



Consumer Signals Q2(글로벌, 한국, 미국): 불황에도 지속되는 자기만족성 소비

July 2024

Download on the
App Store

GET IT ON
Google Play



'딜로이트 인사이트' 앱에서
경영·산업 트렌드를 만나보세요!

Leader's Message



김태환 파트너
소비자 부문 리더 |
한국 딜로이트 그룹

소비할 것인가, 절약할 것인가?

장기화 되고 있는 인플레이션과 불확실한 통화 정책 전망 속에서 소비자들이 갈등하고 있습니다. 더 어려운 시기를 대비해 생활비를 절감하겠다는 의지를 내비치면서도, 자기만족을 위한 소비에 지갑을 여는 모습을 보입니다.

이러한 소비자들의 모습은 딜로이트가 개발한 Consumer Signals Index에서도 명확히 드러납니다. 소비자들의 FWBI(재정적 웰빙지수)와 소비의향 지수는 하락세로 돌아섰지만, 품목별 소비의향과 과시성 구매 금액 분석 결과 어려운 와중에도 소비자들이 정서적 위안과 스트레스 해소를 위한 과시성 소비를 지속하고 있다는 사실이 확인됩니다.

미래 경제상황에 대한 소비자들의 심리, 앞으로 소비자들이 절감하고자 하는 지출의 규모, 그리고 어떤 품목이 왜 소비자들의 선택을 받고 있는지 등을 Consumer Signals 조사 결과에서 확인해 보시기 바랍니다. 정기적인 조사내용은 본 리포트뿐 아니라, 한국 딜로이트 그룹 공식 웹사이트의 'Deloitte Index(Link)' 페이지에서도 열람하실 수 있습니다.

본 리포트가 소비재 및 유통 기업의 사업 전략 마련에 유의미한 인사이트를 제공하기를 기대합니다.

Table of Contents

I. Consumer Signals 개요

II. 소비자 경제심리

- 소비자 인플레이션 우려
- 소비자 재정적 웰빙 지수

III. 소비자 지출의향

- 소비 의향 지수
- 카테고리별 소비의향(한국)
- 과시성 구매 금액

IV. 결론

I. Consumer Signals 개요

딜로이트 글로벌 Consumer Signals는 20개국 국가별 약 1,000명 소비자 대상 설문 및 인터뷰 결과를 토대로 소비자 구매 우선순위와 구매행동에 영향을 미치는 요인을 파악하고, 수치화로 추세 분석 및 향후 전망에 기여

조사방법론

조사대상

- 국가별 만 18세 이상 성인 1,000명 대상
- 대상 국가: 전 세계 권역 별 총 20개국

권역	국가	권역	국가
유럽(8)	프랑스	APAC(5)	호주
	독일		중국
	이탈리아		인도
	네덜란드		일본
	폴란드		한국
	포르투갈	중남미(2)	브라질
	스페인		멕시코
	영국	중동/아프리카	사우디아라비아
북미(2)	캐나다		UAE
	미국	남아공	

조사방법

- 온/오프라인 설문 및 심층 인터뷰

조사주기

- 월별 데이터 수집 및 분기별 조사 결과 분석

분석결과



소비자 인플레이션 우려 지수

안정적이던 한국 인플레이션 우려, 5월 이후 반등 지속 여부 주시 필요

소비자 재정적 웰빙 지수 (FWBI)

한국 재정적 웰빙 지수 2024년 들어 큰 낙폭

소비 의향 지수 (Spending Intent)

1년 이상 소비 절감 계획하던 국내 소비자, 5월 지출규모 '유지' 계획

품목별 소비 의향

필수 지출인 식료품비, 주거비 높은 상황에서도 저축/투자하는 소비자들

과시성 구매 금액

연봉 대비 과시성 구매 많은 한국 소비자, 주요 과시 카테고리 '식음료'



Index 바로가기



Index 바로가기



Index 바로가기



Index 바로가기



Index 바로가기

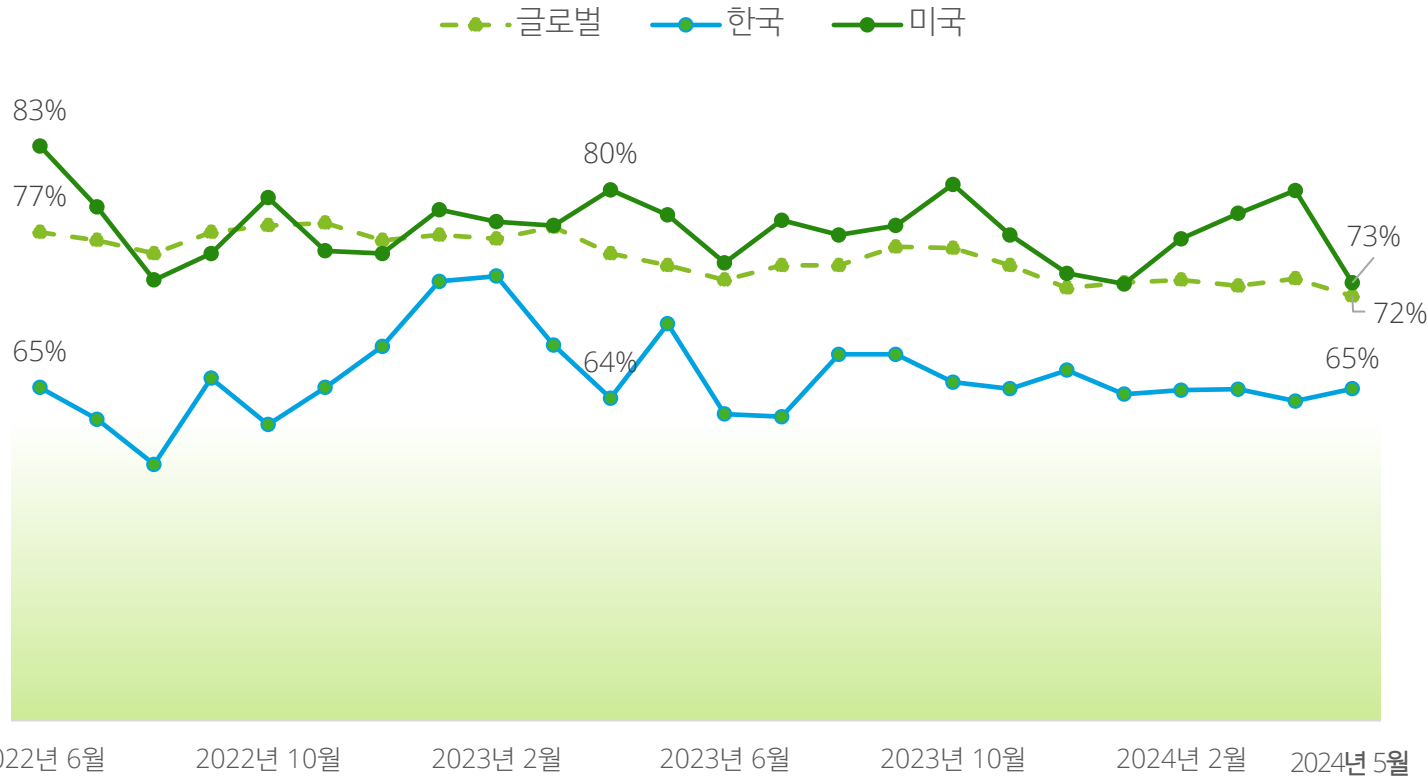


II. 소비자 경제심리 > 소비자 인플레이션 우려 지수

글로벌 인플레이션 우려 지수는 최근 물가 둔화로 정체를 보이고 있으며, 한국의 경우 근원물가 안정세가 인플레이션 우려를 완화시켜 왔지만 향후 반등 지속 여부와 요인에 대한 주시 필요

소비자 인플레이션 우려 지수 (글로벌 vs. 한국 vs. 미국)

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



Key Findings

글로벌 인플레이션 우려 안정화 추세

- 인플레이션 고착화 해소 기대로 글로벌 인플레이션 우려 지수 전월비 하락
- 서비스물가 상승 압력으로 미국 인플레이션 우려는 증가해왔으나 5월 CPI 예상치 하회로 우려 지수 하락

한국 인플레이션 우려는 반등

- 한국은 식료품/에너지가격 변동성은 컸으나, 근원물가 상승률 안정화가 2024년 추세에 영향
- 미국 경제상황 및 통화정책의 직접 영향권에 있어 5월 반등이 지속될지 여부 주시

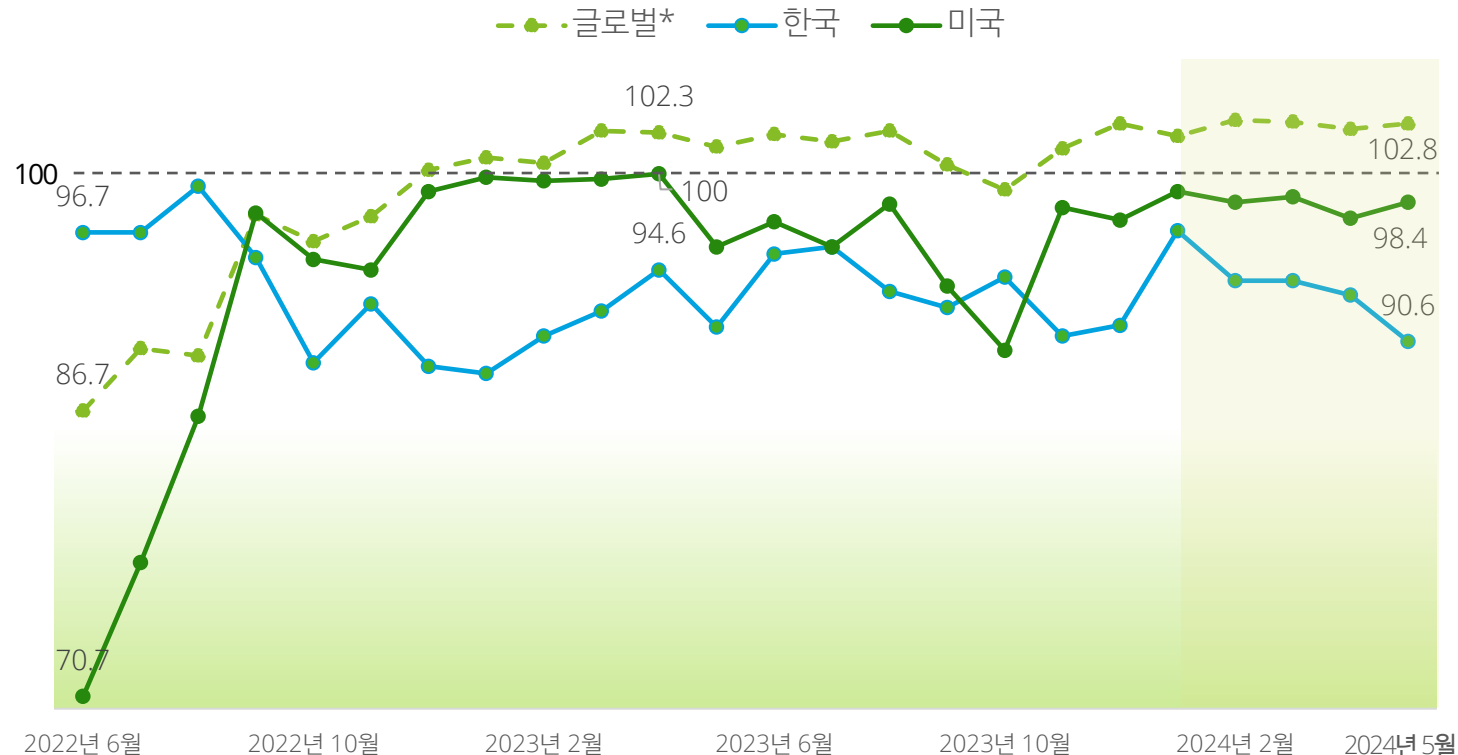


II. 소비자 경제심리 > 소비자 재정적 웰빙 지수

소비자가 느끼는 재정적 웰빙 지수는 임금 정체 및 물가 반등 우려로 2024년 이후 하락세. 한국의 낙폭이 가장 커 소비자 불안에 대응하는 전략적 접근 필요

소비자 재정적 웰빙 지수(FWBI, Financial Well-Being Index) (글로벌 vs. 한국 vs. 미국)

자신의 재무 건전성과 미래 안정성에 대해 긍정적으로 평가한 소비자 비율을 지수화 (2020년 4월 = 100). 지수값이 높을수록 본인의 재무상태가 건전한 것으로 평가



*글로벌지수는 글로벌지수선은 2022년 세계은행 발표 GDP 기준 상위 10개 글로벌 경제 국가 중 8개국의 평균

© 2024. For information, contact Deloitte Anjin LLC

Key Findings

미래가 더 불안한 한국 소비자

- 현재 재정상황의 심각성(%)에 대해서는 한국(35%)이 미국(37%)보다 긍정적으로 평가
- 미래 재정상황의 개선전망(%)에 대해서는 한국(33%)이 미국(42%)보다 부정적으로 평가

미래 불안 요인은 가계소득 하락

- 한국 2024년 1분기 가계 실질소득은 전년 동기 대비 1.6% 감소하며 FWBI 하락에 일조¹⁾
- 동기간 미국 실질소득은 1.1% 증가²⁾

Note:

1) 통계청

2) Bureau of Economic Analysis (<https://www.bea.gov/news/2024/gross-domestic-product-first-quarter-2024-advance-estimate>)

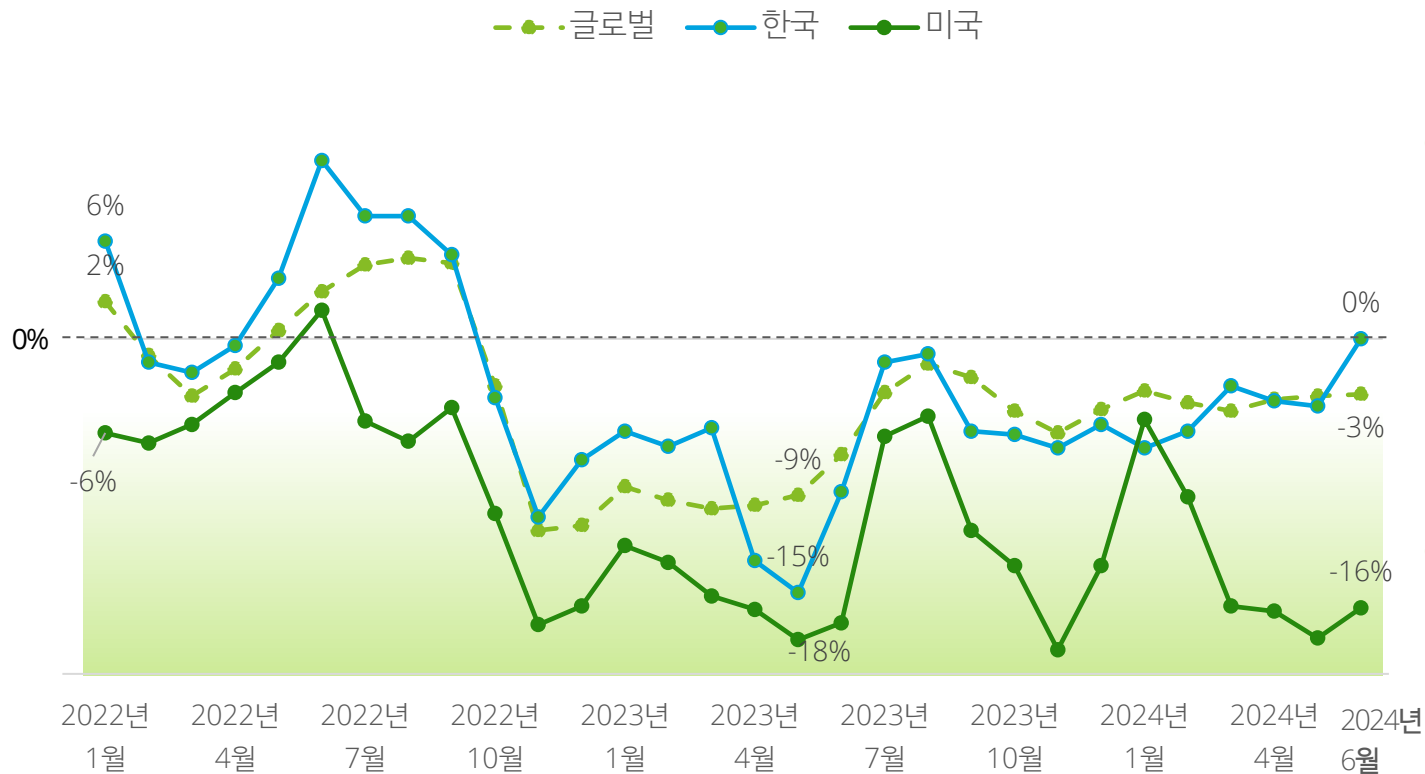


III. 소비자 지출 의향 > 소비 의향 지수

인플레이션 우려 증가 및 재무 건전성 하락으로 소비자들은 1년 반 이상 소비 절감을 계획 중. 최근 인플레이션 우려가 반등한 미국 소비의향이 큰 폭으로 하락

소비의향 지수(Deloitte Spending Intent) (글로벌 vs. 한국 vs. 미국)

소비자가 향후 4주내 예상하는 총 지출 금액 변동률. '0'보다 높으면 소비 증가 계획, 낮으면 소비 절감 계획



Key Findings

전 세계는 소비 절감 계획 중

- 미국 소비자들, 인플레 우려 완화에도 다음달 소비 16% 감축 계획
- 금리인하 연기 및 인플레이션 장기화 지속 시 소비 추가 위축 가능성

절약 기조 지속으로 저가 브랜드 매출 증가

- (한국) 2023년 다이소 매출 전년비 17.5%, 증가, 저가 커피 프랜차이즈 매출 전년비 37% 증가¹⁾
- (미국) 저가 제품 유통업체 달러 제너럴 매출 전년비 2.24% 증가²⁾

Note:

1) 아성다이소감사보고서, NH농협카드데이터분석

2) Dollar General Corporation Reports Third Quarter 2023 Results (2023.12)

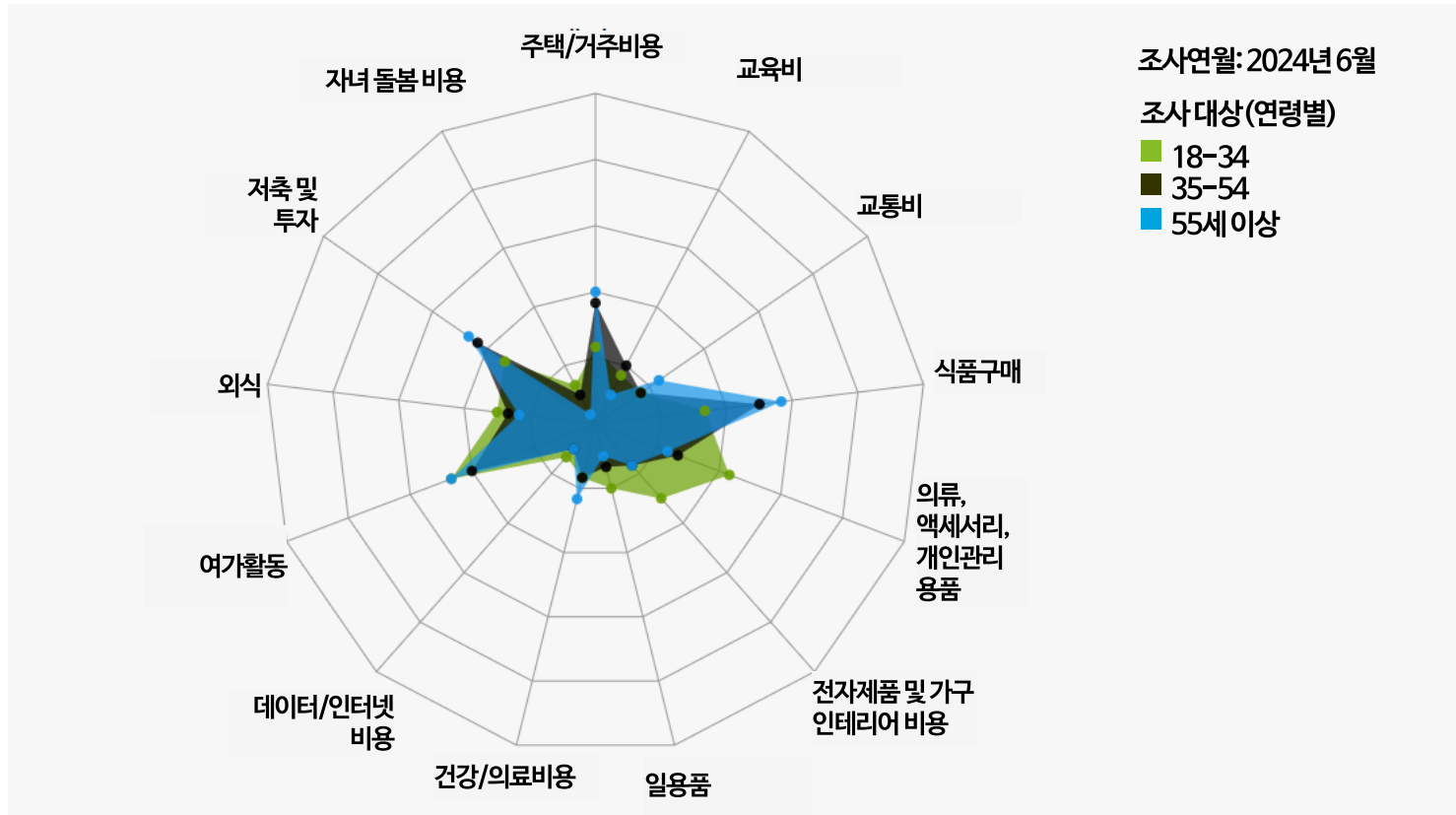


III. 소비자 지출 의향 > 품목별 소비 의향(한국)

국내 소비자들은 높은 식료품 구매 및 주택 거주비용 비중에도 이에 상응하는 금액을 저축/투자에 지출할 계획이며 개인 과시를 위한 소비는 주로 젊은 세대에서 발생

품목별 소비 의향 분석(한국)

국내 소비자들의 연령별 향후 4주 동안 각 품목에 지출할 계획인 금액



Key Findings

전 연령대, 저축 및 투자에 관심

- 소비자들은 식료품비, 주거비 등 필수 지출액에 상응하는 금액을 저축/투자 계획
- 55세 이상이 다른 세대보다 높은 비중으로 저축 및 투자 실행 계획

젊은 세대 중심의 ‘과시성 소비’

- (18세~34세) 개성노출과 자기관리 및 여가활동에 지출 계획 高
- (35세 이상) 개인건강/의료비 및 지출 의향 高

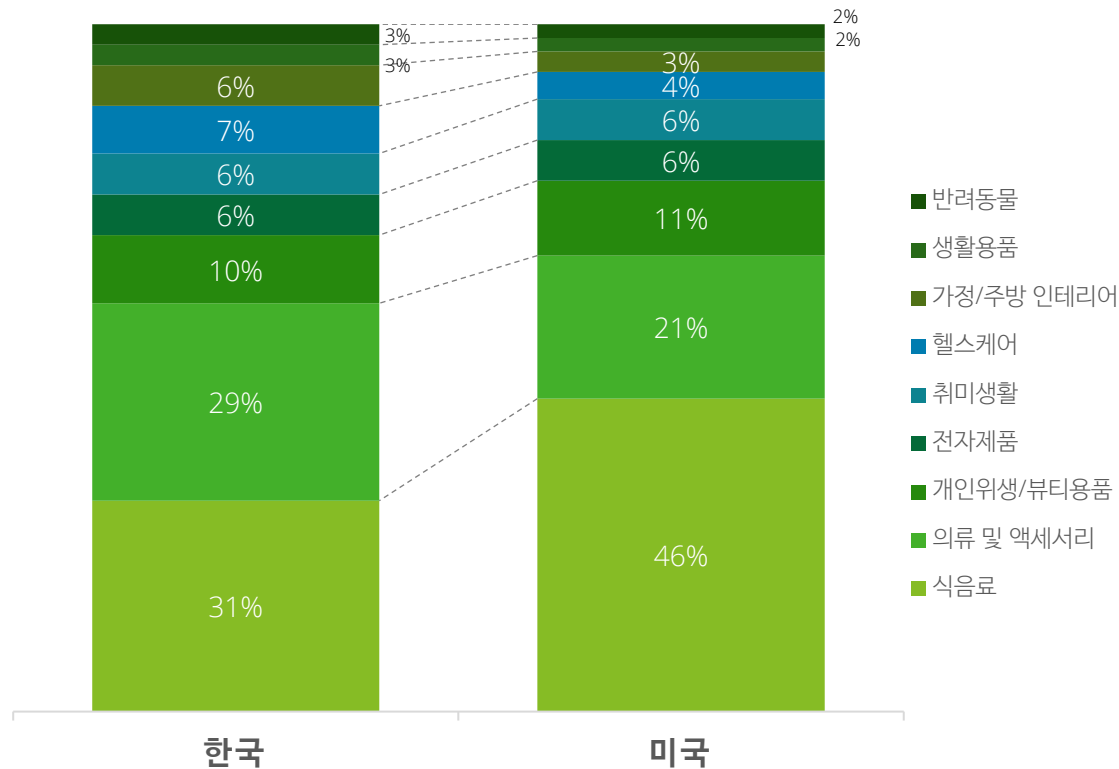


III. 소비자 지출 의향 > 과시성 구매 금액

한국과 미국의 과시성 소비는 주로 식음료 부문에서 나타나고 있으며, 한국의 평균 소비금액은 약 8만원으로 상당히 높은 수준(글로벌 평균=5.7만원, 미국=4.8만원). 불황기에 식음료 구매로 정서적 위안을 찾는 것으로 분석

소비자 과시성 구매(Deloitte Splurge Purchases)*

지난 한 달 동안 특정 카테고리에서 과시성 구매를 한 응답자들의 비율과 지불한 비용(중위값)
(조사연월: 2024년 5월)



글로벌 20개국
41달러
(약 57,000원)

한국(4위)
59달러
(80,000원)
(직장인 평균 연봉 4,214만원)¹⁾

미국(15위)
35달러
(약 48,000원)
(직장인 평균 연봉 약 1.1억원)²⁾

Key Findings

과시성 구매 주요 동인: 정서적 위안

- (미국) 정서적 위안(23%), 스트레스 해소(16%), 실용성(12%)이 과시 구매 동기
- (한국) 정서적 위안(15%), 실용성(15%), 취미생활(13%) 순의 이유로 과시성 소비

가장 인기있는 과시 카테고리: 식음료

- 전 세계 소비자들, '식음료' 소비로 과시하는 경향 (ex. 프리미엄 주류)
- 세계적으로 '식음료' 과시성 구매가 '생활용품' 대비 약 3~4배 높음³⁾

Note:
 1) 미국 직장인 평균 연봉 (<https://www.averagesalarysurvey.com/ko/salary/united-states>)
 2) 국세청, 조선일보 (https://www.chosun.com/economy/economy_general/2024/01/27/COWXNGL6MFSRU6TGWZAIUE5A/)
 3) "For consumers, splurges aren't just lipstick", April 2023, Deloitte

*반올림으로 인해 합계가 100%가 아닐 수 있음. 국가별 과시성 구매 금액은 가장 최근 과시성으로 구매한 총액의 중위값을 나타냄.
 © 2024. For information, contact Deloitte Anjin LLC



IV. 결론

경제여건 악화 속에서 소비자들은 절약과 과시성 소비를 병행하고 있으며, 소비재&유통 기업은 이러한 소비자들의 심리를 분석 및 활용하여 마케팅 전략 개발 필요

소비자구매행동 요약



- 2024년 들어 한국 소비자 재정적 웰빙지수(FWBI) 하락세
- 글로벌 인플레이션 우려 지수 정체, 한국 우려 지수 전월비 반등
- 글로벌 소비자, 2024년 6월 기준 다음달 지출액 3% 절감 계획 (한국 0%, 미국 -16%)
- 주거비, 식료품비 등 회피 불가능한 지출의 비중이 큼
- 정서적 위안, 스트레스 해소 및 실용성 등 이유로 과시성 구매
- 주요 과시성 구매 카테고리는 '식음료'

기업의 대응 전략

지출 불안감을 줄이는 장치 및 서비스 개발

- 개인 맞춤형 제품, 체험/경험 후 구매 옵션 등

초저가, 초대형, 특정 소비층 타겟팅 고가 상품 개발

- 초저가 제품라인 구축 및 할인옵션 개발
- 기존 SKU를 벗어난 초대형 제품
- 특정일/특정 소비자 타겟으로 한정된 수량 제공하는 고가 상품 등

소비자 과시성 구매 욕구 자극하는 메시지 전달

- 마케팅 메시지에서 해당 제품의 특별함을 어필하며, 정서적 위안, 스트레스 해소, 실용성 등 강조

딜로이트 유통·소비재 전문팀

빠르게 발달하고 있는 리테일 환경에서 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 파트너

소비자 부문 리더

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



김경원 파트너

유통·소비재 부문 리더

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



김명구 파트너

Strategy, Risk & Transactions

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



고병욱 파트너

Strategy, Risk & Transactions

Tel: 02 6676 3835 |
E-mail: byungko@deloitte.com



이재훈 파트너

유통기업 Lead Client Service
Partner

Tel: 02 6676 1134 |
E-mail: jaehoolee@deloitte.com



오행섭 파트너

유통기업 Lead Client Service
Partner

Tel: 02 6676 2135 |
E-mail: haoh@deloitte.com



오규찬 파트너

소비재기업 Lead Client Service
Partner

Tel: 02 6676 2143 |
E-mail: gyuoh@deloitte.com



전 세계 경제·산업·경영 트렌드와 인사이트를

실시간으로 확인하세요!

- MZ세대 소비자, ESG, 경제전망 등 이슈 분석 리포트
- CEO·CFO 분기 서베이, 자동차구매의향지수 등 경영·산업 동향 지표
- 딜로이트 전문가의 생생한 경험이 녹아있는 영상 콘텐츠
- 채용광고, 임직원 브이로그, 이벤트 안내 등 다양한 딜로이트 소식

카카오톡 채널



앱



Download on the App Store



GET IT ON Google Play



Deloitte.

Insights

성장전략부문 대표

손재호 Partner

jaehoson@deloitte.com

딜로이트 인사이트 리더

정동섭 Partner

dongjeong@deloitte.com

연구원

박경은 Senior Manager

kyungepark@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.