

	상품구입 동향	기 관	컨슈머인사이트
		문 의	정경식 책임연구원/Ph.D
		이 메 일	jungks@consumerinsight.kr
		연 락 처	02) 6004-7627

- ▶ '19년 02월 26일(화) 배포
- ▶ 자료 총 2매

<컨슈머인사이트·한양대 유통연구센터 공동기획>

소비패턴, 차려입고 외출보다는 실내에서 건강 챙겨

- 20대 여성, 패션·뷰티 줄이고 건강 챙기기 앞장서
- 의류, 스포츠/레저, 여행 구입률 감소
- 건강식품/HMR, 문화/디지털 콘텐츠, 가전/디지털 기기 구입률 증가

경기침체와 미세먼지 등 환경적 요인으로 소비패턴이 변화하고 있다. 외출하기 보다는 집에서 먹고 즐기며 건강을 챙기는 분위기다. 외출의 감소는 패션, 뷰티, 여행 소비의 축소로 이어지고 있으며, 20대 여성이 앞장서고 있다.

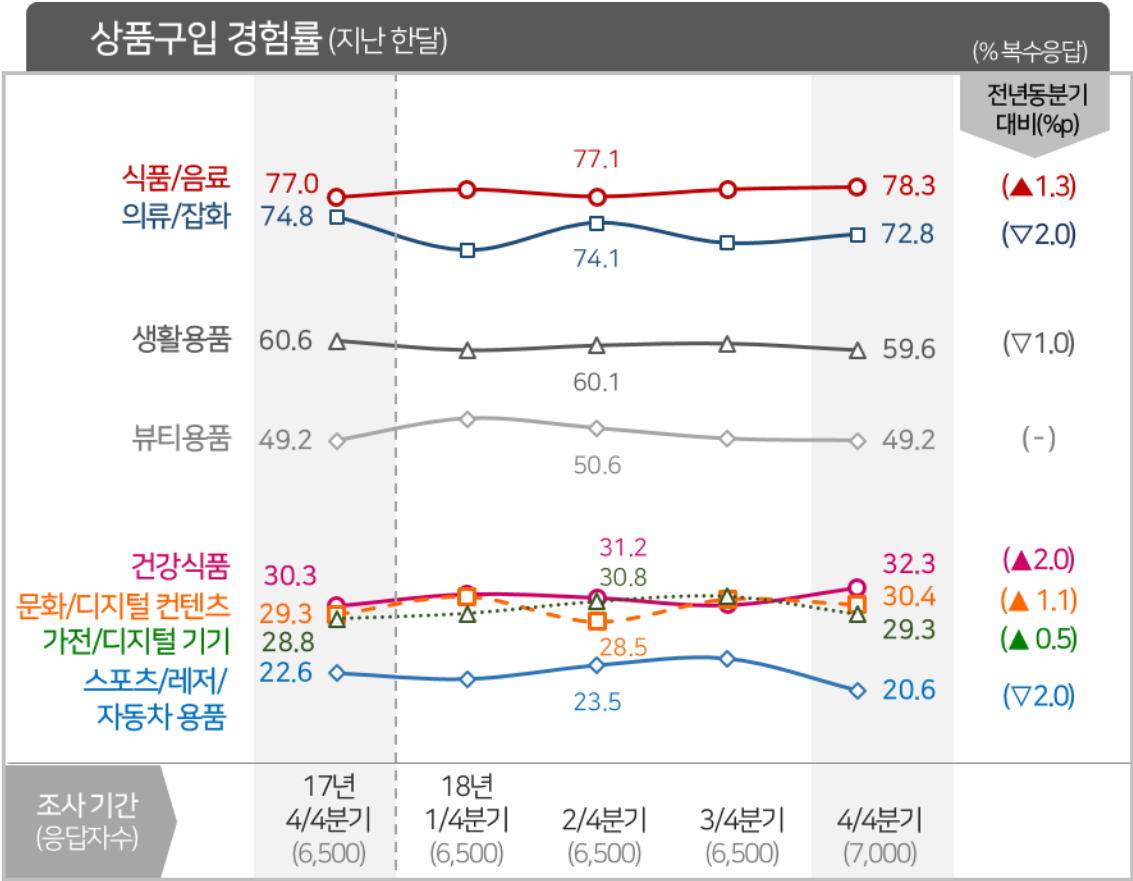
소비자 조사 전문기관인 컨슈머인사이트와 한양대학교 유통연구센터가 2017년 7월 시작한 '상품구입 행태 및 변화 추적조사(매주 500명, 누적 3만 9천5백명)'에서 지난 5분기 동안 소비행태의 변화를 추적했다.

11개 상품군(의류/잡화, 식품/음료, 생활용품, 뷰티용품, 가전/디지털 기기, 문화/디지털 콘텐츠, 건강식품, 스포츠/레저/자동차 용품, 여행상품, 가구/홈인테리어, 유아동 용품) 중 지난 한달 간 구입한 적이 있는 상품은 2018년 4/4분기 기준으로 식품/음료가 78.3%로 가장 많았고, 그 다음은 의류/잡화 72.8%, 생활용품 59.6%, 뷰티용품 49.2%, 건강식품 32.3% 등의 순이었다[그림1].

전년 동분기('17년 4/4분기)와 비교해 건강식품의 상승폭(2.0%포인트)이 가장 컸다. 특히 비타민/영양제(1.9%포인트), 다이어트/헬스 보조식품(1.2%포인트)이 증가했다. 다음은 식품/음료군이 1.3%포인트 증가했는데 가공식품과 완전조리/반조리/즉석식품 등 HMR(가정간편식, 1.3%포인트), 신선식품(1.0%포인트)이 늘었다. 건강에 대한 관심 증가와 식생활의 변화로 이런 추세는 당분간 지속될 것으로 보인다.

또한 문화/디지털 콘텐츠(1.1%포인트)와 가전/디지털 기기(0.5%포인트)는 증가한 반면, 스포츠/레저/자동차 용품(2.0%포인트), 여행상품(0.4%포인트) 구입은 감소했는데, 미세먼지 등 환경적 변화로 실내활동은 늘고 실외활동이 줄어든 탓으로 보인다.

[그림1] 상품구입 경험률



Q. 다음 중 지난 한달 간 구입한 상품은 무엇이었습니까? 모두 선택해주시시오.

이에 더해 의류/잡화는 2.0%포인트 감소했고, 뷰티용품은 큰 변화는 없으나 '18년 1/4분기 이후 감소세이다. 이는 20대 여성이 주소비층인 상품으로, 이들 사이에서 큰 변화가 일어나고 있음을 보여준다. 비용들여 꾸미고 외출하기보다는 집안에서 건강을 챙기는 것이 낫다고 판단하고 있다.

소비자들의 상품구입의 변화를 보면 트렌드를 읽을 수 있다. 경기침체, 환경변화, 혁신적 상품의 등장으로 소비 패턴이 바뀌고 있다. 외출보다 집안에서 먹거리 · 건강을 챙기고 있으며, 가장 빠르고 트렌디한 소비층인 20대 여성에게서 그 변화가 시작되고 있다. 이들의 소비 변화에 주목해야 한다.

이 보도자료와 관련하여 보다 **자세한 내용**을 원하시면 **아래 연락처**로 문의해 주십시오.

정경식 컨슈머인사이트 책임연구원/Ph.D jungks@consumerinsight.kr 02)6004-7627

김민화 컨슈머인사이트 연구위원/Ph.D kimmh@consumerinsight.kr 02)6004-7643