

## MZ세대의 라이프스타일 특성에 대한 탐색적 연구 - 2010년-2020년의 논문을 중심으로 -

강유림 · 김문영<sup>†</sup>

계명대학교 패션마케팅학과

### An Exploratory Study on the Lifestyle Characteristics of the MZ Generation - A Focus on the 2010-2020 Studies -

Yu Rim Kang and Mun Young Kim<sup>†</sup>

Dept. of Fashion Marketing, Keimyung University; Daegu, Korea

**Abstract:** The purpose of this study is to analyze the trends of MZ generation's lifestyle-related research from 2010 to 2020. As a result of searching keywords such as MZ generation's and lifestyle using academic database search sites, a total of 218 cases were used as analysis data to conduct frequency and content analysis. First, research type was 74 dissertations(34.6%), 144 journals(65.4%). The study of MZ generation was relatively active in journals. Second, the current status of academic field was 85(39.7%) in the social field, followed by 66(30.8%) in the arts/physical education, 21(9.8%) in the complex studies, 16(7.5%) in education, 15(7.0%) in nature, 6(2.8%) in engineering, 4(1.9%) in humanities, 1(0.5%) in agriculture/marine. Third, the current status of MZ generation research topics is 54 social participations(25.3%), 35 fashion/beauty(16.3%), 31 social/organizational adaptations(14.5%), 25 cultural/leisure activities(11.7%), 24 design/development projects(11.2%), 21 economic/employment/job projects(9.8%), 11 educational/career/experiences(5.1%), 9 self-concepts(4.2%), 4 welfare services(1.9%). Fourth, the current status of MZ generation research methods was quantitative research(survey/experiment) 125(58.4%), qualitative research(depth interview/participant observation) 42(19.6%), theory/literature research 35(16.4%) and mixed research 12(5.6%). Fifth, the study on the lifestyle of the MZ generation was conducted in four cases, one in 2016, one in 2019, two in 2020. This study is meaningful in that it grasped the overall flow of data of information exchange that can share the research trends of the MZ generation and suggested the basic data on the direction of future research, the individual tendency, behavior, and lifestyle characteristics of the MZ generation.

**Key words:** MZ generation's (MZ세대), lifestyle (라이프스타일), academic field (학문 분야), review study (리뷰 연구), research trends (연구 동향)

## 1. 서 론

현대사회에서 정보통신기술의 발달과 소셜미디어 기반 커뮤니케이션의 활성화로 사람과 사람 간의 만남 및 소통이 디지털 기반으로 이루어지는 등 새로운 트렌드가 형성되면서 디지털 기술과 경험을 바탕으로 사회적 참여를 추진하는 MZ세대가 중요한 소비층으로 대두되고 있다. 그 이유로 MZ세대가 지금의 20·30세대라 봐도 무방하며, 현재 우리나라 인구의 약 36%를 차지한다고 볼 수 있고(Yang, 2021), 특히 전 세계 인구의 과반수 이상이 MZ세대로 보고되고 있어, 인구의 수 측면으로 MZ

세대는 우리 사회에서 꾸준히 영향력을 보이는 세대가 될 것이기 때문이다(Lee, 2020a).

MZ세대는 1991년 미국의 세대 전문가인 닐 하우(Neil Howe)와 윌리엄 스트라우스(William Strauss)에 의해 등장한 개념으로, 반복되는 경제위기와 저성장장을 겪으며 스마트폰을 이용한 다양한 앱 서비스 이용과 인터넷의 발전을 보고 자라온 세대로, 일과 삶의 균형을 기반으로 자신의 만족과 행복을 최우선으로 여기고 온라인과 모바일에 친숙하며 변화에 유연하며 SNS에 능숙하다(Kwon, 2020). 특히 MZ세대는 환경 보호나 사회적 가치가 반영된 물건을 구매하는 등으로 스스로의 신념과 가치를 표출하는 등 기존의 기성세대와는 다른 행동과 사고 방식을 표방하고 있다(Jun, 2020). 이렇듯 MZ세대는 다른 세대와의 라이프스타일과 소비성향 등이 상이한 세대로, MZ세대의 특성은 연령이나 성별, 거주지역 등의 인구통계적 특성만으로 설명되기 어려울 수 있는데, 타인과 구별되는 세대의 특성 또는 성향을 파악할 수 있는 관련 연구방법 중 하나가 라이프스타일을 알아보는 것이다(Hong et al., 2011).

<sup>†</sup>Corresponding author; Mun Young Kim

Tel. +82-53-620-2230, Fax. +82-53-620-2230

E-mail: munyoung@kmu.ac.kr

© 2022 Fashion and Textile Research Journal (FTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

라이프스타일이란 개인의 취미, 기호, 활동 등에 의해 나타나는 생활양식으로, 돈과 시간을 사용해 기본적인 욕구를 충족하며 살아가는 인간의 총체적 생활방식(Divine & Lepisto, 2005)을 뜻한다. 현재 MZ세대의 라이프스타일에 대한 사회 전반의 관심이 증대되면서 기업 부설 연구소 또는 트렌드 조사 기관에서 이들의 특성과 성향, 가치관, 직업관, 물질관, 선호성, 관련 사회적 이슈, 담론 형성 등을 파악하기 위한 연구들이 지속적으로 증가하고 있다. 정부에서도 MZ세대의 정책을 우선시하면서 근무환경 개선과 안정적 생활여건 조성, 경제적 기반 마련 등에 노력을 기울이고 있다(Lee, 2020a). 이는 국가적 차원에서도 다양한 정책 수립을 위해 MZ세대의 라이프스타일에 대한 관심이 높다는 것을 의미하는 것으로 해석되므로, MZ세대는 어떠한 성향과 특성을 보이는지, 즉 그들의 라이프스타일을 파악하기 위한 연구가 진행되어야 할 것으로 생각된다.

그러나 학계에서 지금까지 진행된 MZ세대 관련 연구들은 의복과 과소비성향(Jun, 2020)이나 e-book의 수용 결정요인 연구(Kwon, 2020), 커뮤니케이션 특성 연구(Hong & Kim, 2021), 식품 가치와 소비행동 연구(Hong, 2020) 등을 기반으로 해당 학문영역과 관련된 연구들이 수행되는 등 여러 분야에서 다양한 주제와 방법을 토대로 한 MZ세대 관련 연구들이 진행되고 있다. 이는 서로 다른 학문적 배경을 토대로 한 연구물들이 폭넓게 분산되어 있다는 의미를 내포하기에, MZ세대에 대한 연구의 전반적 동향과 관련 연구의 진행 여부를 세부적으로 파악함으로써 MZ세대 관련 연구가 나아가야 할 방향을 모색하는데 어려움이 있을 것으로 생각된다. 이렇듯 그간 MZ세대 관련 선행연구들은 다양한 주제를 개별적으로 다루고 있어, MZ세대를 대상으로 어떠한 주제로 연구를 하며 어떻게 진행되고 있는지 전반적 연구의 경향을 보여주는 연구동향에 대한 분석 연구는 아직 이루어지지 않은 것으로 추정되어, MZ세대의 연구방향의 흐름을 파악하기 어려운 한계점이 있다.

MZ세대에 대한 사회문화적으로 관심이 집중되고 있는 현 시점에서 MZ세대에 대한 탐색은 중요한 연구 과제이며, 그간 축적된 MZ세대 관련 연구들을 파악하여 국내 MZ세대 관련 연구 성과를 분석하고 향후 MZ세대 관련 연구의 방향을 제시할 필요가 있을 것으로 생각된다. 다양한 학문 분야에 대한 연구동향을 파악하는 것은 그 분야의 기본적인 정보와 특정 학문 분야에 대한 성장과 발전을 이룰 수 있는 토대가 될 수 있다(Kim et al., 2019). 즉 시대적 흐름에 따라 MZ세대 관련 연구주제는 어떻게 변화하고 있는지, 연구 분야의 흐름과 어떤 학문 분야에서 비교적 연구가 미흡하게 이루어지고 있는지, 그러한 연구 분야의 특성은 어떠한지 등을 파악하는 연구가 필요할 것으로 보인다.

따라서 본 연구는 2010년부터 2020년까지 지난 10여 년간 MZ세대에 관한 기존 연구들이 어떤 유형과 학문분야, 주제, 방법으로 연구하였는지 연구동향을 파악하고자 한다. 이를 통해 향후 MZ세대에 대해 어떤 분야에 대한 추가 연구와 관심이 필요한지 그 방향성을 제시해주는 기초자료를 제공하고자 한다.

특히 MZ세대의 라이프스타일 관련 연구도 함께 파악하여 MZ세대의 라이프스타일에 대한 마케팅 전략을 수립하는데 도움이 될 수 있는 시사점을 제공하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. MZ세대

MZ세대란 밀레니얼세대와 1995년 이후 출생한 Z세대를 통칭한 용어로, 디지털 기기에 익숙해 유튜브나 트위터 등의 미디어에 익숙하며, 자신이 선호하는 것에 돈과 시간을 아끼지 않고 적극적으로 투자하는 성향이 강하다. 특히 MZ세대는 자기애가 강하여 자신의 만족과 욕구, 기호와 개성을 중시하고, 불필요한 소비를 줄여 최소한의 제품을 사용하는 미니멀리즘을 지향하는 등 스마트 컨슈머의 특성을 보인다(Lee, 2020a).

이렇듯 MZ세대란 1980년부터 2004년까지의 출생자인 밀레니얼세대와 1995년 이후 출생한 Z세대를 합쳐 부르는 세대지만, 세대를 가르는 기준은 차이가 있고 그에 따라 두 세대 간의 특성에도 비교적 차이가 있다. 밀레니얼세대의 경우 미국에서는 1980년부터 2004년까지의 출생자를, 국내에서는 1980년대와 2000년 사이에 출생한 집단으로 구분하고 있다(Yang, 2021). 밀레니얼세대의 뒤를 잇는 Z세대는 1995년부터 2005년 사이에 태어난 세대로 Y세대와 X세대의 알파벳 마지막 순서에 해당한다는 의미로, 두 세대 모두 디지털 환경에 익숙하다. 따라서 두 세대 모두 디지털 기술의 발전과 함께 성장하여 다양한 미디어 플랫폼에 익숙하고, 최신 트렌드에 빠르게 반응하는 유사점이 있으나, 밀레니얼세대는 2008년 글로벌 금융위기 이후 사회에 진출하여 취업에 어려움을 겪은 세대이다. 이러한 경제적 부담을 겪은 밀레니얼세대는 집이나 결혼 등을 미루고 현재를 중시해 일과 삶의 균형, 다이어트와 건강 등을 중요히 여기는 등 자이실현을 중요히 여기는 것으로 알려져 있다(Bae, 2020). 반면에, Z세대는 경제적 호황기에 태어났기에 경제적 가치를 우선시하고 투자에 적극적인 모습을 보이는 등 밀레니얼세대와는 다른 소비패턴을 보인다(Lee et al., 2021).

이와 같이, MZ세대는 두 세대가 합쳐진 용어지만 밀레니얼세대와 Z세대의 특성에 차이가 있음을 알 수 있으므로, 본 연구에서는 MZ세대라는 키워드뿐 아니라 밀레니얼세대와 Z세대의 개별 키워드도 포함하여 MZ세대 연구동향에 대해 분석하고자 한다.

### 2.2. 라이프스타일

라이프스타일이란 용어는 독일의 사회학자인 맥스 베버(Max Weber)에 의해 처음 등장한 용어로, 심리학과 경제학, 사회학 등에서 인간과 사회 계층의 행동 차이를 설명하기 위한 지표로 사용된 개념이라 할 수 있다(Song, 2018). 라이프스타일의 개념에 대해 Kim(2006)은 특정 그룹의 사회생활과 생활양식에서 발견된 패턴을 구체화한 것이라 하였고, 사람들의 개성과 욕구를 표현하기 위해 어떻게 행동하고 무엇을 중요하게 고려하는

가에 대한 총체라 정의한 연구자(Park, 2016)도 있다. 결국 라이프스타일은 사람들이 자신의 주변 환경에서 중요하게 고려하는 것은 무엇인지에 대한 관심과 자신과 주위세계에 대해 어떻게 생각하며 그러한 시간을 어떻게 활용하는가 하는 행동에 대한 의견의 총체라 할 수 있다.

라이프스타일을 분석하기 위한 방법에 대해 특정 제품의 사용과 욕구의 정도에 대해 소비자를 세분화된 라이프스타일 유형으로 구분하여 소비자의 생활방식을 이해하는 미시적 분석 방법과, 대상이 되는 그룹의 전체적인 라이프스타일 동향을 파악하기 위한 거시적 분석방법으로 나눌 수 있다. 이러한 분석을 통해 알아본 라이프스타일은 개인의 개성과 가치체계, 성향 등을 나타내는 요소 중 하나로, 특정 집단의 라이프스타일을 알아보는 것은 그들의 소비행동과 시장세분화의 기준, 그리고 사회적 동향을 파악하는데 가치가 있다(Lee, 2019). 그렇기에 국내에서 라이프스타일 관련 연구는 주로 패션이나 뷰티, 관광 관련 제품을 구매하는 행위의 과정에서 발생하는 소비자의 니즈와 선호도 등을 알아보는 연구들이 진행된 것으로 알려져 있다(Park, 2010). 이렇듯 라이프스타일 관련 연구는 특정 제품에 대한 소비 형태와 구매행동 등을 분석함으로써 소비자의 행동을 심층적으로 이해하는데 도움이 될 수 있어 소비자의 행동을 연구하는 분야에서 중요하다고 할 수 있다.

종합적으로 라이프스타일에 대한 문헌고찰을 실시한 결과, 라이프스타일은 개인의 성향, 가치와 행동, 생활방식 등을 총칭하는 개념임을 알 수 있으므로, MZ세대의 라이프스타일을 알아보는 것은 그들만의 성향과 삶의 방식 등을 이해하는 중요한 자료가 될 수 있을 것으로 생각된다.

### 2.3. MZ세대 라이프스타일 연구동향 관련 선행연구 고찰

특정 주제나 다양한 학문 분야의 연구동향을 파악하기 위한 연구의 수행은 후속연구에서 연구의 흐름이 이어갈 수 있도록 방향을 제시해주고 학문적 발전을 위한 토대가 될 수 있다는 점에서 의미가 있다(Kim et al., 2019). 1990년부터 2009년까지 식생활 라이프스타일 학술지 관련 연구동향을 내용분석법을 활용하여 알아본 선행연구(Hong et al., 2011)에서는 연구내용, 연도별 논문 발표 및 학회지 유형 현황, 식생활 라이프스타일 관련 주제, 연령, 표본수와 조사대상자, 조사지역, 연도별 통계 분석 방법 등을 중점으로 분석한 것을 살펴볼 수 있었다. 이 연구의 결과를 요약하면 식생활 라이프스타일 연구는 1990년에 처음 시도되어 2005년부터 활발히 수행되는 경향이 있었고, 소비자의 외식태도와 관련된 연구물들이 주를 이루고 있음을 밝혀냈다. 하지만 이 연구는 학회에 발표된 논문을 중심으로 연구동향을 분석하였기에, 학위논문 등 다양한 연구물들을 포함하지 못한 한계점이 있어, 분석대상의 범위를 더욱 넓혀야 할 것으로 보인다.

라이프스타일에 성향의 개념이 포함되어 있는 점을(Lee, 2019) 고려하여 ‘성향’이라는 키워드를 토대로 연구동향을 파악한 연구들을 살펴본 결과 관련 연구들을 발견하기 어려웠다. 유

사한 측면에서 ‘소비문화’ 또는 ‘소비트렌드’, ‘여가 소비’와 관련한 연구동향을 분석한 선행연구들은 살펴볼 수 있었다. 국내 소비문화 및 소비트렌드 연구의 동향에 대해 분석한 Kim (2010)은 2001년부터 2010년까지 소비학 분야 연구물 40편을 내용분석법으로 연구분야와 연구주제, 연구방법 등에 대해 분석한 결과, 소비자의 역할확대에 대한 연구주제에 대한 관심이 대폭 높아졌으며, 세부 소비자집단별로 소비패턴을 분석하는 연구물들이 활발히 진행됨을 밝혀냈다. 이러한 결과를 토대로 새로운 다양한 소비자의 소비특성을 파악하고 소비트렌드를 예측하는 연구들이 필요할 것으로 생각된다. 여가 소비와 여가 취향에 대한 연구동향을 분석한 연구(Cho, 2013)에서는 전자학술데이터베이스 KISS, DBPIA, RISS를 활용해 키워드 검색으로 중복 논문을 제외하여 최종 17편의 논문을 내용분석법으로 파악한 결과, 양적 방법을 이용한 실증적 연구 위주로, 타인의 2차 자료를 활용하여 연구하는 경향이 높은 것으로 나타났다. 특히 이 연구는 연구개요나 조사설계 등에 대해서 자세하게 분류하여 연구결과를 제시한 점에서 의미가 있으나, 분석대상의 수가 적어 추후 연구에서는 학위논문이나 대학논총 등까지 범위를 확대하여 조사할 필요가 있을 것이다.

이상을 통해 선행연구들은 연구동향을 분석하기 위해 내용분석법을 주로 사용하여 연구내용, 연구주제, 연구방법, 연구분야 등에 대하여 파악함을 알 수 있어, 본 연구에서도 선행연구를 참고하여 내용분석법을 활용하여 MZ세대의 라이프스타일 관련 연구내용과 주제 등의 연구동향 분석을 통하여 MZ 세대의 라이프스타일의 특성을 살펴보고자 한다.

## 3. 연구방법

### 3.1. 연구문제

본 연구의 목적은 2010년부터 2020년까지 수행된 MZ세대의 연구동향을 알아보는 것으로, 이를 위한 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 2010년-2020년까지의 국내 논문에 나타난 MZ세대에 관련된 연구동향(유형, 학문분야, 주제, 방법)을 알아본다. 둘째, 2010년-2020년까지의 국내 논문의 내용분석을 통해 밀레니얼세대와 Z세대, MZ세대의 라이프스타일 특성을 특정하고, 두 세대 간의 차이점을 알아본다.

### 3.2. 분석대상 및 자료수집방법

본 연구의 분석대상은 학술연구정보서비스(RISS), 한국교육학술정보원(KERIS), 학술데이터베이스 검색사이트(KISS), 국회전자도서관, 학술정보 포털 DBPIA를 활용하여 MZ세대와 관련된 모든 학위논문 및 학술지 논문을 포함하여 검색하였다. 검색 키워드는 ‘밀레니얼세대’, ‘M세대’, ‘Z세대’, ‘MZ세대’, ‘라이프스타일’을 중점으로 검색하였고, 라이프스타일과 관련된 개념이라 할 수 있는 가치와 성향, 행동 등은 키워드 검색에서 제외하였다. 논문의 검색 기간은 2010년부터 2020년까지로 설정하였으며, 검색한 결과 전체 4,278건이 검색되었다. 이러한

**Table 1.** Process of data retrieval

Number of papers searched using keywords	Classification content	Paper
MZ generation related keywords(include news, press releases, academic conference presentations)	Millennial or M generation	2,223
	Z generation	1,294
	MZ generation	586
Lifestyle related keywords(include news, press releases, academic conference presentations)	Millennial or M generation lifestyle	95
	Z generation lifestyle	64
	MZ generation lifestyle	16
Total		4,278
Research final search result(excluded from news, press releases, and academic conference presentations)	Millennial or M generation	136
	Z generation	63
	MZ generation	15
Total		214

키워드로 검색한 자료들 중 뉴스, 온라인 보도자료, 학술대회 발표자료와 중복되는 선행논문들을 제외하고, MZ세대 라이프스타일 관련 4편의 연구물들이 기존에 검색한 밀레니얼세대와 Z세대 또는 MZ세대 연구에 포함되어 중복된 선행연구 논문을 제외한 결과 총 214건이 도출되었다(Table 1).

### 3.3. 자료 분석방법

특정 학문영역의 연구동향을 파악할 때 자주 활용되는 방법 중 하나는 일정 기간 정기적으로 발행되는 문헌들을 정리하는 것으로, 이러한 연구에서 주로 활용되고 있는 연구방법으로 내용분석법이 있다(Chong et al., 2007). 내용분석법은 설문지나 인터뷰 등의 방법을 통하지 않고 연구자가 연구주제와 목적에 맞게 수집한 내용을 토대로 객관적이며 체계적으로 측정하는 방법이다(Hong et al., 2011). 이러한 내용분석법을 연구에서 활용할 때 중요하게 고려되는 것은 신뢰도와 유목분류인데(Lee & Cho, 2008), 본 연구에서 MZ세대에 대한 연구동향을 분석하기 위한 유목분류는 Kim et al.(2019)을 참고하여 년도별 연구유형, 학문분야, 연구주제, 연구방법과 라이프스타일을 주제로 한 MZ세대 관련 선행연구 동향을 분석기준으로 설정하였다. 본 연구에서 살펴보는 학문분야는 미술이나, 교육, 의학 등 특정 전문분야를 지칭하는 것으로, 선행연구들(Cho, 2013; Cho, 2021)을 참고하여 공학, 교육, 농수해양, 복합학, 사회, 예술체육, 의약학, 인문학, 자연으로 분류하였다. 본 연구에서 알아보는 선행연구들의 주제 분류는 연구의 중심이 되는 내용이나 소재로, Kim et al.(2019)을 참고하여 의료/건강/보건, 사회참여, 결혼/육아/보육, 경제/취업/직업, 교육/진로/체험, 문화/여가활동, 복지서비스, 사회/조직적응, 자아개념, 정책/제도/법률, 디자인/개발, 패션/뷰티 등으로 분류하였다. 특히 사회 참여 주제의 경우 MZ세대가 사회와 정치, 국제 이슈 등의 문제에 관심을 갖고 그와 관련된 행동이나 태도와 의견을 내는 행위와 활동을 포함하였다.

특정 주제와 관련된 학문영역의 연구동향 분석을 위한 내용분석법을 활용할 때는 연구자들에 의해 자료들이 분류 및 분석

되기에 주관적 판단이 개입될 수 있어, 이 과정에서 발생할 수 있는 주관성과 오차를 최대한 줄이기 위한 방법으로 코더간 신뢰도 방법이 있다(Kim, 2005). Hong et al.(2011)은 식생활 라이프스타일 관련 연구논문의 동향을 내용분석법으로 분석하는 과정에서 신뢰도를 높이기 위해 대학원생 2명을 대상으로 동일한 논문 20편을 배부하여 특정 주제(유형, 방법 등)에 관해 분류하는 분석을 3회에 걸쳐 실시하는 코더간 신뢰도 방법을 활용하였다. 이를 참고해 본 연구에서도 대학원생 1명과 의류학 전공 교수 1인을 대상으로 논문을 분류하는 작업을 거쳐 유목분류에 맞게 논문을 분류하도록 함으로써 신뢰도를 최대한 높이고자 하였다. 내용분석법을 활용해 엑셀파일로 정리된 연구자료들은 Excel을 이용하여 빈도와 백분율을 구하여 결과를 도출하였다.

## 4. 연구결과

### 4.1. 2010-2020년까지의 MZ세대 관련된 연구 현황

#### 4.1.1. 연구 유형

2010년부터 2020년까지의 MZ세대 관련 연구 유형을 분석한 결과, 총 214편의 연구 중 학위논문은 74편(34.6%)이었고, 학술지는 144편(65.4%)으로, 학술지의 편수가 과반수가 넘는 것으로 나타났다(Table 2). 논문발표 편수를 살펴보면 2012년 1편(0.5%)부터 발표되면서 2018년엔 22편(10.3%), 2019년 57편(26.6%), 2020년 131편(61.0%)으로 MZ세대 관련 논문들이 2018년부터 비교적 활발히 진행되는 경향을 보였다. MZ세대 관련 연구들이 2018년부터 급격히 활발해진 이유를 추론하자면 MZ세대가 현재를 증시하는 특성으로 인해 일상에서 지금의 나를 위해 과감하게 최신의 트렌드를 반영한 서비스와 상품을 소비하는 행동을 보임으로써 식품, 패션, 뷰티 등 다양한 시장에서 주요 소비자층으로 급부상(Jun, 2020)했기 때문인 것으로 해석해 볼 수 있다. 그렇기에 국내 여러 산업 분야의 주요 타겟층으로 MZ세대가 거론되면서 이들의 성장과 특성을 심도 있게 분석하기 위해 다양한 학문 분야에서도 MZ세대에 대한

**Table 2.** Status of research by year by types(thesis vs. journal)

Division		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total
All	Thesis	1 (1.4%)	-	-	-	-	-	12 (16.2%)	26 (35.2%)	46 (62.2%)	74 (34.6%)
	Journal	-	-	1 (0.7%)	2 (1.5%)	3 (2.2%)	2 (1.5%)	10 (7.5%)	31 (23.2%)	85 (63.4%)	144 (65.4%)
	total	1 (0.5%)	0 (0%)	1 (0.5%)	2 (0.9%)	3 (1.4%)	2 (0.9%)	22 (10.3%)	57 (26.6%)	131 (61.0%)	214 (100%)
M generation	Thesis	-	-	-	-	-	-	9 (13.1%)	19 (27.5%)	41 (59.4%)	69 (50.4%)
	Journal	-	-	1 (1.5%)	1 (1.5%)	1 (1.5%)	2 (3.0%)	8 (11.9%)	20 (29.9%)	34 (50.7%)	67 (49.6%)
	Total	0 (0%)	0 (0%)	1 (0.7%)	1 (0.7%)	1 (0.7%)	2 (1.5%)	17 (12.5%)	39 (28.7%)	75 (55.2%)	136 (100%)
Z generation	Thesis	1 (5.9%)	-	-	-	-	-	3 (17.6%)	7 (41.2%)	6 (35.3%)	17 (27.0%)
	Journal	-	-	-	1 (2.1%)	1 (2.1%)	-	2 (4.3%)	10 (21.3%)	32 (70.2%)	46 (73.0%)
	Total	1 (1.5%)	-	-	1 (1.5%)	1 (1.5%)	-	5 (8.8%)	17 (26.6%)	38 (60.1%)	63 (100%)
MZ generation	Thesis	-	-	-	-	-	-	-	-	5 (100%)	5 (33.3%)
	Journal	-	-	-	-	-	-	-	-	10 (100%)	10 (66.7%)
	Total	-	-	-	-	-	-	-	-	15 (100%)	15 (100%)

연구를 진행한 것으로 생각된다.

밀레니얼세대의 키워드로 진행된 연구는 총 214편의 연구 중 136편으로, 학위논문의 경우 2018년부터 연구가 수행된 것으로 나타났는데 2018년 9편(13.1%), 2019년 19편(27.5%), 2020년 41편(59.4%)으로 2020년에 연구가 가장 활발한 것을 알 수 있다(Table 3). 밀레니얼세대를 대상으로 진행된 학술지 연구들의 경우 2014년부터 2016년까지 각 1편(1.5%)이 진행되었고, 2017년 2편(3.0%), 2018년 8편(11.9%), 2019년 20편(29.9%), 2020년 34편(50.7%)으로 학술지 연구 역시 2020년부터 연구들이 더욱 활발히 진행된 경향이 있었다. Z세대의 키워드로 진행된 연구는 총 214편 중 63편이 진행되어 밀레니얼세대보다는 논문편수가 적은 것으로 나타났고, 총 63편 중 학위논문 17편(27.0%), 학술지 46편(73.0%)으로 학술지의 편수가 전체의 73%를 차지하였다. Z세대 관련 연구는 2012년 1편(1.5%)부터 진행된 후 2015년과 2016년에 각각 1편(1.5%), 2018년 5편(8.8%), 2019년 17편(26.6%), 2020년 38편(60.1%)이 진행된 것으로 나타났다. MZ세대의 키워드로 진행된 연구는 2019년까지는 찾아보기 어려웠으며, 2020년에 총 214편의 연구 중 15편이 진행된 것으로 나타났으며, 그중 학위논문이 5편(33.3%), 학술지 10편(66.7%)으로 학위논문보다 비교적 학술지에서 MZ세대 연구가 활발한 추세를 보였다. 이는 연구의 방법론이나 내용적 측면에 있어서 학위논문이 학술지보다 더욱 체

계성을 보이는 경향이 있기에(Kim et al., 2019), MZ세대 관련 연구의 현황은 학위논문보다 학술지에서 더욱 활발히 진행된 것으로 생각된다.

#### 4.1.2. 학문분야

2010년부터 2020년까지 총 214편의 연구물 중 MZ세대 관련 학문분야를 분석한 결과 사회분야가 85편(39.7%)으로 가장 많았으며, 그다음으로 예술체육 66편(30.8%), 복합학 21편(9.8%), 교육 16편(7.5%), 자연 15편(7.0%), 공학 6편(2.8%), 인문학 4편(1.9%), 농수해양 1편(0.5%)으로 나타나(Table 3), 의학학을 제외하고는 다양한 분야에서 MZ세대 관련 연구들이 진행되었다. 선행된 연구물 중 예술체육 학문분야에서 2012년에 MZ세대 관련 연구를 가장 먼저 시도한 것으로 나타났으며, 그 이후 공학 분야에서 2015년에 MZ세대 관련 연구를 진행하면서 2018년부터 비교적 다양한 학문분야에서 MZ세대 관련 연구들을 진행함을 알 수 있다.

밀레니얼세대를 대상으로 진행된 연구물 136편 중 공학 5편(3.7%) 교육 15편(11.0%), 복합학 10편(7.3%), 사회 64편(47.0%), 예술체육 35편(25.7%), 인문학 2편(1.5%), 자연 5편(3.7%)으로 사회 분야에서 밀레니얼세대 관련 연구물들이 가장 활발히 진행된 경향을 보였다(Table 4). 밀레니얼세대의 경우 지속가능한 산업과 트렌드에 관심도가 이전 세대들에 비해 높

Table 3. Status of research by year by field

Division	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total
Engineering	-	-	-	1 (16.7%)	-	1 (16.7%)	1 (16.7%)	-	3 (49.9%)	6 (2.8%)
Education	-	-	-	-	-	-	2 (12.5%)	5 (31.3%)	9 (56.2%)	16 (7.5%)
Agriculture fisheries oceanography	-	-	-	-	-	-	-	-	1 (100%)	1 (0.5%)
Interdisciplinary science	-	-	-	-	-	-	2 (9.5%)	6 (28.6%)	13 (61.9%)	21 (9.8%)
Society	-	-	-	-	2 (2.4%)	1 (1.2%)	7 (8.2%)	20 (23.5%)	55 (64.7%)	85 (39.7%)
Art and physical education	1 (1.5%)	-	1 (1.5%)	1 (1.5%)	-	-	7 (10.6%)	20 (30.3%)	36 (54.6%)	66 (30.8%)
Medicine and pharmacy	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0 (0%)
Humanities	-	-	-	-	-	-	1 (25.0%)	-	3 (75.0%)	4 (1.9%)
Nature	-	-	-	-	-	-	2 (13.3%)	5 (33.3%)	8 (53.4%)	15 (7.0%)
Total	1 (0.5%)	0 (0%)	1 (0.5%)	2 (0.9%)	2 (0.9%)	2 (0.9%)	22 (10.3%)	56 (26.2%)	128 (59.8%)	214 (100%)

아 공유 경제나 사회적 참여 등을 추구하기에(Chung, 2020), 이러한 밀레니얼세대의 특성을 파악하기 위하여 비교적 다른 학문분야보다 사회 분야에서 밀레니얼세대 관련 연구가 활발히 진행된 것으로 추론된다. Z세대를 대상으로 진행된 연구물 63편 중 공학 1편(1.6%) 교육 1편(1.6%), 농수해양 1편(1.6%), 복합학 10편(15.9%), 사회 17편(27.0%), 예술체육 24편(38.0%), 인문학 2편(3.2%), 자연 7편(11.1%)으로, Z세대 관련 연구는 예술체육 분야에서 비교적 활발한 경향을 보였고, 다음으로 사회 분야 순으로 나타났다. Z세대의 경우 태어날 때부터 디지털 환경과 기술을 접한 세대로, 유튜브와 인스타그램 등의 온라인 활동을 매우 적극적으로 하는 세대이다. 이러한 Z세대는 디지털 플랫폼을 중심으로 사람들과 소통을 하며(Min & Suh, 2021), 소셜미디어 상의 인플루언서들에게 영향을 받아 패션 등의 제품의 소비행동을 보이는 경향이 있다는 측면에서(Lee & Kim, 2021), 비교적 예술체육과 사회 분야에서 Z세대 관련 연구가 활발히 진행된 것으로 생각된다. MZ세대를 대상으로 진행된 연구물 15편 중 예술체육 7편(46.6%)으로 가장 많았으며, 그다음으로 사회 4편(26.7%), 자연 3편(20.0%), 복합학 1편(6.7%)의 순으로 나타났고, 그 외엔 MZ세대 관련 연구들이 2020년까지 진행되지 않은 것으로 나타났다. MZ세대라는 용어가 언제부터 등장하였는지에 대한 문헌은 찾아보기 어려웠지만, MZ세대의 키워드를 검색엔진에서 검색해보면 2019년 12월부터 2020년 2월에 등장한 자료(Lee, 2020b)를 찾아볼 수 있어, 적어도 2019년 말부터 등장하여 2020년 10월에 트렌드 분석 관련 저서에서(Kim et al., 2020) 2021년 트렌드로 MZ세대 관련 내용을 다루면서 MZ세대의 개념이 더욱 확산된 것으로 생

각된다. 이렇듯 MZ세대의 개념이 국내에서 비교적 알려진 시기를 고려하였을 때 2020년까지 MZ세대 관련 연구는 서서히 시작되는 년도라 생각해 볼 수 있다.

#### 4.1.3. 연구주제

MZ세대 관련 연구물들의 연구주제별 특성을 분석한 결과, 사회 참여 54편(25.3%)으로 가장 많았으며, 그다음으로 패션/뷰티 35편(16.3%), 사회/조직적응 31편(14.5%), 문화/여가활동 25편(11.7%), 디자인/개발 24편(11.2%), 경제/취업/직업 21편(9.8%), 교육/진로/체험 11편(5.1%), 자아개념 9편(4.2%), 복지 서비스 4편(1.9%) 순으로 나타났다(Table 5). 선행된 연구들을 살펴보면 2012년-2016년엔 패션/뷰티와 디자인/개발, 경제/취업/직업과 교육/진로/체험, 사회 참여 관련 연구주제만 수행되었고, 2017년에는 사회 참여를 주제로 한 MZ세대 관련 연구들이 진행되었다. 2018년부터 사회 참여를 포함하여 MZ세대를 대상으로 문화/여가활동과 사회/조직적응, 자아개념의 연구주제들이 수행됨을 알 수 있었고, 의외로 MZ세대 관련 정책/제도/법률에 관한 연구주제는 2020년까지 진행되지 않은 것으로 나타났다. 타인과 정보 공유와 소통에 익숙하며 사회 참여에 활발한 특성을 보이는 밀레니얼세대와 Z세대의 특성을 고려해볼 때 이러한 MZ세대의 일상생활을 세부적으로 파악하기 위한 연구들이 가장 활발히 진행된 것으로 추론해 볼 수 있다. 반면에 MZ세대가 중요한 소비층으로 대두된 것이 오래되지 않았으므로 아직까지 MZ세대만을 대상으로 제정된 정책 또는 제도를 찾기 어려워 정책/제도/법률에 관한 연구주제는 이루어지지 않은 것으로 생각된다.

**Table 4.** Status of research by year by field(M generation vs. Z generation vs. MZ generation)

Division		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Engineering	M generation	-	-	-	1 (20.0%)	-	1 (20.0%)	1 (20.0%)	-	2 (40%)
	Z generation	-	-	-	-	-	-	-	-	1 (100%)
	MZ generation	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Education	M generation	-	-	-	-	-	-	2 (13.3%)	5 (33.3%)	8 (53.4%)
	Z generation	-	-	-	-	-	-	-	-	1 (100%)
	MZ generation	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Agriculture fisheries oceanography	M generation	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Z generation	-	-	-	-	-	-	-	-	1 (100%)
	MZ generation	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Interdisciplinary science	M generation	-	-	-	-	-	-	-	4 (40.0%)	6 (60.0%)
	Z generation	-	-	-	-	-	-	2 (20.0%)	2 (20.0%)	6 (60%)
	MZ generation	-	-	-	-	-	-	-	-	1 (100%)
Society	M generation	-	-	-	-	1 (1.5%)	1 (1.5%)	5 (7.8%)	16 (25.0%)	41 (64.2%)
	Z generation	-	-	-	1 (5.9%)	-	-	2 (11.8%)	4 (23.5%)	9 (58.8%)
	MZ generation	-	-	-	-	-	-	-	-	4 (100%)
Art and physical education	M generation	-	-	1 (2.8%)	-	-	-	7 (20%)	12 (34.3%)	15 (42.9%)
	Z generation	1 (4.2%)	-	-	1 (4.2%)	-	-	-	9 (37.5%)	13 (54.1%)
	MZ generation	-	-	-	-	-	-	-	-	7 (100%)
Medicine and pharmacy	M generation	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Z generation	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	MZ generation	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Humanities	M generation	-	-	-	-	-	-	1 (50.0%)	-	1 (50.0%)
	Z generation	-	-	-	-	-	-	-	-	2 (100%)
	MZ generation	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nature	M generation	-	-	-	-	-	-	1 (20.0%)	2 (40.0%)	2 (40.0%)
	Z generation	-	-	-	-	-	-	1 (14.4%)	3 (42.8%)	3 (42.8%)
	MZ generation	-	-	-	-	-	-	-	-	3 (100%)

밀레니얼세대를 대상으로 진행된 연구물 136편 중 가장 많이 수행된 연구주제는 사회 참여 32편(23.5%)과 사회/조직적응 31편(22.8%)으로 나타났으며, 그 외에 경제/취업/직업 17편(12.5%), 교육/진로/체험과 복지서비스 각각 4편(2.9%), 문화/여

가활동 9편(6.6%), 자아개념 5편(3.7%), 디자인/개발 16편(11.8%), 패션/뷰티 18편(13.3%)으로 나타났다(Table 6). Z세대를 대상으로 진행된 연구물 63편의 연구주제들을 분석한 결과, 사회 참여 17편(27.0%), 경제/취업/직업 4편(6.3%), 교육/진로/

**Table 5.** Status of research by year by subject

Division	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total
Health care/medicine/health	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0 (0%)
Social participation	-	-	-	-	2 (3.7%)	2 (3.7%)	5 (9.2%)	12 (22.2)	33 (61.2%)	54 (25.3%)
Marriage/child care/rearing	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0 (0%)
Economy/employment/job	-	-	-	1 (4.8%)	-	-	3 (14.3%)	3 (14.3%)	14 (66.6%)	21 (9.8%)
Education/career/experience	-	-	-	1 (9.1%)	-	-	-	4 (36.4%)	6 (54.5%)	11 (5.1%)
Culture/leisure activities	-	-	-	-	-	-	2 (8.0%)	4 (16.0%)	19 (76.0%)	25 (11.7%)
Welfare service	-	-	-	-	-	-	-	2 (50.0%)	2 (50.0%)	4 (1.9%)
Social adaptation	-	-	-	-	-	-	1 (3.2%)	12 (38.7%)	18 (58.1%)	31 (14.5%)
Ego concept	-	-	-	-	-	-	3 (33.3%)	4 (44.5%)	2 (22.2%)	9 (4.2%)
Policy/institution/law	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0 (0%)
Design/development	-	-	1 (4.2%)	-	-	-	1 (4.2%)	7 (29.2%)	15 (62.4%)	24 (11.2%)
Fashion/beauty	1 (2.8%)	-	-	-	-	-	6 (17.1%)	9 (25.7)	19 (54.4%)	35 (16.3%)
Total	1 (0.5%)	0 (0%)	1 (0.5%)	2 (0.9%)	2 (0.9%)	2 (0.9%)	21 (9.8%)	57 (26.7%)	128 (59.8%)	214 (100%)

체험 7편(11.1%), 문화/여가활동 13편(20.7%), 자아개념과 디자인/개발 각각 4편(6.3%), 패션/뷰티 14편(22.3%)으로, 보건/의료/건강과 결혼/보육/양육, 복지서비스와 사회조직적응, 정책/제도/법률 관련 연구주제는 진행되지 않음을 알 수 있다. MZ세대 모두를 대상으로 진행된 연구물 15편에 대한 연구주제를 분석한 결과 사회 참여 5편(33.3%), 문화/여가활동 3편(20.0%), 디자인/개발 4편(26.7%), 패션/뷰티 3편(20.0%)으로 나타났다.

#### 4.1.4. 연구유형

2010-2020년까지의 MZ세대 관련 총 214편의 연구물들의 연구유형별 특성을 분석한 결과, 설문지와 실험 등의 연구방법으로 진행된 양적연구가 125편(58.4%)으로 나타나 과반수가 넘었다(Table 7). 그다음으로 심층면접/참여관찰 등의 질적연구가 42편(19.6%), 이론/문헌연구 35편(16.4%), 양적/질적 혼합연구 12편(5.6%) 순으로 나타났다.

밀레니얼세대 관련 총 136편의 연구물들은 양적연구가 가장 활발히 진행된 것으로 나타났는데, 양적연구가 85편(62.5%)으로 전체의 62.5%가 진행되었고, 그다음으로 질적연구 28편(20.6%), 이론/문헌연구 18편(13.2%), 양적/질적 혼합연구 5편(3.7%)으로 나타났다(Table 8). 연구유형들 중 양적/질적 혼합연구는 2020년보다 2019년에 더 많이 진행된 경향을 보였고, 그

외에 양적연구와 질적연구, 이론/문헌연구는 2020년에 가장 활발히 진행된 것을 알 수 있다. Z세대를 대상으로 한 63편의 연구물들의 연구유형별 특성은 양적연구 30편(47.5%), 질적연구 14편(22.3%), 양적/질적 혼합연구 5편(7.9%), 이론/문헌연구 14편(22.3%)으로 나타났고, MZ세대 모두를 대상으로 한 총 15편의 연구물 중 양적연구가 10편(66.7%)으로 가장 많았으며, 그 외에 양적/질적 혼합연구 2편(13.3%), 이론/문헌연구 3편(20.0%)으로 질적연구는 수행되지 않은 것으로 나타났다.

#### 4.2. MZ세대의 라이프스타일 특성을 주제로 한 논문의 내용 분석

MZ를 둘러싼 다양한 사회트렌드는 그들만의 특성을 반영한 하나의 라이프스타일로 확산될 수 있고 이는 다양한 기업에게 상품 또는 마케팅 기획에 대한 영감과 중요한 리서치 자료로 활용될 수 있다. 따라서 라이프스타일을 키워드로 한 MZ세대 관련 연구들을 살펴본 결과, 단 4편만이 수행된 것으로 나타났는데, 연구년도는 2016년 1편, 2019년 1편, 2020년 2편이 수행되었고, 학문분야는 사회와 예술체육 분야 각각 2편, 연구유형은 이론/문헌연구 1편과 양적연구 3편으로 모두 학술지 연구로 진행된 것으로 나타났다.

밀레니얼세대의 라이프스타일이란 키워드로 국내 논문을 찾



Table 6. Continued.

Division	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Fashion/beauty	M generation	-	-	-	-	-	5 (27.8%)	7 (38.9%)	6 (33.3%)
	Z generation	1 (7.1%)	-	-	-	-	1 (7.1%)	2 (14.3%)	10 (71.5%)
	MZ generation	-	-	-	-	-	-	-	-

Table 7. Status of research by year by method

Division	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total
Quantitative research(survey/experiment)	1 (0.8%)	-	-	1 (0.8%)	1 (0.8%)	2 (1.6%)	12 (9.6%)	32 (25.6%)	76 (60.8%)	125 (58.4%)
Qualitative research(depth interview/ participant observation)	-	-	-	1 (2.4%)	-	-	3 (7.1%)	11 (26.2%)	27 (64.3%)	42 (19.6%)
Mixed research	-	-	-	-	-	-	-	3 (25.0%)	9 (75.0%)	12 (5.6%)
Theory/literature research	-	-	1 (2.8%)	-	1 (2.8%)	-	7 (20.0%)	10 (28.7%)	16 (45.7%)	35 (16.4%)
Total	1 (0.5%)	0 (0%)	1 (0.5%)	2 (0.9%)	2 (0.9%)	2 (0.9%)	22 (10.3%)	56 (26.2%)	128 (59.8%)	214 (100%)

이본 결과 관련 논문을 찾아보기 어려워, 유사한 측면에서 소비가치 관련 논문에 대한 내용을 분석하였다. 특정 세대의 소비가치는 라이프스타일과 매우 밀접한 관련이 있다는 점(Engel et al., 2006; Kim, 2010)을 미루어 볼 때, MZ세대의 라이프스타일을 파악하기 위한 선행 작업으로 그들에게 내재된 가치를 살펴보는 것도 의미가 있을 것으로 생각되었다. 따라서 밀레니얼세대를 대상으로 소비가치를 알아본 선행연구들을 살펴보니, 밀레니얼세대의 소비가치를 알아본 연구들(Kim & Lee, 2020; Koo, 2020)에서는 주로 기능적 가치, 사회적 가치, 감정적 가치로 구성하는 경향이 있었다. 이는 밀레니얼세대가 제품의 실용성을 중요하게 고려하며 타인의 시선을 의식하고, 제품의 소비를 통해 자신의 개성과 이미지를 표현함으로써 행복을 느낀다는 것이라 할 수 있다. 이 외에 밀레니얼세대는 스스로의 판단과 가치에 의해 실용적이고 기능이 뛰어난 제품 구매를 지향하며, 제품을 판매하는 브랜드가 도덕적이고 사회적 책임 활동을 추구하는지 등을 중요하게 여긴다는 자율지향적 가치, 윤리적 가치, 합리적 가치를 갖고 있다고 제시한 연구(Lee & Kim, 2020)도 찾아볼 수 있었다.

한편 Z세대의 라이프스타일 특성을 알아본 Park(2016)은 가장 큰 특징으로 '디지털 네이티브 세대'를 언급하였다. 즉 Z세대의 과반수가 게임을 주된 콘텐츠 소스로 생각하며, 평균 5개 화면을 동시에 사용하는 등 디지털 기기에 매우 익숙한 행태를 보이고, Z세대의 대부분이 다양한 디지털 기기를 소유하고 있는 것이라 하였다. 특히 Z세대의 경우 평균 집중 시간은 8초 이내로 매우 짧다고 하며, 상당수의 Z세대가 과잉행동 및 주의력결핍장애를 보이는 경향이 있다고 한다. 또한 Z세대는 시각적 자료로 자신의 감정을 표현하고 익숙하며 자신이 직접 이미

지를 제작해 사람들과 소통하며, 그 반응속도는 밀레니얼세대보다 더욱 빠른 경향이 있다. 그리고 Z세대는 건강을 중요하게 고려해 가공식품, 냉동식품 등은 비교적 선호하지 않고, 다른 세대에 비하여 경제적 지위, 사회, 종교, 성별, 인종, 민족성에 대해 가장 편견이 없다고 하였다. Jung et al.(2019)은 Z세대의 라이프스타일 유형을 크게 보수적 사고형, 안정성 추구형, 변화 실현형, 적극적 변화형으로 분류하였는데, 보수적 사고형은 가정에서 성별에 따른 역할이 정해져 있다고 인식하며 삶에서 종교 활동은 반드시 필요하다고 인식하는 유형이었고, 안정성 추구형은 삶에서 변화보다 안정성을 선호하기에 소수의 몇 가지 것들에만 관심을 갖는 유형이다. 변화 실현형은 새로운 일에 도전하는 삶을 좋아하고 최신 패션 트렌드에 민감하고 타인보다 패션 감각이 있다고 여기는 유형으로, 적극적 변화형은 IT기기나 자동차, 전자제품 등 혁신적인 제품을 선호하는 유형이었다. Lee et al.(2020)은 Z세대의 라이프스타일 유형을 '편리지향', '안정지향', '실속지향', '사교지향'으로 분류하였는데 편리지향은 반조리 음식, 배달음식을 선호하며 비교적 조리가 간단하고 시간이 적게 드는 음식을 만들어 먹는 유형이었다. 안정지향은 미래를 위해 저축과 보험을 추구하고, 한 곳에서 오래 거주하는 것을 선호하며, 안정성을 더 중요하게 여기며 브랜드 명성이 낮은 제품에 대해서는 신뢰가 잘 가지 않는다는 특성을 보였다. 실속지향은 인생에서 특정 목표를 설정하고자 노력하며 어떤 일을 행할 때 준비를 신중하게 하는 경향이 있고, 사교지향은 자유분방하고 쾌활하여 타인과 어울리는 것을 선호하며, 어떤 일에서 앞장서서 하는 것을 즐기는 유형이었다.

유일하게 MZ세대의 라이프스타일 유형을 분류한 선행연구(Chung, 2020)를 살펴보니, 총 3개 군집인 작은사치형, 업글인

**Table 8.** Status of research by year by method(M generation vs. Z generation vs. MZ generation)

Division	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Total	
M generation	Quantitative research(survey/ experiment)	-	-	-	-	1 (1.2%)	2 (2.4%)	8 (9.4%)	24 (28.2%)	50 (58.8%)	85 (62.5%)
	Qualitative research(depth interview/ participant observation)	-	-	-	1 (3.6%)	-	-	3 (10.7%)	8 (28.6%)	16 (57.1%)	28 (20.6%)
	Mixed research	-	-	-	-	-	-	-	3 (60.0%)	2 (40.0%)	5 (3.7%)
	Theory/literature research	-	-	1 (5.6%)	-	-	-	6 (33.3%)	4 (22.2%)	7 (38.9%)	18 (13.2%)
Total	0 (0%)	0 (0%)	1 (0.7%)	1 (0.7%)	1 (0.7%)	2 (1.5%)	17 (12.5%)	39 (28.7%)	75 (55.2%)	136 (100%)	
Z generation	Quantitative research(survey/ experiment)	1 (3.3%)	-	-	1 (3.3%)	-	-	4 (13.3%)	8 (26.8%)	16 (53.3%)	30 (47.5%)
	Qualitative research(depth interview/ participant observation)	-	-	-	-	-	-	-	3 (21.4%)	11 (78.6%)	14 (22.3%)
	Mixed research	-	-	-	-	-	-	-	-	5 (100%)	5 (7.9%)
	Theory/literature research	-	-	-	-	1 (7.1%)	-	1 (7.1%)	6 (42.9%)	6 (42.9%)	14 (22.3%)
Total	1 (1.6%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1.6%)	1 (1.6%)	0 (0%)	5 (7.9%)	17 (27.0%)	38 (60.2%)	63 (100%)	
MZ generation	Quantitative research(survey/ experiment)	-	-	-	-	-	-	-	10 (100%)	10 (66.7%)	10 (66.7%)
	Qualitative research(depth interview/ participant observation)	-	-	-	-	-	-	-	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)
	Mixed research	-	-	-	-	-	-	-	2 (100%)	2 (13.3%)	2 (13.3%)
	Theory/literature research	-	-	-	-	-	-	-	3 (100%)	3 (20.0%)	3 (20.0%)
Total	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	15 (100%)	15 (100%)	

간형, 마이씨이더형으로 제시되었다. 작은사치형은 제품의 실용성이나 품질, 가격 등을 크게 고려하지 않고 필요한 제품만을 소비하려는 경향이 낮고, 업글인간형은 트렌드에 민감하여 자신의 개성을 표현하기 위한 투자에 시간과 비용을 아끼지 않으며, 타인의 시선을 의식하는 경향이 높았다. 마이씨이더형은 가격 대비 품질과 성능을 중요하게 여기기에 소비를 계획적으로 하는 경향이 있어, 꼭 필요한 제품을 사려는 특성을 보이는 집단으로 나타났다.

종합적으로 밀레니얼세대와 Z세대, 그리고 MZ세대의 라이프스타일 유형을 분류한 선행연구들을 살펴본 것을 토대로, 다음과 같은 차이점을 발견할 수 있었다. 첫째, 밀레니얼세대는 타인의 시선을 의식하고 실용적이며 자신의 개성이 표현 가능하며 실용적인 제품을 구매할 때 행복을 느끼지만, MZ세대의 라이프스타일 유형에서는 의외로 제품의 실용성이나 기능을 크게 고려하지 않는 것으로 나타났다. 아마도 이 특성은 밀레니얼세대는 제품 구매 시 실용성에, Z세대는 편의성에 더욱 초점을 둔다는 점(Chung, 2020)을 토대로 밀레니얼세대와 Z세대를

같은 집단으로 묶었기에 나타난 특성으로 보인다. 둘째, Z세대는 밀레니얼세대보다 반응속도가 빨라 텍스트보다 이미지를 활용해 소셜미디어상에서 타인과 소통하는 것을 즐기며, 이러한 Z세대들은 타인의 시선을 의식하는 경향으로 인해 자신을 과시하려고 하였다. 셋째, 일부 Z세대에서만 나타난 라이프스타일 특성으로 변화보다 안정성을 추구하며 목표를 설정하고 실행하기에 앞서 신중하게 사전준비를 하려는 경향이 있었다. 이를 토대로 두 세대의 특성은 타인의 시선을 의식한다는 점에서 유사한 경향을 보이지만, 밀레니얼세대는 좀 더 실용적인 제품과 자신의 개성을 표현하여 행복감을 추구하는 ‘실속 지향주의’로 정리할 수 있다. Z세대의 특성은 삶에 있어 안정성과 소통에 중요한 가치를 두며 의외로 제품의 기능을 크게 고려하지 않는 ‘안정성 및 소통 지향주의’로 정리할 수 있다.

## 5. 결 론

본 연구는 2010년부터 2020년까지 MZ세대 관련 학술지 및

학위논문 214편을 대상으로 라이프스타일 관련 주제로 한 연구의 동향을 분석하기 위해 실시되었으며, 본 연구결과를 요약 및 논의하면 다음과 같다.

첫째, 2010-2020년까지의 MZ세대 관련 연구 현황을 분석한 결과, 총 214편의 연구 중 학위논문은 74편(33.9%)이었고, 학술지는 144편(66.1%)으로, 밀레니얼세대 관련 논문의 경우 2014년부터, Z세대 관련 연구는 2012년부터, MZ세대 관련 연구는 2020년에 진행되었다. 이는 2020년대에 이르러서야 국내에서 MZ세대에 대한 관심이 본격적으로 고조된 것을 시사한다. MZ세대 관련 학문분야 현황은 사회 분야가 가장 많았으며, 밀레니얼세대도 사회 분야에서 활발히 진행되었고, Z세대는 예술체육 분야에서 연구가 활발히 진행되었다. MZ세대 관련 연구물은 예술체육, 사회, 자연, 복합학 분야에서만 실시된 것으로 나타났는데, 이러한 결과는 국내에서 밀레니얼세대와 Z세대에 대한 용어가 MZ세대보다 일찍이 다뤄졌기에, 두 세대는 비교적 다양한 학문분야에서 연구물들이 축적된 것이라 볼 수 있다. 이는 MZ세대의 특성 중 하나가 활발한 사회 참여와 소비 행동(Chung, 2020)이라는 점을 토대로, 비교적 사회와 패션, 뷰티 등의 예술체육 분야에서 MZ세대 관련 연구가 실시된 것으로 유추해 볼 수 있다. 2010년-2020년의 MZ세대 관련 연구 주제별 특성을 살펴본 결과, 사회 참여와 그다음으로 패션/뷰티가 가장 많았는데, 이는 다변화된 MZ세대의 소비욕구와 가치, 성향 등의 특성을 분석하고 이를 반영하여 효과적이고 실질적인 마케팅 전략 수립에 도움이 될 수 있는 연구물들이 높은 비중을 차지하고 있는 것으로 사료된다. 2010년-2020년의 MZ세대 관련 연구유형별 특성에서 설문지와 실험 등의 연구 방법으로 진행된 양적연구가 가장 활발하였는데, 이 결과는 MZ세대의 특성을 객관적으로 파악하기 위해 양적연구를 활용한 것으로 예측해 볼 수 있다. 하지만 MZ세대의 특성을 보다 심층적으로 파악하기 위해서 MZ세대를 심도 있게 알아보는 연구가 필요할 것으로 생각된다.

둘째, MZ세대 라이프스타일을 주제로 한 연구는 2016년 1편, 2019년 1편, 2020년 2편이 수행되었고, 학문분야는 사회와 예술체육 분야 각각 2편, 연구유형은 이론/문헌연구 1편과 양적 연구 3편으로 모두 학술지 연구로 진행되었다. 또한 밀레니얼세대와 Z세대, MZ세대의 라이프스타일 유형을 고찰한 것을 결과를 토대로, 특히나 밀레니얼세대는 실용적이며 타인의 시선과 자신의 개성 표현이 가능한 제품을 중요하게 여기는 가치가 내재됨을 알 수 있었다. Z세대는 밀레니얼세대보다 반응속도가 더욱 빠른 특성으로 인해 텍스트보다 이미지를 활용하여 타인과 소통하는 것을 선호하였고, 의외로 안정적인 것을 추구하는 경향이 있었다.

그간 이 두 세대는 디지털 환경에 익숙하고 자신의 개성을 표현하는 제품을 소비한다는 점 등에서 유사한 특성을 보여 동일한 세대로 인식된 경향이 있었으나, 밀레니얼세대와 Z세대의 라이프스타일 특성을 탐색적으로 살펴보니 두 세대의 라이프스타일이 마냥 같다고 보긴 어렵다는 것으로 생각되었다. 하지만

선행연구들에서는 주로 Z세대의 라이프스타일을 파악하였기에 밀레니얼세대의 라이프스타일을 알아보려는 시도가 부족하였고, MZ세대를 대상으로 가치를 파악하는 연구(Chang, 2021; Hong, 2020; Kim, 2021; Lee & Lee, 2021)들이 이루어졌다. 그러므로 MZ세대의 라이프스타일에 대한 심도 있는 이해를 위해 그들에게 내재된 가치와 성향, 특성 등을 지속적으로 분석하고 밝힐 필요가 있을 것으로 생각된다.

결론적으로 MZ세대 관련 연구물들이 2012년엔 약 1편 정도가 수행된 상황임을 고려한다면, 다양한 학문분야에서 MZ세대 관련 연구에 대한 관심이 2018년부터 2020년까지 3년여 동안에 매우 높아졌음을 알 수 있다. MZ세대 관련 보도자료는 매우 다양하고 그 수는 많지만 이를 전문적으로 연구하여 분석하는 학술적 시도는 아직 초기 단계라 할 수 있고, MZ세대의 라이프스타일을 알아보는 것은 지금 우리가 살아가는 현대사회에서 특정 집단에서 나타나는 유사한 행동양식을 파악하기 위한 전제가 된다고 볼 수 있다. MZ세대에 대한 높아진 관심은 비단 학계에서만 나타나는 현상은 아니므로, MZ세대의 성향 및 라이프스타일을 파악하기 위하여 국가적 차원에서 광범위한 전수조사가 이루어진다면 매우 의미가 있을 것으로 생각된다. 또한 MZ세대 관련 연구는 아직 초기 단계라 할 수 있으므로, 세분화된 주제 연구도 의미가 있으나 MZ세대 관련 사회현상의 사례를 분석하거나 집단의 특성을 파악하는 등 조금 더 일반적인 주제 연구에 비중을 실어야 할 것으로 보인다.

이상으로 본 연구는 다음과 같은 의의가 있다. 첫째, 최근의 사회문화적 트렌드들이 MZ세대와 밀접한 관련이 있다는 점을 고려할 때 다른 세대와 구별되는 MZ세대의 개성적 성향과 행동, 라이프스타일 특성에 대한 기초자료를 제공하였다는 점에서 산업적 측면에서의 의의가 있다. 둘째, MZ세대 관련하여 그간 수행된 상호 간의 연구동향을 공유할 수 있는 정보교환의 자료의 전체적인 흐름을 파악하여 미래 연구의 방향을 제안하였다는 점에서 학문적 의의가 있다. 셋째, MZ세대 관련한 연구 동향을 토대로 시간이 흐름에 따라 연구 주제나 학문 분야가 점점 다양해지고 있으나, 여전히 사회나 예술 분야에 초점을 둔 연구들이 많음을 알 수 있으므로, 다른 학문분야에서도 MZ세대 관련한 현상에 대하여 관심을 기울일 필요가 있다는 시사점을 제공한 점에서 학술적 의의가 있다.

그러나 본 연구는 MZ세대 관련하여 국내 연구만을 대상으로 하였고, 특히 학술대회발표논문집 등의 발표논문, 그리고 2021년에 발표된 연구들은 연구대상에서 제외된 한계점이 있다. 또한 본 연구는 MZ세대가 밀레니얼세대와 Z세대가 합쳐진 세대라는 점을 고려해 MZ세대의 라이프스타일을 파악하기 위해서는 이 두 세대에 관한 선행연구도 포함해야 할 것으로 생각해 밀레니얼세대와 Z세대까지 연구동향 키워드에 파악하여 관련 연구물을 분석하였다. 하지만, 이 두 세대를 포함하여 함께 살펴본 것은 MZ세대의 연구에 초점을 두기 보단, 자칫 밀레니얼세대와 Z세대의 비교분석으로 보일 수 있다는 한계점이 있으므로, 향후 연구에서는 연구대상의 범위를 더욱 명확히

하여 MZ세대 관련 연구동향을 파악하기 위한 연구를 수행해야 할 것으로 생각된다.

## References

- Bae, S. Y. (2020). *A study on the housework service of millennial generation*. Unpublished master's thesis, Kookmin University, Seoul.
- Chang, Y. Y. (2021). *The impact of textile collaboration product characteristics on MZ generation's consumer value and purchase intention*. Unpublished doctoral dissertation, Sungkyunkwan University Seoul.
- Cho, B. R. (2021). Teacher-student communication domestic research trends - From 2010 to 2020. *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, 21(12), 539-549. doi:10.22251/jlcci.2021.21.12.539
- Cho, G. I. (2013). An explorative study on the research trend of leisure taste and consumption. *International Journal of Tourism Management and Sciences*, 27(6), 137-161.
- Chong, Y. K., Jung, W. H., & Kim, Y. G. (2007). Research trends regarding foodservice management - Review of journal of foodservice management society of Korea. *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 10(2), 73-91.
- Chung, M. R. (2020). Lifestyles, do-it-yourself interior design perception, and experience differences of millennial-z generation single-person households. *Journal of Korean Institute of Interior Design*, 29(4), 21-34. doi:10.14774/jkiid.2020.29.4.021
- Divine, R. L., & Lepito, L. (2005). Analysis of the healthy lifestyle consumer. *Journal of Consumer Marketing*, 22(5), 275-283.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2006). *Consumer behavior*. Madison: Thomson South-Western.
- Hong, J. H. (2020). A study on the impact of value, belief and personal norm on pro-environmental behavior among the MZ generation food consumers using VBN theory. *Journal of Hotel & Resort*, 19(4), 201-221.
- Hong, S. H., & Kim, M. (2021). A study on communication methods according to the characteristics of MZ generation. *The Treatise on The Plastic Media*, 24(1), 113-120. doi:10.35280/KOTPM.2021.24.1.13
- Hong, W. S., Kwon, Y. S., Kwon, Y. M., & Yoo, H. K. (2011). Content analysis of dietary lifestyle-related research articles from 1990 to 2009. *International Journal of Human Ecology*, 49(2), 13-26. doi:10.6115/khea.2011.49.2.013
- Jun, D. G. (2020). Effects of MZ generation's conspicuous consumption on clothing evaluative criteria between self-use and gift giving. *Journal of Korean Traditional Costume*, 23(4), 107-119. doi:10.16885/jktc.2020.12.23.4.107
- Jung, J. Y., Park, S. H., & Won, Y. S. (2019). Sports consumption behaviour related to lifestyle and consumption values of Z-generation. *The Korea Journal of Sports Science*, 28(3), 15-31. doi:10.35159/kjss.2019.06.28.3.15
- Kim, D. K. (2006). *A study of the relationship between lifestyle groups of college students and their program preferences - With emphasis on entertainment programs of three major tv stations(kbs, mbc, sbs)*. Unpublished master's thesis, Yonsei University, Seoul.
- Kim, H. N. (2010). *Life style with consumer values and consumer behaviors of Baby-Boom generation*. Unpublished master's thesis, Ewha Womans University, Seoul.
- Kim, J. A., & Lee, J. H. (2020). A study on correlation between millennials' consumption value and smartphone purchasing behavior - Focusing on comparison with non millennials. *Journal of Digital Contents Society*, 21(8), 1465-1480. doi:10.9728/dcs.2020.21.8.1465
- Kim, J. H., Huh, J. S., & Kim, M. Y. (2019). A study on research trends of research related to people with physical disabilities - An analytical examination of domestic studies from 1990 to 2018. *Journal of the Korean Society of Costume*, 69(4), 20-32. doi:10.7233/jksc.2019.69.4.020
- Kim, J. Y. (2021). RMR(Restaurant meal replacement) - Product attributes, consumption value and purchasing intentions the moderating effects of MZ generation and X generation. *Culinary Science & Hospitality Research*, 27(8), 97-110. doi:10.20878/cshr.2021.27.8.010
- Kim, K. J. (2010). Literature review of Korean consumer culture and consumer trend studies. *Journal of Consumer Studies*, 21(2), 115-139.
- Kim, N. D., Chun, M. Y., Choi, J. H., Lee, H. U., Lee, J. Y., Lee, S. J., Seo, Y. H., Kwon, J. Y., & Han, D. H. (2020). *Trend Korea 2021*. Seoul: Miraebokjjoa.
- Kim, Y. S. (2005). *Society survey methods*. Seoul: Nanam.
- Koo, E. S. (2020). *A study on the user experience of premium small home appliances according to millennial generation's consumption value*. Unpublished master's thesis, Hongik University, Seoul.
- Kwon, H. S. (2020). *A study on the categorization and acceptance factors of e-book users - Focusing on MZ generation*. Unpublished doctoral dissertation, Konkuk University, Chungju.
- Lee, I. H. (2019). *Selection attributes and purchase behavior for cosmeceuticals by adult women's lifestyle*. Unpublished master's thesis, Konkuk University, Seoul.
- Lee, J. S. (2020a). The factors affecting MZ generation's acceptance of YouTube based beauty health information: Focusing on the application of the technology readiness and acceptance model. *J Invest Cosmetol*, 16(4), 367-375. DOI:10.15810/jic.2020.16.4.007
- Lee, J. Y. (2020b, February 25). All About 'MZ' 다섯 가지 MZ 키워드 [All about 'MZ' five MZ keyword]. *Mail Business Newspaper*. Retrieved August 30, 2021, from <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2020/02/173158/>
- Lee, J. Y., & Kim, K. H. (2021). The effect of social media characteristics on generation-Z women's interest in appearance and their makeup behavior. *The Journal of the Korean Society of Knit Design*, 19(1), 58-66. doi:10.35226/kskd.2021.19.1.58
- Lee, K. J., & Cho, M. S. (2008). Content analysis of the new york times on Korean restaurants from 1980 to 2005. *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 11(1), 281-306.
- Lee, M. J., Jung, H. N., & Kim, J. T. (2020). A study on the residential characteristics of the Z generation lifestyle. *住居環境*, 18(3), 331-348. doi:10.22313/reik.2020.18.3.331
- Lee, N. Y., Park, J. H., & Lee, I. H. (2021). The influence of cosmetics consumption propensities on purchase behavior among Z generation. *J. Korea Soc. Beauty Art*, 22(2), 159-177. doi:10.18693/jksba.2021.22.2.159
- Lee, S. K., & Lee, A. R. (2021). The factors influencing value awareness of personalized service and intention to use smart home - An analysis of differences between "generation MZ" and

- “generation X and baby boomers”. *Information Systems Review*, 23(3), 201-223. doi:10.14329/jsr.2021.23.3.201
- Lee, Y. J., & Kim, T. H. (2020). The influence of consumption values on attitude and behavioral intention towards vegetarian restaurant - Focus on millennial generation. *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 23(5), 315-339. doi:10.47584/jfm.2020.23.5.315
- Min, S. H., & Suh, S. E. (2021). Sustainable fashion practice of generation Z on fashion YouTube. *Journal of Fashion Design*, 21(2), 17-35. doi:10.18652/2021.21.2.2
- Park, H. S. (2016). A study on the characteristics of new generation with life style - Focus on generation Z. *The Journal of Humanities and Social science* 21, 7(6), 753-768. doi:10.22143/HSS21.7.6.44
- Park, J. H. (2010). *A study on appearance management behaviors by the patterns of female lifestyle*. Unpublished doctoral dissertation, Kyungsung University, Busan.
- Park, M. K. (2016). *The difference between preferred beauty promotion and appearance management behavior depending on the lifestyle of college students in beauty arts major*. Unpublished master's thesis, Seokyeong University, Seoul.
- Song, M. H. (2018). *The influence of life style on the preference of single women in their 20s*. Unpublished master's thesis, Sejong University, Seoul.
- Yang, H. J. (2021). *The effect of work-life balance on turnover intention of Millennials - Focusing on the mediating effect of ego resilience*. Unpublished master's thesis, University of Kyonggi, Suwon.
- (Received November 30, 2021; 1st Revised January 5, 2022; 2nd Revised January 14, 2022; Accepted January 31, 2022)