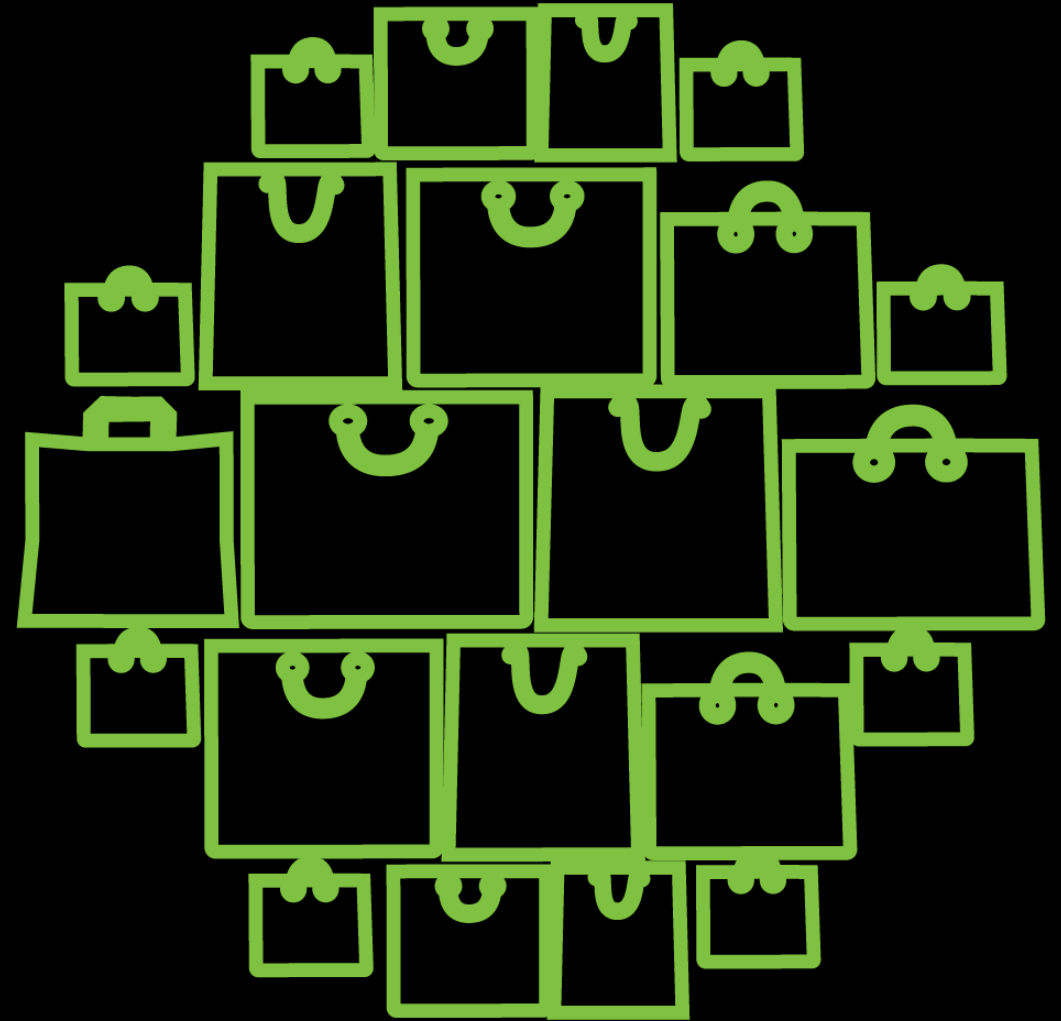


Consumer Insights Wrap-up

– 변화하는 소비자, 재정의되는 소비 전략

Deloitte Insights
June 2025



소비자 산업이 직면한 핵심 이슈와 전략적 대응 방향

시장과 소비자가 동시에 빠르게 변화하면서 기술 도입과 소비 트렌드, ESG에 대한 요구가 근본적으로 변화하고 있습니다. 딜로이트 인사이트는 소비자 산업의 복잡해지는 산업 과제를 분석하고 실행 전략을 제시합니다.

소비자 산업	주요 산업별 직면 이슈
자동차	- 소프트웨어 중심 자동차(SDV)로의 패러다임 전환 가속 - 소비자 구매 동기 약화 및 수요 정체
소비재 · 유통	- 고물가 속 소비 위축과 제품 믹스 전략의 한계 - 지속가능성 관련 소비자 기대와 규제 강화 - AI 및 디지털 운영체제 전환 필요성 대두 - 세분화되는 소비자와 복잡해지는 시장
교통, 호텔, 레저 및 서비스	‘경험 소비’ 중심의 소비자 전환 가속화 - AI 및 디지털 운영체제 전환 필요성 대두 - 브랜드 신뢰 및 ESG 연계 마케팅에 대한 수요 증가

딜로이트 솔루션 기반 서비스 오퍼링 & 주요 리포트			
디지털 전환	AI · 생성형 AI	전략 및 비즈니스 설계	지속가능성 및 기후대응
소프트웨어 중심 자동차로의 전환 글로벌 OEM SDV 준비도 (Readiness) 서베이		[Monthly Report] 자동차 구매의향 지수 리포트	화장품 산업과 지속가능경영 시리즈
2025 글로벌 자동차 소비자 조사			
누가 자동차를 사는가 : 세대별 자동차 소비 트렌드			
소비재 기업, 딜로이트의 고객 성공 사례 - AI기반 혁신		화장품 산업과 지속가능경영 시리즈	
소비자들을 사로잡는 연말 프로모션과 디지털 채널 전략			
AI 적용을 통한 탁월한 고객 경험 성과 창출			
리테일의 재해석 - AI가 재창조하는 명품 고객 경험			
		소비재 산업 트렌드 : 소비재 산업의 수익성과 성장성을 위한 혁신 전략	
		소비재 산업 전망 : 수익과 판매의 근본적 혁신 시금	
		[Quarterly Report] Consumer Signals	
여행 산업의 미래 생성형 AI, 지속가능성, 변화하는 여행자에 대한 대응 필요			
Deloitte signature Report	Perspective & Research	Client Success Story	Regular Report

자동차 산업

소프트웨어 중심 자동차로의 전환 가속

소프트웨어 중심 차량(SDV)으로의 패러다임 전환이 급속도로 진행되고 있으며, 이러한 변화는 효율성 제고와 새로운 수익 창출의 기회를 제공합니다. 딜로이트는 SDV 전환점에서 주요 트렌드 변화와 자동차 제조사에 미치는 영향을 분석하고 비즈니스 모델 혁신 전략을 제안합니다.

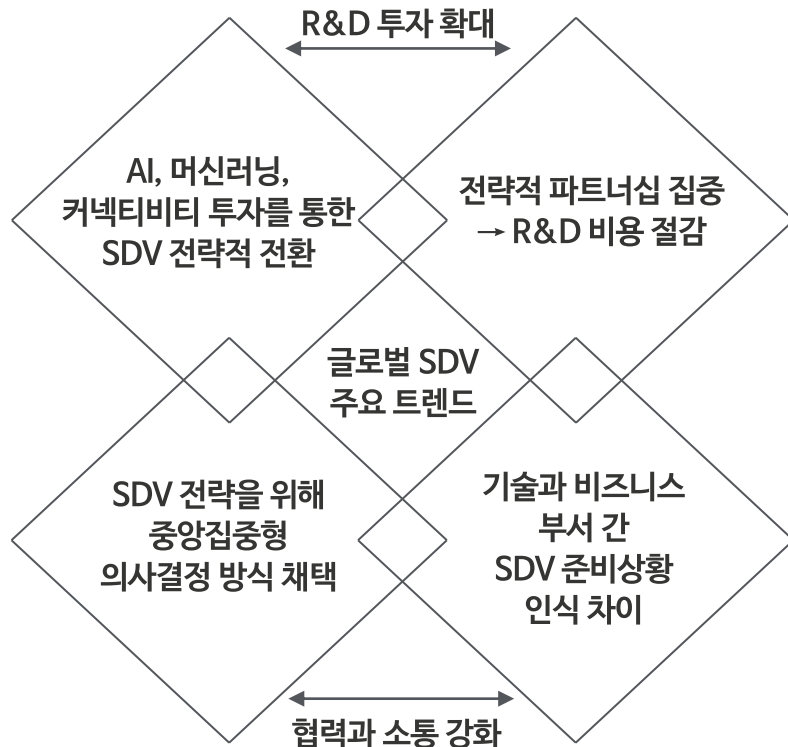
[원문 링크](#)

[리포트 전문\(PDF\)](#)

[카드뉴스\(PDF\)](#)

글로벌 자동차제조사(OEM), SDV를 향한 전략적 전환 중

독일, 프랑스, 이탈리아, 영국, 스페인, 미국, 일본, 한국의
OEM 경영진 160명 이상과 인터뷰



SDV 전환, 전략적 통찰력과 조직내 협력 필수

SDV 전환을 위해서는 클라우드, 디지털트윈 같은 기술 도입뿐 아니라,
수익모델 구축에 대한 전략적인 접근이 필요

SDV 전환, 차량 설계 및 개발 방식의 혁신 필요

- 77%의 응답자, 모든 클라우드 네이티브 원칙 활용 또는 적극 활용 중
- 2030년까지 중앙집중형, 차량 영역 기반, 도메인 중심의 미래 지향적인 E/E 아키텍처 주목 전망

중앙집중형 의사결정, 소프트웨어 단순화, 전략적 파트너십 집중

- 중앙집중형 의사결정을 통한 비용 효율화
- 운영 효율성을 위한 소프트웨어 단순화
- 전략적 파트너십을 통한 가치 창출

SDV 전환을 통한 새로운 기회, 데이터 수익화

- 81%의 응답자, 데이터 수익화에서 상당한 수익을 창출할 것으로 예상
- 향후 5년 동안 약 7억 2,000만 달러의 수익 예상

디지털&커넥티드 서비스를 통한 디지털 서비스 수익화

- 응답자의 약 1/3, 디지털 서비스로 10억달러~100억달러 이익 예상
- 평균적으로 약 7억 7,500만 달러의 잠재적 이익 기대

소비자 구매 동기 약화 및 수요 정체

고금리, 인플레이션 등으로 신규 차량 구매 의지가 전반적으로 약화되고 있으며, 모빌리티 환경의 구조적 변화로 소비자 행동 변화가 다각화되고 있습니다. 딜로이트는 글로벌 자동차 소비자 트렌드 서베이를 기반으로 소비자 수요와 행동의 다층적 분석과 수요 회복을 위한 전략적 방향을 제시합니다.

자동차 구매의향 지수 리포트

전 세계 24개국의 18세 이상 소비자 1,000명 이상을 대상으로 차량 구매 의향을 조사하여, VPI 인덱스 도출

한국 소비자 자동차구매의향지수 (VPI Index)

- 한국소비자의 자동차 구매의향 지수는 '23년 6월 이후 기준선인 100이하를 하회하며 부정적 구매의향 유지
- 소비심리 약화와 금융 부담 증가로 소비 위축이 이어지며 구매의향 감소

한국 소비자 자동차 구매 동인 조사 결과

- 신차의 최신 기능 선호, 모델 변경 희망, 차량 구매 목적 변화 등이 국내 소비자의 주요 구매 동인
- 차량 구매 시 가격 재정적 우려 요인으로 고가품목 구매 계획, 저축금액, 대출 연체 등 항목 조사

국내전기차구매의향과 소비자행동분석

- 국내 소비자의 전기차 구매 의향은 40%중반에서 등락 반복
- 모빌리티 행동 분석을 위한 소비자 연료 가격 전망, 평균 주행 거리, 브랜드 충성도 등 데이터 제공

원문은 매 월 인사이트 앱에서 확인할 수 있습니다.

2025 글로벌 자동차 소비자 조사

전 세계 30개국의 18세 이상 소비자 30,000명 이상을 대상으로 한 글로벌 자동차 소비자 서베이 분석 결과

차량 전동화

- 전기차(EV)의 성장세가 미미한 반면, 하이브리드 차량에 대한 관심 증가
- 충전 인프라 없이 연료비를 절감하고 배출가스를 줄이는 하이브리드 선호

미래 차량 구매 의향

- 차량 브랜드 전환 의향 증가
- 첫 차 구매가 많은 개발도상국에서 강력한 고객 관계 구축의 필요성 시사

커넥티비티

- 자율주행 기술 관련 규제 환경의 변화로 도입 용이 전망
- 소비자들은 안전에의 우려가 있지만 인공지능의 차량시스템 통합에는 긍정적

통합교통서비스(MaaS)

- 개인차량 사용 빈도가 높지만, 젊은 소비자들은 차량 소유보다 MaaS에 관심
- 국내 소비자는 글로벌 소비자대비 차량 구독 서비스에 대한 관심도 낮음

원문 링크

[리포트 전문\(PDF\)](#)

[영상\(YouTube\)](#)

누가 자동차를 사는가: 세대별 자동차 소비 트렌드

'23년 11월~'25년 4월의 6개월간 국내 1,000명 이상 소비자의 데이터를 기반으로 세대별 자동차 소비자 트렌드 분석

장년층, 자동차 수요의 중심축

- 18~34세 젊은층 고금리·생활비 부담 등으로 구매의향 하락
- 35~54세 중장년층 가장 높은 구매의향
- 55+의 시니어, 운전 증가로 주목 필요

브랜드 선호도, 이미지와 신뢰

- 18~34세 프리미엄 브랜드 경험 선호
- 35~54세 국내 브랜드 중심으로 선호 브랜드 고른 분포
- 55+신뢰성과 접근성을 이유로 국내브랜드 선호 높음

세대별 니즈에 따른 구매 동기 차이

- 18~34세 생활방식과 신기술수용성 선호
- 35~54세 합리성과 선택 다양성 중시
- 55+경제성과 관리 용이성 핵심 기준

시니어 세대, 전기차 선호

- 하이브리드와 배터리 전기차 선호 모두 55+ 전 연령대 중 가장 높게 나타남
- 시니어층, 구매력과 친환경 인식, 실용성을 모두 갖춘 핵심 소비자층 부상

원문 링크

[리포트 전문\(PDF\)](#)

[카드뉴스\(PDF\)](#)

소비재&유통 산업

고물가 환경 속 소비 위축과 제품 믹스 전략의 한계

반복된 가격 인상 전략이 한계에 도달하며, 소비자 저항 심리 심화. 차별화된 제품/채널 믹스 전략 및 경험 기반 가치 제안이 요구되고 있습니다.
딜로이트는 소비 위축 국면 속에서도 기회 요인을 식별하고 지속 가능한 성장을 위한 전략적 전환점을 제시합니다.

딜로이트 홀리데이 리테일 서베이 2024 소비자들을 사로잡는 연말 프로모션과 디지털 채널 전략

- 글로벌 소매업체 임원과 소비자 서베이를 통해 연말 소비심리와 지출 전망분석
- 절약형 소비 행태를 보이지만, '경험'에 대한 지출 증가
- 디지털 플랫폼에서의 쇼핑 경험 선호

- 가성비, 개인화된 경험 및 디지털 채널을 활용한 프로모션 기획이 필요
 - 소비자들의 할인 이벤트 적극 참여 예상→가성비 중심 프로모션 기획
 - 경험 중심의 콘텐츠에 관심 증가→개인화된 경험 캠페인 추진
 - 디지털 기기와 소셜 미디어, 핵심 쇼핑 채널로 부상→디지털 채널 활용 강화

원문 링크

[리포트 전문 \(PDF\)](#)

[카드뉴스 \(PDF\)](#)

딜로이트 소비재 산업 트렌드 소비재 산업의 수익성과 성장성을 위한 혁신 전략

- 세계 100대 상장 소비재 기업 분석과 전 세계 250개 소비재 기업 임원 대상 서베이 기반 소비재 산업 전망 분석
- 제품 포트폴리오 및 믹스의 개선 및 수요 창출 역량 개선을 위한 투자 전망

- 수익성과 성장성 모두 잡으려면 가격 전략 벗어난 창의력 필요
 - 제품 포트폴리오와 믹스의 지속적 개선
 - 수요 창출 역량의 현대화
 - 근본적 변화를 통한 효율성 개선
- ⇒ 제품 혁신의 고도화와 포트폴리오 재편 및 조직과 사업 프로세스 개편을 통한 미래 대비 필요

원문 링크

[리포트 전문 \(PDF\)](#)

딜로이트 소비재 산업 전망 경쟁적 가격인상으로 버티던 소비재 산업, 수익과 판매의 근본적 혁신 시급

- S&P 캐피탈 IQ 기반 세계 100대 상장 소비재 기업 선정 및 분석
 - 수익률을 끌어올리는 판매량 증대 'Profitable Volume' 방식 모색
- ⇒ 소비재 산업의 전망과 성장 전략 제시

- 수익률을 끌어올리는 방식으로 판매량을 증대한 'Profitable Grower' 기업의 차별점
 - 핵심 브랜드에 대한 투자 확대
 - 매출성장관리 시스템 개선
 - 제품 혁신 중심의 전략 적극 도입
 - 공급망 안정성과 데이터 역량 강화에 주력
 - 빈번한 포트폴리오 조정

원문 링크

[리포트 전문 \(PDF\)](#)

[카드뉴스 \(PDF\)](#)

식료품 업계의 새로운 전략... '푸드 정체성'을 공략하라 소비자 식료품 쇼핑 유형 분석

- 전 세계 12개국 약 5만 명의 소비자 조사를 바탕으로 식료품 쇼핑 유형 분류 - 절약, 건강 중시, 편리 추구, 미식가, 친환경 추구
- 푸드 정체성 유형별 구매 품목, 지출액, 구매 행태의 동인 등 분석

- 글로벌, 절약형과 건강 중시형이 절반 넘어
 - 한국은 절약형과 건강 중시형이 과반, 편리 추구형이 근소한 차이로 뒤따라
- 푸드 정체성을 활용한 식료품 업계의 행동 전략
 - 고객의 식료품 정체성 유형 맞춤형 전략 수립
 - 데이터 기반 판매 전략 수립
- 대량 판매에서 소량 판매로의 전환 가속화

원문 링크

[리포트 전문 \(PDF\)](#)

[카드뉴스 \(PDF\)](#)

지속가능성 관련 소비자 기대와 규제 강화

ESG에 대한 소비자 인식 고도화 및 글로벌 규제 확대(EU, 미국 등)에 따라 브랜드의 지속가능성 전략이 선택 아닌 필수가 되고 있습니다. 딜로이트는 ESG가 브랜드 경쟁력의 핵심 기준이 되는 시대에 화장품 산업 전반에 요구되는 규제 준수, 소비자 신뢰 확보, 공급망 전환 전략을 제시합니다.

생물다양성 공시와 친환경 뷰티 트렌드 대응 방향

생물다양성 고려한 친환경 경영, 친환경 패키징 규제 대응을 위한 제품 설계 등
지속가능성을 고려한 선제적 대응 필요

화장품 산업의 생물다양성 대응 전략

- 1992년 유엔 환경개발회의에서 생물다양성 협약(CBD) 채택
- 생물다양성에 대한 중요성 강화로 'TNFD' (자연 자본 재무 공시를 위한 협의체) 공시 중요성 부각

수출 측면에서의 지속가능한 뷰티 트렌드

- 지속가능한 뷰티에 대한 소비자 관심 및 수요 증대
- 온라인 채널을 통한 화장품 구매 경향 확대
- 친환경 패키징 및 포장재 적용 및 재활용 규제 증가

지속가능한 화장품 트렌드 대응 전략

- 제조 및 성분: 원재료 검증 및 관리 기준 준수, 선제적 대응 필요
- 인증 및 규제: 국가별 규제 모니터링 및 인증 취득
- 마케팅 및 유통: 소비자 성분 정보 제공 및 대외적 공표

친환경 포장재 트렌드 대응 전략

- 재활용 제도 대응전략 수립: 재활용 모니터링 방식 구축
- 포장재 원료 및 포장방식 연구: 제품 개발 및 재사용 고려 개발
- 원활한 포장재 유통: 국가별 법제화 모니터링 및 준수 필요

원문 링크

[리포트 전문\(PDF\)](#)

[카드뉴스 \(PDF\)](#)

K뷰티 산업과 지속가능경영

화장품 수출 기업들이 유럽의 ESG 규제 대응은 글로벌 시장에서의 경쟁력을 유지하고,
투자자와 소비자 신뢰를 확보하며, 법적 리스크를 최소화하는 데 필수적 요소

자원순환

- PPWR (포장재 및 포장 폐기물 규정), ESPR (지속가능한 제품을 위한 에코디자인 규정)
- 재활용비용을 고려한 제품 설계 → 생분해성 원료와 같은 원재료 전환

그린워싱

- 친환경 표시 지침 (Green Claims Directive), 친환경 표시 코드 (Green Claim Code), 환경 관련 표시·광고 심사지침
- 제품의 친환경적 데이터 검토, 적극적 커뮤니케이션, 투명한 정보 공개

지속가능하고 탄력적인 공급망

- CSDDD (EU 기업 지속가능성 실사 지침), EUDR (산림 전용 방지 제품에 관한 규정)
- 기존 공급망 점검, 종합적 관점의 모니터링 → 전략 계획 수립

지속가능경영 공시

- CSRD (EU 기업 지속가능성 보고 지침)
- 지속가능성 정보의 신뢰성, 일관성, 접근성, 비교가능성을 강화하는데 중점을 두어 CSRD를 도입

원문 링크

[리포트 전문\(PDF\)](#)

[카드뉴스 \(PDF\)](#)

AI 및 디지털 운영체제 전환 필요성 대두

고객 경험 전반에 AI를 통합하려는 시장의 움직임이 빨라지고 있으며, 인건비와 물류비 상승은 자동화·AI 기반 운영 효율화의 필요성을 더욱 부각시키고 있습니다. 딜로이트는 신뢰에 기반한 디지털 기술의 전사적 도입과 AI를 활용한 고객 여정 혁신 전략을 통합적으로 제공합니다.

생성형AI의 활용을 통해 고객 만족도와 생산성 향상

AI 적용을 통한 탁월한 고객 경험 성과 창출

- 고객 경험 분야: 디지털 셀프 서비스, 고객 커뮤니케이션 자동화 등 생성형AI를 적극 활용하는 전략과 방안 등장
- AI를 활용한 ‘고객 지원 프로세스’ 개선
 - 디지털 셀프 서비스: AI 기반 챗봇, 지식 기반 마이닝 자동화
 - 신사이트 기반 고객 지원 경험: 통합 고객 360°, 고객 계정 인사이트 도출
 - 효율적인 케이스 라우팅 및 해결: 스마트 케이스 라우팅, 고객 지원 사례 개선
 - 케이스 종결 후 조치: 케이스 사례 요약 자동화, 자동화된 태깅 및 지원 사례 코딩

[원문 링크](#)[리포트 전문\(PDF\)](#)[카드뉴스\(PDF\)](#)

리테일의 재해석 - AI가 재창조하는 명품 고객 경험

- 명품 브랜드 경쟁력의 핵심은 고객 경험 차별화
- 명품 브랜드의 생성형AI 및 데이터 애널리틱스 활용 방법
 - 가상 고객 컨설턴트
 - 타깃형 브랜드 캠페인 및 마케팅
 - 맞춤형 쇼핑 추천
 - 크리에이티브 프로세스 증강
- 명품 브랜드의 AI 도입을 위한 우선 과제는 신뢰 구축과 데이터 정형화

[원문 링크](#)[리포트 전문\(PDF\)](#)[카드뉴스\(PDF\)](#)

AI 도입한 매장 관리로 직원 근무시간 단축 미국 최대 슈퍼마켓 체인, ‘크로거’ (Kroger)의 물류 혁신 사례

크로거, 딜로이트와 협력을 통해 마이데이(My day)와 스토어 워크(Store Walk)로 구성된 작업 계획 및 매장 운영 플랫폼 개발

고객 직면 문제 및 이슈

- 오전 매장 오픈 전 야간 작업의 불확실성과 복잡성
- 숙련자 경험치에 의존한 매장 관리 및 적재

이슈 해결 방안

- 클라우드 기반의 작업 계획 및 매장관리 플랫폼 개발
 - 마이데이(My day): 매장 재고 상황 파악과 야간 근무자 업무할당 및 작업 계획 지원
 - 스토어 워크(Store Walk): 매장 운영 현황 모니터링 기능 제공 (e.g. 팔레트, 선반현황 등)
- 매장 운영 데이터와 직전 업무를 토대로 다음 필요 작업 예측

추진결과

- 매장 직원들의 생산성 개선 및 매장 운영 최적화
 - 야간 근무 인력 절감 및 근무시간 단축
 - 매장 선반의 제품 적재량 실시간 파악 및 즉시 대응
- 고객의 매장 내 쇼핑 경험 개선
 - 상품 진열과 매장 레이아웃을 향상

[원문 링크](#)[리포트 전문\(PDF\)](#)[카드뉴스\(PDF\)](#)

세분화되는 소비자와 복잡해지는 시장

시장은 빠르게 전문화되고 있으며, 소비자의 기대와 기준이 다양화되면서 세대·가치관·라이프스타일에 따른 소비 정체성이 중요해지고 있습니다.

딜로이트는 소비자 유형, 세대별 트렌드, 시장 구조 변화에 대한 심층 분석을 통해 변화하는 수요에 맞춘 타겟 전략과 차별화된 시장 대응 포지셔닝을 설계합니다.

Consumer Signals		
17개국 국가별 약 1,000명 소비자 서베이 기반 소비자 행동 지수화 및 트렌드 분석·전망		
요노(YONO)족과 리커머스시장의 부상 Consumer Signals 2024년 3분기	- 젊은 세대와 중장년층, 필수 소비보다 저축과 투자에 높은 지출 의향 - 실용적 소비 증가로 요노족과 리커머스 시장 성장	
원문 링크	리포트 전문(PDF)	카드뉴스(PDF)
글로벌경제와한국경제 다커플링의사막 Consumer Signals 2024년 4분기	- 국내 소비자들은 여전히 소비절감 계획을 유지하며 식료품 절약 지속 17개국 중 상위권을 유지하던 국내 소비자의 과시성 구매 비용 9위로 하락	
원문 링크	리포트 전문(PDF)	
결제에서선택으로 소비기준이달라졌다 Consumer Signals 2025년 1분기	- 한국의 재정적 웰빙 지수(FWB)는 7개월 연속 17개국 중 최하위 기록 - 여가·의류·식자재 등 일부 품목의 지출 지속 → 선택적 소비 경향	
원문 링크	리포트 전문(PDF)	카드뉴스(PDF)
소비 심리 지수는 매달 인사이트 앱(Link)에 업데이트됩니다.		

딜로이트 글로벌 커피 트렌드 변화하는 커피 시장과 소비자 인사이트		
전세계만 16세이상커피소비자7,000명의서베이기반 글로벌 커피 시장의 주요 트렌드 분석		
원두분	- 커피 소비 전 세계적 확산 - 중국과 인도의 커피 인기가 높아지면서 카페의 수가 빠르게 증가	
녹색인증마크	지속가능한 커피에 대한 소비자 수요 및 지속가능 인증마크 관심도 증가	
편리함 선호	- 커피에 대한 접근성 및 준비시간 절약 소비자 선택의 중요한 요소 - 캔커피와 병커피 선호 낮음	
세대별 커피 문화	젊은 세대의 전체적인 커피소비량 낮지만 테이크 아웃 이용률은 높으며, 우유가 들어간 커피 선호	
홈카페의 부상	- 인플레이션으로 홈카페 확산 - 다양한 커피 추출 기법에 대한 관심 증가	
직거래 확산	- 전자상거래를 통해 직거래 확산 - 소비자 취향을 반영한 제품 기획 및 공급 확산	
원문 링크	리포트 전문(PDF)	카드뉴스(PDF)

2025 글로벌 시계 트렌드 빠르게 성장하는 시계 리셀 시장		
'20년 8월부터 '24년 9월까지 매년 6,000명 이상의 글로벌 소비자와 업계 전문가 인터뷰를 바탕으로 시계 트렌드 분석		
중고 시계 시장 성장	- 기존 신제품 시장보다 높은 수준의 성장세 유지 - 시계 리셀 시장, 기존 시장과 비슷한 규모로 성장 전망	
빈티지 · 네오 빈티지 시계의 유행	- 빈티지 감성과 현대 기술이 결합된 네오 빈티지 시계 선호 - 희귀 빈티지 시계에 대한 선호도 증가	
리셀 시장의 진화	- 투명성과 인증 절차가 강화되며 리셀 시장에 대한 신뢰 증가 - 소비자들은 중고 인증 시계(CPO)에 대한 프리미엄 지불	
CPO 시장의 성장	- 시계 브랜드, 기존 시장을 전략적으로 보완하기 위해 CPO 시장 진출 - 빈티지 시계 사업, 브랜드 헤리티지 강조 등 다양한 방식 활용해 시장 진입	
원문 링크	리포트 전문(PDF)	카드뉴스(PDF)

교통, 호텔, 레저 및 서비스

변화하는 여행자와 AI 전환 필요성 대두

경험 소비와 가치 소비가 부상하면서 AI와 디지털 기술을 기반으로 운영 효율성과 고객 경험 강화와 함께 ESG 실천이 더욱 요구되고 있습니다. 딜로이트는 경험 중심 서비스 설계, 지속가능한 운영 전략, 그리고 기술 통합을 통한 고객 여정 혁신 전략을 제시합니다.

[원문 링크](#)[리포트 전문\(PDF\)](#)

여행 산업의 미래

여행 수요 확대와 기술 발전이 새로운 기회 창출
동시에 ESG 책임 강화라는 구조적 전환 직면

중국, 인도 및 기타 신흥 시장,
해외 여행에 대한 성장 기회 제공

새로운 기술과 플랫폼을 빠르게 수용하는 여행자와
기술 발달로 여행 예약 방식의 변화 가속화 기대

여행 증가로 온실가스 배출 문제의 부각과
여행업계의 책임에 대한 압박 증가

생성형AI, 지속가능성, 변화하는 여행자에 대한 대응 필요

인구통계 변화

- 베이비부머 세대가 여행 빈도가 점차 감소하게 되면서, 여행의 초점은 젊은 세대, 특히 Z세대와 밀레니얼 세대로 이동
- 인도 여행자들도 급속히 증가함에 따라 중국과 함께 여행 수요 시장으로 주목 필요

- 사회적 이슈에 대해 투명하고 진정성 있는 전달
- 다양한 연령대와 소득, 변화하는 대중과 인구 통계에 맞춰 상품과 서비스, 전략의 조정과 실험
- 파트너십을 활용하고 전략적인 소통을 통해 고객 참여를 확장할 수 있는 다양한 방법 탐색

급변하는 기술

- AI는 마케팅, 고객 서비스, 차량 및 자원 관리 등 다양한 분야에서 여행업계의 효율성 증대
- 생성형AI는 여행 검색 및 예약 플랫폼에 점차 통합될 것으로 예상

- 생성형AI 추천 엔진에 균형 잡힌 투자를 유지
- 자동화된 에이전트 시대에 대비
- 많은 기능이 외부에 아웃소싱 되더라도, 기술 적용을 위해 내부 인력 필요 → 여행업계의 특성을 활용한 기술 인재 확보

기후 변화

- 여행 중 의사 결정 과정에서 환경이 미치는 영향력이 점차 증가
- 여행 관련 기후 규제 강화
- 여행지의 계절적 특성 변화로 여행지 선호도 변화

- 환경 규제 도입 과정의 주도적 역할을 할 수 있는 자리 확보 중요
- 기후 변화로 인한 수요 변화와 이로 인한 투자 방식을 고려하여 투자 계획의 지속적인 검토 및 조정
- 지속가능한 항공 산업 및 친환경 호텔 지향

Meet the Team

딜로이트는 F&B 산업 및 AI 서비스에 대한 깊은 전문성과 고유한 방법론을 갖춘 전문팀을 보유하고 있습니다. 고객의 비즈니스 모델의 개선 가능성을 식별하고, 잠재적 가치를 발굴하며, 신사업 추진을 위한 확고한 인프라 구축을 지원하겠습니다.

Professionals

Industry 유통 · 소비재 전문팀		Service AI 서비스 및 고객경험 개선	
	김태환 파트너 소비재 부문 리더 컨설팅 Tel: 02 6676 3756 E-mail: taehwankim@deloitte.com		김경원 파트너 유통 · 소비재 부문 리더 경영자문 Tel: 02 6676 2322 E-mail: kyungwkim@deloitte.com
	정찬욱 파트너 AI & DATA 리더 컨설팅 부문 Tel: 02 6676 2732 E-mail: chanjung@deloitte.com		이성호 상무 AI & Data 컨설팅 부문 Tel: 02 6676 3767 E-mail: sholee@deloitte.com
	이재훈 파트너 유통기업 Lead Client Service Partner Tel: 02 6676 1134 E-mail: jaehoolee@deloitte.com		김진숙 파트너 AI 거버넌스 경영자문 부문 Tel: 02 6099 4437 E-mail: jessicakim@deloitte.com
	오행섭 파트너 유통기업 Lead Client Service Partner 회계 감사 Tel: 02 6676 2135 E-mail: haoh@deloitte.com		정창모 수석위원 AI & Data 컨설팅 부문 Tel: 02 6676 3288 E-mail: changjung@deloitte.com
	오규찬 파트너 소비재기업 Lead Client Service Partner 회계 감사 Tel: 02 6676 2143 E-mail: gyuoh@deloitte.com		이창성 파트너 데이터 분석 & 기업 리스크 관리 경영자문 부문 Tel: 02 6099 4888 E-mail: changsulee@deloitte.com
			이대의 파트너 디지털 마케팅 & 고객경험 개선 컨설팅 부문 Tel: 02 6099 4892 E-mail: daeelee@deloitte.com

Deloitte.

딜로이트 인사이트 앱

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

 카카오톡 채널



 앱



Download on the
App Store



GET IT ON
Google Play





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 kyungepark@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.