

Buy

1인가구 트렌드 리포트 2023

2023.08.

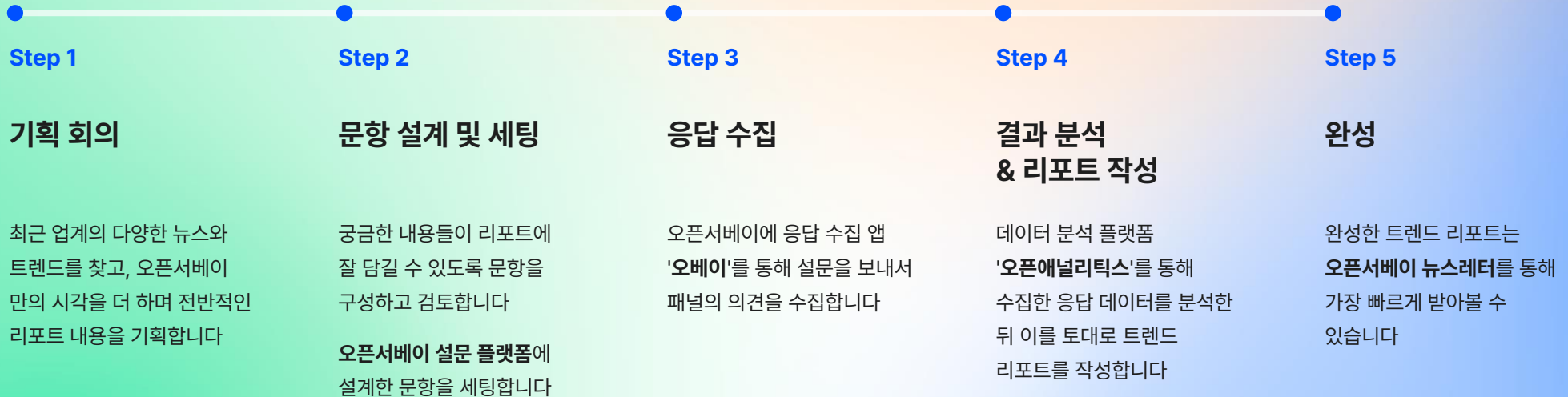
www.opensurvey.co.kr

opensurvey

오피서베이 트렌드 리포트는 먹고, 사고, 시간을 보내는 것에 대한 데이터를 담고 있습니다

Eat + Buy + Play+

오피서베이 트렌드 리포트는 아래와 같은 과정을 거쳐 제작됩니다



주요 용어 안내

^① [Base: 응답 대상자, ^② N=응답자 수, ^③ 문항 유형, ^④ 단위]

- ① 응답자 대상자:** [Base]의 첫번째 항목으로 해당 문항에 응답한 사람의 조건을 의미합니다. 리포트 전체 응답 대상자와 문항별 응답 대상자가 다를 수 있습니다.
- ② 응답자수:** 해당 문항에 응답한 사람의 수입니다. 같은 리포트라도 문항에 따라 응답 대상자가 달라지면 응답자 수가 달라질 수 있습니다.
- ③ 문항 유형:** 응답자가 답한 문항의 유형이 무엇인지 표기한 항목입니다. 문항 유형에 따라 수치가 뜻하는 바가 달라질 수 있습니다.

단일 응답	중복 응답	평가형 응답(N점)	순위형 응답(1~N순위)	주관식 응답
응답자가 문항에서 선택할 수 있는 보기 개수는 단 1개로 총합은 항상 100%가 됩니다	응답자가 문항에서 선택할 수 있는 보기가 1개 이상으로 총합은 일반적으로 100% 이상입니다	응답자가 제시된 문항에 대해 긍정/부정 응답을 한 비중과 평균 점수를 표기합니다	1순위 데이터는 단일 응답과 동일하게 취급, 1~N순위 합계 데이터는 복수 응답과 동일하게 취급합니다	숫자형 평균이나 중앙값 위주로 표기합니다 문자형 응답 내용을 그대로 보여주거나 워드클라우드 형태로 그룹화 하여 표기 합니다

- ④ 단위:** 트렌드 리포트의 각종 수치는 단위가 생략되어 있으며, 각 표/그래프 아래의 [Base]를 통해 단위를 확인 할 수 있습니다.

비율(%)	평균(점)
전체 응답 대비 상대적인 비율로, 표준 유효 숫자 규칙에 따라 반올림해 소수점 1의 자리까지 표기 했습니다. 따라서 총합이 100이 되지 않는 경우가 있습니다.	평가형 문항 응답의 평균 점수로, 소수점 셋째 자리에서 반올림하여 소수점 둘째 자리까지 표기 합니다.

표/그래프에 자주 나오는 용어 정리

증감/Gap(±%p)	Top2/3%
기준이 되는 값과 특정 응답 값 사이의 절대적인 비율 차이를 의미합니다.	평가형 문항 응답에서 긍정 응답자의 비율입니다. 5점 척도 의 경우 일반적으로 4~5점 선택자의 비율을 Top2%로 표기, 7점 척도 는 5~7점 선택자의 비율을 Top3%로 표기 합니다.

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 1인가구 현황 및 관련 인식
2. 1인가구의 전반적인 생활 특성
3. 1인가구의 주거 생활 특성
4. 1인가구의 식생활 특성

들어가며

같은 1인가구라도 같지 않다 성·연령별 라이프스타일 살펴보기

1인가구 세대 수가 어느덧 천만을 앞두고 있습니다. 그 수가 많은 만큼, 같은 1인가구라도 구체적인 생활 모습은 천차만별입니다. 거주하는 주택 유형과 계약 형태부터 식사를 마련하는 방법까지, 성·연령별로 생활 곳곳에서 적지 않은 차이가 발견되죠.

생활에 관한 인식 또한 다릅니다. 남녀 1인가구의 고충이 서로 다르고, 20~30대는 1인가구로 사는 만족도가 매우 높지만 50대는 그렇지 않습니다. 정부/기업의 정책/서비스에 대한 니즈도 마찬가지로요. 1인가구 안에도 다양한 생활 양식의 소비자가 섞여 있는 겁니다. 1인가구를 더욱 세분화하여 살펴보고 싶다면 리포트를 살펴보세요.



Eat



Buy



Play

조사 목적

1. 1인가구 현황 및 관련 인식	<ul style="list-style-type: none"> • 향후 가구 형태 계획, 1인가구/다인 가구 전환 이유 • 1인가구 증가 현상에 대한 인식, 긍정/부정/중립 이유 	<ul style="list-style-type: none"> • 생활에 반드시 필요한 필수 지출 항목, 부가 지출 항목 • 지출 유형별 비중
2. 1인가구의 전반적인 생활 특성	<ul style="list-style-type: none"> • 1인가구 생활 기간, 생활하게 된 계기 • 1인가구 생활 시 추천 제품, 추천 이유 • 1인가구 생활 만족도 • 1인가구 생활에서 느끼는 어려운 점, 해결 방법 	<ul style="list-style-type: none"> • 1인가구서 느끼는 외로움 정도, 외로움 느끼는 상황 • 정부의 1인가구에 대한 관심도, 정부 지원 필요성에 대한 인식 • 정부/기업의 1인가구 정책/서비스 제공 시 이용 의향, 이유
3. 1인가구의 주거 생활 특성	<ul style="list-style-type: none"> • 현 거주하는 집의 주택 형태, 면적 • 현 거주하는 집의 입주 유형, 전/월세 비용 마련 방법 • 현 거주하는 집에서 거주한 기간 • 현 거주하는 집에 대한 만족도, 만족/불만족 이유 • 현 거주지 주변 환경/지역에 대한 만족도, 만족/불만족 이유 	<ul style="list-style-type: none"> • 1인가구 거주 중 평균 이사 주기, 이사 시 중요 고려 요소 • 이사 시 정보 탐색 채널, 해당 채널 이용 이유 • 온라인 부동산 전용 앱 사용 경험, 주 사용 앱 • 내게 영향을 준 부동산 시장 이슈, 이슈별 구체적인 영향
4. 1인가구의 식생활 특성	<ul style="list-style-type: none"> • 평소 주중/주말 식사하는 끼니 • 식사 장소 및 동반자 유무에 따른 비중 	<ul style="list-style-type: none"> • 최근 한 달 내 이용한 식사 마련 방법, 주 이용 방법

조사 설계

조사 방법	본 조사는 오픈서베이 패널 중, 조사 대상에 해당하는 응답자를 선정하여 모바일 앱으로 응답을 수집하는 모바일 서베이로 진행되었습니다.											
조사 지역	전국											
조사 대상	STEP 1. 스크리너 조사 - 만 20~59세 남녀 - 성별, 연령(5세 단위), 지역(수도권/비수도권) 인구비례 할당하여 응답자를 모집 세부할당은 아래 표 참고											
		연령								합계		합계
		20~24세	25~29세	30~34세	35~39세	40~44세	45~49세	50~54세	55~59세			
	남성	251	306	301	279	349	339	390	350	2565	수도권	2655
	여성	231	277	272	264	338	328	380	345	2435	비 수도권	2345
	합계	482	583	573	543	687	667	770	695	5000	합계	5000
	STEP 2. 본 조사 - 현재 1인가구 만 20~59세 남녀 - 1인가구 성별, 연령(10세 단위), 지역(수도권/비수도권) 비중에 맞게 할당하여 응답자를 모집 세부할당은 아래 표 참고											
		연령								합계		합계
		20-29세		30~39세		40-49세		50~59세				
남성	108		112		64		59		343	수도권	313	
여성	98		66		57		36		257	비 수도권	287	
합계	206		178		121		95		600	합계	600	
응답자 수	스크리너 조사 5,000명 / 본 조사 600명											
조사 기간	2023년 8월 12일 ~ 8월 14일											

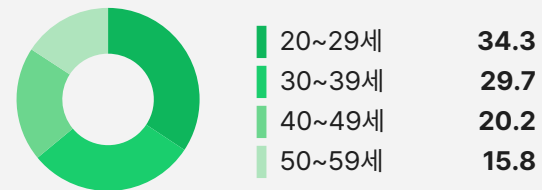
응답자 특성

1인가구로 지내고 있는 전국의 만 20~59세
남녀를 대상으로 조사를 진행하였습니다.

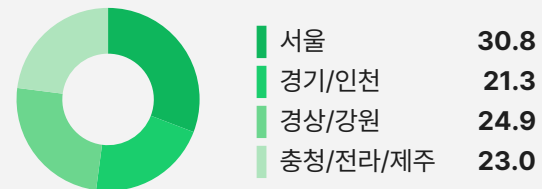
성별



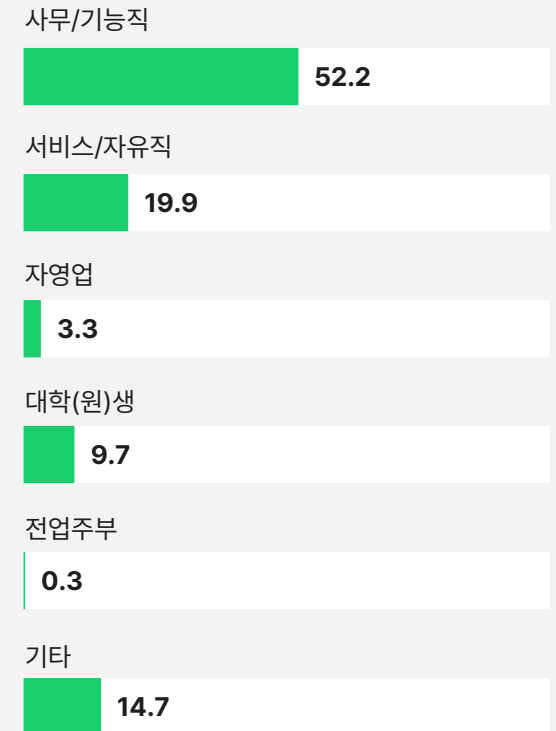
연령



지역



직업



Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 1인가구 현황 및 관련 인식
2. 1인가구의 전반적인 생활 특성
3. 1인가구의 주거 생활 특성
4. 1인가구의 식생활 특성

미혼 다인 가구의 절반 이상은 앞으로 5년 이내에 1인가구로 전환할 의향이 있습니다

전반적으로 현재의 가구 구성을 향후 5년간 유지하려는 비율이 높은 가운데, 현재 다인 가구에 거주하는 미혼 응답자의 경우 예외적으로 향후 5년 내 1인가구로 전환할 의향이 높습니다.

1인가구로 전환하려는 이유로는 '나이가 들고 독립이 자연스러워져서', '혼자 살아보고 싶어서', '학업/직장 때문에' 등이 많이 언급됩니다.

한편, 현재 1인가구로 지내고 있으나 다인 가구로 전환하려는 이유로는 '결혼 계획이 있어서', '가족과 함께 살고 싶어서', '동거 계획이 있어서' 등이 주로 언급됩니다.

향후 5년 내 주거 계획

[Base: (스크리너 조사) 전체 응답자, N=5000, 단일 응답, %]



*전체 응답자 중 10% 이상에 해당하는 결혼 상태 x 가구 유형만 제시

'다인 가구에서 1인가구로'/'1인가구에서 다인 가구로' 전환 계획 있는 이유 Top 3

[Base: (스크리너 조사) 향후 5년 내 가구 유형 전환 계획 있는 자, (향후 1인가구)N=977, (향후 다인 가구)N=327, 순위형 응답(1~3순위), %p]

현재 다인 가구 → 향후 1인가구

Top 1	나이가 들고 독립이 자연스러워져서	48.8%
Top 2	혼자 살아보고 싶어서	44.0%
Top 3	학업/직장 때문에	42.8%

현재 1인가구 → 향후 다인 가구

Top 1	5년 내 결혼 계획이 있어서	52.9%
Top 2	가족과 함께 살고 싶어서	33.9%
Top 3	5년 내 동거 계획이 있어서	25.1%

다인 가구는 1인가구 대비 다양한 비용을 생활하는 데 필수적인 지출이라고 인식합니다

주거 비용은 1인가구와 다인 가구 모두에서 생활하는 데 반드시 필요한 필수 지출로 인식됩니다.

다인 가구는 주거 비용을 제외한 모든 비용 항목을 필수 지출로 인식하는 비중이 1인가구 대비 높고, 특히 교육 비용에서 두 가구 유형의 인식 차이가 두드러집니다.

반면 1인가구는 교통 비용·의류/잡화 구매 비용·여행 비용·교육 비용·보험비용·의료/건강관리 비용을 생활하는 데 반드시 필요하지는 않지만, 욕구나 가치를 실현하기 위해 부가적으로 지출하는 비용이라고 인식합니다.

1인가구의 필수/부가 지출 인식 비교

[Base: (스크리너 조사) 전체 응답자, N=5000, 중복 응답, %p]

비교 가구 유형 대비 유의미하게 높음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)
(1인가구는 다인 가구 대비, 다인 가구는 1인가구 대비)

	필수 지출		부가 지출	
	1인가구	다인 가구	1인가구	다인 가구
응답 수	(779)	(4221)	(779)	(4221)
공과금 (전기세, 가스비, 수도세, 난방비 등)	83.4	88.8	2.2	1.5
주거 비용 (월세, 관리비 등)	85.2	84.8	1.5	1.7
통신 비용 (인터넷 및 휴대폰 요금 등)	76.9	82.5	4.6	4.6
교통 비용 (차량 유지비, 기름값, 대중교통비 등)	70.6	82.1	6.9	3.4
외식 비용 (배달 및 포장 포함)	36.2	42.6	35.4	35.2
문화/여가/취미 비용 (영화 관람, OTT 시청, 운동 수강 등)	33.4	39.8	46.2	45.0
식품/식료품 구매 비용 (과일, 간편식, 주류 등)	75.6	83.7	5.9	4.6
생활필수품 구매 비용 (화장지, 세제 등)	73.9	80.5	3.9	3.0
의류/잡화 구매 비용 (옷, 신발, 가방 등)	46.9	56.4	33.6	26.0
여행 비용 (숙박비, 레저 비용 등)	19.5	29.9	58.2	53.1
교육 비용 (학원비, 등록금 등)	14.1	43.4	31.3	20.4
보험 비용 (건강보험, 자동차보험 등)	61.0	76.0	8.5	4.9
의료/건강관리 비용 (병원 진료비, 건강기능식품 구매 비용 등)	69.3	82.8	6.4	3.4
경조 비용 (축의금, 명절 용돈, 선물 구매 비용 등)	32.1	47.4	19.3	17.1

남성 및 40~50대 1인가구의 어려움을 해결하고, 삶에 대한 만족을 높일 수 있는 노력이 필요합니다

여성보다 남성에서, 20~30대보다 40~50대에서
1인가구로 살아가는 삶에 대한 만족도가 유의미하게
낮습니다.

남성은 외로움, 식사 해결, 소통 상대의 부재를
1인가구로서 느끼는 주된 어려움으로 꼽습니다.

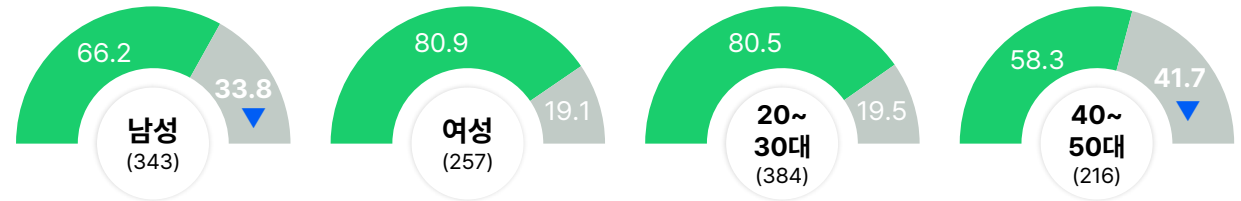
반면 여성은 경제적인 부담, 집 관리가 필요한 상황,
안전/치안이 걱정되는 상황에서 어려움을 느낍니다.

상대적으로 경제력이 낮은 20~30대는 40~50대
대비 생활비 지출 등에 대한 부담을 크게 느끼고,
40~50대는 아프거나 건강관리가 안 될 때 1인가구
생활이 어렵다고 인식합니다.

1인가구 생활 만족도

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 평가형 응답(5점), %]

■ 만족(4~5점)
■ 보통/불만족(1~3점)



1인가구 생활 관련 어려움

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 순위형 응답(1~3순위), %]

전체 대비 유의미하게
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체 (600)	성별		연령	
		남성 (343)	여성 (257)	20~30대 (384)	40~50대 (216)
응답 수	(600)	(343)	(257)	(384)	(216)
아프거나 건강관리가 되지 않는 상황	34.8	34.7	35.0	29.2	44.9
경제적으로 부담을 느끼는 상황(생활비 지출 등)	32.5	27.4	39.3	40.9	17.6
집 관리를 하는 상황(수리, 시설교체 등)	24.8	17.8	34.2	24.5	25.5
외로움/고독함을 느끼는 상황	24.0	31.8	13.6	22.9	25.9
식사를 해결하는 상황	23.8	30.3	15.2	23.7	24.1
집안일을 하는 상황(청소, 빨래 등)	21.3	23.3	18.7	22.1	19.9
이사할 집/거주지를 구하는 상황	18.2	19.5	16.3	22.1	11.1
소통/대화할 상대가 없는 상황	17.7	23.6	9.7	15.9	20.8
안전/치안이 걱정되는 상황	17.2	4.4	34.2	20.3	11.6
무료함/심심함을 느끼는 상황	16.0	20.7	9.7	15.9	16.2
장보기 상황(식료품 및 생활용품 구매)	13.2	13.1	13.2	15.4	9.3
기타	0.5	-	1.2	0.8	-
딱히 어려운 점 없음	8.3	7.0	10.1	6.0	12.5

집을 구할 때 비용·입지 등 현실적인 조건을 중요하게 고려하고, 부동산 앱을 통해 정보를 얻습니다

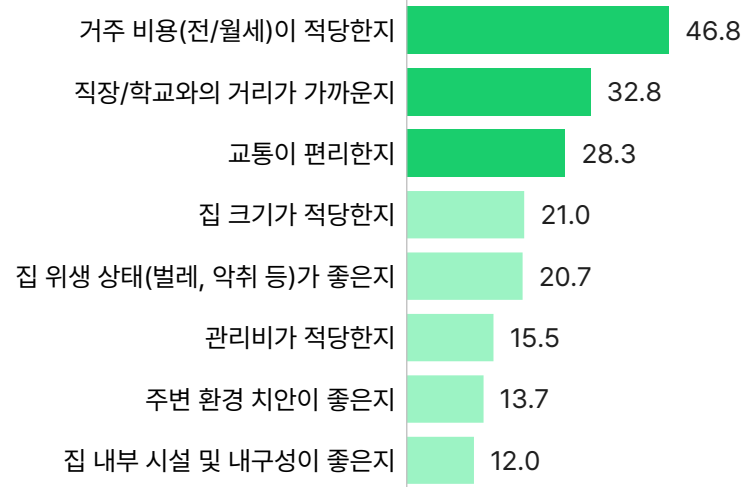
1인가구가 집을 구할 때에는 거주 비용이 적당한지, 직장/학교와의 거리가 가까운지, 교통이 편리한지, 집 크기가 적당한지 등 실용적인 여건을 중요하게 따집니다.

집에 대한 정보를 얻기 위해 온라인에서는 부동산 전용 앱과 포털 사이트 전용 페이지를 주로 활용하고, 이 외 부동산과 주변 지인/가족/친구 등 오프라인에서 정보를 얻기도 합니다.

온라인 부동산 전용 앱 중에서는 다방과 직방을 주로 사용하고, 네이버 부동산 이용률이 그 뒤를 잇습니다.

집을 구할 때 중요하게 고려하는 요소

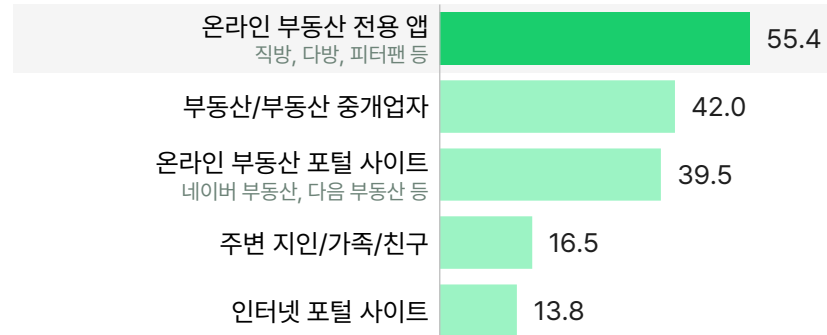
[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 순위형 응답(1~3순위), %]



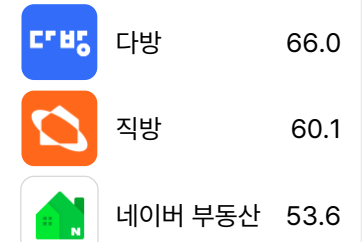
*10% 미만 응답 미제시

집 관련 정보 탐색을 위해 주로 활용하는 곳 Top 5

[Base: (본 조사) 집 관련 정보를 탐색하는 자, N=588, 순위형 응답(1~3순위), %]



주로 활용하는 앱 Top3



1인가구는 하루 평균 2.3끼 정도를 챙겨 먹고, 집에서 혼자 하는 식사의 비중이 가장 높습니다

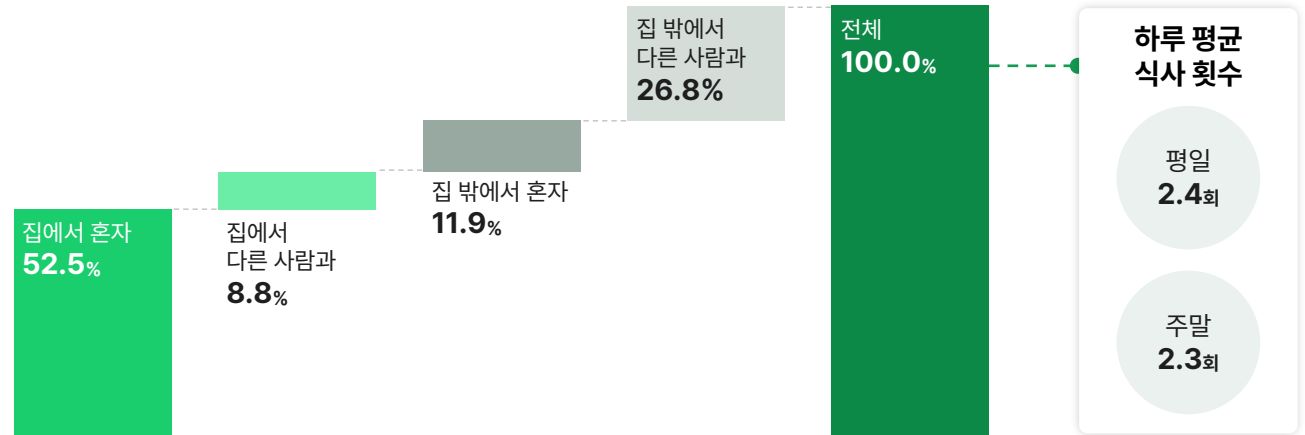
1인가구는 식사 10번 중 절반은 집에서 혼자 먹으며, 집 밖보다 집에서, 여럿이보다 혼자 하는 식사의 비중이 더 높습니다.

하루 평균 2.3끼 정도를 먹는 가운데, 평일과 주말 공통적으로 아침을 거르고 점심과 저녁을 먹는 비중이 가장 높습니다.

주말에는 아침, 점저 등 두 가지 유형을 겸하는 중간 시간대의 식사를 많이 합니다.

식사 유형별 비중 및 식사 횟수

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 주관식 숫자 응답, %/회]



평일/주말 식사 유형 조합 Top 4

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 단일 응답, %]



Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

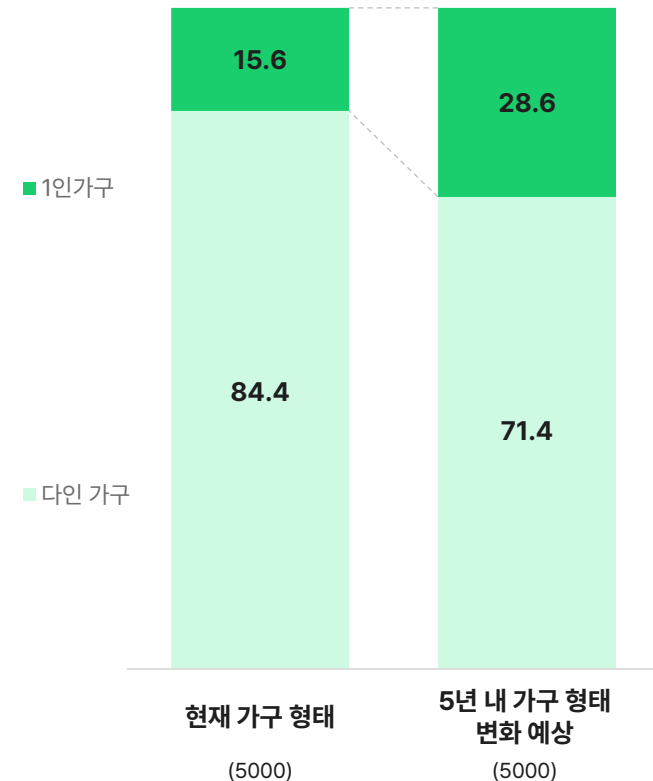
주요 조사 결과

- 1. 1인가구 현황 및 관련 인식**
2. 1인가구의 전반적인 생활 특성
3. 1인가구의 주거 생활 특성
4. 1인가구의 식생활 특성

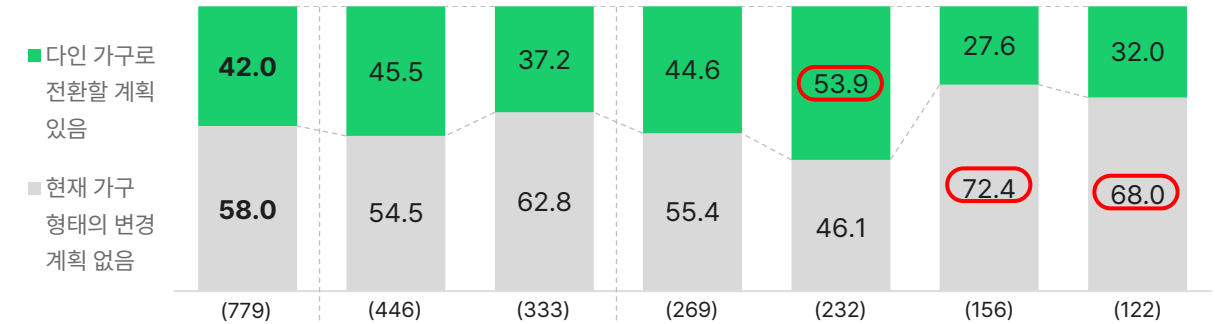
향후 1인가구 비율은 더욱더 증가할 것으로 예상됩니다

특히, 현재 1인가구 중 40~50대는 향후에도 가구 형태의 변경 없이 1인가구를 유지할 것이라는 응답이 높고, 현재 다인 가구 중 20대는 향후 1인가구로 독립하려는 의향이 상대적으로 높게 나타납니다.

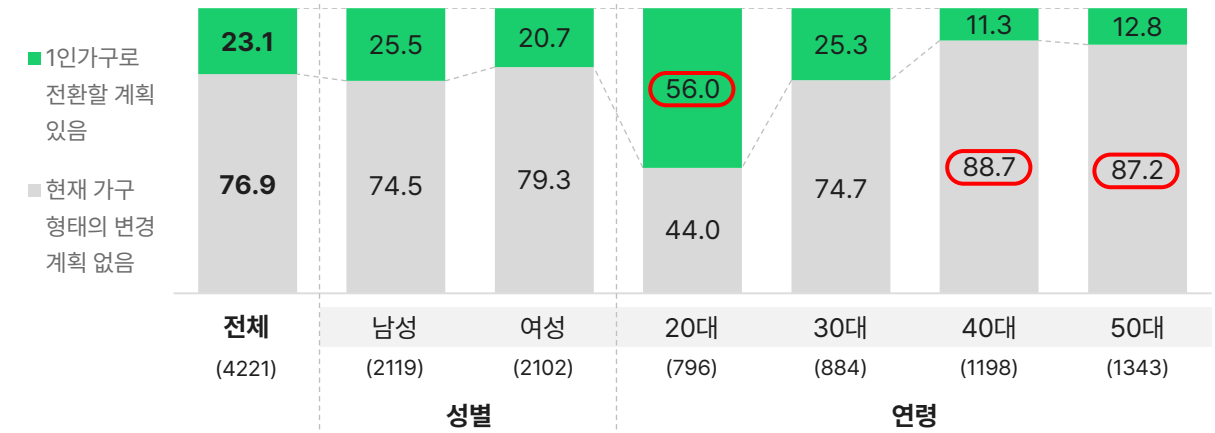
현재 vs. 향후 5년 내 계획한 가구 형태 비교



[1인가구의 향후 가구 형태 전환 계획]



[다인 가구의 향후 가구 형태 전환 계획]



1인가구 및 다인 가구가 향후 다른 형태의 가구로 전환하려는 이유는 각각 다릅니다

현재 2인 이상 가구에서 살고 있으나, 향후 1인가구로 전환하려는 이유로는 나이가 들면서, 혼자 살고 싶어서, 학업/직장 때문에 등이 꼽히고, 현재 1인가구이나 향후 다인 가구로 전환하려는 이유로는 결혼 계획이 있어서, 가족과 함께 살고 싶어서 등이 많이 언급됩니다.

현재 다인 가구 → 향후 1인가구 전환 계획 이유

	전체	성별		연령			
		남성	여성	20대	30대	40대	50대
Base	(977)	(541)	(436)	(446)	(224)	(135)	(172)
나이가 들고 독립이 자연스러워져서	48.8	45.7	52.8	53.1	56.7	39.3	34.9
혼자 살아보고 싶어서	44.0	43.6	44.5	52.7	47.3	33.3	25.6
학업/직장 때문에	42.8	45.7	39.2	54.7	36.2	34.1	27.3
가족의 이민/이사/분가 때문에	13.0	12.4	13.8	5.8	9.8	17.8	32.0
결혼 상태의 변화 때문에 (이혼/별거/사별 등) 때문에	11.1	14.0	7.3	7.0	15.2	15.6	12.8
경제적인 상황 때문에	8.9	12.6	4.4	4.3	12.1	15.6	11.6
가족과의 불화 때문에	6.1	6.5	5.7	7.0	3.6	9.6	4.7
함께 살 사람이 없어서	3.6	4.8	2.1	2.7	3.6	3.0	6.4

[Base: (스크리너 조사) 현재 다인 가구 → 향후 1인가구 전환 계획 있는 자, N=977, 순위형 응답(1~3순위), %]

현재 1인가구 → 향후 다인 가구 전환 계획 이유

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령			
		남성	여성	20대	30대	40대	50대
Base	(327)	(203)	(124)	(120)	(125)	(43)	(39)
5년 내 결혼 계획이 있어서	52.9	54.7	50.0	56.7	64.0	48.8	10.3
가족과 함께 살고 싶어서	33.9	34.0	33.9	30.0	26.4	34.9	69.2
5년 내 동거 계획이 있어서 (룸메이트, 연인 등)	25.1	25.6	24.2	27.5	27.2	16.3	20.5
외로움/고독함 때문에	20.8	25.6	12.9	19.2	17.6	25.6	30.8
경제적인 부담 때문에 (주거비, 생활비 등)	15.6	11.8	21.8	19.2	14.4	11.6	12.8
건강에 대한 우려 때문에	10.1	11.8	7.3	3.3	8.8	14.0	30.8
안전/치안에 대한 불안감 때문에	8.3	3.9	15.3	13.3	4.8	9.3	2.6
집안일 및 집 관리의 어려움 때문에	5.5	7.4	2.4	1.7	6.4	9.3	10.3

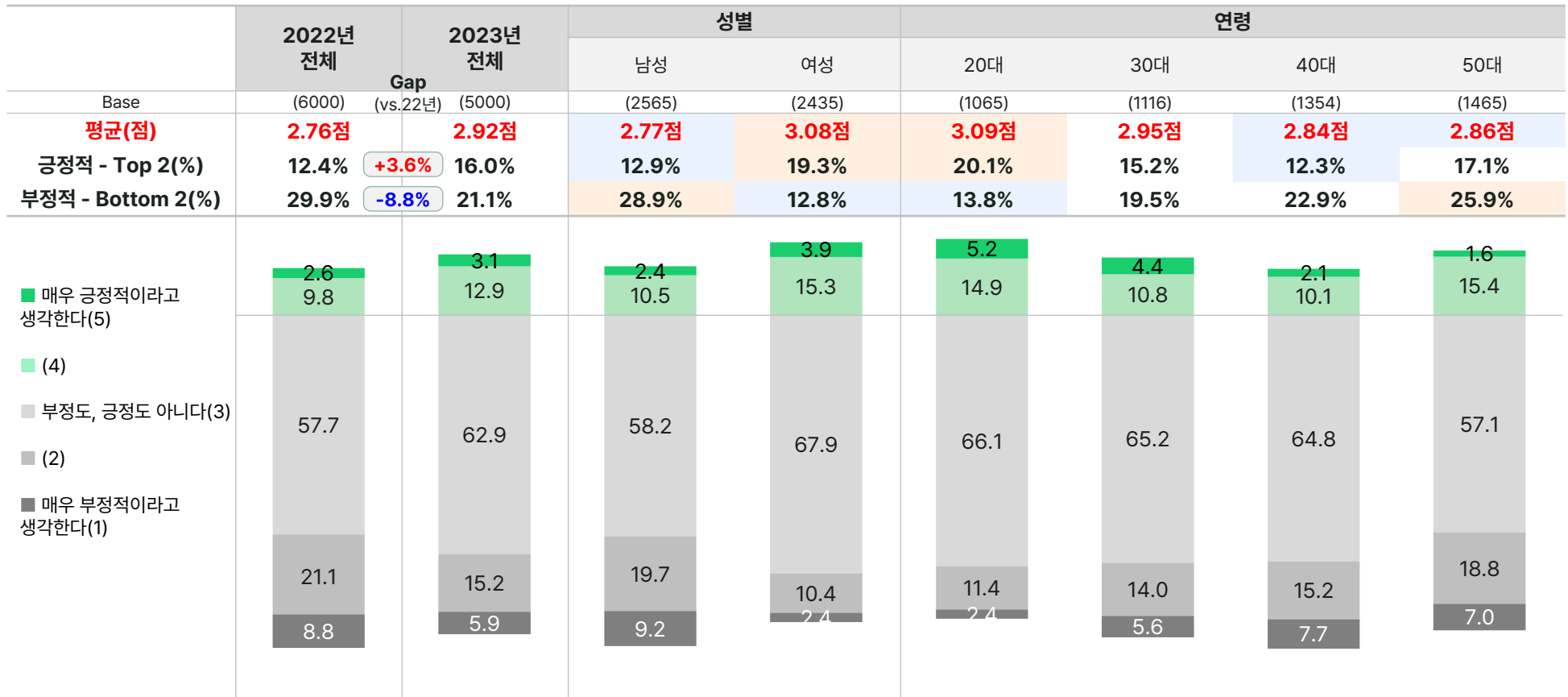
[Base: (스크리너 조사) 현재 1인가구 → 향후 다인 가구 전환 계획 있는 자, N=327, 순위형 응답(1~3순위), %]

1인가구 증가 현상에 대해 중립적 시각을 가지고 있는 비중이 가장 높고, 전년 대비 긍정적 인식이 늘고 부정적 인식은 오히려 줄었습니다

여성과 20대는 1인가구 증가 현상에 대해 긍정적으로 인식하는 비중이 상대적으로 높은 반면, 남성과 50대는 부정적으로 인식하는 비중이 높습니다.

1인가구 증가 현상에 대한 인식

전체 대비 유의미하게
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)



1인가구 증가 현상에 대해 긍정·중립·부정 등 다양한 입장이 존재하지만, 전반적으로 시대 흐름에 맞는 자연스러운 현상으로 인식하고 있습니다

한편, 1인가구 증가로 야기되는 사회적 문제에 대해서는 국가적인 시스템 마련과 지원이 필요하다는 공감대가 공통적으로 형성되어 있습니다.

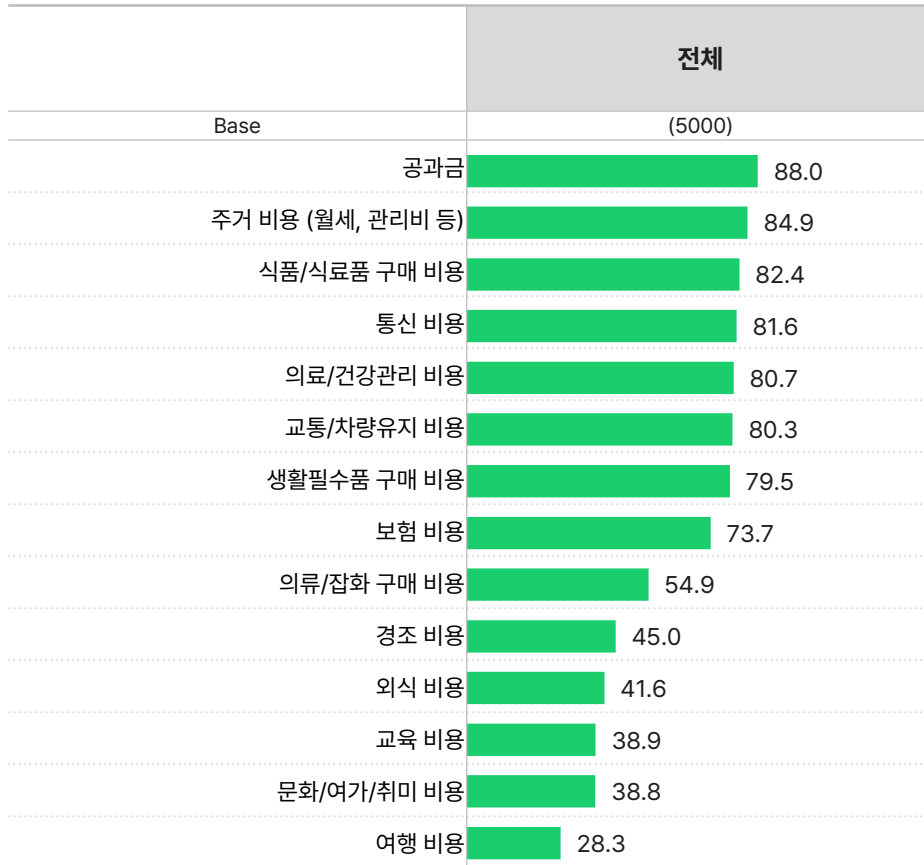
1인가구 증가 현상에 대한 긍정/부정 인식 이유

긍정 이유	중립 이유	부정 이유
<p>“생활패턴 변화, 여가방식의 변화, 식성의 다양화 등 1인가구의 방식의 맞는 방향으로 사회생활상이 바뀌고 있고 가족이나 가구구성원들 간의 불화나 마찰로 인한 스트레스가 크기 때문에 1인가구로 변화하는 것이 바람직하다” - 32세 남성, 사무/기술직, 경기</p>	<p>“저출산 고령화 및 사회적 갈등 등등 전반적인 상황을 고려하면 1인가구가 늘어나는 게 당연해 보이지만 저출산 문제는 부정적으로 보기 때문에 중립적이다” - 29세 남성, 자유/전문직, 서울</p>	<p>“핵가족화를 넘어 사람과의 단절로 인한 정서적 어려움(우울증, 고독사, 자살 등)이 점점 심해질것임” - 35세 여성, 사무/기술직, 전북</p>
<p>“꼭 가정을 이루고 살아야 하는 것은 아니다. 미혼끼리도 잘 살 수 있게 지원해주는 사회가 되었으면 한다” - 38세 여성, 기타, 서울</p>	<p>“개개인의 삶을 기준으로 봤을 때 꼭 가족을 만들어야 할 이유는 없다고 생각합니다. 가족을 꾸릴 것인지는 개개인의 자유로운 판단에 맡겨야 합니다” - 33세 여성, 자유/전문직, 충남</p>	<p>“핵가족화로 인해 가구수가 급증하며 주택수급 문제 등도 어려워질 수 있을 것 같다” - 45세 남성, 사무/기술직, 경기</p>
<p>“각자 라이프스타일에 맞게 사는 건데 부정적일 이유가 없다. 시대마다 계속 변화하듯이 다양한 가구형태가 등장하는 건 당연한 것 같다. 다만 인구 감소, 연금문제 등 변화의 흐름에 맞는 대책을 마련해야 한다고 생각한다” - 39세 여성, 자유/전문직, 전북</p>	<p>“사람이 나이가 들면 독립해서 사는 것은 당연한 일이고 결혼을 안 하는 것도 개인적인 문제나 사회적인 문제, 개인의 가치관의 문제이기 때문이다” - 36세 여성, 사무/기술직, 부산</p>	<p>“가구인원이 작아지는 것이 개인주의적 성향이 강해지고 분노조절장애 등 다른 사람들과 함께 일하고 생활하는 것 등 기본적인 사회생활을 하는데 있어서 점점 어려워진다고 본다. 그래서 1인가구가 늘어나는 것은 긍정적으로 생각되지 않는다” - 47세 여성, 사무/기술직, 경기</p>
<p>“가구수가 늘면 생필품도 더 많이 사야하고 소비를 더 해야 하니 경제에 더 도움이 될 것 같습니다” - 44세 남성, 사무/기술직, 울산</p>	<p>“사회구조의 변화에 따라 어쩔 수 없는 거지 긍정/부정을 논할 문제가 아니라고 봅니다. 사회의 변화와 좋은 정책으로 인해 혼인률이 늘어난다면 자연스레 해결될 문제입니다” - 39세 남성, 사무/기술직, 전남</p>	<p>“가정은 함께 하는 공동체이자 위로를 주고받는 관계 속에서 공존해야 하는데 편안함을 추구하는 현대인들의 삶의 모양이 점점 가정의 틀도 깨지게 만드는 것 같아서 안타깝습니다” - 52세 여성, 자영업, 서울</p>
<p>“성인이 된 아이는 독립을 해야 책임감과 독립심이 생긴다고 생각함” - 55세 여성, 기타, 경기</p>	<p>“자연스런 현상이니 각 가정의 상황에 맞추는 것이 현실적이다” - 58세 여성, 전업주부, 경기</p>	<p>“1인가구가 늘어나는 현상은 가족이라는 구성이 무너진다는 것인데 결국 개인만 생각하는 개인주의가 극대화되고, 저출산, 사회의 고령화, 이기주의적 성향 등 모든 문제의 근원이 될 수 있다. 하루빨리 국가가 나서서 이러한 문제들을 해결할 수 있는 대책을 내 놓아야 한다” - 56세 남성, 경영/관리직, 경기</p>

생활에 반드시 필요한 필수 지출 항목과 반드시 필요하지 않은 부가 지출 항목에 대한 인식은 명확히 구분됩니다

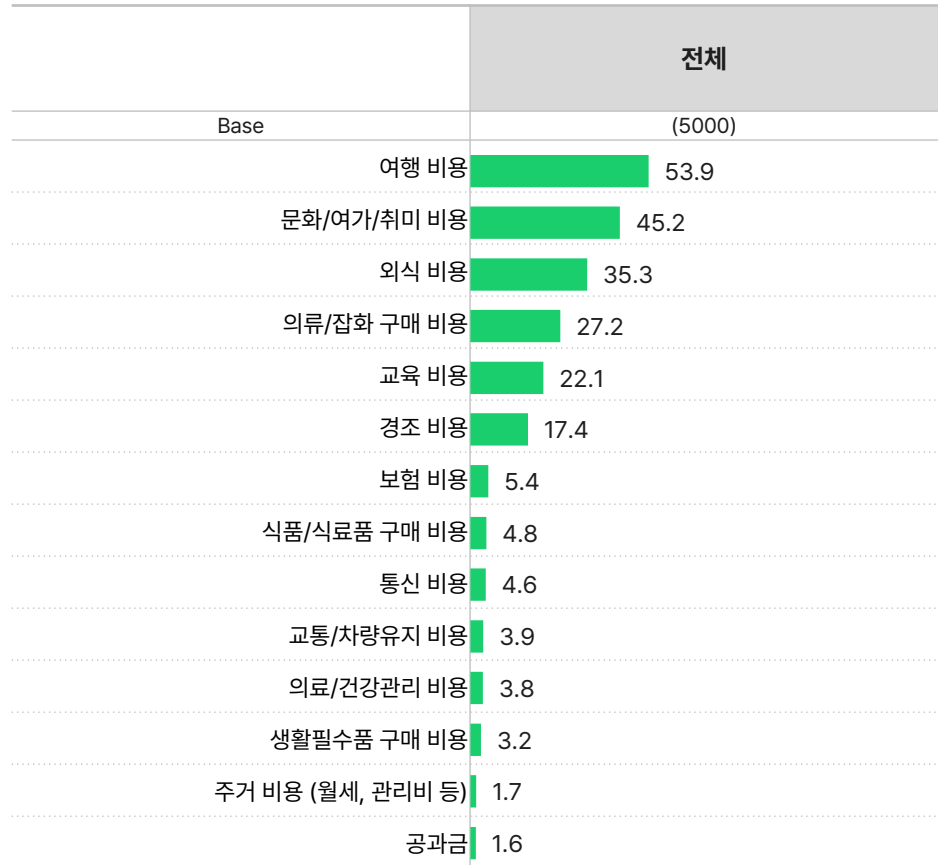
공과금·주거 비용·식료품 구매 비용·통신비·의료비·교통비·생활필수품 구매 비용 등은 생활에 반드시 필요한 필수 지출로 꼽히는 반면, 여행 비용·문화/여가/취미 비용·외식비 등은 욕구나 가치를 실현하기 위해 드는 부가 지출 항목으로 인식됩니다.

[필수 지출] 생활에 반드시 필요한 비용



[Base: (스크리너 조사) 전체 응답자, N=5000, 중복 응답, %]

[부가 지출] 반드시 필요하지는 않지만, 욕구나 가치를 실현하기 위해 부가적으로 드는 비용



[Base: (스크리너 조사) 전체 응답자, N=5000, 중복 응답, %]

월평균 지출 중 필수 지출은 약 71%, 부가 지출은 29%의 비중을 차지합니다

20~30대와 1인가구는 부가 지출 비중이 40~50대 및 다인 가구 대비 상대적으로 높은 반면, 40~50대는 필수 지출 비중이 상대적으로 높게 나타납니다.

월평균 지출 중 필수 지출 vs. 부가 지출 비중



Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

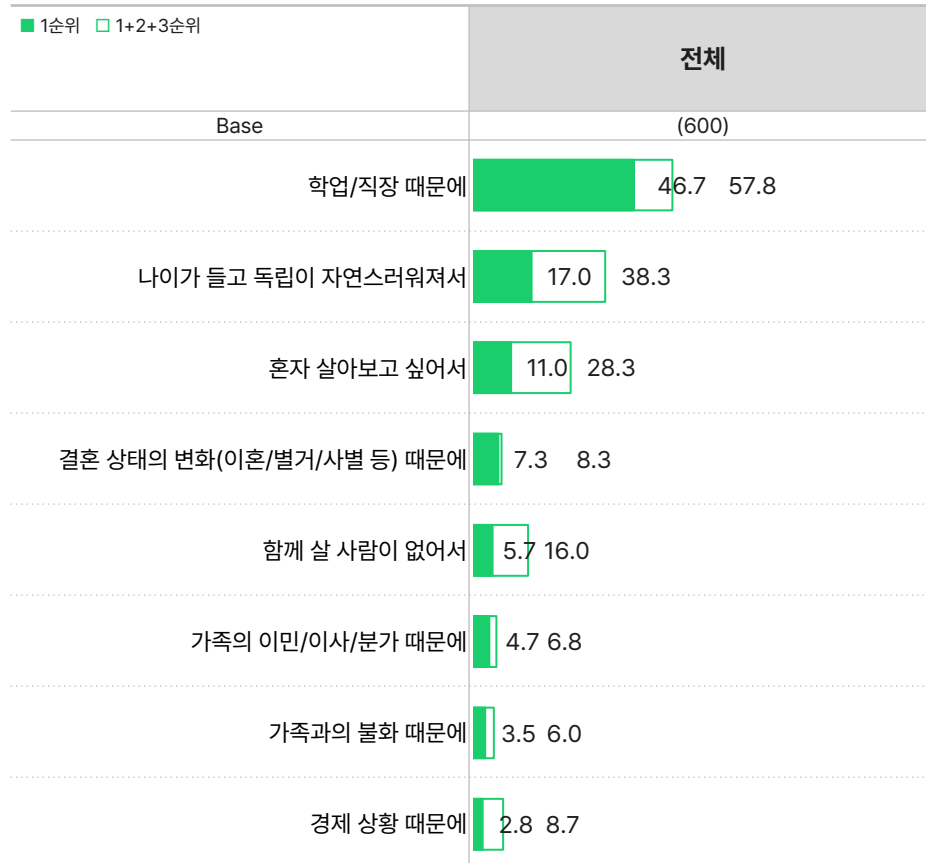
주요 조사 결과

1. 1인가구 현황 및 관련 인식
- 2. 1인가구의 전반적인 생활 특성**
3. 1인가구의 주거 생활 특성
4. 1인가구의 식생활 특성

1인가구로 생활하게 된 계기는 학업/직장 등 환경적인 요인이 차지하는 비중이 가장 크고, 나이 들어 독립·혼자 살고 싶어서 등의 이유도 주된 계기 중 하나로 나타납니다

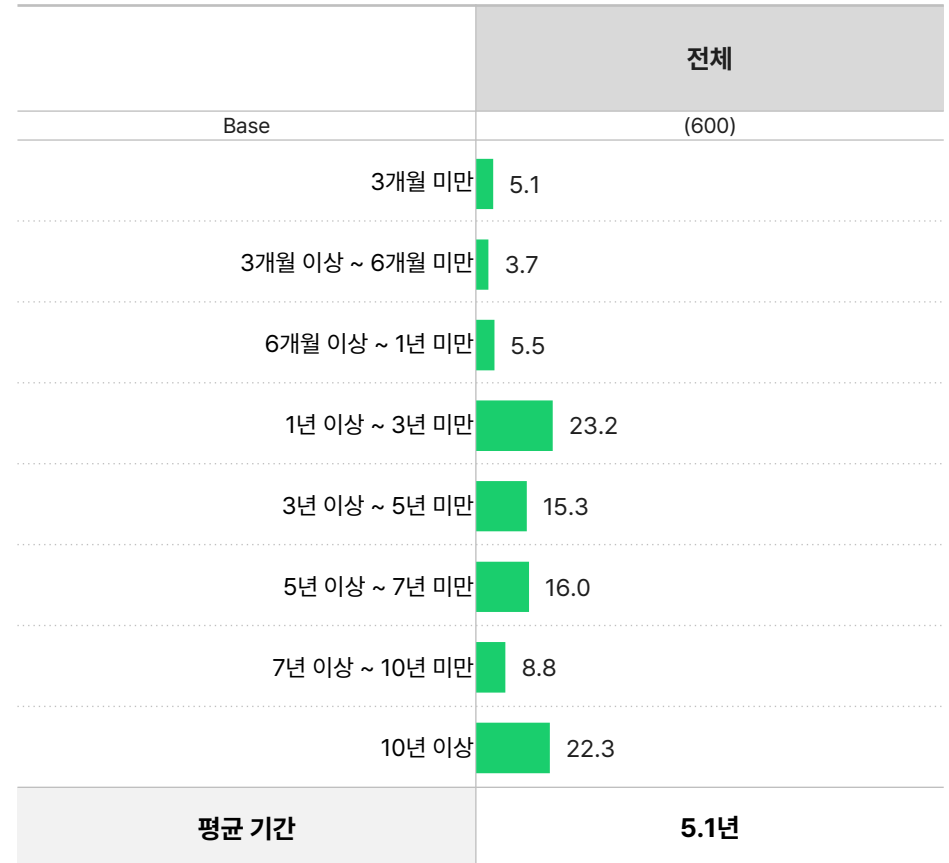
1인가구로 생활한 기간은 평균 5년 이상으로 나타납니다.

1인가구로 생활하게 된 계기



[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 순위형 응답(1~3순위), %] *Sorting: 1순위 기준

1인가구로 생활한 기간



[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 단일 응답, %]

가전, 가구, 식료품 등 다양한 카테고리에서 생활을 돕는 제품을 유용하게 활용하고 있습니다

1인가구 생활 시 추천하는 제품 및 이유

주방가전/주방용품	생활가전	디지털/미디어 기기	가구	식료품
[에어프라이어] “밀키트, 냉동식품 조리용으로 아주 적합해요” - 27세 남성, 사무/기술직, 서울	[(미니)건조기] “원룸 특성상 집이 넓지가 않은데 건조대를 펼칠 자리 대신해서 건조기를 놓으면 빨래도 금방 마르고 집이 습하지 않아 곰팡이 관리에 좋다” - 28세 여성, 기타, 서울	[아이패드] “TV가 없기 때문에 TV 대응으로 좋다” - 26세 여성, 자유/전문직, 경기	[2인용 식탁] “식탁으로 잘 사용하고 있기도 하고 책상 겸용으로도 가능합니다” - 29세 여성, 판매/서비스직, 서울	[냉동 볶음밥용 야채] “카레에 넣어도 되고 볶음밥에 넣어도 되고 유용해요. 여러 야채 섞여있고 냉동이라 손질하지 않아도 되고 음식물 쓰레기도 안 나옵니다” - 23세 여성, 대학생, 경북
[전자레인지] “요리하기 귀찮을 때 간편하게 데워먹기 좋아서” - 46세 남성, 사무/기술직, 경북	[공기청정기] “원룸에서는 공기가 안 좋기 때문” - 26세 남성, 무직, 경북	[이스피커] “적적하지 않게 해 준다” - 30세 남성, 영업/서비스직, 대구	[리클라이너소파] “혼자 쉴 때 앉아있기에 좋아요” - 36세 남성, 사무/기술직, 서울	[냉동피자] “간단한 식사로 좋아요” - 50세 남성, 경영/관리직, 경기
[냉동고] “다양한 냉동식품들로 식사 해결하는 비중이 매우 큼니다. 일반 냉장고는 냉동실 비중이 적어서 별도의 냉동고를 샀어요” - 54세 여성, 기능/작업직, 충북	[로봇청소기] “예약하면 스스로 청소를 해 주어서 퇴근 후 집에 오면 깨끗함. 혼자 집안일 다 해야 하는데 도움을 줌” - 48세 여성, 판매/서비스직, 전북	[닌텐도, PS5] “혼자 살면서 시간 때우기에 좋다” - 26세 남성, 기능/작업직, 서울	[모듈선반] “부피가 적어서 좋고, 물건 정리 보관을 쉽게 할 수 있어요” - 52세 여성, 사무/기술직, 서울	[밀키트] “간편하게 음식을 해 먹을 수 있습니다” - 37세 여성, 경영/관리직, 경기
[브리타 정수기] “생수 플라스틱 쓰레기 감소, 비싼 정수기 대응, 생수 값 절약” - 27세 남성, 사무/기술직, 인천	[에어서클레이터] “에어컨이랑 같이 쓰면 전기세를 아낄 수 있어서” - 28세 남성, 기능/작업직, 대전	[블루투스 스피커] “1인가구로 살다 보면 외로운 감정에 빠지기 쉬운데, 그럴 때마다 음악으로 힐링이 가능하다” - 37세 남성, 사무/기술직, 서울	[접이식 매트리스] “소파, 침대 대용 다 사용 가능하고 공간활용 가능” - 29세 여성, 사무/기술직, 서울	[소분 야채] “큰 야채는 다 먹기도 전에 시들고 상하는 경우가 많아서요” - 26세 여성, 사무/기술직, 부산
[소분/진공 용기] “혼자 살면 배달시켜도 음식이 남고, 장을 봐와도 소비하는 기간이 길어서 소분/진공포장 용기가 아주 좋다” - 35세 여성, 사무/기술직, 대구	[제습기] “좁은 공간에서 빨래 말릴 때 유용하고 여름에도 마찬가지로” - 32세 남성, 대학생, 서울	[빔프로젝터] “TV는 비싸고 무거가 있어서 이사할 때 어렵지만, 가볍고 이동이 편한 빔프로젝터로 나만의 아늑한 영화관 완성이 됩니다” - 27세 여성, 사무/기술직, 서울	[틈새 수납장] “좁은 공간에 수납력이 좋습니다” - 53세 여성, 자유/전문직, 경북	[즉석밥] “밥을 해 먹는 게 가장 귀찮아서 요긴하게 사용해요” - 24세 남성, 무직, 서울

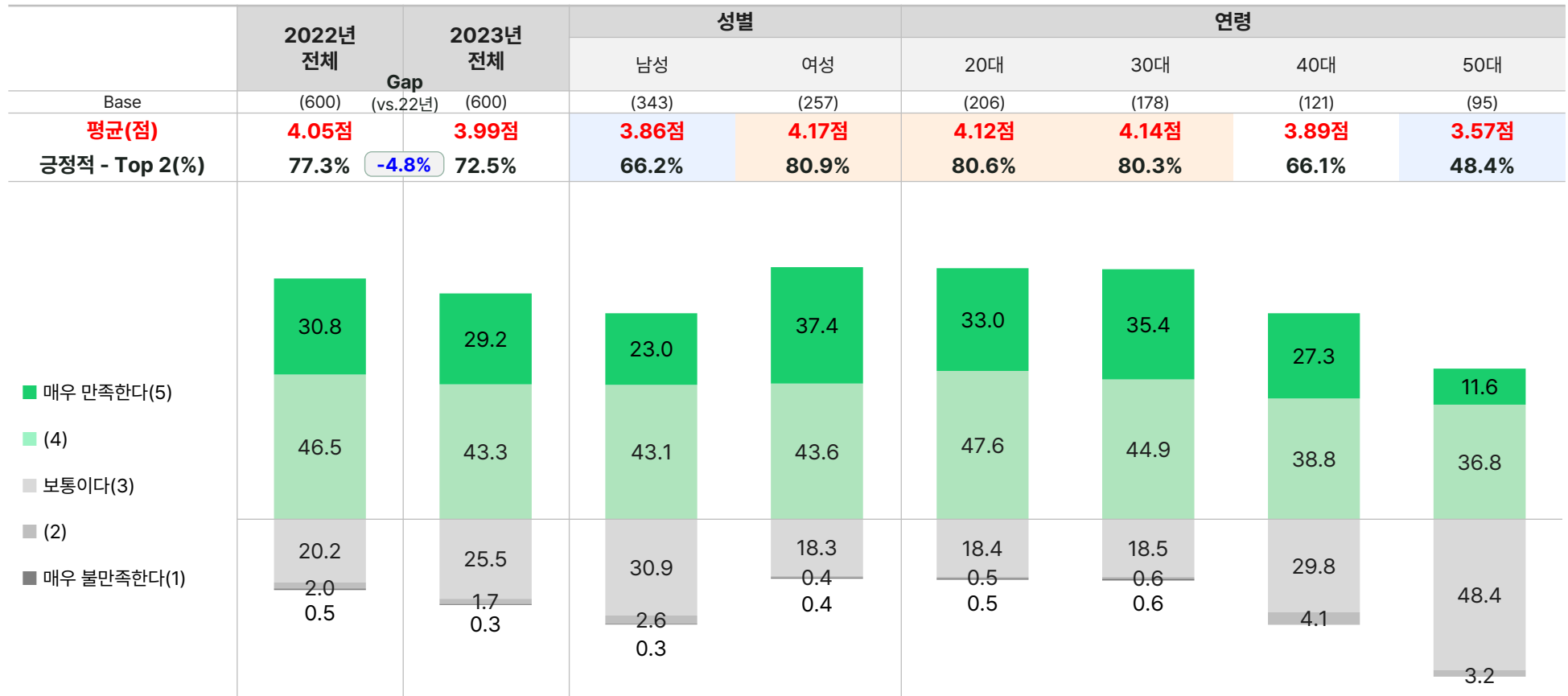
1인가구 삶에 대한 만족도는 매우 높은 편으로, 특히 여성과 20~30대에서 높은 만족도를 보입니다

전년 대비 긍정적 인식이 소폭 줄었으나 이는 중립(보통) 응답률이 늘어난 것으로, 전반적인 삶에 대한 만족도는 큰 차이 없이 유지된 것으로 보입니다.

한편, 연령대가 높아질 수록 생활 만족도가 낮아지며, 특히 50대는 1인가구 생활에 만족한다는 응답이 절반이 채 안됩니다.

1인가구 생활 만족도

전체 대비 유의미하게
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)



1인가구는 몸이 아프거나 경제적 부담이 있는 상황에서 생활이 어렵다고 느낍니다

여성과 20대는 경제적 부담과 안전/치안에 대한 어려움을 많이 언급하고, 남성은 외로움을 느끼거나 식사를 해결, 대화 상대가 없는 상황에 어려움을 느낍니다.

대부분 혼자 알아서 해결하거나 가족/친구/지인의 도움을 받으며, 공공기관 지원·온라인 전문 앱/서비스·오픈채팅방/단톡방 등을 이용하는 비중은 낮았습니다.

1인가구 생활 상 어려운 점

전체 대비 유의미하게
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령				1인가구 생활 만족도	
		남성	여성	20대	30대	40대	50대	만족자	불만족자
Base	(600)	(343)	(257)	(206)	(178)	(121)	(95)	(435)	(165)
아프거나 건강관리가 되지 않는 상황	34.8	34.7	35.0	28.6	29.8	47.1	42.1	35.2	33.9
경제적으로 부담을 느끼는 상황(생활비 지출 등)	32.5	27.4	39.3	40.8	41.0	16.5	18.9	34.3	27.9
집 관리를 하는 상황	24.8	17.8	34.2	20.9	28.7	28.1	22.1	28.0	16.4
외로움/고독함을 느끼는 상황	24.0	31.8	13.6	24.3	21.3	23.1	29.5	19.1	37.0
식사를 해결하는 상황	23.8	30.3	15.2	26.2	20.8	22.3	26.3	21.6	29.7
집안일을 하는 상황	21.3	23.3	18.7	20.4	24.2	22.3	16.8	22.8	17.6
이사할 집/거주지를 구하는 상황	18.2	19.5	16.3	20.9	23.6	11.6	10.5	20.9	10.9
소통/대화할 상대가 없는 상황	17.7	23.6	9.7	14.6	17.4	12.4	31.6	12.9	30.3
안전/치안이 걱정되는 상황	17.2	4.4	34.2	24.3	15.7	15.7	6.3	20.5	8.5
무료함/심심함을 느끼는 상황	16.0	20.7	9.7	15.5	16.3	18.2	13.7	13.1	23.6
장보기 상황	13.2	13.1	13.2	18.0	12.4	9.9	8.4	13.8	11.5

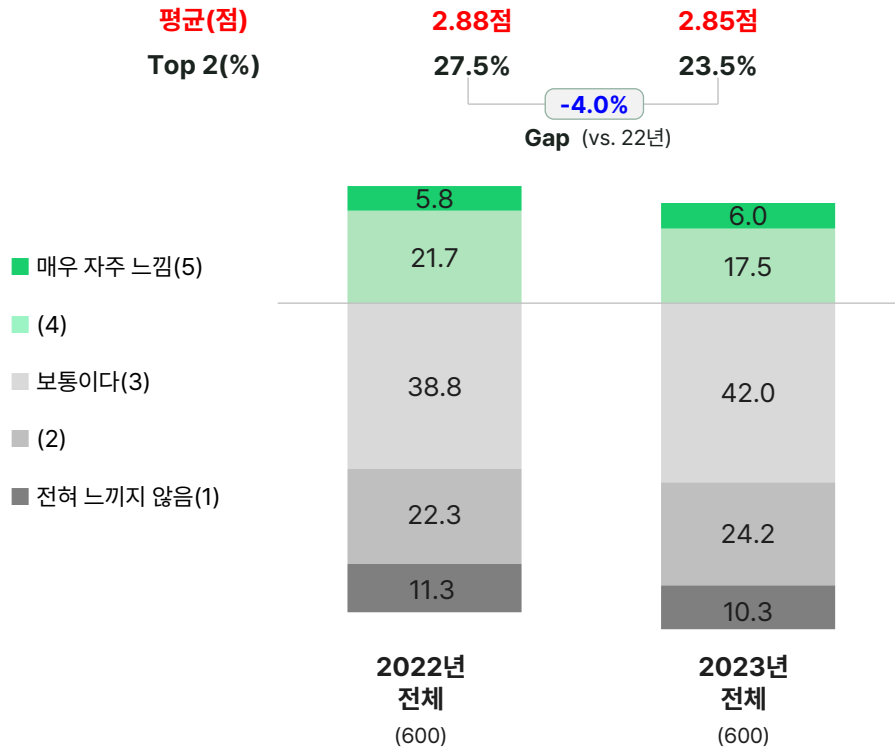
어려운 점 있을 때 해결 방법

	전체
Base	(550)
혼자 알아서 해결함	80.4
가족/친구/지인 도움을 받음	55.3
포털 검색을 활용	37.8
SNS를 활용	23.5
온라인 커뮤니티를 활용	18.9
오프라인에서 전문가/업체활용	13.8
공공기관의 지원을 받음	5.8
온라인에서 전문 앱/서비스활용	5.5
오픈채팅방/단톡방 활용	4.4

1인가구로 지내면서 느끼는 외로움의 정도는 크지 않은 편이고, 전년과 비교할 때도 소폭 줄어 들었습니다

대화할 상대가 없거나, 몸이 아플 때, 심심할 때, 밥 먹을 때 등의 상황에서 주로 외로움을 느낀다고 답했습니다.

1인가구로 인한 외로움 정도



외로움을 느끼는 정도는 성별, 연령별, 1인가구 생활 기간에 상관없이 비슷한 수준으로 나타남

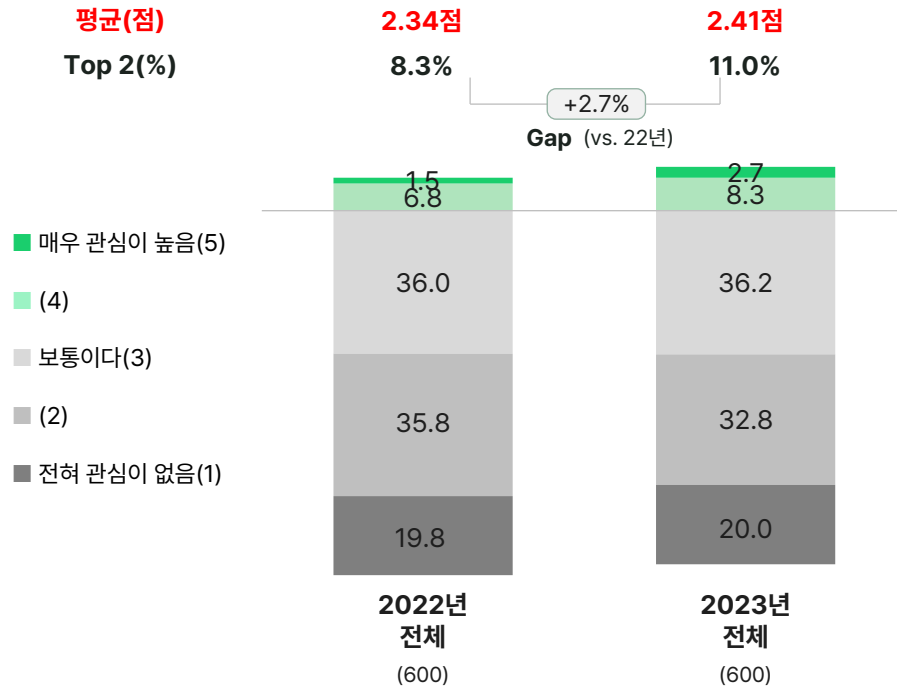
외로움을 느끼는 상황

	전체
Base	(141)
소통/대화할 상대가 없는 상황	61.7
아프거나 건강관리가 되지 않는 상황	49.6
무료함/심심함을 느끼는 상황	41.1
식사를 해결하는 상황	34.0
각종 기념일(생일, 명절 등)에 혼자 있는 상황	20.6
경제적으로 부담을 느끼는 상황(생활비 지출 등)	14.9
집 관리를 하는 상황(수리, 시설교체 등)	9.2
안전/치안이 걱정되는 상황	7.8
장보기 상황(식료품 및 생활용품 구매)	7.8
집안일을 하는 상황(청소, 빨래 등)	7.8
이사할 집/거주지를 구하는 상황	7.1

1인가구에 대한 정부의 관심도가 매우 낮다고 인식하고, 지원이 필요하다는 인식이 높습니다 공공적 지원이 필요하다는 인식은 전년 대비 증가했습니다

여성층에서 1인가구에 대한 정부 지원의 필요성에 대해 더욱 절실히 느끼고 있습니다.

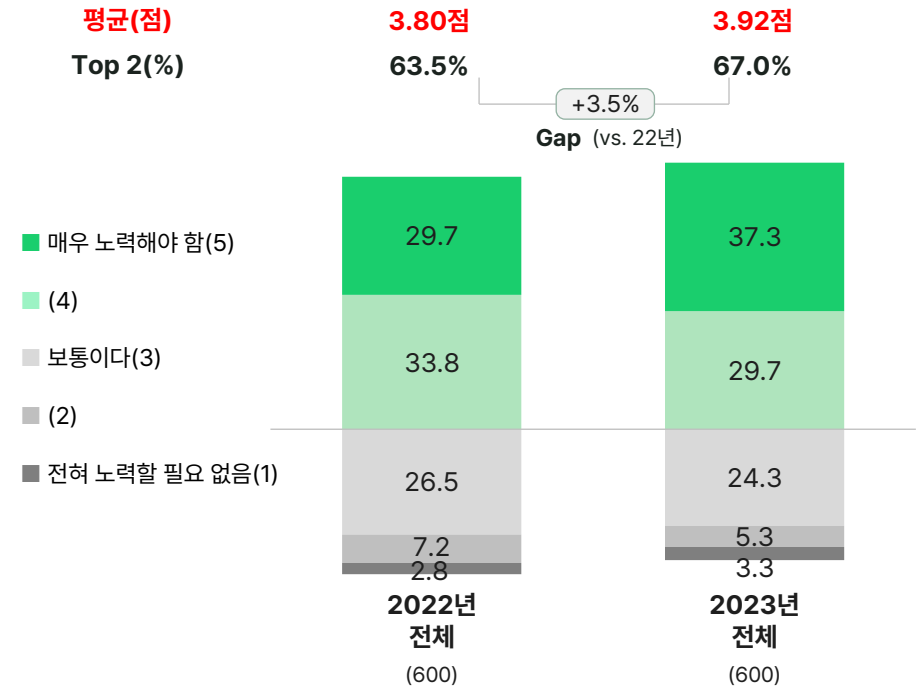
정부의 1인가구에 대한 관심 정도



	성별		연령			
	남성	여성	20대	30대	40대	50대
Base	(343)	(257)	(206)	(178)	(121)	(95)
Top2 %	11.4	10.5	19.9	6.7	4.1	8.4

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 평가형 응답(5점), %]

정부의 1인가구 지원 노력 필요성



	성별		연령			
	남성	여성	20대	30대	40대	50대
Base	(343)	(257)	(206)	(178)	(121)	(95)
Top2 %	61.5	74.3	63.6	68.5	64.5	74.7

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 평가형 응답(5점), %]

정부 또는 민간 차원에서 제공하는 정책 중 주택자금지원·소득공제·대출금리 인하·기본소득 제공·필수물품/서비스 지원에 대한 이용 의향이 높습니다

여성과 20대는 안전/치안 관련 서비스에 대한 이용 의향이 상대적으로 높고, 30대는 소득공제·대출금리 인하 등 경제적인 지원, 50대는 기본소득·건강검진/의료비 지원·돌봄/간병 서비스에 대한 이용 의향이 높은 편입니다.

이용할 의향 있는 정부/기업 제공의 정책/서비스

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령			
		남성	여성	20대	30대	40대	50대
Base	(600)	(343)	(257)	(206)	(178)	(121)	(95)
주택자금지원	13.7 31.0	28.9	33.9	30.6	36.5	28.9	24.2
1인가구 소득공제	13.2 30.7	31.5	29.6	25.7	42.7	29.8	20.0
1인가구 대출금리 인하	10.3 29.7	27.1	33.1	28.6	37.1	33.1	13.7
1인가구 기본소득	9.8 26.3	28.6	23.3	23.8	21.3	26.4	41.1
1인가구 필수물품/서비스 지원	8.2 22.8	23.6	21.8	26.7	23.6	14.0	24.2
무료 건강검진/의료비 지원	6.8 14.5	16.3	12.1	12.6	9.0	16.5	26.3
이사비용 지원	4.2 14.0	13.4	14.8	16.5	18.0	9.9	6.3
맞춤형 응급상황 알림	5.0 12.7	10.5	15.6	9.7	6.7	24.8	14.7
안전귀가/방범/치안 관련 서비스	3.3 11.5	4.1	21.4	17.5	10.1	8.3	5.3
1인가구 취미 커뮤니티	2.5 9.5	11.1	7.4	10.2	9.0	12.4	5.3
취업/이직 지원	2.3 8.2	9.0	7.0	10.7	6.7	2.5	12.6
1인가구 생활교육/정보 공유	2.0 7.8	7.0	8.9	7.8	5.1	7.4	13.7
자산형성 지원 서비스	2.3 7.7	7.6	7.8	10.2	7.9	5.8	4.2
돌봄/간병 서비스	1.8 7.5	5.5	10.1	1.5	5.6	14.0	15.8
심리 상담	2.2 6.7	7.9	5.1	8.7	6.2	5.0	5.3
식재료/물품 교환장	2.0 6.3	7.0	5.4	8.3	3.9	5.0	8.4
동네친구 만들기 서비스	2.0 6.2	9.0	2.3	7.3	6.2	5.8	4.2
이성친구/소개팅 서비스	2.5 5.2	8.2	1.2	4.9	6.7	3.3	5.3
보관함/창고 대여 서비스	1.7 5.2	5.2	5.1	4.4	5.1	8.3	3.2
공유주방/소셜다잉 공간	0.5 1.8	2.9	0.4	3.9	0.0	0.8	2.1

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 순위형 응답(1~3순위), %]

*배너분석은 1+2+3순위 데이터

정부/기업 제공의 정책/서비스별로 이용할 의향이 높은 이유는 다음과 같고, 전반적으로 경제적 지원 효과에 대한 기대감이 높게 나타나고 있습니다

정부/기업 제공의 정책/서비스별 이용 의향이 있는 이유

주택자금 지원

“여러 사정으로 혼자 살 수 밖에 없는 환경에서 홀로 거주비를 감당하기가 부담스럽다”
- 27세 여성, 사무/기술직, 경기

“주택 지원이 신혼부부, 노년층에만 혜택을 주고 있어 불공평하다”
- 29세 여성, 사무/기술직, 강원

“혼자의 소득으로는 주택 전세 대출 등 자금 마련이 어렵기 때문에”
- 37세 여성, 사무/기술직, 충남

1인가구 기본소득

“지금 현재 군생활과 겹쳐 월세를 내는 등 어려움을 겪고 있어서, 기본소득은 큰 도움이 될 것 같아요”
- 25세 남성, 기타, 광주

“취직이 어렵거나 건강이 안 좋은 상태가 되더라도 사람의 마음이 무너지지 않게, 이런 정책은 버팀목이 될 수 있다”
- 35세 남성, 사무/기술직, 서울

“1인당 기본적으로 지출(식료품 등)하는 비용이 상대적으로 엄청 높습니다”
- 37세 남성, 사무/기술직, 강원

1인가구 소득 공제

“1인가구가 늘어나고 있으나 소득적으로는 혜택이 별로 없음. 다인 가구만을 위한 정부정책만 있다고 생각함”
- 34세 여성, 사무/기술직, 대전

“소득공제 혜택이 부족해서 연말정산 때 돈을 내는 경우가 많음”
- 36세 남성, 사무/기술직, 부산

“경제적으로 도움을 받는 것이 가장 크게 체감되는 사항이라서”
- 45세 남성, 자유/전문직, 경북

무료 건강검진/의료비 지원

“질병에 노출되면 스스로 돌보기가 어려워 미리 대비하기 위해 건강검진이 필요하고 치료비를 감당하기에 혼자 어려워서”
- 46세 남성, 사무/기술직, 경북

“건강검진 받는데 비용이 많이 들어서 지원을 받으면 좋겠습니다”
- 55세 남성, 사무/기술직, 경남

맞춤형 응급상황 알림

“간혹 청년 고독사 같은 뉴스를 본적이 있는데 이러한 경우를 방지하기 위해 필요하다고 생각합니다”
- 39세 여성, 사무/기술직, 충북

“아플 때, 안전/치안 상의 위험한 상황일 때 도움 받을 수 있도록”
- 41세 여성, 자영업, 서울

1인가구 대출금리 인하

“너무 많이 오른 집값과 금리 때문에 월세+대출이자로 소득의 대부분을 사용하게 되어서 힘들어요”
- 28세 여성, 사무/기술직, 경기

“1인가구를 위한 대출금리 인하 같은 경제적 지원은 현재 전혀 없다고 생각합니다. 그래서 이런 지원 제도가 생기는 것이 최우선이라고 생각합니다”
- 35세 여성, 사무/기술직, 서울

“혼자 벌어 혼자 대출 갚다보니 부담이 더 큼니다”
- 39세 여성, 자유/전문직, 대구

1인가구 필수물품/서비스 지원

“필수 물품은 대용량으로 파는 경우가 많은데, 대용량이 한꺼번에 필요하지 않고 자리를 많이 차지해서 정부에서 지원하면 좋을 것 같아요”
- 24세 여성, 대학생, 서울

“필수용품 구비에 비용이 많이 든다”
- 27세 여성, 기타, 경기

“혼자 살다 보니 필요하다고 모든 물품을 전부 구비해놓을 수는 없기 때문에”
- 41세 남성, 사무/기술직, 서울

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 1인가구 현황 및 관련 인식
2. 1인가구의 전반적인 생활 특성
- 3. 1인가구의 주거 생활 특성**
4. 1인가구의 식생활 특성

1인가구가 거주하고 있는 주택 유형은 연령대별로 다르게 나타납니다

20대의 50% 이상이 원룸 및 오피스텔에 거주하며, 40~50대는 아파트에서 거주하는 비중이 높습니다.

20~30대는 대부분이 15평 미만인 곳에서 지내고, 연령대가 높을수록 거주하는 주택 면적이 넓어집니다.

거주하는 집의 주택 형태

	전체	연령			
		20대	30대	40대	50대
Base	(600)	(206)	(178)	(121)	(95)
아파트	29.5	14.6	27.5	44.6	46.3
다가구/다세대주택	27.2	23.8	33.7	26.4	23.2
원룸	18.5	28.2	16.9	7.4	14.7
오피스텔	14.3	22.3	12.9	11.6	3.2
단독주택	4.3	2.9	3.4	5.8	7.4
기숙사/사택	3.7	7.3	3.4	0.8	0.0
고시원	1.2	1.0	0.6	0.8	3.2
비 거주용 건물 내 주택	0.5	0.0	0.6	0.8	1.1
쉐어하우스	0.2	0.0	0.6	0.0	0.0

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 단일 응답, %]

거주하는 집의 주택 면적

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	연령			
		20대	30대	40대	50대
Base	(600)	(206)	(178)	(121)	(95)
5평 미만	9.7	13.1	7.9	6.6	9.5
5평 이상 ~ 10평 미만	37.5	51.5	38.2	23.1	24.2
10평 이상 ~ 15평 미만	21.8	21.8	24.2	22.3	16.8
15평 이상 ~ 20평 미만	12.7	7.3	14.6	16.5	15.8
20평 이상 ~ 25평 미만	9.2	3.4	7.3	16.5	15.8
25평 이상 ~ 30평 미만	5.3	1.5	3.9	9.9	10.5
30평 이상	3.9	1.5	3.9	4.9	7.4
평균 면적	12.9평	9.9평	12.7평	15.8평	16.0평

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 단일 응답, %]

20~30대의 경우 월세 및 전세, 40~50대의 경우 자가로 살고 있는 비중이 상대적으로 높습니다

20대는 가족/부모님에 의존하여 거주 비용을 마련하는 비중이 상대적으로 높고, 30대는 금융기관 대출 이용, 40~50대는 본인이 감당하는 비중이 확연히 높습니다.

40~50대의 경우 현재 살고 있는 집에서 거주한 기간이 평균적으로 4~5년 이상인 비중이 상대적으로 높습니다.

거주하는 집의 점유 형태

	전체	연령			
		20대	30대	40대	50대
Base	(600)	(206)	(178)	(121)	(95)
월세	37.3	50.5	31.5	28.1	31.6
전세	28.8	28.2	40.4	24.8	13.7
자가 (본인 또는 가족 명의 집)	18.2	6.3	14.0	31.4	34.7
반전세	6.7	6.8	6.2	5.8	8.4
공공임대주택	4.5	2.9	2.8	6.6	8.4
무상 (지인 집 무상 이용 등)	2.8	2.9	3.4	1.7	3.2

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 단일 응답, %]

전세/월세/반전세 거주 비용 마련 방법

	전체	연령			
		20대	30대	40대	50대
Base	(437)	(176)	(139)	(71)	(51)
전적으로 내가 지불	67.5	58.0	63.3	81.7	92.2
일부 금융기관 대출 통해 지불	16.0	16.5	23.0	11.3	2.0
가족/부모님과 분담, 함께 지불	10.1	14.2	9.4	5.6	3.9
전적으로 가족/부모님이 지불	4.6	9.7	1.4	1.4	0.0

[Base: (본 조사) 전세/월세/반전세 입주자, N=437, 단일 응답, %]

현 거주지에서 거주한 기간

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

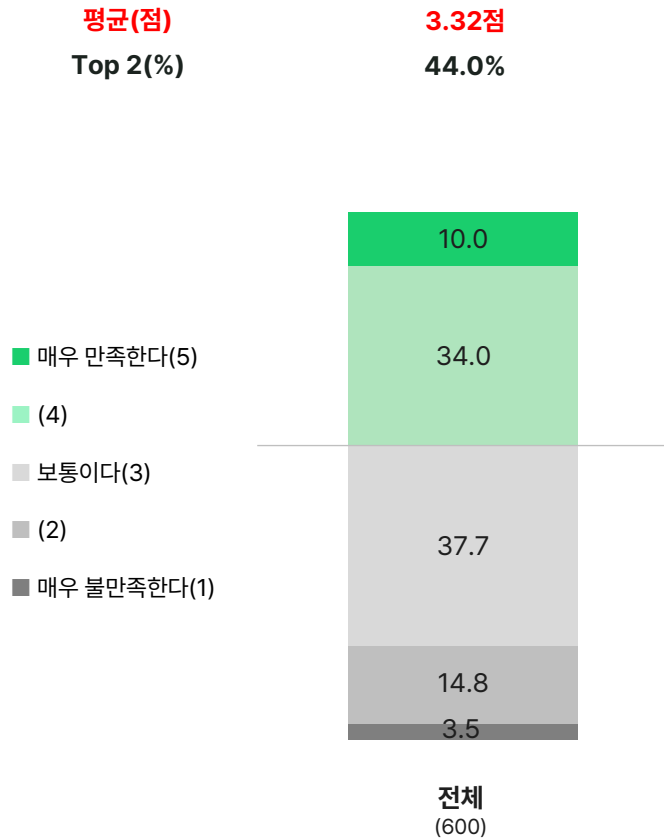
	전체	연령			
		20대	30대	40대	50대
Base	(600)	(206)	(178)	(121)	(95)
3개월 미만	8.1	15.5	5.0	4.2	3.2
3개월 이상 ~ 6개월 미만	7.5	11.2	6.2	4.1	6.3
6개월 이상 ~ 1년 미만	11.0	15.0	9.6	8.3	8.4
1년 이상 ~ 3년 미만	38.0	40.3	48.3	29.8	24.2
3년 이상 ~ 5년 미만	16.8	12.6	18.5	22.3	15.8
5년 이상 ~ 7년 미만	8.5	3.9	7.3	14.9	12.6
7년 이상 ~ 10년 미만	3.2	0.0	2.8	5.0	8.4
10년 이상	6.8	1.5	2.2	11.6	21.1
평균 거주 기간	3.0년	1.9년	2.7년	4.0년	4.8년

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 단일 응답, %]

현재 거주하는 집에 크게 불만족하지 않는 것으로 나타나며, 집의 면적이 만족과 불만족을 결정짓는 주된 요소인 것으로 보입니다

그 외에도 전/월세 비용 및 집 위생 상태·집 구조 등도 만족도에 영향을 주는 요소입니다.

거주하는 집에 대한 만족도



만족 이유

	전체
Base	(264)
집 크기가 적당해서	43.2
전/월세 등 거주 비용 적당해서	40.9
집 위생 상태가 좋아서	30.3
채광이 좋아서	29.2
관리비가 적당해서	27.7
집의 구조가 마음에 들어서	26.5
집 내부 시설 상태가 좋아서	20.8
냉난방/단열이 잘 되어서	20.5
전망/뷰가 마음에 들어서	18.6
내외부 인테리어 마음에 들어서	17.0
방법이 잘 되어서	14.8
집이 튼튼/내구성이 좋아서	11.4
방음이 잘 되어서	11.4

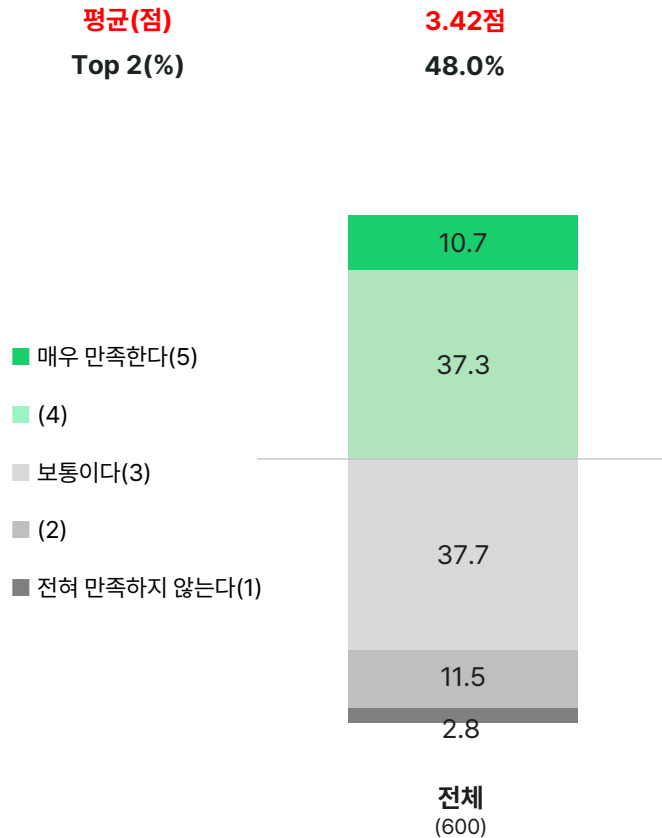
보통/불만족 이유

	전체
Base	(336)
집 크기가 적당하지 않아서	37.2
방음이 잘 되지 않아서	31.8
집 위생 상태가 좋지 않아서	26.5
전/월세 등 거주 비용 적당하지 않아서	23.5
집 구조가 마음에 들지 않아서	20.8
채광이 좋지 않아서	20.8
집 내부 시설 상태가 좋지 않아서	20.5
내외부 인테리어 마음에 들지 않아서	19.9
전망/뷰가 마음에 들지 않아서	19.0
냉난방/단열이 잘 되지 않아서	18.5
관리비가 적당하지 않아서	14.6
집이 튼튼하지 않아서	13.7
방법이 잘 되지 않아서	5.7

거주지 주변 환경에 만족 및 불만족하는 이유가 다양하게 나타납니다

거주지 환경에 만족하는 이유로 교통이 편해서, 판매/상업 시설이 충분해서, 직장/학교와 가까워서 등이 주로 꼽히고, 불만족 이유로는 문화/여가/체육 시설이 부족해서, 교통이 불편해서, 판매/상업 시설과 도로 시설/주차장소가 부족해서 등이 언급됩니다.

거주지 주변 환경(동네/지역)에 대한 만족도



만족 이유

	전체
Base	(288)
교통이 편해서	57.6
판매/상업 시설이 충분해서	47.2
직장/학교와 거리가 가까워서	46.5
문화/여가/체육 시설이 충분해서	31.6
행정/공공/은행 시설이 충분해서	28.8
도로 시설/주차장소가 충분해서	24.0
가족/친척/지인이 가까이 있어서	23.6
보건/의료 시설이 충분해서	23.3
치안이 좋아서	18.8
생활 물가가 저렴해서	14.9
교육/보육 시설이 충분해서	3.5

보통/불만족 이유

	전체
Base	(312)
문화/여가/체육 시설이 충분치 않아서	41.0
교통이 불편해서	28.8
판매/상업 시설이 충분치 않아서	28.8
도로 시설/주차장소가 충분치 않아서	26.9
가족/친척/지인 등이 멀리 살아서	20.8
생활 물가가 비싸서	19.9
행정/공공/은행 시설이 충분치 않아서	18.3
직장/학교와 거리가 멀어서	18.3
보건/의료 시설이 충분치 않아서	15.1
치안이 좋지 않아서	15.1
교육/보육 시설이 충분치 않아서	5.8

1인가구의 이사 주기는 평균 3년 정도인 것으로 나타나며, 20대의 경우 이사 주기가 짧은 편입니다 이사 시 거주 비용을 가장 우선 고려하고, 그 외 직장/학교와의 거리·교통도 중요하게 고려합니다

여성은 주변 환경의 치안과 방법을 상대적으로 더 꼼꼼하게 살피며 이사를 준비합니다.

1인가구 거주 중 평균 이사 주기

	전체	연령			
		20대	30대	40대	50대
Base	(427)	(139)	(130)	(95)	(63)
1년 미만 주기	2.1	2.9	2.3	2.1	0.0
1년 ~ 2년 주기	17.1	32.4	10.8	3.2	17.5
2년 ~ 3년 주기	41.9	49.6	50.8	33.7	19.0
3년 ~ 5년 주기	21.3	10.8	26.2	28.4	23.8
5년 이상 주기	17.6	4.3	10.0	32.6	39.7
평균 이사 주기	3.0년	2.4년	3.0년	3.7년	3.7년

[Base: (본 조사) 1인가구 거주 후 이사 경험자, N=427, 단일 응답, %]

이사 시 중요 고려 요소

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령			
		남성	여성	20대	30대	40대	50대
Base	(600)	(343)	(257)	(206)	(178)	(121)	(95)
거주 비용 적당한지	46.8	45.8	48.2	46.6	56.2	38.8	40.0
직장/학교 거리 가까운지	32.8	32.4	33.5	34.0	34.8	36.4	22.1
교통이 편리한지	28.3	26.8	30.4	22.8	26.4	36.4	33.7
집 크기가 적당한지	21.0	22.7	18.7	20.4	21.9	21.5	20.0
집 위생 상태가 좋은지	20.7	19.8	21.8	25.7	21.3	17.4	12.6
관리비가 적당한지	15.5	18.1	12.1	15.0	18.5	9.1	18.9
주변 환경 치안이 좋은지	13.7	5.5	24.5	16.0	9.0	18.2	11.6
내부 시설/내구성 좋은지	12.0	13.1	10.5	16.0	10.1	7.4	12.6
냉난방/단열,방음 잘 되는지	9.2	10.2	7.8	7.8	10.1	9.1	10.5
채광이 좋은지	8.8	8.7	8.9	10.7	5.6	11.6	7.4
집 구조가 마음에 드는지	8.7	11.1	5.4	7.3	6.7	15.7	6.3
판매/상업 시설이 충분한지		9.6	6.6	7.3	10.1	9.1	6.3
도로 시설/주차장소 충분한지	8.3	9.6	6.6	4.4	11.8	7.4	11.6
방법이 잘 되는지	6.3	2.0	12.1	7.3	6.7	6.6	3.2
생활 물가가 적당한지	6.3	7.9	4.3	6.8	3.4	5.8	11.6
내외부 인테리어 마음에 드는지	6.2	6.4	5.8	9.2	4.5	4.1	5.3
문화/여가/체육 시설 충분한지	5.7	7.3	3.5	8.3	2.2	9.1	2.1

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 순위형 응답(1~3순위), %]

*5% 이상 응답 데이터만 제시

이사 시에는 주로 온라인 부동산 전용 앱(다방, 직방, 네이버 부동산 등)을 통해 정보를 탐색합니다 그 외, 부동산 중개업자 및 온라인 부동산 포털 사이트를 활용하기도 합니다

온라인 부동산 전용 앱은 20~30대의 이용률이 상대적으로 높습니다.

이사 시 정보 탐색 채널

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	성별		연령			
		남성	여성	20대	30대	40대	50대
Base	(588)	(335)	(253)	(202)	(173)	(121)	(92)
온라인 부동산 전용 앱	34.4 55.4	55.2	55.7	64.4	65.3	42.1	34.8
부동산/부동산 중개업자	21.6 42.0	39.1	45.8	38.1	43.9	45.5	42.4
온라인 부동산 포털 사이트	21.3 39.5	39.1	39.9	37.6	42.8	43.0	32.6
주변 지인/가족/친구	6.3 16.5	15.5	17.8	15.8	17.9	13.2	19.6
인터넷 포털 사이트	5.3 13.8	16.7	9.9	9.4	13.9	16.5	19.6
블로그/커뮤니티	3.6 10.0	10.7	9.1	11.4	9.2	10.7	7.6
SNS	2.4 5.6	6.3	4.7	7.9	5.2	3.3	4.3
중고거래 앱/사이트	1.9 5.4	5.7	5.1	7.4	4.6	3.3	5.4
공공기관, 건설회사 등 관련 전문 사이트	1.7 4.3	5.4	2.8	5.0	2.9	1.7	8.7
TV/신문/라디오	1.0 2.2	3.6	0.4	2.0	1.2	1.7	5.4
모델하우스	0.2 0.5	0.6	0.4	0.5	0.0	0.0	2.2

[Base: (본 조사) 이사 시 정보 탐색하는 자, N=588, 순위형 응답(1~3순위), %]

*배너분석은 1+2+3순위 데이터

온라인 부동산 전용 앱 사용 경험 및 주 사용

	전체
Base	(388)
다방	30.7 82.2
직방	26.8 76.8
네이버 부동산	30.2 63.7
피터팬의 좋은 방 구하기	5.2 40.2
호갱노노	5.4 22.7
집토스	1.0 6.4
아실	0.3 5.4
고방	0.0 2.6
오즈의집	0.3 1.3

[Base: (본 조사) 온라인 부동산 전용 앱 사용하는 자, N=388, 단일/중복 응답, %]

온라인 부동산 전용 앱은 전반적인 시세와 여러 지역의 매물을 동시에 살펴볼 수 있어서 이용하고, 부동산 중개업자는 실제 매물을 정확하게 확인할 수 있어서 이용합니다

인터넷 포털 사이트는 접근하기 편리해서 이용하기도 합니다.

집 관련 정보 탐색 채널별 이용 이유

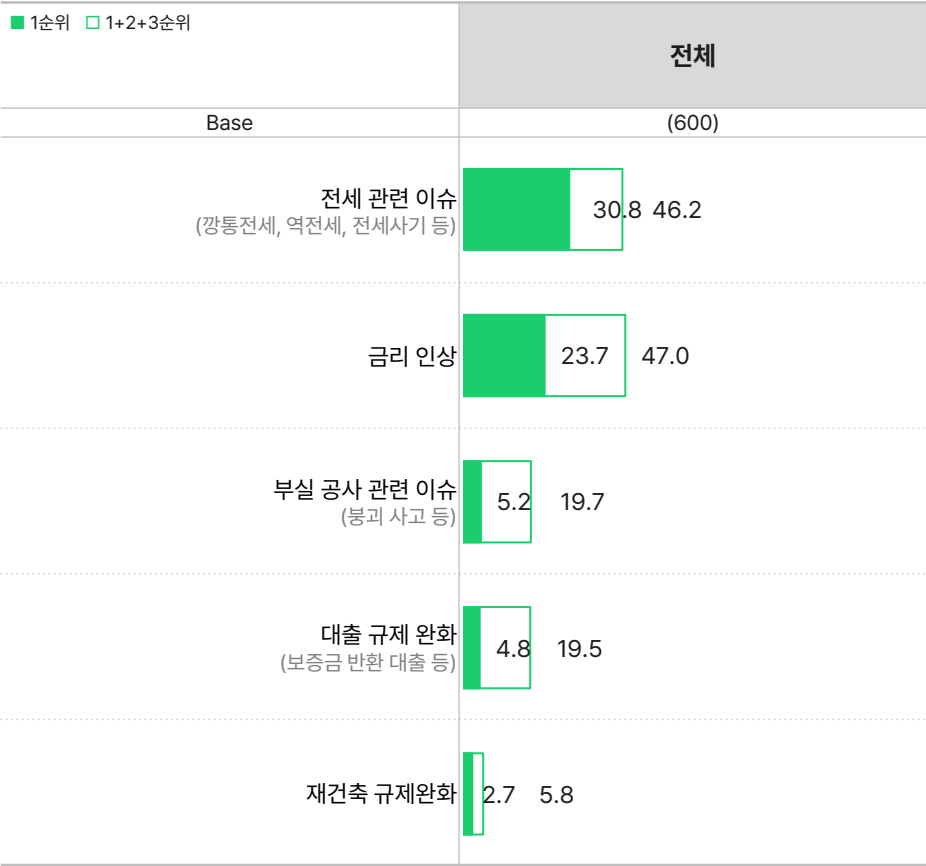
전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	정보 탐색 채널 (1순위)				
		온라인 부동산 전용 앱	부동산/부동산 중개업자	온라인 부동산 포털 사이트	주변 지인/가족/친구	인터넷 포털 사이트
Base	(588)	(202)	(127)	(125)	(37)	(31)
쉽고 편리하게 접근이 가능해서	50.7	52.0	51.2	51.2	45.9	67.7
전반적인 시세를 살펴보기 좋아서	41.8	49.0	33.9	52.8	13.5	38.7
알아보는 시간이 절약되어서	40.1	44.1	38.6	40.8	43.2	29.0
여러 지역의 매물을 동시에 살펴볼 수 있어서	34.4	46.0	26.0	38.4	24.3	12.9
정보의 종류가 많고 다양해서	29.4	31.2	21.3	30.4	43.2	32.3
실제 매물을 가장 정확하게 살펴볼 수 있어서	24.8	20.8	33.1	27.2	24.3	12.9
많은 사람들이 이용해서	23.3	21.8	16.5	28.0	27.0	35.5
제공되는 정보가 정확해서	15.0	11.4	15.7	13.6	21.6	16.1
허위 매물이 거의 없어서/안전한 매물이 많아서	13.8	11.4	16.5	12.8	18.9	6.5
신규 매물의 업데이트가 빨라서	13.6	17.3	7.9	16.0	5.4	9.7

내게 영향을 부동산 시장 관련 이슈로는 전세 관련 이슈와 금리 인상이 주로 꼽힙니다

전세 관련 이슈로 인해 중개업자를 믿을 수 있는 지 사전에 확인하고, 계약 전후 각종 서류를 꼼꼼하게 확인하고 있습니다.
금리 인상으로 인해 주거 비용 마련 방법을 바꾸기도 하였고, 부실 공사 관련 이슈로 인해 이사 시기를 변경한 경우도 있습니다.

내게 영향을 준 부동산 시장 이슈



[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 순위형 응답(1~3순위), %] *Sorting: 1순위 기준

부동산 시장 이슈가 미친 영향

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	전체	영향 받은 부동산 시장 이슈 (1순위)		
		전세 관련 이슈	금리 인상	부실 공사 관련 이슈
Base	(404)	(185)	(142)	(31)
부동산/중개업자가 믿을 만한지 확인함	34.7	54.1	12.7	35.5
주거 비용(전세, 월세 자금 등) 마련 방법을 변경함	31.4	21.1	45.1	16.1
계약 전후 각종 서류의 유무 및 진위를 확인함	27.5	43.8	12.7	9.7
점유 형태(전세, 월세, 매매 등) 를 변경함	23.3	25.4	21.8	12.9
이사 시기를 변경함	22.3	14.6	23.2	38.7
보험(전세자금 보증 보험 등)에 가입함	16.8	22.2	10.6	22.6
주거 형태(아파트, 오피스텔, 빌라 등)를 변경함	15.1	11.9	14.1	19.4
계약 기간을 변경함	11.1	7.6	15.5	12.9

[Base: (본 조사) 최근 부동산 시장의 변화/사건에 영향 받은 자, N=404, 중복 응답, %]

Contents

Part.1

조사 개요

1. 조사 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 특성

Part.2

트렌드 요약

Part.3

주요 조사 결과

1. 1인가구 현황 및 관련 인식
2. 1인가구의 전반적인 생활 특성
3. 1인가구의 주거 생활 특성
- 4. 1인가구의 식생활 특성**

주중 점심과 저녁식사는 가급적 챙겨 먹는 편이고, 주말에는 아침 겸 점심과 점심 중 한 가지를 선택하여 먹는 경향을 보입니다

주중과 주말 모두 하루에 평균적으로 2~3번 끼니를 챙겨 먹고 있습니다.

주중에 식사하는 끼니

	전체	성별		연령			
		남성	여성	20대	30대	40대	50대
Base	(600)	(343)	(257)	(206)	(178)	(121)	(95)
아침식사	25.3	28.0	21.8	18.9	25.8	24.8	38.9
아침 겸 점심	22.0	19.5	25.3	20.4	18.5	24.0	29.5
점심식사	64.8	66.8	62.3	65.0	75.3	57.9	53.7
점심 겸 저녁	11.0	10.2	12.1	11.7	9.0	14.0	9.5
저녁식사	77.8	79.3	75.9	79.6	84.3	73.6	67.4
야식	14.0	15.5	12.1	13.6	16.9	14.9	8.4
후식/간식	21.3	16.9	27.2	23.3	25.3	12.4	21.1
주중 취식하는 평균 끼니 수	2.4 끼니	2.4 끼니	2.4 끼니	2.3 끼니	2.6 끼니	2.2 끼니	2.3 끼니

주말에 식사하는 끼니

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

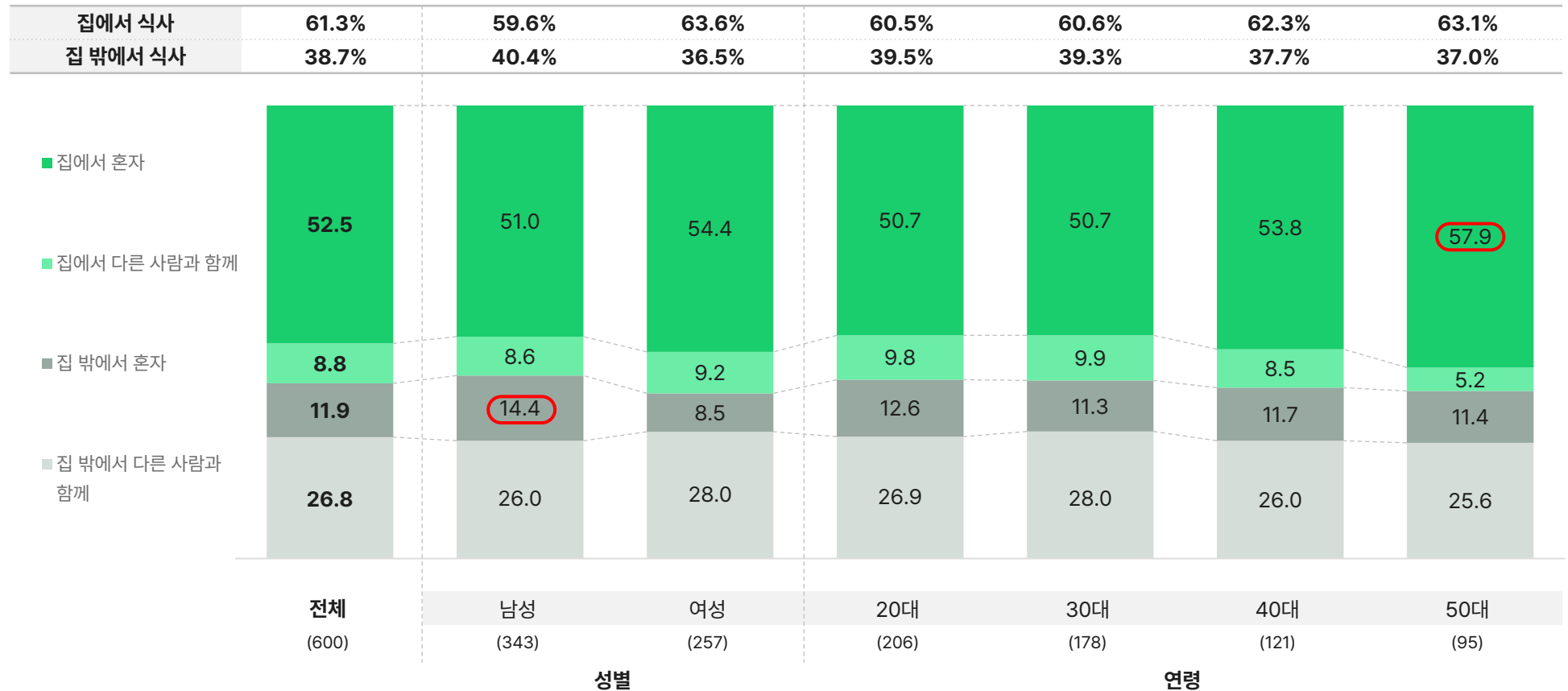
	전체	성별		연령			
		남성	여성	20대	30대	40대	50대
Base	(600)	(343)	(257)	(206)	(178)	(121)	(95)
아침식사	15.2	17.5	12.1	9.7	13.5	17.4	27.4
아침 겸 점심	39.8	35.0	46.3	31.1	42.1	43.8	49.5
점심식사	44.0	49.3	37.0	49.5	43.8	42.1	34.7
점심 겸 저녁	22.7	18.4	28.4	20.9	23.0	29.8	16.8
저녁식사	67.7	72.9	60.7	67.0	75.8	61.2	62.1
야식	18.3	20.7	15.2	22.8	19.7	15.7	9.5
후식/간식	22.8	16.3	31.5	24.3	24.7	16.5	24.2
주말 취식하는 평균 끼니 수	2.3 끼니	2.3 끼니	2.3 끼니	2.3 끼니	2.4 끼니	2.3 끼니	2.2 끼니

식사 10번 중 6번은 집에서 식사를 하고, 집에서 식사 시 대부분은 혼자 먹습니다

남성은 여성 대비 집 밖에서 혼자 먹는 비중이 상대적으로 높고, 50대는 타 연령 대비 집에서 혼자 식사하는 비중이 높습니다.

식사 장소 및 동반인 유무에 따른 비중

전체 대비 유의미하게 높음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)



1인가구는 주로 간편식 구매, 배달/테이크아웃 주문, 직접 조리 등의 방법으로 식사를 준비합니다

20~30대는 배달/테이크아웃 음식·간편식을 이용하는 비중이 상대적으로 높으며, 50대는 배달/테이크아웃 음식·간편식과 더불어 밀키트나 가족/지인의 공급으로 식사를 해결하는 비중이 낮은 편입니다.

최근 한 달 사이 이용한 식사 마련 방법

전체 대비 유의미하게 높음 낮음
(80% 신뢰수준, 응답 수 30건 미만은 제외)

	1순위	All	전체	성별		연령			
				남성	여성	20대	30대	40대	50대
Base			(600)	(343)	(257)	(206)	(178)	(121)	(95)
간편식		22.0	69.0	68.2	70.0	71.8	77.0	61.2	57.9
배달/테이크아웃		18.3	65.8	63.6	68.9	76.2	77.0	58.7	31.6
직접 구입한 재료로 요리해서 먹는 식사		31.3	61.0	57.4	65.8	60.2	57.3	62.0	68.4
식당/레스토랑/카페 등에 직접 가서 사 먹는 식사		10.3	46.0	46.4	45.5	47.6	51.1	39.7	41.1
밀키트		6.7	38.2	37.6	38.9	37.4	42.1	43.0	26.3
가족/지인이 해준 요리로 먹는 식사		11.2	34.3	29.2	41.2	33.5	42.1	34.7	21.1

[Base: (본 조사) 전체 응답자, N=600, 단일/중복 응답, %]

*배너 분석은 All 응답 데이터

트렌드 리포트 미디어 활용 가이드

트렌드 리포트는 무료로 배포됩니다.

단, 트렌드 리포트 인용 및 활용 시에는
우측의 표기 방법과 주의 사항을 반드시
준수해 주셔야 합니다.

표기 방법

- | | |
|-------|--|
| 회사 명 | 오픈서베이 사명 표기는 한글 혹은 영문으로 가능하며, 아래와 같이 표기
(한글) 오픈서베이 혹은 소비자 데이터 플랫폼 오픈서베이
(영문) Opensurvey |
| 리포트 명 | 인용하는 트렌드 리포트 명을 정확히 표기
예) 뷰티 트렌드 리포트 2022, Z세대 트렌드 리포트 2022 |
| 상세 정의 | 리포트 내용 인용 시 조사 대상, 응답자 수, 단위, 조사 기간과 같은 상세 정의를 표기
예) 최근 1개월 내 유튜브 사용자, N=200, 단일 응답, %, 2023.1.17 |

⚠ 주의 사항 ⚠

트렌드 리포트 데이터를 임의로 재가공해서 배포할 수 없습니다. 오픈서베이와 사전 협의를
거치지 않은 데이터 해석에 대한 책임은 해당 내용을 배포한 주체에 있습니다.

트렌드 리포트는 저작권법으로 보호받는 오픈서베이의 저작물입니다. 온라인상에 리포트 전문
을 PDF·이미지 등 형태로 게시하거나 상업적으로 활용할 수 없습니다.

트렌드 리포트 데이터 구매 안내

트렌드 리포트 상세 데이터를
구매할 수 있습니다.

더 많은 분이 오픈서베이 데이터를
활용하고 손쉽게 분석할 수 있도록
합리적인 가격으로 제공합니다.

구매 안내

제공 데이터 웹 결과 페이지 ([링크](#))
Excel Raw data 파일 ([링크](#))
SPSS 결과 분석 시 활용 가능한 CSV 파일 ([링크](#))
*링크 클릭 시 예시 결과를 확인할 수 있습니다.

구매비용 및 결제 방법은 아래 안내 페이지에서 확인할 수 있습니다.

[구매 안내 페이지 바로가기 >](#)

프로세스

Step 1

구매 요청

아래 내용을 작성하여,
data@opensurvey.co.kr로 구매 요청
메일을 보내주세요.

1. 구매 리포트 명
2. 결제 방법
 - 세금계산서 발행 시
사업자 등록증 사본을
함께 보내주세요.
3. 오픈서베이 ID

Step 2

담당자 확인 및 안내

담당자가 보내주신
내용을 확인하여
회신을 드립니다.

Step 3

결제

결제 방법에 따라
결제를 진행합니다.

세금계산서는 데이터 전달일을
기준으로 발행됩니다.

Step 4

데이터 전달

결제 확인 완료 후
등록된 오픈서베이
ID로 트렌드 리포트
데이터를 이관해
드립니다.

오픈서베이 커스텀 리서치 서비스 안내

오픈서베이가 제공하는 다양한 리서치 서비스를 활용해 **필요한 소비자 데이터를 수집하고 분석**할 수 있습니다.

커스텀 리서치 서비스가 필요하신 분들은 [오픈서베이 홈페이지](#)를 통해 문의해주시기 바랍니다.

마케팅 리서치

브랜드 인식 조사부터 새로운 시장 기회를 발견하는 조사까지 비즈니스 의사결정을 위한 다양한 마케팅 리서치 서비스를 제공합니다.

[Market map 조사](#) · [U&A 조사](#) · [브랜드 인덱스 조사](#) · [브랜드 이미지 조사](#) · [광고 시안 평가](#)
[TV 광고효과 조사](#) · [컨셉 평가](#) · [HUT\(Home Use Test\)](#) · [신제품 초기 반응 조사](#)

기업 고객 자문단

우리 브랜드만의 자문단을 구성해 온·오프라인 미션을 수행하고 신제품을 발전시키는 등 소비자로부터 지속적인 피드백을 수집할 수 있습니다.

[인-스토어 오딧](#) · [블라인드 시사회](#) · [맛 테스트/관능평가](#) · [고객 자문단](#) · [FGD/IDI 리쿠르팅](#)

UX 리서치

전문적인 사용자 경험 측정을 통해 사용자의 생각과 행동을 심도있게 이해할 수 있습니다. 오프라인 이외 온라인 비대면 환경으로도 최적의 UX 리서치 서비스를 이용할 수 있습니다.

[모바일 앱 NPS](#) · [B&A 조사](#)

해외 리서치

직접 해외 시장으로 나가지 않아도 오픈서베이 해외 리서치 서비스를 통해 88개국 해외 소비자의 의견을 들을 수 있습니다.

DIY

빠르고 비용합리적으로 오픈서베이 설문 플랫폼에서 직접 설문을 만들고 결과 데이터를 분석할 수 있습니다.



오픈서베이와 함께 소비자 데이터로 시장의 기회를 더 빠르게 발견하세요!

수집은 정확하고 빠르게, 분석은 놀랄 만큼 쉽게, 공유는 자유롭게,
소비자의 생각과 행동을 입체적으로 이해할 수 있는 데이터를 수집하고 자동으로 분석합니다.

[홈페이지 바로가기](#)

[뉴스레터 신청하기](#)

고맙습니다

소비자 데이터와 오픈서베이 솔루션에 대해 궁금한 점이 있으시다면
편하게 연락 주시기 바랍니다.

오픈서베이

E data@opensurvey.co.kr

www.opensurvey.co.kr