

numbers 제 85호



주요 내용

2021. 02.26

- 이번 주 주제 : [2021 대한민국 트렌드]
- **코로나 이후 새로운 트렌드, '집콕'**
- 최근 언론보도 통계:
[세계경제포럼, 2021 글로벌 리스크 보고서]
- 향후 발생 가능성이 가장 높은 세계적 위험 요인 1위, '극단적 이상 기후'
[2019 종교인 소득]
- 2019년 종교인 월 평균 소득 155만 원, 최저임금보다 적어!

우리는
더 나은 정보가
더 나은 세상을 만든다고
믿습니다

목회데이터연구소 주간리포트

홈페이지 | www.mhdata.or.kr
E-mail | mhdata@mhdata.or.kr
전화 | 02.322.0726

2021 대한민국 트렌드

코로나 이후 새로운 트렌드, ‘집콕’

홈루덴스(Home Ludens)라는 신조어가 있다. 호모 루덴스(Homo Ludens : 놀이하는 인간)에서 파생된 말로 밖에서 활동하지 않고 주로 집에서 놀고 즐길 줄 아는 사람을 일컫는 말인데, 작년 코로나 기간 중 만 20~59세 국민에게 물어보니 자신이 홈루덴스라고 생각하는 사람이 무려 65%나 되었다.

지금 TV 채널을 돌리면 ‘집’을 소재로 하는 여러 프로그램을 볼 수 있다. ‘집’을 소재로 한 방송이라고 해서 ‘집방’이라고도 불리는 프로그램들은 각 방송사마다 앞다퉈 편성할만큼 대세를 이루고 있다.

‘구해줘, 홈즈’(MBC), ‘신박한 정리’(tvN), ‘서울엔 우리 집이 없다’(JTBC), ‘땅만 빌리지’(KBS2), ‘빈집 살래’(MBC·디스커버리채널), ‘나의 판타집(SBS)’ 등 지상파와 종합 편성 채널이 지난해 편성한 방송 프로그램이다.

가장 대표적인 프로그램이 ‘구해줘 홈즈’인데, 일요일 저녁 예능 방송인 ‘구해줘 홈즈’는 2021년 1월 31일, 메인 타깃인 20-49세 시청률이 동 시간대 1위 기록을 51주째 유지하고 있을 정도로 인기를 끌고 있다(<http://enews.imbc.com/News/RetrieveNewsInfo/304967>).

이렇게 ‘집방’이 인기를 끄는 것은 시대의 변화 그리고 코로나19로 인해서 ‘집에 콕’ 박혀 있는 시간이 늘어나면서 ‘집’의 가치, ‘집’의 기능에 대한 사람들의 인식이 바뀌고 있기 때문이다.

목회데이터연구소 [넘버즈] 제 85호는 코로나 시대에 ‘집’에서 하는 활동은 무엇인지 ‘집’이 우리에게 어떤 의미가 있는지를 살펴 보고자 한다

일러두기

- 본 리포트에서 사용한 자료는 저작권법을 준수합니다.
- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에서 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수 응답 문항의 빈도는 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 본 리포트는 저작권법에 의해 각각의 통계마다 그 자료의 출처(생산자)를 의무적으로 명기하고 있습니다. 자료를 인용하실 경우, 원 자료 출처(생산자)를 반드시 밝혀주시기 바랍니다.

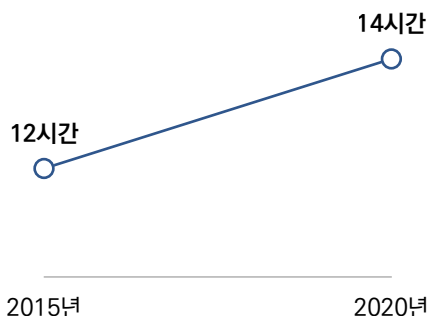
1



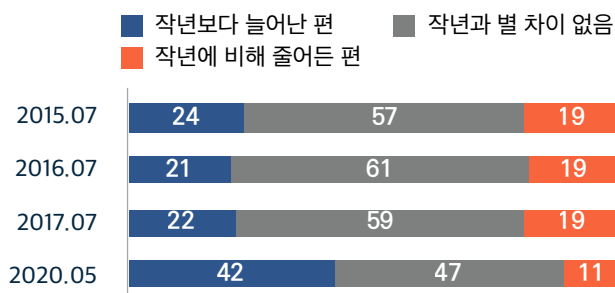
1일 평균(주중), 집에 있는 시간 '14시간'

- 코로나 이후 평소 집에서 보내는 시간은 약 14시간(주중/평일 기준)으로 조사되었는데, 이는 지난 2015년 조사 대비 2시간가량 증가한 결과이다.
- 과거보다 집에 있는 시간이 늘어났다는 비율이 이전 조사에서는 20~24%였는데 2020년 5월 조사에서는 42%로 2배 정도 증가했다.

[그림] 평소 집에서 보내는 시간* (주중/평일 기준)



[그림] 작년 대비 집에서 보내는 시간 변화 정도** (%)



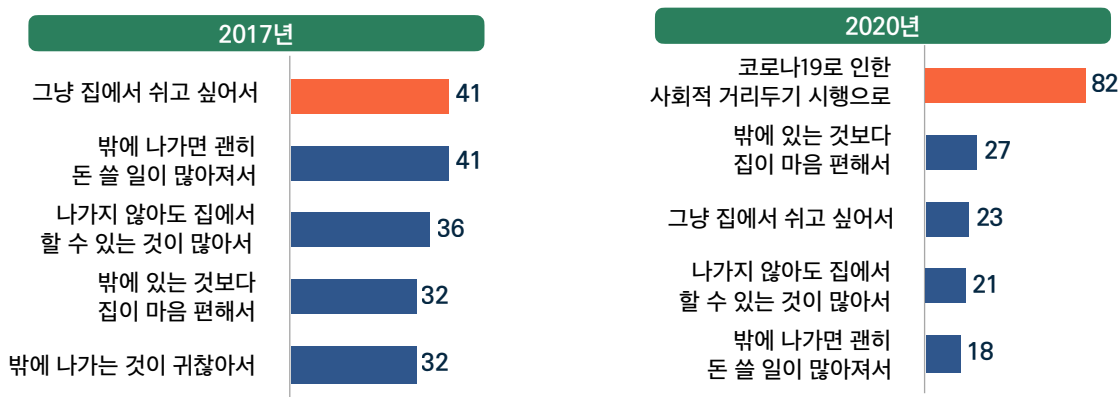
*자료 출처 : 트렌드모니터, '코로나19로 인한 생활 패턴 변화 및 포스트 코로나 시대 전망', 2020.6.12(전국 만 15~59세 남녀, 1,000명, 온라인 조사, 2020.04.24-28)

**자료 출처 : 트렌드모니터, '홈루텐스 및 홈인테리어 니즈 관련 조사', 2020. 7.3(전국 만15~59세 남녀 1,000명 온라인 조사, 2020.5.26~30)

● '코로나19 때문에 집에 있는 시간이 늘어나' 82%

- 2020년 집에 있는 시간이 늘어난 것은 '코로나19로 인한 사회적 거리두기'의 영향(82%)이 가장 크다. '밖에 있는 것보다 집이 마음 편해서'(27%) 같은 코로나19에 대한 불안감을 두 번째로 응답한 것을 보면 코로나19의 영향력이 절대적이다.

[그림] 작년 대비 집에 있는 시간이 늘어난 이유(중복 응답)



*자료 출처 : 트렌드모니터, '홈루텐스 및 홈인테리어 니즈 관련 조사', 2020. 7.3(전국 만15~59세 남녀 1,000명 온라인 조사, 2020.5.26~30)

2



‘집에 머무는 것이 최고!’ 집콕이 트렌드

- 하루만 온전히 ‘집에 콕’ 틀어 박혀 있으려면 답답하다고 싫어하는 사람도 있으나, ‘일주일 동안 집에만 있어라’고 해도 아무 문제가 없다는 사람이 다수(69%)이며, 이들은 ‘집에 있는 것이 최고’라고 한다(64%). ‘집콕’이 대세임을 알 수 있다.

[그림] 집에 대한 인식 1(‘그렇다’ 비율)

(%)



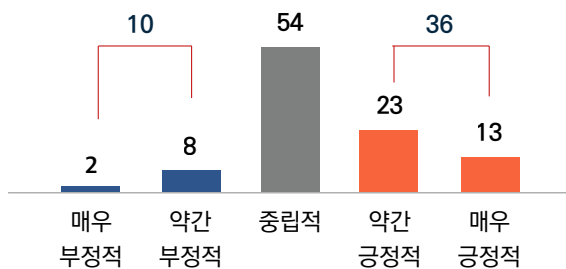
*자료 출처 : 트렌드모니터, ‘홈오피스 및 홈인테리어 니즈 관련 조사’, 2020. 7.3(전국 만15~59세 남녀 1,000명 온라인 조사, 2020.5.26~30)

● ‘집돌이/집순이’에 대해 부정 인식보다 긍정 인식이 높아!

- 집에 틀어 박혀 있는 사람들을 일컬어 집돌이, 집순이라고도 하는데, ‘집돌이/집순이’에 대해 과거에는 성격적으로 소극적인 사람, 혹은 사회성이 없는 사람으로 생각하는 경향이 강했다. 하지만 요즘은 ‘집돌이/집순이’에 대해 부정적인 사람(10%)보다 긍정적인 사람(36%)이 훨씬 많다. ‘집돌이/집순이’에 대한 부정적 인식이 사라지고 있다.

[그림] 집돌이/집순이에 대한 이미지

(%)



*자료 출처 : 두잇서베이, ‘혹시 집돌이/집순이신가요?’(<https://doooit.tistory.com/685>), 2020. 1 (전국 만14세 이상 남녀 4510명, 온라인/모바일조사, 2020.1.6~14)

3

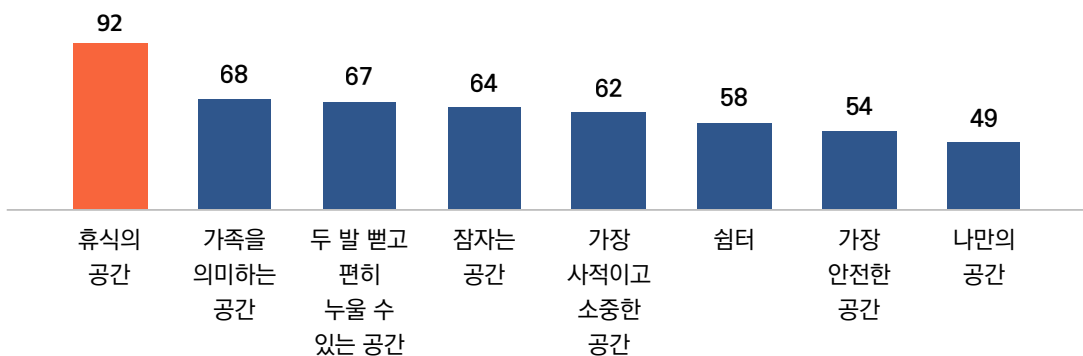


집의 의미 1 ‘집은 휴식 공간’ 92%

- 사람들에게 집은 무슨 의미일까? 집은 누가 뭐래도 ‘휴식’ 공간(92%)이다. 집은 ‘가족을 의미하는 공간’(68%), 즉 따뜻함이 느껴지는 공간이며, 누구의 눈치도 보지 않고 ‘두 발 뺀고 편히 누울 수 있는 공간’(67%)이다.
- 또 다른 ‘집’의 의미는 ‘자기만의 공간’이라는 것이다. 가장 사적이고 소중한 공간(62%)이며, ‘나만의 공간’(49%)이다.

[그림] ‘집’의 의미(중복 응답)

(%)



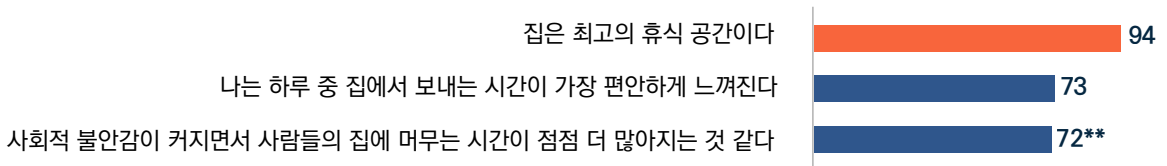
*자료 출처 : 트렌드모니터, ‘홈런스 및 홈인테리어 니즈 관련 조사’, 2020. 7.3(전국 만15-59세 남녀 1,000명 온라인 조사, 2020.5.26~30)

● ‘집은 최고의 휴식 공간’ 94%

- 집은 최고의 휴식 공간이라는 데에 이견이 없으며(94%), 하루 중 집에서 보내는 시간이 가장 편안하게 느껴진다고 한다(73%). 특히 코로나19로 인해서 사회적 불안감이 커지면서 집에 머무는 시간이 많아지는 것 같다고 한다(72%). 즉 집은 안전한 휴식 공간인 것이다.

[그림] ‘집’에 대한 인식 2 (각각 ‘그렇다’ 비율)

(%)



*자료 출처 : 트렌드모니터, ‘홈런스 및 홈인테리어 니즈 관련 조사’, 2020. 7.3(전국 만15-59세 남녀 1,000명 온라인 조사, 2020.5.26~30)

**자료 출처 : 트렌드모니터, ‘코로나19로 인한 생활 패턴 변화 및 포스트 코로나 시대 전망’, 2020.6.12(전국 만 15-59세 남녀, 1,000명, 온라인 조사, 2020.04.24~28)

*** 4점 척도 질문으로 ‘매우+약간’ ‘그렇다’ 비율임

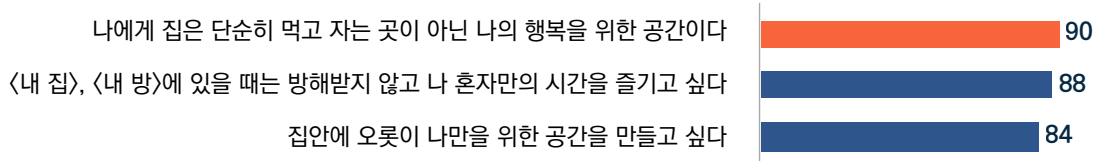
4



집의 의미 2 ‘자기만의 공간’

- 집은 휴식만을 위한 소극적 공간이 아니다. 이른바 ‘멍 때리는’ 공간이 아니라 적극적으로 나의 개인적 행복을 추구하는 공간이다(90%). 그래서 집 안에서도 ‘나만을 위한 공간’을 만들고 싶어 한다(84%). ‘나만을 위한 공간’은 가족과 나를 분리시켜 나의 사생활을 보장받으며, 개인적 취향을 온전히 드러내어 자아를 충족하는 공간이 된다.

[그림] ‘집’에 대한 인식 3(각각 ‘그렇다’ 비율) (%)

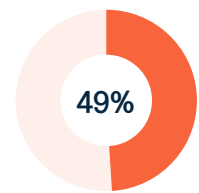
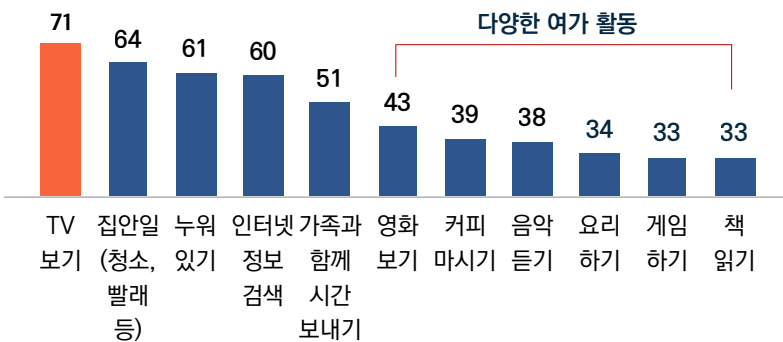


*자료 출처 : 트렌드모니터, ‘홈루덴스 및 홈인테리어 니즈 관련 조사’, 2020. 7.3(전국 만15~59세 남녀 1,000명 온라인 조사, 2020.5.26~30)

● 집 밖의 활동이 집으로 들어왔다

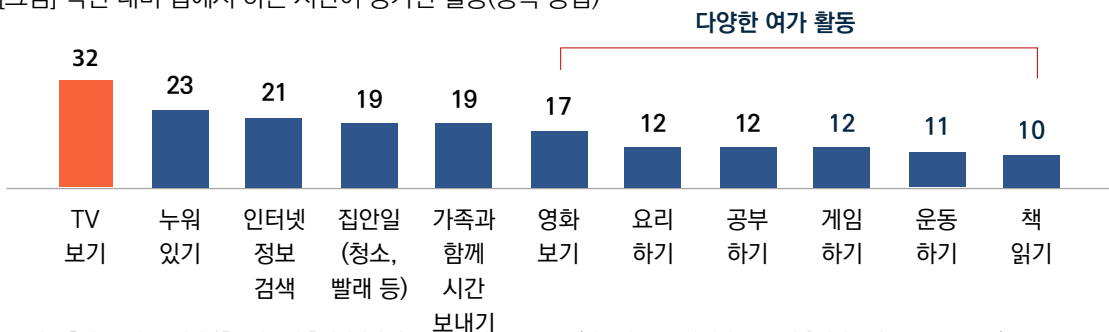
- 집에서 가장 많이 하는 활동은 ‘TV 보기’(71%)나 ‘누워 있기’(61%)처럼 소극적 행동이 가장 많았으나, ‘인터넷 정보 검색’(60%), ‘영화 보기’(43%), ‘음악 듣기’(38%), ‘게임하기’(33%) 등 다양한 활동을 즐기고 있다.
- 또한 회사 업무도 집으로 들어왔는데, 재택근무 실시기업도 2개 가운데 1개나 되었다.
- 학업, 근무는 물론 운동, 세탁, 미용 등 집 밖에서 하던 활동이 이제 집안으로 들어오고 있다.

[그림] 집에서 주로 하는 활동(중복 응답) (%) [그림] 재택 근무 운영 기업



*자료 출처 : 고용노동부, ‘재택근무 활용 실태 설문 조사’, 2020.9.24 (재택근무 실시 기업 인사 담당자 195명, 온라인 조사 2020.7.30~8.7)

[그림] 작년 대비 집에서 하는 시간이 증가한 활동(중복 응답)



*자료 출처 : 트렌드모니터, ‘홈루덴스 및 홈인테리어 니즈 관련 조사’, 2020. 7.3(전국 만15~59세 남녀 1,000명 온라인 조사, 2020.5.26~30)

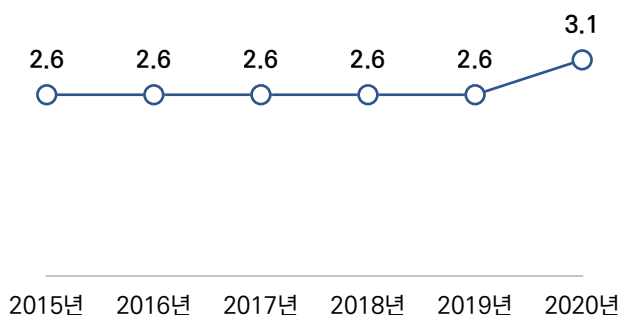
5

집, '나만의 영화관'

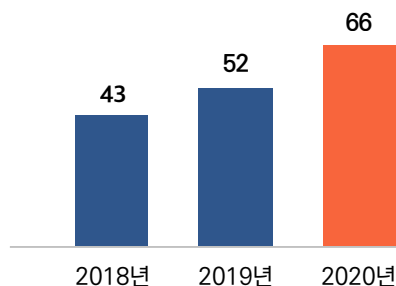
- 집콕의 여파로 달라진 행태 가운데 하나는 미디어 이용이 증가했다는 것인데, 방송이나 영화 등 다양한 콘텐츠를 TV 수상기를 이용해서 시청한 시간을 보면 2015년 이후 2.6시간을 유지하다가 2020년 3.1시간으로 크게 증가했다.
- 또한 영화, 드라마 등의 온라인 동영상 제공 서비스인 OTT서비스(넷플릭스, 웨이브, 왓챠, 시즌 등) 이용률이 2019년 52%에서 2020년 66%로 크게 증가했다.

[그림] TV 수상기 시청 시간

(시간)



[그림] 온라인 동영상 서비스(OTT) 이용률 (%)



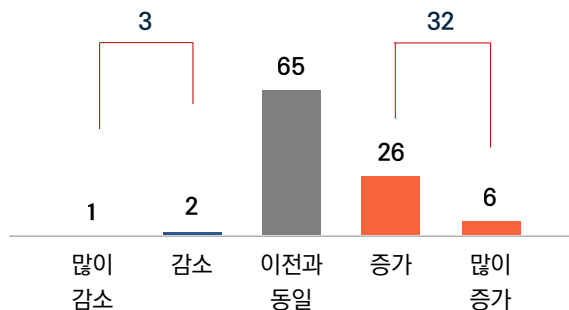
*자료 출처 : 방송통신위원회, '2020방송매체 이용행태조사', 2020. 12(전국 만13세 이상 4,042가구의 가구원 6,029명, 일대일개별면접조사, 2020.7.6~9.18)

● 일반 국민, 코로나19 이후 방송/OTT 이용 '증가했다' 32%

- TV 수상기 이용 시간과 온라인 동영상 서비스 이용률이 증가한 것은 코로나19의 영향이었다. 코로나19 이전보다 방송/OTT 서비스 이용 시간이 '증가했다' 32%, '감소했다' 3%로 코로나19로 인해서 '집콕'하면서 매체 이용이 크게 증가했다.

[그림] 코로나19 감염 확산 이후 방송/OTT 시청시간 변화 정도 (%)

(%)

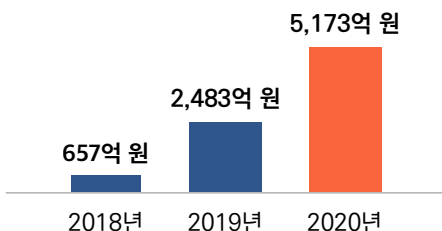


*자료 출처 : 방송통신위원회, '2020방송매체 이용행태조사', 2020. 12(전국 만13세 이상 4,042가구의 가구원 6,029명, 일대일개별면접조사, 2020.7.6~18)

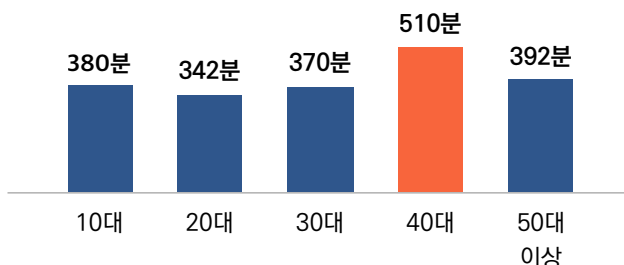
● 넷플릭스 주 이용 층, 20대에서 40대로 이동!

- 넷플릭스의 경우를 살펴보면 과거 20대 중심에서 전연령대로 그 이용이 확대되고 있으며, 특히 40대 연령 층에서 가장 적극적으로 시청하고 있다.

[그림] 넷플릭스 연간 결제 금액 추이



[그림] 연령별 넷플릭스 월 사용 시간



*자료 출처 : 와이즈엠/리테일, 뉴스레터, 2021.01.27.
 **Note : 만 20세 이상 개인 신용카드, 체크카드 결제 금액 추정

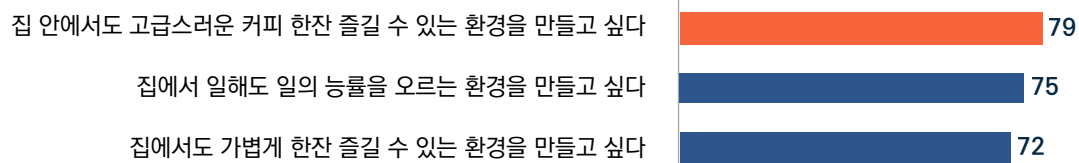
6



집, ‘변신하고 있다’

- 이제 집은 직장, 영화관, 카페, 와인바, 피트니스센터 등으로 변신하면서 그에 걸맞는 환경을 만들어서 제대로 즐기고 싶어한다. 커피를 마셔도 커피숍 못지 않은 분위기와 환경을 꾸미고 싶어하며(79%), 가볍게 술 한잔을 해도 그 분위기에 어울리는 환경을 만들고 싶어한다(72%). 또한 재택 근무를 해도 업무 능률이 오르는 환경을 조성하고 싶어한다(75%). 자기 취향을 가정에서도 제대로 즐기고 싶어하는 것이다.

[그림] ‘집’ 환경 조성

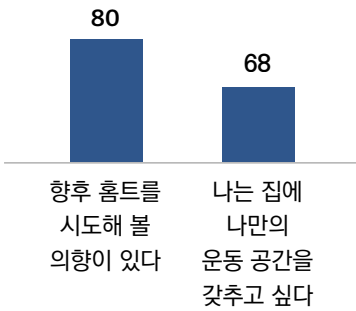


*자료 출처 : 트렌드모니터, ‘홈루텐스 및 홈인테리어 니즈 관련 조사’, 2020. 7.3(전국 만15~59세 남녀 1,000명 온라인 조사, 2020.5.26~30)

● ‘홈 인테리어’ 관심도 증가 34%

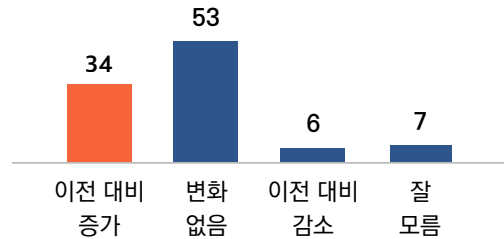
- 집에서 하는 운동, 즉 ‘홈트’(홈+트레이닝)도 관심이 높아서 향후 홈트 의향이 80%로 매우 높았고, 집에만만의 운동공간을 갖추고 싶다는 욕구도 상당히 높았다(68%).
- ‘집콕’이 대세가 되고 집에서 하는 활동이 늘어나면서 자연스럽게 홈 인테리어에 대한 관심도 높아져서 이전 대비 홈 인테리어 관심이 ‘증가했다’ 는 응답이 34%로 상당히 높았다.

[그림] ‘홈트’에 대한 관심 (%)



*자료 출처 : 트렌드모니터, ‘2018 일상생활 속 운동경험 및 홈트(홈트레이닝) 관련 U&A 조사’, 2018. 5(전국 만15~59세 남녀 1000명 온라인 조사, 2020.5.26~30)

[그림] 이전 대비 홈 인테리어 관심도 변화 (%)



*자료 출처 : 트렌드모니터, ‘홈루덴스 및 홈인테리어 니즈 관련 조사’, 2020. 7.3(전국 만15~59세 남녀 1000명 온라인조사, 2020.5.26~30)

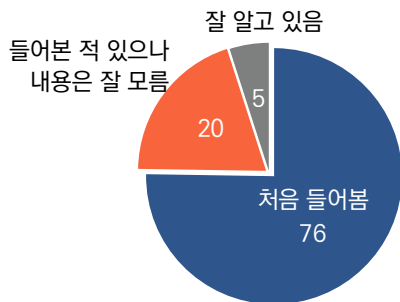
7



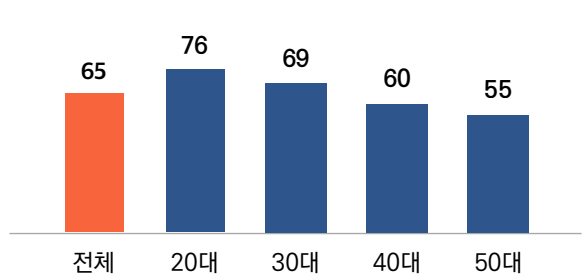
나는 ‘홈 루덴스(Home Ludens)이다’ 65%

- ‘홈루덴스’(Home Ludens)란 호모 루덴스(Homo Ludens : 놀이하는 인간)에서 파생된 신조어로 밖에서 활동하지 않고 주로 집에서 놀고 즐길 줄 아는 사람을 말하는데, 이에 대해 들어본 적이 있는지 질문한 결과, 들어보았거나 내용을 잘 알고 있는 사람이 25%로 국민 4명 중 1명가량 되는 것으로 나타났다.
- 홈루덴스를 설명한 후 응답자 본인이 홈루덴스에 해당된다고 생각하는지 질문했는데, 국민의 65% 즉 3명 중 2명가량이 ‘해당하는 편’이라고 대답하였는데, 젊은 층일수록 그 비율이 높았다.

[그림] 홈루덴스(Home Ludens) 인지도 (%)



[그림] 자신이 홈루덴스에 ‘해당한다’ 비율 (%)



*자료 출처 : 트렌드모니터, ‘홈루덴스 및 홈인테리어 니즈 관련 조사’, 2020. 7.3(전국 만15~59세 남녀 1,000명 온라인 조사, 2020.5.26~30)

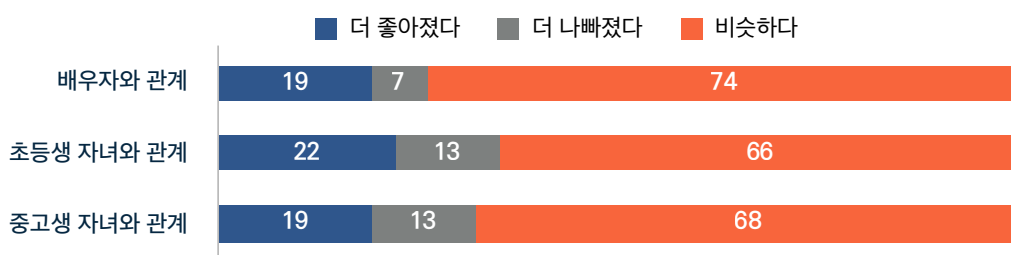
8



코로나 이후 배우자와 관계, ‘더 좋아졌다’ 19% > ‘더 나빠졌다’ 17%

- 코로나19 이후 가족 간 관계가 어떻게 변했는지 한국가정학회에서 발표한 조사 자료(기혼자 대상)에 의하면 배우자와 관계에서 ‘더 좋아졌다’ 19%, ‘더 나빠졌다’ 7%로 긍정 변화가 부정 변화보다 3배 가까이 더 높은 것으로 나타났다.
- 초등생 자녀와 관계는 ‘더 좋아졌다’ 22%, ‘더 나빠졌다’ 13%로 긍정 변화가 더 높았으며, 중고생 자녀와 관계 역시 ‘더 좋아졌다’ 19%, ‘더 나빠졌다’ 13%로 긍정 변화가 더 높았다.

[그림] 코로나 이후 가족관계 변화(기혼자 대상) (%)



*자료 출처 : 한국가정학회, '코로나19 확산에 따른 가족생활 및 가족관계의 변화와 스트레스'(진미정, 성미애, 손서희, 유재언, 이재림, 장영은), 2020.06.13. (전국 만20세 이상 기혼자, 627명, 온라인 조사, 2020.05.19.~25)



시사점

코로나19로 인해서 사회 전반이 영향을 받았지만, 그 가운데 하나는 ‘집’의 재발견이다. 물론 ‘집’의 재발견이 새로운 것은 아니다. 이미 코로나19 이전에도 있던 현상이지만 코로나19 이후 집콕이 늘어나면서 가속화된 것으로 보아야 한다.

이러한 변화를 <트렌드 코리아 2021>에서는 ‘가장 많은 시간을 보내는 공간이 되어 버린 집에서 우리는 먹고, 자고, 사고, 놀고, 운동하고, 공부하고, 휴식하고, 꾸미는 모든 활동을 시작하게 된 것이다’라고 설명했다. 과거에는 집과 일터, 집과 학교가 분리되었다면 이제는 이러한 활동들이 집에서 이루어지는, 집이 일종의 플랫폼과 같은 역할을 하는 것으로 변모했다. <트렌드 코리아 2021>에서는 ‘레이어드 홈’이라는 용어로 다층적 기능 공간으로서의 집의 변화를 설명하고 있다.

첫째 레이어는 기본 기능으로서 기존에도 수행했던 집의 기능, 즉 안식처로서의 기능이 심화되었다. 사회는 생존을 위해 혹은 더 높은 지위와 명예 그리고 돈을 위해 타인과 경쟁하는 치열한 장소이지만, 집에서는 누구나 두 발 뺀고 편히 쉴 수 있다. 이에 더하여 코로나19로 인해서 집에서 안락함 뿐만 아니라 안전함을 느끼는 데까지 심화된 것이다.

둘째는 응용 레이어로서 기본 기능에 더하여 일과 여가를 병행하는 다기능 공간으로 집의 활용이 중요해졌다. 집이 영화관이며, 콘서트장이고, 쇼핑센터가 되었다가 피트니스 센터도 되었다. 이것이 가능해진 것은 온라인/모바일 네트워크가 촘촘하게 구축된 덕분인데, 이 네트워크로 인하여 이제 집에서 할 수 없는 건 없게 될 정도가 되었다.

집이 다기능 공간이 될 수 있었던 또 다른 요인은 ‘나홀로 라이프’(넘버즈 4호)가 확산했기 때문이다. 현대인은 혼자 시간을 보내도 외롭지 않으며, 오히려 혼자 지내는 것을 선호한다. 그래서 혼자만의 공간이 필요한데, 그 대안이 집이 된 것이다. 그래서 집에 있는 것은 사회적 부적응자의 선택이 아니라 보통 사람의 즐거운 자발적 선택이다. 집 밖에서 생활하면서 불필요한 개인적 에너지를 소비하고 싶어하지 않는 경향성이 ‘집콕’을 선택하게 한 것이다.

집이 다기능 공간, 즉 ‘레이어드 홈’이 되면서 각 기능을 수행하기에 적합한 ‘홈 인테리어’에 관심을 갖게 되었다(9쪽 참조). 조명과 벽지를 바꾸는 것 만이 아니라 각 공간을 자신의 개성과 취향이 드러나는 공간으로 꾸미고자 하는 욕구가 있다. 작은 방을 콘서트나 영화를 즐길 수 있는 ‘홈 시어터’로 꾸미거나, 아이들 놀이터로 꾸며주기도 한다. 발코니를 부부가 차를 마시거나 담소를 나누는 카페 공간으로 인테리어를 하기도 한다. 또 이제는 건설회사가 아파트를 분양할 때 알파룸이라고 해서 분양 면적에 포함되지 않는 공간을 덩으로 제공하기도 한다. 이 공간을 각 가정의 욕구에 따라 놀이방, 공부방, 와인바, 서재 등 다양한 용도의 공간으로 만들어 사용할 수 있어서 인기를 얻고 있다.

코로나 이후 집에 더해진 기능으로는 ‘예배 및 종교’ 기능도 있다. 코로나19로 인해서 가정이 예배를 드리고, 성경을 읽으며, 기도해야 하는 공간이 되었다. 코로나19는 우리에게 가정에서의 생활신앙이 얼마나 중요한지 가르쳐 주었다. 그렇다면 우리의 ‘집’도 가정 중심의 신앙생활에 적합한 공간으로 변모해야 할 필요가 있다. 가능하다면 별도의 ‘방’ 혹은 일부 공간을 혼자 성경 읽고 기도하며 예배드리는 공간으로 만들고, 한편으로 가정예배를 드리는 공간을 마련하여 이 용도에 적합한 인테리어를 하는 것이 가정 중심의 신앙생활을 도울 수 있다. 그래서 교회 뿐만 아니라 ‘집’도 신앙생활의 기반이 되는 공간으로의 조성이 더욱 필요하다.

최근 언론 보도 통계

1. 향후 발생 가능성이 가장 높은 세계적 위험 요인 1위,
‘극단적 이상 기후’
2. 2019년 종교인 월 평균 소득 155만 원,
같은 해 최저임금보다 적어!

언론 보도 및 이슈 큐레이션

1

세계경제포럼, 2021 글로벌리스크 보고서

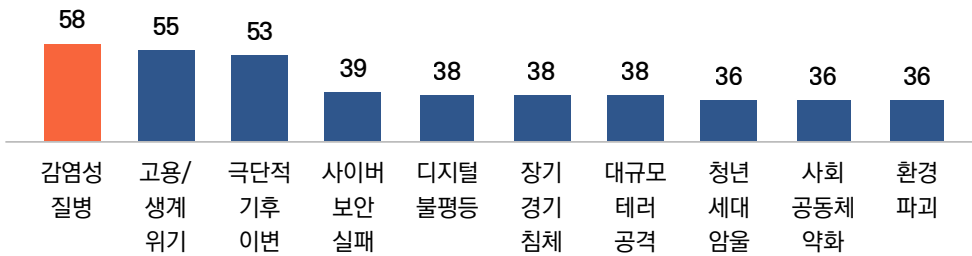


단기간 내 전 세계 가장 위험한 요인, ‘감염성 질병’ 1위

- 세계경제포럼(WEF)이 최근 ‘Global Risks Report 2021’을 발표했는데, 이 보고서(전 세계 세계경제포럼 관계 전문가 841명 조사)에 따르면 단기간 내(2년) 명확하고 현존하는 세계적 위험 요인으로 ‘감염성 질병’이 58%로 가장 높았고, 다음으로 ‘고용/생계 위기’ 55%, ‘극단적 기후 이변’ 53% 등으로 나타났다.
- 이는 2020년 이후 세계적으로 타격을 준 ‘코로나19’요인이 크게 작용한 결과로 볼 수 있다.

[그림] 전 세계적 위험 요인(단기간, 2년 내)

(%)



*자료 출처 : 세계경제포럼(WEF), ‘2021 글로벌리스크 보고서’(The Global Risks Report 2021), 2021.1.19 (전 세계, WEF 관계 전문가 남녀 841명, 설문조사, 2020.09.08~2020.10.23)

● 향후 발생 가능성이 가장 높은 세계적 위험 요인, 1위 ‘극단적 이상 기후’

- 경제/환경/지리/사회/기술적 위기 항목 35개를 선정한 후 위험 요인의 ‘파급력’(Impact)과 ‘발생 가능성’(Likelihood) 측면으로 그 위험도를 측정(1~5점)하였는데, ‘발생 가능성’ 측면에서는 ‘극단적 이상 기후’가 1위에 올랐고, 2위 ‘기후 변화 대응 실패’, 3위 ‘인간의 환경 파괴’ 등 1~3위가 모두 기후와 환경과 관련된 사항이었다.
- ‘파급력’ 측면에서는 작년 조사에서 10위였던 ‘감염성 질병’이 1위를 차지하였고, 2위 ‘기후 변화 대응 실패’, 3위 ‘대량 살상 무기’로 나타났다.
- 전체적으로 충격과 향후 발생 가능성 측면에서 기후 변화/환경적 위험이 가장 크게 대두되는 것으로 나타나, 교회 차원에서도 보다 깊은 관심을 기울여야 할 것으로 보인다.

[그림] 전 세계 위험요인 분야별 순위(파급력 vs 발생 가능성)

순위	발생 가능성이 큰 위험 요인	충격(파급력)이 큰 위험 요인
1위	극단적 이상 기후	전염병
2위	기후 변화 대응 실패	기후 대응 실패
3위	인간 활동이 초래한 환경 파괴	대량 살상 무기
4위	감염성 질병	생물 다양성 손실
5위	생물 다양성 손실	천연 자원 위기
6위	디지털 권력 집중	환경 파괴
7위	디지털 불평등	고용/생계 위기
8위	국가 간 관계 균열	극단적 이상 기후
9위	사이버 보안 실패	채무 위기
10위	고용/생계 위기	IT 인프라 고장

*자료 출처 : 세계경제포럼(WEF), ‘2021 글로벌리스크 보고서’(The Global Risks Report 2021), 2021.1.19 (전 세계, WEF 관계 전문가 남녀 841명, 설문조사, 2020.09.08~2020.10.23)

● 세계적 위험을 촉발하는 요인 1위 ‘기후 변화 대응 실패’

- 세계적 위험을 촉발하는 요인을 분석한 결과, ‘기후 변화 대응 실패’(1위), ‘감염성 질병’(2위), ‘고용/생계 위기’(3위) 등의 순으로 나타났는데, ‘기후와 환경’ 요인이 전 세계적 위험을 일으키는 가장 큰 요인으로 조사됐다.

[그림] 전 세계적 위험을 촉발하는 요인

	발생 가능성이 큰 위험 요인
1위	기후 변화 대응 실패
2위	감염성 질병
3위	고용/생계 위기
4위	사회 공동체 약화
5위	생물 다양성 파괴
6위	채무 위기
7위	장기 경기 침체
8위	극단적 기후
9위	환경 파괴

*자료 출처 : 세계경제포럼(WEF), '2021 글로벌리스크 보고서'(The Global Risks Report 2021), 2021.1.19

1

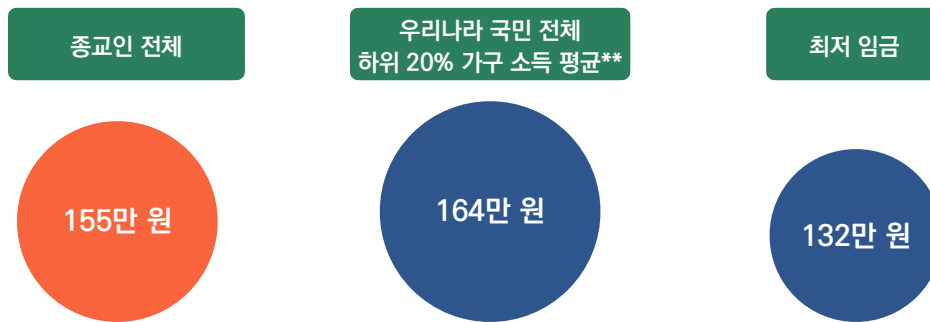
2019 종교인 소득



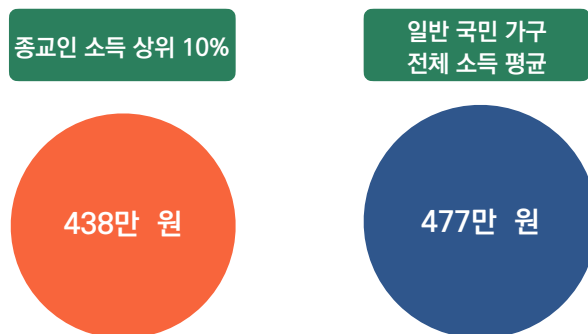
2019년 종교인 월 평균 소득 155만 원, ‘최저임금(175만 원)보다 적어’

- 2020년 말 추경호(국민의 힘) 의원실에서 종교인 과세 현황을 발표했는데, 2019년 종교인 세금 납부 기준, 월 평균 종교인 소득은 155만 원으로 나타났다. 이는 같은 해 최저임금 175만 원 보다 20만 원 낮았고, 일반 국민 하위 20%의 평균 소득(2019년 4/4분기 기준) 132만 원보다는 23만 원 높았다.
- 반면, 신고된 종교인 소득 상위 10%는 월 평균 소득은 438만 원으로 전체 종교인 평균 소득보다 약 2.8 배 높아 차이가 컸다.
- 2019년 기준 종교인 상위 10%인 438만 원은 일반 국민 전체 가구 평균 477만 원에 약간 못 미치는 수준이다.

[그림] 2019년 종교인 월 평균 소득(전체 vs 하위 20% 가구 소득, 최저임금)



[그림] 2019년 종교인 소득 상위 10% 월 평균 금액(일반 가구 전체 소득 평균 비교)



*자료 출처: 추경호 의원실, '종교인 과세 현황', (2020.12.09.), 소득 수치는 근로소득과 기타소득을 합친 숫자임.
*자료 출처: 통계청, '2019년 4/4분기 가계동향조사 소득 부문 결과', 2020.02.20



언론 보도 기사 큐레이션

언론 보도 기사 큐레이션

*아래 밑줄의 제목을 누르면 해당 기사를 볼 수 있습니다. 해당 기사를 누른 후 언론사 메인 페이지가 보인다면 뒤로가기를 눌러주세요

코
로
나
1
9

[코로나 백신 접종 D-5...10명 중 7명 "부작용 걱정돼"](#)

조선일보_2021.02.21.

[코로나로 국민 행복 줄었다...여성-청년-고령자-저소득층 타격 커](#)

연합뉴스_2021.02.23.

['코로나 여파에' 의사가 초등생 장래 희망 2위로...유튜버 4위](#)

매일경제_2021.02.24.

사
회
일
반

[10명 중 6명 "사회적 물의 유튜버는 퇴출시켜야"](#)

미디어오늘_2021.02.23.

[우리 사회는 젠더 이슈에 얼마나 민감한가](#)

한국일보_2021.02.25.

['나혼자산다'\(?\)..4050 독거중년은 '나혼자운다'](#)

해럴드경제_2021.02.20.

[코로나에도 작년 이혼 감소, 무섭게 오른 집값이 이혼 줄였다](#)

매일경제_2021.02.24.

[귀농 5년차 가구 연 3천660만원 번다...생활비는 월 184만원](#)

연합뉴스_2021.02.24.

[10대 가장 어쩌나...15~19세 일자리 역대 최대 감소](#)

중앙일보_2021.02.23.

인
구
감
소

[작년 인구 3만3000명 첫 감소... 출산율 0.84명 역대최저](#)

동아일보_2021.02.25

[앞으로 겪을 인구감소시대 모습](#)

한국일보_2021.02.25.

기
후
환
경

[2050년 미래 한국의 모습](#)

경향신문_2021.02.23

[고장난 공기 체제 못 고치면 '거주 불능 지구' 된다](#)

중앙일보_2021.02.21

언론 보도 기사 큐레이션

*아래 밑줄의 제목을 누르면 해당 기사를 볼 수 있습니다. 해당 기사를 누른 후 언론사 메인 페이지가 보인다면 뒤로가기를 눌러주세요

교육

[대입 미달 2만6000명...지방대 '학생 절벽'](#)

중앙일보_2021.02.23.

[2년째 원격수업...저소득·맞벌이 취약계층 교육격차 더 벌어진다](#)

중앙일보_2021.02.22.

경제

[코로나 직격탄 맞은 숙박·음식점... 종사자 24만명 감소 '사상최대'](#)

한국일보_2021.02.25.

[2030도 지갑 여는 '명품 불패'...코로나에도 멈춤 없는 '명품 런'](#)

경향신문_2021.02.22.

[가상화폐 편의점 결제...10명 중 4명이 40대였다](#)

매일경제_2021.02.25.

기타

[“혼자도 안 외로워” 4050 여성의 노후 친구 ‘주·반·골’](#)

조선일보_2021.02.21.

[지난해 영화 1회 상영에 평균 10명 봤다...2019년 대비 70% 이상 급감](#)

한국일보_2021.02.19.

목회데이터연구소 후원자

후원 교회 | 강남중앙침례교회, 거룩한빛광성교회, 고현교회, 과천교회, 광주다일교회, 꿈마을엘림교회, 노량진교회, 당진동일교회, 대구내일교회, 밀양남부교회, 백주년기념교회, 서현교회, 서울서문교회, 성락성결교회, 소망교회, 송학대교회, 수원중앙침례교회, 안산제일교회, 안성중앙교회, 여의도순복음교회, 연동교회, 오류동성결교회, 오륜교회, 이룸교회, 일산광림교회, 일산세광교회, 주안장로교회, 진주삼일교회, 창동염광교회, 포항제일교회, 하나마을교회, 한국중앙교회, 한성교회, 한소망교회(가나다 순)

후원 기관 | 고려신학대학원, 교회성장연구소, 광주지식포럼, (재)기독교선교햇불, (사)사단법인아시아미션, (사)새길과새일, 아드폰테스(예장 통합 목회자 모임), 알파코리아, 대한예수교장로회총회(통합), 미래목회와말씀연구원, 서울노회아동부연합회(예장통합), 장로회신학대학교, 한목회, 제이제이경제연구소, 지앤컴리서치, 한국 교회 탐구센터, 한국기독교사회문제연구원, 한빛누리, 한국기부문화연구소, (재)CBS, CCC 사역연구, CBMC 행복한지회 (가나다 순)

후원 기업 | (주)그랑블루, 동광에스아이, (주)마뜨, (주)바이텍테크놀로지, (주)벽산, (주)셀파 C&C, (주)시스코프, (주)예종세무법인, (주)자연인(아이소이), (주)참튼건강과학, (주)트로인, (주)하츠, CNP코퍼레이션 (가나다 순)

후원 개인 | 고재환, 금교성, 김관상, 김명준, 김상근, 김상래, 김성렬, 김성은, 김시은, 김영훈, 김윤철, 김윤환, 김은선, 김재욱, 김주룡, 김지현, 김현모, 김형태, 김홍일, 김흥기, 남성태, 류지성, 박노석, 박미경, 박영철, 박재찬, 박준상, 박진규, 박진철, 박우빈, 박세용, 박홍래, 반기민, 배수정, 석승호, 송섭, 안정호, 안태근, 엄정석, 여삼열, 유성민, 유형창, 윤여민, 이덕희, 이만민, 이미경, 이병희, 이영선, 이완중, 이인성, 이정규, 이창준, 이춘봉, 이현식, 이훈희, 임성빈, 임현주, 장명희, 장병우, 장우성, 장형철, 전치영, 정종섭, 정준, 정희수, 조용민, 조창오, 최상헌, 최준혁, 최은아, 함용태, 홍의숙, 홍혜숙(가나다순)

신규 후원 | 아시아미션(증액), 새에덴교회

후원 방법

본 연구소는 주간리포트를 제작하여 한국 교회와 한국 사회에 무료로 제공함으로써 100% 후원을 통해 운영됩니다. 이 사역에 동참해주시면 감사하겠습니다.

연구소 후원은 공익재단을 통해 기부금 영수증 발행이 가능합니다.

1. 기부금 영수증 발행 후원 계좌 및 안내 → [링크 클릭](#)
2. 기부금 영수증 발행이 필요하지 않으시다면 직접 계좌 송금으로 후원에 동참하실 수 있습니다. 계좌 안내 : 하나은행 203-910046-18604(목회데이터연구소)

역대 [넘버즈] 주요 내용

1-68호

- 제 1호 | 인구 절벽, 그리고 개신교 인구 변화
- 제 2호 | 대한민국은 갈등 공화국(사회적 신뢰도, 갈등지수) | 종교 스위칭
- 제 3호 | 모바일 시대가 온다(개신교인 미디어 이용 실태) | 청년층 운세보기 | 황혼이혼
- 제 4호 | 나홀로 Life, 나는 혼자여도 좋다 | 함께 일하고 싶은 리더
- 제 5호 | 다문화 가족, 그들도 우리의 이웃이다(이주 여성 실태) | 북한 비핵화 인식
- 제 6호 | 위기의 기독교인 대학생(대학생 종교 실태) | 불법 촬영(몰카) 실태
- 제 7호 | 하루 13명, 술 때문에 죽는다(음주실태) | 청년 취업 실태
- 제 8호 | 여름휴가, 어떻게 보내십니까(교회 수련회 통계) | 남성 육아휴직
- 제 9호 | 유튜브 훌릭 | 한일 분쟁
- 제 10호 | 흡연, 성인 남성 하루 100명 죽는다, 55세 이상 고령층 취업 희망자
- 제 11호 | 기독교인 4명 중 1명, 교회 안 나간다, 한국인, 정신·심리 관련 조사
- 제 12호 | 북한이탈주민, 연 가구 소득 2,000만 원 미만 40%, 2019 대한민국 영향력 있는 인물 순위
- 제 13호 | 추석, 즐겁지만 여성에게는 힘든 명절, 89% | 2040 아바 육아경험, 고령화 통계
- 제 14호 | 한국인, 인간관계를 축소하고 있다 | 함께 출산율, 전국 초중생 방과후 학원 이용 실태
- 제 15호 | 한국인 행복도, '돈'에 과도하게 영향받고 있다 | 임금 근로자 연봉 상하위 격차 14.4배
- 제 16호 | 한국인 1일 37명 자살 | 우리나라 기부 참여율 40%(최근 1연간)
- 제 17호 | 장애인, 문화 활동 거의 못하고 있다 | 한국 부자 보고서 분석
- 제 18호 | 장애인 실태 2, '장애인 근로자, 고용 기업의 만족도 높다' | 미국 기독교인 의담임 목사 인식 조사, 한국 국가 경쟁력 순위
- 제 19호 | 한국 사회 혐오, 심각하다 96% | 100세 시대 인식조사
- 제 20호 | 특별판(1-19호) 종합 정리
- 제 21호 | 개신교인, 전광훈 목사 긍정적 평가 13% | 한국 사회 공정성 평가 조사
- 제 22호 | 당신은 '꼰대' 입니까? | 문재인 대통령 임기 반환점, 주요 여론조사 통계
- 제 23호 | 학벌 중심 사회, 국민 절반 가까이 학력 콤플렉스 '느낀 적 있다' | 평생직장 인식 변화, 우리나라 커피 소비 인식 조사 결과
- 제 24호 | 가족 호칭, '가부장 문화가 반영됐다' 72% | 한국인이 좋아하는 인물편(분야별)
- 제 25호 | 한국인의 결혼·가정관 빠르게 변하고 있다 | 한국인이 좋아하는 브랜드(일반 국민 vs 개신교인 비교), 우리 국민 절반은 '나는 가난하다' 생각한다)
- 제 26호 | 개취를 아십니까? | 전세계 기독교 청년의 교회 인식 조사, 한국인의 기대 수명
- 제 27호 | 한국인의 기부, 불투명성이 발목을 잡는다! | 2019 초중등 진로 교육 현황 조사 결과, 1인당 노동소득과 소비 간 비교
- 제 28호 | 2019 [넘버즈] Top 7
- 제 29호 | 2020년 1인 가구 대세 시대 | 미국 기독교인, 교회 출석 이유, '목사의 설교 내용' 절대적임 | 한국 사회, 빈익빈 부익부 현상 뚜렷하게 나타남
- 제 30호 | 50년 뒤 한국, '국민 2명 중 1명이 노인' | 한국인 새해 경기 및 실업률 전망, 작년 전국시도지사 직무 평가 결과
- 제 31호 | 어려울 때 가장 먼저 찾는 대상, '가족' | 2020 새해 목표, 성격 변화
- 제 32호 | 이제는 착한 소비의 시대! | 2019년 한국 파송 선교사 현황, 한국인 4명 중 1명 '사소한 일에 화가 난다'
- 제 33호 | 빅데이터로 본 2019 한국 교회 | 10대 청소년, 관심·흥미 주제 찾을 때, 유튜브가 압도적, 한국인 5명 중 1명 '중증 소외감을 느낀다'
- 제 34호 | 생활의 기쁨, 가족보다 '반려동물'에서 더 얻는다! | 코로나19 사태가 가져온 일상의 변화
- 제 35호 | 외로운 대한민국, 한국인 고독 지수 78점 | 밀레니얼 세대 직장인 분석
- 제 36호 | 코로나19 관련 개신교인 여론조사 결과 분석 | 코로나19 관련 국내 주요 신학교 권고의 글 모음
- 제 37호 | 가짜 뉴스, 심각하다 89% | 총선 40일 현재 국민 여론
- 제 38호 | 한국인, 부자가 가난한 자보다 오래 산다! | 우리나라 현황 통계 분석, 코로나19 이후 일상의 변화들
- 제 39호 | 한국인 정치 만족도 16% | 우리나라 대학생 81%, 고등학교는 사활을 건 전장, 미혼자, '주례 없는 결혼식' 선호도 67%
- 제 40호 | 악플도 범죄다, 65% | 코로나19 이후 마스크 5부제 찬성 68%

- 제 41호 | 성인 2명 중 1명, 사이버 폭력 '피해 경험 있다' | 우리 국민 필수와 선택
- 제 42호 | '코로나 19의 한국 교회 영향도 조사' 결과
- 제 43호 | 코로나19 이후 한국 사회 신뢰도 올랐다! | 40년간 국내 주요 물품/서비스 가격 변화, 한국인의 의심병
- 제 44호 | 한국의 여성 가사노동, 부담스럽다 57% | 코로나19 관련 미국 여론조사 분석 결과
- 제 45호 | 한국의 아동 행복도, OECD 최하위권! | 21대 총선 결과 분석
- 제 46호 | 한국의 부모, '다시 태어나도 내 자녀의 부모로 태어나고 싶다' 69% | 코로나19 관련 6개국 비교 조사 결과, 외모 성형에 대한 국민 인식 조사 결과
- 제 47호 | 우리의 가난한 이웃, 한부모 가정 | 기혼자 30%, 불륜 경험 '있다', 트로트 매력 '친근한 멜로디' 32%
- 제 48호 | 우리들의 아버지, 대한민국의 퇴직자들의 삶 | 포스트 코로나 시대, 통계로 보는 언택트 사회 전망
- 제 49호 | 새로운 소모임 공동체 살롱 문화의 부활! | 사회적 소수자에 대한 한국인의 인식 조사, 역사 왜곡에 대한 국민 인식 조사
- 제 50호 | 우리 사회 갑질, '심각하다' 86% | 코로나가 가져온 식품 소비의 변화, 미국 개신교인들의 목사 설교 시간에 대한 인식
- 제 51호 | 일반 국민, 온라인 종교 활동 '삶에 긍정적 변화다' 53% | 코로나 이후 직장인 점심식사 관련 인식 변화, 최근 10년 간 범죄 유형의 변화
- 제 52호 | 코로나19에 대한 목회자 인식 조사 결과(예장통합 교단)
- 제 53호 | 한국 교회 유튜브 최대 조회수는 '찬양 콘텐츠' | 한국인 5명 중 1명 '외롭다', 교회 학교 여름 사역 계획 조사
- 제 54호 | 한국 교회 리더십, 디지털 정보 격차 문제에 부딪히다! | 체벌하는 한국 부모, 72% | 올 여름 휴가, 코로나19로 인해 '안전한 바캉스 선택' 64%
- 제 55호 | 한국 개신교, '가족 종교화' 되고 있다! | 코로나19 확진자, '아무런 증상 없었다' 36%
- 제 56호 | 우후죽순 '○○데이' 문화, '소통의 계기가 된다' 50% | 서울 초중고학생, '사교육 받고 있다' 78%, 레깅스, '최근 한 달간 입은 적 있다' 37%, 내년 최저임금, '8,720원'
- 제 57호 | 직장 내 성희롱 실태, '지방 자치 단체'가 가장 심각! | 한국인, '뉴스 신뢰도' 세계 40개국 중 최하위, 청년층(19-34세), 혼자 살고 있는 '1인 가구'는 5명 중 1명 꼴(19%)
- 제 58호 | [미래 종교] 2070년 이후 이슬람교가 기독교를 제치고 세계 종교 1위로 부상! | 미국, 매주 교회 가던 개신교인 3명 중 1명, 코로나19로 인해 '교회 안 간다'
- 제 59호 | '국민 절반(48%), 코로나 블루 상태에 놓여 있다' | 밀레니얼 세대, '집 사기 위해 돈 모은다' 61%, 원격 수업, '학습 부진아 지도 안 된다' '초등 교사' 73%, '중·고등 교사' 75%
- 제 60호 | 밀레니얼 세대, 그들은 누구인가? '밀레니얼 세대의 관계 핵심은 취향이다' | 보이스피싱 피해 실태, 대통령 지지도 하락 요인 분석
- 제 61호 | 코로나19 이후 개신교인을 바라보는 일반 국민의 시선, '거리를 두고 싶은', '사기꾼 같은' | 코로나19 이후, '체중 증가했다'
- 제 62호 | 한국인의 환경 문제 인식 '과거보다 현재 더 나빠졌고, 미래는 현재보다 더 나빠질 것' | 올해 2사분기 합계출산율, '0.84명으로 역대 최저!'
- 제 63호 | 대학생 거의 절반인 44%, '생활 속 무력감' 느껴 | 정당 지지도 기반 유권자 분석, '더불어민주당'이 '국민의힘(미래통합당)'보다 핵심 지지층이 더 많아!
- 제 64호 | 한국인의 일상생활, 코로나19 이전 대비 44% 수준으로 위축된 삶 살고 있다! | 올 추석에 어른께 가장 듣고 싶은 말, '추석에 안 와도 된다' 46% | '동영상 플랫폼' 이용률, '10대' 청소년이 전 연령대에서 가장 높다(87%)
- 제 65호 | 택배 노동자의 하루, '12시간 노동, 점심시간 12분, 2분 50초마다 1개 물량 처리' | 한국, 8월말 기준 OECD 국가 중 경제와 코로나19 방역 양쪽 모두 1위 | 방탄소년단 빌보드 차트 1위, 경제적 효과로 1조 7천억 원 규모! | 우리 국민 추석, '부담/염려 더 큼' 60%
- 제 66호 | 비대면 시대, 교회의 공동체성은 소그룹 활동에 달려있다! | 한국인의 91%, '현재 고민거리 갖고 있다!'
- 제 67호 | 교인 수 50명 이하 교회가 전체 교회의 절반 차지 | 코로나19 우울증 진단, 20대 여성 전년 대비 38% 증가, 코로나19 이후 화상회의 앱 '줌'(ZOOM) 이용자, 9월 한 달간 707 만 명으로 역대 최대!
- 제 68호 | 트로트 전성시대! | 코로나19 이후 한국인 생활의 변화 '체중 증가/운동량 감소', 가장 신뢰하는 언론 매체, '유튜브' 1위

역대 [넘버즈] 주요 내용

69호-84호

- 제 69호** | 교회 출석자 중 코로나19 이후, '아예 주일 예배 드리지 않은 개신교인' 증가세! | 전 세계 국민의 86%, 세계가 코로나19 이전으로 복귀하는 것보다 지속가능하고 공정한 세상으로 크게 변화하기를 원해! | 미국인, 한국인에 대한 호감도 역대 가장 높아!
- 제 70호** | 한국 개신교인의 '공교회 인지도', 19%만 공교회 내용을 정확히 인지하고 있어! | 우리나라 임상 의사수, 인구 1,000명 당 2.4명으로 OECD 31개국 중 29로 최 하위권
- 제 71호** | 대한민국 불법 도박, 연간 81.5조 원의 대규모로 은밀히 행해지고 있어! | 2020년 신규 주식 계좌 연령, '2030세대' 57% 차지!
- 제 72호** | 남성 육아, 우리 국민의 절대 다수(89%) '필요하다' | '코로나 불안도' 61%, 올해 들어 최고 수준의 불안감 보임
- 제 73호** | 우리 국민, '비혼 출산 찬성' 31%, '비혼 동거 찬성' 60% | 올해 한국인, 작년보다 '신체-정신 건강 모두 나빠졌다!' | 조직의 리더로 갖추어야 할 조건과 자질 1위, '책임감' 54%
- 제 74호** | 한국인의 웰다잉(Well Dying), '나를 사랑하는 사람 옆에서 죽고 싶다' 85% | 종교를 믿는 긍정적 효과, '긍정적 감정, 윤리적 행동, 올바른 가치관' | 서울시 1인 가구, 50대 이후 행복도 급격하게 떨어짐
- 제 75호** | 한국인의 웰다잉(Well Dying), '나를 사랑하는 사람 옆에서 죽고 싶다' 85% | 종교를 믿는 긍정적 효과, '긍정적 감정, 윤리적 행동, 올바른 가치관' | 서울시 1인 가구, 50대 이후 행복도 급격하게 떨어짐
- 제 76호** | 국내 기업 2개 중 1개 재택 근무 실시 → '코로나19가 기업 문화를 바꾼다! | 우리나라 국민의 기대수명 83.3세, 전년 대비 0.6세 증가 | 한국인 45세 때 1,484만 원으로 최대 흑자, 59세부터 적자 인생으로 전환
- 제 77호** | 코로나19 시대, 기부 금액 감소 기부 중단율 높아져! | 코로나 크리스마스, 미국인 4명 중 1명 '작년보다 성탄절 예배 참석 줄일 것' | 성인 남녀 10명 중 9명, '송년 모임 취소했다'
- 제 78호** | 2020년 넘버즈 Top 8
- 제 79호** | 올해 말 자영업자 25만 가구 현금 바닥 예상(유동성 위기)! | 신년 여론조사에서 나타난 대선 후보 지지도 평균(전화면접 조사 기준), '이재명' 23%, '이낙연' 17%, '윤석열' 17% | 코로나 장기화로 코로나블루 상승, 전국민 62% '우울하다'
- 제 80호** | 전국의 아동 학대, 13분마다 1건씩 신고되고 있어! | 1월 초, 국민이 생각하는 일상 회복 수준, '코로나 이전의 40% 수준'
- 제 81호** | 빅데이터로 본 2020년 한국 교회 4대 이슈 | 2020년 상위 20% 가구 순자산, 하위 20%의 '167배!' | 60대 이상 고령층, 10명 중 3명만 '건강 상태 좋다'
- 제 82호** | '지난 1년간 코로나19를 겪으면서, 한국 교회 신뢰도 32%에서 21%로 급락' | 국민의 절대 다수(90%), '우리 사회 갈등 심각하다'
- 제 83호** | '기독교 청년 4명 중 1명 이상, '자살을 심각하게 생각해본 적 있다' | 내가 만약 부모를 선택할 수 있다면, 가난하지만 존경받는 부모, 65%
- 제 84호** | 현재 교회 출석 청년 3명 중 1명 이상, '10년 후 교회 안 나갈 것 같다!' | 일반 국민 '최근 2주간 자살 생각한 적 있다' 13% → 코로나19 이후 증가세!, 매주 예배하는 미국인, 미국 내 모든 집단을 통틀어 '정신 건강'이 가장 우수!

목회데이터연구소

서울시 강남구 역삼로8길 17 현빌딩 2층

미션

우리는 세상과 교회를 이루고 있는 이슈, 사고방식, 그리고 트렌드를 한국 교회 목회자와 리더십에게 알리는 '정치 중립/가치 중립의 공정한 팩트 탱크'로서, 사회 여론 조사, 공공 통계 등 데이터 기반의 통계 자료를 제공합니다.

우리는 교회-사회의 대화와 소통을 풍요롭게 하고 더욱 견고하고 온전한 의사 결정을 위해 '사실'에 입각한 자료를 제공합니다.

협력 기관

미래목회와말씀연구원
(재) CBS
(재) 한빛누리
한국교회탐구센터

섬기는 이들

김지철 목사 | 운영위원장 (미래목회와말씀연구원 이사장)
류영모 목사 | 후원이사회 회장(한소망교회 담임목사)
신원하 교수 | 연구자문위원장(고려신학대학원 원장)

만든 이들

지용근 | 목회데이터연구소 대표 | ykji@mhdata.or.kr
김진양 | 목회데이터연구소 부대표 | marpro@mhdata.or.kr
김준영 | 목회데이터연구소 실장 | jy0113@mhdata.or.kr
박태영 | 목회데이터연구소 간사 | mhdata@mhdata.or.kr

MOU 기관 | (사)교회성장연구소, 기독교윤리실천운동, 기독교통일지도자훈련센터(숭실대학교), 대한예수교장로회 통합 교단총회, 마크로밀엠브레인 트렌드모니터, 문화선교연구원, 실천신학대학원대학교, 아드폰테스, 한국기독교목회자협의회(한목협), 햇불회