

2024 라이프 앳 홈(Life at Home) 보고서

즐거움이 가득한 집



요약:

즐거움을 느끼는 공간 만들기

끊임없이 변화와 어려움을 마주하는 세상에서, 집을 외부 소란을 피해 즐거움을 느끼는 공간으로 만들려면 어떻게 해야 할까요?

즐거움은 더 나은 집에서의 생활을 위한 8가지 니즈 중 하나입니다. 하지만 36%의 사람들은 집에서 느끼는 즐거움이 중요하다고 생각하면서도 즐거움에 대한 니즈를 충족하고 있지 못합니다. 다시 말해, 전 세계 사람의 3분의 1 이상이 집에서 충분히 즐거움을 느끼지 못하고 있다는 의미죠.

이케아는 모든 사람이 집에서 즐거움을 느낄 수 있어야 한다고 생각해요. 그리고 이케아가 그 즐거움을 되찾을 수 있도록 돕고자 합니다. 실제로 이케아의 조사에 따르면, 집에서 즐거움을 느끼는 사람일수록 자신의 삶에 만족감을 느끼고 미래에 대해 낙관적인 경향을 보이는 것으로 나타났습니다. 그래서 올해 라이프 앳 홈(Life at Home) 보고서에서는 '즐거움'이라는 주제를 다룹니다. 사람들은 언제 집에서 즐거움을 느끼는지, 어떻게 하면 즐거움을 느낄 수 있는지, 그리고 집에서 즐거움을 느끼는 것이 그 어느 때보다 중요한 이유는 무엇인지에 대해 알아보겠습니다.

사람들과 가정방문 인터뷰를 진행하고 전 세계에서 설문 조사를 실시한 결과, 집은 웰빙과 소속감을 느끼는 데 중요한 역할을 하며, 놀이와 연결을 위한 공간을 제공한다는 사실을 알게 되었습니다. 더 나은, 더 즐거운 집에서의 생활은 소소하지만 의미 있는 순간과 행동을 통해 매일 얼마든지 실현할 수 있어요.

"멋진 레스토랑이나 바를 가는 이유는 좋은 분위기를 경험하고, 인스타그램에 올려 자랑할 만한 셀카를 찍기 위해서죠. 하지만 팬데믹 이후에 우리는 그런 즐거움과 경험을 집으로 옮겨오는 것이 중요하다는 것을 깨달았습니다."

**바빈 테일러(Bhavin Taylor),
인테리어 디자이너**





목차

| | |
|------------|----|
| 머리말 | 04 |
| <hr/> | |
| 1. 건강과 행복 | 13 |
| 2. 놀이와 재미 | 22 |
| 3. 개성과 소속감 | 34 |
| 4. 소통과 연결 | 43 |
| <hr/> | |
| 맺음말 | 54 |
| 부록 | 60 |

머리말



"사람들이 실제로 살고 있는 집을 방문해서 그들이 무엇을 정말 중요하게 생각하는지 들어볼 수 있는 것은 일종의 특권이에요. 매년 집의 의미에 대해 생각해 보고, 더 나은 생활을 위해 무엇이 필요한지를 탐구하는 작업은 매우 가치 있는 일이죠."

**마리아 온손(Maria Jonsson),
잉카 그룹(Ingka Group) 인사이드 리더**

Hej 안녕하세요

이케아는 매년 전 세계 사람들과 이야기를 나누며 집에서의 생활이 어떤 의미이고, 어떻게 하면 더 나은 집에서의 생활을 만들 수 있을지 고민합니다. 이것이 이케아 라이프 앳 홈 보고서 (Life at Home)의 핵심이고, 올해도 다르지 않습니다.

조사 진행 방법

올해 보고서는 정량 조사와 정성 조사, 그리고 트렌드 리서치를 바탕으로 작성되었습니다. 이를 위해 39개국 18세 이상 38,630 명을 대상으로 설문 조사를 진행했으며, 3개국에서 24회의 가정 민족지학 조사, 36회의 디지털 몰입형 조사 그리고 6회의 후속 가정방문을 했습니다*. 모두 더 나은 집에서의 생활을 위한 8가지 니즈를 바탕으로 진행했으며, 자세한 내용은 8페이지에서 확인할 수 있습니다.

다양한 인사이트

보고서 전반에 걸쳐 설문 조사 결과를 공유하고 인터뷰한 사람들의 말을 인용하여 인사이트를 제공합니다. 또한 전문가의 조언과 '트렌드 살펴보기' 페이지를 통해 외부의 시각을 반영하여 문화의 흐름과 트렌드가 집에서의 생활에 미치는 영향을 살펴봅니다.

*올해 설문조사에는 처음으로 콜롬비아가 포함되었습니다. 가정 민족지학 조사, 디지털 몰입형 조사와 가정방문은 인도, 스페인, 미국에서 진행되었습니다. 조사한 39개국 전체 목록은 부록에서 확인할 수 있습니다.

부록

보고서의 마지막 부분에는 이번에 새롭게 선보이는 부록을 확인할 수 있습니다. 각 장에서 제시된 모든 데이터에 대한 자세한 목록을 확인할 수 있어요. 또한 보고서에 등장한 주요 용어에 대한 설명과 인구 통계학적 분류, 그리고 보고서에 등장한 사람들의 프로필도 포함되어 있습니다. 호기심이 많거나 깊게 알고 싶어하는 사람들을 위한 보물 창고라고 할 수 있죠!

직접 살펴보세요

배경 설명은 여기까지입니다. 이제부터 올해의 보고서를 자세히 살펴보세요. 여러분도 이 보고서를 준비할 때 저희가 그랬던 것처럼 보고서를 흥미롭게 읽고 의미 있게 활용하시기를 바랍니다.

우리가 사는 세상

집에서의 즐거움에 대해 알려면 더 광범위한 전 세계적인 맥락을 이해하는 것이 매우 중요합니다. 이러한 맥락은 우리가 주변에서 접하는 집중합니다. 문화 트렌드에 영향을 줄 뿐만 아니라 우리가 평소에 집에서 즐거움을 경험하는 방식에도 영향을 미칩니다. 올해 보고서는 집 안팎에서 우리의 웰빙에 영향을 미치는 주요한 흐름에 집중합니다.

전 세계적 불확실성과 양극화

우리 주변에서 벌어지는 예측 불가능한 사건들은 집에 대한 우리의 태도와 즐거움에도 영향을 미칩니다. 정치적 불안정, 극단적 기후 변화, 자연재해, 전쟁, 가속화되는 기술 발전, 진보적 사고방식의 후퇴, 심화되는 양극화를 포함한 모든 요소는 개인적인 공간까지 스며들어 우리가 집에서 느끼는 감정에 직간접적인 영향을 미칠 수 있습니다 이상적으로는 집이 외부 세계의 변화로부터 우리를 보호하는 역할을 해야 합니다. 실제로 어떤 이들에게 집은 모든 소란을 피할 수 있는 자유로운 안식처 역할을 하지만, 누군가는 집에서 그러한 안락함을 전혀 느끼지 못하거나 안락함의 정도가 기대에 크게 못 미치죠.



조이노믹스(Joynomics)와 행복의 과학

이제는 행복을 추구하는 방식이 변화하여 '조이노믹스(Joynomics)', 즉 '즐거움의 과학'으로 발전하고 있습니다. 사람들은 일상의 압박으로부터 자신을 보호할 수 있는 안식처를 만들기 위해 즐거운 시간을 최대한 활용하고자 하며, 특히 집을 그 안식처로 삼고자 합니다. 주변 환경과 감정적 웰빙 사이의 직접적인 연관성을 인식하는 사람들이 늘어나면서, 즐거움을 극대화하고 이를 발전의 동력으로 삼으려는 경향이 나타나고 있으며 즐거움이라는 주제는 점점 더 중요한 화두가 되고 있습니다.



"우리는 집에 대한 인식과 집을 사용하는 방식에 직간접적으로 영향을 미치는 외부 변화의 신호를 지속적으로 탐색합니다."

**마리아 예안손
(Maria Jeansson),
잉카 그룹 인사이트 및
포사이트(Foresight) 리더**



웰빙과 행복의 반문화(counterculture)

동시에 문화적 변화는 정신 건강, 웰빙, 행복의 의미와 우리의 관계를 재정의하고 있습니다. '노시보 효과(nocebo effect, 부정적인 믿음 때문에 실제로 부정적인 결과가 나타나는 현상)'에 대한 연구는 건강에 대해 과도하게 신경을 쓰는 행동의 위험을 보여주며, '조용한 퇴사(최소한의 업무만 하고자 하는 마음가짐)'와 같은 움직임은 경계 설정, 휴식 그리고 회복에 대한 욕구를 나타냅니다. 이와 같이 생산성에 대한 전통적인 관념을 뒤집는 트렌드는 '허슬 문화(개인 생활보다 업무를 중시하는 것을 높이 평가하는 문화)'와 번아웃에 대해 많은 사람이 부정적으로 반응하고 있음을 보여줍니다. 이러한 맥락에서 집은 회복의 공간이자, 끊임없는 활동을 요구하는 세상에서 즐거움을 찾으려는 힘겨운 싸움이 이어지는 공간이 되었습니다.

8가지 니즈

지난해 보고서에서 이케아는 10년간의 조사를 바탕으로 사람들의 감정적, 기능적 니즈를 모델화한 8가지 니즈를 선보였으며, 이러한 니즈는 더 나은 집에서의 생활을 위한 핵심 요소를 이해하는 데 도움을 주었습니다. 8가지 니즈는 올해 연구에서도 중요한 역할을 했습니다.

"집은 살아있는 생물이예요. 고정되거나 정지된 상태가 아니죠." 집 연구의 전문가이자 8가지 니즈 개발에 참여한 앨리슨 블런트(Alison Blunt) 교수는 말합니다. 니즈 역시 그렇습니다. 2018년부터 꾸준히 연구한 이러한 니즈는 앞으로도 계속해서 발전할 것입니다.

각각의 니즈는 이러한 니즈들을 집에서 충족하는 데 동기를 부여하거나 방해하는 여러 요인에 기반을 두고 있습니다. 사람들에게 집에서의 생활과 관련하여 행복이나 고민에 대해 물을 때, 우리는 이러한 요인들을 염두에 둡니다.

물론 니즈는 독립적으로 존재하지 않아요. 다양한 니즈가 상호작용을 하죠. 그래서 이 보고서 전반에서 우리는 '즐거움'이라는 니즈에 집중하면서도 여러 가지 니즈를 함께 다룹니다.

주도권

집에서의 생활(인테리어, 가전 등)에 대해 결정할 수 있는 주도권

편안함

집에서 만족감과 편안함을 느낌

안정감

우리가 소중히 여기는 것을 보호하여 안전하다고 느끼고 우리 주변 세상의 변화에 대한 회복탄력성을 지님

돌봄

스스로와 교감하고 나의 정신적, 신체적 웰빙을 돌봄

소속감

함께 살고 있는 사람으로부터, 그리고 나를 표현할 수 있는 장소에서 내가 있는 그대로 받아들여진다고 느낌

즐거움

따스함과 행복을 느끼게 하는 감사하거나 즐겁고 기분 좋은 순간들

성취감

목표를 달성하고 역량을 키워 자긍심을 얻고 발전하고 있음을 느낌

희망

미래에 대해 긍정적으로 생각하며 미래에 대한 준비가 되었다고 느낌

일상의 필수 요소

평상시의 연대감

의미 있는 순간들

미래 계획

우리는 모두는 즐거움이 필요해요

즐거움은 더 나은 집에서의 생활을 위한 8가지 니즈 중 하나입니다. 하지만 연구에 따르면 즐거움은 충족되기 어려운 니즈이기도 합니다. 이케아의 목표는 많은 사람들을 위한 더 좋은 생활을 만드는 것입니다. 그리고 우리는 더 많은 사람들이 집에서 더 즐거운 생활을 추구하고, 발견하고, 유지할 수 있도록 도울 수 있습니다.

무엇을 발견했나요?

올해 조사에 따르면 응답자의 3분의 1 이상(36%)이 즐거움을 중요하게 여기지만 집에서 즐거움을 자주 경험하지 못한다고 답했습니다. 지난해 라이프 앳 홈 보고서에서도 이와 같은 현실과 기대의 간격을 확인했죠. 정량적, 정성적 조사와 트렌드 리서치에서 발견한 이러한 현상은 조치를 취하지 않으면 문제가 지속될 것임을 시사합니다.

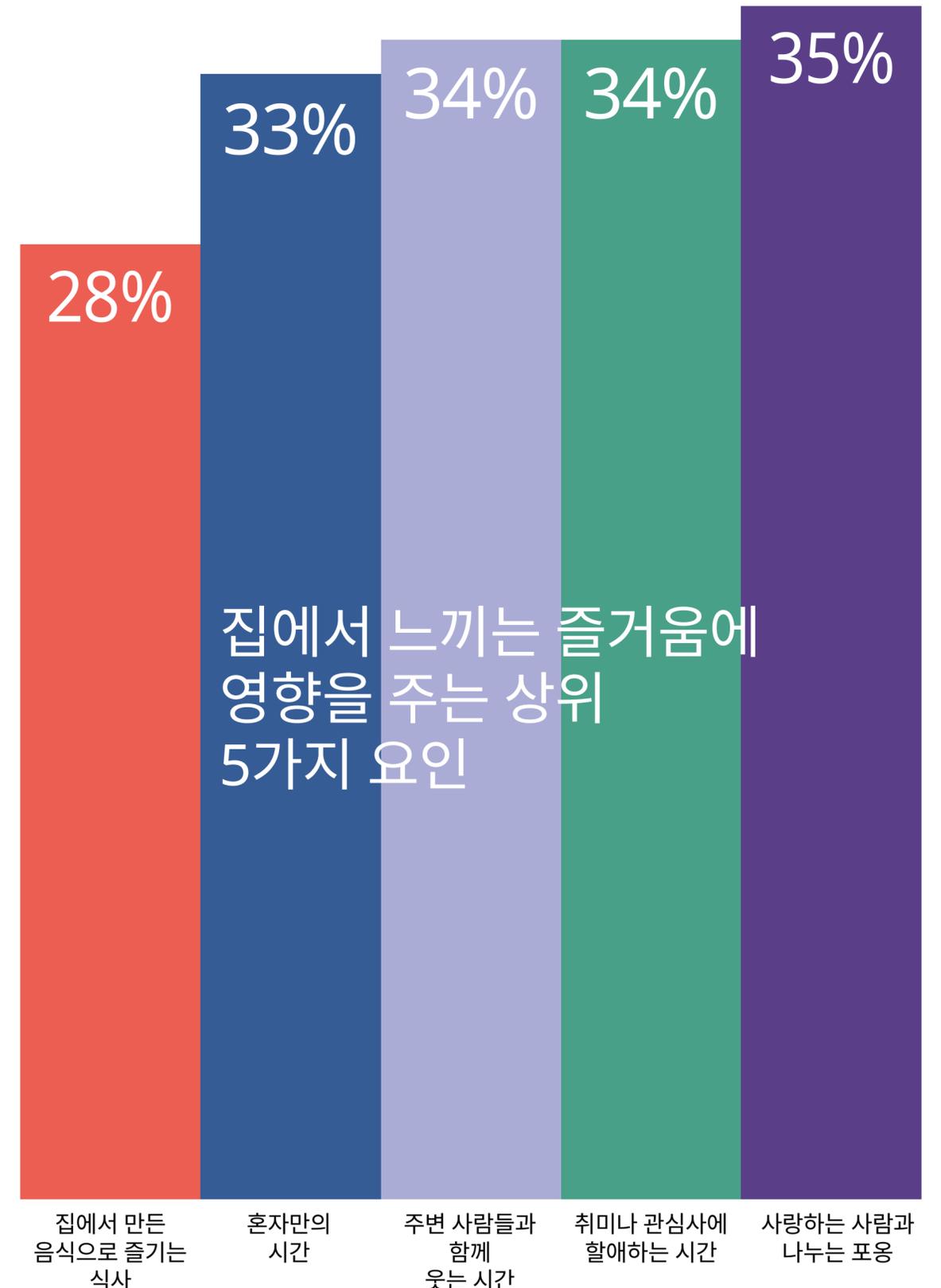
왜 중요한가요?

즐거움은 안정감이나 편안함과 같은 니즈에 비해 사소해 보일지 몰라도, 전반적인 행복에 큰 영향을 미칠 수 있습니다. 집에서 즐거움을 전혀 또는 거의 경험하지 못한다고 답한 사람들 중에서 현재 집에서의 생활에 만족한다고 답한 사람은 29%에 불과합니다(전 세계 평균*은 61%). 마찬가지로 미래에 대해 긍정적으로 생각한다고 답한 비율 역시 28%에 불과합니다. (일반 모집단은 48%). 전

세계적으로 불확실성과 문화의 변화로 집에 대한 사람들의 사고방식이 달라지고 있는 가운데, 우리의 생활 공간은 단순히 기능적인 역할을 넘어, 우리의 기분이 좋아지는 공간이 되어야 합니다.

어떻게 도울 수 있을까요?

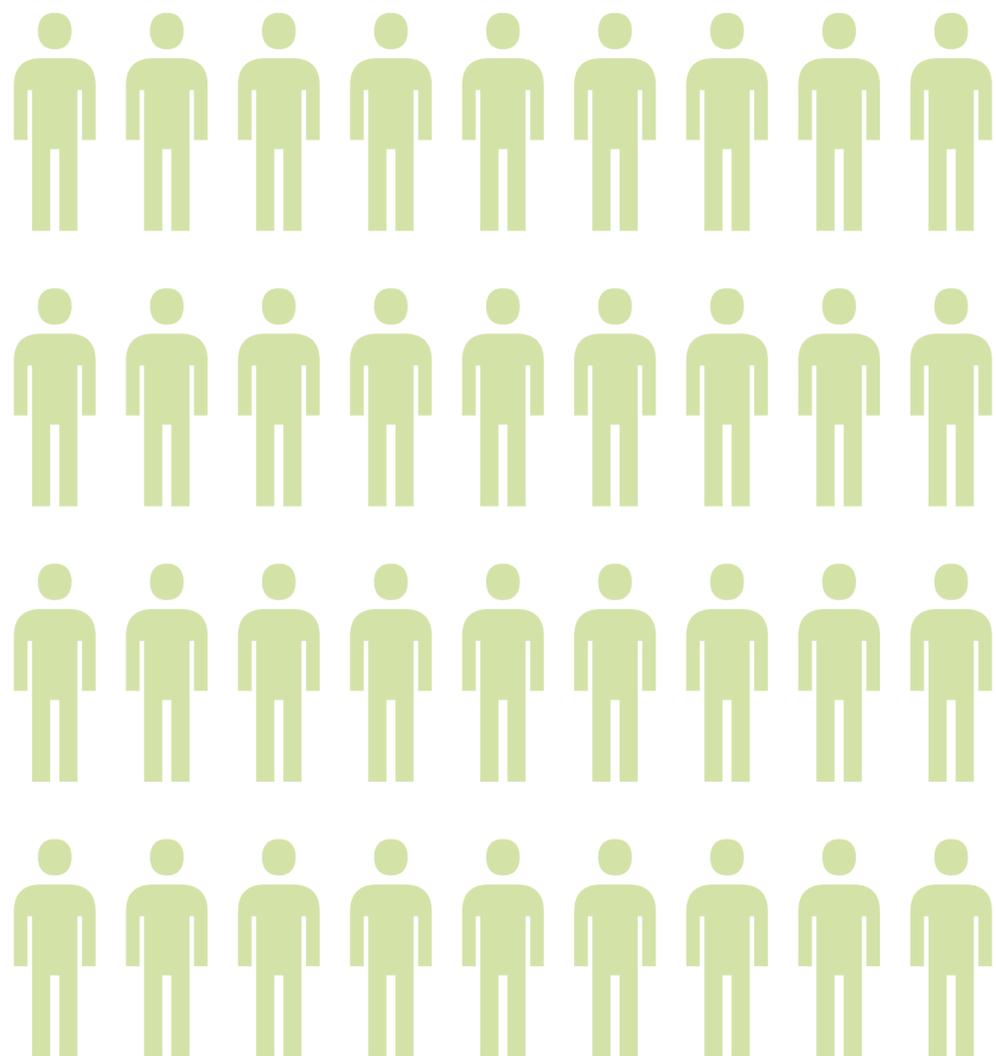
이케아의 목표는 사람들이 즐거움을 경험하지 못하는 이유를 파악하고 더 많은 즐거움을 느낄 수 있는 방법을 찾는 것입니다. 그래서 올해 보고서에서는 집에서의 즐거움을 탐구하는 데 중점을 두었습니다. 사람들이 어떻게 즐거움을 찾고 경험하는지, 즐거움을 방해하는 요소는 무엇인지, 그리고 즐거움을 확대하기 위해 실천할 수 있는 작지만 의미 있는 행동은 무엇인지 살펴봅니다. 집을 즐거움이 가득한 곳으로 만들어 보세요.



*전 세계 평균 - 설문 조사에 참여한 모든 사람들의 답변의 평균값 또는 중앙값. 더 많은 용어의 정의는 부록에서 확인하세요.

즐거움을 찾을 수 있는 가능성

대부분의 사람들은 집에서 즐거움을 경험하고 있습니다.
하지만 응답자의 3분의 1 이상은 집에서 즐거움을 느끼는
것이 중요하다고 생각하지만 즐거움을 찾는 데 어려움을
겪고 있습니다.



집에서 즐거움을 경험하는 것이 중요하다고 생각하지만 즐거움에
대한 니즈를 충족하지 못할 때가 많다고 응답한 사람들(36%)



나머지 응답자들* (64%)

*즐거움을 중요하게 여기고 자주 경험한다고 응답한 사람, 즐거움을 중요하게 여기지 않는다고 응답한 사람, 그리고 잘 모르겠다고 응답한 사람.

지도로 보는 '즐거움'

전 세계 각지의 사람들은 어떻게 집에서 즐거움을 찾고 있을까요? 지도*에 나타나 있듯이 어디에 사느냐에 따라 다릅니다.



1.

1. 미국 - 반려동물과 함께하는 시간
미국 사람들은 반려동물과 함께 보내는 시간에서 즐거움을 찾는 편입니다
(미국 22% vs 전 세계 평균 15%).

2.

2. 콜롬비아 - 낮잠
콜롬비아 사람들은 낮잠 자는 것을 정말 좋아합니다
(콜롬비아 37% vs 전 세계 평균 25%).

3.

3. 칠레 - 웃음
칠레 사람들은 주변 사람들과 함께 웃는 것에서 큰 즐거움을 느낍니다
(칠레 43% vs 전 세계 평균 34%).

5.

4. 이탈리아 - 집 꾸미기
이탈리아 사람들은 살고 있는 집을 더 멋지게 꾸미는 것에서 즐거움을 찾는 경향이 강합니다
(이탈리아 26% vs 전 세계 평균 22%).

7.

5. 스위스 - 음식 준비
스위스는 요리나 베이킹에서 즐거움을 찾는 사람들이 가장 많은 나라입니다
(스위스 29% vs 전 세계 평균 22%).

8.

6. 네덜란드 - 혼자만의 시간
네덜란드 사람들 중에는 혼자 시간을 보내는 것을 즐기는 사람들이 많습니다
(네덜란드 48% vs 전 세계 평균 33%).

9.

7. 덴마크 - 포옹
덴마크는 사랑하는 사람과의 포옹에서 즐거움을 찾는 사람들이 가장 많은 나라입니다
(덴마크 48% vs 전 세계 평균 35%).

8. 노르웨이 - 함께하는 시간
노르웨이는 다른 사람들과 시간을 보내는 것에서 즐거움을 찾는 사람들이 가장 많습니다
(노르웨이 37% vs 전 세계 평균 23%).

9. 핀란드 - 침구
핀란드는 새 침대 시트 사용에서 즐거움을 느끼는 사람들이 가장 많은 나라입니다
(핀란드 33% vs 전 세계 평균 21%).

10.

15. 호주 - 햇볕호주
사람들은 얼굴에 내리쬐는 햇살에서 즐거움을 느끼는 비율이 더 높습니다
(호주 29% vs 전 세계 평균 18%).

11.

10. 인도 - 아이와 놀아주기
인도는 아이들과 함께 놀면서 즐거움을 찾는 사람들이 가장 많은 나라입니다
(인도 28% vs 전 세계 평균 16%).

11. 싱가포르 - 마음에 위안을 주는 음식
싱가포르 사람들은 집에서 만든 음식을 먹을 때 가장 큰 즐거움을 느낍니다
(싱가포르 37% vs 전 세계 평균 28%).

12. 중국 - 취미 활동
중국은 취미 활동에서 즐거움을 느끼는 사람들이 두 번째로 많은 나라입니다
(중국 43% vs 전 세계 평균 34%).

13. 일본 - 반려동물의 자는 모습
일본에서 반려동물을 키우는 사람들 중 37%가 반려동물이 자는 모습을 보며 즐거움을 느낍니다
(전 세계 평균 21%).

14. 한국 - 목욕
한국은 목욕이나 샤워를 즐거움으로 여기는 사람들이 가장 많은 나라입니다
(한국 37% vs 전 세계 평균 25%).

15.

*올해 조사에서 발췌한 15개국의 내용을 정리한 지도입니다. 조사한 39개국 전체 목록은 부록에서 확인할 수 있습니다.

즐거움을 위한 레시피

그렇다면 어떻게 집을 더 즐거운 공간으로 만들 수 있을까요? 우리는 연구를 통해 집에서 경험하는 즐거움과 관련된 4가지 주요 주제를 도출했습니다. 주제별로 각기 다른 동기 요인과 방해 요인이 있습니다.



건강, 웰빙과 관련된 집에서의 습관과 관점은 어떻게 즐거움을 찾는 데 중요한 역할을 할까요? 왜 저소득층에게는 이 주제가 항상 우선시되지 못할까요?

취미와 창의성, 집에서 보내는 재미있는 시간은 어떻게 즐거움을 만들어 낼까요? 가구 규모와 '철들지 않은 어른'에 대한 부정적인 인식은 우리가 이 주제에 들이는 시간에 얼마나 영향을 미칠까요?

집을 나만의 스타일로 꾸미고 나에게 맞는 공간으로 만드는 것은 어떻게 집에서의 생활을 더 즐겁게 만들까요? 집을 소유하지 않은 사람에게 이것이 실질적인 어려움이 되는 이유는 무엇일까요?

사람들과 소통하는 순간들은 어떻게 일상에 즐거움을 더할까요? 생활 환경과 지역 사회와의 관계는 어떻게 즐거움의 경험에 영향을 미칠까요?

1.



건강과 행복

건강하고 행복한 집의 새로운 정의

오늘날 정신적, 신체적 웰빙은 행복하고 만족스러운 집에서의 생활에 반드시 필요한 요소입니다. 사람들은 집에서 만족감을 느끼고 싶어 하며, 전통적인 개념보다는 전체적인 관점으로 건강을 바라보고 있어요.

이러한 변화는 진정한 건강이란 매우 주관적이고 다양하게 해석될 수 있으며, 주변 환경과의 연결성, 그리고 일상에서 즐거움과 편안함을 느끼게 도와주는 습관에 뿌리를 두고 있다는 인식이 확산하고 있음을 보여줍니다.

주요 동기 요인

집에서 만든 요리는 일상에 즐거움을 더합니다.

집에서 만든 음식으로 즐기는 식사는 집에서 즐거움을 느끼게 하는 요소 중 전 세계 5위 (28%)를 기록했습니다.

관련 니즈

즐거움
주도권
성취감
돌봄
안정감

주요 방해 요인

소득이 낮으면 건강에 대한 우려가 커집니다.

소득이 낮을수록 정신적, 신체적 건강에 대해 걱정할 가능성이 더 높습니다(고소득층 대비 정신 건강에 대한 걱정은 +3% 포인트, 신체 건강은 +5% 포인트 더 높습니다).

주요 주제

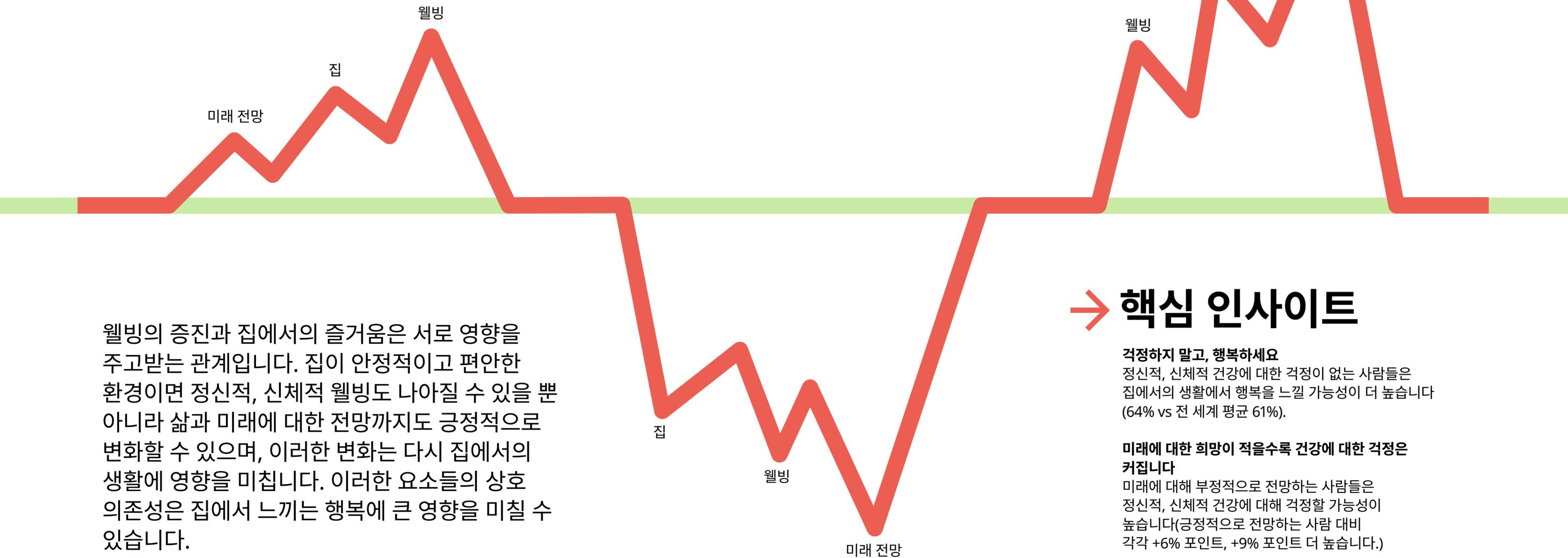
- 1.1 - 집, 웰빙, 미래 전망의 상호의존성
- 1.2 - 건강한 집은 다차원적인 개념
- 1.3 - 개인화되는 건강



"정신 건강 위기가 계속되는 가운데 우리는 자신을 어떻게 돌보고 있을까요? 감정을 숨기고 엉뚱한 데 정신을 쏟고 있으며, 기술로 인해 과도한 자극을 받고 있습니다. 그래서 우리의 환경과 공간을 되찾는 것이 중요합니다."

**미셸 램(Michelle Lam),
미래 전략 전문가**

1.1 집, 웰빙, 미래 전망의 상호의존성



웰빙의 증진과 집에서 느끼는 즐거움은 서로 영향을 주고받는 관계입니다. 집이 안정적이고 편안한 환경이면 정신적, 신체적 웰빙도 나아질 수 있을 뿐 아니라 삶과 미래에 대한 전망까지도 긍정적으로 변화할 수 있으며, 이러한 변화는 다시 집에서의 생활에 영향을 미칩니다. 이러한 요소들의 상호 의존성은 집에서 느끼는 행복에 큰 영향을 미칠 수 있습니다.

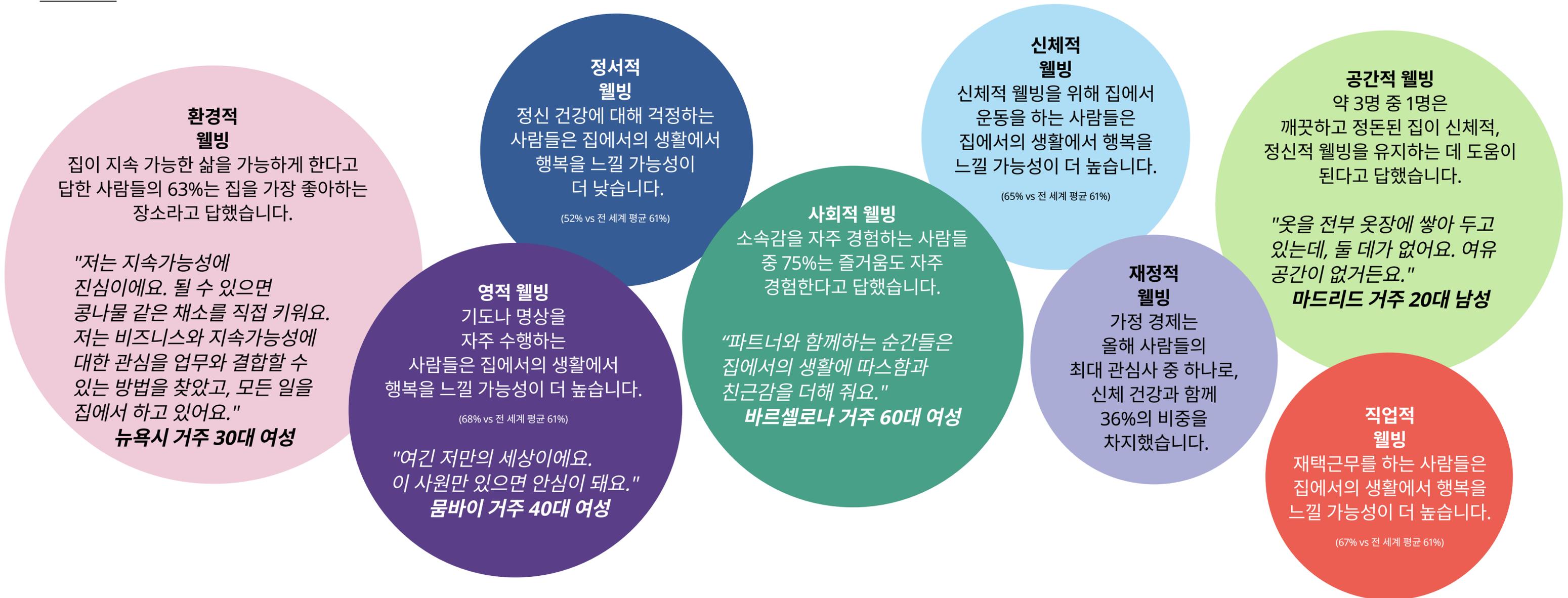
→ 핵심 인사이트

걱정하지 말고, 행복하세요

정신적, 신체적 건강에 대한 걱정이 없는 사람들은 집에서의 생활에서 행복을 느낄 가능성이 더 높습니다 (64% vs 전 세계 평균 61%).

미래에 대한 희망이 적을수록 건강에 대한 걱정은 커집니다

미래에 대해 부정적으로 전망하는 사람들은 정신적, 신체적 건강에 대해 걱정할 가능성이 높습니다(긍정적으로 전망하는 사람 대비 각각 +6% 포인트, +9% 포인트 더 높습니다.)



1.2 건강한 집은 다차원적인 개념

'건강한 집'이라는 개념은 단순히 신체적, 정신적 웰빙을 넘어 집이 제공할 수 있는 웰빙의 다양한 측면을 포괄하며 집에서의 생활이 올바른 균형을 이룰 수 있게 합니다. 각각의 측면은 우리가 생활 공간에서 즐거움과 만족을 경험하는 방식을 형성하는 데 중요한 역할을 합니다.

1.3 개인화되는 건강

집에서의 웰빙을 보다 전체적인 관점에서 바라보게 되면서 '건강'은 점점 더 개인화되고 있습니다. 사람들은 이제 만 보 걷기와 같은 전통적인 기준보다 각자의 루틴과 접근 방식에 집중하며, 점점 더 자신에게 맞는 방식으로 건강을 재정의하고 있어요. 어떤 활동을 하든 중요한 것은 내가 개인적으로 더 행복하다고 느낄 수 있도록 나에게 맞는 방식으로 하는 것이죠.

→ 핵심 인사이트

마음에 위안을 주는 음식

음식이 자신의 문화적 뿌리와 연관되어 있다고 느낄 경우 집에서 행복을 느낄 가능성이 더 높습니다(67% vs 전 세계 평균 61%).

낮잠도 중요해요

수면은 집에서 웰빙을 증진하기 위한 활동 중 신체적(53%) 그리고 정신적(51%) 측면에서 모두 가장 중요한 활동으로 꼽힙니다.



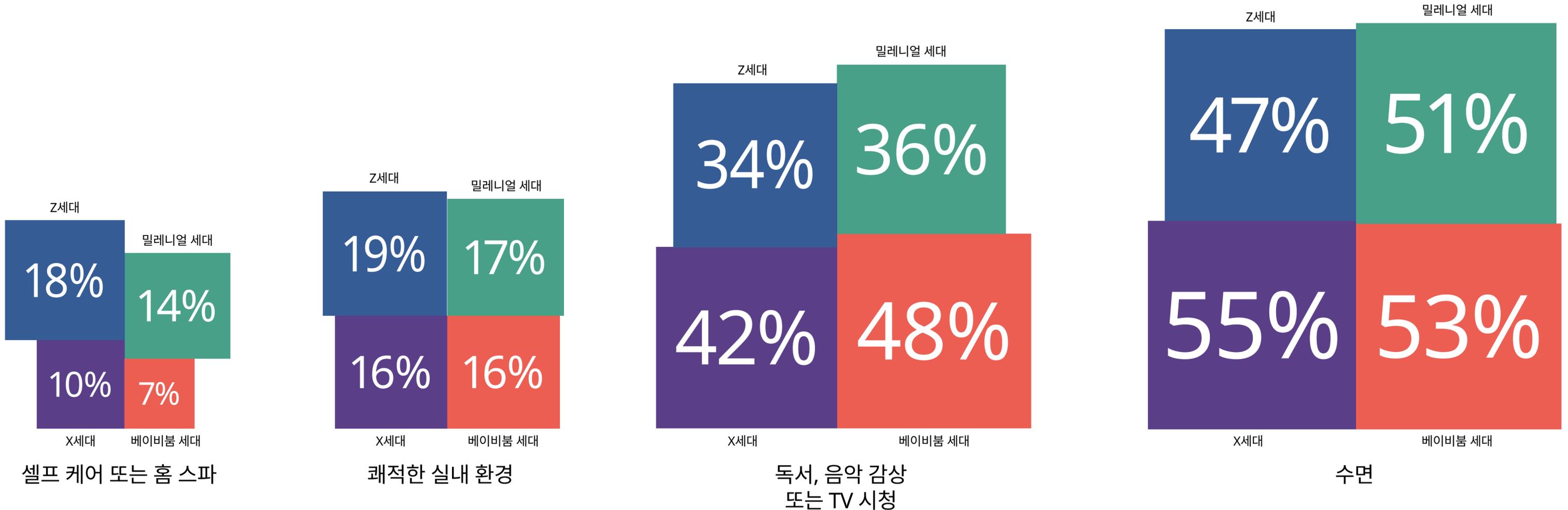
닉힐(Nikhil)에게 침실은 휴식을 취하고 자신을 기분 좋게 만드는 것들을 즐기는 중요한 공간입니다. 낮잠을 자고, 간식을 먹으며, TV를 보고, 요가도 하죠.

→ 휴식의 의미

휴식은 신체적, 정신적 웰빙에 중요한 요소입니다. 하지만 연령대에 따라 휴식의 의미가 다릅니다. 젊은 세대는 자신을 돌보거나 집에서 편안한 분위기를 만드는 데 더 중점을 두지만, 연령대가 높은 세대는 전통적인 방식으로 휴식을 취하거나 낮잠을 선호하는 편입니다.

"저는 아주 활동적인 편이라 정신적, 신체적 건강을 위해 밖에 꼭 나가야 해요. 하지만 좋은 사람들과 함께 맥주 한잔하며 쉬거나 집에서 맛있는 음식을 먹으며 영화 보는 것도 좋아해요."

마드리드 거주 20대 여성



부록에서 연령별 세대 분류를 확인할 수 있습니다.

건강의 새로운 기준

요즘 시대에 건강을 유지하는 것은 말처럼 쉽지 않습니다. '전문가'라는 사람들의 온갖 조언과 값비싼 기기들은 도움이 되기보다는 혼란을 일으키는 경우가 많습니다. 건강에 좋다는 모든 전통적인 습관을 반박하는 새로운 대안도 등장하고 있어요. 결국 개인의 선택이 가장 중요해졌습니다.

→ 트렌드 살펴보기

조이스크롤링(Joyscrolling), 좋은 상황에 대한 뉴스를 지속적으로 찾아보는 행위)과 **글리프레싱(Gleefreshing)**, 재미있는 글을 읽기 위해 SNS나 뉴스 등을 새로고침 하는 것은 '도omscrolling (doomscrolling, 뉴스나 SNS에 나오는 부정적인 글을 찾아보는 행위)과 반대되는 개념입니다. 휴대폰을 아무 생각 없이 사용하는 것과는 거리가 멀죠. 조이스크롤링과 글리프레싱은 긍정적이고 마음을 따뜻하게 하는 콘텐츠를 찾기 위한 목적을 가지고 소셜 미디어 피드를 살펴보는 것입니다. 23%의 사람들이 아무 생각 없이 스마트폰을 스크롤하면서 너무 많은 시간을 보낸다고 답한 것을 고려하면, 긍정적인 대안이 될 수 있겠네요.

베드로팅(Bedrotting)은 소셜 미디어에서 유행하는 '셀프 케어' 트렌드입니다. 침대에서 오랜 시간 머무는 것을 말하는데, 잠을 자는 것이 아니라 소셜 미디어를 보거나 TV 시리즈와 영상을 시청하거나 간식을 먹는 등의 수동적인 활동을 하는 것을 말하죠. 물론 위생도 챙겨야 겠죠. 적어도 새 침대 시트를 사용할 때 즐거움을 느낀다고 답한 21%의 사람들은요.

"인터넷을 하면 그 순간만큼은 차분하고 편안해져요. 밖에서 저에게 스트레스 주는 것들이 생각나지 않죠."

뉴욕시 거주 40대 남성



이케아의 생각:

건강을 새로운 시각으로 바라보세요

이제는 생활 공간이 각자의 웰빙을 증진하기 위한 기회를 제공하는 곳이라는, '건강한 집'에 대한 새로운 시각을 받아들일 때입니다.

돌봄을 위한 공간을 만들고, 정신 건강을 우선적으로 챙기며, 매일 반복하는 의미 있는 습관에서 즐거움을 찾는 것과 같이 개개인의 니즈를 충족하고 일상을 유지하기 위한 환경을 조성함으로써 집과 전반적인 건강 사이의 연결을 강화할 수 있습니다.

더 즐거운 일상은 이러한 의도적인 선택에서 시작되며, 이를 통해 우리가 집이라고 부르는 공간에서 더 나은 삶을 살아가며 만족감을 느낄 수 있습니다.

여러분에게 건강하고 행복한 집이란 무엇인가요?
그리고 그 공간에서 좋은 기분을 느끼게 해주는 의미 있는 습관이나 루틴은 무엇인가요?

"각자 원하는 수준을 파악하고 올바른 방향으로 작은 걸음을 내딛는 것이 중요합니다. 예를 들어 식물성 식단을 시도해 보는 것처럼요. 어느 누구도 완벽한 레시피를 가지고 있지 않아요. 그저 내 기분을 좋게 만드는 건강한 습관을 선택하면 돼요."

헬데르 페레이라(Helder Ferreira),
이케아 푸드 커머셜 매니저

2.



놀이와 재미

놀이의 재발견

취미나 놀이 또는 창의적인 활동이 꼭 '애들이나 하는 일'이 될 필요는 없습니다. 어른에게도 웰빙을 높이고, 의식적인 결정을 내리며, 목적 있는 삶을 사는 데 도움을 주는 효과적인 도구가 될 수 있어요. 즐거운 일에 시간을 투자하는 것은 자신을 바라보는 방식, 미래, 그리고 타인과의 관계에 긍정적인 영향을 미칠 수 있습니다. '놀이 위한 놀이'가 어떤 사람들에게는 시시해 보일 수 있지만, 일상 속에서 아이와 같은 천진난만한 즐거움을 재발견하는 것이 너무나 어른스러운 스트레스와 압박을 해소하는 해결책이 될 수도 있습니다.

주요 동기 요인

취미가 있는 사람은 더 재미있게 삽니다.

취미나 관심사에 할애하는 시간은 집에 즐거움을 더하는 요소 중 전 세계 2위(34%)를 기록했습니다.

관련 니즈

즐거움
안정감
돌봄
희망
소속감

주요 방해 요인

가족이 많은 집에서는 취미 활동을 하기가 어려워요.

대가족일수록 취미에 시간을 할애하는 비율이 낮습니다(7인 가구 27% vs 1인 가구 37%).

주요 주제

2.1 - 취미가 주는 행복

2.2 - 놀이의 요건

2.3 - 재미는 스트레스 해소제



"놀이는 인간의 본성입니다. 하지만 근육과 마찬가지로, 유지하기 위해서는 꾸준한 연습이 필요하죠. 단순한 행동이나 행위를 넘어 하나의 사고방식이기도 해요. 오늘날과 같이 치열하고 빠르게 변화하는 세상에서 많은 어른에게 놀이는 삶을 경험하는 방식에 변화를 주는 하나의 방법이 되고 있어요."

**엠마 보롤로(Emma Worrollo),
놀이 컨설턴트**

2.1 취미가 주는 행복

복잡하든 단순하든, 취미나 관심사에 시간을 할애하면 즉각적으로 집에서 즐거움을 느낄 수 있습니다. 단순히 집을 더 즐거운 공간으로 만드는 것을 넘어, 그로 인한 긍정적인 영향이 오래 지속되죠. 또한 전반적인 웰빙에 좋은 영향을 주고, 자신과 인간관계, 그리고 주변 세상을 바라보는 방식에도 변화를 불러올 수 있어요.

→ 핵심 인사이트

취미에 투자하는 사람들

집에서 취미 활동을 하며 자신감을 느끼는 사람들은 미래에 대해 더 긍정적인 태도를 보입니다(52% vs 전 세계 평균 48%).

TV 시청

전 세계적으로 가장 인기 있는 취미는 TV 시청으로, 54%의 사람들이 가장 선호하는 여가 활동입니다. 그 뒤를 이어 독서(46%)와 요리(40%)가 각각 2위와 3위를 기록했습니다.



맥스(Max)는 여동생이 피아노를 배우고 싶다고 말한 것이 계기가 되어 트럼펫을 연주하기 시작했습니다. 이제 트럼펫 연주는 그가 가장 좋아하는 취미 중 하나가 되었죠.

→ 세대별 놀이

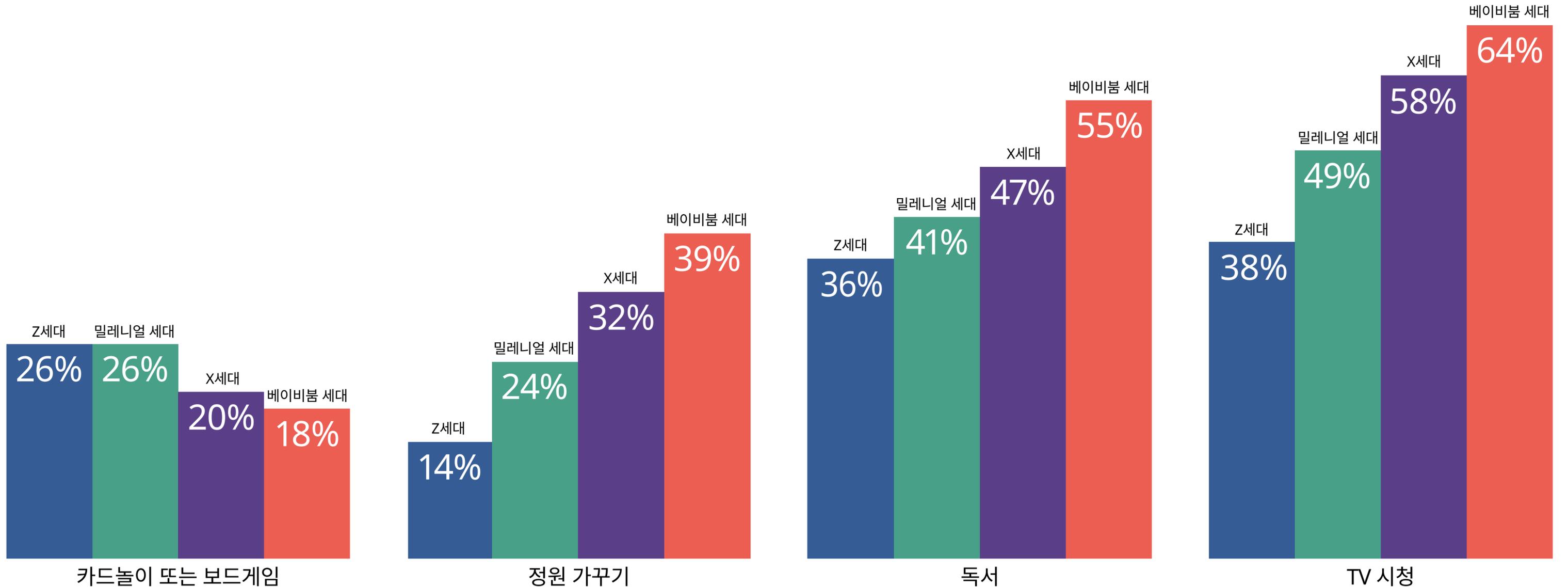
Z세대와 밀레니얼 세대는 베이비붐 세대와 X세대보다 보드게임과 카드놀이를 취미로 즐깁니다. 반면, 정원 가꾸기, 독서, TV 시청을 즐기는 비율은 더 낮습니다.

"저와 아내, 아들 이렇게 셋이 함께 있을 때면 가끔 노래를 부르거나 보드게임을 하곤 합니다. 우리 가족이 함께 즐거운 시간을 보내죠."

마드리드 거주 40대 남성

"코로나 시기에 새로 생긴 취미가 코바늘 뜨개질이었어요 시애틀에 비가 많이 오는 시기에 특히 즐겨 하죠. TV를 너무 많이 보면 죄책감이 들 때가 있는데, 뜨개질은 뭔가를 만든다는 만족감을 느끼면서 편안하고 재미있게 즐길 수 있어 좋아요."

시애틀 거주 30대 여성



2.2 놀이의 요건

집에 있을 때 장난기가 발동하곤 하나요?
'아니요'라고 답했다면, 여러분은 혼자가 아니에요.
실제로 39개국에 사는 대부분의 성인이 여러분과 같이
답했습니다. 그렇다면, 왜 많은 사람이 재미를 집에서의
생활의 필수 요소로 여기지 않을까요? 알고 보면,
집에서의 재미를 방해하는 요소들이 오히려 도움이 될
수 있어요.

➔ 핵심 인사이트

집에서 재미를 느끼지 못하는 사람들
집에 있을 때 장난기가 나타난다고 답한 사람은 전 세계적으로
14%에 불과합니다.

안전함이 우선
집에 있을 때 장난기가 발동한다고 응답한 사람들의 경우,
안전함을 느끼는 것이 정신적 웰빙을 유지하는 데 도움이
된다고 답한 비율이 더 높았습니다(42% vs 전 세계 평균 38%).



리타(Rita)는 자신의 장난스러운 면을 유지하려고 노력하지만 때로는 집안일에 시달리고, 몸이 아프고, 공간이 부족해 집에서 재미를 느끼기가 어렵습니다.

→ 전 세계에서 가장 재미있는 곳과 재미없는 곳

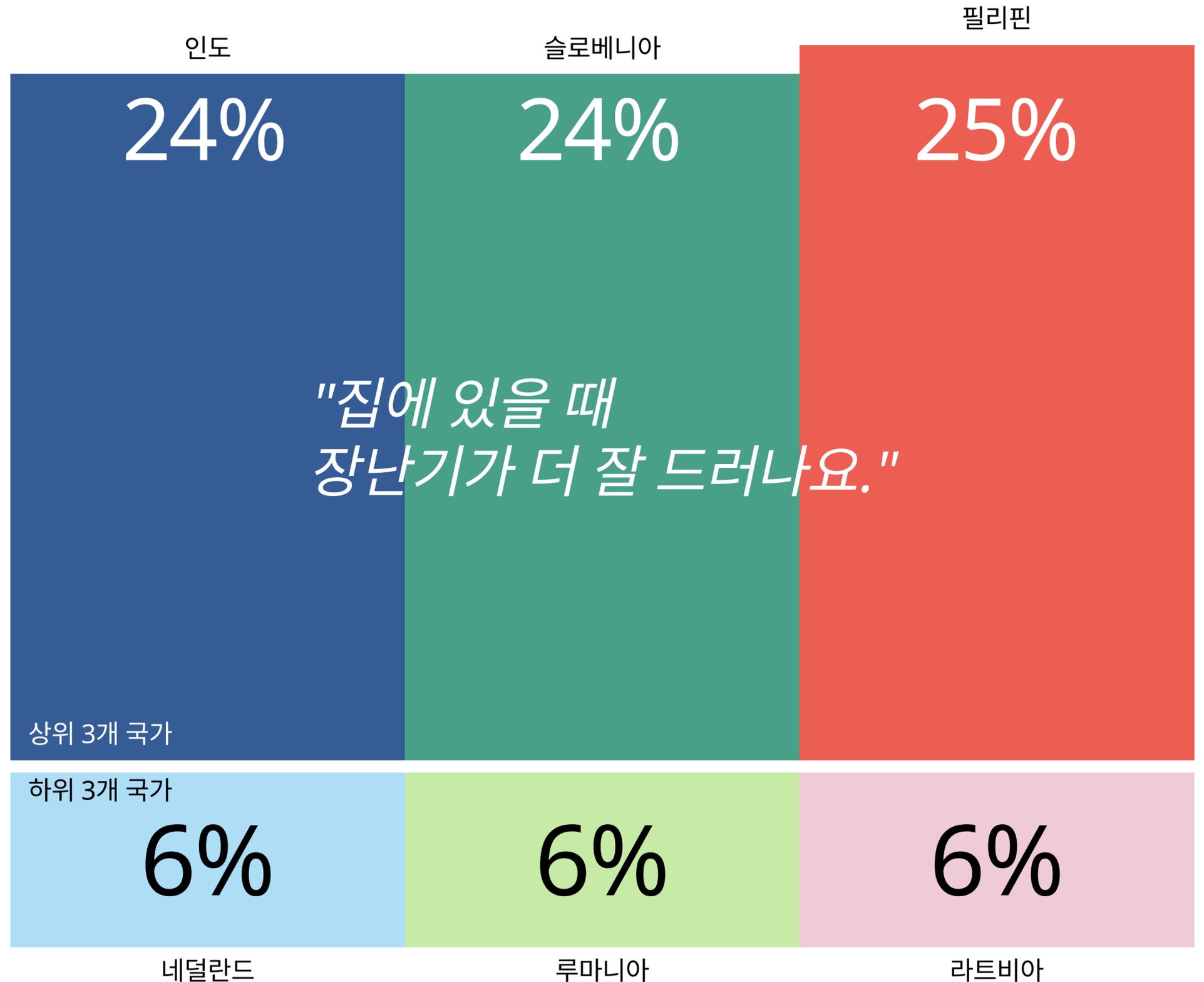
집에 있을 때 장난기가 나타나는 정도는 나라마다 다릅니다.

"여동생과 저는 보통 생일 파티나 점심, 저녁 식사를 위한 외출 준비를 함께해요. 서로 메이크업을 해주고, 그날에 맞는 옷을 고르고, 사진도 많이 찍어요. 그러면서 더 가까워지죠.

집은 우리가 이런 준비를 할 수 있는 편안한 공간을 제공해요. 우리에게 집은 안심할 수 있는 공간이에요.

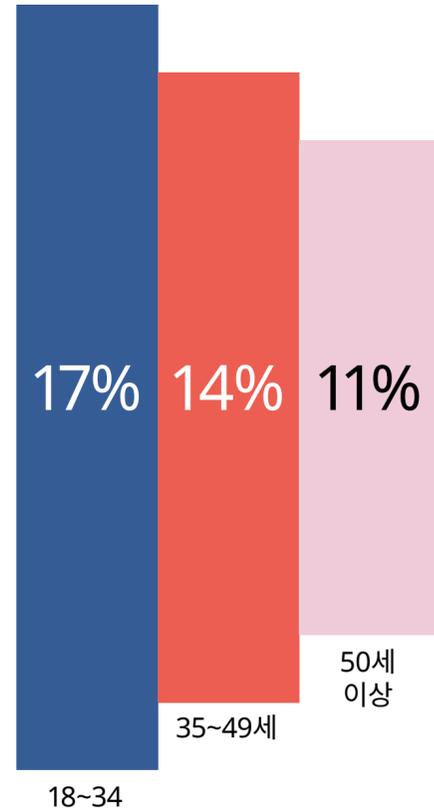
가끔 여동생이 옆에 없을 때는 허전한 느낌이 들어요. 그럴 때 함께 무언가를 준비하면서 느꼈던 즐거운 기분이 많이 그리워요."

뭄바이 거주 20대 여성



나이

나이가 들수록 집에서 놀이의 즐거움을 느낄 가능성이 낮습니다.



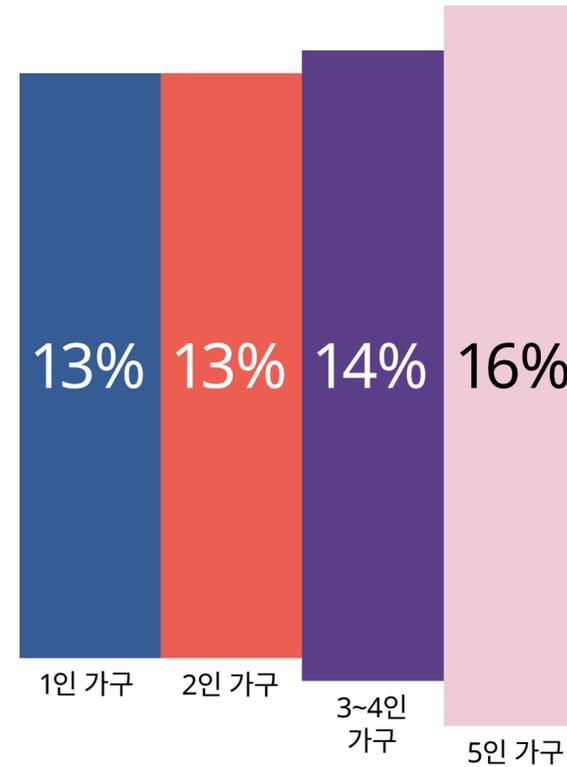
같이 사는 사람

형제나 자녀와 함께 살면 놀이를 할 가능성이 더 높습니다.



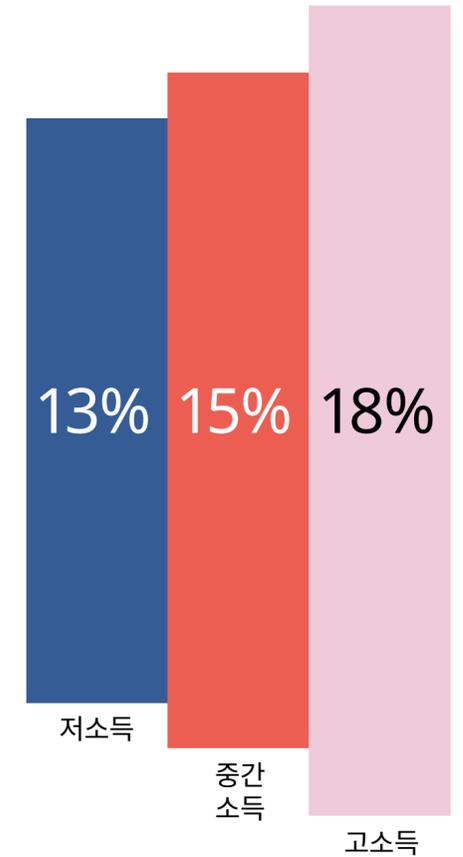
가구 규모

가구 규모가 클수록 집에 있을 때 장난기가 더 잘 드러난다고 답할 가능성이 높습니다.



소득 수준

소득이 낮을수록 집에 있을 때 자신의 장난기가 더 잘 드러난다고 답할 가능성이 적습니다.



→ 재미의 동기 요인과 방해 요인

가구 유형은 집에 있을 때 장난기가 드러날 가능성에 영향을 미칩니다. 놀이를 가능하게 하는 요소뿐만 아니라 놀이를 방해하는 요소에도 영향을 미치죠.

이 페이지의 모든 데이터는 전 세계 평균 14%와 비교한 것입니다. 소득 수준 분류는 부록에서 확인할 수 있습니다.



2.3 재미는 스트레스 해소제

대부분의 어른에게 일상의 스트레스는 삶의 일부입니다. 하지만 스트레스 해소 방법으로 재미, 창의성, 놀이를 고려해 본 사람이 얼마나 될까요? 최신 이케아 놀이 보고서에 따르면, 어른과 아이 모두 놀이를 압박과 스트레스로부터 벗어나는 방법이자 행복과 웰빙을 높이는 수단으로 보고 있어요. 또한 이케아 라이프 앳 홈(Life at home) 조사에 따르면 집에 있을 때 장난기가 나타나는 사람들은 8가지 니즈 모두에서 높은 만족감을 경험하는 것으로 나타났습니다.

➔ 핵심 인사이트

집의 중요한 역할

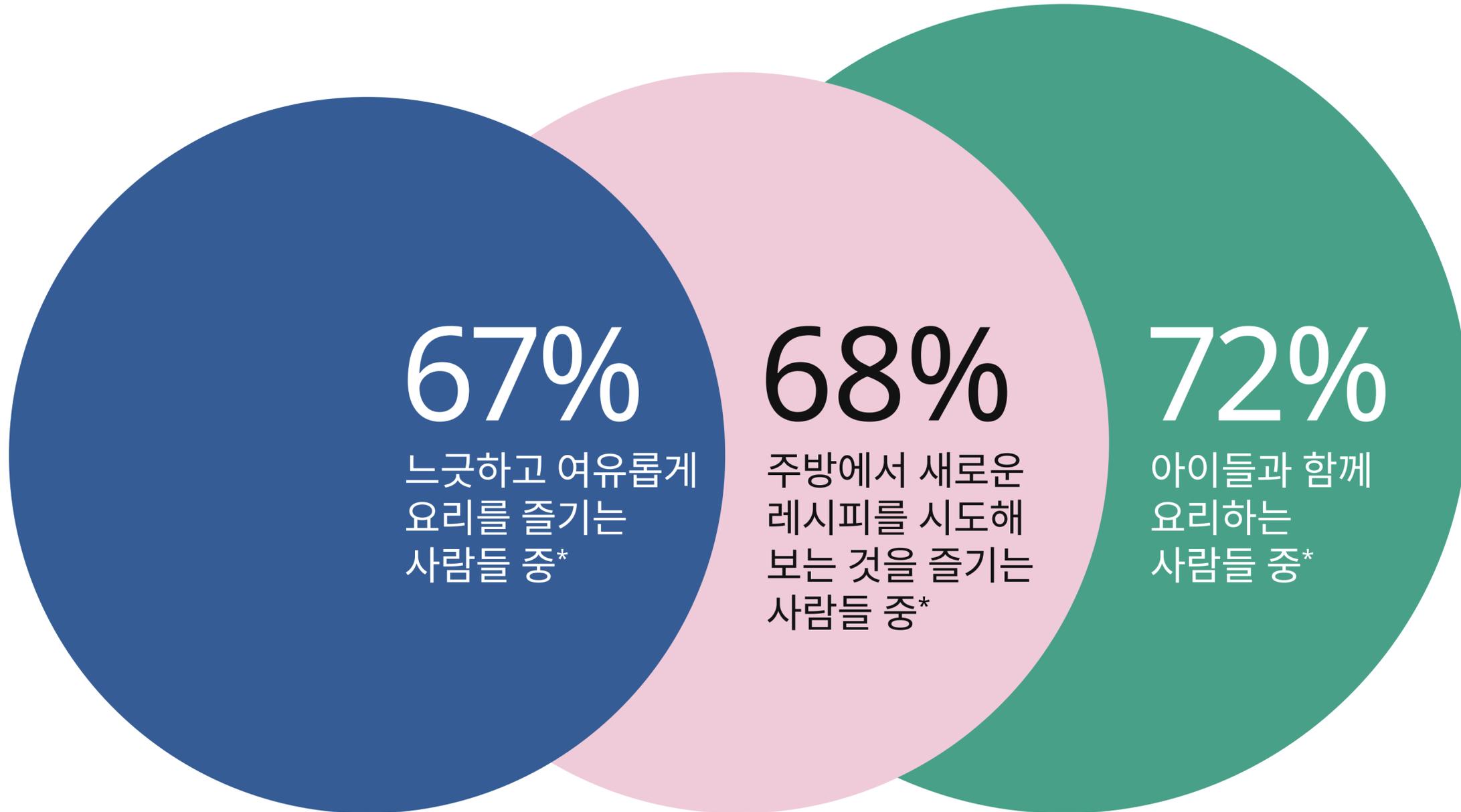
집에 있을 때 장난기가 더 잘 드러난다고 답한 사람 중 66%가 집을 가장 좋아하는 장소라고 답했으며, 61%는 미래에 대해 긍정적으로 느낀다고 답했습니다(전 세계 평균은 각각 50%, 48%).

아이들과 함께하는 즐거운 시간

아이들과 함께 놀며 시간을 보내는 사람들이 집에서의 생활에 대해 더 큰 행복을 느낍니다(69% vs 전 세계 평균 61%).

→ 음식에서 즐거움을 찾으면 행복해집니다

요리에서 즐거움을 찾는 것은 집에서의 행복 지수를 높이는 비결입니다.



"예전에는 요리를 싫어했지만, 이제는 음악이나 팟캐스트를 들으면서 다양한 레시피를 시도해 보는 것을 즐겨요. 언니에게 뭘 만들지 물어보면 추천해 주곤 하죠."

마드리드 거주 20대 여성

"전 다양한 음식을 요리하는 것을 좋아해요. 가리는 음식이 없죠. 여러 음식을 요리하다 보면 세상에 대해서도 더 많이 알게 돼요."

뉴욕시 거주 50대 여성

"저는 주로 주방에서 시간을 보내요. 가족이 좋아하는 음식을 만드는 게 즐거워요. 가족을 위해 매일 요리하죠. 가끔은 아이들이 저를 돕기도 해요. 아이들과 함께 시간을 보내는 좋은 방법이에요."

뭄바이 거주 40대 여성

*...집에서의 생활에 만족하는 사람의 비율 (전 세계 평균 61%).

어른들도 즐기는 재미



→ 트렌드 살펴보기

키덜팅(Kidulting)은 최근 떠오르는 트렌드로, 과거에는 아이들 대상으로 만들어졌던 신나고 즐거운 활동이나 행사에 어른이 참여하는 것을 말합니다. 다양한 감각을 자극하는 체험 전시나 거품 테마의 전시부터, 어른들을 위한 볼품, 낙서할 수 있는 박물관에 이르기까지 매우 다양한 활동이나 행사가 있고, 그 밖에도 무궁무진한 가능성이 있죠.

많은 장난감 회사들이 전통적인 아동 소비층에서 성인으로 타깃 범위를 확장하면서, **어른을 위한 맞춤형 장난감 캠페인**을 진행하는 것이 당연해졌습니다. 블록 장난감부터 봉제 인형, 수집용 피규어까지, 어른들은 기분 전환이나 향수를 느끼기 위해 자신을 위한 장난감을 구매하고 있습니다.

제품 해킹은 이케아 제품을 자기만의 방식으로 간단하면서도 창의적으로 변형하는 자발적인 트렌드를 말해요. 가구에 페인트를 칠하거나 맞춤형 커버를 제작하는 등 제품을 개인의 취향에 맞춰 변형하여 고유한 스타일을 만드는 것이죠.

온라인 콘텐츠 크리에이터들은 일상에서 즐거움과 만족감을 되찾기 위해 창의성과 놀이의 즐거움을 작업에 활용합니다. 이들은 평균 대비 집에서의 생활에 대해 긍정적으로 생각하는 비율이 더 높았으며(65%), 미래에 대해 더 낙관적으로 전망하며(63%) 자주 즐거움을 경험한다고(57%) 답했습니다*.

어른들에게는 집에서 장난기를 드러내는 것이 확실히 쉬운 일은 아니에요. 하지만 진심으로 놀이를 즐기고자 하는 어른들을 위한 놀이의 기회가 점점 늘어나고 있습니다.

*전 세계 평균은 각각 61%, 48%, 51%.



이케아의 생각:

내 안의 '아이'를 깨우세요

놀이의 즐거움은 우리가 살고 있는 집에 새로운 에너지를 불어넣고, 새로운 관점을 제시해 줍니다. 현재와 미래에 대해 더 긍정적인 사고방식을 갖는 데도 도움이 되죠.

단순한 취미에서 창의적인 표현 방식에 이르기까지, 관심사가 무엇이든 중요한 것은 내면에 깊이 잠든 천진난만한 즐거움을 다시 발견하려는 의식적인 선택을 하는 것입니다. 그리고 이를 실현할 수 있는 소소하지만 실행 가능한 방법을 찾는 것이죠.

어른들은 항상 그렇게 하지 못할 이유를 찾곤 해요. 하지만 다르게 생각해 보세요. 조금 더 많은 재미와 창의성, 놀이가 일상에 가져올 변화를 상상해 보세요. 그 생각만으로도 삶은 더 즐거워질 수 있습니다.

여러분은 어떤 방법으로 집에 놀이의 즐거움을 더해 일상을 풍요롭게 만들고 싶으신가요?

"놀이 취향은 사람마다 다 달라요. 탐험이나 뭔가를 만드는 걸 좋아할 수도 있고, 몸을 움직이거나 상상하는 것, 경쟁하는 걸 좋아할 수도 있죠. 자기만의 방식을 찾아야 해요. 만약 자신의 취향에 맞는 놀이 방식을 찾는다면 장벽이 낮아질 거예요."

**마리아 퇴른(Maria Törn),
어린이 이케아 제품군 영역 매니저**

3.



개성과 소속감

진정한 나를 표현하는 공간

이케아 연구에 따르면 집에서 편안함을 느낄 때 '집'을 더 즐길 수 있습니다. 세상은 점점 더 예측할 수 없고, 생활비는 높아지고, 외모와 행동에 대한 집착이 커지는 시대에 집은 우리가 있는 그대로 '존재할 수 있는' 피난처가 될 수 있을까요? 그 의미가 현재에 집중하는 것이든 진정한 내가 되는 것이든 말이죠. 자신만의 '바이브'를 찾고 만드는 능력과 그 방법은 집집마다, 사람에 따라, 그리고 지갑 사정에 따라 다를 수 있습니다. 하지만 이러한 세상에서도 가능한 방법은 여전히 많습니다.

주요 동기 요인
집 꾸미기는 (대부분) 재미있어요.

살고 있는 집을 꾸미는 일은 집에 즐거움을 더하는 요소 중 전 세계 10위(22%)를 기록했습니다.

주요 방해 요인
자가가 없는 사람들은 집에서 즐거움을 덜 느낍니다.

세입자는 47%만이 집에서 자주 즐거움을 경험한다고 답했지만, 주택 소유자의 56%, 아파트 소유자의 54%가 자주 즐거움을 경험한다고 답했습니다.

주요 주제
3.1 - 소속감을 더하는 개성
3.2 - 세입자를 위한 작은 변화

관련 니즈
즐거움
소속감
희망
돌봄
편안함



"사람들은 컬러를 통해 자신의 개성을 반영하는 공간을 연출할 수 있다는 것과 대담한 인테리어가 앞으로 나아갈 방향임을 깨닫고 있어요. 나중에 집을 어떻게 팔지에 대한 생각은 접어두고 현재를 살며 즐기는 것에 더 중점을 두는 거죠."

바빈 테일러(Bhavin Taylor)

3.1 소속감을 더하는 개성

살고 있는 곳에 대한 소속감은 집을 즐기기 위한 중요한 요소입니다. 그리고 나의 개성을 존중하면 소속감을 높이는 데 도움이 되죠. 변화를 만드는 것은, 집을 진정한 나의 공간처럼 느끼게 하는 작은 것들입니다. 이를테면, 물건이나 습관, 또는 개인적으로 중요하다고 생각하는 가치나 목적을 실천하는 것 등이죠.

→ 핵심 인사이트

집에서 즐거움을 자주 느끼는 사람들:

- 집에서 자신의 정체성을 자유롭게 표현할 수 있을 때 더 소속감을 느낀다고 답한 사람들의 **57%**
- 집 안에 크리스털 제품이 있다고 답한 사람들의 **56%**.
- 간식 전용 서랍이 있다고 답한 사람들의 **54%**.

야준(Yajun)은 집이 간소하
집에 사치스러운 물건이
없는 것이 삶에 대한 자신의
철학을 잘 보여준다고
생각해요.



리타(Rita)의 거실에는 건강한
간식을 담은 간식 상자가
있습니다. 소파에 앉아
휴대폰을 확인할 때 쉽게
손이 닿는 곳에 두었죠.

3.2 세입자를 위한 작은 변화

세입자들은 집 안 공간을 마음대로 꾸미기가 어려워서 집에서의 즐거움을 제대로 느끼지 못하는 경우가 많습니다. 하지만 제약이 있음에도 불구하고, 세입자와 공동 주택 거주자들은 여전히 집에 자신과 자신의 니즈를 반영할 수 있는 작지만 창의적인 방법들을 찾고 있죠. 다감각적 접근 방식을 취하면 생활의 경험을 더욱 풍부하게 만들고, 주어진 공간 안에서 즐거움을 느낄 수 있는 기회를 발견할 수 있어요.

→ 핵심 인사이트

감각적 집 꾸미기

세입자들은 집에서 편안하게 쉬거나 안락함을 느끼기 위해 적절한 인테리어로 집을 꾸미고 감각적인 경험을 할 수 있는 환경을 만들고자 할 때 집주인보다 조금 더 신경을 쓰는 편이에요. 세입자들은 다음과 같은 요소들이 도움이 된다고 생각합니다.

- 집 안 가득한 **좋은 향기**(아파트 세입자의 21%)
- **음악을 활용**하여 적절한 분위기 연출 (주택 세입자의 19%)
- **촛불 켜기**(아파트 세입자의 10%)

각각 전 세계 평균은 19%, 17%, 7%.

2년 계획

세입자들도 집을 새롭게 단장하고 개선하느라 바빠요. 향후 2년 이내에 집을 새롭게 단장하거나 개선할 예정인 세입자 중

- 53%는 페인트칠이나 도배 등으로 **벽 표면을 보수**할 계획입니다.
- 46%는 새로운 베개나 커튼 등으로 **소소하게 인테리어에 변화**를 줄 계획입니다.

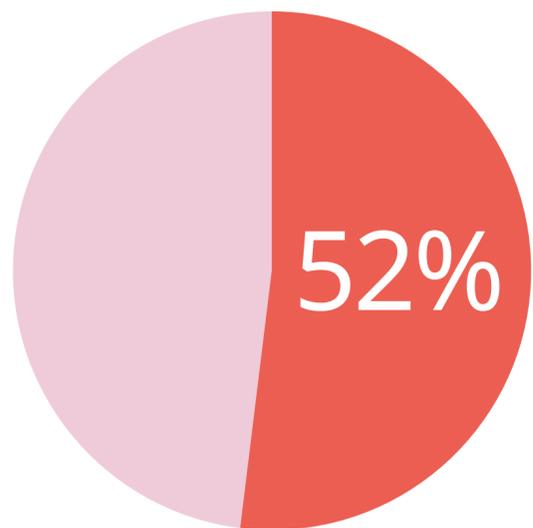
이러한 수치는 향후 2년 이내에 집을 새롭게 단장하거나 개선할 예정인 사람들의 전 세계 평균인 35%와 대비됩니다.



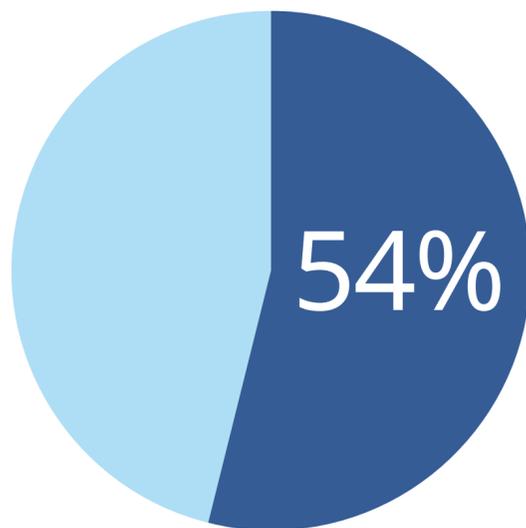
스티커 장식은 세입자들에게 인기 있는 아이템이에요.

→ 즐거움을 느끼기 어려운 공동 주택 거주자

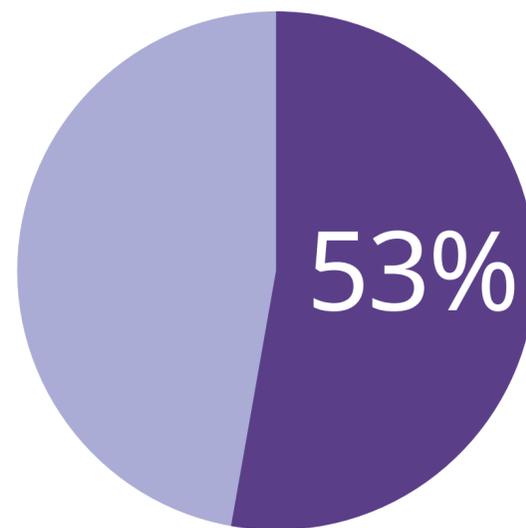
공동 주택*에 거주하는 사람들은 집에서 즐거움을 경험하는 데 어려움을 겪을 가능성이 더 높습니다. 60%가 집에서 즐거움을 느끼는 경우가 가끔 있거나, 거의 없거나, 전혀 없다고 응답했어요 (전 세계 평균은 45%).



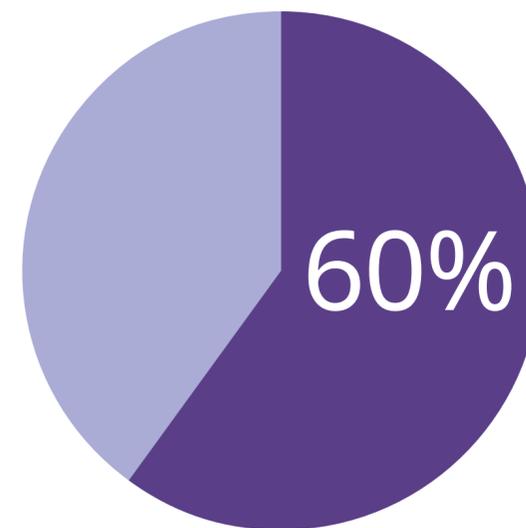
대학/대학교
기숙사



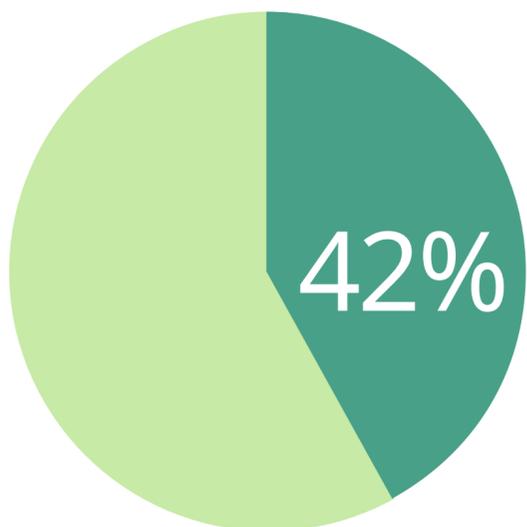
방 임대



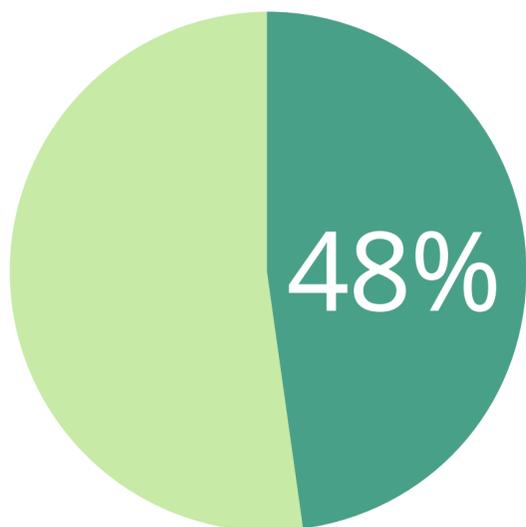
공동 거주 시설



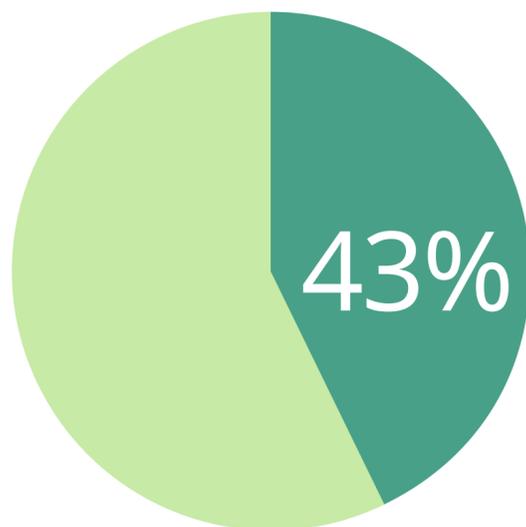
공동 주택*



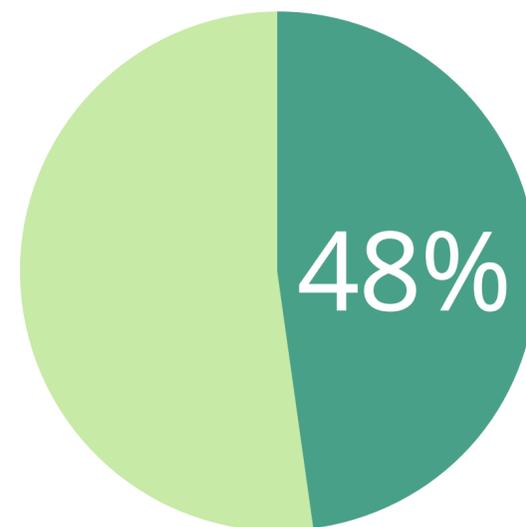
주택 - 자가



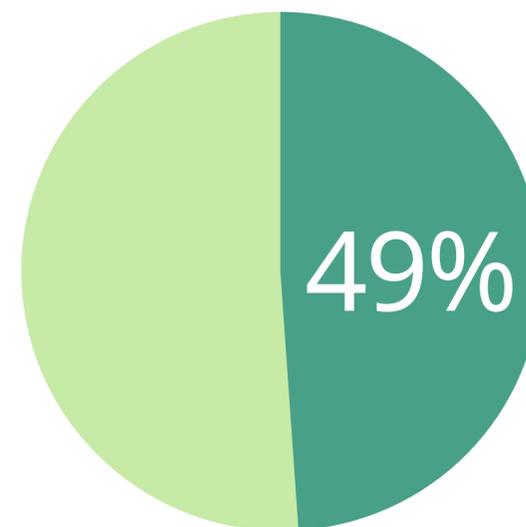
주택 - 임대



아파트 - 자가



아파트 - 임대



부모 집에서 거주

*공동 주택 - 두 사람 이상이 한 아파트에 살며 비용을 나눠 내는 주거 형태

→ 나만의 바이브로 꾸미는(또는 그렇지 않는) 세입자들

전 세계 세입자와 공동 거주자들은 자신만의 공간을 꾸미는 데 어려움을 겪고 있어요. 어려움을 해결하는 데 성공한 사람도, 그렇지 못한 사람도 있죠.



"책상이 어두운 구석에 있어서
인공조명을 사용해야 해요."
다라흐(Daragh), 바르셀로나



"저만의 작은 혁신으로 지속
가능성을 집에서 실천하고
있어요. 시간대나 기분에
따라 조명 색도 바꿀 수
있죠."

야준(Yajun), 뉴욕시

"스피커로 음악을 틀 때 정말
편안한 기분이 들어요. 유일한
문제는 집주인인데, 가끔 절
방해하거든요."

델리 거주 20대 남성

"공용 공간이 없는 게 불편하긴
하지만, 때로는 이게 더 나은 것
같기도 해요. 각자 자기 일을
하고 룸메이트와 자주
대화하지 않아도 되니까요."

마드리드 거주 20대 남성

"집에 쓸모없는 공간이 너무
많아요. 어떻게 해야 할지
난감한 빈 공간들이요. 만약 이
집이 제 집이었다면 100% 더
예쁘게 꾸몄을 거예요. 하지만
지금은 그냥 신경 쓰지 않아요.
결국 떠날 거니까요."

시애틀 거주 30대 여성

"사실 여기 있는 가구들 대부분은 길거리나
학교에서 발견한 거예요. 인테리어에 쓸
돈이 많지 않은데, 적은 예산으로 멋지게 잘
꾸민 것 같아요."

시애틀 거주 20대 남성



"임대로 사는 거니까 간단한
솔루션을 찾으려고 노력해요.
예를 들면 스티커 같은 것들 말이죠.
주로 재사용할 수 있는 것들로요.
떼어냈다가 다시 붙일 수 있거든요."

에스텔(Estelle), 뉴욕시

개성 있는 공간을 위한 아이디어

집에 나만의 개성을 더하고 원하는 분위기를 연출하고 싶다면, 손쉽게 활용할 수 있는 다양한 방법이 있습니다. 중요한 것은 직접 시도해 보고, 필요할 때 유연하게 생각을 바꾸는 거예요.

→ 트렌드 살펴보기

소셜 미디어에서 인기를 끌고 있는 **세입자 친화적인 솔루션**에는 접착식 벽지, 붙이는 라미네이트 바닥재, 탈부착형 스테인드글라스 효과 창문, 조명 기구 교체 또는 비용 부담이 적은 업라이트 조명 활용 등이 있습니다.

도파민 인테리어는 집을 다채로운 컬러, 질감, 패턴으로 꾸미고 향수를 불러일으키는 재미있는 요소들을 더해 기분을 좋아지게 하는 인테리어를 말합니다. 각자의 고유한 스타일에 맞춰 활기차고 행복한 공간을 만드는 것이죠.

바이오피릭(Biophilic) 디자인은 돌이나 나무 같은 자연의 소재와 식물이나 자연광 같은 자연의 요소를 집 안에 조화롭게 어우러지게 하여 차분하고 힐링되는 환경을 만드는 것이 핵심이에요.

스마트 홈 기술을 활용하면 손가락만 까닥하여 원하는 분위기를 연출할 수 있습니다. 한때 사치로 여겨졌고 아마도 여전히 많은 사람이 그렇게 생각하지만*, 점점 더 많은 집에 스마트 홈 기술이 통합되고 있습니다. 스마트 홈 제품을 사용하면 조명, 사운드부터 안전, 공기 질 관리에 이르기까지 집의 여러 요소를 버튼 하나로 제어할 수 있습니다.

*2년 이내 집을 새로 단장하거나 개선할 계획에 관한 질문에서 스마트 홈 통합을 고려하고 있다고 답한 사람은 2%에 불과했습니다.



이케아의 생각:

나만의 바이브를 더해 보세요

집을 내 스타일로 꾸밀 수 있는 자유가 주어지면 집에서 느끼는 즐거움이 더 커질 거예요.

내가 소유한 집이 아니더라도 약간의 개성을 더하거나 독특한 취향을 나타낼 수 있는 작은 변화들이 큰 차이를 만들어낼 수 있습니다. 대담한 인테리어나 스마트 기술, 감각적인 요소, 의미 있는 소품들을 통해 집 안에 우리를 가장 편안하고 즐겁게 만드는 것들을 손쉽게 더할 수 있어요.

나를 표현할 수 있고 편안하게 해주는 집은 바깥세상과 삶에서 마주하는 어떤 어려움도 헤쳐 나갈 수 있는 자신감과 회복력을 길러줍니다.

만약 여러분이 꿈꾸던 도파민 넘치는 집을 만들 수 있다면, 공간을 나만의 스타일로 꾸미기 위해 가장 먼저 무엇을 하시겠어요?

“내 개성을 반영하는 공간을 만드는 과정에서 정해진 건 없어요. 이미 가지고 있는 것들을 변형하거나 같은 것을 새로운 방식으로 사용하는 것만으로도 분위기를 바꿀 수 있어요. 예를 들면 계절에 맞게 쿠션 커버를 바꾸거나 쿠션 커버를 예술 작품처럼 활용할 수도 있겠죠.”

**요아나 아폰소(Joana Afonso),
이케아 리테일 인테리어 디자인
스페셜리스트**

4.

소통과 연결



소중한 사람들과 함께하기

사람들과의 관계는 우리를 움직이게 하고 매일을 살아가게 도와줍니다. 하지만 요즘처럼 점점 분열되고 양극화되는 사회에서는 소통이 줄어들어 이런 소중한 순간을 갖기가 더 어려워지고 있죠. 혼자 살든 누군가와 함께 살든, 집은 바깥세상과 연결되는 출발점이 될 수 있어요. 집에서 경험하는 물리적 연결이나 온라인상의 연결뿐만 아니라 집 밖에서 우리를 둘러싸고 지탱해 주는 커뮤니티로까지 연결될 수 있죠.

주요 동기 요인

포옹과 웃음은 생각보다 큰 힘을 발휘합니다.

사랑하는 사람과의 포옹(35%)과 주변 사람들과 함께 웃는 것(34%)은 집에서 즐거움을 주는 요소 중 각각 1위와 3위를 기록했습니다.

관련 니즈

즐거움
소속감
편안함
안정감

주요 방해 요인

가구 규모가 너무 작거나 큰 경우, 함께하는 시간이 적습니다.

1인 가구 또는 6인 이상 가구는 집에서 함께 시간을 보낸다고 답한 비율이 낮습니다(1인 가구 및 6인 이상 가구 21% vs 2~5인 가구 24%).

주요 주제

- 4.1 - 집에서 시작하는 행복
- 4.2 - 연결의 다양한 방법
- 4.3 - 커뮤니티의 중요성



"우리는 함께 모여야 합니다. 우리가 사람들을 보고, 듣고, 그들의 가치를 알아보는 것뿐만 아니라, 사람들도 나를 보고, 듣고, 내 가치를 알아볼 수 있도록 돕는, 특별하고 독특한 방식으로 모여야 해요. 그리고 집으로 누군가를 초대하는 것보다 더 친밀한 것은 없어요."

**킴 대브스(Kim Dabbs),
소속감 및 목적 전문가**

4.1 집에서 시작하는 행복

우리가 누구와 함께 살고 있는지는 행복과 삶에 대한 우리의 시각에 큰 영향을 미칠 수 있습니다. 외로움이 유행처럼 번진 세상에서, 매일 반복하는 의미 있는 습관은 다른 사람과 함께 살든 혼자 살든 연결에 필수적인 요소가 될 수 있습니다.

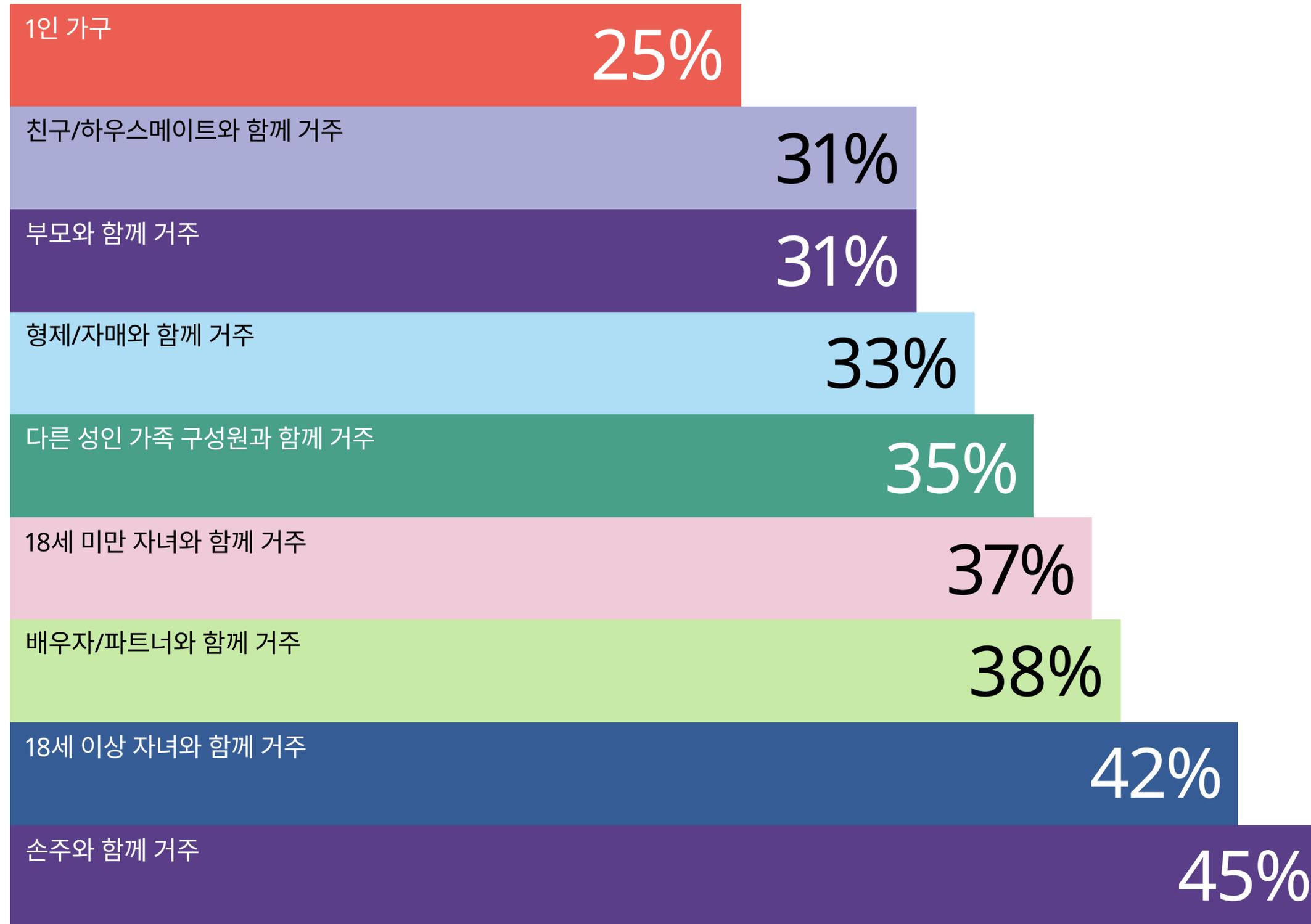
→ 핵심 인사이트

신체적 접촉은 긍정적인 영향을 미칩니다
사랑하는 사람과 포옹을 즐기는 사람들 중 55%가 미래에 대해 긍정적이며(전 세계 평균 48%), 69%가 현재 집에서의 생활에 대해 긍정적으로 생각합니다(전 세계 평균 61%).

반려동물이 있으면 집이 좋아져요
반려동물을 키우는 사람들 중 53%가 자주 즐거움을 경험하며(전 세계 평균 51%), 59%가 집을 가장 좋아하는 장소라고 말합니다(전 세계 평균 50%).



가구 유형과 웃음



→ 웃음은 최고의 명약

근거 없는 얘기가 아니에요! 주변 사람들과 웃는 사람들 중 68%가 집에서의 생활에 만족감을 느낍니다(전 세계 평균 61%).

그리고 가구 유형별 분류에서 볼 수 있듯이 자녀나 손주와 함께 사는 사람들은 집에서의 생활을 가장 즐기는 그룹에 속합니다.

"거실은 집의 중심과 같아요. 사람들이 모이고, 이야기하고, 웃고, 우는 등 모든 일이 일어나죠."

바르셀로나 거주 50대 여성

"우리 강아지만 보면 세상의 온갖 일들을 잊을 수 있어요. 강아지와 장난치며 노는 걸 좋아해요. 이견 해변에 갈 때 강아지에게 입히는 상어 웃이예요."

뉴욕시 거주 40대 남성

다음 중 집에서의 생활에 가장 큰 즐거움을 주는 것은 무엇인가요?라는 질문에 '주변 사람들과 함께 웃는 시간'이라는 답변을 선택한 사람들의 가구 유형별 분류.

➔ 밥을 같이 먹으면 더 가까워집니다

짐작은 했지만, 연구 결과로 더 확실해졌습니다. 사람들은 함께 음식을 나누며 모이는 걸 좋아합니다. 실제로 연구 결과에 따르면, 식사를 사교 활동으로 여기는 사람들은 평균보다 집에서 자주 소속감과 즐거움을 경험할 가능성이 7% 포인트 더 높습니다.



매주 금요일, 피자 먹는 날은 미켈(Miquel), 다라흐(Daragh)와 그들의 십대 자녀들이 재미있고 편안하게 함께 시간을 보내고 소통할 수 있는 시간이죠.



에스텔(Estelle)은 딸이 식사 준비와 정리를 적극적으로 돕도록 하고 있어요. 때로는 엉망이 될 때도 있지만요.

"작은 주방 테이블이 있는 공간이 너무 좋아요. 마치 식당이나 레스토랑에 있는 것 같은 기분이 들거든요. 아침에 여기서 룸메이트들과 함께 아침밥을 먹기도 해요. 아늑하고, 사교 모임 같은 느낌도 들죠."

시애틀 거주 30대 여성

"음식이 있어서 사람들이 모인다는 건 흔한 오해입니다. 사실은 그 반대예요. 사람들은 함께 있는 걸 좋아하고, 그렇게 함께 있을 수 있는 방법 중 하나가 같이 밥을 먹는 거죠."

앤 머컷(Anne Murcott), 사회학자

4.2 연결의 다양한 방법

누군가와 함께 살지 않아도 집에서의 생활을 즐길 수 있습니다. 혼자만의 시간과 공간을 만끽하면서, 기술이나 다른 방법을 활용해 다른 사람들과 연결되고 깊은 관계를 맺을 수 있어요. 멀리 떨어져 있어도 말이죠. 중요한 건, 우리에게 에너지를 주는 연결을 만들고 유지하는 나만의 방법을 찾는 것입니다.

→ 핵심 인사이트

게임을 통한 연결

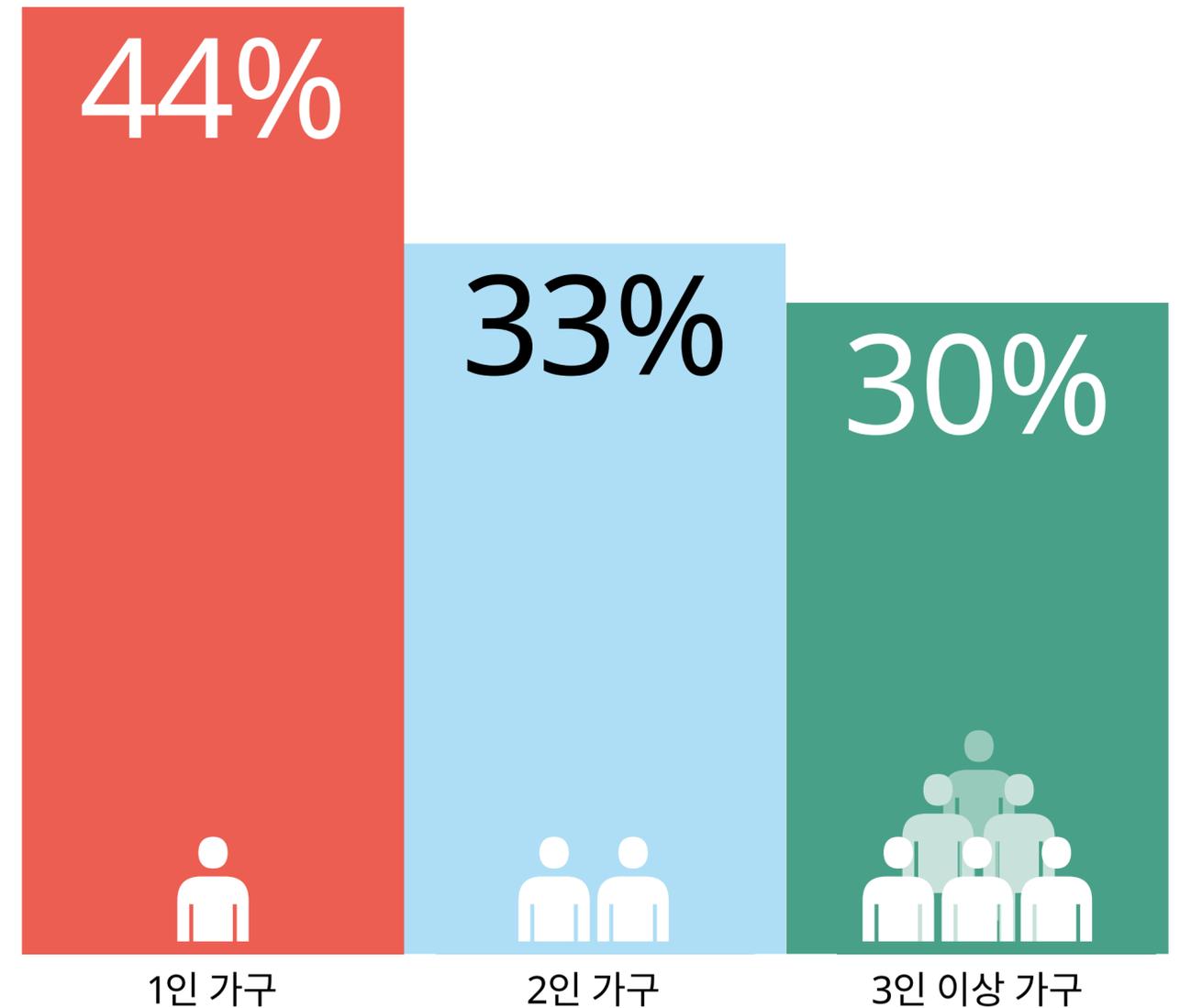
취미로 게임을 하는 사람들은 집에서 소속감을 중요하게 여길 가능성이 더 높으며(73% vs 전 세계 평균 70%), 자주 또는 가끔 소속감을 경험할 가능성도 더 높습니다(82% vs 전 세계 평균 81%).

게임의 즐거움

기기로 게임을 하는 사람들의 54%는 집을 가장 좋아하는 장소라고 말합니다(전 세계 평균 50%).

→ 혼자 사는 즐거움

혼자 시간을 보내는 것을 얼마나 좋아하는지 묻는다면, 단연 1인 가구가 가장 높은 비율을 차지하고 있어요.



4.3 커뮤니티의 중요성

커뮤니티와의 연결은 '가구'라는 개념을 집 너머로 확장하며 안전, 소통 그리고 소속감을 제공합니다. 잉카 센터(Ingka Centres)의 라이프 인 커뮤니티(Life in Communities) 보고서에 따르면, 사람들은 온라인과 오프라인에서의 삶이 균형을 이루도록 하기 위해 공공장소에서 만나는 일이 더 많아질 것으로 예상합니다. 이케아의 라이프 앳 홈(Life at Home) 조사는 커뮤니티 내에서 경험을 나누고 어려움을 해결하며 그냥 편안하게, 함께 시간을 보내는 것의 가치를 강조합니다.

→ 핵심 인사이트

도움을 주는 것이 도움이 됩니다

커뮤니티를 돕는 사람들의 59%는 집에서 자주 즐거움을 경험합니다(전 세계 평균 51%).

정체성 표현, 다른 사람들과의 연결

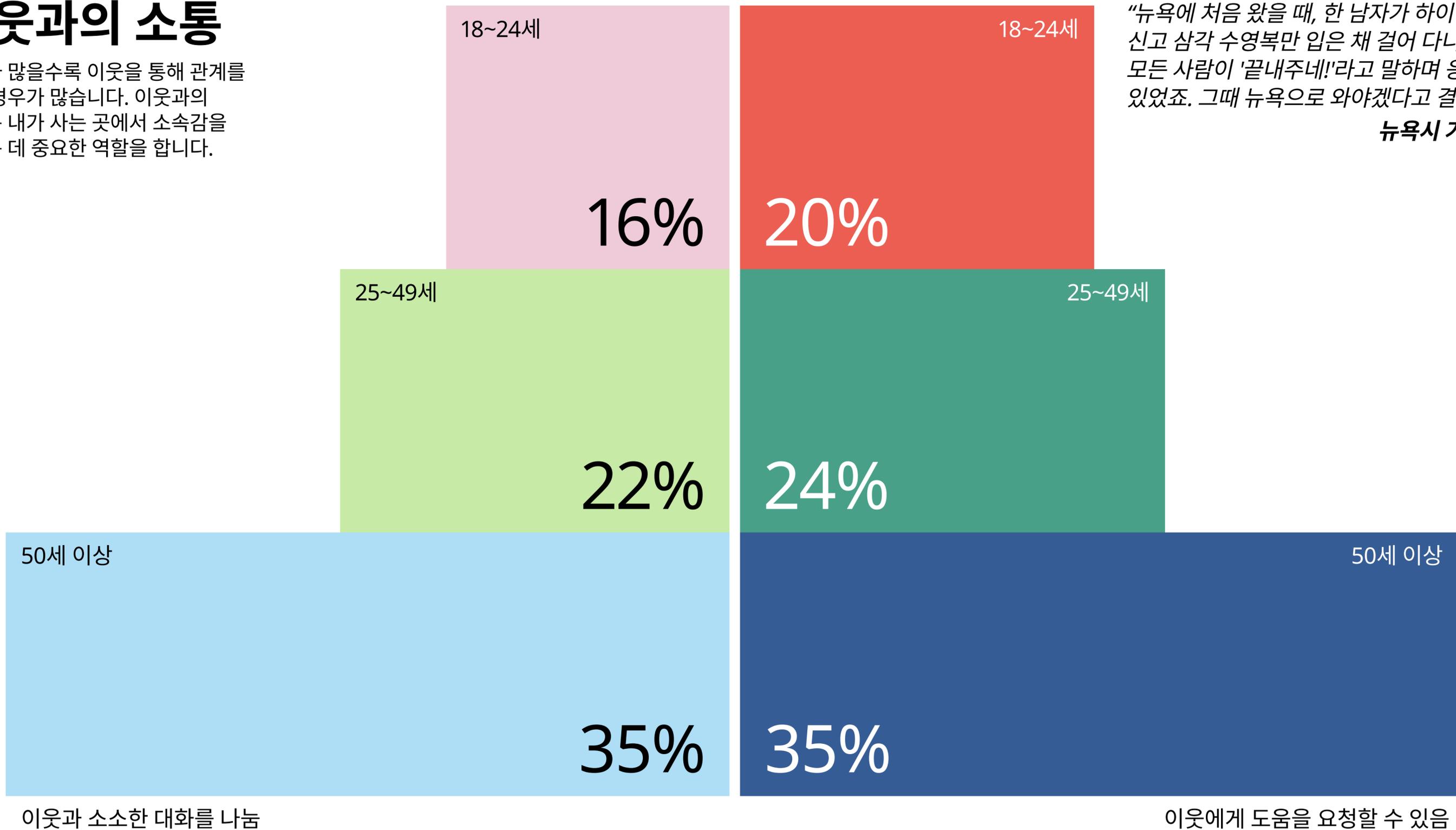
자신의 정체성을 커뮤니티에서 표현할 수 있을 때 자신이 사는 곳에 더 소속감을 느끼는 사람들은 집에서의 생활에 더 만족감을 느낍니다(68%). 가치와 의견을 공유하는 사람들과 시간을 보내는 사람들 역시 마찬가지입니다(66%). 두 그룹 모두 전 세계 평균 61%보다 만족도가 높습니다.



데이비드(David)는 자신이 사는 동네와 자신이 연결되어 있다고 느낍니다. 공동체 정신을 공유하며, 동네 상점 주인을 포함해 이웃들과 친근한 관계를 형성하고 있죠.

→ 이웃과의 소통

나이가 많을수록 이웃을 통해 관계를 맺는 경우가 많습니다. 이웃과의 관계는 내가 사는 곳에서 소속감을 느끼는 데 중요한 역할을 합니다.



“뉴욕에 처음 왔을 때, 한 남자가 하이힐을 신고 삼각 수영복만 입은 채 걸어 다니는걸 봤어요. 모든 사람이 '끝내주네!'라고 말하며 응원하고 있었죠. 그때 뉴욕으로 와야겠다고 결심했어요.”

뉴욕시 거주 40대 남성

새로운 연결 방식

→ 트렌드 살펴보기

빅 토크(Big Talk)는 친구나 가족과 깊이 있는 대화를 나눌 수 있는 기회를 마련하는 것을 말합니다. 식탁에 둘러앉아 대화 카드를 펼쳐보든, 침실에서 커플이 친밀한 질문을 나누든, 상대가 누구든 가벼운 대화보다는 의미 있는 대화를 나누자는 전 세계적인 움직임이에요.

GRWM(Get Ready With Me, 함께 준비해요)는 인기 있는 소셜 미디어 트렌드로 젊은(또는 마음만은 젊은*) 사람들이 메이크업을 하거나 옷을 차려입으며 팔로워들을 대상으로 튜토리얼을 제공하는 것을 말합니다. 영상 통화로 친구들과 함께하기도 하죠.

1인을 위한 여가 활동(Single-serve leisure)은 혼자 여가를 즐기고 싶은 사람들을 위한 것으로, 대부분의 여가 활동이 그룹을 대상으로 만들어진 탓에 사회적 낙인이나 '싱글세'와 같은 어려움에 직면하는 싱글들을 위한 활동입니다. 싱글 밀키트(single meal kits)도 이러한 솔루션 중 하나라고 할 수 있죠.

음식을 기반으로 한 커뮤니티 봉사는 자선 단체가 운영하는 커뮤니티 주방에서 이루어집니다. 이들은 지역 사회의 연대, 수천 명의 자원봉사자, 그리고 잉여 식량 자원의 활용을 통해 외로움과 식량 빈곤을 줄이는 데 도움을 주고 있습니다.

*Z세대가 베이비붐 세대보다 온라인 엔터테인먼트를 '취미'라고 말하는 비율이 거의 두 배에 달하지만(43% vs 23%), 모든 연령대가 많은 소셜 미디어 트렌드에 접근할 수 있으며, 특히 젊은 감각을 가졌다면 누구나 접근이 가능합니다.

점점 더 단절되는 사회에 대한 두려움은 있지만 사람들은 사실 그 어느 때보다 긴밀하게 연결되어 살아가고 있습니다. 기술뿐 아니라 현실에서 직접 마주하는 사람들의 창의성, 진취성, 열정, 그리고 추진력 덕분입니다. 가구 유형에 상관없이 중요한 것은 누구와 관계를 맺을지 선택한 뒤 그 관계를 어떻게, 어디서, 언제 만들어갈지를 결정하는 것이죠.



이케아의 생각:

함께해요

'함께하기'는 집에 즐거움을 더해 줍니다. 우리 중 많은 사람이 그 즐거움을 느끼지 못하고 있을지 몰라도, 대부분은 이 즐거움을 필요로 합니다.

집에서 함께 나누는 음식, 웃음 혹은 사랑하는 사람들과의 관계를 통해 의미 있는 습관을 만들고 커뮤니티와 유대감을 형성하는 것이 집에서의 생활을 더 충만하게 만들 수 있어요. 기술 덕분에 우리는 사랑하는 사람들과 멀리 떨어져 있어도 연결을 유지할 수 있습니다.

직접 얼굴을 보든 온라인으로 만나든 일상적인 연결의 순간들을 만들어 나가면 행복과 웰빙을 지속적으로 돌보는 환경을 만들 수 있어요. 그리고 삶에 대한 생각도 좀 더 나아질 수 있습니다.

만약 여러분이 일상에서 함께하기를 실천하고자 한다면, 어떤 습관을 만드는 것으로 시작하고 싶으신가요?

"우리 삶의 많은 부분이 점점 디지털화되고 있지만, 온라인이나 물리적 공간 중 어느 한쪽에만 존재할 수 없다는 점을 기억하는 것이 중요해요. 둘 다 필요하니까요. 가장 중요한 것은, 사람들 간의 연결은 여전히 대체 불가능하다는 것입니다."

**매트 드레이그(Matt Drage),
잉카 센터(Ingka Centres)
커뮤니케이션 & 마케팅 매니저**

맺음말

“이 연구는 현재 무엇이 중요한지 이해하는 데 도움을 줄 뿐만 아니라 수년 간의 변화를 추적하여 상황이 어떻게 달라지고 있는지, 그리고 이러한 변화가 미래를 예측하는 데 어떻게 도움이 되는지를 보여줍니다.”
마리아 욘손(Maria Jonsson)



연구를 통해 얻은 인사이트

스트레스가 많은 시기에는 작은 즐거움이 큰 변화를 일으킬 수 있습니다. 우리가 생활하는 공간에서 무엇이 즐거움을 주고, 무엇이 그렇지 않은지 이해하는 것만으로도 전반적인 건강과 행복에 큰 도움이 됩니다.

집에서의 생활을 사소하지만 의미 있는 몇 가지 시각으로 다시 바라봄으로써 집을 즐거움이 가득한 공간으로 만들 수 있을 뿐만 아니라, 인생의 어려운 순간을 헤쳐 나가는 데 필요한 마음가짐과 회복력을 키울 수 있습니다. 중요한 건, 집에서뿐만 아니라 인생도 더 기분 좋게 살아가기 위한 단순하고 의식적인 선택을 하는 것입니다.



건강과
행복

건강하고 행복한 집의 새로운 정의

새롭게 재해석된 건강한 집은 우리가 생활하는 공간이 우리를 더 충만하게 할 수 있음을 보여주며, 웰빙을 실현하고 각자의 니즈를 충족하는 환경을 만들 수 있는 가능성을 제시합니다. 무엇을 우선시하든, 중요한 것은 우리가 진정으로 좋은 기분을 느낄 수 있도록 도와주는 소소하고 부담 없는 변화를 만들어가는 것입니다.



놀이와
재미

놀이의 재발견

이 여정에서 중요한 부분은 취미, 창의성, 놀이를 집에서의 생활의 필수 요소로 새롭게 인식하는 것입니다. 놀이의 즐거움은 아이들만의 것이 아닙니다. 어른들이 자신의 내면에 있는 아이의 천진난만함과 호기심을 불러일으키는 활동에 마음을 열면, 단지 환경을 개선하는 것에 그치지 않고, 주변 환경을 바라보는 시각, 환경과 상호작용을 하는 방식, 그리고 행동까지 변화할 수 있습니다.



개성과
소속감

진정한 나를 표현하는 공간

우리가 사는 집은 우리가 누구인지를 나타냅니다. 내가 소유한 집이 아니더라도 나만의 개성을 표현하여 집을 '내 것'처럼 느끼면 집에 즐거움을 더할 수 있습니다. 과감한 인테리어나 감각적인 요소, 의미 있는 물건들을 통해 독특한 자신의 정체성이 더 잘 드러나도록 집을 꾸미면 집에서의 생활이 더 즐거워집니다.



소통과
연결

소중한 사람들과 함께하기

마지막으로, 함께하기와 연결의 힘을 절대 과소평가하지 마세요. 직접 얼굴을 보든 온라인에서 만나든, 스스로와 그리고 다른 사람과 소통하세요. 함께하는 식사, 대화, 나에게 집중하는 시간 갖기, 커뮤니티 활동 참여 등 의미 있는 습관이나 가끔 한바탕 웃는 순간이 관계를 돌보고 집에서의 생활을 더 충만하고 즐겁게 만드는 데 도움이 될 수 있습니다.

니즈 다시 보기

이케아의 목표는 많은 사람들을 위한 더 좋은 생활을 만드는 것입니다. 라이프 앳 홈(Life at Home) 보고서는 오늘날 전 세계의 집에서의 생활이 실제로 어떠한지를 이해하고 어려움을 해결하는 데 필요한 중요한 인사이트를 제공합니다.

앞서 말씀드린 대로 지난해 이케아는 여러 전문가들과 긴밀히 협력하고 10여 년간 축적된 라이프 앳 홈 보고서 인사이트를 바탕으로 더 나은 집에서의 생활을 위한 8가지 감정적, 기능적 니즈를 파악했습니다. 올해 보고서는 그 가운데 즐거움이라는 주제에 초점을 맞추고 있지만, 8가지 니즈는 서로 연결되어 있다는 점을 기억해야 합니다. 더 나은 집에서의 생활이란 어떠한 최종 목적지에 도달하는 것이 아니라, 계속해서 이어지는 여정입니다. 8가지 니즈를 충족하는 데 도움을 주는 특별한 순간들과 일상을 소중히 여기는 것이 중요합니다.

집에서의 **주도권**, **편안함**, **안정감**을 느끼는 기본적인 니즈부터 관계를 **돌보고 소속감**을 느끼며 **즐거움**과 **성취감**을 주는 의미 있는 순간을 찾는 것, 나아가 미래에 대한 **희망**을 품는 것까지, 이 모든 니즈는 더 나은, 더 즐거운 집에서의 생활을 만들기 위해 필요한 요소입니다.



변화의 신호

미래에 어떤 일이 일어날지는 아무도 모릅니다. 하지만 이케아는 집에 더 많은 즐거움을 더할 수 있는 가능성 있고 실현 가능하며 개연성 있는 미래의 해결책을 알아보려고 했습니다. 변화의 신호에 대한 연구를 바탕으로 '만약'으로 시작하는 네 가지 가정을 했으며, 그 내용은 이미 우리 주변에서 나타나고 있는 미래의 한 단면을 보여줍니다.

만약 우리가 우리의 건강만큼 다른 것들의 건강에도 신경을 쓴다면?

기후 변화로 인해 생물 다양성이 위기에 처한 지금, 우리가 주변 환경을 더 공감하는 시선으로 바라본다면 어떻게 될까요? 이전 보고서에서 우리는 집에서 행복을 느끼는 데 반려동물이나 '반려식물'이 중요한 역할을 한다는 점을 언급했습니다. 그 범위를 모든 생물 다양성과 살아 있는 존재들로 넓혀본다면 어떨까요? 이런 변화는 이미 시작되고 있습니다. 몇몇 나라에서는 자연에 법적 인격을 부여하고, 연구원들은 AI를 활용해 고래의 언어를 이해하려 하며, 도시 거주자들은 주변 환경을 직접 가꾸며 자연 친화적인 인프라를 만들어가고 있습니다. 미래에는 강, 숲, 심지어 도시의 공원에까지 고마움을 적극적으로 표현하게 될 수도 있습니다. 건강은 단지 우리 자신만의 문제가 아니라서 생각을 받아들이기 위해 필요한 의식적인 행동이죠.



만약 우리가 후대에 더 나은 세상을 물려주기 위한 관점으로 미래를 내다본다면?

가끔은 공감이 부족하다고 느껴지는 세상에서, 연민이 단순한 가치가 아닌 유산이 되는 미래를 상상하는 것은 매력적일 수 있어요. 진행 중인 몇몇 프로젝트들은 이미 현재를 넘어 미래로 시선을 돌리도록 우리를 이끌고 있습니다. 백 년 후 후손들이 읽을 작품을 만드는 미래 도서관과 사람들이 자신의 잠재적 미래의 모습을 엿볼 수 있도록 돕는 AI 시뮬레이션 같은 것들이 그 예시이죠. 오늘 우리가 하는 공감의 행동이 사회적 갈등을 치유할 뿐만 아니라, 미래 세대와 그들의 니즈까지 고려하는 방식으로 확장된다면 어떨까요? 다른 사람들에 대한 공감을 삶의 중심으로 삼는다면, 현재를 풍요롭게 할 뿐만 아니라, '함께하기'와 '이해'라는 유산을 후대에 남기는 훌륭한 선대가 될 수 있을 것입니다.

만약 집이 더 유연한 삶을 살 수 있도록 도와준다면?

우리가 일하고 생활하는 방식은 더 일시적이고, 각자 따로 움직이며, 원격화되고 있습니다. 그 이유는 사람들이 이러한 방식에 대한 필요를 느끼고 이를 선호하기 때문이며, 한편으로는 디지털에 익숙한 젊은 세대가 트렌드를 주도하고 있기 때문이기도 합니다. 전통적인 삶의 리듬에서 벗어나는 이러한 변화는 어느 정도 불가피하고 매력적으로 느껴질 수 있지만, 집에서 고립감을 느끼게 할 수도 있습니다. 하지만 만약 우리가 사는 집이 점점 커지고 있는 유연성에 대한 니즈와 사람들 간의 물리적, 디지털적인 유대를 충족시킬 수 있다면 어떨까요? 디지털 트윈(물리적 세계에 존재하는 대상을 가상 시계에 구현한 것)과 같은 기술은 '현실의 나'와 디지털 세계 속 자아인 '디지털 미(digital me)' 중 어디에 시간을 쓸지 결정하는 데 도움을 줄 수 있으며, 이를 통해 자연적인 생체 시계에 맞춰 개인의 생산성과 웰빙을 증진할 수 있습니다. 특정 그룹을 위한 새로운 형태의 공동체 생활은 이미 엄마들이나 노년 여성들 사이에서 이루어지고 있으며, 이는 전혀 다른 차원의 소속감을 경험할 수 있게 합니다.

만약 인공지능 에이전트로 인해 더 큰 즐거움과 소속감을 느낄 수 있다면?

전 세계에 유행병처럼 확산되는 외로움은 실제로 존재하며, 사람들은 '연결'을 갈망하고 있습니다. 또한 기술이 점점 우리의 삶 속으로 깊이 파고들고 있으며, 그로 인한 부정적인 영향도 나타나고 있습니다. 하지만 물리적인 형태를 가진 시나 디지털 시가(예: 반려로봇이나 고인의 아바타) 정서적인 지지나 동반자 관계, 그리고 연결을 통해 새로운 방식으로 즐거움과 소속감을 경험할 기회를 제공할 수 있다면 어떻게 될까요? 아니면 나를 대신하여 내게 가장 잘 어울리는 사람을 데이팅 앱에서 찾아주는 등 기술이 '단순한' 일을 처리해 주어 내가 더 큰 즐거움을 느낄 수 있게 해준다면 어떨까요? 인간과 인공지능의 영향력에 대한 까다로운 질문이 제기될 수 있지만, 우리는 어쩌면 사람과 직접 소통하지 않는 새로운 관계가 더 많은 기쁨을 가져다주고, 다른 사람들과의 더 나은 연결을 제공하는 '미래의 문턱'에 서 있는 것일지도 모릅니다.

"우리는 미래에 집중하고 있지만, 공상 과학 소설에 나오는 미래를 말하거나 수정 구슬을 보고 미래를 점치는 게 아니에요. 그보다는 기존과 다른 것들에 호기심이 있다고 보는 것이 맞을 거예요. 앞으로 10년 또는 15년 후 우리가 살아갈 모습에 대한 힌트를 주는 혁신, 행동, 그리고 의미 있는 습관 같은 것들이요."

마리아 예안손(Maria Jeansson)

이러한 주제에 대해 좀 더 알고 싶으신가요?
부록에 있는 링크를 통해 더 많은 자료를 찾아보세요.



마지막 이케아의 생각:

집을 다시 즐거움으로 채워보세요

지난 10여 년 동안 이케아는 연구와 8가지 니즈의 개발을 통해 더 나은 집에서의 생활을 위한 사람들의 니즈에 대한 중요한 인사이트를 얻었습니다. 그러나 이제 시작일 뿐이죠.

정책을 제안하든, 집과 가구를 디자인하든, 사람들을 연결하는 기술을 만들든, 우리는 모두 우리가 공유하는 세상에서 더 나은 변화를 만들기 위한 역할을 맡고 있습니다. 집에서부터 시작해 보면 어떨까요? 우리가 함께하면 사람들이 8가지 니즈를 더 효과적으로 충족하도록 도울 수 있으며, 이를 통해 더 많은 사람들이 집, 그리고 삶에서 더 행복을 느낄 기회를 제공할 수 있습니다.

즐거움은 특히 쉽게 충족되기 어려우며, 다른 니즈에 크게 영향을 미치므로, 즐거움을 가장 우선순위에 두고 생각해 보세요. 즐거움을 느끼기 위한 필수 요소인 '마음가짐의 변화'를 통해 사람들이 집에서 더 많은 행복을 느낄 수 있도록 함께 노력해 보면 어떨까요?

일상의 햇살 같은 작은 순간들이 삶에서 마주하는 어려움을 극복할 수 있도록 도와주는 강력한 솔루션이 될 수 있어요.

자, 이제 즐거움을 원래의 자리인 '집'으로 돌아오게 하기 위한 여정을 시작해 볼까요?

부록

→ 설명 자료

특정 단어나 문구의 의미나 주요 인구 통계의 분류 방법이 궁금하신가요? 다음의 기본적인 설명을 참고하면 이 보고서를 이해하는 데 도움이 될 거예요.

방해 요인과 동기 요인

*방해 요인*은 집에서 즐거움을 찾는 데 방해가 되는 요인으로, 현재 집에서 충분한 즐거움을 경험하고 있지 않은 사람들의 상황이 포함됩니다. 반대로 *동기 요인*은 사람들이 집에서 즐거움을 찾는 데 동기를 부여하고 도와주는 요인을 말합니다.

국가

올해 조사 대상 39개국:

호주, 오스트리아, 벨기에, 캐나다, 칠레, 중국, 콜롬비아, 크로아티아, 체코, 덴마크, 에스토니아, 핀란드, 프랑스, 독일, 헝가리, 인도, 아일랜드, 이탈리아, 일본, 라트비아, 리투아니아, 말레이시아, 네덜란드, 뉴질랜드, 노르웨이, 필리핀, 폴란드, 포르투갈, 루마니아, 세르비아, 싱가포르, 슬로바키아, 슬로베니아, 한국, 스페인, 스웨덴, 스위스, 영국, 미국

세대

세대 분류:

Z세대: 18~27세
밀레니얼 세대: 28~42세
X세대: 43~58세
베이비붐 세대: 59~77세

소득 수준

소득 수준 분류:

저소득: 중위소득의 75% 이하*
중간 소득: 중위소득의 75%~200%*
고소득: 중위소득의 200% 이상*

**국가별 중위 소득 - 인구의 소득 금액 중간값으로, 이를 기준으로 한쪽은 중위소득 이상, 다른 한쪽은 중위소득 이하로 나눕니다.*

니즈

*니즈*에 대해 이야기할 때 이는 더 나은 집에서의 생활을 위한 이케아의 8가지 니즈를 말합니다. 다음은 8가지 니즈와 그 정의입니다.

주도권 - 집에서의 생활(인테리어, 가전 등)에 대해 결정할 수 있는 주도권

편안함 - 집에서 만족감과 편안함을 느낌

안정감 - 우리가 소중하게 여기는 것을 보호하여 안전하다고 느끼고 우리 주변

세상의 변화에 대한 회복탄력성을 지님

돌봄 - 스스로와 교감하고 나의 정신적, 신체적 웰빙을 돌봄

소속감 - 함께 살고 있는 사람들로부터, 그리고 나를 반영하는 장소에서 내가 있는 그대로 받아들여진다고 느낌
즐거움 - 따스함과 행복을 느끼게 하는 감사하거나 즐겁고 기분 좋은 순간들
성취감 - 목표를 달성하고 역량을 키워 자긍심을 얻고 발전하고 있음을 느낌
희망 - 미래에 대해 긍정적으로 생각하며 미래에 대한 준비가 되었다고 느낌
자세한 내용은 8페이지에서 확인하세요.

연구, 인사이트, 트렌드

정량적 연구와 *정성적* 연구는 데이터를 수집하고 분석하는 두 가지 방법입니다. *정량적* 데이터는 숫자와 양을 다루며, 쉽게 측정할 수 있고 수학적, 통계적으로 분석이 가능합니다. *정성적* 데이터는 숫자가 아닌 서술적인 데이터로, 사람들의 의견과 감정을 바탕으로 하며, 그 이면에 숨겨진 의미를 파악하는 데 사용됩니다. *인사이트*는 정량적 및 정성적 연구에서 얻은 데이터와 관찰을 바탕으로 한 해석입니다. *변화의 신호*는 혁신, 아이디어, 또는 행동에서 미래에 영향을 미칠 수 있는 것을 관찰한 결과입니다. 이는 개별적인 변화의 사례일 수도 있고, 더 널리 인식되는 트렌드를 뒷받침하는 것일 수도 있습니다. *트렌드*는 공통적인 특성과 속성을 가진 신호의 반복되는 경향으로, 시간이 지남에 따라 수치나 크기에서 변화를 보입니다.

통계 용어

*전 세계 평균*은 설문조사에 참여한 모든 국가의 모든 응답자가 특정 질문에 대해 한 답변의 평균 또는 중간값을 의미합니다. 전 세계 평균과 관련하여 특정 인사이트를 설명할 때, '경향이 더 강하다/가능성이 더 높다'는 평균 이상을 의미하며, '경향이 더 약하다/가능성이 더 낮다'는 평균 이하를 의미합니다. *퍼센트포인트(% 포인트)*는 두 퍼센트 사이의 절대적인 차이를 의미합니다 (예: 2%와 3% 사이의 차이는 1% 포인트). *퍼센트(%)*는 원래 값에 대한 변화량을 백분율로 나타낸 것입니다 (예: 2%에서 3%로 50% 증가).

→ 상세 데이터

인사이트를 뒷받침하는 내용이나 데이터의 세부사항을 알고 싶으신가요? 여기서 자세히 살펴보세요.

→ 머리말

무엇을 발견했나요?

집에서 얼마나 자주 즐거움을 느끼고 즐거움을 얼마나 중요하게 생각하는지에 대해 질문했을 때, 36%의 사람들은 즐거움이 중요하다고 생각하지만, 집에서는 가끔만 즐거움을 느끼거나, 즐거움이 거의 충족되지 않거나 전혀 충족되지 않는다고 답했습니다.

왜 중요한가요?

집에서 즐거움을 전혀 또는 거의 경험하지 못하는 사람 중 현재 집에서의 생활에 만족한다고 답한 비율은 29%였습니다(전 세계 평균은 61%). 집에서 즐거움을 전혀 또는 거의 경험하지 못하는 사람 중 미래에 대해 긍정적으로 생각한다고 답한 비율은 28%입니다(전 세계 평균은 48%).

집에서 느끼는 즐거움에 영향을 주는 상위 5가지 요인

'다음 중 집에서의 생활에 가장 큰 즐거움을 주는 것은 무엇인가요?'라는 질문에 대해 가장 즐거움을 주는 것으로 꼽힌 전 세계 상위 5가지 활동은 다음과 같습니다.

1. 사랑하는 사람과 나누는 포옹(35%)
2. 취미나 관심사에 할애하는 시간(34%)
3. 주변 사람들과 함께 웃는 시간(34%)
4. 혼자만의 시간(33%)
5. 집에서 만든 음식으로 즐기는 식사(28%)

지도로 보는 즐거움

미국 - 반려동물과 함께하는 시간: 미국 사람들은 반려동물과 함께 보내는 시간에서 즐거움을 찾는 경향이 있습니다(미국 22% vs 전 세계 평균 15%).

콜롬비아 - 낮잠: 콜롬비아 사람들은 낮잠을 자는 것을 정말 좋아합니다(콜롬비아 37% vs 전 세계 평균 25%).

칠레 - 웃음: 칠레 사람들은 주변 사람들과 함께 웃는 것을 좋아합니다(칠레 43% vs 전 세계 평균 34%).

이탈리아 - 집 꾸미기: 이탈리아 사람들은 살고 있는 집을 더 멋지게 꾸미는 것에서 즐거움을 찾는 경향이 강합니다(이탈리아 26% vs 전 세계 평균 22%).

스위스 - 음식 준비: 스위스는 요리나 베이킹에서 즐거움을 찾는 사람들이 가장 많은 나라입니다(스위스 29% vs 전 세계 평균 22%).

네덜란드 - 혼자만의 시간: 네덜란드는 혼자 시간을 보내는 것에서 즐거움을 찾는 경향이 두 번째로 강한 나라입니다(네덜란드 48% vs 전 세계 평균 33%).

덴마크 - 포옹: 덴마크는 사랑하는 사람과의 포옹에서 즐거움을 찾는 사람들이 가장 많은 나라입니다(덴마크 48% vs 전 세계 평균 35%).

노르웨이 - 함께하는 시간: 노르웨이 사람들은 다른 사람들과 시간을 보내는 것에서 즐거움을 찾는 경향이 강합니다(노르웨이 37% vs 전 세계 평균 23%).

핀란드 - 침구: 핀란드는 새 침대 시트를 사용하며 즐거움을 느끼는 사람들이 가장 많은 나라입니다(핀란드 33% vs. 전 세계 평균 21%).

인도 - 아이와 놀아주기: 인도는 아이들과 함께 놀면서 즐거움을 찾는 사람들이 가장 많은 나라입니다(인도 28% vs 전 세계 평균 16%).

싱가포르 - 마음에 위안을 주는 음식: 싱가포르는 집에서 만든 음식을 먹으며 즐거움을 느끼는 경향이 가장 강한 나라입니다(싱가포르 37% vs 전 세계 평균 28%).

중국 - 취미 활동: 중국은 취미 활동에서 즐거움을 느끼는 사람들이 두 번째로 많은 나라입니다(중국 43% vs 전 세계 평균 34%).

일본 - 반려동물이 자는 모습: 일본에서 반려동물을 키우는 사람들 중 37%가 반려동물이 자는 모습을 보며 즐거움을 느낍니다.(전 세계 평균 21%).

한국 - 목욕: 한국은 목욕이나 샤워를 즐거움으로 여기는 사람들이 가장 많은 나라입니다(한국 37% vs 전 세계 평균 25%).

호주 - 햇볕: 호주 사람들은 얼굴에 내리쬐는 햇살에서 즐거움을 느끼는 비율이 더 높습니다(호주 29% vs 전 세계 평균 18%).

→ 1. 건강과 행복

주요 동기 요인

전 세계적으로 집에서 만든 음식으로 식사를 하는 것이 집에서 즐거움을 느끼게 하는 주요 요인 중 5위를 기록했습니다. '다음 중 집에서의 생활에 가장 큰 즐거움을 주는 것은 무엇인가요?'라는 질문에 대해 28%의 사람들이 집에서 즐기는 식사를 답변으로 선택했습니다.

주요 방해 요인

소득이 낮을수록 정신적, 신체적 건강에 대해 걱정할 가능성이 더 높습니다.

정신 건강에 대한 우려: 저소득 = 30%, 중간 소득 = 29%, 고소득 = 27%.

신체 건강에 대한 우려: 저소득 = 37%, 중간 소득 = 37%, 고소득 = 32%.

1.1: 집, 웰빙 그리고 미래에 대한 전망의 관련성

걱정하지 말고, 행복하세요

정신적, 신체적 건강에 대해 걱정하지 않는 사람들은 집에서의 생활에 행복감을 느낄 가능성이 더 높습니다(64% vs 전 세계 평균 61%).

미래에 대한 희망이 적을수록 건강에 대한 걱정은 커집니다

미래에 대해 부정적으로 생각하는 사람들은 미래에 대해 긍정적으로 생각하는 사람보다 정신적, 신체적 건강에 대해 걱정할 가능성이 더 높습니다. 정신 건강에 대한 우려: 미래에 대한 부정적인 전망 = 33%, 긍정적인 전망 = 27%. 신체 건강에 대한 우려: 미래에 대한 부정적인 전망 = 42%, 긍정적인 전망 = 33%.

1.2: 건강한 집은 다차원적인 개념

다양한 웰빙의 유형

환경적 웰빙: 집이 지속 가능한 삶을 가능하게 한다고 답한 사람들의 63%는 집을 '가장 좋아하는 장소'라고 답했습니다(전 세계 평균은 50%).

영적 웰빙: 자신보다 더 큰 존재와 연결되기 위한 의식을 정기적으로 수행하는 사람들(예: 기도, 명상, 별 보기, 자연 속에 있기)은 집에서의 생활에서 행복을 느낄 가능성이 더 높습니다(68% vs 전 세계 평균 61%).

정서적 웰빙: 정신 건강에 대해 걱정하는 사람들은 집에서의 생활에서 행복함을 느낄 가능성이 더 낮습니다(52% vs 전 세계 평균 61%).

사회적 웰빙: 소속감을 자주 경험하는 사람들 중 75%는 즐거움도 자주 경험한다고 답했습니다(전 세계 평균은 51%).

재정적 웰빙: 가정 경제는 올해 사람들의 최대 관심사 중 하나로 신체 건강과 함께

36%의 비중을 차지하고 있습니다.

신체적 웰빙: 신체적 웰빙을 위해 집에서 운동을 하는 사람들은 집에서의 생활에서 행복을 느낄 가능성이 높습니다 (65% vs 전 세계 평균 61%).

공간적 웰빙: 약 3명 중 1명은 깨끗하고 정돈된 집이 집에서 웰빙 감각을 유지하는 데 중요하다고 말합니다 (신체적 웰빙은 32%, 정신적 웰빙은 35%).
직업적 웰빙: 재택근무를 하는 사람들은 집에서의 생활에서 행복을 느낄 가능성이 더 높습니다(67% vs 전 세계 평균 61%).

1.3: 개인화되는 건강

마음에 위안을 주는 음식

음식을 자신의 문화적 뿌리와 연결짓는 사람들은 집에서의 생활에 만족할 가능성이 더 높습니다(67% vs 전 세계 평균 61%).

낮잠도 중요해요

수면은 신체적, 정신적 웰빙을 돌보는 데 가장 중요한 요소로 꼽혔습니다. '다음 중 집에서 웰빙을 유지하는 데 가장 중요한 것은 무엇인가요?' 정신적, 신체적 웰빙에 대해 각각 따로 답변해 주세요'라는 질문에 각각 53%, 51%의 사람들이 수면을 선택했습니다.

휴식의 의미

셀프 케어 또는 홈 스파(예: 얼굴 관리, 족욕, 머릿결 관리 등): Z세대 18%, 밀레니얼 세대 14%, X세대 10%, 베이비붐 세대 7%
쾌적한 실내 환경(예: 소음이 적고, 공기 오염이 없는 환경)에서 지내기: Z세대 19%, 밀레니얼 세대 17%, X세대 및 베이비붐 세대 16%
여유롭게 시간 보내기(예: 독서, 음악 감상, TV 시청): Z세대 34%, 밀레니얼 세대 36%, X세대 42%, 베이비붐 세대 48%
수면: Z세대 47%, 밀레니얼 세대 51%, X세대 55%, 베이비붐 세대 53%

트렌드 살펴보기 1: 건강의 새로운 정의

조이스크롤링(Joyscrolling)

'다음 중 귀하, 또는 귀하의 집에 해당하는 것은 무엇인가요?'라는 질문에 '스마트폰을 아무 생각 없이 계속 스크롤하면서 너무 많은 시간을 보낸다'는 답변을 전 세계적으로 23%의 사람들이 선택했습니다.

베드로팅(Bedrotting)

'다음 중 집에서의 생활에 가장 큰 즐거움을 주는 것은 무엇인가요?'라는 질문에 전 세계적으로 21%의 사람들이 깨끗한 침대 시트를 선택했습니다.

→ 2. 놀이와 재미

주요 동기 요인

취미나 관심사에 몰두하며 시간을 보내는 것은 집에서 즐거움을 느끼게 하는 주요 요인 중 전 세계 2위를 차지했습니다. '다음 중 집에서의 생활에 가장 큰 즐거움을 주는 것은 무엇인가요?'라는 질문에 대해 34%의 사람들이 이를 선택했습니다.

주요 방해 요인

가구 규모가 작을수록 취미 활동을 즐길 가능성이 높습니다 (1인 가구 37% vs 7인 가구 27%).

취미가 주는 행복

취미에 투자하는 사람들

집에서 취미 활동을 하며 자신감을 느끼는 사람들은 미래에 대해 더 긍정적인 태도를 보입니다(52% vs 전 세계 평균 48%).

TV 시청

집에서 즐거움을 느끼게 하는 요인으로 취미나 관심사를 즐기는 것이라고 답한 사람들이 가장 많이 선택한 취미는 TV 시청 (56%), 독서(46%), 요리(40%)입니다.

세대별 놀이

카드놀이 또는 보드게임: Z세대 및 밀레니얼 세대 각각 26%, X세대 20%, 베이비붐 세대 18%
정원 가꾸기: Z세대 14%, 밀레니얼 세대 24%, X세대 32%, 베이비붐 세대 39%
독서: Z세대 36%, 밀레니얼 세대 41%, X세대 47%, 베이비붐 세대 55%
TV 시청: Z세대 38%, 밀레니얼 세대 49%, X세대 58%, 베이비붐 세대 64%

2.2: 놀이의 요건

집에서 재미를 느끼지 못하는 사람들

나의 집에 해당하는 사항을 모두 선택하라는 질문에 전 세계적으로 14%의 사람들이 '집에 있을 때 나의 장난기가 더 잘 드러난다'를 선택했습니다.

안전함이 우선

집에 있을 때 자신의 장난기가 나타난다고 응답한 사람들은 안정감을 느끼는 것이 정신적 웰빙을 유지하는 데 중요하다고 답한 비율이 더 높았습니다 (42% vs 전 세계 평균 38%).

전 세계에서 가장 재미있는 곳과 재미없는 곳

집에 있을 때 장난기가 나타난다고 답한 사람이 가장 많은 3개 국가는 필리핀(25%), 슬로베니아(24%), 인도(24%)이고, 가장 적은 3개 국가는 네덜란드, 루마니아, 라트비아(각 6%)입니다.

재미와 동기 요인과 방해 요인

나이: 18~34세의 17%가 집에 있을 때 장난기가 나타난다고 답했으며, 이 비율은 35~49세에서는 14%, 50세 이상에서는 11%로 감소합니다 (전 세계 평균은 14%).
같이 사는 사람: 형제가 있는 사람의 18%는 집에 있을 때 장난기가 나타난다고 답했으며, 형제가 없는 사람은 13%였습니다. 또한, 집에 자녀가 있는 사람 중 16%도 같은 답을 했고, 자녀가 없는 사람은 13%였습니다(전 세계 평균은 14%).
가구 규모: 가구 규모가 클수록 집에 있을 때 장난기가 더 잘 드러난다고 답할 가능성이 높습니다(1인 가구 13%, 2인 가구 13%, 3~4인 가구 14%, 5인 가구 16%, (전 세계 평균은 14%).
소득 수준: 소득이 낮은 사람의 13%가 집에 있을 때 장난기가 나타난다고 답했습니다 (중간 소득은 15%, 고소득은 18%). (전 세계 평균은 14%).

2.3: 재미는 스트레스 해소제

집의 중요한 역할

집에 있을 때 장난기가 더 잘 드러난다고 답한 사람들의 66%는 집을 가장 좋아하는 장소라고 답했습니다(전 세계 평균은 50%). 또한, 집에 있을 때 자신의 장난기가 더 잘 드러난다고 답한 사람들의 61%는 미래에 대해 긍정적으로 생각한다고 답했습니다 (전 세계 평균은 48%).

아이들과 함께하는 즐거운 시간

아이들과 함께 노는 시간을 보내는 사람들이 집에서의 생활에 대해 더 큰 행복감을 느낍니다(69% vs 전 세계 평균 61%).

음식에서 즐거움을 찾으면 행복해집니다

아이들과 함께 요리하는 사람들은 집에서의 생활에서 더 큰 행복감을 느낍니다 (72% vs 전 세계 평균 61%). 주방에서 새로운 레시피를 시도해 보는 것을 즐기는 사람들은 집에서의 생활에 대해 더 큰 행복을 느낍니다 (68% vs 전 세계 평균 61%). 느긋하고 여유롭게 요리를 즐기는 사람들은 집에서의 생활에 대해 더 큰 행복을 느낍니다 (67% vs 전 세계 평균 61%).

트렌드 살펴보기 2: 어른들도 즐기는 재미

온라인 콘텐츠 크리에이터

콘텐츠 크리에이터들은 현재 집에서의 생활에 대해 더 긍정적으로 생각하며 (65% vs 전 세계 평균 61%). 미래에 관해서도 더 낙관적으로 생각하는 것으로 나타났습니다 (63% vs 전 세계 평균 48%). 또한, 온라인 콘텐츠 제작을 통해 수익을 창출하는 사람들은 평균적인 사람보다 즐거움을 경험할 가능성이 높습니다 (57% vs 전 세계 평균 51%).

→ 3. 개성과 소속감

주요 동기 요인

살고 있는 집을 개선하는 것은 집에서 즐거움을 느끼게 하는 주요 요인 중 10위를 차지했습니다. '다음 중 집에서의 생활에 가장 큰 즐거움을 주는 것은 무엇인가요?'라는 질문에 22%의 사람들이 이를 선택했습니다.

주요 방해 요인

주택 소유자 56%와 아파트 소유자 54%는 집에서 자주 즐거움을 경험한다고 응답했지만, 세입자(주택과 아파트 모두 포함) 중에서는 47%가 그렇다고 답했습니다.

3.1: 소속감을 더하는 개성 집에서

즐거움을 자주 느끼는 사람들:

- 집에서 자신의 정체성을 표현할 수 있는 것이 집에 대한 소속감을 느끼는 데 도움이 된다고 답한 사람들의 57%.
- 집 안에 크리스털 제품이 있다고 답한 사람들의 56%.
- 간식 전용 서랍이 있다고 답한 사람들의 54%.

전 세계 평균은 51%입니다.

3.2: 세입자를 위한 작은 변화

감각적 집 꾸미기

세입자들의 경우 집 안 가득한 좋은 향기가 도움이 된다고 생각하는 비율이 더 높습니다 (아파트 세입자 중 21% vs 전 세계 평균 19%). 세입자들의 경우 음악을 활용하여 적절한 분위기 연출하는 것이 도움이 된다고 생각하는 비율이 더 높습니다 (주택 세입자 중 19% vs 전 세계 평균 17%). 세입자들의 경우 촛불을 켜는 것이 도움이 된다고 생각하는 비율이 더 높습니다 (아파트 세입자 중 10% vs 전 세계 평균 7%).

2년 계획

향후 2년 이내에 집을 새롭게 단장하거나 개선할 예정인 세입자 중 53%는 벽 표면을 보수할 계획이며(예: 페인트칠 또는 도배), 46%는 인테리어에 약간의 변화를 줄 계획입니다(예: 새로운 베개나 커튼). 이 두 데이터는 향후 2년 이내에 집을 새로 단장하거나 개선할 예정인 사람들의 전 세계 평균인 35%와 대비됩니다.

즐거움을 느끼기 어려운 공동 주택 거주자

공동 주택에 거주하는 사람들은 집에서 즐거움을 느낄 가능성이 가장 적습니다. 60%가 집에서 즐거움을 느끼는 경우가 가끔 있거나, 거의 또는 전혀 없다고 응답했습니다 (전 세계 평균 45%).

주택 유형별 분포: 주택 - 자가 42%, 주택 - 임대 48%, 아파트 - 자가 43%, 아파트 - 임대 48%, 부모 집에서 거주 49%, 대학/대학교 기숙사 52%, 방 임대 54%, 공동 거주 시설 53%, 공동 주택 60%.

트렌드 살펴보기 3: 개성 있는 공간을 위한 아이디어

스마트 홈 기술

2년 이내 집을 새로 단장하거나 개선할 계획에 관한 질문에 대해 2%의 사람들이 스마트 홈 통합을 고려하고 있다고 답했습니다.

→ 4. 소통과 연결

주요 동기 요인

사랑하는 사람과의 포옹과 주변 사람들과 함께 웃는 것은 집에서 즐거움을 주는 주요 요인으로 각각 1위와 3위를 기록했습니다. '다음 중 집에서의 생활에 가장 큰 즐거움을 주는 것은 무엇인가요?'라는 질문에 대해 각각 35%와 34%의 사람들이 이를 선택했습니다

주요 방해 요인

1인 가구나 6인 이상 가구의 구성원은 집에서 함께하는 시간과 접촉을 즐긴다고 답할 가능성이 더 낮습니다(1인 가구와 6인 이상 가구 21% vs 3~5인 이상 가구 24%).

4.1: 집에서 시작하는 행복

신체적 접촉은 긍정적인 접촉입니다

사랑하는 사람과 포옹을 즐기는 사람들 중 55%가 미래에 대해 긍정적이며(전 세계 평균 48%), 69%가 현재 집에서의 생활에 대해 긍정적으로 생각합니다(전 세계 평균 61%).

반려동물이 있으면 집이 좋아져요

반려동물을 키우는 사람들 중 53%가 자주 즐거움을 경험하며(전 세계 평균 51%), 59%가 집을 가장 좋아하는 장소라고 말합니다(전 세계 평균 50%).

웃음은 최고의 명약

주변 사람들과 함께 웃는 시간에서 즐거움을 느끼는 사람들은 집에서의 생활에 더 만족감을 느낍니다 (68% vs 전 세계 평균 61%).

'다음 중 집에서의 생활에 가장 큰 즐거움을 주는 것은 무엇인가요?'라는 질문에 '주변 사람들과 함께 웃는 시간'이라는 답변을 선택한 사람들의 가구 유형별 분류: 25% 1인 가구, 31% 친구 또는 하우스메이트와 함께 거주, 31% 부모와 함께 거주, 33% 형제/자매와 함께 거주, 35% 다른 성인 가족 구성원과 함께 거주(예: 조부모, 사촌 등), 37% 18세 미만 자녀와 함께 거주, 38% 배우자 또는 파트너와 함께 거주, 42% 18세 이상 자녀와 함께 거주, 45% 손주와 함께 거주(예: 자녀의 자녀, 출생, 입양 또는 친척 관계 포함)

밥을 같이 먹으면 더 가까워집니다

식사를 사회적 활동으로 여기는 사람들의 61%가 자주 소속감을 경험한다고 응답했습니다(전 세계 평균은 54%). 이 사람들은 즐거움도 더 자주 경험합니다 (58% vs 전 세계 평균 51%).

4.2: 연결의 다양한 방법

게임을 통한 연결

취미로 게임을 하는 사람들은 집에서 소속감을 중요하게 여길 가능성이 더 높으며 (73% vs 전 세계 평균 70%), 자주 또는 가끔 소속감을 경험할 가능성도 더 높습니다 (82% vs 전 세계 평균 81%).

게임의 즐거움

기기로 게임을 하는 사람들의 54%는 집을 가장 좋아하는 장소라고 말합니다 (전 세계 평균 50%).

혼자 사는 즐거움

1인 가구는 혼자 시간을 보내는 것을 가장 즐깁니다(44% vs 전 세계 평균 33%).
가구 규모별 분류: 1인 가구 44%, 2인 가구 33%, 3인 이상 가구 30%.

4.3: 커뮤니티의 중요성

도움을 주는 것이 도움이 됩니다

커뮤니티를 돕는 사람들의 59%는 집에서 자주 즐거움을 경험합니다 (전 세계 평균은 51%).

정체성 표현, 다른 사람들과의 연결

자신의 정체성을 커뮤니티에서 표현할 수 있을 때 자신이 사는 곳에 더 소속감을 느끼는 사람들은 집에서의 생활에 더 만족감을 느낍니다(68%). 가치와 의견을 공유하는 사람들과 시간을 보내며 소속감을 느끼는 사람들 역시 마찬가지입니다(66%). 두 그룹 모두 전 세계 평균 61%보다 높습니다.

이웃과의 소통

나이가 많을수록 이웃을 통해 더 많은 관계를 맺으며, 이웃과의 관계는 내가 사는 곳에서 소속감을 느끼는 데 중요한 역할을 합니다. '살고 있는 곳에서 소속감을 느끼는 데 도움이 되는 것은 무엇인가요?'라는 질문에 대한

답변의 연령별 분류:

이웃과의 소소한 대화: 18~24세 16%, 25~49세 22%, 50세 이상 35%.
이웃에게 도움을 요청할 수 있음: 18~24세 20%, 25~49세 24%, 50세 이상 35%.

트렌드 살펴보기 4: 새로운 연결 방식

GRWM (get ready with me, 함께 준비해요)

온라인 엔터테인먼트(예: 토론, 유튜브 시청 등)를 취미로 즐기는 비율 - 세대별 분류: Z세대 43%, 밀레니얼 세대 39%, X세대 31%, 베이비붐 세대 23%.

→ 맺음말

변화의 신호 - 더 읽어보기

만약 우리가 우리의 건강만큼 다른 것들의 건강에도 신경을 쓴다면?

고래와 대화하는 방법(How to Speak Whale), Tom Mustill (도서)

법적 인격체가 된 뉴질랜드 강 (The New Zealand river that became a legal person) (bbc.com)

생활 인프라란 무엇인가? (What is living infrastructure?) (livinginfrastructure.org)

만약 우리가 후대에 더 나은 세상을 물려주기 위한 관점으로 미래를 내다본다면?

굿 앤세스터(The Good Ancestor), Roman Krznaric (도서)

미래 박물관 아트 프로젝트(Future Library art project) (futurelibrary.no)

더 나은 내일을 위해 오늘 행동하기 (Acting today for a better tomorrow) (futuregenerations.wales)

사람들에게 잠재적인 미래의 모습을 엿볼 수 있게 해주는 AI 시뮬레이션(AI simulation gives people a glimpse of their potential future self) (news.mit.edu)

만약 집이 더 유연한 삶을 살 수 있도록 도와준다면?

비동기적 작업 보고서: 지식 근로자가 원하는 것과 효과가 있는 것(Asynchronous Work Report: What knowledge workers want and what's working) (miro.com)

2024 국제 이주 전망(International Migration Outlook 2024) (oecd.org)

만약 인공지능 에이전트로 인해 더 큰 즐거움과 소속감을 느낄 수 있다면?

인공적 친밀감(Artificial Intimacy), Rob Brooks (도서)

WHO 사회 연결 위원회(WHO Commission on Social Connection) (who.int)

→ 올해 보고서에 등장한 집

이 보고서에 등장하는 사람들이 궁금하신가요?
그들이 어디에서, 어떤 가구 유형으로 살고 있는지,
집에서 어떻게 즐거움을 경험하는지 알고 싶다면 올해
보고서에 등장한 집들을 살펴보세요.



데이비드(David)와 나탈리아(Natalia)는 스페인 바르셀로나 도심 근처에 살고 있어요. 침실 3개가 있는 개조한 아파트에서 두 명의 어린 자녀와 반려견을 키우고 있으며 집에는 재활용된 가구들, 그리고 몇 가지 악기들도 있죠. 어린아이들이 있어 때로는 취미를 즐기기가 어렵지만, 공통의 관심사와 함께 할 수 있는 활동에서 즐거움을 찾는 법을 배우는 중입니다.



닉힐(Nikhil)과 그의 가족은 인도 델리 교외에 있는 구루그람의 자가에서 여러 세대가 함께 살고 있습니다. 한 지붕 아래 닉힐과 아내, 딸, 부모님, 동생 그리고 아내의 여동생과 함께 살고 있죠. 함께 사는 사람이 너무 많다 보니 집 안이 가끔 정신없기도 하지만, 가족의 뛰어난 정리 능력 덕분에 함께하는 소중한 순간과 개인적인 시간이 공존할 수 있죠.



에스텔(Estelle)과 그녀의 가족은 미국 뉴욕시 브루클린에서 침실 2개가 있는 아파트를 임대해 살고 있습니다. 바텐더로 일하다 사업가가 된 그녀는 남편과 두 살 난 딸과 함께 아늑하고 창의적이며 정신없는 삶을 즐기고 있습니다. 밤에 일하고, 사업을 운영하다 보면 힘들 때도 있지만, 에스텔은 집에서 놀이와 창의성이 만들어 내는 마법 같은 순간들을 놓치지 않으려고 노력합니다.



리타(Rita)는 사우스 델리에 침실이 2개인 아파트를 소유하고 있습니다. 교사이자 소셜 미디어 마니아인 그녀의 집에서의 생활은 남편과 지역 커뮤니티, 그리고 끊임없이 변화하는 인테리어 디자인 솔루션을 중심으로 돌아갑니다. 가끔은 좀 더 넓은 집을 꿈꾸기도 하지만, 금세 그런 생각은 떨쳐내고 재사용한 소재를 사용한 훌륭한 디자인의 새로운 가구 솔루션을 찾아봅니다.



미켈(Miquel)과 다라흐(Daragh)는 바르셀로나에 살고 있으며, 도시 동쪽에 있는 임대 아파트에 거주하고 있습니다. 두 명의 십대 자녀가 있고 모두 음악과 춤을 너무 좋아해서 이 집에선 바쁜 일상 속에서도 지루한 순간이 없습니다. 삶이 가끔은 너무 빠르게 돌아가는 것처럼 느껴지고, 네 사람이 제각각 다른 방향으로 움직이지만, 그 덕분에 금요일 밤 다 함께 피자를 먹고 영화를 보는 아늑한 시간이 더욱 특별하게 느껴집니다.



야준(Yajun)은 뉴욕 맨해튼에 있는 50층이 넘는 고층 아파트의 5층에 자리한 원룸에서 혼자 살고 있습니다. 야준은 사람들과 차량들로 인한 끝없는 혼잡함과 소음에 둘러싸인 도심 한가운데 자신만의 안식처를 만들었습니다. 깔끔하고 평화로운 공간을 몇 가지 구역으로 나누어 차 만들거나 요가 등 의미 있는 습관을 실천하며 내면의 자아와 연결하는 시간을 갖고 있어요.

Tack 감사합니다

올해 라이프 앳 홈(Life at Home) 보고서 제작에 함께해 주신 소중한 파트너들과 협업해 주신 분들, 그리고 전문가들께 진심으로 감사드립니다.

파트너 및 협업:

클라우드DNA(Crowd DNA)
에델만(Edelman)
기븐 에이전시(Given Agency)
유고브(YouGov)

전문가 패널:

앨리슨 블런트(Alison Blunt)
킴 대브스(Kim Dabbs)
미셸 램(Michelle Lam)
앤 머컷(Arne Murcott)
바빈 테일러(Bhavin Taylor)
엠마 보롤로(Emma Worrollo)

.....더불어, 올해 보고서를 위해 인도, 스페인, 미국에서 만났던 여섯 가정의 주인공들과 연구에 참여해 주신 많은 분들, 그리고 설문 조사를 진행한 39개 국가에서 응답해 주신 수만 명의 참여자들에게 감사의 말씀을 전합니다.

