

주요 내용

1. [한국인의 커피 및 카페 이용실태]
대한민국 커피 전문점, 코로나 이후 79% 늘었다!
2. 최근 조사통계 언론 보도
 - 1) 기독교인의 기독교 이탈 통계
 - 2) 미국 목회자들의 전임 사역 사임 의향률



우리는 더 나은 정보가 더 나은 세상을 만든다고 믿습니다

대한민국 커피 전문점, 코로나 이후 79% 늘었다!

튀르키예(터키) 속담에 'OO는 지옥만큼 어둡고 죽을 만큼 강하고 사랑만큼 달콤하다'라는 말이 있는데 무엇일까? 정답은 '커피'이다. 우리는 한국을 커피 공화국이라고 칭하는 기사를 종종 접한다. 한국인들의 커피 사랑 때문이라고 하는데 실제 한국의 커피 시장 규모는 계속 커지고 있다. 현대경제연구원의 '커피 산업의 5가지 트렌드 변화와 전망' 자료에 따르면 대한민국의 커피시장 규모는 2016년 5.9조 원에서 2023년이면 8.6조 원의 규모에 달할 것이라 예측하고 있다.

커피 전문점은 2022년 6월 기준 2만 8천여 개로 코로나가 시작된 2020년 대비 79% 증가하였다. 이는 동 기간 전 외식업체의 증가율 5%보다 16배 높은 수치이다.

일상에서 우리는 커피를 어떻게 소비하는가? 젊은 세대들은 간단한 빵과 모닝커피로 아침을 대신하고, 출근하면서도 자신이 좋아하는 카페에 들러 커피를 사는 것을 빈번하게 목격한다. 북적이는 카페에서 공부하는 '카공족'을 접하는 일이나 교회 내에 카페가 생겨나는 것은 이제 흔하게 볼 수 있는 풍경이다.

〈넘버즈 172호〉에서는 이처럼 우리 삶 깊숙이 자리잡은 커피에 대해 살펴본다. 한국인들의 커피 및 카페 이용실태와 커피 산업의 규모, 커피와 관련된 환경 문제까지 조명하는 시간을 갖고자 한다. 자체 커피숍을 갖고 있는 교회가 점점 많아지고, 카페 교회가 점점 많아지는 한국교회 추세에서 도움이 되는 자료가 되길 바란다.

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 비율은 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 본 리포트는 저작권법에 의해 각각의 통계마다 그 자료의 출처(생산자)를 의무적으로 명기하고 있습니다. 자료를 인용하실 경우, 원자료 출처(생산자)와 목회데이터연구소 자료임을 반드시 밝혀주시기 바랍니다.



01

한국 커피 시장 규모, 2016년 → 2023년 사이 1.5배 증가 예상!

- ▶ 커피공화국이라고 불리는 한국의 커피 시장은 어느 정도 규모일까? 2019년에 발표된 '현대경제연구원'의 '커피 산업의 5가지 트렌드 변화와 전망' 자료에 의하면 한국 커피 시장 규모(소매 매출 기준)는 2016년 5.9조 원에서 2017년 6.4조, 2018년 6.8조 원으로 증가세를 보이는 것으로 나타났으며, 2023년에는 8.6조 원으로 2016년 대비 1.5배 증가할 것으로 예상했다.

[그림] 커피 시장 규모 (소매 매출 기준, 원)**



*자료 출처 : 커피데일리, 한국커피시장 20년의 변화_6.8조원 규모로 성장, 2022.03.31. (https://coffeedaily.co.kr/cd_news/5646)

참조) 원자료 출처: 현대경제연구원, 커피 산업의 5가지 트렌드 변화와 전망, 2019

**커피 전문점과 소매시장을 합한 규모임

◎ 한국 커피 수입액, 2021년 1조 넘어서며 5년 전 대비 1.5배 경충!

- ▶ 한국에서 수입하는 커피 수입량과 수입액을 알아보았다. 2021년 커피 수입량은 19.0만 톤으로 2020년 17.7만 톤 대비 7% 정도 증가하였는데, 이는 사상 최대치였다.
- ▶ 커피 수입액 또한 꾸준히 증가 추이를 보이고 있으며, 작년 1조 원을 넘어서며 최고치를 기록했다. 2021년 커피 수입액은 5년 전 대비 1.5배 늘어난 수치다.

[그림] 한국 커피 수입량·수입액 추이**



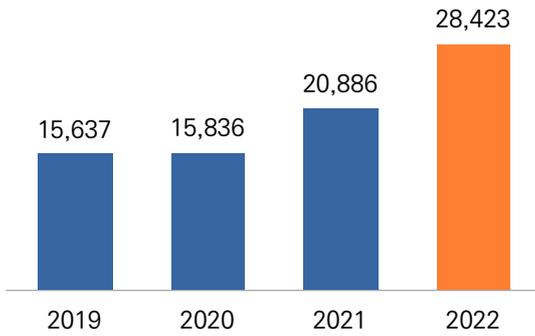
*자료 출처 : 연합뉴스, 한국인의 커피 사랑...작년 수입액 1조원 첫 돌파, 2022.03.21. (<https://www.yna.co.kr/view/AKR20220320025800003>)

**수입액은 본래 달러 기준으로 집계된 것을 각 년도 원/달러 평균환율로 환산한 금액임

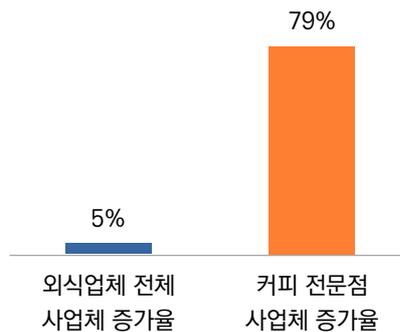
◎ 커피 전문점, 코로나 이후 79% 늘었다!

- ▶ 농림축산부와 한국농수산물유통공사의 '빅데이터를 활용한 외식업 경기 분석' 자료에서 4개년도(2019 ~ 2022) 커피 전문점 사업체 수 데이터만 뽑아 살펴보았다.
- ▶ 커피 전문점의 경우 올해 2만 8천여 개로 코로나가 시작된 2020년 이후 무려 79%가 증가했다. 이는 동 기간 전체 외식업 사업체 수가 5% 증가한 것보다 무려 16배 높은 수치로, 이는 불황 가운데도 창업이 압도적으로 많은 외식 사업체임을 보여주는 수치다.

[그림] 커피 전문점 사업체 규모 변동 (개)



[그림] 2020~2022 외식업종 증가율 (외식업종 전체 vs 커피 전문점)



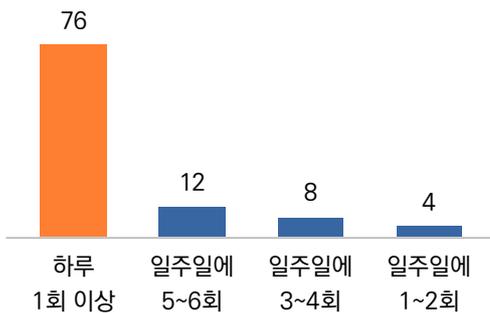
*자료 출처 : 농림축산식품부/한국농수산물유통공사, 빅데이터를 활용한 외식업 경기 분석 (22.6월 말 데이터 기준)

02

한국인 커피 음용자, 4명 중 3명(76%) 하루 1회 이상 커피 마신다!

- ▶ 우리나라 성인들의 커피 소비 행태를 알아보기 위해 '한국소비자단체협의회'의 '커피 소비자 인식 및 지출비용 조사' 결과를 살펴보니, 커피 음용자의 4명 중 3명 정도(76%)는 하루 1회 이상 커피를 마시는 것으로 나타났으며, 한 달 평균 커피 지출액(카페, 캡슐 커피, 원두 구입 등) 성인 1인당 104,000원으로 집계됐다.

[그림] 커피 마시는 빈도 (커피 음용자, %)



[그림] 커피 지출액 (커피음용자)

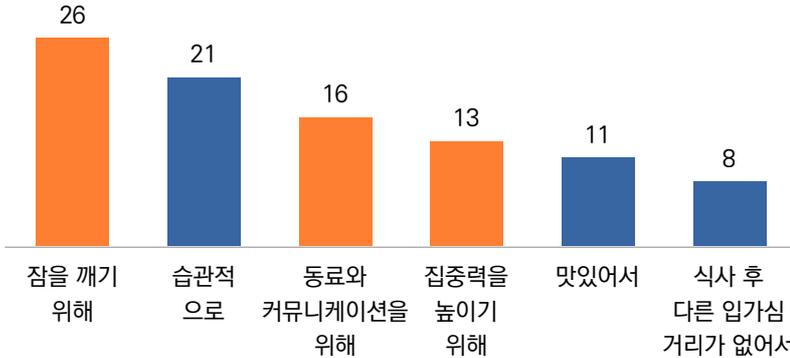


*자료 출처 : 한국소비자단체협의회, '홀카페 소비자 인식 및 지출비용 조사(월간소비자)', 2022.10 (홀카페 이용하는 전국 만 20~59세 성인 남녀 500명, 2022.06.16.~20)

◎ 직장인 커피 마시는 이유, 절반 이상(55%)은 업무를 위해 마신다!

- ▶ 그렇다면 커피를 마시는 이유는 무엇일까? 커피를 마시는 이유에 대해 직장인들에게 묻은 결과, '잠을 깨기 위해'(26%)라는 응답이 첫 번째로 꼽혔고, 다음으로 '습관적으로' 21%, '동료와 커뮤니케이션을 위해' 16% 등의 순으로 응답돼 직장인의 55% 정도가 졸음방지, 업무소통, 집중력 등 업무와 관련한 이유로 커피를 마시는 것으로 나타났다.

[그림] 커피 마시는 이유 (직장인 대상, 상위 6위, %)



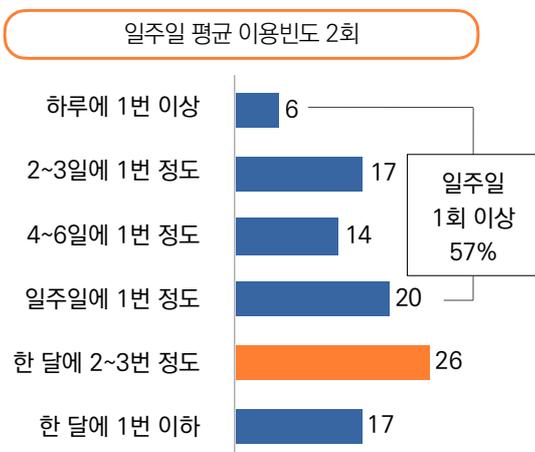
*자료 출처 : 위키트리, '직장인들이 커피 마시는 이유' 3위는 집중력, 2위는 동료와의 소통, 1위는 뜻밖에도..., 2020.10.20. (<https://www.wikitree.co.kr/articles/582256>)

03

한국인 카페 이용자, 일주일 평균 2회 카페 방문한다!

- ▶ 카페 이용의 전반적 실태를 살펴보았다. 최근 오픈서베이에서 발간한 '카페 트렌드 리포트(2022)'를 통해 카페 이용 빈도를 알아본 결과, 응답자들의 카페 방문 빈도는 일주일 평균 2회인 것으로 나타났다.
- ▶ 이용 빈도별로 보면 하루에 1회 이상 경우는 6%, 일주일 1회 이상 가는 경우는 57%로 국민의 절반이 넘었다.
- ▶ 한편 1회 카페 이용 시 지출액은 평균 7,300원꼴로 조사됐다.

[그림] 카페 이용 빈도 (만 20~59세 카페 이용자, %)



[그림] 1회 이용 시 지출액 (%)

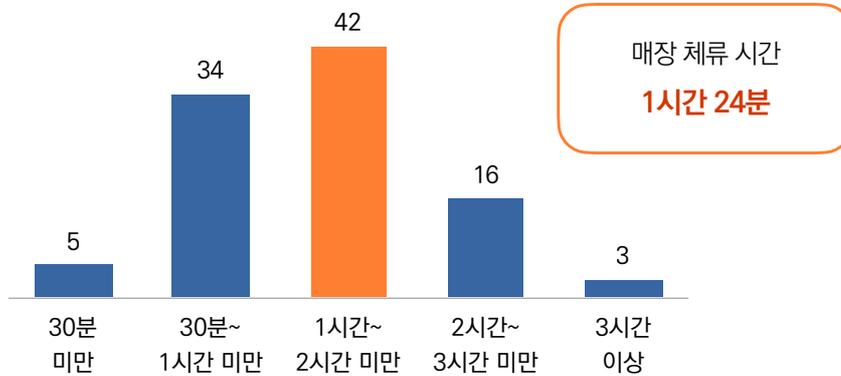


*자료 출처 : 오픈서베이, 카페 트렌드 리포트 2022, 2022.08 (만 20~59세 최근 1개월 내 카페 이용자 남녀 1,000명, 모바일 조사, 2022.08.07.-08)

◎ 카페에 가면... 평균 1시간 24분 머문다!

- ▶ 보통 한번 카페에 가면 머무는 시간은 얼마나 될까? 카페 내 체류 시간을 물었더니 '1시간~2시간 미만' 응답이 42%로 가장 높았고, 30분~1시간 미만 34%, 2시간~3시간 미만 16%가 그 뒤를 이었다.
- ▶ 매장 내 음용 시 카페에 머무는 시간은 평균적으로 1시간 24분 정도였다.

[그림] 카페 내 체류 시간 (%)

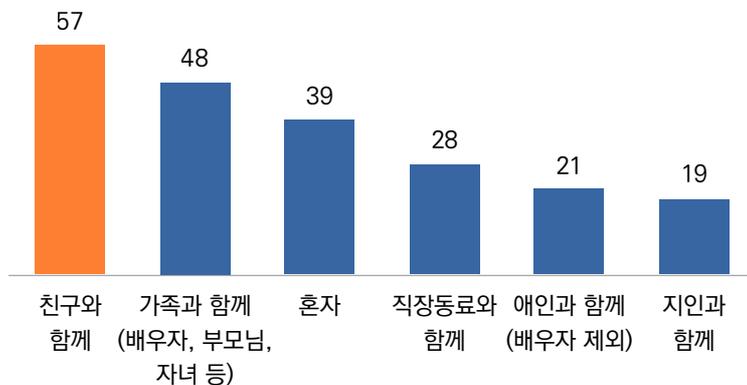


*자료 출처 : 오픈서베이, 카페 트렌드 리포트 2022, 2022.08 (만 20~59세 최근 1개월 내 카페 이용자 남녀 1,000명, 모바일 조사, 2022.08.07.~08)

◎ 카페는 누구와? 친구, 가족, 혼자 순으로 이용!

- ▶ 카페 이용 시 동반자에 대해 물었더니 '친구'(57%), '가족'(48%)이 가장 높게 나타났고 '혼자' 이용한다는 응답도 39%로 적지 않았다.

[그림] 카페 이용 시 동반자 (1~3순위, %)

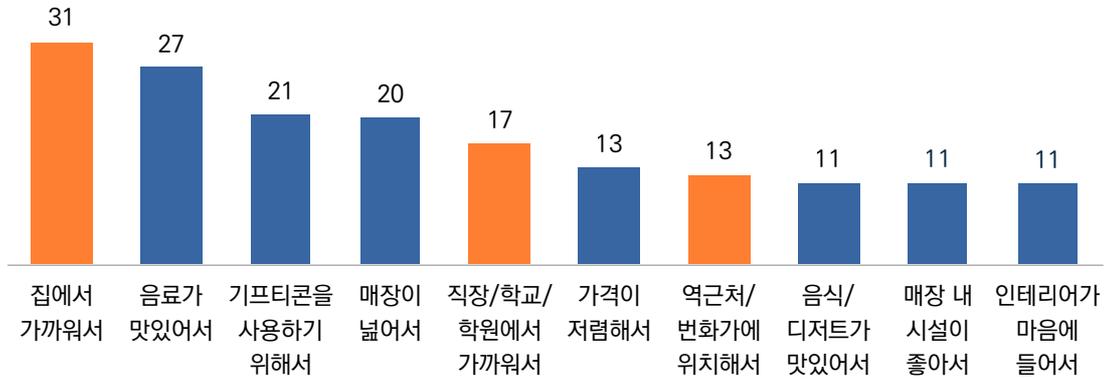


*자료 출처 : 오픈서베이, 카페 트렌드 리포트 2022, 2022.08 (만 20~59세 최근 1개월 내 카페 이용자 남녀 1,000명, 모바일 조사, 2022.08.07.~08)

◎ 카페 이용 이유, 집에서 가까워서 등의 '접근성'을 가장 많이 꼽아!

- ▶ 카페 이용하는 이유를 물은 결과, '집에서 가까워서' 31%, '음료가 맛있어서' 27%, '기프트콘을 사용하기 위해서' 21% 등의 이유를 들었다.
- ▶ 다양한 카페 이용 이유 가운데 '집에서 가까워서', '직장/학교/학원에서 가까워서' 등의 접근성을 꼽은 비율이 가장 많은 것으로 나타난 점이 눈에 띈다.

[그림] 카페 이용 이유 (상위 10위, 1~3순위, %)

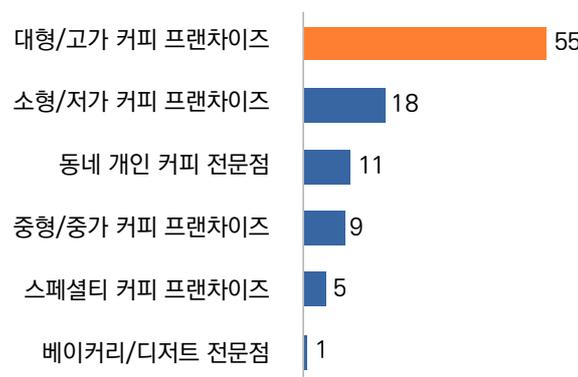


*자료 출처 : 오픈서베이, 카페 트렌드 리포트 2022, 2022.08 (만 20~59세 최근 1개월 내 카페 이용자 남녀 1,000명, 모바일 조사, 2022.08.07.~08)

◎ 성인 국민 절반 이상(55%), 평소 '대형/고가 커피 프랜차이즈' 이용한다!

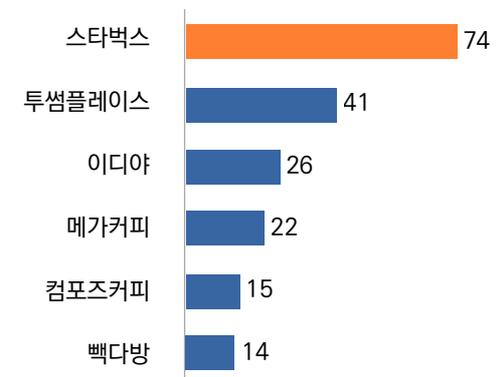
- ▶ 브랜드 이용 행태를 살펴보기 위해 '평소 주 이용 카페 유형'을 물었다. '대형/고가 커피 프랜차이즈'가 55%로 절반 이상이나 응답됐고, 다음으로 '소형/저가 커피 프랜차이즈' 18%, '동네 개인 커피 전문점' 11% 등의 순이었다.
- ▶ 평소 주로 이용하는 프랜차이즈 카페를 물은 결과, '스타벅스'가 74%로 압도적이었고, '투썸플레이스' 41%, '이디야' 26%, '메가커피' 22%가 뒤를 이었다.

[그림] 평소 주 이용 카페 유형 (1순위, 상위 6위, %)**



[그림] 평소 주 이용 카페 브랜드

(프랜차이즈 카페 이용자, 1~3순위, 상위 6위, %)



*자료 출처 : 오픈서베이, 카페 트렌드 리포트 2022, 2022.08 (만 20~59세 최근 1개월 내 카페 이용자 남녀 1,000명, 모바일 조사, 2022.08.07.~08)

** '대형/고가 커피 프랜차이즈': 스타벅스, 투썸플레이스, 할리스 등

'중형/중가 커피 프랜차이즈': 이디야 등

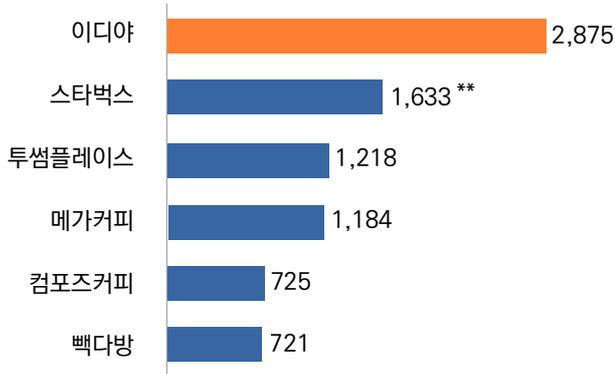
'소형/저가 커피 프랜차이즈': 메가커피, 컴포즈커피, 백다방 등

'스페셜티 커피 프랜차이즈': 테라로사, 블루보틀 등

◎ 한국 커피 전문점 매장 수 1위는 '이디야'

- ▶ 주요 커피 전문점의 가맹점 수(매장 수)를 공정거래위원회 가맹사업정보제공시스템 등을 통해 확인한 결과, 상위 6개 브랜드 중 3개(4~6위 해당)는 저가 커피 전문점으로 조사됐다.
- ▶ 2021년 기준 프랜차이즈 커피 전문점 중 매장 수가 가장 많은 곳은 '이디야'로 2,875곳에 달했고, 이어 '스타벅스' 1,633개, '투썸플레이스' 1,218개, '메가커피' 1,184개 등의 순으로 나타났다.

[그림] 주요 커피 전문점 매장 수 순위 (2021년 기준, 상위 6위, 개)



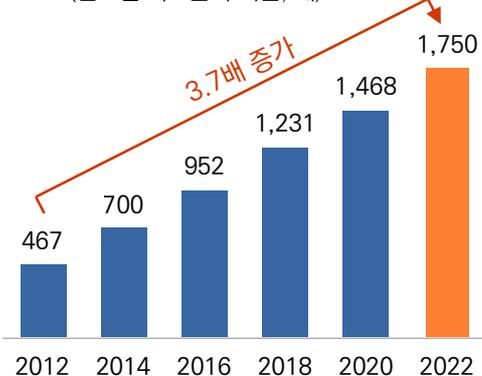
*자료 출처 : 공정거래위원회 가맹사업정보시스템, 가맹희망플러스 이용(가맹점 현황 정보) (<https://franchise.ftc.go.kr/mnu/00014/program/firHope/view.do>)

**자료 출처 : 월간중앙, 불황 속 이유 있는 저가 커피숍 흥행, 2022.02호 (<https://jmagazine.joins.com/monthly/view/335274>)

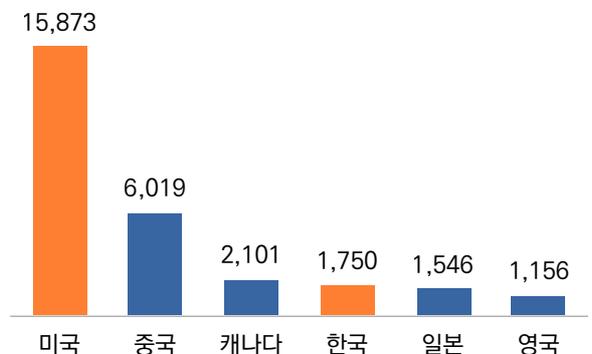
◎ 한국 내 스타벅스 매장 수 10년 새 3.7배 증가, 매장 수로는 세계 4위 규모

- ▶ 위에서 우리나라 성인들이 주로 이용하는 카페 브랜드 1위로 뽑힌 '스타벅스'의 한국 내 매장 수와 국가별 매장 수 순위를 알아보았다.
- ▶ 한국 내 스타벅스 매장은 2012년 467개에 불과했으나, 10년 새 1,750개로 3.7배 늘어난 것으로 조사됐다.
- ▶ 2022년 10월 기준으로 전 세계 스타벅스 매장 수는 46,000여 개인데, 한국(1,750개)이 미국, 중국, 캐나다에 이어 네 번째로 많은 것으로 나타났다.

[그림] 한국 내 스타벅스 매장 수 변화 (연도별 각 4분기 기준, 개)



[그림] 국가별 스타벅스 매장 수 순위 (2022년 4분기 10월 기준, 상위 6개국, 개)



*자료 출처 : Statista.데이터플랫폼, Selected countries with the largest number of Starbucks stores worldwide.

(<https://www.statista.com/statistics/306915/countries-with-the-largest-number-of-starbucks-stores-worldwide/>)

04

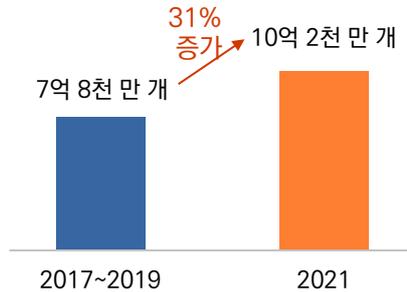
커피소비의 환경문제, '폐플라스틱 발생량'과 '일회용컵 사용량', 모두 증가

- ▶ 카페 이용은 우리 사회의 환경 문제와도 직결되는 면이 있다. 올해 11월 24일 전국적으로 확대 시행된 '자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률'(약칭: 자원재활용법)은 카페, 음식점 등에서 1회용 종이컵, 플라스틱 빨대·젓는 막대의 사용이 제한되며, 일회용품 사용 제한 규정을 어길 시 사업주에게 300만 원 이하의 과태료를 부과할 수 있다는 내용이 골자이다.*
- ▶ 이와 관련한 환경부 자료에 따르면 2021년 한 해 '생활계 폐플라스틱 발생량'은 2년 전 대비 18% 증가하였고, 2021년의 '일회용컵 사용량'은 2017~2019년 대비 31%나 증가하였다. 일상 생활에서 카페, 음식점 이용 시 일회용품 사용을 줄여야 하는 이유다.

[그림] 생활계 폐플라스틱 발생량**



[그림] 일회용컵 사용량 ***



*자료 출처 : 조선일보, '일회용품 규제 강화' 시행 일주일...계도기간 다수 카페·편의점서 일회용품 여전, 2022.11.30.
(https://www.chosun.com/national/national_general/2022/11/30/BMMSGVICFRCKDPYA5YTMIOYG7U?utm_source=daum&utm_medium=referral&utm_campaign=daum-news)

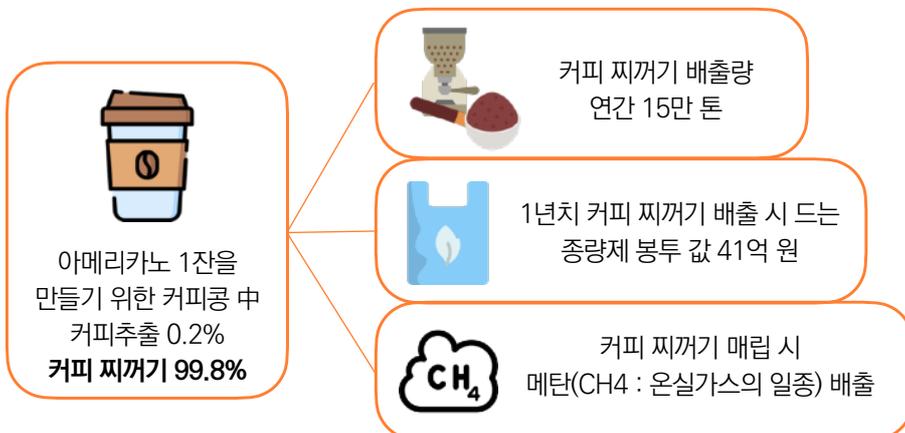
**자료 출처 : 환경부, 11월 24일부터 일회용품 사용 줄이기 시행 보도자료, 2022.11.01

***자발적 협약 참여 14개 카페, 4개 패스트푸드점 기준

◎ 커피 찌꺼기 배출량, 연간 15만 톤!

- ▶ 일회용품 사용 및 배출과 더불어 모르고 넘어가기 쉬운 부분인 '커피 찌꺼기(커피박) 배출' 문제를 짚어본다.
- ▶ 아메리카노 한 잔을 만들기 위해 사용한 커피콩 중 0.2%만 커피 추출물로 이용되고, 나머지 99.8%는 커피 찌꺼기가 되어 버려지는데, 이런 커피 찌꺼기의 국내 배출량이 연간 15만 톤에 이르는 것으로 나타났다. 보통 1일 300kg 이상 발생하는 사업장을 제외하고, 종량제 봉투에 버려 매립 또는 소각 절차를 밟는데 이렇게 커피 찌꺼기 배출 시 이용하는 1년 치 종량제 봉투값만 41억 원이라는 집계도 있다. 또, 매립 시 발생하는 메탄에 의한 온난화 문제도 무시할 수 없다.

[그림] 커피 찌꺼기 배출 현황 및 문제점

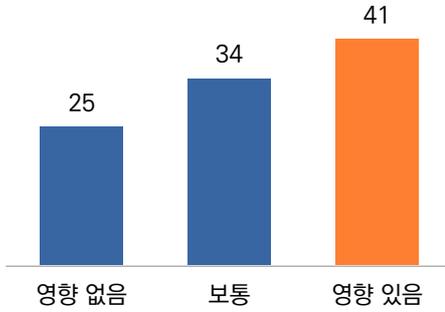


*자료 출처 : 오마이뉴스, 커피 한 잔에 99%의 쓰레기, 그게 얼마나 위험하냐면, 2022.12.04. (<https://n.news.naver.com/article/047/0002374984?sid=102>)

◎ 커피 전문점의 친환경 경영 활동이 소비자의 소비 선택에 영향준다 41%!

- ▶ 친환경 경영 활동이 이슈화되고 있는 시점에서 기업의 이런 친환경 노력이 소비자의 커피 전문점 선택에도 영향을 미칠까? 응답자의 41%는 '영향이 있다(매우+약간)'고 보았고, '보통' 34%, '영향 없음(전혀+별로)' 25%로 나타나 커피 전문점 선택에 있어서도 친환경 기업 선호 경향이 더 높은 편이었다.

[그림] 친환경 경영 활동이 커피 전문점 선택에 미치는 영향
(친환경 경영 활동 인지자, %)



*자료 출처 : 한국소비자원, 커피 전문점 소비자 만족도 및 이용실태 조사 보도자료, 2022.08.01.

**5점 척도 질문으로 영향 없음(전혀+별로), 보통, 영향 있음(매우+약간)임.

시사점

사람들은 왜 커피를 마실까? 이 질문에 대답하기에 앞서 소비라는 것이 무엇인지 생각해 볼 필요가 있다. 사람들은 상품이나 서비스를 소비하면서 그 물건의 사용 가치, 즉 상품이나 서비스 소비를 통해 효용성을 얻는다. 목이 마를 때는 물을 마심으로 갈증 해소라는 효용성을 얻고, 자동차를 구입하면 편리함이라는 효용성을 얻는다. 그러나 사람들이 소비하면서 얻는 것이 꼭 효용성만 있는 것은 아니다. 그 상품을 소비하면서 사람마다 갖고 있는, 혹은 사회적으로 조성되어 있는 욕망, 가치 등을 충족받기 위해 소비하는 경우도 있다. 소형차가 있음에도 불구하고 벤츠, BMW와 같은 외제차를 구입하는 것은 사회적 성공, 권위를 충족받고자 하는 동기가 개입된 것이며, 화장품을 소비하는 것은 아름다움, 젊음에 대한 욕망을 충족받고자 하는 것이다. 현대 사회의 소비는 효용성보다는 욕망과 가치가 더 강력하고 근본적인 동기로 작용하는 경우가 많다.

커피 소비도 그러하다. 사람들이 커피를 소비하면서 진정으로 소비하는 것이 무엇인지 알고 싶다면 커피를 언제, 어떤 상황에서 마시는지 T.P.O(Time, Place, Occasion)를 보면 알 수 있다. 사람들이 커피를 마시는 가장 일반적인 T.P.O는 사람들과의 만남 자리일 것이다. 개인적인 만남이든 업무적인 만남이든 사람을 만나면 커피를 마시는 것이 일상화되어 있다. 커피는 환영의 의미이면서 어색함을 달래주는 유희유와 같은 작용을 한다. 그러므로 커피는 우리에게 사람과 사람을 '연결'시켜 주는 매개체 역할을 한다.

커피를 소비하는 대표적인 두 번째 상황은 요즘 카페를 가면 금방 알 수 있다. 어느 카페이든 노트북을 열고 일을 하는 사람이나, 책을 펴고 공부하는 학생들이 꼭 있다. 기성세대는 카페에서 공부를 하는 것이 익숙하지 않을 수 있어도 20~30대는 카페에서 일하거나 공부하는 것이 오히려 능률이 오른다고 생각하여 자연스러운 현상으로 받아들인다. 이때는 커피 구매보다는 시간과 장소를 구매하는 것이라고 할 수 있다.

커피를 소비하는 대표적인 또 다른 상황은 아침에 일

어나서 혹은 회사에 출근하여 커피 한잔을 마시는 것이다. 하루 일과를 시작하기 전에 커피를 마신다는 것은 각성과 준비, 즉 하루를 맑은 정신으로 본격적으로 시작하기 위한 워밍업과 같다.

첫 번째 상황에서 커피의 역할은 '연결 매개체'였다면 두 번째와 세 번째 상황에서 커피는 '자기 몰입'의 역할을 한다고 할 수 있다. 첫째 역할이 관계적이라면 둘째 역할은 독자적이므로 이 두 역할은 사실 상반된다. 커피는 이렇게 복합적인 기능을 하는 오묘한 상품이다. 상반된 욕구를 충족시켜 주는 제품이 커피 외에 또 있다. 맥주와 소주 등 술이 그것인데, 맥주는 축제, 소주는 화식과 같은 주요 소비 상황 이미지로 대표되기도 하지만, '혼술'이라는 상황 이미지도 갖고 있다. 하지만 '혼술'이 왠지 쓸쓸하고 고립적이며 어두운 이미지라면 '커피'를 혼자 마시는 상황은 전혀 쓸쓸하지도, 고립적이지도, 어둡지도 않다. 오히려 따뜻함과 편안함이 커피의 본질적 소비 이미지에 가깝다. 커피의 역할이 어떠한 긍정적 유익 이미지만 있는 것이다.

커피는 교회에서도 많이 소비된다. 많은 교회에 카페가 있어서 거기서 커피를 마신다. 설혹 교회 카페가 없어도 성도들의 교제에서 커피는 빠지지 않는다. 교회에서 성도들 사이에서 커피 소비가 늘어난다는 것은 성도들의 만남과 어울림이 그만큼 많다는 것을 의미한다. 그러므로 교회에서 커피의 의미는 '연결 매개체'이다. 교회는 본질적으로 공동체인데, 공동체를 이루는 데에 커피가 크게 기여하는 것이다.

둘째로 커피는 지역 사랑방 역할을 할 수 있다. 카페를 두는 교회는 카페가 지역 사회에서 사랑방 역할을 할 수 있도록 기대를 하는데 이러한 역할을 잘 할 수 있다면 교회가 지역 사회에 기여하는 것이며 주민들과 교회와의 거리감을 좁히는 것이 될 수 있다. 그 려면 지금처럼 기독교가 불신인 사회에서 지역민들이 부담없이 드나들 수 있도록 교회 카페의 문턱을 낮추는 일이 절대적으로 필요하다. 교회 카페가 교인과 교인, 교회와 지역 사이에서 '연결 매개체'로서의 역할을 훌륭하게 감당할 수 있기를 소망해 본다.

1.[기독교인의 기독교 이탈 통계]

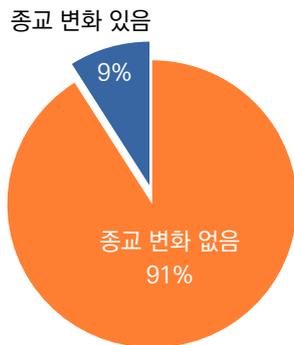
2.[미국 목회자들의 전임 사역 사임 의향률]



1년 전 개신교인 중 ‘개신교 이탈자’ 13%!

- ▶ 최근 1년간 믿는 종교에 변화 여부를 보면 종교에 변화가 있는 사람은 전체의 9%로, 10명 중 1명꼴로 나타나 국민들 사이에 종교변동이 어느정도 있는 것으로 나타났다.
- ▶ ‘종교 변화가 있다’ 응답자의 종교 변화를 살펴보면 1년 전 개신교(12%), 불교(9%), 천주교(8%)를 믿었던 사람 중 ‘현재는 믿는 종교가 없다’로 바뀐 비율, 즉 무종교인이 된 비율이 10명 중 1명꼴이었고, 1년 전 개신교 신자였던 사람 중에서 개신교를 이탈한 경우는 13%로 나타났다.

[그림] 최근 1년간 종교 변화 여부 (%)**



[그림] 최근 1년간 종교 변화 (주요 종교, %)

1년 전 종교	현재 무종교로 변화	현재 타종교로 변화	종교 변화 없음
개신교	12	1	87
불교	9	1	90
천주교	8	1	90

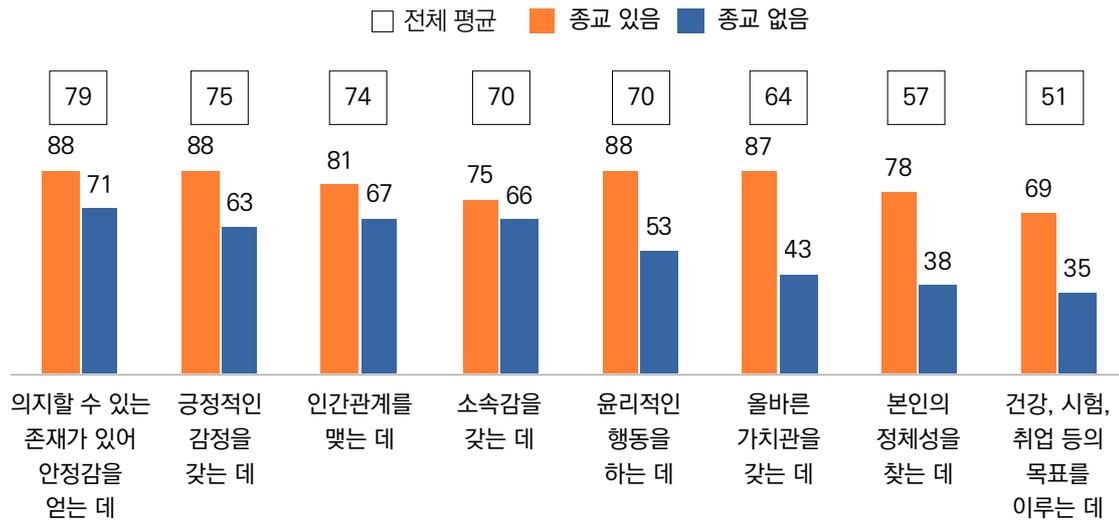
*자료 출처 : 한국리서치 여론속의 여론, 2022년 종교인식조사: 종교인구 현황과 종교활동, 2022.12.14. (전국의 만 18세 이상 남녀 1,000명, 웹조사, 2022.11.25.~11.28)

**종교 변화 없음(1년 전과 동일한 종교+1년 전, 지금 모두 종교 없음), 종교 변화 있음(1년 전 믿는 종교 있었으나 현재는 없음+1년 전 믿는 종교 없었으나 현재는 있음+1년 전과 현재 믿는 종교 다름)

◎ 무종교인, ‘의지할 수 있는 존재가 있어 종교가 안정감 얻는 데 도움된다’ 71%

- ▶ 종교를 믿는 것은 어떤 효능감 또는 긍정적 효과를 가져올 수 있을까? 종교를 믿음으로써 얻을 수 있다고 생각되는 도움에 대해 물은 결과, 의지할 수 있는 존재가 있어 안정감을 얻는 데(79%), 긍정적인 감정을 갖는 데(75%), 인간관계를 맺는 데(74%) 도움이 된다는 응답이 70%를 상회했다.
- ▶ 주목할 점은 무종교인의 경우 ‘안정감’(71%), ‘인간관계’(67%), ‘소속감’(66%) 측면에서는 3명 중 2명 이상이 종교가 도움이 된다고 응답한 점이 특징적이다.

[그림] 종교의 효능감 (종교 유무별, ‘도움 된다(매우+도움 되는 편)’응답률, %)



*자료 출처 : 한국리서치 여론속의 여론, 2022년 종교인식조사: 주요 종교 호감도 및 종교 효능감, 2022.12.07. (전국의 만 18세 이상 남녀 1,000명, 웹조사, 2022.11.25.~11.28)



미국 목회자, '지난 1년 내 전임 사역 그만둘 생각한 적 있다' 42%

- ▶ 미국 바나그룹의 최근 목회자 조사 결과에 따르면 2022년 3월 기준 지난 1년 내 전임 사역을 그만둘 것을 고려한 목회자의 비율은 42%에 이르는 것으로 나타났다. 이는 2021년 1월 조사 대비 13%p나 증가한 수치다.

[그림] 전임 사역 사임 고려한 적 있다 (미국 목회자 대상, '그렇다' 응답률, %)

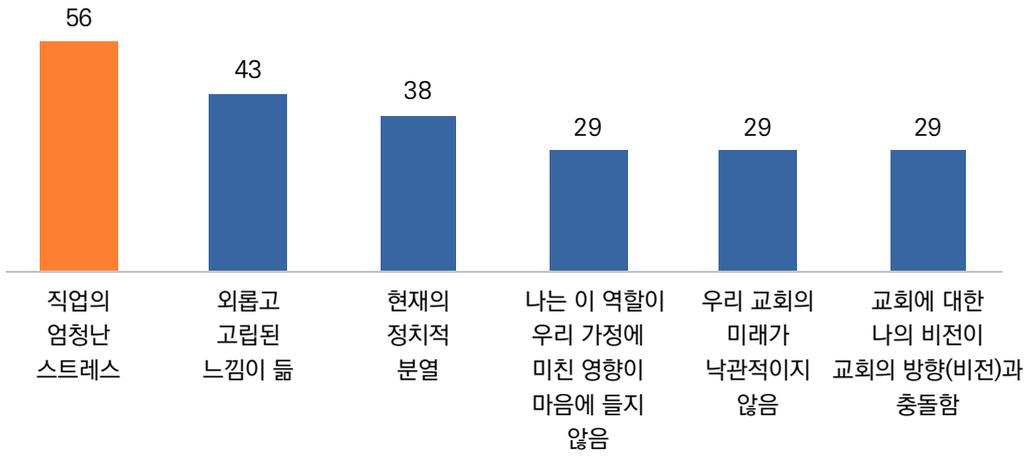


*자료 출처 : Barna Group(바나그룹), 2021년 1월 목회자 조사, 2021.01(미국 개신교 담임목사 413명, 온라인 조사, 2021.01.22.~27), Barna Group(바나그룹), 2022년 3월 목회자 조사, 2022.03(미국 개신교 담임목사 510명, 온라인 조사, 2022.03.10.~16)

◎ 미국 목회자의 전임 사역을 그만 두려는 이유, 절반 이상(56%)이 '직업의 엄청난 스트레스를 느낀다'

- ▶ 사역을 그만둘 것을 고려한 이유로 목회자의 절반 이상(56%)은 '직업의 엄청난 스트레스'를 들었다. 다음으로 목회자의 43%는 '외롭고 고립된 느낌'을, 38%는 '현재의 정치적 분열'을 전임 사역에서 물러나는 것을 고려한 이유로 꼽았다.

[그림] 전임 사역을 그만둘 것을 고려한 이유 (상위 6위, 복수응답, %)

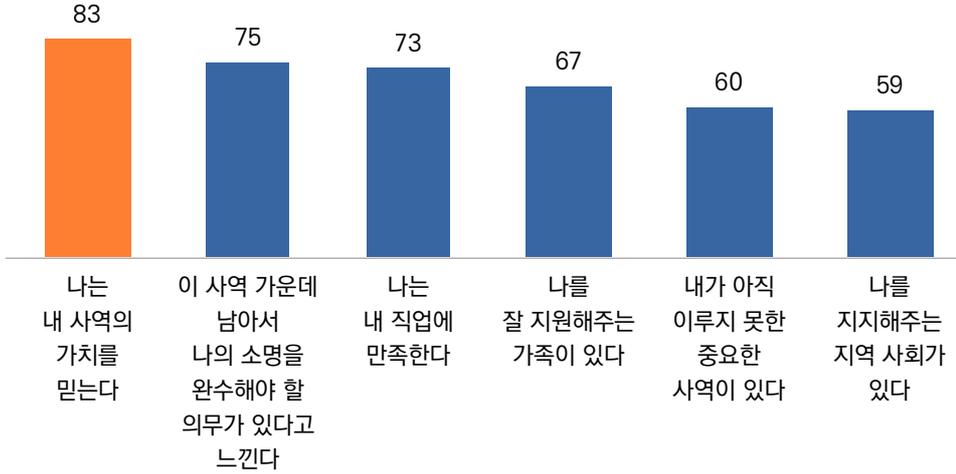


*자료 출처 : Barna Group(바나그룹), 2022년 3월 목회자 조사, 2022.03(미국 개신교 담임목사 510명, 온라인 조사, 2022.03.10.~16)

◎ 미국 목회자의 전임 사역을 그만두지 않으려는 이유, 5명 중 4명 이상(83%) '자신의 사역 가치 믿는다'

- ▶ 전임 사역 사임을 고려하지 않은 목회자들에게 그 이유를 물었다. 응답자 5명 중 4명 이상(83%)이 '나는 내 사역의 가치를 믿는다'를 꼽았다. 다음으로 '사역에 남아 자신의 소명을 완수해야 할 의무가 있다고 느끼고'(75%), '자신의 직업에 만족한다'(73%)는 응답률도 70% 이상을 선회하며 높게 나타났다.

[그림] 전임 사역 그만두는 것을 고려하지 않은 이유
(전임 사역 사임을 고려하지 않은 목회자, 상위 6위, 복수응답, %)



*자료 출처 : Barna Group(바나그룹), 2022년 3월 목회자 조사, 2022.03(미국 개신교 담임목사 510명, 온라인 조사, 2022.03.10.~16)

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

◎ 정치

[데일리 오피니언\(한국갤럽\) 제524호\(2022년 12월 3주\)](#)

- 대통령 직무 수행 평가, 정당 지지도, 경제 전망, 카타르 월드컵 활약 선수, 생활의 즐거움 여부 등

[전국지표조사\(주요 4개 조사회사\) 리포트 제86호\(2022년 12월 3주\)](#)

- 국정운영 평가, 국정운영 긍정/부정 평가 이유, 실내마스크 전명 해제에 대한 찬반 등

◎ 사회 일반

[\[고독사\] 실직·이혼에 사회와 단절...고독사 절반 이상이 5060 남성](#)

한겨레_2022.12.14.

[국민 17.6% “결혼은 반드시 해야 한다”... 43.4% “현재의 행복이 중요”](#)

여성신문_2022.12.19.

[작년 코로나 사망·극단선택 늘었지만 교통사고·범죄 사망 줄어](#)

연합뉴스_2022.12.15.

["웹툰과 함께 출판만화도 성장...이용자 ¼ 거의 매일 웹툰 읽어"](#)

연합뉴스_2022.12.15.

[학령인구 절벽에 '몸집 줄이기'...전국 곳곳 대학 통폐합 움직임](#)

연합뉴스_2022.12.18.

[부모 소득이 대학 진학 좌우... '사교육 의존' 방치 안 된다](#)

동아일보_2022.12.19.

[국민 10명 중 9명 “배달 운전자 자격증 도입해야”](#)

연합뉴스_2022.12.08.

[年 488만 마리... 실험동물의 고통과 희생 아시나요?](#)

조선일보_2022.12.13.

◎ 청년 세대

[청년층의 대학 진학·취업, '서울·수도권 집중'에 미치는 영향은?](#)

조선에듀_2022.12.16.

[청년 2000명에게 물었습니다 “대출금 부담에 ‘5명 중 1명’ 식비 줄여요”](#)

동아비즈_2022.12.15.

◎ 경제 / 기업

[월화수목일일일... '주4일제'가 된다면?](#)

연합뉴스_2022.12.14.

[북유럽 강소국 이미 재정 긴축...한국은 부채비율 50% 첫 돌파](#)

연합뉴스_2022.12.18.

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

◎ **건강**

[“엄마 생각하니 슬퍼”...부모 암진단 때 자녀 ‘자살 고민’ 3배로](#)

매일경제_2022.12.15.

[빨리 걸어라, 오래 살려면](#)

한겨레21_2022.12.08.

[술도 안 마시는 내가 웬 지방간?...“문제는 생활습관”](#)

매일경제_2022.12.14.

◎ **트렌드**

[극한의 가성비 추구 ‘체리슈머’가 늘어난다](#)

조선일보_2022.12.15.

◎ **국제**

[바이든, 동성결혼 인정법안 서명..."모든 증오 떨쳐버릴 것"](#)

여성신문_2022.12.14.

◎ **기독교 / 종교**

[\[도표로 보는 2022년 한국교회 결산\]](#)

기독교신문_2022.11.30.

[교회 ‘조용한 사직’ 무풍지대?... 부교역자들 “더 이상 못버텨”](#)

더미션(국민일보)_2022.12.14.

[“교회 허리, 3040세대가 위협하다”](#)

기독교신문_2022.12.12.

[걱정·근심·불안의 시대... 이젠 ‘돌봄 목회’다](#)

더미션(국민일보)_2022.12.15.

[청년나홀로형·가족분리형·노인독거형... 1인 가구 소그룹 ‘맞춤 목회’ 필요](#)

더미션(국민일보)_2022.12.13.

[교회 쇼핑, 교회 선택에 정치가 미치는 영향](#)

크리스찬타임스_2022.12.17.

[美·영 기독교인 4명 중 1명 "직장서 종교색 감춘다"](#)

크리스찬타임스_2022.12.19.

◎ **칼럼**

[한국교회 출석 성도는 몇 명인가](#)

국민일보_2022.12.15.

[고령화의 그늘인가? 상속분쟁 급증하는데 유언장은 남의 일](#)

중앙일보_2022.12.14.

| 후원 교회 |

강남중앙침례교회, 거룩한빛광성교회, 고현교회, 과천교회, 광림교회, 광주다일교회, 꿈마을엘림교회, 꿈의교회, 노량진교회, 다운교회, 당진동일교회, 대전선창교회, 도원동교회, 동부광성교회, 동행한빛교회, 둔산성광교회, 마산성산교회, 만나교회, 맑은샘교회, 문호교회, 미디어이더교회, 밀양남부교회, 부천명성교회, 베다니교회, 빛과소금교회, 사랑감리교회, 상도중앙교회, 삼천포교회, 상암교회, 서대문교회, 서영교회, 서울드림교회, 서울서교회, 서울서문교회, 서울중앙교회, 서현교회, 성락성결교회, 소망교회, 송학대교회, 수원중앙침례교회, 순복음춘천교회, 새에덴교회, 세광교회, 아현장로교회, 안산제일교회, 안양감리교회, 에덴교회, 여의도순복음교회, 연동교회, 예은교회, 예하교회, 예향교회, 오류동성결교회, 오륜교회, 올리브교회, 올림교회, 원동교회, 은평교회, 이룸교회, 일동동부교회, 일산광림교회, 일산세광교회, 제주연동서부교회, 조양중앙교회, 주안장로교회, 지구촌교회, 진주삼일교회, 진주성결교회, 충신교회, 창동염광교회, 토평교회, 포항대대교회, 포항제일교회, 하나마을교회, 한국중앙교회, 한소망교회(가나다 순) 천주교수원교구 호계동 성당

| 후원 기관 |

고려신학대학원, 교회성장연구소, 기독교대한감리회 삼남연회, 기독교한국침례회총회, 기독교선교햇불재단, 기아대책, 마을학연구소, 방과후교회학교, (사)교회갱신협의회, (사)아시아미션, 서대문ESF, 서울노회아동부연합회(예정통합), (사)새길과새일, 아드폰테스(예장 통합 목회자 모임), 알파코리아, 지앤캐리서치, 한국교회탐구센터, (사)한국그리스도사상연구소, 한국기독교사회문제연구원, 한목회, 한빛누리, 한일연합선교회, CBMC 광주지식포럼, CBMC 행복한지회, CCC 사역연구소, GoodTV, IFCJ 가정의 힘(가나다 순)

| 후원 기업 |

(주)가인지캠퍼스, (주)그랑블루, (주)리서치랩, 메가리서치, (주)삼신테크, 스페이스허브, (주)시스코프, (주)자연인(아이소이), (주)참든건강과학, (주)참물류, (주)하츠/(주)벽산 (가나다 순)

| 후원 개인 |

가우진, 강영원, 강정남, 고영관, 고영수, 고인구, 고재환, 고현권, 구봉관, 구영생, 구정오, 금교성, 권순홍, 김고은, 김관상, 김기혁, 김동찬, 김동하, 김명준, 김상래, 김상로, 김석철, 김성열, 김성민, 김성식, 김성은, 김성현, 김숙정, 김시은, 김영철, 김영훈, 김용섭, 김윤철, 김윤희, 김은선, 김은진, 김인수, 김종천, 김재욱, 김주형, 김지한, 김 찬, 김현모, 김형태, 김호아, 김홍일, 김흥기, 계만석, 나광근, 나윤만, 남기환, 남도현, 남성태, 노기환, 노현민, 류선자, 류지성, 문성준, 박건호, 박노석, 박명규, 박미경, 박상윤, 박세용, 박영철, 박영호, 박재찬, 박종철, 박종현, 박준상, 박준하, 박지훈, 박지혜, 박진규, 박진철, 박찬주, 박철호, 박현욱, 박형철, 박홍래, 반기민, 반상명, 방승기, 변형석, 배수정, 백인범, 백인철, 서경복, 서기원, 서연우, 서영진, 서우정, 서은영, 서재승, 서해현, 석승호, 석진호, 선원규, 성창민, 송으뜸, 신명자, 신인순, 신지현, 심기식, 안요한, 안정호, 안태근, 양수민, 엄정석, 여삼열, 오강일, 오수철, 우애라, 유성민, 유승우, 유영민, 유형창, 윤동하, 윤여민, 윤영조, 윤치호, 윤홍경, 이경만, 이경선, 이국희, 이광호, 이대식, 이만민, 이미경, 이병희, 이삼열, 이상호, 이성근, 이성득, 이성수, 이성진, 이승철, 이영선, 이완중, 이요셉, 이윤찬, 이은라, 이인성, 이일영, 이재열, 이재혁, 이정규, 이정아, 이주일, 이지형, 이창현, 이창형, 이춘봉, 이 현, 이현구, 이현식, 이형근, 이호택, 이훈희, 이희석, 임성빈, 임현주, 원하나, 장명철, 장명희, 장병우, 장부식, 장성진, 장우성, 장준영, 장재영, 장형철, 전근영, 전병철, 전용림, 전치영, 정기욱, 정부활, 정용철, 정종권, 정종섭, 정 준, 정하규, 정희수, 조병길, 조용민, 조의환, 조준환, 조창오, 주학선, 지도환, 지연희, 지용선, 지중배, 진범수, 지현일, 차용현, 차원숙, 천성환, 최명영, 최명호, 최상도, 최상현, 최용기, 최은아, 최 준, 최준혁, 최태영, 최항재, 최현갑, 한동준, 한병록, 한영숙, 한재웅, 한진광, 한홍근, 함용태, 호재민, 홍익숙, 홍현풍, 황태기, Clara Yoon(가나다순)

| 신규 후원 |

강종희, 김윤기, 김태철, 박재덕, 송 섭, 신승민, 이기원, 이석윤, 정재웅, 차인화, 최호균, 유진웅, 장진수, 정진혁, 윤도형, 윤성덕, 박상훈, 이선진, 윤정국, 정영자

(매월 신규후원자는 당일 마지막 주에 취합하여 홈페이지에 게시하여 드립니다.)

후원에 주셔서 감사드립니다.



| 후원 방법 |

본 연구소는 주간리포트를 제작하여 한국 교회와 한국 사회에 무료로 제공하며, 100% 후원을 통해 운영 됩니다. 이 사역에 동참해주시면 감사하겠습니다.

연구소 후원은 공익재단을 통해 기부금 영수증 발행이 가능합니다.

1. 기부금 영수증 발행 후원 계좌 및 안내 → [링크 클릭](#)

- 계좌 : 국민은행 343601-04-128846 (재)한빛누리(목회데이터연구소)

2. 기부금 영수증 발행이 필요하지 않으시다면 직접 계좌 송금으로 후원에 동참하실 수 있습니다.

계좌 안내 : 하나은행 203-910046-18604(목회데이터연구소)



| 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.

| 협력기관 |

미래목회와말씀연구원, (재) 한빛누리, 한국교회탐구센터, (주)기독교텔레비전(CTS)

| 섬기는 이들 |

김지철 목사 | 운영위원장 (미래목회와말씀연구원 이사장)

류영모 목사 | 후원이사회 회장(한소망교회 담임목사, 한교총 대표회장)

신원하 교수 | 연구자문위원장(고려신학대학원 전 원장)

| 만든 이들 |

지용근 | 목회데이터연구소 대표 | ykji@mhdata.or.kr

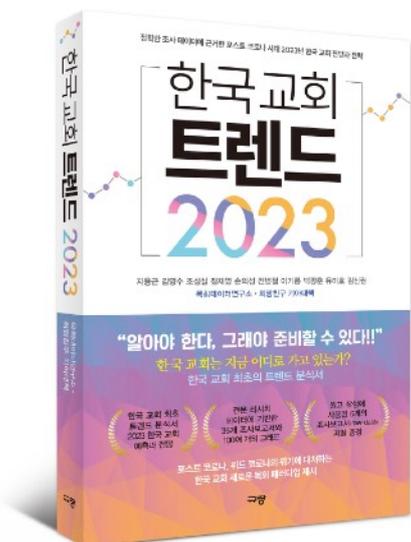
김진양 | 목회데이터연구소 부대표 | marpro@mhdata.or.kr

민선영, 유명민, 송예슬, 김찬술, 한미경

| MOU 기관 |

(사)교회갱신협의회, 교회성장연구소, 기독교대한성결교회총회, 기독교한국침례회총회, 기독교윤리실천운동, 기독교통일지도자훈련센터(송실대학교), (재)기독교선교햇불재단, 기아대책, (사)더조은세상, 대한예수교장로회총회교육원(고신), 대한예수교장로회통합 교단총회, 마크로밀엠브레인 트렌드모니터, 문화선교연구원, 실천신학대학원대학교, (사)새길과새일, 아드폰테스, 아크연구소, (사)아시안미션, 크리스찬타임스, (재)하나복네트웍, 한국IFCJ가정의힘, 한국교회 선교연구소, (사)한국교회지도자센터(한지터), 한국기독교목회자협의회(한목협), 한일연합선교회

미주지역 : MiCA(Missional Church Alliance), LA AEU미성대



| 연구소 소식. 「한국교회 트렌드 2023」 출간 |

- 목회데이터연구소와 희망친구 기아대책이 공동으로 조사 데이터에 근거하여 한국교회의 트렌드를 진단하고 예측한 「한국교회 트렌드 2023」 책을 국내 최초로 출간하게 되었습니다. 내년도 목회 계획을 수립하는데 큰 도움이 되길 바라겠습니다.

(부록으로 원고 작성을 위한 6개 조사보고서를 드립니다.)

보도 자료

책 구입 안내

Tel. 02-322-0726

E-mail. mhdata@mhdata.or.kr

Addr. [06250] 서울시 강남구 역삼로8길 17 현빌딩 2층 201호

Copyright © 2019 목회데이터연구소. All Rights Reserved.