



소비재 기업의 7대 과제와 대응 전략

딜로이트 글로벌 소비재 산업 트렌드 2026

Deloitte Insights

“

소비자 기준 변화와 불확실한 글로벌 환경 속에서
소비재 산업은 근본적인 전략 전환을 필요로
하고 있습니다.

규모의 경제보다 민첩성이, 외연 확장보다
선택과 집중이, 복잡성보다 조직 단순화가
경쟁력을 좌우하는 시대가 도래했습니다.

성장과 고용의 공식이 재정의되고,

가치사슬의 힘의 균형이 재편되는 가운데

인공지능(AI)은 수요와 공급 양측에서
새로운 질서를 만들고 있습니다.

이 보고서는 소비재 기업이 직면한
핵심 과제에 대응하기 위한 전략적
방향과 실행 우선순위를 제시합니다.

”

한형주 파트너

유통·소비재 산업
경영자문 부문



소비재 산업이 직면한 2026년 경제 전망

재편되는 세계경제 질서

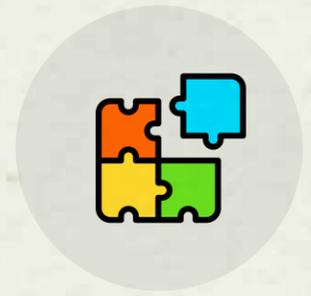
무역 정책 충돌, AI 투자 경쟁,
글로벌 공급망 재편 동시 진행



글로벌
성장 둔화



AI 중심
성장 구조 전환



국가간 경제
블록화 심화



2026년 소비재 산업의 경쟁력은
글로벌 불확실성과 AI 전환에 대한
대응 능력이 좌우



상세한 내용은 리포트 전문에서 확인하세요!

리서치 방법론

📄 조사 개요

- ✓ 글로벌 소비재 기업 고위 임원 300명 설문조사 기반 (2025.10)
 - 매출 기준 글로벌 상위 100대 기업의 지역·산업 분포 반영
- ✓ 실적 발표, 컨퍼런스콜 및 애널리스트 보고서 분석
- ✓ 산업 리더 심층 인터뷰 결과 반영

2026년 소비재 기업의 경영진의 7가지 핵심 과제

- 핵심과제 01 가성비 중시하는 소비자: 체감 가치 극대화 필요
- 핵심과제 02 규모의 경제보다 민첩성 중시
- 핵심과제 03 외연 확장보다 집중이 더 나은 선택으로 부상
- 핵심과제 04 조직 구조의 단순화
- 핵심과제 05 기업의 성장과 고용 규모 간 연관성 약화
- 핵심과제 06 가치사슬 구조의 재정립
- 핵심과제 07 에이전틱 AI, 마케팅 방식 근본적 재편

가성비 중시하는 소비자: 체감 가치 극대화 필요

가성비 소비
확산

전 세계 소비자 약 절반이 가성비 중시
→ 체감 가치 극대화가 핵심 과제로 부상

MVP 브랜드
경쟁

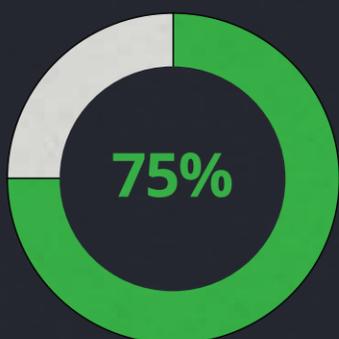
소비자는 '가격 대비 더 높은 가치'(MVP)
브랜드에 지출 확대
→ 그러나 실현 기업은 3분의 1에 불과

가치 중심 실행전략

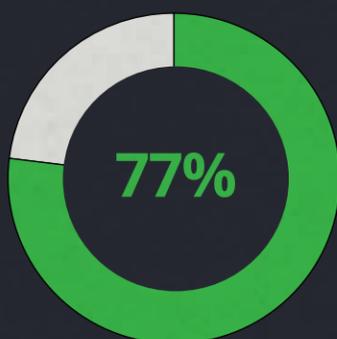
고객 체감 가치에 기반한
가격 전략 & 투자 배분이 성패 좌우

딜로이트 서베이

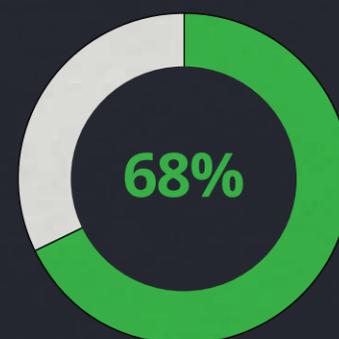
가성비 소비에 대한 기업 리더십 인식



장기적 구조
변화로 인식



2026년 가성비
타깃 제품에 주력



가성비 채널 기반
고투마켓 전략 강화

규모의 경제보다 민첩성 중시

불확실성 심화

탈세계화와 무역 정책 변화로 규모 중심 전략의 한계 노출과 기업 환경의 변동성 확대

비용 압박·수요 감소

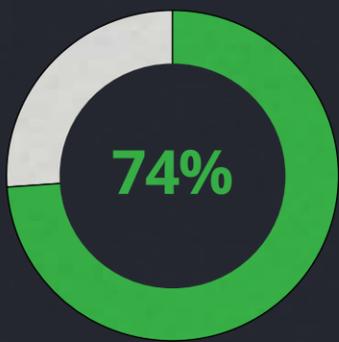
가격 인상 압박 속 판매량·점유율 악화 우려 확대
→ 성장 전략 재검토 필요

민첩한 전환 전략

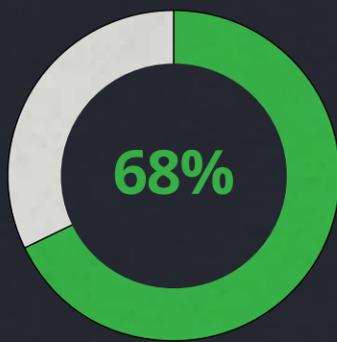
국내 생산 확대, 포트폴리오 재편, 신시장 및 디지털 투자 강화
→ 자본·역량의 신속한 재배분 필요

딜로이트 서베이

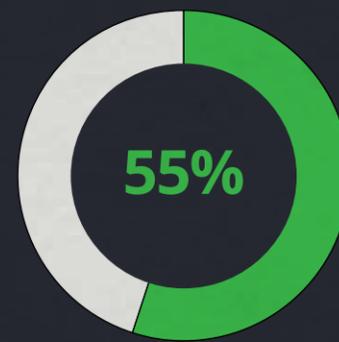
소비재 기업, 무역정책에 대한 노출 축소 및 가격 인상으로 탈세계화에 적응



판매 국가 내 생산 확대



무역정책 영향 받는 원자재 사용 감축



가격 인상해 비용 증대에 대응

무역 정책으로 증가하는 비용을 내부 흡수하는 기업은 20%에 불과

외연 확장보다 집중이 더 나은 선택으로 부상

선택과 집중 강화

복합 구조를 축소하고 핵심 카테고리 중심으로 포트폴리오 재편 가속

확장보다 효율

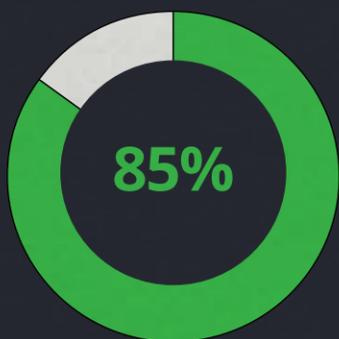
대형 M&A에 신중해지고, 성장성과 전략 적합성 중심의 투자 기조 강화

경량화 실행 전략

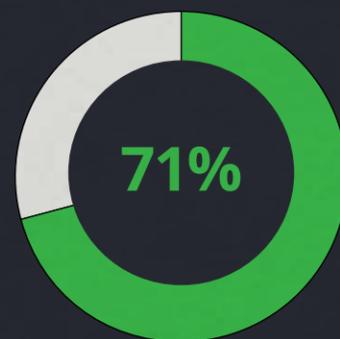
합작·파트너십 확대와 재고관리단위(SKU) 정제로 운영 효율 및 민첩성 제고

딜로이트 서베이

소비재 기업 비즈니스 모델, 집중화로 전환



가장 유력한 소비재 비즈니스 모델은 특정 카테고리를 장악한 단일 산업(pure play) 기업



단순화와 효율화가 집중화에 가장 중요한 요인

조직 구조의 단순화

사일로 해소
필요

기능·지역 중심 사일로가
민첩한 가치 창출을 저해

구조 단순화
가속

투명성·책임 강화, 데이터·기술 정비
-> AI 기반 엔드투엔드 의사결정 체계로 전환

외부 역량 활용

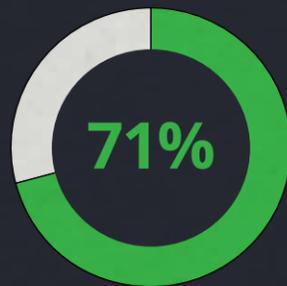
핵심 기능 아웃소싱, 전문가집단(CoE) 구축을 통해
효율성·전문성 강화 및 AI 도입과 리스크 분산 병행

딜로이트 서베이

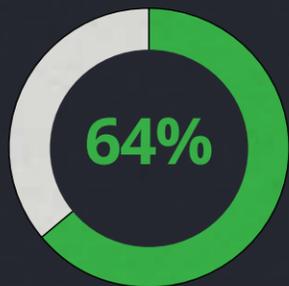
소비재 기업, 민첩성 중심 조직 구조 단순화... AI 적극 활용



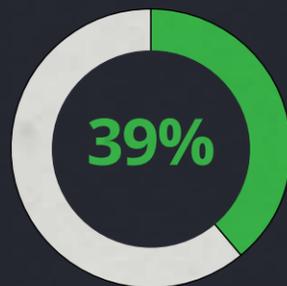
민첩성 중심
조직 문화 구축



완전 자동화
프로세스 운영



AI로 의사결정 단계
축소 기대



에이전틱 AI,
의사결정에 활용 전망

기업의 성장과 고용 규모 간 연관성 약화

성장-고용
분리

투자자들, 채용 확대=성장 신호 공식 깨지며
기업에 획기적 생산성 향상을 요구

AI 기반
생산성 증가

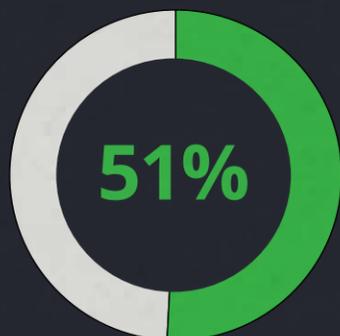
인건비 부담 속에 디지털 전환·AI 도입 가속
→ 고용 확대 없이 성장 가능 구조 형성

인간 역할 재정의

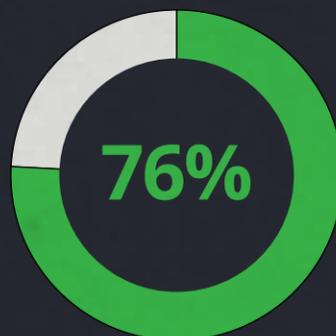
AI가 반복·기술 업무를 대체하면서,
인간은 창의·판단·책임 중심의 고부가가치 역할에 집중

딜로이트 서베이

생산력 향상의 열쇠는 디지털 전환



2026년 비용 절감
중요성 확대



경쟁력 강화를 위해
디지털 전환 필수

가치사슬 구조의 재정립

유통 주도
강화

자체상표 확대·데이터 우위로 소비재 산업 내
힘의 균형이 유통업체 중심으로 이동

협업의
명암

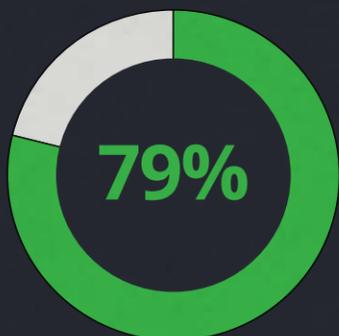
협업 확대는 매출 성과로 이어지고 있으나,
목표 불일치와 데이터 공유 인식 차이가
주요 장벽으로 작용

가치사슬 재설계 전략

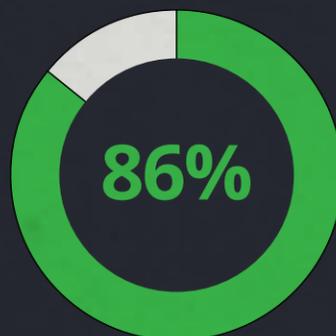
기획·가격·초기 혁신·비용 절감 전반에서
유통과의 협업을 재정 의하고,
시를 활용해 공동의 소비자 가치 창출 모델 구축

딜로이트 서베이

소비재 산업 가치사슬의 중심 유통업체로 이동



2~3년 내 소비재 산업
중심이 유통업체로
이동 전망



유통업체와 협력으로
실질적 성과를 거둔
경험 보유

에이전틱 AI, 마케팅 방식 근본적 재편

AI 기반
혁신 가속

제품 혁신과 마케팅 전반 AI 활용 확대로,
콘셉트 개발, 개인맞춤 강화해 ROI 개선

소비자의 공급자
역할 확대

기업뿐 아니라 소비자도 AI 기반으로
탐색·구매가 확산되지만,
업계 전략 대응은 미흡

에이전트형 커머스 대응

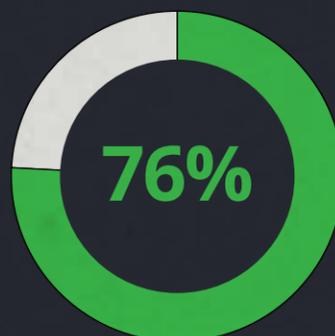
검색엔진 최적화(SEO)를 넘어 생성형 최적화(GEO) 경쟁 본격화
→데이터 공유·AI 기반 유통 협력 필요

딜로이트 서베이

AI로 제품 혁신과 마케팅 방식 재편



1년 내 핵심 기능에
AI 에이전트 도입 계획



신제품 혁신·성장 기회
발굴에 AI 활용 계획

소비재 산업 세부 부문별 주요 시사점



시사점 01 식음료 부문

“주요 화두는 건강과 웰니스 트렌드

- ✓ 89%: 건강·웰니스 제품 투자 확대
- ✓ 30%: 체중 감량 약물 확산에 따른 수요 변화에 대응



시사점 02 생활용품 부문

“오케이전 기반 판매, 시장 확대, 제품 혁신 강화하며 가격 인상 전망

- ✓ 93%: 소비자의 상황에 맞춘 오케이전 기반 판매 비중 확대
- ✓ 73%: 유통 채널 확대가 판매량 견인
- ✓ 69%: 제품 프리미엄화 전환에 주력



시사점 03 뷰티 및 퍼스널 케어 부문

“AI 및 아웃소싱 활용과 젊은 층 공략에 주력

- ✓ 87%: AI로 마케팅 ROI 최적화 기대
- ✓ 69%: 핵심 기능 외주화, CoE 구축 추진
- ✓ 89%: Z·Y 세대 공략에 집중

한국 딜로이트 그룹 전문가

소비자 산업

빠르게 진화하는 시장에서 딜로이트 글로벌 소비자 산업 그룹은 독자적인 데이터를 활용해 고객이 소비자에 더 가까이 다가갈 수 있도록 지원합니다. 딜로이트가 보유한 연구, 인사이트, 혁신을 주요 비즈니스 과제에 연결함으로써 소비자 산업 전반의 가까운 미래와 그 이후를 위한 선도적인 전략을 수립할 수 있습니다. 또한 딜로이트는 비즈니스 번영을 위한 솔루션을 제공할 수 있습니다.

김태환 파트너

소비자 산업 리더 | Deloitte Digital

☎ 02 6676 3756

@ taehwankim@deloitte.com

김경원 파트너

유통·소비재 산업 리더

☎ 02 6676 2322

@ kyungwkim@deloitte.com

한형주 파트너

유통·소비재 산업 | 경영자문 부문

☎ 02 6099 4496

@ hyunghan@deloitte.com

김정민 파트너

소비재 산업 | 컨설팅 부문

☎ 02 6676 3379

@ jungminkim@deloitte.com

홍성탁 파트너

유통산업 | 컨설팅 부문

☎ 02 6138 5112

@ sungthong@deloitte.com



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

Contact us
krinsightsend@deloitte.com

연구원
김선미 Senior Manager
seonmikim@deloitte.com

디자이너
박근령 Senior Consultant
keunrpark@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.