

입소스 2026 세계 행복 보고서 발표

한국인 57%만 “현재 행복하다”... 29개국 중 28위, 불행 요인 1위는 재정 상태

- 현재 행복하다고 답한 한국인 비율은 57%로, 글로벌 평균(74%)보다 17%포인트 낮아
- 조사 대상 29개국 중 인도네시아가 86%로 가장 높았고, 헝가리가 54%로 가장 낮아
- 한국의 세대별 행복 응답은 X세대가 62%로 가장 높았고, Z세대가 49%로 가장 낮아

서울, 2026년 3월 19일 – 글로벌 시장조사 기업 입소스(Ipsos)는 한국을 포함한 29개국의 행복 수준을 조사한 ‘2026 세계 행복 보고서(Happiness Report)’를 발표했다. 조사 결과, 현재 행복하다고 답한 한국인 비율은 57%로 29개국 중 28위에 그쳤다. 이는 글로벌 평균인 74%보다 17%포인트 낮은 수준이다. 조사 대상국 중 한국보다 낮은 국가는 헝가리(54%)뿐이었으며, 가장 높은 국가는 인도네시아(86%)였다.

한국인이 불행하다고 느끼는 요인으로는 ‘나의 재정 상태’가 60%로 가장 많이 꼽혔다. 이어 ‘인생이 무의미한 느낌’ 45%, ‘내 주거 상황 또는 생활 조건’ 29% 순이었다.

반면 한국인이 행복을 느끼는 요인으로는 ‘가족 및 자녀와의 관계’가 41%로 1위를 차지했다. 이어 ‘나의 정신 건강과 웰빙’ 39%, ‘인정받거나 사랑받고 있다는 느낌’ 33% 순이었다. 한국에서는 관계와 정서적 인정이 주요 행복 요인으로 나타났다. 글로벌 조사에서도 사랑받고 존중받는다 느끼는 것과 가족 관계가 주요 행복 요인으로 집계됐다.

세대별로 보면 X세대의 행복 응답이 62%로 가장 높았고, Z세대는 49%로 가장 낮았다. 불행 요인에서는 베이비붐 세대(54%), X세대(64%), 밀레니얼 세대(67%)가 모두 ‘나의 재정 상태’를 1위로 꼽은 반면, Z세대는 ‘인생이 무의미한 느낌’(50%)을 가장 많이 선택했다.

행복 요인도 세대별 차이를 보였다. 베이비붐 세대는 ‘정신 건강과 웰빙’(59%)을 가장 많이 꼽았고, X세대와 밀레니얼 세대는 각각 ‘가족 및 자녀와의 관계’를 1위로 선택했다. 반면 Z세대는 ‘나의 친구’(38%)를 가장 많이 꼽아 다른 세대와 차이를 보였다. 특히 밀레니얼 세대에서는 ‘내 주거 상황 또는 생활 조건’이 43%로 두 번째로 높게 나타나, 주거 관련 응답이 상대적으로 두드러졌다.

입소스 코리아 엄기홍 부대표는 “한국은 여전히 글로벌 기준으로 행복도 하위권에 속하지만, 올해 행복하다고 답한 비율은 전년보다 7%포인트 상승했다”며 “다만, 세대별 흐름은 엇갈렸다. Z세대는 지난해 52%에서 올해 49%로 낮아져 전년 대비 행복 응답이 감소한 유일한 세대로 나타났다. 불행 요인에서도 지난해 44%였던 ‘인생이 무의미한 느낌’



PRESS RELEASE

응답이 올해 50%로 높아지며 1위로 올라섰다”고 말했다.

이어 “젊은 세대를 이해할 때 가격 민감도나 경제적 부담만 앞세우면 실제 정서를 놓칠 수 있기 때문에 정책과 브랜드 모두 Z세대가 무엇에 불안을 느끼고 무엇에서 위안을 얻는지 더 입체적으로 볼 필요가 있다”고 덧붙였다.

이번 조사는 입소스가 2025년 12월 24일부터 2026년 1월 9일까지 한국을 포함한 29개국 성인 2만3268명을 대상으로 실시했으며, 한국에서는 16~74세 성인 500명을 조사했다.

###

조사개요

이번 조사는 총 2만3268명을 대상으로 진행됐다. 조사 대상 연령은 인도의 경우 18세 이상 성인, 캐나다·아일랜드·말레이시아·남아프리카공화국·튀르키예·미국은 18~74세, 태국은 20~74세, 인도네시아와 싱가포르는 21~74세, 그 외 모든 국가는 16~74세였다.

표본은 일본 약 2,000명, 호주·벨기에·브라질·캐나다·프랑스·독일·영국·이탈리아·멕시코·스페인·미국 각 약 1,000명, 아르헨티나·칠레·콜롬비아·헝가리·인도네시아·아일랜드·말레이시아·네덜란드·페루·폴란드·싱가포르·남아프리카공화국·한국·스웨덴·태국·튀르키예 각 약 500명으로 구성됐다. 인도의 표본은 약 2,200명이며, 이 중 약 1,800명은 대면조사, 400명은 온라인 조사로 진행됐다.

입소스 소개

입소스는 20,000 명 이상의 리서치 전문가들로 구성된 글로벌 마켓 리서치 기업으로 90개국에서 리서치 및 컨설팅 서비스를 제공하고 있다. 신제품 개발, 마케팅 전략 수립과 활동 평가, 광고 효과 및 미디어 평가, 브랜드, 고객 경험 및 만족도, 정치 사회 조사 등 75 개의 비즈니스 솔루션으로 다양한 클라이언트를 지원한다.