



# YOLO! 한 번 뿐인 인생, 당신은 만족하고 계신가요?

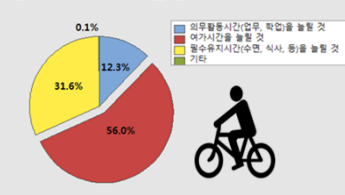
이세영(경기대학교 응용정보통계학과) 김효정(경희대학교 정보전자신소재공학과)



## I. 주제 선정 배경

2016년 통계청 자료에 따르면 향후 여가시간을 늘릴 것이라고 응답한 사람이 56%로 나타났다.

향후 여가시간 활용

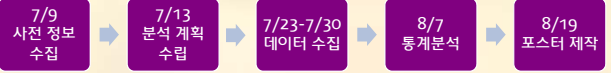


YOLO는 YOU ONLY LIVE ONCE의 약자로 **한 번 사는 인생을 즐기며 살자**는 의미를 가진 신조어이다. 최근 20-30대 사이에 YOLO라는 단어가 유행처럼 번지면서 여가시간을 중요하게 생각하는 사람들이 늘어나고 있다.

따라서 우리는 YOLO족이라는 Life Trend를 인식하고 어떤 특성을 나타내는 지 분석해보았다.

## II. 수행 방법

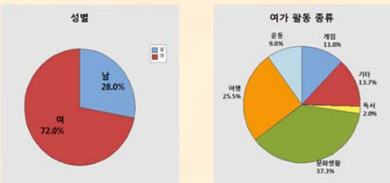
- 기본 계획 구성
  - Yolo족 관련 기사
  - 아이디어 도출 후 수집
- 여가활동 데이터 수집
  - 20-30대 168명을 대상으로 설문
  - 문화체육관광공부
- 진행 일정



## III. 통계 분석

### 1. 기본통계량

설문지 응답자 분석



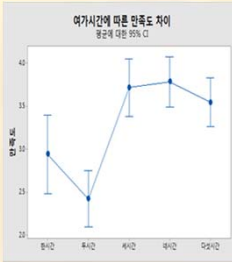
### 응답자의 여가시간에 따라 만족도에 차이가 있을까?

분산 분석

출처	DF	Adj SS	Adj MS	F-값	P-값
요인	4	45.12	11.2801	12.30	0.000
오차	163	149.45	0.9169		
총계	167	194.57			

요인	N	평균	표준 편차	95% CI
한시간	17	2.941	0.966	(2.483, 3.400)
두시간	33	2.424	0.830	(2.095, 2.753)
세시간	32	3.719	0.813	(3.385, 4.053)
네시간	42	3.766	1.025	(3.494, 4.077)
다섯시간	44	3.545	1.066	(3.260, 3.830)



### 5. 다중 회귀분석 / 잔차분석

응답자의 성별, 연령, 소득, 여가시간이 만족도와 관련이 있을까?

STEP 1

출처	DF	Adj SS	Adj MS	F-값	P-값
회귀	4	20.223	7.558	7.49	0.000
남녀	1	0.002	0.0019	0.00	0.966
연령1	1	1.068	1.0677	1.06	0.305
소득	1	0.279	0.2789	0.28	0.600
여가시간	1	20.026	20.0261	19.86	0.000
오차	163	164.348	1.0083		
적합성 검열	123	115.967	0.9428	0.78	0.848
순수 오차	40	48.381	1.2095		
총계	167	194.571			

STEP 2

출처	DF	Adj SS	Adj MS	F-값	P-값
회귀	2	29.925	14.9625	14.96	0.000
연령1	1	8.528	8.5277	8.52	0.004
여가시간	1	20.396	20.3964	20.41	0.000
오차	165	164.646	0.9979		
적합성 검열	125	116.265	0.9301	0.77	0.861
순수 오차	40	48.381	1.2095		
총계	167	194.571			

설문지 응답자를 분석한 결과 무작위로 선별한 20-30대 표본 168명 중 남성 28%, 여성 72%로 나타났다. 여가시간에 하는 활동으로는 콘서트나 음악회와 같은 문화생활 37.3%, 여행 25.5%로 이 두 응답이 절반 이상을 차지하였고, 이외에 게임 11.8%, 운동 9.8%, 독서 2.0%, 기타 13.7%로 나타났다.

분산분석 결과 F값이 12.3이고, P-값이 0.000으로 유의수준  $\alpha = 0.05$ 보다 작으므로 귀무가설  $H_0$ 를 기각한다. 따라서 응답자의 여가시간에 따라서 만족도에 차이가 있다고 할 수 있다.

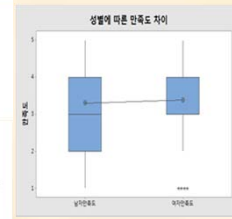
### 3. 2표본 T검정

응답자의 성별에 따라 만족도에 차이가 있을까?

경정

귀무가설  $H_0: \mu_1 - \mu_2 = 0$   
 대립가설  $H_1: \mu_1 - \mu_2 \neq 0$

T-값	DF	P-값
-0.44	81	0.663



기술 통계량 : 응답자의 소득

변수	평균	표준 오차	표준 편차	Q1	중위수	Q3
소득	51.10	1.84	23.83	35.00	41.00	63.00

전체 응답자의 소득을 분석한 결과 월 평균 약 51만원으로 나타났다.

기술 통계량 : 응답자의 여가시간

변수	평균	표준 오차	표준 편차	Q1	중위수	Q3
여가시간	3.375	0.103	1.330	2.000	4.000	5.000

전체 응답자의 여가시간을 분석한 결과 하루 평균 약 3.4시간으로 나타났다.

### 4. 상관분석 / 단순 선형회귀분석

응답자의 연령과 만족도가 관련이 있을까?

Pearson 상관 계수 0.221  
P-값 0.004

분산 분석

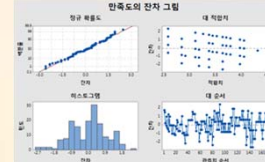
출처	DF	Adj SS	Adj MS	F-값	P-값
회귀	1	9.539	9.539	8.56	0.004
연령1	1	9.539	9.539	8.56	0.004
오차	166	185.033	1.115		
적합성 검열	1	1.090	1.090	0.98	0.324
순수 오차	165	183.942	1.115		
총계	167	194.571			

상관분석 결과 P-값이 0.004로 유의수준  $\alpha = 0.05$ 보다 작으며 Pearson상관계수의 값이 0.221로 약한 양의 상관관계가 있음을 알 수 있다. 따라서 응답자의 연령과 만족도와의 관계를 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다.

회귀분석 결과 P-값이 0.004로 유의수준  $\alpha = 0.05$ 보다 작으므로 귀무가설  $H_0$ 를 기각한다. 즉, 회귀모형이 유의함을 알 수 있다. 따라서 응답자의 연령이 증가할수록 만족도가 증가하는 것을 알 수 있다.

회귀 방정식  
만족도 = 2.841 + 0.355\*연령1

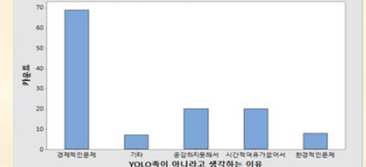
단계적 회귀분석을 한 결과 STEP1에서 여가시간을 제외한 모든 변수들이 유의하지 않음을 알 수 있다. 따라서 유의하지 않은 변수인 성별, 소득 변수를 제외하고 회귀분석을 한 결과 STEP2에서 모든 변수들이 유의하며 회귀모형도 유의함을 알 수 있다. 또한 STEP1보다 STEP2에서 R-제곱의 값, 즉 결정계수의 값이 증가함을 알 수 있고, STEP2에서 VIF의 값이 모두 10보다 작으므로 다중공선성의 문제가 없다고 할 수 있다. 따라서 최종회귀모형의 방정식은 만족도 = 1.982 + 0.336\*연령1 + 0.2629\*여가시간이다.



잔차분석 결과 잔차 그림을 통하여 잔차의 기본가정인 정규성, 등분산성, 독립성을 만족함을 알 수 있다. 따라서 최종회귀모형은 적합하다고 할 수 있다.

### 6. 기타분석

YOLO족이 아니라고 생각하는 이유



응답자중 본인이 YOLO족이 아니라고 생각하는 사람들을 대상으로 그 이유에 대해 물은 결과 대다수인 56%가 경제적인 여유가 없기 때문이라고 응답하였다. 그 외의 응답으로 '시간적 여유가 없어서'와 'YOLO에 공감하지 못하기 때문에'가 각각 16%를 차지했다.

## IV. 결론 및 제언

- 분산분석결과 응답자의 소득과 여가시간에 따라서 만족도에 차이가 있음을 알 수 있었으나 2-표본 T검정의 결과 성별에 따른 만족도에는 차이가 없음을 알 수 있다.
- 연령과 만족도 간의 회귀분석을 실시한 결과 만족도 = 2.841 + 0.355\*연령의 회귀방정식을 통해 연령이 1 증가할 때 만족도는 0.355만큼 증가한다는 것을 알 수 있다.
- 단계별 회귀분석의 결과 만족도 = 1.982 + 0.336\*연령 + 0.2629\*여가시간의 회귀방정식을 통해서 연령이 1 증가할 때 만족도는 0.336만큼 여가시간이 1 증가할 때 0.2629만큼 증가함을 알 수 있다.

- 기업이 YOLO족을 대상으로 마케팅을 할 때에는 남녀에는 구별 없이 소득이 높고 여가시간이 많은 사람들 대상으로 하는 것이 가장 효율적일 것이다.
- 기타분석에서 경제적인 이유가 YOLO에 계약을 가장 크게 준다는 결과를 얻었으므로 저가 마케팅이 경쟁력이 있을 것이다.