

Deloitte Insights



소비자 심리와 구매행동 변화 한국과 미국 비교

소비자들은 검소함으로 불황에 맞서고 있다

리더메시지



김태환 파트너(전무)

소비자 부문 리더 | 딜로이트컨설팅

끝나지 않는 전쟁, 극한의 기후, 고물가와 고금리, 고환율 등으로 전례 없는 불황기를 살아가고 있습니다. 그 동안 소비 유통 업계에서는 불황기에 소비가 위축되는 상황을 극복하고자 다양한 전략을 시도해왔습니다.

그러나 현재의 불황은 과거와 다른 변수가 등장했습니다. 최근 몇 년 사이에 주된 소비층이 세대교체가 이뤄지면서 전에 없던 소비자들의 구매행동에 변화가 있습니다. 무조건 아끼기 보다는 **자신의 소비 지출을 주도적으로 관리 하고자 하고 가치소비를 한다는 점, 단순하고 원초적인 자극에 지갑을 열고, 가성비와 과시성 소비의 양극단의 소비 경향을 보이고 있습니다.**

“호황은 좋지만 불황은 더 좋다. 준비된 자에게 위기는 오히려 기회다.”

일본 파나소닉의 창업자이자 경영의 신으로 불리는 마쓰시타 고노스케가 남긴말입니다. 불황을 위기가 아닌 기회로 삼기 위해서는 무엇보다도 **소비심리와 그에 따른 행동 변화를 정확히 파악하고 그에 적절히 대응하는 기업 전략을 수립하는 것이** 중요할 것입니다.

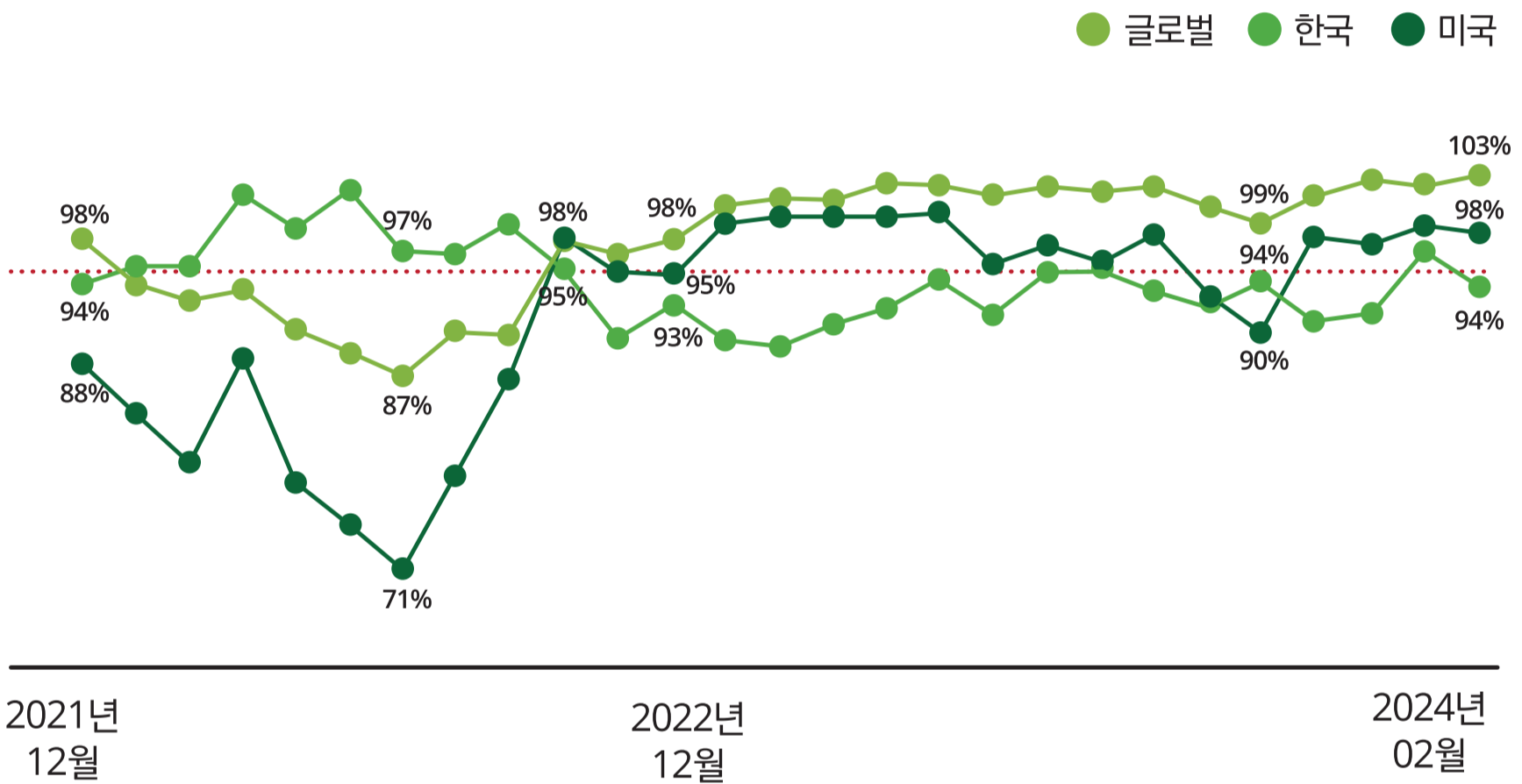
딜로이트 소비자 재정적 웰빙 및 지출 의향 지수는 이러한 귀사의 불황 극복 노력에 효과적으로 활용될 수 있을 것입니다.

소비자 재정적 웰빙 지수

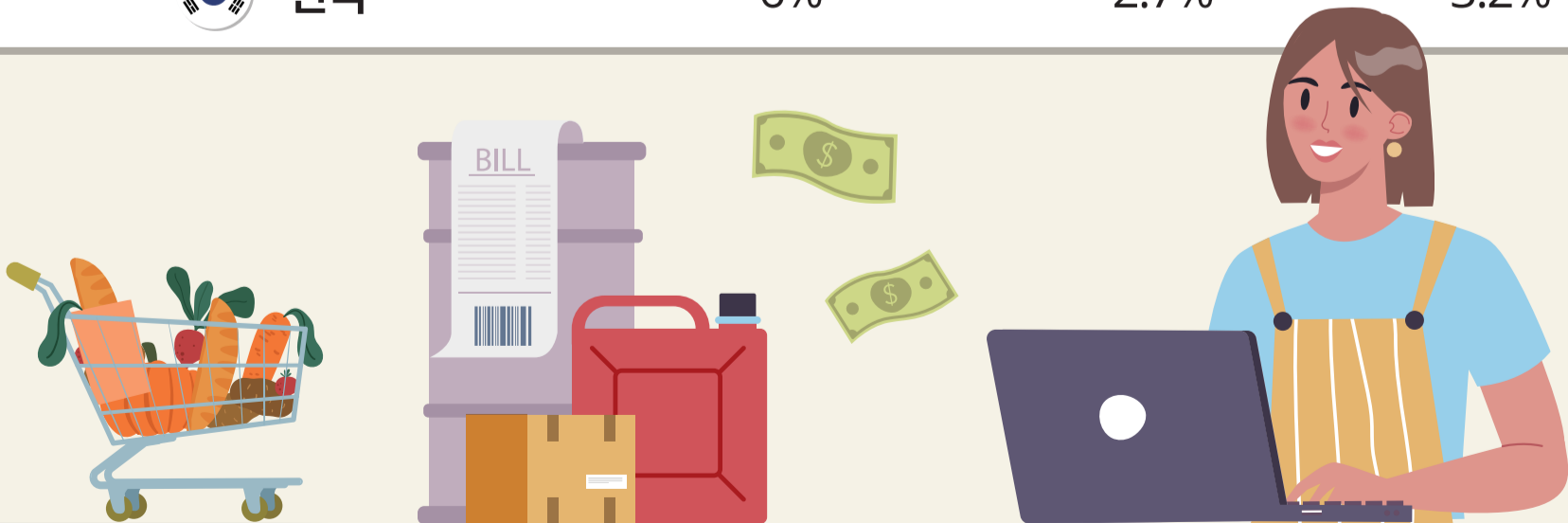
Financial well-being index

글로벌 인플레이션의 상승 추세가 완만해지면서 소비자들이 느끼는 재정적 웰빙 지수는 상승하고 있으나 여전히 인플레이션에 대한 우려는 높은 수준을 유지하고 있다.

현재 소비자들이 자신의 재무 건전성과 미래 안정성에 대해 긍정적으로 응답하는 비율



소비자 물가 상승률	22년 06월	23년 06월	23년 12월
미국	9.1%	3.0%	3.4%
한국	6%	2.7%	3.2%

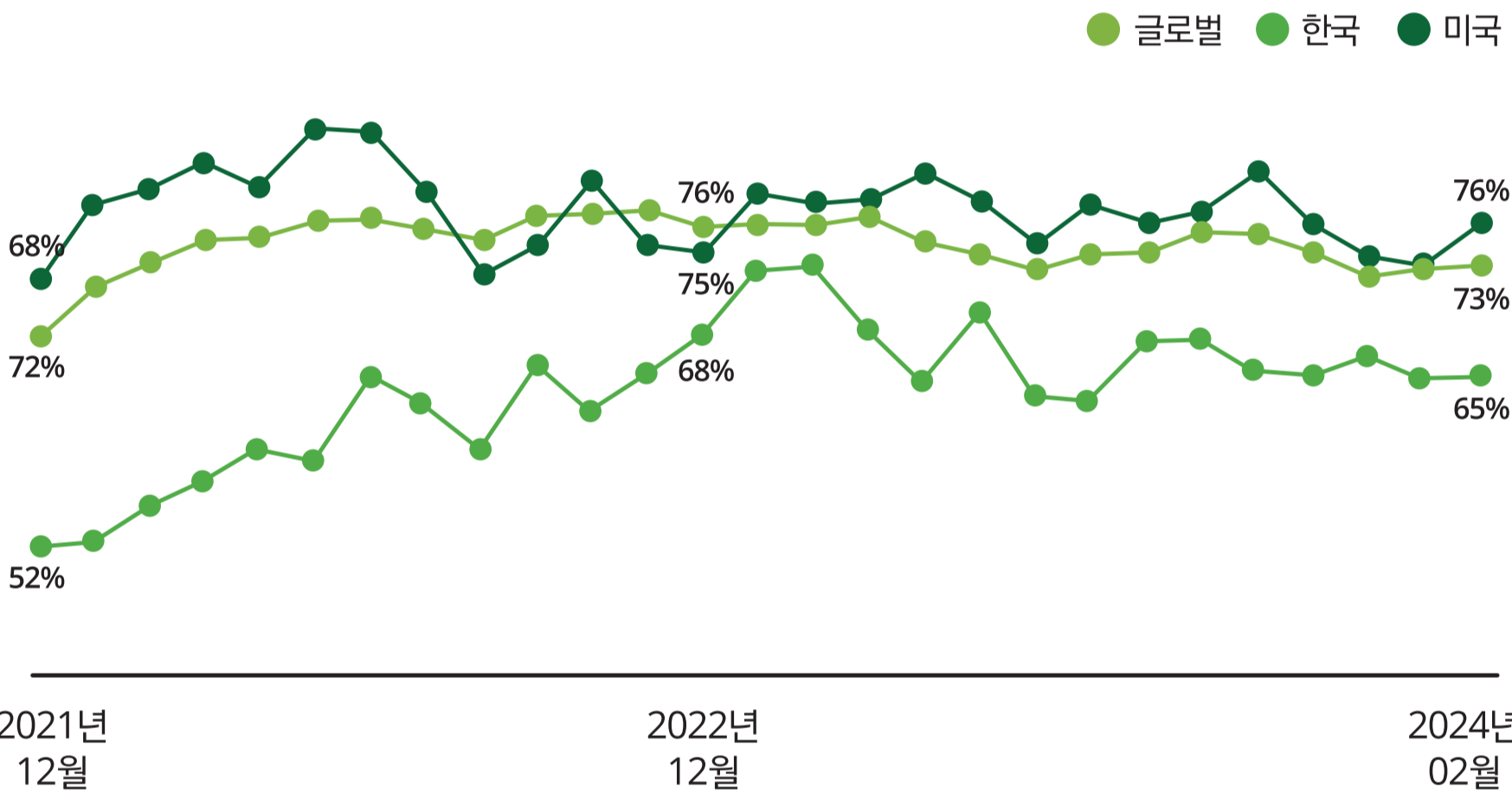


소비자 인플레이션 우려

Global inflation concern

소비자들은 인플레이션 상승 국면이 지속될 것으로 전망하고 있다.

인플레이션 우려는 '자주 구매하는 물건의 가격이 오를까봐 걱정된다'는 문항에 대해 '매우 동의한다' 또는 '동의한다'를 선택한 응답자의 비율



조사방법론

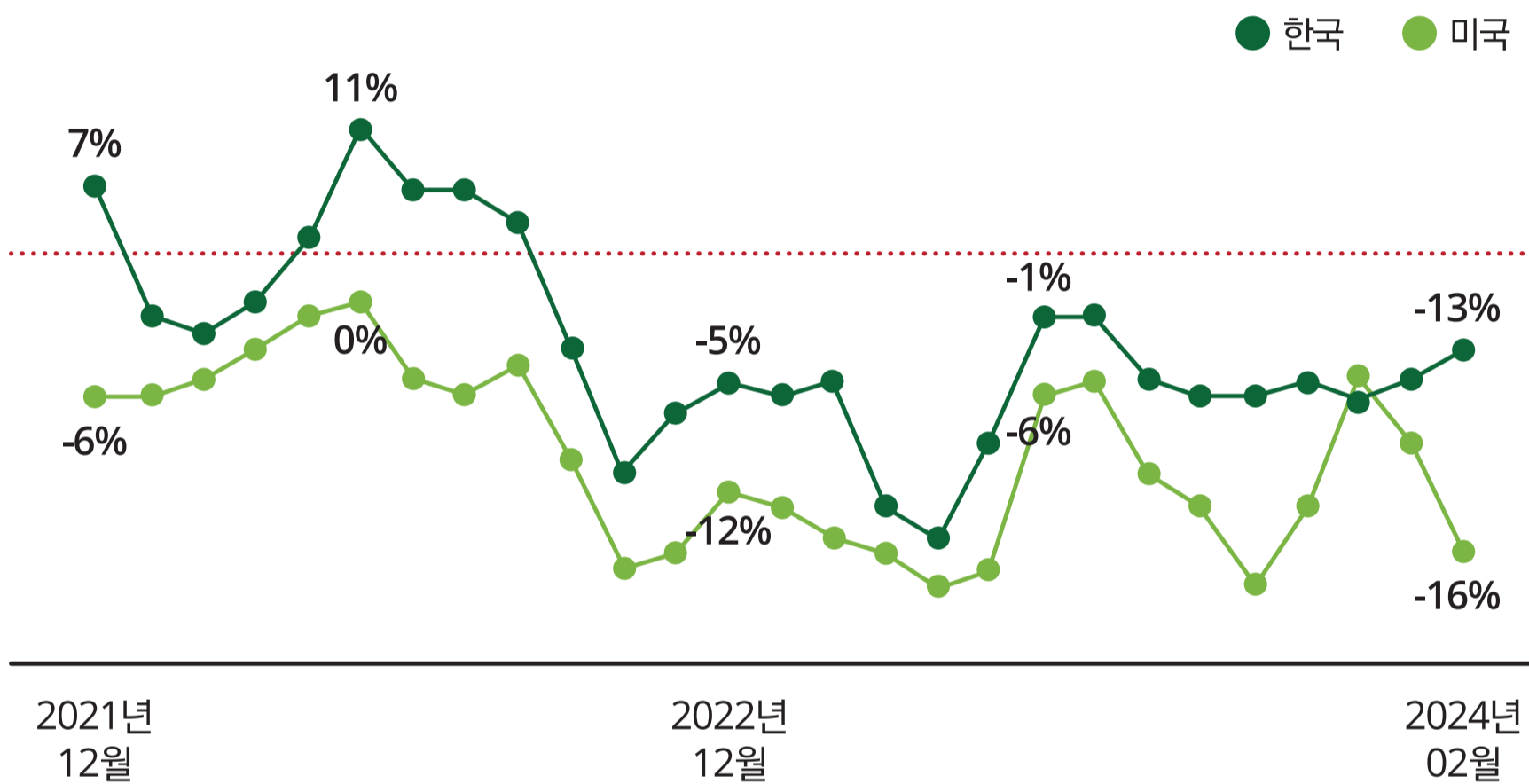
- ✓ 국가별 온라인 패널 만 18세 이상 성인 1000명을 대상으로 현재 재무건전성과 미래 안정성 관련 설문 (소비자국가별 오차 범위 ±3%)
- ✓ 대상 국가(총 19개국): 호주, 캐나다, 프랑스, 독일, 이탈리아, 일본, 네덜란드, 폴란드, 한국, 스페인, 영국, 미국, 브라질, 중국, 인도, 멕시코, 사우디아라비아, 남아프리카공화국, 아랍에미리트
- ✓ 글로벌 지수는 글로벌 지수선은 2022년 세계은행 발표 GDP 기준 상위 10개 글로벌 경제 국가 중 8개국의 평균

소비의향 지수

Deloitte Spending Intent

전례 없는 인플레이션과 금리 인상, 불안한 국제 정세로 인해 세계 경제가 어려움을 겪고 있으며, 소비자들은 적극적인 지출 관리로 불황을 극복하고자 한다.

소비자가 향후 4주내 예상 총 지출 금액 변동율(%), '0'보다 높으면 소비 증가 계획, 낮으면 소비 절감 계획



미국 소비의향

경기침체와 고금리·고물가가 길어지면서 2024년 부터 '소비 빙하기' 도래

국내 소비의향

고물가 시대에 지출을 줄이는 소비패턴이 감지되고 있지만, 주된 소비층이 세대 교체 되면서 무조건 아끼기보다는 자기 주도적인 소비지출 관리 트렌드 확산

조사방법론

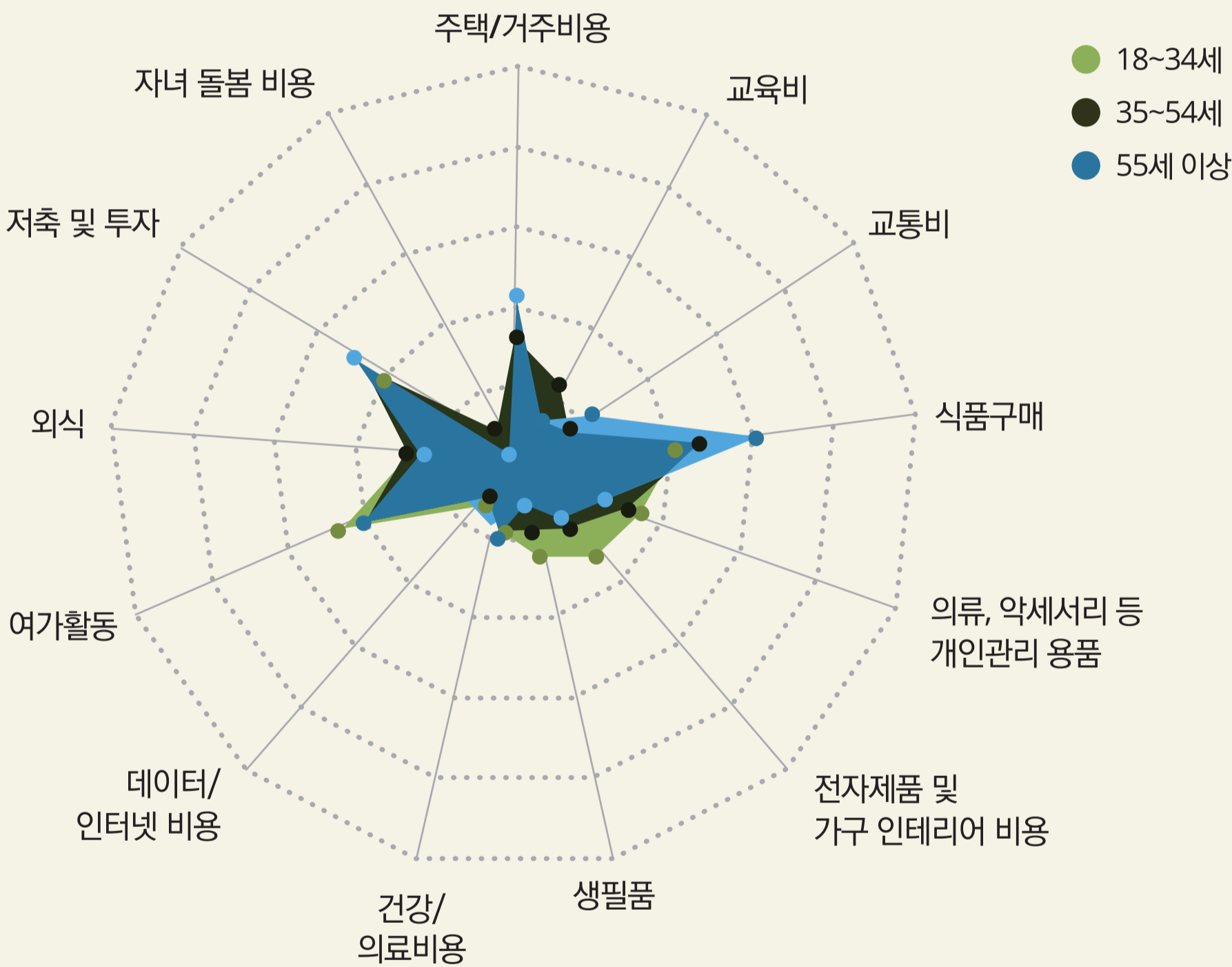
- ✓ 국가별 온라인 패널 만 18세 이상 성인 1000명을 대상으로 설문(소비자국가별 오차 범위 ±3%)
- ✓ 대상 국가(총 19개국): 호주, 캐나다, 프랑스, 독일, 이탈리아, 일본, 네덜란드, 폴란드, 한국, 스페인, 영국, 미국, 브라질, 중국, 인도, 멕시코, 사우디아라비아, 남아프리카공화국, 아랍에미리트

국내 소비자들의 연령별 향후 4주내 지출 의향

Deloitte Spending Intent

국내 소비자들은 먹거리와 주거 문제 및 자기계발을 가장 중요시 여기며, 젊은 세대들을 중심으로 가성비와 과시성 소비의 양극단의 소비 경향을 나타내고 있다.

조사일자: 2024년 1월



50세 이상

식품 구매와 주택/거주비용 및 건강/의료 비용에 지출 증가

35~54세

30/40대 중심으로 자기계발이 주요 소비 트렌드로 부상하고 있으며 일상생활 전반에서 다른 세대에 비해 가성비 소비 행태가 확산

18~34세

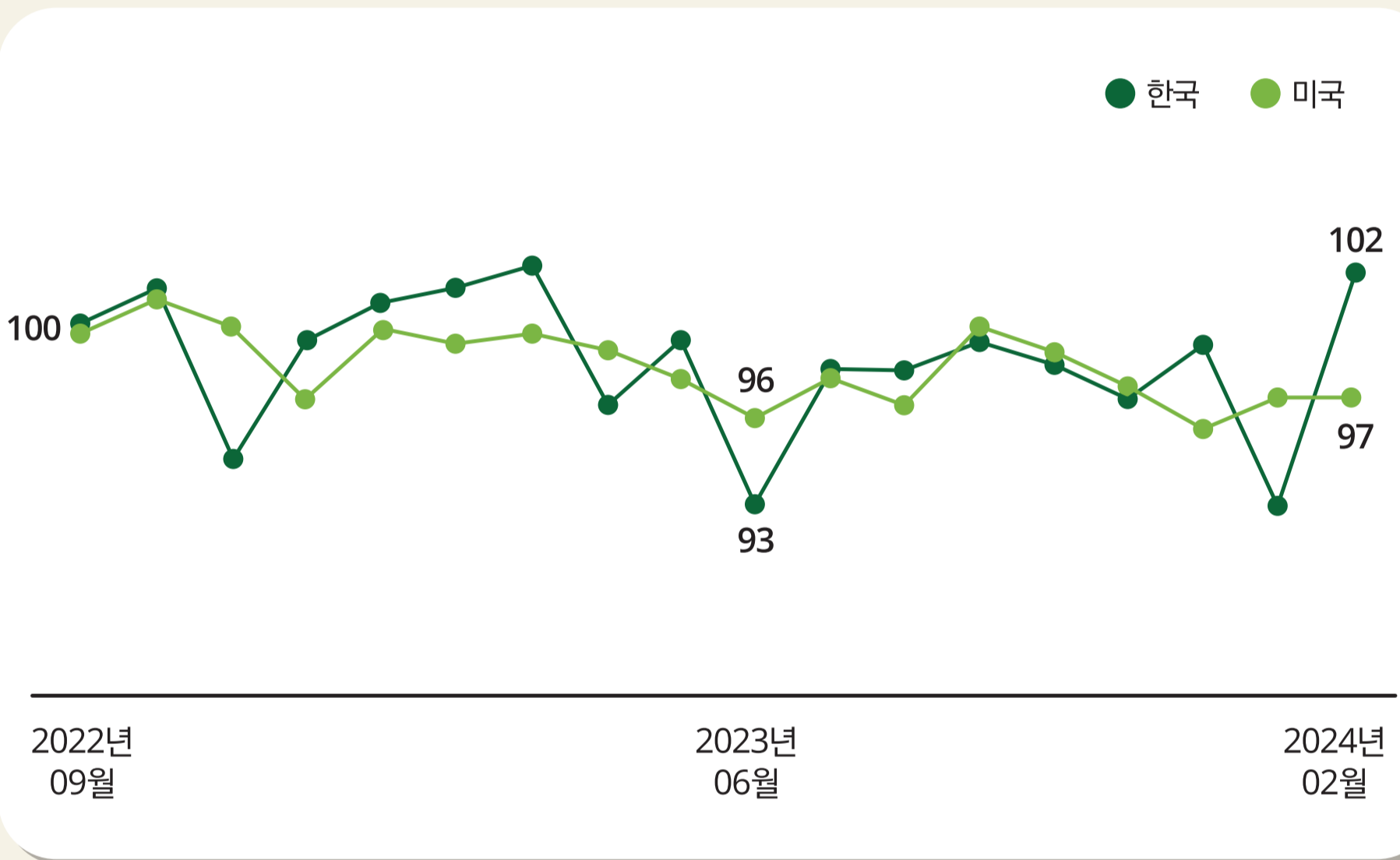
지출을 줄이더라도 의류/액세서리 개인 표현하는 과시성 소비 높은 소비

식품 소비 절약 지수

Deloitte Food frugality Index(FFI)

소비자들은 더 저렴하게, 더 적게, 더 오래 먹을 수 있는 제품을 찾고 있다.

매월 소비자들이 식료품 구매시 느끼는 재정적 스트레스에 관한 설문 결과로 도출한 지수
지수 값이 높을수록 절약의향 높음('22년 9월=100)



미국 소비의향

저렴한 브랜드와 유통기한이 긴 제품을 선호

국내 소비의향

식재료 가격상승에 가계 부담을 줄이기 위한 가성비 구매

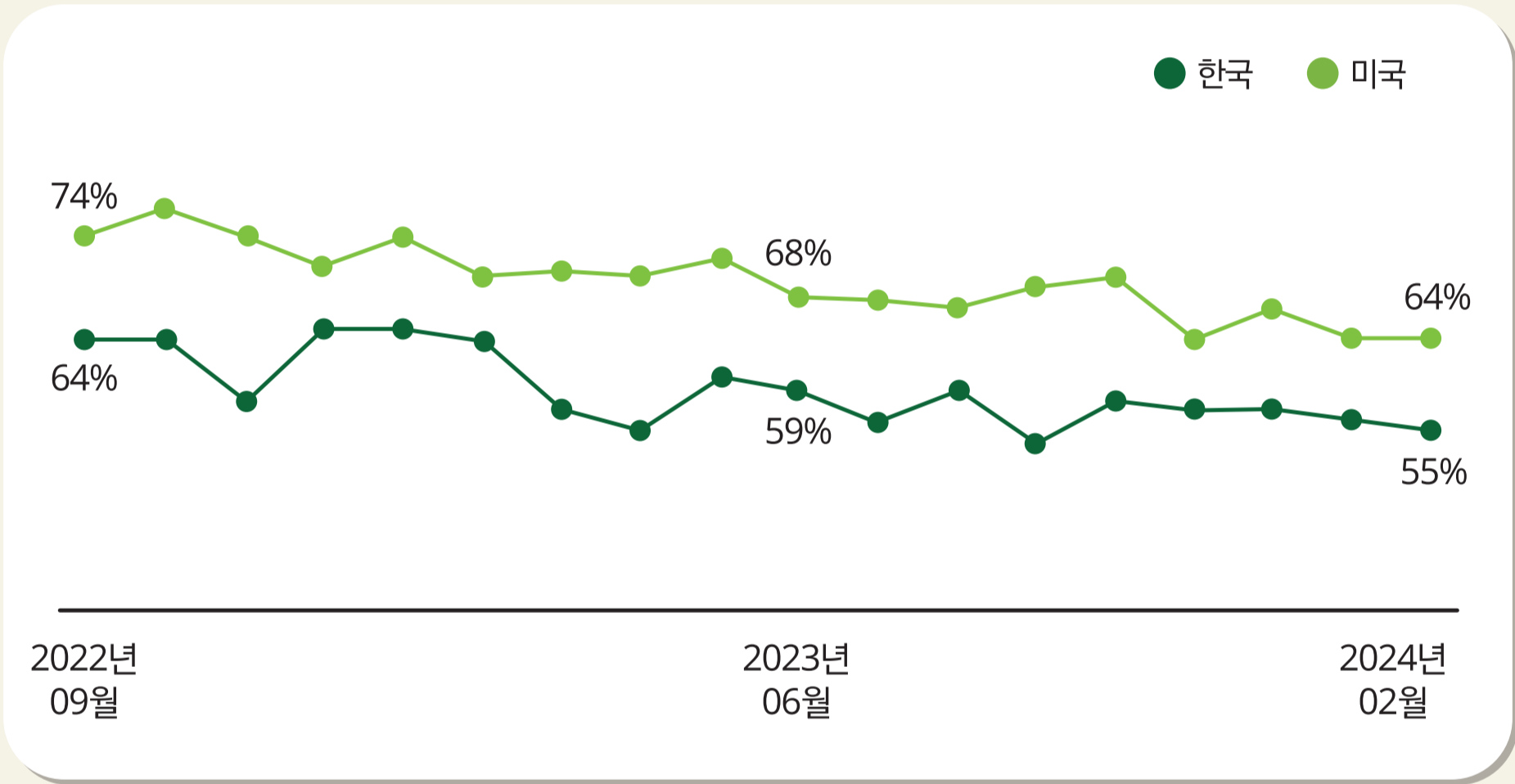


식료품 가격 지수

Deloitte Food Price Perceptions

절반 이상의 소비자들은 식료품가격이 계속 증가할 것으로 전망하고 있지만, 급등하기 보다는 점진적인 하락을 기대하고 있다.

다음달 식자재 가격이 금월 보다 오를 것인가? 라는 질문에 '상당히 높을 것이다'. 또는 '다소 높음'으로 응답한 소비자 비율

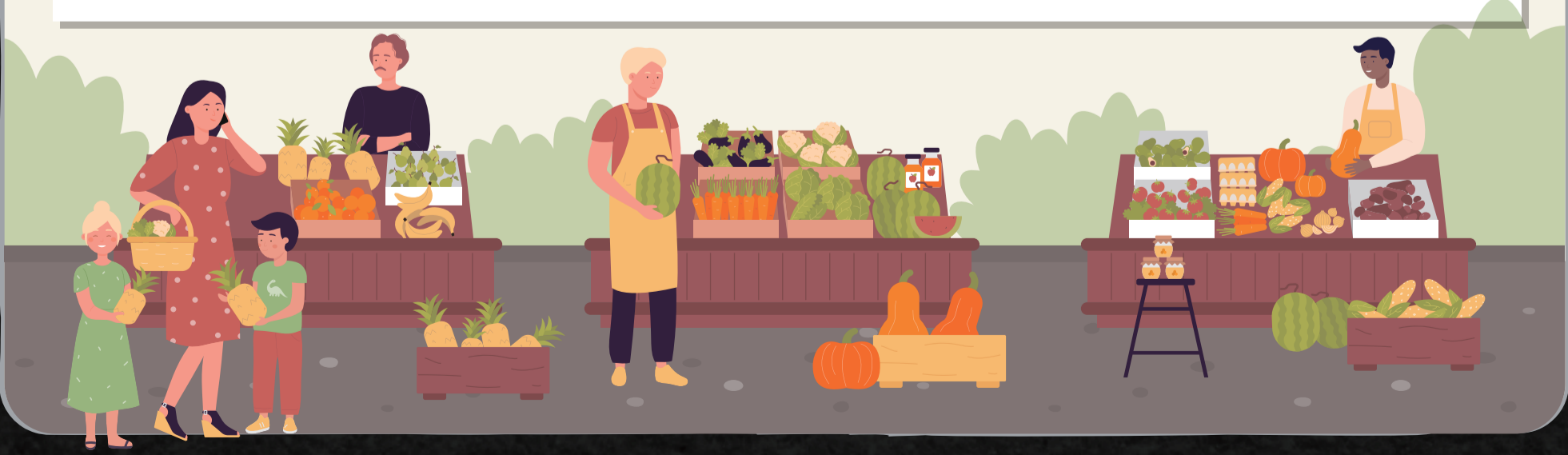


미국 소비의향

현재가 식료품 인플레이션 정점이며, 향후 가격 급등 보다는 점진적인 하락 기대

국내 소비의향

밀가루, 식용유의 원재료인 소맥, 대두유 가격 하락세로 가공식품 중심으로 가격 하락 기대



소비자 과시성 구매

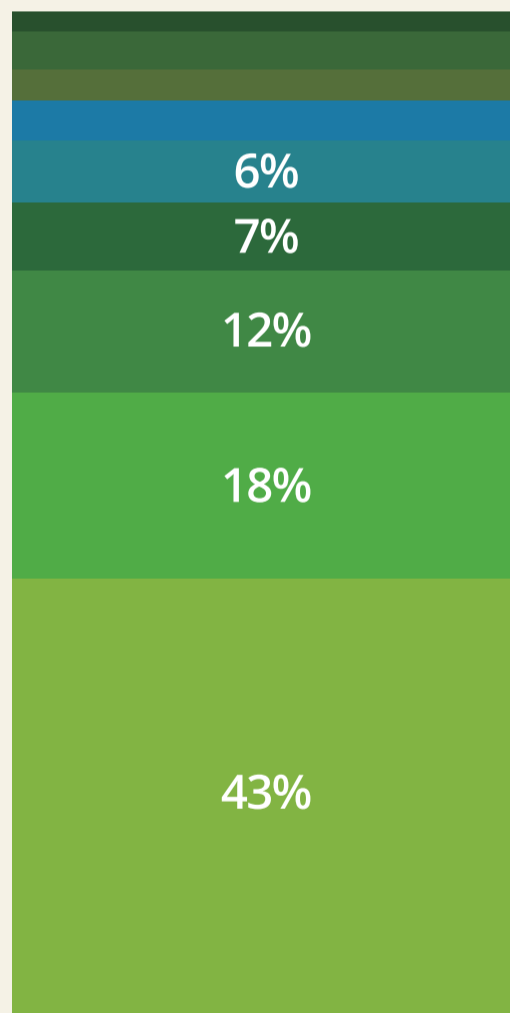
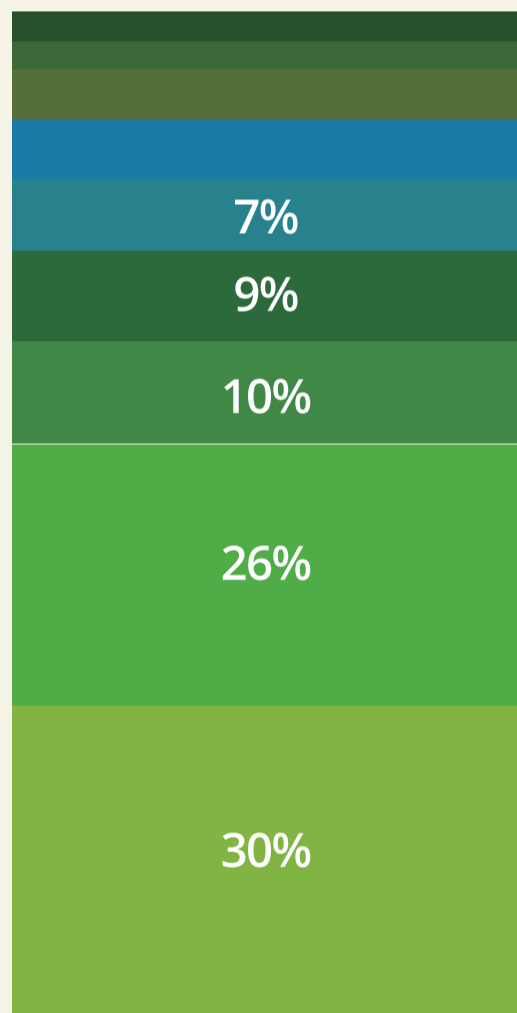
Deloitte Splurge Purchases

소비자들이 과시성 구매 시 한국은 80,000원, 미국은 45달러를 지불하는 것으로 나타났다. '24년 미국 직장인 평균 연봉 \$83,464 (약 1.1억원)으로 국내 직장인 평균연봉 4,214만원에 약 2배이지만 국내 소비자들은 고물가로 1.3배를 더 지출 할 수 밖에 없는 상황이다.

지난 한 달 동안 특정 카테고리에서 과시성 구매를 한 응답자들의 비율과 지불한 비용(중앙값)

80,000원
(직장인 평균 연봉 약 4,214만원)

45달러(약 60,000원)
(직장인 평균 연봉 약 1.1억원)



- 반려동물
- 생필품
- 가정/주방 인테리어
- 헬스케어
- 취미생활
- 전자제품
- 개인여가
- 의류 및 액세서리
- 식자재

한국

미국



미국 소비의향

먹고 입는 것으로 자신의 삶과 생활 수준 표현



국내 소비의향

경제불안 탈출 심리와 자기 만족을 위한 실속 지향적 소비 중

소비자 구매행동 변화 및 대응 전략 키워드

불황기에는 소비자의 구매 행동과 태도를 기민하게 파악할 필요가 있다.

가치 중심 소비

증폭된 지출 불안감을 가치 소비 행동으로 해소
구매 결정시 자신의 가치와 일치시키고자 하는 소비자가 증가
스스로에게 투자하는 자기계발이 주요 소비 트렌드로 부상

- ➔ **지출 불안감을 줄이는 장치/서비스 필요**
(e.g. 개인 맞춤형 제품, 체험/경험 후 구매 옵션 등)

단순하고 원초적인 것에 소비

현실 도피, 스트레스 해소를 위한 소비
젊은 세대는 의류/액세서리 등 개인 표현을 위한 소비 증가
고화질/고자극 콘텐츠로 대리 만족을 위한 소비 증가

- ➔ **제품/서비스 전달 과정 단순화, 고자극 메시지 소구 필요**
(e.g. 복잡한 리워드/할인 옵션보다 직접적인 보상, 막장 콘텐츠, 사이다식 서사, SNS용 이미지 배포 등)

중간이 없는 소비

한정된 자원으로 욕망을 채우려는 노력
먹거리와 생필품에 극한의 절약 실천(e.g. 무지출 챌린지)
특별한 날 스몰 럭셔리를 즐기는 수요 증가

- ➔ **초저가, 초대형, 특정일/소비자 타겟팅 고가 상품 개발**
(e.g. 기존 SKU를 벗어난 초대형 제품, 특정일/특정 소비자 타겟으로 한정된 수량 제공으로 희소가치 확보 등)

딜로이트 유통·소비재 전문팀

급변하는 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.

Contact



김태환 파트너(전무)

소비자 부문 리더 | 딜로이트컨설팅

Tel: 02 6676 3756
Email: taehwankim@deloitte.com



김경원 파트너

유통·소비재 부문 리더 |
딜로이트 재무자문본부

Tel: 02 6676 2322
Email: kyungwkim@deloitte.com



김명구 파트너

전략 부문 | 딜로이트컨설팅

Tel: 02 6676 3875
Email: myunggkim@deloitte.com

글로벌 소비자 산업 센터

딜로이트 소비자 산업 센터는 기업들이 빠르게 변화하는 시장 환경에서 목표를 성취하기 위해 우수한 제품과 서비스를 개발하고, 적절한 솔루션을 채택하는 등 중요한 결정을 내리는 데 도움을 주고 있습니다.

자동차, 소비재, 소매, 운송, 호텔 및 서비스 부문의 경영진들이 비즈니스 환경과 방향성에 대한 통찰력을 향상시킬 수 있도록 인사이트를 제공합니다.



Stephen Rogers

Managing Director



Lupine Skelly

Retail, Wholesale &
Distribution Research
Leader



Ryan Robinson

Automotive Research
Leader



Maggie Rauch

Research Manager



Justin Cook

US Consumer Products
Research Leader



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

Deloitte.

Insights

성장전략본부 리더
손재호 **Partner**
jaehosoh@deloitte.com

딜로이트 인사이트 리더
정동섭 **Partner**
dongjeong@deloitte.com

연구원
배순한 **Director**
soobae@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 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.