국민의 평생 금융파트너

2018 한국 1인가구 보고서

Korea One-person Households Report 2018

KB금융지주 경영연구소 1인가구 연구센터

KB 금융그룹

국민의 평생 금융파트너

열정가득 청년의 꿈,

KB와 손잡고 날아오르다

끝없이 꿈꾸는 청년들을 위한 기회가 더 많아지도록
포기를 모르는 대한민국 청년의 꿈이 날아오르는 그날까지
KB가 늘 함께 하겠습니다

[청년의 꿈, KB와 함께 이루다] Dreaming Job

KB Dream's Coming Project

대한민국의 리딩금융그룹으로서 모든 국민의 꿈과 희망이
이루어 질 수 있도록 최선을 다해 노력하겠습니다.

01 사회적 책임 02 일자리 창출 03 혁신창업 생태계 조성

KB가 우리사회의 일자리 창출에 앞장서겠습니다.

"KB굿잡 취업박람회"를 확대 개최하여 5년간 1만7천여명의 일자리를 연결하고, 기업에 대한 금융지원 등 직·간접 투자 확대를 통해 향후 5년간 약 38만명의 간접고용 효과를 일으켜 예비 취업자가 새로운 꿈을 펼칠 수 있도록 지원하겠습니다.

Contents

요 약 3

Ⅰ. 한국 1인가구의 현황 8

Ⅱ. 1인생활에 대한 인식과 태도 12

1. 1인생활 시작 동기 및 만족도 12
2. 1인가구의 우려 사항, 생활상의 어려움 13
3. 1인가구의 자아상, 여가·인간관계 인식 15

Ⅲ. 1인가구의 주거와 소비 생활 18

1. 1인가구의 주거 생활 18
2. 1인가구의 소비 생활 21

Ⅳ. 1인가구의 금융 니즈 및 이용 행태 25

1. 금융자산·대출 보유 현황 25
2. 지급결제수단 사용 현황 28
3. 금융서비스 채널별 선호도 30
4. 은퇴 및 미래 준비 31

붙 임: 연구방법 35

발행처 KB금융지주 경영연구소 (서울특별시 영등포구 여의공원로 115 세우빌딩 12층)
연구자 1인가구 연구센터 정 인(paisley@kbfg.com) 김회민(hoimin.kim@kbfg.com)

본 제작물은 KB금융지주가 저작권을 보유하고 있습니다.
KB금융지주의 승인 없이 본 책자의 내용 일부 또는 전부를 다른 목적으로 이용할 수 없습니다.

[요 약]

1인가구는 한국의 가장 주된 가구유형이 되었으며 1인가구의 증가는 향후 사회·경제 변화를 설명하는 대전제로 자리잡음

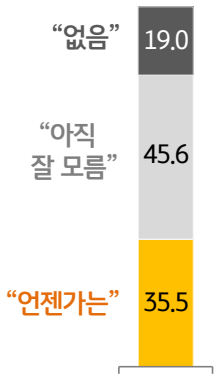
1인가구 수(540만가구, 2016년)는 2인가구를 추월하여 한국의 가장 주된 가구유형이 된 상태로, 1인가구 증가와 3인 이상 가구의 비중 하락 현상은 향후에도 가속화 될 것으로 예상된다. 과거에는 여성이 남성보다 장수하면서 사별 등으로 인해 고령층 여성 1인가구의 비중이 높았던 반면, 20~30대에 취업이나 만혼 등으로 1인생활을 시작한 이래 40~50대까지 1인생활을 유지하는 남성이 늘어나면서 남성 1인가구 수(268만가구)가 여성 1인가구 수(272만 가구)에 근접하고 있다. 1인가구는 서울과 경기도에 가장 많이 거주하나, 지역별 1인가구 비중은 강원도가 가장 높고 다인가구가 많이 사는 경기도의 1인가구 비중이 가장 낮다.

한국의 1인가구는 순자산 약 1억 2천만원, 부채 19백만원을 보유하고 있으며, 자산 중 40%를 부동산으로 보유하고 있다. 연령대별 1인가구의 소득은 30대가 가장 많은 것으로 나타나는데, 20대에서 50대로 갈수록 소득이 증가하는 다인가구와는 다른 양상을 보이고 있다. 1인가구는 다인가구 대비 높은 수준의 소비성향을 유지하고 있어 소비지출 분야에서 1인가구의 영향력은 더욱 커질 전망이다.

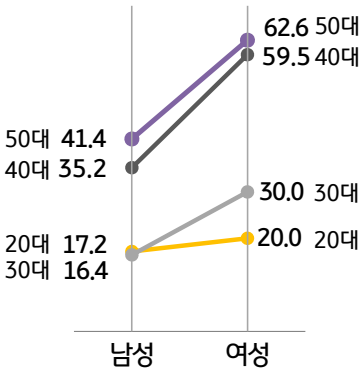
1인가구 10명 중 7명이 '혼자사는 삶'에 만족하고 있으며 여성이 남성보다 만족도가 높음

1인생활을 시작하게 된 동기는 스스로에 의지에 의한 자발적 사유(41%), 사회 경제적 환경에 의한 비자발적 사유(59%)로 구분된다. 1인가구의 19%는 결혼 생각이 없으며, 35%는 언젠가는 결혼하겠다고 생각하고 있다. 여성의 결혼 의향은 남성보다 이른 30대부터 급감하기 시작하며, 특히 40·50대 여성 1인가구는 '향후 10년 이상 혼자 살 것이라고 생각'하는 비율이 남성에 비해 매우 높다. 여성은 1인생활 만족도가 남성보다 높으며, 연령대에 따라 만족도가 크게 하락하지 않는 편이다. 이는 남성이 50대에 1인생활 만족도가 크게 하락하는 것과 대조된다. 1인생활의 장점으로는 '자유로운 생활'과 '혼자만의 여가시간 활용'을 꼽고 있다.

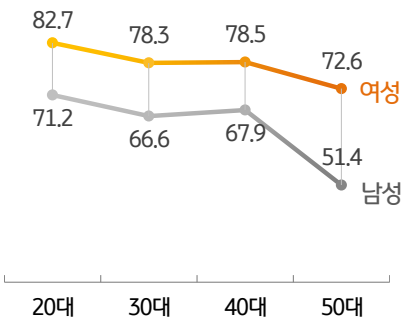
결혼·재혼 의향



"향후 10년 이상 혼자 살 듯하다"



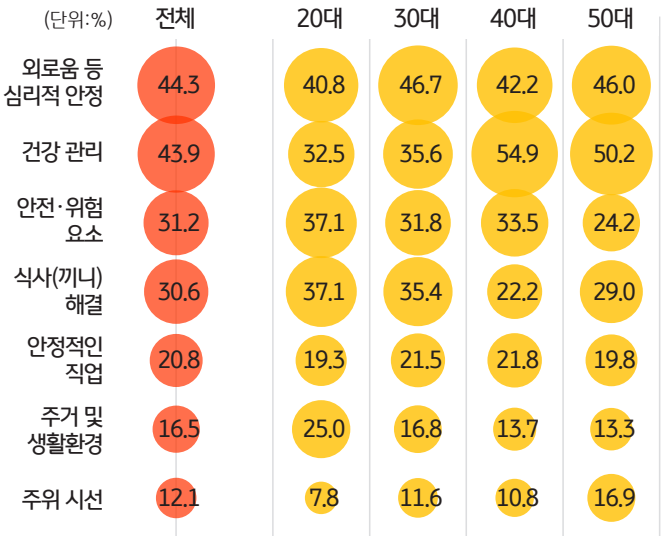
연령대·성별 1인 생활 "만족" 비중 (단위:%)



1인가구의 가장 큰 걱정거리는 '외로움'이며 경제·생활상 어려움을 일부 도움을 받아 해결하고 있으나, 은퇴 준비 등은 여전히 큰 문제

1인가구는 외로움 등 심리적 안정, 건강관리, 안전문제, 식사해결 등이 걱정거리라고 말하고 있으며, 안전상 어려움 중에는 '응급상황 대처'를 가장 어려워하는 것으로 나타났다. 이와 함께 여성 1인가구는 주거침입이나 도난·절도에 대한 우려도 큰 편이다. 은퇴 후 삶이 긴 여성들은 남성들보다 '은퇴'에 대한 걱정이 크며, 남성은 생활상의 어려움으로 '식사'와 '청소'를 꼽았다. 생활상에서 겪는 문제는 어려움을 느낄수록 주변의 지원도 많이 받고 있는 것으로 보이나, 경제적인 어려움의 경우 도움을 많이 받고 있지 못한 것으로 보인다. 특히 은퇴자금·주택 구입자금·질병 재난 자금 준비는 어려움을 크게 느끼면서도 주변의 도움을 거의 받지 못하고 있다.

1인가구가 현재 우려하는 것



1인생활의 안전상 어려움

(단위:%, 성별은 1+2순위)

	1순위	1+2순위	남성	여성
응급상황 구급활동	37.8	55.1	54.3	56.1
주거 침입 안전	15.5	30.4	17.7	49.2
생활 부주의 안전	8.2	27.7	32.8	20.0
부재시 도난 절도	10.3	27.2	23.6	32.5
보행 등 동반자/보호자 부재	5.5	13.8	13.6	14.0
없음	22.9		28.9	13.9

1인가구는 스스로를 '자유롭고' '여유로우며' '자립심이 강하다'고 인식하고 있으며 인맥을 넓히기 보다는 깊이있는 인간관계를 추구하고 있음

1인생활 만족도가 높을수록 스스로에 대한 긍정적 인식도 더 강한 편이며, 부정적 이미지로는 '외로워 보인다'가 가장 높게 나타났다. 1인가구는 여가·취미생활과 관련하여 절반 가량이 '패키지보다 자유여행'을 선호하고, 여가시간에 주로 '인터넷·컴퓨터'를 하며 보내고 있다고 응답하였다. 반면 '취미를 위한 장비 구입에 기꺼이 투자한다' '모험적인 여가활동을 즐긴다'는 부정적인 응답 비율이 더 높았다. 1인가구는 가까운 사람과 깊이있는 사귐을 추구하는 반면, '사교적인 사람이 되기 위한 투자'나 '인맥의 중요성'에는 그다지 동의하지 않는 모습을 보이고 있다.

한편 1인가구의 절반 가량이 하루에 1회 이상 소셜 미디어에 접속하고 있으며, 소셜 미디어를 가장 많이 활용하고 있는 집단은 '여성, 20·30대'인 것으로 조사되었다.

1인가구의 주거 유형은 연령 및 소득에 따라 판이하게 나타나며 젊은 세대는 이사 빈도·의향이 높은 편

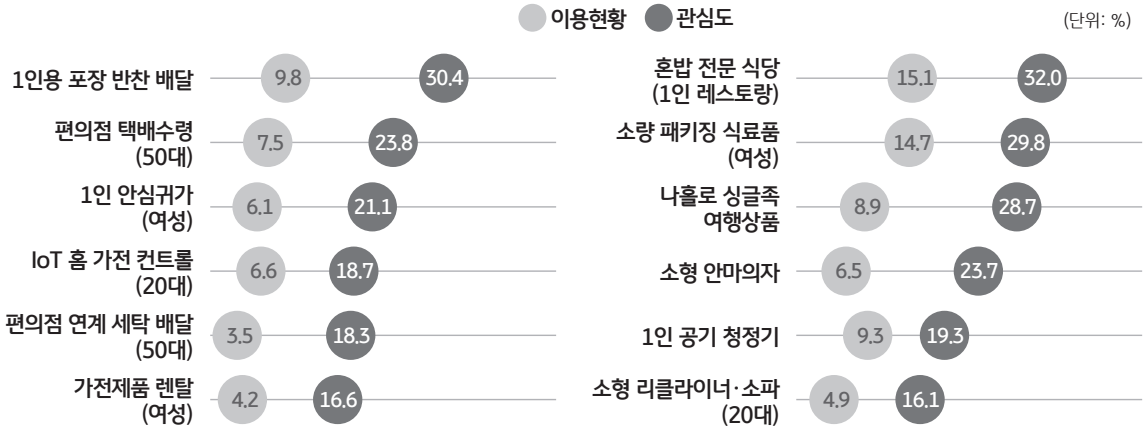
1인가구 전체적으로는 '아파트'에 가장 많이 거주하나, 20대는 '다세대주택' '오피스텔' 거주자가 많으며, 연령대가 높을수록 넓은 주택에 거주하는 비율이 높다. 1인가구의 거주 주택 소유형태는 전세·월세·자가 순으로 나타나, 자가 거주 비율이 높은 전체가구 평균과는 다른 모습을 보여준다. 1인가구의 반수 이상이 현재 거주하고 있는 주택 및 주거 환경에 만족하는 편인데, 거주 주택을 고를 때는 가격·평수·집구조·채광 순으로 중요하게 보며, 주거지역은 직장/학교와 거리·교통·주변환경 등을 고려하여 선택하고 있다.

1인가구의 42.6%가 2년 내 이사를 갈 의향이 있는데, 젊은 세대일수록 이사 의향 및 빈도가 높은 편이다. 거주 주택 구입정보는 60% 이상이 부동산 중개소를 통해서 얻었으나, 20·30대는 '부동산 전문앱'을 활용하는 비중이 높으며, 40대의 경우 다양한 경로로 부동산 정보를 얻고 있다. 한편 새로운 주거형태로 주목받고 있는 '셰어하우스'(공유주택) 거주 의향은 15% 수준으로, 여성 및 연령이 높아질수록 거주 의향이 없다는 응답이 높았다.

1인가구는 가성비를 중시하는 소비 패턴을 보여주고 있으며 렌탈 서비스 및 소형화·개인화·편의성 강화 상품에 관심을 보임

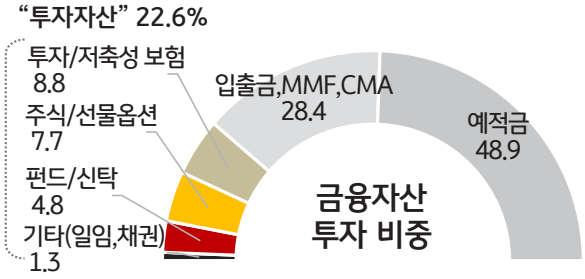
1인가구는 월지출액의 절반 가량을 식음료비와 월세·관리비로 쓰고 있으며, 지출에 부담을 느끼는 항목은 주거 및 자산보유 상태별로 다르게 나타나고 있다. 1인가구는 혼자 식사·쇼핑 등을 하는데 익숙한 편이며, 익숙함은 덜하지만 1년 내에 하고 싶은 행동으로 '해외·국내여행'을 가장 먼저 꼽았다. 전반적으로 여성이 남성보다 1인생활에 더욱 익숙한 모습을 보여준다.

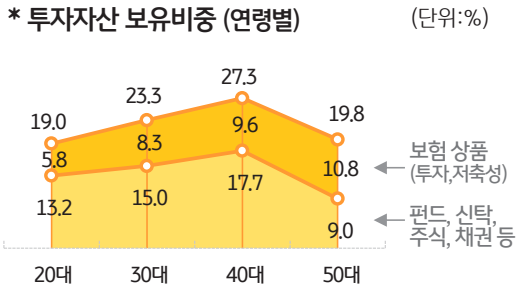
1인가구는 '구매 전에 여러 곳을 비교'하고, '쇼핑 목록을 작성'하며, 'PB상품을 자주 구매'하는 등 합리적 판단에 기반한 가성비 위주의 소비패턴을 가지고 있다. 1인가구 중 34.3%가 생활용품 렌탈 경험이 있고, 50대를 제외한 1인가구의 약 60%가 렌탈 이용의향이 있거나 보통인 것으로 나타났다. 1인 라이프를 겨냥한 서비스 사용은 아직 일반화되지는 않은 것으로 보이나, 혼밥 전문식당, 1인용 포장 반찬 배달, 소량 패키징 식료품, 싱글족 여행상품 등 소형화·개인화·편의성이 강화된 상품·서비스에 관심이 높은 편이다.



1인가구는 안전자산 및 신용대출 보유 비중이 높은 편이며 건강 및 노후를 위해 실손의료·암·연금·치아보험에 가입하려는 의향이 있음

1인가구는 금융상품 중 예·적금 등 안전자산의 보유 비중이 높으며, 절반 이상이 월 평균 50~150만원을 투자·저축하고 있다. 투자자산(펀드, 주식, 신탁 보험 등) 중에는 보험의 보유비중이 가장 높으며, 40대까지는 투자자산의 보유 비중이 증가하는 양상을 보여준다. 1인가구의 절반 정도가 대출을 보유 중으로, 전체 가구와 대비할 때 신용대출의 비중이 높은 편이며, 연령대가 낮을수록 소액 신용대출을 많이 활용하고 있다. 대출금의 주된 용도는 주택·전세자금, 내구재 구입 등의 순이며, 담보대출과 신용대출의 사용처에 차이가 있다. 가입 중인 보험의 월납입액은 10~20만원의 비중이 가장 높으나, 1인가구의 약 절반 정도는 보험료로 한 달에 20만원 이상을 납입하고 있기도 하다. 보험 상품 중에서 치아보험의 경우는 현재 가입율보다 향후 가입의향이 더 높게 나타나고 있다.

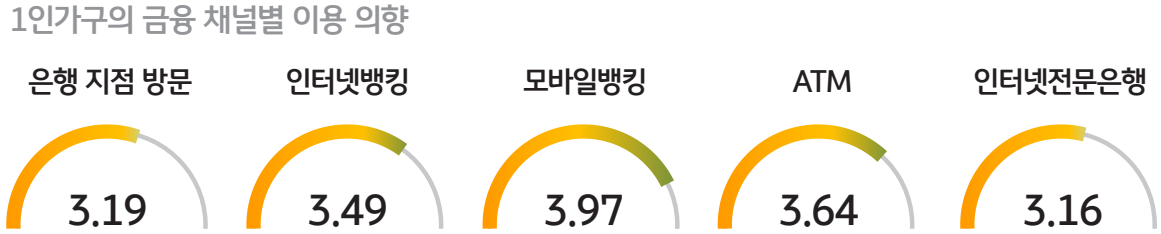




금융 채널별 이용의향은 '모바일뱅킹'이 가장 높으며 20대 1인가구는 신용카드보다 체크카드를 더 많이 활용함

전체 1인가구가 가장 많이 활용하는 결제수단은 신용카드이나, 20대는 절반 이상이 체크카드를 주요 결제수단으로 활용 중이다. 카드 혜택 인지도는 연령대가 낮을수록 높게 나타난다. 50대는 카드 혜택에 관심도 적고 보유 카드 매수도 적은 편이나, 신용카드 사용률은 가장 높다. 1인가구의 60% 이상이 간편결제와 앱카드를 사용해 본 경험이 있다.

금융 채널별 이용 의향은 모바일뱅킹이 가장 높으나, 연령대별로 이용 의향이 매우 다른 양상을 보여준다. 은행 지점 방문 의향은 인터넷전문은행 이용 의향보다는 높은데, 이는 50대의 선호도가 매우 높기 때문으로, 20~40대에서는 인터넷전문은행 이용 의향이 더 높게 나타난다.

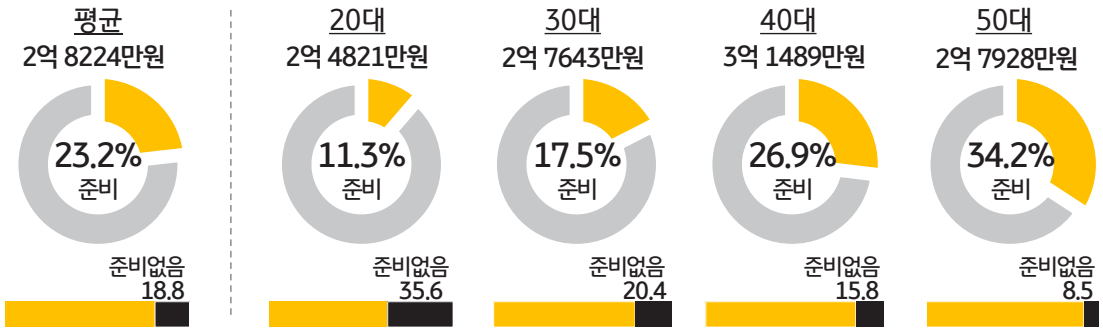


1인가구는 은퇴를 위해 2억 8천여만원이 필요하다고 생각하고 있으며 은퇴 자금 준비수준은 낮지만 관심을 가지고 다양한 노력을 기울이고 있음

1인가구의 56.1%가 미래 대비 자산이 충분치 않다고 응답하였으며, 이에 대응하여 '지출을 효율적으로' 하고, '추가 소득원을 마련'하고자 노력하고 있다. 한편 1인가구의 4분의 3이 투자성향을 '안정형' '안정추구형'이라고 응답하였으며, 이와 함께 1인 생활로 건강에 대한 우려가 늘고 있지만 '특별한 조치를 하지 못하고' 있고, '불의의 질병·사고에 대응할 자산이 부족하다'고 느끼고 있는 등, 미래에 대한 불안감이 큰 것으로 판단된다.

은퇴자금으로는 2억 8천여만원이 필요하다고 응답하였다. 80% 이상의 1인가구가 은퇴자금 준비를 하고는 있으나, 현재 준비 수준은 평균 23.2%에 머무르고 있는 것으로 나타났다. 20~40대는 60대에 은퇴하게 될 것이라고 생각하나, 은퇴시점에 좀 더 가까운 50대의 다수는 이보다 5년 정도 늦은 65~74세를 은퇴시점으로 생각하고 있다. 최근 1년 이내 은퇴 준비를 위해 취한 행동들을 보면 가족·지인과 상의 또는 인터넷 검색 등의 기초적인 준비 행동만 해본 경우도 많으나, 연령대가 높아지면서 필요자금 계산이나 생활자금 조정 등 구체적인 은퇴준비를 실천에 옮기는 경향이 높아지고 있다.

1인가구가 생각하는 은퇴자금 수준 및 준비 정도



Ⅰ. 한국 1인가구의 현황

■ 1인가구는 이미 가구원수 기준 한국의 가장 주된 가구 유형이 된 상태로, 한국의 사회·경제 변화를 설명하는 기본 대전제로 자리잡음

○ 전체 가구 구성비에서 1인가구는 2인가구를 추월하였으며, 향후 3인 이상 가구 비중 하락과 1인가구 비중 확대는 가속화될 것으로 전망

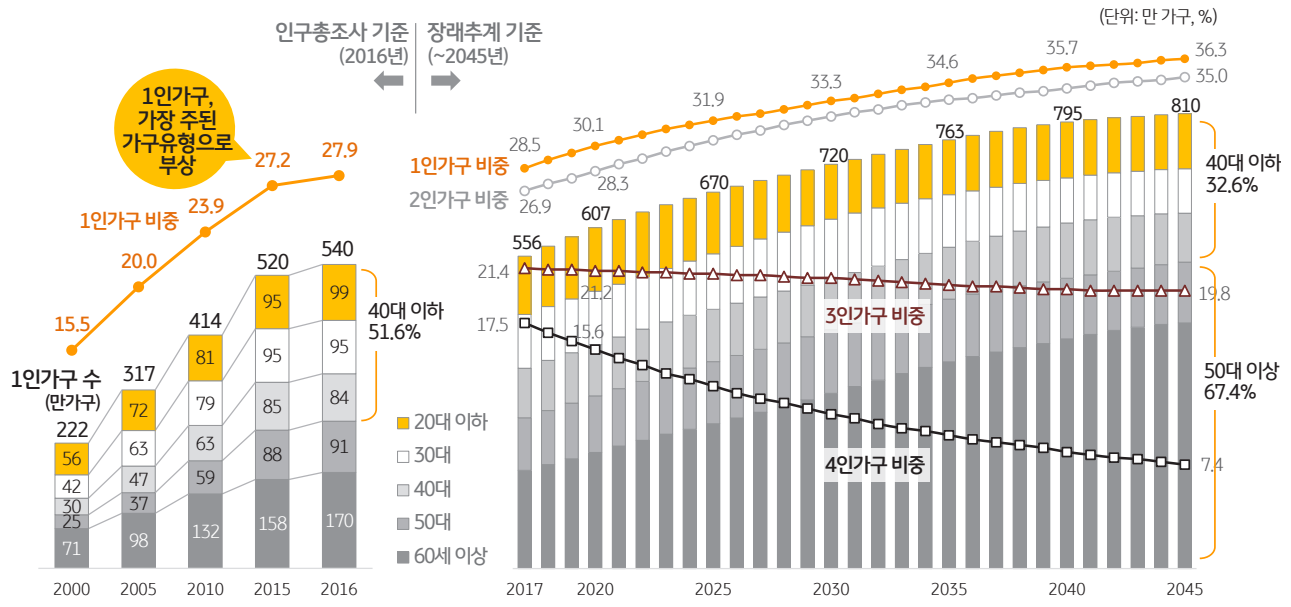
– 1인가구 연령 구성을 보면 현재는 1인가구의 절반 이상이 40대 이하이나, 고령사회와 초고령사회를 거치면서 2045년에는 50대 이상이 약 70%를 차지할 것으로 예상

■ 여성이 가구주인 가구의 약 절반 가량(46.9%)이 1인가구이며, 남성에 비해 고령층 1인가구의 비중이 높음

○ 여성 1인가구는 청·장년기 때는 남성보다 적은 편이나, 50대에 이혼 등으로 급격하게 늘어난 이후 노년기 사별 등으로 70대까지 증가

○ 남성의 경우 20대 후반~30대에 취업 문제·만혼 경향으로 1인가구가 된 후, 40·50대 까지 1인 생활을 유지하는 경우가 크게 늘어남

[그림 1] 1인가구의 현황 및 성장 전망

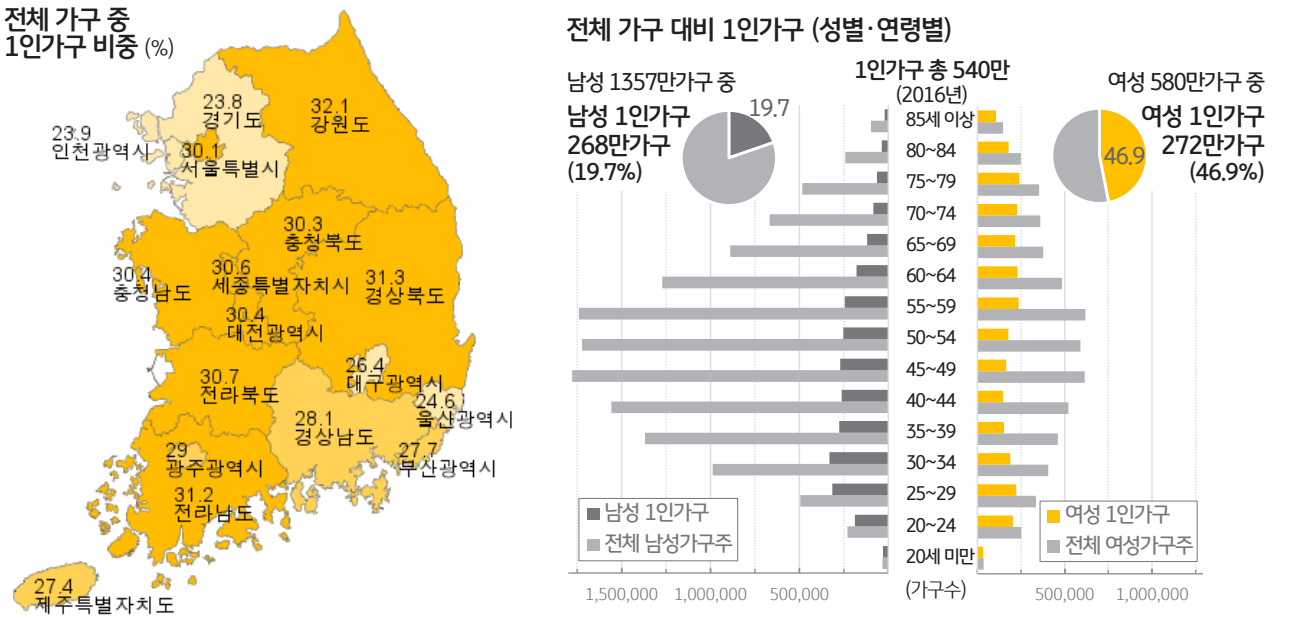


자료: 통계청(인구주택총조사, 2017)

■ 1인가구는 서울과 경기도에 가장 많이 거주하며, 지역별 1인가구 비중은 강원도가 가장 높고 경기도가 가장 낮음

○ 서울·경기·인천에는 1인가구의 약 46%가 거주하고 있으나, 다인가구의 거주비율도 높아 전체가구에서 차지하는 1인가구 비중은 상대적으로 낮은 편

[그림 2] 1인가구의 지역별 분포, 연령·남녀 비율



1인가구 수
(만가구, 괄호 안은 점유비 %)

서울	114	(21.1)
부산	37	(6.9)
대구	25	(4.6)
인천	25	(4.7)
광주	17	(3.1)
대전	18	(3.3)
울산	10	(1.9)
세종	3	(0.5)
경기	107	(19.8)
강원	20	(3.7)
충북	19	(3.5)
충남	25	(4.6)
전북	22	(4.1)
전남	23	(4.2)
경북	34	(6.2)
경남	36	(6.6)
제주	6	(1.2)

40대 이하/ 50대 이상 비율
(%)

	40대 이하	50대 이상
서울	63.0	37.0
부산	44.7	55.3
대구	47.7	52.3
인천	51.0	49.0
광주	57.1	42.9
대전	61.8	38.2
울산	53.2	46.8
세종	70.8	29.2
경기	54.5	45.5
강원	44.6	55.4
충북	48.2	51.8
충남	48.9	51.1
전북	42.0	58.0
전남	32.9	67.1
경북	41.7	58.3
경남	42.3	57.7
제주	48.1	51.9

지역별 1인가구 남녀 비율
(%)

	남성	여성
서울	47.8	52.2
부산	45.1	54.9
대구	46.2	53.8
인천	52.5	47.5
광주	50.4	49.6
대전	51.4	48.6
울산	56.2	43.8
세종	54.5	45.5
경기	53.8	46.2
강원	51.2	48.8
충북	50.4	49.6
충남	51.2	48.8
전북	46.8	53.2
전남	44.5	55.5
경북	47.1	52.9
경남	48.5	51.5
제주	50.2	49.8

자료: 통계청(인구주택총조사, 2017)

○ 지방과 부산·대구에는 상대적으로 고령 1인가구가 많으며, 서울·부산·대구 및 전라·경상도에는 여성 1인가구 점유비가 높음

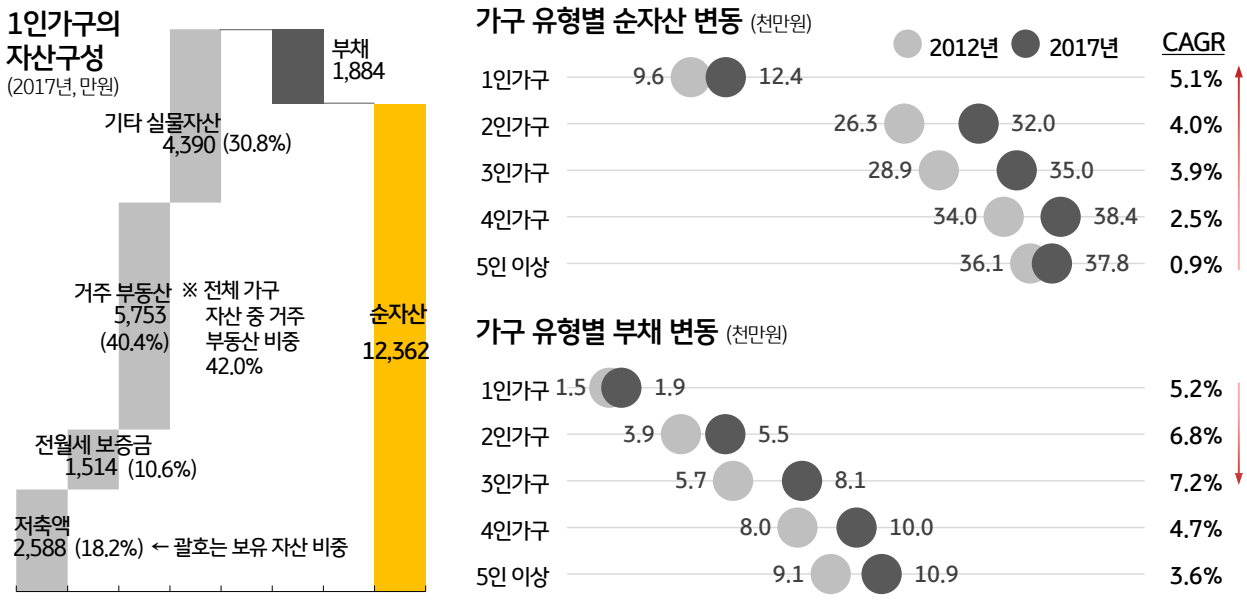
■ 한국의 1인가구는 순자산 약 1억 2천만원, 부채 19백만원을 보유하고 있으며, 자산 중 약 40%는 거주용 부동산으로 보유

○ 자산 중 거주용 부동산의 비중은 전체가구 평균(42%)보다 소폭 낮은 편이며, 자산의 18%를 예·적금 등의 저축으로 가지고 있음

○ 1인가구의 순자산 및 부채 증가율은 다인가구보다는 양호한 전개양상을 보이고 있으나, 다인가구와의 자산 규모 격차는 여전히 매우 큰 편

– 2012~17년 중 1인가구의 연평균 순자산 성장률은 5.1%, 부채 증가율은 5.2%로, 다인가구 대비 자산 성장률은 높고 부채 성장률은 낮음

[그림 3] 1인가구의 자산·부채



자료: 통계청(가계금융복지조사, 2017)

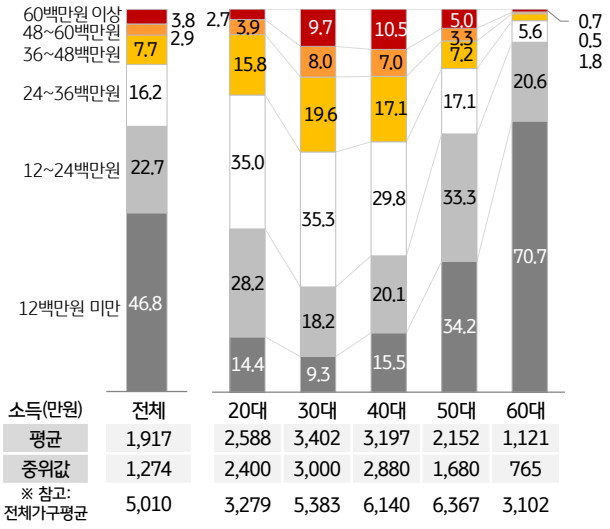
■ 1인가구의 평균 연간소득은 19백만원으로, 연령대별로는 30대의 소득이 제일 높음

○ 40대 1인가구의 평균 소득은 30대보다 소폭 낮은 수준이나 50·60대 1인가구의 소득은 급격하게 하락하고 있어, 50대까지 연령대 상승과 함께 평균소득도 높아지는 전체 가구와는 다른 양상을 보여주고 있음

○ 다인가구 대비 1인가구의 소득 비율은 40대 이하에서 상승하고 있으며, 다인가구의 소비성향이 하락하고 있는 반면 1인가구의 소비성향은 다인가구 대비 높은 수준을 유지

– 1인가구의 지출은 처분가능소득의 76.7%를 차지(2016)하여, 다인가구 대비 저축 여력은 낮은 편이지만, 소비지출 분야의 영향력은 더욱 커질 전망

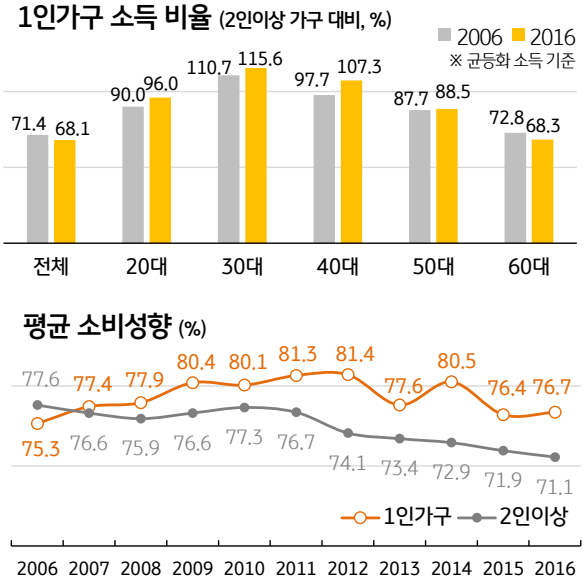
[그림 4] 1인가구의 연령대별 소득



소득(만원)	전체	20대	30대	40대	50대	60대
평균	1,917	2,588	3,402	3,197	2,152	1,121
중위값	1,274	2,400	3,000	2,880	1,680	765
※ 참고: 전체가구평균	5,010	3,279	5,383	6,140	6,367	3,102

자료: 통계청 (가계금융복지조사, 2017)

[그림 5] 다인가구 대비 1인가구 소득비율·소비성향



자료: 가계동향조사, 통계개발원 연구결과(손희경) (2017)

II. 1인생활에 대한 인식과 태도

1. 1인생활 시작 동기 및 만족도

■ **1인생활을 시작한 동기는 스스로의 의지에 의한 '자발적 사유'(41%), 사회·경제적 환경에 의한 '비자발적 사유'(59%)로 구분**

○ 1인생활을 시작한 이유는 '혼자 사는 것이 편해서'가 가장 많으며, 이러한 1인가구의 비중은 40대까지 점차적으로 증가

– 20대의 경우 '학교·직장 때문'이 60.9%로 가장 높게 나타나며, 40대는 '배우자를 못 만나서', 50대는 이혼이나 사별, 자녀 분가 등의 사유도 높은 편

■ **1인가구의 35.5%는 '언젠가는' 결혼을 하겠다고 생각하고 있으나, 절반 가량은 결혼에 유보적인 입장을 보임**

○ 여성의 경우 '언젠가는 결혼하겠다'는 의향이 남성보다 이른 30대부터 급감하기 시작하여, 40·50대에는 매우 낮은 수준까지 하락

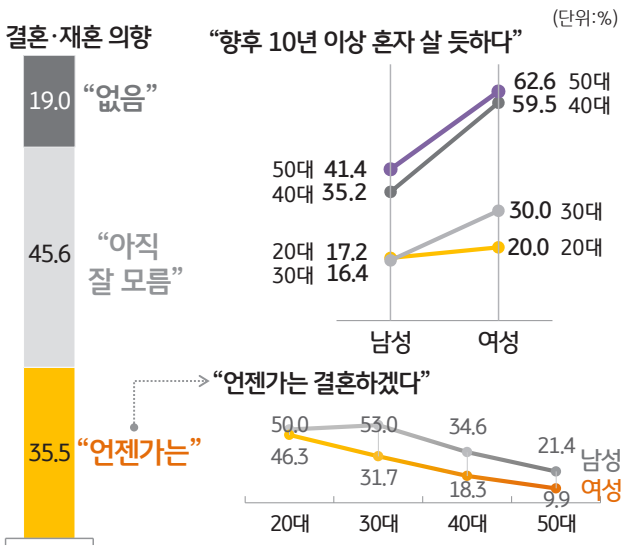
– 40·50대 여성 1인가구는 '향후 10년 이상 혼자 살게 될 것'이라고 생각하는 비중이 남성에 비해 훨씬 높게 나타남

[그림 6] 1인생활 시작동기

(단위:%, 연령별은 1+2순위)

	■ 1순위 ■ 1+2순위	20대	30대	40대	50대
자발적 사유 41.0	편해서 26.3 54.5	56.3	58.2	65.9	37.5
	독립·혼자 살고싶음 14.7 36.2	48.6	44.7	34.3	19.6
비자발적 사유 59.0	학교·직장 때문 27.0 38.4	60.9	47.3	23.5	27.7
	배우자를 못 만남 12.2 28.2	13.8	28.5	41.4	24.2
	경제적 이유 6.4 19.0	19.5	18.6	20.8	17.3
	이혼·사별 9.6 12.1	0.0	1.3	8.7	36.2
	자녀 분가·유학 3.8 10.0	0.0	0.5	3.3	34.4

[그림 7] 결혼 의향, 1인생활 지속 예상



■ **1인가구 10명 중 7명이 '혼자 사는 삶'에 만족하고 있으며, 여성이 남성보다 만족도가 높은 편**

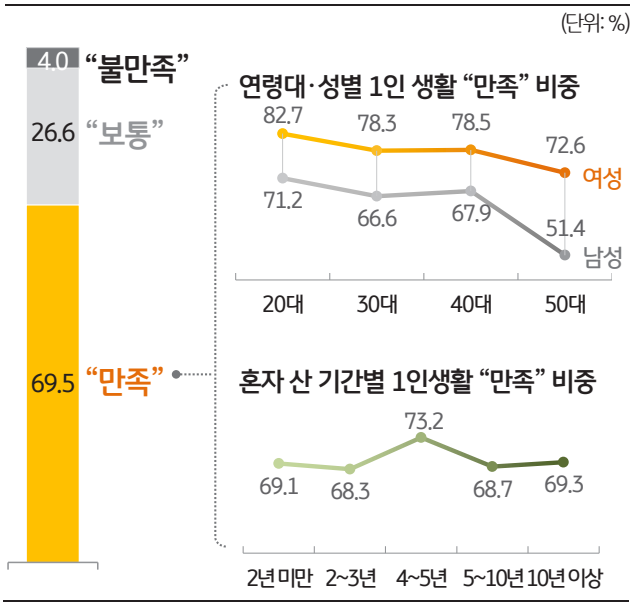
○ 남성은 50대에 만족도가 크게 하락하나, 여성은 연령대 상승에 따른 만족도 하락폭이 크지 않은 편

○ 1인생활 지속 기간별로는 4~5년째 1인생활 중인 그룹의 만족도가 높게 나타남

■ **1인생활의 장점으로는 70% 이상이 '자유로운 생활 및 의사결정' '혼자만의 여가시간 활용'을 꼽음**

○ 40대에 가까울수록 '자유로운 생활'을, 젊은 세대일수록 '여가활용'을 장점으로 생각하고 있으며, 50대는 가사·부양 부담이 적다는 점도 1인생활의 장점으로 거론

[그림 8] 1인생활 만족도



[표 1] 1인생활의 장점

(단위: %, 연령별은 1+2 순위)

	1순위	1+2순위	20대	30대	40대	50대
자유로운 생활 및 의사결정	39.5	72.1	70.4	74.9	76.1	65.8
혼자만의 여가시간 활용	33.2	70.0	73.9	72.8	65.5	68.5
가족 부양 부담 없음	7.3	17.7	15.5	15.8	18.3	20.8
직장/학업 등 몰입 가능	7.0	14.5	19.0	13.1	12.9	14.6
경제적 여유	7.2	13.8	12.4	12.9	18.1	11.5
가사 등 집안일이 적음	5.9	11.9	8.9	10.6	8.9	18.3

2. 1인가구의 우려 사항, 생활상의 어려움

■ **1인가구가 현재 가장 걱정하고 있는 것은 '외로움 등 심리적 안정' 문제이며, 연령대가 높아질수록 '건강관리'에 대한 우려도 커지고 있음**

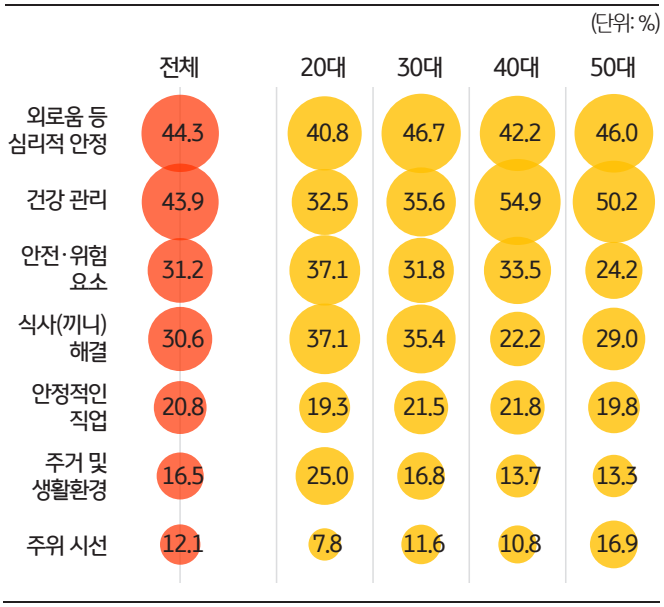
○ '주거·생활환경에 대한 걱정'은 연령대가 높아지며 점차 줄어드는 반면, '주위 시선에 대한 의식'은 연령에 따라 높아지는 경향

– 식사(끼니) 해결 걱정은 20대에서 40대로 갈수록 점차 줄어들다가 50대에 다시 주요 우려사항으로 등장

○ 안전상 가장 큰 어려움으로는 '응급상황 대처'를 꼽았으며, 여성 1인가구는 '주거침입 안전' '도난 절도'에 대한 우려도 큼

– 반면 남성의 경우 '생활 부주의 안전' '안전상 어려움 없음' 등이 높게 나타나고 있어, 남녀간 안전상 어려움을 겪는 분야가 확연히 다르게 나타남

[그림 9] 1인가구가 우려하는 것



[표 2] 1인생활의 안전상 어려움

(단위: %, 성별은 1+2 순위)

	1순위	1+2순위	남성	여성
응급상황 구급활동	37.8	55.1	54.3	56.1
주거 침입 안전	15.5	30.4	17.7	49.2
생활 부주의 안전	8.2	27.7	32.8	20.0
부재시 도난 절도	10.3	27.2	23.6	32.5
보행 등 동반자/보호자 부재	5.5	13.8	13.6	14.0
없음	22.9		28.9	13.9

■ 1인가구는 경제·생활상 문제 해결을 위해 부모나 주위의 도움을 일부 받고 있는데, 분야별 지원 정도·수준은 매우 다르게 나타남

○ [경제적 어려움] 은퇴 후 삶이 긴 여성들은 남성들보다 '은퇴' 우려가 더 크며, 남성의 경우 '결혼자금' 마련도 큰 난관

– 이와 함께 20·30대는 주택자금, 40·50대는 질병·재난자금 마련에 어려움을 느끼고 있음

○ [생활상 어려움] 1인가구는 생활의 어려움으로 첫 번째 '식사', 두 번째 '청소'를 꼽았는데, 이 두 가지는 특히 남성이 여성보다 어려워하는 분야

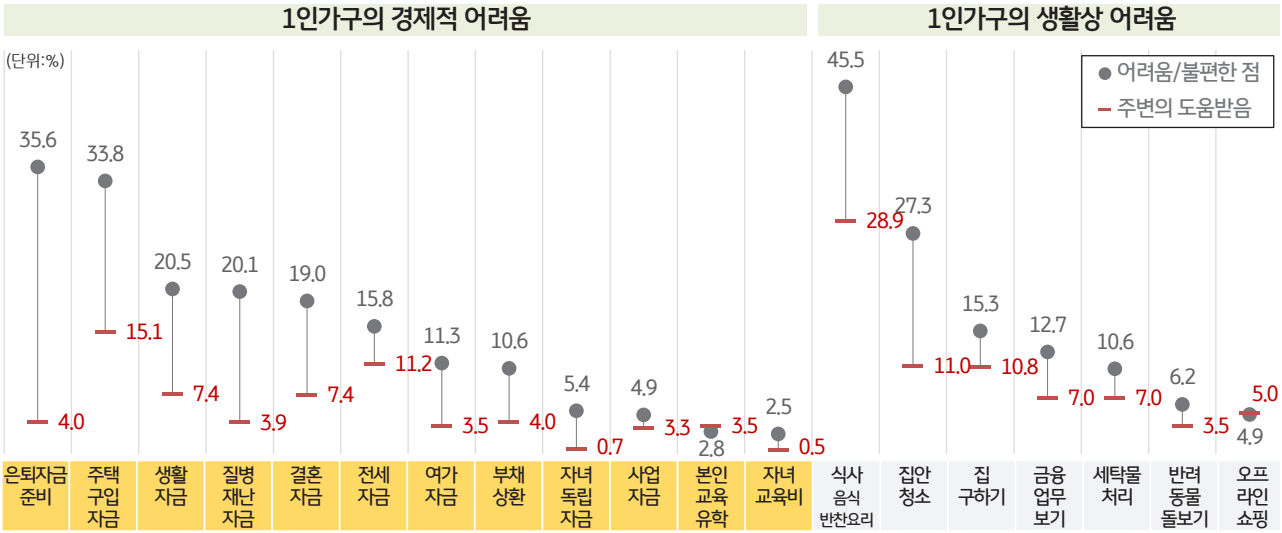
– 여성은 '집구하기'가 어렵다는 의견도 상당수였으며, 여성과 50대는 '어려움이 없다'는 대답도 많아 1인생활에 상대적으로 익숙한 모습

○ 생활 문제는 어려워 하는 분야일수록 도움도 많이 받고 있는 것으로 보이나, 경제적 어려움과 주변 도움 활용 상황은 크게 연관성이 없는 편

– ‘은퇴·주택 구입자금·질병재난 자금 준비’는 어려움이 크면서도 주변 도움을 크게 받지 못하고 있는 분야

– ‘식사’나 ‘청소’ 등은 어느 정도 주변의 도움을 활용하고는 있지만, 어려움을 느끼는 정도와 주변 도움의 격차가 여전히 큰 편

[그림 10] 1인가구의 경제적·생활상 어려움과 주변 도움 활용



3. 1인가구의 자아상, 여가·인간관계 인식

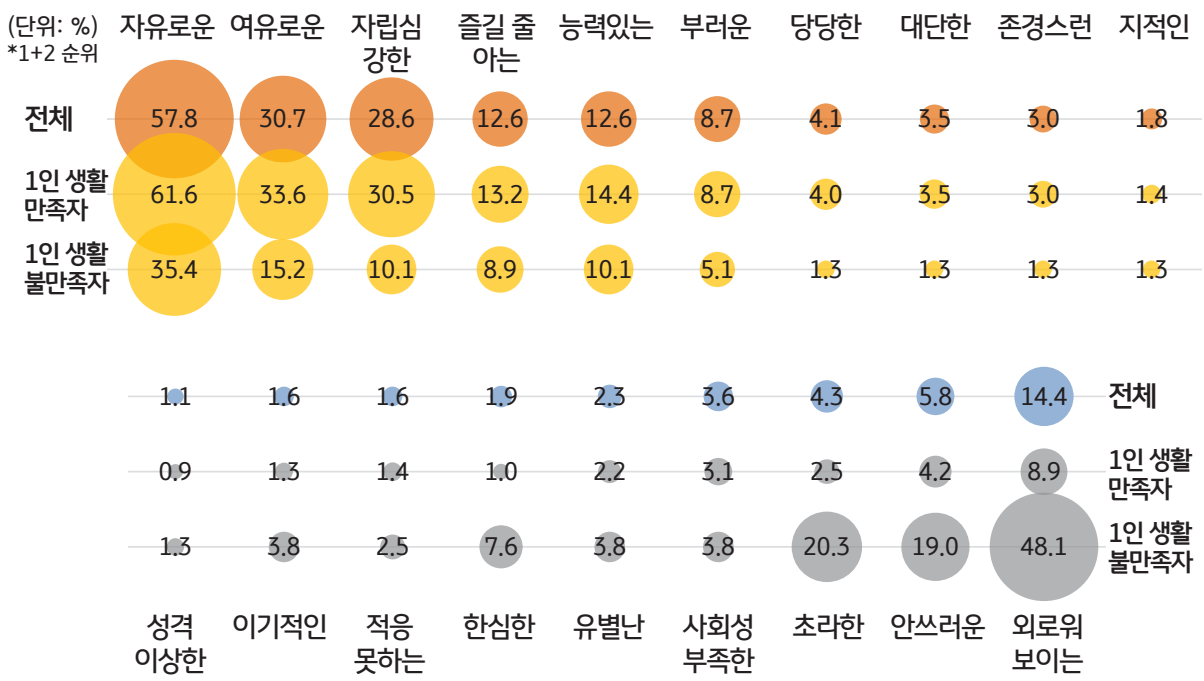
■ 1인가구는 스스로를 ‘자유롭고’ ‘여유로우며’ ‘자립심이 강하다’고 인식하고 있으며, 현재 1인생활에 만족할수록 긍정적 인식의 정도가 더욱 높음

○ 반면 1인생활에 만족하지 못하고 있는 경우에는 ‘자유로운’ 을 제외한 긍정적 이미지의 자아인식이 매우 낮은 편

– 부정적 자아 이미지는 ‘외로워 보이는’ ‘안쓰러운’ ‘초라한’ 등의 순이며, 1인생활 불만족자의 경우 부정적 인식이 긍정적 인식보다 크게 나타남

– 특히 1인생활 불만족자는 ‘외로워 보이는’을 절반 가까이 선택하여 심리적 안정과 관계에 대한 니즈가 큰 것으로 파악

[그림 11] 1인가구의 긍정적·부정적 자아상



■ 40대 이하 1인가구의 과반수가 '패키지보다는 자유여행을 선호'하며, 절반 가량이 여가시간에 '인터넷·컴퓨터'를 하며 보내고 있음

○ '다른 활동을 줄여서 여가·취미활동을 한다'는 의견이 그렇지 않다는 의견보다 다소 높은 편이나, '장비 구입에 기꺼이 투자한다' '모험적 여가활동을 즐긴다'는 부정적 의견이 더 높음

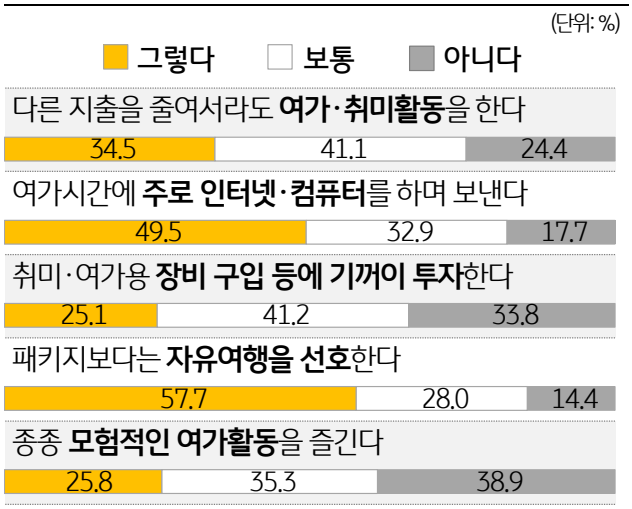
– 1인가구의 다수는 개성을 추구하면서도 실속과 합리성에 기반하여 여가생활을 하려는 성향이 높은 것으로 나타남

○ 20~40대는 '인터넷·컴퓨터를 하며 여가시간을 보내며' '패키지보다는 자유여행을 선호'하는 경향이 매우 높게 나타난 반면, 50대는 '그렇지 않다'는 응답도 많아 세대간 라이프스타일 차이가 관찰됨

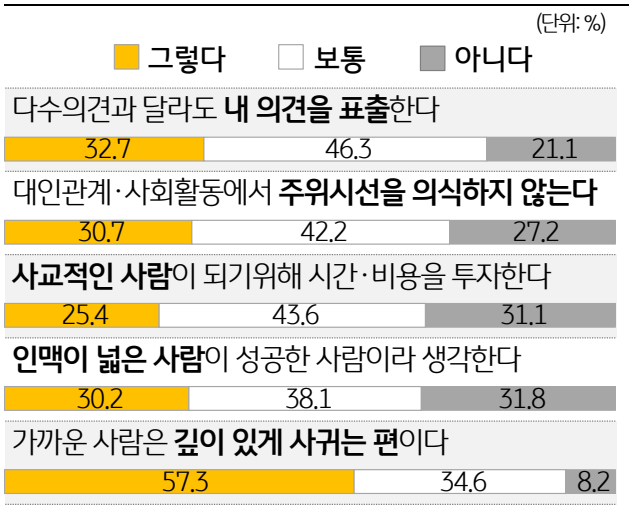
■ 1인가구는 '깊이 있는 사귐'을 추구하며, '사교성을 키우기 위해 노력'하거나 '인맥을 성공의 척도로 보는' 삶의 태도와는 거리가 먼 것으로 나타남

○ '자기주장' 및 '주위 시선에 구애 받지 않는 정도'는 중립에 가까우며, 사교·인간관계 인식은 연령별로 큰 차이는 없으나 50대는 '사교성'과 '인맥'의 필요성을 다른 연령대보다는 높게 인식하고 있음

[그림 12] 1인가구의 여가·취미 인식



[그림 13] 1인가구의 사교·인간관계 인식



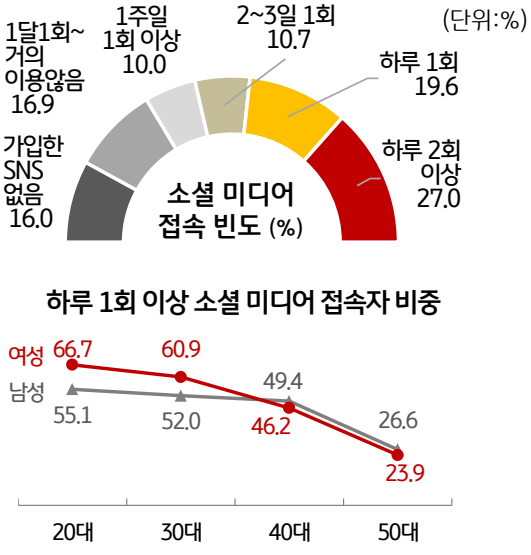
■ 1인가구의 절반 가량이 하루에 1회 이상 소셜 미디어에 접속하며, 33.7%가 하루에 한 시간 이상 사용하고 있음

○ 1인가구 중 소셜 미디어를 가장 많이 활용하고 있는 집단은 '여성, 20·30대'

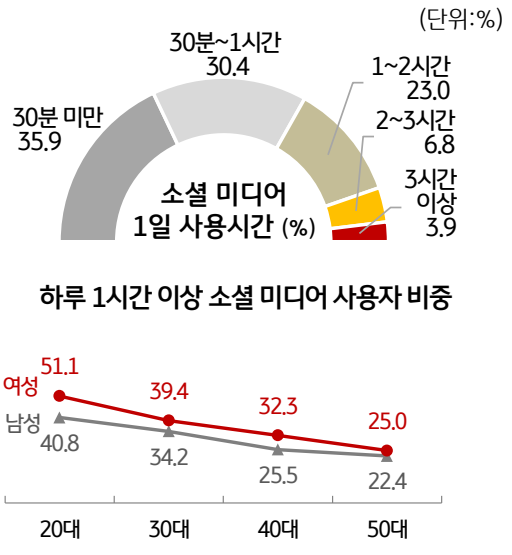
– 동 집단의 60% 이상이 하루에 1회 이상 소셜 미디어에 접속하며, 20대 여성 1인가구의 절반 이상이 하루에 한 시간 이상 소셜 미디어를 사용

○ 반면 남성의 경우 동 연령대 여성보다 소셜 미디어 사용시간이 적은 편이나, 40대 이후 하루 1회 이상 소셜 미디어 접속자 비중은 남성이 여성보다 소폭 높음

[그림 14] 1인가구의 소셜 미디어 접속 빈도



[그림 15] 1인가구의 소셜 미디어 사용시간



III. 1인가구의 주거와 소비 생활

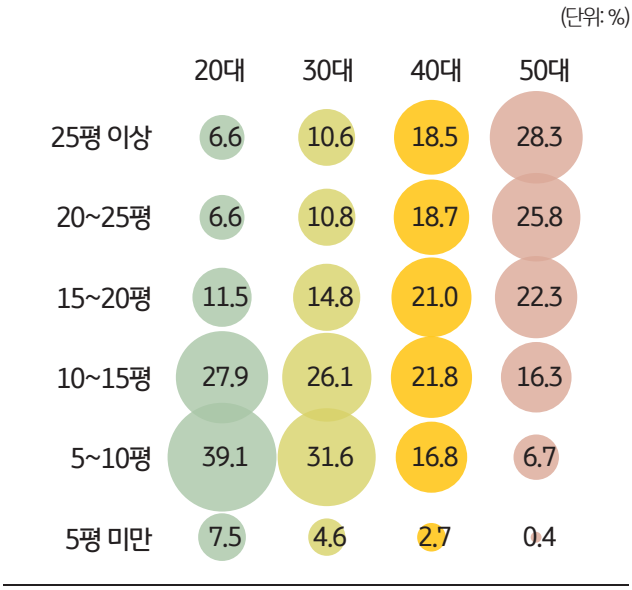
1. 1인가구의 주거 생활

■ 1인가구 전체적으로는 '아파트'에 가장 많이 거주하나, 연령 및 소득에 따라 주된 거주 유형이 매우 판이하게 나타남

○ 20대는 '다세대주택' '오피스텔' 거주자가 압도적으로 많고, 50대는 '아파트'가 가장 많으나 '연립주택'이나 '단독주택' 비율도 평균보다는 높음

– 거주 주택 규모는 5평~25평까지 다양한 편이며, 연령대가 높을수록 넓은 주택에 거주하는 비율이 높음

[그림 16] 1인가구의 거주주택 면적



[표 3] 1인가구의 거주주택 유형

(단위: %)

		20대	30대	40대	50대
아파트	33.5	12.9	28.5	42.0	44.4
다세대주택	24.8	35.3	27.4	22.2	17.1
오피스텔	18.6	31.0	23.2	16.8	6.7
연립주택	8.5	5.2	5.7	7.3	15.0
다가구주택	7.4	6.9	8.3	6.4	7.5
일반단독주택	4.9	4.0	3.6	4.0	7.9
비거주용 건물내 주택	0.8	1.1	0.5	1.0	0.6
영업겸용 단독주택	0.4	0.9	0.2	0.2	0.4

■ 1인가구의 거주주택 소유형태는 전세·월세·자가 순으로 나타나고 있으며, 자가 보유율이 전체 가구 평균보다 현저히 낮은 편

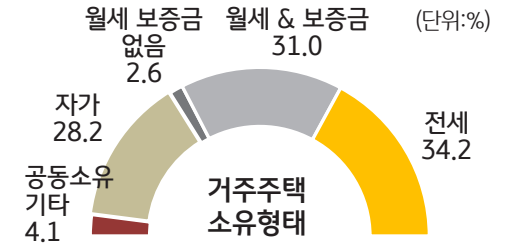
○ 본 조사에서 살펴본 1인가구의 자가비율은 28.2%로 전체가구의 자가 비율(60.7%, 2017년 가계금융복지조사)보다 낮은 것으로 판단됨

○ 자가 보유비중은 연령 및 소득이 높아질수록 상승하며, 1인가구의 경우 전세 비중은 소득군별로 큰 차이가 없는 것으로 나타남

○ 전세금 규모는 5천만원~1억원 사이가 가장 높으며, 월세 보증금은 약 90%가 5천만원 이하

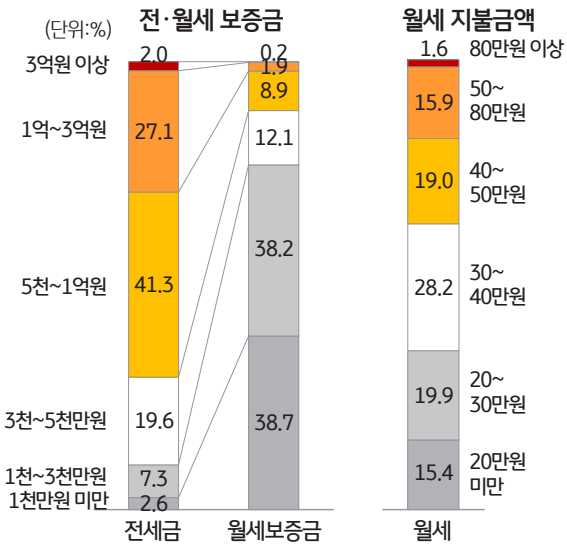
– 월세는 소득별로 차이가 있으나 약 60% 이상이 40만원 미만을 지불

[그림 17] 거주주택 소유형태



	20대	30대	40대	50대
전세	37.1	40.8	30.4	28.1
월세(보증0)	44.8	36.1	29.1	17.7
자가	7.5	15.3	34.7	50.6
월세(보증X)	4.3	3.4	1.7	1.3
공동소유	1.7	1.6	1.7	1.0

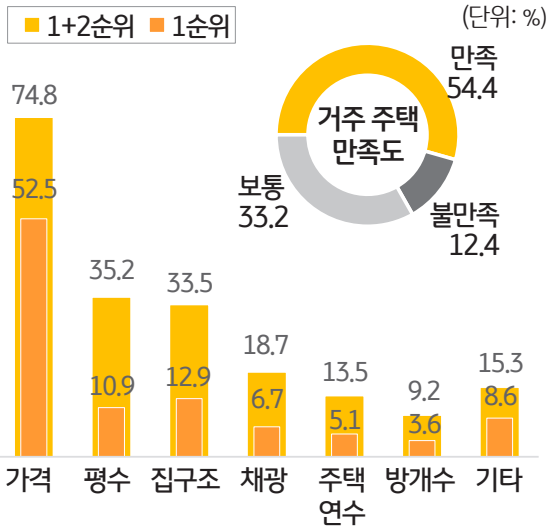
[그림 18] 전·월세 보증금 및 월세 금액



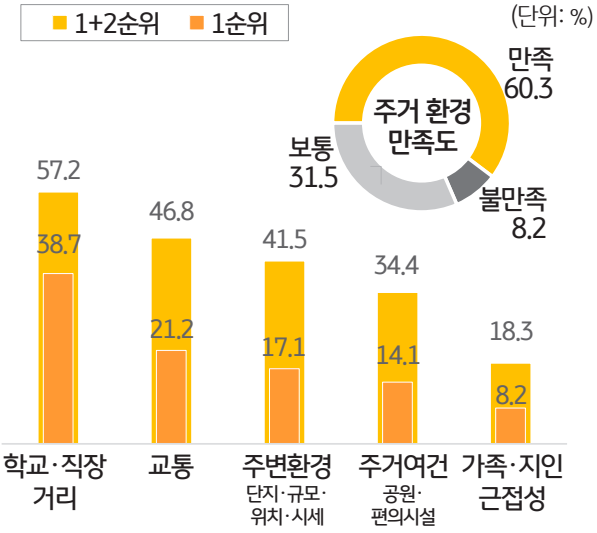
■ 거주하고 있는 주택에 대해서는 54.4%가 만족하고 있으며, 주택 선택 시 고려사항은 가격·넓이·구조·채광 등의 순

○ 주거환경에 대해서는 60.3%가 만족하고 있으며, 선택 시 고려사항은 학교·직장과 거리, 교통, 주변 생활여건, 주거여건 등의 순

[그림 19] 거주주택 선택 사유



[그림 20] 주거환경 선택 사유



■ 거주 주택에 대한 구입 정보는 60% 이상이 '부동산 중개소'를 통해 얻으며, 20·30대는 '부동산 전문앱'을 활용하는 비중이 높음

○ 이 외에 40대는 '포털'이나 '부동산 사이트', 50대는 '친구·지인'을 주요 주택 정보 채널로 꼽음

– 40대까지는 연령이 높아지면서 다양한 경로로 부동산 정보를 얻고자 하는 경향이 보이나, 50대는 '부동산 중개소'와 '친구·지인'에 대한 의존도가 절대적

■ 새로운 주거 형태로 주목받고 있는 '셰어하우스(공유주택)'에서 거주할 의향은 약 15% 수준

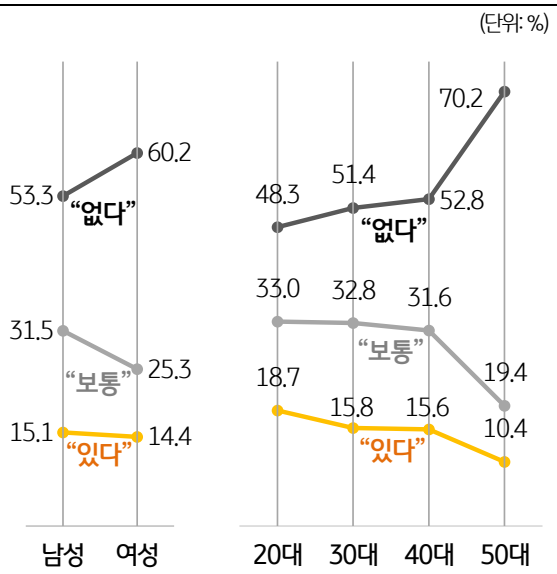
○ 연령·성별로는 남성·20대가 셰어하우스 이용 의향이 상대적으로 높거나 유보적인 반면, 여성·50대는 이용 의향이 '없다'는 대답이 압도적

[표 4] 거주주택 정보 획득 채널

(단위: %)

	1+2순위	20대	30대	40대	50대
부동산 중개소	68.8	60.3	64.9	65.3	82.3
친구·지인	41.9	27.6	31.2	38.0	68.1
부동산 앱	27.4	47.7	36.4	22.7	7.7
포털	26.1	25.0	30.0	31.8	16.3
부동산 사이트	22.3	20.7	21.2	26.4	20.4
SNS, 블로그	8.6	12.4	11.3	8.5	3.1

[그림 21] 셰어하우스 이용 의향



■ 1인가구의 42.6%가 2년 내 이사를 갈 의향이 있으며, 이사 의향은 젊은 세대일수록 높게 나타나는 경향

○ 이사는 '매물이 나올 때' 한다는 대답이 가장 많았으나, 20대는 '2년에 1회'가 가장 많았으며, 젊은 세대일수록 이사가 상대적으로 잦은 편

– 이사 빈도와 사유를 종합해 보면 1인가구는 현재보다 더 나은 거주조건을 찾아 움직이려는 의향이 큰 편으로 추정

[표 5] 1인가구의 이사 빈도

(단위: %)

		20대	30대	40대	50대
1년 1회 이상	1.4	2.6	1.8	1.3	-
2년에 1회	18.6	35.6	23.0	14.1	6.5
3년에 1회	10.2	14.7	13.2	7.7	6.0
4~6년에 1회	23.1	14.9	20.6	26.6	28.1
7~10년에 1회	12.8	4.0	7.2	16.4	21.7
매물이 나올때	34.0	28.2	34.3	33.9	37.7

[표 6] 1인가구의 이사 사유

(단위: %)

		20대	30대	40대	50대
더 좋은 거주지	48.1	50.0	50.9	46.1	39.4
전세금/월세	15.0	12.7	11.1	17.4	27.7
학교/직장	12.3	16.7	11.4	10.9	9.6
집을 구해서	11.9	8.3	10.2	17.8	10.6
결혼을 해서	8.9	9.8	13.9	3.9	2.1
식구들과합침,기타	3.8	2.5	2.5	3.9	10.6

2. 1인가구의 소비 생활

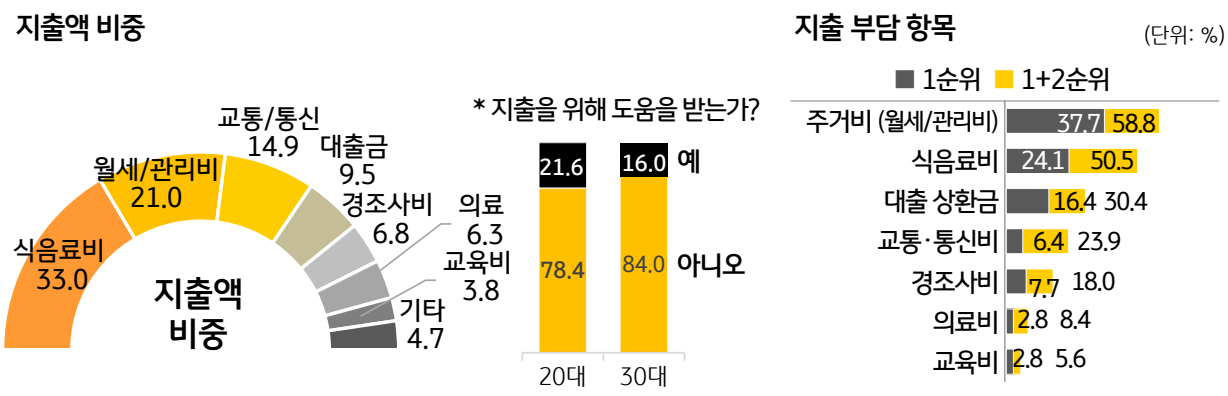
■ 1인가구는 월 지출액의 절반 가량을 식음료비와 월세·관리비에 쓰고 있음

○ 지출액 비중과 지출에 부담을 느끼는 항목은 다른 양상을 보여주고 있는데, 특히 주거 및 자산보유 상태에 따라 부담을 느끼는 분야가 다름

– 전반적으로 주거비와 식음료비 부담이 큰 편이나, 월세 생활자는 주거비, 소형 자가보유자는 대출 및 교통·통신비 부담이 특히 크다고 인식

○ 한편 20·30대의 경우도 지출을 위해 부모나 지인 등 주변의 도움을 받는 경우는 많지 않으며, 대부분 자력으로 해결하고 있다고 응답

[그림 22] 소비 지출액 비중 및 지출 부담 항목



○ 1인가구는 경제적인 준비 외에 미래에 대비하여 하는 행동 중에서 '건강관리·운동' '관계유지' '취미활동' 의 순으로 중요하다고 생각하며 실천하고 있음

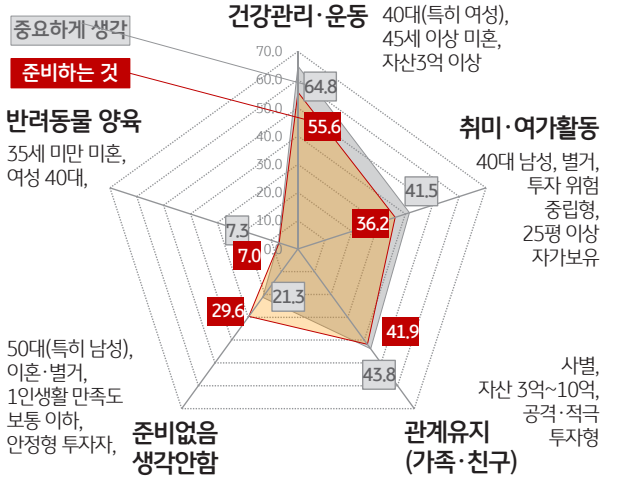
– '건강관리·운동'은 중요하다고 생각하는 정도에 비해 실천율이 9%p 가량 낮지만, 가장 많은 1인가구가 미래를 위해 실천하고 있는 항목

○ 1인가구는 혼자 식사·쇼핑·운동하는 데 익숙한 편이며, '혼자 해외·국내여행 가기'는 익숙함은 덜하나 1년 내 가장 하고 싶은 행동으로 꼽힘

– '혼자 술먹기' '국내여행 가기'를 제외한 전 분야에서 여성이 남성에 비해 1인생활에 더욱 익숙한 것으로 나타남

[그림 23] 미래를 위해 하는 행동(비재정적)

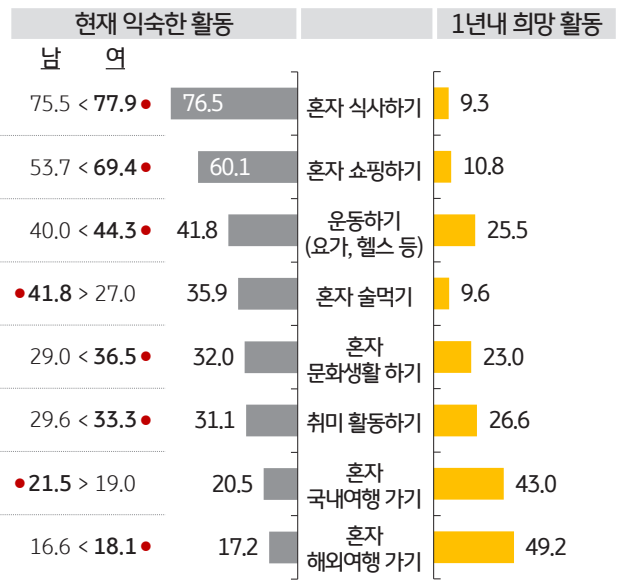
(단위: %, 1+2 순위)



주) "중요하게 생각하는 항목" 평균 대비 5%p 이상 응답 그룹 (반려동물 양육'은 전체 9% 이상 응답 그룹)

[그림 24] 현재 익숙한 활동 및 향후 희망활동

(단위: %)



○ 1인가구는 '구매 전에 여러 곳을 충분히 비교하고' '쇼핑 전 목록을 작성하며' 'PB상품'을 자주 구매하는 등 합리적 판단에 기반한 '가성비' 위주의 소비패턴을 보여주고 있음

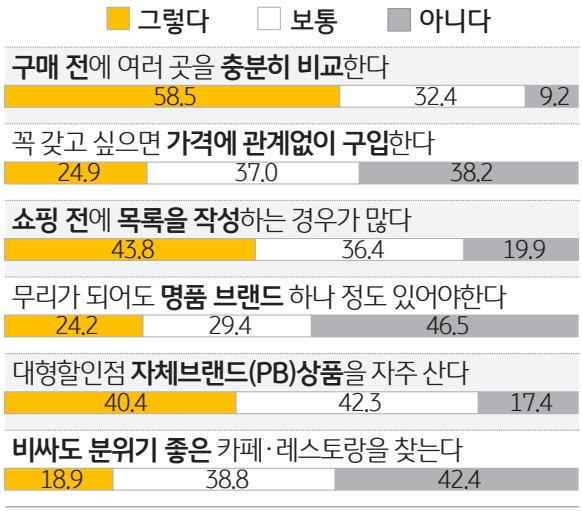
– 특히 20~40대에서 이러한 특성이 강하게 나타나는데, '명품 구입'이나 '비싸도 분위기 좋은 음식점'은 1인가구가 생각하는 '나를 위한 소비'와는 동떨어진 것으로 보임

○ 1인가구 전체적으로는 반수 이상이 생필품 구입 시 대형마트를 이용하나, 그 외의 구입처는 연령·성별로 분화되어 있음

– 편의점은 '남성', 모바일 쇼핑은 '20~40대 여성', 슈퍼마켓과 재래시장은 50대의 이용비율이 두드러지는 편임

[그림 25] 1인가구의 소비 패턴

(단위: %)



[표 7] 1인가구의 생필품 구입 장소

(단위: %)

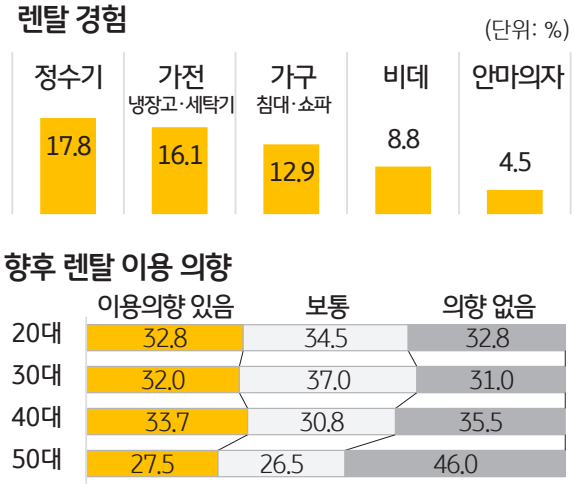
1+2순위	남성				여성			
	20대	30대	40대	50대	20대	30대	40대	50대
대형마트	53.0	62.9	67.9	47.6	54.7	55.7	63.6	64.3
슈퍼마켓	30.8	32.1	37.7	77.2	31.3	36.1	40.5	66.5
인터넷쇼핑(PC)	37.9	35.8	40.7	11.7	34.7	42.6	34.4	5.7
모바일쇼핑	30.8	32.9	27.2	3.8	46.7	40.9	36.9	7.8
편의점	33.3	23.8	18.8	32.8	24.0	16.1	8.7	5.7
재래시장	8.6	7.8	5.6	26.2	7.3	5.7	12.8	43.9
백화점	5.6	4.4	2.2	0.7	1.3	2.6	3.1	5.7

■ 1인가구 중 34.3%가 생활용품 렌탈 경험이 있으며, 반려동물을 키우고 있는 1인가구는 11.8%

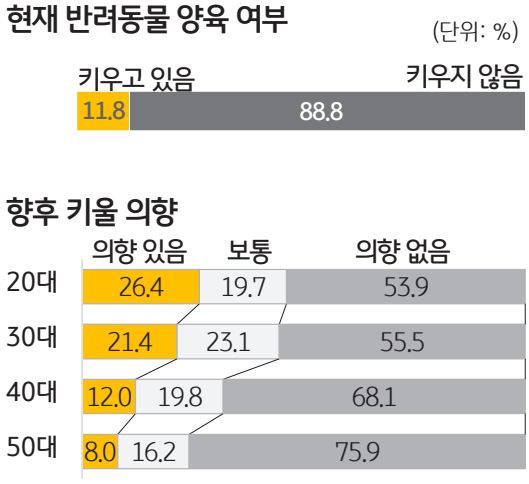
○ 렌탈 사용 제품은 '정수기', '가전', '침대·소파' 등의 순이며, 50대를 제외한 1인가구의 약 60% 이상이 렌탈 이용 의향이 있거나 보통인 편으로 나타남

○ 현재 반려동물을 키우지 않는 1인가구 중 향후 반려동물을 키우려는 의향은 20대가 26.4%로 가장 높으며, 연령대가 낮을수록 반려동물을 키우려는 의향이 높은 편

[그림 26] 렌탈 경험 및 이용 의향



[그림 27] 반려동물 양육 의향



■ 1인 라이프를 위한 서비스 이용 경험은 대부분 10% 미만이며, 혼밥 전문식당, 소량 패키징 식료품, 싱글 여행상품 등에 높은 관심을 보이고 있음

○ 조사 대상 1인 라이프를 위한 상품·서비스를 하나도 이용해 본 적이 없는 경우가 약 53%

– 연령대가 높을수록 이용 경험도 적은 편이나, 일상 편의 서비스에 대해서는 50대의 관심도 높은 편

– 혼밥 전문 식당, 소량 패키징 식료품, 싱글 여행상품 등은 50대를 포함한 전 연령대에서 조사 대상 서비스 중 가장 높은 관심도를 보이고 있음

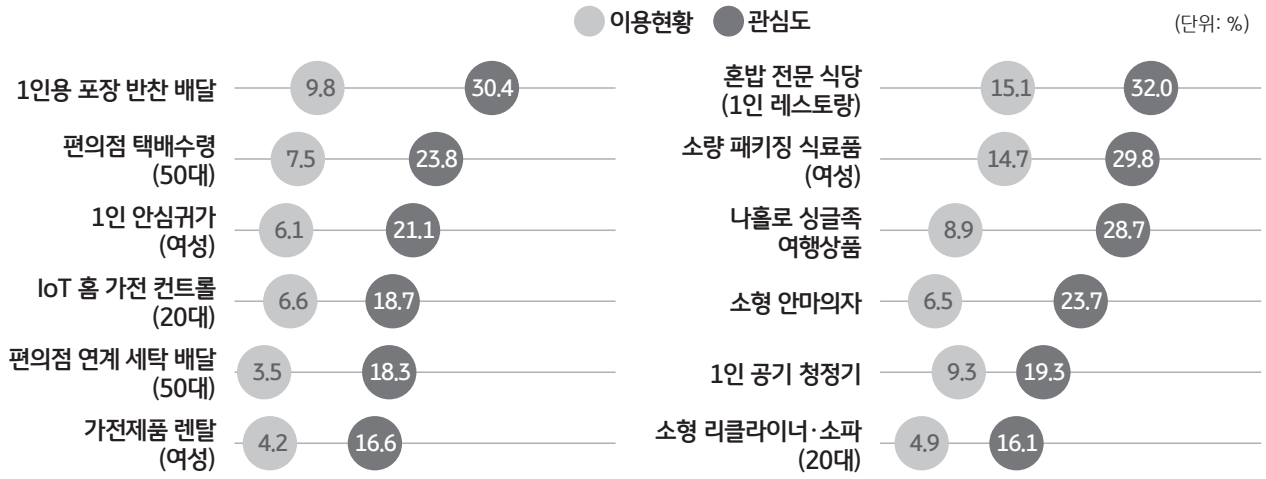
■ 1인 라이프 관련 상품·서비스 중 현재 이용현황보다 관심도가 현저하게 높은 항목들은 향후 시장 확대 가능성이 높을 것으로 예상

○ 전체 1인가구의 관심이 높은 상품들과 함께 여성(안심귀가, 렌탈, 소량 패키징 식료품), 50대(편의점 연계 서비스)등 연령과 성별에 특화된 니즈에도 주목할 필요

○ 1인가구가 관심을 가지고 있는 서비스들은 공통적으로 기존 서비스·상품에서 소형화·개인화 및 편의성을 강화하였다는 특징이 있음

– 20대는 'IoT 홈 가전 컨트롤' 및 '소형 리클라이너'에도 관심을 보이는 등 '스마트함'을 추구하는 성향이 높은 것으로 보임

[그림 28] 1인가구 겨냥 상품·서비스 이용현황 및 관심도



Ⅳ. 1인가구의 금융 니즈 및 이용 행태

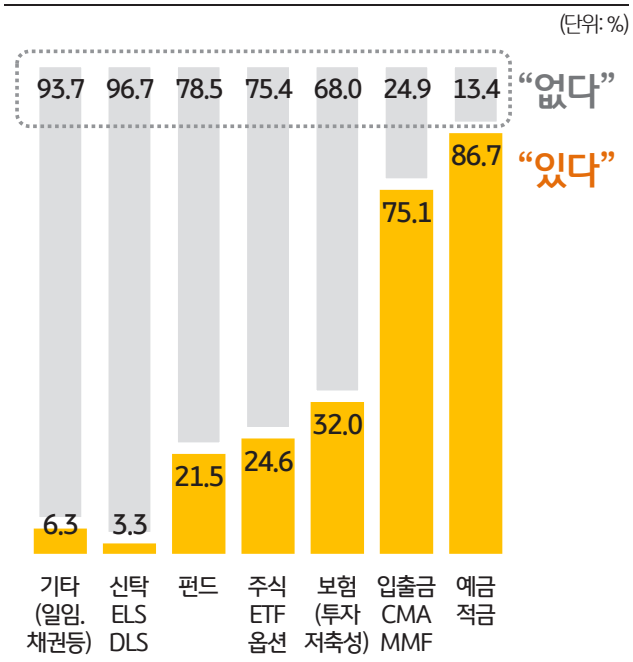
1. 금융자산·대출 보유 현황

■ 1인가구는 금융상품 중 예·적금 보유율이 가장 높으며, 1인가구의 절반 이상이 월 평균 50~150만원을 투자·저축하고 있음

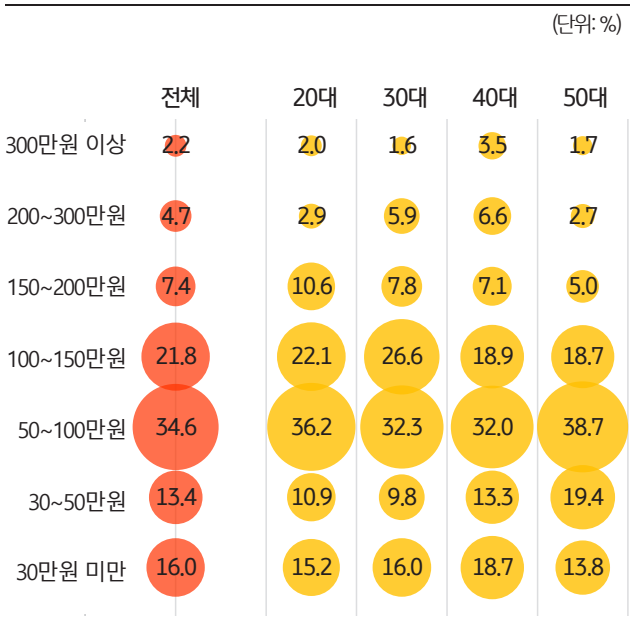
○ 예·적금 외에는 입출금, 보험, 주식(ETF), 펀드 등의 순으로 금융상품을 보유하고 있으며, 신탁이나 일임상품 보유율은 높지 않은 편

○ 월 평균 100만원 이상 투자·저축하는 가구의 비율이 50대보다 20대가 더 높으며, 40대는 타 연령대에 비해 고액·소액 투자 집단으로 양극화된 경향을 보임

[그림 29] 1인가구의 보유 금융자산 종류



[그림 30] 1인가구의 월 평균 투자·저축 금액



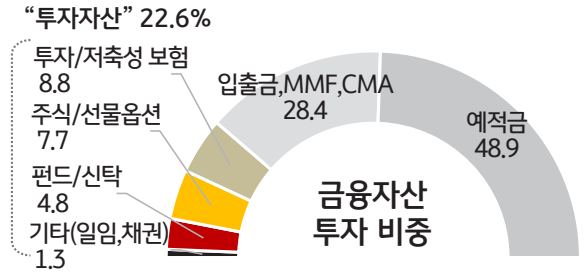
■ 금융상품별 금액 비중은 예·적금과 입출금 등 안전자산이 77.3%를 점유하고 있음

○ 투자자산(펀드, 주식, 신탁, 보험 등) 중에는 보험의 보유비중이 가장 높으며, 연령대별로는 40대까지 투자자산(펀드, 주식, 신탁, 보험 등) 비중이 지속적으로 증가

– 50대는 전체 투자자산 비중은 하락하나 보험상품의 비중은 증가하는 모습을 보여줌

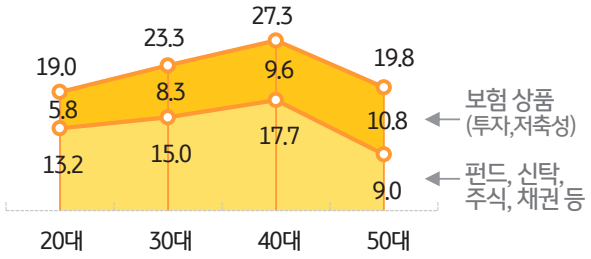
[그림 31] 1인가구의 금융자산 투자비중

(단위: %)



[그림 32] 1인가구의 연령대별 투자자산 보유비중

(단위: %)



■ 1인가구의 67.2%가 실손의료비 보험에 가입해 있으며, 자동차·운전자 보험 외에 실손의료·암·연금·치아보험 순으로 가입의향이 있는 것으로 나타남

○ 치아보험은 현재 가입률에 비해 가입의향이 더 높게 나타나고 있으며, 연금보험과 간병보험도 가입률에 비해 상대적으로 관심이 높은 상품

○ 가입 중인 보험의 월납입액은 10~20만원 미만의 비중이 가장 높고, 1인가구의 약 절반 정도(48.5%)가 한 달에 20만원 이상을 보험료로 납입 중

– 연령대별로는 20대에서 40대로 갈수록 보험 납입 규모가 커지다가 50대에 축소되고 있음

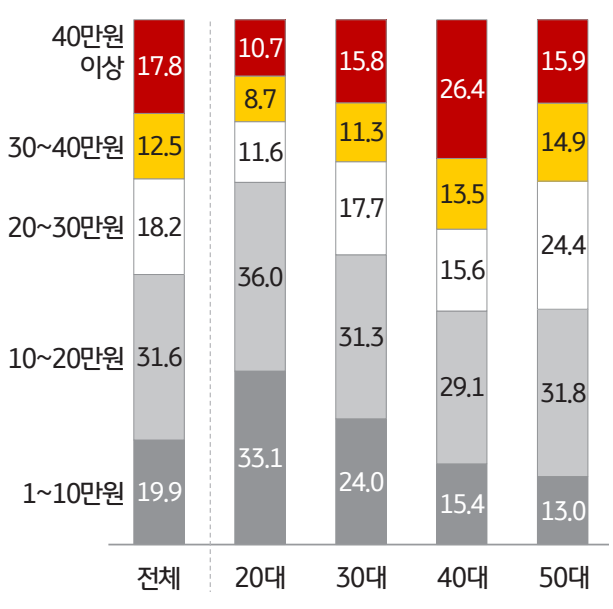
[표 8] 보험상품별 가입률 및 가입 의향

(단위: %)

(단위: %, 복수응답)	현재 가입상품	가입 의향
실손의료비 보장보험	67.2	23.2
자동차/운전자보험	66.9	24.2
암보험	46.7	21.5
질병(건강)보험	37.7	14.2
종신보험	24.2	7.3
연금보험	23.9	19.0
저축성보험	23.2	16.3
상해보험	20.2	9.1
변액(종신,연금)보험	13.2	5.8
치아보험	8.3	16.9
화재·화물보험	5.9	3.7
정기보험	4.8	4.4
간병보험	2.5	7.3
어린이(자녀)보험 기타	1.9	2.3

[그림 33] 보험상품 월별 납입액

(단위: %)

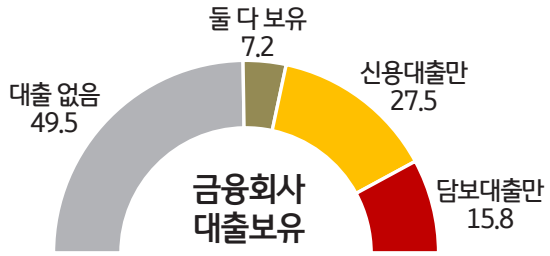


■ 1인가구의 절반 정도가 대출을 보유 중으로, 전체 가구 대비 신용대출 보유도가 높은 편이며, 연령대가 낮을수록 신용대출을 많이 활용 중

○ 1인가구는 전체적으로 다인가구 대비 자가보유율이 낮아 담보대출 활용도 상대적으로 낮으며, 20대는 소액 신용대출 이용률이 높은 편

[그림 34] 1인가구의 대출 보유

(단위: %)

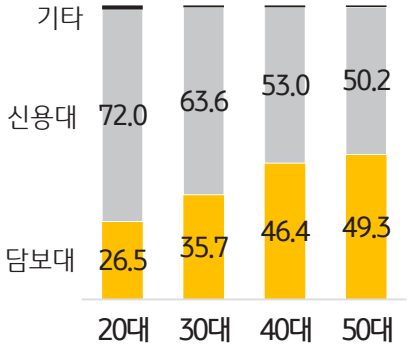


※ 전체가구 대출비중 (가계금융복지조사, 2017년)

담보대	신용대
38.3%	22.9%

[그림 35] 1인가구 연령대별 담보대·신용대 비중

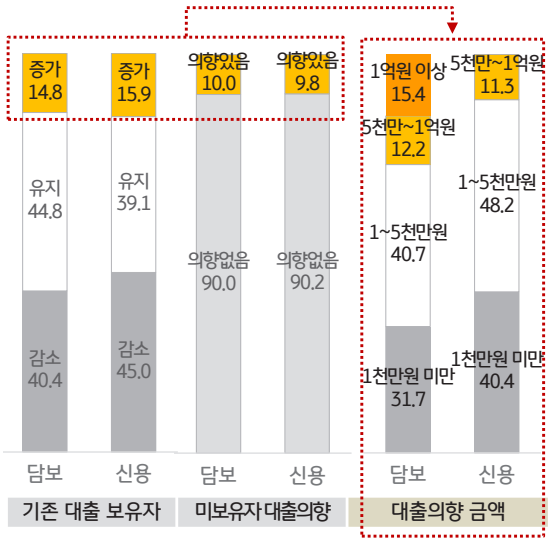
(단위: %)

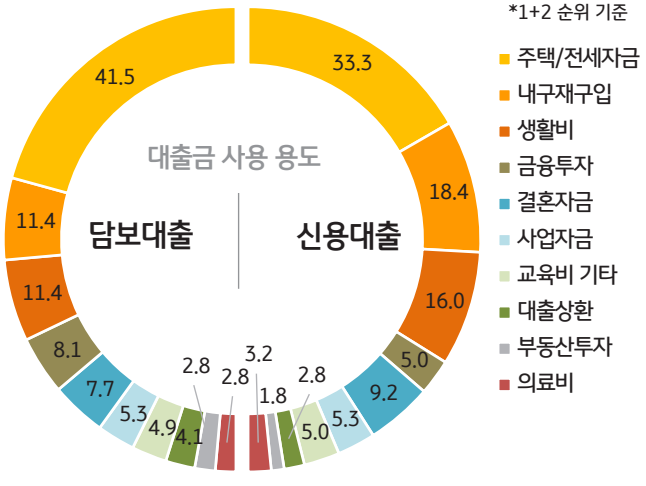


■ 기존에 대출을 보유한 1인가구 중 40% 이상이 대출 규모를 축소하고자 하며, 약 15%의 가구는 대출규모를 증가시키려는 의향이 있음

○ 대출 미보유 가구 중 대출을 받고자 하는 의향이 있는 가구의 비중은 약 10% 수준이며, 대출받으려는 금액의 규모는 담보대가 신용대보다 상대적으로 높게 나타남

[그림 36] 대출 증감의향, 대출금 사용용도





○ 신규·추가대출 금액의 사용용도는 '주택·전세자금', '내구재 구입', '생활비' 순이며, 신용대와 담보대의 용도별 특징은 일부 차이가 있음

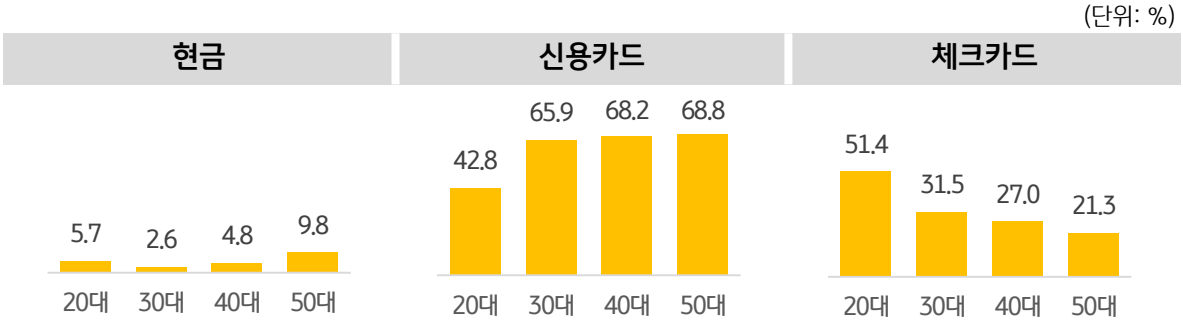
– 상대적으로 신용대는 내구재구입, 결혼자금, 생활비로 사용하기 위한 경우가 높은 것으로 나타나는 반면, 담보대는 주택·전세자금 용도로 쓰는 경우가 많은 것으로 나타남

2. 카드 및 지급결제수단 사용 현황

■ **1인가구가 가장 많이 활용하는 결제수단은 '신용카드'이나, 연령대별로 사용하는 지급결제 수단에 차이가 있음**

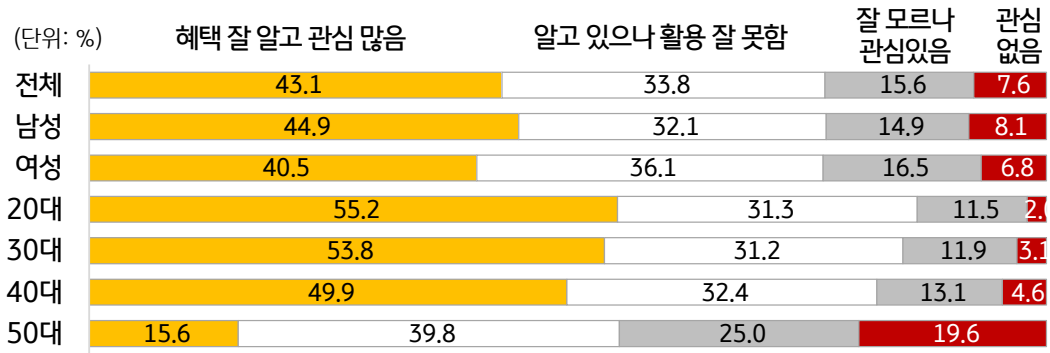
○ 특히 20대는 체크카드 이용률이 더 높으며, 현금 사용률도 30·40대보다 소폭 높은 편

[그림 37] 가장 많은 금액을 사용하는 결제 수단 (생활비·여가비 사용시)



■ **카드 혜택 인지도는 연령대가 낮을수록 높게 나타나며, 여성보다는 남성이 카드 혜택을 적극적으로 이용하는 가구의 비중이 높음**

[그림 38] 카드 혜택 인지 및 활용 여부



○ 반면 50대는 타 연령대에 비해 카드 보유매수도 적고 혜택 관심도 크게 낮은 편이나, 신용카드 사용률은 가장 높은 계층이라는 특징이 있음

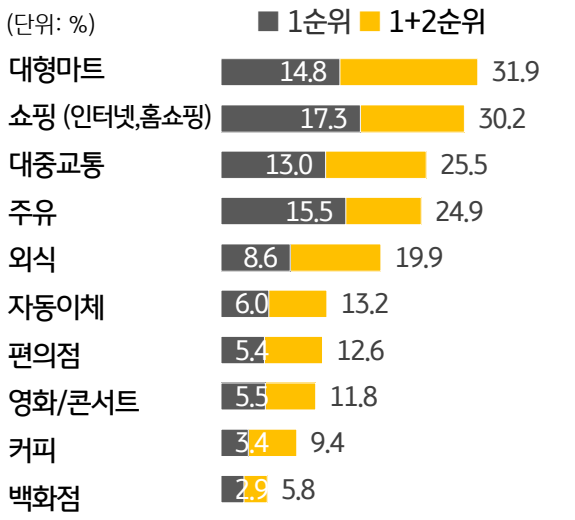
■ 1인가구는 공통적으로 '대형마트·쇼핑·대중교통·주유·외식' 순으로 할인 혜택에 관심이 많으나, 성별·연령별로 선호도에 일부 차이점이 있는 것으로 나타남

○ 1순위 선호도 1,2위인 쇼핑과 주유가 각각 1+2 순위에서 마트와 대중교통에 밀린 것은 最선호 혜택과 '기본 탑재' 혜택에 대한 인식을 반영

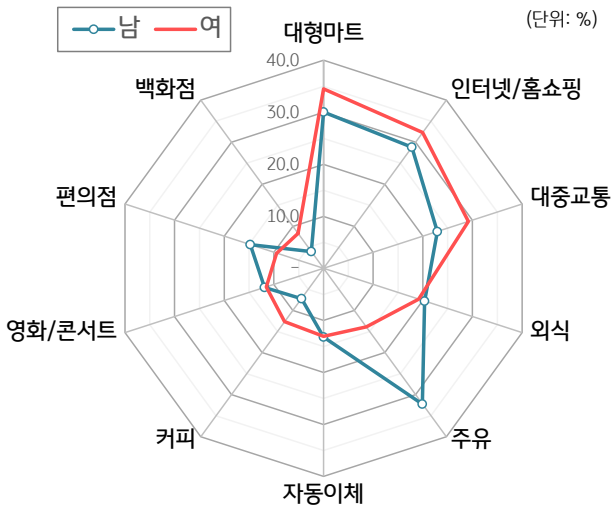
○ 남성의 경우 '주유' '편의점' 선호도가, 여성의 경우 쇼핑 영역 전반 및 '대중교통', '커피' 할인 선호도가 상대적으로 높음

– 연령별로는 상위 5개 혜택 외에 남성은 20대 '편의점', 40대 '영화/콘서트'가, 여성은 20대 '커피', 30대 '편의점', 40대 '자동이체' 선호도가 상위에 랭크

[그림 39] 선호하는 카드 할인혜택 (상위 10개)



[그림 40] 남녀별 선호하는 카드 할인혜택



■ 1인가구의 60% 이상이 간편결제와 앱카드를 사용해 본 경험이 있는 것으로 나타나며, 사용경험 및 빈도 모두 젊은 연령대에서 높게 나타남

○ 20·30대는 약 80% 이상이 간편결제와 앱카드를 사용해 보았으며, 약 60%는 1주일에 1회 이상 활발히 이용하고 있음

– 40대도 70% 이상이 이용경험이 있는 반면, 50대는 70% 이상이 이용하지 않고 있음

[표 9] 1인가구의 간편결제 사용 현황

(단위: %)

간편결제 (삼성페이, 카카오페이)	하루 1회 이상	2~3일 1회	4~6일 1회	1주일 1회	2~3주 1회	1달 1회이하	이용 안함
	간편결제 경험자 63.8%						36.2
	5.3	10.2	8.1	16.1	13.5	10.8	
20대	9.2	17.0	11.8	20.4	19.5	6.6	15.5
30대	6.9	12.7	11.3	21.4	14.2	12.2	21.4
40대	5.8	10.8	8.3	17.1	15.0	16.0	27.0
50대	0.4	1.9	1.7	5.8	6.9	6.5	76.7

[표 10] 1인가구의 앱카드 사용 현황

(단위: %)

카드사 앱카드	하루 1회 이상	2~3일 1회	4~6일 1회	1주일 1회	2~3주 1회	1달 1회이하	이용 안함
	앱카드 경험자 67.5%						32.5
	3.4	11.6	10.5	17.9	14.3	9.9	
20대	4.3	15.5	16.1	28.2	13.5	8.0	14.4
30대	5.2	17.3	14.8	19.4	17.1	10.3	15.8
40대	3.5	11.2	10.0	19.8	17.3	12.5	25.6
50대	0.4	2.7	2.1	7.3	8.5	7.9	71.2

3. 금융서비스 채널별 선호도

■ **1인가구 전체적으로는 금융서비스 채널별 이용 의향은 '모바일뱅킹'이 가장 높고 '인터넷전문은행'이 가장 낮으나, 연령대별로 이용 의향이 매우 다르게 나타남**

○ 은행 지점 방문 의향은 인터넷전문은행보다는 높게 나타났으나 이는 50대의 은행 선호도가 매우 높기 때문이며, 20~40대에서는 인터넷전문은행 이용 이향이 더 높게 나타남

○ 모바일뱅킹은 50대를 제외한 전 연령대에서 다른 채널들의 선호도를 압도하고 있음

– (PC)인터넷뱅킹 이용 의향은 40대에서 상대적으로 높은 것으로 나타남

[그림 41] 금융 채널별 이용 의향 (5점 척도, 수치가 높을수록 이용의향 높음)

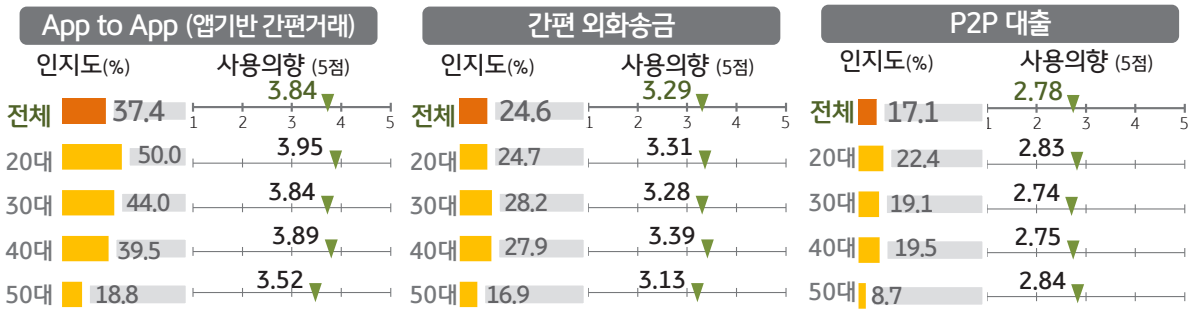
은행 지점 방문		인터넷뱅킹		모바일뱅킹		ATM		인터넷전문은행	
3.19		3.49		3.97		3.64		3.16	
20대	3.07	20대	3.47	**20대**	**4.25**	20대	3.54	**20대**	**3.51**
30대	2.96	30대	3.62	**30대**	**4.15**	30대	3.53	**30대**	**3.39**
40대	2.99	**40대**	**3.74**	**40대**	**4.10**	40대	3.49	40대	3.23
50대	**3.73**	50대	3.12	50대	3.45	**50대**	**3.98**	50대	2.58

■ **新 금융서비스 또한 젊은 세대에서 인지도가 높은 경향이 있으나, 20~40대 간에는 큰 차이가 없는 반면 50대에서 급격하게 인지도가 하락**

○ 다만 서비스에 대해 인지하고 있는 경우 사용의향은 50대라고 다른 연령대와 크게 동떨어져 있지 않으며, 소폭 낮은 수준임

– 인지도와 사용의향 모두 App to App, 간편외화송금, P2P대출 순으로 나타나고 있으며, P2P대출은 인지도와 사용의향이 전반적으로 낮은 편

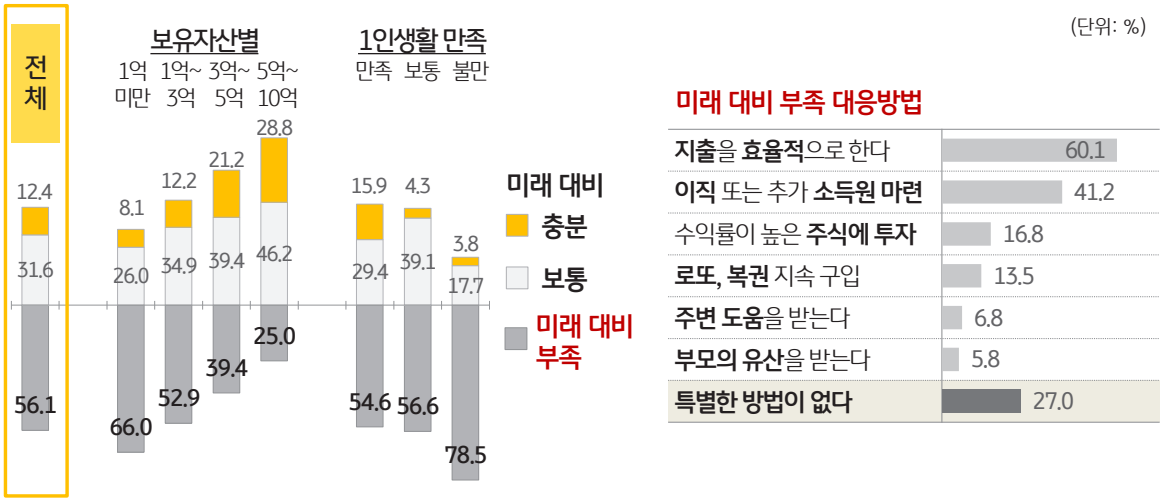
[그림 42] 新금융서비스 인지도 및 사용 의향 (인지하고 있는 경우)



4. 은퇴 및 미래 준비

■ **1인가구의 56.1%가 미래 대비 자산이 충분치 않다고 응답하였으며, 보유자산이 낮거나 1인생활에 만족하지 못할수록 불안감이 더 크게 나타남**

[그림 43] 미래를 위한 대비 충분도와 대응방법



○ ‘보유자산 3억 이상’인 경우 절반 이상이, 1인생활에 만족하고 있는 경우는 절반 가까이(45.4%)가 미래 대비가 ‘보통’이거나 ‘충분’하다고 응답

○ 부족한 미래 재정 준비 상황에 ‘지출 관리’, ‘추가 소득원 마련’ 등으로 대응하고자 하고 있으나, ‘특별한 방법이 없다’는 대답도 27%를 차지

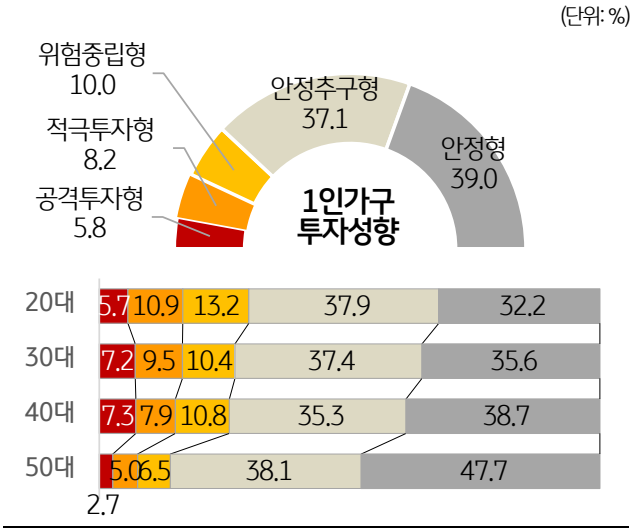
■ 1인가구의 4분의 3이 자신의 투자성향을 ‘안정형’ ‘안정추구형’이라고 응답하였으며, 연령대가 높을수록 안정형의 비중이 더 높아지는 경향

○ ‘투자기간 고려’ ‘분산투자’ ‘나만의 투자 방식’ 등 투자 성향 관련 질문에는 ‘보통’이라고 응답한 1인가구가 많았으며, 연령대별 차이도 두드러지지 않음

■ 건강과 관련하여 ‘혼자 살면서 건강에 대한 우려’가 늘고 있는 반면, ‘특별한 조치를 못하고 있다’는 응답 비율이 높음

○ 불의의 질병·사고 시 ‘현재 자산으로 커버할 수 있다’는 응답도 20% 미만으로, 건강에 대한 관심과 걱정에 비해 대비는 미흡한 것으로 보임

[그림 44] 연령대별 투자성향



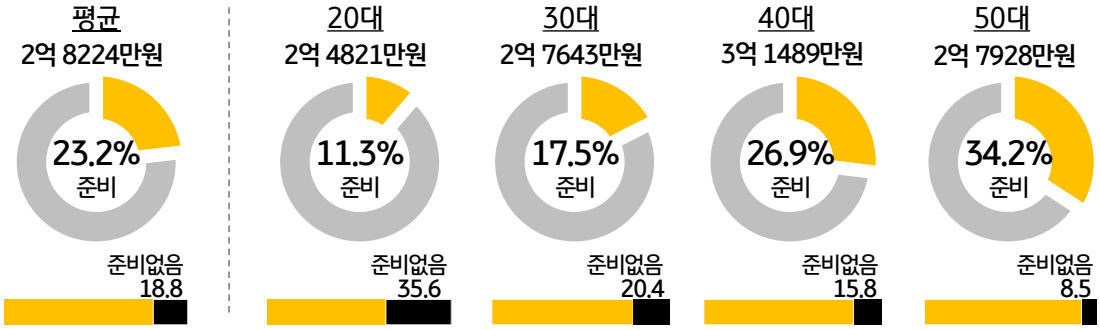
[그림 45] 투자·보험 관련 성향

■ 1인가구는 은퇴를 위해 2억8천여만원이 필요하다고 생각하고 있으며, 80% 이상이 은퇴자금 준비를 하고 있으나 준비 수준은 23.2%에 불과

○ 40대는 은퇴자금으로 3억 이상이 필요하다고 생각하고 있으며, 은퇴자금을 준비하고 있는 가구의 비중 및 준비 정도 모두 연령대에 따라 상승하나 50대조차 여전히 충분하다고 하기는 부족한 상태

○ 20대의 경우 35.6%가 은퇴자금을 전혀 준비하고 있지 않으며, 준비 수준도 예상 은퇴자금의 11.3%에 불과

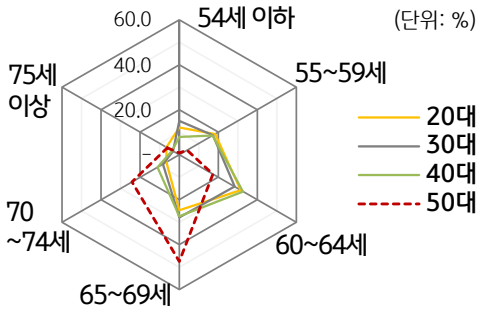
[그림 46] 1인가구가 생각하는 은퇴자금 수준 및 준비 정도



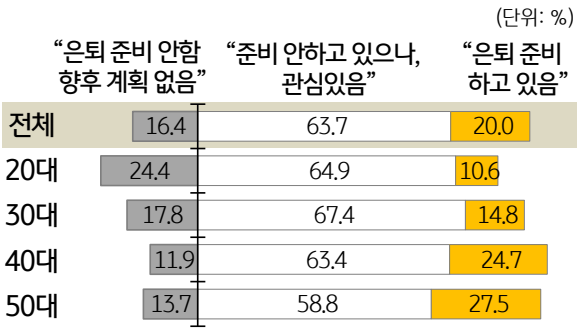
■ 20~40대는 60~69세 사이에 은퇴할 것이라고 생각하나, 은퇴 시점에 좀 더 가까운 50대의 다수는 5년 늦은 '65~74세'를 은퇴 시점으로 생각

○ 은퇴 준비를 하고 있는 1인가구는 5명 중 1명 정도이나, 정보 검색 등을 포함하면 83.6%가 은퇴 준비에 관심을 가지고 행동을 취함

[그림 47] 연령대별 은퇴시점 예상



[그림 48] 은퇴 준비를 위한 계획·관심



○ 최근 1년 이내 은퇴 준비를 위해 취한 행동들을 살펴보면, 연령대가 높을수록 '필요자금 계산' '생활자금 조정' 등 구체적으로 은퇴 준비를 실천에 옮기는 경향이 높음

– 주변과 상의·검색 등 기초적인 관심 수준의 행동 비중이 상대적으로 높은 편인데, 30·40대는 인터넷, 50대는 지인들로부터 정보를 얻는 경향

○ 1인가구의 반수 이상이 은퇴자금 준비가 부족한 수준이라고 느끼며, 주요 장애요인으로 60% 이상이 '경제적 여력 부족'을 거론

– 이와 함께 절반 가량이 '생활비 충당 후 여력이 없다'고 말하고 있으며, '공적연금으로 충분' '은퇴 후 자금 충분' 등의 응답은 10% 미만

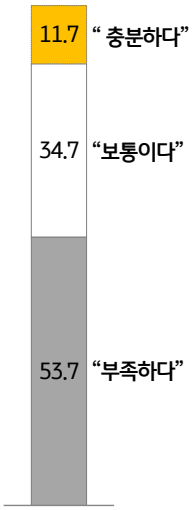
[표 11] 최근 1년내 은퇴 준비행동

(단위: %)

구체적 행동 / 주변과 상의·검색		20대	30대	40대	50대
은퇴 후 필요자금 계산	36.6	29.3	29.4	41.6	44.1
가족·지인과 은퇴후생활 상의	28.1	22.8	21.0	22.8	44.5
인터넷 자료 검색	27.9	27.8	32.5	31.1	19.4
예·적금 등 금융상품 가입	20.6	20.2	21.8	20.6	19.6
불필요한 생활자금 조정	20.2	15.2	15.1	17.3	31.8
현재 준비 수준 평가·진단	16.0	13.7	15.1	19.5	14.9
은행 등 금융전문가의 조언	10.5	12.5	11.5	6.6	12.2
은퇴 포트폴리오 리밸런싱	7.9	7.2	9.3	8.1	6.7
기타	3.8	3.4	4.8	5.0	1.8

[그림 49] 은퇴자금 준비 및 장애요인

(단위: %)



은퇴자금 마련 장애요인	1+2 순위
경제적 여력(소득) 부족	61.7
생활비 충당 후 여력없음	47.0
교육비·결혼자금 마련	17.8
부채상환 부담	15.6
가족 부양	12.1
투자실패, 정보·전문가 부족	11.7
사업/부동산 실패	8.6
기타	0.3
공적연금으로 충분	9.0
은퇴자금 마련에 관심 없음	7.7
은퇴후 자금 충분	8.8

■ 1인가구의 절반 이상이 예·적금으로 은퇴자금을 마련하고 있으며, 연령대가 높을수록 연금, 보험·투자상품 등을 활용하여 은퇴를 준비

○ 보유하고 있는 개인연금은 '연금보험'(56.2%), '연금저축보험'(47.0%) 등 보험상품이 다수

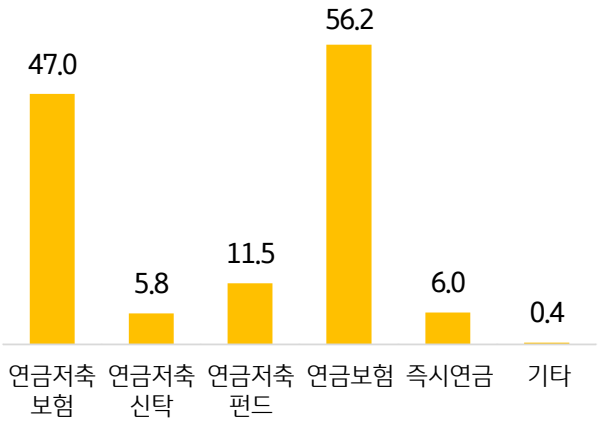
[표 12] 1인가구의 은퇴자금 준비 방법

(단위: %, 복수응답)

	전체	20대	30대	40대	50대
예·적금	56.8	44.9	50.6	61.7	65.9
공적연금	35.6	25.9	30.8	34.8	47.4
개인연금	31.7	25.5	33.7	35.0	29.6
보험 및 투자상품	29.6	22.4	27.2	34.8	31.4
퇴직금·퇴직연금	26.5	30.8	30.2	27.1	19.2
부동산 투자	13.0	9.1	13.9	16.2	11.1
기타	0.1	0.0	0.2	0.2	0.0
준비 못함	17.8	26.2	15.9	15.8	16.9

[그림 50] 보유 중인 개인연금 종류

(단위: %, 복수응답)



[참고 : 연구방법]

<table>
<tr><td>조사방법</td><td>Online Survey + FTF (면대면 설문)</td></tr>
<tr><td>조사지역</td><td>서울, 경기 및 6대 광역시, 세종시</td></tr>
<tr><td>조사대상</td><td>만 25~59세 1인가구
(연소득 1200만원 이상, 본인 스스로 금융 관련 의사결정, 1인가구 생활 3개월 이상)</td></tr>
<tr><td>표본수</td><td>랜덤 2,000명 + 이혼·기혼 1인가구 100명</td></tr>
<tr><td>표본추출</td><td>성·연령·지역별 인구수 비례 할당 추출
<table>
<tr><th></th><th>20대</th><th>30대</th><th>40대</th><th>50대</th><th>소계</th></tr>
<tr><td>남성</td><td>198</td><td>383</td><td>324</td><td>290</td><td>1195</td></tr>
<tr><td>여성</td><td>150</td><td>230</td><td>195</td><td>230</td><td>805</td></tr>
<tr><td>소계</td><td>348</td><td>613</td><td>519</td><td>520</td><td>2000</td></tr>
</table>
<table>
<tr><th>서울</th><th>경기</th><th>인천</th><th>대전</th><th>광주</th></tr>
<tr><td>638</td><td>607</td><td>139</td><td>91</td><td>88</td></tr>
<tr><th>대구</th><th>부산</th><th>울산</th><th>세종</th><th>소계</th></tr>
<tr><td>191</td><td>169</td><td>61</td><td>16</td><td>2000</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td>조사기간</td><td>2018.5.14~2018.6.1</td></tr>
</table>

*** 본 보고서에 제시된 한국 1인가구 관련 조사는 시장조사 전문기관의 설문을 통해 이루어졌습니다.**
보고서 세부 내용은 KB금융그룹의 공식 견해가 아님을 밝힙니다.

KB금융그룹

국민의 평생 금융파트너

포기없는 스타트업의 꿈,

KB와 손잡고 날아오르다

수많은 젊은 도전이 불가능에 그치지 않도록
열정 가득한 대한민국 스타트업이 날아오르는 그날까지
KB가 늘 함께하겠습니다

[청년의 꿈, KB와 함께 이루다] Dreaming Idea

KB Dream's Coming Project

대한민국의 리딩금융그룹으로서 모든 국민의 꿈과 희망이
이루어 질 수 있도록 최선을 다해 노력하겠습니다.

01 사회적 책임 02 일자리 창출 03 혁신창업 생태계 조성

"혁신기업을 위한 금융지원과 창업컨설팅"을 통해 새로운 성장동력을 함께 만들어 가겠습니다.

향후 5년간 혁신기업 지원 전용펀드를 1,500억원 조성하고 예비 창업자 지원을 위한
SOHO창업지원센터를 확대 운영하여 스타트업과 소상공인이 미래의 꿈을 펼칠 수 있도록 지원하겠습니다.

KB금융그룹

서울특별시 영등포구 국제금융로 8길 26
02-2073-7114

본 제작물은 KB금융그룹이 저작권을 보유하고 있습니다.
KB금융그룹의 승인 없이 본 책자의 내용 일부 또는 전부를
다른 목적으로 이용할 수 없습니다.