



## 딜로이트 소비재 산업 전망

경쟁적 가격인상으로 버티던  
소비재 산업, 수익과 판매의  
근본적 혁신 시급

Deloitte Global



“

소비재 업계, 가격 인상으로 버티던 시기는 끝났다...  
수익성과 판매량 개선 위한 새로운 접근법 모색할 때

”

지난 수년간 소비재 기업들은  
투입비용 급증에 다각도의 대응에 나섰으나,  
결국 생존 전략은 가격 인상으로 귀결됐습니다.  
하지만 시장 환경이 변하고 경제 불확실성이  
지속되면서, 가격 인상에 대한 소비자와  
소매업계의 반발이 강해지고 있습니다.  
이제 새로운 성장 전략을 찾아야 합니다.  
소비재 업계는 가격 뿐만 아니라,  
혁신적이면서도 수익성이 뛰어난 제품+  
서비스+고객경험의 하이브리드 모델로  
승부를 모색해야 할 때입니다.



**김태환 파트너**

소비자 부문 리더  
한국 딜로이트 그룹



# 소비재 업계

## 가격 인상 전략을 지속할 수 없는 이유?

01



열리지 않는  
소비자 지갑

02



더 이상의 가격 인상을  
수용하지 않는 소매업계

03



고물가를 파고든  
새로운 경쟁 요인 등장



가격 인상에서 **수익성 중심의 판매량으로**  
전환하는 소비재 업계의 전략

Q. 중기적 전략에서 가장 주력하는 요인은 무엇인가?

가격 인상  
2%

판매량 증대  
36%



수익성이 더 높은  
제품믹스로 전환  
62%



# 수익률 끌어올리는 판매량 증대 'Profitable Volume' 방식 모색 시급

현실적으로 가능한 가장 높은 가격 유지



혁신적이면서도 수익성이 뛰어난 제품믹스 구축



판매량 증대 계획 실행

## 판매량 증대

- ✔ 타깃형 광고 및 프로모션  
→ 수요 중심의 접근법 전환
- ✔ 정밀 성장 관리  
→ 생성형AI로 역량 강화 기회
- ✔ 기회추구형 인수합병  
→ 고성장 사업/시장 선점

## 수익성 개선

- ✔ 제품믹스의 재균형  
→ 제품+서비스+경험 혼합형 모델
- ✔ 전략적 혁신  
→ 고급화·혁신·신기술 활용의 균형
- ✔ 운영 및 공급망 강화  
→ 외부 충격에 회복력 강화



# 리서치 방법론

수익률을 끌어올리는 판매량 증대  
'Profitable Volume' 방식 모색



소비재 산업의  
전망과 성장 전략 제시

세계 100대 상장  
소비재 기업 분석

소비재 산업의  
장기적 메가 트렌드

금융 전문가  
서베이 및 인터뷰

새로운 규제에  
대한 리뷰

소비재 산업 하위  
부문의 현장 목소리

전 세계 250개 소비재  
기업 임원 대상 서베이

실적 컨퍼런스콜 내용

생성형AI/GLP-1 등  
혁신에 대한  
기업 리더들의 견해

애널리스트 보고서

거시경제 전망

기업 보고서



# 수익률을 끌어올리는 방식으로 판매량을 증대한 'Profitable Grower'기업들의 차별점

## 성공 vs. 실패 기업

	Profitable Grower	실적 격차	Underperformer
연간 매출성장률	11.6%	9.4%P	2.2%
자산수익률	9.6%	5.9%P	3.7%



### Profitable Grower

- ✓ 상대적으로 강한 가격 결정력
- ✓ 핵심 브랜드에 대한 투자 확대
- ✓ 매출성장관리 시스템 개선
- ✓ 제품 혁신 중심의 전략 적극 도입
- ✓ 공급망 안정성과 데이터 역량 강화에 주력
- ✓ 빈번한 포트폴리오 조정



### Underperformer

- ✓ 소비자 수요가 제품 → 서비스로 전환하는 추세에 대응 실패
- ✓ 혁신에 적절히 투자하지 못해 시장 점유율 상실
- ✓ 부실한 조달 관리 및 헤징 전략
- ✓ 자체 브랜드 시장 경쟁 가열 속 저조한 성장

VS



# 수익과 판매량 두 마리 토끼를 잡기 위해 답을 찾아야 할 질문

## 최고경영자와 이사회

- ✔ Profitable volume 달성을 위한 전략과 자원 배분 방식은?
- ✔ 기존 제품이 소비자들이 요구하는 가치를 충족하고 있는가?

## 연구개발과 혁신

- ✔ 변화하는 소비자 가치 포인트를 어떻게 공략할 것인가?
- ✔ 경제 변화와 신기술 등장에 따른 신제품 기회는 무엇인가?

## 재무

- ✔ 수익성 증대를 위해 저성과 제품을 파악 및 정리하고 있는가?
- ✔ 비용 줄이면서도 연구개발 투자를 늘릴 방법은 무엇인가?

## 운영 및 공급망

- ✔ 새로운 지정학적, 기후변화, 노동시장, 경제현실에 대응할 회복력을 갖췄는가?
- ✔ 효율성 개선을 위해 필요한 투자 규모를 점검하고 있는가?

## 데이터 및 애널리틱스

- ✔ 생성형AI를 활용하는 최선의 방식은 무엇인가?
- ✔ 전사적 디지털 전환 과정을 제대로 이행하고 있는가?

## 인력 및 역량

- ✔ 노동력 부족 환경에서 중요 인력을 어떻게 확보하고 있는가?
- ✔ 가장 중요한 스킬이 무엇인지 명확히 파악하고 있는가?



# 딜로이트 산업 전문가

## 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.



### 김태환 파트너

소비자 부문 리더 | Deloitte Digital

☎ 02 6676 3756

@ taehwankim@deloitte.com



### 한경수 파트너

Deloitte Digital | 컨설팅 부문

☎ 02 6676 3753

@ kyuhan@deloitte.com



### 김경원 파트너

유통·소비재 부문 리더

☎ 02 6676 2322

@ kyungwkim@deloitte.com



### 오행섭 파트너

유통산업 전문가 | 회계감사 부문

☎ 02 6676 2135

@ haoh@deloitte.com



### 이재훈 파트너

유통산업 전문가 | 성장전략 부문

☎ 02 6676 1134

@ jaeholee@deloitte.com



### 안종식 수석위원

유통산업 전문가 | 컨설팅 부문

☎ 02 6676 2988

@ jonahn@deloitte.com

## Deloitte Offerings

Customer Strategy & Design	<ul style="list-style-type: none"><li>디지털 기반 고객 전략 및 비즈니스 모델 수립</li><li>제품 및 서비스 오퍼링 디자인</li></ul>
Marketing & Commerce	<ul style="list-style-type: none"><li>고객경험 최적화를 위한 Owned Channel, 광고, 이커머스 전략 설계/구현/운영</li></ul>
Customer as a Service	<ul style="list-style-type: none"><li>디지털 고객경험을 실현하는 마케팅, 세일즈, 서비스 플랫폼 구현 및 운영</li></ul>
Digital Strategy & Transformation	<ul style="list-style-type: none"><li>디지털/IT 전략 수립부터 설계, 구축 및 최적화</li><li>인수합병, 신사업 개발, 신시장 진출 등 전략적 비즈니스 어젠다 관련 시스템 주제의 타당성 분석, 영향 검증, 벤치마킹, 전략 및 계획 수립</li></ul>





앱스토어, 구글플레이/카카오톡에서 '딜로이트 인사이트'를 검색해보세요.  
더욱 다양한 소식을 만나보실 수 있습니다.

# Deloitte.

## Insights

성장전략부문 대표  
손재호 Partner

jaehosoh@deloitte.com

딜로이트 인사이트 리더  
정동섭 Partner

dongjeong@deloitte.com

딜로이트 인사이트 편집장  
박경은 Director

kyungepark@deloitte.com

연구원  
김선미 Senior Manager

seonmikim@deloitte.com

디자이너  
박근령 Senior Consultant

keunrpark@deloitte.com

Contact us

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](http://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.