



Consumer Signals 2025년 1월: 글로벌 경제와 한국 경제, 디커플링의 서막

Feb 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

2025년에는 고물가, 고금리, 고환율의 삼고(三高) 현상의 장기화로 인해 불황형 소비가 확산될 것으로 보입니다. 이러한 경제적 불확실성 속에서 소비자들은 가성비와 가용비를 중시하는 경향이 뚜렷해지고 있습니다.

딜로이트의 Consumer Signals Index는 이러한 소비자 트렌드를 잘 보여주고 있으며, 특히 '재정적 웰빙지수(FWBI)'에서 한국은 17개국 중 최하위를 기록해 재정 상황에 대한 부정적 인식을 나타냈습니다. 글로벌 소비자들의 소비 의향은 높아지고 있지만, 국내 소비자들은 여전히 소비절감 계획을 유지하며 식료품 절약을 지속하고 있습니다.

소비 침체를 극복하기 위한 유통업계의 새로운 전략이 필요한 시점입니다. 기업들은 변화하는 소비자 요구에 맞춘 창의적이고 혁신적인 대응 방안을 모색해야 합니다.

글로벌 17개국 소비자들의 심리와 미래 소비 계획을 Consumer Signals 조사 결과에서 확인해 보시기 바랍니다. 정기적인 조사 내용은 한국 딜로이트 그룹 공식 웹사이트 'Deloitte Index' 페이지와 딜로이트 인사이트 앱의 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 재정적 웰빙 지수

III. 소비자 지출의향

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

IV. 결론

I. Consumer Signals 개요

딜로이트 글로벌의 Consumer Signals 서베이는 17개국 국가별 약 1,000명의 소비자 대상 설문 결과를 토대로 소비자의 구매 우선순위와 구매행동에 영향을 미치는 요인을 파악합니다. 조사결과는 지수화되어 추세 분석과 전망에 활용됩니다.

조사 방법론

조사대상

- 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		

조사방법

- 온/오프라인 설문 및 심층 인터뷰

조사주기

- 월별 데이터 수집 및 분기별 조사 결과 분석

분석 결과



소비자 재정적 웰빙 지수 (FWBI)

한국과 미국 및 글로벌
소비자 재정 전망 극심한
디커플링 양상



Index 바로가기



소비 의향 지수 (Spending Intent)

글로벌 소비의향 회복세,
국내 소비자는
계속해서 소비 절감 계획



Index 바로가기



품목별 소비 의향

소비 절감 계획 중에도
여가활동과 투자에 높은
지출 의향



Index 바로가기



과시성 구매 금액

한국 소비자,
주요 과시 카테고리
의류 및 액세서리와 식음료



Index 바로가기

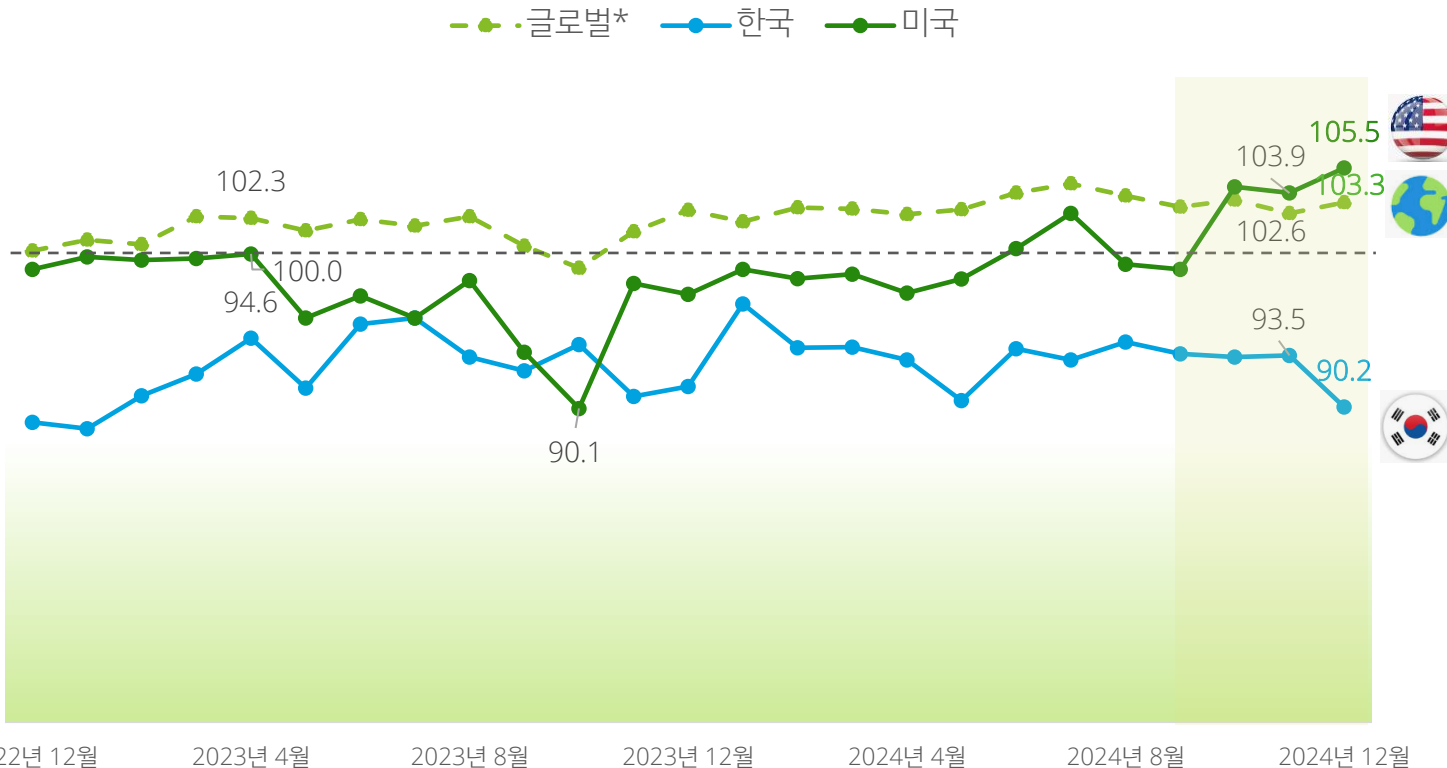
II. 소비자 경제심리 > 소비자 재정적 웰빙 지수(FWBI)



한국의 12월 FWBI는 정치·경제적 불확실성 영향으로 미국 및 글로벌 지수와 디커플링 양상을 보였습니다. 한국의 재정 웰빙 지수는 17개국 중 최하위이며, 국내 소비자의 미래 재무 상태에 대한 부정적 전망이 지속되고 있음을 나타냅니다.

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



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

© 2025. For information, contact Deloitte Anjin LLC

Key Findings

한국, 12월 FWBI 17개국 중 최하위

- 12월 비상계엄, 고환율 등 정치경제적 불확실성이 영향을 미치며 한국 FWBI는 전월비 3.3p 하락
- FWBI가 하락하며 국내 소비심리도 냉각
 - 12월 소비자심리지수, 전달대비 10포인트 하락하며 팬데믹 이후 최대 낙폭 기록¹⁾
- 한국 FWBI는 2024년부터 최하위권을 기록하며, 조사대상국 중 미래 재무 상태를 가장 부정적으로 전망

미국 · 글로벌 FWBI는 지난 9월 이후 회복세

- 미국 FWBI는 대선 후 불확실성 해소, 재정책대 및 금리인하 전망으로 4년 중 최고치를 기록하며 글로벌 평균선 돌파
- 글로벌 FWBI는 약한 개선세 - 중국, 미국, 영국에서 상승세인 반면 캐나다, 독일, 일본에서 둔화되며 횡보 양상

Note:

1) 한국은행

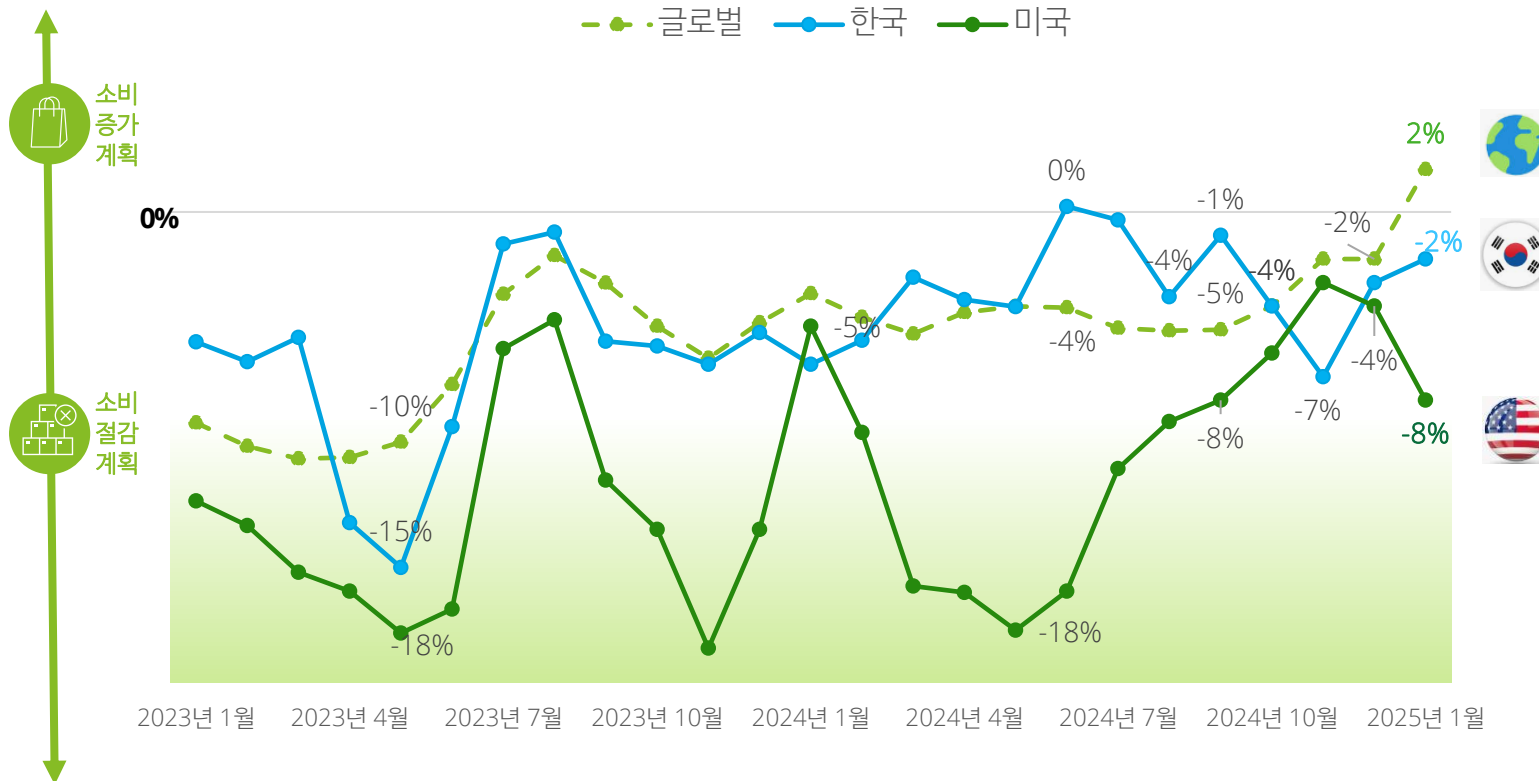
III. 소비자 지출의향 > 소비의향 지수



글로벌 소비자의 소비의향 지수는 2%를 기록하며 2년 중 처음으로 소비 증가 계획을 보였습니다. 반면 미국은 홀리데이 시즌 종료 여파로, 한국은 뚜렷한 경기 반등 신호가 나타나지 않으며 소비 절감 계획이 이어졌습니다.

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

소비 '증가' 계획으로 돌아선 전 세계

- 높아진 비필수재 지출 의향이 소비의향 증가를 견인하며 글로벌 소비의향지수 상승
 - 글로벌 소비의향지수가 0%를 상회한 것은 2년 중 처음

미국 소비의향지수 하락, 홀리데이 시즌 종료 영향

- 미국은 경기 개선 기대는 높아졌으나, Holiday Pullback 효과로 1월 소비 절감을 계획하는 소비자가 늘어남
- 2024년 전체적으로는 소비의향 개선 추세

여전히 소비 절감 계획 중인 한국 소비자

- 2024년 개선되던 소비의향지수, 하반기부터 수출 부진, 고금리 지속 등으로 다시 하락해 여전히 소비 절감 추세
- 2년 연속 내구재, 준내구재, 비내구재 전 부문에서 소비 감소 중¹⁾

Note:

1) 통계청

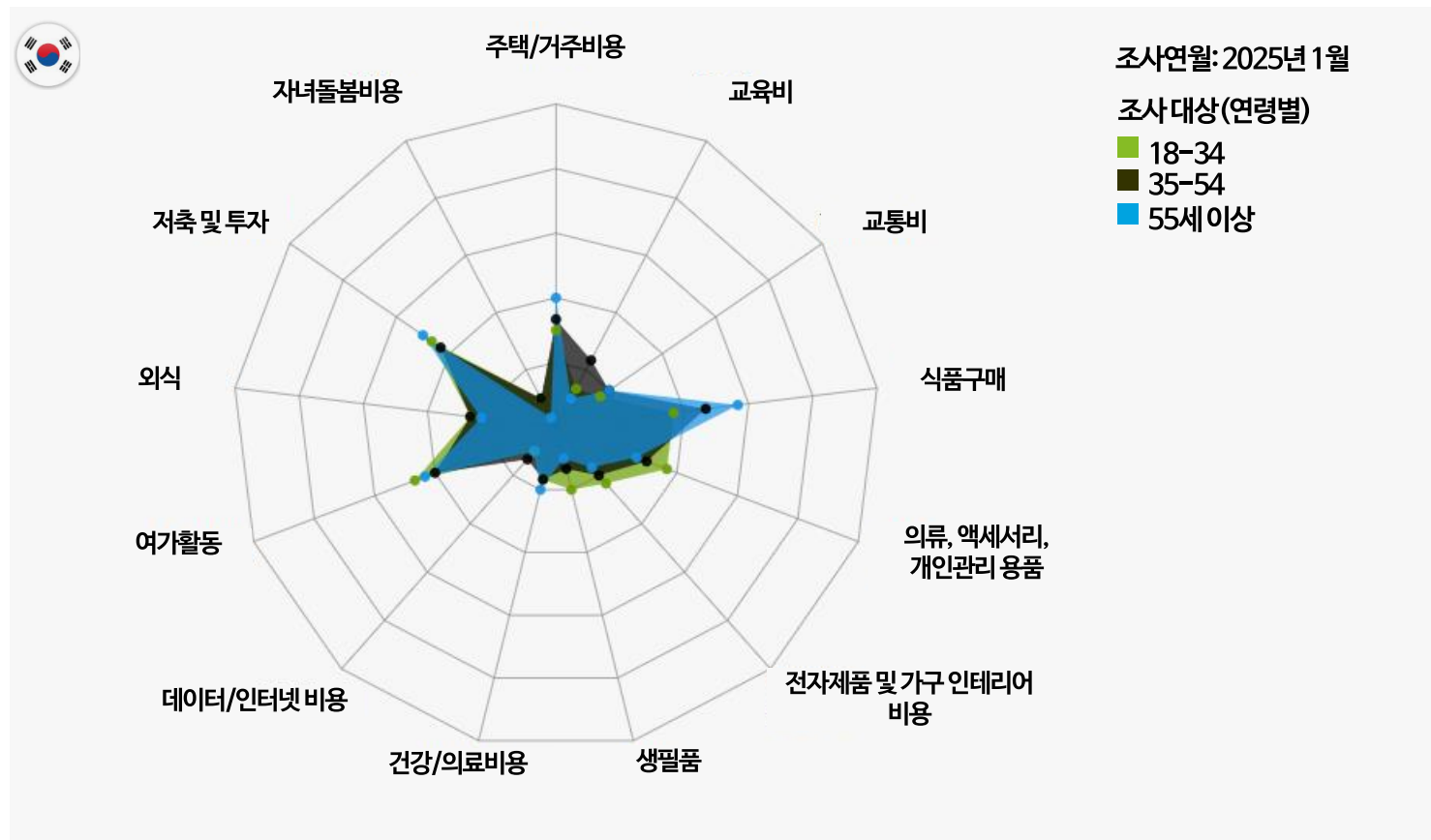


III. 소비자 지출의향 > 품목별 소비 의향(한국)

한국 소비자들은 소비 절감 계획 중에도 여가활동과 투자에 높은 지출 의향을 보였습니다. 연령대 별로는 고령층에서 식료품비 등 필수재 지출 비중이 높았으며 중장년층은 교육비, 젊은 층은 개인 과시용 소비에 지출하는 경향이 드러납니다.

품목별 소비 의향 분석(한국)

국내 소비자 연령별 향후 4주 동안 품목별로 지출할 계획인 금액



Key Findings

전 연령대, 저축 및 투자와 여가활동에 관심

- 소비자들은 식료품비, 거주비에 버금가는 금액을 저축 및 투자에 지출할 의향
 - 경기 및 재무안정성 우려가 미래를 대비하는 소비성향으로 나타난 것으로 분석됨
- 1월 연휴 영향으로 여가활동에도 높은 지출의향

필수 소비 품목은 연령별로 상이

- (18세-34세) 타 연령대 대비 개인 과시성 소비와 자기관리에 높은 지출 의향이 있으나, 불경기로 비중 감소세
- (35세-54세) 자녀 양육으로 교육비에 높은 지출 비중 지속
- (55세 이상) 필수재 및 의료비에 높은 지출 비중 지속

Note:

1) 통계청

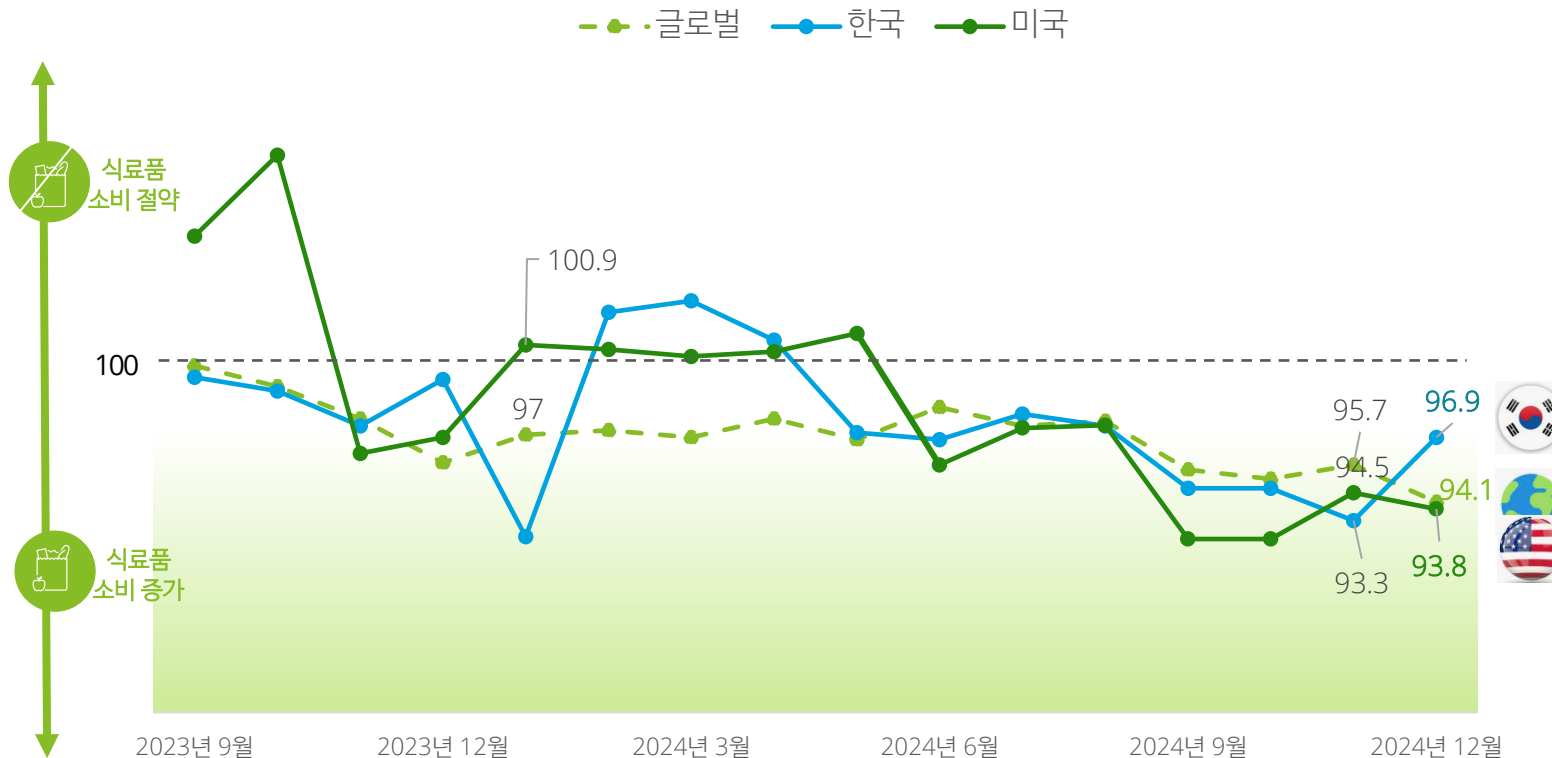


III. 소비자 지출의향 > 식료품 소비절약 지수(FFI)

최근 인플레이션이 둔화되면서 글로벌 소비자들의 식료품 소비에 따른 스트레스도 완화되고 있습니다. 다만 한국의 경우 정치·경제 상황 급변과 재정 스트레스 증가로 2024년 12월 FFI가 크게 높아지는 모습을 보였습니다.

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)



Key Findings

국내 소비자, 나홀로 더 절약

- 글로벌 소비자, 식료품 소비 절감 경향을 보이고 있으나 절약 폭이 감소하며 회복세
- 국내 소비자는 식료품 구매 시 이전보다 더 큰 재정적 스트레스를 느끼며 식료품 지출 절약 폭 확대 및 지속 중

소비 절약을 위한 소비자 행동 변화

- 81%의 미국 소비자, 식료품비 지출 절약 2025년 최우선 과제로 응답¹⁾
- 대형마트와 백화점의 매출이 전년대비 감소한 데 반해, 생필품 소량 구매가 가능한 편의점 매출은 증가²⁾
- 저렴한 가격을 이유로 온라인 전문몰을 이용한 온라인 음식료품 구매 증가³⁾

Note:

- 1) Flashfood (2025)
- 2) 매일경제(2024.11.26)
- 3) 한국농촌경제연구원



III. 소비자 지출 의향 > 과시성 구매 금액

17개국 중 항상 상위권을 유지하던 국내 소비자의 과시성 구매 비용은 고환율과 소비 침체로 인해 9위로 하락하였으며, 과시성 소비 금액도 전달 대비 감소하였습니다.

과시성 구매 금액 글로벌 순위 변화

순위	2024년 10월	2024년 11월	2024년 12월
1	중국	중국	중국
2	독일	한국	독일
3	한국	독일	프랑스
4	프랑스	프랑스	미국
5	이탈리아	이탈리아	이탈리아
6	스페인	스페인	네덜란드
7	네덜란드	미국	포르투갈
8	포르투갈	네덜란드	스페인
9	영국	포르투갈	한국
10	미국	브라질	영국
11	인도	멕시코	멕시코
12	브라질	인도	브라질
13	일본	영국	인도
14	멕시코	일본	일본
15	호주	호주	캐나다
16	캐나다	캐나다	남아공
17	남아공	남아공	호주

소비자 과시성 구매 (Deloitte Splurge Purchases)

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

2024년 12월
글로벌 17개국
과시성 구매금액*

55달러
(약 80,000원)

한국(9위)

55달러
(80,000원)

미국(4위)

60달러
(약 88,000 원)

*17개국 과시성 구매 금액 중위값

Key Findings

국내 소비자, 과시성 소비 금액 감소

- 전달 대비 만원 감소한 8만원으로 17개국 중 9위를 기록하며 소비자의 과시성 구매 순위 크게 하락
- 17개국 중 한국과 스페인만 과시성 소비 금액이 감소 (스페인: '24.11: €54 → '24.12: €55)

경기침체로 불황형 소비¹⁾ 전환

- 가격 경쟁력을 내세운 대표적인 유통업체인 다이소는 대형마트 입점 증가세
- 럭셔리 브랜드 중 1/3만이 성장하고, 럭셔리 시장 규모는 지난해 대비 2% 감소 전망³⁾

Note:

- 1) 제한된 구매력으로 최대의 만족을 얻는 소비행태
- 2) 전자신문 (2025.1.19)
- 3) 베인앤컴퍼니

IV. 결론



정치적 • 경제적 불확실성 확대로 인한 경기 악화 우려로 소비 심리가 위축되며 가계의 소비 규모를 줄이기 위한 불황형 소비 트렌드가 확산되고 있으며, 2025년 소비재 & 유통 기업은 변화하는 소비행태에 맞춘 마케팅 전략이 필요합니다.

소비자구매행동 요약

재정 상황 악화 및 불확실성 확대

- 12월 한국 소비자 재정적 웰빙지수(FWBI) 17개국 중 최하위 기록
- 정치적 • 경제적 불확실성 확대로 내수 회복세 지연 우려

지출 계획 축소

- 경기 악화 우려에 소비 심리 위축 장기화 전망
- 고금리 지속으로 인한 이자상환 부담으로 재정상황 우려 지속

불황형 소비 트렌드 부각

- 생활비 절감을 위한 생필품 소량구매 확대로 편의점 매출 증가
- DIY(Do It Yourself)를 통한 비용 절감 경향 확대
- 저가형 유통 채널 및 온라인 전문몰 성장세 지속

기업의 대응 전략

프로모션 및 할인 행사 강화

- 시즌별 프로모션 확대를 통한 구매욕구 자극
- 묶음 판매 및 패키지 할인 등을 통해 추가 제품 구매 유도

필수 소비재 판매 집중

- 필수 소비재나 실용적인 상품에 대한 수요가 증가할 가능성이 있으므로, 해당 카테고리의 제품 활용을 극대화
- 소비자들이 쉽게 접근 가능하도록 재고관리 최적화 필요

브랜드 충성도 강화

- 고객 경험 향상으로 브랜드에 대한 긍정적 경험 증가 도모
- 브랜드 스토리를 통한 소비자와의 정서적 연결
- 충성 고객 특별 혜택 또는 이벤트 제공

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



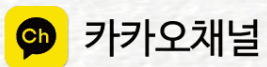
CEO·CFO 분기 서베이, 자동차구매의향지수 등 경영·산업 동향 지표



딜로이트 전문가의 생생한 경험이 녹아있는 영상 콘텐츠



채용공고, 임직원 브이로그, 이벤트 안내 등 다양한 딜로이트 소식



앱



Download on the
App Store



GET IT ON
Google Play

#디지털 전환

#MZ세대

#기후변화

#ESG

#경제전망





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.