



## Consumer Signals 2025년 3분기: 절약과 과시 사이, 새로운 소비의 균형

October. 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

한국 소비자는 경제적 부담 속에서도 소비 우선순위를 명확히 구분하며 지출을 관리하고 있습니다. 단순히 지출을 줄이는 데 그치지 않고, 필수재를 중심으로 ‘필요한 소비’에 집중하고 있습니다. 그럼에도 일부 선택적 항목에서는 자기표현과 보상을 추구하는 이중적 흐름이 나타나고 있습니다.

이번 Consumer Signals Index에 따르면, 국내 소비 의향과 재정적 웰빙 지수는 글로벌 대비 낮은 수준에 머물고 있지만 반등의 조짐을 나타내고 있습니다. 세부적으로는 식료품 소비를 늘리며 의류·액세서리 등 과시성 소비가 꾸준히 이어지는 양상이 보이고 있습니다. 이는 소비자가 완화된 재정 흐름 속에서 실용성과 정서적 만족을 동시에 추구하고 있음을 보여줍니다. 연령별로도 소비 성향은 선명히 구분되고 있습니다. 청년층은 라이프스타일과 자산 형성에, 중장년층은 가계 안정과 가족 단위 생활에, 고령층은 건강과 일상 유지에 각각 무게를 두며, 생애주기에 따라 소비 목적이 구조적으로 달라지고 있습니다.

기업들은 지금과 같은 소비 심리 전환기에 적극적인 마케팅 전략을 펼쳐야 합니다. 소비자들이 지출을 유지하는 핵심 품목을 정밀하게 포착하고, 실용성과 감성적 가치를 아우르는 제품과 경험을 제공하는 것이 무엇보다 중요합니다. 또한 세대별 라이프스타일에 맞춘 맞춤형 접근을 통해 소비자와의 신뢰를 강화하는 것이 향후 시장 성과를 결정짓는 핵심 과제가 될 것입니다.

딜로이트는 앞으로도 변화하는 소비자의 경제 심리와 구매 행태를 정밀하게 추적하겠습니다. 이를 통해 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 수치화하여 추세를 분석하고 향후 트렌드를 전망합니다.

## 조사방법론

### 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		

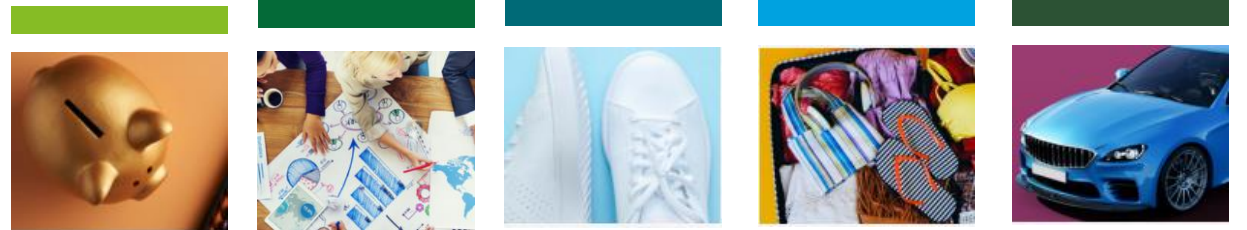
### 조사방법

- 온/오프라인 설문 및 심층 인터뷰

### 조사주기

- 월별 데이터 수집 및 분기별 조사 결과 분석

## 분석결과



### 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

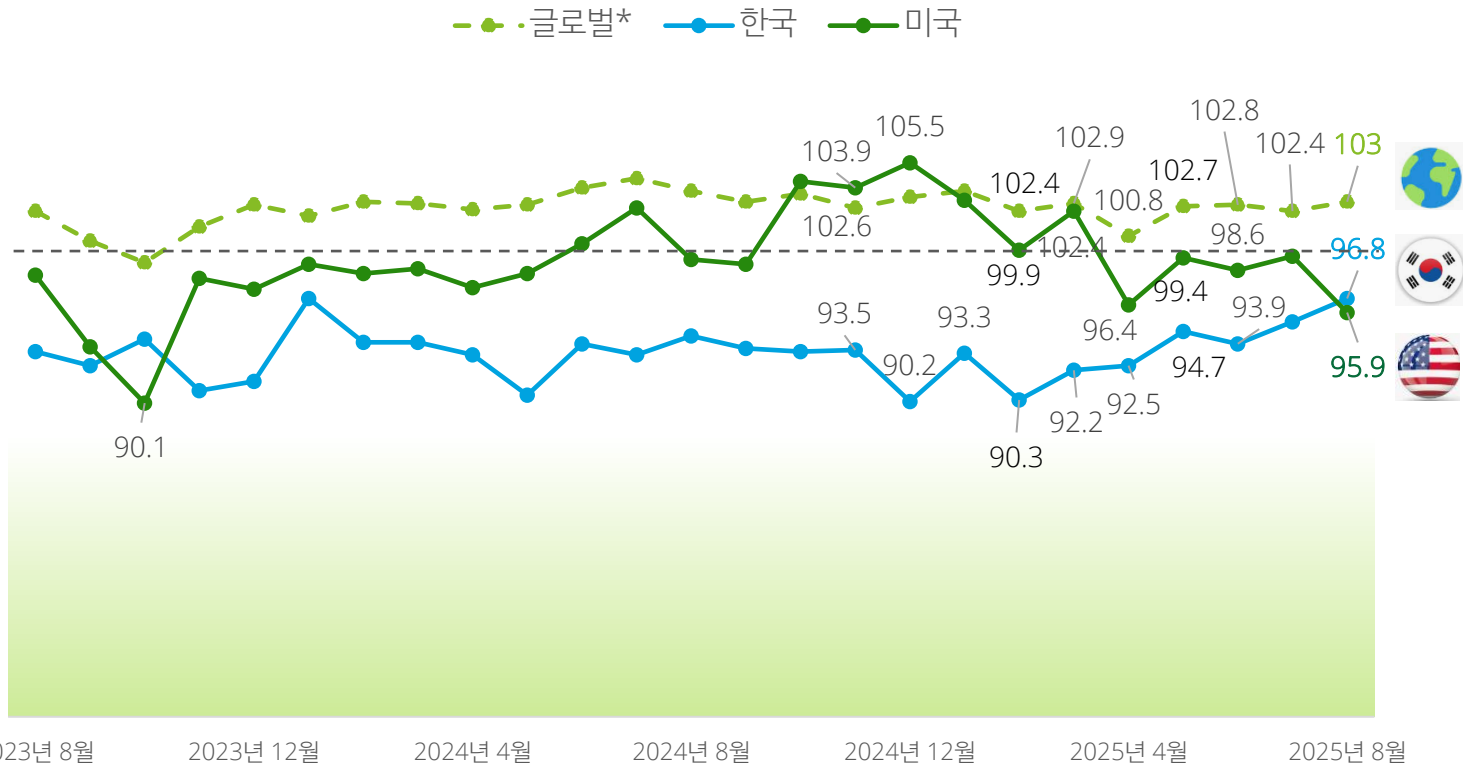


## II. 소비자 경제심리 > 소비자 재정적 웰빙 지수(FWBI)

글로벌 FWBI는 4월 하락 이후 회복세를 보이며 안정적 흐름을 이어가고 있습니다. 미국은 반등 이후 재차 조정되며 불확실성이 지속되고 있는 반면 한국은 최하위권에 머물다가 2025년 초부터 회복되며 8월 미국을 앞질렀습니다.

### 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 2022년세계은행발표GDP기준상위 10개글로벌경제국가중 8개국의평균

© 2025. For information, contact Deloitte Anjin LLC

### Key Findings

#### 한국, 2025년 이후 회복세

- 8월 FWBI는 96.8로 전월(95.3) 대비 소폭 반등했으나 기준선(100)은 하회
- 생활물가 둔화와 고용 안정, 정부의 쿠폰 지급 등이 심리에 긍정적 영향을 주었으나, 고금리·가계부채 부담은 회복 제약 요인

#### 미국, 반등 이후 재차 조정

- 5월 99.4까지 회복했으나 8월 95.9로 다시 하락하며 불안정한 흐름
- 고용 안정에도 불구하고 정책 불확실성과 금융시장 변동성이 소비자 인식에 반영

#### 글로벌, 안정적 회복세 유지

- 4월 일시적 하락 이후 회복 흐름이 이어지며 안정적 수준 유지
- 주요국의 금리 완화와 고용 개선이 지수 안정에 기여하며 전반적 회복 흐름 강화

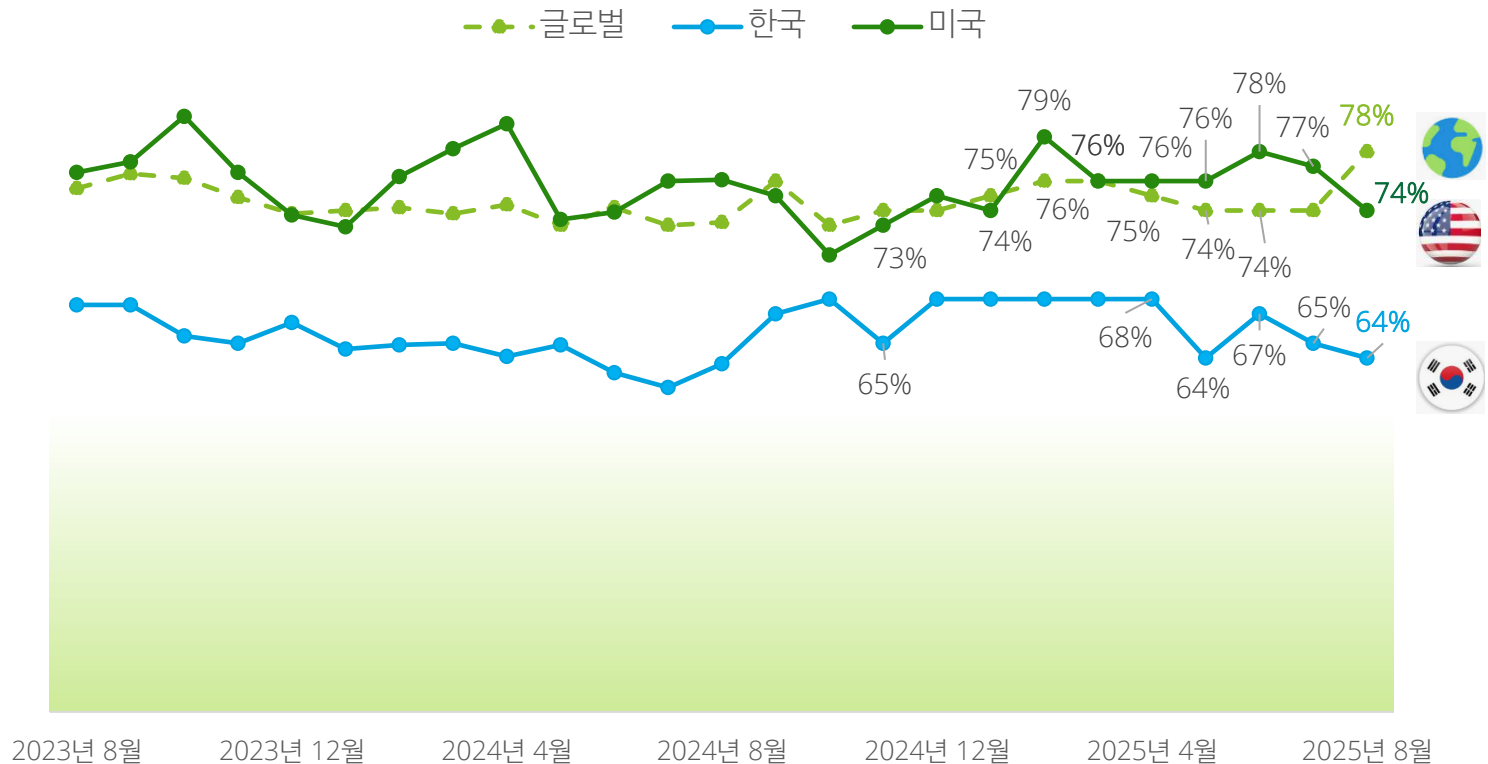


## II. 소비자 경제심리 > 소비자 인플레이션 우려 지수

글로벌 소비자의 인플레이션 우려는 에너지 가격 안정과 고용 회복에 힘입어 완화 흐름을 이어가다 8월 급등했습니다. 미국은 여전히 높은 수준에 머물고 있는 반면, 한국은 물가 부담 완화가 느리게 진행되며 낮은 수준에 머무르고 있습니다.

### 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, 상대적으로 낮은 인플레이션 우려

- 8월 인플레이션 우려가 64%로 하락 지속
  - 같은달 소비자물가상승률은 1.7%로 9개월만에 최저치 기록<sup>1)</sup>
  - 글로벌 17개국중 인플레이션 우려가 낮은 국가로 체감 물가 부담 완화 추세

#### 미국, 인플레이션 우려 하락 전환

- 세달 연속 70%대 중후반 유지 후 하락
  - 금리 정책, 관세 조치로 인한 인플레이션 우려 등 불확실성이 영향을 미치다가 최근 소폭 완화

#### 글로벌 인플레이션 우려, 8월 급상승

- 에너지 가격 안정과 고용 회복 영향으로 둔화되던 우려 수준이 8월 들어 다시 뚜렷한 상승세로 반전

Note:

1) 통계청

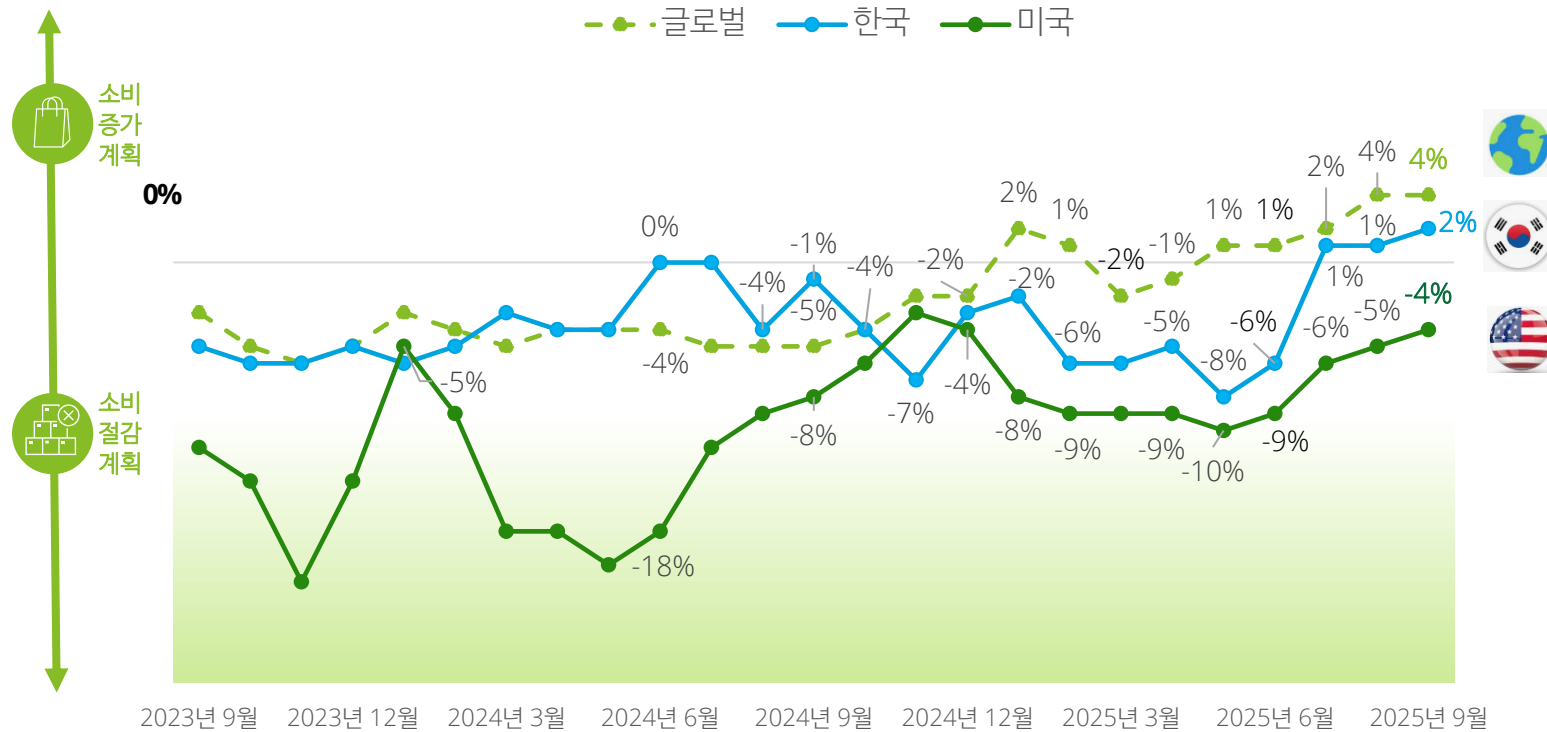


### III. 소비자 지출의향 > 소비의향 지수

글로벌 소비 의향은 6개월 연속 상승하며 회복세를 이어가고 있습니다. 미국의 소비 심리는 여전히 마이너스 수준에 머물며 소폭 개선 흐름을 보이지만, 한국은 정치적 불확실성 해소 이후 플러스 전환하며 뚜렷한 회복세를 보이고 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

##### 한국 소비 의향, 4개월 연속 개선세

- 한국은 생활물가 부담 속 소비 증가 계획으로 선회
- 8월 한국 소비자 심리지수는 111.4로 전월(109.9) 대비 상승, 5개월 연속 개선 흐름 지속<sup>1)</sup>
  - 다만, 필수지출 부담이 높아 실질 지출 확대는 여전히 제한적<sup>2)</sup>

##### 미국, 불확실성 속 소비 위축세 완화

- 미국은 고용 전망 약화와 정책 불확실성으로 소비 심리가 흔들렸으나, 최근 들어 하락세가 다소 진정되는 모습
  - 9월 소비자 심리지수는 55.4로 하락<sup>3)</sup>, 신뢰지수도 97.4로 하락<sup>4)</sup> 후 안정 흐름

##### 글로벌 소비 여력, 안정적 회복세 유지

- 글로벌 소비 의향은 5~9월 5개월 연속 플러스 기록, 2년 만의 뚜렷한 개선
- 유럽과 일부 신흥국을 중심으로 에너지 비용 안정, 공급망 정상화, 통화가치 회복이 동반되며 소비 여력 확대

Note:

- 1) 한국은행
- 2) 통계청
- 3) 미미시간대
- 4) 컨퍼런스보드(Conference Board)

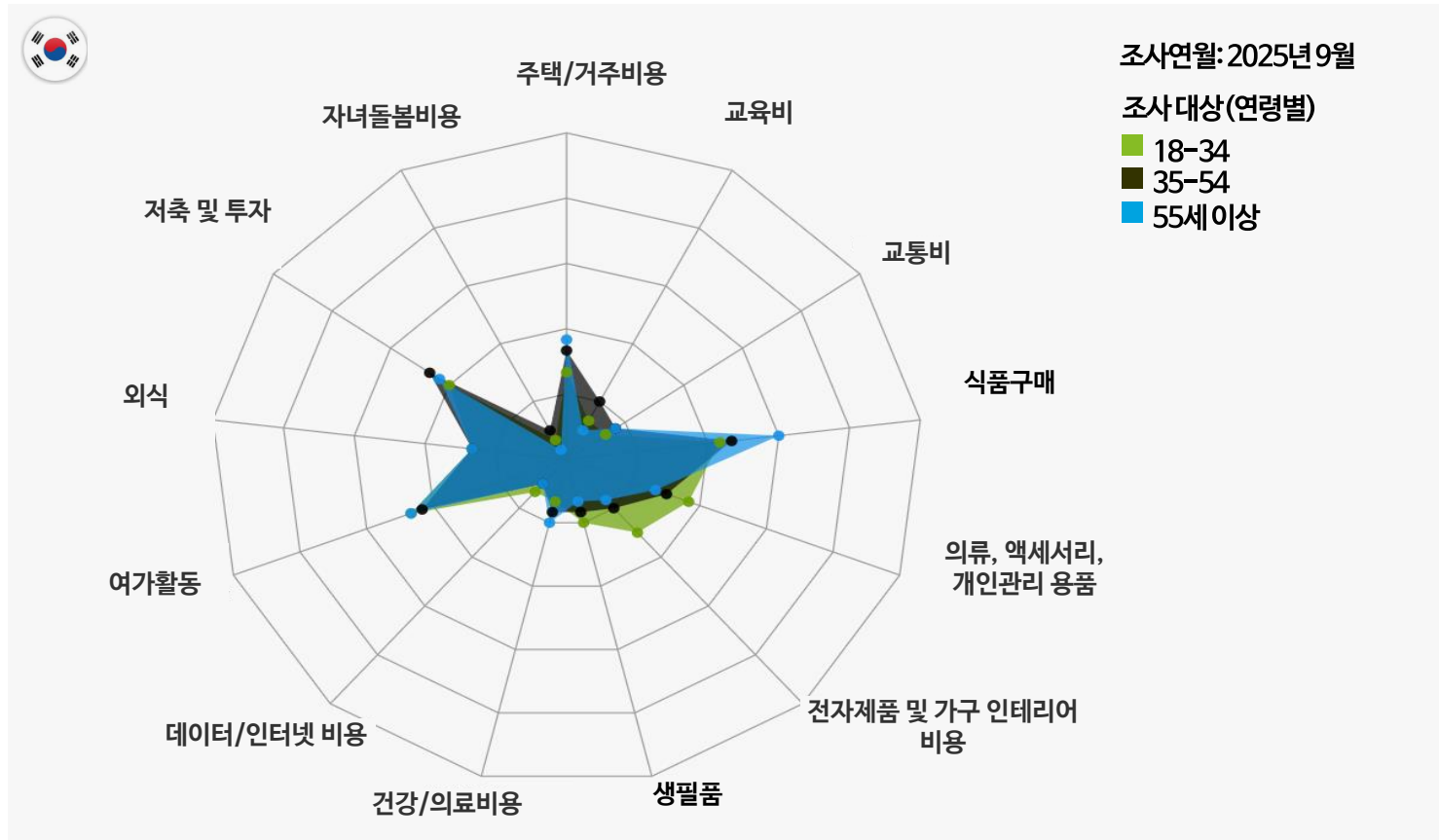


### III. 소비자 지출의향 > 품목별 소비 의향(한국)

국내 소비자들은 저축·투자 같은 미래 대비와 여가활동을 통한 정서적 만족에 유사한 수준의 지출 의향을 나타내고 있습니다. 젊은 세대는 자기계발과 라이프스타일, 중장년층은 가계 안정과 가족 중심의 소비, 고령층은 건강과 일상 유지를 위한 지출에 무게를 두는 경향을 보입니다.

#### 품목별 소비 의향 분석(한국)

국내 소비자 연령별 향후 4주 동안 품목별로 지출할 계획인 금액



#### Key Findings

##### 필수재 지출 중심 속, 선택적 소비 확대 조짐

- 식료품(14%)과 여가활동(13%), 저축 및 투자(13%), 주거비용(11%) 순의 소비 지출 양상
  - 식료품과 주거비가 전 연령대에서 가장 큰 비중을 차지하며, 가계 지출 구조에서 부담 요인으로 작용
  - 반면 외식(8%), 의류(9%), 전자제품(7%) 등 비필수재 지출 의향은 Q2 대비 소폭 개선되며, 소비 항목이 점차 다변화되는 흐름

##### 세대별 소비 패턴 차별화

- (18세-34세) 의류(11%)와 전자제품(8%) 비중이 높아 라이프스타일 중심 지출을 유지하며, 저축·투자(11%)에도 적극적으로 나서 자기표현과 미래대비를 동시 추구하는 소비 양상
- (35세-54세) 식료품(14%), 주거비(10%), 교육비(7%), 저축·투자(14%)를 중심으로 가족 생활 안정과 장기적 재무 대비를 중시하는 소비 성향
- (55세 이상) 식료품(17%), 여가활동(14%), 저축·투자(13%)가 주축을 이루며, 일상 유지와 삶의 질 향상을 균형 있게 추구하는 소비 패턴



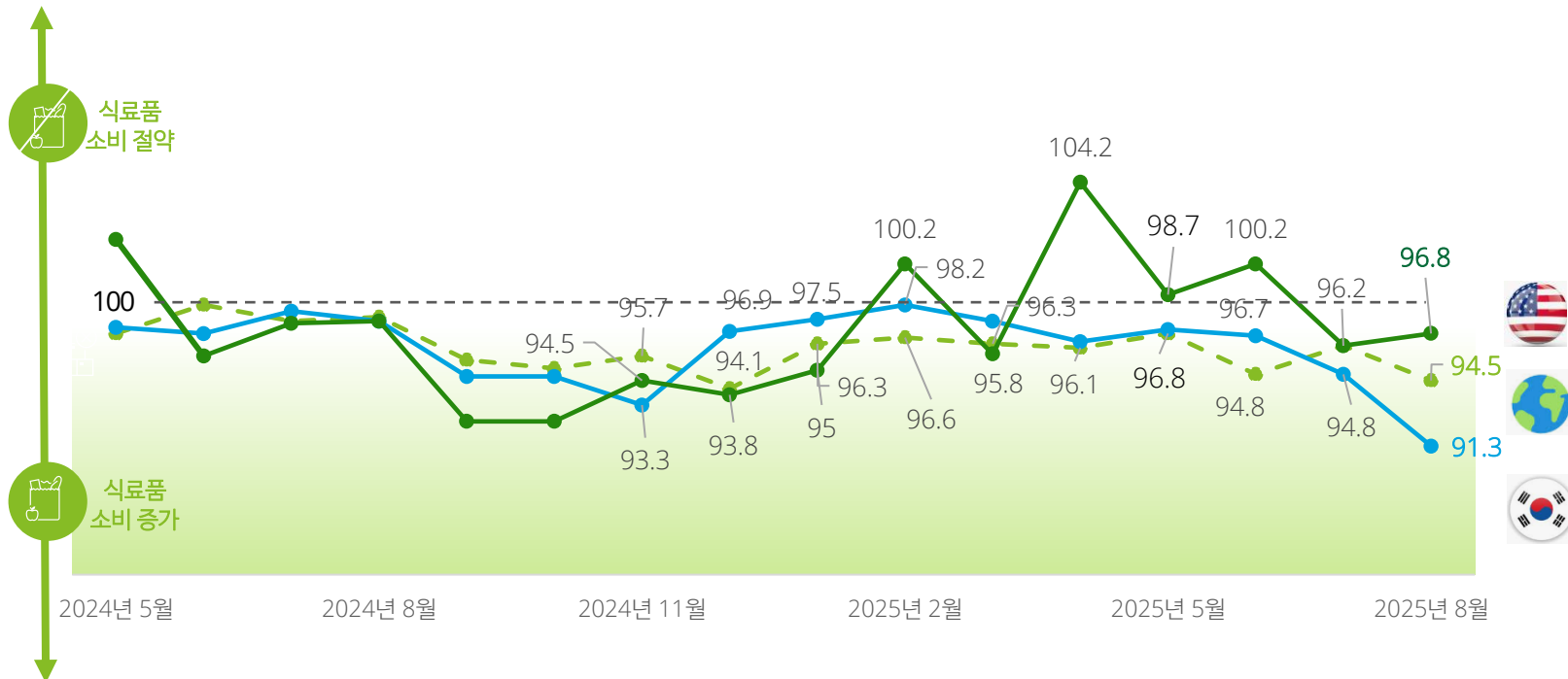
### III. 소비자 지출의향 > 식료품 소비절약 지수(FFI)

한국 소비자는 재정적 웰빙 지수 회복, 인플레이션 우려 완화 등의 영향으로 식료품 소비를 늘리는 추세입니다. 미국 소비자들은 가격 변동성과 불확실성에 민감하게 반응하였고 식료품 절약 의향 또한 큰 폭의 등락을 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)

● 글로벌 ● 한국 ● 미국



#### Key Findings

##### 한국 소비자, 식료품 절약 성향 완화 흐름

- 3분기 평균 FFI는 94.1로 글로벌(95.8)과 미국(97.7)을 모두 밑돌며 최저 수준
- 생활물가와 금리 부담이 식료품 지출 축소를 유도하며 절약 성향이 구조적으로 고착

##### 미국, 식료품 소비 절약 지수 등락 반복

- 미국 FFI는 6월 100.2에서 7월 96.2로 급락 후 8월 96.8로 반등, 100선을 전후로 급등락. 이는 높은 식료품 가격 변동성과 정책 불확실성의 영향으로 해석됨
  - 8월 가정용 식료품 가격은 전월 대비 0.6%, 전년 동월 대비 2.7% 상승했으며, 특히 고기·가금류·어류·계란 가격 상승에 민감하게 반응하는 양상<sup>1)</sup>

##### 글로벌, 완만한 하락세 속 식품 소비 증가 기조

- 글로벌 FFI는 3분기 평균 94.3 수준으로 전 분기 대비 완만한 하락세
  - 에너지·물류비 안정과 공급망 정상화가 체감 부담을 완화하며 극단적 절약보다는 제한적 조정에 그침

Note:

1) 미국노동부

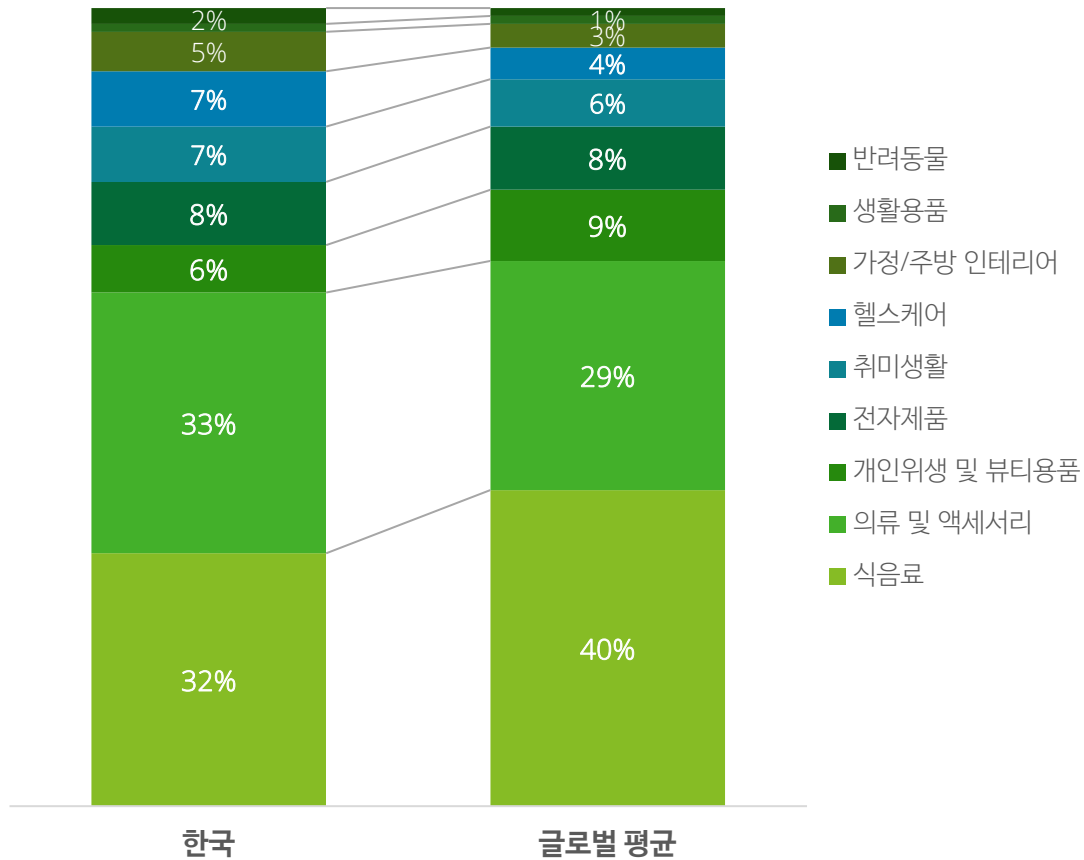


### III. 소비자 지출 의향 > 과시성 구매 금액

글로벌 17개국은 평균적으로 식음료를 통해 과시성 구매를 실현하는 반면, 한국 소비자는 의류 및 액세서리에 지출 비중이 가장 높습니다. 한국의 1인당 GDP는 글로벌 상위권에 속하지 않으나, 과시성 구매 금액은 소득 대비 높은 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 8월

글로벌 17개국  
과시성 구매금액\*

52달러  
(약 75,000원)

한국(5위)

55달러  
(80,000원)

\*17개국과시성구매금액중위값

#### Key Findings

##### 한국, 자기표현적 과시 소비 경향

- 과시성 소비 항목 중 의류·액세서리(33%)가 가장 높은 비중을 나타냄 → 소비를 통해 자신을 표현하고자 하는 사회·문화적 영향 반영
- 고물가·고금리 환경에도 실용성과 자기만족을 동시에 추구하는 선택적 소비 성향

##### 글로벌 소비자, 고가 사치보다 일상 프리미엄 선호

- 글로벌 소비자들은 고가 사치품보다는 생활·일상과 연계된 프리미엄 품목 중심 소비 패턴
- 삶의 질과 정서적 만족을 보완하는 소비 성향



## IV. 결론

소비자들은 불확실한 경기상황에서 필수재 지출을 우선시하는 동시에, 일부 선택적 소비를 통해 정서적 균형을 추구하고 있습니다. 소비자·유통 기업은 양극화된 소비 흐름에 대응해 효용성과 감성 가치를 동시에 아우르는 전략을 마련해야 합니다.

### 소비자 구매행동 요약

인플레이션 우려 완화,  
재정 웰빙 회복세

- 글로벌 및 한국은 물가 부담 완화와 FWBI 개선세로 회복 흐름 지속, 한국은 최저점 통과 후 3개월 연속 상승세 유지
- 글로벌 소비 의향은 6개월 연속 상승하며 회복 기반을 마련했으나, 미국은 반등 이후 불확실성이 이어지며 제한적 회복에 머무름

필수재 지출 중심,  
선택적 소비 병행

- 고물가·금리 부담 속에서 식료품·주거비 등 필수 지출이 우선시되며, 저가형 대체재와 생활용품 중심의 가성비 소비 강화 흐름
- 반면, 여가·패션·저축·투자 등 미래 대비와 자기표현을 위한 선택적 소비가 이어지며 양극화된 소비 패턴 심화

절약 기조와 과시 소비

- 생활비 절약 흐름이 강화되는 가운데, 뷰티·의류·전자제품 등 프리미엄 소비와 과시적 지출이 유지되며, 세대별·소득별로 차별화된 소비패턴 고착화
- 정서적 만족과 경험적 가치를 중시하는 경향을 강화하며, ‘가치 소비’ 기반의 프리미엄 수요가 꾸준히 지속

### 기업의 대응 전략

#### 재정 웰빙 회복세 기반 포트폴리오 조정

- 3개월 연속 FWBI 개선세를 소비 여력 회복의 신호로 보고, 금융·투자·주거·프리미엄 영역에서 선제적 포트폴리오 재편
- 세대별 라이프스타일을 반영한 맞춤형 상품 기획과 심리적 니즈를 고려한 캠페인을 통해 중장기 수요를 선점하고 고객 충성도 강화

#### 이중 소비 양상에 맞춘 상품·마케팅 전략

- 절약 기조를 반영한 필수재·가성비 중심 마케팅 강화와 동시에 자기관리·프리미엄 소비 영역에서 경험과 가치를 부각해 양극화된 수요 대응
- 소비자의 이중적 소비 패턴에 맞춰, 가격 안정성·가성비를 강화하는 한편 프리미엄 경험을 제공하는 투트랙 전략 필요

#### 양극화된 소비 패턴 대응

- 리커머스, 구독 서비스, 온라인 직구 등 확산되는 소비 채널을 적극 활용해 합리적 소비 수요를 흡수
- 체험형 제품·브랜드 스토리텔링을 중심으로 프리미엄 가치와 “가치 있는 소비”를 강조하여 소비자 심리 선점

# 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**

카카오톡 채널



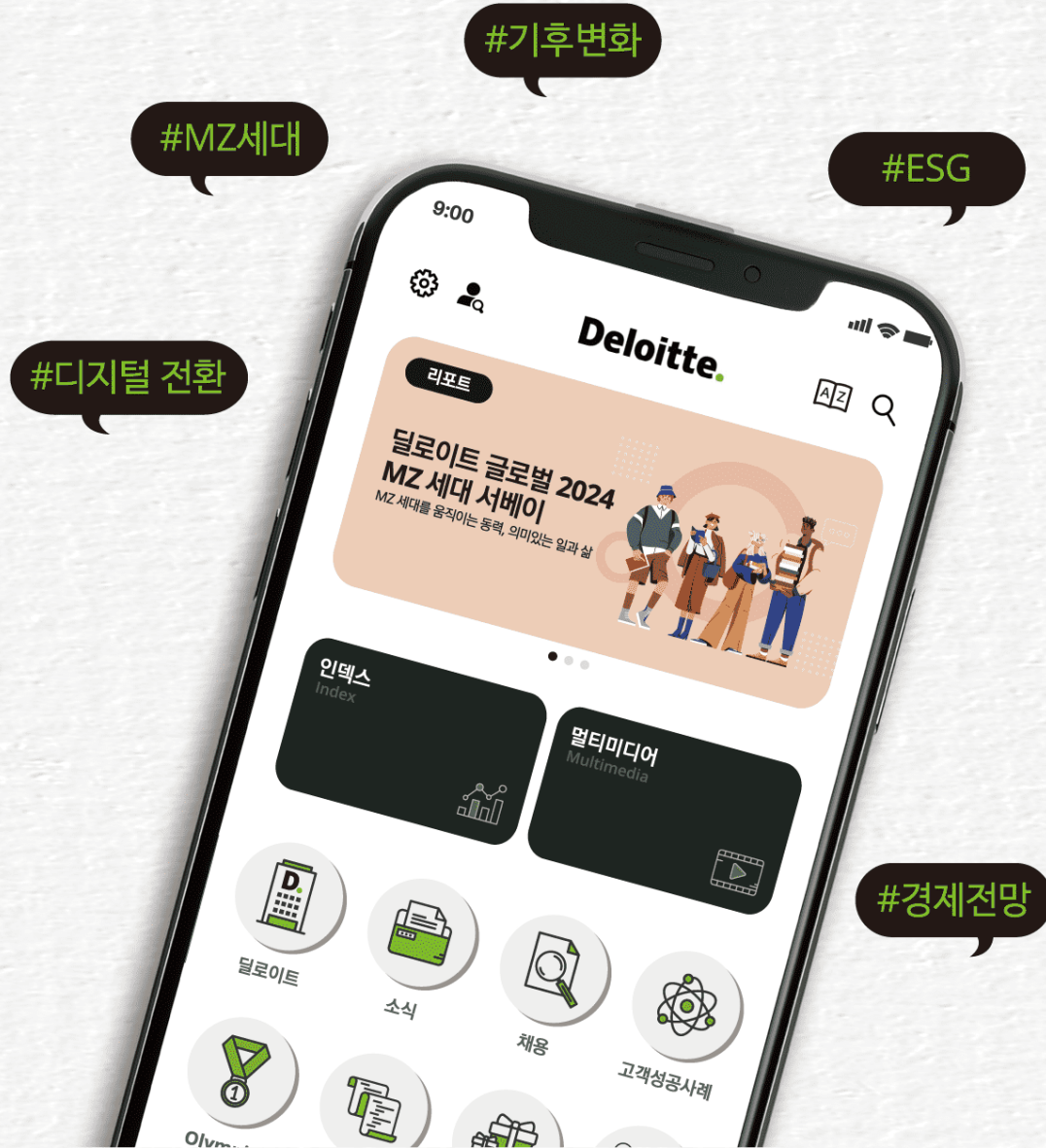
앱



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

<p><b>성장전략부문 대표</b> 손재호 Partner <a href="mailto:jaehoson@deloitte.com">jaehoson@deloitte.com</a></p>	<p><b>딜로이트 인사이트 편집장</b> 박경은 Director <a href="mailto:kyungepark@deloitte.com">kyungepark@deloitte.com</a></p>	<p><b>연구원</b> 조예원 Manager <a href="mailto:hyerykim@deloitte.com">hyerykim@deloitte.com</a></p>	<p><b>Contact us</b> <a href="mailto:krinsightsend@deloitte.com">krinsightsend@deloitte.com</a></p>	
--	---	--	---	--

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](http://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.