

2012 미국 사회 · 경제적 변화와 소비 트렌드

연구. KIDP
와이즈유엑스글로벌

미국 사회 · 경제 트렌드 Social & Economic Shift 2012

2011 Expenditures Spent / 2011 소비 지출 결산 및 2012 전망

주거비용 감소

주거 소비에 해당하는 주택융자 이자 지불 및 비용 역시 감소하며 지속적인 미국 주택시장의 약세를 보여주고 있음.

헬스 케어와 건강관리 서비스 지출 증가

금융 서비스(융자, 카드, 보험 등)가 11%나 감소한 데 반해, 베이비부머 인구 노령화에 따른 의료 분야 지출 증가세가 두드러졌음. 2011년도 미국 소비자가 가장 많이 지출한 부문은 헬스케어제품 및 의료 서비스 (20.3%) 였으며, 그 다음이 주택 관련 지출(19.1%), 3위가 음악관련 제품 및 서비스(14.1%), 4위가 교통, 차량관련 지출(9.7%), 5위가 레저와 레크리에이션(9.3%), 6위 식음료(6.8%), 7위 호텔과 케이터링 이용(6.2%), 8위 가정 생활용품(4.2%) 등이었으며 교육과 커뮤니케이션 등의 지출은 2% 대로 나타남.

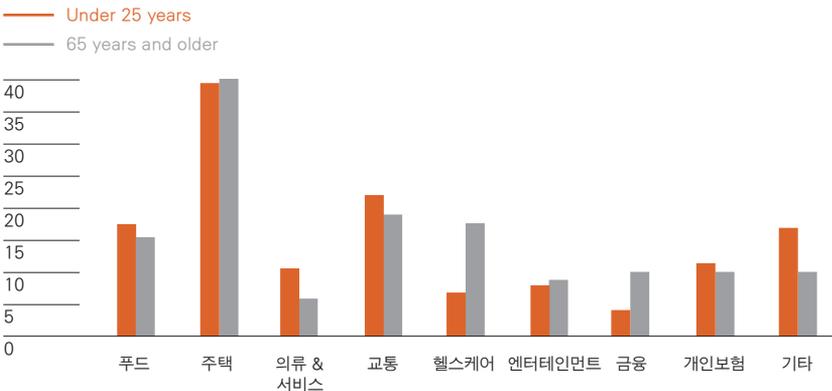
아웃도어와 홈 엔터테인먼트 소비 증가

스포츠 경기장, 놀이공원 등 티켓을 구매하는 오프라인 엔터테인먼트 소비는 다른 범주에 비해 큰 폭으로 하락하였으나, 자전거, 보트 등 야외 스포츠 장비 등을 구매해서 즐기거나 야외에서 식사와 파티를 위한 아웃도어 스포츠용품과 아웃도어 퍼니처, 주방기구(그릴 등)의 소비는 증가했음. 게임, 영화, TV 프로그램 구매 등 홈 엔터테인먼트 소비도 증가 추세임. 또한, 모바일, 케이블 TV, 인터넷 서비스 분야에 대한 소비는 그대로 유지됨.

식음료, 자동차 소비 감소 / 호텔산업 호전

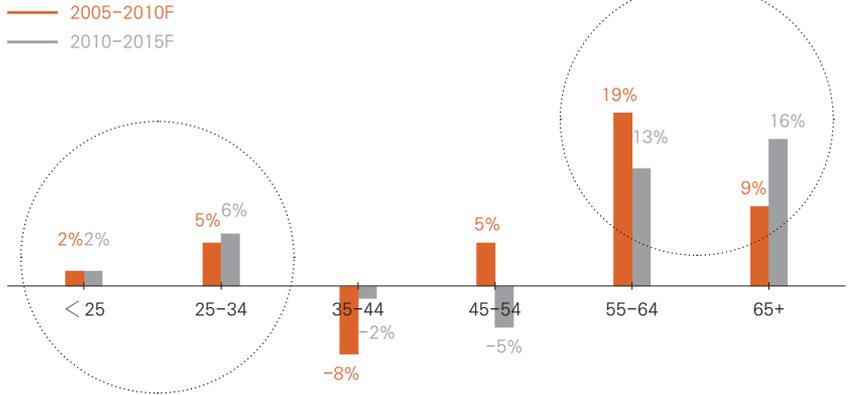
전체적으로 식품소비에 대한 비중이 감소한 가운데 홈쿠킹 비중이 높아지면서 외식비 지출이 상대적으로 줄어들고 있음. 2011년 자동차 시장은 2007년 동 기간 대비 18% 축소되어, 서비스와 제품을 통틀어 가장 큰 감소폭을 기록함. 또한, 해외 여행객 수는 감소한 반면 국내 여행이 증가해 호텔 산업이 차츰 활기를 찾고 있음.

매년 평균 생활비 지출 내역 / Components for selected ages. 2010





연령별 미국 인구 증가율 / 2005-2010년도 와 2010-2015년도 비교



Source. U.S. Census Bureau

글로벌 소비자
보고서. 1

핵심소비시장

미국
사회·경제적
변화와
소비트렌드
2012

베이비부머(1946-1964)는 불경기 속에서도 미국 전체 소비의 40%를 차지하는 거대 소비그룹임. 이들 중 매달 350,000명씩 65세가 되고 있으며, 55-64세 Active Senior(Young Babyboomer)그룹도 2010년 이후 빠르게 증가하고 있음.

2015년까지 전체 인구 중 65세 이상이 16%, 50-64세 층이 13% 증가될 예상이며, 영 베이비부머의 소비규모가 4.6 billion 달러로 증가할 것으로 예상(2012 Nilsen Research). 영 베이비부머를 위한 은퇴 후 창업, 재산 및 자산관리 컨설팅, 헬스케어 및 웰빙 산업, 시니어 하우스, 레저 및 엔터테인먼트, 유니버설 제품 등이 성장할 것으로 전망됨.

50세 이상 베이비부머 중 럭셔리 고소득층의 경우 도시 다운타운 생활을 선호하며, 다양한 문화시설과 헬스시설 등이 구비된 고급 아파트와 콘도에 대한 니즈가 높아지고 있어 주택시장과 인테리어, 생활가전 시장에 영향을 미칠 것으로 예상됨. 또한 레저와 여행에 대한 소비력도 높게 나타남.

영베이비부머의 경우 인터넷과 모바일 사용 능력이 뛰어나며 온라인과 모바일 쇼핑에 대한 욕구와 소비력이 매우 높은 편이어서 럭셔리 브랜드의 중요한 타겟 그룹이 될 것으로 전망됨.(온라인 쇼핑의 증가와 럭셔리 브랜드의 직접적 상관관계)

영 베이비부머 / Active Senior(50-64세) 터치세대로 편입

젊은 층 보다 빠른 속도로 스마트폰과 태블릿 사용자 증가추세. 영 베이비부머의 태블릿 사용자수는 전체 태블릿 사용자의 15%를 차지하며, 빠른 증가 추세로 볼 때 2015년까지는 40세 미만 층과 비슷한 볼륨을 가지게 될 것으로 전망됨. eBook 리더기 사용자는 전체 리더기 사용자의 19%를 차지함.

태블릿 PC의 급속한 보급 이유와 주사용 목적

- 쉽고 편리한 인터넷 사용
- 텍스트 크기를 마음대로 조절 가능
- 자녀 혹은 손자,손녀들과의 커뮤니케이션을 위한 중요한 디바이스로 사용됨
- 소셜 미디어의 사용
(2012년 32%의 영 베이비부머가 SNS를 사용하며, 이는 1년 만에 20% 증가한 수치임)

세대별 태블릿 PC 소유자 비율

	2010년 11월	2011년 12월 중순	2011년 1월 중순
미국 전체 성인	5%	10%	19%
18-29세	6%	10%	24%
30-49세	6%	14%	27%
50-64세	4%	8%	15%
65+	2%	5%	7%

영 베이비부머 / Active Senior(50-64세) 를 위한 인기 서비스



Voice memo Apps

for iPhone / iPad / iPod touch

일상 스케줄러 및 체크 앱스. 시니어들이 사용하기 쉽도록 이메일이나 문자를 잘 보냈는지에 대해 꼼꼼히 확인할 수 있고, 일상 생활에서 잊어버리기 쉬운 소소한 것들에 대해 알람으로 알려줌.



Voice memo Apps for iPad

음성으로 메모가 가능한 Voice memo Apps for iPad. 모바일보다 화면이 큰 패드에서 편리하게 사용가능

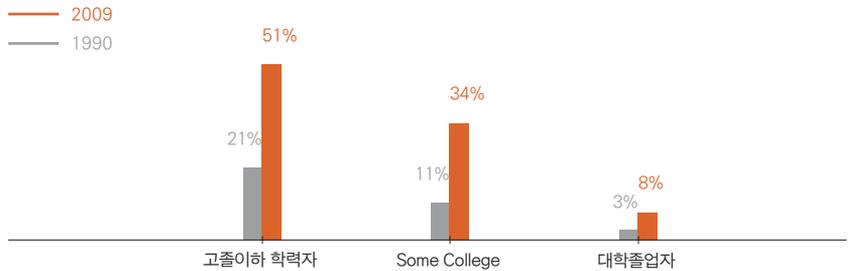


Travel 4 health & Retirement

영 베이비부머를 위한 여행, 은퇴설계, 건강에 대한 정보제공 및 커뮤니티 웹서비스, 인터넷 라디오 Know before you go에서 서비스함.



미국 백인 20-30세 여성들의 싱글맘(미혼모, 이혼 포함) 비율



2009년 아이를 가진 여성의 59%만 기혼 상태였으며, 미혼모 비율은 젊은 여성층에서 크게 증가했음. 30세 미만 여성 출산자의 2/3가 미혼모였고, 싱글맘은 상대적으로 대학졸업자들 보다 고졸 이하의 저학력층이 많은 것으로 나타남. 한편 최근 헐리우드 스타들처럼 럭셔리 골드미스, 골드미시들이 입양을 통해 자발적으로 싱글맘이 되는 경우도 점차 늘고 있음.

월스트리트 저널에 따르면 지난 10년간 미국의 단독 가구 수는 약 30% 증가하였으며 싱글맘 여성이 세입자의 40%를 차지함. 이러한 싱글맘의 증가추세는 전통적인 가족구성과 관계에 대한 변화와 더불어, 작은 규모의 주택에 대한 수요가 증가함에 따라 주택시장에 큰 영향을 미칠 것임. 이에 따라, 가전과 생활용품, 각종 서비스에 대한 새로운 세그먼트(소비자그룹)를 형성할 것임.

Communal Living Trend / 싱글맘 패밀리끼리 주택공유 / 다세대 패밀리 구성



월 \$1000 달러 이상을 베이비 시터 비용으로 지출해야 하는 싱글 워킹맘 경우 경제적 부담과 육아에 대한 스트레스를 동시에 해소하기 위해 비슷한 또래의 다른 싱글맘 패밀리와 함께 주택을 공유하여 생활하며, 서로 육아를 돕는 새로운 라이프스타일이 점차 증가할 것으로 전망됨. 싱글맘들의 주요 관심사는 재정관리, 재테크, 안정적인 직업, 양육, 헬스, 웰빙 등이며 이들에게 최대 관건은 직장과 육아 등 빽빽한 스케줄을 최대한 효율적으로 관리하는 것임.

바쁜 싱글맘들을 위한 스케줄관리 서비스



CheckList Wrangler

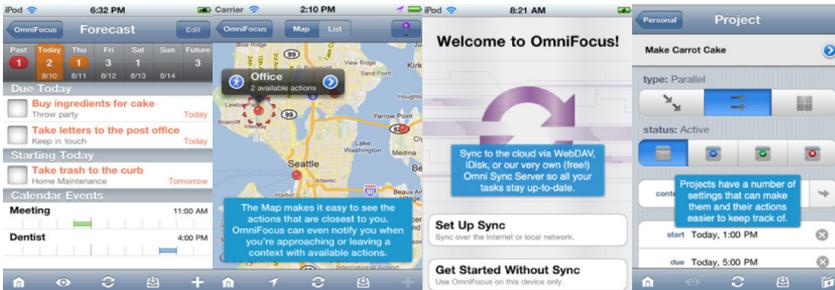
바쁜 싱글맘들의 스케줄을 주단위로 계획할 수 있고, 체크해주는 스케줄관리 앱스. 일손이 바쁜 엄마들이기에 텍스트입력이 아닌 오디오로 스케줄 입력이 가능함.



OmniFocus for iPhone

직장생활로 자녀들의 교육과 과제 등에 대해 소홀하기 쉬운 엄마들을 위한 자녀관리 앱스. 자녀들에게 엄마가 미션을 주고, 관련 장소에 대한 지도를 첨부할 수 있음. GPS 기능을 통해 자녀의 위치파악이 가능하고, 미션을 수행하는 과정을 엄마 휴대폰에서 단계별로 확인가능 함.

OmniFocus for iPhone



Market focus on Hispanic Consumer / 히스패닉 인구 증가에 따른 소비시장의 변화

배경 이슈 INFLUENCES

- 미국 전체 인구 중 백인 외 타 인종(아시아, 흑인, 히스패닉 등) 비율의 지속적 증가
- 타 인종 소비자 구매력의 빠른 성장

등장 이슈

- 히스패닉 인구의 빠른 성장세로 특화된 서비스 및 디자인에 대한 니즈

히스패닉: 스페인어를 사용하는 중남미계 미국 이주자를 의미하며, 이민 2세대를 포함하여 라티노(LATINO)로 불리기도 함.

글로벌 소비자
보고서, 1

핵심소비시장

미국
사회·경제적
변화와
소비트렌드
2012

히스패닉 소비층의 빠른 성장세

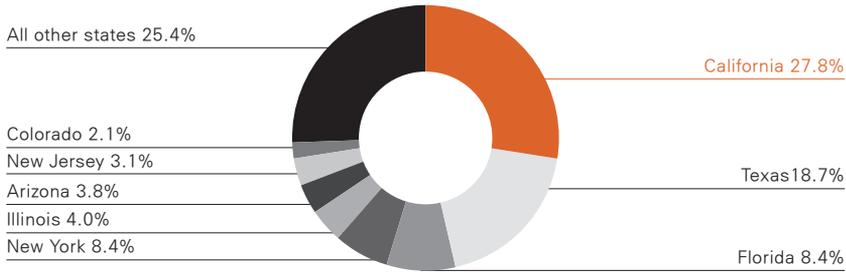
2011 US Senses에 따르면 전체 인구수가 9.7% 증가한 가운데, 전체 인구 약 3억 800만 중 히스패닉 인구는 4,800만명 (16%)으로 43.3%가 성장하여 아시아계 다음의 거대 소비층으로 급성장하고 있음. 이는 미국 인구 6명중 1명은 히스패닉임을 의미하며 히스패닉 인구의 증가는 비히스패닉 인구 (백인, 흑인, 아시아인 등) 증가에 비해 약 2배 이상의 높은 증가률을 보이고 있어, 이런 추세라면 2050년에는 히스패닉 인구비율이 백인을 포함한 다른 인종 전체를 합친 비율과 같아질 것으로 전망됨. 이에 따라 히스패닉 소비자를 사로잡기 위한 마케팅, 브랜딩, 디자인 등이 중요해짐.

미국 히스패닉 주요 소비시장

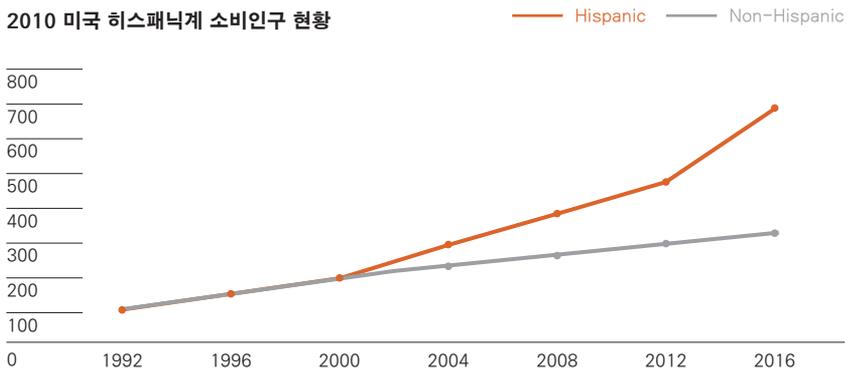
2010년 기준 최대 히스패닉 소비 시장은 뉴멕시코, 텍사스, 캘리포니아, 애리조나, 플로리다 등이며, 이들 상위 5개 주에서 총 히스패닉 소비의 65-78%가 이루어짐. 한편 뉴욕, 일리노이, 뉴저지, 콜로라도, 조지아 등도 높은 증가율을 보이고 있음.



미국 소비자 구매력 증가율



2010 미국 히스패닉계 소비자인구 현황



Marketing for Hispanic Consumers / 히스패닉 소비자를 겨냥한 마케팅



히스패닉계 소비 특징

2011년 6월 Consumer Expenditure Survey에 따르면 히스패닉 소비자들의 가계 수입이 비히스패닉 소비자보다 낮음에도 불구하고 주류, 가구, 전자제품, 개인용품 등에 대한 소비율이 높게 나타남.

특히 대가족 중심의 히스패닉 가구는 식료품, 통신서비스, 의료 및 잡화에 대한 소비 비중이 높게 나타나며, 의료, 엔터테인먼트, 교육, 보험, 주택 등에 대한 투자와 소비는 상대적으로 낮음. 히스패닉 소비층의 약 25%인 저소득층은 대체적으로 알뜰구매 패턴을 보이는 반면, 히스패닉의 약 30%인 평균 소득층은 도발적 충동 구매율이 높아 상대적으로 높은 소비력을 보임.

부유층 히스패닉 소비 파워 증가

\$75,000 이상의 수입을 올리는 820만명의 히스패닉 성인 소비층을 주목할 필요가 있는데, 2000년과 2010년 사이에 히스패닉 부유층은 2배로 늘었고, 이는 비히스패닉 부유층 소비자보다 3배나 빠르게 성장한 것임. 이들 부유층은 전체 히스패닉 소비인구의 21%에 해당하지만, 그들의 수입은 히스패닉 가구 총 수입의 51%를 차지함. 따라서 히스패닉 부유층은 라틴 시장에서 엄청난 영향을 끼칠 수 있음. 매년 온라인 에서 \$1,000 이상을 지출하는 라틴계 중 2/3를 차지하는 이들을 주목해야 함.



Amazon / eBooks Kindle en Español

아마존에 개설된 히스패닉 소비자를 위한 이북코너(2012.03) 베스트셀러를 포함한 33,000개 다양한 서적이 스페인어 킨들용 이북으로 제공됨

Dulce de leche

Cheerios는 올해 초 카라멜 맛을 첨가한 Dulce de leche 출시. (밀크캔디라는 뜻을 가진 라틴아메리카에서 인기 있는 소스)

맥도날드 광고 (2011.07)

영어와 스페인어를 이중 언어로 사용하여 히스패닉 고객을 유치하고자 했음.



KRAFT 사 Kool-Aid의 캐릭터 / Kool-Aid man

Kool-Aid라는 과일 맛 주스로 히스패닉 아동 소비자들을 공략하고 있음. 2011년, Kraft는 Kool-Aid의 TV 광고를 히스패닉 전문 TV 채널인 Univision과 Telemundo에 방영하기 시작했으며, 광고 또한 기존에 있던 광고를 스페인어로 번역한 것이 아니라, 히스패닉 소비자들을 위해 별도로 제작함.



Kleenex는 히스패닉 소비자를 대상으로 "Los Atrapaestornudos(sneeze catchers)" 캠페인을 실시. 히스패닉 아동 혹은 부모가 온라인 웹사이트에 가입을 하면 무료게임과 사은품, 기프트 카드에 대한 당첨 기회를 제공하였으며 오프라인 매장에서도 동시 마케팅을 병행함으로써 매출 증대를 가져옴.

Target Service for Asian & Black / 아시아계 및 흑인을 위한 타겟 맞춤형 서비스 증가



Chinese American을 겨냥한 TV 광고 / Subaru사의 'Sweet Tomorrow' 2011

현재 미국에 살고 있는 아시아계 미국인은 약 1,500만 명이며, 그 중 23%가 중국계임. Subaru는 2011년 신형 Legacy를 선보이며 중국계 미국인을 타겟으로 한 마케팅을 전개함. TV광고에서 평범한 중국계 미국인 가정의 모습을 다뤄 중국인들의 시선을 끌었으며, 중국계가 많이 거주하는 LA와 샌프란시스코 지역에서는 아예 중국어로 프린트 광고를 게재함.



African-American을 위한 TV 방송 서비스 시작 (2012.05 예정)

"Soul of the South Network(SSN)"이라는 African American 전문 TV 채널이 2012년 5월 미국 남부 도시를 중심으로 시작될 예정. SSN은 올 상반기까지 1,000만 달러를 투자하여, 엔터테인먼트 (음악과 hip-hop, 코메디 쇼 등), 스포츠, 뉴스, 그리고 문화 관련 프로그램을 최소 50 채널을 통해 제공하기로 함. SSN의 프로그램은 엔터테인먼트 뿐 아니라 사회적 정치적, 그리고 문화적인 이슈에 대해 광범위하게 다루는 종합채널 서비스를 선보일 것이라고 밝힘.

Rapid Growth of Smartphone & Tablet 스마트폰 & 태블릿 시장 급성장세

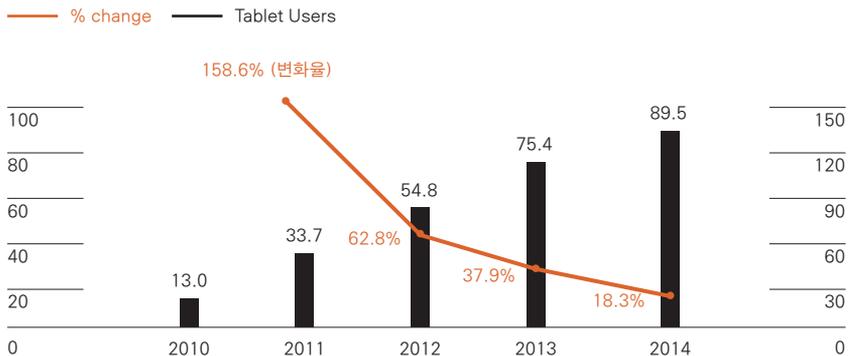
스마트폰 사용자는 2011년 전체 휴대폰 사용자의 38%(9천10만 명)를 차지했으며 2015년에는 모바일 인구의 약 58%(1억 4,860만 명)가 스마트폰을 사용하게 될 것으로 전망됨. 증가율로만 보면 국내 스마트폰 사용자 비율보다 낮은 수치 이지만 전체 시장 사이즈가 크고, 태블릿과 e-reader 등 다른 모바일 기기의 동시 사용률이 높다는 것을 감안 할 때 미국 모바일 통신과 콘텐츠 시장은 파워풀한 성장을 계속할 것으로 보임.

한편 미국 태블릿 사용자는 2011년 약 3,370만명에서 2012년 5,480만명으로 증가가 예상되며 e-book Reader 사용자는 2012년 초 전체 성인인구의 약 19%(4천3백69만명)에 달했음. 특히, 40세 이상의 소유 비율도 전체 모바일 인구의 1/3을 차지함에 따라, 젊은층과 더불어 베이비부머세대를 타겟으로 한 다양한 콘텐츠와 서비스 발굴이 중요함. 스마트폰과 태블릿은 앱스, 동영상, 오디오자료, 게임, eBook, 정기간행물, 소셜네트워크와 기타 마케팅 지원활동에 대한 새로운 디자인 및 개발 수요를 증가시키고 있음. 또한 스마트 디바이스에서 제공되는 새로운 콘텐츠 발굴이 중요해지며, 각 모바일 기기에 따라 최상의 사용자 경험을 전달할 수 있는 UX전략이 중요함. 새로운 모바일 환경에서 소비자의 NEEDS를 충족시키기 위해서는 HW, SW, 콘텐츠, SNS를 통합적으로 연동하여 제공하는 마케팅 전략이 중요해짐.

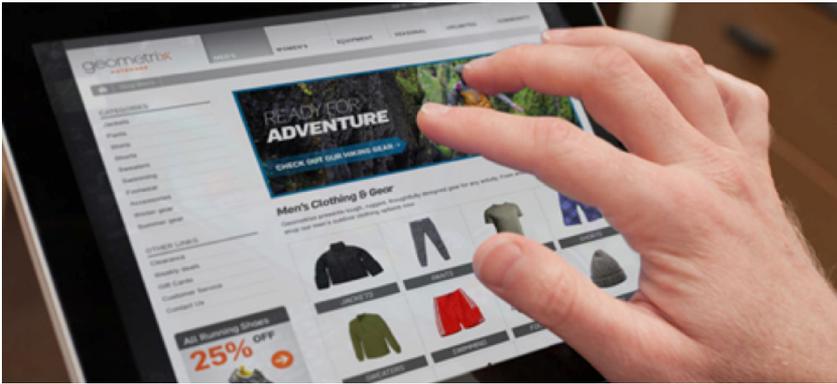
미국 스마트폰 사용자 현황 및 예측 2010-2015 / Note. CARG(2010-2015)=19.8%

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Smartphone users(millions)	60.2	90.1	106.7	119.9	133.0	148.6
스마트폰 인구 증가율	49.0%	49.6%	18.4%	12.3%	10.9%	11.7%
전체 모바일 인구 중 스마트폰 사용자	26.0%	38.0%	44.5%	48.5%	52.8%	58.0%
미국 전체 인구 중 스마트폰 사용자	19.4%	28.8%	33.8%	37.5%	41.3%	45.6%

미국 태블릿 사용자 증가추세 2010-2014 (millions and % change) / 단위. million



Tablet Transformation / 태블릿의 대체효과



미국 태블릿 사용자의 54%는 34세 이상으로, 닐슨 리서치에 따르면 35%의 태블릿 사용자가 데스크탑 PC를 소유하고 있었으나, 태블릿 구입 후 PC를 사용하는 빈도와 시간이 줄어들었다고 답변함 (출처: 2011.05 Nielsen)

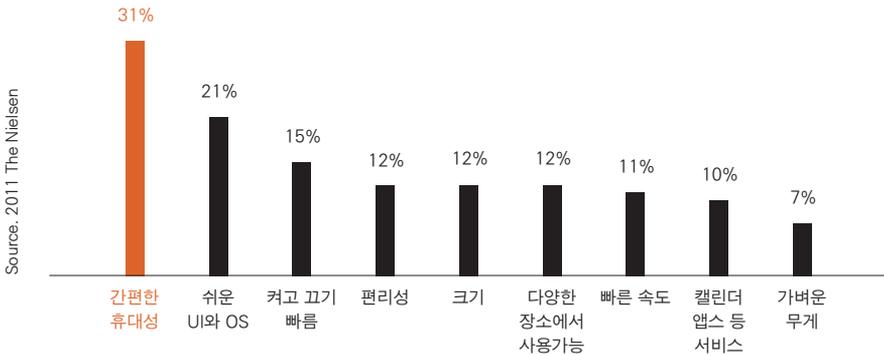
태블릿 사용자는 하루 90분 정도 이용하며, 약 35%가 화장실에서 잡지나 책 대신에 태블릿을 사용하고, 약 25%의 사용자는 인쇄 매체를 전혀 사용하지 않는 것으로 나타남 (출처: 2012 Staples)

TV와 인터넷 검색 등 기존 PC가 담당했던 많은 업무들이 태블릿으로 옮겨왔으며, 향후 기존 아날로그 미디어와 PC로부터 태블릿으로의 이동현상은 지속될 것으로 보임.

따라서 미국진출을 고려하는 기업은 웹을 통한 세일즈와 브랜드 커뮤니케이션 기획시 태블릿 친화적인 UI와 콘텐츠를 필수로 고려해야할 것임.

태블릿 사용자중 77%는 기존에 노트북이나 데스크탑 PC로 이용했던 대부분의 서비스를 태블릿으로 대체하고 있음.

사용자가 PC와 노트북 대신 태블릿 사용하는 이유



Source, 2011 The Nielsen

2011 Best Selling e-Reader / 베스트 리뷰 이북 리더



Amazon Kindle / \$499



Barnes & Noble Nook Color
/ \$249



Apple iPad / \$499



Sony e-Reader Daily Edition
/ \$299



Kobo Wireless e-Reader
/ \$99

2011 Best Selling Smartphone in US / 미국 소비자 베스트 리뷰 스마트폰



Apple iPhone 4S /
AT&T, Verizon / \$200



Samsung Infuse 4G Android
AT&T / \$200



HTC Evo 4G Android Sprint
/ \$100



Samsung Galaxy S 4G /
Android, T-Mobile / \$200



Samsung Galaxy S II
Unlocked / \$675

배경 이슈 INFLUENCES

- Easy information access / 온라인으로 가격 및 품질 정보 획득
- Daily hot Deal / 다양한 상품을 크게 할인된 가격에 살 수 있는 혜택을 즐김
- High Oil Prices / 온라인 쇼핑을 통해 자동차 사용량을 줄여 휘발유 값 지출을 줄이고자 함

등장 이슈

- 온라인 소비의 급속한 증가 / Rapid Growth of E-commerce Spending



미국 온라인 쇼핑 지속적 성장세

COMSCORE에 따르면 2011년 4분기 미국 전체 온라인 쇼핑 규모는 \$49.7 billion에 달했으며, 이는 작년 동기 대비 약 14% 증가한 것으로 오프라인 매출 증가율이 5%에 그친 것에 비해 높은 상승세를 보이고 있음. 특히 연 소득 5만 달러 이하 저소득층의 온라인 소비가 크게 늘어 전년 동기대비 22% 증가함. 초기 온라인 쇼핑은 2030세대 젊은 소비자를 중심으로 빠르게 성장해왔으나, 최근 40세 이상 소비자층이 온라인 쇼핑에 빠르게 진입함으로써 그 규모가 더욱 빠르게 증가하고 있음.

50세 이상 온라인 쇼핑의 빠른 증가

건강 및 미용관련 제품의 온라인 구매 52%가 50-54세 영 베이비부머 소비층에 의해 이루어지며, 45-49세의 구매자는 식품과 음료제품 구매의 29%를 차지함. 2011년 소비재 상품을 온라인에서 구입한 가장 큰 그룹은 50-54세 층이었고, 56-66세 올드 베이비부머들도 다른 나이 대 소비층과 맞먹는 소비수준을 보이고 있으며, 2011년부터 급 상승하고 있음. 40세 이상 소비자의 온라인 쇼핑 증가 원인은 쇼핑 자체의 간편성과 리뷰 등 제품에 대한 다양한 정보 취득에 있음.

2014 미국 온라인 소매시장 규모 : \$248.7 BILLION / US ONLINE B2C 거래규모

Data source: 2012.marketer.com



품목별 온라인 매출 증가율

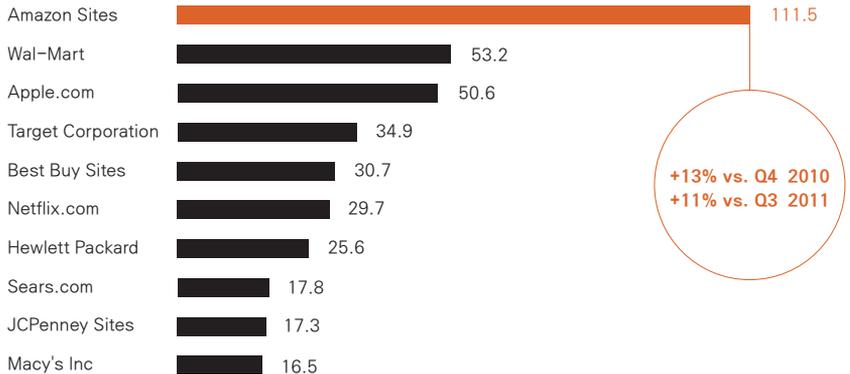
2011년 1/4분기 대비 3/4 분기 품목별 매출을 분석해 보면, 디지털 콘텐츠, 이벤트 티켓 구매, 비디오게임 등은 모바일 영향으로 5~9% 정도 증가했고, 액세서리와 시계를 포함한 패션품목, 스포츠, 휘트니스 용품, 컴퓨터 등 전자제품이 15% 이상 성장세를 보임. 가구 및 홈 가전 등이 그 뒤를 이어 10% 대의 증가세를 나타냄.

Product Category	3분기 대비 4분기 증가율
Digital Content and Subscriptions	— Moderate
Jewelry & Watches	△ Very Strong
Consumer Electronics (x PC Peripherals)	△ Very Strong
Sport & Fitness	△ Very Strong
Computers / Peripherals / PDAs	△ Very Strong
Apparel & Accessories	△ Very Strong
Event Tickets	▽ Weak
Flowers, Greetings & Misc. Gifts	△ Strong
Books & Magazines	— Moderate
Video Games, Consoles & Accessories	▽ Weak
Furniture, Appliances & Equipment	△ Strong
Consumer Packaged Goods	— Moderate
Office Supplies	— Moderate
Home & Garden	— Moderate

Amazon.com의 급속한 성장

2011년 4분기 기준, 월평균 순방문자수가 가장 많은 인터넷 쇼핑몰은 아마존으로 2010년 4분기와 비교해 31% 증가했으며, 애플 온라인샵이 월마트와 비슷한 수준의 방문자 수를 보임. 온라인 판매업체 상위 5%의 매출액이 전체 온라인 시장 매출의 67.5%를 차지하는 등 중하위권 업체와 상당한 차이를 보임. 아마존은 킨들파이어를 출시하면서 인기가 더욱 높아졌으며, 필요한 모든 품목에 대한 원스톱 쇼핑의 편의성을 제공하고, 쇼핑을 더 쉽고 더 빠르게 할 수 있는 사용자경험(UX)의 제공, 고객의 개인취향과 성향에 맞는 개인화 마케팅이 주요 성공요인으로 작용함.

미국 온라인 판매업체별 월평균 방문자수 2011



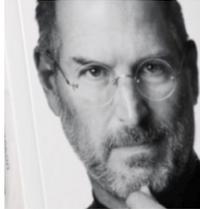
Music & Books



Mp3
레이디 가가
〈Born This Way〉



CD
Adele 〈21〉



Book
〈Steve Jobs〉 자서전



Kindle e-book
Kathryn Stockett
〈The Help〉

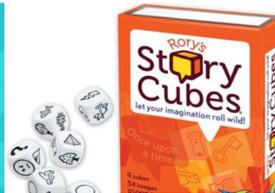
Games



Video Game
Call of Duty: Modern Warfare 3



Mobile Game
Angry Birds Rio (Ad-Free)



Toys

Movies & Videos



DVDs
Harry Potter &
the Deathly Hallows Part 1



Instant Video
Kathryn Stockett 〈The Help〉



Sports & Outdoors
Zumba 휘트니스 바디
토탈관리 DVD



디자이너 실버하트 팔지
Designer Inspired Silver
Heart Charm Toggle Bracelet



스포츠 전자시계
Sports Digital Watch Timex
T5J151 1440



리바이스 남성청바지
Levi's Men's 501 Jean

글로벌 소비자
보고서. 1

핵심소비시장

미국
사회·경제적
변화와
소비트렌드
2012



클락슈즈
Crocs Classic Clog



삼성 갤럭시 S II
Verizon Wireless



남성용 면도기
Philips 7310 Norelco



**Olay Pro-X Advanced
Cleansing System**



핸드블렌더
Cuisinart Smart Stick 200
Watt Immersion



LED 랜턴
Rayovac Sportsman Xtreme
300-Lumen

2012년 3월 28일 페이스북 팬페이지 가입자수는 2010년 10월 28일과 비교해 4천만명이 넘게 늘어남. 25~35세대에서 주로 브랜드와의 커뮤니케이션을 위해 적극적인 SNS 팬페이지 참여가 이루어지고 있음. 기본적으로 공유와 교류 성격을 지닌 디지털콘텐츠 분야는 꾸준히 상위권을 차지하고 있으며 이외에 게임, 미디어 등 엔터테인먼트 분야의 인기가 상승하고 있어 소비자의 '재미'에 대한 관심을 반증하는 것이라 볼 수 있음. 특히 미디어 분야인 MTV와 Disney, 비디오게임기 브랜드(Playstation, Xbox)의 순위권이 상승했는데 이는 엔터테인먼트 분야에 대한 소비자의 관심 및 수요 증가와 연관이 있는 것으로 분석됨.

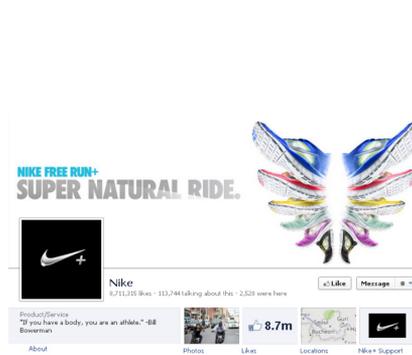
2012년 3월 기준 페이스북 팬페이지 상위 20위권은 디지털 콘텐츠(Facebook, Youtube, Live Messenger, iTunes), 미디어(Disney, MTV), 음료(Starbucks, Red Bull, Monster Energy), 스낵류(Oreo, Macdonald, Ferrero Rocher, Nutella, Skittles, Pringles), 패션(Converse, Converse All Stars, Victoria Secret), 엔터테인먼트(Playstation, Xbox)로 나타남. 식품류는 Mcdonalds, Ferrero Rocher, Pringles의 순위는 상승한 반면 다른 스낵류 (Starburst, Oreo, Skittles, Nutella)와 음료브랜드(Coca Cola, Dr.Pepper, Starbucks)의 순위가 2010년 10월에 비해 떨어짐. 한편 에너지음료(Red Bull, Monster Energy)는 순위가 상승했는데, 이는 최근 장기적 경기침체를 겪으면서 에너지가 필요함을 느끼는 니즈와 웰시 (Wellthy) 트렌드에 영향을 받은 것으로 보임.

패션 분야에서는 20~30대 여성 타겟 브랜드(Zara, Victoria's Secret, Victoria's Secret Pink)가 상위권 밖으로 밀려나고 캐주얼 패션브랜드(Converse, Converse All Stars)의 순위가 상승하였음.

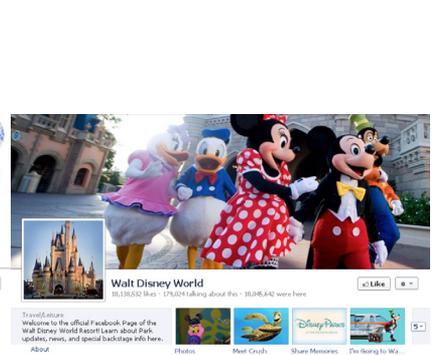
페이스북 팬페이지 상위 20개 브랜드

현재 순위	Brand	한 달 전 순위	순위 변화	한 달 전 팬의 수	현재 팬의 수	증가율
2012.03 기준		2012.02.29		2012.02.29	2012.03.28	
01	Facebook	1	0	63,020,594	64,544,641	2%
02	YouTube	2	0	54,042,335	55,876,445	3%
03	Disney	4	1	33,459,545	34,793,501	4%
04	MTV	5	1	32,333,102	32,983,202	2%
05	Starbucks	6	1	28,709,726	29,459,579	3%
06	Redbull	7	1	27,101,861	27,636,517	2%
07	Oreo	8	1	25,153,576	25,590,292	2%
08	Converse	9	1	23,374,534	24,015,249	3%
09	Converse All Stars	10	1	22,888,851	23,361,713	2%
10	Playstation	12	2	20,774,895	22,135,038	7%

2012 가장 빠르게 성장한 브랜드 팬페이지



Nike

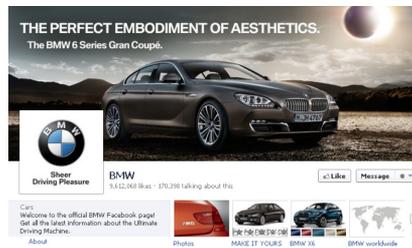


Walt Disney World

글로벌 소비자
보고서. 1

핵심소비시장

미국
사회·경제적
변화와
소비트렌드
2012



BMW



Sprite



Nike Football

2012 미국 라이프스타일 트렌드

Multigenerational Housing, Multi-family Unit / 다세대 패밀리 주택 증가

경기침체로 많은 젊은이들이 실업상태에 놓였고, 대가족 문화를 가진 히스패닉 및 아시아계의 인구 증가로 부모와 함께 거주하는 다세대 문화가 보편화 됨에 따라 멀티패밀리 하우스가 빠른 속도로 늘어나고 있음.(2011년 조사에 따르면 미국 전체 인구 19%가 다세대주택에 거주)



아시아인과 히스패닉, 흑인 가정의 다세대 거주 비율이 백인 가정에 비해 2배 이상

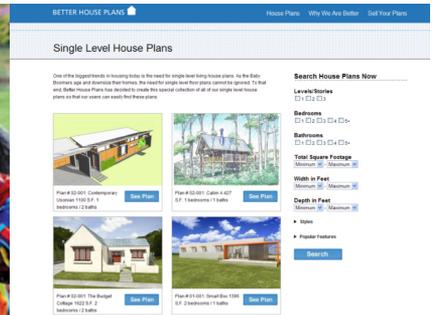
다세대 주택 디자인 시 가장 고려해야 할 사항은 시어머니 혹은 장모 등 부모세대와 상호 독립적이면서 필요 시 교류할 수 있는 공간 설계임. 경제적 이익을 위해 다세대 하우스(아파트식 콘도)를 선호하는 만큼, 에너지절약과 주택 관리의 효율성도 디자인 시 중요한 요소임.



글로벌 소비자
보고서, 1

핵심소비시장

미국
사회·경제적
변화와
소비트렌드
2012



2011년 Builder House Plans에서 가장 많이 판매된 건물도면의 70%는 1층 구조의 디자인임. 단층 주택 인기가 상승함에 따라 이에 적합한 부엌 공간 디자인과 빌트인 가전, 하우스 아웃도어 가전 시장이 증가될 것으로 전망됨.

단층 주택은 냉난방 에너지 절감 등 전체적인 주택관리비용 절감 효과가 크고, 계단이 불편한 시니어와 아이들을 위한 안전성이 확보되며, 부모가 10대 아이들의 사생활을 보장하면서도 케어할 수가 있어서 베이비부머층 뿐만 아니라 10대 자녀를 둔 가족들 사이에서 인기가 상승하고 있음. 특히 10대 아이들과의 적절한 공간을 두고자 하는 부모를 대상으로 가장 큰 방을 1층에 설계한 디자인이 인기를 끌.

Living Smaller / 주택의 규모는 줄이고 삶의 질을 높인다

배경 이슈 INFLUENCES

- 지속적인 경기 불황
- 에너지 소비 절약 확산 / 환경보호 운동 증가
- 베이비부머 1인 가구와 싱글맘 증가

등장 이슈

- 주택에 비해 공간이 매우 협소한 원룸이나 원베드룸 등 아파트 혹은 미니콘도 등에 적합한 인테리어와 제품에 대한 니즈 증가



Urban Land Institute에 따르면 베이비부머와 그들의 아이세대는 미국 인구 전체의 절반을 차지하며 이들은 향후 주택 시장의 방향을 결정할 것임. Harvard Joint Center의 주택 연구예측에 따르면, 베이비부머 세대가 이혼, 사별 등으로 배우자를 잃고 아이들이 독립하면서 홀로 사는 가구가 큰 비율을 차지할 것으로 예상됨. 따라서 베이비부머와 그들의 자녀들은 뉴욕, 샌프란시스코 등 부동산 가격이 높은 도시 외의 외곽지역에서도, 작은 규모의 주택에 대한 니즈가 높아질 것으로 전망됨.

소규모 주택은 건축자재를 덜 쓰고 에너지를 절약하려는 환경보호 운동과 맞물림. 또한 젊은 소비자 경우 작은 공간 (원룸, 원베드룸)을 잘 활용하는 노하우와, 인테리어 스타일로 자신을 표현하는 니즈가 높아짐에 따라 가구, 휴가전, 주방 기구 등 작은 거실과 부엌에 적합한 제품에 대한 수요가 높아질 전망이다.

2012 Cool Small Kitchen Space Keyword

일반인이 직접 자신의 공간을 찍어서 블로그에 올린 키친 이미지 중 투표를 통해 선정된 베스트 키친 스타일. 원룸의 경우 잠자는 공간과 리빙룸 공간을 책장 등의 가구로 분리하고 있으며, 키친의 경우도 자신의 개성을 뽐낼 수 있는 컬러와 데코레이션으로 장식함. 전체 인테리어 스타일도 벽돌, 우드, 페인팅 등 다양한 소재의 믹스앤매치가 주류 트렌드임.

Vintage Modern.
Cozy.
Pop Modern.
Cool Modern.
Casual.

빈티지 모던
안락하고 따뜻한
팝 모던
쿨 모던
캐주얼



글로벌 소비자
보고서. 1

핵심소비시장

미국
사회·경제적
변화와
소비트렌드
2012





튀김기구

Presto Dual-Basket Pro Fry

가정에서의 튀김기계 이용은 위험할 수도 있는데 반해, 자동으로 온도조절을 해 주는 기능이 있어 안전하게 사용이 가능함. 만약 이용자가 갑자기 많은 양의 기름을 넣었다면, 자동으로 온도를 조절하여 기름이 심하게 튀지 않게 조절해 주고, 이용자가 직접 온도를 조절할 수도 있음. 또한 이 제품은 예열 시간도 짧고 청소하기도 간편함.



스탠드 믹서기

KitchenAid Classic

stainless steel bowl과 세트인 이 믹서기는 간단한 밀가루 반죽부터 휘핑크림 제작까지 다양한 곳에 사용이 가능함. 스피드 또한 10 레벨로 나누어져 있어 선택이 가능함.



핸드 블랜더

The Cuisinart Smart Stick

휘핑크림 만들기, 채소 자르기(chopping), 그리고 여러 재료를 첨가한 스프를 적절하게 섞는 일까지, 날만 바꿔 끼우면 모두 이 제품 하나로 할 수 있다는 점이 큰 장점. 또한 사용자가 잡기 쉽고 버튼을 쉽게 누를 수 있도록 디자인 되어 있음. 미국 식생활에서 없어서는 안될 필수 주방 가전.



보온겸용 밥솥

최근 아시아계 미국인 인구가 증가하면서 식생활 문화도 밀가루 빵 위주에서 밥으로 변화가 시도되고 있으며, 웰빙 트렌드로 인해 곡식에 대한 관심이 증가하면서 밥솥 수요가 증가함. "Zojirushi Neuro Fuzzy": 일본 제품으로 이미 지은 밥을 다시 데워주는 보온 기능 까지 있어, 매일 쌀을 먹지 않는 미국인들에게도 유용한 가전제품. 쌀과 물을 어느 정도 넣어야 하는 지에 대한 설명서도 패키지에 들어있어 편리함.



오븐 Convection Toaster Oven

이 오븐은 조리하는 메뉴에 따라 히팅 시스템을 조절할 수 있어 더욱더 완벽에 가까운 요리를 할 수 있게 만들어 줌. 9가지의 메뉴가 이미 저장되어 있으며, 3가지 메뉴를 선택할 수 있음. LCD 화면과 간단한 버튼들은 어느 연령 때의 이용자로 쉽게 이용할 수 있게 디자인 됨.

Green House for Money Saving / 그린 라이프, Net-Zero 운동

배경 이슈 INFLUENCES

- 지속적인 경기 불황
- 에너지 소비 절약 확산 / 환경보호 운동 증가
- 정부차원의 그린생활 홍보 및그린 정책 지원

등장 이슈

- 그린생활을 통해 가구의 경제지출을 줄일 수 있는 방법에 대한 관심증가

글로벌 소비자
보고서. 1

핵심소비시장

미국
사회·경제적
변화와
소비트렌드
2012



그린라이프를 위한 Net-Zero Movement

현재 미국에서는 집의 규모를 줄이고 에너지 효율성을 강조한 Net-Zero 운동(에너지 낭비 Zero)이 정부의 그린 정책에 힘입어 점차 확산되고 있으며, 그린 하우스는 에너지 절약을 통해 경제적 지출을 줄일 수 있어 이런 모두로 설계된 다양한 형태의 주택과 아파트, 콘도 건축이 인기를 얻고 있음.

2012 그린라이프를 위한 필수 제품



디지털 자동 난방온도계
 적정 온도수준 유지가 자동으로
 가능해 불필요한 에너지 낭비가
 없어, 최근 주택과 하우스링
 주요 아이템으로 수요 증가



절수 샤워기
 물 사용량을 현저히 줄여주는
 샤워기



LED 전구와 조명
 기존에 많이 쓰이던 할로겐과
 형광등 대체 조명으로,
 오래 쓰고 전기료가 절약되는
 가정용 LED 전구와
 조명 수요가 증가 추세

2012 The Best LED Products / 작년 한해 동안 가장 좋은 소비자 리뷰를 받은 인기 상품



Coleman 3AA High-Tech LED 미니 랜턴
 책을 볼 때 사용하던 백열전등 대신 작은 랜턴을 사용. 아마존에서 판매 중. \$19.88



Adesso LED 스탠드
 아마존 베스트리뷰 상품.
 슬림하고 모던한 디자인이
 돋보이는 탁상용 LED 램프.
 옛지 있는 red컬러가
 스타일리쉬한 젊은층에 어필함.
 \$164.95



The Softech DL-90 Multi-Function
 탁상용 LED 스탠드.
 아마존 베스트 리뷰상품.
 튼튼해 보이면서도 조명 각도
 조정이 자유로워
 편의성을 더해줌. \$149.99

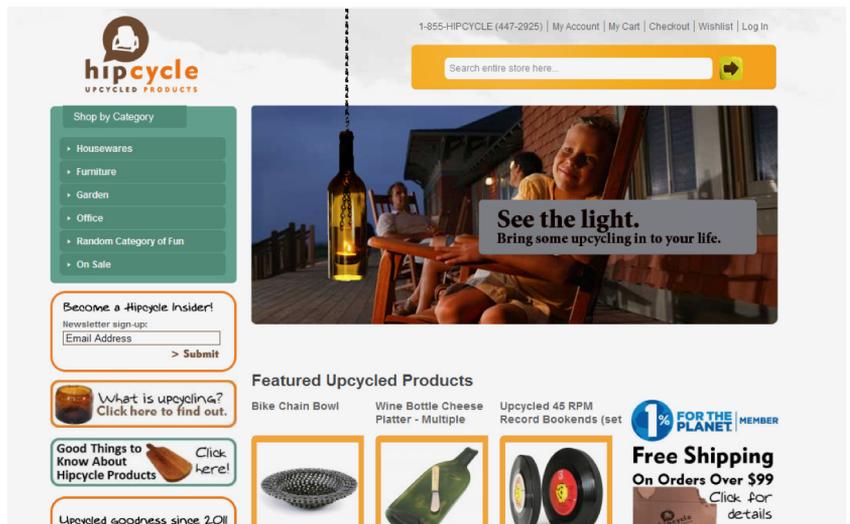


Cygolite Expilion 250 USB Li-Ion One-Piece design
 그린시티 운동과 아웃도어
 스포츠의 상승세로 자전거
 수요가 증가함에 따라 자전거
 핸들에 부착 가능한
 LED 라이트의 인기 증가.
 아마존 판매 중. \$89.95

Green Living, Up Cycling / 에코 그린 디자인, 업사이클링

업사이클(UPCYCLE)이란 사용 후 버려진 소재나 제품을 새롭고 더 나은 퀄리티의 소재와 제품으로 변화시킴으로써 사회적, 환경적으로 더 나은 가치를 창조하는 것을 말함. 최근 미국 내에서는 패키지나 소재 등의 단순 재활용(RECYCLE)이 아닌 “Better Product”를 만들어내는 캠페인이 확산되고 있으며, 이러한 업사이클 제품이 기성 소비재 시장에 본격 진입하게 됨.

업사이클 제품을 DIY로 직접 제작하고자 하는 사람들을 위한 온라인 커뮤니티와 블로그들이 많이 등장하고 있으며, 작년 10월 업사이클링된 제품을 판매하는 새로운 e-커머스 사이트가 등장하였음. 이들 사이트는 기존 제품에 비해 가격과 내구성 면에서 경쟁력이 높고 디자인과 기능이 매력적으로 업그레이드된 제품을 판매하고 있어 빈티지 스타일을 추구하고 환경을 생각하는 소비자 그룹에 어필하고 있음.



hipcycle.com

미국 국내 최초 업사이클 제품 판매 사이트(2011년 10월 론칭). 하우스웨어(키친, 욕실 용품 및 인테리어 소품 등), 가구, 가든, 오피스용품, fun 제품 등이 \$10 달러 미만부터 \$500 달러 이상까지 다양한 가격대로 판매되고 있음. 사이트 제품 카테고리도 사용자를 고려하여, 가격별, 컬러별, 소재별, 사용 공간별로 구분하여 제공하고 있어 편의성을 높였음.



와인병으로 만든 촛불 조명 Hipcyle.com \$25



인테리어 테이블 Hipcyle.com \$399



리사이클된 옷과 천으로 만든 토트백

Green Living, Re Cycling / 기업의 그린 마케팅 확산



The Navy 111
Chair furniture designer EMECO
111개의 리사이클된 플라스틱 코카콜라 병과
캔으로 만들어진 의자.
1944년 Navy Chair를 재해석한 것.



Plant Bottle
올해 초 코카콜라는 사탕수수과 당밀로 만든
“Plant Bottle” 이라는 새로운 리사이클 용기를
선보임. 웰빙트렌드가 확산되는 시점에서
탄산음료를 판매하는 기업에게는 그린 마케팅이
필수 생존전략임.



Lacoste
TOM DIXON 이 디자인한 테크노 Polo 셔츠의
에코 포장 디자인. 잉크로 인한 오염을 제거하기
위해 텍스트를 프린트 하는 대신 엠보싱으로
처리하였음.



Dell Computer
기존 스티로폼 대신 버섯성분으로 만든 포장재료.

WILLIAMS-SONOMA BASKET CHECKOUT

Registry | Recipes | Gifts | Wine Special Offers New Mother's Day Sale Search by Keyword, Item # or Recipe

Cookware | Cooks' Tools | Cutlery | Electrics | Bakeware | Food | Tabletop & Bar | Homekeeping | Outdoor | Williams Sonoma Home **agrarian**

Newly Reduced Shipping Rates
now 50% lower every day

Some items in this category are not eligible for international shipping. [Learn more](#)
If you are in Canada, visit our stores or call 1-855-860-1081. If you need assistance, please view our [contact information](#)

agrarian

THIS SEASON
Top 10 Agrarian Gifts
Personalized Garden Tools

SHOP BY CATEGORY
Plants
Seeds
Garden Tools
Garden Supplies
Raised Beds & Planters

RAISED BEDS & PLANTERS GARDEN TOOLS SEEDS PLANTS DIY & HOMEMADE KITS



Coax Food from Seed to Table

최근 수년간 전세계적으로 그린웰빙 라이프에 대한 가치가 확산되면서, 미국 내에서도 신선한 재료를 구입해서 직접 요리를 하는 것 뿐 아니라 식재료 자체를 직접 생산하고자 하는 'From seed to Table' 트렌드가 프리미엄 소비자층까지 확대되고 있음. 주방용품, 가구, 섬유제품(식탁보 등)과 더불어 각종 가정용품을 판매하는 고급 주방용품 기업인 Williams-SONOMA는 최근 직접 재배농사를 짓고자 하는 소비자들이 증가함에 따라, 프리미엄 층을 타겟으로 고급 유기농 텃밭, 양봉 등 275가지 DIY Farm 상품을 출시했음. 홈쿠킹 외에도 식품에 직접 관여하고자 하는 소비자를 위해 DIY 치즈 제조세트와 과일 나무, 유기농 허브 등의 식물 모종을 집까지 배달 해주는 서비스를 제공함.



Chicken Coop

콜레스테롤과 조류독감 등에 대한 우려 때문에 도시에서 옥수수 사료를 먹이지 않은 무항생제 닭을 키울 수 있도록 고안된 양계 케이지. 다양한 도시형 이동식 양계장이 시장에 선보이고 있으며, 버리는 자동차나 옷장 등을 재활용하여 DIY로 직접 제작해서 키우기도 함.

DIY Returns / 스스로 만들어 내는 기쁨

배경 이슈 INFLUENCES

- Cutting Back on Spending / 지속되는 경기침체로 지출을 줄이고자 하는 소비자
- Accessibility to DIY Information / 스스로 할 수 있는 뷰티, 요리, 패션, 인테리어에 대한 정보를 인터넷, 모바일 App등을 통해 공유
- Self Management & Personalization / 자신이 원하는 방식을 추구. 스스로 제어 및 관리하고자 하는 욕구 충족

등장 이슈

- Doing and Managing by Oneself / 스스로 만들거나 관리하는 제품 및 서비스 선호

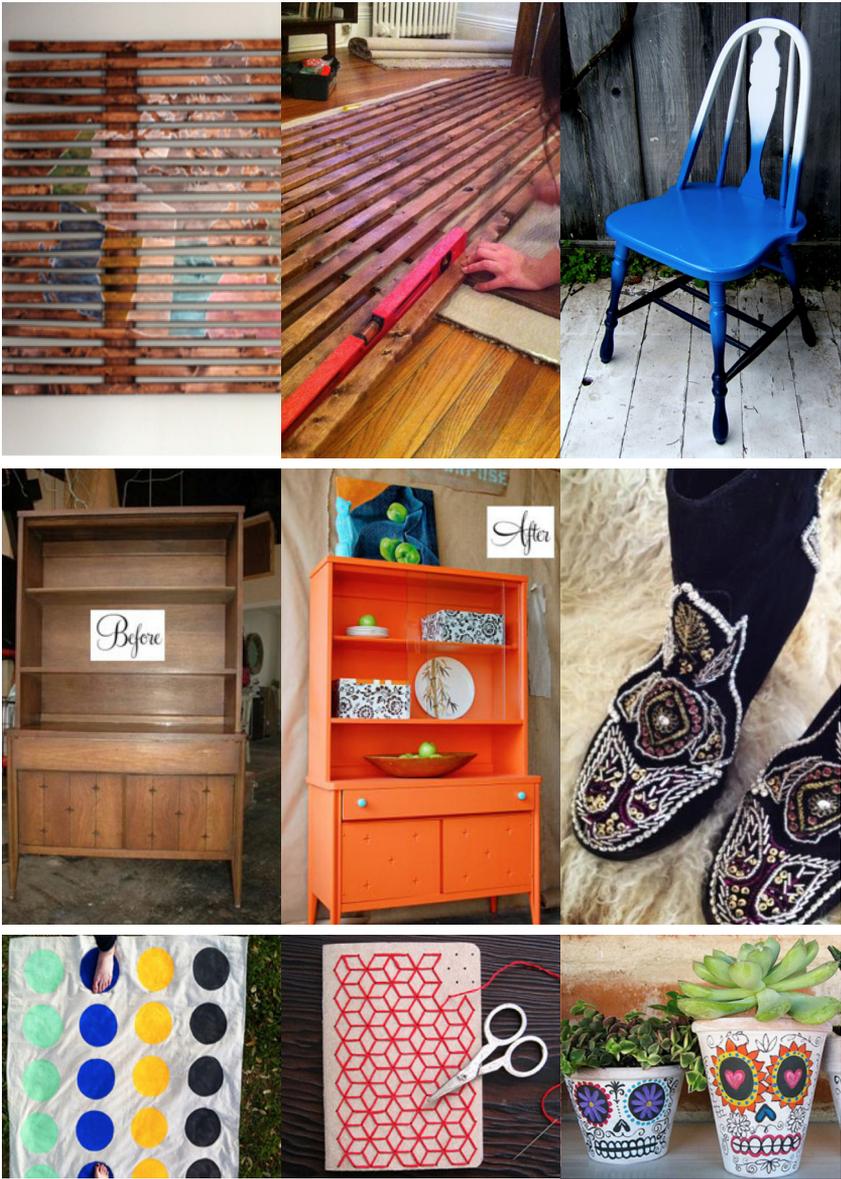
계속되는 미국 경기후퇴로 소비자가 지출을 줄이고자 하고 있으며, 인터넷을 통해 손쉽게 뷰티, 요리, 패션, 인테리어 등에 대한 정보를 공유하고 있음. 헬스클럽에서 회원권을 구매해 운동하기 보다 야외에서 운동을 하고, 미용실에 돈을 지불하는 대신 집에서 스스로를 가꾸는 등 소비자들은 스스로 만들거나 관리하기를 원하고 있음.

주택개조 계획이 있는 소비자의 대부분이 DIY를 계획. 이와 같은 성향은 2011년에 비해 2012년에 증가하였고, 전문가를 고용하겠다는 대답은 줄어들음. DIY 트렌드가 부유층에서 특히 크게 나타났다는 것이 주목할 만함. (조사는 온라인상에서 무작위로 추첨된 18세 이상의 소비자 1,500명을 대상으로 한 인터뷰에 근거함. 부유층은 최소 가구소득이 연간 10만 달러 이상인 가구로 정의함).



DIY Network

페인팅부터 집안 수리 및 리모델링, 데커레이션, 홈가드닝 등 모든 것을 DIY로 하는 데 필요한 정보를 제공하는 노하우 공유 사이트. 온라인으로 House DIY 재료와 장비 판매.



DIY Furniture / Fashion / Life goods

DIY Beauty

경기침체로 인해 헬스클럽 과 헤어살롱을 가는 대신 스스로 집에서 자기 관리를 하는 “DIY Beauty”가 유행함. “Back to basics:” JP Morgan’s Chase Card에서 18세 이상 고객 1,202명을 대상으로 실시한 온라인 설문 중 46%의 응답자는 헬스클럽대신 집이나 밖에서 운동을 하고, 59%는 스파나 살롱에 가는 대신 스스로 beauty 관리를 하겠다고 답함.



DIY 네일 케어를 하고 블로그에 자신의 스타일을 공유하고 자랑하는 것을 즐김.

뷰티 전문 블로그 'Click Latina'



인터넷의 스타일 블로그, 매거진에 DIY 액세서리 만드는 방법이 필수 콘텐츠로 소개되고 있음.

네일샵을 가는 것은 도시 거주자의 경우 일상 중 매우 중요한 뷰티 케어 중의 하나였으나, 최근 DIY 매니큐어 키트를 구입해 집에서 직접 케어 하는 소비자가 증가함.

지속된 불경기의 영향으로 국민 보건비 지출이 2010년 단 3.9% 증가 수준에 그쳤으며 대신 베이비부머 층 중심으로 혈압, 당뇨 등에 대한 홈케어와 셀프 체크관리에 대한 관심이 증가하고 있음.

DIY는 헬스케어, 웰빙 트렌드와 맞물려 나타남. 소비자들이 스스로 건강을 확인하고 관리하고자 하는 욕구가 커짐에 따라 현재 Apple의 앱스토어는 9,000 여개의 모바일 건강관련 앱을 제공하고 있으며, 2012년 중반까지 13,000개에 이를 것으로 예상됨.



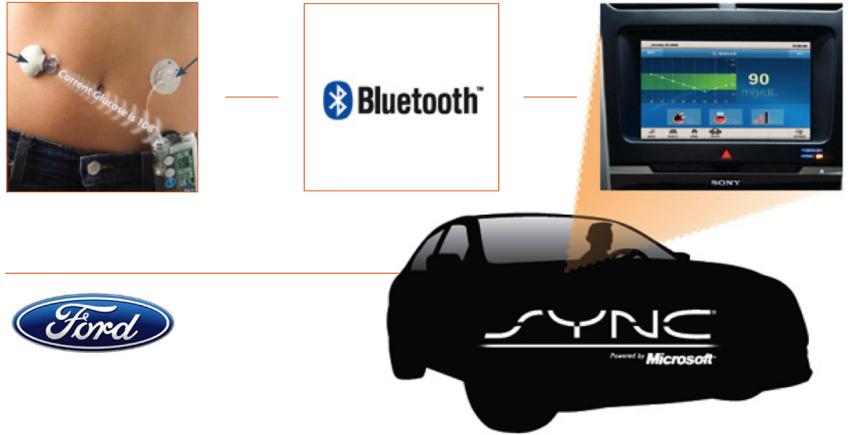
Web MD

자가 증세 체크 기능, 건강의로 Q&A, 응급처치 요령, 약 올바르게 먹는 방법, 약의 장단점 등을 제공.



LiveNurse App

LiveNurse App은 사용자가 등록된 간호사로부터 상담을 받을 수 있도록 하는 홈케어 유료 서비스 앱스. (9개월 \$3.99) 인터넷으로 정보를 찾는 것만으로 부족한 이들을 위한 것으로 국가보건당국과 질병관리본부로부터 정보를 제공받는 A.D.A.M 의학백과사전에 접속할 수도 있음.



글로벌 소비자
보고서. 1

핵심소비시장

미국
사회·경제적
변화와
소비트렌드
2012

Ford사 차량 내 건강 체크 어플 / In-Car Health Management

2011년 10월 미국의 자동차 회사 Ford는 차량 내에서 건강 상태를 확인할 수 있는 3가지 어플을 출시했음. 운전자는 Ford의 SYNC Applink 소프트웨어를 사용하여 운행 중에도 당뇨병, 천식, 꽃가루 알레르기와 같은 만성 질환에 대한 상태를 확인할 수 있으며, 환자의 상태가 일정 정도를 넘어갈 경우 실시간으로 경고를 해 줌.



MobiUS SP1
smartphone ultrasound system
손바닥만한 크기로, 화상진단이 가능한 모바일 초음파 탐색 시스템. 휴대폰 네트워크, Wi-Fi를 통해 검사한 시각자료 전송이 가능함.



BlueHR
블루투스를 이용해 아이폰4s와 연결할 수 있는 맥박수 감지 장치. BlueHR을 흉부에 감으면 아이폰4s를 통해 심장 박동수, 소비되는 칼로리 등을 체크할 수 있음.

Polarization of Consumption / 소비 양극화

배경 이슈 INFLUENCES

- Continuing Recession / 지속되는 불경기로 소비자 지출 감소 노력 확산
- High income consumer's return / 고소득층의 웰빙 프리미엄 소비로의 회귀
- Disappearance of the aspirational middle class consumer / 고가 상품 구매력을 회복하지 못한 중산층의 붕괴

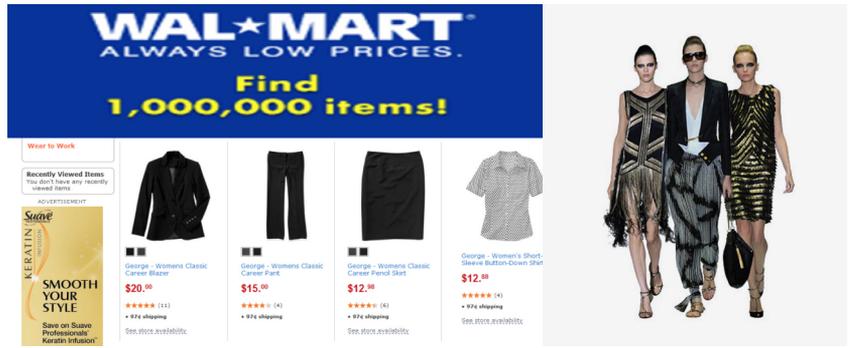
등장 이슈

- 고급 제품 소비와 저가 제품 소비로 양분화된 소비시장

저소득층과 중산층이 2008년부터 시작된 경기불황의 영향을 지속적으로 받는 가운데, 구매력을 다소 회복한 고소득층이 고급제품을 중심으로 소비를 늘리고 있으며, 가치중심 소비(Value centered consumption) 경향이 보임. 경제력을 회복하지 못한 중산층의 구매력이 하락하는 가운데, 저소득층은 품질이 보장된 저가 제품에 대한 소비가 늘고 있음.

고소득층의 소비가 불황 전으로 회복될 움직임이 보이면서 고급제품의 판매가 크게 늘고 있으며, 각 회사들은 고소득 소비자의 눈높이에 맞추어 프리미엄 라인의 제품과 서비스를 출시하고 있음. 한편 중산층을 타겟으로 하는 GAP, JC Penny의 경우 최근 중산층의 구매력 저하로 매출이 크게 감소함에 따라 가격을 낮추면서 브랜드 이미지를 손상하지 않는 퀄리티의 제품을 출시하고 있음.

소비 양극화는 패션, 뷰티 등에 대한 고가 소비가 집중되고 식음료 등에 대한 소비지출을 최저치로 축소하는 현상으로 나타남. 저소득층을 대상으로 한 저가 전략으로 대형유통업체 월마트의 판매가 작년 한해 동안 크게 증가한 반면, Saks Fifth 같은 고급 백화점 역시 2011년 역대 기록적 수익을 올림. 기존 럭셔리 브랜드의 가방, 구두, 지갑, 주얼리 등의 매출이 상승한 동시에 최저가를 찾는 소비 역시 증가 추세임.



Walmart.com

12-15분 가격대의 저렴한 의류 등 증거가 제품 소싱으로 2011년 온라인 쇼핑매출 2위 업체로 성장.

Better Price with Quality / 부담 없는 가격과 보장된 퀄리티

가격이 싸다고 해서 무조건 낮은 퀄리티를 인정하지는 않는 소비자. 적당한 가격과 보장된 퀄리티를 찾음.

글로벌 소비자
보고서. 1

핵심소비시장

미국
사회·경제적
변화와
소비트렌드
2012



온라인 주얼리 판매 전문업체인 JewelOcean.com은 증거가의 웨딩주얼리에 대한 소비자 요구가 높아짐에 따라 저렴한 웨딩 링 라인을 선보임.



P&G는 지출을 줄이면서도 일정 품질을 보장받기 원하는 저소득층 소비자를 타겟으로 38년 만에 처음으로, 저가 저용량의 주방용 세제 'Gain' 출시. 높은 매출성고를 얻음.

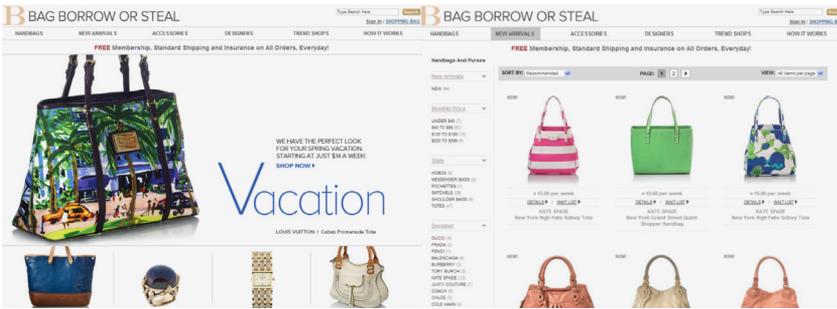
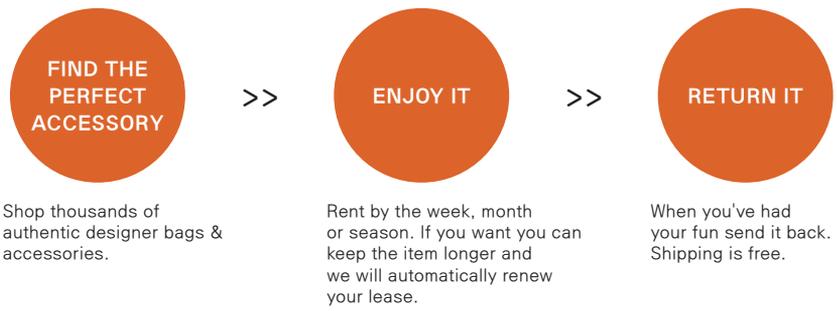


D&G 캐주얼 리더 슈즈

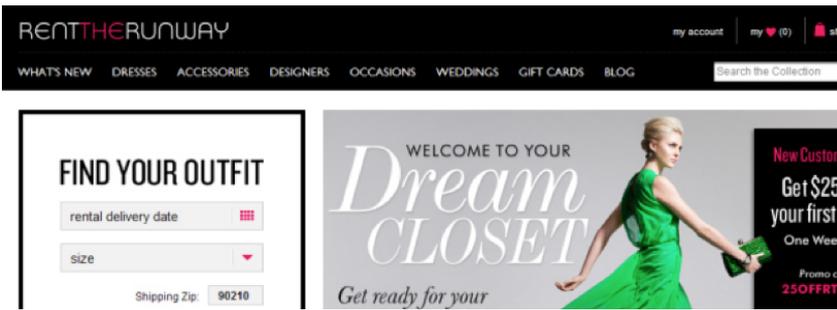


\$25의 초저가 믹서, 아마존에서 판매중

Raising of Rental Culture / 렌탈로 더 싸게, 다양하게, 많이 누리다



bagborroworsteal.com
 핸드백, 액세서리, 디자이너 브랜드 신상 등 다양한 패션 용품에 대한 렌탈 서비스를 해주는 사이트.



renttherunway.com
 평균 일주일에 200불 정도 가격으로 런웨이 디자이너들의 신상품을 렌탈해주는 온라인 서비스.

플래시 세일 사이트(기본적으로 정해진 짧은 시간 동안 70~80% 대폭 할인된 가격으로 판매하는 형식과 소셜쇼핑 방식을 결합한 판매)의 등장은 온라인 소비시장 증대에 큰 영향을 미쳤으며 특히 프리미엄 패션 소비 확대에 견인차 역할을 하였음. 미국의 대표적인 플래시 세일 사이트에는 HauteLook, Zulily, Gilt.com, ideeli.com, Rue LaLa, MyHabit.com 등이 있으며 2007년 Gilt.com이 처음 등장한 이후 2011년 9월 방문자 수는 2010년 동월 대비 68% 증가할 만큼 빠른 성장을 계속하고 있음.

1829 밀레니얼스와 X세대, 최근 베이비부머에 이르기까지 플래시 세일 사이트의 인기는 지속되고 있으며 오프라인에서 정가를 주고 상품을 사는 것에 대해 비싸게 주고 산다는 인식이 강해져 중산층부터 프리미엄 타겟에 이르기까지 폭넓은 플래시 사이트 매니아층이 형성되어 있음. 또한 플래시세일 사이트에서는 e-gift card로 친구나 가족, 동료의 생일, 기념일 등에 선물할 수 있는 서비스를 제공하고 있음.

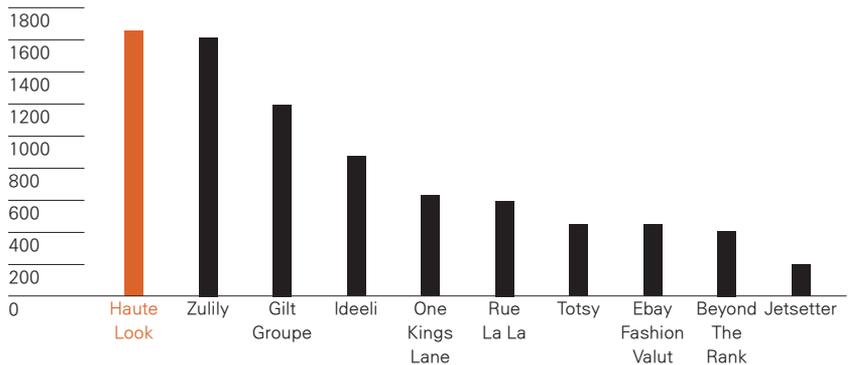
글로벌 소비자
보고서. 1

핵심소비시장

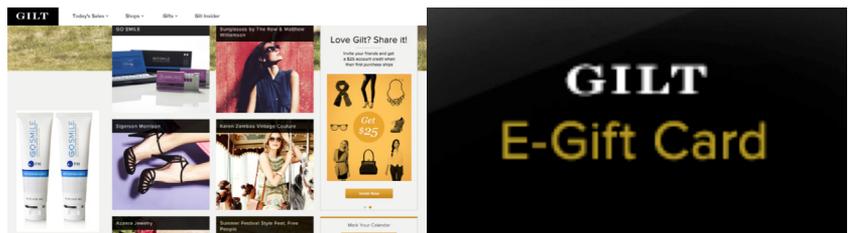
미국
사회·경제적
변화와
소비트렌드
2012

Flash Sale Site Traffic

Total Unique Visitors(thousands)



Source: ComScore, 2011.12



Gilt.com

패션, 액세서리, 뷰티 제품 중심으로 70~80% 파격세일가를 제공. 2011년 \$500 million 수익을 올린 Gilt 그룹은 올해부터 정가 브랜드 시장으로 사업확장을 시도하고 있음.

온라인 알뜰 소비 / 더 싸게, 더 많이 Daily-Deal



더 싸게, 더 많이 Daily Deal 사이트 인기 지속

계속되는 불경기과 더불어 이미 파격적 세일에 익숙해진 소비자에게 오프라인에서의 “정가”는 실제 가치보다 비싸게 느껴짐. 최대 95%까지 파격 세일을 하는 데일리딜 사이트에 대한 이용률은 2011년 상반기까지 폭발적 성장을 지속하다가 2011년 하반기 그 열기가 살짝 꺾이는 듯 했으나, 여전히 매력적인 데일리딜 사이트를 통해 식음료, 외식에서 엔터테인먼트, 레저 아웃도어 라이프, 의료서비스, 여행에 이르기까지 더 좋은 가격으로 더 많은 제품과 서비스를 받기 위해서 매일 상당한 시간을 소비함. 대표적인 Daily-Deal 사이트로는 국내에서도 유명한 Groupon, 최근 소비자들 사이에서 좋은 평가를 받고 있는 LivingSocial, Woot ,Eversave 등이 있음.

The collage features three main elements: a vibrant Thai dish with noodles and vegetables, a close-up of a smiling woman's face, and a screenshot of the LivingSocial website. The website interface shows a grid of deals, with a prominent banner for 'MOOLALA Get 50-90%'. Below the banner, there are fields for 'Sign Up', 'Your location' (set to AZ - Phoenix), and 'Your email'. Two deal cards are visible: one for 'Absolute Thai Restaurant and Patisserie' with a 50% off deal for \$5, and another for 'Gaithersburg Dental Studio' with a deal for \$175.

배경 이슈 INFLUENCES

- Decline of Health Spending / 경기침체와 더불어 건강과 관련한 지출 감소
- Government and Employers' Campaigns / 회사와 정부에서 건강보험료를 줄이기 위해 건강을 위한 노력 촉구
- Health Applications / 건강 관련 어플리케이션과 소셜 미디어의 증가

등장 이슈

- Interests in Health Products and Services / 건강에 대한 지속적인 관심과 건강 관련 운동 및 식이요법에 큰 관심

갤럽연구소에 따르면 미국의 웰빙지수(WBI: Well-being index)는 2012년 3월 기준 66.8로 나타났으며, 이는 점차 증가하는 추세임. 웰빙지수는 신체적, 경제적, 사회적 웰빙을 모두 포함하는 것으로 최근 안전한 천연 먹거리와 건강에 대한 관심이 높아지며 정신적, 경제적 웰빙을 동시에 추구하고자 하는 움직임이 커지고 있음.

건강과 웰빙에 대한 관심증가에 따라 상승세를 타고 있는 제품

글로벌 소비자 보고서. 1

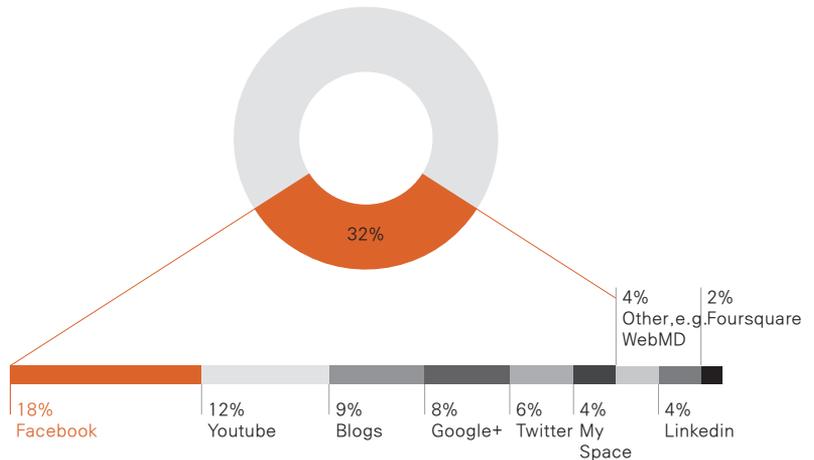
핵심소비시장

미국
사회·경제적
변화와
소비트렌드
2012



Sonaki VitaMax Vitamin C In-Line Filter

염소성분과 소독약성분, 콜로라민류 제거기능이 있는 비타민C 샤워필터



건강에 대한 관심이 높아지면서 건강관리 목적으로 소셜 미디어를 이용하는 소비자가 늘고 있음.

Well-being Food & Beverage / 웰빙 식음료

2010년 이후 오가닉 푸드 시장은 연간 7% 성장을 기록하며 81억불에 달했고, 내추럴푸드는 전체 식음료 시장의 44%를 차지함. 1829 밀레니얼스를 제외한 전 소비자 그룹은 영양이 인공적으로 첨가된 식품 대신 가공이 덜되고 영양이 풍부한 유기농 식품을 원하며 특히, 건강에 대한 관심이 높은 베이비부머 세대는 유기농, 천연 재료의 식품 구매를 선호함. 건강음료 Kombucha (핸드메이드, 발효 차), coconut water(천연음료)의 인기 상승. Kombucha는 발효홍차로 천연 효소와 프로바이오틱 배양균 등이 들어있어 소화와 집중을 도와주는 것으로 알려져 있음. 시장조사컨설팅기업 SPINS에 따르면 Kombucha 음료 판매가 2011년 27% 늘어 3억7천만 달러에 달했음.



Kombucha single-serving Energy Shots

생 콩부차와 과라나에서 추출한 카페인, 비타민B, 인삼을추가해 에너지와 활력을 줌. 천연 에너지 음료 시장에서 인기를 얻고 있음. (2011.11출시)

캘리포니아 티하우스 California Tea House

미국에 본사를 둔 고급 차 제조회사인 캘리포니아 티하우스는 세계 최초로 애견들을 위한 고급 허브티를 출시



Food & Eco Issue

- 음식의 거품 빼기
- 주식에서 렉서리까지
- 그린 유통 (로컬푸드)
- 그린 레스토랑
- 음식과 요리에 탄소발자국 표시
- 음식물 쓰레기 줄이기
- 채식주의와 채식요리
- 단백질 대체식품으로서 식용곤충
- 육류 대체 식품 (콩고기, 인공육류)
- 지속가능 팜 오일
- 루프탑 농장

Seeking for Smart Convenience / 더 빠르고 쉽고 간편하게!

배경 이슈 INFLUENCES

- Time Efficiency / 집안일을 할 시간이 부족해짐에 따라 제품 기능에 대한 니즈가 커짐
- Deluge of Data / 정보공유와 새 디지털 기기의 등장으로 늘어난 정보 속에서 단순성이 강조됨
- Quick & Convenient / 빠르고 간편한 것에 대한 욕구 증가

등장 이슈

- Product with Convenience / 일상생활에 편리성을 더해 줄 제품에 대한 욕구 증가

과거 소비자들이 많은 선택권을 갖기를 원하고 그 중에서 자신의 라이프스타일에 맞는 것을 선택하고자 했던 것과는 대조적으로 편리하고 쉬운 것, 효율적인 제품을 찾게 됨. 여가 생활을 더 풍요롭게 누리고 싶어하는 요즘의 소비자들은 매일의 일상을 간편하게 최소한의 시간을 투자해 해결 할 수 있는 제품들을 원하고 있음. 따라서 돈과 시간을 절약할 수 있는 제품이 시장에서 각광받게 됨. 간편성에 대한 욕구는 음식소비에서 부터 변화를 가져왔으며, 기존의 요리 시간을 단축시킬 수 있는 간편 조리식품의 소비가 증가하고 있음.

젊은 층은 빠르고 싼 것을 추구하지만 30세 이상은 몸에 좋으면서도 간편하게 즐길 수 있는 식품을 선호하게 됨. 또한 맞벌이 부부이거나 아이가 있는 가정의 경우, 또는 혼자 살기 때문에 도와주는 사람이 없는 경우, 집안일을 할 시간이 부족하여 시간을 절약하고 편리하게 쓸 수 있는 제품들에 대한 니즈가 증가함. 간편성과 편의성을 추구하는 소비가치의 변화는 홈가전이나 부엌 가전 등에서도 복잡한 기능 옵션보다 필요한 기능만을 탑재해서 간편성을 높이고 가격을 낮춘 제품과 기존의 요리를 간편한 조작만으로 완료할 수 있는 제품들에 대한 선호도가 높아질 전망이다.



Empire 20분완성 로스트치킨

전자레인지에서 20분만 조리하면 완성되는 치킨으로 기존에 1시간 걸렸던 치킨요리를 20분으로 단축시킨 효율성과 편리성을 강조한 제품



그릇에 옮겨담는 번거러움을 없앤 스팀포장 채소

일반 전자레인지용 식품보다 높은 가격이지만 포장지를 뜯어 그릇에 옮겨 담는 수고로움을 없애 편의성을 높인 제품

Multi functional Convergence / 편리한 다기능

배경 이슈 INFLUENCES

- Consistent Digital IT Convergence / 디지털 IT기술 간의 지속적인 융·복합
- Cost-Effective / 한 제품을 다양한 용도로 사용하여 절약하려는 니즈의 증가
- Saving the Space / 주택규모가 작아짐에 따라 적은 공간을 잘 활용하기 위한 아이디어 요구
- One Stop Convenience / 한 장소에서 모든 것을 해결하고자 하는 니즈 증대

등장 이슈

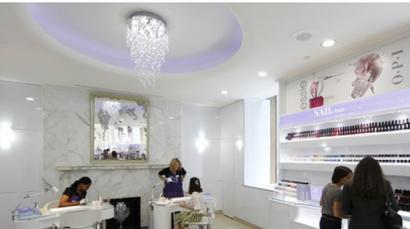
- Convergence of Technologies / 다양한 기술, 제품들이 복합되어 나타남, 다양한 기능을 동시에 수행하는 복합 공간

디지털과 아날로그의 경계를 넘은 융합 및 복합이 계속되고 있음. 소비자들은 한 제품을 구입하여 다양한 용도로 사용함으로써 여러 개를 구입해야 하는 비용을 줄이고자 함. 또한, 융·복합제품은 한 제품으로 여러 가지 기능을 활용할 수 있어 소비자에게 편리성을 제공함. 다양한 기술과 제품의 기능들이 하나로 융합된 제품, 혹은 서비스가 출시되어 새로운 시장이 만들어질 수 있음. 뉴욕의 드럭스토어 체인점 Duane Reade는 식재료들을 구비해 편의점과 식료품점의 역할을 동시에 하고 있으며 (이미지1), 뉴욕 월스트리트에 위치한 Duane Reade에는 2011년 7월부터 헤어샵과 네일살롱이 입점해 헤어와 두피 분석, 트리트먼트, 드라이어 서비스를 함께 제공함. 전문 헤어 기기가 진열되어 소비자들이 직접 고대기(헤어 셋팅기), 헤어 드라이어 등을 시험 사용해 볼 수도 있음. (이미지 2)



이미지 1. Duane Reade

와슨과 올리브영 컨셉으로 출발한 듀앤리드는 최근 생활편의점과 식료품 마트의 기능을 동시에 충족시킴.



이미지 2. Duane Reade 헤어살롱

40 Wall Street in downtown Manhattan

Multifunctional Product / 최근 소비자에게 인기 있는 다기능 복합제품 사례



러쉬의 It's raining men

바디 워시와 샴푸가 하나에 담겨있는 제품. 작년 발렌타인 데이를 기념해 나온 It's raining men 시리즈는 샴푸부터 바디 젤 기능까지 하나로 사용가능한 올인원 멀티 제품으로, 천연 재료를 선호하면서 간편하게 샤워하기를 원하거나 출장이 잦은 층에게 인기가 좋음. 한정판으로 출시 되었으나, 소비자 반응이 좋아 지속적으로 제품 판매가 이루어 지고 있음.



Eureka

집안과 차량내부 등 가볍고 간편하게 다양한 장소에서 이용가능한 한 핸드 배큘 클리너. 아마존 인기상품.



Sharp / Steamwave

오븐과 그릴 기능을 동시에 갖춘 다기능 전자렌지.



SoftTech

아이폰 충전기능이 있는 소프트테크의 LED 스탠드. BestBuy 인기상품 \$179

참고자료 및 이미지출처

www.newyorktimes.com
www.businessweek.com
www.census.gov
bls.gov
Cnet.comebookreader.com
www.techjournal.orgabc.com
nbc.commnet.com
www.usatoday.com
pewresearch.com
Globaltech.com
www.comscore.com
www.emarketer.com
www.dailydealmedia.com
www.marketwatch.com
www.apps4boomers.com
www.onlinemarketing-trends.com
www.amazon.com
www.bestbuy.com
www.engadget.com
healthland.time.com
www.deseretnews.com
emarketingfreak.com
www.ignitesocialmedia.com
www.ciol.com

PwC Health Research Institute
Consumer Survey 2011
Ignite Social Media report 2012
U.S. Bureau of Labor Statistics 2011

등 외 다수