Deloitte.

되살아나기 시작한 연말 쇼핑 분위기

: 딜로이트 미국 홀리데이 리테일 서베이 2023

2023년 11월
Deloitte Insights

Table of Contents

I. 되살아난 연말 분위기와 소비 의향: 2023년 홀리데이 서베이

1. 소비자 연말 지출 예산 증액
2. 온/오프라인 채널 선호도 증가 : 오프라인 쇼핑 경로 회복 중
3. 결정요인 변화 : 무료배송비와 지속가능 제품에 높은 관심

II. 2023 연말 매출 증대 전략

Leader’s Message

김태환 파트너

Consulting | Deloitte Digital

올해 소비자들은 연말 지출 계획을 늘려 잡고 있고, 오프라인 쇼핑 선호도의 팬데믹 이전 수준 회복, 지속가능한 제품에 대한 관심도가 증가로 연말 기간 소비 회복이 기대됩니다.

소매업계는 소비자 타겟팅 고도화, 온/오프라인 통합 마케팅 추진, 무료배송과 지속가능이 높은 제품 확대 및 소비자신뢰 구축을 염두에 두고 마케팅 전략을 추진해야 할 것입니다.

되살아난 연말 분위기와 소비 의향: 2023년 홀리데이 서베이

미국 소비자 총 4,316명을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면 소비자들은 1) 연말 소비지출 예산 증가, 2) 온/오프라인 채널 선호도 증가, 3) 무료배송 최소 주문금액과 지속가능한 제품의 관심 증가 등의 소비 행태를 보이고 있어 연말 기간 소비 회복 기대

조사 목적

소비자의 연말 소비 계획을 파악으로 매출 확대 방안 제시

조사 개요	
대상	• 총 4,361 대상 (일반 소비자 4,318명, 업계 임원 43명) • 조사대상 업체 (연매출이 10억 달러 이상 업체)
조사 방식	• 설문 및 심층 인터뷰
조사 기간	• 2023년 6월 23일 ~ 9월 8일

주요 서베이 결과

- 올해 소비자들의 연말 지출 계획은 2019년 팬데믹 이전 수준으로 회복
- 전년 대비 온/오프라인 쇼핑 채널 선호도는 증가했으나 소셜미디어 활용률은 답보 상태
- 배송비와 지속가능 제품에 높은 관심을 보이지만, 소매업체가 도입한 인공지능 서비스의 신뢰도는 낮음

연말 소비 회복 조짐

1 연말 소비자 쇼핑 예산 증액

- 미국 소비자들이 계획한 1인 평균 지출액 1,652달러 → 팬데믹 이전 수준 상회
- 인플레이션 완화에서 소비자 72%가 물가 상승 전망 → 전년대비 14% 높은 지출 계획 수립

2 온/오프라인 채널 선호도 증가

- 오프라인 채널을 선호하는 소비자들은 37% 로 팬데믹 전 수준 회복(2019년 35%)
- 쇼핑 시 소비자가 가장 선호하는 채널은 온라인 소매점(63%), 대형마트(53%) 순
- 쇼핑 시 소비자들의 SNS 활용률 (34%) 전년과 동일

3 소비 결정 요인 변화 (배송비/지속가능성/AI)

- 10명 중 8명은 무료배송 충족 금액까지 지출 의향, 배송비 지불시 6명은 쇼핑 포기
- 지속가능 제품 구매의향은 39%(2019) → 43%(2023)증가
- 소비자 79%는 쇼핑시에 경험하는 인공지능 서비스를 신뢰하지 않음

© 2023. For information, contact Deloitte Anjin LLC & Deloitte Consulting LLC

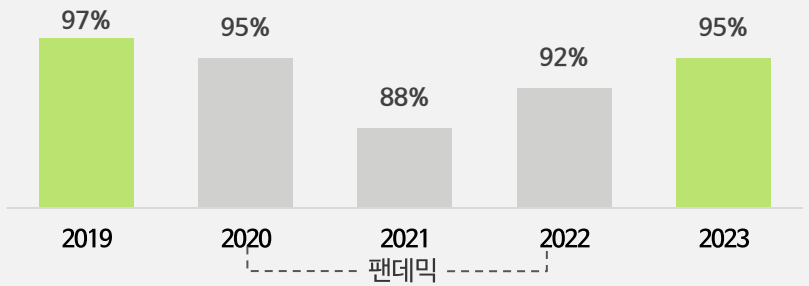
1 소비자 연말 쇼핑 예산 증액 : 물가 상승을 고려한 연말 지출 계획 수립

연말 쇼핑 계획을 보유한 소비자는 증가했으며, 물가 상승을 고려한 연말 지출 예산 증액 및 사치성 소비 증가로 팬데믹 이전 수준 상회 전망

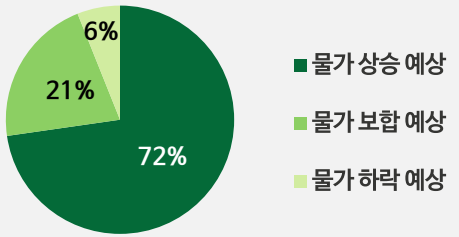
연말 소비자 쇼핑 계획

연말 지출 의향

소비자 95% 연말에 소비 계획 수립



소비자 물가 예측



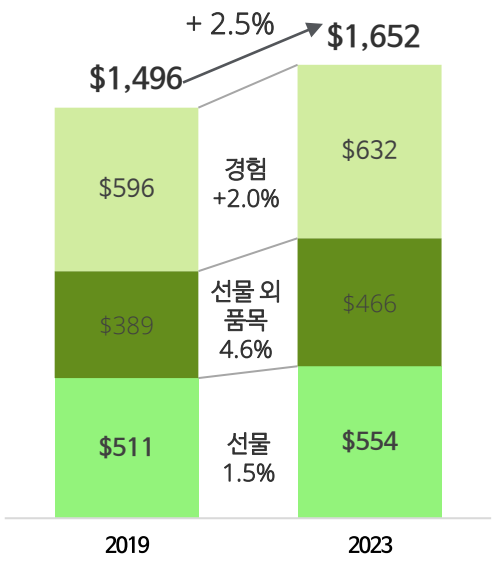
소비자 72% 물가상승 전망

소득구간별 예상 지출액

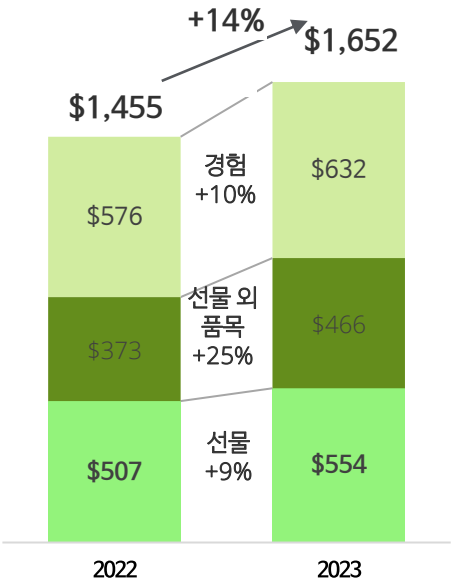
연수익($)	50,000 ~99, 000	99,000~200,000	200,000 이상
예상지출액 평균치	$1,534	$2,167	$3,922

연말 소비자 예상 지출액 (평균, US$))

4년간 연평균 증가율(CAGR)



전년대비 증가율(YOY)



- 소비 예산은 매년 2.5% 증가세를 보였으나, 전년대비는 14%로 급격히 증가
- 선물 외 품목(본인과 가족을 위한 소비)지출 증가세는 전년대비 25% 증가해 다른 품목에 비해 증가율이 상대적으로 높음

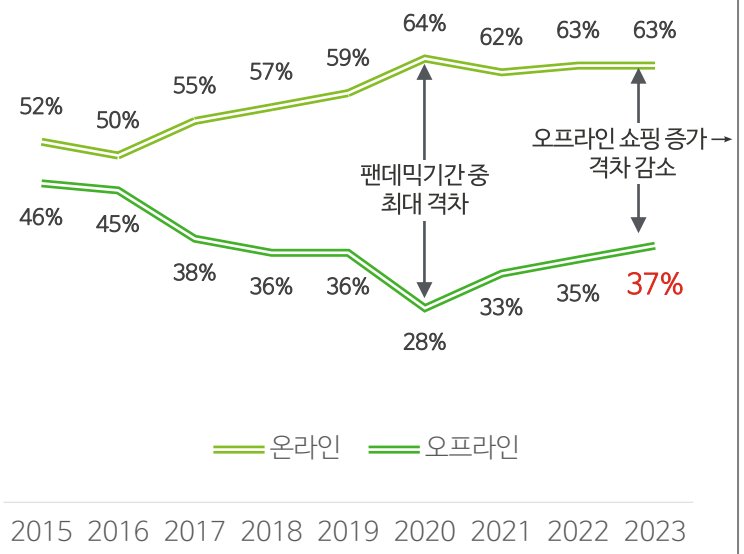
© 2023. For information, contact Deloitte Anjin LLC & Deloitte Consulting LLC

2 온/오프라인 채널 선호도 증가 : 오프라인 쇼핑 경로 회복 중

오프라인 경로의 쇼핑 비중은 37%로 팬데믹 이전 2019년 수준(36%)으로 회복되었고, 연말 소비자들의 지출 계획은 온라인 채널에서 가장 높게 나타났으며, 34%의 소비자들은 소셜 미디어를 제품정보 검색 목적으로 활용 계획

쇼핑 경로별 연말 소비 지출 비중

팬데믹 이후 오프라인 지출 비중

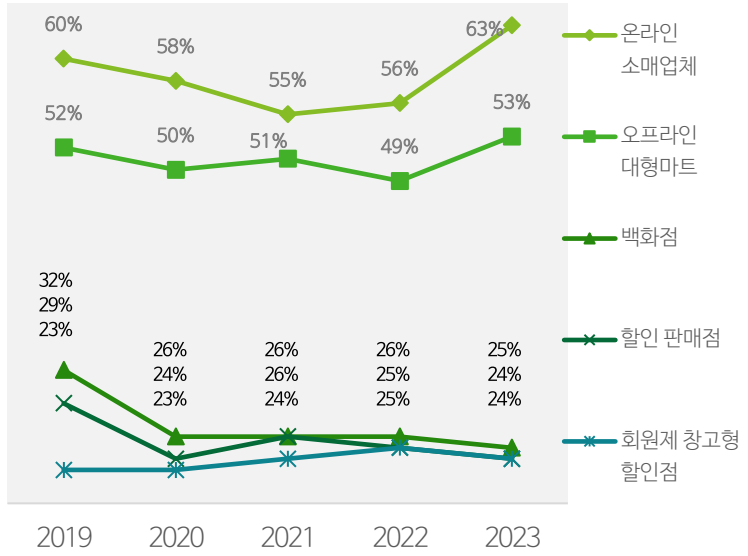


오프라인 쇼핑 선호 이유

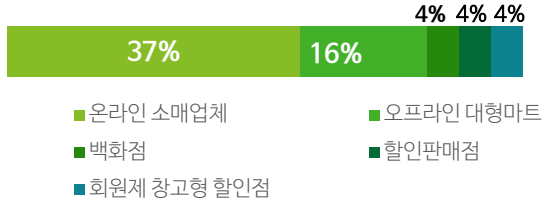
- 구매품 대면 확인 선호 (44%)
- 구매품의 품질 확인 가능 (39%)
- 배송비 부담 증가(285)

연말 쇼핑 시 선호 경로

온라인 소매업체, 오프라인 대형 마트 선호

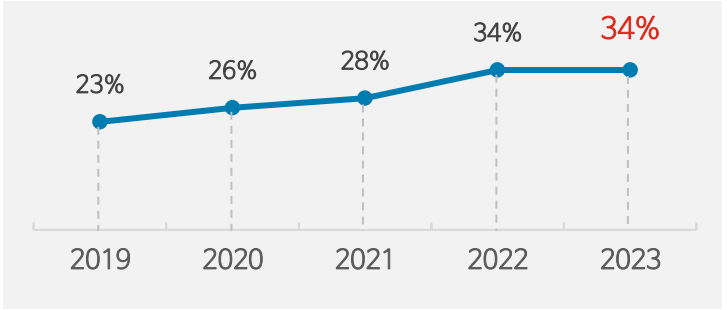


지출을 계획한 경로

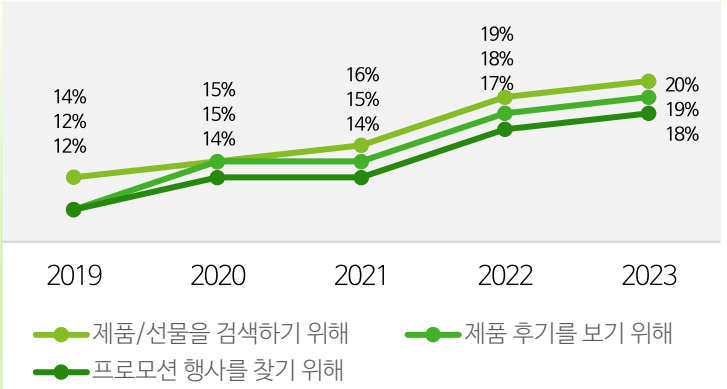


소셜미디어 활용

34%의 소비자들은 쇼핑시 소셜미디어 활용 계획 보유



소셜미디어 활용 목적



© 2023. For information, contact Deloitte Anjin LLC & Deloitte Consulting LLC

3 지불 결정요인 변화 : 무료배송비와 지속가능 제품에 높은 관심을 보이나, 인공지능 활용계획은 낮음

전체 소비자들이 배송비 무료 서비스와 제품의 지속 가능성에 대한 높은 관심을 가지고 있지만, 소매업체가 제공하는 인공지능(AI)에 대한 신뢰도가 낮아서, 이를 활용하려는 소비자 비율은 30% 미만

무료배송 충족 금액

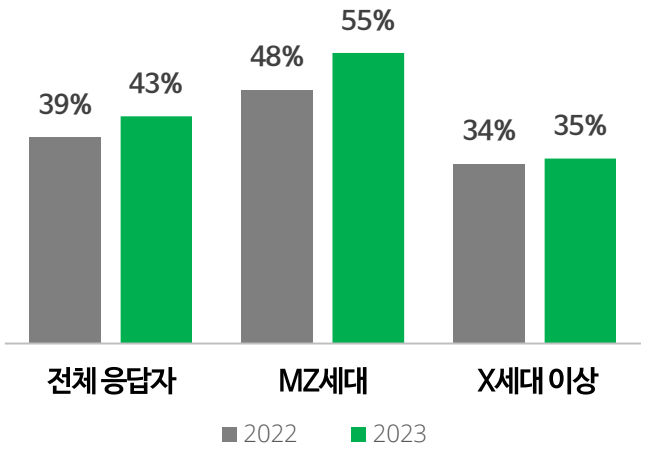
소비자와 소매업체간 배송비 무료 조건 충족지출 범위 $24 차이

소비자	소매 업체
$40	$64
무료배송 조건으로 지출가능 금액	무료배송 서비스 제공의 최소 구매액

- 10명 중 8명은 배송비 무료 조건을 충족하는 금액까지 지출 의향
- 10명 중 6명은 상품 구매 페이지에서 보이지 않던 배송비 추가 결제 시 지출 포기 의향

지속 가능 제품 구매 의향

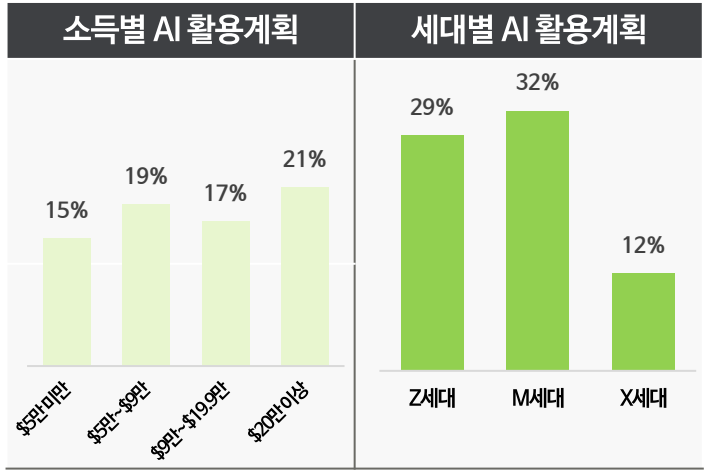
지속가능 제품 구매 의향은 상대적으로 MZ 세대 높음



- 지속가능성 중시하는 응답자들의 연말 예상 지출액은 그렇지 않은 응답자보다 29% 높음
- 소비자의 49%는 포장재의 양에 대해 우려

인공지능(AI) 활용 계획

인공 지능 활용 계획을 세우는 소비자들은 30% 미만



- 소비자 79%는 쇼핑시에 경험하는 인공지능 서비스를 신뢰하지 않음
- 고소득 계층과 MZ 세대들이 AI 활용 계획 보유

© 2023. For information, contact Deloitte Anjin LLC & Deloitte Consulting LLC

2023 연말 매출 증대 전략

소매업체는 연말 매출 증대를 위해 1) 소비자 타게팅 고도화, 2) 온·오프라인 통합 마케팅 추진, 3) 무료배송과 지속가능성 확대, 4) 소비자신뢰 구축 중심의 마케팅 전략 필요

소비자 소비 계획 및 행동

소비자들의 연말 지출 계획과 행동을 파악해 연말 매출 증대

연말 지출 예산 증액
(사치품 소비 증가 전망)

오프라인 매장 방문 계획 증가
(온/오프라인 경로 지출 동시 증가 전망)

무료 배송과 지속가능성 관심 증가
(지출 증액/포기 요인으로 작용)

소매 업체 전략 방향

1 소비자 Targeting 고도화

- 고소득 소비자 계층 탐색 및 요구사항 파악으로 마케팅 전략 수립
  - 연말 쇼핑객의 27%인 '고액 소비자'는 총 연말 지출액 중 68% 차지
  - 고액소비자는 전자제품(67%)과 건강용품(62%)을 구매의향이 전체 평균보다 높으며, 경험에 지출하는 액수가 전체 평균의 약3배

2 온.오프라인 통합 마케팅 추진

- 고객들에게 일관된 혜택을 제공하고 온·오프라인 경험 통합
- 온라인 및 오프라인 채널에서 동시에 캠페인을 실행
  - 온·오프라인에서 얻은 데이터를 통합하여 고객 행동을 분석하고 개인화된 마케팅 전략을 수립
  - 고객에게 온라인 주문 후 오프라인 매장에서 수령시 혜택 제공

3 무료배송과 지속가능성 확대

- 무료 배송이 허용되는 지출 범위 세분화
- 지속가능 제품 확보와 캠페인으로 매장 브랜드 이미지 제고
- 소셜 미디어를 통한 고객과의 상호작용을 통해 브랜드 메시지를 확산

4 소비자 신뢰 구축

- 고객에게 품질과 안전성을 보장하는 제품 및 서비스 제공
- 고객정보 보호, 온라인 거래나 결제 시스템의 보안 강화로 AI 신뢰 제고

© 2023. For information, contact Deloitte Anjin LLC & Deloitte Consulting LLC

딜로이트 유통·소비재 전문팀

빠르게 발달하고 있는 리테일 환경 속에서 딜로이트 유통·소비재 산업 전문가들은 트렌드의 변화, 비즈니스 모델 및 기회를 적시에 파악하고 대응할 수 있도록 지원합니다. 또한, 딜로이트의 차별화된 유통·소비재 산업 네트워크를 통해 복잡한 문제 해결을 위한 혁신적인 솔루션을 제공합니다.

Professionals

김태환 전무

소비자 부문 리더 | 딜로이트컨설팅

Tel : 02 6676 3756 |
E-mail : taehwankim@deloitte.com

김경원 파트너

유통 · 소비재 부문 리더 | 딜로이트 재무자문본부

Tel : 02 6676 2322 |
E-mail : kyungwkim@deloitte.com

김명구 파트너

전략 부문 | 딜로이트컨설팅

Tel : 02 6676 3875 |
E-mail : myunggkim@deloitte.com

Deloitte.
Insights

딜로이트 안진회계법인·딜로이트 컨설팅
성장전략 본부

손재호 Partner
고객산업본부 본부장
jaehoson@deloitte.com

정동섭 Partner
딜로이트 인사이트 리더
dongjeong@deloitte.com

김사헌 Director
딜로이트 인사이트 편집장
sahekim@deloitte.com

HOT LINE
02) 6099-4651/
02) 6676-1414/
krinsightsend@deloitte.com

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the "Deloitte organization"). DTTL (also referred to as "Deloitte Global") and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other.
DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more. Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.
This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), its global network of member firms or their related entities (collectively, the "Deloitte organization") is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.
No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication.
DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.

본 보고서는 저작권법에 따라 보호받는 저작물로서 저작권은 딜로이트 안진회계법인(“저작권자”)에 있습니다. 본 보고서의 내용은 비영리 목적으로만 이용이 가능하고, 내용의 전부 또는 일부에 대한 상업적 활용 기타 영리목적 이용시 저작권자의 사전 허락이 필요합니다. 또한 본 보고서의 이용시, 출처를 저작권자로 명시해야 하고 저작권자의 사전 허락없이 그 내용을 변경할 수 없습니다.