

# 2025 DIGITAL LIFESTYLE REPORT

여가·취미 편

# DIGITAL LIFESTYLE REPORT\_여가·취미

# INDEX

| 목차의 주제를 클릭하면 해당 페이지로 이동합니다.

## 01

### 온라인 활동

일 평균 인터넷 이용 시간	05
인터넷 주 이용 시간대	05
여가시간 내 주요 온라인 활동	06

## 02

### 동영상·숏폼

일평균 동영상 채널 이용 시간	10
주 이용 동영상 채널	10
동영상 채널별 시청 분야	11
일 평균 숏폼 채널 이용 시간	13
주 이용 숏폼 채널	13
숏폼 채널별 시청 분야	14

## 03

### 웹툰

웹툰 이용률	17
웹툰 이용 빈도	17
주 이용 웹툰 플랫폼	18

## 04

### 웹소설

웹소설 이용률	20
웹소설 이용 빈도	20
주 이용 웹소설 플랫폼	21

## 05

### 숏드라마

숏드라마 이용률	23
숏드라마 이용 빈도	23
주 이용 숏드라마 플랫폼	24

## 06

### 게임

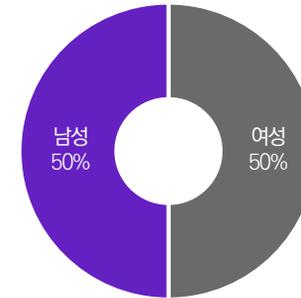
게임 이용률 및 플레이타임	26
게임 이용 빈도	26
주 이용 게임 디바이스	27

조사 설계 및 응답자 특성

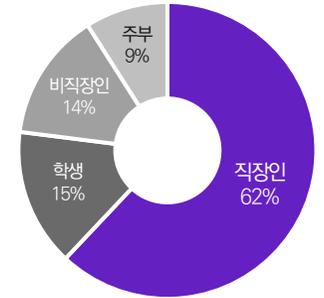


조사 설계	
조사 목적	1559 남녀 미디어 이용 행태 조사
조사 방법	온라인 설문
조사 지역	서울/경기, 5대 광역시
조사 대상	만 15 ~ 59세 남녀
조사 규모	총 1,000명
조사 기간	2025.03.10 ~ 2025.03.14

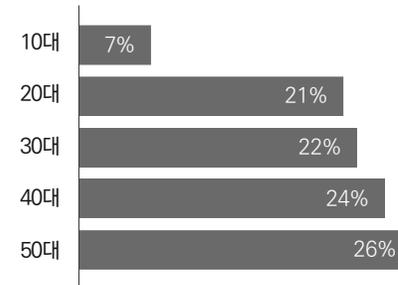
성별



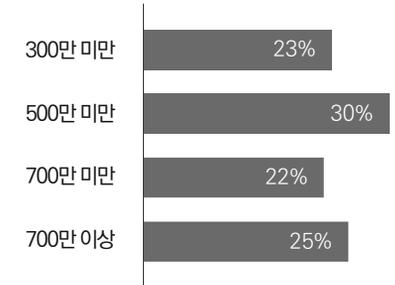
직업 분포



연령대



월 가구 소득



# 01. 온라인 활동

- 일 평균 인터넷 이용 시간
- 인터넷 주 이용 시간대
- 여가시간 내 주요 온라인 활동

## 여가 시간 중 평균 인터넷 이용 시간 '5시간 6분'



조사 결과 응답자들은 여가 시간에 일평균 약 5시간 동안 인터넷을 이용하며, 그중 10대와 20대의 이용 시간이 가장 길었습니다. 주 이용 시간대로는 하루 일과가 끝난 오후 8시 이후의 이용률이 가장 높았습니다.

01. 온라인 활동

02. 동영상·숏폼

03. 웹툰

04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

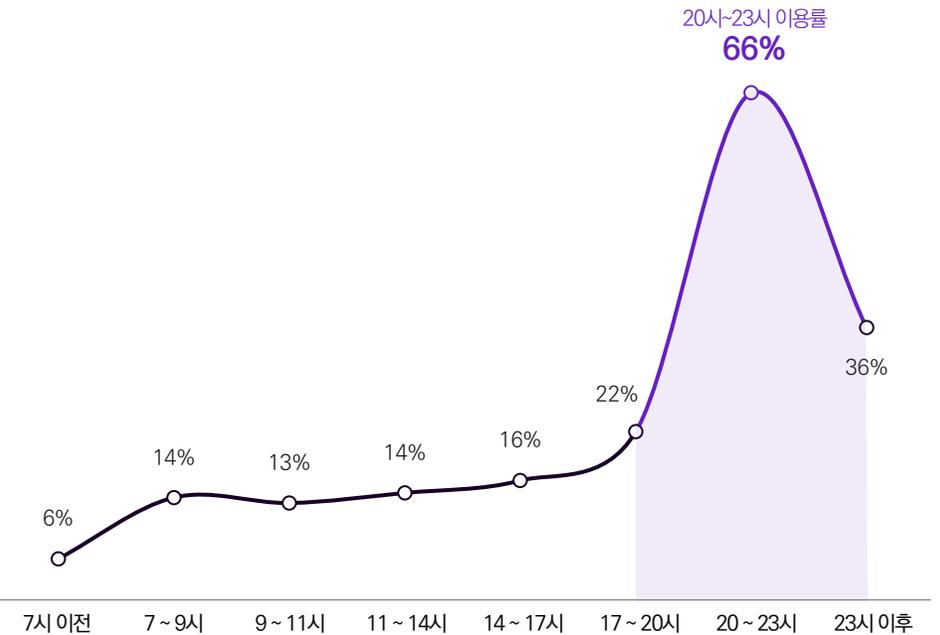
### 일평균 인터넷 이용 시간

단위: 분



### 인터넷 주 이용 시간대

중복 응답



주로 하는 온라인 활동은 '동영상 채널 시청'



소비자들은 주로 동영상을 시청하며 여가 시간을 보냅니다.  
유튜브나 숏폼 플랫폼 등 동영상 스트리밍 채널에서 가장 많은 시간을 보내며, OTT 콘텐츠를 시청하는 비율이 그 다음으로 높았습니다.

01. 온라인 활동

02. 동영상·숏폼

03. 웹툰

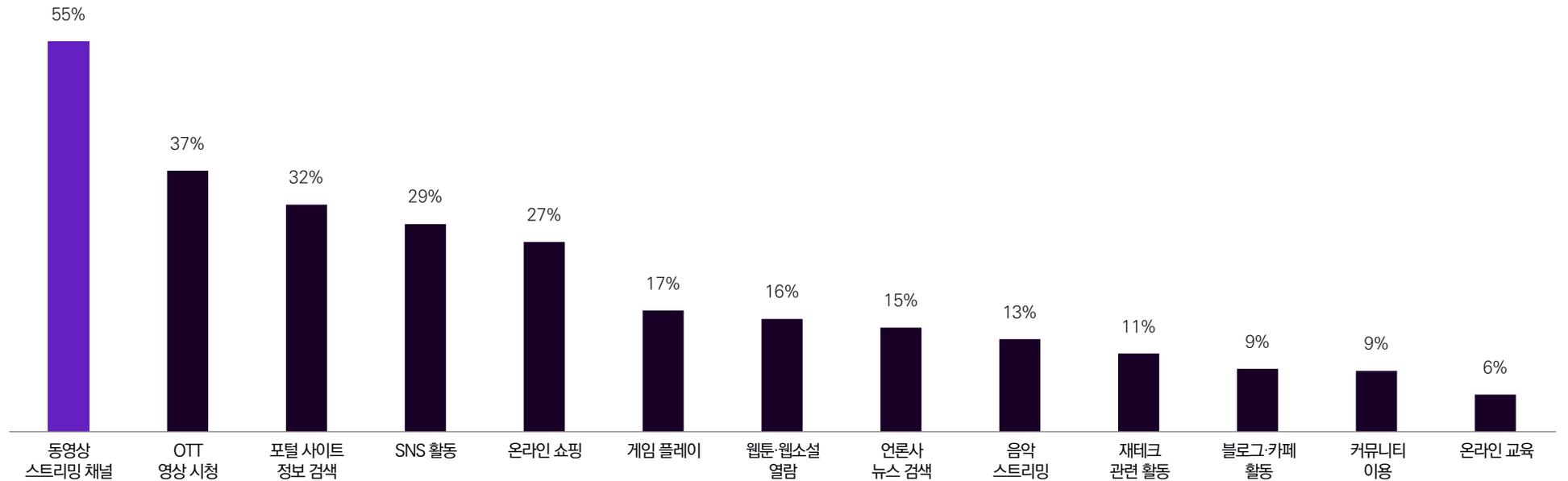
04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

여가시간 내 주요 온라인 활동

1+2+3 순위 응답



여가시간 내 주요 온라인 활동 - 남성



10대 남성은 게임 플레이에, 나머지 연령대는 동영상 스트리밍 채널 시청에 가장 많은 시간을 쏟습니다.  
특히 1020세대는 SNS 활동도 자주 하는 것으로 나타났습니다.

01. 온라인 활동

02. 동영상·숏폼

03. 웹툰

04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

순위 1+2+3 순위	10대	20대	30대	40대	50대
1	게임 플레이 59%	동영상 스트리밍 채널 59%	동영상 스트리밍 채널 56%	동영상 스트리밍 채널 60%	동영상 스트리밍 채널 50%
2	동영상 스트리밍 채널 44%	SNS 활동 37%	OTT 영상 시청 41%	포털 사이트 정보 검색 45%	포털 사이트 정보 검색 46%
3	SNS 활동 44%	OTT 영상 시청 33%	게임 플레이 30%	OTT 영상 시청 38%	언론사 뉴스 검색 36%
4	웹툰·웹소설 열람 29%	게임 플레이 29%	포털 사이트 정보 검색 24%	언론사 뉴스 검색 23%	OTT 영상 시청 31%
5	음악 스트리밍 24%	포털 사이트 정보 검색 25%	SNS 활동 19%	온라인 쇼핑 19%	온라인 쇼핑 27%

여가시간 내 주요 온라인 활동 - 여성



여성 역시 여가 시간에 동영상 스트리밍 채널을 시청하는 비율이 가장 높았습니다.  
남성에 비해 SNS 활동이 더 활발하며, 이는 특히 10대 여성에게서 두드러집니다. 웹툰·웹소설 열람이나 온라인 쇼핑 활동 또한 활발히 이루어집니다.

01. 온라인 활동

02. 동영상·숏폼

03. 웹툰

04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

순위 1+2+3 순위	10대	20대	30대	40대	50대
1	SNS 활동 56%	동영상 스트리밍 채널 66%	동영상 스트리밍 채널 44%	동영상 스트리밍 채널 55%	동영상 스트리밍 채널 53%
2	동영상 스트리밍 채널 53%	SNS 활동 55%	SNS 활동 43%	온라인 쇼핑 43%	온라인 쇼핑 49%
3	웹툰·웹소설 열람 38%	OTT 영상 시청 44%	OTT 영상 시청 43%	포털 사이트 정보 검색 36%	포털 사이트 정보 검색 48%
4	게임 플레이 29%	음악 스트리밍 26%	온라인 쇼핑 37%	OTT 영상 시청 35%	OTT 영상 시청 39%
5	OTT 영상 시청 24%	웹툰·웹소설 열람 25%	웹툰·웹소설 열람 21%	SNS 활동 27%	언론사 뉴스 검색 23%

## 02. 동영상·숏폼

- 일평균 동영상 채널 이용 시간
- 주 이용 동영상 채널
- 동영상 채널별 시청 분야
- 일 평균 숏폼 채널 이용 시간
- 주 이용 숏폼 채널
- 숏폼 채널별 시청 분야

일평균 '1시간 32분' 동영상 시청, 주로 '유튜브' 이용



하루 평균 동영상을 시청하는 시간은 1시간 32분이며, 연령이 낮을수록 시청 시간이 길습니다.  
동영상을 볼 때는 남녀 모두 주로 유튜브를 이용하고 있습니다.

01. 온라인 활동

02. 동영상·숏폼

03. 웹툰

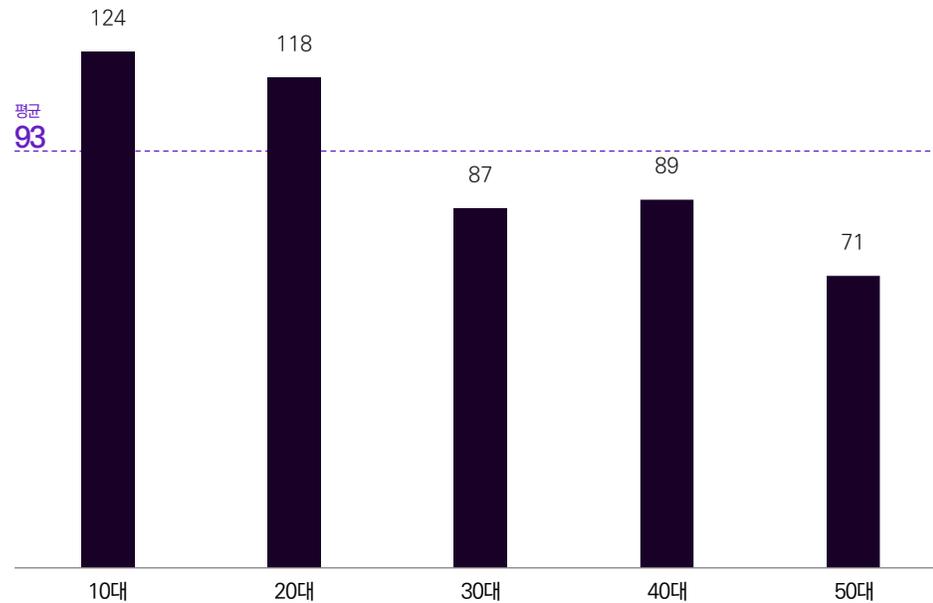
04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

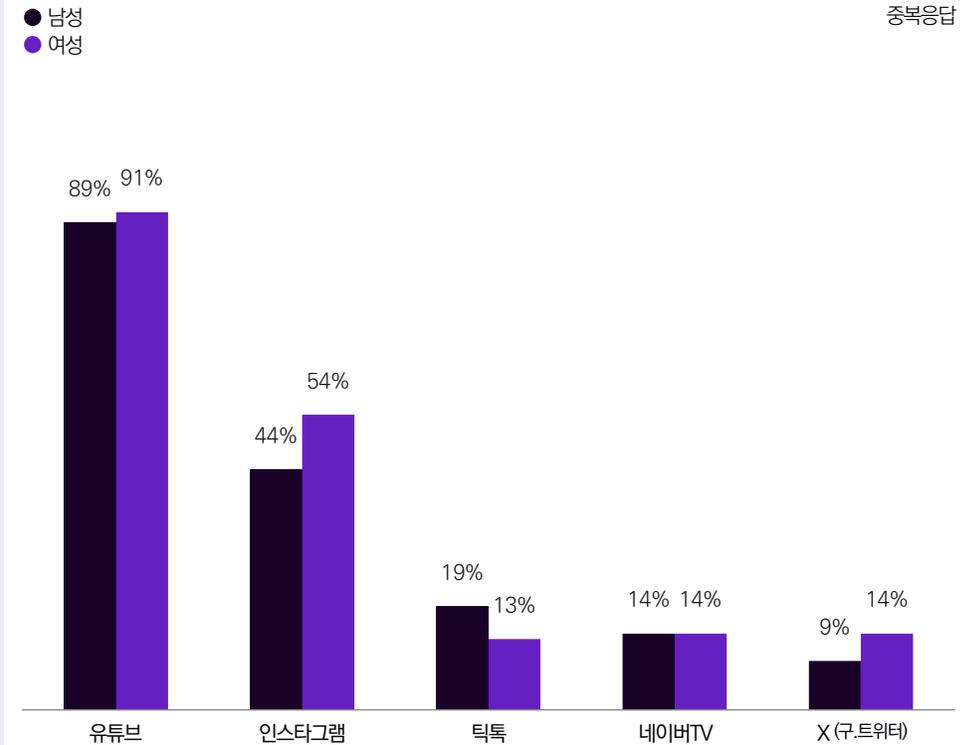
일평균 동영상 채널 이용 시간

단위: 분



주 이용 동영상 채널

중복응답



동영상 채널별 주 시청 분야 - 남성



동영상 채널마다 시청하는 콘텐츠의 카테고리가 다르게 나타났습니다.  
긴 영상을 시청하기에 적합한 유튜브에서는 스포츠나 재테크 관련 콘텐츠를, 인스타그램에서는 인플루언서 관련 콘텐츠를 봅니다.

01. 온라인 활동

02. 동영상·숏폼

03. 웹툰

04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

순위 1+2+3순위	유튜브	인스타그램	틱톡
1	스포츠 25%	인플루언서·BJ 활동 27%	음악·공연 23%
2	부동산·주식·재테크 22%	여행 18%	인플루언서·BJ 활동 21%
3	게임 22%	스포츠 16%	음식 18%
4	영화·해외 드라마·VOD 21%	연예인·셀럽 브이로그 16%	여행 18%
5	정치·시사 19%	건강·운동 15%	영화·해외 드라마·VOD 16%

동영상 채널별 주 시청 분야 - 여성



여성은 유튜브와 인스타그램에서 맛집, 레시피 소개 등과 같은 음식 관련 콘텐츠를 주로 봅니다.  
X에서는 연예계 관련 콘텐츠를 자주 시청합니다.

01. 온라인 활동

02. 동영상·숏폼

03. 웹툰

04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

순위 1+2+3순위	유튜브	인스타그램	X(구. 트위터)
1	음식 30%	음식 35%	연예계 소식·이슈 47%
2	음악·공연 27%	뷰티·패션 31%	연예인·셀럽 브이로그 37%
3	여행 17%	여행 25%	음악·공연 33%
4	TV 콘텐츠 클립 16%	연예계 소식·이슈 21%	정치·시사 16%
5	연예인·셀럽 브이로그 16%	반려동물 21%	영화·해외 드라마·VOD 14%

일평균 '44분' 숏폼 시청, 주로 '유튜브 쇼츠' 이용



응답자들은 하루 평균 44분을 숏폼 시청에 할애하며, 특히 10대의 경우 하루 1시간 이상 숏폼 채널을 이용합니다.  
주 이용 숏폼 채널은 '유튜브 쇼츠 - 인스타그램 릴스 - 틱톡' 순입니다.

01. 온라인 활동

02. 동영상·숏폼

03. 웹툰

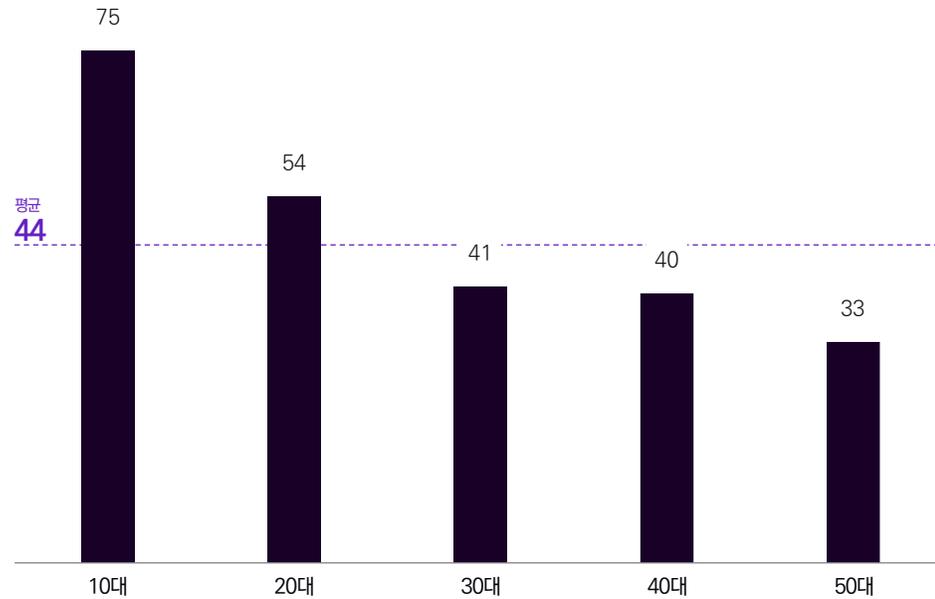
04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

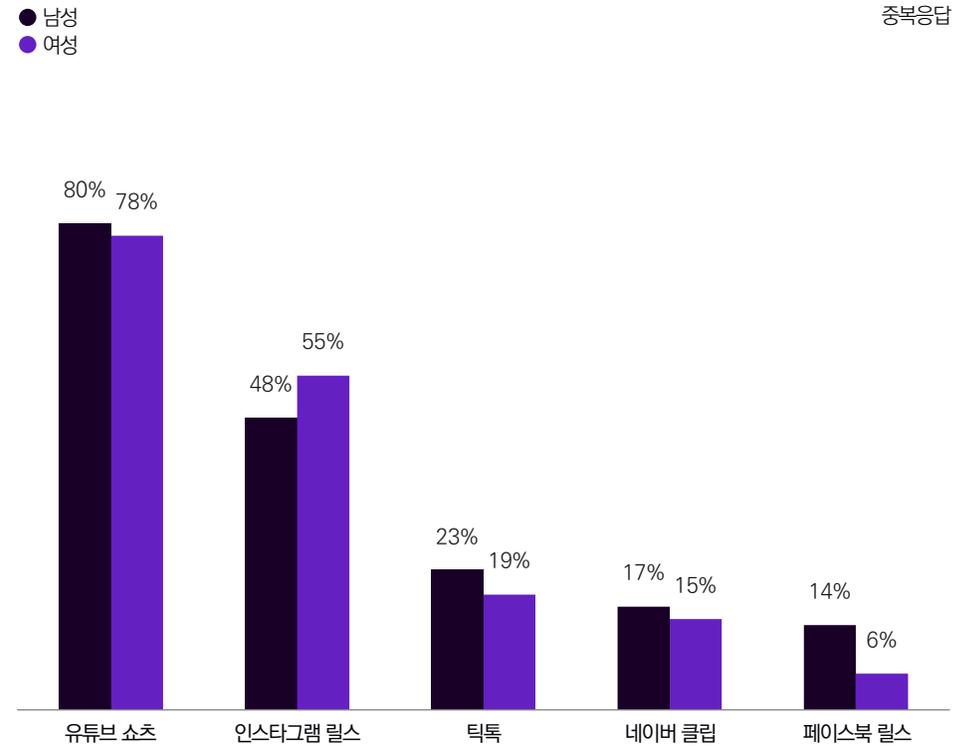
일평균 숏폼 채널 이용 시간

단위: 분



주 이용 숏폼 채널

중복응답



숏폼 채널별 주 시청 분야 - 남성



남성은 유튜브와 마찬가지로 쇼츠에서도 스포츠 콘텐츠를 가장 자주 시청합니다.  
인스타그램 릴스에서는 연예계 이슈를, 틱톡에서는 음악과 공연 관련 콘텐츠를 주로 봅니다.

순위 1+2+3순위	유튜브 쇼츠	인스타그램 릴스	틱톡
1	스포츠 24%	연예계 소식·이슈 22%	음악·공연 29%
2	TV·영화 콘텐츠 클립 23%	음악·공연 22%	연예계 소식·이슈 24%
3	정치·시사 23%	여행 18%	TV·영화 콘텐츠 클립 24%
4	게임 23%	게임 18%	음식 레시피·맛집 22%
5	음식 레시피·맛집 18%	상황극 18%	먹방 21%

숏폼 채널별 주 시청 분야 - 여성



여성은 모든 숏폼 플랫폼에서 레시피, 맛집 등의 음식 콘텐츠를 가장 자주 보는 것으로 나타났습니다.  
연예계 이슈와 여행, 반려동물 관련 콘텐츠도 여성들이 숏폼 채널에서 즐겨 시청하는 카테고리입니다.

01. 온라인 활동

02. 동영상·숏폼

03. 웹툰

04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

순위 1+2+3순위	유튜브 쇼츠	인스타그램 릴스	틱톡
1	음식 레시피·맛집 34%	음식 레시피·맛집 28%	음식 레시피·맛집 37%
2	연예계 소식·이슈 23%	여행 25%	먹방 22%
3	TV·영화 콘텐츠 클립 23%	반려동물 23%	뷰티 22%
4	반려동물 21%	뷰티 22%	연예계 소식·이슈 20%
5	음악·공연 20%	TV·영화 콘텐츠 클립 19%	여행 20%

# 03. 웹툰

- 웹툰 이용률
- 웹툰 이용 빈도
- 주 이용 웹툰 플랫폼

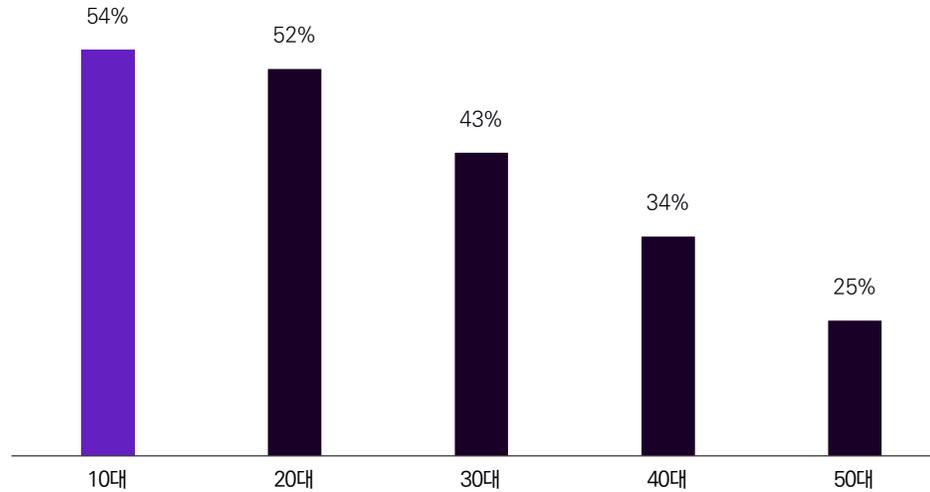
응답자의 10명 중 4명 '웹툰' 이용



응답자의 10명 중 4명이 현재 웹툰 서비스를 이용하고 있으며, 특히 1020세대의 이용률이 높습니다.  
웹툰 이용자 중 절반은 주 4회 이상 웹툰을 봅니다.

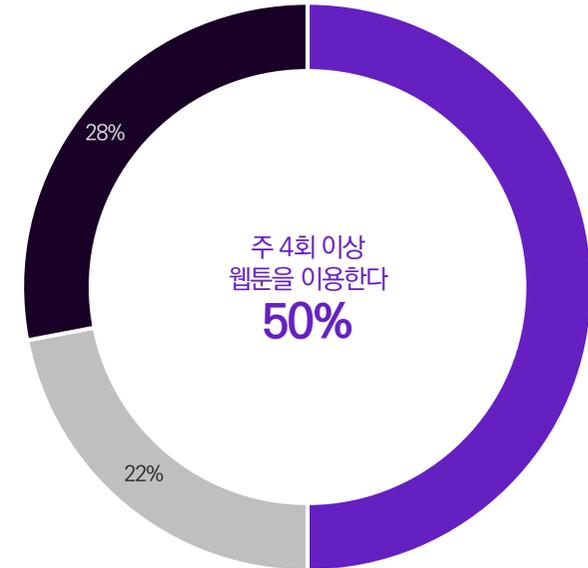
웹툰 이용률

전체: 39%



웹툰 이용 빈도

- 주 4회 이상
- 주 2~3회
- 주 1회 이하



주 이용 웹툰 플랫폼



전 연령대에서 모두 네이버 웹툰의 이용률이 가장 높게 나타났습니다.  
그다음으로는 카카오 웹툰과 카카오 페이지가 뒤를 이었습니다.

순위 1+2+3 순위	10대	20대	30대	40대	50대
1	네이버 웹툰 87%	네이버 웹툰 76%	네이버 웹툰 72%	네이버 웹툰 74%	네이버 웹툰 62%
2	카카오 페이지 30%	카카오 웹툰 22%	카카오 페이지 29%	카카오 웹툰 40%	카카오 웹툰 45%
3	카카오 웹툰 27%	카카오 페이지 21%	카카오 웹툰 27%	카카오 페이지 29%	카카오 페이지 23%
4	봄툰 14%	네이버 시리즈 13%	네이버 시리즈 18%	네이버 시리즈 19%	네이버 시리즈 23%
5	네이버 시리즈 11%	레진코믹스 13%	레진코믹스 11%	탑툰 11%	레진코믹스 9%

# 04. 웹소설

- 웹소설 이용률
- 웹소설 이용 빈도
- 주 이용 웹소설 플랫폼

01. 온라인 활동

02. 동영상·숏폼

03. 웹툰

04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

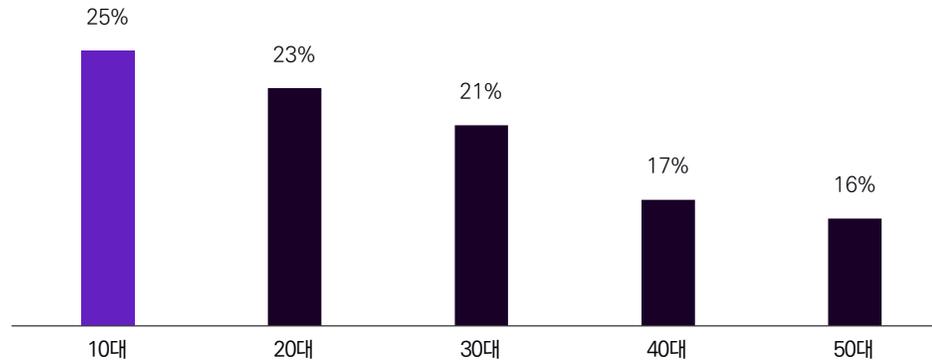
## 응답자의 10명 중 2명 '웹소설' 이용



현재 웹소설을 이용하고 있다고 응답한 사람은 19%였으며, 웹툰과 마찬가지로 10대가 가장 많이 이용합니다.  
이들 중 39%는 주 4회 이상 웹소설을 봅니다.

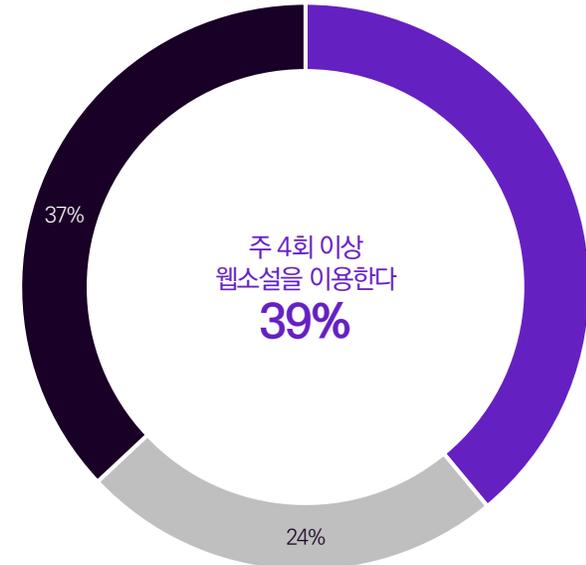
### 웹소설 이용률

전체: 19%



### 웹소설 이용 빈도

- 주 4회 이상
- 주 2~3회
- 주 1회 이하



주 이용 웹소설 플랫폼



웹소설 이용자들이 가장 많이 이용하는 플랫폼은 카카오 페이지입니다.  
40대와 50대는 각각 네이버 시리즈와 네이버 웹소설을 가장 많이 이용하는 것으로 나타났습니다.

순위 1+2+3 순위	10대	20대	30대	40대	50대
1	카카오 페이지 41%	카카오 페이지 42%	카카오 페이지 51%	네이버 시리즈 40%	네이버 웹소설 60%
2	네이버 시리즈 35%	네이버 시리즈 32%	네이버 시리즈 38%	네이버 웹소설 33%	카카오 페이지 41%
3	네이버 웹소설 18%	리디 30%	네이버 웹소설 24%	카카오 페이지 28%	네이버 시리즈 24%
4	리디 18%	네이버 웹소설 18%	조아라 22%	리디 25%	노벨피아 12%
5	조아라 12%	노벨피아 18%	리디 13%	노벨피아 13%	북팔 12%

# 05. 숏드라마

- 숏드라마 이용률
- 숏드라마 이용 빈도
- 주 이용 숏드라마 플랫폼

01. 온라인 활동

02. 동영상·숏폼

03. 웹툰

04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

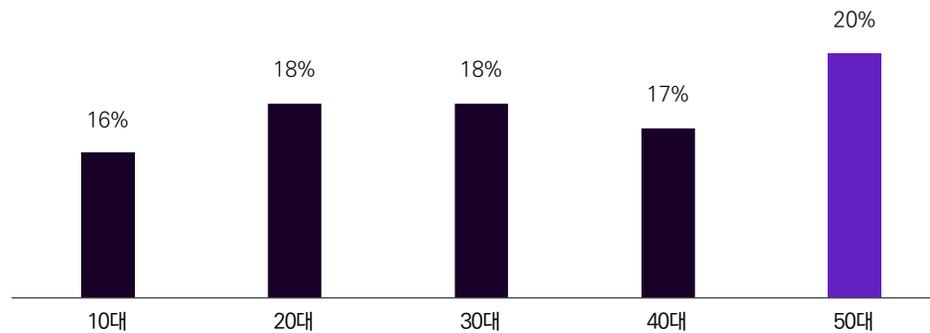
## 응답자의 10명 중 2명 '숏드라마' 이용



최근 한 편당 길이가 1~2분 내외로 짧게 구성된 숏드라마가 인기를 얻고 있습니다.  
설문 참여자의 18%가 숏드라마를 본다고 응답했으며, 연령별로는 50대가 가장 많이 이용하고 있습니다.

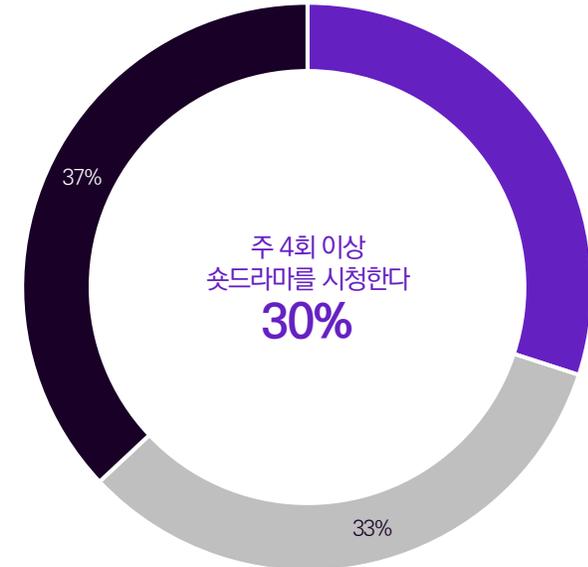
### 숏드라마 이용률

전체: 18%



### 숏드라마 이용 빈도

- 주 4회 이상
- 주 2~3회
- 주 1회 이하



주 이용 숏드라마 플랫폼



숏드라마가 새로운 콘텐츠 형태로 떠오르며 숏드라마 전문 플랫폼 또한 등장했습니다.  
사람들이 가장 많이 이용하는 숏드라마 플랫폼은 '릴숏 - 드라마박스 - 쇼타임' 순입니다.

순위 1+2+3 순위	10대	20대	30대	40대	50대
1	쇼타임 36%	릴숏 39%	드라마박스 41%	숏차 31%	릴숏 37%
2	릴숏 18%	숏차 33%	릴숏 39%	릴숏 29%	드라마박스 37%
3	드라마박스 18%	드라마박스 28%	쇼타임 31%	드라마박스 19%	쇼타임 26%
4	숏차 18%	쇼타임 15%	비글루 21%	쇼타임 19%	올웨이즈 24%
5	올웨이즈 9%	올웨이즈 13%	숏차 18%	올웨이즈 19%	숏차 14%

# 06. 게임

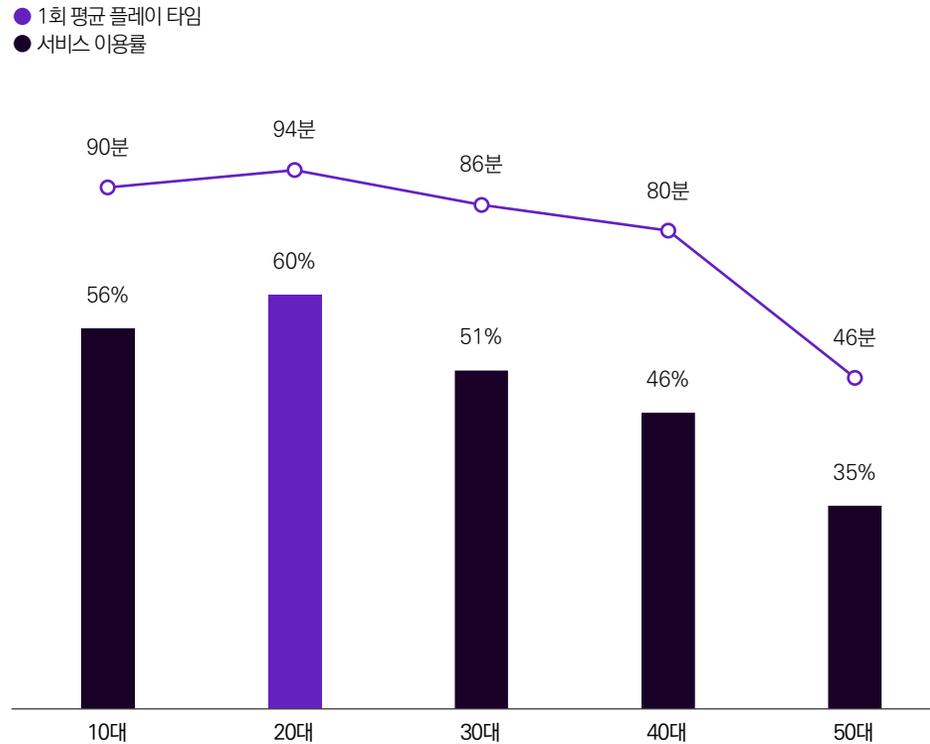
- 게임 이용률 및 플레이타임
- 게임 이용 빈도
- 주 이용 게임 디바이스

게임 이용률 48%, 이용률 가장 높은 연령대는 1020세대

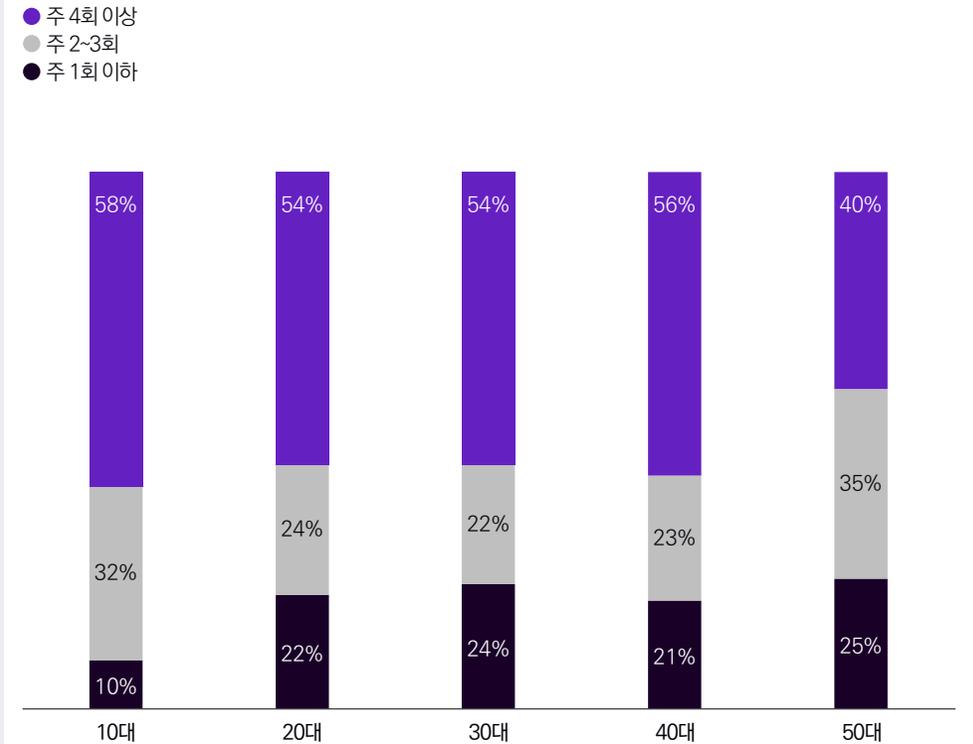


조사 참여자의 48%가 평소 게임을 한다고 답했습니다.  
게임 이용률이 가장 높은 연령대는 20대로, 1회 평균 플레이 타임 또한 가장 깁니다.

PC·모바일·콘솔 게임 이용률



PC·모바일·콘솔 게임 이용 빈도

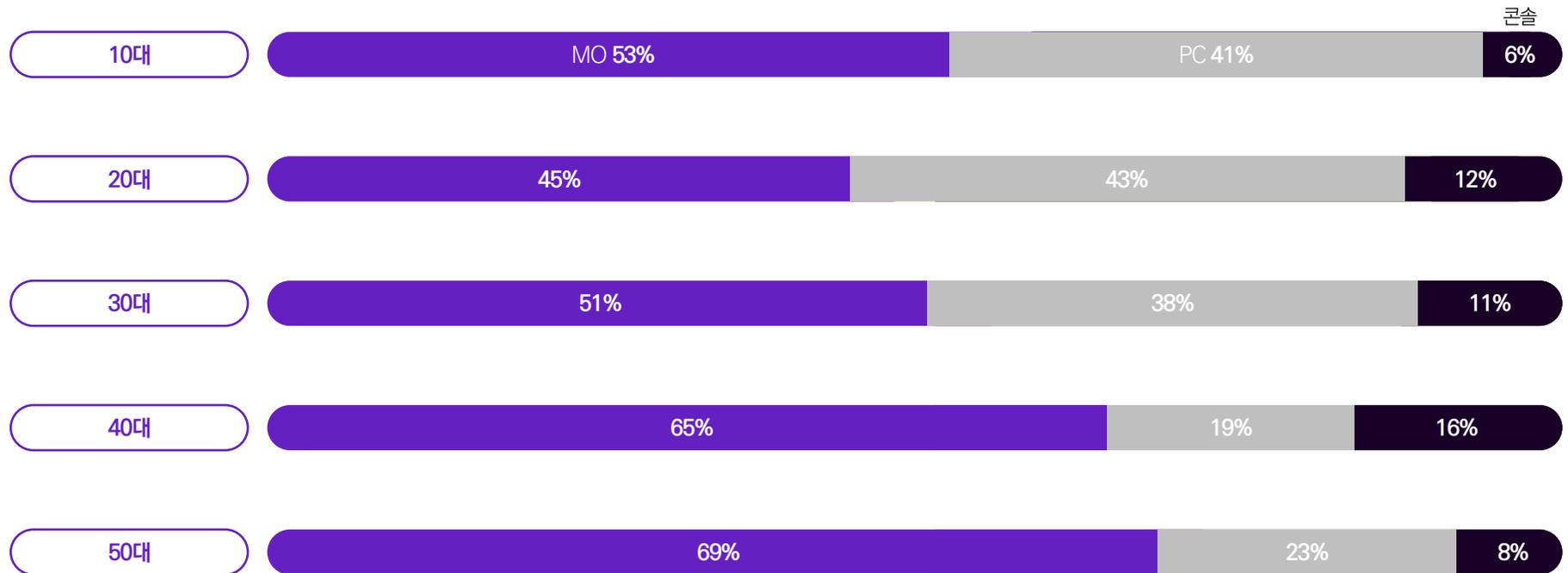


PC 게임도 많이 하는 1030, 모바일 게임을 주로 즐기는 4050



디바이스별 게임 플레이 비중을 조사한 결과, 모든 연령대의 이용자들이 모바일게임을 가장 자주 이용하고 있습니다. 특히 4050세대의 모바일게임 이용율이 높으며, 1030세대의 경우 모바일 만큼 PC게임도 즐겨하는 모습입니다.

주 이용 게임 디바이스



01. 온라인 활동

02. 동영상·쇼핑

03. 웹툰

04. 웹소설

05. 숏드라마

06. 게임

함께 보면 좋은,  
메조미디어 추천 콘텐츠

1519  
TARGET  
REPORT

15  
19

10대 타겟 리포트

2029  
TARGET  
REPORT

20  
29

20대 타겟 리포트

3039  
TARGET  
REPORT

30  
39

30대 타겟 리포트

4049  
TARGET  
REPORT

40  
49

40대 타겟 리포트

5059  
TARGET  
REPORT

50  
59

50대 타겟 리포트

# INSIGHT

MEDIA | MARKET | CONSUMER

[연락·문의](#) >

[뉴스레터 구독신청](#) >

[INSIGHT M 자료실](#) >