

크리테오, 2020년 소비자 마음 관통하는 키워드는 '친환경'

- 크리테오, 2019년 4분기 국내 소비자 소비 의사 및 추이 분석한 설문조사 결과 발표
- 소비자 2명 중 1명은 비용 더 지불하더라도 친환경 상품 및 브랜드 소비하겠다고 응답
- '가치 소비'하는 MZ세대, 경기 불황 속 전체적인 소비 감소 분위기에서 전보다 소비 늘릴 전망

[크리테오 보도자료=2020.02.20] 오픈 인터넷 기반 광고 플랫폼 기업 크리테오(크리테오코리아 대표 고민호)가 2020년 소비 트렌드를 관통할 키워드로 '친환경'을 선정했다.

크리테오는 20일 지난해 4분기 국내 소비자를 대상으로 세대별 소비 의사 및 브랜드 소비 행태를 조사한 "연말 연휴 기간 소비자들(Holiday Season Shoppers)" 보고서를 발표했다. 이번 보고서에는 연말 연휴 선물 구매 및 소비 패턴, 브랜드 가치에 대한 국내 소비자들의 세대별 인식에 관한 내용이 포함됐다.

조사에 따르면, 소비자들은 세대를 가리지 않고 친환경 소비를 중요하게 생각하는 것으로 나타났다. 소비자 2명 중 1명(51%)은 더 많은 비용을 지불하더라도 친환경 브랜드와 제품을 구입할 의사가 있다고 응답했다. 세대별로는 밀레니얼 세대가 55%로 가장 높았고, 베이비붐 이상 세대가 52%, X세대 51%, Z세대가 43%로 나타났다. 특히 양자택일의 상황에서 친환경 제품을 구매하겠다는 응답은 그보다 높았는데, 베이비붐 이상 세대(64%), X세대(61%), 밀레니얼 세대(57%), Z세대(46%) 순으로 나타났다.

크리테오 글로벌 마케팅 연구 총책임자 길레스 주디셀리는 "다른 설문조사(알바몬¹)에서도 친환경 생활 변화에 대해 75.4%가 반드시 필요하다고 나타날 정도로 친환경은 사회 주요 아젠다로 부상하고 있다"며 "유통업계에서 명절 선물 포장재를 친환경 소재로 바꾸고, 포장용 테이프 제공을 중단하는 한편, 커피전문점에서 플라스틱 빨대가 사라지는 등 친환경 소비는 생활에 더욱 빠르게 녹아들 것"이라고 전망했다. 아울러 "한국 여행객의 11%, 전세계적으로 15%, 독일의 경우 22%가 탄소 배출량을 줄이기 위해 비행기를 포기하고 있다"며 "이러한 수치는 아직 적지만 꾸준히 증가세에 있다"고 분석했다.

크리테오는 친환경 소비와 함께 주목할 만한 소비 행태로, '가치 소비'를 꼽았다. 소비자 10명 중 약 4명이 자신의 가치, 신념에 부합하는 브랜드, 상품이라면 전보다 더 소비할 것이라고 답했다. 세대별로는 밀레니얼 세대가 52%, Z세대가 50%, X세대 43%, 베이비붐 세대 이상 39%가 가치 소비를 작년보다 늘리겠다고 답했다. 크리테오는 상대적으로 가치소비 성향이 강한 MZ세대(밀레니얼-Z세대)는 경기 불황 속에서 소비를 늘리겠다는 비율이 가장 높은 세대라며, 이들을 겨냥한 가치소비 마케팅 전략 수립을 조언했다.

¹ 2019년 8월 11일, 파이낸셜뉴스, [성인 75.4% "환경보호 위해 친환경 생활해야 한다고 응답"](#)



크리테오코리아 고민호 대표는 “저성장이 글로벌 뉴노멀이 되면서, 소비심리도 위축되고 있다. 전처럼 상품 스펙, 브랜드 명성만으로는 소비자를 움직이기 어려워진 것”이라며, “소비자를 움직이려면, 친환경 등 소비자들이 지향하는 가치들을 중심으로 브랜드를 정비하는 한편, 가치소비를 추구하는 MZ세대의 소비 행태를 반영한 마케팅 전략을 수립할 필요가 있다”고 조언했다. 또한 “2020년 세계에서 스마트폰 보급률이 가장 높은 국가인 한국의 디지털 환경을 고려할 때, 모바일 앱을 가장 중요한 채널로 한 마케팅 전략을 수립하지 않는다면 마케팅 전쟁에서 앞서가지 못할 것은 더욱 분명하다.

이번 조사는 크리테오 지사가 있는 글로벌 전 지역에서 15,920명을 대상으로 동시에 이뤄졌으며, 한국에서는 2019년 10월 10일부터 11월 14일까지, 대한민국 남녀 1,041명을 대상으로 진행했다. 각 세대 구분 기준은 Z세대는 25세 미만, 밀레니얼 세대는 25세 이상부터 38세 미만, X세대는 39세 이상부터 54세 미만, 베이비붐 세대는 55세 이상부터 73세 미만이며, 74세 이상은 그 이상 세대로 분류했다. (끝)

###

<회사소개>

크리테오(NASDAQ: CRTO)는 신뢰할 수 있고 영향력 있는 광고로 전 세계 마케터를 지원하는 글로벌 기술 기업이다. 2,800여명의 크리테오 직원들은 탁월한 머신러닝과 세계 최고 수준의 데이터셋을 바탕으로, 전세계 20,000개 고객사들과 수 천여 개 프리미엄 매체사들이 모든 채널에서 효과적인 광고를 전개할 수 있도록 협력한다. 또한 다양한 규모의 기업들이 고객에게 더 나은 정보와 서비스를 제공하기 위해 필요한 기술을 제공한다. 보다 자세한 정보는 크리테오 홈페이지(www.criteo.com/kr)에서 확인할 수 있다.

<보도자료 문의> 홍보회사 미디컴

김지훈 과장 (02-6370-8537/010-6808-6910/ jhkim@medicompr-m.co.kr)

오시학 대리 (02-6370-8539/010-3017-3565/ kundera@medicompr-m.co.kr)

박민기 사원 (02-6370-8522/010-5698-3264/ minkee121@medicompr-m.co.kr)