

2030세대, ‘내 인생 목표는 물질적으로 풍족해지는 것이다!’ 72%

2010년 이후 청년실업 등의 문제로 20-30대 청년 세대의 우울함을 상징하는 단어가 ‘삼포세대’(연애, 결혼, 출산 포기)였다. 그 이후 새롭게 등장한 세대가 일명 ‘90년대생’ 또는 ‘밀레니얼세대’, ‘Z세대’ 등으로 분류되는 그룹이다. ‘삼포세대’로 구분했을 시기에 2030세대는 갖고 싶어도 손에 짚 수 없어 어쩔 수 없이 ‘포기’해야 하는 측면이 강했다면, ‘밀레니얼세대’로 구분하는 지금 세대는 자발적 선택 측면이 훨씬 강하다.

그들은 시장 자본주의 생리를 몸으로 체득한 세대로서 돈과 소비에 편견이 없고 소비에 매우 적극적인 태도를 보이고 있다. 또한 온라인과 SNS에서 자신을 표현하고 타인에게 영향을 주고 받는 것을 즐긴다. 현재를 즐기는 것보다 노후 준비, 재테크 등에 관심을 보이며 소비와 투자 시장을 주도하고 있다. 이들은 현실을 빠르게 판단하는 현실주의적인 삶의 태도를 취하고 있다. 그래서 이들은 ‘물질적으로 풍족해지는 것’을 인생 목표로 삼고 있다.

한편으로, 밀레니얼 세대는 ‘주식 투자’를 공정 경쟁의 장으로 인식한다. 일명 ‘금수저’로 태어나지 못해 ‘이생망’(이번 생은 망했다)의 세상이 아닌, 누구나 공정하고 동일한 게임 규칙 안에서 가진 자원을 총 동원해 최선을 다해 현실적 플레이로 살아남기를 원한다.

목회데이터연구소 주간리포트 [넘버즈] 제 88호에서는 ‘2030세대’의 세상을 보는 관점과 이에 따른 소비 태도를 살펴보면, 2030세대에 더 가까이 다가가 보고자 한다.

일러두기

- 본 리포트에서 사용한 자료는 저작권법을 준수합니다.
- 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 보고서 상에서 표기된 값의 합이 100%가 되지 않을 수 있습니다.
- 복수 응답 문항의 빈도는 그 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- 본 리포트는 저작권법에 의해 각각의 통계마다 그 자료의 출처(생산자)를 의무적으로 명기하고 있습니다. 자료를 인용하실 경우, 원 자료 출처(생산자)를 반드시 밝혀주시기 바랍니다.

1

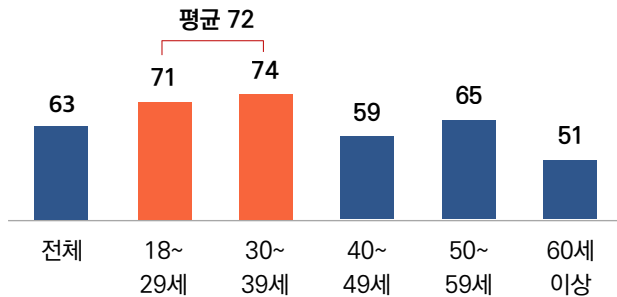


2030세대, '내 인생의 목표는 물질적으로 풍족해지는 것이다!' 72%

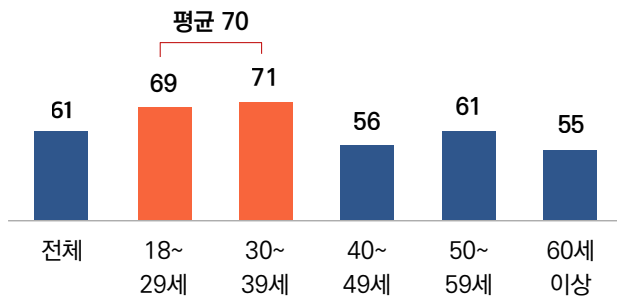
- '2030세대'는 동시대 다른 연령대, 지금까지 다른 세대들보다 훨씬 물질에 대한 개방적이고 자유로운 성향을 소비를 통해 보여주고 있다. 특히 시장자본주의를 몸으로 체득한 '2030세대'는 물질 소유에 있어서 매우 긍정적 태도를 보이는데, '물질적으로 풍족해지는 것이 인생 목표이다'에 대해 '20대'가 71%, '30대'가 74%로 응답했다. 또한 '더 많은 것을 구매할 여유가 생긴다면 행복해질 것이다'에도 각각 69%, 71%로 응답해 전 연령층 중에서 가장 높게 나타났다.

[그림] 물질 소유에 대한 인식('그렇다' 응답률**) (%)

'물질적으로 풍족해지는 것이 내 인생에 가장 중요한 목표중 하나다'



'더 많은 것을 구매할 수 있는 경제적 여유가 생긴다면 나는 더 행복해질 것이다'



*자료 출처 : 한국리서치 여론속의 여론, '2020년 주식 열풍은 코로나19 때문일까?', 2020.12.30.
(전국 만 18이상 남녀, 1,000명, 웹 조사, 2020.11.27.~11.30)

**'그렇다'는 '매우+약간' 수치임(5점 척도 질문)

2

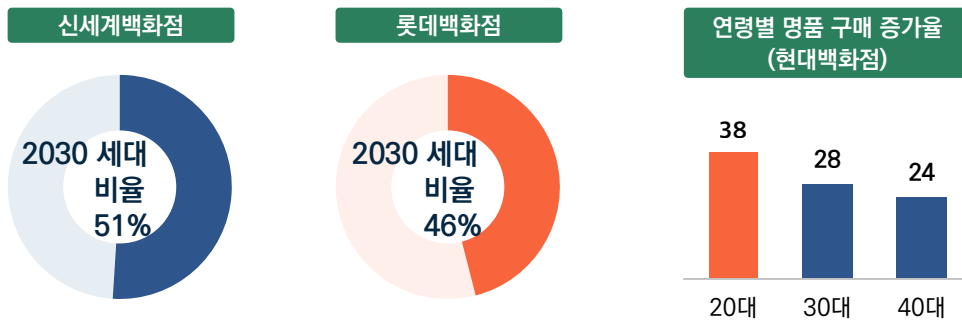


코로나 시대, 국내 주요 백화점 명품 구매, 2030세대가 절반 차지!

- 2020년 한 해 국내 3대 백화점의 명품 구매는 '2030세대'가 주도했다고 볼 수 있는데, 신세계백화점의 경우 전 연령 중에서 '2030세대' 구매 비율은 51%였고, 롯데백화점은 46%를 차지했다. 현대백화점의 경우 명품 구매 증가율은 '20대'가 38%로 가장 높았고, '30대'가 28%, '40대'가 24% 등의 순이었다.
- '2030세대'는 온라인에 친숙하고 특히 개인 SNS 통해 자신의 것을 드러내는 데 주저함이 없고(일명 플렉스), 다양한 온라인 채널에서 유명 아이돌 또는 인플루언서(SNS 상에서 수십만 명의 팔로워를 통해 대중에게 영향력을 미치는 사람)가 명품을 입고 소지하는 것을 쉽게 접하고 그에 영향을 받은 것으로 해석된다.

[그림] 2030세대 국내 주요 백화점 명품 구매율

(%)

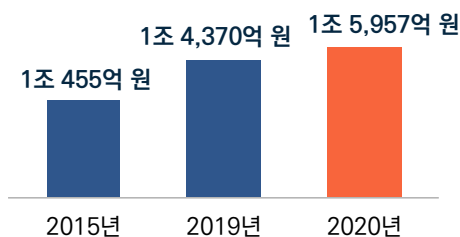


*자료 출처 :해럴드경제, '등골 휘어져도 플렉스... 백화점 명품 큰손은 2030', 2021.03.08 (<http://biz.heraldcorp.com/view.php?ud=20210308000683>)

● 2020년 국내 온라인 명품 시장, 5년 전보다 53% 성장!

- 시장조사 전문업체 유로모니터의 조사에 따르면, 2020년 국내 온라인 명품시장 규모는 1조 5,957억 원으로 2019년 1조 4,370억 대비 11% 성장했고, 2015년 1조 455억 원에 비하면 5년 새 53% 성장했다. 이러한 명품 소비의 증가에는 '2030세대'의 소비가 크게 영향을 미쳤다고 분석된다.

[그림] 국내 온라인 명품 시장 규모



*자료 출처 :해럴드경제, '등골 휘어져도 플렉스... 백화점 명품 큰손은 2030', 2021.03.08 (<http://biz.heraldcorp.com/view.php?ud=20210308000683>)

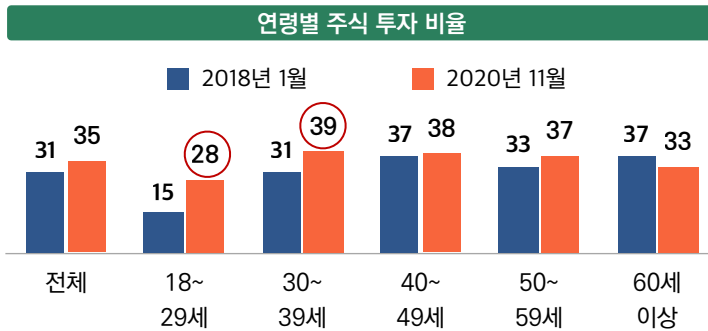
3



‘현재 주식 투자 하고 있다’ 전 연령층에서 ‘30대’가 39%로 가장 높아!

- 주로 40~50세대의 투자 방법 중 하나였던 주식 투자가 최근 ‘2030세대’의 주식 투자 비율 증가하고 있는데, 2020년 11월 기준 주식 투자를 하고 있는 국민 중 ‘30대’가 39%로 가장 많았다. 2018년 초와 비교하면 8%p 상승하였다.
- 주목할 점은 ‘20대’는 28%였는데 2018년 초 대비 13%p 상승해 가장 높은 증가율을 보였다.

[그림] 주식 투자 비율(연령별, 2018년 1월 vs 2020년 11월) (%)



*자료 출처 : 한국리서치 여론속의 여론, ‘2020년 주식 열풍은 코로나19 때문일까?’, 2020.12.30. (전국 만 18이상 남녀, 1,000명, 웹 조사, 2020.11.27.~11.30)

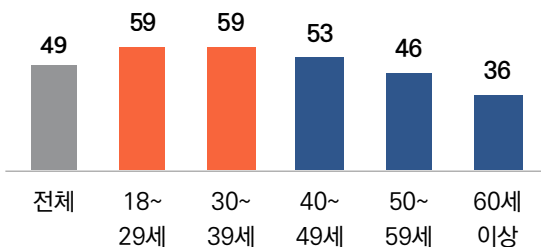
4



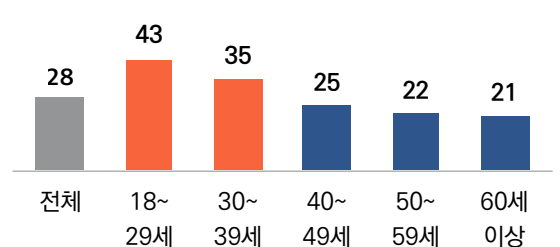
2030세대 ‘코로나19 이후 재테크 관심 늘었다!’ 59%

- ‘2030세대’ 5명 중 3명(59%)이 ‘코로나19 이후 재테크 관심이 늘었다’고 응답했다. 전 연령에서 가장 높았는데, 예적금으로 재산을 늘릴 수 없는 제로금리시대에서 자신의 미래 삶에 대한 불확실성이 작용한 것으로 해석된다. 또한 집값이 상승함에 따라 현실적으로 미래를 준비하는 수단으로 재테크에 관심을 두고 있다.
- ‘2030세대’는 코로나19 이후 주식 투자에 대해 ‘긍정적으로 변했다’는 응답(20대 43%, 30대 35%)도 타 연령에 비해 높았다.

[그림] 코로나19 이후 재테크 연령별 관심도 변화 (%)
(‘늘었다’ 응답률)



[그림] 코로나19 이후 주식 투자에 대한 이미지 변화 (%)
(‘긍정적으로 변했다’ 응답률)



*자료 출처 : 한국리서치 여론속의 여론, ‘2020년 주식 열풍은 코로나19 때문일까?’, 2020.12.30. (전국 만 18이상 남녀, 1,000명, 웹 조사, 2020.11.27.~11.30)

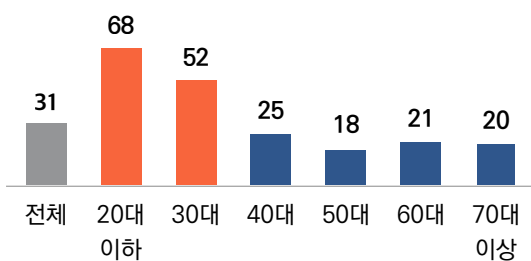
5



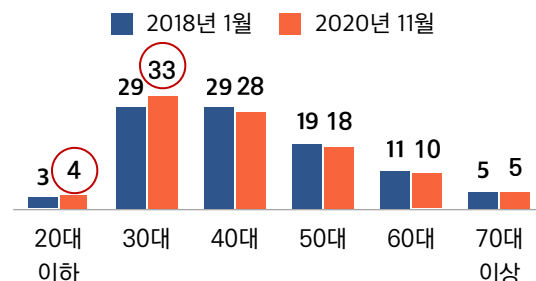
2020년 서울 아파트 거래량, '2030세대가 주도!'

- 재테크에 관심 많은 '2030세대'는 주식 투자 뿐 아니라 아파트 구매에도 그 어느 때보다 적극성을 보이고 있다. 서울 아파트 거래와 관련 '2030세대'의 구매 증가폭이 큰데, '20대'가 2019년 대비 68% 증가하여 전 연령대에서 가장 높았고, '30대'가 52%로 두 번째로 높았다.
- 서울 아파트의 전체 거래량에서 연령별 차지하는 비율을 보면 '30대'가 주도하고 있는데, 2020년 '30대'가 33%로 전 연령대에서 가장 높은 비중을 차지하였다. '패닉 바잉'이라는 말이 생길 정도로 2020년 서울 아파트는 2030세대에 있어 재테크 수단이자 욕망의 실현으로 기억될 한 해이다.

[그림] 2019년 대비 2020년 서울 아파트 구매 증가율*(연령별) (%)



[그림] 서울 아파트 구매자 비중** (연령별, 2019 vs 2020) (%)

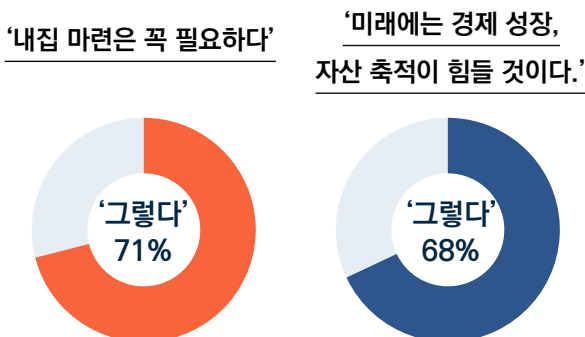


*자료 출처 : KOSIS(국가통계포털), '매입자 연령대별 아파트 매매거래 현황', 2021.2.10.(2019.01~2020.12)/ 한국 부동산원 '부동산 거래 현황'
 ** 서울아파트 구매율에서 KOSIS가 제공한 '기타' 비율은 제외한 수치임

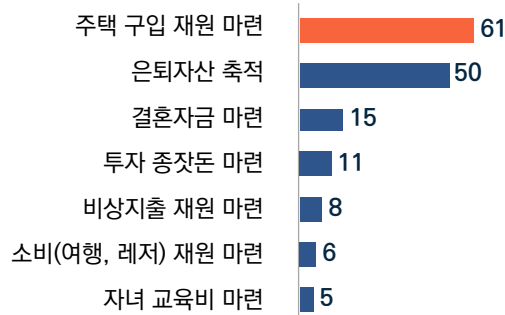
● 2030세대, '내집 마련은 꼭 필요하다' 71%

- '2030세대'의 아파트 매매율 상승에는 '미래 자산 축적에 대한 비관적 인식'(68%)이 반영된 현상인데, 특히 '내집 마련은 꼭 필요하다' 71%로 응답해 자산 축적에 대한 안정적 수단을 부동산으로 인식하고 있다.
- 재무적 목표 또한 '주택 자원 마련'이 61%로 가장 높았고, 다음으로 '은퇴 자산 축적'이 50%로 나타나, '2030세대'의 자산 축적과 은퇴 자산 등의 관심사가 그대로 드러난다.

[그림] 2030세대 재정적 현실 인식



[그림] 2030세대 재무적 목표 우선 순위 (3순위까지 응답) (%)



*자료 출처 : 미래에셋은퇴연구소, '밀레니얼 세대, 신 투자 인류의 출현', 2020.7.29. (전국 만 25~39세 남녀 700명, 온라인조사, 한국리서치, 2020.05)

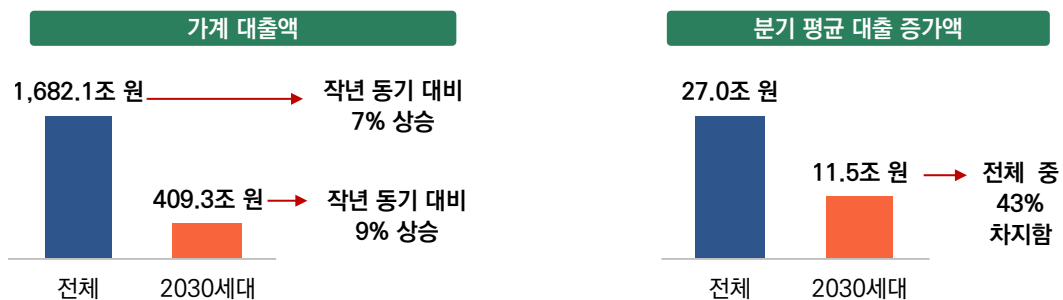
6



2030세대 2020년 대출 시장 이끌어!

- 주택, 주식 투자 등을 위해 재력이 부족한 '2030세대'에게는 대출 규모도 커질 수 밖에 없다. '2030세대'의 2020년 3/4분기 말 가계 대출 잔액 총액은 409.3조 원으로 2019년 대비 9% 증가하였는데, 전체 가계 대출금 증가율 7%(1,682.1조 원)보다 높았다. 특히 전체 가계 대출금 증가액인 27조 원에서 '2030세대'가 차지한 금액은 11.5조원으로 43%를 차지했다.
- 전체 가계 대출 중에서 '2030세대'의 대출액은 상승하고, 비율도 전체 가계에서 절반 가까이 차지하면서

[그림] 2020년 3/4분기 말 가계 대출액 상황(전체 가구 vs 2030세대)

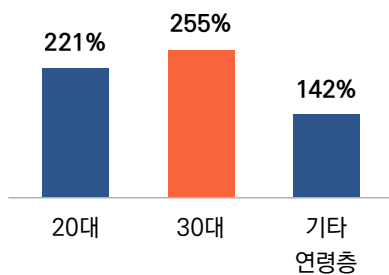


*자료 출처 : 한국은행, '금융안정보고서', 2020.12.24

● 2030세대 소득 대비 부채 비율, '30대'가 전 연령대 중에서 255%로 가장 높아!

- '2030세대'의 적극적인 대출로 인해 소득에 비해 대출 규모가 가파르게 상승하고 있는데, '20대'는 221%, '30대'는 전 연령대에서 가장 높은 255%를 차지했다.

[그림] 2030세대 소득 대비 부채 비율(2020년 3/4분기)



*자료 출처 : 한국은행, '금융안정보고서', 2020.12.24

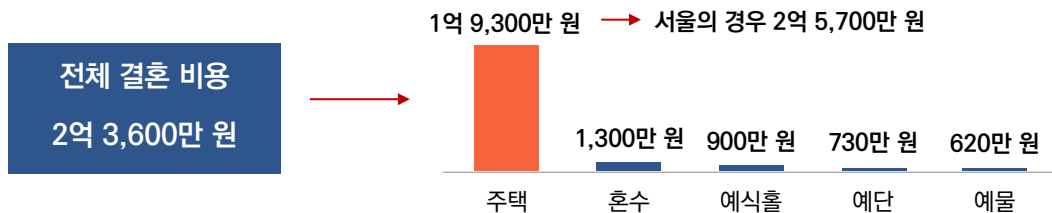
7



최근 2년 내 결혼한 신혼 부부 ‘결혼 비용’ 총 2억 3,600만 원 중 주택 비용이 82% 차지해

- 듀오 웨딩이 발표한 ‘2021년 결혼 비용 보고서’에 따르면 최근 2년 내 결혼한 신혼 부부가 결혼하는 데 총 2억 3,600 원을 지출한 것으로 나타났다. 그 중 ‘주택’이 1억 9,300만 원(82%)으로 가장 많았고, ‘혼수’ 1,300만 원(6%), ‘예식홀’이 900만 원(4%) 등의 순이었다.
- 특히 서울의 경우 주택 구입 평균액은 전국 평균액을 웃도는 2억 5,700만 원으로, 전국에서 가장 높았다.
- ‘2030세대’가 재테크와 주택 마련 등에 적극적인 태도를 보이는 데에는 이처럼 결혼 시 주택 비용이 82%를 차지하는 현실에 반응하는 것으로 풀이된다.

[그림] 2년 내 신혼 부부 결혼 비용(항목별, 상위 5위)

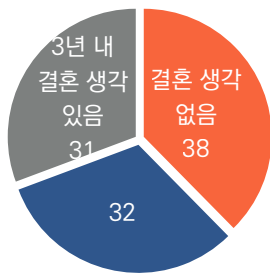


*자료 출처 : 듀오웨딩&엠브레인, '2021 결혼비용 보고서', 2021.02.25. (최근 2년내 결혼한 신혼 부부 1,000명, 온라인 조사, 2020.10.23.-11.4)

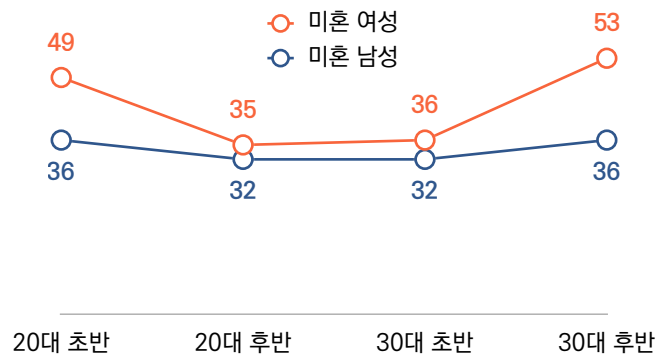
● 2030세대, ‘결혼 생각 없다 38%’

- 주택 마련 등 2억 이상의 결혼 비용이 필요한 만큼 ‘2030세대’는 결혼이 필수가 아니라 자유로운 선택으로 생각한다. 2030세대 중 미혼 남녀에게 결혼 의향을 물어보았는데, 38%가 ‘결혼 생각 없다’고 응답했다.
- 특히 ‘미혼 여성’이 ‘미혼 남성’보다 ‘결혼 생각 없다’ 응답률이 높았는데 30대 후반으로 가면 ‘미혼 여성’ 절반 이상(53%)이 결혼 할 생각이 없다고 응답하였다.

[그림] 2030세대 미혼 남녀 결혼 의향률** (%)



[그림] 미혼 남녀 연령별 ‘결혼 생각 없음’ 비율 (%)



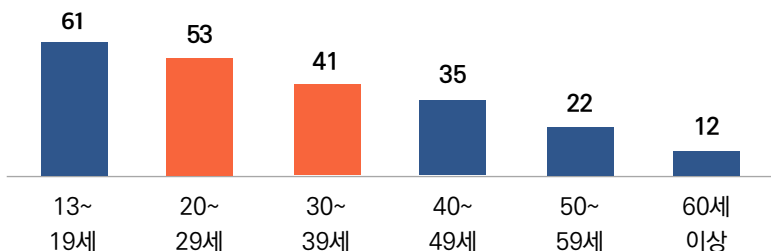
*자료 출처 : 한국여성정책연구원, ‘청년층의 생애전망 실태조사’(저출산 대응정책 패러다임 전환 연구1), 2019.12. (전국 만 20~39세 청년 6,350명, 온라인 조사 2019년)

**유배우자 제외 한 미혼 남성과 미혼 여성의 비율을 재 계산한 수치임, ‘결혼할 생각 없음’은 ‘전혀+아마도’ 수치임

● ‘결혼하면 자녀 가져야 한다’, 20대의 절반 이상이 반대!

- ‘2030세대’에게 자녀를 갖는 것 역시 결혼과 마찬가지로 필수가 아닌 자유로운 선택의 하나이다. ‘결혼하면 아이를 가져야 한다’는 의견에 ‘20대’ 53%, ‘30대’는 41%가 ‘반대한다’고 응답했다.
- 이처럼 결혼/자녀 관련한 사항에서 기성세대가 당연하다고 여겼던 가치에 대해 ‘2030세대’는 더이상 절대적으로 여기지 않는 것으로 보인다.

[그림] ‘결혼하면 자녀를 가져야 한다’ 반대 의견(연령별) (%)



*자료 출처 : 통계청, '2020년 사회조사 결과', 2020.11.18(전국 18,543 표본 가구 내 상주하는 만 13세 이상 가구원 약 37,750명, 면접조사/자기기입식 및 온라인 조사, 2020.05.13-28)

8



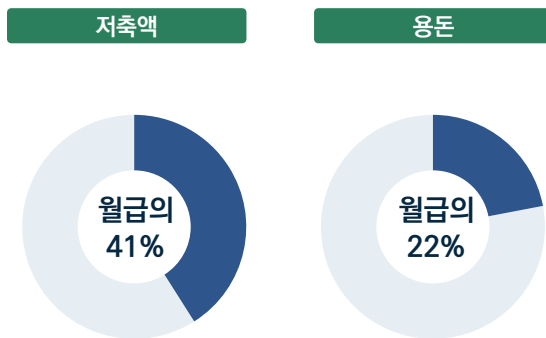
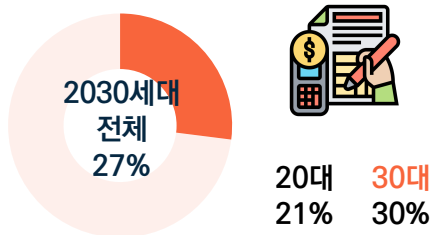
2030세대 직장인 4명 중 1명 이상, 나는 ‘40대 초반’에 조기 은퇴하겠다!

- ‘2030세대’는 한동안 유행했던 ‘올로’(YOLO, 인생은 한 번 뿐이니 후회 없이 이 순간을 즐기며 소비하겠다)와 조금 다른 양상의 소비 패턴을 보이는데, ‘2030세대’ 직장인의 27%는 ‘나는 40대 초반에 조기 은퇴하는 파이어족(Financial Independence)이다’고 응답했다. ‘파이어족’은 40대 초반에 조기 은퇴를 꿈꾸면서 20대와 30대 은퇴 자금을 모으기 위해 극단적인 저축과 소비 억제를 통해 재테크에 올인하는 사람들을 일컫는 신조어이다.
- 이들의 ‘저축 비율’은 월급의 41%에 달했고, ‘용돈 비율’은 저축의 절반인 22% 수준에 머물렀다.

[그림] ‘나는 파이어족이다’(2030세대 직장인 대상, ‘그렇다’ 응답률)

[그림] 파이어족 월급 대비 저축액 vs 용돈

‘나는 파이어족이다’



*자료 출처 : 인크루트 보도자료, ‘직장인 4명 중 1명, 내 꿈은 파이어족... 은퇴 이후엔 창업·주식·휴식’ 2021.02.03.(전국, 2030 남녀 직장인 707명, 온라인 조사)



시사점

이번 88호에서 드러난 '2030세대'의 경제 소비 활동은 기성세대에게는 놀라운 현상이었다. 기성세대는 20~30대 시절에 되도록 대출을 받지 않고, 차곡차곡 저축을 해서 내집부터 마련하고 그리고 주식 투자는 위험하므로 함부로 해서 안 되는 일이었다. 하지만 이런 것들이 현재의 '2030세대'에게는 자연스러운 일이 되었다. 재테크에 대한 '2030세대'의 높은 관심은 '영끌'이란 신조어까지 만들 정도였다. '영끌'은 '영혼까지 끌어 모은다'의 준말로써 '2030세대'가 은행 대출을 비롯하여 자기가 끌어 모을 수 있는 모든 자산을 동원하여 집을 산다는 현상을 대표하는 말이다.

이런 '2030세대'에 대해 기성세대들은 '영악하다', '자기 이익에 너무 민감하다' 라고 비판적으로 바라본다. 하지만 막상 '2030세대'들은 기성세대들이 걸로 드러내기 꺼리는 '물질주의자'라는 성향이 자신에게 있다는 것을 부끄러워 하지 않는다(4쪽). 오히려 '물질적으로 풍족해 지는 것이 내 인생에 가장 중요한 목표 중 하나다'에 72%가 동의하고 있고, '더 많은 것을 구매할 수 있는 경제적 여유가 생긴다면 나는 더 행복해질 것이다'에 70%가 동의할 정도이다(4쪽). 에리히 프롬이 그의 저서 <소유냐 존재냐>에서 소유를 추구하는 현대인들에게 존재 지향적인 삶을 살라고 촉구하고 있는데, 아마도 '2030세대'는 반대로 서슴지 않고 '소유'를 선택할 것이다.

'2030세대'의 물질주의적 성향은 어디서 생겨났을까? '2030세대'는 24년 전에 일어난 IMF 경제 위기 이후 어린 시절을 보낸 세대이다. IMF 경제 위기를 극복하는 과정에서 경쟁력있는 기업은 살아남고 그렇지 못한 기업을 도태했다. 기업의 성장에 기여하는 직원에게는 상응한 보상을 해주고 그렇지 못한 직원은 차등 대우를 하는 성과 평가 시스템이 본격적으로 정착하게 되었다. IMF 외환위기는 경제분야 뿐 아니라 사회 전반 및 우리의 가치 체계 전반에 걸쳐 혁명적 변화를 초래한 계기였다. 각자의 생존이 중요해지고, 경제적 보상에 따라 사회적 삶이 결정되는 사회에서 개인주의와 실용주의가 확고한 가치 체계로 자리 잡은 것은 자연스러운 귀결이었다.

'2030세대'는 IMF 경제 위기 이후 변화된 가치 체계를 몸으로 습득하며 자라난 세대이다. 이들에게는 자신들의 현실 생활에 직접적으로 도움이 되지 않는 것은 가치없는 것으로 여긴다. 그래서 2030세대는 현실을 가장 중요하게 여긴다. 오죽하면 '현타'('현실자각타임'의 준말)라는 말을 만들면서까지 현실에서의 자기를 일깨울까. 그래서 물질주의는 '2030세대'에게는 현실주의이며 실용주의이다. 경쟁을 통한 성공이나 낙오냐 라는 사회적 체계 앞에서 2030세대는 성공을 위한 현실 적응의 방법으로 물질주의를 택한 것이다.

'2030세대'의 가치관에 기초하여 보면 종교는 그들의 삶에 별 도움이 안 된다. '2030세대'의 탈 종교적 가치관에 대해 비난할 수는 없다. '2030세대'의 가치관을 갖게 한 사회 구조를 만든 것이 기성 세대이기 때문이다. 따라서 '2030세대'의 가치 체계를 우선 이해하는 것이 중요하다. 그 다음으로 그들에게 접근할 수 있는 기독교 메시지를 고민해야 한다. 메시지의 내용이든 혹은 방법이든 2030세대와 소통할 수 있어야 기독교의 영속성을 기대할 수 있다.