

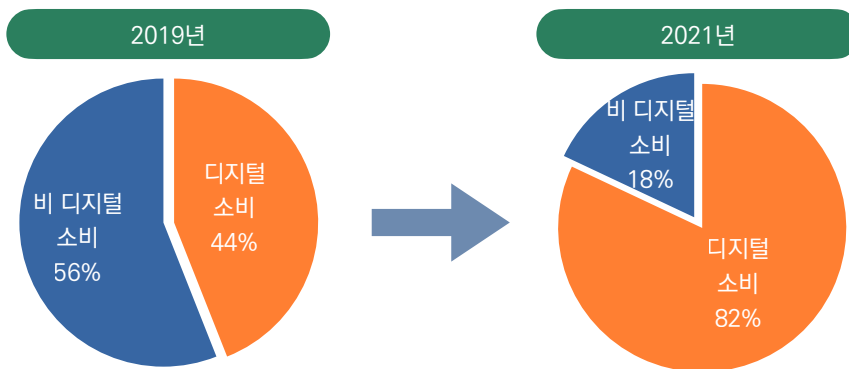
1. 코로나19 이후 디지털 소비 실태



우리 국민의 디지털 소비, 코로나19 이후 2배 늘었다!

- 한국소비자원에서 우리 국민의 소비생활을 2년 주기로 추적 조사해 왔는데, 최근 발표된 2021년 조사 결과를 보면, 우리국민의 소비유형이 '디지털 소비' 82%, '비 디지털 소비' 18%로 디지털 소비가 압도적으로 많아, 전체적인 소비 트렌드가 급속하게 디지털 환경으로 이동하고 있음을 보여주고 있다.
- 실제로 2019년과 비교해 보면, 코로나19 이후 디지털 소비가 44%에서 82%로 무려 두 배가량 증가한 것으로 나타났다.

[그림] 소비 유형 변화(2019 vs 2021)



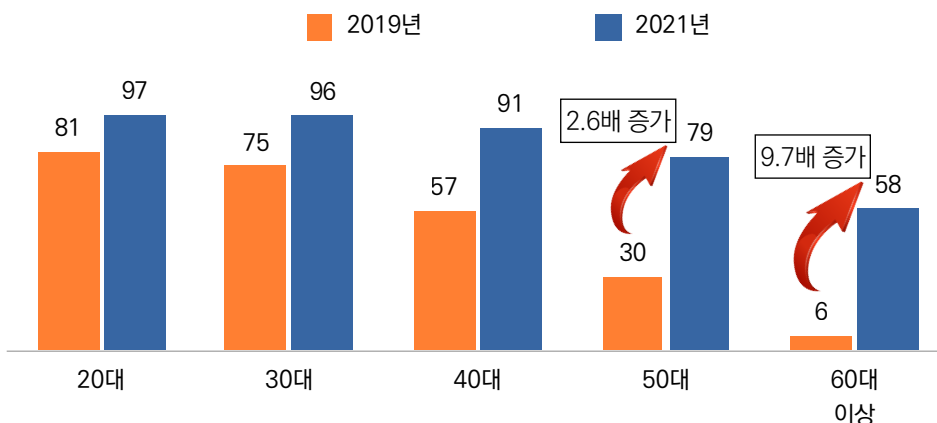
*자료 출처 : 한국소비자원, '2021 소비생활지표조사결과', 2021.11.09.
(전국 20세 이상 남녀 10,000명, 면접조사, 2021.5.14.-6.23, 2019년은 8,000명 대상임)

● 60대 이상 고령층, 디지털 소비 2년 사이 9.7배 증가

- 연령별 디지털 소비 이용률을 보면, '60대 이상' 층의 경우 2021년 58%였는데 코로나 이전인 2019년 6%에 비하여 무려 9.7배 증가해 가장 큰 증가폭을 보였다. 전통적인 디지털 소외계층인 고령층에서 급속하게 디지털 환경에 적응하고 있음을 보여주는 수치이다.

[그림] 연령별 디지털 소비율(2019 vs 2021)

(%)



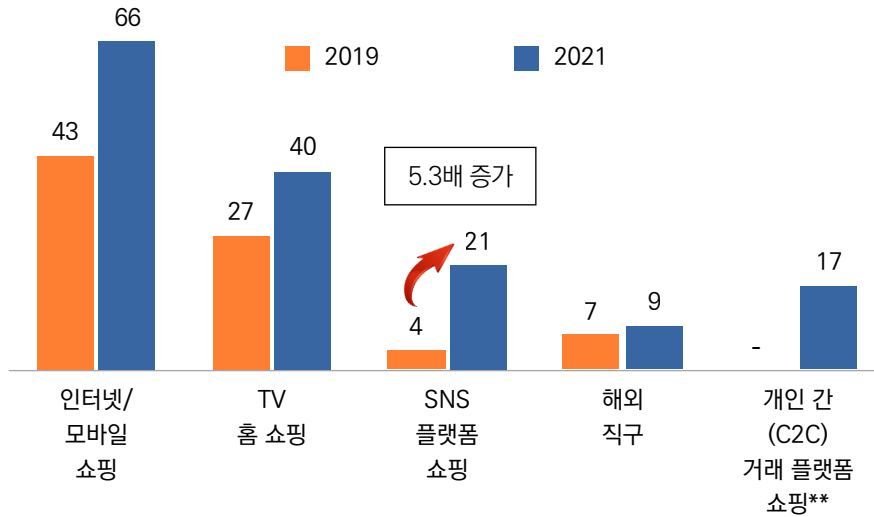
*자료 출처 : 한국소비자원, '2021 소비생활지표조사결과', 2021.11.09.
(전국 20세 이상 남녀 10,000명, 면접조사, 2021.5.14.-6.23, 2019년은 8,000명 대상임)

● 코로나19 이후, 'SNS 플랫폼 쇼핑' 5.3배 증가로 가장 커!

- 거래한 디지털 소비 유형으로는 '인터넷/모바일 쇼핑'이 66%로 가장 많았고, 'TV홈쇼핑' 40%, 'SNS 플랫폼 쇼핑' 21% 등 순으로 나타났다.
- 특히 'SNS 플랫폼 쇼핑'은 2019년 4% 수준에서 2021년 21%로 5.3배나 증가해 가장 큰 증가 폭을 보였다.
- 2021년 첫 조사한 '개인 간 C2C(당근마켓, 번개장터, 중고나라) 거래 플랫폼 쇼핑' 이용률은 17%였다.

[그림] 거래 유형별 현황 (2019 vs 2021)

(%)



*자료 출처 : 한국소비자원, '2021 소비생활지표조사결과', 2021.11.09.

(전국 20세 이상 남녀 10,000명, 면접조사, 2021.5.14.-6.23, 2019년은 8,000명 대상임)

**2021년에 첫 조사 항목임