



Consumer Signals Q3(글로벌, 한국, 미국) : 요노(YONO)족과 리커머스 시장의 부상

Oct 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

소비를 지향하던 율로족이 트렌드에서 사라지고 꼭 필요한 것만 소비하는 요노(YONO) 족이 등장했습니다.

요노란 'You Only Need One'을 줄인 말로 꼭 필요한 것만 구매함으로써 불필요한 소비를 줄이고 실용적 소비를 지향하는 것입니다. 인플레이션의 장기화와 경제의 불확실성으로 소비자들은 지출을 줄이며 소비 트렌드의 변화가 오고 있는 것입니다.

딜로이트가 개발한 Consumer Signals Index에서도 소비자들의 새로운 트렌드를 찾아볼 수 있습니다. 소비자들의 '재정적 웰빙지수' (FWBI)에 따르면 국내 소비자의 재정 우려가 글로벌 평균을 크게 하회하며 재정 상황에 대해 부정적으로 인식하고 있습니다. 품목별 소비의향에 따르면 젊은 세대와 중장년층은 주거비와 식료품비와 같은 필수 소비보다 저축과 투자에 지출 의향이 가장 높은 것으로 나타났습니다. 이러한 소비자의 성향은 최근 고공행진을 이어가는 중고거래 시장의 성장과도 이어집니다. 실용적 소비를 추구하는 소비자들의 중고 거래가 증가하며 중고거래 플랫폼의 실적은 역대 최고치를 달성하고 있습니다.

변화하는 소비자들의 심리에 대한 분석을 통한 전략 마련이 필요한 시점입니다. 글로벌 17개국 소비자들의 심리와 미래 소비 계획을 Consumer Signals 조사 결과에서 확인해 보시기 바랍니다. 정기적인 조사 내용은 한국 딜로이트 그룹 공식 웹사이트의 'Deloitte Index' 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 17개국 국가별 약 1,000명 소비자 대상 설문 및 인터뷰 결과를 토대로 소비자 구매 우선순위와 구매행동에 영향을 미치는 요인을 파악하고, 지수화로 추세 분석 및 향후 전망에 기여

조사 방법론

조사 대상

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

권역	국가	권역	국가
유럽(8)	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		

조사 방법

- 온/오프라인 설문 및 심층 인터뷰

조사 주기

- 월별 데이터 수집 및 분기별 조사 결과 분석

분석 결과



소비자 인플레이션 우려 지수

한국 인플레이션 지수 반등, 추후 미국 금리 인하 여파 주시 필요



Index 바로가기



소비자 재정적 웰빙 지수 (FWBI)

한국,글로벌 대비 재정상황 부정적 인식



Index 바로가기



소비 의향 지수 (Spending Intent)

국내 소비자, 계속해서 소비 절감 계획 중



Index 바로가기



품목별 소비 의향

젊은 세대/중장년층 저축과 투자에 가장 높은 지출 의향



Index 바로가기



과시성 구매 금액

한국 소비자, 주요 과시 카테고리로는 의류 및 액세서리와 식음료



Index 바로가기

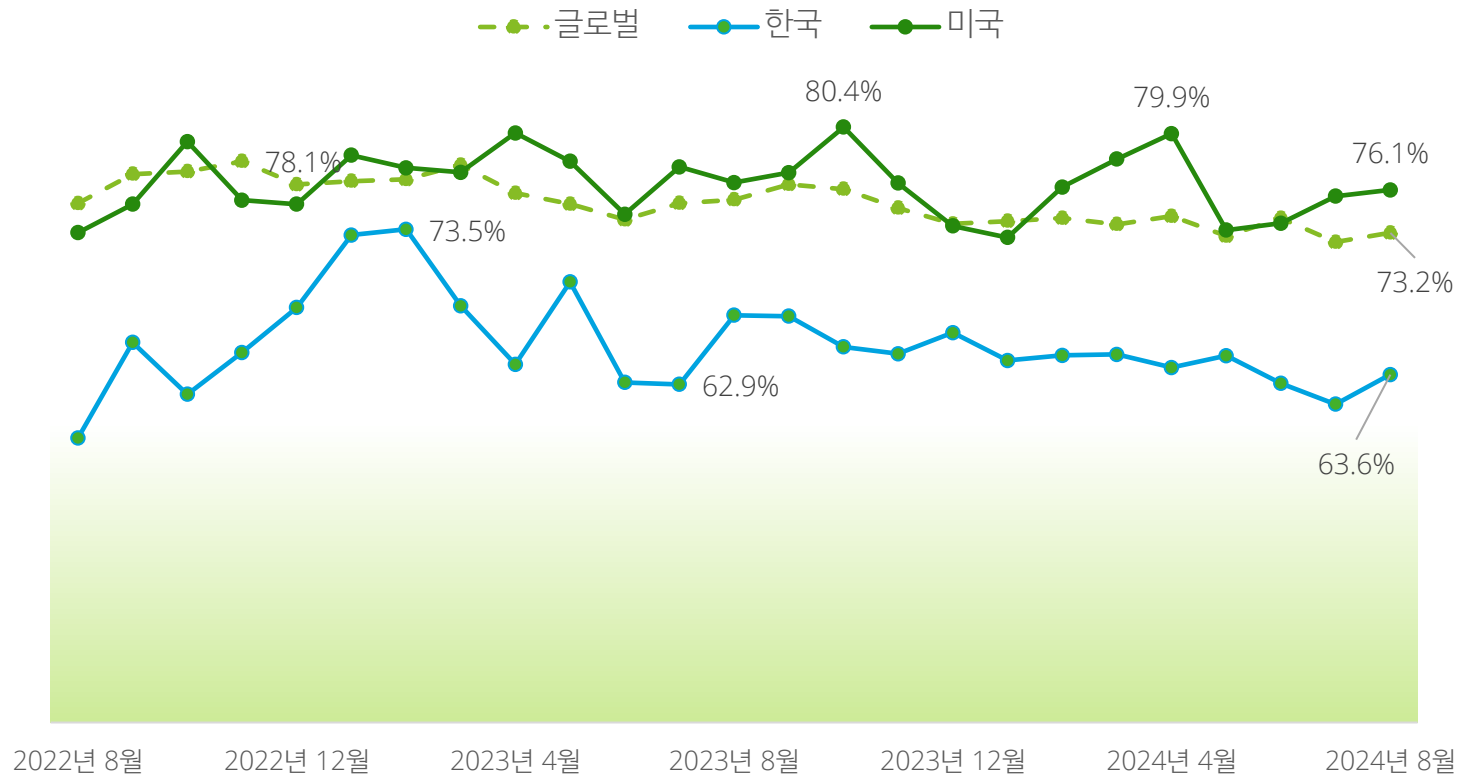


II. 소비자 경제심리 > 소비자 인플레이션 우려 지수

미국에서는 서비스물가 상승이 인플레이션 우려 지수 증가에 일조하고 있으며, 한국은 추석 명절 물가 상승이 인플레이션 우려 반등에 영향. 향후 전세계 금리인하 사이클 진입에 따른 인플레이션 우려 지수 변화를 주시할 필요

소비자 인플레이션 우려 지수 (글로벌 /한국 /미국)

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



Key Findings

미국 인플레이션 우려 상승

- 서비스물가 상승률의 가파른 증가로 8월 근원 소비자물가 상승률이 예상치를 웃돌아 인플레이션 완화 기대에 부담
- 9월 FOMC 이후 미국 금리인하 사이클의 시작으로 주요국 통화정책 기조 변경이 예상되는 바 물가 영향 주시 필요

한국 인플레이션 우려는 반등

- 9월 추석 명절을 맞아 장바구니 물가 부담으로 인플레이션 우려지수 전월비 반등
- 10월 한국은행의 금리인하로 통화긴축의 시대가 끝남에 따라 향후 추세 주시 필요

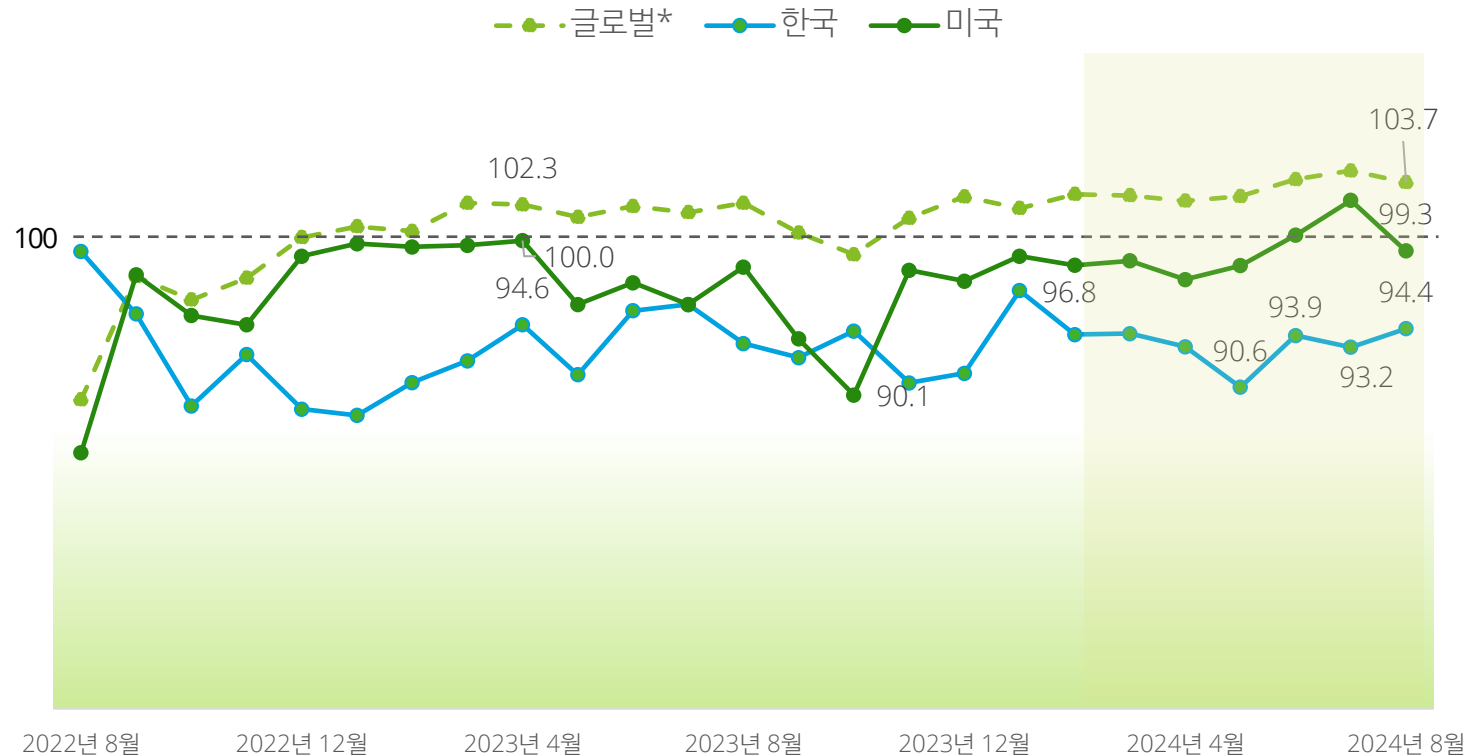
II. 소비자 경제심리 > 소비자 재정적 웰빙 지수



국내 소비자가 느끼는 재정적 웰빙 지수는 상승 추세를 보여주고 있으나, 가계 여유자금 감소로 글로벌 대비 한국은 여전히 재정상황에 대해 부정적으로 인식하고 있으므로 여유 자금이 부족한 소비자에 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). 지수 값이 높을수록 본인의 재무상태가 건전한 것으로 평가



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

© 2024. For information, contact Deloitte Anjin LLC

Key Findings

재정 상황에 대한 우려가 높은 한국 소비자

- 재정상황에 대한 평가가 상승 추세이지만 글로벌 대비 여전히 낮은 수치
- 특히 현재 재정상황의 심각성에 대해서 한국(36%)이 미국(39%)보다 부정적으로 평가

가계 여유자금 감소로 어려워진 재정 상황

- 가계 부채의 급격한 증가로 인한 이자 상환 부담이 늘면서 가계 흑자액¹⁾ 8분기 연속 감소해 역대 최장 기간 감소²⁾
- 선진국 중 한국의 GDP 대비 가계부채 비율 22.1%pt 증가해 최근 10년간 상승폭 최대²⁾

Note:

1) 한가구가 벌어들인 소득에서 이자비용·세금 등 비소비지출과 의식주비용 등 소비지출을 뺀 금액

2) 통계청

3) 국제결제은행(BIS)

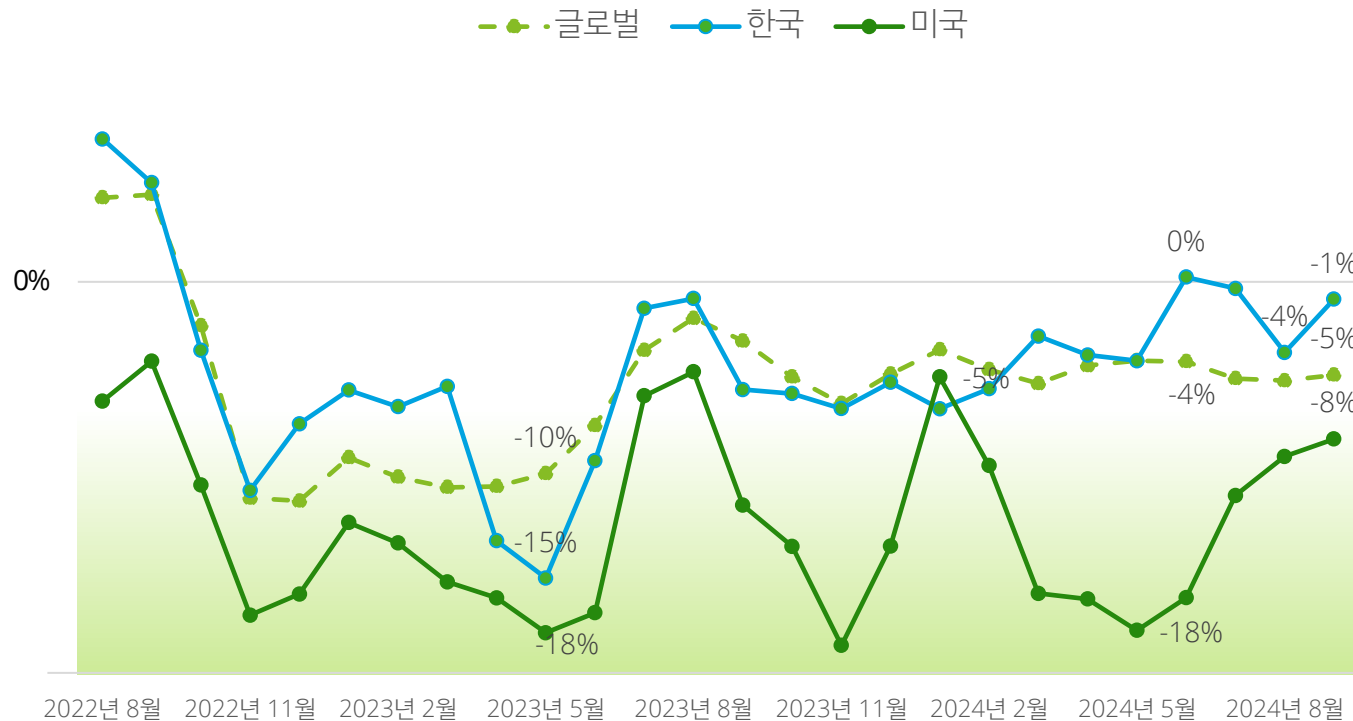


III. 소비자 지출 의향 > 소비 의향 지수

경기 침체 우려로 소비자들은 계속해서 소비 절감 예정이지만 계획 중인 절감액은 감소하고 있으며, 합리적 소비 트렌드가 확산되며 중고 시장 규모도 확대 추세. 주요국의 금리 인하가 완전한 소비 심리 회복으로 이어질지 주시 필요

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, 인플레이션 우려 안정화로 소비 감축 폭 반등
- 금리 인하가 단행되었으나 경기 침체에 대한 우려는 지속되고 있어 소비 심리 회복으로 이어질지 주시 필요

합리적 소비 증가로 리커머스 시장¹⁾ 규모 확대

- (한국) 국내 중고거래 시장 규모는 2023년 30조원을 넘어섰으며 2025년 43조원으로 확대 전망²⁾
- (미국) 이베이 중고의류, 중고신발 및 패션 액세서리 판매량 전년 동기 대비 400% 이상 급증³⁾

Note:

1) 리커머스(Re-commerce): 기존에 보유하거나 사용한 제품을 재판매하는 소비 형태

2) 한국인터넷진흥원

3) 이베이, 2024리커머্স보고서

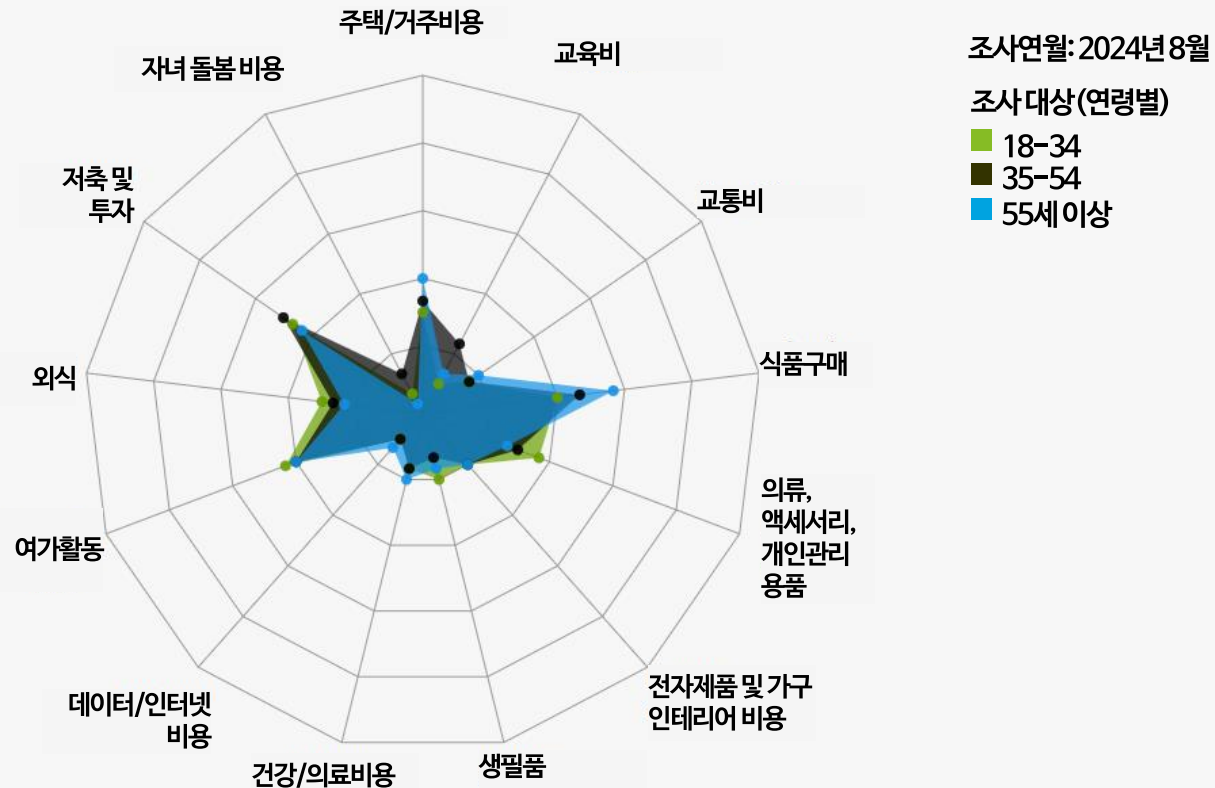


III. 소비자 지출 의향 > 품목별 소비 의향(한국)

국내 소비자들은 식품 구매, 저축 및 투자, 여가활동, 주택 거주 비용 순으로 지출 계획이 크며, 55세 이상은 식품 구매에 가장 구매 의향이 높은 반면 젊은 세대와 중장년층은 의식주와 연관된 필수 소비보다 저축과 투자에 더 높은 관심

품목별 소비 의향 분석(한국)

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



Key Findings

젊은 세대와 중장년층, 저축과 투자에 높은 관심

- 젊은 세대와 중장년층 모두 저축과 투자에 지출 의향 가장 높음
- 5개 증권사¹⁾의 국내 상장 월 배당 ETF를 보유한 투자자 중 71.7% 40대 이하²⁾

요노족 등장, 실용적 소비 패턴으로 선회

- 불필요한 소비를 줄이고 실용적 소비를 지향하는 요노 (YONO, You Only Need One) 족 등장
- 소비 지출 감소로 남은 돈을 투자하는 짠테크 유행

Note:

1) 미래에셋증권, NH투자증권, 삼성증권, 하나증권, 신한투자증권

2) 한국경제신문(2024.7.21)

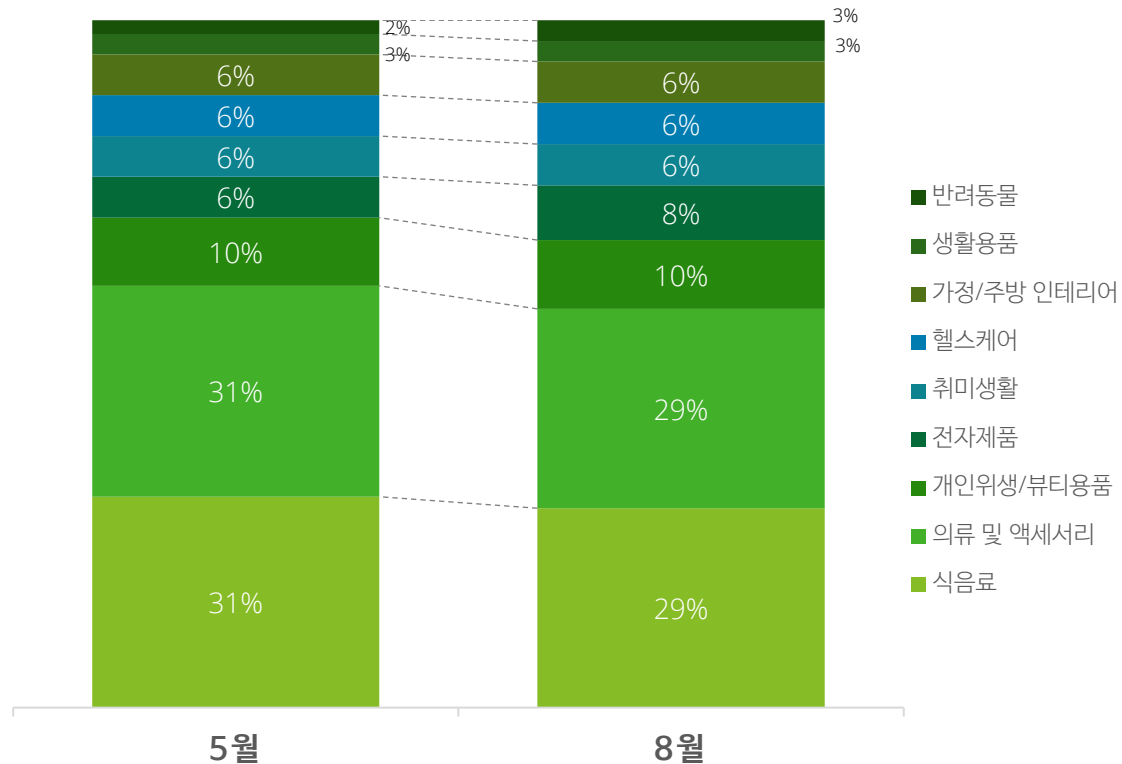


III. 소비자 지출 의향 > 과시성 구매 금액

한국의 과시성 소비는 글로벌 평균 대비 높지만 2024년 5월 대비 감소했으며, 소비자 심리지수 하락 등 재정상황에 대한 불확실성이 과시성 소비 감소 요인

국내 소비자 과시성 구매(Deloitte Splurge Purchases)*

지난 한 달 동안 특정 카테고리에서 과시성 구매를 한 응답자들의 비율과 지불한 비용(중위값)
(조사연월: 2024년 5월, 8월)



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

글로벌 17개국
40달러
(약 54,000원)

한국
2024년 5월
60달러
(80,000원)

↓
2024년 8월
52달러
(70,000원)

Key Findings

국내 소비자, 2분기(5월) 대비 과시성 소비 금액 감소

- 고물가와 고금리로 인해 소비자 심리지수 3개월째 하락 (7월: 103.6 → 8월: 100.8 → 9월: 100)
- 소비자 재정적 웰빙 지수 (FWBI) 글로벌 평균 하회

가장 인기있는 과시 카테고리 : 식음료에서 의류 & 액세서리

- 상반기 2030세대의 양식 업종 외식 8% 감소, 간편식 소비 건수 전년 동기보다 21% 증가¹⁾
- 소비여력 감소로 의류 및 액세서리 구매, 중고 거래 플랫폼 이동 → 중고거래 플랫폼 번개장터 24년 1분기 패션 카테고리 유료 거래액 역대 최대치 달성³⁾

Note:

1) 서울경제(<https://n.news.naver.com/mnews/article/011/0004379400?sid=102>)

2) 번개장터 보도자료 (2024.05.23)



IV. 결론

경제여건 악화 속에서 소비자들은 불필요한 소비를 줄이고 실용적 소비를 추구하고 있으며, 소비재&유통 기업은 이러한 소비자들의 심리를 분석 및 활용하여 마케팅 전략 개발 필요

소비자구매행동 요약

경제/재정 상황 악화

- 2024년 들어 한국 소비자 재정적 웰빙지수(FWBI) 하락세
- 글로벌 인플레이션 우려 안정화 추세, 한국 우려 지수 전월비 반등

지출 계획 축소

- 글로벌 소비자, 지출계획 기준선 하회하며 절감 계획 지속
- 고금리가 이어지며 이자상환 부담으로 재정상황 우려 지속

요노(YONO)족과 리커머스 시장의 부상

- 실용적 소비 증가
→ 꼭 필요한 것만 구매하는 소비자인 '요노(YONO)' 족의 부상
- 경기 침체에 대한 우려로 중고 판매 시장인 '리커머스' 고공 성장

기업의 대응 전략

고객 가치 기반 마케팅

- 불필요한 소비를 지양하는 성향에 맞춰 제품의 기능성 강화와 동시에 고객 니즈 파악으로 고객 중심 전략 필요
- 개인화된 마케팅으로 고객 경험 개선과 장기적인 관계 구축

소비자 재정 우려 완화 서비스 개발

- 다양한 가격대의 제품 제안이나 패키지 딜 등 비용 효율적 구매 옵션 제공
- 소비자의 재구매를 유도할 수 있는 포인트/로열티 프로그램 운영 및 홍보

중고 거래 플랫폼과 협업

- 기업 자체의 중고 거래 플랫폼 운영 또는 새로운 플랫폼과의 협력으로 중고 시장 진입

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



안종식 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**



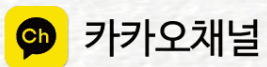
CEO·CFO 분기 서베이, 자동차구매의향지수 등 **경영·산업 동향 지표**



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 리더
정동섭 Partner
dongjeong@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.