



Consumer Signals 2026년 1분기: 살아난 소비 심리, 신중해진 지출

April. 2026

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 재정적 여건이 점진적으로 회복되는 흐름 속에서도, 지출 확대에는 신중한 태도를 유지하며 소비를 관리하는 모습을 보이고 있습니다. 소비 의향은 개선 이후 조정 국면에 진입하며 실제 지출로의 확산은 제한되는 가운데, 지출 시점과 규모를 조정하는 관리 중심 소비 기조가 이어지고 있습니다. 필수 지출은 안정적으로 유지되는 반면, 선택적 소비는 필요성과 효용을 기준으로 선별적으로 이루어지며 소비의 기준과 방식이 보다 구조화되는 흐름이 나타나고 있습니다.

이번 Consumer Signals Index에 따르면, 글로벌과 한국 모두 인플레이션 우려 완화와 재정적 웰빙 지표의 안정세를 바탕으로 전반적인 소비 여건은 개선된 모습을 보이고 있습니다. 다만 소비 심리의 회복이 실제 지출로 이어지는 속도는 완만하게 나타나며, 국가 및 세대별로 소비 회복의 경로와 강도에는 차이가 존재합니다. 한국은 관리 중심의 안정적인 소비 흐름을 유지하는 반면, 미국은 물가 민감도에 따른 변동성이 지속되는 모습입니다.

특히 소비는 단순한 회복이 아니라 구조적 재편 국면에 진입하고 있습니다. 필수 지출은 견조하게 유지되는 가운데, 선택적 소비는 제한된 범위 내에서 경험과 자기표현 중심으로 이루어지며, 소비는 '효율 중심'과 '가치 중심'으로 분화되는 양상이 나타나고 있습니다. 이러한 변화는 기업에게 중요한 시사점을 제공합니다. 이제 성과는 소비 확대가 아닌, 제한된 지출 환경 속에서 소비자가 어떤 기준으로 선택하는지를 이해하는 데 달려 있습니다. 상품과 가격, 커뮤니케이션 전반에서 효율과 경험이라는 이중 가치 기준을 반영한 전략적 대응이 향후 시장 성과를 좌우할 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 인플레이션 우려 지수
- 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 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		

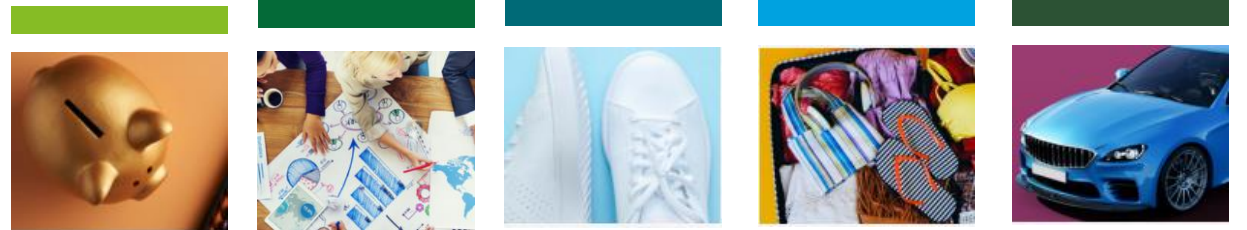
조사방법

- 온/오프라인 설문 및 심층 인터뷰

조사주기

- 월별 데이터 수집 및 분기별 조사 결과 분석

분석결과



소비자 재정적 웰빙 지수 (FWBI)

한국, 회복 이후 조정 국면, 체감 개선 속도 제한

소비자 인플레이션 우려 지수

글로벌, 인플레이션 우려 완화 흐름
한국, 낮은 수준의 안정 흐름 유지
미국, 변동성 속 높은 수준 지속

소비 의향 지수 (Spending Intent)

글로벌 소비의향 상승 이후 조정 국면 진입
한국 포함, 미국 변동성 확대 속 위축 지속

품목별 소비 의향

전 연령대, 필수재 지출 중심 유지 속, 효율 소비와 선택적 가치 소비 병행

과시성 구매 금액

한국 소비자의 과시 소비, 고가 사치재에서 일상 소비 영역으로 확산



Index 바로가기



Index 바로가기



Index 바로가기



Index 바로가기



Index 바로가기

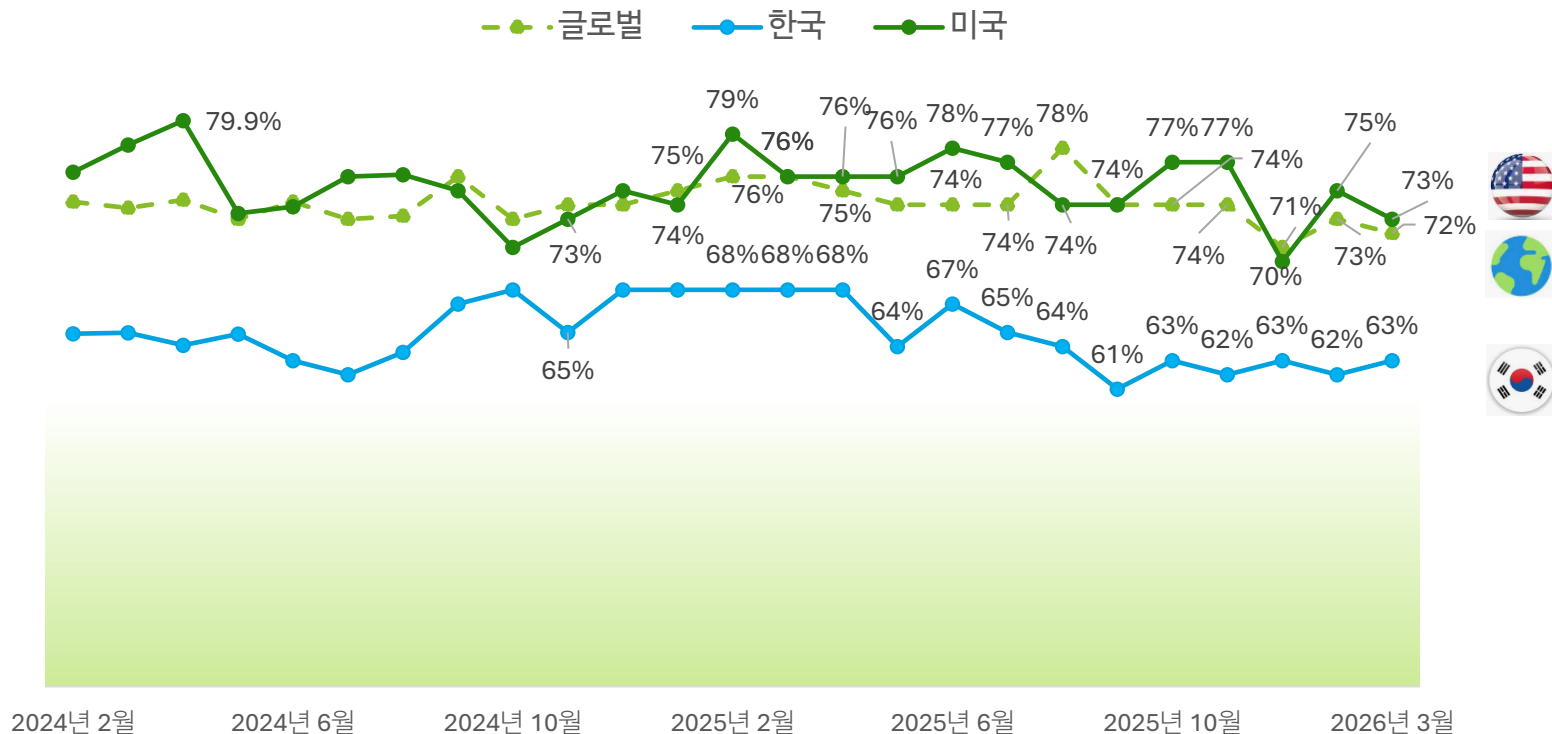


II. 소비자 경제심리 > 소비자 인플레이션 우려 지수

글로벌 인플레이션 우려는 2025년 하반기 고점 이후 완만한 조정 국면에 진입하였습니다. 미국은 70%대 중반 수준에서 등락을 반복하며 심리적 변동성이 잔존하는 반면, 한국은 60%대 초반의 낮은 수준에서 안정적으로 유지되며 주요국 대비 물가 부담 인식이 제한적인 모습입니다.

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, 인플레이션 우려 낮은 수준에서 안정 국면 유지

- 2026년 1분기 한국 소비자 인플레이션 우려는 62~63% 수준에서 유지되며, 낮은 수준에서의 안정적 흐름 지속
 - 소비자물가상승률이 2%대 초중반 범위에서 유지되며, 체감 물가 부담이 추가적으로 확대되지 않는 국면¹⁾
 - 글로벌 평균(72%) 대비 약 10%p 낮은 수준으로, 주요국 대비 물가 부담 인식은 가장 제한적인 모습

미국, 하향 추세 속 단기 변동성 확대

- 미국의 인플레이션 우려는 1분기 평균 72.7%로, 2025년 고점(79%) 대비 완화되었으나 등락 반복
 - 주거비·서비스물가 중심의 부담이 이어지며, 가격 변화에 대한 즉각적인 심리 반응이 지표 변동으로 연결되는 구조 지속²⁾

글로벌, 고점 이후 완만한 하향 안정화 기조

- 글로벌 인플레이션 우려는 72% 내외 수준으로, 2025년 8월 고점(78%) 이후 완만한 조정 흐름을 보인 이후 횡보 국면 진입
- 지정학적 리스크와 금리 불확실성으로 우려가 완전히 해소되지 않은 상태로, 국가별 물가 환경 차이에 따라 심리 수준의 격차가 지속되는 모습

Note:

- 1) 통계청 "소비자물가동향"
- 2) U.S. Bureau of Labor Statistics(BLS)

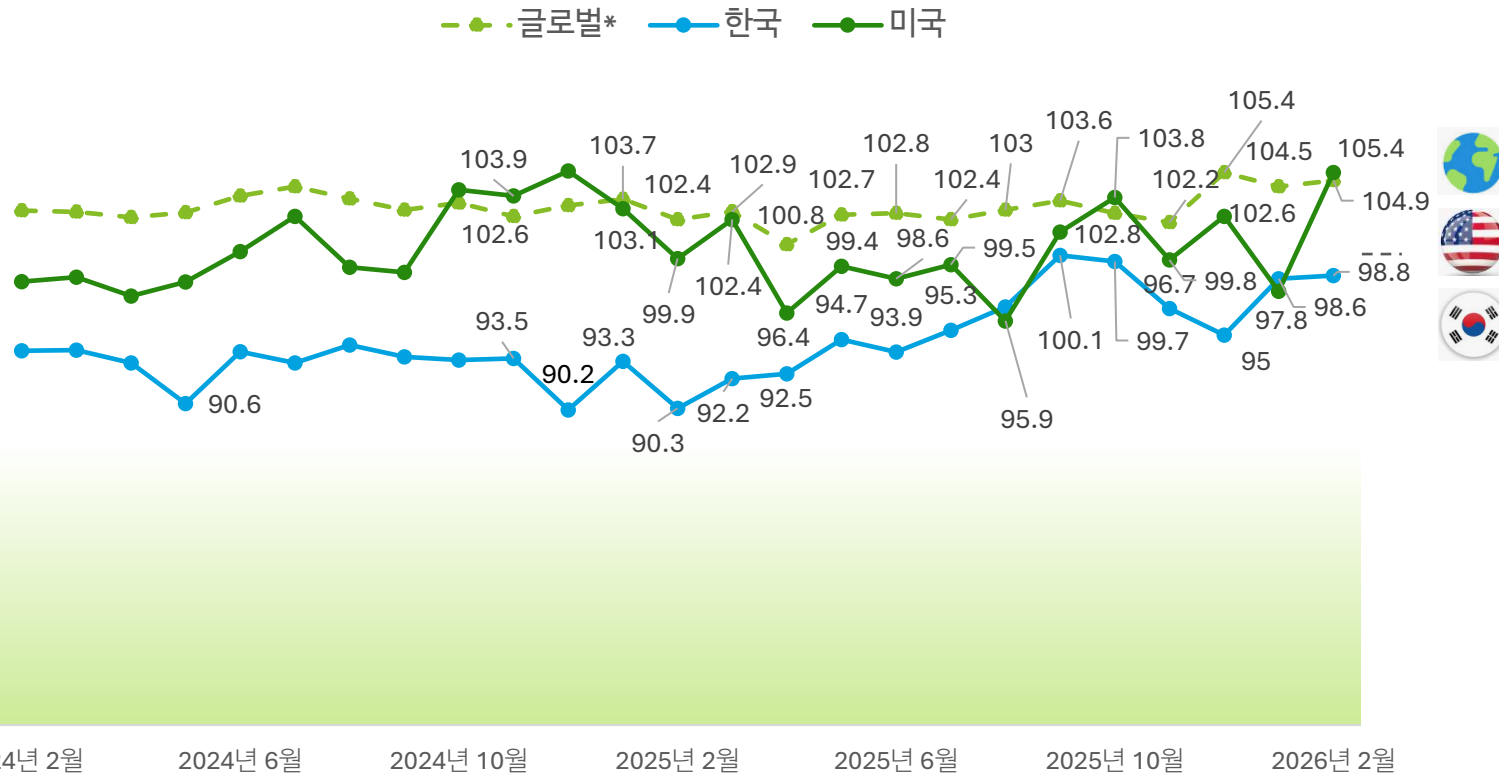


II. 소비자 경제심리 > 소비자 재정적 웰빙 지수(FWBI)

글로벌 재정적 웰빙 지수는 기준선 상단에서 안정적인 흐름을 이어가는 가운데, 주요국 간 재정 인식의 흐름에는 차이가 나타나고 있습니다. 미국은 연중 반등 이후 기준선 부근에서 등락을 반복하는 반면, 한국은 하반기 회복 이후 재정 인식이 다시 조정되며 개선 흐름이 둔화되는 모습입니다.

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



Key Findings

한국, 재정 인식, 회복 흐름 재개

- 2월 한국 FWBI는 98.8로, 2025년 말 하락 이후 반등하며 기준선에 근접하는 흐름
- 2025년 12월 95.0에서 2026년 1월 98.6, 2월 98.8로 회복되며, 재정 인식은 점진적으로 개선
- 다만 지수 회복에도 불구하고 실제 지출 확대로의 연결은 제한되며, 재정 인식과 소비 행동 간 차이가 지속되는 모습¹⁾

미국, 변동성 속 재정 인식 반등

- 미국 FWBI는 2026년 1월 97.8까지 하락 후 2월 105.4로 급반등, 기준선 상단으로 재진입
- 고용·소득 여건은 비교적 안정적인 가운데, 자산 가치 및 금융 환경 변화가 재정 인식 반등에 영향²⁾

글로벌, 기준선 상단에서 재확대 흐름

- 글로벌 FWBI는 2026년 2월 104.9 수준으로 상승, 기준선 상단에서 재정 여건 개선 흐름 지속
- 주요국 전반에서 재정 여건은 양호한 수준을 유지하며, 일시적 조정 이후 다시 상단 구간으로 회복되는 모습
- 다만 금리 수준과 비용 부담 요인이 지속되며, 지수 상승 폭은 제한된 범위 내에서 나타나는 양상

Note:

1) 통계청 '가계동향조사'

2) U.S. Bureau of Labor Statistics, Consumer Expenditure Survey

*글로벌지수선은 2022년세계은행발표GDP기준상위 10개글로벌경제국가중 8개국의평균

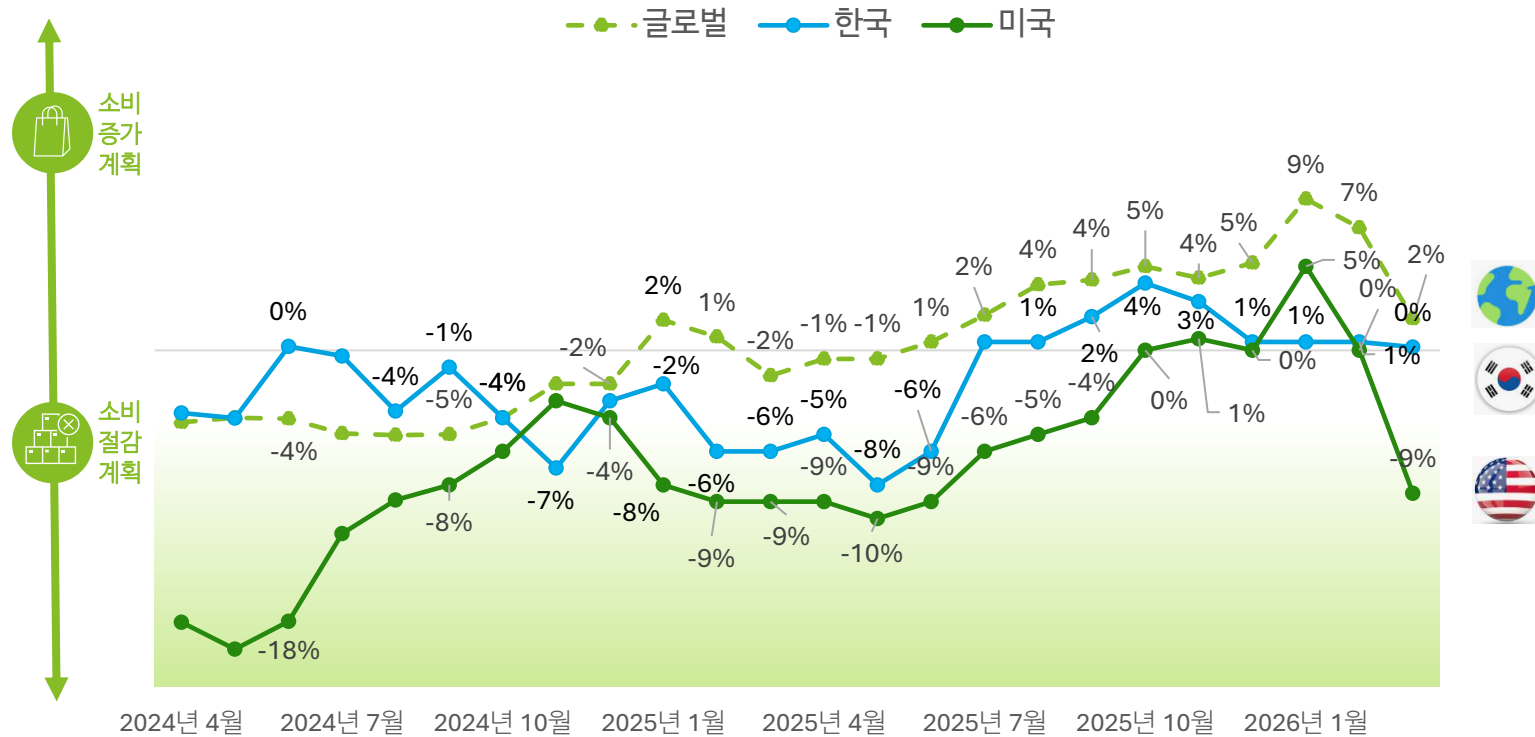


III. 소비자 지출의향 > 소비의향 지수

글로벌 소비의향은 1월 정점 이후 빠르게 둔화되며 소비 확대 모멘텀이 약화되고 있습니다. 미국은 반등 이후 다시 위축되며 변동성이 확대된 반면, 한국은 낮은 수준에서 정체되며 회복 강도가 제한적인 모습입니다.

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, 낮은 수준에서 정체 회복 강도 제한

- 한국 소비의향 지수는 2025년 7월 이후 기준선을 상회하며 개선 흐름을 보였으나, 월별 등락을 반복하며 반등폭은 제한적인 모습
 - 소비 심리가 개선되며 플러스 구간은 유지하고 있으나, 상승 모멘텀은 제한되며 회복 강도는 완만해지는 모습¹⁾
 - 소비 확대보다는 지출 유지 또는 축소에 가까운 보수적 소비 행태가 지속되는 모습²⁾

미국, 반등 이후 재위축, 소비 심리 변동성 확대

- 미국 소비의향 지수는 2026년 1월 5%까지 반등 후 3월 -9%로 급락하며 다시 위축 국면 진입
 - 3월 소비자심리지수는 55.5로 소폭 하락 조정되었으며³⁾, 소비자신뢰지수는 92.9로 단기적 개선 흐름 지속⁴⁾

글로벌 소비 여력, 분기 말 모멘텀 빠르게 둔화

- 글로벌 소비의향 지수는 2026년 1월 9%를 정점으로 3월 2%까지 하락하며 빠른 둔화 흐름
 - 소비 회복 국면에서 모멘텀이 빠르게 둔화되는 특징

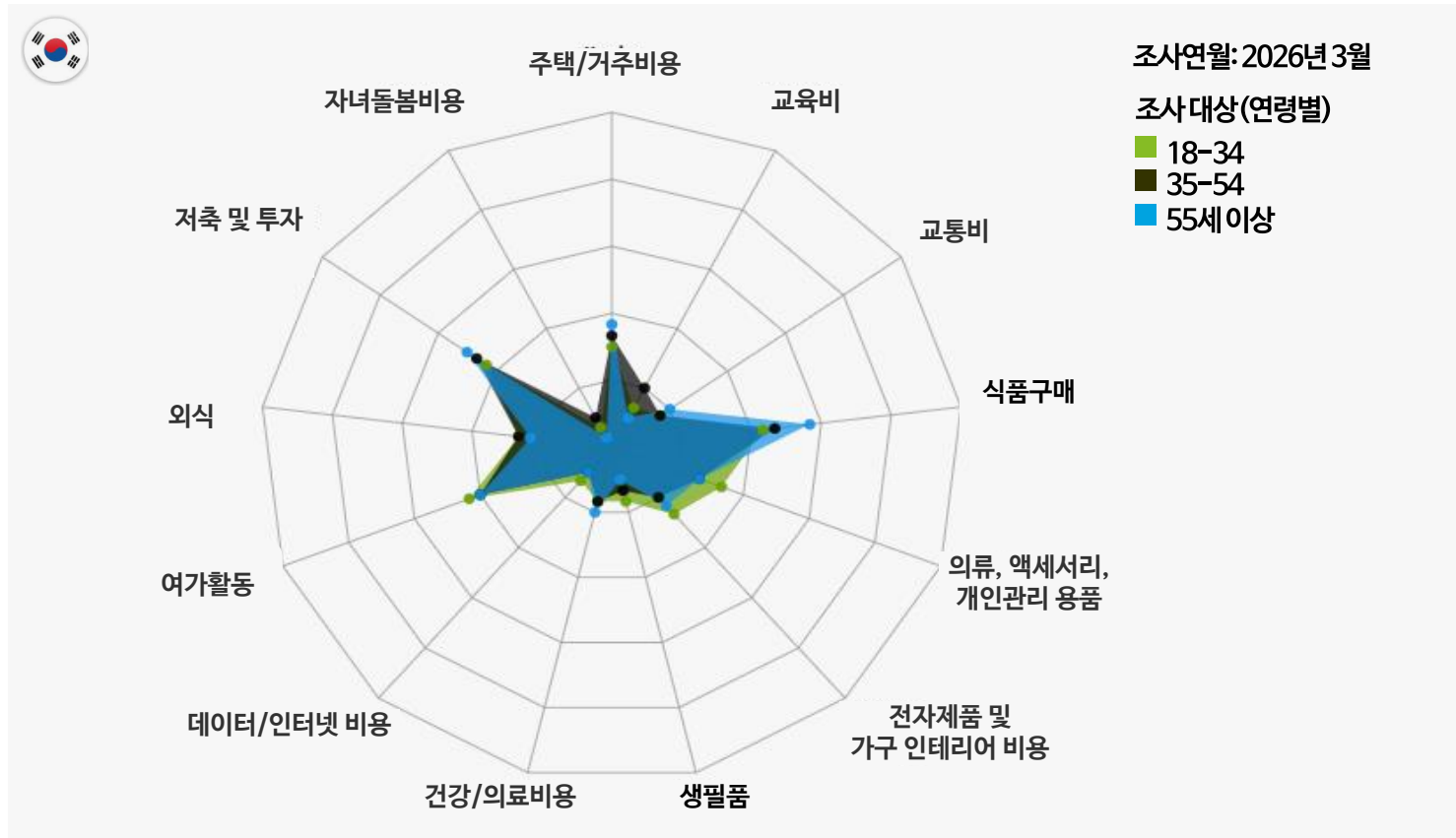


III. 소비자 지출의향 > 품목별 소비 의향(한국)

소비는 필수 지출 중심으로 유지되는 가운데, 연령대별로는 소비 목적이 차별화되며 젊은 층은 경험 중심, 중·장년층은 생활 안정 중심 소비가 두드러지는 모습입니다.

품목별 소비 의향 분석(한국)

국내 소비자 연령별 향후 4주 동안 품목별로 지출할 계획인 금액



Key Findings

필수 지출 중심 소비 구조 고착

- 불확실한 거시 환경에 대응하여 전 연령대에서 '저축 및 투자'와 '식품 구매'가 지출 최우선순위 형성
- 물가 상승세 둔화에도 불구하고, 생활비·주거비 등 고정적 지출 항목에 대한 우선순위는 여전히 높은 수준
 - 한국의 경우 필수 지출 비중이 전체 소비의 약 47% 수준으로 주요국 대비 높은 구조를 보이며, 선택적 소비 확대를 제약하는 요인으로 작용¹⁾

연령대별 선택적 소비의 차별화: '경험' vs '생활 안정'

- (18세-34세) 여가활동(13%) 의류·액세서리·개인관리(10%), 에서 비중이 높게 나타나며, 불황기에도 개인의 만족과 경험을 중시하는 소비 태도가 두드러지는 모습
- (35세-54세) 여가보다는 외식(8%)과 교육비(6%), 자녀돌봄(3%) 등 가족 중심의 실무적 지출에 집중하며 가계 운영의 효율성을 중시하는 경향
- (55세 이상) 여가 활동(12%) 의향이 젊은 층에 육박할 만큼 높게 나타나며, 은퇴 세대를 중심으로 한 선별적 문화·레저 소비가 지출의 한 축을 담당

Note:

1) 국가통계포털

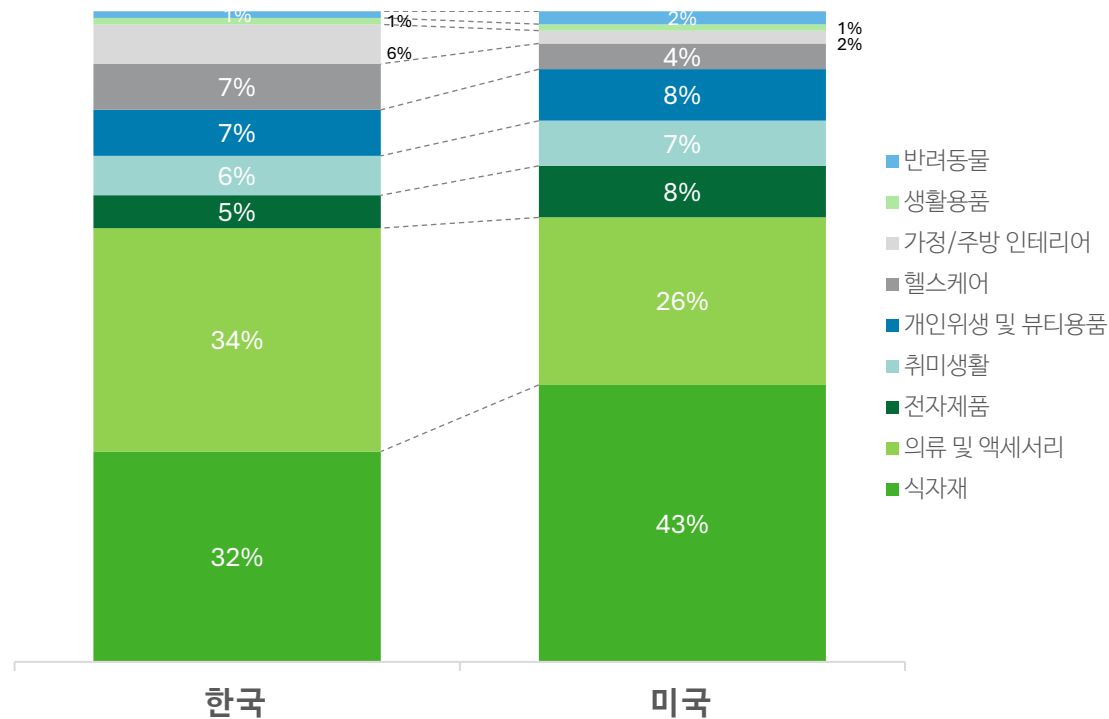


III. 소비자 지출 의향 > 과시성 구매 금액

과시성 소비는 전반적으로 고가 사치재 중심에서 벗어나, 일상 소비 카테고리 내에서의 ‘노출 가능성’이 높은 품목 중심으로 재편되는 모습입니다. 특히 국가별로 과시 소비가 나타나는 방식에는 차이가 있으며, 한국은 외형 중심 소비, 미국은 소비 행태 중심의 과시 패턴이 상대적으로 두드러지는 양상입니다.

소비자 과시성 구매 (Deloitte Splurge Purchases) (글로벌 vs. 한국)

지난 한 달 동안 특정 카테고리에서 과시성 구매를 한 응답자들의 비율과 지불한 비용(중위값)
(조사연월: 2026년 2월)



글로벌 17개국

59달러
(약 88,635원)

한국(2위)

74달러
(100,000원)
(직장인 평균 연봉 4,332만원)¹⁾

미국(10위)

55달러
(약 82,626 원)
(직장인 평균 연봉 약 1억 1700만원)²⁾

*17개국 과시성 구매 금액 중위값

Key Findings

한국, 패션 중심의 자기표현과 '스몰 럭셔리' 소비의 지속

- 2026년 2월 기준, 패션 아이템(34%) 지출이 식자재(32%)를 상회하며, 과시 소비는 고가 사치재보다 외형·스타일을 통한 자기표현 수단으로 작용하는 양상
- 대형 가전이나 인테리어 등 고관여 제품보다는 의류, 뷰티(7%), 헬스케어(7%) 등 신체와 직접 연관된 품목에서 심리적 만족을 찾는 '체감형 럭셔리' 경향이 뚜렷

미국 소비자, 미식 경험을 통한 일상적 만족 극대화

- 미국은 고품질 식자재(43%) 지출 비중이 가장 높게 나타나며, 과시성 소비가 외부 활동보다 가정 내 소비 중심으로 나타나는 모습
- 가정 인테리어(2%)나 반려동물(2%) 등 장기적 관리가 필요한 품목보다는 즉각적인 만족을 주는 소비재 중심의 지출 구조 유지

반올림으로 인해 합계가 100%가 아닐 수 있음. 국가별 과시성 구매 금액은 가장 최근 과시성으로 구매한 총액의 중위값을 나타냄.

1) 국제청년발전산통계(2024)

2) 미국사회보장청(SSA)NAWI(National Average Wage Index)

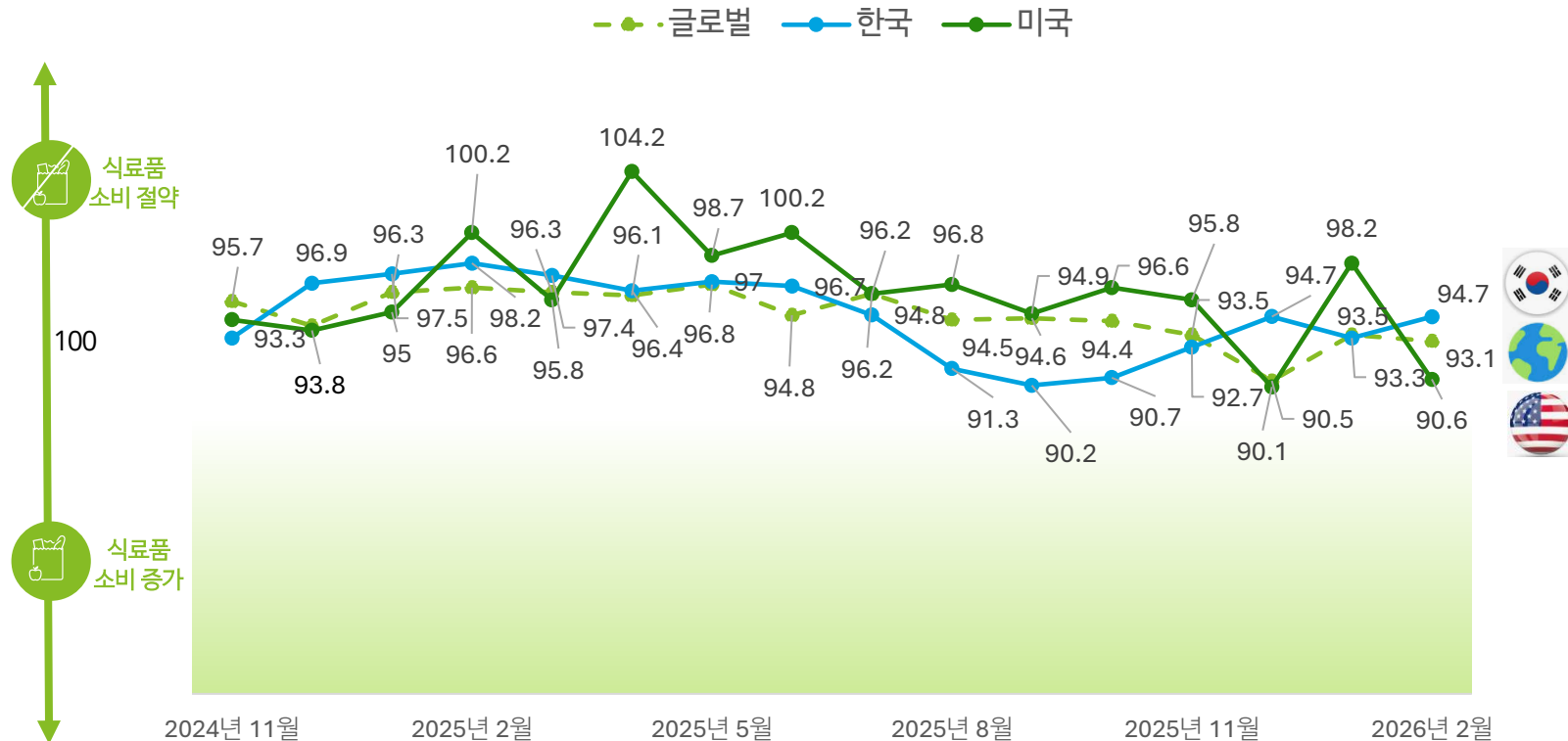


III. 소비자 지출의향 > 식료품 소비절약 지수(FFI)

식료품 소비에서는 절약 수준이 기준선 대비 완화된 상태를 유지하는 가운데, 한국은 절약 성향이 재강화되는 반면, 미국과 글로벌은 완만한 완화 흐름을 보이며 소비 태도의 차별화가 확대되고 있습니다.

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 높을수록 절약 수준이 높음 (22년 9월=100)



Key Findings

한국, 실속형 식료품 소비의 일상화

- 한국 FFI는 2025년 하반기 90~92 수준까지 하락한 이후, 2026년 1분기 93~95 수준으로 상승하며 식료품 소비에서 절약 성향이 다시 강화되는 흐름
- 절약 부담은 완화된 상태이나, 최근에는 가격 민감도가 높아지며 지출 통제 성향이 재강화
- 생활비 부담이 지속되는 가운데, 식료품 소비에서는 가격 대비 효용을 중시하는 실속형 소비 패턴이 유지되는 모습

미국, 높은 절약 이후 빠른 완화

- 미국 FFI는 2026년 1월 98.2까지 상승하며 높은 절약 수준을 보인 이후, 2월 90.6으로 하락하며 절약 성향이 빠르게 완화되는 모습
- 월별 변동폭이 크게 나타나며 소비자의 지출 태도가 빠르게 변화하는 특징¹⁾

글로벌, 절약 완화 흐름 속 관리 중심 소비 유지

- 글로벌 FFI는 94~96 수준에서 93 수준으로 하락하며 완만한 절약 완화 흐름 지속

Note:

1) 미국 노동통계국(BLS) "Consumer Price Index(2월)"



IV. 결론

소비 여건은 점진적으로 개선되고 있으나, 실제 지출 확대에는 신중한 태도를 유지하는 ‘관리형 소비’를 유지하고 있습니다. 기업은 이러한 소비의 선별화 흐름을 반영한 전략적 대응이 요구됩니다.

소비자 구매행동 요약

심리 회복 대비
지출 확산 제한

- 재정적 웰빙 지수는 전반적으로 안정적인 수준을 유지하고 있으나, 소비 의향은 상승 이후 둔화되며 실제 지출 확대는 제한되는 모습
- 소비자는 누적된 생활비 부담과 고금리 여파를 고려하여, 지출 시점과 규모를 조정하는 관리 중심 소비 태도 유지

효율 중심 소비와
선택적 소비의 분리

- 필수 지출은 안정적으로 유지되는 가운데, 선택적 소비는 필요성과 효용을 기준으로 선별적으로 이루어지는 경향 확대
- 필수재 영역에서는 PB 상품 선택 및 최저가 탐색 등 효율 중심 소비가 일상화되며 가계 지출 관리 기능 강화
- 절약을 통해 확보된 여력을 여가·패션 등 일부 카테고리에 배분하는 선택적 소비가 유지되며, 소비 목적에 따른 지출 구조 분리

소비 구조 분화 및
소비 모멘텀의 차별화

- 한국의 관리 중심 소비 기조와 미국의 물가 민감도 기반 변동성이 대비되며 국가별 소비 회복 경로의 차이가 뚜렷한 모습
- 18~34세(자기표현·경험)와 55세 이상(식품·자산관리)의 지출 우선순위가 명확히 구분되는 모습
- 과시 소비는 일상 소비 영역으로 이동하며, 체감가치 중심의 소비 지형 형성

기업의 대응 전략

지출 확대 제한 환경에 대응한 전략 재설계

- 소비 확대를 전제로 한 성장 전략은 한계
- 제한된 지출 내에서 선택받는 구조로 전환 필요
- 가격·구성·옵션 중심의 선택 최적화 전략 중요

소비 목적 기반 가치 제안 차별화

- 필수재는 가격 효율성과 실용성 중심
- 선택재는 대체 불가능한 경험과 차별화된 가치 중심
- 동일 카테고리 내에서도 ‘효율 vs 경험’ 이중 전략 필요

세대·지역별 소비 모멘텀 기반 타겟 전략 정교화

- 국가 및 세대별 소비 목적과 지출 동인이 구조적으로 분화
- 획일적 접근보다 타겟 기반 가격·상품·커뮤니케이션 전략 필요
- 소비 여력보다 ‘소비 목적’ 중심으로 시장 재정의 필요

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



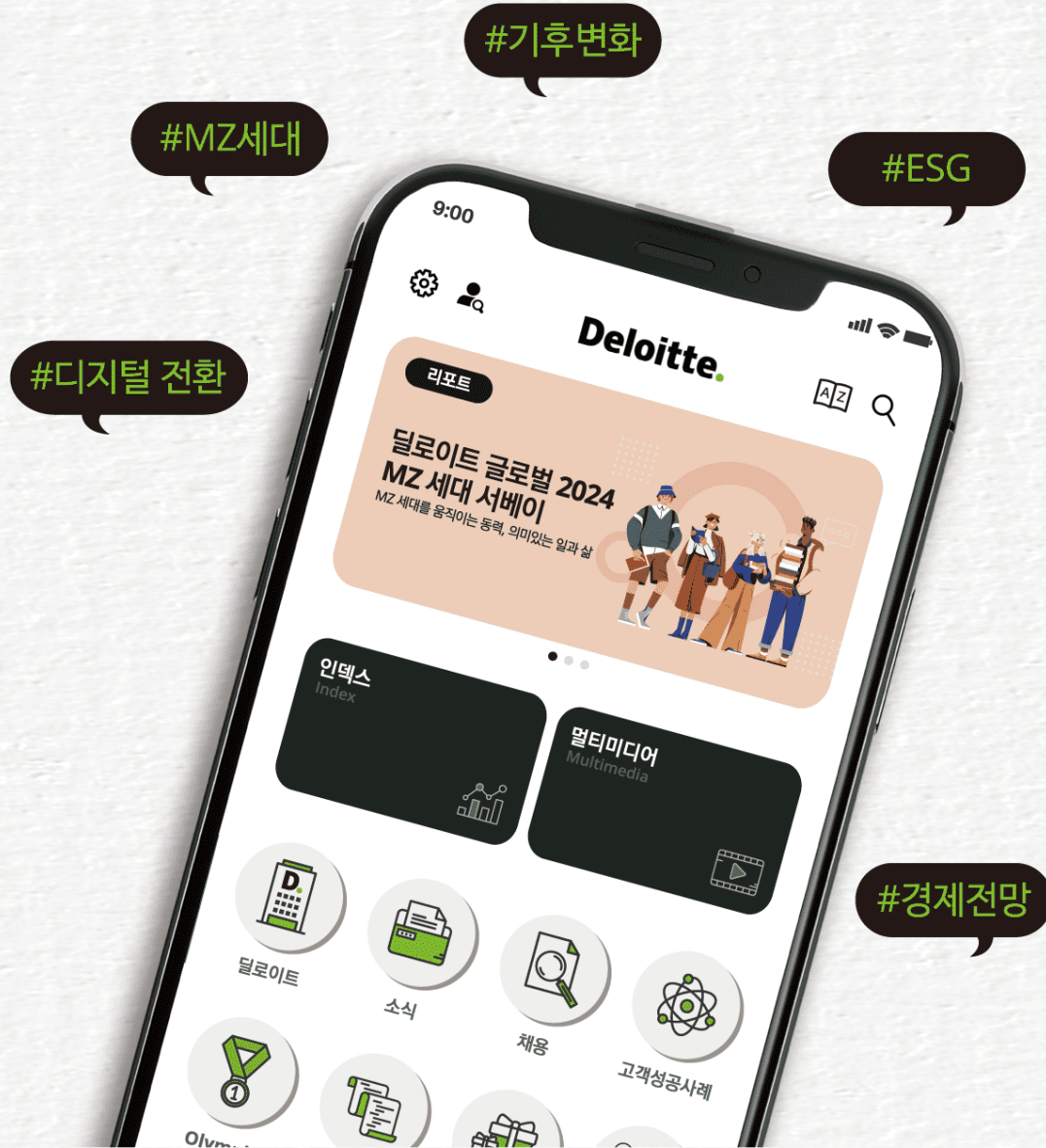
 앱



Download on the
App Store



GET IT ON
Google Play



#MZ세대

#기후변화

#ESG

#디지털 전환

#경제전망



앱스토어, 구글플레이/카카오톡에서 '딜로이트 인사이트' 를 검색해보세요.
더욱 다양한 소식을 만나보실 수 있습니다.

Deloitte. Insights

<p>성장전략부문 대표 손재호 Partner jaehoson@deloitte.com</p>	<p>딜로이트 인사이트 편집장 박경은 Director kyungepark@deloitte.com</p>	<p>연구원 조예원 Manager yewcho@deloitte.com</p>	<p>Contact us krinsightsend@deloitte.com</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 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.