

능동적으로 누린 2025년 문화·여가 활동

- 2025년 국민문화예술활동조사, 국민여가활동조사, 근로자휴가조사 결과 발표
- 여가만족도는 지속적으로 증가하고, 근로자 연차 소진율도 역대 최고치

- 문화예술 직접 관람률 60.2%로, 전년 대비 2.8%포인트 감소했지만, 매체 활용 간접 관람률(72%), 문화예술행사 참여율(5.8%), 문화예술 교육 경험률(8.6%) 상승
- 여가만족도는 2016년 이후 최고 수치(64%)이며, 지속적 여가활동 비율은 43.2%로 전년 대비 4.7%포인트 상승
- 근로자들의 연차 소진율은 79.4%로 역대 최고치

문화체육관광부(장관 최희영, 이하 문체부)는 한국문화관광연구원(원장 직무대행 노영순, 이하 연구원)과 함께 문화 분야 대표 통계인 2025년 ▲국민문화예술활동조사, ▲국민여가활동조사, ▲근로자 휴가조사 결과*를 발표했다. 이 조사는 국민의 문화·여가누림 현황과 근로자 휴가사용 실태를 파악하기 위해 매년 시행하는 국가승인통계조사이다.

* ▲국민문화예술활동조사(구 문화향수실태조사/1988년~, 2019년 명칭 변경 및 주기 2년 → 1년 단축), ▲국민여가활동조사(2006년~, 2019년 주기 2년 → 1년 단축), ▲근로자 휴가조사(2018년~, 매년)

조사명	조사대상	조사대상 기간
국민문화예술활동조사	전국 만 15세 이상 일반 국민 10,040명	'24. 8. 1.~'25. 7. 31.
국민여가활동조사	전국 만 15세 이상 일반 국민 10,028명	'24. 8. 1.~'25. 7. 31.
근로자휴가조사	국내에서 산업활동을 수행하는 모든 사업체 중 근로기준법에 적용되는 상용근로자 5인 이상이 종사하는 사업체(2,041개)와 상용근로자(5,096명)	'24. 1. 1.~'24. 12. 31.

문화예술행사 관람은 감소, 직접 참여하는 주체적인 활동은 증가

문화누림의 대표적인 지표인 ‘문화예술행사 직접 관람률(이하 직접 관람률)*’은 60.2%로 전년 대비 2.8%포인트 감소했다. 분야별 관람률은 영화(50.6%), 대중음악 및 연예(15%), 미술(7.7%), 뮤지컬(5.8%) 순으로 나타났으며,

영화 분야는 전 분야 중 가장 높은 관람률을 보이고 있으나 전년 대비 6.4%포인트 감소했고, 대중음악 및 연예는 전년 대비 0.4%포인트, 미술은 전년 대비 2.1%포인트 상승했다. 한편, 가장 큰 하락폭을 보인 영화 분야 관람률 회복을 위해 문체부는 영화 제작 지원을 확대해 양질의 영화 공급을 늘리고, ‘극장 가치 발견 프로젝트’ 등 관객 유인 정책을 추진할 계획이다.

‘문화예술행사 직접 관람 횟수’**는 2.4회로 전년 대비 0.2회 감소했다. 다만, 스마트 기기 등 다양화된 매체를 활용한 ‘문화예술행사 간접관람률’***은 72.0%로 전년 대비 0.4%포인트 상승했다.

* 문화예술행사 직접 관람률(%): ('23년) 58.6 → ('24년) 63 → ('25년) 60.2

** 문화예술행사 직접 관람 횟수(회): ('23년) 2.5 → ('24년) 2.6 → ('25년) 2.4

*** 문화예술행사 간접 관람률(%): ('23년) 75.1 → ('24년) 71.6 → ('25년) 72

문화예술 관련 발표회·전시회 및 창작활동에 참여한 ‘문화예술행사 참여율’*은 5.8%로 전년 대비 1.1%포인트, ‘문화예술교육 경험률’**은 8.6%로 전년 대비 2.2%포인트 상승하는 등 단순 관람 활동은 감소하고, 문화예술행사에 직접 참여하는 주체적인 활동이 증가한 것으로 나타났다.

* 문화예술행사 참여율(%): ('23년) 4.8 → ('24년) 4.7 → ('25년) 5.8

** 문화예술행사 교육 경험률(%): ('23년) 8.5 → ('24년) 6.4 → ('25년) 8.6

지속적인 여가활동 증가, 여가생활 만족도는 2016년 이후 최고치 기록

우리나라 국민이 ‘한 번 이상 참여한 여가활동’ 1인당 평균 개수*는 15.7개로 전년 대비(16.4개) 감소했으나, ‘지속적으로 참여하는 여가활동’** 비율은 43.2%로 전년 대비 4.7%포인트 증가했다. 특히, 15~19세는 전년 대비 14.3%포인트, 50대는 5.7%포인트, 40대는 전년 대비 4.6%포인트 증가하는 등 전 연령·성별에서 증가세를 보였다. ‘여가생활의 만족도’***는 전년 대비 2.4%포인트 상승하여 '16년 이후 최고치로 나타났다.

* 전체 88개 여가활동 세부 유형 중 한 번 이상 참여한 여가활동 개수

** 지속적 여가활동 비율(휴식 제외): 전체 43.2%, 15~19세 39.5%, 20대 44.6%, 30대 43.7%, 40대 44.3%, 50대 45.5%, 60대 44.3%, 70대 이상 37.2%

*** 전반적 여가생활 만족도: ('21년) 49.7 → ('22년) 56.6 → ('23년) 60.7 → ('24년) 61.6 → ('25년) 64.0

여가활동을 유형별로 살펴보면 ‘스포츠’와 ‘문화예술’ 분야 참여율은 각각 전년 대비 2%포인트, 1.8%포인트 증가했으나, ‘취미오락’과 ‘문화예술 관람’ 분야의 경우 각각 2.5%포인트, 1.3%포인트 감소했다. 개별 여가 활동을 살펴보면, ‘모바일콘텐츠/온라인동영상서비스(OTT) 시청’이 5.1%포인트, ‘러닝/조깅’이 2%포인트, ‘친구만남’이 1.2%포인트 상승했고, 텔레비전(TV) 시청은 4%포인트, 영화관람은 1.9%포인트 하락해 단순 관람보다는 능동적 참여 활동에 대한 선호가 증가한 것으로 보인다.

* 유형별 여가활동: ▲(증가) 스포츠 참여 31.7%(전년 대비 2.0%p), 문화예술 참여 6%(1.8%p), ▲(감소) 취미오락 77.5%(2.5%p), 문화예술 관람 9.8%(1.3%p)

** 개별 여가활동: ▲(증가) 모바일콘텐츠/온라인동영상서비스(OTT) 시청 53.1%(5.1%p), 러닝·조깅 5.2%(2%p), 친구만남 20%(1.2%p) ▲(감소) 텔레비전(TV) 시청 58.8%(4%p), 영화관람 7.7%(1.9%p)

‘여가활동의 동반자’는 혼자(56.6%), 가족과 함께(29.4%), 친구·연인(11.6%), 동호회 회원(1.6%), 직장 동료(0.7%) 순으로 나타났으나, 혼자 하거나 동호회 회원, 직장 동료와 함께하는 비율은 증가, 친구·연인 및 가족과 함께하는 비율은 감소해 사회적 관계 속 여가 동반자에 대한 선호가 증가했다. 여가활동의 목적은 개인의 즐거움(39.8%), 마음의 안정과 휴식(23.5%), 건강(13.2%) 등의 순*으로 나타났다.

* 여가활동 목적: 개인의 즐거움(39.8%), 마음의 안정과 휴식(23.5%), 건강을 위해(13.2%), 스트레스 해소(9.1%), 자기만족(5.5%) 순

연차 소진율 역대 최고치 기록, 연차 사용 환경 개선

연차 소진율은 79.4%로 전년 대비 1.6%포인트 증가해 근로자 휴가조사를 시작한 2018년 이래 최고치를 나타냈다. 연차 사용 목적으로는 여행이 35%로 2022년 이후 가장 높은 비율을 유지하고 있으며, 그다음으로 휴식 28.6%, 집안일 16.0% 등의 순*으로 나타났다.

* 연차 사용 목적: 여행(35.0%), 휴식(28.6%), 집안일(16.0%), 여행 외 여가활동(8.6%), 건강관리(4.7%), 자기개발(1.6%) 등

연차 사용의 월별 현황을 살펴보면 8월 사용률이 15.3%로 가장 높아 하계 휴가 기간에 집중되는 것은 여전하나 2월~6월, 10월, 12월 등의

사용률이 전년 대비 증가해 휴가 사용이 분산되는 현상을 보여주고 있다. 연차 시 사용하는 지출 금액은 221만 2천 원으로 최근 지속적으로 증가*하고 있다.

* 지출 금액(천원): ('20년) 853 → ('21년) 1,133 → ('22년) 1,386 → ('23년) 1,722 → ('24년) 2,212

원활한 휴가 사용을 위한 조건으로는 ‘직장 내 휴가 사용의 자유로운 분위기’가 최근 5년 동안 가장 높은 것으로 나타났고, ‘휴가에 관한 근로자의 인식’은 삶에 긍정적 영향(76.1점), 업무집중도 향상(75.6점), 쉬는 것만으로 즐거움(75.1점), 생산성에 영향(74.6점) 순으로 나타나 연차 사용이 개인의 삶과 직장 내 업무의 효율성을 높이는 데도 큰 영향을 미친다고 느끼는 것으로 나타났다.

이번 조사의 세부적인 내용은 향후 문화센터 누리집(stat.mcst.go.kr)과 문화예술지식정보시스템(policydb.kcti.re.kr)에서 확인할 수 있다.

문체부 이정우 문화예술정책실장은 “이번 조사에서 국민의 문화·여가 활동이 더욱 주체적인 활동을 선호하는 형태로 옮겨가고 있음을 확인할 수 있었다.”라며, “문체부는 국민의 문화여가 활동 현황을 세심하게 분석해 향후 정책을 설계하는 데 꼼꼼히 반영할 수 있도록 업무를 추진해 나가겠다.”라고 밝혔다.

- 붙임 1. 문화·여가 분야 국가승인통계 개요
2. 국민문화예술활동조사 상세 결과
3. 국민여가활동조사 상세 결과
4. 근로자휴가조사 상세 결과

담당 부서	문화예술정책실 문화정책과	책임자	과장	명수현 (044-203-2511)
		담당자	사무관	이연수 (044-203-2564)



□ 국민문화예술활동조사

- (조사대상) 만 15세 이상 남녀 10,040명
- (조사지역) 전국 17개 시·도(제주도 및 세종시 포함)
- (조사주기) 1년
- (조사대상기간) 2024년 8월 1일 ~ 2025년 7월 31일
- (조사기간) 2025년 8월 24일 ~ 2025년 11월 3일
- (조사방법) 일대일 가구 방문 태블릿 대면조사

□ 국민여가활동조사

- (조사대상) 만 15세 이상 남녀 10,028명
- (조사지역) 전국 17개 시·도(제주도 및 세종시 포함)
- (조사주기) 1년
- (조사대상기간) 2024년 8월 1일 ~ 2025년 7월 31일
- (조사기간) 2025년 8월 25일 ~ 2025년 11월 3일
- (조사방법) 일대일 가구 방문 태블릿 대면조사

□ 근로자휴가조사

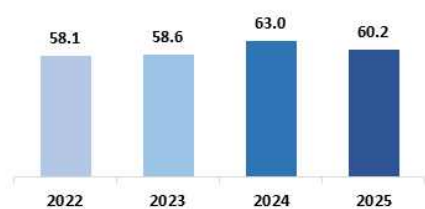
- (조사대상) 17개 시·도에서 산업활동을 수행하고 있는 상용근로자가 5인 이상인 모든 사업체(2,041개)에서 종사하는 상용근로자(5,096명)
- (조사주기) 1년
- (조사대상기간) 2024년 1월 1일 ~ 2024년 12월 31일
- (조사기간) 2025년 8월 22일 ~ 2025년 11월 7일
- (조사방법) 표준화된 설문지를 통한 1:1 면접조사

문화예술행사 직접 관람률은 영화시장 전반의 위축에 따른 영향으로 2024년(63.0%) 대비 2.8% 감소하였으며, 대부분의 연령대·소득 구간에서 감소하였으나, 읍면지역의 관람률은 전년 대비 증가하여 지역 격차는 다소 감소하는 양상 보여

전체 응답자 대상 문화예술행사 관람 횟수는 2.4회로 전년 대비 0.2회 감소해 직접 관람의 전체적인 감소가 나타났다.

* 문화예술행사 직접 관람 : TV, 스마트폰 등 매체를 통하지 않고 현장에서 관람하는 것을 의미

<문화예술행사 직접 관람률>
(단위: %)



<문화예술행사 관람 횟수>

(단위: 회)



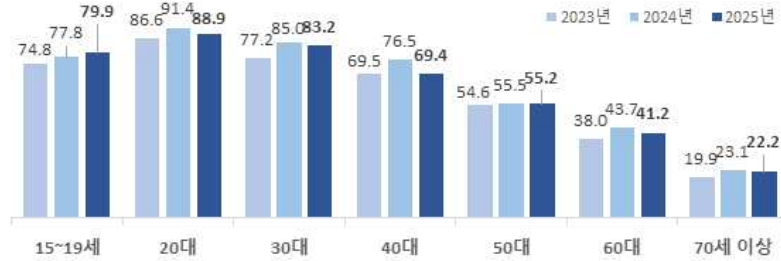
직접 관람률의 하락은 15~19세를 제외한 모든 연령에서 동일하게 하락하는 것으로 나타나며, 가구소득별로도 모든 구간에서 전년 대비 감소한 것으로 나타났다.

△연령별로 보면 15~19세는 2024년 대비 2.1%포인트 상승하였으나, 그 외의 모든 연령대에서 직접관람률이 감소하였으며, 특히 40대에서 가장 크게 감소(7.1%p 하락)하였다. △가구소득별 직접 관람률 역시 모든 소득수준에서 직접 관람률이 하락하였다.

한편 △지역 규모별 직접 관람률은 대도시와 중소도시에서 감소한 반면, 읍면지역의 관람률은 1.3%포인트 상승함에 따라 지역격차는 다소 해소된 것으로 나타났다.

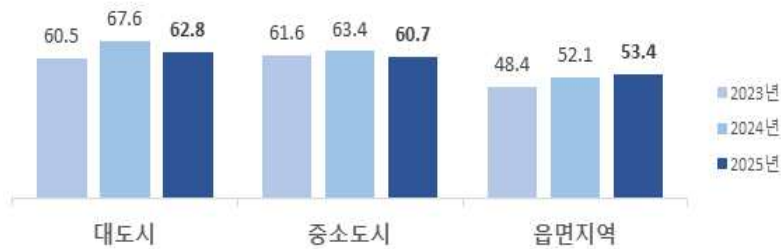
<연령대별 문화예술행사 직접 관람률>

(단위: %)



<지역 규모별 문화예술행사 직접 관람률>

(단위: %)



<가구소득별 문화예술행사 직접 관람률>

(단위: %)



문화예술행사 분야별 관람률은 영화(50.6%), 대중음악 및 연예(15.0%), 미술(7.7%) 순으로 나타났으며, 직접 관람률에 가장 큰 영향을 미치는 영화 부문의 관람률 하락(6.4%p 감소)이 전체 관람률의 하락으로 이어진 것으로 보인다.

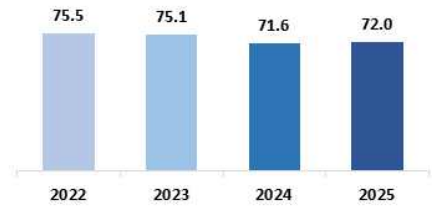
<문화예술행사별 직접 관람률>

(단위: %)



직접 관람률과 달리 매체를 이용한 문화예술행사 관람 경험은 72.0%로 전년 대비 0.4%포인트 증가하였다. 영화 분야(1.1%포인트 감소)를 제외한 모든 분야에서 유지 또는 증가하였으며, 특히 대중음악 및 연예 분야가 전년 대비 가장 크게 증가(1.8%포인트)하였다.

<문화예술행사 매체이용 관람률>
(단위: %)



<문화예술행사별 매체이용 관람률>

(단위: 회)



반면, 직접 관람률과 달리 문화예술행사 참여율은 5.8%로 전년 대비 1.1%포인트 증가하였으며, 최근 1년 이내 학교 외 문화예술교육 경험률은 8.6%로 전년 대비 2.2포인트 증가한 것으로 나타났다.

<문화예술행사 참여율>

(단위: %)



<1년 이내 문화예술교육 경험률>

(단위: %)



참여하는 여가 활동 개수는 감소했지만 관람형 대비 참여형 여가활동 확대, 지속적인 여가활동 증가와 사회적 관계속 여가활동 동반자 비율 증가, 여가시간의 격차는 감소, 여가비용의 격차는 증가, 여가만족도는 '16년 이후 최고

1인당 한 번 이상 참여한 여가 활동 평균 개수*는 2025년 15.7개로 전년(16.4개) 대비 0.7개 감소했다. 그 중 15-19세 연령층이 참여하는 여가 활동 개수가 지속적으로 감소하고 있는 것을 확인할 수 있다.

* 1인당 여가활동 평균 개수 : 전체 88개 여가활동 세부 유형 중 한 번 이상 참여한 여가활동 수

<한 번 이상 참여한 여가활동 개수>

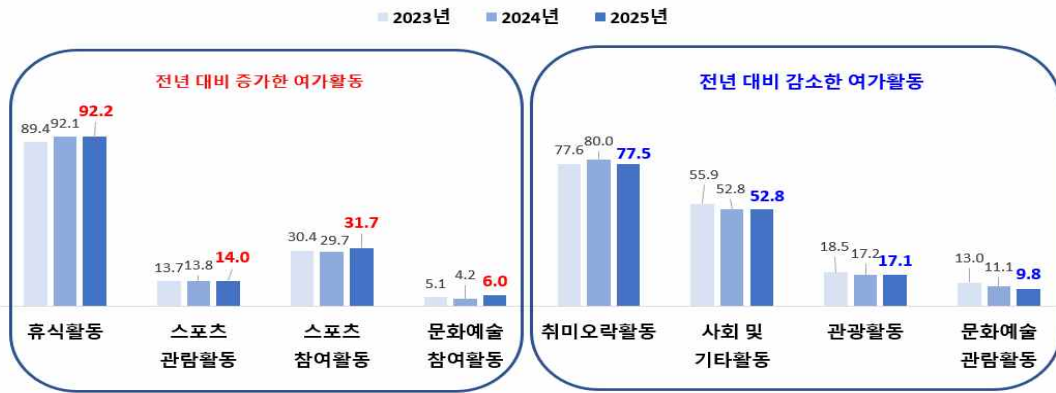
(단위: 개)



가장 많이 참여한 여가활동을 8개 중분류 기준으로 살펴보면 전년대비 스포츠 참여(전년대비 2.0%포인트 상승), 문화예술 참여(전년대비 1.8%포인트 상승), 스포츠 관람(전년대비 0.2%포인트 상승), 휴식활동(전년대비 0.1%포인트 상승)은 증가하였으나, 취미오락(전년대비 2.5%포인트 하락), 문화예술관람(1.3%포인트 하락), 관광(0.1%포인트 하락) 등은 감소하여 능동적이고 참여형인 여가활동 비율이 전년 대비 증가한 것으로 나타났다. 세부 여가활동 기준으로 가장 많이 참여한 활동은 'TV 시청'(58.8%)이었으며, '온라인/모바일 동영상 시청'이 큰 폭으로 상승(전년 대비 5.1%포인트)한 것으로 나타났다.

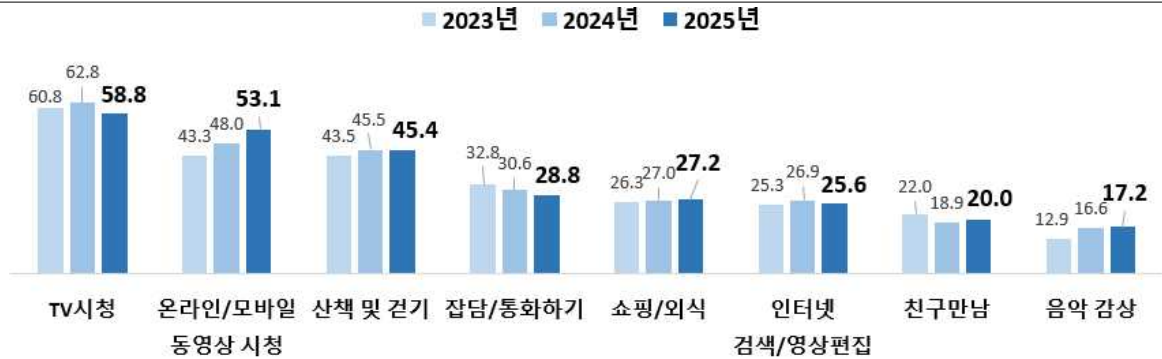
<가장 많이 참여한 여가활동 유형(1~5순위 복수응답/중분류)>

(단위: %)



<가장 많이 참여한 세부 여가활동(1~5순위 복수응답)>

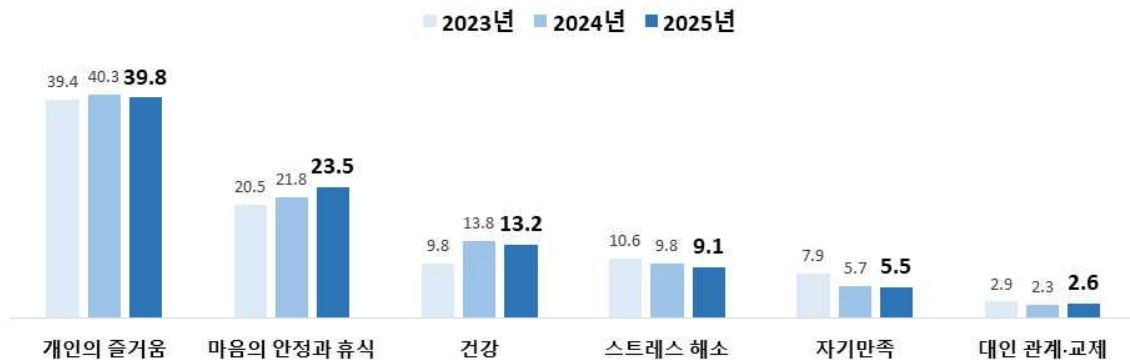
(단위: %)



여가활동의 목적은 ‘개인의 즐거움’이 39.8%로 가장 높으나 ‘마음의 안정과 휴식’을 위한 응답이 전년 대비 1.7%포인트 상승한 것으로 나타났으며, 사회활동을 통한 ‘대인 관계나 교제’를 위한 응답도 소폭 증가한 것으로 나타났다.

<여가활동의 목적>

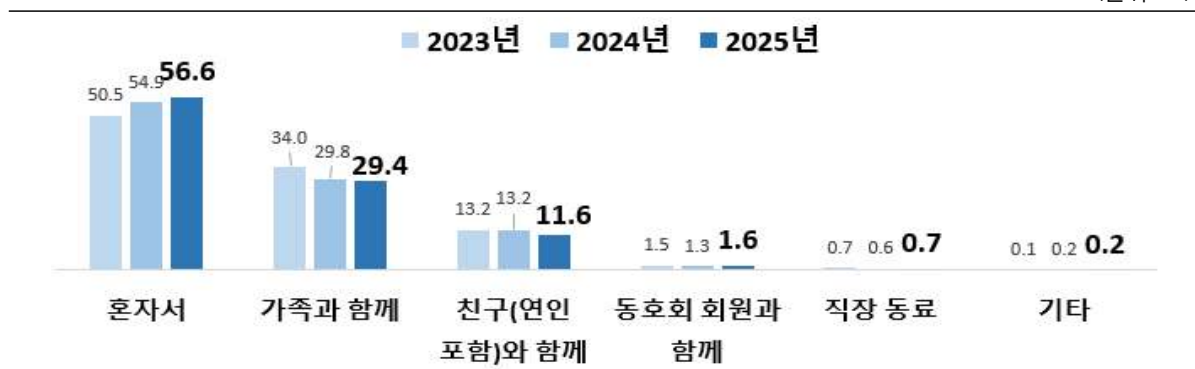
(단위: %)



혼자 하는 여가활동의 비율은 56.6%로 전년 대비 1.7%포인트 상승으로 지속 강화되는 추세이나, 가족 및 친구와 같은 가까운 지인보다 동호회 회원, 직장 동료와 같은 사회적 관계속 여가 동반자의 비율이 소폭 증가한 것으로 나타났다. 휴식을 제외한 여가활동 중 정기적으로 참여하는 지속적 여가활동 참여율은 43.2%로 전년 대비 4.7%포인트 증가했으며, 특히 15-19세와 40-50대 연령층의 지속적 여가활동이 전년 대비 증가한 것으로 보인다.

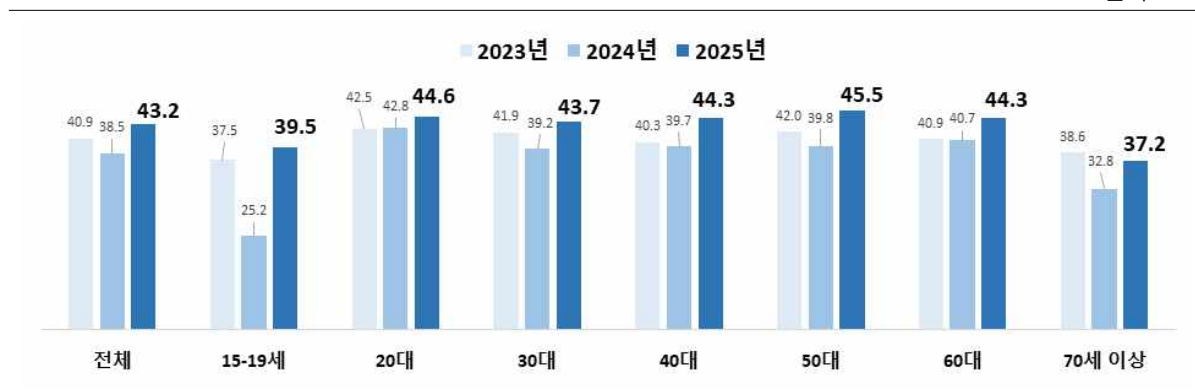
<여가활동 동반자(1순위)>

(단위: %)



<지속적 여가활동 참여율>

(단위: %)



국민의 하루 평균 여가 시간은 평일 기준 3.8시간, 희망 4.4시간으로 여가시간의 격차는 전년보다 감소했으나, 지출하는 여가비용은 월평균 18만 5천원으로 희망하는 여가비용 대비 격차는 증가하였다. 이는 물가 상승으로 소비가 위축되면서 여가 소비에 대한 부분도 영향을 미친 것으로 추측된다.

<월평균 여가시간>

(단위: 시간)



<월평균 여가비용>

(단위: 천원)



개인의 여가생활에 대한 전반적인 만족도는 ‘만족’(매우만족+만족+약간만족)이 64.0% 비율로 전년 대비 2.4%포인트 증가하여, 2016년 이후 여가 만족 수준이 가장 높은 것으로 보인다.

<전반적 여가생활 만족도>

(만족 비율, 단위: %)



* 주: 7점 척도 응답 중 만족(매우 만족 + 만족 + 약간 만족) 비율로 산출

붙임 4

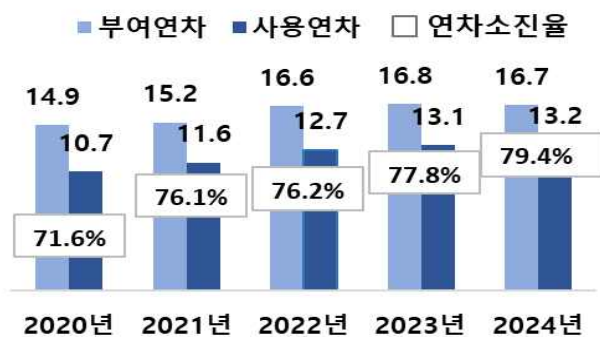
근로자휴가조사 상세 결과

연차소진율(79.4%) 전년대비 증가 ‘여행’, ‘집안일’ 연차 사용 증가, 연차 사용 관련 모든 만족도는 증가했으나, 휴가 비용 만족도는 소폭 감소

근로기준법 대상인(종사자 규모 5인 이상) 사업체의 상용근로자들에게 부여된 2024년 연차 부여 일수는 16.7일로 2023년(16.8일) 대비 0.1일 감소했으나, 연차소진율은 79.4%로 2023년(77.8%) 대비 1.6%포인트 증가한 것으로 나타났다. 5일 이상의 장기휴가를 사용한 근로자는 9.8%로 전년 대비 0.8%포인트 증가하였다.

<근로자 연차휴가 변화>

(단위: 일, %)



<5일 이상 장기휴가 사용 경험률>

(단위: %)



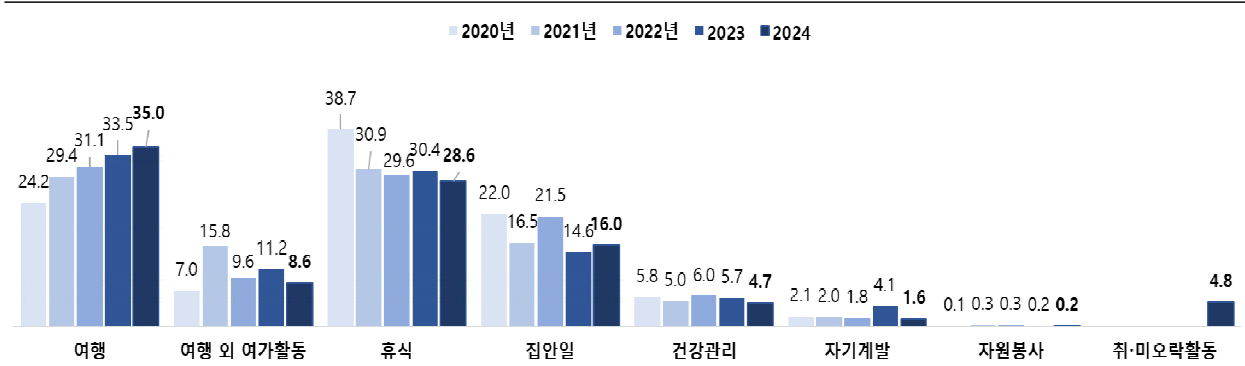
연차 휴가 사용 목적을 볼 때, ‘여행’과 ‘집안일’을 위한 연차 사용률은 각각 35.0%와 16.0%로 2023년(각각 33.5%, 14.6%) 대비 증가한 반면, 그 외 휴가 사용 목적은 전년 대비 감소*한 것으로 나타났다.

* 2024년 ‘취미·오락활동’ 보기문항 신규로 추가

또한 연차 휴가 사용률은 여전히 여름휴가 기간인 7~8월이 가장 높았으나, 전년 대비 사용률이 감소한 반면, 상반기(2~6월)와 10월, 12월의 연차휴가 사용은 전년 대비 증가하여 연차휴가 사용의 분산 현상이 나타나고 있는 것으로 풀이된다.

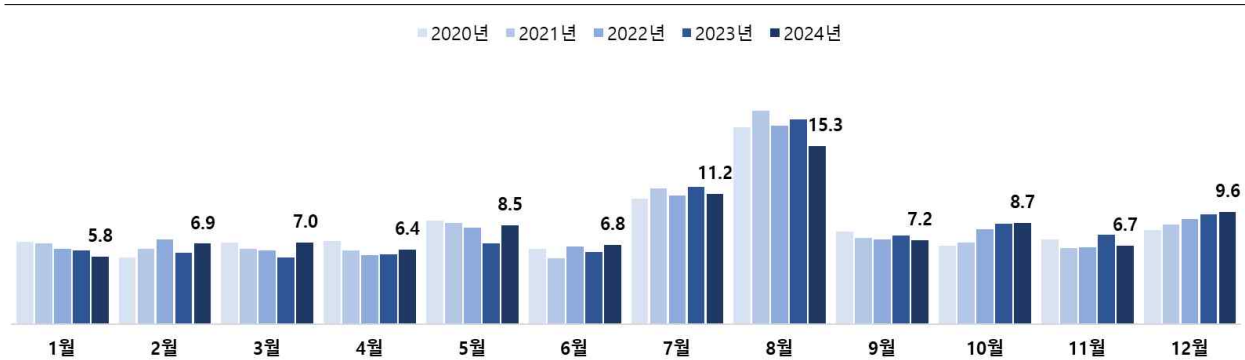
<목적별 연차휴가 사용 현황>

(단위: %)



<월별 연차휴가 사용 현황>

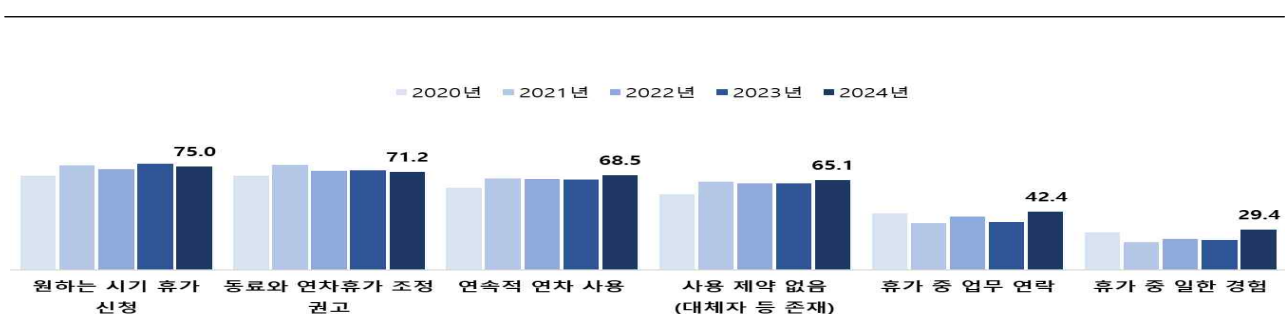
(단위: 명/%)



2024년 조사 결과, ‘징검다리 휴일을 포함한 휴가 사용’과 ‘업무 부담에 따른 휴가 사용 제약 없음’의 응답이 각각 68.5점과 65.1점으로 전년 대비 각각 2.9점, 2.3점 증가하여 뚜렷한 개선세를 보이고 있는 것으로 나타난 반면, ‘휴가 중 업무 연락을 받은 경험’(42.4점)과 ‘휴가 중 일한 경험’(29.4점)의 응답이 여전히 낮은 수준을 보임에 따라, 업무와 휴가가 분리될 수 있는 환경 개선이 필요할 것으로 판단된다.

<연차휴가 사용 환경>

(단위: 점/100점 만점 기준)



한편 연차사용 관련 전반적인 만족도는 71.9점으로 2023년(71.7점)보다 0.2점 증가하였으며, 휴가로 인한 삶의 만족도 향상은 72.1점으로 2023년(71.0점)보다 1.1점 증가하였다. 더불어 연차휴가 사용일수와 연차휴가활동 만족도도 증가하였다.

반면 사용한 연차휴가 비용 만족도는 65.8점으로 2023년(65.8점)과 동일한 수준으로 나타났으나 항목별 만족도 중 가장 낮은 수준을 유지하고 있어, 고물가 상황의 지속 등의 환경이 여전히 휴가비용의 부담으로 작용하고 있는 것으로 판단된다.

* 소비자물가지수 : ('21) 102.5, ('22) 107.7, ('23) 111.6, ('24) 114.2

** 음식물가지수 : ('21) 102.8, ('22) 110.7, ('23) 117.4, ('24) 121.0

*** 숙박물가지수 : ('21) 100.5, ('22) 105.7, ('23) 111.5, ('24) 114.6

<연차휴가 만족도 현황>

(단위: 점/100점 만점 기준)

