



Consumer Signals 2025년 2분기:

우선순위를 따지는 소비자, 똑똑한 소비의 시대

Jul. 2025

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

소비자들은 단순한 소비 축소를 넘어, 삶의 우선순위에 따라 지출을 재구성하는 전략적 소비 행태를 보이고 있습니다.경기 불확실성과 물가 부담이 지속되는 상황에서도, 자신에게 ‘필요한 소비’가 무엇인지 더욱 명확히 정의하고, 핵심 가치에 기반한 소비 결정을 내리고 있는 것입니다.

이번 Consumer Signals Index에 따르면, 한국 소비자는 글로벌 대비 낮은 소비심리와 재정적 불안에도 불구하고, 과시성 소비 지출 규모는 17개국 중 5위로 높은 수준을 유지하고 있습니다.이는 소비자들이 경제적 제약 속에서도 감정적 만족과 실용적 효용을 동시에 충족시키는 품목에 대해서는 지출을 지속하고 있음을 보여줍니다.

소비의 목적 또한 세대별로 뚜렷하게 구조화되고 있습니다.청년층은 자산 형성에, 중장년층은 생활 안정성과 실용성에, 고령층은 건강과 일상 유지에 각각 소비 우선순위를 두고 있으며, 생애주기에 따라 소비 기준은 더욱 분명해지고 있습니다.이처럼 소비자의 선택 기준은 정교화되고 있으며, 소비 행태는 점점 더 전략적으로 진화하고 있습니다.

이제 소비재 및 유통 기업은 전방위적인 소비 유도에서 벗어나, 기능적 효용성과 정서적 만족을 모두 제공할 수 있는 제품과 경험을 선별적으로 제안해야 합니다.특히 소비가 유지되는 핵심 품목에 집중하고, 세분화된 타깃별 커뮤니케이션 전략을 정교하게 수립하는 것이 무엇보다 중요해졌습니다.

딜로이트는 앞으로도 변화하는 소비자의 경제 심리와 구매 행태를 정밀하게 추적하며, 기업이 복잡해진 소비 기준을 이해하고 전략적으로 대응할 수 있도록 깊이 있는 인사이트를 지속적으로 제공할 것입니다.보다 자세한 분석은 한국 딜로이트 그룹의 ‘Deloitte Index’와 인사이트 앱에서 확인하실 수 있습니다.

Table of Contents

I. Consumer Signals 개요

II. 소비자 경제심리

- 소비자 재정적 웰빙 지수
- 소비자 인플레이션 우려 지수

III. 소비자 지출의향

- 소비 의향 지수
- 품목별 소비 의향(한국)
- 식료품 소비 절약지수
- 과시성 구매 금액

IV. 결론

I. Consumer Signals 개요

딜로이트 글로벌 Consumer Signals는 17개국 국가별 약 1,000명 소비자 대상 설문 및 인터뷰 결과를 토대로 소비자 구매 우선순위와 구매행동에 영향을 미치는 요인을 파악하고, 이를 지수화하여 추세를 분석하고 향후 트렌드를 전망합니다.

조사 방법론

조사대상

- 국가별 만 18세 이상 성인 1,000명 대상
- 대상 국가: 전 세계 권역 별 총 17개국

권역	국가	권역	국가
유럽(7)	프랑스	APAC(5)	호주
	독일		중국
	이탈리아		인도
	네덜란드		일본
	포르투갈		한국
	스페인	중남미(2)	브라질
	영국		멕시코
북미(2)	캐나다	아프리카(1)	남아공
	미국		

조사방법

- 온/오프라인 설문 및 심층 인터뷰

조사주기

- 월별 데이터 수집 및 분기별 조사 결과 분석

분석 결과



소비자 재정적 웰빙 지수 (FWBI)

한국, 17개국 중 최하위권
지속하며 만성적 비관 인식



소비자 인플레이션 우려 지수

한국, 인플레이션 우려 하락
미국, 고착화된 인플레이션 우려



소비 의향 지수 (Spending Intent)

글로벌 소비의향 점진적 회복세
한국과 미국 소비자, 소비 심리 위축 지속



품목별 소비 의향

전 연령대, 필수재 중심 속 '미래 대비'와 '정서적 소비' 높아



과시성 구매 금액

한국 소비자, 실용성과 품질 중심의 '생활형 프리미엄 소비' 성향



Index 바로가기



Index 바로가기



Index 바로가기



Index 바로가기



Index 바로가기

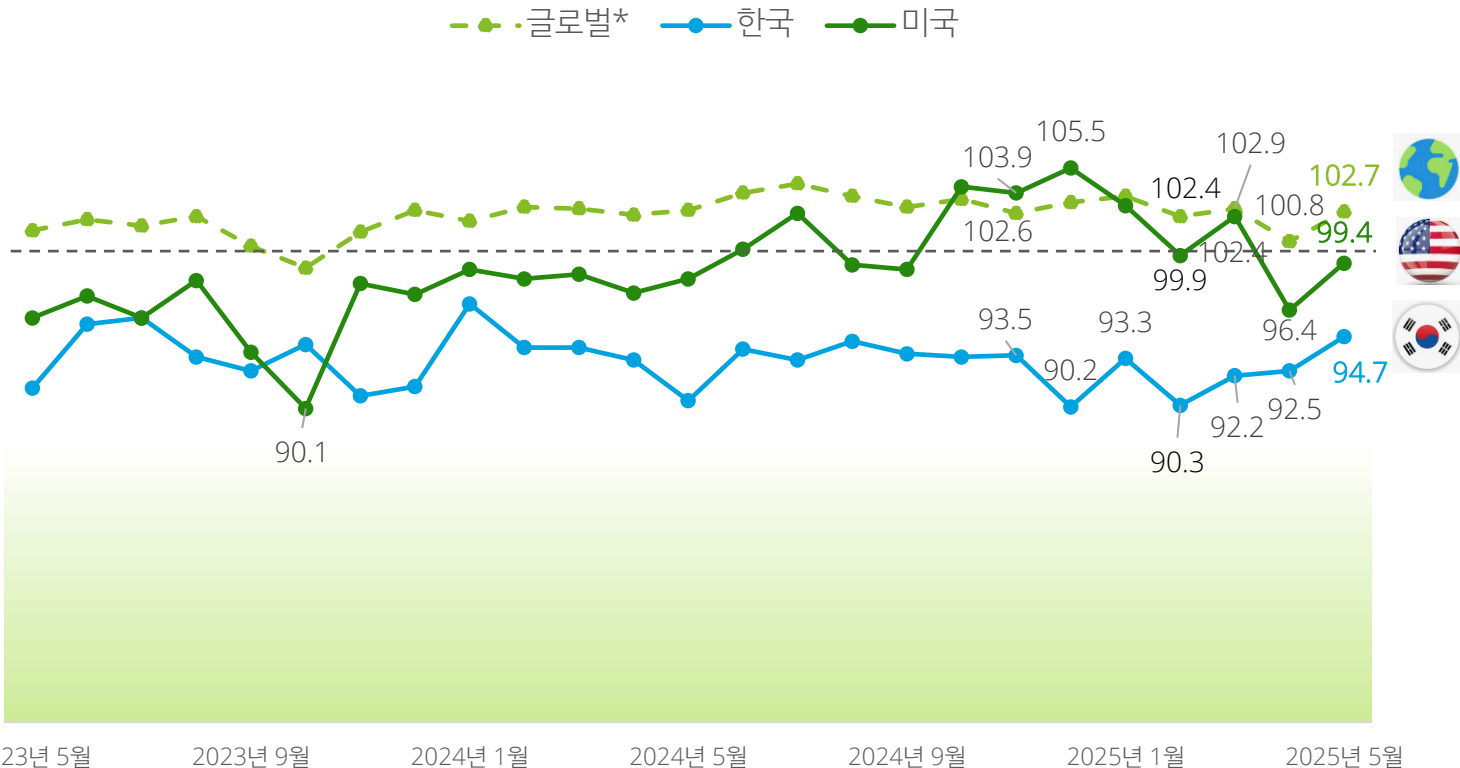
II. 소비자 경제심리 > 소비자 재정적 웰빙 지수(FWBI)



글로벌 FWBI는 비교적 안정적인 회복 흐름을 보이는 반면, 미국은 정치·경제적 불확실성에 따라 큰 폭으로 조정을 반복하고 있습니다. 한국은 FWBI 최하위권을 지속하며, 재정 상황에 대한 소비자의 비관적 인식이 만성화될 우려가 있습니다.

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). 지수 값이 높을수록 본인의 재무상태가 건전한 것으로 평가



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

© 2025. For information, contact Deloitte Anjin LLC

Key Findings

한국, 17개국 중 최하위권 지속하며 만성적 비관 인식

- 2월 이후 상승세를 보이고 있으나 기준선을 하회하며 부정적 평가 지속
- 한국 FWBI는 17개국 중 최하위권을 지속해 재정상황 비관 인식 만성화 우려

미국, 불확실성으로 큰 폭의 조정 반복

- 지난 12월 부터 큰 폭의 등락을 반복하며 4월 96.4까지 크게 하락한 후, 5월에 99.4로 반등
- 고용시장의 견조함에도 불구하고 정책불확실성과 금융시장 변동성 등 정치 리스크의 소비자 인식 반영

글로벌, 조정 국면에도 비교적 견고한 회복 흐름

- 4월 일시적으로 소폭 하락(100.8)하였으나, 5월에 102.7로 반등하며 전반적으로 안정적인 흐름 유지

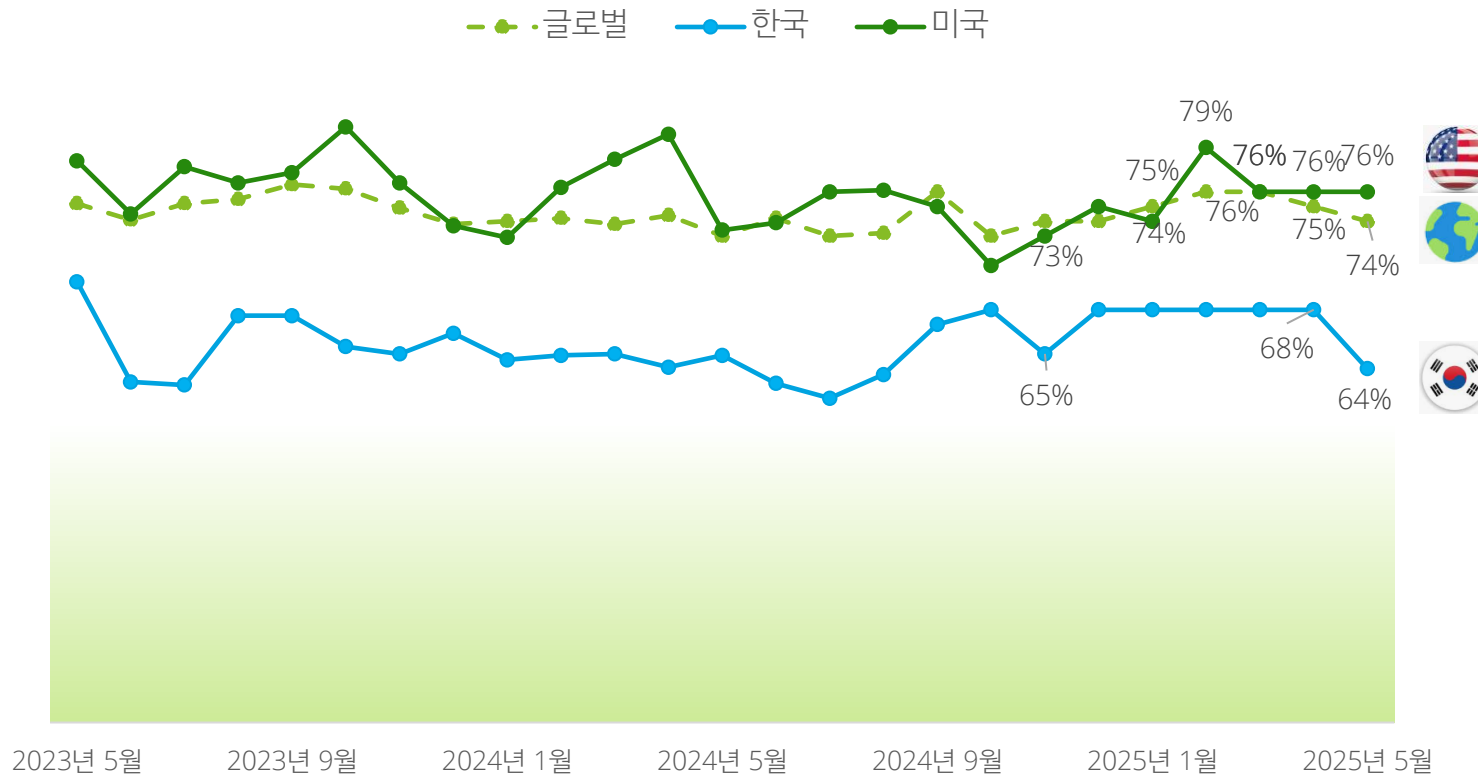
II. 소비자 경제심리 > 소비자 인플레이션 우려 지수



글로벌 인플레이션 우려는 에너지 가격 하락과 통화가치 안정 등의 영향으로 점진적인 완화 흐름을 보이고 있습니다. 미국은 고물가에 대한 불안이 고착화된 반면, 한국은 비교적 체감 물가 부담이 완화되며 우려 수준이 낮아지는 양상입니다.

소비자 인플레이션 우려 지수

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



Key Findings

한국, 인플레이션 우려 하락

- 5월 인플레이션 우려가 64%로 5개월만에 하락 전환
 - 5월 소비자물가 상승률 1.9%로 5개월만에 1%대 진입¹⁾
 - 글로벌 17개국 중 인플레이션 우려가 낮은 국가로 체감 물가 부담 완화 추세

미국, 고착화된 인플레이션 우려

- 세달 연속 76% 고정, 고물가에 대한 소비자 우려 수준이 유지
 - 관세 정책 재도입 이슈 등 불확실성으로 가격 부담 우려 지속

글로벌 인플레이션 우려, 점진적 하향세

- 에너지 가격 하락과 유럽의 통화 강세 등으로 인한 물가 안정 기대감 반영

Note:

1) 통계청

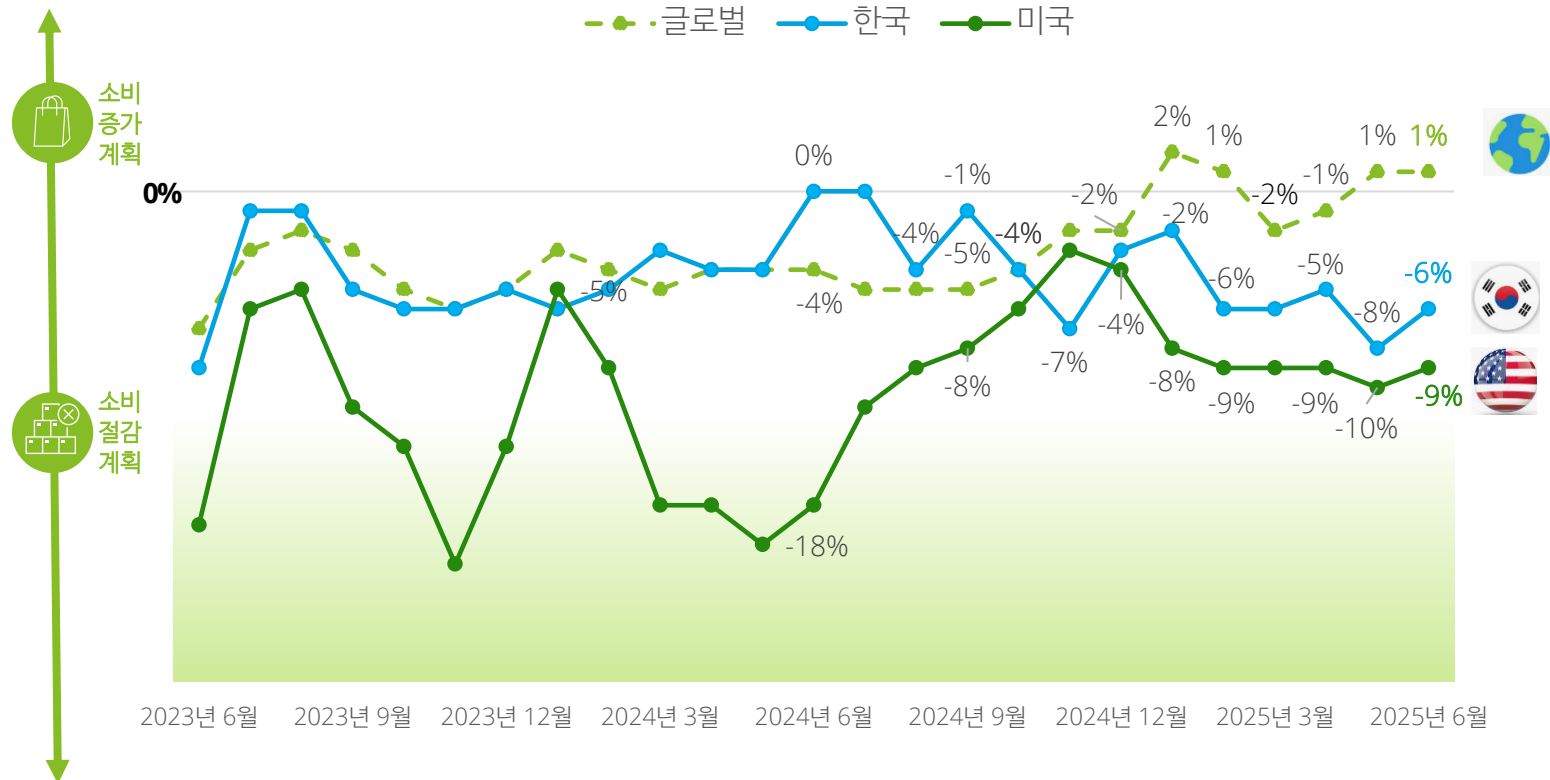


III. 소비자 지출의향 > 소비의향 지수

글로벌 소비자들은 2개월 연속 지출 증가를 계획하며 소비 의향 회복세를 이어가고 있습니다. 그러나 미국과 한국은 고물가의 장기화로 소비 심리가 위축되고 있으며, 이는 장기적인 비용 절감 성향으로 나타나고 있습니다.

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

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



Key Findings

한국과 미국 소비자, 소비 심리 위축 지속

- 한국은 소비 위축이 장기화되는 양상
 - 계절조정 경제심리지수(ESI) 순환변동치는 2024년 12월 90.2에서 2025년 5월 88.1로 지속 하락¹⁾
 - 올해 1분기 가구당 소득은 증가했으나 소비자 물가를 반영한 실질 소비 지출 7분기만에 감소세 전환²⁾
- 미국 소비자는 고착화된 고물가와 둔화된 소득 증가 기대감 속에 소비를 줄이는 경향
 - 미국 소비자심리지수 2025년 들어 4월까지 빠르게 하락하며 심리 위축세 반영³⁾

글로벌 소비 여력 점진적 회복세

- 유럽과 일부 신흥국 중심으로 에너지 비용 완화, 통화가치 안정 등이 소비심리 개선 요인

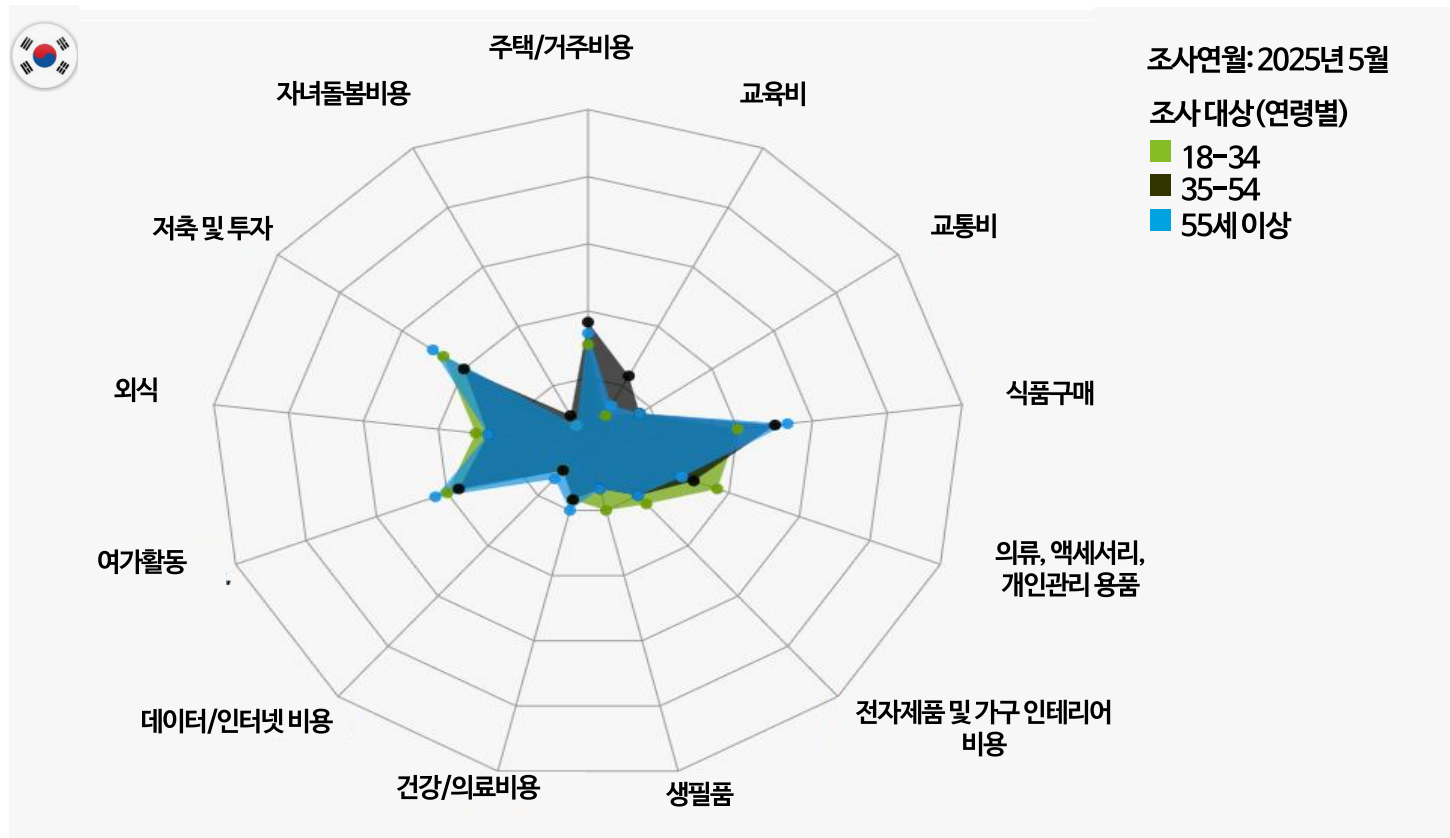


III. 소비자 지출의향 > 품목별 소비 의향(한국)

한국 소비자는 식료품, 저축·투자, 여가 등 필수 생활과 미래 대비, 심리적 만족을 균형 있게 고려한 소비를 지속하고 있습니다. 연령별로는 젊은 세대는 라이프스타일 중심, 중장년층은 가족 중심, 고연령층은 건강과 일상 유지를 위한 소비 성향을 보입니다.

품목별 소비 의향 분석(한국)

국내 소비자 연령별 향후 4주 동안 품목별로 지출할 계획인 금액



Key Findings

전 연령대, 필수재 중심 속 '미래 대비'와 '정서적 소비' 높아

- 식료품(15%)과 저축 및 투자(14%), 여가활동(12%), 주택/거주비용(10%) 순의 지출 비용 양상
 - 필수재 중심의 지출이 여전히 우위를 점하는 가운데, 자산 형성(저축·투자)과 심리적 만족(여가)을 위한 선택적 소비도 강세
 - 의류(9%), 외식(8%), 전자제품(6%) 등 비필재는 상대적으로 낮은 비중

연령별 소비 우선순위: 생애주기별 소비 목적 뚜렷

- (18세-34세) 의류(11%)와 전자제품(7%) 등 라이프스타일 품목에 지출 비중이 타 연령대 대비 높으며, 저축·투자(14%) 비중도 높아 미래 대비를 병행하는 소비 성향
- (35세-54세) 식료품(14%)과 주택·거주비용(11%) 중심으로 가계 안정과 가족 단위 생활비 중심의 소비
- (55세 이상) 식료품(18%), 저축(14%), 여가(12%), 헬스케어(6%)에 걸쳐 건강, 일상 유지, 감정적 만족을 균형 있게 반영한 소비 패턴



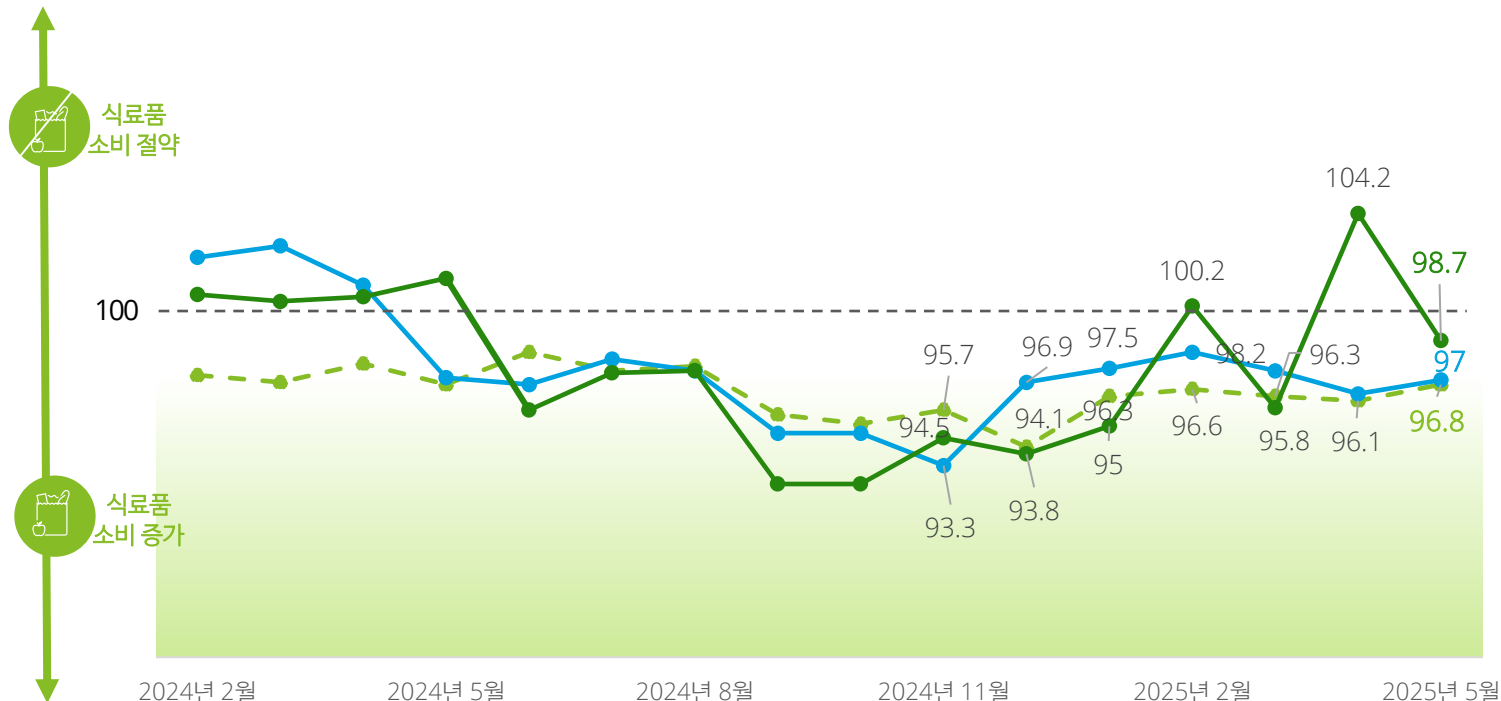
III. 소비자 지출의향 > 식료품 소비절약 지수(FFI)

미국 소비자는 식료품 물가 불안정으로 인해 절약 스트레스 지수(FFI)의 변동 폭이 컸던 반면, 한국과 글로벌 소비자는 식료품 가격 상승 속에서도 비교적 안정적으로 소비를 유지하고 있는 것으로 나타났습니다.

식료품 소비절약 지수(FFI, Food Frugality Index) (글로벌 vs. 한국 vs. 미국)

매월 소비자들이 식료품 구매 시 경험하는 재정적 스트레스에 대한 설문으로 측정한 지표, 지수 값이 높을 수록 절약 수준이 높음 (22년 9월=100)

---●--- 글로벌 ---●--- 한국 ---●--- 미국



Key Findings

글로벌과 한국 소비자, 식료품 소비 지출 여력 유지

- 글로벌 소비자, 100 이하에 머무르며 식료품 소비를 상대적으로 유지하거나 증가하는 경향
 - 지수가 소폭 상승해, 절약 기조가 다소 강화되는 흐름
- 국내 소비자의 FFI는 2024년 11월 이후 글로벌 평균을 돌파하며 상대적으로 절약을 택하는 추세

미국, 식료품 소비 절약 지수 큰 폭의 등락

- 미국의 4월 FFI는 전달 대비 큰 폭(8.4p)으로 상승하며 절약성향이 강화되었으나 5월 다시 크게 하락(5.5p)
 - 4월 식료품 가격은 곡물과 제빵류, 가정에서 소비하는 기타 식품이 큰 폭 상승해 0.3% 상승¹⁾
 - 이처럼 변동성이 큰 소비 태도는 물가 및 정책 변화에 민감하게 반응하는 모습

Note:

1) 미국노동부



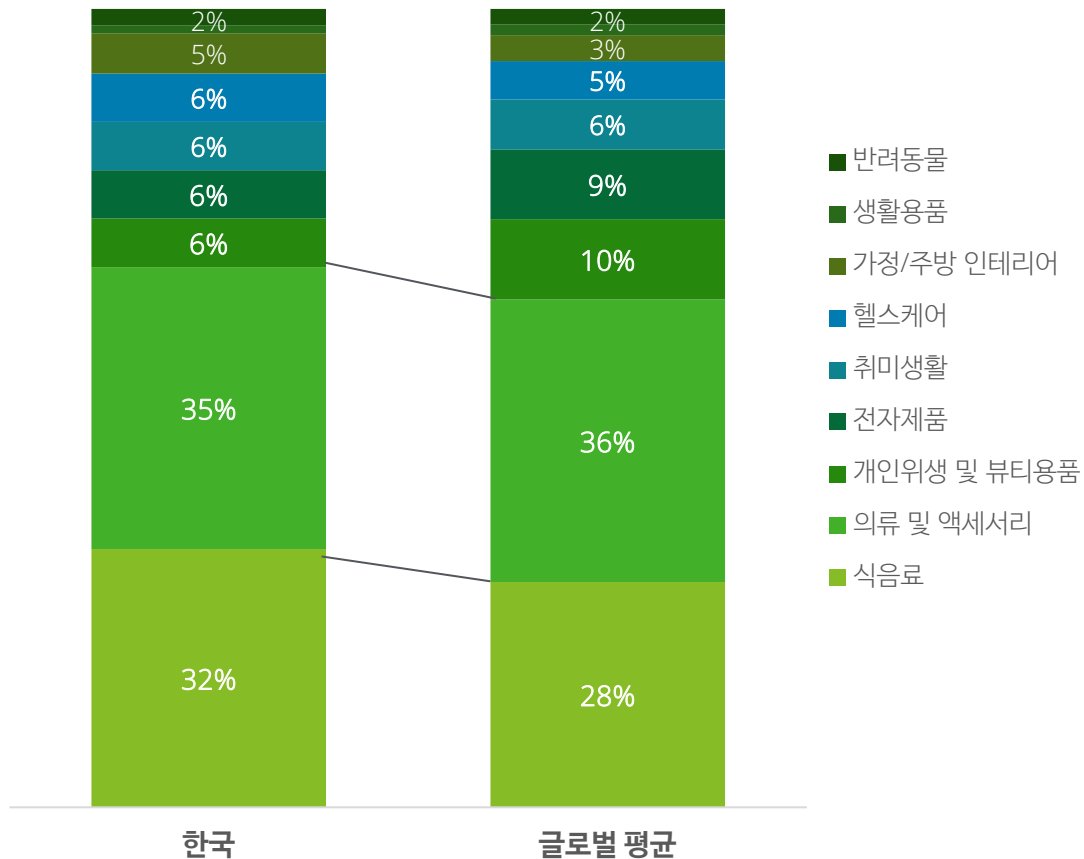
III. 소비자 지출 의향 > 과시성 구매 금액

한국 소비자는 실용성과 품질을 중시하는 ‘생활형 프리미엄 소비’ 성향이 강하게 나타납니다.

소비 의향은 낮지만, 과시성 소비 지출은 글로벌 평균을 웃돌며 자기 만족을 위한 소비에 집중하는 경향을 보입니다.

소비자 과시성 구매 (Deloitte Splurge Purchases) (글로벌 vs. 한국)

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



2025년 5월

글로벌 17개국
과시성 구매금액*

52달러
(약 75,000원)

한국(5위)

55달러
(80,000원)

*17개국과시성구매금액중위값

Key Findings

소비 위축 속에서도 높은 과시성 소비 순위

- 한국 소비자는 재정적 웰빙지수(FWBI)와 소비의향 지수 모두 글로벌 대비 낮은 수준이지만, 과시성 소비 지출 수준은 17개국 중 5위를 기록
- 재정적 스트레스와 소비 위축 속에서도, 소비자들은 일상의 위축을 보상하거나 감정을 전환할 수 있는 소비에 집중하는 양상

생활형 프리미엄 소비 성향

- 한국 소비자의과시성 소비는 의류·액세서리(35%)와 식음료(32%)에 집중되어 있으며, 기능성과 일상성을 갖춘 품목을 통해 감정적 만족과 소비 정당화를 동시에 추구
- 뷰티와 전자제품 등의 항목은 글로벌 보다 낮아, 고가 사치품보다는 실용 기반 품목 중심으로 소비 정당화
- 전반적인 소비 위축이 이어지는 가운데, 소비자들은 삶의 질과 감정적 안정감을 높일 수 있는 소비 항목을 선별적으로 유지



IV. 결론

소비자들은 재정적 제약 속에서도 실용성과 정서적 만족을 중심으로 소비 우선순위를 재편하고 있습니다.
이에 따라 소비자·유통 기업은 변화된 소비자 기준에 맞춰 기능성과 효율을 강화한 제품 전략을 수립할 필요가 있습니다.

소비자 구매행동 요약

재정 불안 지속
소비심리 위축

- 경기 불확실성과 고물가로 소비자들은 지출을 더 신중하게 관리
- 특히 한국은 재정 상황에 대한 부정적 인식이 고착화되며, 소비 심리가 전반적으로 위축된 양상

소비 목적에 따른
구조화 심화

- 기능적 가치와 정서적 만족을 동시에 충족할 수 있는 항목인 식료품, 저축 및 투자, 여가활동에 지출을 집중
- 세대별로 소비 목적이 뚜렷하게 구분되며, 소비 우선순위의 구조화가 본격화되는 추세

소비의 가치 재조정

- 한국은 글로벌 대비 소비의향은 낮지만, 과시성 소비 지출은 17개국 중 상위권을 기록
- 소비는 전반적으로 축소되고 있으나, 보상 심리, 감정적 환기, 실용성 중심의 소비 항목은 유지

기업의 대응 전략

소비 우선순위 맞춤형 상품·서비스 구조 재편

- 연령·소득·라이프스타일 기반의 소비 우선순위 세그먼트화
- 선택 유지 품목에 대해 가격·품질·사용성 측면에서 차별화된 밸류 포지셔닝 전략 수립

‘생활형 가치소비’ 정조준 커뮤니케이션 전략

- 필수재도 정서적 가치로 포지셔닝 전환
- 브랜드·마케팅은 효용성 + 감정적 보상을 동시에 제공하는 스토리라인 강화

선택적 유지 품목 중심의 포트폴리오 리밸런싱

- 비소비 품목에 대한 수요 민감도 분석 및 공급 구조 최적화
- 소비 유지 품목 내 프리미엄 vs. 밸류 라인 병행 운영
- 저축/투자 심리와 연결되는 ‘재무적 혜택’ 강조

딜로이트 유통·소비재 산업 전문가

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



오행섭 파트너

유통산업 전문가
회계감사 부문

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



이재훈 파트너

유통산업 전문가
성장전략 부문

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



안중식 수석위원

유통산업 전문가
컨설팅 부문

Tel: 02 6676 2988 |
E-mail: jonahn@deloitte.com





전 세계 경제·산업·경영 트렌드와 인사이트를

실시간으로 확인하세요!



MZ세대 소비자, ESG, 경제전망 등 **이슈 분석 리포트**



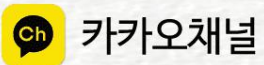
CEO·CFO 분기 서베이, 자동차구매의향지수 등 **경영·산업 동향 지표**



딜로이트 전문가의 생생한 경험이 녹아있는 **영상 콘텐츠**



채용공고, 임직원 브이로그, 이벤트 안내 등 **다양한 딜로이트 소식**





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

Deloitte. Insights

성장전략부문 대표
손재호 Partner
jaehoson@deloitte.com

딜로이트 인사이트 편집장
박경은 Director
kyunepark@deloitte.com

연구원
김혜련 Senior Manager
hyerykim@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.