

연구 리포트 2024-01

2024 Outcampus Trend Report

2024 대학생 대외활동 참여실태 및 인식조사

2024.03.14

목차

일러두기 4p

조사 개요 5p

조사 결과 7p

보고서 활용 안내 28p

1. 대외활동 참여실태 및 인식	7	2. 공모전 참여실태 및 인식	17
1) 2023년 대외활동 운영현황	8	1) 2023년 공모전 운영현황	18
2) 2023년 대외활동 참여율 및 참여횟수	9	2) 2023년 공모전 참여율 및 참여횟수	19
3) 대외활동 참여 시 주요 고려요소	11	3) 공모전 참여 시 주요 고려요소	21
4) 선호하는 대외활동 유형	12	4) 선호하는 공모전 유형	22
5) 대외활동 관련 인식	13		
6) 대외활동·공모전 정보 습득 경로	15		
7) 취업에 도움이 되는 활동	16		
		3. 기업 주관 강연 참여실태 및 인식	23
		1) 기업 주관 강연 참여율 및 참여횟수	24
		2) 기업 주관 강연 참여 시 주요 고려요소	25
		3) 기업 주관 강연 참여 목적	26
		4) 선호하는 강연 주제	27

조사 개요

일러두기

1. 본 보고서는 연구 결과 도출과 관련하여 어떠한 금전적 지원도 받지 않았습니다.
2. 본 보고서의 연령은 **연 나이**(현재 연도에서 출생 연도를 뺀 나이)를 기준으로 합니다.
3. 본 보고서의 데이터는 소수점 둘째 자리에서 반올림하여 소수점 첫째 자리까지 표기하였으므로, 보고서 상에 표기된 값의 합이 100%가 되지 않는 **반올림 오차**(Rounding error)가 발생할 수 있습니다.
4. 복수응답 문항의 비율은 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
5. 사례수가 30명 미만일 경우, 조사 결과 해석에 유의하시기 바랍니다.
6. 데이터 표에서 **붉은색 음영**은 전체 평균 대비 **+5%p** 이상 차이가 있음을 의미합니다.

조사 목적

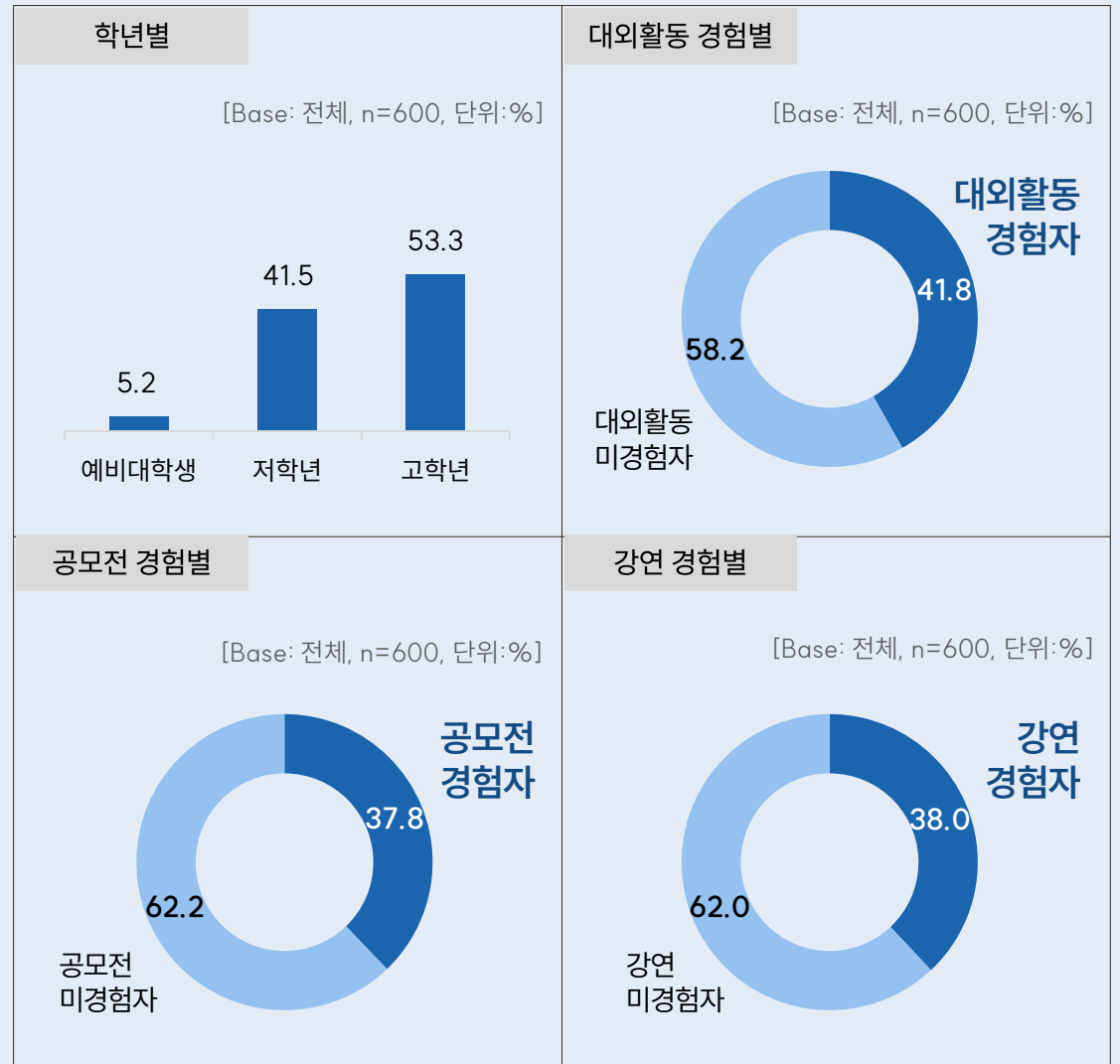
- 대학 내 활동 외 기업·기관 주관 대학생 참여 프로그램, 공모전, 강연 등 대외활동에 대한 대학생들의 관심이 꾸준히 이어짐
- 이에, 현재 대외활동·공모전의 운영 현황과 참여율 및 솔직한 인식을 정량적 데이터를 통해 분석하여, 향후 대학생 대외활동 트렌드를 예측하고 올바른 대외활동 참여 및 운영의 선(善)순환 구조를 이끌어 내기 위한 기초 자료를 마련하고자 함

조사 과정

Step1. 데스크리서치		Step2. 정량조사	
조사방법	2023년 한 해 동안 운영된 대외활동·공모전 현황 수집	조사 방법	구조화된 설문지를 활용한 온라인 패널조사
조사대상	대학생 맞춤형 활동 추천 서비스 <링커리어>에서 2022년 11월 ~ 2023년 10월 사이에 업로드 된 대외활동 및 공모전 모집 공고	조사 대상	전국 19~29세 남녀 대학생 *조사 시점 당시 예비대학생(23학번)포함
		유효 표본 수	600명
		표본 추출	인구통계비례에 따른 성·연령·지역 할당표본추출
조사시기	2024년 1월 9일 ~ 2월 23일 (14일 간)	조사시기	2024년 2월 13일 ~ 2월 20일 (8일 간)
조사내용	2023년 대외활동 운영 현황 (프로그램 유형, 주관 기관, 운영 기간, 혜택 등) 2023년 공모전 운영 현황 (프로그램 유형, 주관 기관, 운영 기간, 혜택 등) <i>*운영 현황은 2022년부터 조사 대상이 달라져 22년부터 비교함</i>	조사내용	<ul style="list-style-type: none"> • 대외활동·공모전 정보 습득 경로 • 대외활동·공모전·강연 참여율 및 참여횟수 • 대외활동·공모전·강연 참여 시 주요 고려요소 • 선호하는 대외활동·공모전·강연 유형 • 대외활동 관련 인식 • 비대면 활동·강의·강연 참여행태 • 비대면 활동·강의·강연에 대한 평가 • 비대면 활동 톨 이용 행태 • 비대면 강의·강연 만족도

응답자 상세 정보

구분		빈도(명)	비율(%)
전체		600	100.0
성별	남성	300	50.0
	여성	300	50.0
연령	19-21세	229	38.2
	22-24세	297	49.5
	25-29세	74	12.3
지역	수도권	314	52.3
	비수도권	286	47.7
학년	예비대학생	31	5.2
	1학년	49	8.2
	2학년	200	33.3
	3학년	200	33.3
	4학년 이상	120	20.0
대학유형	4년제	490	81.7
	전문·기타	110	18.3
전공계열	인문·상경	236	39.3
	자연·공학	301	50.2
	예체능·기타	63	10.5
취업 희망 1순위	국내 대기업	244	40.7
	중견·중소·벤처기업	53	8.8
	외국계/해외 현지 기업	55	9.2
	공기업·공공기관	67	11.2
	공무원	49	8.2
	전문직	70	11.7
	창업·기타	62	10.3



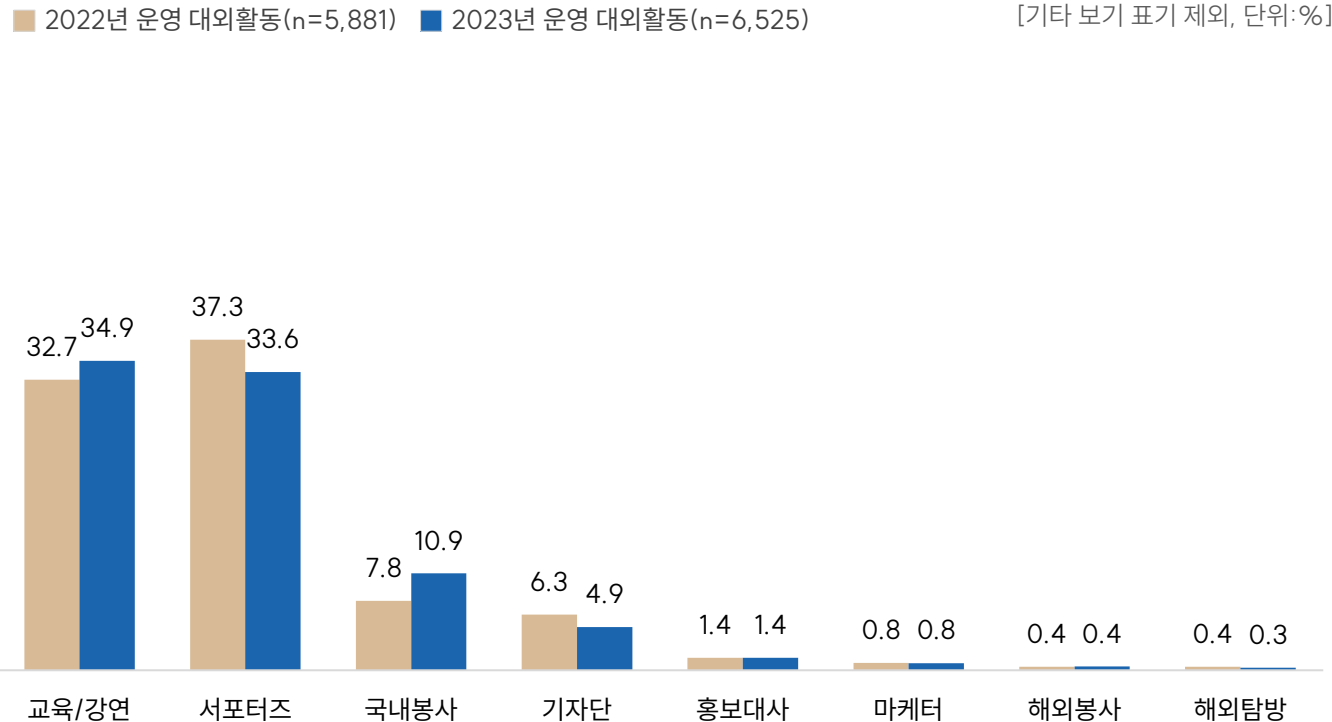
조사 결과

1. 대외활동 참여실태 및 인식

2023년 주로 운영된 대외활동은 '교육·강연(34.9%)'과 '서포터즈(33.6%)'임

- '교육·강연'과 '서포터즈'의 비중이 가장 높고, 이어서 국내봉사(10.9%) > 기자단(4.9%) 순임
- 2022년과 비교 시 '교육·강연'과 '국내봉사'의 비중이 소폭 늘었는데, '교육·강연'은 온라인 실무 교육 플랫폼의 증가, '국내봉사'는 엔데믹 영향으로 인해 늘어난 것으로 해석됨
- 대외활동의 운영 주체는 '교육·연구기관'이 가장 많았고 지방자치단체(14.9%) > 재단·협회(14.8%) > 정부·공공기관(7.8%) 순으로 나타남

연도별 운영 대외활동 유형



2023년 대외활동 운영주체

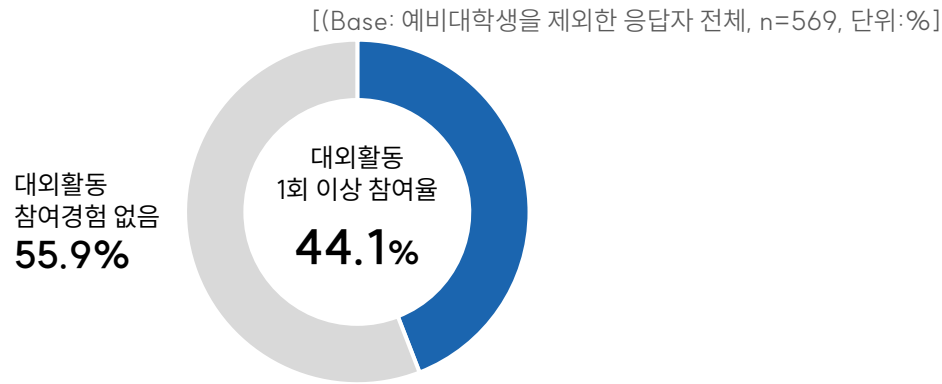
[Base: 2023년 운영 대외활동, n=6,525]

순위	대외활동 운영주체	빈도(개)	비율(%)
1	교육/연구기관	1780	27.3
2	지방자치단체	973	14.9
3	재단/협회	967	14.8
4	정부/공공기관	506	7.8
5	민간복지단체	346	5.3
6	전자통신/IT	283	4.3
7	여행/문화	261	4.0
8	마케팅/광고/기획	172	2.6
9	언론/출판	163	2.5
10	금융/보험	113	1.7
10	화장품/패션	109	1.7
12	식품/외식업	102	1.6
13	엔터테인먼트	96	1.5
14	건설/제조	83	1.3
15	생활제품/디자인	56	0.9
16	유통	26	0.4
17	제약/병원	22	0.3
17	그룹사	18	0.3
19	외국단체	15	0.2
-	기타	429	6.6

2023년 대학생 대외활동 참여율은 '44.1%', 1인 평균 참여횟수는 '1.78회'임

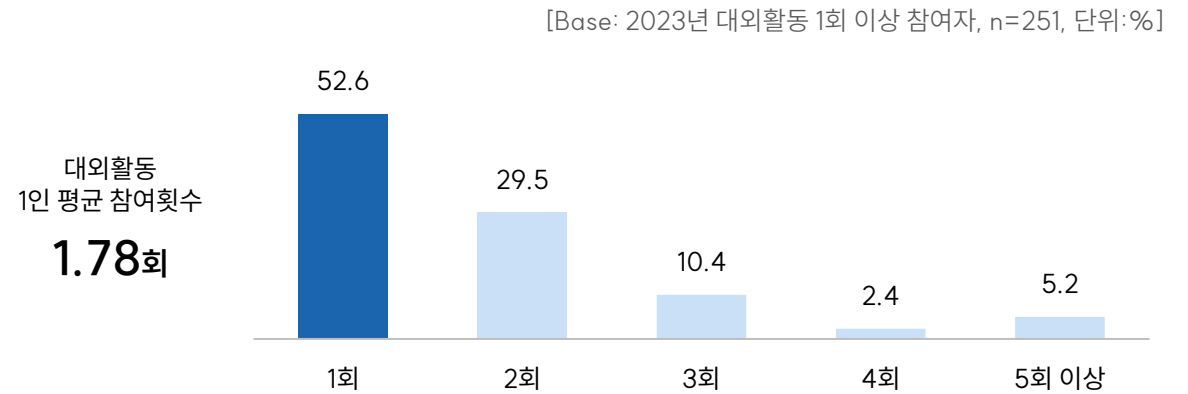
- 저학년보다는 고학년, 지방권보다는 수도권의 참여율이 상대적으로 더 높고 전공계열별로는 예체능 계열이 가장 높은 참여율을 보임
- 1인 평균 참여 횟수는 인문·상경 계열이 1.85회로 전공계열 중 가장 높음

2023년 대외활동 참여율



전체	성별		학년별		지역별		전공계열별		
	남성	여성	저학년	고학년	수도권	지방권	인문·상경	자연·공학	예체능·기타
(Base)	(290)	(279)	(249)	(320)	(294)	(275)	(224)	(288)	(57)
경험 있음	44.8	43.4	41.4	46.3	47.3	40.7	44.6	42.7	49.1
경험 없음	55.2	56.6	58.6	53.8	52.7	59.3	55.4	57.3	50.9

2023년 대외활동 1인 평균 참여횟수



전체	성별		학년별		지역별		전공계열별		
	남성	여성	저학년	고학년	수도권	지방권	인문·상경	자연·공학	예체능·기타
(Base)	(130)	(121)	(103)	(148)	(139)	(112)	(100)	(123)	(28*)
1인 평균 참여횟수	1.76	1.80	1.80	1.77	1.83	1.72	1.85	1.69	1.93

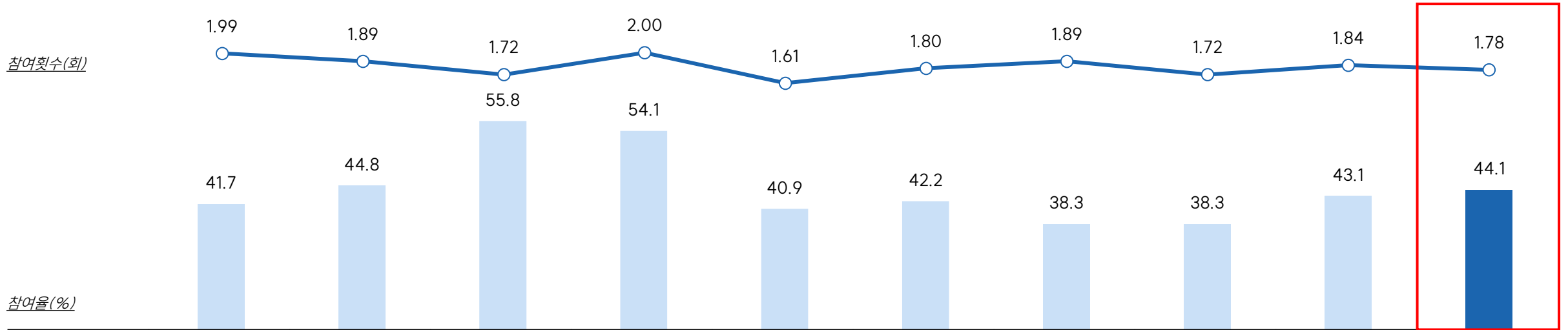
*사례수 30 미만으로 결과 해석에 유의 필요

2023년 대외활동 참여율 및 1인 평균 참여 횟수는 2022년과 유사한 수준임

- 2021년부터 3년 간 공모전 참여율이 소폭 상승하는 추세임
- 공모전 1인 평균 참여횟수는 2022년 1.84회에서 2023년 1.78회로 소폭 하락함

연도별 대외활동 참여율 및 참여횟수

[참여율 Base: 각 연도별 예비대학생을 제외한 응답자 전체, 단위:%]
 [참여횟수 Base: 각 연도별 대외활동 1회 이상 참여자, 단위:회]



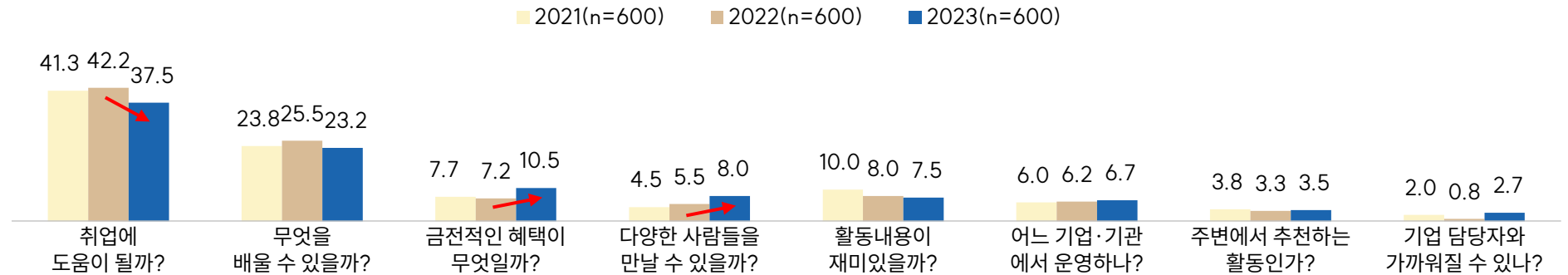
	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
참여율 (Base)	(800)	(793)	(943)	(930)	(677)	(720)	(540)	(540)	(561)	(569)
참여횟수 (Base)	(334)	(355)	(526)	(503)	(277)	(304)	(207)	(207)	(242)	(251)

대외활동 참여 시 취업에 도움되는지 여부를 가장 많이 고려함

- 취업 도움 여부 다음으로는 '무엇을 배울 수 있을지(23.2%)', '금전적 혜택이 무엇일지(10.5%)' 순으로 고려함
- 2022년과 비교 시 '취업 도움 여부'를 고려하는 비율은 감소하고, '금전적 혜택'이나 '다양한 사람들의 만남' 등 부가적인 혜택에 대한 기대가 소폭 오름
- 예체능 계열은 다른 전공계열과 달리 '무엇을 배울 수 있을지'가 고려요소 1위로 나타났고, 다양한 사람들의 만남에 대한 기대가 비교적 큼

연도별 대외활동 참여 시 주요 고려요소

[Base: 전체, 단위:%, 기타 보기 표기 제외]



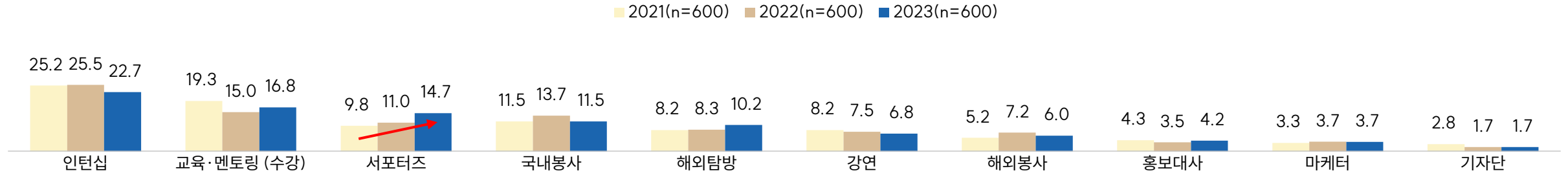
전체 (Base)	성별		학년별			지역별		전공계열별			대외활동 경험별	
	남성 (300)	여성 (300)	예비대학생 (31)	저학년 (249)	고학년 (320)	수도권 (314)	지방권 (286)	인문·상경 (236)	자연·공학 (301)	예체능·기타 (63)	미경험자 (349)	경험자 (251)
취업에 도움이 될까?	34.3	40.7	29.0	36.5	39.1	37.9	37.1	39.4	38.5	25.4	40.4	33.5
무엇을 배울 수 있을까?	23.0	23.3	32.3	20.1	24.7	22.9	23.4	24.2	21.6	27.0	26.1	19.1
금전적인 혜택이 무엇일까?	11.3	9.7	16.1	13.3	7.8	11.8	9.1	11.0	10.3	9.5	11.7	8.8
다양한 사람들을 만날 수 있을까?	9.3	6.7	3.2	8.4	8.1	7.0	9.1	5.9	7.6	17.5	6.0	10.8
활동내용이 재미있을까?	7.7	7.3	6.5	8.8	6.6	7.0	8.0	6.8	7.6	9.5	6.6	8.8
어느 기업·기관에서 운영하나?	5.3	8.0	3.2	6.4	7.2	8.0	5.2	6.4	7.0	6.3	4.0	10.4
주변에서 많이 추천하는 활동인가?	5.0	2.0	3.2	4.0	3.1	2.5	4.5	3.8	3.3	3.2	2.6	4.8
기업 담당자와 가까워질 수 있나?	3.3	2.0	3.2	2.0	3.1	2.2	3.1	2.1	3.3	1.6	1.7	4.0

가장 선호하는 대외활동은 직무 경험을 해볼 수 있는 '인턴십(22.7%)'

- 인턴십 다음으로 선호도가 높은 대외활동은 교육·멘토링(16.8%) > 서포터즈(14.7%) > 국내봉사(11.5%) > 해외탐방(10.2%) 순임
- 서포터즈 선호도가 소폭이긴 하나 3년 연속 상승하는 경향을 보여 주목할 만하며, 특히 대외활동 경험자의 선호도가 높음
- 학년별로 보면 '인턴십'은 고학년, '교육·멘토링'과 '해외봉사'는 예비대학생의 선호도가 비교적 높음
- 전공계열별로 보면 '국내봉사'와 '해외탐방'은 예체능 계열이 상대적으로 더 선호함

연도별 선호하는 대외활동

[Base: 전체, 단위:%, 기타 보기 표기 제외]



전체	성별		학년별			지역별		전공계열별			대외활동 경험별	
	남성	여성	예비 대학생	저학년	고학년	수도권	지방권	인문·상경	자연·공학	예체능·기타	미경험자	경험자
(Base)	(300)	(300)	(31)	(249)	(320)	(314)	(286)	(236)	(301)	(63)	(349)	(251)
인턴십	23.3	22.0	16.1	15.7	28.8	24.2	21.0	24.6	23.9	9.5	22.9	22.3
교육·멘토링(수강)	18.7	15.0	25.8	18.1	15.0	17.2	16.4	17.4	16.6	15.9	19.2	13.5
서포터즈	12.0	17.3	0.0	14.9	15.9	16.2	12.9	15.3	14.0	15.9	11.2	19.5
국내봉사	9.7	13.3	16.1	14.5	8.8	8.6	14.7	10.6	11.0	17.5	11.5	11.6
해외탐방	11.0	9.3	12.9	12.0	8.4	9.6	10.8	8.5	9.6	19.0	10.3	10.0
강연	8.3	5.3	3.2	6.8	7.2	6.1	7.7	6.8	7.3	4.8	7.4	6.0
해외봉사	4.7	7.3	22.6	6.8	3.8	5.7	6.3	4.7	6.6	7.9	6.9	4.8
홍보대사	4.0	4.3	0.0	3.6	5.0	4.8	3.5	3.8	4.7	3.2	3.7	4.8
마케터	3.7	3.7	0.0	4.8	3.1	4.1	3.1	4.7	2.7	4.8	3.4	4.0
기자단	2.0	1.3	0.0	1.6	1.9	1.9	1.4	2.1	1.3	1.6	0.9	2.8

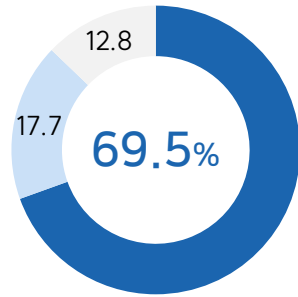
대학생 69.5%가 입사 희망 기업의 대외활동을 해보아야 한다고 생각함

- 대외활동의 필요성 67.5%, 입사 희망 기업 대외활동의 필요성 69.5%, 대외활동 경험이 취업에 불리하다는 인식이 62.7%로 취업을 위해서 대외활동이 필요하다는 인식이 높은 편임
- 대외활동 경험이 적으면 취업에 불리하다는 인식은 고학년(67.2%)일 때 비교적 높음
- 전문성을 위해 개인미디어를 운영해볼 의향은 46.0%로 높지는 않음. 다만 대외활동 경험자는 58.6%가 의향 있다고 응답해 대외활동 경험 후에 개인미디어의 운영 필요성이 높아지는 것으로 보임

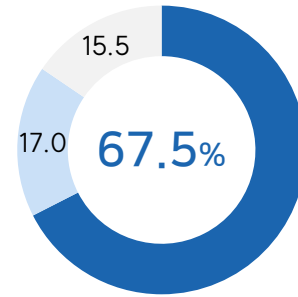
대외활동 관련 인식

[Base: 전체, n=600, 7점척도, 단위:%]

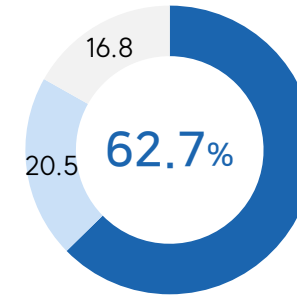
- 긍정응답(5+6+7점)
- 중도응답(4점)
- 부정응답(1+2+3점)



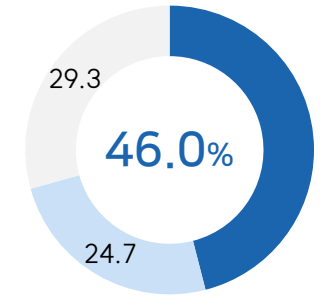
입사를 위해 희망 기업이 운영하는 대외활동은 해보아야 한다고 생각한다



졸업하기 전 대외활동을 꼭 한번은 해보아야 한다고 생각한다



남들에 비해 대외활동 경험이 적으면 취업시장에서 다소 불리하다고 생각한다



전문성을 돋보이기 위해 블로그, SNS 등 개인미디어를 운영해 볼 의향이 있다

전체	성별		학년별			지역별		전공계열별			대외활동 경험별	
	남성	여성	예비 대학생	저학년	고학년	수도권	지방권	인문·상경	자연·공학	예체능·기타	미경험자	경험자
(Base)	(300)	(300)	(31)	(249)	(320)	(314)	(286)	(236)	(301)	(63)	(349)	(251)
입사 희망 기업의 대외활동은 해보아야 한다	67.0	72.0	74.2	64.3	73.1	69.7	69.2	69.9	70.1	65.1	67.3	72.5
졸업 전 대외활동을 꼭 해보아야 한다	63.7	71.3	74.2	67.9	66.6	67.5	67.5	69.5	68.4	55.6	61.0	76.5
대외활동 경험이 적으면 취업에 불리하다	61.3	64.0	61.3	57.0	67.2	64.3	60.8	64.8	62.8	54.0	59.9	66.5
개인미디어를 운영해 볼 의향이 있다	44.0	48.0	38.7	42.6	49.4	45.9	46.2	44.9	46.2	49.2	37.0	58.6

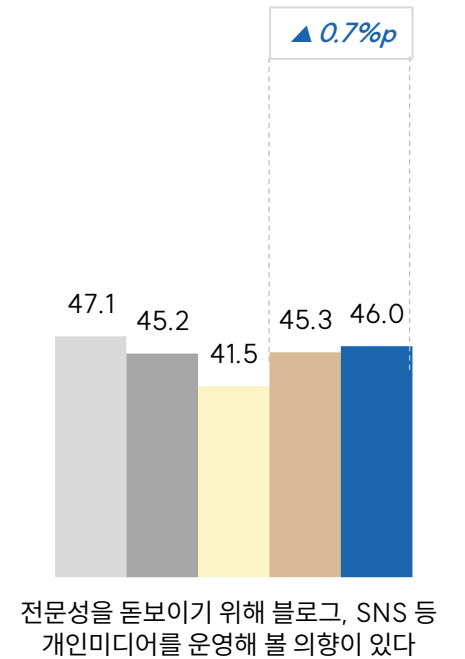
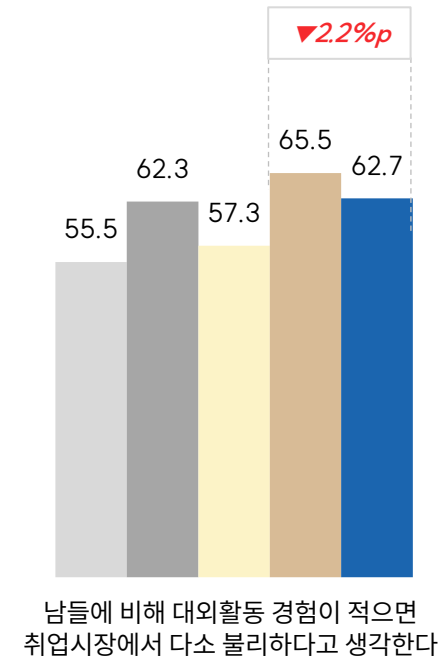
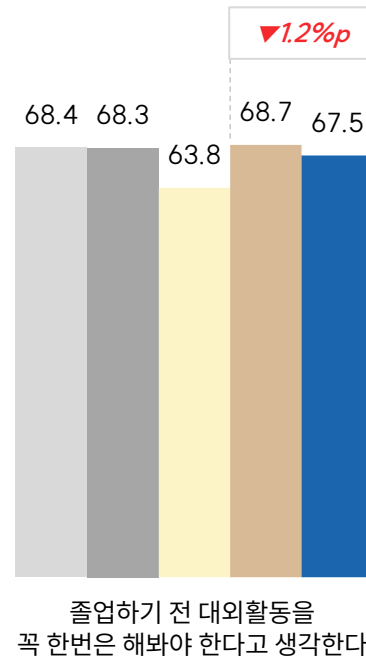
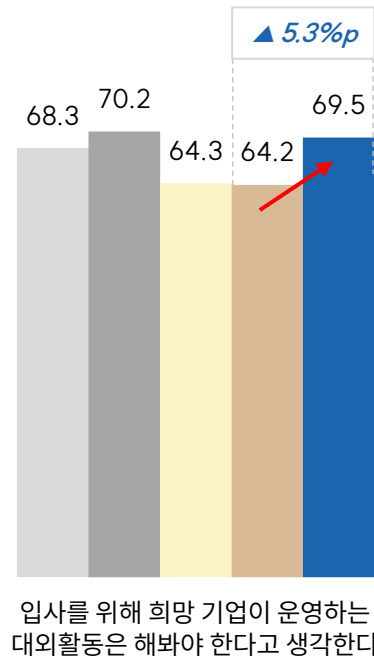
입사 희망 기업이 운영하는 대외활동이 필요하다는 인식이 2022년 대비 상승함

- '대외활동을 꼭 한번 해봐야 한다', '대외활동 경험이 적으면 취업에 불리하다'는 인식은 2022년 대비 아주 소폭 감소했으나 비슷한 수준임

연도별 대외활동 관련 인식 비교

[Base: 전체, 7점척도, 단위:긍정응답률(%)]

■ 2019(n=800) ■ 2020(n=600) ■ 2021(n=600) ■ 2022(n=600) ■ 2023(n=600)



대외활동·공모전 정보는 '캠퍼스 관련 앱(19.5%)'에서 주로 습득

- '캠퍼스 관련 앱'에 이어 커리어 전문 온라인 커뮤니티·카페(13.4%) > 학교·학과 소셜커뮤니티(13.1%) > 대학생 커리어 전문 인스타그램 피드·스토리(10.5%) 순으로 나타남
- 링크리어, 속삭 등 '커리어 전문 온라인 커뮤니티·카페' 정보는 특히 인문·상경 계열(19.2%)이 많이 이용함

대외활동·공모전 정보 습득 경로

■ 1순위 ■ 1+2순위

[Base: 2023년 대외활동·공모전 정보를 찾아본 적 있는 응답자, n=313, 단위:1순위%, 기타 보기 표기 제외]

	전체		성별		학년별		지역별		전공계열별			대외활동 경험별		공모전 경험별	
			남성	여성	저학년	고학년	수도권	지방권	인문·상경	자연·공학	예체능·기타	미경험자	경험자	미경험자	경험자
	(Base)		(149)	(164)	(120)	(193)	(164)	(149)	(120)	(166)	(27*)	(101)	(212)	(135)	(178)
캠퍼스 관련 앱 (ex. 에브리타임 등)	19.5	34.2	15.4	23.2	21.7	18.1	20.7	18.1	19.2	20.5	14.8	31.7	13.7	24.4	15.7
커리어 전문 온라인 커뮤니티·카페	13.4	21.7	10.1	16.5	9.2	16.1	14.0	12.8	19.2	10.8	3.7	11.9	14.2	11.9	14.6
학교·학과 소셜커뮤니티 (ex. 대숲 등)	13.1	28.8	15.4	11.0	15.0	11.9	12.2	14.1	10.8	13.9	18.5	11.9	13.7	15.6	11.2
대학생 커리어 전문 인스타그램 피드·스토리	10.5	16.9	9.4	11.6	10.0	10.9	11.6	9.4	10.8	9.0	18.5	7.9	11.8	8.1	12.4
학교 커뮤니티·게시판 (ex. 고파스 등)	8.3	17.3	6.0	10.4	5.8	9.8	5.5	11.4	10.8	7.8	0.0	7.9	8.5	10.4	6.7
포털사이트 메인 게시물	6.4	11.8	6.0	6.7	7.5	5.7	7.3	5.4	7.5	4.2	14.8	4.0	7.5	4.4	7.9
개인 블로그나 SNS	5.4	11.5	5.4	5.5	5.0	5.7	7.3	3.4	3.3	7.2	3.7	6.9	4.7	7.4	3.9
유튜브 채널 (ex. 대외활동연구소 등)	5.1	9.9	8.1	2.4	8.3	3.1	4.9	5.4	4.2	6.0	3.7	3.0	6.1	2.2	7.3
일반 기업, 공공기관의 공식 블로그, SNS	4.5	9.9	3.4	5.5	3.3	5.2	6.1	2.7	5.8	3.6	3.7	3.0	5.2	5.2	3.9
대학생 커리어 전문 카카오톡 챗봇	3.5	5.1	6.0	1.2	5.0	2.6	3.0	4.0	2.5	3.0	11.1	5.0	2.8	3.7	3.4
주변 지인을 통해 직접 전달·확인	2.9	10.9	3.4	2.4	3.3	2.6	1.8	4.0	2.5	3.6	0.0	4.0	2.4	5.2	1.1
대학생 커리어 전문 오픈채팅방	2.9	6.7	4.0	1.8	2.5	3.1	1.8	4.0	1.7	3.6	3.7	2.0	3.3	0.7	4.5
포스터, 현수막 등 오프라인 광고·프로모션	2.6	8.9	4.7	0.6	1.7	3.1	1.8	3.4	0.8	4.2	0.0	0.0	3.8	0.0	4.5
일반 온라인 커뮤니티·카페 (ex. 오유 등)	1.0	4.5	1.3	0.6	1.7	0.5	0.6	1.3	0.8	1.2	0.0	0.0	1.4	0.7	1.1
페이스북 페이지 (ex. 대외활동뭉치 등)	1.0	1.9	1.3	0.6	0.0	1.6	1.2	0.7	0.0	1.2	3.7	1.0	0.9	0.0	1.7

취업에 도움이 되는 활동 1위는 '전공·관심분야 자격증 취득(20.0%)'

- 이어서 자격증 > 학점 > 인턴십 > 수상경력 > 대외활동 > 외국어 점수 순으로 나타남
- '인턴십'은 인문·상경계열, '공모전·대회 수상경력'과 '관심분야 교육 및 강연'은 예체능 계열에서 비교적 중요하게 생각함

취업에 도움이 되는 활동

■ 1순위 ■ 1+2+3+4+5순위

[Base: 전체, n=600, 단위:1순위%, 기타 보기 표기 제외]

	전체 (Base)	성별		학년별			지역별		전공계열별			대외활동 경험별		공모전 경험별		
		남성 (300)	여성 (300)	예비대학생 (31)	저학년 (249)	고학년 (320)	수도권 (314)	지방권 (286)	인문·상경 (236)	자연·공학 (301)	예체능·기타 (63)	미경험자 (349)	경험자 (251)	미경험자 (373)	경험자 (227)	
전공·관심분야 자격증 취득	20.0	65.5	20.7	19.3	22.6	16.5	22.5	19.7	20.3	20.3	21.3	12.7	24.4	13.9	21.4	17.6
학점	19.0	56.5	14.7	23.3	22.6	22.5	15.9	17.2	21.0	16.9	21.3	15.9	21.5	15.5	20.6	16.3
기업·기관 인턴십 프로그램	14.0	53.0	14.3	13.7	3.2	12.0	16.6	15.6	12.2	19.5	11.3	6.3	14.3	13.5	13.9	14.1
공모전·대회 수상경력	8.2	48.8	7.0	9.3	16.1	7.6	7.8	9.2	7.0	6.4	7.3	19.0	7.7	8.8	9.4	6.2
기업·기관이 주관하는 대외활동	6.5	48.5	7.0	6.0	0.0	7.2	6.6	5.4	7.7	5.9	6.6	7.9	4.3	9.6	5.9	7.5
외국어 점수	5.7	45.3	5.7	5.7	3.2	5.6	5.9	5.7	5.6	4.7	6.6	4.8	4.3	7.6	4.8	7.0
전공·관심분야 교육 및 강연	4.2	26.7	4.7	3.7	3.2	4.4	4.1	5.7	2.4	3.0	4.0	9.5	4.6	3.6	4.0	4.4
경력을 위한 아르바이트	4.2	25.8	6.3	2.0	9.7	4.4	3.4	3.8	4.5	3.8	4.3	4.8	3.7	4.8	3.8	4.8
교환학생·어학연수	3.5	24.3	3.7	3.3	6.5	4.0	2.8	4.5	2.4	4.7	2.7	3.2	2.6	4.8	2.4	5.3
개인 PR을 위한 SNS 운영	3.5	20.8	4.0	3.0	0.0	4.4	3.1	3.5	3.5	3.4	3.3	4.8	2.9	4.4	2.7	4.8
창업	2.7	12.5	3.0	2.3	3.2	1.2	3.8	3.2	2.1	3.8	2.0	1.6	2.3	3.2	2.9	2.2
국내·해외 봉사활동	2.5	17.0	2.0	3.0	0.0	4.0	1.6	2.2	2.8	3.4	2.3	0.0	1.7	3.6	2.7	2.2
취업 관련 교육 및 캠프	2.3	26.0	2.7	2.0	3.2	2.0	2.5	0.6	4.2	0.8	3.7	1.6	2.0	2.8	2.1	2.6
개인적 취미활동(독서, 운동 등)	2.2	17.3	2.3	2.0	3.2	2.8	1.6	1.9	2.4	2.1	1.7	4.8	2.3	2.0	2.1	2.2
배낭여행·해외여행	1.7	11.8	2.0	1.3	3.2	1.2	1.9	1.6	1.7	1.3	1.7	3.2	1.4	2.0	1.1	2.6

조사 결과

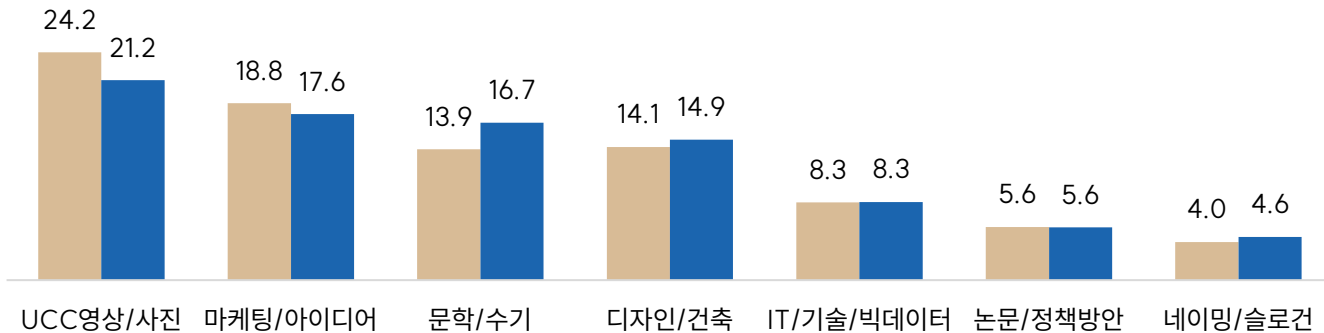
2. 공모전 참여실태 및 인식

2023년 가장 많이 운영된 공모전 유형은 'UCC영상·사진(21.2%)'

- 이어서 마케팅·아이디어(17.6%) > 문학·수기(16.7%) > 디자인·건축(14.9%) 순으로 나타남
- 지방자치단체(22.1%), 재단·협회(19.4%), 정부·공공기관(17.3%)이 주최한 공모전이 가장 많은 비중을 차지함

2023년 운영 공모전 유형

■ 2022년 운영 공모전(n=3,460) ■ 2023년 운영 대외활동(n=3,477) [기타 보기 제외, 단위:%]



2023년 공모전 운영주체

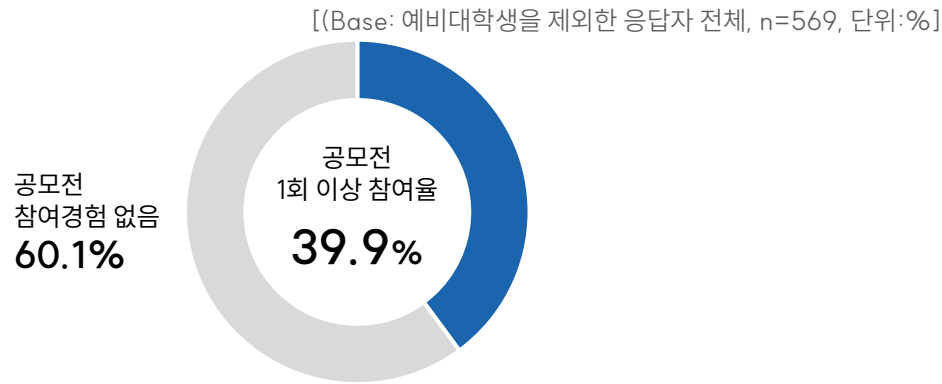
[Base:2023년 운영 공모전, n=3,477]

순위	공모전 운영주체	빈도(개)	비율(%)
1	지방자치단체	769	22.1
2	재단/협회	674	19.4
3	정부/공공기관	601	17.3
4	교육/연구기관	291	8.4
5	언론/출판	203	5.8
6	전자통신/IT	179	5.1
7	여행/문화	147	4.2
8	엔터테인먼트	118	3.4
9	마케팅/광고/기획	70	2.0
10	건설/제조	55	1.6
11	식품/외식업	47	1.4
12	금융/보험	44	1.3
13	화장품/패션	40	1.2
14	민간복지단체	33	0.9
15	생활제품/디자인	21	0.6
16	제약/병원	19	0.5
16	유통	17	0.5
18	자동차	8	0.2
19	그룹사	1	0.0
-	기타	140	4.0

2023년 대학생 공모전 참여율은 '39.9%', 1인 평균 참여횟수는 '1.76회'

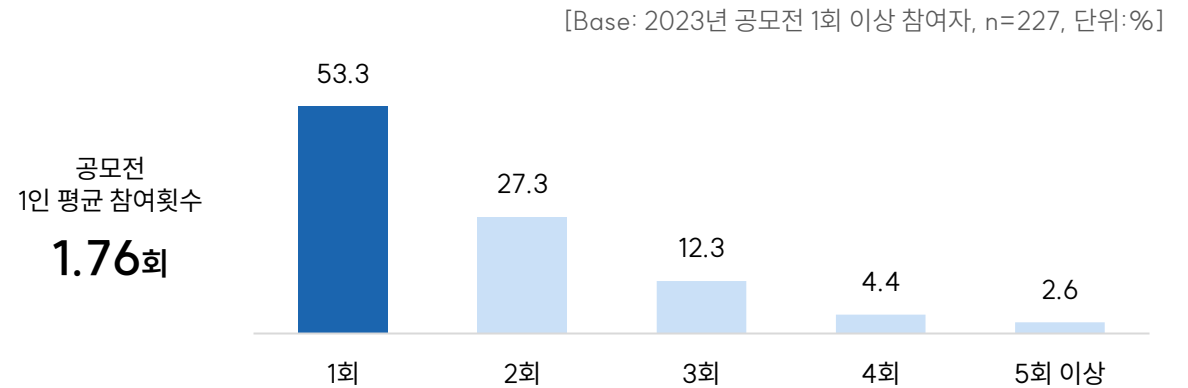
- 전반적으로 응답자 특성별 차이가 크지 않으나 예체능 계열의 참여율(45.6%)이 상대적으로 높음
- 전공계열별로 보면 인문·상경 계열의 1인 평균 참여횟수가 가장 높음

2023년 공모전 참여율



전체	성별		학년별		지역별		전공계열별		
	남성	여성	저학년	고학년	수도권	지방권	인문·상경	자연·공학	예체능·기타
(Base)	(290)	(279)	(249)	(320)	(294)	(275)	(224)	(288)	(57)
경험 있음	43.1	36.6	36.9	42.2	41.2	38.5	40.6	38.2	45.6
경험 없음	56.9	63.4	63.1	57.8	58.8	61.5	59.4	61.8	54.4

2023년 공모전 1인 평균 참여횟수



전체	성별		학년별		지역별		전공계열별		
	남성	여성	저학년	고학년	수도권	지방권	인문·상경	자연·공학	예체능·기타
(Base)	(125)	(102)	(92)	(135)	(121)	(106)	(91)	(110)	(*26)
1인 평균 참여횟수	1.74	1.78	1.76	1.76	1.79	1.73	1.88	1.60	2.00

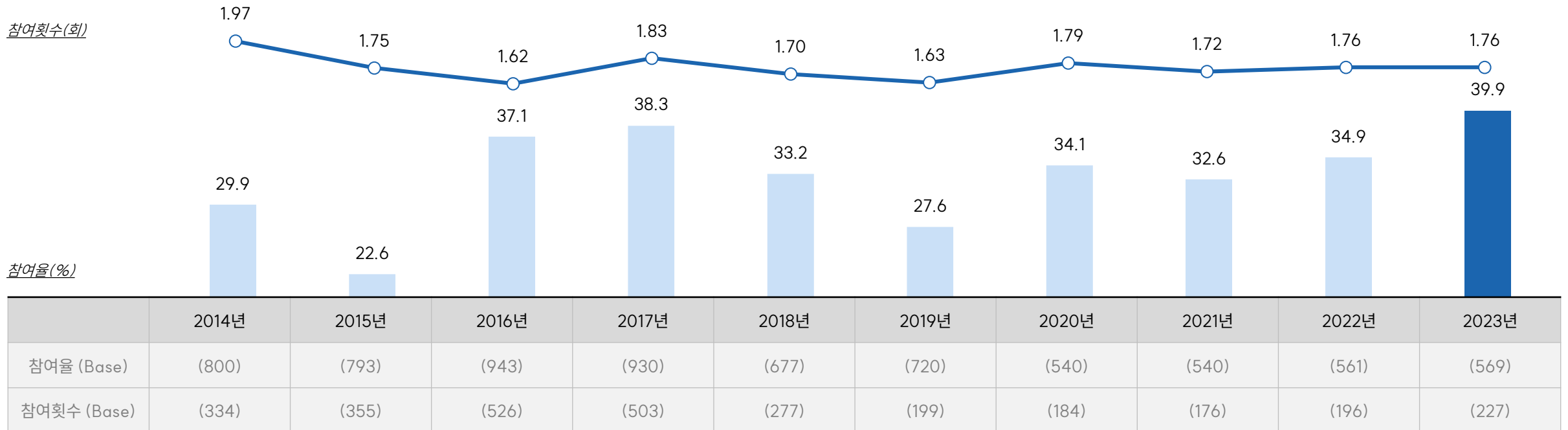
*사례수 30 미만으로 결과 해석에 유의 필요

2023년 공모전 참여율은 2022년에 비해 상승함

- 2021년부터 지난 3년 간 공모전 참여율이 지속 상승하는 추세이며 2022년(34.9%) 대비 2023년 공모전 참여율(39.9%)이 5%p 상승함
- 반면 공모전 1인 평균 참여횟수(1.76회)는 2022년 수준을 유지함

연도별 공모전 참여율 및 참여횟수

[참여율 Base: 각 연도별 예비대학생을 제외한 응답자 전체, 단위:%]
 [참여횟수 Base: 각 연도별 공모전 1회 이상 참여자, 단위:회]

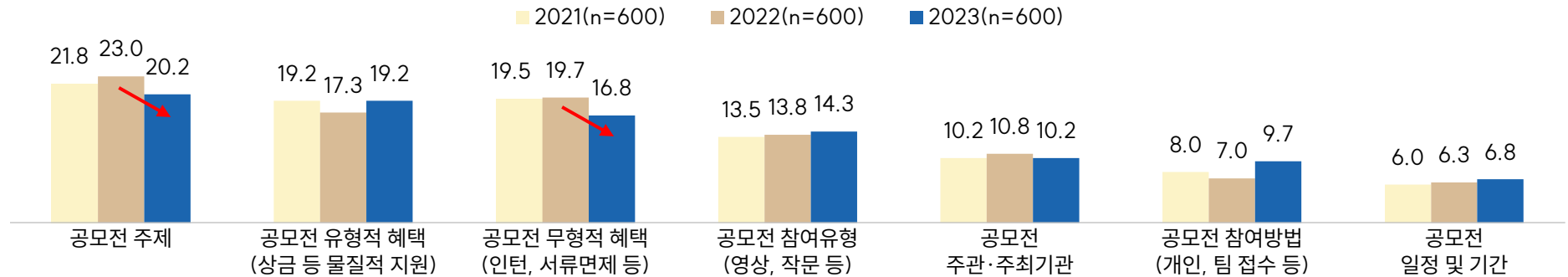


공모전 참여 시 주로 고려하는 요소는 '공모전 주제(20.2%)'

- 다음으로 유형적 혜택(19.2%) > 무형적 혜택(16.8%) > 참여유형(14.3%) 순임
- 2년간 3위에 머물렀던 '유형적 혜택'이 2023년에는 2위로 올라오며 무형적 혜택보다는 물질적인 보상을 더 중시하는 경향이 돋보임
- 예체능 계열은 다른 전공에 비해 '참여유형'을, 공모전 경험자는 '주관·주최기관'을 고려한다는 응답률이 비교적 높음

연도별 공모전 참여 시 주요 고려요소

[Base: 전체, 단위:%, 기타 보기 표기 제외]



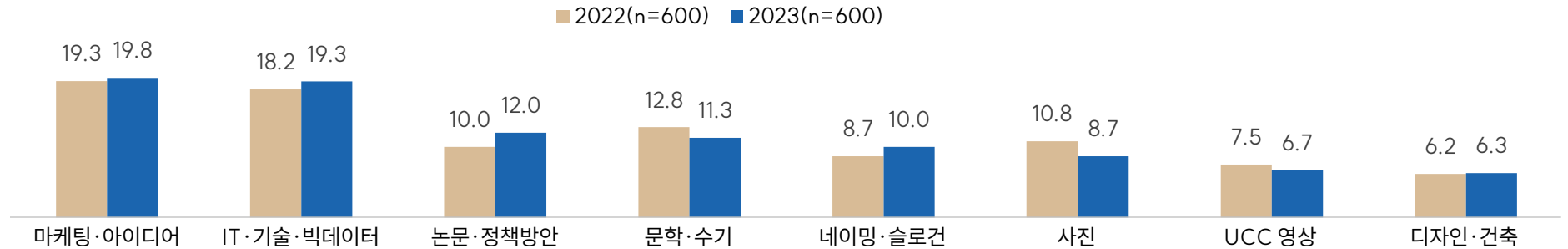
전체	성별		학년별			지역별		전공계열별			공모전 경험별	
	남성	여성	예비 대학생	저학년	고학년	수도권	지방권	인문·상경	자연·공학	예체능·기타	미경험자	경험자
(Base)	(300)	(300)	(31)	(249)	(320)	(314)	(286)	(236)	(301)	(63)	(373)	(227)
공모전 주제	18.7	21.7	29.0	17.7	21.3	21.0	19.2	21.2	20.9	12.7	21.2	18.5
공모전 유형적 혜택 (상금 등 물질적 지원)	19.0	19.3	19.4	20.1	18.4	18.5	19.9	19.9	18.3	20.6	17.7	21.6
공모전 무형적 혜택 (인턴, 서류면제 등)	17.7	16.0	19.4	16.5	16.9	17.5	16.1	14.8	19.3	12.7	20.1	11.5
공모전 참여유형 (영상, 작문 등)	14.0	14.7	6.5	16.9	13.1	16.9	11.5	15.7	11.0	25.4	14.2	14.5
공모전 주관·주최기관	12.3	8.0	3.2	9.2	11.6	8.6	11.9	10.2	10.6	7.9	7.0	15.4
공모전 참여방법 (개인, 팀 접수 등)	8.0	11.3	12.9	12.0	7.5	8.9	10.5	9.3	9.3	12.7	8.8	11.0
공모전 일정 및 기간	8.0	5.7	6.5	6.0	7.5	5.7	8.0	5.5	8.6	3.2	6.7	7.0

선호하는 공모전 유형은 '마케팅·아이디어(19.8%)' > 'IT·기술·빅데이터(19.3%)' 순

- 이어서 논문·정책방안(12.0%) > 문학·수기(11.3%) > 네이밍·슬로건(10.0%) 순이며, 전반적인 선호 비율은 2022년 수준을 유지함
- 응답자 특성별로 보면 '마케팅·아이디어'는 여성과 인문·상경 계열이, 'IT·기술·빅데이터'는 남성과 자연·공학 계열이 상대적으로 더 선호함
- 예체능 계열은 다른 전공에 비해 UCC영상, 디자인·건축 유형 공모전을 선호하는 비율이 높음

연도별 선호하는 공모전 유형

[Base: 전체, 단위:%, 기타 보기 표기 제외]



전체	성별		학년별			지역별		전공계열별			공모전 경험별	
	남성	여성	예비 대학생	저학년	고학년	수도권	지방권	인문·상경	자연·공학	예체능·기타	미경험자	경험자
(Base)	(300)	(300)	(31)	(249)	(320)	(314)	(286)	(236)	(301)	(63)	(373)	(227)
마케팅·아이디어	14.3	25.3	19.4	19.7	20.0	20.4	19.2	25.8	14.6	22.2	18.2	22.5
IT·기술·빅데이터	25.3	13.3	12.9	16.9	21.9	19.4	19.2	11.9	28.2	4.8	19.6	18.9
논문·정책방안	12.0	12.0	16.1	10.0	13.1	14.0	9.8	14.0	11.0	9.5	12.1	11.9
문학·수기	10.0	12.7	3.2	14.1	10.0	11.5	11.2	12.7	10.6	9.5	10.7	12.3
네이밍·슬로건	10.7	9.3	6.5	8.4	11.6	10.2	9.8	11.0	9.3	9.5	9.4	11.0
사진	8.7	8.7	12.9	8.8	8.1	9.6	7.7	8.9	8.6	7.9	9.1	7.9
UCC영상	6.3	7.0	6.5	8.4	5.3	6.1	7.3	6.8	4.3	17.5	6.4	7.0
디자인·건축	6.7	6.0	16.1	8.4	3.8	5.4	7.3	2.5	7.0	17.5	5.9	7.0

조사 결과

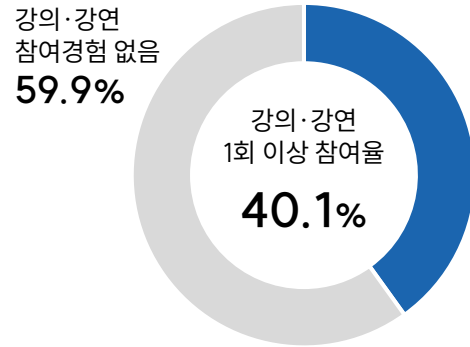
3. 기업 주관 강연 참여실태 및 인식

2023년 기업 주관 강연 참여율은 '40.1%', 1인 평균 참여횟수는 '1.74회'

- 강연 참여율은 최근 3년간 비슷한 추세를 보이고 있음
- 인당 평균 참여 횟수는 2022년 1.57회에서 2023년 1.74회로 증가함

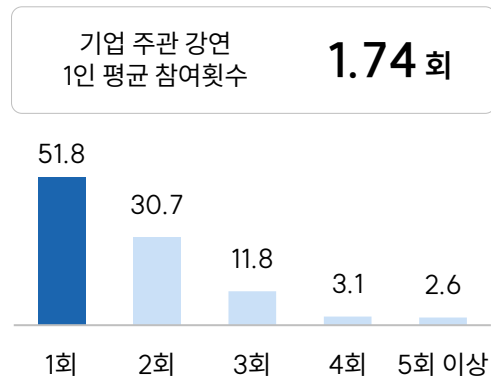
2023년 기업 주관 강연 참여율

[Base: 예비대학생을 제외한 응답자 전체, n=569, 단위:%]



2023년 기업 주관 강연 1인 평균 참여횟수

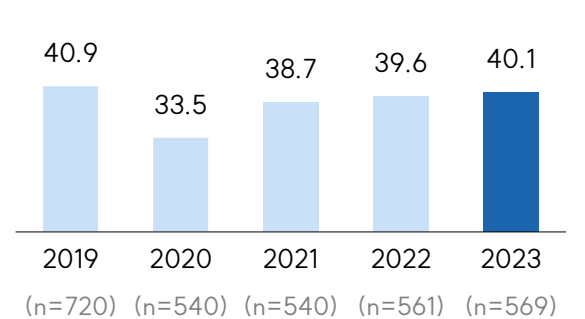
[Base: 2023년 기업 주관 강의·강연 1회 이상 참여자, n=228, 단위:회]



[응답자 특성별 2023년 기업 주관 강의·강연 참여율]

전체	성별		학년별		지역별		전공계열별		
	남성	여성	저학년	고학년	수도권	지방권	인문·상경	자연·공학	예체능·기타
(Base)	(290)	(279)	(249)	(320)	(294)	(275)	(224)	(288)	(57)
경험 있음	41.7	38.4	36.9	42.5	41.5	38.5	38.4	40.6	43.9
경험 없음	58.3	61.6	63.1	57.5	58.5	61.5	61.6	59.4	56.1

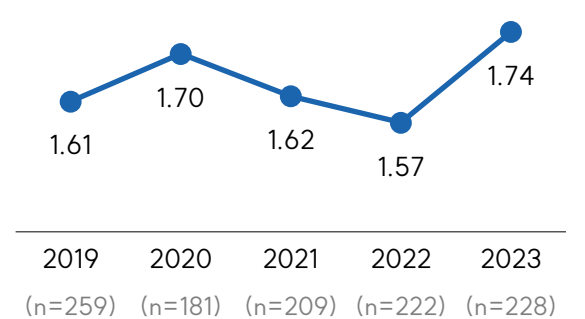
[연도별 강연 참여율]



[응답자 특성별 기업 주관 강의·강연 1인 평균 참여횟수]

전체	성별		학년별		지역별		전공계열별		
	남성	여성	저학년	고학년	수도권	지방권	인문·상경	자연·공학	예체능·기타
(Base)	(121)	(107)	(92)	(136)	(122)	(106)	(86)	(117)	(25*)
1인 평균 참여횟수	1.85	1.62	1.77	1.72	1.71	1.77	1.85	1.61	2.00

[연도별 강연 1인 평균 참여 횟수]

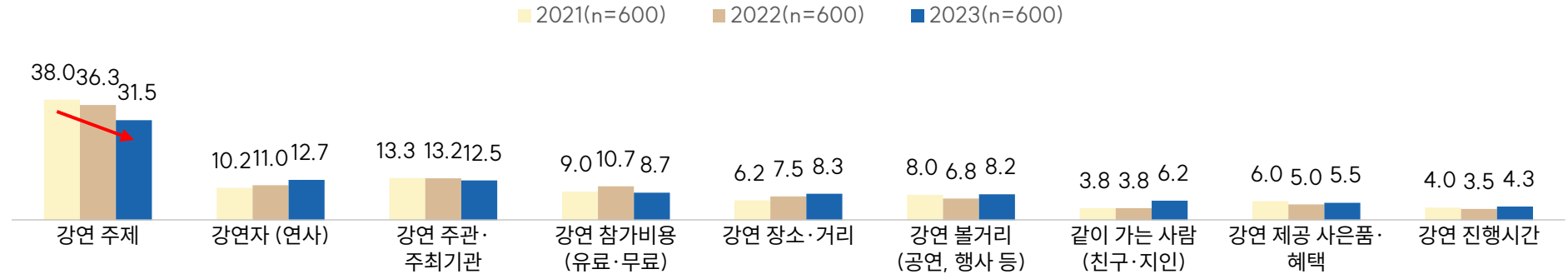


기업 주관 강연에 참여할 때 주로 고려하는 요소는 '강연 주제(31.5%)'

- 강연 주제 다음으로 강연자(12.7%) > 강연 주관·주최기관 (12.5%) 순으로 나타남
- 강연 주제의 중요도가 최근 3년 간 지속적으로 감소하고 있는 가운데 오프라인 경험의 증가로 '같이 가는 사람' 응답률이 소폭 상승함
- 예체능 계열은 다른 전공 계열에 비해 '강연자'를 가장 중요하게 고려하는 비율이 높음

연도별 기업 주관 강연 참여 시 주요 고려요소

[Base: 전체, 단위:%, 기타 보기 표기 제외]



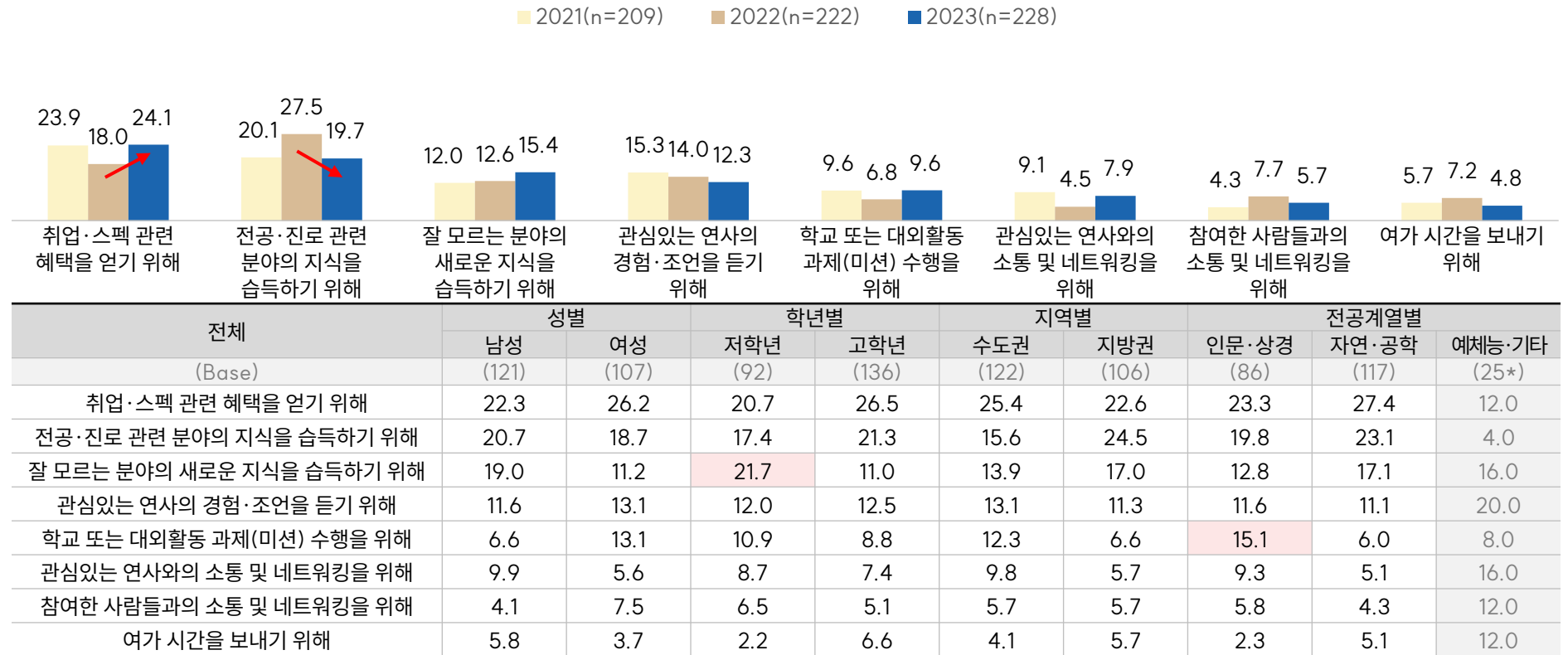
전체 (Base)	성별		학년별			지역별		전공계열별			강연 경험별	
	남성 (300)	여성 (300)	예비대학생 (31)	저학년 (249)	고학년 (320)	수도권 (314)	지방권 (286)	인문·상경 (236)	자연·공학 (301)	예체능·기타 (63)	미경험자 (372)	경험자 (228)
강연 주제	33.3	29.7	32.3	31.7	31.3	29.9	33.2	31.8	31.9	28.6	33.9	27.6
강연자 (연사)	10.0	15.3	9.7	12.9	12.8	14.3	10.8	12.7	10.6	22.2	12.9	12.3
강연 주관·주최기관	12.7	12.3	9.7	12.4	12.8	12.4	12.6	14.4	12.3	6.3	11.8	13.6
강연 참가비용(유료·무료)	8.3	9.0	9.7	6.8	10.0	7.3	10.1	8.5	9.6	4.8	7.5	10.5
강연 장소·거리	6.3	10.3	6.5	9.2	7.8	7.3	9.4	6.8	8.6	12.7	9.1	7.0
강연 볼거리 (공연, 행사 등)	9.0	7.3	9.7	9.2	7.2	9.2	7.0	6.8	9.0	9.5	7.5	9.2
같이 가는 사람(친구·지인)	7.0	5.3	3.2	5.2	7.2	7.6	4.5	7.6	4.7	7.9	5.6	7.0
강연 제공 사은품·혜택	6.7	4.3	6.5	6.4	4.7	5.4	5.6	6.4	5.6	1.6	5.6	5.3
강연 진행시간	3.0	5.7	12.9	4.4	3.4	4.1	4.5	3.4	5.0	4.8	2.7	7.0

2023년 강연 참여 목적 1위는 '취업·스펙 관련 혜택을 얻기 위해(24.1%)'

- 2022년에는 '전공·진로 관련 분야 지식 습득' 목적이 1위였으나 2023년에 '취업·스펙 관련 혜택' 목적이 더 커지며 순위가 바뀜
- 저학년은 '잘 모르는 분야의 새로운 지식을 습득하기 위해' 강연에 참여한다는 응답이 가장 높아 고학년과 차이를 보임
- 학교나 대외활동의 과제 수행을 위한 참여는 인문·상경 계열에서 비교적 높음

연도별 기업 주관 강연 참여 목적

[Base: 2023년 기업 주관 강의·강연 1회 이상 참여자, 단위:%, 기타 보기 표기 제외]

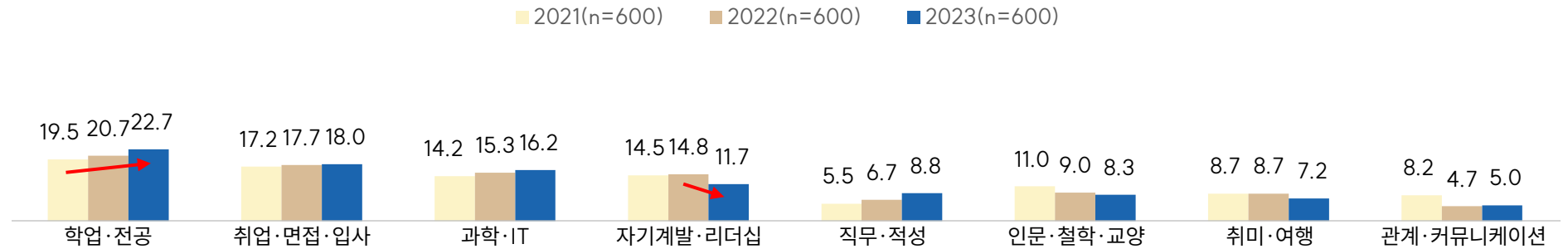


가장 선호하는 강연 주제는 '학업·전공(22.7%)'

- 3년 간 '학업·전공', '취업·면접·입사', '과학·IT' 주제가 계속해서 1~3위를 차지함
- 자기계발·리더십 강연은 2022년 대비 소폭 감소함 (14.8% ▶ 11.7%)
- 전공계열별로 선호하는 주제가 다소 차이 났는데 인문 계열은 '인문·철학·교양'을, 자연·공학 계열은 '과학·IT'를, 예체능 계열은 '취미·여행'을 선호하는 비율이 높음

연도별 선호하는 강연 주제

[Base: 전체, 단위:%, 기타 보기 표기 제외]



전체 (Base)	성별		학년별			지역별		전공계열별			강연 경험별	
	남성 (300)	여성 (300)	예비대학생 (31)	저학년 (249)	고학년 (320)	수도권 (314)	지방권 (286)	인문·상경 (236)	자연·공학 (301)	예체능·기타 (63)	미경험자 (372)	경험자 (228)
학업·전공	23.3	22.0	25.8	22.1	22.8	22.9	22.4	22.5	21.9	27.0	20.4	26.3
취업·면접·입사	16.7	19.3	12.9	15.7	20.3	16.2	19.9	21.2	16.3	14.3	18.0	18.0
과학·IT	18.3	14.0	16.1	16.9	15.6	19.4	12.6	5.9	26.2	6.3	16.4	15.8
자기계발·리더십	12.7	10.7	9.7	12.4	11.3	10.5	12.9	12.3	10.6	14.3	12.1	11.0
직무·적성	7.3	10.3	9.7	8.4	9.1	8.9	8.7	10.6	8.6	3.2	9.9	7.0
인문·철학·교양	6.0	10.7	12.9	8.8	7.5	8.0	8.7	15.3	2.7	9.5	9.1	7.0
취미·여행	7.3	7.0	6.5	8.0	6.6	6.4	8.0	5.9	5.6	19.0	7.0	7.5
관계·커뮤니케이션	5.3	4.7	6.5	4.8	5.0	5.7	4.2	4.2	5.6	4.8	3.5	7.5

보고서 활용 안내

1. 본 보고서의 저작권은 대학내일20대연구소에 있으며, 보고서의 내용을 무단으로 도용, 복사, 배포할 경우 경고 없이 저작권법에 따른 처벌을 받을 수 있습니다.
2. 본 보고서의 내용을 부분적으로 발췌, 인용, 또는 언론보도 시에는 반드시 원본 자료 출처를 명기해야 합니다.
3. 출처 명기 시에는 다음 사항을 반드시 준수하여 주시기 바랍니다.

① '대학내일20대연구소'는 띄어쓰기 없이 붙여 써야 합니다.

② 조사 결과 인용 시 조사 개요의 조사 대상, 표본 수, 조사 기간을 명시해야 합니다.

(예시 1) 출처 : <2024 Outcampus Trend Report>, 대학내일20대연구소, 2024.03.14

(예시 2) 대학내일20대연구소가 19~29세 남녀 대학생 600명을 대상으로 2024년 1월 설문조사를 진행한 결과

대학내일20대연구소 연구자료 안내

연구자료 유형

정기조사데이터

- 분야별 전반적인 이용 행태 및 인식 조사
- 매년 동일한 문항으로 과거 자료 비교 시 추이 확인 가능
- 결과 해석없이 분석 데이터 표 제공(50~100문항 내외)

제공 형태	엑셀	유·무료	유료
-------	----	------	----

기획조사데이터

- 분야별 특정 세부 주제에 집중된 내용으로 구성된 조사
- 매년 새로운 문항으로 구성 (트렌드나 시즌 이슈 반영)
- 결과 해석없이 분석 데이터 표 제공(50~100문항 내외)

제공 형태	엑셀	유·무료	유료
-------	----	------	----

인사이트 보고서

특정 주제에 대한 분석 및 인사이트를 깊이 있게 담은 보고서

제공 형태	PDF	유·무료	유료
-------	-----	------	----

기획조사 보고서

기획조사데이터 결과에 대한 해석을 담은 보고서

제공 형태	PDF	유·무료	유료
-------	-----	------	----

3분 보고서

흥미로운 조사 결과를 3분 안에 읽을 수 있는 짧은 분량의 보고서

제공 형태	PDF	유·무료	무료
-------	-----	------	----

조사 분야 및 발행 일정

*2024년 기준, 분야 및 일정은 상황에 따라 변경될 수 있음

조사 분야	정기조사	기획조사
소비지출	연 1회	연 1회
금융·재테크	연 1회	연 1회
뷰티	-	연 1회
식생활	연 1회	연 1회
유통	연 1회	-
음주	연 1회	연 1회
전자	-	연 1회
관계·커뮤니케이션	연 1회	연 1회
미디어·콘텐츠·플랫폼	연 1회	연 2회
여가	연 1회	연 1회
가치관	연 1회	-
일·직업·직장	-	연 1회
취업	-	연 1회

대학내일20대연구소 멤버십 안내

멤버십에 가입하고 MZ세대 인사이트를
1년간 자유롭게 이용해 보세요!

대학내일20대연구소 연간 멤버십

프리미엄

- 1 모든 연구자료 다운로드 가능
- 2 멤버십 전용 뉴스레터 발송 (월 1회)
- 3 트렌드 세미나 초청
- 4 트렌드 도서 증정
- 5 이용기한 내 재등록 시 할인

300만 원 /1년

*가입일로부터 1년
*VAT 포함

대학내일20대연구소 연간 멤버십

라이트

- 1 모든 보고서 열람 가능
- 2 멤버십 전용 뉴스레터 발송 (월 1회)

100만 원 /1년

*가입일로부터 1년
*VAT 포함

*자세한 혜택은 공식 홈페이지 멤버십 안내 참고

2024 Outcampus Trend Report

2024 대학생 대외활동 참여실태 및 인식조사


연구한 사람들

신지연 선임연구원(연구책임)

김유라 연구원

신효원 인턴

문의처

 02-735-6196

 20slab.org

 20slab@univ.me

이 보고서의 저작권은 대학내일20대연구소에 있습니다.

Copyright © 2024 DAEHAKNAEIL Research Laboratory for the Twenties all rights reserved.