화가 자리 잡으면서 '인증샷', '허세샷', '떡부림', '인생샷' 등의 언급량 연도별 추이도 계속 늘어나고 있다고 밝혔다.

기존 전통적 관계에서 받는 '상처, 스트레스, 고통, 부담, 갈등'으로 인해 '관태기'('관계'와 '권태기'의 합성어)를 느끼는 경우들이 늘어나면서, 빅데이터상 '관계끊기, 혼자놀이' 언급량은 2014년부터 급증하는 추세인 반면, '관계맺기, 유대관계' 관련 언급량은 2009년 대비 큰 변화가 없는 것으로 조사됐다. 또한 관계에 대한 감성 연관어 분석 결과에서도 긍정의 감정은 변화가 없는 반면, 부정에 대한 감정은 2009년 29.1%에서 2017년 32.0%로 증가했다.

HS애드 관계자는 "저성장 기조로 인해 생애주기 지연을 겪고 있기는 하지만, 이로 인해 이들은 기존 세대와는 다른 소비 행태를 보인다"며 "새로운 소비권력인 이들 세대의 소비 감성을 이해하는 노력이 필요하다"고 밝혔다. KAA

이수지 susie@kaa.or.kr