

CEO Focus 제218호 (2008. 12. 19)

작 성 : 이삼섭 수석연구원(6399-5964)

samlee@nonghyup.com

안상돈 수석연구원(6399-5956)

ahnss88@empal.com

감 수 : 김해석 유통연구실장(6399-5911)

khsbis@nonghyup.com

2009년 국내 소비 트렌드 전망

■ 목 차 ■

<요 약>

I. 국내 소비 환경 1

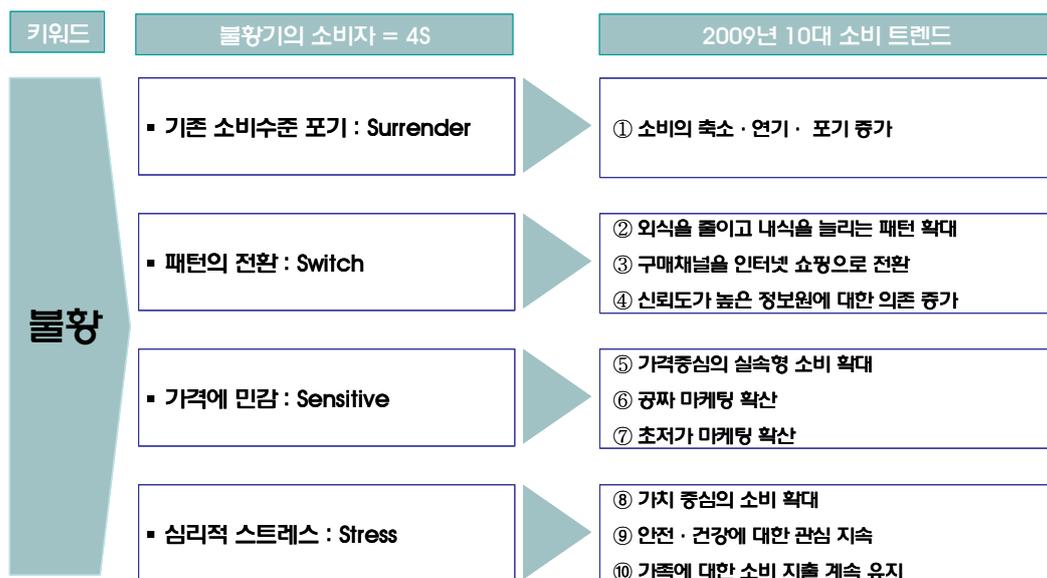
II. 2009년 국내 소비 트렌드 전망 8

CEO Focus의 쏻문을 인터넷(www.nheri.re.kr)에서도 보실 수 있습니다.

< 요약 >

- 전세계적인 경기침체가 국내경제로 파급됨에 따라 소비 환경이 계속 악화되고 있음
 - 2008. 3/4분기 현재 전년동기 대비 가구당 월평균 실질소득 0.0%, 가구당 월평균 실질소비지출 -2.4% 시현
 - 소비자의 경제상황에 대한 심리를 종합적으로 나타내는 종합소비자 심리지수(CCSI)는 100이하로 계속 하락 2008. 11월말 현재 84 기록 (☞ 2004. 4/4분기 이후 최저치)
- 경기 전망을 부정적으로 보는 소비자들이 늘고 있어 당분간 소비 침체가 계속될 것으로 전망됨
 - 향후경기전망 소비자심리지수(CSI)도 계속 하락, 2008. 11월 현재 58 기록

□ 2009년 국내 소비 키워드 및 트렌드



I. 국내 소비 환경

1. 소득 및 소비 동향

1.1. 가계 소득 동향

- 2008년 1/4분기 이후 전년동기 대비 가구당 월평균 명목소득증가율 상승하였으나, 실질소득 증가율은 계속 감소를 보여 3/4분기에는 0.0%를 시현한 것으로 나타남

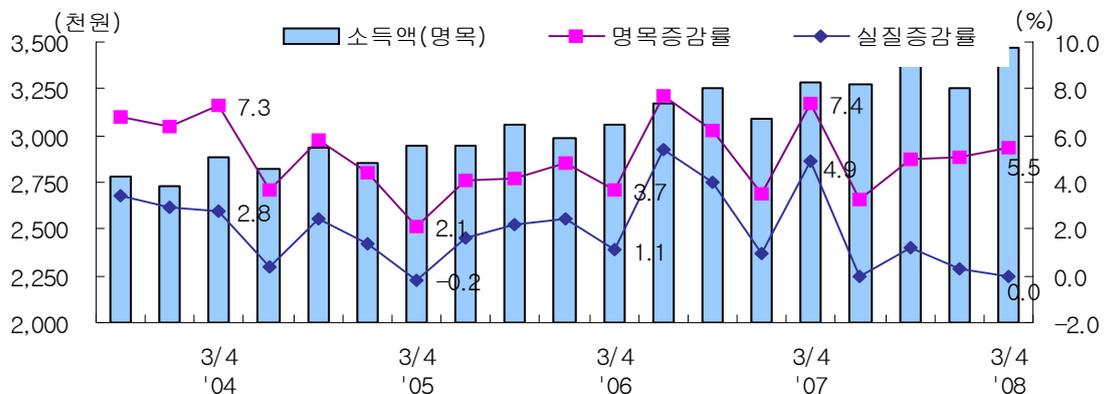
<표 1> 전국 가구당 월평균 소득

(단위 : 천원, 전년동기증감율 %)

구 분	2007년 3/4분기		2008년 1/4분기		2008년 2/4분기		2008년 3/4분기	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
명목소득	3,282	7.4	3,415	5.0	3,250	5.1	3,465	5.5
실질소득	3,117	4.9	3,180	1.2	2,965	0.3	3,118	0.0

주 : 실질소득 = (명목소득/2005년 기준 소비자물가지수) × 100
 자료 : 통계청

<그림 1> 전국 가구당 월평균 소득 및 전년동기 대비 추이



자료 : 통계청

1.2. 소비지출 동향

- 2008년 1/4분기 이후 전년동기 대비 가구당 월평균 명목소비지출 증가율은 계속 둔화되고 있으며, 실질소비지출 증가율도 계속 하락하여 3/4분기에는 -2.4% 시현

<표 2> 전국 가구당 월평균 소비지출

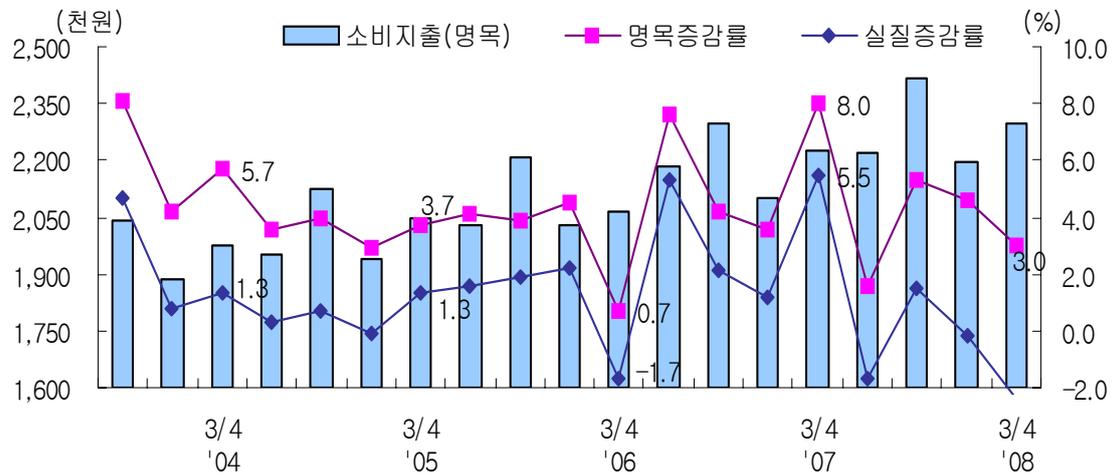
(단위 : 천원, 전년동기증감율 %)

구 분	2007년 3/4분기		2008년 1/4분기		2008년 2/4분기		2008년 3/4분기	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
명목소비지출	2,228	8.0	2,419	5.3	2,198	4.6	2,295	3.0
실질소비지출	2,116	5.5	2,253	1.5	2,006	-0.2	2,066	-2.4

주 : 실질소비지출 = (소비지출/2005년 기준 소비자물가지수) × 100

자료 : 통계청

<그림 2> 전국 가구당 월평균 소비지출 및 전년동기 대비 추이



자료 : 통계청

1.3. 경제상황에 대한 소비자심리지수

□ 소비자들의 경제상황에 대한 심리를 종합적으로 나타내는 종합소비자심리지수(CCSI : Composite Consumer Sentiment Index)¹⁾는 2008년 1/4분기 이후 100 이하로 계속 하락하고 있음

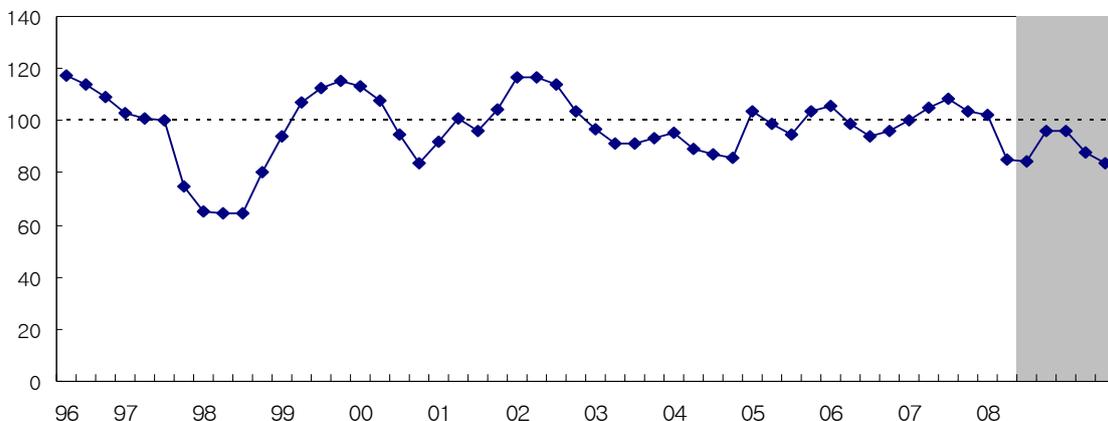
- 2008년 11월말 84로서 2004년 4/4분기 이후 가장 낮은 수준

<표 3> 종합소비자심리지수(CCSI) 추이

구 분	2007년		2008년						
	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	7월	8월	9월	10월	11월
소비자심리지수 (전기대비 지수차)	108 (4)	103 (-5)	102 (-1)	85 (-17)	84 (-1)	96 (12)	96 (-)	88 (-8)	84 (-4)

자료 : 한국은행

<그림 3> 종합소비자심리지수(CCSI) 추이



주 : ■ 는 2008년 7, 8, 9, 10, 11월 조사결과

자료 : 한국은행

□ 전 세계적인 경기침체가 국내경제로 과급됨에 따라 소득감소, 고용불안 우려가 확산되면서 소비자심리가 크게 위축되고 있는 것을 반영

1) 종합소비자심리지수(Composite Consumer Sentiment Index)는 6개 주요 구성 지수(현재생활형편, 생활형편전망, 가계수입전망, 소비지출전망, 현재경기판단, 향후경기전망)를 합성한 지수로 한국은행에서 산출 발표함. CCSI가 100 이상이면 소비지출을 늘리겠다는 소비자가 그렇지 않는 소비자보다 많다는 뜻이고 100 이하이면 그 반대임을 의미함. 민간소비 및 경기동행지수와도 높은 상관관계를 보여 미래 소비 및 경기 등의 전망에 유용

2. 소비 전망

2.1. 소비자의 경기 판단 및 전망

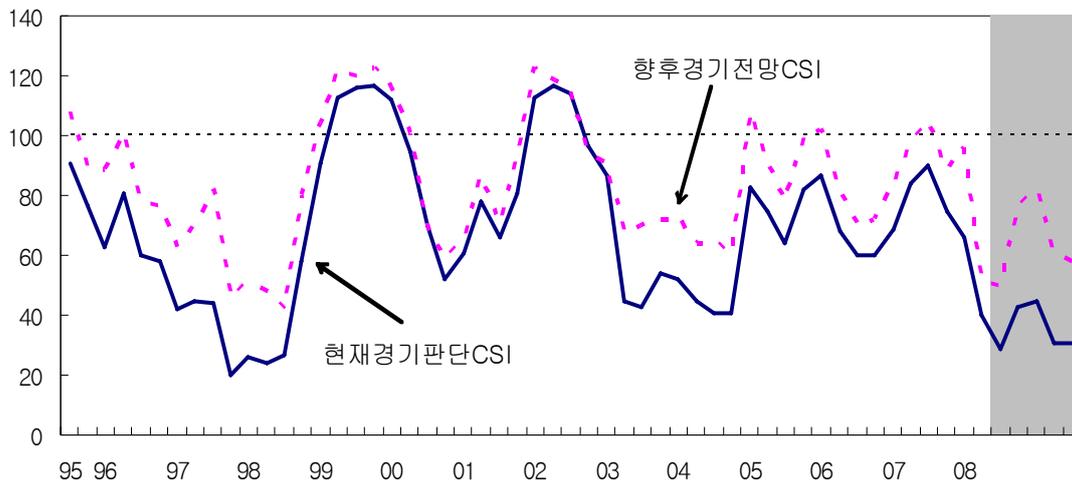
- 2008년 11월, 현재경기판단 소비자심리지수(CSI)는 전월과 동일한(31 →31) 반면, 향후경기전망 소비자심리지수는 전월보다 3p 하락하여(61 →58) 장래의 경기를 부정적으로 보는 소비자들이 증가하고 있음

<표 4> 현재경기판단 및 향후경기전망 소비자심리지수 추이

구 분	2007년		2008년						
	3/4 분기	4/4 분기	1/4 분기	2/4 분기	7월	8월	9월	10월	11월
현재경기판단CSI	90	75	66	40	29	43	45	31	31
향후경기전망CSI	105	89	96	52	50	77	82	61	58

자료 : 한국은행

<그림 4> 현재경기판단 및 향후경기전망 소비자심리지수 추이



주 : ■ 는 2008년 7, 8, 9, 10, 11월 조사결과

자료 : 한국은행

2.2. 소비자의 생활형편에 대한 판단 및 전망

□ 2008년 11월, 현재생활형편에 대한 소비자심리지수(CSI)는 전월과 대동소이한 (71→72) 반면, 향후생활형편에 대한 소비자심리지수는 전월보다 3p 하락 (79→76)

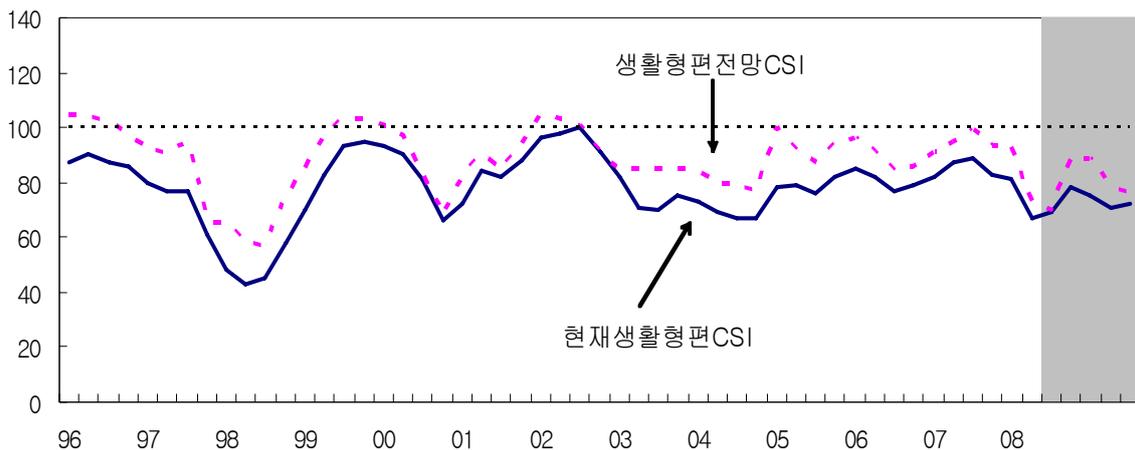
- 향후 생활형편이 현재보다 나빠질 것이라고 생각하는 소비자가 계속 증가

<표 5> 현재생활형편 및 생활형편전망 CSI 추이

구분	2007년		2008년						
	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	7월	8월	9월	10월	11월
현재생활형편CSI	89	83	81	67	69	78	75	71	72
생활형편전망CSI	99	93	93	72	70	89	89	79	76

자료 : 한국은행

<그림 5> 현재생활형편 및 생활형편전망 CSI 추이



주 : ■ 는 2008년 7, 8, 9, 10, 11월 조사결과

자료 : 한국은행

2.3. 소비자의 가계수입에 대한 전망

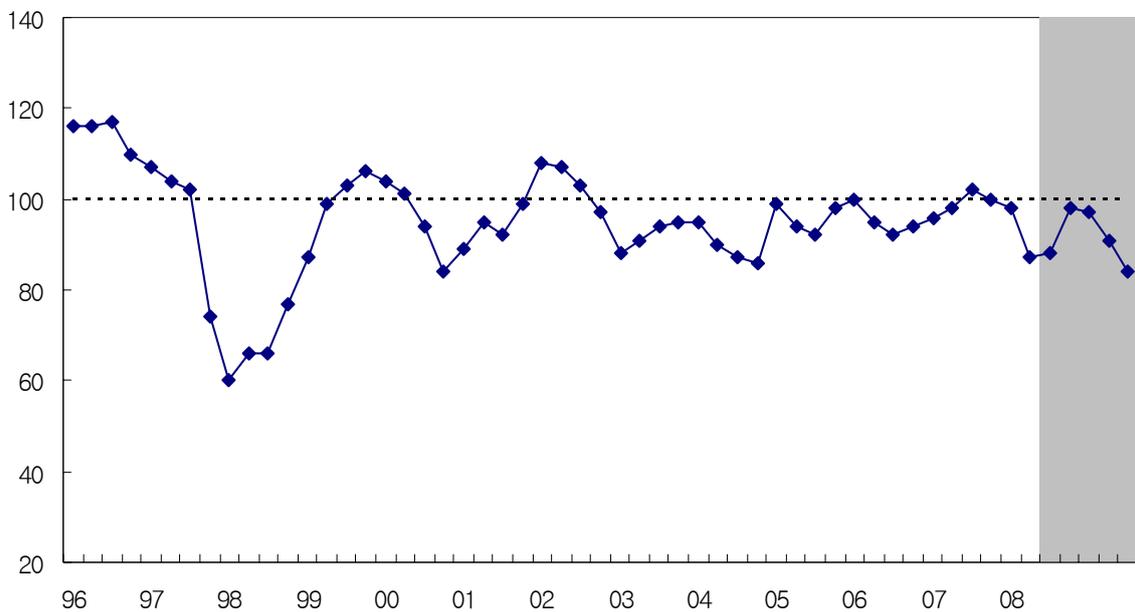
□ 가계수입 전망에 대한 소비자심리지수(CSI)는 2008년 1/4분기 이후 100이하를 시현하고 있으며, 9월 이후 그 하락폭이 커지고 있어 향후 가계수입이 감소할 것으로 생각하는 소비자가 늘고 있는 것으로 나타남

<표 6> 가계수입전망 CSI 추이

구 분	2007년		2008년						
	3/4 분기	4/4 분기	1/4 분기	2/4 분기	7월	8월	9월	10월	11월
가계수입전망CSI	102	100	98	87	88	98	97	91	84
전기 대비 지수차	-	-2	-2	-5	1	10	-1	-6	-7

자료 : 한국은행

<그림 6> 가계수입전망CSI 추이



주 : ■ 는 2008년 7, 8, 9, 10, 11월 조사결과

자료 : 한국은행

2.4. 소비자의 소비지출에 대한 전망

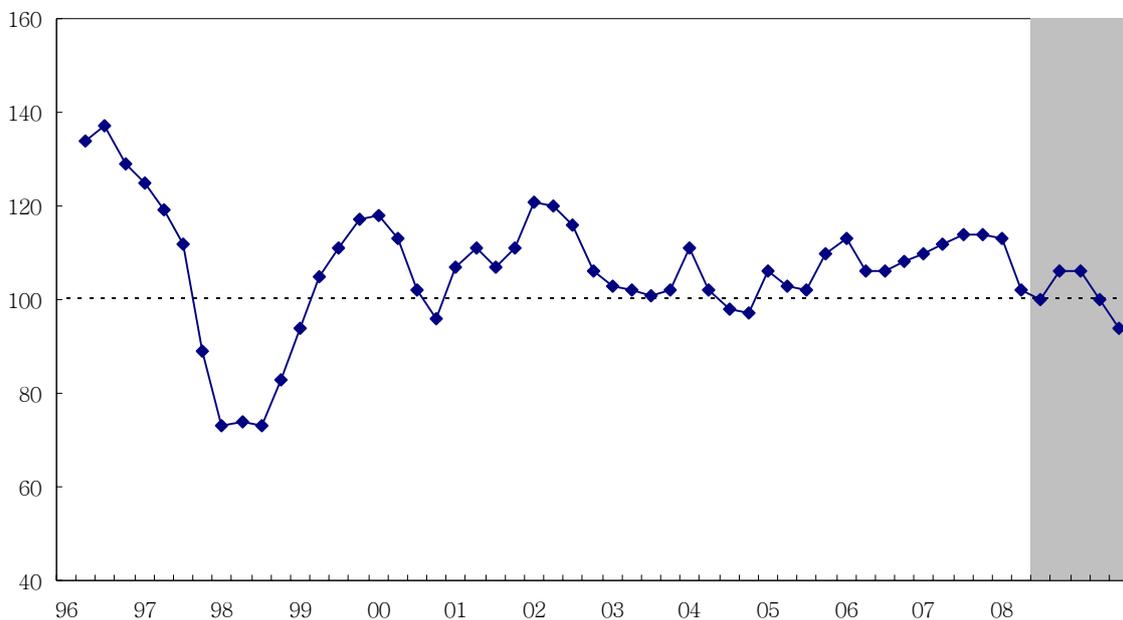
- 소비자의 지출의도를 나타내는 소비지출전망 소비자심리지수는 2008년 11월 현재 100 이하로 하락하여 향후 소비지출을 줄일 계획인 소비자가 늘어나고 있어 소비부진으로 이어질 전망이다

<표 7> 소비지출전망 CSI 추이

구 분	2007년		2008년						
	3/4분기	4/4분기	1/4분기	2/4분기	7월	8월	9월	10월	11월
소비지출전망CSI	114	114	113	102	100	106	106	100	94
전기 대비 지수차	-	0	-1	-1	-1	6	0	-6	-6

자료 : 한국은행

<그림 7> 소비지출전망 CSI 추이



주 : ■ 는 2008년 7, 8, 9, 10, 11월 조사결과

자료 : 한국은행

II. 2009년 국내 소비 트렌드 전망

<키워드 및 10대 트렌드>



1. 불황기 소비자 특성 : 4S

1.1. 기존의 소비수준 포기 : Surrender

- 불황이 시작되면 일반적으로 소비자의 구매력, 구매심리가 변화됨에 따라 기존에 누리던 소비 수준을 포기(surrender)하게 됨

1.2. 패턴의 전환 : Switch

- 불황기에 소비자들은 지출을 최소화하면서 효용성을 극대화하기 위해 소비패턴, 구매패턴, 정보수집 방식 등을 다른 방법으로 전환(switch)하려는 경향이 증가

1.3. 가격에 민감 : Sensitive

□ 불황기 소비자들은 다른 어떤 요소 보다 가격에 더욱 민감(sensitive)해짐

- 유럽과 미국 조사에서 불황기에는 소비자의 73%가 모든 상품의 소비활동 및 의식에 대해 가격 민감성이 더욱 높아지는 경향을 보임²⁾

1.4. 심리적 스트레스 : Stress

□ 불황기 소비자들은 절대적인 소비 수준의 감소로 한 동안 누려왔던 소비수준의 하락과 실업 등 미래에 대한 불확실성으로 더 많은 스트레스(stress)를 느낌

2. 2009년 소비 트렌드

2.1. 소비의 축소·연기·포기 증가

□ 불황이 시작되면 소비자는 구매 빈도 및 수량을 줄이고, 불요불급한 수요에 대한 구매는 연기나 포기함

- 저가의 제품을 탐색하고 할인판매기간 등을 적극 활용
- 내구재의 경우 자금사정이 호전될 때까지 제품구매를 유보

2) Datamonitor Corporation, "Price consciousness and financial services", 2006

2.2. 외식을 줄이고 내식을 확대하는 소비패턴 확대

- 소비자들은 지출을 줄이기 위해 외식을 자제하고 내식을 늘리는 소비패턴이 확대될 것으로 전망됨
 - 외식을 줄이는 가정이 늘면서 가열·조리용 음식인 ‘가정식 대체 식품(HMR : Home Meal Replacement)’ 판매량이 증가할 것으로 예상됨
 - 2008년에는 가장 저렴한 반찬인 계란이 전년(2007년)에 비해 20.6% 더 많이 팔렸고, 갈치 21.1%, 라면 18.8%, 통조림 1.3% 등 식품 전반의 매출이 호조를 보이는 등 집에서 식사하기 위한 관련 상품의 매출이 뚜렷하게 증가하고 있음³⁾
 - 즉석식품 11.8%, 면식품 32.3%, 냉장식 11.1% 신장하는 등 집에서 즐기는 외식 대체 상품도 두 자릿수 신장률을 보임⁴⁾

2.3. 구매채널을 인터넷 쇼핑으로 전환

- 경기침체에 따른 합리적 소비 추세와 증가, 쇼핑 편의성 추구, 교통비 등 쇼핑부가비용을 줄이고자하는 경향이 늘어나면서 온라인을 통한 구매가 확대될 것으로 전망됨
 - 2008년 10월 이후 인터넷 쇼핑몰의 주문물량은 동년 8월 대비 15% 증가⁵⁾
 - 불황으로 소비자들이 인터넷 쇼핑몰을 이용한 물품구매가 늘어나면서 국내 택배시장 규모가 전년 대비 15~20% 가량 증가한 것으로 추정됨⁶⁾

3) 중앙일보, 2008. 12. 12일자

4) 문화일보, 2008. 12. 11일자

5) 이투데이, 2008. 12. 15일자

6) 파이낸셜타임즈, 2008. 12. 8일자

2.4. 신뢰도가 높은 정보원에 대한 의존 증가

- 불황기 소비자는 구매활동 시 매우 신중하고 이성적으로 판단하려는 경향을 강하게 보이며, 합리적·이성적·현실적 판단으로 불확실성과 모험을 피하고 안정성을 추구하게 됨
- 정보수집에 보다 적극적으로 임하게 되며 정보수집에 있어서도 매스 미디어나 친지, 동료와 같은 신뢰도가 높은 정보 원천에 대한 의존도가 증가됨에 따라 오피니언리더에 의한 구전(word of mouth) 영향력이 증가될 것으로 전망됨

2.5. 가격중심 실속형 소비 확대

- 2009년에는 가처분 소득 감소가 예상됨에 따라 소비자들이 가격을 중시하는 저가형·기본형 상품을 선호하고, 비용을 줄이기 위해 절약형 소량포장 상품을 선호하는 소비가 확대될 것으로 예상됨
 - 2008년 하반기에 일반형 요구르트는 13.0% 증가한 반면, 고급형은 13.7% 감소⁷⁾
 - 식용유의 경우 용량이 작은 0.9ℓ 상품은 84.2% 증가한 반면, 용량이 큰 1.8ℓ는 31% 감소하였으며, 참기름 320ml는 지난 해 보다 24.2% 매출이 증가하였지만 900ml는 32.3% 매출 감소⁸⁾
 - L 대형마트의 경우 2007년 대비 한우의 판매량은 2.2% 감소한 반면 닭고기는 17.2%, 돼지고기는 15.4% 증가⁹⁾

7) 중앙일보, 2008. 12. 12일자

8) 연합뉴스, 2008. 12. 12일자

9) 경향신문, 2008. 11. 11일자

2.6. 공짜 마케팅 확산

□ 얼어붙은 소비자의 지갑을 열기위한 공짜 마케팅이 확산될 것으로 보임

- 공짜마케팅은 기업이 매출 증대, 신규고객 확보, 상품 홍보를 위해 서비스나 상품을 무료로 제공하거나 각종 경품을 제공하는 것을 말함
- 공짜 마케팅은 경기가 좋을 때나 나쁠 때나 많이 사용되는 마케팅 활동이지만 불경기일수록 소비자들이 소비를 축소하고 가격에 민감해지기 때문에 공짜 마케팅은 더욱 확산됨
- 홍삼전문점 천지양은 ‘고려홍삼정리틀골드’를 출시하고 홍삼정 제품빈병을 매장에 가져오면 30g 한 병 무료제공¹⁰⁾
- 롯데백화점은 물건을 많이 산 고객들에게 매장 내 커피 시음권을 발송하여 고객을 유인하는 공짜마케팅 전개

2.7. 초저가 마케팅 확산

□ 실질소득 감소로 알뜰소비성향이 강화됨에 따라 소비자들의 얼어붙은 소비 심리를 자극하기 위해 경기에 민감한 분야와 생필품 상품을 중심으로 초저가 마케팅이 확산될 것으로 전망됨

- ‘무조건 100원 판매, 앞 커트 500원, 자판기 커피 값 패션 행사, 돈까스 1,900원, 100원 소주방, 20원짜리 속옷 판매 행사 등’ 소비자가 놀랄만한 저가로 상품을 판매¹¹⁾

10) 조선일보, 2008. 11. 5일자

11) 조선일보, 2008. 11. 24일자

- 이러한 마케팅은 생산에서부터 철저한 원가 개념을 바탕으로 하고 있기 때문에 가격은 초저가지만 품질은 기대 이상으로 높아 소비자들을 끌어들이는 전략으로 계속 늘어날 전망이다

2.8. 가치 중심 소비 확대

- 경기침체로 소비심리가 냉각되고 있는 가운데 가격에 상관없이 주관적 가치만족을 추구하는 ‘가치 중심’의 소비는 확대될 것으로 전망됨
 - 불황의 여파로 장래에 대한 불안을 느끼고 있는 소비자들은 자신을 위로하고 자신의 존재감을 유지하기 위해 자신만이 만족할 수 있는 상품이나 서비스를 소비하는 성향이 강화됨
 - 화장품 내수시장은 경제성장률과 민간 소비증가율이 각각 -6.9%와 -13.4%를 기록한 1998년 외환위기 당시에도 0.2% 감소에 그쳤으며, 경기침체의 영향이 이미 시작된 2008년도에도 11월말까지 이미 전년대비 10.8%의 성장률을 기록

2.9. 안전·건강 중심의 소비 지속

- 불황기 소비자들은 고용불안, 과잉경쟁, 각종 사회적 위험의식 증가로 안정을 추구하는 경향이 강화되고 미래에 대한 준비를 위해 건강 유지를 위한 소비가 확대되는 등 불확실성에서 벗어나 안전과 건강에 대한 관심이 증가하기 때문에 관련 상품의 소비가 증가할 것으로 예상됨
 - 2008년 발생한 먹거리 이물질 파동, 멜라민 등 각종 식품 사고로 인해 식품 안전 문제가 2009년도에도 지속적으로 이슈화되면서 가

격은 비싸도 심리적 완충역할을 해주는 유기농 관련 상품은 야채와 가공식품 전반에 걸쳐 매출이 증가할 것으로 전망됨

- 2008년 홍삼, 꿀과 같은 건강식품이 지난해 보다 19.7%나 매출이 늘었으며, 멜라민 파동의 여파로 일반 상품보다 가격이 2배 정도 비싼 유기농 상품 역시 11.9% 매출이 신장됨

2.10. 가족에 대한 소비지출 계속 유지

□ 경기 불황으로 인해 어려울수록 가족을 통해 위로를 받고 가족을 찾
고자 하는 심리는 강해지고 가족의 가치를 중요하게 생각하므로 가족
을 위한 소비는 지속될 것으로 전망됨

- ‘개인 소비에 부담을 느낀다’ 는 응답자(86%)중 75%가 ‘가족을 위
한 소비는 포기할 수 없다’ 고 답하였으며, 특히 ‘양육비·자녀교육
비는 유지 하겠다’ 는 응답이 80%에 달함¹²⁾.
- E 대형마트의 경우 유아용 상품도 눈에 띄게 늘어 전년대비 유아용
품 및 유아의류 매출이 각각 18.5%, 9.6% 증가¹³⁾

12) 제일기획, ‘불황 5계(計)’ 침체기 마케팅 전략, 2008. 11월

13) 중앙일보, 2008. 12. 12일자