

# 국내 인터넷 전문 은행이 사용자의 신뢰감 형성에 끼치는 요인에 관한 연구 -카카오뱅크와 케이뱅크를 중심으로-

이가하<sup>1</sup>, 김승인<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>홍익대학교 국제디자인전문대학원 디지털미디어디자인전공

<sup>2</sup>홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수

## A Study on the Factors Affecting the reliability of User 's Confidence in Korean Internet professional Bank -Focused on Kakao Bank and K Bank-

Kaha Lee<sup>1</sup>, Seung-In Kim<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Dept. of Digital Media Design, Hongik University, International Design School for Advanced Studies

<sup>2</sup>Prof. of Digital Media Design, Hongik University, International Design School for Advanced Studies

요 약 이 연구는 올해 영업을 시작한 2개의 인터넷전문은행을 중심으로 지속적인 성장과 신뢰감 확보를 위한 방향을 제시하고자 하였다. 최근 은행시장은 인터넷전문은행이 등장하면서 기존의 시중은행들이 써내려온 역사를 새로이 고쳐 쓰고 있다. 모든 금융서비스가 그렇듯, 인터넷전문은행 또한 신뢰도가 중요하다. 신뢰성 향상과 발전 방향제시를 위해 인터넷전문은행의 주요 사용자인 20대~30대를 대상으로 총 104명을 대상으로 설문조사와 10명을 대상으로 In Depth Interview를 시행하였다. 조사를 통해서 인터넷전문은행의 전반적인 신뢰도가 아직 많이 낮음을 알 수 있었고 신뢰성 저하에 영향을 끼치는 요소로는 1.보안문제 2. 고객응대 서비스의 불편함 3. 온라인 결제 시 오류 및 불필요한 서비스로의 유도가 있었다. 인터넷전문은행은 아직 신생기업만큼 차후 사용자들의 인식과 신뢰도가 충분히 바뀔 수 있다. 하여 향후 변화하는 사용자의 인식에 따른 지속적인 인터넷전문은행의 연구가 필요하다.

주제어 : 인터넷전문은행, 카카오뱅크, 케이뱅크, 서비스, 융합

**Abstract** This study aims to present a direction for securing continuous growth and confidence, centering on two Internet banking companies that started recently. The banking market has been rewriting the history since the emergence of Internet professional banks. In order to improve the credibility and promote the development of the Internet professional banks, I conducted a questionnaire survey and In Depth Interview. As a result of this survey, the overall reliability is still low, and the factors affecting reliability are: 1.Security problem 2.Discomfort of customer service 3.Errors and unnecessary services. This is a start-up business, so the awareness and reliability can be changed soon. Therefore, it is necessary to continue research on this according to the changing user's perception.

**Key Words** : Internet professional bank, Kakao Bank, K Bank, Service, Convergence

\*This research was supported by the BK21 Plus project of Hongik University, International Design School for Advanced Studies in 2017.

\*Corresponding Author : Seung-In Kim (r2d2kim@naver.com)

Received November 13, 2017

Revised November 17, 2017

Accepted January 20, 2018

Published January 28, 2018

## 1. 서론

### 1.1 연구배경과 목적

우리나라에 현재 출범한 인터넷 전문 은행은 케이뱅크와 카카오뱅크가 있다. 케이뱅크는 2017년 4월 3일, 출범 첫날 체크카드 발급 장수로 3만 6천 290건을 기록한 데 이어 삼 일째 되던 날 6만 6천 894건을 발급하는 등 하루 평균 1만 건 이상의 신규 발급을 유지하고 있다[2]. 또한, 카카오뱅크는 2017년 7월 27일 출범하여, 한 달 만에 가입자 수 300만 명을 기록했다. 케이뱅크와 카카오뱅크가 시중은행과 차별화된 서비스로 흥행에 성공하자 시중은행도 수수료 인하 등 인터넷 전문 은행 따라잡기에 나서는 상황이다[1].

한국 금융연구원 이수진은 인터넷 전문 은행의 성공 여부는 사용자의 신뢰 확보가 최우선이라고 했다[2]. 이처럼 본 연구에서는 사용자들이 인터넷 전문 은행에 얼마나 신뢰감을 가졌는지 실험을 통해 알아본다. 이후 해외의 사례 등을 문헌 조사와 선행연구를 통해 인터넷 전문 은행의 성공 사례를 알아보고 인터넷 전문 은행이 앞으로 발전하기 위해 간과하지 말아야 할 것에는 무엇이 있는지를 알고자 한다.

### 1.2 연구방법과 범위

이 연구에서는 먼저 사용자들의 인터넷 전문 은행에 대한 신뢰도를 알기 위해 인터넷 전문 은행의 가입자 중에서 높은 비율을 차지하고 있는 20대와 30대를 대상으로 설문조사를 시행하였다. 서울 혹은 경기도에 사는 사람들을 위주로 조사하였으며 인터넷 뱅킹을 자주 이용하고 인터넷 전문 은행에 가입된 경우에만 설문에 응하도록 하였다. 설문은 허니콤 모델을 참고하여 유용성, 접근성, 매력성, 편리성, 신뢰성에 대한 문항으로 구성되었다. 신뢰성에 있어서 좀 더 깊이 알기 위해 설문조사 대상자 중 케이뱅크와 카카오뱅크를 실제로 사용하고 있는 사람을 대상으로 In Depth Interview를 실시하고 해외 인터넷 전문 은행의 성공사례와 문헌 조사를 통해 인터넷 전문 은행에 느끼는 문제점과 발전을 위해 필요한 서비스를 파악하였다.

## 2. 인터넷 전문 은행이란

인터넷 전문 은행이란 보통 오프라인 서비스를 제공

하지 않고 온라인으로만 모든 은행 서비스를 제공하는 사업체를 말한다. 인터넷 전문 은행은 운영 형태에 따라 2가지로 나눌 수 있는데, 오프라인 지점 없이 별도 법인으로 운영되는 형태를 ‘순수 인터넷 전문 은행’ 또는 ‘가상은행’이라고 하며, 기존 은행이 별도의 브랜드와 사업부를 만들어 인터넷뱅킹을 운영하는 형태를 ‘독자 브랜드 인터넷 전문 은행’이라 한다[3].

인터넷 전문 은행은 오프라인 지점을 없애고 직원을 적게 고용함으로써 운영비용과 인건비를 감소시킬 수 있다. 이렇게 낮은 운영비용과 임금에서 절약된 자금이 고객에게 높은 이자율을 제공하고 대출에 대해 낮은 이자율을 적용할 수 있다. 또한, 인터넷에 기반을 둔 유통채널로 말미암아 새로운 지점을 개설하지 않아도 새로운 시장으로 진출할 수 있다는 점 또한 매력적이다[4].

### 2.1 국내 인터넷 전문 은행

우리나라에 인터넷 전문 은행이 거론되기 시작한 것은 4차 산업혁명에 따라 ‘핀테크’ 시장에 대한 논의가 시작되면서부터라고 할 수 있다. 모든 사업의 패러다임이 모바일 위주로 변화하기 시작하면서, 금융계에도 ICT와 결합한 새로운 서비스가 필요하다는 목소리가 높아졌다. 그에 따라 최초로 시도된 사업의 형태는 간편 결제 서비스였으며, 2016년에 이르러서는 온라인으로만 서비스를 제공하는 인터넷 전문 은행이 탄생하게 되었다[5].

### 2.2 해외 인터넷 전문 은행 사례

외국의 경우 우리나라보다 인터넷 전문 은행 설립 시기가 30년 이상 앞선다. 미국의 경우 1995년 10월 세계 최초 인터넷 전문 은행 SFNB(Security First Network Bank)가 설립된 이후 2014년까지 14곳의 인터넷 전문 은행이 부도, 피인수, 자진 폐업되었다. 이에 KB금융지주 경영연구소 관계자는 미국에서 인터넷 전문 은행이 실패한 원인을 크게 1. 낮은 브랜드 인지도 2. 기술력 미비로 인한 고객 확보 실패 등으로 꼽았다. 반면, 유럽의 경우 인터넷 전문 은행의 성장세가 두드러지는데, 이는 유럽 각국에 있는 금융기관들이 지역적 한계를 극복하기 위해 인터넷 전문 은행을 적극적으로 활용했기 때문이다. 유럽의 최초 인터넷 전문 은행은 1982년 설립된 프랑스의 Cofidis Group Cofidis가 있고 이후 영국, 독일, 이탈리아 등에서 순차적으로 생겼다. 현재 유럽 주요 은행들은 인터넷 전문 은행을 이용하여 젊은 사용자층을 위한 서비스를 제공하여 인기를 얻고 있다[6].

### 3. 실험 및 분석

#### 3.1 설문조사

본 연구는 인터넷 전문 은행인 케이뱅크와 카카오뱅크의 신뢰성 평가를 위한 목적으로 피터 모빌의 허니콤(Honey comb Model) 사용성 원칙을 사용하였다. 해당 은행을 이용하면서 느끼는 신뢰도와 여타 서비스를 통해 느끼는 신뢰도를 알고자 하였기 때문에 5가지 원칙(Useful, Accessible, Desirable, Usable, Credible)으로 재구성하였다. 5점 척도로 평가하였고 신뢰도 부분에 있어서 좀 더 자세히 알기 위해 신뢰성 관련 주관식 문항을 추가하였다.

본 설문조사는 온라인으로 2017년 10월 21일부터 10월 26일까지 총 104명을 조사하였다. 인터넷 사용에 익숙한 금융 소비자일수록 거래 과정에서 발생하는 비용을 낮추려 하고, 인터넷 뱅킹의 사용 정도가 인터넷 전문 은행의 사용 여부에 영향을 끼친다는 선행연구에 따라 인터넷뱅킹에 익숙한 사람을 대상으로 조사하였다[7]. 따라서 설문지의 도입부에 인터넷뱅킹을 자주 사용하는지 여부를 가려 인터넷뱅킹을 주로 이용하는 사람을 대상으로 조사하였다. 남녀비율은 여자 69.2%, 남자 30.8%이고 20대와 30대만을 대상으로 조사하였다. 20대와 30대만 조사한 데에는 케이뱅크, 카카오뱅크 모두 인터넷은행의 특성상 모바일 사용에 익숙한 20~30대에 사용자층이 집중되어 있다는 금융권의 분석에 따라 시행하였다[8]. 20대는 78.8%, 30대는 21.2%의 비율이었으며 이들 중 인터넷 전문 은행을 이용하는 사람은 39명으로 카카오뱅크를 사용하는 사용자 64.1%, 케이뱅크를 사용하는 사용자는

23.1%, 두 가지 은행을 다 사용하는 사용자는 12.8%였다.

#### 3.2 설문조사 결과

인터넷 전문 은행을 사용하지 않는 사람들을 대상으로 사용하지 않는 이유를 알아본 결과, 절반에 가까운 사람들이 ‘딱히 필요 없어서(48.5%)’를 꼽았고 두 번째로 ‘해당 은행에 대한 신뢰감이 없어서(31.9%)’를 꼽았다. 이로써 아직 인터넷 전문 은행을 사용하지 않는 사람들은 새로운 은행을 필요로 느끼지 않거나 해당 은행에 대한 호기심은 있을 뿐 신뢰가 가지 않아 이용하고 있지 않음이 나타났다. 이후, 인터넷 전문 은행을 이용하는 사람들을 대상으로 설문조사를 한 결과를 보면 <Table 1>과 같다.

<Table 2> Answers from ‘credible’

Answers from ‘credible’ section	
K Bank	The termination procedure is relatively complicated as compared to the subscription procedure, and in the process, it induces users to join unnecessary services (paid services).
	I had been inquiring about the check card, but they didn't give me the answer I wanted, so I had to make an analogy
	Unstable due to Kakao Bank articles that money outflow.
Kakao Bank	It is true that professionalism in Kakao is lower than bank institution.
	Kakao was hacked before, so I'm unstable about it.
	There is no credibility because there are no offline stores concerned about security.
	I can not believe it. because it's a new bank, not an old one.
	Reliability has fallen since I saw an article that money was transferred without knowing

<Table 1> Survey result

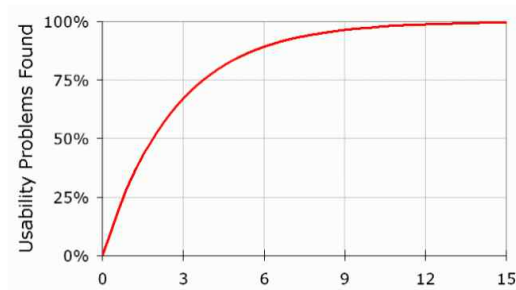
Items	Question	K Bank	Kakao Bank
Useful	It is essential to me.	3.14	3
	It has been made useful for overall use.	3.92	4.06
	The benefits recommended by the bank are useful.	4	3.61
accessible	It designed to be easy to use for everyone to join and use.	4.07	4.12
	easily find the menu I needed.	4.07	4
	It did not take long to perform necessary services.	4	4
desirable	Function and design elements are valuable and attractive.	3.64	4
	Screen composition is intuitive.	3.71	4.16
	It is composed of easy-to-understand menus	3.85	4.17
usable	It is convenient to use.	3.85	4.1
	It is easy to use services such as opening an account.	4.07	3.87
	Layouts and text are appropriately arranged.	4	4.06
credible	Function and design elements are trustworthy.	3.5	3.7
	The bank's security system is reliable.	2.78	3.19
	There has never been an error in use.	4.07	3.35
	The service I want to use gives me enough faith.	3.64	3.41
	The service gives me the appropriate feedback.	3.42	3.25

설문조사 결과를 보면 케이뱅크와 카카오뱅크 둘 다 다른 항목에서는 평균 4점대의 점수를 보이는 반면, ‘신뢰성’항목에 있어서 낮은 점수를 보이는 것을 알 수 있다. 이는 인터넷 전문 은행을 쓰고 있음에도 불구하고 사용하지 않는 사람들과 같이 신뢰성에 있어서 불안함을 느끼고 있는 것으로 볼 수 있다.

<Table 2>에서 신뢰성에 대한 주관식 답변을 보면 케이뱅크와 카카오뱅크 모두 보안 문제에 있어서 사용자들이 신뢰성이 낮다고 말하고 있다. 이는 2017년 10월 24일에 발생한 카카오뱅크의 무단인출 사건 때문에 인터넷 전문 은행에 대한 신뢰도가 낮아진 것이라고 볼 수 있다. 또한, 케이뱅크에 대한 주관식 설문조사 결과에서 보면 고객 응대 서비스의 불편함이나 회원탈퇴 시 불필요한 유료 서비스에 가입하도록 유도해 신뢰도가 떨어졌다고 말하고 있다.

### 3.3 In Depth Interview

인터넷 전문 은행인 카카오뱅크의 입출금 계좌 중 60% 이상은 이른바 깡통계좌다. 고객들이 호기심에 인터넷 전문 은행 계좌를 만들어놓고는 대부분 기존 은행 계좌를 쓰기 때문이다[10]. 하여 좀 더 신뢰성 있고 깊이 있는 조사를 위해 설문조사를 한 사람 중에서 인터넷 전문 은행에 가입뿐만 아니라 실제로 적금, 체크카드 등을 이용하고 있는 사용자 10명을 대상으로 심층 인터뷰(in-depth interview)를 시행하였다. 제이콥 닐슨(Jacob Nielsen)의 사용성 테스트 이론에 따르면, 6명을 테스트했을 때 15명에게서 찾아낼 수 있는 대부분 문제점을 찾을 수 있다고 밝히고 있다[11]. 하여 그의 걱정선인 10명을 대상으로 조사하였으며 <Table 3>과 같이 카카오뱅크 5명, 케이뱅크 5명으로 비율을 맞춰 1:1로 인터뷰를 진행하였다.



[Fig. 1] Number of Test Users[9]

<Table 3> In Depth Interview

Interviewee	Gender	Age	Bank
A	Female	29	Kakao
B	Female	27	Kakao
C	Male	29	Kakao
D	Female	26	Kakao
E	Male	27	Kakao
F	Female	25	K
G	Female	23	K
H	Female	38	K
I	Female	30	K
J	Female	29	K

심층 인터뷰에 있어서도 설문조사와 같이 허니콤 모델을 적용하였으나 신뢰도에 있어서 좀 더 깊이 있는 조사가 필요했으므로 7가지 방법 중에 이용성, 사용성, 신뢰성에 관한 질문만 실행하였다.

### 3.4 심층 인터뷰 결과

해당 인터뷰를 통해서 사용자가 얼마나 인터넷 전문 은행을 믿고 있는지 알 수 있었고 1. 보안 문제에 대한 신뢰성과 2. 고객 응대 서비스의 불편함 3. 온라인 결제 시 오류 혹은 불필요한 서비스로의 유도 등이 인터넷 전문 은행에 대한 신뢰감을 저하시킴을 알 수 있었다. 심층 인터뷰를 통해서 발견한 새로운 사실은 사용자들이 인터넷 전문 은행에 가입되어있고 앞으로 몇 개의 인터넷은행이 더 생길 수 있다고 예측하더라도 시중 은행처럼 전 국민적으로 발전하지는 못하고 어느 정도 한계는 있을 것으로 생각하는 것이었다.

<Table 4> In Depth Interview 2

Interviewee	Pros	Cons
A	high interest rate and easy integration. No fee.	unreliable
B	easy to use and high interest rate.	unreliable
C	easy to use and many discounts	Security issue
D	easy to open an account and don't need to go to bank.	Improve customer service and discomfort at online settlement.
E	It's not troublesome.	discomfort at online settlement.
F	No fee & can be linked with 'Naver Pay'	unreliable
G	No security card required.	not get well organized and unreliable
H	discounts and point benefits	unreliable
I	Easy to use	can not get information about internet banking
J	Can be linked with 'Naver Pay'	If I lose my phone, it will be difficult to manage.

#### 4. 논의

이 연구는 인터넷 전문 은행에 대한 사용자들의 신뢰도를 설문조사와 In-Depth Interview로 측정해보고, 앞으로 인터넷 전문 은행이 발전하기 위해 어떤 점을 유의해야 할 지 연구해보았다.

연구를 통해 알 수 있었던 점은 첫째로 인터넷 전문 은행에 가입한 사용자들도 인터넷은행 자체를 믿지 못하지만, 호기심 혹은 수수료 혜택에 의해 가입하게 되었다는 점과 두 번째로 인터넷 전문 은행의 체크카드와 적금 등의 서비스를 사용하는 실질적 사용자층조차도 얼마 정도의 돈을 계좌에 입금하겠다는 질문에 보험 적용 범위인 1000만 원 이하를 응답한바, 인터넷 전문 은행을 완전히 믿고 있진 않는다는 점이다. 세 번째로 인터넷 전문 은행의 장점과 혜택을 좋다고 여기면서도 시중은행을 따라잡진 못할 것이라고 인식하는 것이었다.

이 연구의 한계점은 오프라인 매장이 없는 인터넷 전문 은행에서는 모바일 애플리케이션이 가장 중요한데도 불구하고 사용자들의 은행 애플리케이션에 대한 사용성 평가와 사용성 평가가 신뢰성에 어떠한 영향을 끼치는지 조사하지 못한 것이다. 이는 설문조사의 결과와 같이 아직 인터넷 전문 은행의 신뢰성이 떨어져 가입하지 않거나 가입하더라도 실질적으로 사용하지 않는 비율이 높기 때문이다. 또한, 인터넷 전문 은행에 대한 전반적인 신뢰성을 평가하였다 하더라도 그것이 현 금융시장에서 예측하는 바와 별반 다르지 않은 것 같아 아쉽다. 차후 인터넷 전문 은행이 어느 정도 전반적인 신뢰도가 높아져 사용자층이 더 많아진다면 애플리케이션 사용성은 어떠한지 애플리케이션에서의 만족도와 신뢰도에 대해 조사가 차후 이루어졌으면 한다.

#### 5. 결론

선행연구에서는 인터넷 전문 은행이 성공하기 위해서는 기존의 인터넷뱅킹과는 차별화된 경쟁력으로 사용자에게 다가가야 한다고 말한다. 이에 대한 예시로 타 금융기관과의 자산 현황 통합조회, 신속하고 간편한 원-스톱 자산관리, 안전한 금융거래를 제시하고 있다[12]. 하지만 해당 서비스 측면에서는 한계점이 많다. 선행연구에서 제시한 3가지의 서비스는 시중은행에서도 실행 가능한 서비스이고 신뢰성이 이미 충분히 형성되어있는 시중은

행 측에서는 매우 유리한 서비스이기 때문이다. 대학생 은행 이용 실태 조사에서 1위를 한 '국민은행'은 연금자산 통합관리 서비스를 제공하고 있고[13] 2위인 '신한은행'은 기존 은행 모바일 플랫폼을 통합한 '슈퍼 앱(가칭)'을 개발하고 있다. 이는 카카오 뱅크와 케이뱅크를 뛰어넘을 것으로 금융계 관계자는 예측한다[14].

따라서 필자가 제안하는 인터넷 전문 은행의 신뢰성 확보를 위한 방안은 '내부고객 내실화'이다. 내부고객이란 은행을 처음 접하거나 문의 사항이 있을 때 제일 처음 접하게 되는, 즉 고객 응대 서비스 직원이라고 할 수 있다[15]. 설문조사와 인터뷰를 통해 밝혀진 바에 의하면 인터넷 전문 은행의 신뢰성을 저하하는 데에 고객 응대 서비스가 크게 차지하고 있다. 케이뱅크와 카카오뱅크는 사용자와 내부고객이 역동적으로 상호작용하여 오류나 다른 문의에 대한 피드백으로 신뢰감을 충족시켜줄 수 있어야 한다. 그리하여 무단인출 사건과 같은 보안 문제가 생기더라도 사용자들에게 충분한 믿음을 심어줄 수가 있다. 또한, 현재 인터넷 전문 은행은 비가입자보다는 가입자들 중심으로 가야 한다. 우선 충분한 믿음을 주어 강통계좌의 개설을 줄이고 나서 화폐의 유통이 원활해져야 신생기업의 신뢰성 저하 문제가 줄어들고 비가입자들도 비로소 인터넷 전문 은행에 관심을 끌게 될 것이다.

본 연구는 인터넷 전문 은행인 케이뱅크와 카카오뱅크를 대상으로 연구하였다. 하지만 두 곳 모두 신생회사이며, 인터넷 전문 은행이라는 서비스 자체가 사용자들에게 익숙하지 않은 서비스여서 좀 더 시간이 지난 후 사용자들의 인식과 신뢰도 정도가 충분히 변할 수 있다고 생각한다. 이런 한계점이 있지만 차후 인터넷 전문 은행의 사용성 평가나 신뢰성에 관한 연구에서 자료로서 기여하기를 바란다.

#### REFERENCES

- [1] <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/11/01/0200000000AKR20171101185000002.HTML?input=1195m>
- [2] <http://www.m-economynews.com/news/article.html?no=18624>
- [3] <http://imgstock.naver.com/upload/research/industry/1428282965314.pdf>
- [4] D.W. Cho, H.G. Lee, The Critical Success Factors of Internet Banks and Considerable Point When Introducing into Domestic Markets, Journal of the Korea contents

- association, Vol. 9, No. 12, pp.600-612, 2009
- [5] <http://monthly.appstory.co.kr/column9636>
- [6] [http://www.wolyo.co.kr/news/articleView.html?id\\_xno=37104](http://www.wolyo.co.kr/news/articleView.html?id_xno=37104)
- [7] D. Kim, S. Kim, Factors to Influence Switching Intention to Internet-only Bank from Legacy Bank: Focused on Financial Consumers' Asset Management, The Korean Association For Information Society, Vol.18, No.1, pp.105-134, 2017
- [8] <http://www.ajunews.com/view/20170823142347997>
- [9] <https://www.smashingmagazine.com/2009/09/10-useful-usability-findings-and-guidelines/>
- [10] <http://www.finomy.com/news/articleView.html?idxno=44030>
- [11] <https://www.smashingmagazine.com/2009/09/10-useful-usability-findings-and-guidelines/>
- [12] J.I. Choi, Introduction of the Internet-only Bank and Development direction Proposal, Journal of Digital Convergence, Vol.14, No.9, pp.139-147, 2016
- [13] <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2017101709005077988>
- [14] <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2017110515141447323&outlink=1&ref=http%3A%2F%2Fsearch.naver.com>
- [15] [http://img.shinhan.com/cib/ko/data/FSB\\_0608\\_06.pdf](http://img.shinhan.com/cib/ko/data/FSB_0608_06.pdf)

이 가 하(Kaha Lee)

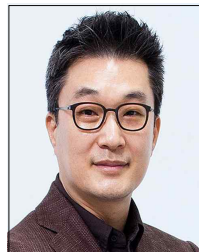
[정회원]



- 2017년 3월 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 디지털미디어디자인 전공
- 관심분야 : 사용자경험디자인, 서비스디자인, 시각디자인
- E-Mail : kahalee@naver.com

김 승 인(Seung-In Kim)

[정회원]



- 2001년 3월 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수
- 2006년 3월 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 디자인혁신센터 센터장
- 2017년 1월 : 사단법인 한국서비스디자인학회 회장
- 관심분야 : 사용자경험디자인, 서비스디자인, 시각디자인
- E-Mail : r2d2kim@naver.com