어른의 놀이 시장

같이 놀 사람과 놀 거리 가운데 무엇에 돈을 내는가?

어른이 놀 때 필요한 것

H1 · 이미 모인 모임을 앞두고

모인 사람들과 그날
뭘 하고 놀지 정해 둔다

H2 · 은퇴를 앞두거나 지난 뒤

직장 밖 또래와 정기적으로
어울릴 모임을 갖는다

H3 · 내 돈과 내 시간이 생겼을 때

어릴 때 좋아하던 놀이를
내 것으로 사서 즐긴다

가설별 구매 동기는 검증 전 · 인구·지출 통계는 배경 근거

작게 시작한다면 무엇부터 검증할까

사람을 찾아 주는 일보다 이미 모인 모임에서 할 놀이부터 본다.

순서·가설	결정 근거	남은 핵심 질문
1 · 모임에서 할 놀이	30~50대가 모임 앱에 이미 모여 있음 · 모임 운영 도구가 월 15,500원에 팔림(게시 가격)	모임을 여는 사람이 놀이 순서표(그날 뭘 하고 놀지 적은 것)를 돈 주고 사는가
2 · 50~60대 또래 모임	외롭다는 응답 40%대 · 유료 모임 프로그램이 4회 12만 원에 팔림(게시 가격)	이미 나가는 모임이 있는데도 새 모임에 돈을 내는가
3 · 어릴 때 놀이 사기	기존 브랜드 상품의 실제 매출	레고 같은 완제품 말고 조립 모임·보관 서비스에도 돈을 내는가
4 · 게임 같이 할 또래	직접 근거 없음 · 반대 근거 뚜렷	무료로 하던 게임 모임이 유료가 돼도 남는가

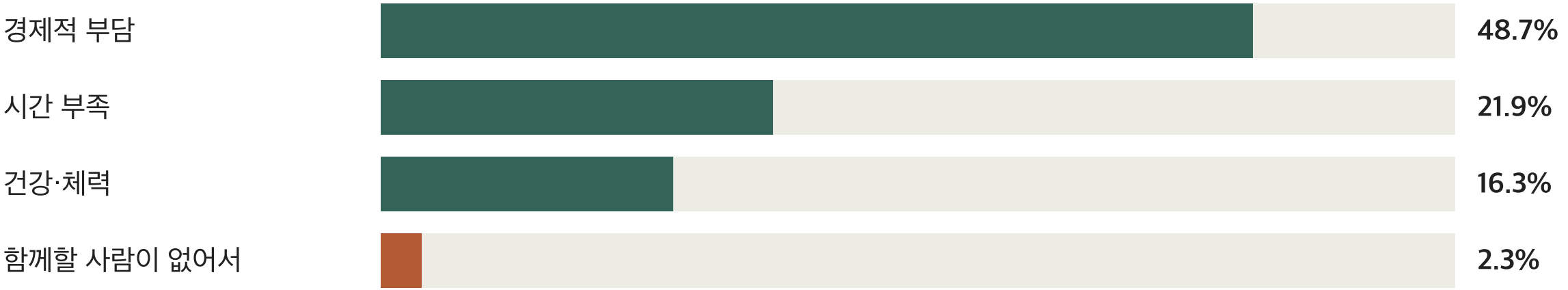
해결하려는 일의 네 가설

같은 어른도 상황에 따라 이루려는 일이 다르다.

가설	상황	이루려는 일	지금 쓰는 것	돈 내는 사람
H1 · 모임에서 할 놀이	동네·취미 모임에 이미 들어가 있는 30~50대가 주말·저녁 모임을 앞두고	모인 사람들이 어색하지 않게 그날 뭘 하고 놀지 미리 정해 두고 싶다	당근 모임·네이버 밴드·소모임 같은 모임 앱, 모임을 여는 사람이 직접 짜는 일정, 보드게임 카페·방탈출 같은 장소	모임을 여는 사람 또는 참가자가 나눠 내는 회비
H2 · 50~60대 또래 모임	은퇴를 앞두거나 막 지난 50~60대가 직장 밖에서 보낼 시간이 늘어날 때	직장 동료가 아닌 또래 친구와 정기적으로 어울릴 취미 모임을 갖고 싶다	동창회·지인 친목 모임, 네이버 밴드, 50플러스센터·복지관 프로그램, 50대 이상 전용 모임 앱(시놀)과 유료 프로그램(오뉴)	본인
H3 · 어릴 때 놀이 사기	30~50대가 자기 돈과 자기 시간이 생겼을 때	어릴 때 좋아하던 놀이(조립 완구·프라모델·피규어·보드게임)를 내 것으로 사서 즐기고 싶다	레고 성인용 세트, 프라모델·피규어, 보드게임, 게임기, 저가 키링·캡슐 완구	본인
H4 · 게임 같이 할 또래	30~50대 직장인이 퇴근 뒤 한두 시간 온라인 게임을 할 때	생활 리듬이 맞는 또래와 부담 없이 같이 게임하고 싶다	디스코드, 카카오톡 오픈채팅, 게임 안 길드, OP.GG 듀오 찾기, 팀원 찾기 앱(Lita)	본인

여가 불만족 이유 중 함께할 사람이 없어서는 2.3%

여가의 걸림돌은 사람보다 돈과 시간이다.



2025년 사회조사 · 여가에 불만족한 사람(전체의 15.9%)이 고른 주된 이유

30~50대의 주말은 가족과 보낸다

동호회와 주말을 보내는 사람은 나이가 들수록 는다.

연령	가족	동호회
30대	58.9%	2.6%
40대	71.8%	4.1%
50대	62.3%	7.5%
60대	—	10.1%

H1 · 모임에서 할 놀이

모인 사람들이 어색하지 않게 그날 뭘 하고 놀지 미리 정해 두고 싶다.

구분	내용
지지 근거	당근모임 월 이용자 1,000만 명, 연령 비중 40대 27%·30대 26%·50대 23%. 지난 1년 단체활동 참여율 30대 68.4%·40대 72.0%·50대 76.0%.
반대 근거	여가 불만족 이유 중 함께할 사람이 없어서는 2.3%. 유료 취향 모임 남의집은 2023년 6월 서비스 종료를 공지.
아직 모르는 것	모임 안에서 놀 거리가 부족한지 직접 물은 조사가 없다. 새 상품에 돈을 낼지는 확인하지 않았다.

H2 · 50~60대 또래 모임

직장 동료가 아닌 또래 친구와 정기적으로 어울릴 취미 모임을 갖고 싶다.

구분	내용
지지 근거	평소 외롭다는 응답 50대 41.7%·60세 이상 42.2%. 65~69세의 17.5%가 동호회 활동을 희망. 시놀은 개설 모임 1,350개·월 이용자 3만 명이라고 기사가 적음.
반대 근거	단체활동 참여율 50대 76.0%. 65~69세의 73.3%가 이미 친목단체에 참여. 65세 이상의 여가 불만족 이유는 경제적 부담 42.6%, 건강·체력 39.3%.
아직 모르는 것	50~64세의 수요를 직접 잰 조사가 없다. 시놀·오뉴의 매출과 유료 이용자 수를 찾지 못했다.

H3 · 어릴 때 놀이 사기

어릴 때 좋아하던 놀이(조립 완구·프라모델·피규어·보드게임)를 내 것으로 사서 즐기고 싶다.

구분	내용
지지 근거	레고코리아 2025년 매출 약 1,859억 원(전년 약 1,738억 원). 최근 1년 캐릭터 상품 구매 경험 30대 81.1%·40대 82.5%·50대 74.2%.
반대 근거	시장 1조 6천억 원은 가정으로 계산한 잠재 규모. 피규어·프라모델류 구매자의 48.9%는 월 5만 원 미만. 코리아보드게임즈 매출은 약 624억 원에서 약 595억 원으로 감소.
아직 모르는 것	레고코리아 매출에서 성인이 산 몫을 가르지 못했다. 국내 완구·보드게임 전체 시장 통계를 찾지 못했다.

H4 · 게임 같이 할 또래

생활 리듬이 맞는 또래와 부담 없이 같이 게임하고 싶다.

구분	내용
지지 근거	한국 게이머의 65%가 온라인에서 적어도 매월 다른 사람과 플레이(16세 이상 전체). 게임 중단 이유 중 하는 방법 모름/하는 지인 없음이 30대 30.7%·40대 28.3%·50대 30.6%.
반대 근거	게임 이용률 30대 64.8%·40대 53.3%·50대 31.3%. 사회활동 때문에 게임한다는 응답 30대 23.2%·40대 22.8%·50대 17.4%. 중단 이유 1위는 시간 부족.
아직 모르는 것	같이 할 또래를 못 구한다는 것을 직접 물은 한국 조사가 없다. 국내 유료 게임 동행 서비스의 결제 사례를 찾지 못했다.

규모 넷 가운데 셋은 사람 수다

금액이 아니고, 가설끼리 겹쳐 더하지 않는다.

가설	추정 규모	무엇을 센 값인가	읽을 때 주의
H1 · 모임에서 할 놀이	약 113만 명	주말 여가를 주로 동호회와 보내는 30~59세	돈을 낸다는 뜻이 아니다
H2 · 50~60대 또래 모임	약 107만 명	같은 기준의 50~64세	H1의 50대 약 65만 명과 겹친다
H3 · 어릴 때 놀이 사기	약 2,454억 원	레고코리아·코리아보드게임즈 2025년 매출 합계	아동용 포함. 성인 몫을 가르지 못했다
H4 · 게임 같이 할 또래	약 1,107만 명	최근 1년 게임을 한 30~59세	같이 할 사람을 찾는 사람 수가 아니다

키덜트 1조 6천억 원은 매출이 아니다

가정으로 계산한 잠재 규모와 확인된 매출을 나눠 본다.

약 1조 6,435억 원 · 가정

20~30대 1인 가구 190만 명이 5,000원~250,000원 9개 가격대 상품을 가격대마다 하나씩 산다고 가정한 2018년 계산.

약 1,859억 원 · 확인된 매출

레고코리아 2025년 감사보고서 매출. 아동용과 성인용을 가르지 않는다.

약 595억 원 · 확인된 매출

코리아보드게임즈 2025년 감사보고서 매출. 전년 약 624억 원보다 줄었다.

게임 이용률은 나이가 들수록 낮다

50대는 셋 중 한 명이 게임을 한다.



2025 게임이용자 실태조사 · 최근 1년 게임 이용률

주말 스포츠는 남자가 많고 친목 단체 참여는 비슷하다

첫 실험은 모임이 모인 까닭에 따라 둘로 나눠 결제율을 비교한다.

항목	남자	여자
주말에 스포츠 활동을 한 사람	19.3%	7.4%
단체활동 참여자 중 친목·사교 단체	80.6%	80.1%
40대 하루 교제 및 참여활동	36분	55분
40대 하루 게임 및 놀이	20분	5분

시장 지출과 새 상품 결제를 구분한다

새 상품에 돈을 낼지는 어느 가설에서도 확인하지 않았다.

가설·결제자	근거 수준	확인한 내용
H1 · 모임을 여는 사람 또는 참가자 회비	인접 시장의 실제 지출	여가 비용 월평균 18만 5천 원. 소모임 프리미엄 모임권 월 15,500원은 게시 가격
H2 · 본인	게시 가격만 확인	오뉴 독서 살롱 4회 12만 원. 시럽인연 가입 비용 300만 원부터
H3 · 본인	인접 시장의 실제 지출	레고코리아 매출 약 1,859억 원. 피규어·프라모델류 구매자의 48.9%가 월 5만 원 미만
H4 · 본인	게시 가격만 확인	Lita 앱 내 구입 100코인 1,200원부터. 돈을 쓴 30대 PC 게임 이용자의 연간 지출 23.9만 원

관심에서 실제 반복 결제로 확인을 좁힌다

H1의 첫 실험을 네 단계로 본다.

관심에서 반복 결제까지

① 제안

모임 여는 20명에게
유료로 제안

② 첫 결제

4명 이상이
결제하는가

③ 실제 사용

모임에서 순서표를
끝까지 쓰는가

④ 다시 주문

결제한 모임의 절반이
4주 안에 재주문하는가

H1 첫 실험의 제안 순서. 인원과 조건은 작성자의 제안이며 실험 결과가 아니다.

가설마다 첫 실험을 제안한다

인원·가격·조건은 제안이며 실험 결과가 아니다.

가설	시험 가격	통과 조건	중단 조건
H1 · 모임에서 할 놀이	모임 1회 3만 원(참가자 6명이 5천 원씩 나누는 수준).	20명 가운데 4명 이상이 결제하고, 결제한 모임의 절반 이상이 4주 안에 다시 주문한다. 두 갈래의 결제율을 따로 적는다. 4명 이상이 결제했지만 다시 주문한 모임이 절반에 못 미치거나 결제가 2~3건이면 거절 이유를 정리해 순서표를 고친 뒤 모임을 여는 다른 20명에게 한 번 더 제안한다.	결제가 1건 이하이거나, 거절 이유의 대부분이 "무료로 직접 짜면 된다"이면 멈춘다.
H2 · 50~60대 또래 모임	4회 4만 원.	30명에게 알려 8명 이상이 결제하고, 결제한 사람의 절반 이상이 네 번 모두 나온다.	결제가 3명 이하이거나, 거절 이유의 대부분이 "이미 나가는 모임이 있다"이면 멈춘다.
H3 · 어릴 때 놀이 사기	1회 2만 원.	50명 가운데 10명 이상이 결제한다.	결제가 3명 이하이면 멈춘다.
H4 · 게임 같이 할 또래	월 5,000원.	2주 동안 30명 이상이 2회 넘게 참여하고, 유료 전환 때 10명 이상이 결제한다.	2회 넘게 참여한 사람이 10명 이하이거나 유료 전환 결제가 3명 이하이면 멈춘다.

어디까지 확인했나

인용이 원문에 있다는 것까지 확인했다.

출처 23개

통계·보고서·공시 원문 14, 기사 4, 사업자 자료 5. 게시일이 원문에 없는 출처 6개.

인용 43건 대조

초안을 쓴 AI와 다른 AI가 원문과 하나씩 맞춰 봤다.

직접 물은 조사 0건

설문·인터뷰는 하지 않았다. 새 상품의 지불 의사는 확인하지 않았다.