Gen α 보고서:
알파세대 이해를 위한 +α

June 2023

EUROMONITOR INTERNATIONAL

해당 자료는 유로모니터가 판매하는 데이터로 구성되어 있으며, 사전 동의 없이 이를 외부 배포 자료(보도자료, 소셜미디어 포스팅 등)에 싣거나 재사용 하는 기업의 행위를 엄격하게 금지하고 있습니다. 이로 인해 발생하는 문제에 대해서는 법적 책임을 물을 수 있습니다.

PowerPoint presentation includes proprietary information from Euromonitor International and cannot be used or stored with the intent of republishing, reprinting, repurposing or redistributing in any form without explicit consent from Euromonitor International.

For usage requests and permission, please contact us http://www.euromonitor.com/locations.

The data included in this report is accurate according to Euromonitor International´s market research database, at time of publication: June 2023

© Euromonitor International

Contents

Intro. 유로모니터 인터내셔널 소개

01. 알파세대는 누구인가

02. 알파세대가 만들어지기까지

03. 알파세대 밀착분석

04. 알파세대의 미래

05. Gen Z를 통해 본 알파세대 예고편

06. 알파세대를 맞이하는 우리의 자세

© Euromonitor International

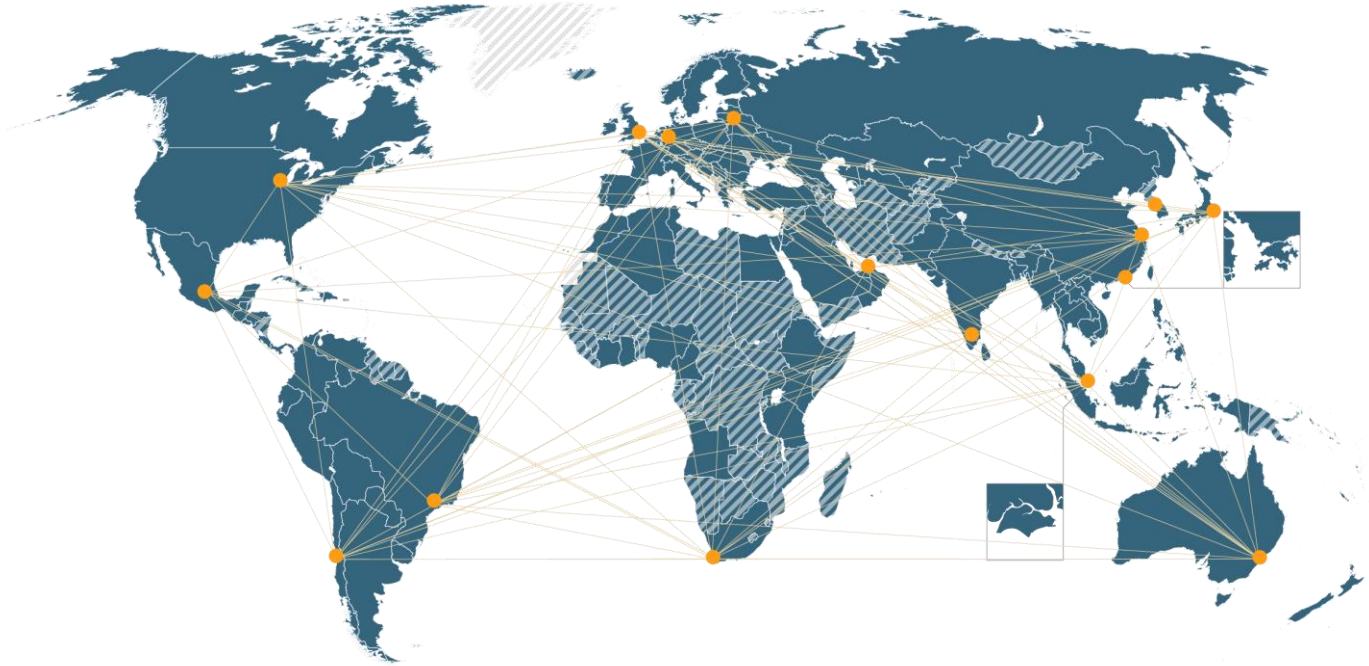
Intro.

유로모니터 인터내셔널 소개

© Euromonitor International

EUROMONITOR INTERNATIONAL

유로모니터 인터내셔널 조사 국가



16 OFFICES

London	Tokyo
Chicago	Sydney
Singapore	Bangalore
Shanghai	São Paulo
Vilnius	Hong Kong
Santiago	Seoul
Dubai	Düsseldorf
Cape Town	Mexico City

100 COUNTRIES

in-depth analysis on consumer goods and service industries

210 COUNTRIES AND TERRITORIES

\+

demographic, macro- and socio-economic data on consumers and economies

유로모니터 인터내셔널 연구 범위

소비재

- 주류
- 의류
- 자동차
- 화장품 및 생활용품
- 대마원료
- 가전제품
- 전자기기
- 소비자건강식품
- 안경류
- 신선식품
- 건강과 웰빙
- 가구 및 정원용품
- 가정용품
- 온음료
- 럭셔리 제품
- 영양
- 가공식품
- 액세서리
- 반려동물
- 클레임
- 냉장음료
- 위생용품
- 담배
- 게임 및 장남감

서비스

- 소비자 금융
- 외식산업
- 유통채널
- 스포츠
- 여행

공급 산업

- 원재료
- 포장재

분석

- 경쟁사 분석
- 산업 전망 분석

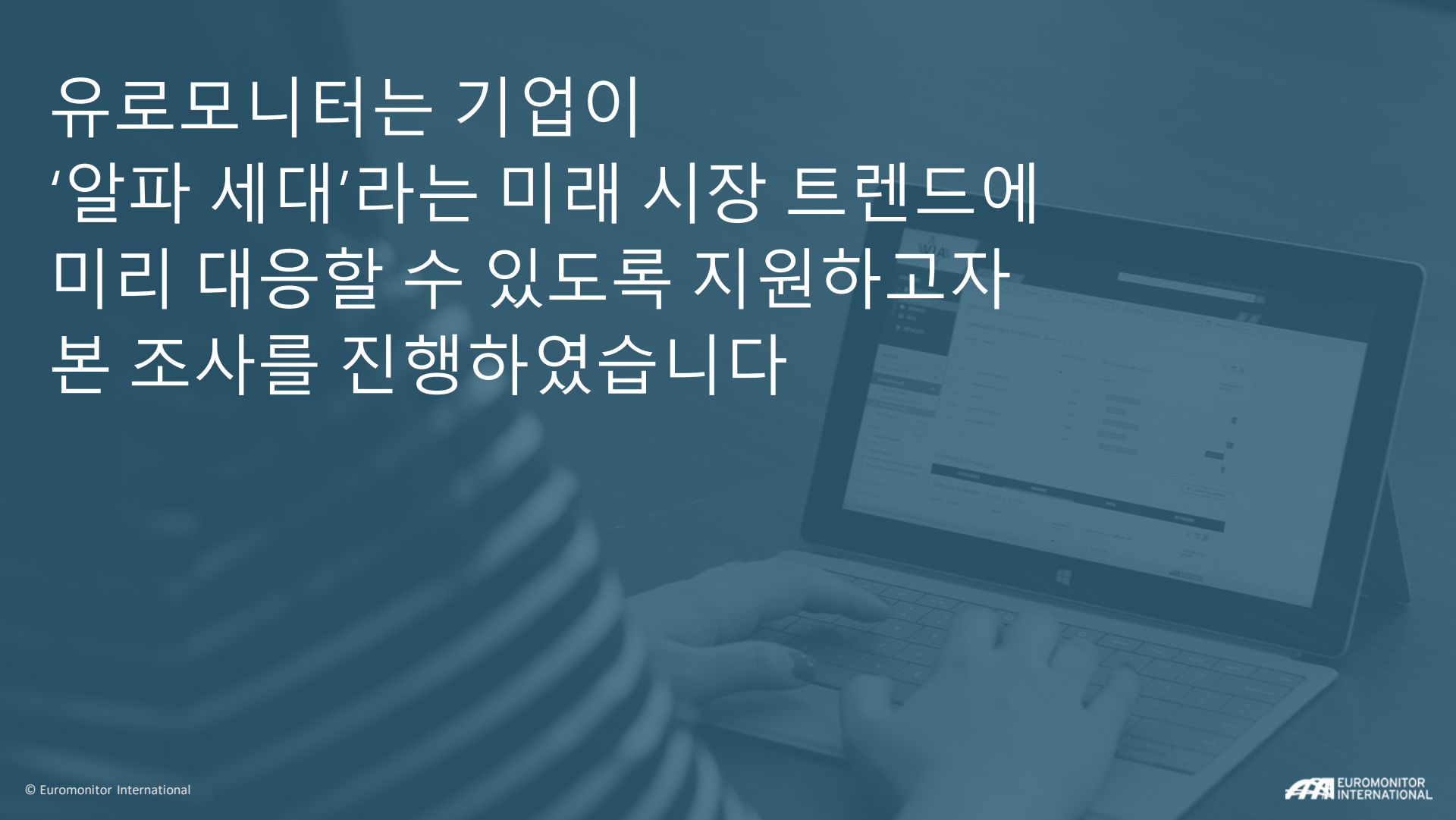
경제 지표

- 비지니스 환경
- 도시
- 경제, 금융, 무역
- 산업재
- 천연자원

소비자

- 디지털 소비자
- 가구
- 소득 및 지출
- 라이프스타일
- 인구

유로모니터는 기업이 ‘알파 세대’라는 미래 시장 트렌드에 미리 대응할 수 있도록 지원하고자 본 조사를 진행하였습니다



© Euromonitor International

EUROMONITOR INTERNATIONAL

알파세대 조사 목적 및 방법론

Why Did We Research on Generation Alpha?

- 선도적인 시장 조사 기업인 유로모니터는 과거, 현재, 미래에 대한 마켓 인사이트를 제공함으로써, 국내 주요 기업의 비즈니스 파트너로 함께 일하고 있습니다.
- 세계적인 마켓 인텔리전스 기업인 유로모니터는 자사가 지닌 자원과 지식을 면밀하게 활용해 아직 심도있게 다루어지지 않은 새로운 소비자 그룹인 알파 세대를 연구, 데이터 기반의 관련 인사이트를 제공하여 비즈니스에 도움을 드리고자 합니다.

How Did We Research on Generation Alpha?

유로모니터가 발행하는 다양한 자료 활용

Multi-Sourced 조사 방법론 활용

다수 기업 및 이해관계자 추가 인터뷰 진행

What Are Key Takeaways from this Gen Alpha Study?

- 알파세대는 우리가 생각하는 것보다 훨씬 더 똑똑합니다.
- 알파세대의 현재 가치관 및 구매 행동은 그들의 미래 FMCG 시장에 영향을 미칠 것으로 예상됩니다
- 기성세대는 이해하기 힘든 새로운 소비 패턴을 보이는 알파세대를 공부함으로써, 기업들은 미래 급변하는 시장에 효과적으로 대응할 수 있습니다.

유로모니터는 다양한 리서치 방법론을 통해 본 조사를 실시하였습니다.

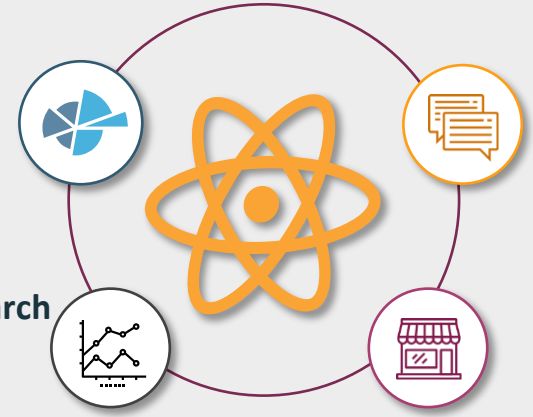
Multi-source Research Methodology

Passport

- 산업 분석
- 경제지표, 국가 및 소비자 지표 분석

Trade interviews

- 산업 전문가, 유통업계 및 소비자 등 주제별 주요 관계자 인터뷰



Secondary Research

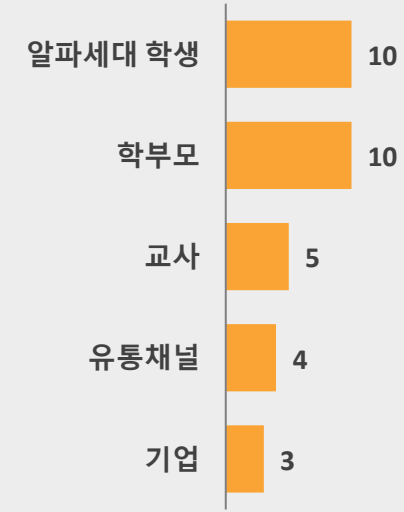
- 통계자료
- 수출입, 소비, 공급 자료
- 기업 공시 자료

Store Audits

- 오프라인 유통 채널 직접 조사
- 온라인 이커머스 유통 채널 조사

Trade Interviewee List

(단위: 명)

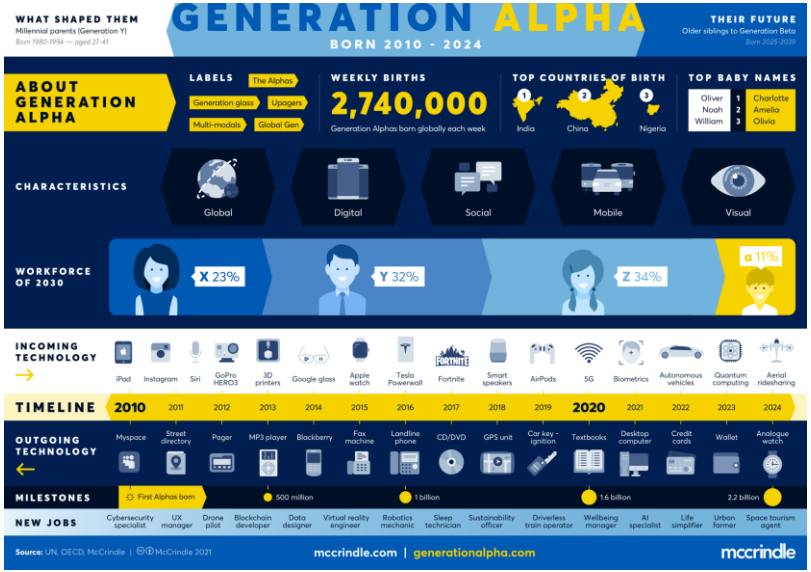


01.

알파세대는 누구인가

© Euromonitor International

Definition



What is Generation Alpha?

- 2010년부터 2024년도 사이에 태어난 세대.
- 알파벳을 활용한 X, Y, Z 세대를 지나, 그리스 문자의 첫 단어인 알파를 활용하는
- 기성세대와는 차원이 다른 새로운 세대

"In keeping with this scientific nomenclature of using the Greek alphabet in lieu of the Latin, and having worked our way through Generations X, Y and Z, I settled on the next cohort being Generation Alpha- not a return to the old, but the start of something new."

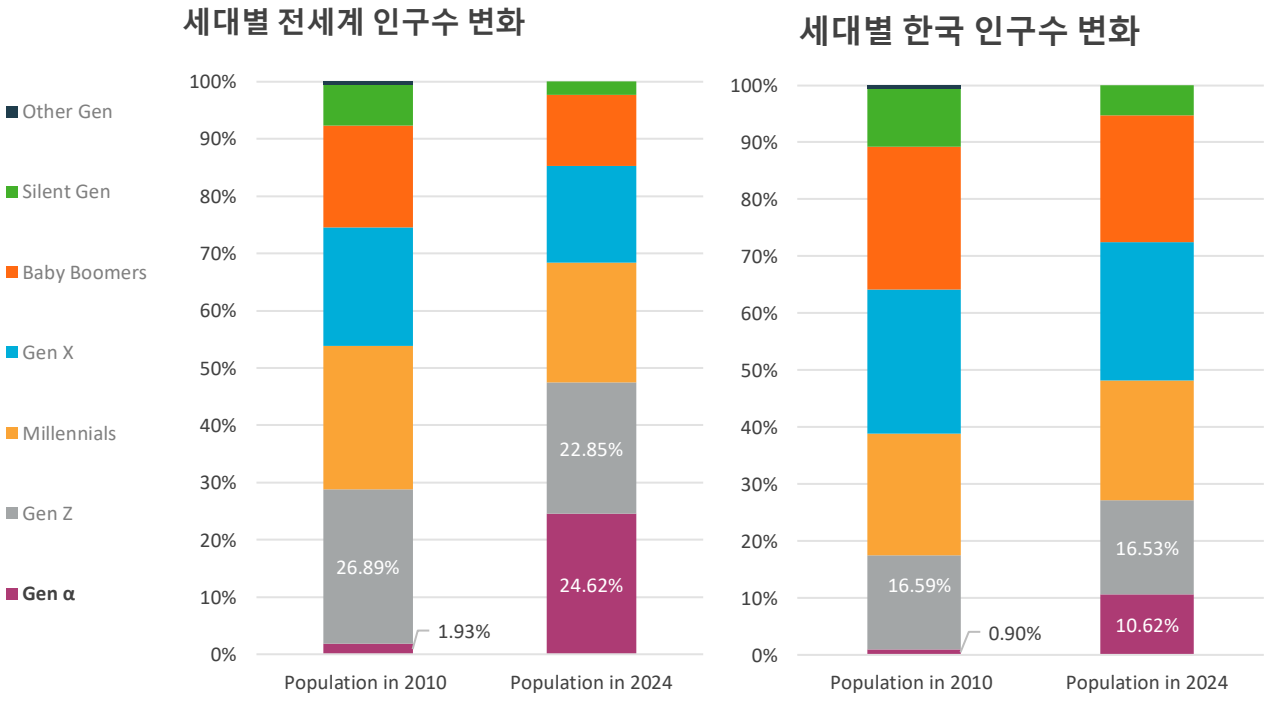
- Mark McCrindle

Source: markmccrindle.com

© Euromonitor International

EUROMONITOR INTERNATIONAL

인류 역사상 가장 큰 규모, 하지만 국내는 가장 귀한 세대



- 국내 알파세대는 낮은 출산율로 인해 한 가족이 하나의 아이에게 집중된 “에잇 포켓” 또는 “골드 키즈” 라는 특징을 갖는다.

* Gen α : 2010 – 2024년 출생
** Gen Z : 1995 – 2009년 출생
*** Millennials : 1980 – 1994년 출생
**** Gen X : 1965 – 1979년 출생
***** Baby Boomers : 1946 – 1964년 출생
****** Silent Gen : 1925 – 1945년 출생

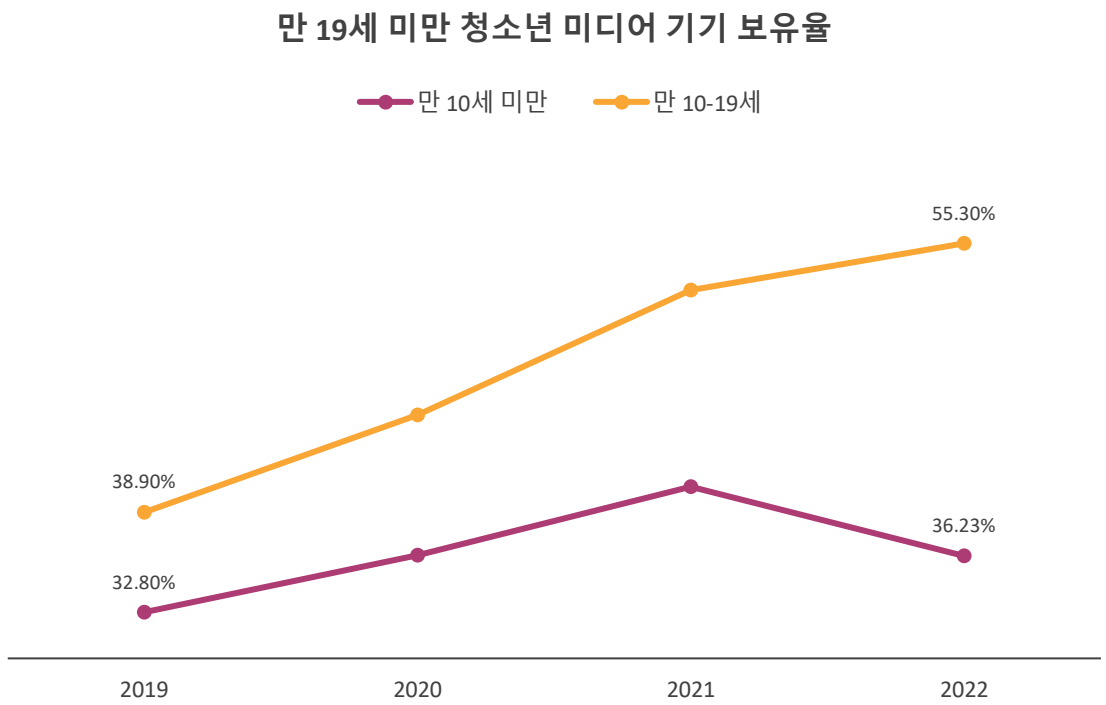
Note: 에잇 포켓(8-Pocket) : 부모, 조부모 등 8명의 친척이 아이를 위해 지갑을 여는 현상

Note: 골드 키즈 (Gold Kids) : 왕자나 공주처럼 귀하게 키우는 외동 아이

Source: Euromonitor International, Population

EUROMONITOR INTERNATIONAL

미디어 기기는 알파 세대의 가장 가까운 친구



- 알파 세대는 태어날 때부터 스마트폰, 태블릿 PC 등 디지털 기기에 익숙한 "디지털 네이티브"로 정의된다. 유튜브, SNS 등 미디어를 선호하며 이 기기의 영향을 많이 받으며 자란 세대이다.
- 2021년, 코로나로 인한 비대면 수업이 증가하면서 태블릿 PC 보유율이 만 10세 미만과 만 10~19세 미만 연령대 모두에서 증가하였다.
- 2022년 10대 미만 연령대에서는 코로나 이후 학교 대면 수업이 정상화 되면서, 태블릿 PC 보유율 감소 영향으로 전년 대비 미디어 기기 보유율이 하락하였으나, 여전히 19년 대비 증가한 36%를 기록하였다.
- 또한 메타버스, 인공지능 (AI), 가상현실 (Virtual Reality) 등의 신 컴퓨터 과학 시스템에 익숙하며 부모 세대보다 기술적 능력과 지식이 뛰어난 것이 큰 특징이다.

Source: 한국미디어패널조사

알파세대 MBTI, Extroverted을 넘어 Entertainer로 진화

경쟁이 아닌 모두의 경험

"요즘은 학교행사로 버스킹처럼 아이들이 등굣길에 공연하는 경우가 많더라고요. 예전에도 끼 있는 아이들은 학교 행사에서 전교생 앞에서 춤추고 노래하곤 했잖아요. 그런 기회를 학교에서 더 많이 만들어 주는 것 같아요. 기회가 많아서 그런지 연습을 열심히 했다거나 실력 있는 아이들이 공연하는 건 아니고, 정말 하고 싶은 아이들이 제비뽑기로 기회를 얻는 식입니다. '누구나' 참여할 수 있어서인지, 실수도 잦고 보는 아이들도 오히려 친구들이 너무 잘하는 것보단 서툰 모습을 기대하면서 즐기는 것 같아요. 이런 아이들을 바라보는 시선은 갈리는 것 같습니다."

가볍게 다양한 기회를 경험해 볼 수 있어서 좋다

vs

친구들 앞에서 공연하는 것에 책임을 느끼고 열심히 연습해 준비된 모습을 보여주도록 교육하는 것도 중요하다

- 초등학생 자녀를 둔 학부모

Source: DGDG Studio's YouTube and TikTok Account

대문자 E MBTI인 알파세대

- 밀레니얼 세대 부모의 영향으로 사회, 환경 등의 이슈들을 어른들과 자연스럽게 토론하며 자란 세대로, 학교 및 사회 변화에 적극적으로 참여하기도 한다.
- 코로나-19 감염병으로 인해 유년기 초기 교육(유치원, 초등학교)에서 비대면 온라인 교육, 마스크 등에 큰 영향을 받은 세대로 소극적이고, 대면 상호작용을 어색해할수 있다는 우려가 있었으나,
- 하지만, 실제로는 일찍 접한 미디어 노출의 영향으로 주변 시선에 아랑곳하지 않고 길에서 춤을 추거나 자기 생각을 분명하게 말하는 등, 자유분방한 알파세대를 정의하는 데 있어 코로나와 마스크가 걸림돌이 되진 않는다.

02.

알파세대가 만들어지기까지

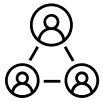
© Euromonitor International

알파세대를 탄생시킨 정치, 경제, 사회, 기술적 요인들

정치적 요인

- 경쟁보다 서로 협력하여 함께 살아가는 것이 중시되는 교육환경
- 다양한 문화를 어릴 적 부터 접하며, 사고의 다양성이 기성세대보다 뛰어남. 출산율 감소 및 학생 수의 감소로 다양성을 인정하는 이러한 교육 환경이 가능해짐

사회적 요인



- 코로나로 인한 사회적 활동은 감소하고 미디어 활용은 증가
- 자녀에 대한 부모의 투자와 여성 경제활동의 증가는 알파세대의 사회적 발달과 경제적 자유에 영향을 미침

경제적 요인

- 한국 경제 성장으로 인해 알파세대의 가구당 GDP와 가처분 소득이 증가
- 이는 더 많은 물질적 풍족함과 경제적 자유 추구에 영향을 미침

기술적 요인

- 알파세대는 스마트 기기 보유율 및 활용 능력이 높음
- 다양한 미디어를 통해 정보를 습득하고, 이를 효율적으로 활용하여 의사결정 함

© Euromonitor International

교육기관은 경쟁보다 각자의 재능 발굴에 집중

한국 교육 환경에서의 경쟁 문화

- 과거 한국 교육은 시험, 대회 등의 경쟁 문화가 늘 존재했다. 대표로 각종 대회에 나가는 경우, 반에서 재능을 갖고 있는 재능있는 친구들이 학급, 학교 대표로 결정되는 것이 일반적이었다. 또한, 중간 및 기말고사 등의 시험을 통한 경쟁 또한 존재하였다.
- 그러나 2019년부터 시험이 폐지되면서 학급 내 경쟁은 줄어들었으며, 공부는 시험을 잘 보기 위한 수단보다는 배우는 즐거움을 경험하는 과정으로 변화해 왔다.
- 학교에서는 수행평가, 서술형 시험 등의 비중이 높아졌으며, 각종 대회에 참가할 때도 더 잘하는 학생이 참가하는 것이 아닌, 희망하는 학생이 참가하도록 하고 있다.
- 알파세대는 기존의 Z세대, 밀레니얼 세대와 달리 학생 수가 적고 경쟁에 노출될 경험이 많지 않은 교육 환경에서“각자 잘하는 것을 잘하면 된다” 는 마인드가 강조되고 있다.

김포 ㅎ 초등학교 담임 선생님

“현재 초등학교 교육 환경에서는 개인이 최선을 다하고 경쟁을 통해 자신의 효능감과 성취감을 느낄 기회가 드물어졌습니다.”

“일반적인 학생 중에 창의력 있는 영재를 발견하자는 취지에서 능력에 상관없이 모든 학생이 지원할 수 있도록 하거나 무작위 선발을 진행하고 있습니다.”

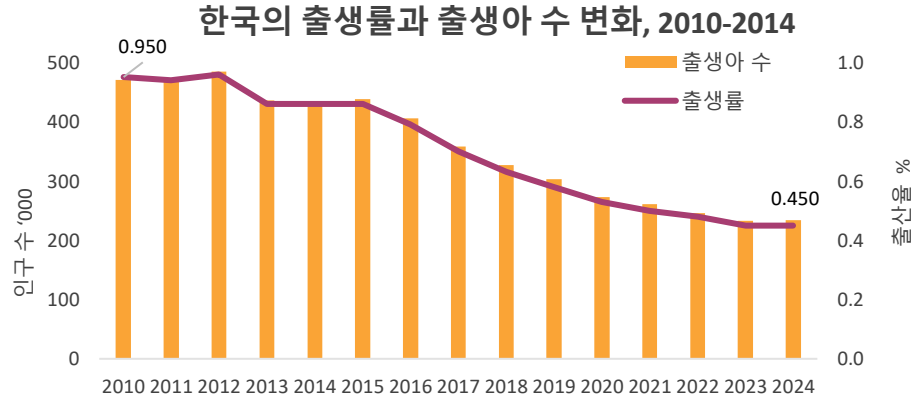
서울 ㄷ 초등학교 담임 선생님

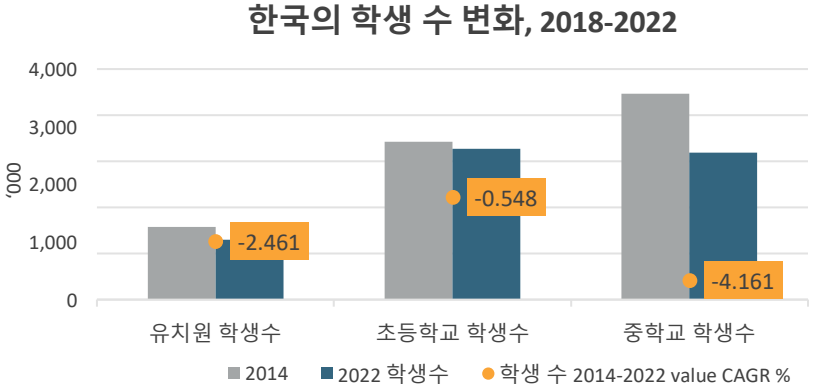
“반 대표 미술 대회나 논술 대회는 반에서 재능있는 친구가 아닌 희망하는 학생들을 위주로 선발하는 추세예요 "

교육부

“미래 사회를 살아가는 데 필요한 능력(협력, 인성, 창의)을 위해 학생의 참여 중심 수업에 필요한 연구 환경 및 물리적 여건 조성을 위해 지원할 예정 "

알파세대는 저출산 사회에서 성장중





지속해 출산율이 감소하고 있는 한국

- 알파세대로 분류되는 첫해인 2010년의 출산율은 0.95%였지만, 마지막 알파세대로 분류되는 2024년 출생률은 0.45%로 떨어질 것으로 예상된다.
- 2010년 47만 명이었던 신생아 수는, 2024년에는 23만 명 수준으로 감소할 예정이다.

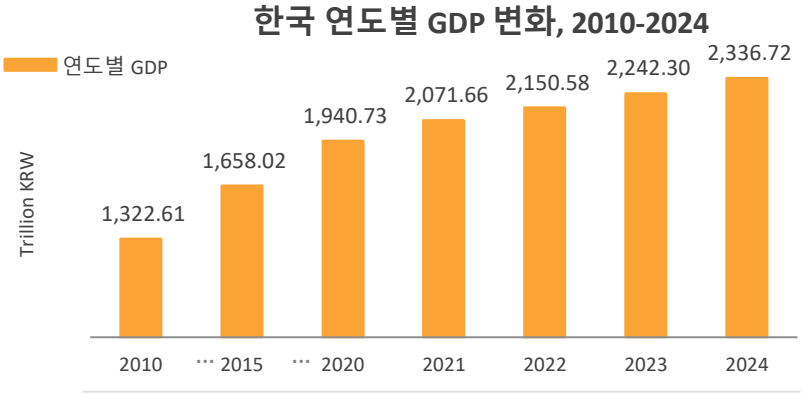
유치원, 초등학교, 중학교 학생 수도 지속적으로 감소

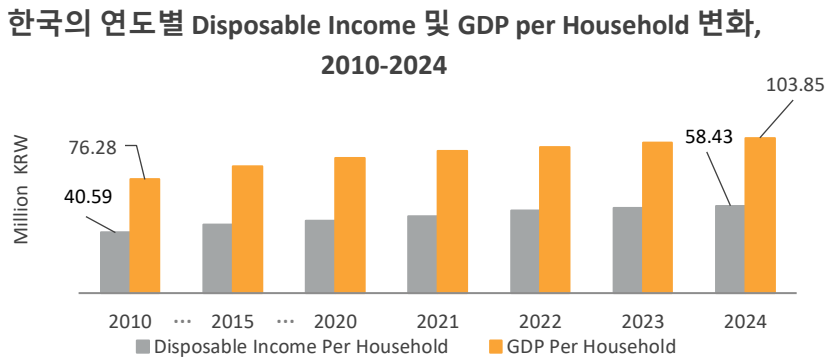
- 알파세대가 유치원에 입학할 수 있는 5살이 되는 2014년부터 유치원, 초등학교 및 중학교의 학생 수는 연간 마이너스 성장률을 기록하고 있다.
- 2014년부터 2022년까지 유치원 학생 수는 -2.46%, 초등학교 학생 수는 -0.55%, 중학교 학생 수는 -4.16%의 CAGR 변화를 보인다.

Note:
**출생아 수 : 사산을 제외한 출생아 수*
***출생률 : 사산을 제외한 인구 1,000 명당 연간 출생아 수 (%)*
Source: Euromonitor International, Business Dynamics, Population

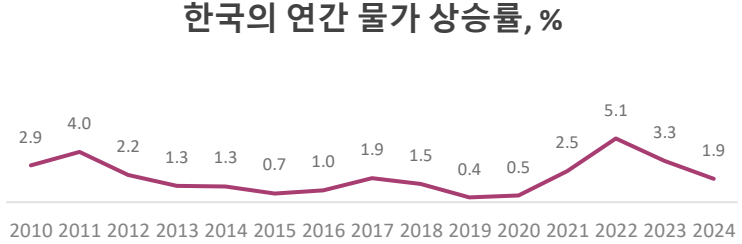
EUROMONITOR INTERNATIONAL

풍족한 환경에서 성장하고 있는 알파세대





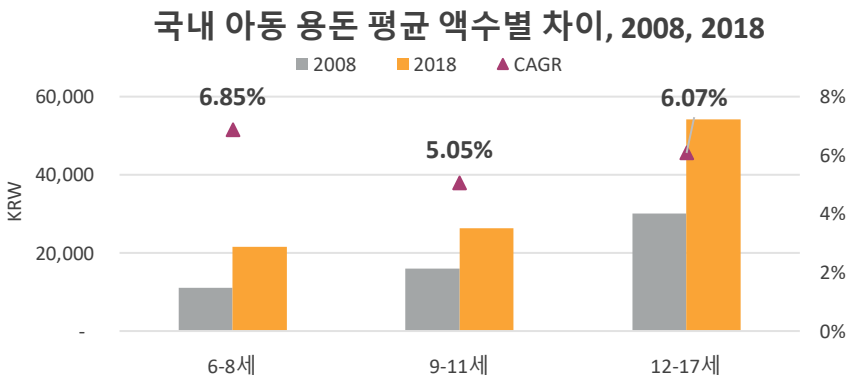
- 국내 GDP는 2010년 1,322조 수준에서 2024년에 2,337조 원으로 증가할 것으로 예상되며, 이는 가구당 GDP와 가처분 소득에도 영향을 미쳤다.
- 가구당 GDP는 2010년 7천 6백만 원에서 2024년에 1억 3백만 원으로 예상되며, 가구당 가처분 소득도 2010년의 4천 1백만 원에서 2024년에 5천 8백만 원으로 증가할 것으로 전망된다.



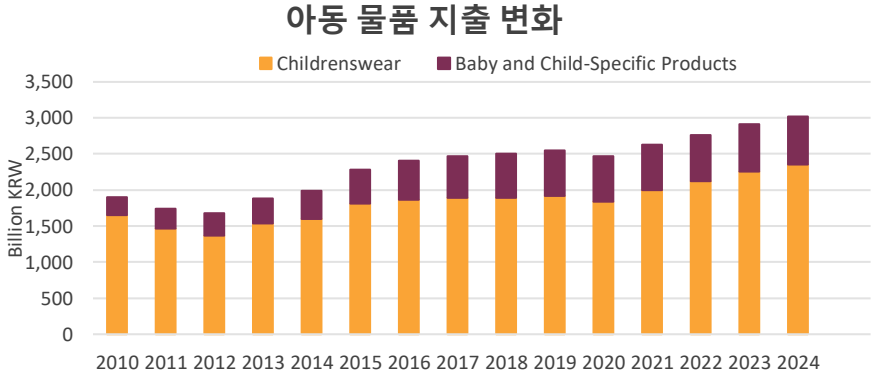
Source: Euromonitor International, Economics

EUROMONITOR INTERNATIONAL

많은 투자를 받는 알파세대



Source : 보건복지부, 아동종합실태조사 , 2008, 2018*



Source: Euromonitor International, Apparel 23ed, Beauty and Personal Care 23ed

이전 세대보다 부모로부터 더 많은 용돈을 받는 알파세대

- 과거 대비 어린 자녀들이 부모들에게서 받는 용돈의 양도 함께 증가하였다
- 보건복지부의 아동 종합 실태 조사에 따르면, 2008년부터 2018년까지 6~8세, 9~11세, 12~17세의 평균 용돈이 각각 6.85%, 5.05%, 6.07% 상승한 것으로 나타났다.

Note: *보건복지부의 아동종합실태조사의 가장 최근 자료가 2018년에 시행된 조사로, 해당 조사는 5년 주기로 시행됨.

경제의 성장 및 변화로 높은 수준의 풍요로움을 누리는 알파세대

- 전체 아동수는 지속해 감소하는 데 반해, 자녀 지출 금액은 시간이 갈수록 증가하였다.
- 유·아동* 1인당 의류 지출 금액은 2017년 28만 원 수준에서 2022년 35.8만 원으로 증가했고, 유·아동 화장품 시장도, 지난 5년 동안 연평균 2%의 꾸준한 성장률을 유지, 2022년 6,380억 원을 기록하였다.

Note: *유아동은 0세부터 14까지로 정의

EUROMONITOR INTERNATIONAL

밀레니얼과 알파세대의 '콜라보레이션'

밀레니얼 육아 이론

- 2015년까지 방송된 "우리 아이가 달라졌어요"
- 2020년부터 방송된 "금쪽같은 내 새끼"
- "삐뽀삐뽀 119" 등으로 대표되는 육아 필독서
- 육아 실전에 앞서, 육아를 책과 미디어로 철저하게 공부한 세대

밀레니얼 육아 실전

- 공감 : 그랬구나...
- 소통 : '왜'에 대한 친절한 설명
- 훈육 : No 대신, 어떻게 해야 하는지 설명
- 인정 : 너 자신이 가장 소중해 "싫으면 싫다고 말해도 괜찮아"

- 알파세대는 2020년부터 시작된 코로나-19 팬데믹으로 인해 유치원 및 초등학교의 수업을 비대면 혹은 온라인 수업으로 진행하면서, 학교에서의 사회적인 활동 (Social Interaction)이 감소하였지만, 집에서 보내는 시간이 늘어나, 밀레니얼 세대로 분류되는 부모의 영향을 많이 받았다.
- 출산과 육아를 사회적인 영향이 아닌, 스스로 하고 싶을 때 선택한 최초의 세대로서, 임신, 출산, 육아에 대한 책과 미디어 (우리 아이가 달라졌어요, 금쪽같은 내 새끼, 삐뽀삐뽀119 등)를 통해 간접적으로 육아 전문 시작을 공부하며 심적으로, 물질적으로 준비가 되었다고 자부하며 아이를 키운다.

© Euromonitor International

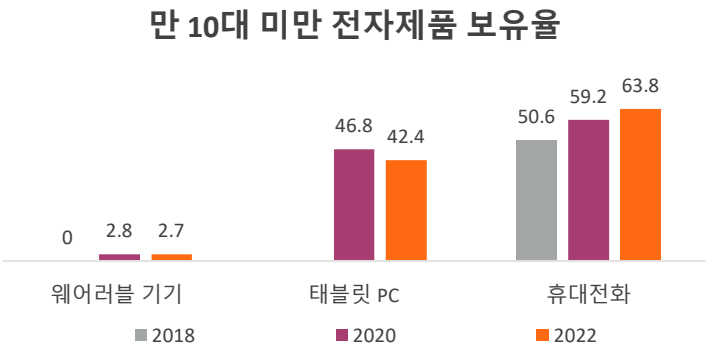
밀레니얼 부모, 그들은 누구인가

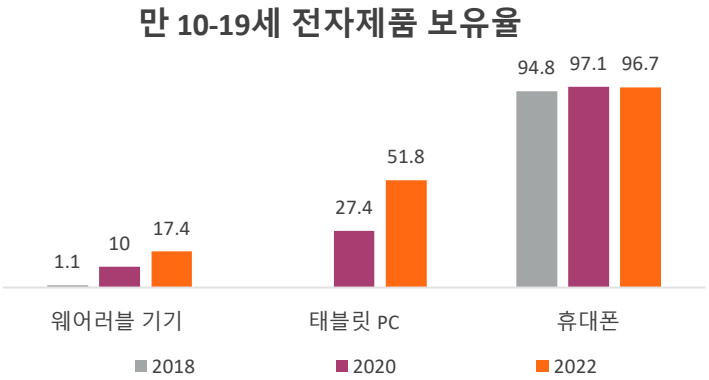
- 1980년-1990 초·중반에 태어난 2023년 기준, 30대~40대 초반이며, 30대 초·중반 결혼하여 30대 중반 낳은 자녀의 나이가 초등학생/중학생이거나 그 이하
- 사회적으로 가치 있다고 여겨지고, 남들에게 인정받는 부와 명예를 누릴 수 있는 미래보다, 내 아이 개인의 행복과 개인이 가치 있다고 여기는 것을 허락하고 전폭적인 지지를 보내는 부모

- 과거 기성세대들과는 다르게 출산과 육아를 스스로 하고 싶을 때 선택한 만큼 자식들의 행복에 아낌 없이 투자하고 싶어 한다.
- 이에 따라 알파세대는 본인의 행복과 경제적 자유에 대한 갈망, 희망적인 미래를 꿈꾸며 성장하게 된다.

© Euromonitor International

알파세대는 어떠한 세대들보다 “스마트” 하다





Source: 한국미디어패널조사

스마트폰, 태블릿 PC 등 첨단기술을 태어날 때부터 접한 알파세대

- 한국 미디어 패널 조사 결과에 따르면 2022년 “휴대전화를 보유하고 있다”고 응답한 10대 미만은 64%를 기록했다.
- 학원에 다니는 목적은 지역에 따라, 개인에 따라 다르지만, 방과 후, 대부분의 시간을 학원에서 보내는 요즘 알파세대는 부모와 긴밀하게 연락을 취하기 위해 초등학교 입학과 동시에 키즈폰 부터 시작, 휴대전화 보유는 부모와 자녀 대부분 필수로 인식하고 있다.

검색을 통해 얻은 정보를 각자의 기준에 따라, 비용과 시간을 효율적으로 계산하고 행동하며 의사결정에 활용

- 기존 세대들과는 다르게 해당 미디어 기기의 높은 보유율에서 나타나듯, 알파세대는 어렵지 않게 기기들을 일상생활에서 활용하고 있다. 이에 따라 유튜브, SNS, 온라인 검색 등 다양한 미디어에 쉽게 노출되어 있으며, 해당 정보들을 빠르게 흡수하며 영향을 받고 있다.
- 기술의 발전은 알파세대가 어떠한 세대들보다 똑똑한 세대가 되는 데 큰 영향을 미치고 있다.

알파세대는 우리 모두의 미래입니다. 그래서 알파세대가 성장하며 경제적으로 주도적 역할을 맡게 되는 과정에서, 그들의 필요와 욕구를 이해하기 위해 계속해서 연구하고 인사이트를 얻는 것이 필수입니다.

기업들은 이번 조사결과를 통해, 알파세대는 우리 미래 사회를 주도하고 비즈니스 환경을 재구성하는 잠재력을 갖고 있다는 점, 그들의 선호와 변화하는 동기를 파악해야 경쟁 우위를 점하고 번영할 수 있음을 인지해야 합니다.

알파세대가 제시하는 기회를 포착하고 긍정적인 변화를 선도함으로써 더욱 밝은 미래를 향한 길을 걸어갈 수 있을 것이라 봅니다.

본 보고서를 통해 알파세대의 세계를 더 깊이 이해하여, 이 세대가 가져다줄 기회를 발굴해 미래 비즈니스에 청사진을 그리려는 모든 기업들에게 도움이 되었으면 합니다. 알파세대를 이해하고 가치있는 미래를 창출하려는 모든 기업들에게 의미 있는 자료가 되었기를 바랍니다.

- **문상일 CG 리서치 컨설턴트**

전쟁 꿈을 꿨다. 불폭탄이 터지는데 나와 동네 사람들은 말그대로 산넘어 불구경 심정으로 공포나 두려움은 없었다. 80년대 초반생인 나에게 현실감 없는 전쟁은 역사책 소재일 뿐이었다.

꿈에서 깨 10살 딸에게 물었다. 갑자기 가난해져서 집도 없고 돈도 없으면 어떡할거냐고.

"밀○티에서 봤는데 72시간 생존가방이라는게 있데, 지금 안 가난할때 그걸 좀 사두지 뭐. 그걸로 노숙하는거야."

이건 '노숙'이라 표현하고 '캠핑'이라 이해하는게 맞겠지. 나에게 전쟁이 그렇듯, 아이에겐 25년전 IMF 시절과 개인에게 닥칠 수 있는 예고없는 경제불황이 비현실적인 역사책 소재일 뿐.

이 프로젝트를 진행하며 알파세대 딸을 둔 밀레니얼 부모로서 많은 걱정과 고민이 뒤엉켰던게 사실이다. 하지만 하나는 분명해졌다.

이제 엄마보다 디지털 기기를 잘 다루는 10살 아이가 10년후 AI 와 함께 살아가게 될 거라는 것에 대비해, 어떤 상황이 닥치든 정보를 잘 읽어내고 판단할 수 있는 '사람'이 되도록 키워야 겠구나.

- 문경선 한국 리서치 총괄

"우리 사무실의 유일한 Z세대로서 어떻게 생각하세요?"

이번 프로젝트를 진행하면서 제일 많이 받았던 질문이다. MZ라는 단어를 접한 지 몇 년 안 된 것 같은데 어느덧 Z세대라는 세 글자는 나를 설명하는 수식어 중 하나가 되어 있었다. 유행에 민감하고 빨리빨리 변화하고 어느 날은 You Only Live Once이었다가 어느 날은 갓생 사는 세대.

알파세대 프로젝트는 한 발짝 뒤에서 또 다른 세대를 관찰할 기회였다. 태어난 연도가 뭐라고 싶다가도, 아이패드가 출시한 연도와 알파세대가 태어난 시기가 같다는 사실에 당황하기도 했다.

한 발짝 물러나 바라본 알파 세대는 나와는 또 다른 아이들이었고, 또 다른 장점이 있는 세대였고, 신기하지만 묘하게 납득은 가는 그런 학생들이었다.

- 서수민 선임연구원

© Euromonitor International

감사합니다

알파세대 밀착 분석, 그들의 미래, 그리고 우리의 자세에 대한 분석이 담긴 보고서 전문이 보고싶다면,
info-southkorea@euromonitor.com으로
성함, 회사명, 이메일 및 연락처를 남겨주세요.

EUROMONITOR INTERNATIONAL

© Euromonitor International