

대한민국

65_{/66}

글로벌 연구 결과에 따르면 전 세계적으로 우리는 웰빙에 대한 압박감이 커질수록 웰빙이 악화되는 영구적인 사이클에 갇혀 있습니다. 한국에서는 특히 외로움과 번아웃으로 인해 어려움을 겪고 있습니다. 이에 따라 사람들은 커뮤니티 기반 운동에 관심을 보이고 있으며, 특히 남성들은 웰빙을 향상하기 위해 운동과 같은 신체적 활동에 많은 노력을 기울이고 있습니다.



한국 사람들이 웰빙을 위해 실천하는 주요 방법

(영역 별로 가장 많이 선택된 상위 3가지 활동 표시)

신체적 측면

- 걷기
- 충분한 수면
- 영양소가 풍부한 음식 섭취

정신적 측면

- 야외나 자연에서 시간 보내기
- 혼자 생각하며 자신만의 시간 갖기
- 사랑하는 사람들과 시간 보내기

사회적 측면

- 가족 및 친구에게 자신의 니즈 표현하기
- 가족 및 친구와 만남의 시간 갖기
- 개인 취미 활동하기

한국 사람들은 다른 사람들과 함께 움직이면서 자신의 전반적인 웰빙을 향상시키고 있습니다.

신체 활동을 소셜라이징의 기회로 활용합니다.

55%

위의 행동으로 인한 웰빙의 증가폭:

+25%

친구와 소중한 시간을 보낼 때 가장 즐겨하는 것 중 하나가 운동이라고 답했습니다.

54%

+19%

다른 사람들과 함께 운동할 때 소속감을 느낍니다.

53%

+21%

마음이 통하는 사람들을 만나기 위해 다인원이 참여하는 단체 운동에 관심을 갖고 있습니다.

52%

+23%

남성들은 정신적 웰빙을 위해 운동을 하며, 자신의 커뮤니티와 관계를 유지합니다.

남성들이 신체적 웰빙을 우선합니다.

85%

위의 행동으로 인한 정신적 웰빙의 증가폭 :

+22%

남성들이 자신의 정신적 웰빙을 위해 몸을 움직입니다.

87%

+13%

남성들이 다른 사람들과 함께 운동합니다.

49%

+16%

반면, 여성들은 자신의 웰빙을 향상시키기 위해 보다 저강도의 운동을 택했습니다.

여성들이 저강도 운동과 집에서 편안히 할 수 있는 활동을 좋아한다고 답했습니다.

71%

여성들이 시간을 갖고 자신만의 페이스에 따라 일을 처리하며 '느리게 사는 슬로우 라이프'를 실천하고 있다고 답했습니다.

59%

많은 사람들이 자신의 사회적 웰빙을 향상시키고자 노력함에도 불구하고, 한국에는 외로움이 만연해 있습니다.

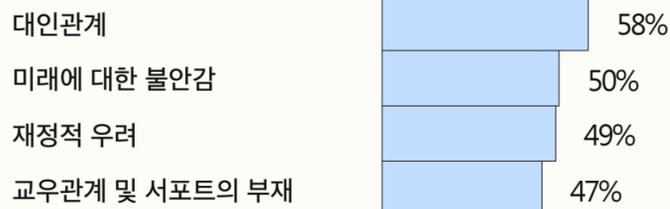
한국인들은 최소 한 달에 한 번 외로움을 경험하고 있습니다. (vs. 글로벌 45%)

Z세대들은 다른 세대들 보다 훨씬 더 외로움을 많이 느끼고 있습니다. (57%)

46%

외로움의 주요 요인

(선택된 정도를 %로 표시)



사회적 웰빙 향상을 이끄는 주요 조치

자신의 니즈 표현하기	→ +25%
사람들과 만나 어울리는 시간 갖기	→ +17%
취미와 관련한 모임 및 이벤트 참여	→ +14%
개인 취미 활동하기	→ +13%

일, 재정적 문제, 사회적 압박으로 인한 번아웃 역시 한국 사람들의 일상에 영향을 주고 있습니다.

한국 사람들이 번아웃을 경험하고 있습니다 (vs. 글로벌 75%)

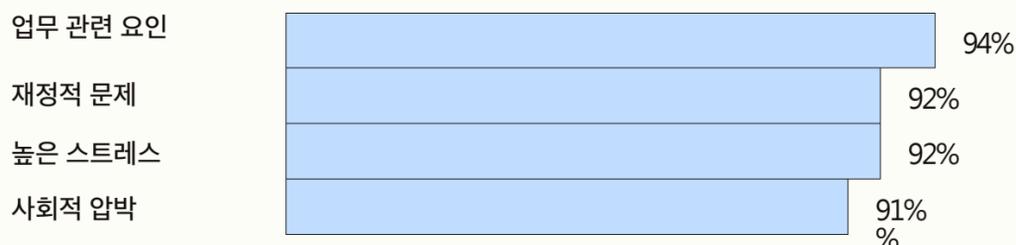
신체적, 정신적, 사회적 웰빙 중 최소 한 가지 영역 이상에서 번아웃을 경험하고 있습니다 (vs. 글로벌 45%)

82% 

41% 

번아웃의 주요 요인

(선택된 정도를 %로 표시)



번아웃이 초래한 결과:

66%	번아웃이 인생에 영향을 준다고 말했습니다.
54%	번아웃으로 인해 타인 혹은 커뮤니티와 단절감을 느끼고 있다고 말합니다.
52%	번아웃으로 인해 자신이 원하는 삶을 살수 없다고 말합니다.

* 백분율 차이는 웰빙 조치를 취하지 않은 사람 대비, 웰빙 조치를 취한 사람에게서 보고된 웰빙의 증가치를 나타냅니다. 세부 사항은 슬라이드 노트를 참고해 주시기 바랍니다...

롤루레몬은 Edelman Data & Intelligence(DXI)에 의뢰하여, 2024년 4월 22일부터 2024년 5월 30일까지 15개 시장(미국, 캐나다, 영국, 프랑스, 스페인, 독일, 한국, 중국 본토, 홍콩, 싱가포르, 일본, 태국, 말레이시아, 호주, 뉴질랜드)을 대상으로 온라인 설문조사를 진행하였습니다. 반올림으로 인해 모든 백분율의 합계는 100%가 아니며, 전체 글로벌 백분율에는 1% 미만의 오차범위가 존재합니다. / 기본 크기: 2024 글로벌 총 응답자 (n=15,938), 한국 기본 크기: 총 응답자 (n=1,000), 남성 (n=536), 여성 (n=405), Z세대 (n=179), 밀레니얼 세대 (n=277), X세대 (n=323), 베이비붐 이상의 세대 (n=221)