**MZ세대 문화여가 활동 특징 EDA 결과**

**데이터 설명**

**데이터 소개**

- 온라인(PC모바일) 소비자 서베이 데이터(2021.11월부터 매주 수집)

- 2030세대의 관심 여가활동에 대한 태도와 활동 전반에 대한 응답내용

- 2030세대의 주 여가시간 활용목적의 1~2순위, 일평균 여가활동 시간, 주로 여가시간을 보내는 방법의 비율, 관심여가활동 1~5순위 값을 포함함.

- 본 데이터 셋에는 응답자 특성(성별, 연령대, 거주지역, 소득수준 등)이 포함됨.

- 2024.05.07 업데이트

**데이터 활용**

시의성 있는 여가문화체육 데이터 확보를 통해 목표 집단 세분화 및 타겟 집단 선정 등 마케팅 커뮤니케이션에 활용.

**데이터 출처**

㈜컨슈머인사이트 정기 기획조사

‘여가문화체육 조사'

텍스트, 스크린샷, 번호, 문서이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

데이터의 제목(MZ세대 문화여가 활동 특징)과는 다르게, 응답자의 연령대는 20대부터 60대까지로 되어있다.

이 데이터를 분석하는 이유는 우리 팀 서비스의 사용 대상자인 2030 은둔형 외톨이들이서비스 사용 후 은둔형 외톨이에서 벗어나 취업하고 일반 또래들처럼 살 수 있게 된다면 해당될 소속군이기 때문에, 미리 분석하는 것이다.

따라서 연령대는 20대/30대, 가구소득정도는 300만원 미만의 대상군만 따로 추출했다.

추출된 EDA 대상군의 수는 47명이다.

**레저시간사용목적(1,2순위)에 대한 분석**

텍스트, 스크린샷, 폰트, 도표이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

텍스트, 스크린샷, 폰트, 도표이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

**레저시간 사용목적 1,2순위 결과 :**

- 1순위 가장 큰 목적은 레저시간을 자기만족-즐거움을 위해 사용하고, 1순위 두번째 큰 목적은 스트레스 해소를 위해 사용한다.

- 2순위 가장 큰 목적은 가족-지인 등과 시간을 보내기 위해 사용하고, 2순위 두번째 큰 목적은 마음의 안정-휴식을 위해 사용한다.

- 2030청년들은 여가시간에 자신들의 흥미와 맞고 자신이 재미있어하는 활동을 우선 고려한다.

- 2030청년들이 다음으로 중요하게 생각하는 것은 대인관계와 마음의 안정/휴식을 주는 활동을 하는 것이다.

텍스트, 스크린샷, 도표, 평행이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

레저시간 사용목적 1&2순위 데이터 간의 관계를 이해하기 위해서 교차 테이블(Cross-tabulation)을 사용하여 두 변수 간의 '빈도'를 비교.

1순위와 2순위를 동시에 어떤 문항들로 체크했는지 확인해볼 수 있다.

**평일/ 주말 의 평균레저시간에 대한 분석**

텍스트, 스크린샷, 라인, 그래프이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

**평일 레저시간 분석결과**

- 2030 청년들은 평일 2~3 시간 정도 여가시간을 보내는 것이 주류이다.

- 평일에 보내는 레저시간의 평균은 3.4시간 정도.

텍스트, 스크린샷, 라인, 그래프이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

**주말 레저시간 분석결과**

- 2030 청년들은 주말 8~10 시간 정도 여가시간을 보내는 것이 보통이다.

- 주말에 보내는 레저시간의 평균은 7.5시간 정도.

**레저시간 사용비율 분석**

텍스트, 스크린샷, 그래프, 라인이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

**레저시간을 휴식/오락에 사용하는 비율 분석 결과**

- 여가시간의 20% or 50% 를 휴식/오락으로 소모하고 있다는 답변이 가장 많다.

텍스트, 스크린샷, 도표, 라인이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

**레저시간을 취미에 사용하는 비율 분석 결과**

- 여가시간의 일부를 취미활동으로 소모하지 않고 있다 라고 답변한 사람이 제일 많았다.

- 2030청년들은 대부분 취미활동으로 여가시간을 보내는 것을 선호하지 않는다.

**텍스트, 스크린샷, 그래프, 라인이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명**

**레저시간을 본인계발에 사용하는 비율 분석 결과**

- 여가시간이라는 특성상, 자신에게 주어진 남는 시간까지 본인계발에 사용한다고 답한 사람은 거의 없다.

- 2030청년들은 여가시간에 본인계발 하고 있지 않다.

텍스트, 스크린샷, 도표, 라인이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

**레저시간을 대인관계/교제에 사용하는 비율 분석 결과**

- 여가시간을 대인관계/교제를 통해 보내는 2030 응답자들이 상당수 있다.

**관심 레저활동 1&2순위 분석**

텍스트, 스크린샷, 도표, 라인이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

텍스트, 스크린샷, 그래프, 라인이(가) 표시된 사진

자동 생성된 설명

**관심레저활동 1,2순위 분석 결과**

- 게임 / 인터넷 커뮤니티 활동/ 영상 콘텐츠 시청 등 2030청년들은 실내에서 할 수 있는 오락활동을 선호한다.

**결론**

2030 청년들은 즐거움과 스트레스 해소 등을 채워주는 여가 활동들을 가장 선호하고

다음으론 가족-지인 등 대인관계를 통해 할 수 있는 여가 활동을 보내며,

마음의 안정과 휴식을 찾는 것도 선호하는 부류군이 있다.

자기만족/즐거움과 스트레스를 해소하는 걸 가장 선호하는 사람들은 대부분

2순위로 대인관계를 선호한다.

2030청년들은 여가시간을 휴식/오락을 통해 채우며,

여가시간을 취미로 보내는 사람은 거의 없거나 여가시간을 취미가 차지하는 비중이 매우 적다

(의문점? 취미라는 단어의 정의가 여가시간에 보내길 선호하는 활동이 아닌가? 이런 설문조사결과가 나온 이유를 알아보고 싶다.)

본인계발과 공부를 통해 여가시간을 채우는 걸 선호하는 사람은 극히 드물다.

따라서 만약 우리 이커머스 사이트에 자격증 반이나, 공부하는 기회를 제공하는 상품을 판매하면

이용자/선호자가 적을 것으로 예상된다.

대인관계/교제가 여가시간을 차지하는 비중은,

휴식/오락이 여가시간을 차지하는 비중보다 평균 10%정도 적다.(약 2시간)

그러므로 (휴식/오락)과 (대인관계/교제) 활동을 하는데 사용할 수 있는 상품을 판매한다면,

적절한 기대수요가 있을 것으로 예상된다.

관심레저활동 1,2순위 분석결과

게임/인터넷커뮤니티/영상시청 등 2030청년들은 실내에서 할 수 있는 오락활동을 하며 여가시간을 보내는 걸 가장 선호한다.

관련 상품을 판매한다면 가장 수요자가 많을 것으로 예측되지만,

우리 목표가 은둔형 외톨이의 일상회복을 통한 [문화산업 부흥기여/취업(자기계발 상품을 선호하지 않을 것으로 예측됨으로 다른 관점이 없는 이상 수요가 없을 것이다.)] 이기 때문에,

실내 활동에 사용되는 이커머스 상품을 팔면 수요자는 많겠지만 우리 서비스 목적에 큰 효과를 주지 못할 것이다.

그럼 그 다음 관심레저활동 선호는 , 국내여행/헬스/산책/음악 같은 활동들이다.

이런 상품들을 어떻게 구상해야 할 지 앞으로 고민해봐야 할 일.

결국은 이런 데이터를 분석했던 이유는,

동일한 나이대의 일반인들이 여가시간을 보내는 방법에 대한 선호조사이기 때문에,

우리 서비스의 이커머스를 통해 친구들이 하는 여가활동을 체험해보면서,

은둔형 외톨이가 일상회복을 했을 때,

사회에 잘 적응할 수 있을 거라는 기대감에 기반해서 진행했다.