

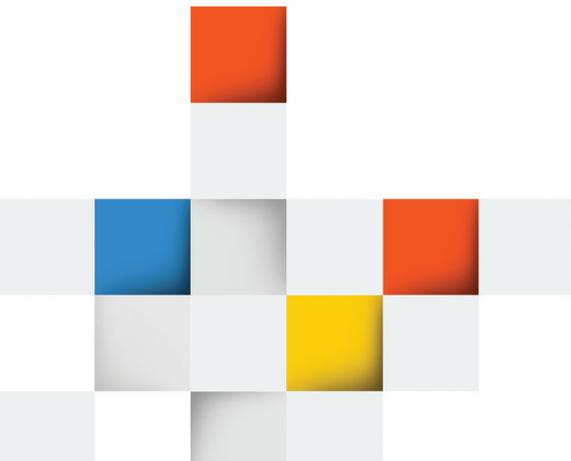


발 간 등 록 번 호
11-1240245-100003-10



한국의 사회동향

Korean Social Trends 2024
<https://kostat.go.kr/asdk/> 2024



통계청
국가통계연구원

여가 영역의 주요 동향

서우석 (서울시립대학교)

- 코로나19 이후 혼자 하는 여가활동의 비율은 낮아졌고, 스포츠, 관광, 문화예술 관람, 취미·자기계발 등 적극적인 여가활동의 비율이 높아졌다.
- 여가시간은 감소한 반면, 여가비용이 늘고 가계 지출에서 차지하는 비중도 커졌다.
- 문화예술활동은 코로나19 이전 수준으로 회복하지 못했는데, 이는 코로나19 이후 미디어 이용 여가활동이 다시 증가하는 것과 관계가 있다.
- 여가생활에 대한 만족은 코로나19 이전보다 높은 수준을 보였으며 특히 젊은 층에서 여가만족의 상승 폭이 크다.

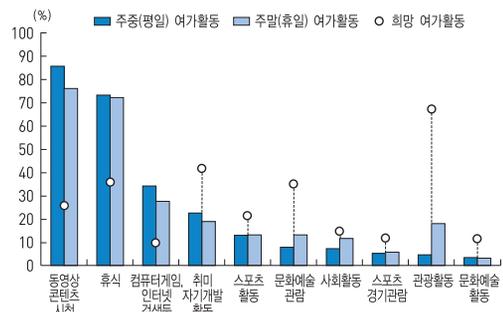
한국인의 여가활동은 코로나19 이전의 수준으로 회복되면서도 분야별로 차이를 보인다. 왜 이렇게 지체되는 것일까? 과연 시간이 지나면 코로나19 이전의 수준으로 회복될 수 있을까? 코로나19를 전후하여 여가 부문별로 어떤 변화가 있었나? 이 글은 상기 질문에 답하기 위해 「국민여가활동조사」, 「국민문화예술활동조사」, 「국민여행조사」, 「국민생활체육조사」, 「방송매체이용행태조사」, 「사회조사」 등의 조사자료를 활용하였다. 또한, 조사자료에 아직 반영되지 않은 최근의 변화 동향을 살펴보기 위해 영화관입장권통합전산망, 공연예술통합전산망, 관

광지식정보시스템 등 집계자료를 분석하였다. 이 자료들을 바탕으로 여가활동의 기반으로 여가시간과 여가비용을 살펴본 후 다양한 여가활동 동향을 파악하고 여가만족의 추이를 분석하였다.

여가활동

[그림 VII-1]은 「사회조사」에서 한국인이 주로 많이 참여한 여가활동과 희망 여가활동에 대해

[그림 VII-1] 주중 및 주말 여가활동과 희망 여가활동 참여 비율, 2023



주: 1) 전국 만 13세 이상 인구를 대상으로 하며, 기타 여가활동은 제외할 수 있음.
 2) 주중 및 주말 여가활동은 전체 조사대상자 중 주중 및 주말 여가시간에 각각 해당 여가활동을 한다고 응답한 사람들의 비율임.
 3) 희망 여가활동은 전체 조사대상자 중 향후 시간적·경제적 여유가 생긴다면 여가시간에 해당 여가활동을 하고 싶다고 응답한 사람들의 비율임.
 출처: 통계청, 「사회조사」, 2023.



3순위까지 복수 응답한 결과를 보여준다. 동영상 콘텐츠 시청과 휴식이 주중 평일과 주말 휴일 모두에서 가장 많이 참여하는 활동으로 나타났다. 그 다음으로는 컴퓨터 게임, 취미·자기개발 활동, 스포츠 활동 등의 순이다. 주중 평일에 비해 주말 휴일에 상대적으로 관광, 문화예술 관람과 사회 활동이 많았다. 희망 여가활동으로는 관광이 가장 높았고, 취미·자기개발 활동, 휴식활동, 문화예술 관람, 스포츠 활동 등이 그 뒤를 따른다. 문화예술 참여와 스포츠 활동도 실제 여가 활동에 비해 희망 여가 활동의 비율이 상대적으로 높았다.

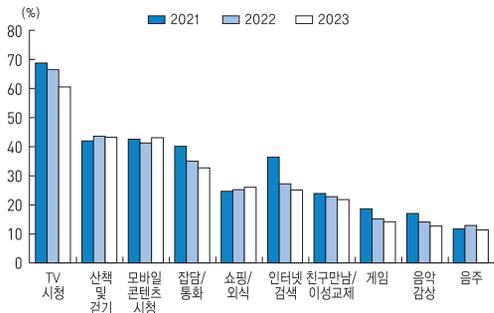
[그림 VII-2]는 「국민여가활동조사」에서 지난 1년 동안 가장 많이 참여한 여가활동 5순위까지 복수 응답한 결과를 바탕으로 참여율이 높은 상위 10개의 여가활동을 2021년부터 2023년까지 비교하였다. 한국인이 지난 3년간 가장 많이 참여한 TV 시청은 지속적으로 감소하였다. 잡담/

통화, 인터넷 검색, 친구만남/이성교제, 게임, 음악감상 등도 지속적으로 응답 비율이 줄었다. 2023년에 증가한 활동은 모바일 콘텐츠 시청과 쇼핑/외식이다. 모바일 콘텐츠 시청은 코로나19 종식 이후인 2022년에 다소 감소하였으나 2023년에는 다시 증가한 것으로 나타났다.

주로 함께한 여가활동 동반자(1순위 여가활동 기준)는 전반적으로 2022년에 비해 큰 차이가 없었다. 혼자서가 50.5%로 가장 많았으나 전년 대비 1.3%p 감소하였고, 다음으로 가족은 34.0%, 친구는 13.2%였다. 2019년과 비교해 보면, 여가활동을 혼자하거나 가족 동반자와 함께한 경우는 감소하였고, 친구, 동호회, 직장동료와 여가활동을 한 경우는 소폭 증가하였다(그림 VII-3).

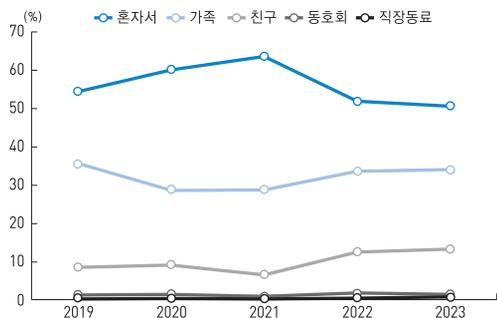
동호회를 통해 여가활동에서 다른 사람들과 사회적 관계를 가지는 비율이 2022년에는 전년 대비 증가 추세를 보였으나 2023년에는 이러한 추세가 멈춘 것으로 보인다.

[그림 VII-2] 상위 10개 여가활동 참여율, 2021-2023



주: 1) 전국 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.
 2) 통계치는 전체 조사대상자 중 조사시점 기준 지난 1년 동안 해당 여가 활동을 가장 많이 참여했다고 응답한 사람들의 비율임.
 출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사, 각 연도.

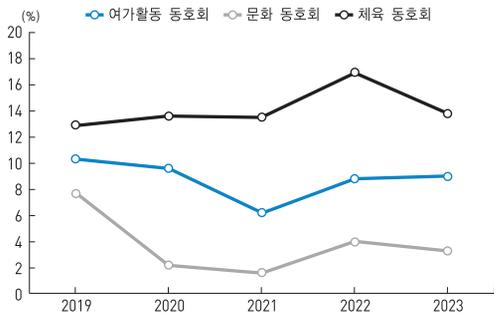
[그림 VII-3] 여가활동 동반자, 2019-2023



주: 1) 전국 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.
 2) 1순위 여가활동에 대한 응답 결과임.
 출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사, 각 연도.

[그림 VII-4]에 따르면, 「국민생활체육조사」에서 조사된 체육 동호회 가입률과 「국민문화예술활동조사」에서 조사된 문화 동호회의 가입률은 각각 13.8%와 3.3%로 전년에 비해 각각 3.1%p, 0.7%p 감소하였고, 「국민여가활동조사」에서 조사된 여가활동 동호회 가입률은 9.0%로 전년 대비 0.2%p 증가하였다.

[그림 VII-4] 여가, 문화 및 체육 동호회 참여율, 2019-2023

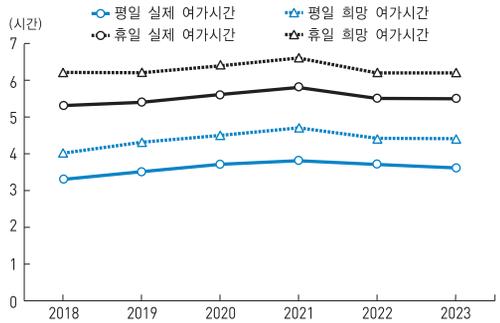


주: 1) 여가활동 동호회 참여율은 전국 만 15세 이상 인구 중 조사시점 기준 지난 1년간 여가활동을 위해 동호회에 참여한 적이 있는 사람들의 비율임.
 2) 문화 동호회 참여율은 전국 만 15세 이상 인구 중 조사시점 기준 지난 1년간 문화관련 동호회에 참여한 적이 있는 사람들의 비율임.
 3) 체육 동호회 참여율은 전국 만 10세 이상 인구 중 조사시점 기준 현재 체육 동호회에 가입된 사람들의 비율임.
 출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도; 「국민문화예술활동조사」, 각 연도; 「국민생활체육실태조사」, 각 연도.

코로나19 기간에 늘었던 여가시간은 일상이 회복되면서 다소 감소하였다. 2023년 「국민여가활동조사」에 따르면, 하루 평균 여가시간은 평일 3.6시간, 휴일 5.5시간으로 2023년에 비해 평일 0.1시간 감소하였고 휴일에는 동일한 수준을 보였다. 국민들이 희망하는 여가시간은 평일

4.4시간, 휴일 6.2시간으로 전년과 차이가 없었다. 다만, 평일 여가시간이 감소하여 실제 여가시간과 희망 여가시간 사이의 차이가 전년에 비해 0.1시간 감소하였다(그림 VII-5).

[그림 VII-5] 실제 여가시간과 희망 여가시간, 2018-2023



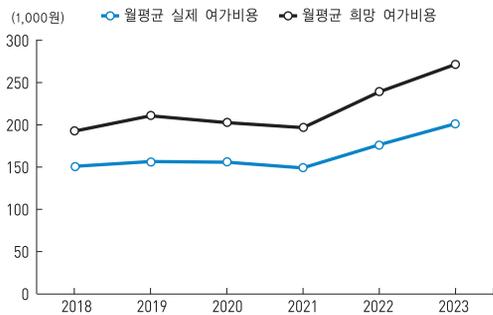
주: 1) 전국 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.
 출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

여가시간이 줄어든 것과 달리, 휴가 활용은 2021년에 비해 많이 늘었다. 「국민여가활동조사」에 따르면, 2023년 휴가 경험 비율은 47.9%로 2022년에 비해 9.3%p 증가하였다. 하지만, 이는 2019년의 55.3%에는 미치지 못하는 수치이다. 휴가 경험자의 평균 휴가 일수는 6.0일로 2022년에 비해 0.8일 증가하였다. 2023년 「근로자휴가조사」에 나타난 연차 휴가 사용 현황을 보면, 2022년의 연차 소진율이 76.2%로 2021년과 비슷한 수준을 보이거나, 장기휴가 사용 경험률은 6.7%로 2021년에 비해 2.8%p 감소하였다. 장기휴가 사용 경험률은 2019년의 18.2%에서 계속 줄어들고 있다.



「국민여가활동조사」로 파악한 국민의 월평균 여가비용은 2023년 월평균 20만 1천 원으로 2022년에 비해 2만 5천 원이 늘었다. 희망 여가비용은 27만 1천 원으로 2022년에 비해 3만 2천 원이 늘었다. 월평균 여가비용과 희망 여가비용 사이의 차이는 7만 원으로 2022년의 차이에 비해 7천 원이 더 늘었다(그림 VII-6).

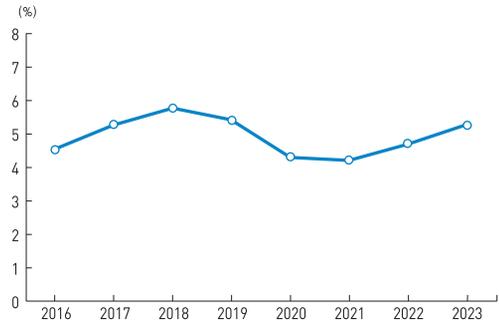
[그림 VII-6] 실제 여가비용과 희망 여가비용, 2018-2023



주: 1) 전국 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.
출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

여가비용의 증가 추세는 가계지출에서도 확인된다. 「가계동향조사」로 집계한 2023년 가구 월평균 오락문화비 지출은 20만 695원으로 2022년에 비해 3만 1,858원 증가하였다. 가구 월평균 가계지출액에서 오락문화비가 차지하는 비중인 문화여가 지출률은 2023년 5.3%로 2022년에 비해 0.6%p 증가하였다. 코로나19 확산과 함께 5% 이하로 감소하였던 문화여가지출률이 5%대를 회복하여, 코로나19 직전 2019년의 5.4%에 근접하였다(그림 VII-7).

[그림 VII-7] 문화여가 지출률, 2016-2023



주: 1) 전국 1인 이상 가구 기준(2016년은 농림여가 제외, 2017년부터 농림여가 포함)이며, 명목금액 기준임.
2) 문화여가 지출률=(가구 월평균 오락문화비÷가구 월평균 가계지출액)×100.
출처: 통계청, 「가계동향조사」, 각 연도.

문화예술활동

코로나19 종식 이후 문화예술 관람에 참여하는 국민의 비율이 회복되는 추세를 보였지만, 아직 2019년의 수준에는 미치지 못하였다. 「사회조사」에 따르면, 2023년 문화예술행사 관람률은 51.4%로 2021년의 21.3%에 비해 30.1%p가 높아졌으나, 2019년의 63.6%에는 못 미쳤다. 「국민문화예술활동조사」에서도 2023년 문화예술행사를 관람한 국민의 비율은 58.6%로 2021년에 비해서는 25.0%p 높아졌지만, 2019년의 81.8%보다 매우 낮다. 정리하면, 문화예술행사 관람률은 최근 높아지고 있으나 코로나19 이전 수준으로는 회복하지 못하였다.

〈표 VII-1〉에서는 2019년 이후 전체 인구사회 집단에서 문화예술행사 관람률의 회복은 더딘

것으로 나타났다. 2023년 조사 결과, 문화예술 행사 관람률은 남성 48.1%, 여성 54.6%로 나타났다는데, 이는 2019년의 남성(61.1%)과 여성(66.1%)에 비해 모두 낮은 수치이다. 지역별로는 2023년 동부(54.0%)와 읍면부(38.9%)의 문화예술행사 관람률은 2019년의 동부(66.2%)와 읍면부(52.0%)보다 모두 낮았다. 수도권과 비수도권의 비교에서도 유사한 결과가 나타났다. 10세 구간으로 나누어 연령별로 비교해 보면,

〈표 VII-1〉 사회인구학적 특성별 문화예술행사 관람률, 2019-2023

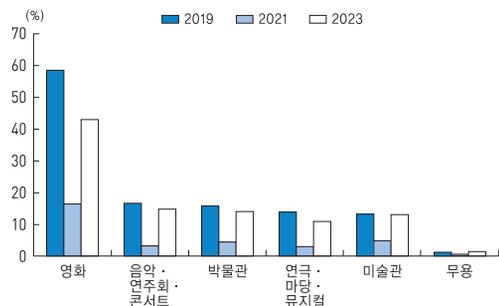
	2019	2021	2023
전체	63.6	21.3	51.4
성별			
남자	61.1	19.2	48.1
여자	66.1	23.5	54.6
연령별			
13-19세	83.8	30.9	72.9
20-29세	82.8	37.6	70.1
30-39세	79.8	26.5	64.1
40-49세	74.4	23.2	62.9
50-59세	58.9	18.8	50.3
60세 이상	31.2	7.9	24.4
동읍면			
동부	66.2	23.1	54.0
읍면부	52.0	13.0	38.9
권역별			
수도권	67.1	23.9	54.7
비수도권	60.2	18.8	48.0

주: 1) 전국 만 13세 이상 인구를 대상으로 함.
 2) 문화예술행사 관람률은 전체 조사대상자 중 조사시점 기준 지난 1년간 음악·연주회·콘서트, 연극·마당·뮤지컬, 무용, 영화, 박물관, 미술관, 문학행사 등 어느 하나라도 관람한 적이 있는 사람들의 비율임.
 출처: 통계청 「사회조사」, 원자료, 각 연도.

젊은 층일수록 문화예술행사 관람률이 높는데, 관람률이 높은 40대 이하 연령층에서는 2023년의 관람률에 비해 2019년에 비해 모두 10%p 이상 낮았다. 관람률이 상대적으로 낮은 50대에서는 2019년에 비해 2023년에 8.6%p 낮았고, 60대 이상에서는 6.8%p 낮았다.

[그림 VII-8]에 제시된 장르별 문화예술행사 관람률을 보면, 영화 관람률이 42.8%로 가장 높고 다음으로 음악연주회·콘서트(14.7%), 박물관(13.9%), 미술관(12.9%), 연극·마당·뮤지컬(10.8%)의 순서로 높았다. 모든 부문에서 2021년에 비해서 관람률이 높아졌으나 2019년에 비해서는 낮은 수준이었다. 2019년 대비 미술관 관람은 같은 수준이었으나 음악연주회·콘서트와 박물관 관람률은 2019년 대비 각각 89.1%와 88.5% 수준에 머물렀다. 연극·마당·뮤지컬과 영화 관람은 2019년 대비 각각 78.8%와 73.3% 수준으로 코로나19 이전 수준에 크게

[그림 VII-8] 문화예술행사 장르별 관람률, 2019-2023



주: 1) 관람률은 전국 만 13세 이상 인구 중 조사시점 기준 지난 1년간 해당 문화예술행사를 관람한 적이 있는 사람들의 비율임.
 출처: 통계청 「사회조사」, 원자료, 각 연도.



못 미쳤다. 문화예술행사 관람률에서 차지하는 비중이 큰 영화의 관람률 회복이 저조한 것이 전체 문화예술행사 관람률 회복 수준에도 영향을 미치고 있다.

[그림 VII-9]의 영화 관객 수 추이를 보면, 2023년 관객 수가 1억 2,514만 명으로 2022년에 비해 1,233만 명이 증가하였으나, 이 수치는 2019년의 2억 2,668만 명 대비 55% 수준이다. 영화 관람률 회복에 비해 관객 수 회복 수준이 더 낮는데, 이는 영화관을 찾은 관객들의 방문 빈도가 코로나19 이전보다 대폭 줄어들었기 때문으로 보인다.

[그림 VII-9] 영화 관객 수, 2004-2023

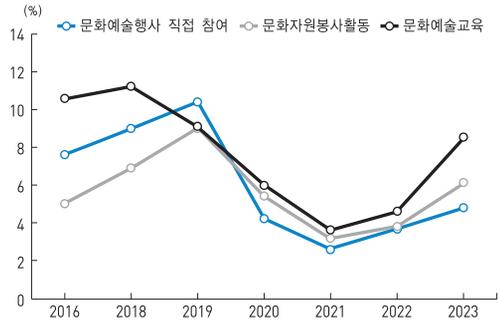


출처: 영화진흥위원회 통합전산망(<http://www.kobis.or.kr>), 2024.10 검색.

적극적인 문화예술활동에 해당하는 창작발표 활동을 통한 문화예술행사 참여율은 4.8%로 전년 대비 1.1%p 증가하였다. 문화자원봉사 참여율도 6.1%로 전년 대비 2.3%p 증가하였다. 최근 1년 동안 학교 이외의 문화예술교육에 참여한 비율은 8.5%로 전년 대비 3.9%p 증가하였

다. 하지만 이들 활동의 참여율도 2019년의 수준에는 미치지 못하고 있다(그림 VII-10).

[그림 VII-10] 문화예술행사, 문화자원봉사 및 문화예술교육 경험률, 2016-2023



주: 1) 문화예술행사 직접 참여 경험률은 전국 만 15세 이상 인구 중 조사 시점 기준 지난 1년간 문화예술행사를 개최하거나 창작활동을 한 적이 있는 사람들의 비율임.
 2) 문화자원봉사활동 경험률은 전국 만 15세 이상 인구 중 현재까지 문화관련 단체, 지역 문화시설, 문화재 관리 등과 관련된 자원봉사 활동을 경험한 사람들의 비율임.
 3) 문화예술교육 경험률은 만 15세 이상 인구 중 조사시점 기준 지난 1년간 학교 교육 외 문화예술교육을 경험한 사람들의 비율임.
 출처: 문화체육관광부, 「국민문화예술활동조사」, 각 연도.

스포츠 활동

스포츠와 관련된 여가활동으로 스포츠 관람과 생활체육 참여가 있다. 「사회조사」에 따르면, 2023년 스포츠 관람률은 15.1%로 2021년에 비해 10.0%p 증가하였으며 2019년 15.6% 이후 코로나19에 따른 관람 축소를 거의 회복한 것으로 나타났다(그림 VII-11). 성별, 연령별, 지역별로 비교해 보면, 전체 인구사회집단에서 모두 회복세가 관찰되었다. 특히, 여성과 10대(13~19세)

의 스포츠 관람률은 10.1%와 24.9%로 2019년의 9.6%와 20.1%에 비해 더 높은 수준을 보였다.

주요 프로스포츠의 연도별 관중 수 변화에서도 이러한 회복세가 관찰되는데, 야구의 경우 2023년 838만 4,814명으로 2022년의 637만 5,707명에 비해 200만 명 이상 증가하였고, 축구의 경우도 2023년 303만 479명으로 2022년의 142만 9,376명에 비해 두 배 이상 증가하였다. 이는 코로나19 직전인 2019년 관중 수를 모두 초과하는 수준이었다.

[그림 VII-11] 스포츠 관람률, 2011-2023

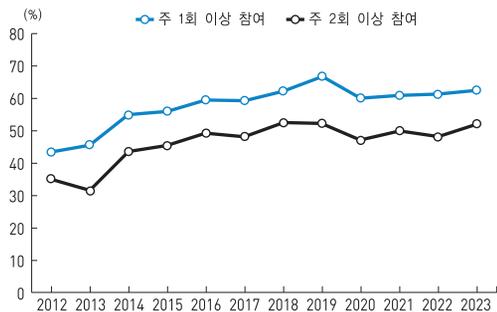


주: 1) 전국 만 13세 이상 인구를 대상으로 함.
 2) 관람률은 전체 조사대상자 중 조사시점 기준 지난 1년간 스포츠 경기를 관람한 적이 있는 사람들의 비율임.
 출처: 통계청, 「사회조사」, 각 연도.

[그림 VII-12]의 「국민생활체육조사」를 통해 집계된 국민들의 지난 1년간 주 1회 이상 규칙적(1회 운동시 30분 이상) 생활체육 참여 비율을 보면, 주 1회 이상 생활체육 참여율은 2023년 62.4%로 전년에 비해 1.2%p 증가하였고, 주 2회 이상 생활체육 참여율은 2023년 52.1%로

전년에 비해 4.0%p 증가하였다. 특히 주 2회 이상 생활체육 참여율은 2019년과 비교해 0.1%p 차이에 불과해 거의 회복한 것을 알 수 있다. 반면, 주 1회 이상 생활체육 참여율은 2019년과 비교해 4.2%p 낮은 수준이다. 즉, 생활체육 참여를 왕성하게 하는 집단은 코로나19 이전 수준으로 회복한 반면, 참여도가 상대적으로 낮은 집단은 여전히 코로나19 이전 수준에 미치지 못하고 있다.

[그림 VII-12] 생활체육 참여율, 2012-2023



주: 1) 참여율은 전국 만 10세 이상 인구 중 주 1회 이상(또는 주 2회 이상) 1회 30분 이상 규칙적인 생활체육에 참여한 사람들의 비율임.
 출처: 문화체육관광부, 「국민생활체육조사」, 각 연도.

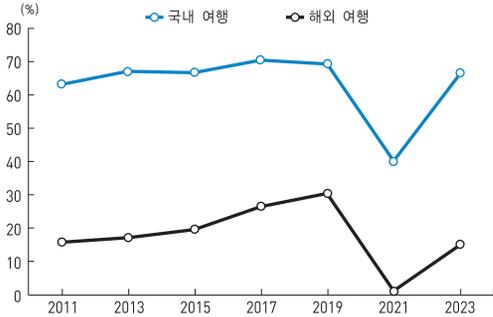
여행

「사회조사」에 따르면, 국내 여행 경험률은 2023년 66.7%로 2021년에 비해 26.9%p, 해외여행 경험률은 2023년 15.1%로 2021년에 비해 14.0%p 높아졌다. 국내 여행 경험률은 코로나 19 이전 수준으로 회복된 반면, 해외여행 경험률



은 그 수준에 크게 미치지 못하고 있음이 확인된다(그림 VII-13).

[그림 VII-13] 여행 경험률, 2011-2023



주: 1) 전국 만 13세 이상 인구를 대상으로 함.
 2) 여행 경험률은 전체 조사대상자 중 지난 1년간 국내(또는 해외) 여행을 경험한 사람들의 비율임.
 출처: 통계청, 「사회조사」, 각 연도.

성별, 연령별, 지역별로 살펴보면, 국내 여행 경험률의 경우 수도권을 중심으로 한 동부에 비해 비수도권의 읍면부에서 회복의 속도가 상대적으로 더디다. 해외여행 경험률의 경우, 남성보다 여성이, 읍면부보다 동부에서, 비수도권보다 수도권에서, 20대와 30대에서 상대적으로 높는데 2019년과 2023년 사이에 별다른 차이가 없었다.

출국 통계를 통해 해외여행객 수 통계를 보면, 2023년 2,272만 명으로 2022년 655만 명에 비해 크게 증가하여 2019년 2,871만 명의 80% 수준에 이르렀다(그림 VII-14). 해외여행 경험률의 회복이 아직 절반 수준인데 비해 해외여행객 수의 회복은 더욱 빠르게 진행된 것으로 보인다.

해외여행 경험률과 해외여행객 수의 회복 정도에 상당한 차이가 나타나는 이유는 해외여행의 반복이 전체 해외여행에서 차지하는 비중이 코로나19 이전에 비해 커졌기 때문이다.

[그림 VII-14] 해외여행객 수, 2014-2023



출처: 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각 연도.

미디어 이용 여가 활동

미디어 이용에서는 스마트폰 이용과 TV 시청이 큰 비중을 차지한다. 2023년 「방송매체이용행태조사」에 따르면, 가구 매체로써 TV 보유 현황은 2019년 95.8%, 2023년 95.3%로 지난 5년간 큰 변화는 없었다. 반면, 개인 매체로써 스마트폰은 2019년 91.1%, 2023년 94.8%로 소폭 증가하였다. 하루 평균 매체 이용 시간을 살펴보면, TV 시청 시간은 3시간 2분이고 스마트폰 이용 시간은 2시간 6분이었다. TV 시청 시간은 2021년 3시간 6분, 2022년 3시간 3분으로 지난 3년간 지속적으로 감소한 데 반해 스마트폰 이

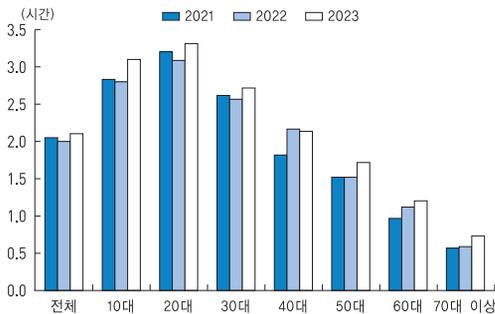
용 시간은 2021년 2시간 3분에서 2022년 3분이 줄었으나 2023년에는 6분이 증가하였다. 스마트폰 이용 시간의 증가를 연령대별로 보면, 이용 시간이 가장 긴 10대와 20대에서 각각 18분, 14분씩 증가한 것은 물론, 상대적으로 이용 시간이 적었던 50대와 60대, 70대 이상에서도 각각 12분, 5분, 9분씩 증가했다(그림 VII-15-1). 이와 같이 스마트폰 이용 시간이 2023년에 크게 증가한 데에는 온라인 동영상 서비스 이용 증가

가 상당히 작용한 것으로 보인다. 온라인 동영상 서비스 이용률을 보면, 2023년 77.0%로 2022년에 비해 5.0%p 증가하였다. 온라인 동영상 서비스 이용률 증가를 연령대별로 보면, 7.0%p 증가한 10대에 못지않게 50대, 60대, 70대 이상에서도 각각 10.8%p, 6.6%p, 6.9%p씩 크게 증가하였다(그림 VII-15-2).

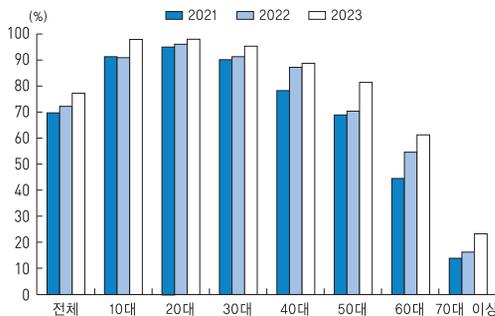
2023년 「국민여가활동조사」에 따르면, 여가 활동에서 스마트기기를 활용한 여가활동의 비중이 2022년에 비해 높아졌다. 스마트기기를 활용한 여가시간은 평일 1.6시간과 휴일 2.0시간으로 전년 대비 모두 0.2시간 증가했다(그림 VII-16). 하루 평균 전체 여가시간 중 스마트기기를 활용한 여가시간의 비중 역시 평일 44.4%, 휴일 36.4%로 전년 대비 각각 6.6%p, 3.6%p 증가했다. 스마트기기를 활용한 여가활동 유형으로는 웹서핑이 21.6%로 가장 많았고, 모바일 메신저는 18.0%, 인터넷 방송 시청이 15.9%, SNS

[그림 VII-15] 연령별 미디어 이용 행태, 2021-2023

1) 스마트폰 이용 시간

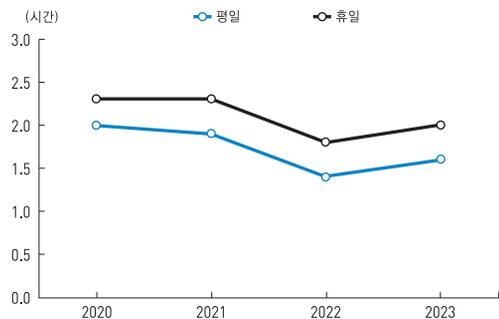


2) 온라인 동영상 서비스(OTT) 이용률



주: 1) 전국 만 13세 이상 가구원을 대상으로 함.
2) 스마트폰 이용 시간은 음성 통화 시간을 제외한 하루 평균 이용 시간임.
출처: 방송통신위원회 「방송매체이용행태 조사」, 각 연도.

[그림 VII-16] 평일 및 주말 스마트기기 활용 여가시간, 2020-2023



주: 1) 전국 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.
출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

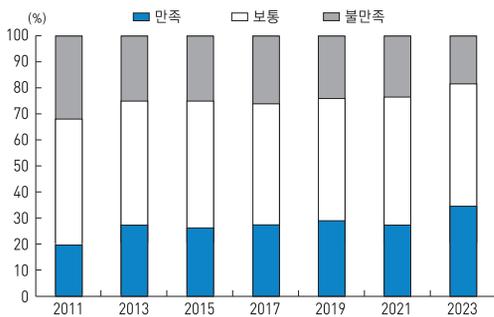


활동 9.4%, 게임 7.4%, 드라마/영화 보기 6.6%, 음악감상 5.6%, TV 시청 5.1%, 웹소설 웹툰 읽기 3.4%, 쇼핑 2.4% 등으로 많았다. 여기서 동영상 시청에 해당하는 인터넷 방송 시청, 드라마/영화 보기, TV 시청을 합한 비율이 2023년 27.6%로 2022년의 21.1%에 비해 6.5%p 증가하였다.

여가 만족

2023년 「사회조사」에 따르면, 국민들 중 자신의 전반적인 여가생활에 대해 만족한다고 응답한 비율은 34.3%로 2021년 27.0%에 비해 7.3%p 증가하였다. 이러한 여가만족도는 코로나19 이전인 2019년 28.8%보다 더 높았으며

[그림 VII-17] 여가생활 만족도, 2011-2023



주: 1) 전국 만 13세 이상 인구를 대상으로 함.
 2) 만족도는 평소 여가생활에 대해 어느 정도 만족하는지를 '매우 만족한다'에서 '매우 불만족한다'까지 5점 척도로 조사되었으며, '만족'은 '매우 만족한다'와 '약간 만족한다'를 합한 응답률이고, '불만족'은 '약간 불만족한다'와 '매우 불만족한다'를 합한 응답률임.
 출처: 통계청, 「사회조사」, 각 연도.

2009년 이후 가장 높은 수준이다. 여가생활에 불만이라고 응답한 비율도 18.6%로 2009년 이후 가장 낮은 수준이었다(그림 VII-17). 「국민여가활동조사」에서도 2023년 전반적인 여가활동 만족도가 60.7%로 나타나 2012년 이후 가장 높았다.

〈표 VII-2〉에서 성별, 연령별, 지역별로 여가만족도를 비교해 보면, 여성보다는 남성, 읍면부보다는 동부, 비수도권보다는 수도권에서 다

〈표 VII-2〉 사회인구학적 특성별 여가생활 만족도, 2019-2023

	(%)		
	2019	2021	2023
전체	28.8	27.0	34.3
성별			
남자	29.4	27.9	34.8
여자	28.2	26.1	33.7
연령별			
13-19세	43.3	47.9	50.3
20-29세	35.5	32.7	45.2
30-39세	29.6	26.7	36.8
40-49세	29.8	27.3	33.7
50-59세	26.4	26.5	32.8
60세 이상	21.0	18.8	25.2
동읍면			
동부	29.2	27.8	35.2
읍면부	26.8	23.3	29.6
권역별			
수도권	29.7	28.1	35.6
비수도권	27.9	25.8	32.9

주: 1) 전국 만 13세 이상 인구를 대상으로 함.
 2) 만족도는 전체 조사대상자 중 평소 여가생활에 대해 '매우 만족한다' 또는 '약간 만족한다'라고 응답한 사람들의 비율임.
 출처: 통계청, 「사회조사」, 원자료, 각 연도.

소 높은데, 2023년 모든 집단에서 여가만족도가 2019년과 비교하여 전반적으로 상승하였다. 연령별로는 젊은층일수록 여가만족의 수준이 높는데, 20대에서 여가활동에 만족한다는 응답 비율이 2019년 35.5%에서 2023년 45.2%로 9.7%p 상승하여 다른 연령층에 비해 만족도 상승이 컸다.

2023년 조사에서 여가생활이 불만족스럽다고 응답한 경우, 불만족의 이유로 경제적 부담(50.2%)이 가장 많았고, 그 다음으로 시간 부족(23.1%)과 체력 부담(14.3%)이 많았다. 여가비용 수준이 크게 늘어난 사실을 고려할 때, 여가비용 지출 증가로 인해 경제적 부담이 커진 결과로 볼 수 있다.