

# LEISURE TREND REPORT 2026

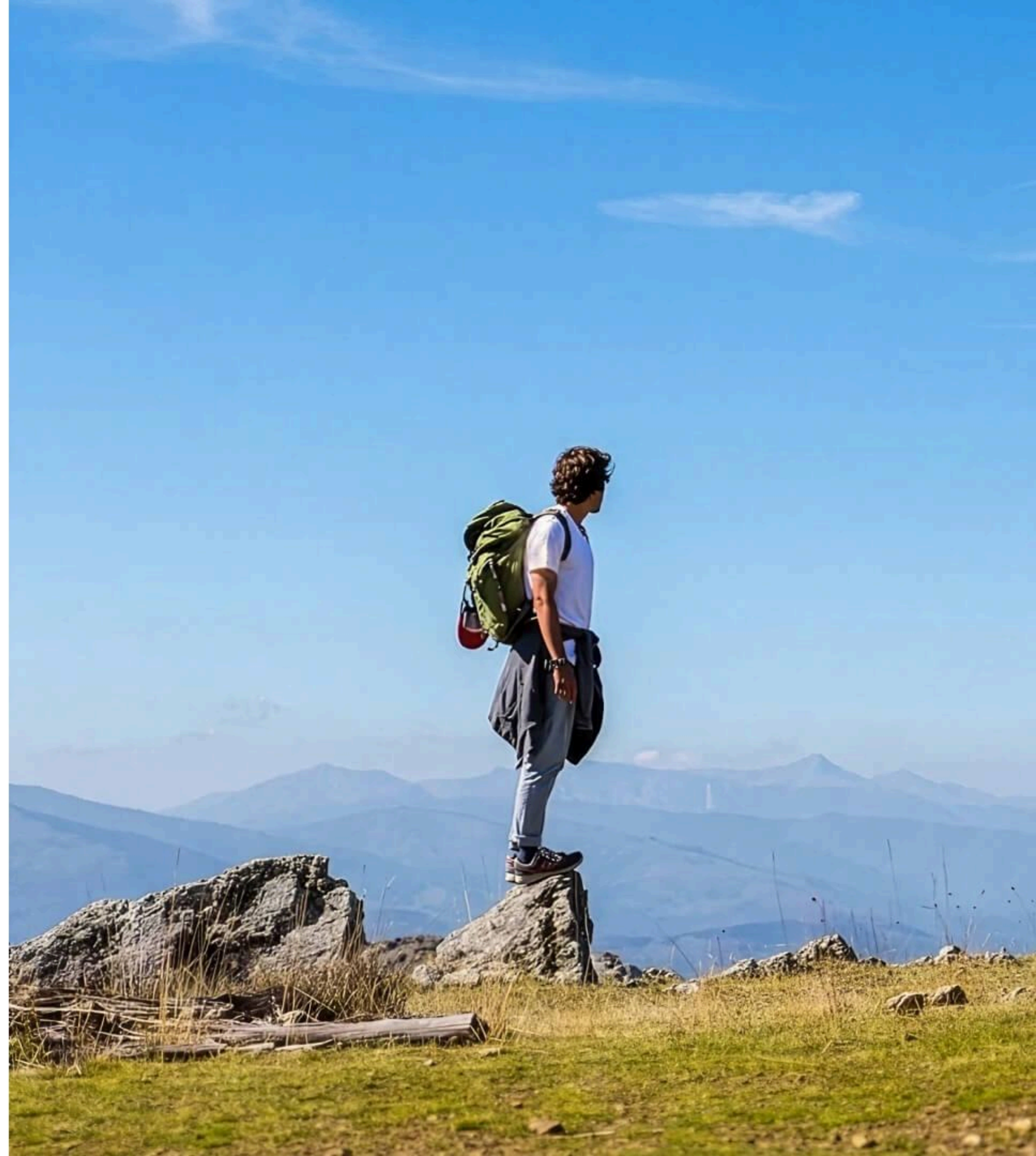
## '달리는 시대의 여가는 다시 '나'를 향한다'

2026년은 '붉은 말'의 해입니다. 열정적으로 빠르게 달리는 시대를 상징하지만, 지금의 여가 시장은 오히려 속도를 줄이고 방향을 재탐색하는 기류가 널리 퍼지고 있습니다. 여가 활동의 횟수보다는 스스로 여가를 즐기는 이유와 그 여정이 어떤 의미를 남기는지 묻는 변화가 감지되고 있습니다.

관심과 취향에서 출발한 여가는 세대와 장르를 넘어 개인의 정체성을 드러내는 방식으로 확장되고 있습니다. 접근성과 편리함, 나만의 가치, 합리적인 선택을 거쳐, 여가는 이제 콘텐츠가 담고 있는 의미를 따라 체험하며 하나의 이야기로 완성됩니다.

여가는 더 많은 것을 채우기 위한 여정이 아니라, 결국 다시 '나'를 향해 돌아오는 과정이 아닐까요. 이 리포트가 각자의 여가를 돌아보는 작은 계기가 되기를 바랍니다.

- 2026 여가 트렌드 리포트 편집자 일동



# 2026 여가 트렌드

## HORSE

달리는 시대의 여가는 다시 '나'를 향한다



### Hyper Fandom

팬심으로 시작해  
여가로 완성되다

H



### Open Access

나에게 편안한  
여가를 향하다

O



### Refined Premium

나만의 가치를  
여가에서 찾다

R



### Smart Consumption

합리적 소비로  
여가를 즐기다

S



### Experience Shift

경험의 지평을  
여가로 넓히다

E

# Hyper Fandom

## 팬심으로 시작해 여가로 완성되다

“취향은 더욱 세분화되고 좋아하는 대상에 대한 몰입은 한층 깊어지고 있습니다.”

소비자는 여가 자체를 팬덤 활동의 일부로 받아들이기 시작했고, 이러한 흐름 속에서 팬덤 기반 여가는 세대와 장르의 경계를 넘어 더욱 짙어지고 있습니다. 특히 문화공연 분야는 5060 세대가, 스포츠 분야는 2030 여성이 새로운 팬덤 컬처 드라이버로 부상하고 있습니다.

2025년 각기 다른 지역에서 열린 동일 '콘서트 공연', 이른바 전국 투어 콘서트 티켓을 2회 이상 구매한 고객 중 5060 비중은 27.2%로, 전년(18.5%) 대비 8.7%p 증가했습니다. 이는 20대(23.4%), 30대(29.3%)와 견주어도 뒤쳐지지 않는 수치로, 5060 세대 역시 적극적인 팬심을 기반으로 여가를 즐기는 주체로 자리잡고 있습니다.

스포츠 분야 역시 개인의 취향과 정체성을 반영하는 팬덤형 여가로 재편되고 있습니다. 이 가운데 2030 여성 팬덤의 성장세가 두드러집니다. 스포츠 티켓의 여성 예매 비중은 2022년 43.2%에서 2025년 48.9%까지 크게 불어났고, 여성 예매자 중 2030 비중도 2022년 29%에서 2025년 32.9%로 늘었습니다.

팬덤 기반 여가는 국내 뿐만 아니라 외국인의 국내여행에도 중요한 동력으로 작용하고 있습니다.

'오오어 게임2 X 카오프오즈', '해오포터 X 카오프오즈', '이오스프리 X 산오오 프렌즈', 인기 아이돌 멤버 생일 카페 등 글로벌 IP·K-팝 아티스트 기반 팝업 콘텐츠가 'NOL World' 팝업 콘텐츠 조회수 상위권을 차지하며, 특정 콘텐츠를 직접 경험하려는 팬덤 중심의 목적형 방문 수요가 강화되고 있습니다. 이에 따라 KSPO돔, 엔터테인먼트 사옥 공간이 주요 방문지로 부상하고, 외국인 관광 동선 역시 콘텐츠 체험 → 공연 관람 → 성지 방문으로 이어지는 양상을 보입니다. 이러한 팬덤 방문은 서울을 넘어 인천, 고양 등 수도권으로 확산하고 있습니다. 실제로 인천아시아드주경기장·인천 인스파이어 아레나·고양 킨텍스·고양종합경기장 등 비서울권 공연·이벤트 시설로 관광객 수요가 퍼지며, 새로운 관광지가 형성되고 있습니다.

팬덤 기반 여가가 짙어지는 가운데, 공연의 열기를 온라인으로 이어가는 '월요라이브'는 공연 팬심을 일상으로 확장하는 대표 콘텐츠로 자리잡고 있습니다. 출연진이 무대 비하인드와 주요 넘버를 직접 소개하는 토크 콘서트 형식으로, 2020년 시작 이후 꾸준한 사랑을 받아오고 있습니다. 놀유니버스는 이 소통형 프로그램을 통해 공연 팬덤의 몰입을 강화하고 문화 경험의 지속성을 높이고 있습니다.

## 전국투어 콘서트 티켓 재구매 연령 비중

NOL 티켓에서 '전국 투어' 콘서트 티켓을 2회 이상 구매한 고객의 연령별 비중

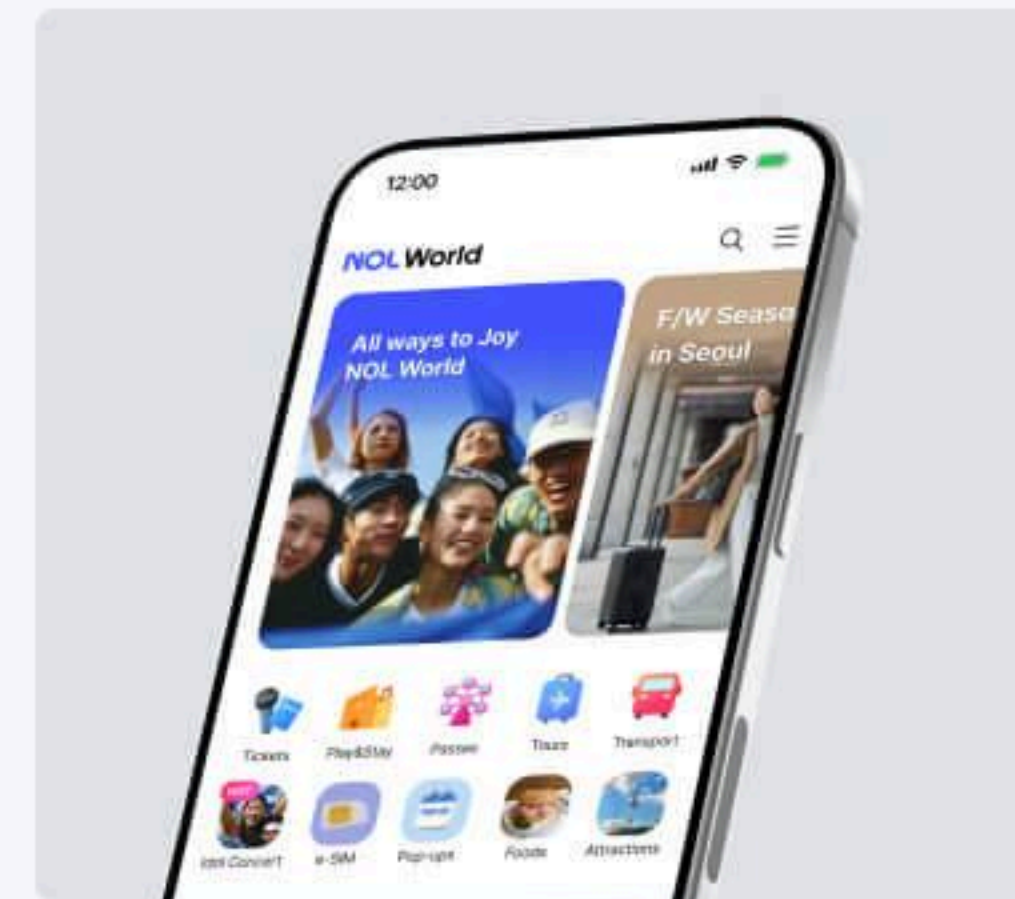


## 공연장 중심으로 외국인 관광객 방문 증가

NOL World 내 관광지 조회수 데이터 기준



## NOL World가 이끄는 팬덤 중심 목적형 방문 트렌드



## 월요라이브, 공연의 열기를 온라인으로 경험



# Open Access

## 나에게 편안한 여가를 향하다

“여가를 선택하는 기준이 ‘나에게 편안한 선택’으로 이동하고 있습니다.”

여행·레저·항공 전반에서 ‘가까움’과 ‘편리함’을 우선하는 흐름이 뚜렷하게 나타나고 있습니다. 바쁜 일상 속 어렵게 시간을 쪼개 나선 여행이기에 자연스럽게 시간·거리·노력의 부담을 줄인 선택으로 이어지고 있습니다.

이런 변화는 숙박 분야에서 가장 뚜렷하게 나타납니다. 2025년 놀유니버스에서 가장 많은 예약을 기록한 중소형 호텔과 일반 호텔 모두 영등포에 위치해 있습니다. 지하철·KTX·공항버스 등이 집중된 영등포의 뛰어난 접근성이 도심형 숙소 선호를 높인 주요 요인으로 해석됩니다.

레저 분야에서도 접근성이 중요한 기준으로 자리잡고 있습니다. 의정부 소재 ‘I’ 워터파크가 2025년 최다 예약 상품 7위를 기록하며 국내 대표 워터파크들과의 새로운 경쟁 구도를 형성했습니다. 먼 거리를 이동하기보다 이용이 편리한 위치에서 바로 즐길 수 있는 레저 상품이 더욱 주목받고 있는 것입니다.

해외 여행도 이러한 흐름이 동일하게 나타납니다. 특히 한국인의 중국 무비자 입국 정책 시행은 접근성을 크게 높이며 여행 수요를 자극했습니다. 그 결과 중국은 ‘계획을 세워야 하는 여행지’에서 ‘결정하면 바로 떠날 수 있는 여행지’로 인식이 전환되고 있습니다. 이를 반영하듯 2025년 중국 항공권 예약 건수는 전년 대비 63.7% 증가했으며, 상하이 노선 예약은 약 3배 가까이 늘었습니다. 이와 함께 상하이 디즈니랜드 입장권은 2025년 해외 TNA(투어·티켓) 예약 TOP10에 신규 진입했습니다.

또한 2025년 항공권 예약 TOP3 여행지는 오사카·후쿠오카·도쿄로, 심적·물적 부담이 적은 근거리 도시들이 차지했습니다. 이는 여행에서도 이동 부담을 최소화하고 접근성을 우선하는 흐름이 여행지 선택에도 반영된 결과입니다.

놀유니버스 역시 이러한 변화에 맞춰 고객의 여가 접근성을 높이는 방향으로 서비스를 넓히고 있습니다. NOL은 해외 TNA(투어·티켓)와 해외 패키지 카테고리를 정식 오픈해 항공·숙소·일정·현지 체험을 하나의 플랫폼에서 해결할 수 있는 환경을 마련했습니다. 여기에 NOL 티켓 서비스까지 내재화함으로써 여행부터 공연까지 이어지는 여가 선택의 장벽을 낮췄습니다.

## 중국 여행 수요 증가

NOL, NOL 인터파크 투어, 트리플을 통한 상품 예약 건수 기준



중국 노선 항공권 예약건수  
**63.7% 증가**



상하이 디즈니랜드 입장권  
**해외 TNA(투어·티켓) 예약 TOP10 신규 진입**

## 2025 해외여행 도착지 TOP5

NOL, NOL 인터파크 투어, 트리플을 통한 상품 예약 건수 기준

1위	오사카	
2위	후쿠오카 ▲1	
3위	도쿄(나리타) ▼1	
4위	나트랑 ▲1	
5위	다낭 ▼1	

## 2025 중소형/일반 호텔 예약 TOP1

NOL, NOL 인터파크 투어, 트리플을 통한 상품 예약 건수 기준



# Refined Premium

## 나만의 가치를 여가에서 찾다

“자연 속 회복 추구하고 미지에 대한 호기심이 프리미엄 여가로 이어졌습니다.”

2025년 프리미엄 여가 소비는 자연에서의 휴식과 그동안 경험하지 못한 분야에 대한 관심이 중요한 요소로 작용했습니다.

먼저 프리미엄 호텔은 도심을 벗어나 자연에서의 심신회복을 중시하는 경향이 뚜렷하게 나타났습니다. 바다 또는 숲과 인접한 강릉 'S' 호텔, 제천 'L' 호텔, 정동진 'S' 호텔이 프리미엄 호텔 예약 TOP3를 기록했으며, 이 호텔들은 사계절 내내 상위권을 유지했습니다. 지난해 6위를 기록했던 제천 'L' 호텔은 올해 2위를 차지하며, 숲 근교 호텔에 대한 높은 수요를 보여주기도 했습니다. 이는 소비자들이 프리미엄 호텔을 선택하는데 있어서 도심 속 화려함보다는 편안한 휴식과 회복의 경험을 중시하는 것으로 해석됩니다.

패키지 여행에서는 낯선 지역에 대한 관심이 프리미엄 여가의 기준으로 급부상했습니다. 2024년에는 이동에 부담이 적은 일본·동남아 등 단거리 상품이 예약 상위권을 차지했다면, 2025년에는 동유럽(3위), 튀르키예(4위), 서유럽(5위) 등 중장거리 상품이 예약 상위권에 자리했습니다. 중장거리 상품이 증가한 요인으로는 '남들이 쉽게 가지 않는 곳'에서 새로운 문화를 경험하고자 하는 욕구가 반영된 결과로 볼 수 있습니다.

스포츠 여행에서도 고가의 비인기 종목이 주목할만한 성장세를 보였습니다. 가격이 최대 천만 원에 달하는 모터레이스, 특히 F1 경기 티켓 수요가 급증했습니다. 영화 <F1>의 흥행과 맞물리며 모터스포츠에 대한 관심이 급증했고, 이에 따라 2025년 F1 티켓 거래액은 전년대비 약 90배 성장했습니다. 이는 스포츠 여행에 있어서도 소비자들이 문화적 트렌드와 결합된 '희소한 경험'을 중시하고 있음을 보여줍니다.

이러한 흐름 속에서 놀유니버스는 개인의 취향과 소비 맥락에 맞춘 프리미엄 경험을 지원하기 위해 NOL 프리미엄 멤버십 '골드 클래스'를 선보였습니다. 국내외 숙소·국내 레저 10% 할인, 해외 숙소 무료 취소, 국내외 숙소 '골드 특가' 등 실질적인 혜택을 통해 프리미엄 접근성을 높이는 구조입니다. 놀유니버스는 앞으로도 골드 클래스를 통해 각자가 중요하게 여기는 가치와 취향에 맞는 프리미엄 여가를 보다 쉽게 선택하고 누릴 수 있도록 지원해 나갈 계획입니다.

## 2025 프리미엄 호텔 예약 TOP3

NOL, NOL 인터파크 투어, 트리플을 통한 상품 예약 건수 기준



## 2025 패키지 예약 TOP5

NOL, NOL 인터파크 투어, 트리플을 통한 상품 예약 건수 기준



## F1 경기 티켓 거래액 증가 추이

24년-25년 NOL, NOL 인터파크 투어, 트리플을 통해 판매된 'F1' 경기 티켓 거래액 기준



# Smart Consumption

## 합리적 소비로 여가를 즐기다

“가성비’는 여가 소비의 핵심 기준으로 자리 잡고 있습니다.”

경기 부진의 영향으로 일상적인 지출은 줄이더라도, 1년에 한두 번은 꼭 해외여행을 떠나고자 하는 수요와 놀유니버스의 경쟁력 있는 해외 숙소 상품 라인업이 맞물려 해외 숙소 거래액은 2025년에도 17.1% 성장했습니다.

해외 숙소 예약 데이터를 살펴보면 소비자들의 합리적인 선택 전략이 뚜렷하게 나타납니다. 2025년 월별 입실일 기준 예약 건당 평균 결제 금액은 가장 비싼 달인 10월이 62만7천 원, 가장 저렴한 3월이 46만4천 원으로 집계됐습니다. 최성수기로 알려진 7-8월은 각각 55만7천 원, 51만6천 원입니다. 고객 입장에서는 성수기와 비성수기의 숙박료 차이가 크게 벌어지는 것과 달리, 실제 결제 금액에서는 큰 차이가 나타나지 않았습니다. 이는 성수기에는 비교적 합리적인 숙소를, 비성수기에는 더 좋은 숙소를 선택하는 ‘조절된 소비’가 이뤄졌기 때문으로 풀이됩니다.

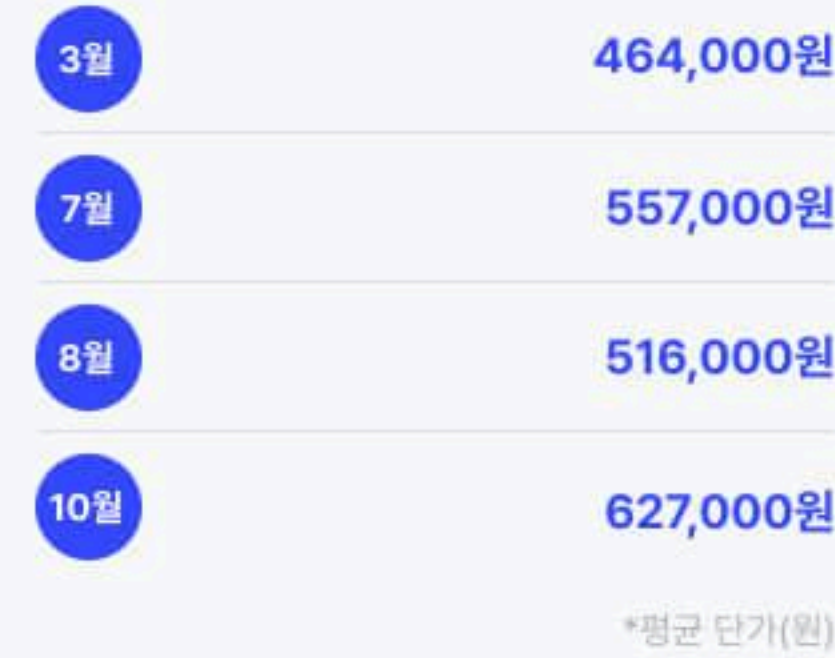
예약 건수 기준 월별 비중 역시 이러한 흐름을 뒷받침합니다. 예약이 가장 많은 7월이 10.9%, 가장 적은 4월이 7.0%로, 성수기와 비성수기 간 격차는 크지 않았습니다. 비교적 비용 부담이 낮은 시기를 선택해 여행을 떠나는 수요가 꾸준히 유지되고 있다는 의미입니다.

해외 투어·티켓(TNA) 카테고리에서도 유사한 경향이 나타납니다. 입장권·이용권이 전체 예약의 47.7%로 가장 큰 비중을 차지했고, 버스투어·워킹투어·근교투어 등 데이투어 상품이 28.7%로 뒤를 이었습니다. 이는 자유여행의 유연함을 유지하면서도, 필요한 구간에서는 시간과 비용을 절약할 수 있는 ‘필요 구간 부분 이용 소비’가 확산되고 있음을 보여줍니다.

이 같은 소비 환경 변화에 따라 놀유니버스는 여가 비용 부담을 낮출 수 있는 결제 환경도 함께 강화하고 있습니다. 2025년 8월 선보인 NOL 머니는 은행 계좌를 연동해 원스톱으로 사용 가능한 선불형 간편결제 서비스로, 결제 금액의 최대 1.5%를 NOL 포인트로 적립할 수 있습니다. 적립된 포인트는 NOL, NOL 인터파크, 트리플 등 놀유니버스가 운영하는 플랫폼에서 적용 가능해 여행과 여가 전반에 걸친 실질적인 비용 절감 수단으로 활용되고 있습니다.

## 2025 해외숙소 예약 평균 단가

NOL, NOL 인터파크 투어, 트리플을 통한 상품 예약 건 기준



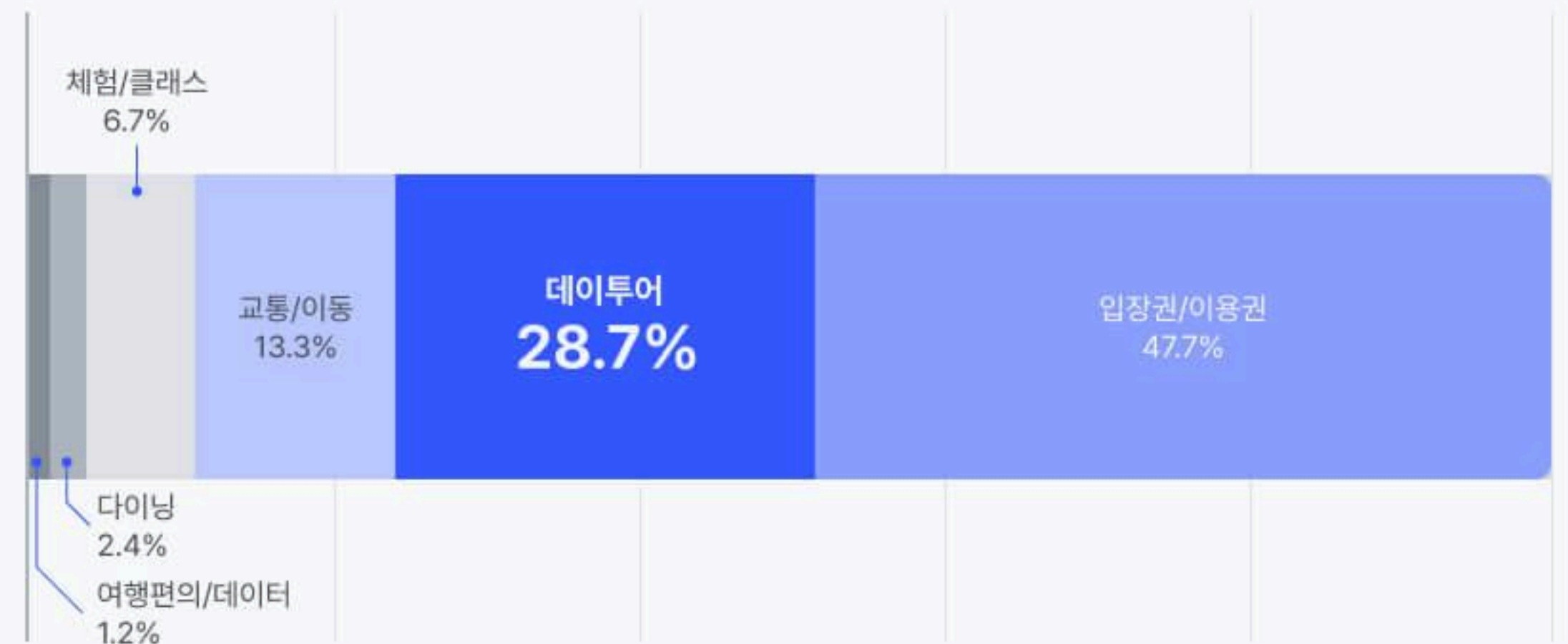
## 2025 일본 숙소 TOP5

NOL, NOL 인터파크 투어, 트리플을 통한 상품 예약 건수 기준

- 1위 칸데오 호텔 오사카 난바
- 2위 더 원파이브 오사카 남바 도톤보리
- 3위 소테츠 그랜드 프레사 오사카 난바
- 4위 호텔 포르자 오사카 난바 도톤보리
- 5위 호텔 한큐 리스파이어 오사카

## 해외TNA 카테고리 예약 비중

NOL, NOL 인터파크 투어, 트리플을 통한 상품 예약 건수 기준



# Experience Shift

## 경험의 지평을 여가로 넓히다

“여가는 콘텐츠의 서사를 체험하는 방식으로 확장되고 있습니다.”

요즘의 여가는 단순히 '보고 즐기는 활동'을 넘어, 콘텐츠의 서사와 맥락을 직접 체험하는 방향으로 확장하고 있습니다. 특히 외국인 관광객의 한국 방문 목적은 관광 명소 위주의 이동에서 벗어나, K-콘텐츠가 만들어낸 이야기와 공간을 직접 경험하려는 체험형 소비로 전환되고 있습니다.

NOL World 이용 데이터를 보면, 맛집 콘텐츠 조회수 상위권의 절반이 K-팝 아이돌 관련 장소로 나타났습니다. 이는 음식 그 자체보다 아티스트의 서사를 따라 공간을 경험하려는 수요가 강화되고 있음을 보여줍니다. 동시에 런오베이글, 명오교자 등 대표 관광 맛집도 함께 상위권에 오르며, 일반 관광 동선과 팬덤 성지 방문이 결합된 체험 소비 패턴이 형성되고 있습니다.

이러한 흐름은 스포츠 관람 영역에서도 동일하게 확장됩니다. 특히 LCK(리그 오브 레전드 챔피언스 코리아) 로드쇼와 결승 진출전, 결승전 등 e스포츠는 강력한 글로벌 팬덤을 기반으로 외국인 관광객 사이에서 높은 선호도를 보이고 있습니다. 이는 단일 경기 관람에 그치지 않고 장기간 체류를 지원하는 다일 티켓 구성과 굿즈 소비, 집단 응원문화 등 다층적인 팬덤 경험이 결합된 체험형 콘텐츠로 기능하고 있기 때문입니다.

여행을 '경험의 확장'으로 인식하는 흐름은 국내에서도 분명하게 나타납니다. 개인의 취향과 관심사를 중심으로 기획된 놀이 니버스의 테마 패키지 여행 브랜드 '홀릭'은 2025년 경기 둔화 속에서도 예약 건수 36.2% 성장을 기록했습니다. '고아웃 캠프', '2026 LAFC 시즌 개막전', '2025 K-BASEBALL SERIES 한일전', 'ZERObASEONE WORLD TOUR' 등 스포츠·콘서트·야외 활동과 결합된 상품이 상위권을 차지하며, 특정 이벤트를 중심으로 출국하고 여행을 함께 즐기는 방식이 빠르게 확산되고 있습니다.

이러한 흐름은 2026년에도 이어질 전망입니다. 월드베이스볼클래식(WBC), 북중미 월드컵 등 글로벌 스포츠 이벤트는 물론, 해외 리그에서 활약 중인 한국 선수들의 경기를 직접 관람하는 상품까지 라인업이 확대되며, 스포츠를 매개로 한 경험형 여가의 지평은 더욱 넓어질 것으로 보입니다.

여가가 이처럼 개인화되고 경험 중심으로 확장될수록, 여가를 준비하는 과정은 오히려 복잡해집니다. 이를 해결하기 위해 놀이 니버스는 고객의 경험 지평을 넓히는 동시에 준비 과정은 단순화하는 방향으로 AI 노리 서비스를 오픈했습니다. “반려동물과 함께 가기 좋은 제주 펜션”, “조용한 감성 숙소”와 같은 질문에 맞춰 최적의 선택지를 제안하고, 숙소·레저·여행지를 한 화면에서 비교·연결해 경험 중심 여가의 완성도를 높이는 역할을 수행하고 있습니다.

## 외국인 관광객 대상 인기 맛집 TOP 10

NOL World 내 맛집 콘텐츠 조회수 기준

- 1위 런오베이글
- 2위 금오지 식당
- 3위 아오테를 ★  
\*인기 아이돌 팬카페
- 4위 오오세이오무시 ★  
\*인기 아이돌 멤버 공동운영 식당
- 5위 진오화할매 원조 닭한마리
- 6위 유오식당 ★  
\*인기 아이돌 단골 맛집
- 7위 명오교자 본점
- 8위 카페 휴오 ★  
\*인기 아이돌 숙소 개조 카페
- 9위 카페 어오언
- 10위 던오도오츠 인천공항점

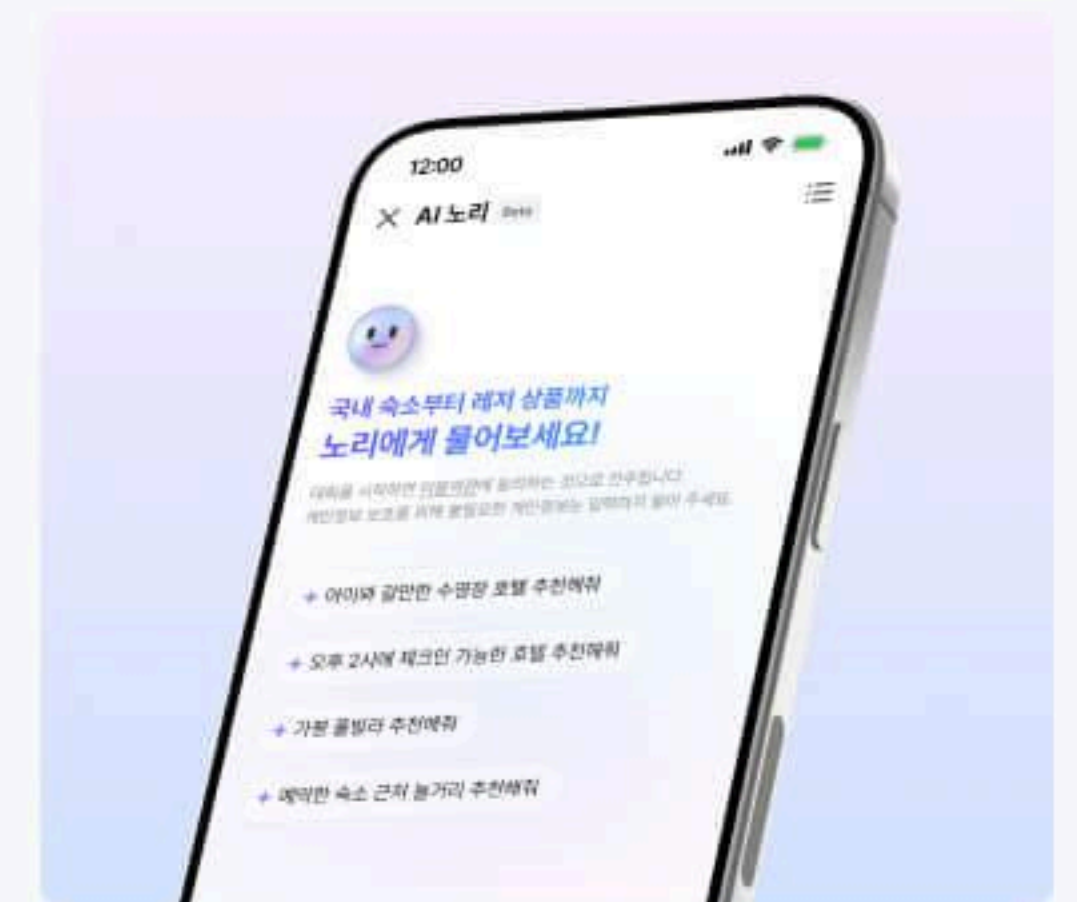
## 외국인 관광객 대상 인기 스포츠 TOP 5

NOL World 내 스포츠 티켓 구매 건수 기준

- 1위 LCK ROADSHOW 2025 T1 HOME GROUND
- 2위 2025 LCK 결승진출전&결승전
- 3위 2025 IFSC 서울 스포츠클라이밍 & 파라클라이밍 세계선수권대회
- 4위 EAFF 동아시아컵
- 5위 2025 LCK MSI 대표 선발전

## AI 노리로 고객 경험 지평을 넓히다

경험은 더 깊게, 준비는 더 쉽게





놀유니버스 여가 리포트에 대한 저작권은 주식회사 놀유니버스가 소유하고 있습니다.  
본 리포트에 대한 상업적 이용은 금지되어 있으며, 인용 시에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.