

발 간 등 록 번 호

11-1240245-000014-10



한국의 사회동향

Korean Social Trends 2023

<http://sri.kostat.go.kr>

2023



통계청

통계개발원

여가 영역의 주요 동향

서우석 (서울시립대학교)

- 코로나19 확산의 영향이 줄면서 국민들의 여가 활동은 회복세를 보이는 것으로 나타났다. 문화 예술활동, 스포츠, 여행 등의 여가활동은 2022년 모두 증가하였으나, 아직 코로나19 이전 수준에는 못 미친다.
- 코로나19 감염 기간 동안 크게 증가했던 스마트 기기를 활용한 여가활동의 비중은 낮아졌으나, 스마트 기기를 활용한 웹툰 이용과 OTT시청의 증가 추세는 지속되었다.
- 혼자서 여가활동을 하는 비율이 줄고 다양한 여가 동호회 참여가 증가하는 것으로 나타나 여가활동의 사회적 성격이 다시 복원되는 추세를 보였다.
- 코로나19 확산이 끝나고 전반적인 여가생활 만족도가 코로나19 확산 전과 거의 대등한 수준으로 회복되었으나 여가 비용 지출이 크게 늘고 여가 불만족의 원인으로서 비용 부담이라는 응답이 늘었다.

이 글에서는 코로나19 감염으로부터 일상이 회복되는 시기에 국민 여가생활에 일어난 변화를 살피는 것에 초점을 맞춘다. 코로나19 감염 확산에 의해 초래된 여가 영역의 많은 변화가 코로나19 확산 이전으로 돌아갈 것인지, 혹은 돌이킬 수 없는 전환을 초래한 것인지가 중요한 문제이다. 이를 파악하기 위해 「국민여가활동조사」, 「국민문화예술활동조사」,

「국민여행조사」, 「국민생활체육조사」, 「방송매체이용행태조사」 등의 조사 결과를 활용하였다. 또한 조사 자료에 아직 반영되지 않은 최근의 변화 동향을 살펴보기 위해 영화관입장권통합전산망, 공연예술통합전산망 등 집계 자료를 분석하였다. 이 글에서는 상기 자료들을 바탕으로 다양한 여가활동의 동향을 파악한 후 여가활동의 기반으로서 여가시간과 여가비용을 살피고 여가 만족도의 추이를 분석하였다.

여가활동

〈표 Ⅶ-1〉은 2022년 「국민여가활동조사」에서 지난 1년 동안 가장 많이 참여한 여가활동에 대해서 5순위까지 복수응답한 결과를 바탕으로 참여율이 높은 상위 10개를 파악한 것이다. 2021년에는 상위 순위에 음주가 들지 못하고 낮잠이 상위 10개 여가활동에 속하게 되었는데, 2022년에는 낮잠 대신 음주가 다시 상위 순위에 들어왔다. 그 외 전년 대비 큰 차이를 보인 것은 모바일 콘텐츠 시청과 산책 및 걷기의 순위가 서로 바뀐 정도이다. 모바일 콘텐츠 시청(41.4%)은 2021년 대비 1.4%p 감소한 반면, 산책 및 걷기(43.8%)는 2021년 대비 1.7%p 증가하였다.



〈표 VII-1〉 가장 많이 참여한 여가활동(상위 10개), 2020-2022

						(%)
		2020	2021	2022		
1	TV 시청	67.6	TV 시청	69.0	TV 시청	66.8
2	산책 및 걷기	41.3	모바일 콘텐츠 시청	42.8	산책 및 걷기	43.8
3	인터넷 검색	34.2	산책 및 걷기	42.1	모바일 콘텐츠 시청	41.4
4	잡담 /통화	33.0	잡담 /통화	40.3	잡담 /통화	35.2
5	모바일 콘텐츠 시청	32.6	인터넷 검색	36.5	인터넷 검색	27.4
6	쇼핑 /외식	26.5	쇼핑 /외식	24.8	쇼핑 /외식	25.4
7	친구 만남	25.7	친구 만남 /이성 교제	24.1	친구 만남 /이성 교제	23.0
8	게임	18.9	게임	18.9	게임	15.4
9	음악 감상	17.6	음악 감상	17.2	음악 감상	14.2
10	음주	14.5	낮잠	12.3	음주	13.0

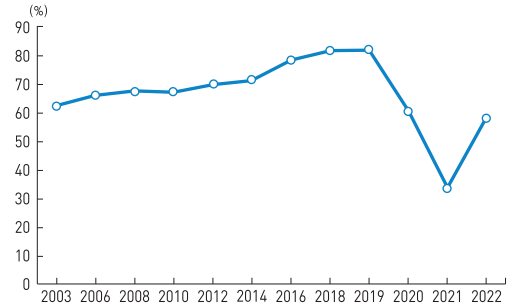
주: 1) 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.

2) 참여율은 지난 1년 동안 가장 많이 참여한 여가활동의 1순위부터 5순위 까지 복수응답한 결과를 합친 비율임.

출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

코로나19 감염 확산의 영향이 줄면서 문화예술행사를 관람하는 국민의 비율이 회복되는 추세를 보였다. 「국민문화예술활동조사」에 따르면 2022년 문화예술행사를 관람한 국민의 비율은 58.1%로 전년 대비 24.5%p 증가하였으나, 2019년의 문화예술행사 관람률(81.8%)에는 아직 못 미쳤다(그림 VII-1). 연령대별로는 20대(90.6%)와 30대(81.9%)의 관람률은 높고, 60대(30.3%)와 70세 이상(14.8%)의 관람률은 낮아 세대 간 차이

[그림 VII-1] 문화예술행사 관람률, 2003-2022



주: 1) 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.

2) 문화예술행사 관람률은 지난 1년 동안 문학행사, 미술전시회, 서양음악, 전통예술, 연극, 뮤지컬, 무용, 영화, 대중음악·연예 등 문화예술행사를 관람한 경험이 있는 사람들의 비율임.

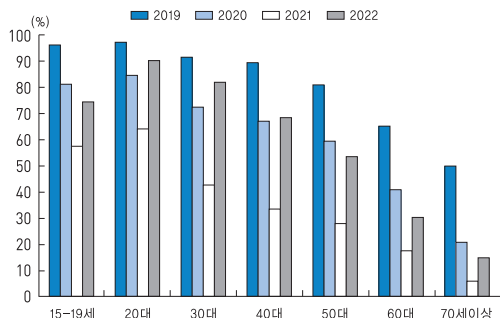
3) 2012년 조사부터 연극과 뮤지컬을 세부화하여 조사함.

출처: 문화체육관광부, 「국민문화예술활동조사」, 각 연도.

가 크게 나타났다. 가구소득에 따른 차이도 컸는데 월 소득 600만원 이상은 관람률이 73.6%인데 비해 월 소득 100~200만원과 100만원 미만은 각기 17.9%와 17.4%였다. 장르별로는 영화 관람률(52.2%)이 가장 높았고, 다음으로 대중음악·연예(7.4%), 미술전시회(6.7%), 연극(5.3%), 뮤지컬(4.9%), 문학행사(2.4%), 무용(0.4%)의 순이었다. 문화예술행사 관람 횟수도 평균 2.2회로 2021년의 1.4회에 비해 증가하였으나 2019년 6.3회에는 못 미쳤다. 이와 같은 회복 추세는 연령대별로도 차이가 났다. 2022년의 문화예술행사 관람률이 2019년 대비 회복된 정도를 보면, 가장 회복의 정도가 높은 20대의 경우 93.0%까지 회복된 반면, 가장 회복의 정도가 낮은 70세 이상의 경우에는 회복된 정도가 29.7%에 머물렀다(그림 VII-2).



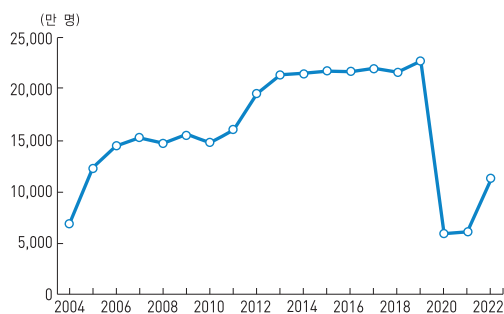
[그림 VII-2] 연령별 문화예술행사 관람률, 2019-2022



출처: 문화체육관광부, 「국민문화예술활동조사」, 각 연도.

가장 높은 관람률을 보인 영화 분야의 경우, 2022년 영화 관객 수는 1억 1,281만 명으로 2021년 6,053만 명에 비해 크게 증가하였다. 하지만 아직 코로나19 확산 전인 2019년 2억 2,668만 명에는 못 미치는 수준이다(그림 VII-3).

[그림 VII-3] 연도별 영화 관객 수, 2004-2022



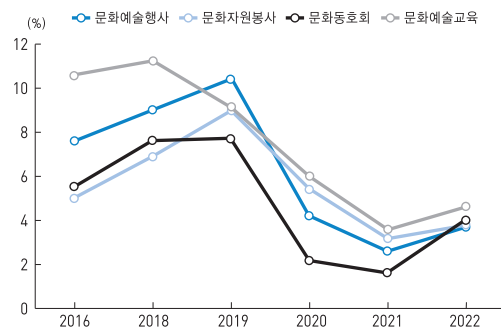
주: 1) 한국 영화, 외국 영화 관객 수를 합친 전체 관객 수임.

출처: 영화진흥위원회 통합전산망(<http://www.kobis.or.kr>), 2023. 7.

적극적인 문화예술 참여 활동도 감소세가 멈추고 회복되고 있다. 2022년 「국민문화예술활동조사」에 따르면 창작발표 활동을 통한 문화예술

행사 참여율은 3.7%로 2021년 대비 1.1%p 증가하였다. 문화자원봉사 참여율도 3.8%로 2021년 대비 0.6%p 증가하였다. 문화동호회 참여율은 4.0%로 전년 대비 2.4%p 증가하였다. 최근 1년 동안 학교 이외의 문화예술교육에 참여한 비율도 4.6%로 전년 대비 1.0%p 증가하였다(그림 VII-4).

[그림 VII-4] 문화예술행사, 문화자원봉사, 문화동호회, 문화예술교육 참여율, 2016-2022



주: 1) 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.

2) 문화예술행사 참여율은 지난 1년 동안 창작, 발표활동 등을 통해 문화예술행사에 참여한 경험이 있는 사람들의 비율임.

3) 문화자원봉사 참여율은 현재 문화자원봉사활동에 참여하고 있거나 과거에 참여한 적이 있는 사람들의 비율임.

4) 문화동호회 참여율은 지난 1년 동안 문화동호회 활동에 참여한 적이 있는 사람들의 비율임.

5) 문화예술교육 참여율은 지난 1년 동안 학교교육 이외에 문화예술 관련 강좌나 강습을 받은 적이 있는 사람들의 비율임.

출처: 문화체육관광부, 「국민문화예술활동조사」, 각 연도.

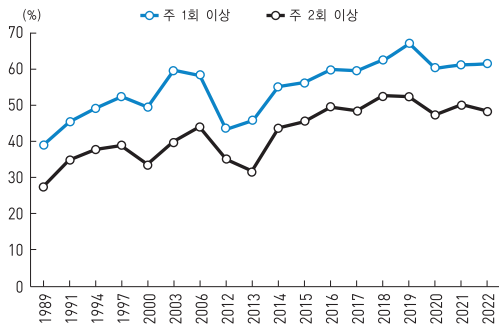
스포츠와 관련된 여가활동은 스포츠 관람과 생활체육 참여가 있다. 문화체육관광부가 집계한 주요 프로스포츠 경기당 평균 관중 수를 보면, 야구의 경우 2022년 경기당 8,648명으로 전년 1,937명에 비해 급증하였으나 코로나19 확산 직전의 1만 명 수준에는 미치지 못하였다. 축구의 경우도 2022년 경기당 3,148명으로 전년 1,382명에 비해 크게 늘었으나 2019년 5,769명에는 못



미쳤다. 대표적인 프로스포츠의 경기당 평균 관중 수가 증가한 것을 볼 때 스포츠 관람률이 증가하였을 것으로 추정된다.

「국민생활체육조사」를 통해 집계된 국민들의 지난 1년간 규칙적(1회 운동 시 30분 이상) 생활체육 참여 비율을 보면, 주 1회 이상 생활체육 참여율은 2022년 61.2%로 전년 60.8%에서 0.4%p 증가하였으나 주 2회 이상 생활체육 참여율은 2022년 48.1%로 전년 49.8%에서 1.7%p 감소하였다(그림 VII-5). 종목별로 보면 걷기(36.8%), 등산(10.5%), 보디빌딩(12.8%)이 전년 대비 각각 4.6%p, 3.0%p, 0.6%p 감소한 반면, 수영(8.5%), 축구·풋살(8.3%), 골프(7.8%)는 전년 대비 각각 4.5%p, 2.5%p, 1.0%p 증가하였다.

[그림 VII-5] 생활체육 참여율, 1989-2022



주: 1) 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.

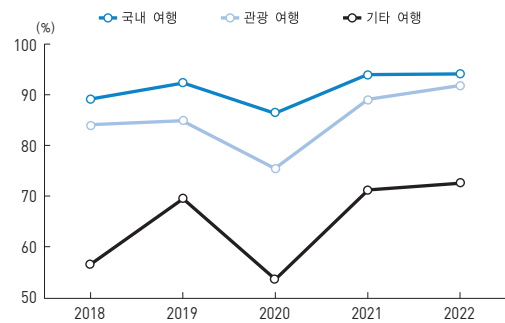
2) 생활체육 참여율은 지난 1년 동안 주 1회, 주 2회 이상 등 1회 30분 이상 규칙적인 생활체육에 참여한 사람들의 비율임.

출처: 문화체육관광부, 「국민생활체육조사」, 각 연도.

「국민여행조사」 자료를 보면, 행정구역상 현 거주지를 벗어나 다른 지역을 다녀온 모든 여행을 의미하는 국내여행 경험률은 2022년 94.2%

로 전년 대비 0.3%p 증가했다. 관광 및 휴양 활동 방문을 의미하는 관광여행 경험률도 2022년 91.8%로 전년 대비 2.8%p 증가했다(그림 VII-6). 1인 평균 국내여행 일수를 살펴보면, 2022년 9.7일로 전년 대비 1.7일 증가하였다. 숙박여행 일수는 6.1일, 당일여행 일수는 3.7일로 전년 대비 모두 증가하였다(그림 VII-7). 국내여행 경험률은 2019년 수준을 회복하였으나 국내여행 일수는 아직 2019년 12.9일에 못 미쳤다.

[그림 VII-6] 국내여행 경험률, 2018-2022



주: 1) 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.

2) 국내여행 경험률은 1년 동안 현 거주지역(일상생활권)을 벗어나 다른 지역으로 여행을 다녀온 사람들의 비율임.

3) 관광여행 경험률은 1년 동안 현 거주지역(일상생활권)을 벗어나 다른 지역으로 관광, 자연감상 등 여가/위락/휴가 목적의 여행을 다녀온 사람들의 비율임.

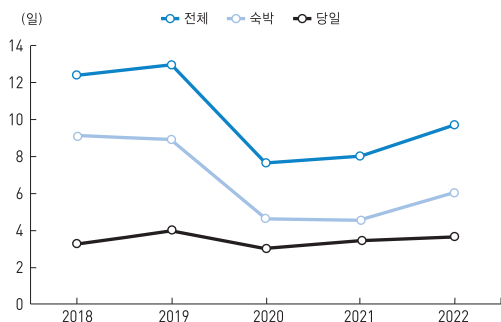
출처: 문화체육관광부, 「국민여행조사」, 각 연도.

「한국관광통계」를 통해 해외여행객 수 통계를 보면, 2022년 655.4만 명으로 2021년 122.3만 명에 비해 크게 증가하였으나 2019년 2,871.4만 명의 22.8% 수준에 머물렀다. 하지만 2022년 11월 이후부터 매일 해외여행객 수가 1백만 명을 넘기 시작하여 2023년에 5월 말까지 누적 해외



여행객 수는 815.9만 명으로 이미 2022년 해외여행객 수를 넘어섰다(그림 VII-8).

[그림 VII-7] 국내여행 일수, 2018-2022

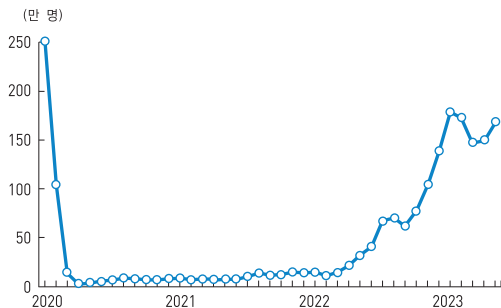


주: 1) 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.

2) 국내여행 일수는 1년 동안 다녀온 국내 숙박 및 당일 여행의 1인당 평균일수.

출처: 문화체육관광부, 「국민여행조사」, 각 연도.

[그림 VII-8] 해외여행객 수, 2020.1-2023.5



주: 1) 해외여행객 수는 법무부 출입국통계의 국민 출국자에서 재외국민 출국자를 제외하고 선원·승무원을 포함한 수치임.

출처: 한국관광공사, 「한국관광통계」, 각 연월.

미디어 이용 여가활동

미디어 이용에서는 스마트폰 이용과 TV 시청이 절대적으로 큰 비중을 차지한다. 2022년 「방

송매체이용행태조사」에 따르면, 가구 매체로서 TV 보유 현황은 2022년 95.4%로 2021년 96.5%에 비해 1.1%p 감소하였고, 개인 매체로서 스마트폰은 2022년 93.4%로 2021년과 동일하였다. 주 5일 이상 이용하는 매체들 중에는 스마트폰 이용률이 90.1%로 가장 높고, TV 이용률이 75.5%로 그다음이었다. 2021년에 비해 스마트폰 이용률은 1.5%p 감소하였고, TV 이용률은 2.1%p 증가하였다. 매체 이용 시간에서는 TV 시청 시간이 3시간 3분으로 전년 대비 3분 감소하였고, 스마트폰 이용 시간은 2시간으로 전년 대비 3분 감소하였다. 스마트폰 이용 시간의 경우, 연령대별로 변화가 상이했다. 스마트폰 이용 시간이 가장 긴 20대는 2022년 3시간 5분으로 2021년 3시간 12분에 비해 7분 감소한 반면, 40대는 2022년 2시간 10분으로 2021년 1시간 59분에 비해 11분 증가하였고, 60대는 2022년 1시간 7분으로 2021년 58분에 비해 9분 증가하였다.

스마트 기기를 활용한 여가활동 비중도 낮아졌다. 2022년 「국민여가활동조사」에 따르면, 스마트 기기를 활용한 여가시간은 평일 1.4시간, 휴일 1.8시간으로 전년 대비 모두 0.5시간 감소했다. 하루 평균 전체 여가시간 중 스마트 기기를 활용한 여가시간의 비중 역시 평일 37.8%, 휴일 32.7%로 전년 대비 모두 12.2%p, 7.0%p 감소했다. 스마트 기기를 활용한 여가활동 유형으로는 모바일 메신저(23.1%), 웹서핑(19.3%)이 가장 많았고, 인터넷 방송 시청(11.0%), SNS(10.0%),

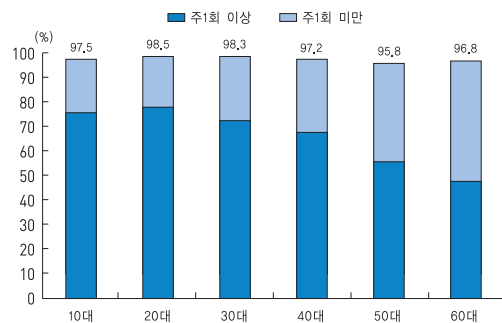


게임(9.1%) 등의 순으로 응답이 많았다.

스마트 기기를 활용한 여가활동의 주요 사례로 웹툰 이용을 볼 수 있다. 한국콘텐츠진흥원이 발표한 「2022년 웹툰 사업체 실태조사」의 웹툰 이용자 조사 결과를 보면 웹툰 이용 시 주로 사용하는 기기는 스마트폰이 84.2%로 가장 많고, 다음으로 PC(12.1%), 태블릿 PC(3.7%)였다. 웹툰 이용자들의 웹툰 이용 빈도는 높았다. 한국콘텐츠진흥원이 발표하는 「2022 만화·웹툰 이용자 실태조사」에서 만화·웹툰 콘텐츠 이용자를 대상으로 수행한 조사 결과에 따르면, 일주일에 1회 이상 이용이 2022년 68.9%로 2021년 66.9%에 비해 2.0%p 증가하였고, 거의 매일 이용이 2022년 24.7%로 2021년 23.9%에 비해 0.8%p 증가하였다. 웹툰 월평균 지출 비용은 47.7%가 5천 원 미만으로 비교적 저렴한 비용으로 이용하였으나 웹툰 오프라인 단행본 구매 경험은 2022년 29.0%로 2021년 23.1%에 비해 5.9%p 증가하여 소비 활동이 다각화되는 양상을 보였다. 이 조사는 웹툰 이용자를 대상으로 삼았기 때문에 웹툰 이용자의 비율 자체 변화를 파악할 수는 없다. 하지만 「2022년 웹툰 사업체 실태조사」를 보면, 웹툰 이용자 증가를 간접적으로 추정할 수 있다. 2021년 한국 웹툰 플랫폼의 총매출 추정액이 약 8,241억 원으로 2020년 플랫폼 총 매출액 5,191억 원 대비 58.8% 성장하였고, 웹툰 플랫폼과 웹툰 CP사의 매출 추정 금액을 합하여 산정한 웹툰 산업 규모 추정을 보더라도 2021년 약 1조 5,660억 원으로 2020년 1조

538억 원 대비 48.6% 증가하였다. 연령대별로 이용률을 비교하면, 주 1회 이상 웹툰 이용 비율에서 연령대별 차이가 나타난다. 30대 이하에서는 모두 70% 이상을 넘고 40대는 이에 조금 못 미치는 67.4%인데 비해, 50대는 55.8%, 60대는 47.4%에 머물렀다. 웹툰 산업의 빠른 증가는 젊은 연령대의 고이용자군에 의해서 주도되는 것으로 해석된다(그림 VII-9).

[그림 VII-9] 연령별 웹툰 이용률, 2022



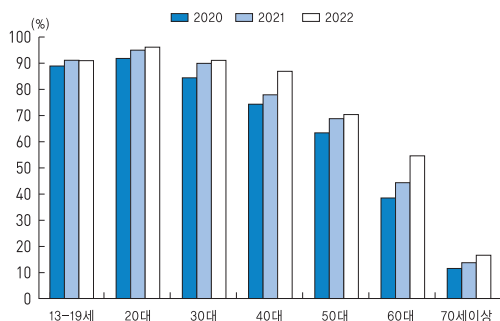
주: 1) 만 10~69세 인구를 대상으로 함.
2) 웹툰 이용률은 최근 1년 동안 포털사이트, 웹툰 전문 플랫폼 등을 통하여 주 1회 이상 또는 주 1회 미만 웹툰을 이용한 사람들의 비율임.
출처: 한국콘텐츠진흥원, 「2022 만화·웹툰 이용자 실태조사」, 2022.

2022년 「방송매체이용실태조사(정보통신정책연구원)」에 따르면, OTT 이용률은 2022년 72.0%로 2021년 69.5%에 비해 2.5%p 증가하였다. 연령별로 OTT 이용률의 차이가 크게 나타났다. 20대가 95.9%로 가장 높았고, 70세 이상은 16.3%로 가장 낮았다. 하지만 2021년과 비교해 보면, 40대와 60대에서 각각 9.0%p와 10.0%p가 증가하는 등 나이 많은 연령층에서 OTT 관람률



이 빠르게 증가함으로써 전체적으로 연령차는 줄어드는 추세이다(그림 VII-10). 프로그램 유형별 OTT 이용률은 성별로 많은 차이가 나타난다. 남성, 여성 모두 공통적으로 오락/연예의 시청률이 62.8%, 71.8%로 가장 높았던 반면, 드라마의 시청률은 여성(63.2%)이 남성(36.3%)에 비해 높았고 스포츠의 시청률은 남성(36.7%)이 여성(8.9%)에 비해 높았다.

[그림 VII-10] 연령별 OTT 이용률, 2020-2022



주: 1) 만 13세 이상 인구를 대상으로 함.

2) OTT(온라인동영상서비스) 이용률은 평소 유튜브, 넷플릭스, 티빙 등의 플랫폼 중에서 1개 이상 이용한 사람들의 비율임

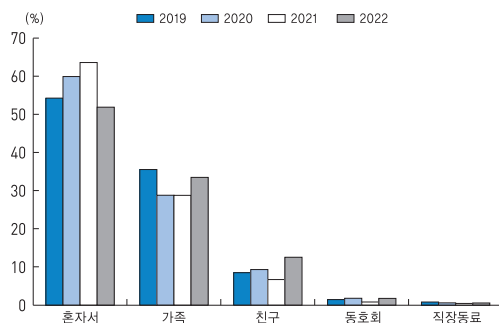
출처: 정보통신정책연구원, 「방송매체이용행태조사」, 각 연도.

여가활동과 사회자본

2022년 「국민여가활동조사」에 따르면, 주로 함께한 여가활동 동반자(1순위 여가활동 기준)는 혼자서가 51.8%로 전년 대비 11.8%p 감소하였다. 가족은 33.5%로 전년 대비 4.7%p 증가하였고, 친구는 12.4%로 전년 대비 5.9%p 증가하

였다. 동호회 회원은 1.6%, 직장동료는 0.5%로 전년 대비 각각 0.9%p, 0.2%p 증가하였다(그림 VII-11). 2019년 이래 지속되어 온 혼자서 여가활동을 한다는 비율의 증가 추세가 꺾인 것을 볼 수 있다. 코로나19로 인한 활동 제약이 폐지되면서 여가활동의 사회적 성격이 다시 강화된 것으로 보인다.

[그림 VII-11] 여가활동 동반자, 2019-2022



주: 1) 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.

2) 지난 1년 동안 가장 많이 참여한 1순위 여가활동을 주로 함께한 동반자에 대한 응답결과를 모두 합산하여 산출한 결과임.

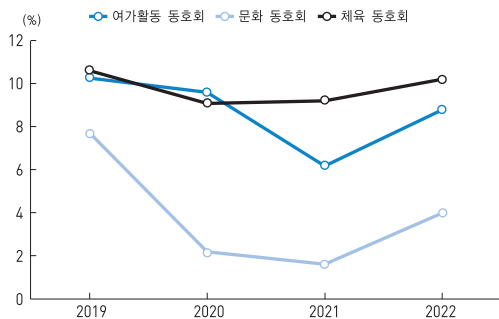
출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

동호회를 통해 여가활동에서 다른 사람들과 사회적 관계를 가지는 비율이 전년에 비해 증가하였다. 「국민여가활동조사」에 따르면 여가활동 동호회 참여율이 2022년 8.8%로 2021년에 비해 2.6%p 증가하였으나, 2019년 10.3%까지 회복하지는 못하였다. 여가활동 동호회의 주된 활동 상위 10개는 농구/배구/야구/축구/족구(14.6%), 골프(10.5%), 배드민턴/줄넘기/맨손스트레칭 체조/홀라후프(5.7%), 볼링/탁구(4.9%), 테니스/



스쿼시(4.9%), 사이클링/산악자전거(3.0%) 순으로 체육활동이 절반을 넘었다. 생활체육 관련 동호회 가입률은 2022년 16.9%로 2021년 13.5%에 비해 3.4%p 증가하였다. 생활체육 관련 동호회에 가입하여 현재 활동하는 사람은 2022년 10.2%로 2021년 9.2%에 비해 1.0%p 증가하였다(그림 VII-12). 종목별로 보면, 체육 동호회 가입자 기준으로 축구/풋살(18.4%), 골프(16.7%), 배드민턴(9.7%), 볼링(7.7%), 테니스(7.1%), 수영(6.4%), 탁구(6.2%) 등의 비중이 높았다. 문화동호회 참여율 역시 4.0%로 전년 대비 2.4%p 증가하였다.

[그림 VII-12] 여가 관련 동호회 참여율, 2019-2022



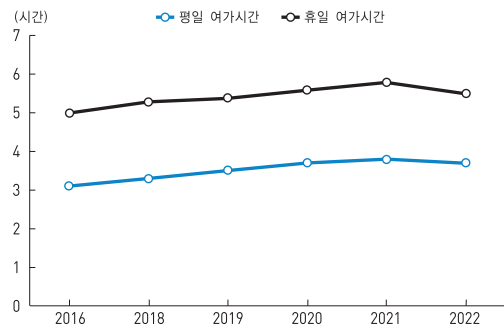
주: 1) 동호회 참여율은 각각의 동호회에서 현재 활동하는 사람들의 비율임.
출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.
문화체육관광부, 「국민문화예술활동조사」, 각 연도.
문화체육관광부, 「국민생활체육조사」, 각 연도.

여가시간과 여가비용

그동안 여가시간은 증가 추세를 보여 왔으나 코로나19 확산이 끝나고 일상이 회복되면서 다

소 감소한 것으로 나타났다. 2022년 「국민여가활동조사」에 따르면, 평일 여가시간은 3.7시간, 휴일 여가시간은 5.5시간으로 2021년에 비해 평일 0.1시간, 휴일 0.3시간 감소하였다(그림 VII-13). 지난 2016년 이래 나타난 여가시간 증가 추세가 꺾였다. 국민들이 희망하는 여가시간도 평일 4.4시간, 휴일 6.2시간으로 2021년에 비해 평일 0.3시간, 휴일 0.4시간 감소하였다. 실제 여가시간과 희망 여가시간 사이의 차이도 평일 0.7시간, 휴일 0.7시간으로 2021년에 비해 평일 0.2시간, 휴일 0.1시간 줄었다. 여가시간이 줄었으나 여가시간이 부족하다고 느끼는 정도는 줄어든 것으로 나타났다.

[그림 VII-13] 평일과 휴일 여가시간, 2016-2022



주: 1) 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.
2) 지난 1년 동안 하루 평균 여가시간을 평일과 휴일로 구분하여 응답한 결과임.
출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

국민들의 여가시간은 줄어든 반면, 휴가 활용은 2021년에 비해 크게 증가하였다. 「국민여가활동조사」에 따르면, 2022년 휴가 경험 비율은



38.6%로 2020년 43.3%에는 못 미치나 2021년에 비해 8.9%p 증가하였다. 휴가 경험자의 휴가 일수도 5.2일로 2020년 5.9일에는 못 미치나 2021년에 비해 0.4일 증가하였다. 휴가 경험과 휴가일수의 증가는 근로자의 연차 휴가 사용 현황에서도 나타났다. 2022년 문화체육관광부에서 발표한 「근로자휴가조사」에 나타난 2021년 연차휴가 사용 현황을 보면, 연차소진율이 76.1%로 2020년에 비해 4.5%p 증가하였고, 사용연차일수가 11.6일로 2020년에 비해 0.9일 늘었다.

「국민여가활동조사」로 파악한 국민의 월평균 여가비용은 2022년 월평균 17만 6천 원으로 2021년에 비해 2만 7천 원이 늘었다. 희망 여가비용은 월별 23만 9천 원으로 2021년에 비해 4만 2천 원이나 늘어서 실제 지출 증가 규모를 넘었다. 월평균 여가비용과 희망 여가비용 사이

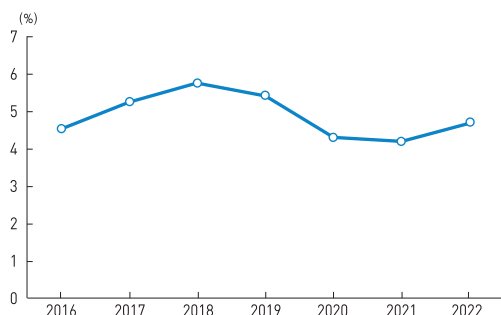
의 차이는 6만 3천 원으로 2021년의 차이 4만 8천 원 보다 1.3배 증가하였다. 코로나19 확산이 진정되고 여가활동이 다시 활발해지면서 여가비용이 실재나 희망 모두 크게 증가하였다. 여가비용의 증가 추세는 가계지출에서도 확인된다. 「가계동향조사」로 집계한 2022년 가구 월평균 오락문화비 지출은 16만 8,837원으로 2021년에 비해 2만 6,230원 증가하였다. 가구 월평균 가계지출액에서 오락문화비가 차지하는 비중인 문화여가 지출률도 4.7%로 2021년에 비해 0.5%p 증가한 것으로 나타났다(그림 VII-14).

여가 만족

2022년 「국민여가활동조사」 결과에 따르면, 국민들 중 자신의 전반적인 여가생활에 대해 만족한다고 응답한 비율은 56.6%로 2021년 49.7%에 비해 6.9%p 증가하였다. 코로나19 확산 전인 2019년의 56.4%와 거의 대등한 수준을 회복하였다. 성별로 보면 남성보다는 여성이 2021년에 비해 여가생활 만족 비율의 증가 폭이 더 컸다. 연령대별로는 20대 이상 연령층에서 모두 여가생활 만족 비율이 증가하였으며, 특히 20대의 증가 폭이 상대적으로 더 컸다. 반면 15~19세 연령층에서는 여가생활 만족 비율이 감소하여 다른 연령대와 차이를 보였다(그림 VII-15).

여가생활이 불만족스럽다고 응답한 경우, 불만족한 이유로는 시간 부족(41.1%)과 경제적 부

[그림 VII-14] 문화여가 지출률, 2016-2022



주: 1) 문화여가 지출률=(가구 월평균 오락문화비÷가구 월평균 가계지출액)×100. 1인 이상 전국 가구 기준임(2016년까지는 농림어가 제외, 2017년부터는 농림어가 포함).

2) 가계동향조사 개편으로 2016년 이전, 2017-2018년, 2019년 이후의 시계열 비교 시 유의 필요함.

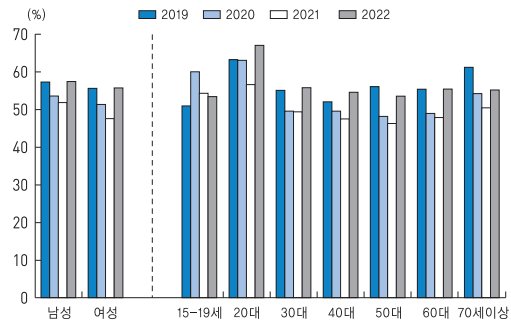
출처: 통계청, 「가계동향조사」, 각 연도.



담(33.7%)이 가장 많았고 그 밖에 여가 정보 및 프로그램 부족(7.4%), 이전 경험 부족(6.4%), 여가시설 부족(5.5%), 여가 동반자 부족(4.6%) 등의 이유가 응답되었다. 2021년에 비해 시간 부족은 6.7%p 줄어든 반면 경제적 부담은 5.6%p 늘었다. 앞서 여가비용이 크게 증가한 사실을 고려할 때, 여가비용 지출 증가로 인해 경제적 부담이 커진 결과로 볼 수 있다. 반면 여가시간이 다소 감소하였음에도 시간 부족을 불만족한 이유로 응답한 비율이 감소한 것은 코로나19 확산 기간 동안 여가시간이 상당히 증가했던 여파로 해석된다. 코로나19 감염 이전에 비해 여가시간이 많이 증가한 상황에서 여가시간의 감소가 나타

났기 때문에 시간 부족을 여가활동의 제약요인으로 체감하는 정도가 크지 않은 것으로 추정된다.

[그림 VII-15] 성 및 연령별 여가생활 만족도, 2019-2022



주: 1) 만 15세 이상 인구를 대상으로 함.
 2) 설문문항은 "귀하는 자신의 전반적인 여가생활에 만족하십니까?"라는 질문에 7점 척도로 조사되었음.
 3) 만족도는 '매우 만족', '만족', '다소 만족'을 합한 비율임.
 출처: 문화체육관광부, 「국민여가활동조사」, 각 연도.

