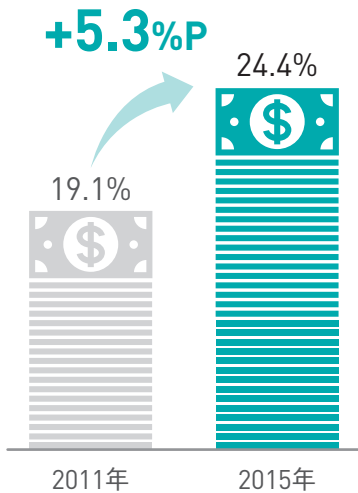


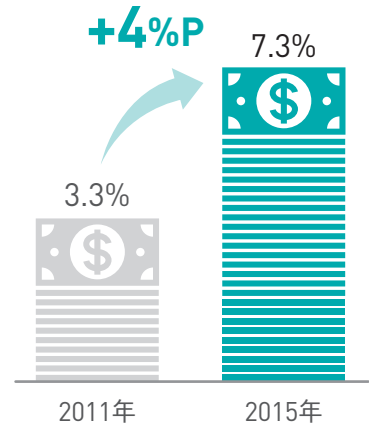
# 소비 시장의 새 트렌드 ‘나홀로 소비’

## 영화 취급액 변화



성장하는  
나홀로 소비

## 요식 취급액 변화



나홀로 소비란? | 1만원 이하 결제액인 경우 나홀로 가정  
※ 단, 1만원 이하 결제가 모두 나홀로 소비하는 경우는 아닐 수 있음

자료 : 신한카드

1인 가구가 증가하면서 문화생활도 혼자 즐기는 이른바 ‘나홀로 소비’가 늘어나고 있다.

혼자서 밥과 술을 먹고, 영화와 같은 문화생활도 홀로 즐기는 이들이 증가하고 있다. 향후 이 같은 추세는 계속 확대될 것으로 전망되고 있다.

지난 7월 12일 신한카드의 신한트렌드연구소에 따르면 영화관에서 영화표를 1장만 사는 비중은 2011년에는 19.1%였지만 2015년에는 24.4%로 5.3%포인트 늘었다. 요식업종에서 결제했을 때 나홀로 소비가 차지하는 비중도 2011년에는 3.3%에 불과했지만 2015년에는 7.3%로 2배 이상 늘었다.

남궁설 신한트렌드연구소 소장은 “1인 가구가 증가하면서 혼술(혼자 술 마시기)이라는 신조어가 나올 정도로 나홀로 소비가 대중화되고 있다”고 말했다.

신한트렌드연구소는 빅데이터 분석 결과 올해 하반기

소비 3대 트렌드로 주(酒)·야(夜)·동(動)을 꼽았다.

우선 ‘주’는 일상생활에서 가볍게 즐기는 술을 의미한다. 2030세대와 여성 소비자를 중심으로 스파클링 와인처럼 낮은 도수 술이 인기를 끌고 있고, 맥주를 마시면서 책을 볼 수 있는 ‘책맥 카페’도 늘어나고 있다.

‘야’는 밤에 즐기는 문화생활이 늘어나고 있는 것을 보여준다. 열대야와 축제에 익숙해진 소비문화, 정부 정책 지원 등으로 영화제 음악 페스티벌 등 여름밤 축제가 늘어날 전망이다.

‘동’은 스포츠처럼 몸으로 즐기는 소비가 늘어날 것이라 의미다. 신한트렌드연구소는 하반기에는 스크린 스포츠나 가상현실(VR) 엔터테인먼트 등 새로운 형태의 실내 스포츠 문화가 유행할 것으로 전망했다. **KAA**

유재형 기자 yoojh1999@kaa.or.kr