

한국리서치 월간리포트

여론속의

여輿론論

2019. 01

HankookResearch



한국리서치 월간리포트

- 한국리서치가 기획하고 운영하는 자체 조사입니다.
- 매월 정해진 기간에 시행하는 정기조사입니다.
- 특정 의제를 다각도로 조사하고 분석하는 심층 여론조사입니다.
여론의 현상과 함께 흐름을 추적하고, 여론 속의 민심을 파악하고자 합니다.
- 현안조사-국정지표-기획조사 등으로 구성합니다.
- 현안조사는 한국리서치 연구원이 기획하고 분석합니다.
- 국정지표는 국가, 사회, 개인과 관련한 국민들의 인식 추이를 제시합니다.
- 기획조사는 분야별 외부 전문가와 함께 기획하고 분석 및 보도를 함으로써, 여론에 대한 심층적인 이해를 돕고자 합니다.
- 궁금하신 사항은 아래 에디터들에게 문의하여 주십시오.

운영책임

정한울 전문위원

전화 | 02-3014-1057
e-mail | hw.jeong@hrc.co.kr

조사실무

오승호 차장

전화 | 02-3014-0167
e-mail | shoh@hrc.co.kr

이동한 과장

전화 | 02-3014-1060
e-mail | dhlee@hrc.co.kr

구정태 연구원

전화 | 02-3014-1040
e-mail | jtkoo@hrc.co.kr

목 차

CONTENTS

1. 현안 조사

2. 국정 지표

3. 조사 개요



현안조사 : 공유경제의 현재와 미래

- 지난 연말과 연초를 달군 이슈 중 하나는 카풀 산업 참여를 발표한 카카오모빌리티와, 이를 강력하게 반대하는 택시 업계의 대립이었습니다. 택시기사 두 명이 분신하는 비극이 발생하였고, 결국 카카오모빌리티는 1월 18일 카풀 서비스를 중단하였습니다. 1월 22일 택시·카풀 사회적 대타협기구가 출범했지만, 아직 갈등 해결의 실마리는 보이지 않습니다.
- 공유경제를 기반으로 한 산업이 점차 커지고 있습니다. 본 조사에서는 공유경제에 대한 사람들의 평가, 공유경제가 우리에게 미칠 영향력, 그리고 향후 공유경제 기반 산업 참여의향에 대해 알아보았습니다. 이를 통해 공유경제 산업이 앞으로 어떻게, 얼마나 발전할지를 조금이나마 가늠해 보고자 하였습니다.
- ‘공유경제’라는 말을 들어본 적이 있다는 응답자는 절반을 약간 넘는 52%였습니다. 하지만 공유경제 관련 산업 및 플랫폼에 대한 인지도는 이보다 높았습니다. ‘공유경제’라는 말이 익숙하지 않을 뿐, 이를 활용한 산업은 이미 널리 퍼져 있는 것이죠.
- 물품·서비스 공유에 대한 인식은 긍정적이었습니다. 돈을 절약할 수 있고, 선택의 폭이 넓어지며, 편리하게 이용할 수 있다는 데 다수가 동의하였습니다. 공유경제 산업이 활성화되면 자원 낭비를 줄일 수 있고, 사람들 간의 유대감도 높아질 것이라 기대하는 응답이 많았습니다.
- 하지만 공유경제 산업이 경제에 긍정적인 영향을 줄지에 대해선 의견이 엇갈립니다. 공유경제 산업이 활성화되면 경제가 발전한다(42%), 일자리가 늘어난다(40%), 사람들의 소비가 증가한다(36%)는 의견은 모두 과반을 넘지 못했습니다.
- 그렇지만, 응답자의 68%가 공유경제 산업이 지금보다 더 활성화되어야 한다는 의견입니다. 또한 공유경제가 결국 우리에게 긍정적인 영향을 줄 것이라는 의견(42%)이 부정적인 영향을 줄 것이라는 의견(6%) 보다 높았습니다.
- 향후 이용해 볼 생각이 있는 공유 물품·서비스로는 지식·재능공유(56%), 숙박공유(48%), 승차공유(47%) 등이었습니다. 제공자로 참여할 생각이 있는 항목으로는 지식·재능공유(55%), 승차공유(50%) 등 서비스 관련 항목을 더 많이 꼽아, 차량공유(25%), 숙박공유(25%), 의류·물품공유(35%) 등 자신의 유형 자산을 제공할 의향보다 높았습니다.

국정지표 :

대통령 국정평가, 국정방향 공감, 인덱스(경제/안보/삶)

- 문재인대통령이 국정운영을 잘하고 있다는 응답은 50%로 전월(50%)과 차이가 없었습니다. 6월부터 이어진 전반적인 하락세가 멈춘 것인지 여부는 다음 조사에서 알 수 있을 거 같습니다. 연령대별로 20대에서 하락폭이 전월 대비 6%포인트로 상대적으로 컸고, 다른 연령대에서는 약간 상승하거나 비슷한 수준이었습니다.
- 대통령 호감여부는 호감이 간다는 비율이 59%, 호감이 가지 않는다는 38%였습니다. 국정운영 긍정평가보다는 대통령 개인의 호감 비율이 약간 더 높았습니다. 재미 있는 것은 20대에서 그 차이가 15%포인트로 다른 연령대 대비 가장 컸다는 점 인데요, 아직 대통령 개인에 대한 호감을 거둬드린 것은 아니라고 판단됩니다.
- 리더십 평가에서도 6가지 항목(원칙과 소신, 소통, 민생 안정, 위기상황 대처, 통합 노력, 공직 인사) 모두 긍정적 평가가 지난 11월대비 하락하였습니다. 원칙과 소신에 대한 긍정평가 비율이 가장 많이 하락하였습니다.
- 우리나라 국정방향에 대해서는 올바른 방향으로 가고 있다(42%)와 올바르지 않은 방향으로 가고 있다(43%)는 비율이 팽팽하였습니다. 연령대별로 20대와 60세 이상에서는 부정 평가가 우세했고, 3040에서는 긍정 평가가 우세했으며, 50대에서는 팽팽하였습니다. 진보성향에서는 긍정평가가 68%, 반대로 보수성향에서는 부정 평가가 69%였다. 이념성향에 따른 양극화 현상이라고 판단됩니다.
- 경제인식지수는 -48로 지난 달(-48)과 동일하였습니다. 국가안보 지수는 +15로 지난 달(+11) 대비 4포인트 상승하였습니다. 마지막으로 이번 조사에서 처음 측정한 본인 삶 지수는 +4였습니다. 본인 삶의 평가는 -10, 전망은 +4로 평가보다는 전망에 더 긍정적이었습니다.

일러두기

- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수응답 문항의 빈도는 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 응답 사례 수가 적은 경우 해석에 유의하여 주십시오.

여론속의
여輿論論

CHAPTER

01

현안조사
공유경제

01

현안조사

1) 공유경제 개념 및 관련 산업 인식

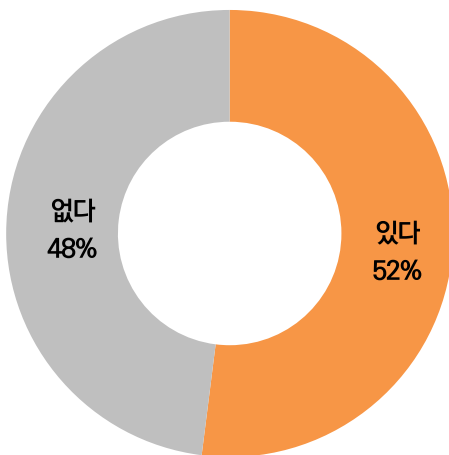
**‘공유경제’라는 말은
익숙하지 않지만,
관련 산업 인지도는
높은 편**

‘공유경제’라는 말을 들어본 적이 있다는 응답은 절반이 약간 넘는 52%였다. 반면 관련 산업 및 플랫폼에 대한 인지도는 이보다 높았다.

주요 공유경제 관련 산업 중, 인지도(이용경험 있음+들어본 적은 있음)는 승차공유(96%), 물품공유(89%), 차량공유(87%) 순으로 높았다. 실제 이용 경험은 물품공유(19%), 숙박공유(16%), 차량공유(15%) 순으로 많았다.

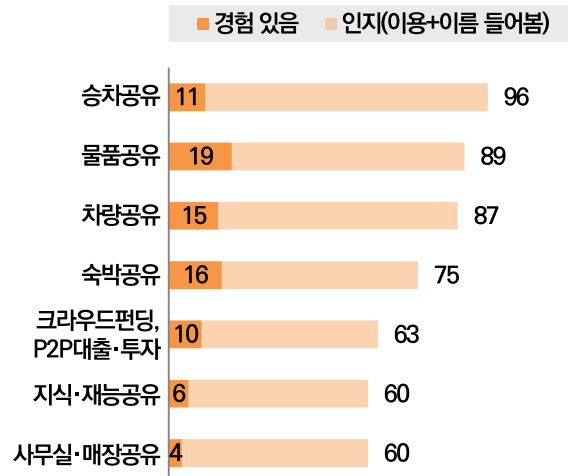
Q ‘공유경제’라는 말을 들어본 적이 있습니까?

(n=1,000명, %)



Q ‘최근 1년 동안 국내에서 다음을 경험 또는 이용한 적이 있습니까?’

(n=1,000명, %)



(n=1,000명, %)

Base= 전체	사례수 (명)	승차공유		물품공유		차량공유		숙박공유		펀딩, 투자		지식·재능		사무실·매장	
		이용	인지 (이용+들어봄)	이용	인지 (이용+들어봄)	이용	인지 (이용+들어봄)	이용	인지 (이용+들어봄)	이용	인지 (이용+들어봄)	이용	인지 (이용+들어봄)	이용	인지 (이용+들어봄)
전체	(1,000)	11	96	19	89	15	87	16	75	10	63	6	60	4	60
성별															
남자	(497)	11	96	17	85	17	90	16	78	12	70	7	62	4	63
여자	(503)	10	97	22	92	13	83	17	72	7	57	5	59	3	57
연령															
19-29세	(175)	17	97	21	75	37	93	36	89	20	80	12	63	5	53
30-39세	(173)	8	94	25	87	20	91	18	86	12	75	4	54	2	52
40-49세	(203)	9	98	21	94	11	93	15	77	8	65	6	58	4	60
50-59세	(201)	12	95	18	91	7	84	9	70	8	62	6	65	4	67
60세 이상	(248)	9	97	15	92	6	77	10	61	4	44	5	60	3	64

01

현안조사

2) 공유 물품·서비스 미이용 이유

공유 물품·서비스
이용경험 없다 57%

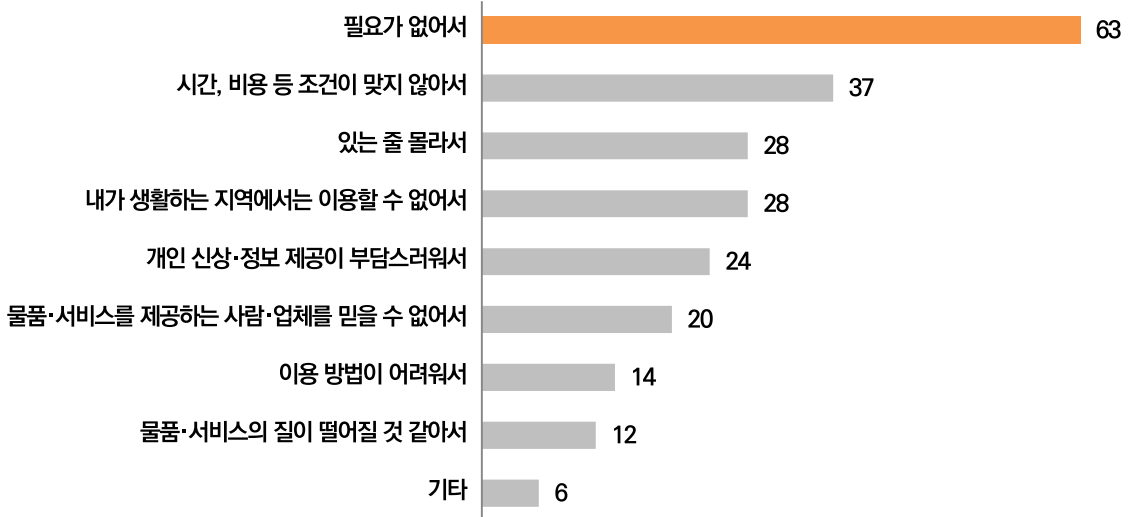
공유 물품·서비스를 전혀 이용해 본 경험이 없다는 응답자는 57%였다. 이용하지 않은 이유로는 필요가 없어서(63%), 시간·비용 등 조건이 안 맞아서 (37%), 있는 줄 몰라서(28%), 내가 생활하는 지역에서는 이용할 수 없어서(28%) 순이었다.

주요 이유는 필요 없어서,
조건이 맞지 않아서 등

내가 생활하는 지역에서는 이용할 수 없다는 응답은 특히 서울/인천/경기를 제외한 비수도권 지역에서 높게 나타나, 지역격차를 확인할 수 있었다.

Q 공유 물품·서비스를 전혀 이용해 본 적이 없다면, 그 이유는 무엇입니까?

(n=573명, %)



(n=573명, %)

Base= 공유 물품·서비스 무경험자	사례수 (명)	필요가 없어서	조건이 맞지 않아서	있는 줄 몰라서	생활 지역에서 이용할 수 없어서	개인 신상·정보 제공이 부담되서	사람· 업체를 믿을 수 없어서	이용 방법이 어려워서	질이 떨어질 것 같아서	기타
전체	(573)	63	37	28	28	24	20	14	12	6
거주지역										
서울	(92)	68	47	21	13	24	12	16	13	8
인천/경기	(157)	64	41	28	19	24	20	17	13	4
대전/세종/충청	(78)	57	31	32	40	24	20	14	10	8
광주/전라	(56)	63	38	43	36	23	20	14	12	6
대구/경북	(66)	61	26	25	33	27	17	15	12	6
부산/울산/경남	(101)	64	30	27	33	20	27	8	8	5
강원/제주	(24)	49	56	20	43	36	19	12	16	4

01

현안조사

3) 공유 물품·서비스 인식

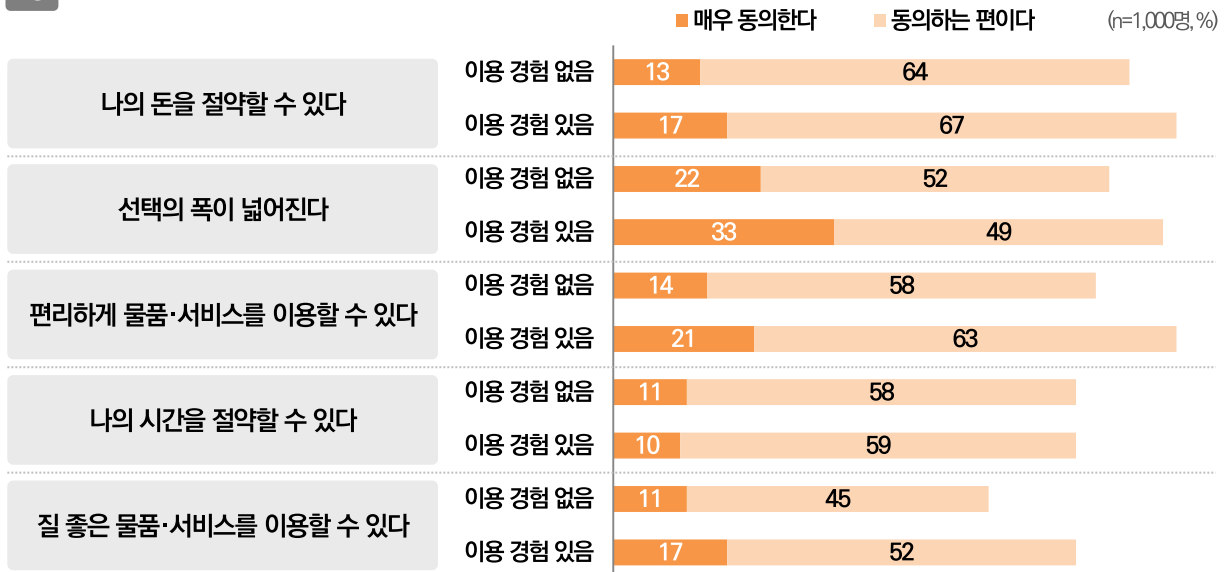
**돈 절약, 선택 폭 확대 등
긍정 의견 우세**

공유 물품·서비스를 이용하면 나의 돈을 절약할 수 있다(동의 78%), 선택의 폭이 넓어진다(동의 74%) 등 긍정적인 의견이 높았다. 편리하게 물품·서비스를 이용할 수 있다(동의 73%), 나의 시간을 절약할 수 있다(동의 69%)도 긍정 의견이 높았다.

**이용 경험자, 진보성향
응답자의 평가가 긍정적**

특히 자신을 진보성향이라고 생각하는 응답자, 그리고 이용 경험이 있는 응답자의 긍정 의견이 우세하였다.

Q 공유 서비스·물품을 이용하면...



(n=1,000명, %)

Base=전체	사례수(명)	나의 돈을 절약할 수 있다	선택의 폭이 넓어진다	편리하게 물품·서비스를 이용할 수 있다	나의 시간을 절약할 수 있다	질 좋은 물품·서비스를 이용할 수 있다
전체	(1,000)	78	74	73	69	56
이념성향(11점)						
진보(0-4)	(302)	83	81	78	75	63
중도(5)	(386)	76	74	70	67	56
보수(6-10)	(261)	79	66	73	67	50
모름	(51)	59	63	61	51	49
이용경험						
있음	(427)	84	82	84	75	70
없음	(573)	73	68	64	64	46

01

현안조사

4) 공유경제 산업 활성화 효과

경제발전, 일자리 확대,
소비 등에 대해서는
의견 엇갈림

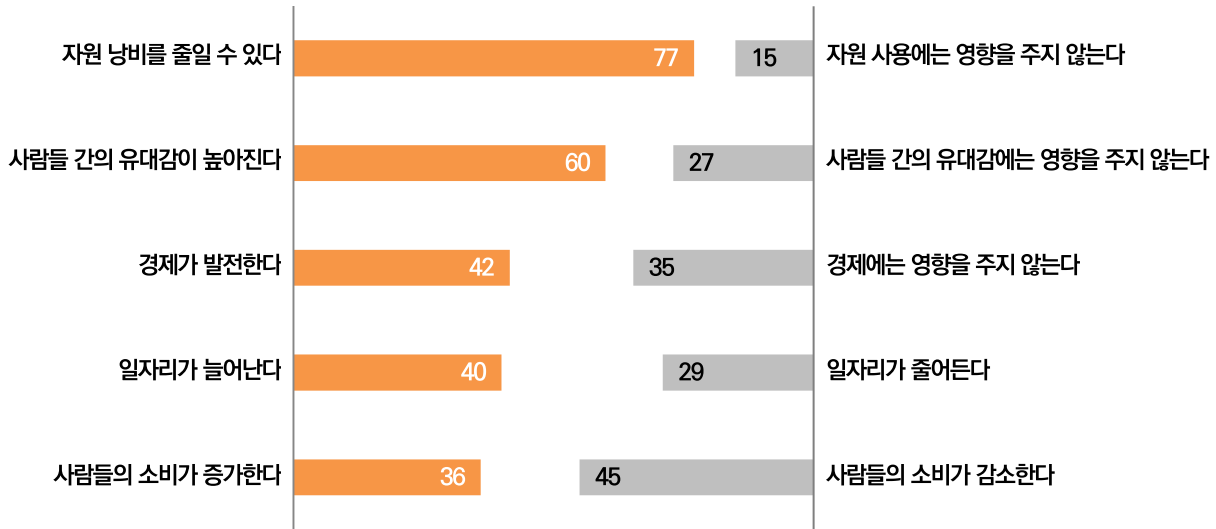
응답자 절반 이상이 공유경제 산업이 활성화된다면 자원 낭비를 줄일 수 있고(77%) 사람들 간의 유대감도 높아질 것(60%)이라 기대하였다. 반면 경제 발전(42%), 일자리 증가(40%), 사람들의 소비 증가(36%) 등 경제적인 효과에 대해선 긍정 응답이 과반 이하였다.

진보 성향 응답자, 그리고 이용 경험이 있는 응답자는 공유경제 산업이 활성화되면 효과가 커진다고 답하였다.

Q

공유경제 산업이 활성화된다면...

(n=1,000명, %)



(n=1,000명, %)

Base=전체	사례수 (명)	자원 낭비			사람들 간의 유대감			경제			일자리			소비		
		줄일 수 있음	영향 없음	모름	높아짐	영향 없음	모름	발전	영향 없음	모름	늘어남	줄어듦	모름	증가	감소	모름
전체	(1,000)	77	15	8	60	27	13	42	35	24	40	29	31	36	45	19
이념성향(11점)																
진보(0-4)	(302)	84	11	5	69	23	8	53	28	19	48	25	27	44	42	14
중도(5)	(386)	76	14	10	59	26	15	39	37	25	39	27	34	36	42	23
보수(6-10)	(261)	74	20	6	55	33	13	35	43	23	36	36	28	29	54	16
모름	(51)	67	12	21	46	22	32	32	18	50	25	25	50	30	41	29
이용경험																
있음	(427)	80	15	5	63	28	9	51	32	18	47	28	25	46	37	17
없음	(573)	75	14	10	58	26	16	35	37	28	35	29	36	29	51	20

01

현안조사

5) 공유경제의 미래

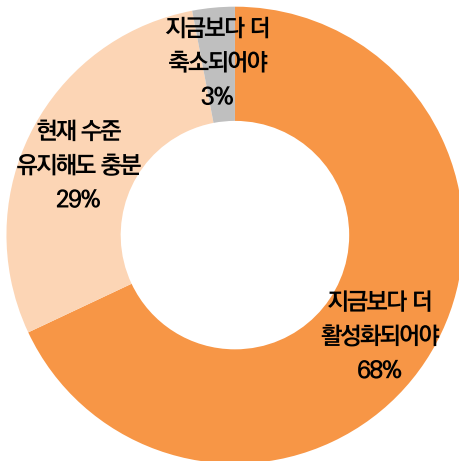
**공유경제 산업 활성화
필요 68%**

**긍·부정 영향력 비슷할
것이라는 의견 과반수**

공유경제 관련 산업이 지금보다 더 활성화 되어야 한다는 의견이 68%로, 현재 수준을 유지해야 한다는 의견(29%)보다 높았다.

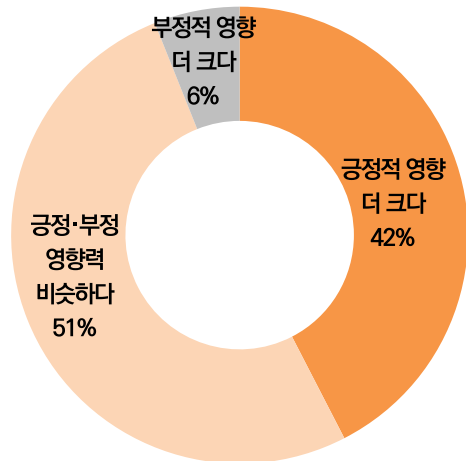
공유경제의 영향력에 대해선, 긍정적인 응답과 부정적인 영향이 비슷할 것이라는 응답이 과반(51%)을 차지한 가운데, 긍정적인 영향이 더 클 것이라는 응답(42%)이 부정적인 영향이 더 클 것이라는 응답(6%)보다 높았다.

Q 공유경제 관련 산업에 대해 어떤
의견이십니까?



Q 공유경제가 결국 우리에게 어떤 영향을
줄 것 같으세요?

(n=1,000명, %)



(n=1,000명, %)

Base=전체	사례수 (명)	공유경제 관련 산업은...			공유경제는 결국 우리에게...		
		지금보다 더 활성화되어야	현재 수준 유지해도 충분	지금보다 더 축소되어야	긍정적인 영향 더 크다	긍정·부정 영향력 비슷하다	부정적인 영향 더 크다
전체	(1,000)	68	29	3	42	51	6
연령							
19~29세	(173)	58	39	4	42	51	7
30~39세	(168)	65	32	2	37	58	5
40~49세	(198)	69	30	1	45	51	4
50~59세	(200)	73	24	3	47	47	6
60세 이상	(261)	71	24	5	41	50	9
이념성향(11점)							
진보(0~4)	(302)	76	22	3	60	37	3
중도(5)	(386)	66	33	2	35	60	5
보수(6~10)	(261)	65	30	5	36	54	10
모름	(51)	53	41	6	28	56	15

01

현안조사

6) 물품·서비스 공유 이용 및 제공 의향

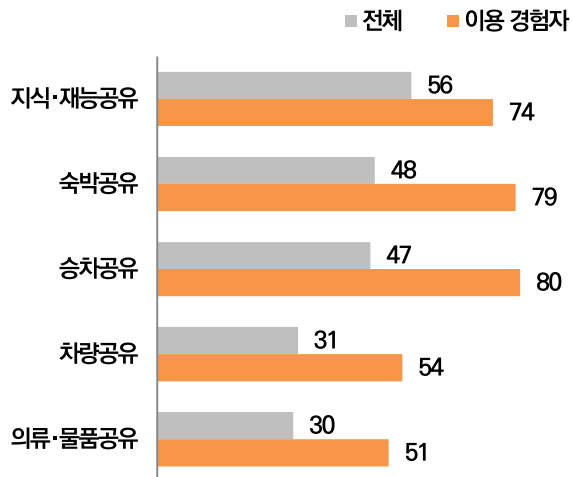
지식·재능, 숙박,
승차공유 이용 의향 높음

향후 이용해 볼 생각이 있는 공유 물품·서비스로는 지식·재능공유(56%), 숙박공유(48%), 승차공유(47%) 순이었다. 반면 제공자로 참여할 생각이 있는 항목은 지식·재능공유(55%), 승차공유(50%), 의류·물품공유(35%) 순이었다.

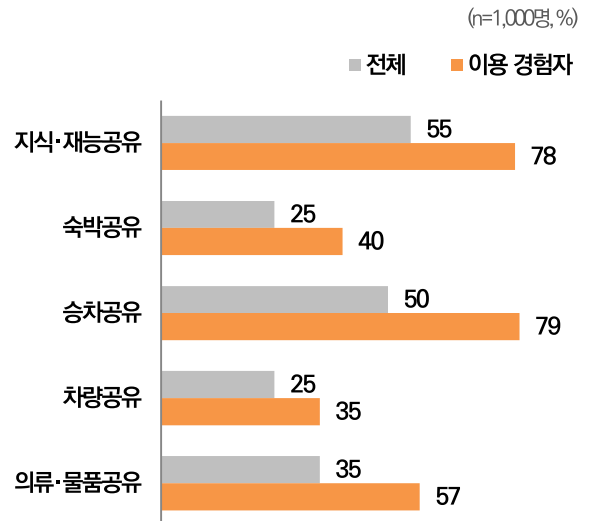
이용 경험자의 참여 의향이
더 적극적임

진보 성향 응답자, 이전에 동일한 물품·서비스 공유를 이용해 본 경험이 있는 응답자 일수록 향후 물품·서비스 이용 및 제공에 더욱 적극적이었다.

Q 향후 다음 공유 물품·서비스를
이용해 볼 생각이 있으십니까?



Q 향후 다음 공유경제 활동에
제공자로 참여할 생각이 있으십니까?



(n=1,000명, %)

Base=전체	사례수 (명)	지식·재능공유		숙박공유		승차공유		차량공유		의류·물품공유	
		이용의향 있음	제공의향 있음	이용의향 있음	제공의향 있음	이용의향 있음	제공의향 있음	이용의향 있음	제공의향 있음	이용의향 있음	제공의향 있음
전체	(1,000)	56	55	48	25	47	50	31	25	30	35
이념성향(11점)											
진보(0-4)	(302)	73	70	60	30	58	60	41	32	39	45
중도(5)	(386)	49	49	46	24	42	46	28	23	24	31
보수(6-10)	(261)	51	49	41	22	46	47	27	22	27	31
모름	(51)	41	45	30	16	28	28	12	16	26	26
동일 물품·서비스 이용경험											
있음	-	74	78	79	40	80	79	54	35	51	57
없음	-	55	54	42	22	43	46	27	23	24	30

여론속의
여輿論論

CHAPTER

02

국정지표

02

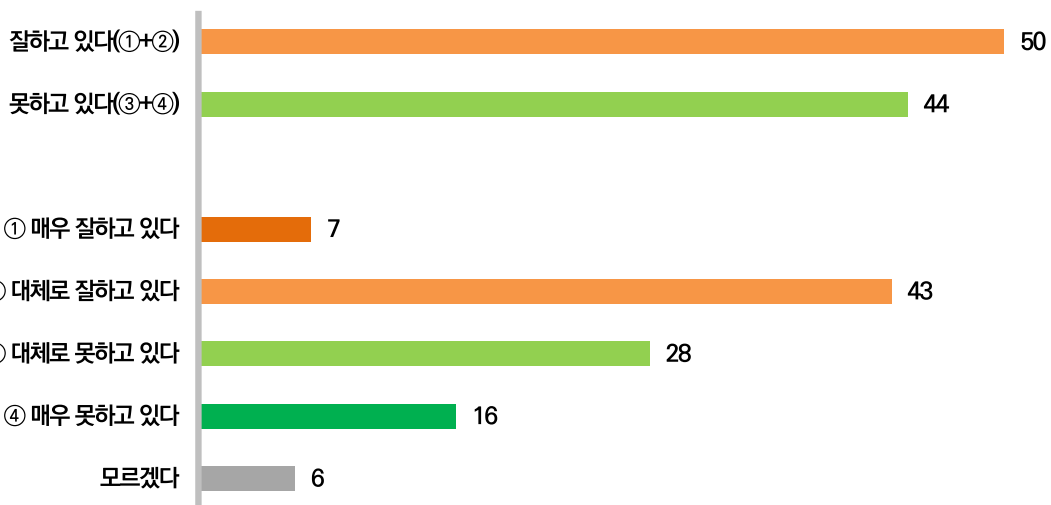
국정지표

1) 대통령 국정평가

대통령 국정운영 긍정평가 50%, 지난 달과 동일

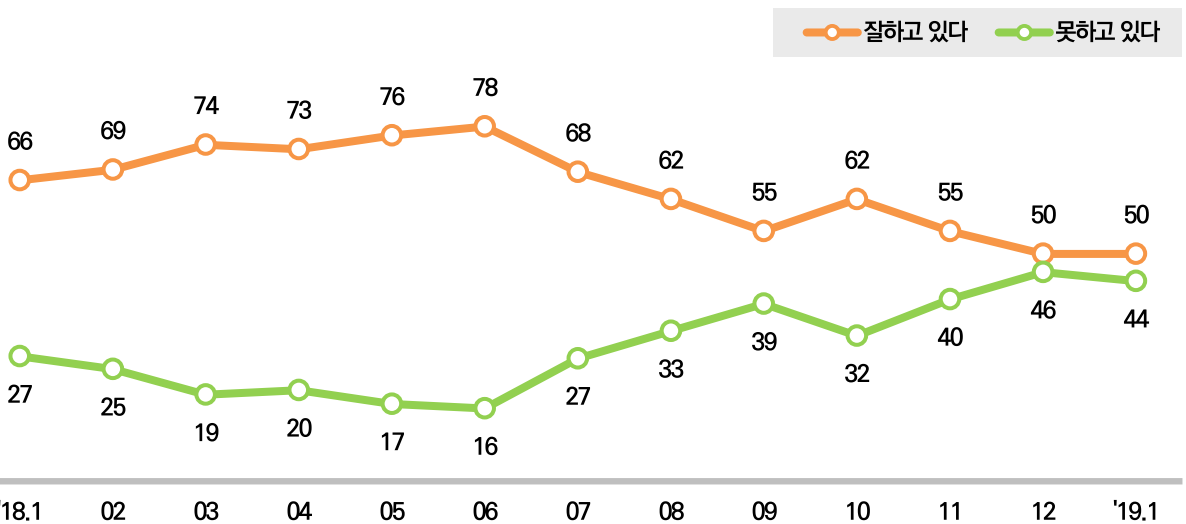
잘하고 있다 50%, 못하고 있다 44%

(N=1,000, %)



국정긍정평가 비율 지난달과 동일

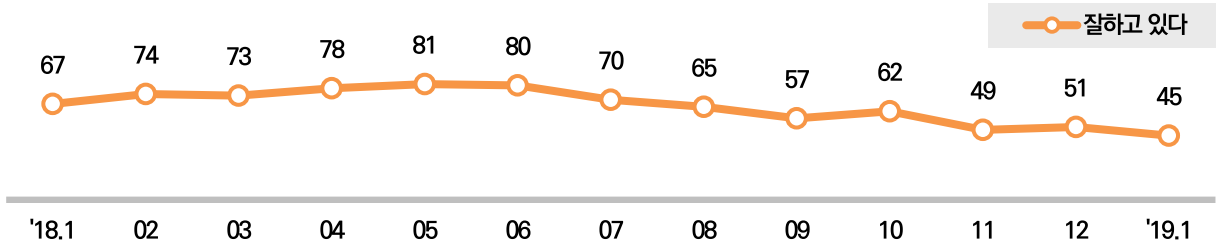
(N=1,000, %)



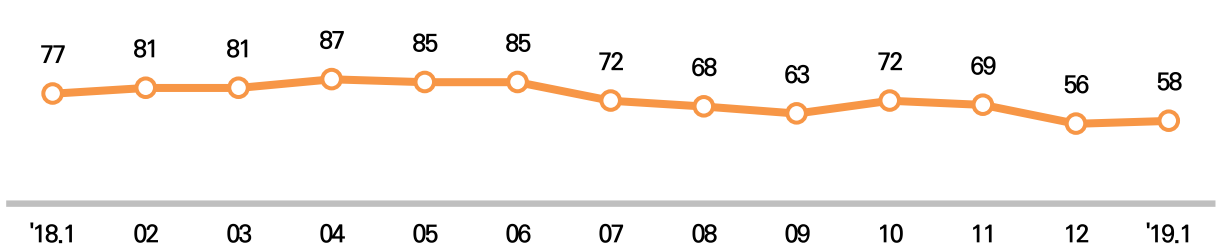
연령대별 국정운영 긍정평가 추이

(단위: %)

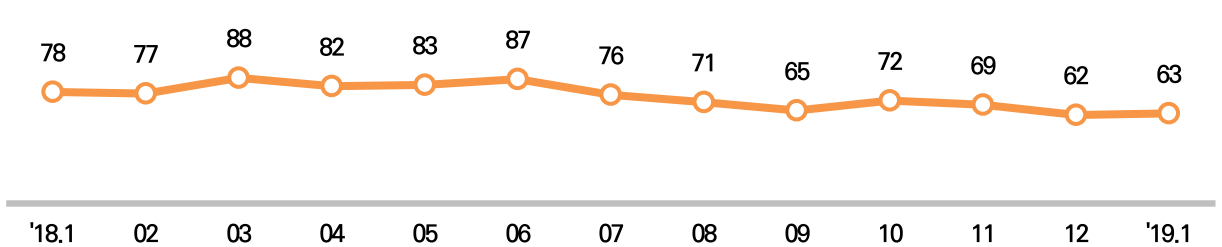
19~29세



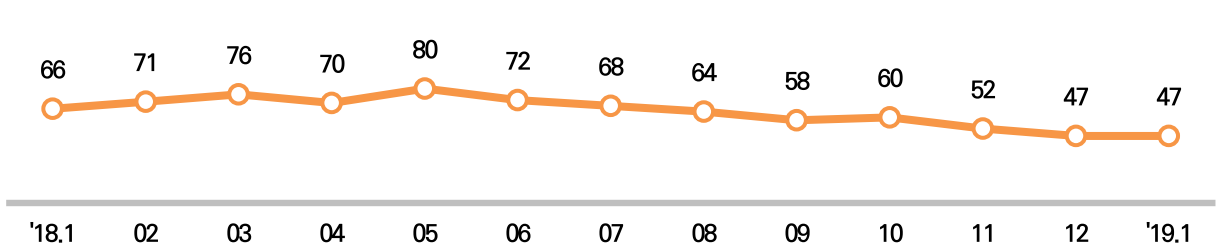
30~39세



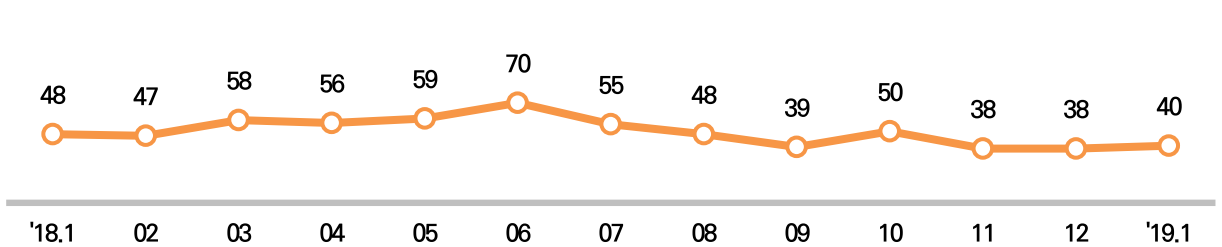
40~49세



50~59세



60세 이상

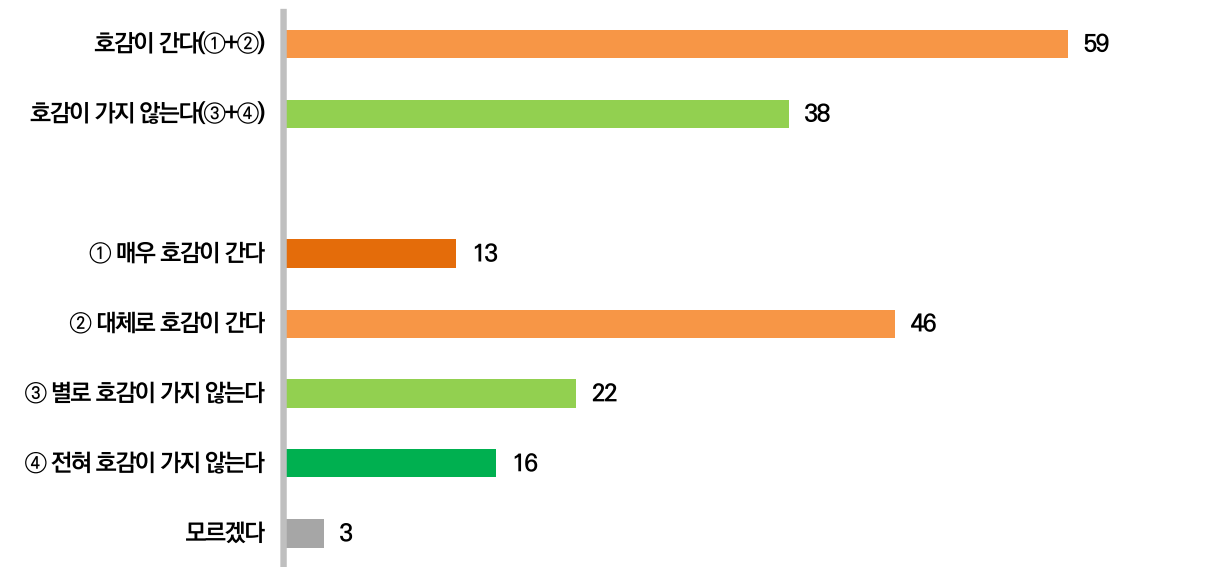


02

국정지표
2) 대통령 호감여부

대통령 호감이 간다 59%, 국정운영 긍정평가(50%)보다 약간 높아

호감이 간다 59%, 호감이 가지 않는다 38% (N=1,000, %)



국정평가와 호감비율 격차 20대에서 가장 커 (N=1,000, %)

Base=전체	사례수(명)	국정운영 잘한다	호감이 간다	격차 (대통령 호감- 국정긍정평가, %p)
전체	(1,000)	50	59	9
연령				
19-29세	(173)	45	60	15
30-39세	(168)	58	70	12
40-49세	(198)	63	72	9
50-59세	(200)	47	57	10
60세 이상	(261)	40	45	5

02

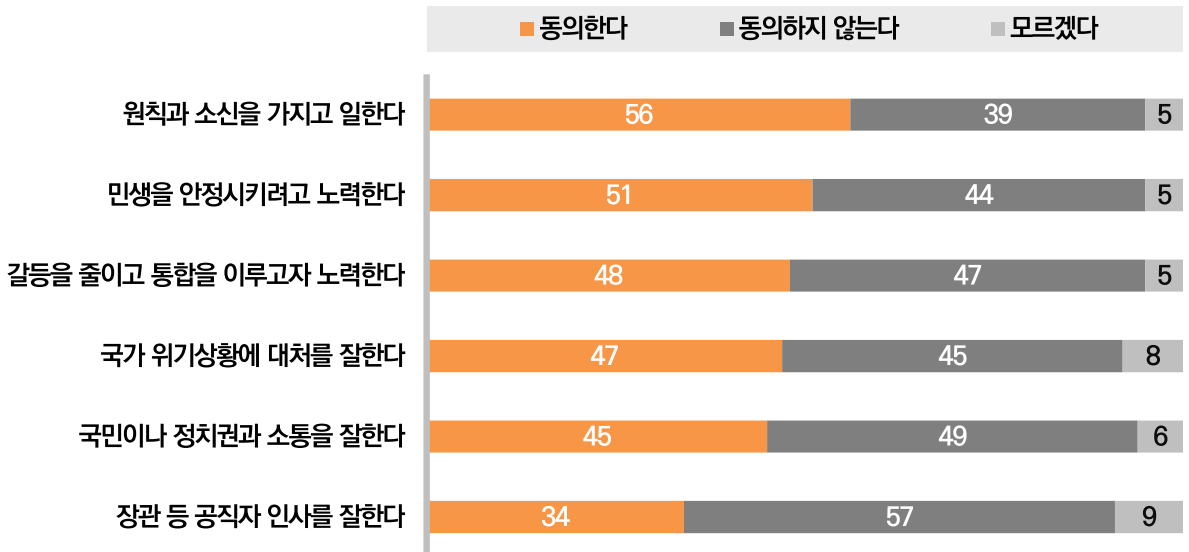
국정지표

3) 대통령 리더십 평가

리더십 관련 모든 차원에서 지난 11월 대비 하락

원칙과 소신에 대한 평가 가장 높고, 공직 인사 평가 가장 낮아

(N=1,000, %)



지난달 대비 모든 부문에서 긍정평가 비율 하락

(N=1,000, 동의한다%, %p)

	'18.1	3	5	7	9	11	'19.1	11월 대비
원칙과 소신을 가지고 일한다	72	78	78	75	64	65	56	-9
민생을 안정시키려고 노력한다	73	71	71	66	58	54	51	-3
갈등을 줄이고 통합을 이루고자 노력한다	62	66	67	64	55	54	48	-6
국민이나 정치권과 소통을 잘한다	69	72	72	67	58	54	45	-9
국가 위기상황에 대처를 잘한다	59	70	73	65	58	55	47	-7
장관 등 공직자 인사를 잘한다	52	57	55	52	42	40	34	-6

02

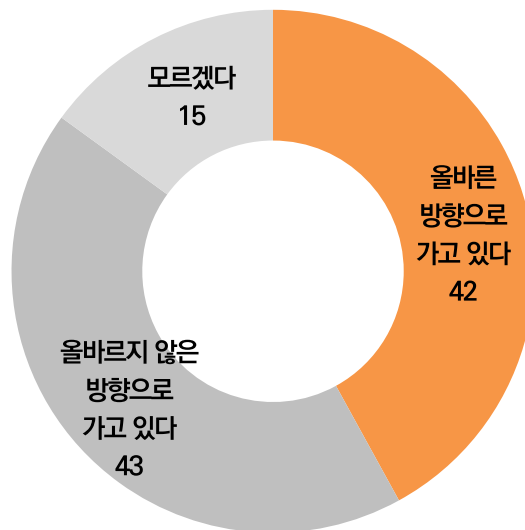
국정지표

4) 국정방향 공감여부

국정방향에 대해서는 긍정평가와 부정평가가 반반

우리나라가 올바른 방향으로 가고 있다 42%, 그렇지 않다 43%

(N=1,000, %)



Base=전체	사례수(명)	올바른 방향으로 가고 있다	올바르지 않은 방향으로 가고 있다	모르겠다	계
전체	(1,000)	42	43	15	100
연령					
19-29세	(173)	33	43	25	100
30-39세	(168)	46	35	19	100
40-49세	(198)	58	28	14	100
50-59세	(200)	43	45	12	100
60세 이상	(261)	33	57	10	100
이념성향					
진보	(302)	68	22	10	100
중도	(386)	39	42	19	100
보수	(261)	21	69	10	100

02

국정지표

5) 인덱스: 경제/안보/삶

국가경제, 안보, 삶에 대한 인식을 현재 상황 평가와 이후 전망으로 구분하여 측정한 뒤, 평가와 전망의 순 긍정 응답비율을 산술평균 하여 지수화(-100과 100사이의 값)하였으며, 이는 미국갤럽의 경제인식 인덱스(Gallup's U.S. Economic Confidence Index)를 참고하였다.

국가경제 인식지수 -48, 지난달과 동일

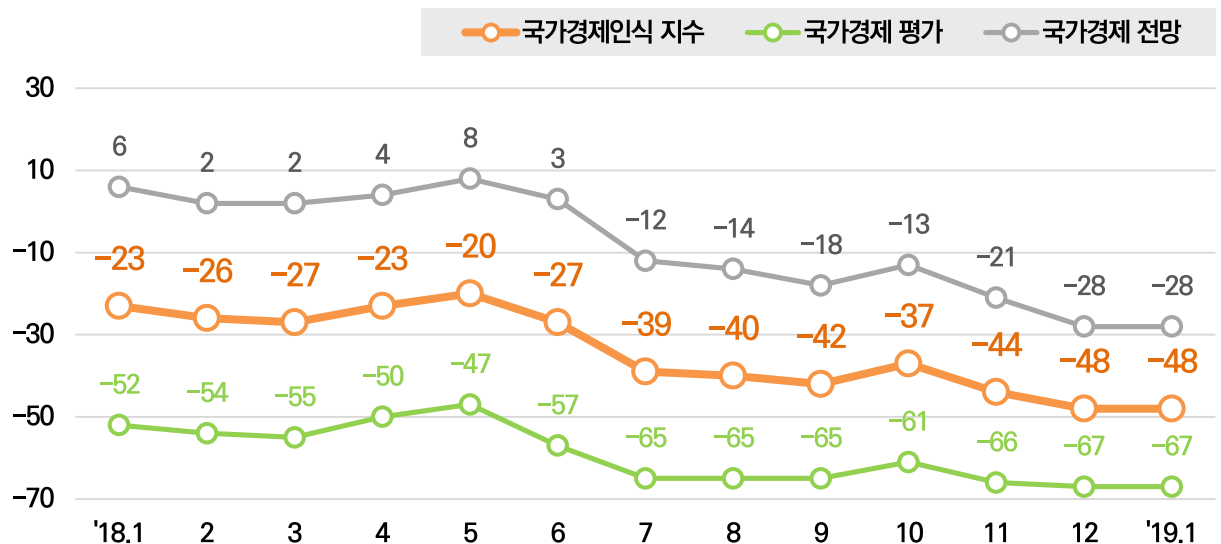
(N=1,000, %)

경제 인식 지수 산출 방식

우리나라 경제상황 평가	좋다 (a)	좋지도 나쁘지도 않다	나쁘다 (b)	모르겠다	계	좋다-나쁘다 (a-b)
	6%	20%	73%	1%	100%	-67(A)
우리나라 경제상황 전망	나아질 것이다(c)	지금과 비슷할 것이다	나빠질 것이다(d)	모르겠다	계	나아질 것- 나빠질 것 (c-d)
	24%	31%	42%	3%	100%	-28(B)
국가경제인식(지수): A와 B의 평균						-48

국가경제 인식지수 지난달과 동일

(N=1,000, 포인트)



02

국정지표

5) 인덱스: 경제/안보/삶

국가안보 인식지수 +15, 지난달 대비 4포인트 상승

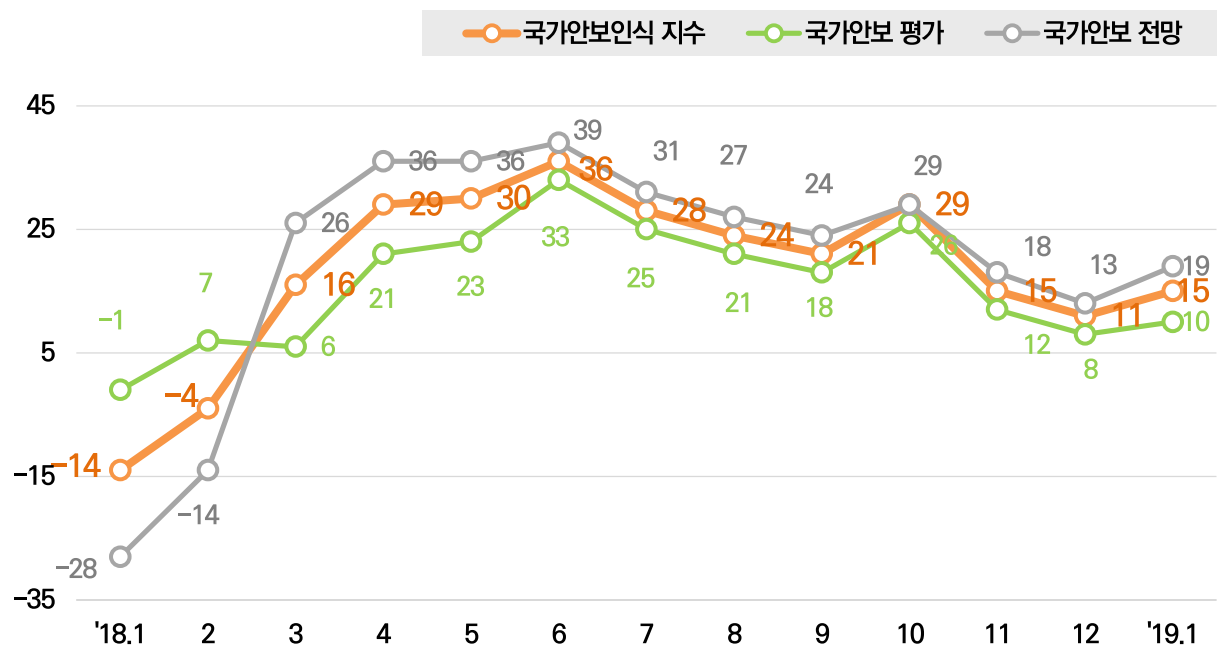
(N=1,000, %)

안보 인식 지수 산출 방식

우리나라 안보상황 평가	좋다 (a)	좋지도 나쁘지도 않다	나쁘다 (b)	모르겠다	계	좋다-나쁘다 (a-b)
	37%	33%	27%	3%	100%	+10(A)
우리나라 안보상황 전망	나아질 것이다(c)	지금과 비슷할 것이다	나빠질 것이다(d)	모르겠다	계	나아질 것- 나빠질 것 (c-d)
	42%	32%	23%	3%	100%	+19(B)
국가안보인식(지수): A와 B의 평균						+15

(N=1,000, 포인트)

국가안보 인식지수 지난달 대비 4포인트 하락



02

국정지표

5) 인덱스: 경제/안보/삶

본인 삶 인식지수 +4, 평가보다는 전망에 더 긍정적

삶 인식 지수 산출 방식

(N=1,000, %)

본인 삶에 대한 평가	좋다 (a)	좋지도 나쁘지도 않다	나쁘다 (b)	모르겠다	계	좋다-나쁘다 (a-b)
	24%	41%	34%	1%	100%	-10(A)
본인 삶에 대한 전망	나아질 것이다(c)	지금과 비슷할 것이다	나빠질 것이다(d)	모르겠다	계	나아질 것- 나빠질 것 (c-d)
	37%	41%	20%	2%	100%	+17(B)
본인 삶에 대한 인식(지수): A와 B의 평균						+4

담당자 오승호 차장

전화 | 02-3014-0167

e-mail | shoh@hrc.co.kr

여론속의
여輿論論

CHAPTER

03

조사개요

조사개요

구 분	내 용
모집단	• 전국의 만19세 이상 성인남녀
표집틀	• 한국리서치 MS 패널(2018년 12월 기준 약 44만명)
표집방법	• 지역별, 성별, 연령별, 학력별 비례할당추출
표본크기	• 1,000명
표본오차	• 무작위추출을 전제할 경우, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%$
조사방법	• 웹조사(휴대전화 문자와 이메일을 통해 url 발송)
가중치 부여방식	• 지역별, 성별, 연령별 가중치 부여(림가중) (2018년 12월 행정자치부 발표 주민등록 인구 기준)
응답율	• 조사요청 7,653명, 조사참여 1,370명, 조사완료 1,000명 (요청대비 13%, 참여대비 73%)
조사일시	• 2019년 1월 18일~21일
조사기관	• (주)한국리서치(대표이사 노익상)

한국리서치 월간리포트

여론속의 여輿론論

Hankook Research

