



데이터융복합/소비자리서치 전문 연구기관
컨슈머인사이트 보도자료

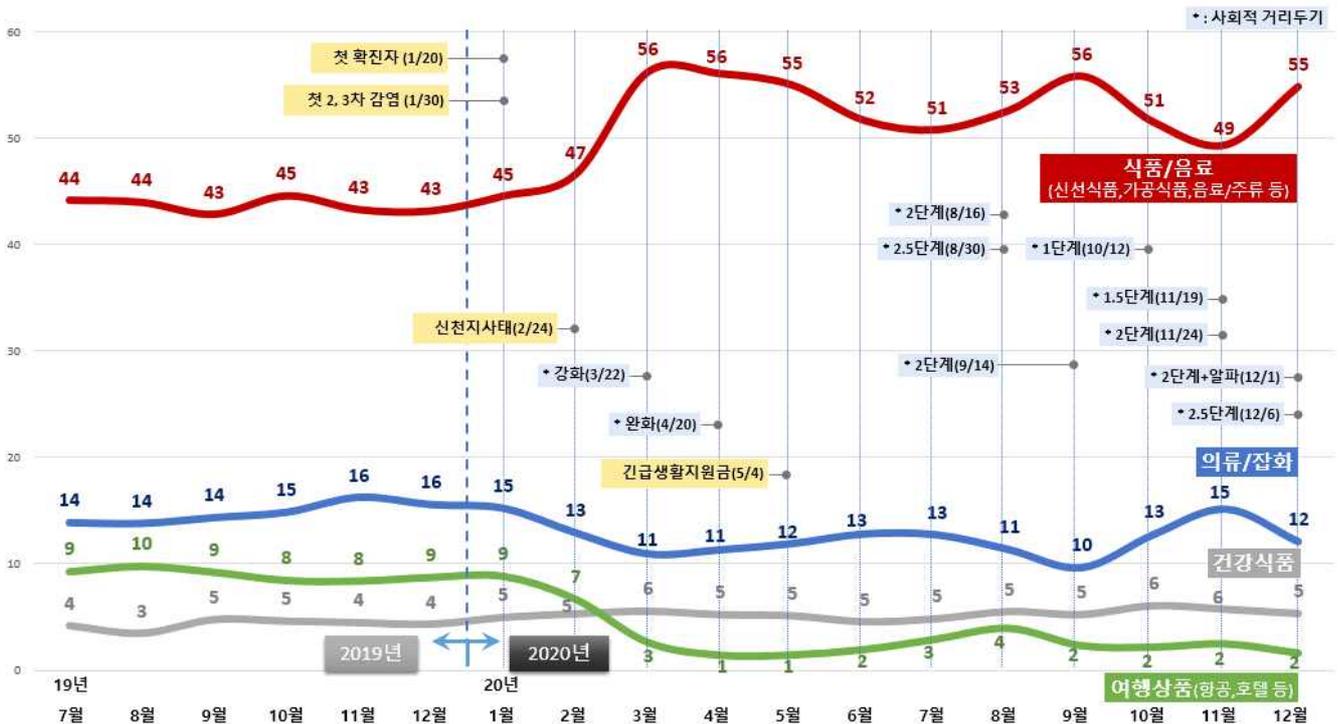
기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	jungdw@consumerinsight.kr
문 의	정동운 차장	연 락 처	02) 6004-7616
배 포 일	'21년 2월 4일 (목) 배포	매 수	자료 총 4매

쇼핑지출 '먹고 마시는 것'만 늘었다

컨슈머인사이트, 코로나19 이후 쇼핑품목 변화 비교

- "식품/음료에 가장 많이 썼다" 43%에서 55%로 급증
- "여행상품 지출 최다" 비중은 10%안팎서 2%대로 급락
- 구매채널도 오프라인 위주서 온라인으로 이동 추세
- 30, 40대 온라인 구입 비중 높고 자녀 어릴수록 높아

[그림1] 코로나 전·후 최다 쇼핑 상품군 추이 (2019.7-2020.12)



B3-1. 다음 중 지난 한달 간 구입한 적이 있는 상품은 무엇이었습니까? 오프라인과 온라인 어디든 구입장소에 상관없이 응답해 주십시오.
 B3-2. 그렇다면 지출액이 가장 큰 품목은 무엇입니까?

식품/음료에 가장 많은 쇼핑지출을 한 소비자 비율이 50%를 훌쩍 넘어섰다. 코로나19에 따른 '집콕' 생활로 의류/잡화, 여행상품 등 다른 지출이 모두 감소 또는 정체한 상황에서 나타난 '나홀로 증가'다. 오프라인 위주 구매 비중이 절반을 넘던 식품/음료 구매 채널도 온라인 쪽으로 빠르게 이동하고 있다.

소비자 조사 전문기관 컨슈머인사이트는 매주 1000명을 대상으로 실시하는 '주례 상품구입 행태 및 변화 추적조사(연간 5만2000명)'에서 나타난 △상품군별 최다 쇼핑지출 비중 △상품군별 온/오프라인 구매 비중을 코로나 전후로 나눠 비교 분석했다.(상품군은 △의류/잡화 △뷰티용품 △식품/음료 △건강식품 △생활용품 △유아동용품 △가구/홈인테리어 △가전/디지털기기 △문화/디지털콘텐츠 △여행상품 △스포츠/레저/자동차용품 △기타의 12개로 구분했으며, 이 중 1%p이상 변동한 4개 상품군만 비교했음)

■ 사회적 거리두기 영향...건강식품 소폭 늘고 의류/잡화 하락

코로나19 사태 전인 2019년 7월 44%였던 식품/음료 최다 지출 비중은 지난해 3월 이후 꺾충 뛰어 49~56% 사이에서 움직였다. 코로나19 본격화에 따른 사회적 거리두기 영향이다. 첫 거리두기가 시행된 3, 4월 56%로 급상승 후 한 때 49%까지 줄어들기도 했으나 연말엔 다시 55%까지 늘었다. 1년 반 사이 쇼핑지출 변화율이 11%포인트(p)에 달했다[그림1].

같은 기간 식품/음료품 외에 건강식품만 소폭(1%p) 상승했고 나머지 항목은 하락하거나 전과 비슷했다. 여행상품은 코로나 전 쇼핑지출 비중이 가장 컸다고 응답한 소비자가 8~10%였으나 코로나 후에는 거의 바닥에 가까운 2% 수준으로 떨어졌다. 의류/잡화는 14~16%에서 11~16%로 감소했다.

등교도 출근도 줄어들고 집콕으로 삼시세끼를 해결하다보니 먹거리쇼핑만 부쩍 늘었다. 수입은 줄고, 여행은 거의 올스톱이요, 외출도 운동도 꺼려지니 여행, 의류/잡화를 포함한 대부분 지출이 줄었는데 그나마 건강식품에는 조금씩 손길이 간다. 온라인 쇼핑이란 게 생각보다 어렵지 않고 이르면 몇 시간, 늦어도 다음날이면 현관 앞에 딱딱딱 도착하는 걸 보면 신통하기 그지없다. 코로나 시대의 새로운 소비생활 풍속도다.

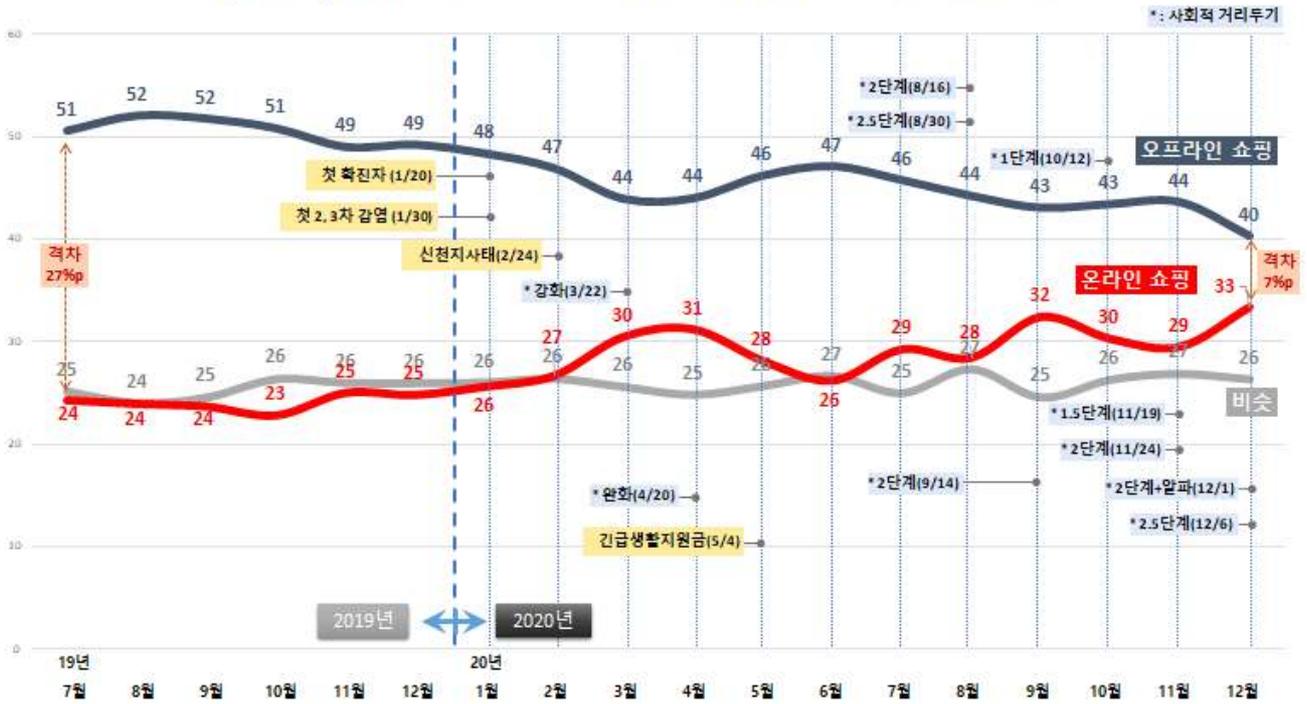
■ 온-오프라인 격차 27%p에서 7%p로 줄어

오프라인 비중이 압도적이던 식품/음료 온-오프라인 쇼핑 비중에도 급격한 변화가 이뤄졌다. 코로나 이전인 2019년 7월 '오프라인이(훨씬+약간) 많다 vs '온라인이(훨씬+약간) 많다 vs 비슷하다' 응답 비율은 '51 vs 24 vs 25%'로 오프라인 우세가 절반을 넘었다. 그러나 코로나 이후인 지난해 12월 이 비율은 '40 vs 33 vs 26%'로 크게 달라졌다. 1년 반만에 오프라인 비중이 약 11%p 줄어들고 그 대부분이 온라인으로 이동했음을 알 수 있다[그림2].

27%p에 달하던 오프라인과 온라인 격차가 4분의1에 불과한 7%p로 급격하게 좁혀진 것이다. 이런 추세가 계속된다면 식품/음료도 온라인쇼핑 비중이 머지않아 오프라인을 따라잡을

가능성이 높다.

[그림2] 식품/음료 온·오프라인 구입비중 (2019.7-2020.12)



B4 귀하께서 지난 한달 내 구입한 적이 없는 상품입니다. 오프라인과 온라인 중 주로 어디서 구입하셨습니다?

*오프라인쇼핑 : 훨씬 많다+약간 많다, 온라인쇼핑 : 훨씬 많다+약간 많다

같은 기간 코로나19 이후 전체 쇼핑지출에서 차지하는 온라인 비중은 58%에서 62%로 4%p 늘어났다(쇼핑비용 62% 온라인에서 썼다 참조). 조사 문항 설계의 차이로 단순 비교할 수 없지만 식품/음료의 온라인 지출이 더 많다는 응답이 24%에서 33%로 크게 늘어났다는 것은 전체 쇼핑지출의 온라인 이동을 식품/음료가 주도했음을 알려 준다.

인구특성별로는 30대, 40대의 온라인 이동이 컸다. 특히 영유아 자녀를 둔 소비자층은 온라인 구매 비중이 오프라인 구매 비중과 거의 대등한 수준으로 올라섰다.

일상적인 소비활동은 반복적, 습관적이어서 일단 어떤 상품 서비스를 구입, 이용하기 시작하면 다른 상품이나 서비스로 이전하기 어렵다. 코로나시대 2년차를 맞았음에도 '터널의 끝'은 확실히 보이지 않는다. 눈앞의 먹고 사는 문제(식품/음료)를 제외한 쇼핑 지출의 전반적 위축과 온라인 쪽으로의 이동은 되돌릴 수 없는 추세가 되고 있다.

컨슈머인사이트는 **비대면조사**에 **효율적인** 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. 특히, 최근에는 **다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계**하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다.

이 결과는 소비자조사 전문기관인 컨슈머인사이트의 '주례 상품구입 행태 및 변화 추적조사'(매주 1000명, 연간 5만2000명)에서 지난 1.5년간의 자료를 비교한 것입니다. 매월 업데이트되는 조사 결과와 분석 리포트는 홈페이지(www.consumerinsight.co.kr/retail)에서 볼 수 있으며, 조사 결과를 정리한 보고서도 다운로드 받을 수 있습니다.

◆ 참고 : 「컨슈머인사이트」 `주례 쇼핑/유통 기획조사` 개요

「컨슈머인사이트」는 2017년 7월부터 매주 1,000명의 소비자를 대상으로 주례 쇼핑/유통 기획조사를 아래와 같은 설계로 수행해 오고 있음.

모집단	<ul style="list-style-type: none"> 전국 19세 이상 성인 																																																														
표본추출 방법	<ul style="list-style-type: none"> 컨슈머인사이트의 80만 IBP(Invitation Based Panel)에서 성X연령 및 지역별 할당 후 무작위 추출 																																																														
자료수집 방법	<ul style="list-style-type: none"> Online/Mobile - 구조화된 온라인 설문지를 통한 이메일 조사 																																																														
조사기간	<ul style="list-style-type: none"> 2017년 07월부터~ 매주 수요일~익주 화요일까지 자료 수집 																																																														
표본의 구성	<ul style="list-style-type: none"> 연 표본 수 5만 2천명 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="width: 45%;"> <p>① 성X연령 구성비 (단위: %)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="2">성별</th> <th rowspan="2">계</th> </tr> <tr> <th>남자</th> <th>여자</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20대</td> <td>9.6</td> <td>8.6</td> <td>18.2</td> </tr> <tr> <td>30대</td> <td>10.8</td> <td>10.3</td> <td>21.1</td> </tr> <tr> <td>40대</td> <td>12.2</td> <td>11.9</td> <td>24.1</td> </tr> <tr> <td>50대 이상</td> <td>18.1</td> <td>18.5</td> <td>36.6</td> </tr> <tr> <td>합계</td> <td>50.7</td> <td>49.3</td> <td>100.0</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="width: 45%;"> <p>② 거주지역 구성비 (단위: %)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>거주지역</th> <th>구성비</th> <th>거주지역</th> <th>구성비</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>서울특별시</td> <td>20.2</td> <td>강원도</td> <td>2.9</td> </tr> <tr> <td>부산광역시</td> <td>7.0</td> <td>충청북도</td> <td>3.0</td> </tr> <tr> <td>대구광역시</td> <td>4.9</td> <td>충청남도</td> <td>4.3</td> </tr> <tr> <td>인천광역시</td> <td>5.8</td> <td>전라북도</td> <td>3.4</td> </tr> <tr> <td>광주광역시</td> <td>2.9</td> <td>전라남도</td> <td>3.3</td> </tr> <tr> <td>대전광역시</td> <td>3.1</td> <td>경상북도</td> <td>5.1</td> </tr> <tr> <td>울산광역시</td> <td>2.3</td> <td>경상남도</td> <td>6.4</td> </tr> <tr> <td>경기도</td> <td>24.2</td> <td>제주도</td> <td>1.1</td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>		성별		계	남자	여자	20대	9.6	8.6	18.2	30대	10.8	10.3	21.1	40대	12.2	11.9	24.1	50대 이상	18.1	18.5	36.6	합계	50.7	49.3	100.0	거주지역	구성비	거주지역	구성비	서울특별시	20.2	강원도	2.9	부산광역시	7.0	충청북도	3.0	대구광역시	4.9	충청남도	4.3	인천광역시	5.8	전라북도	3.4	광주광역시	2.9	전라남도	3.3	대전광역시	3.1	경상북도	5.1	울산광역시	2.3	경상남도	6.4	경기도	24.2	제주도	1.1
	성별		계																																																												
	남자	여자																																																													
20대	9.6	8.6	18.2																																																												
30대	10.8	10.3	21.1																																																												
40대	12.2	11.9	24.1																																																												
50대 이상	18.1	18.5	36.6																																																												
합계	50.7	49.3	100.0																																																												
거주지역	구성비	거주지역	구성비																																																												
서울특별시	20.2	강원도	2.9																																																												
부산광역시	7.0	충청북도	3.0																																																												
대구광역시	4.9	충청남도	4.3																																																												
인천광역시	5.8	전라북도	3.4																																																												
광주광역시	2.9	전라남도	3.3																																																												
대전광역시	3.1	경상북도	5.1																																																												
울산광역시	2.3	경상남도	6.4																																																												
경기도	24.2	제주도	1.1																																																												

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 컨슈머인사이트에 귀속되며 보도 이외에 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

박경희 컨슈머인사이트 본부장	parkkh@consumerinsight.kr	02)6004-7619
정동운 컨슈머인사이트 차장	jungdw@consumerinsight.kr	02)6004-7616