



어수선한 분위기의 소비자심리

1. 4개월간 상승세가 종료된 소비자심리지수

- 한국의 9월 소비자심리지수는 전월 대비 -8.8pt 하락하여 79.4pt를 기록 수도권을 중심으로 코로나19의 2차 유행이 불거지면서 소비자들의 심리상태가 급격히 위축된 모습이 발현.
- 구성항목별 기여도를 살펴보면 가장 크게 위축된 것은 소비지출전망임. 야외활동 및 사회활동의 제한에 따라 지출처를 찾지 못하기 때문. 가계수입 전망과 현재경기판단에서 각각 -1.7pt와 -1.3pt의 기여가 발생.

2. 지출전망패턴의 추이를 살펴보자

- 지난 2월 대비 4월까지 하락한 소비지출전망 수치인 -19pt보다 그 크기가 적은 -7pt로 기록되면서, 당시와 비교하면 상대적으로 하락폭이 적은 모습.
- 품목별 지출전망 추이 역시 최근의 행태를 잘 반영하고 있다. 가장 많은 낙폭을 기록한 부문은 여행비로써 전월 대비 -11pt가 하락, 다만 내구재, 의류비, 주거비 등의 지출전망은 상대적으로 양호한 상황.
- 타격이 높은 업종 중에서도 상대적인 비교를 하자면 지난 1차 유행 대비 여행지출에 대한 전망보다 외식비와 교양오락비 지출전망이 더 큰 충격을 기록하였는데, 이는 2.5단계의 거리두기로 외식이 거의 통제된 상황에 기인.

3. 해외 경제주체의 심리지수 동향

- 미국 미시간대 소비자심리는 8월에 이어 9월 지수도 상승하였고, 물가와 동반 상승이 진행되면서 위축되었던 소비에 대한 회복 기조를 기대. 특히 소매업재고가 크게 소진되는 것은 소비수요 유지 근거로 판단.
- 이에 더하여 지난주에 발표된 미국과 유로존의 제조업PMI는 일제히 전월 대비 상승하는 모습. 이는 낮은 재고수준을 충당하기 위한 과정.
- 결국 한국은 일시적인 사회적 거리두기에 의하여 내수경기에서의 단기적 충격이 발생할 가능성이 높은 상황으로 해석되며 4차 추경 집행 등 정부의 지원책 등을 감안할 때 일시적 충격인 것으로 해석됨.



주식시장 투자전략

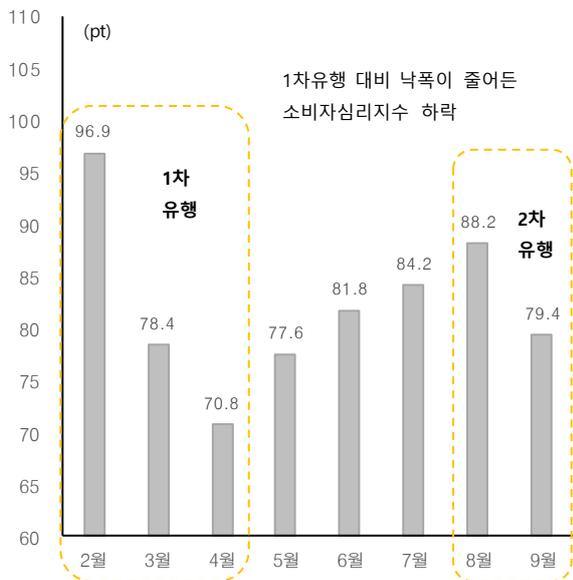
1. 4개월간 상승세가 종료된 소비자심리지수

한국의 9월 소비자심리지수는 전월 대비 -8.8pt 하락하여 79.4pt 를 기록하였다. 금년 2월부터 4월까지 급락 후 4개월간 반등세를 보이면서 8월 기준 88.2pt 까지 상승하였으나 수도권을 중심으로 코로나19의 2차 유행이 불거지면서 소비자들의 심리상태가 급격히 위축된 모습이 발현된 것으로 볼 수 있다.

동 조사의 조사시점은 9월 10일부터 9월 17일까지인데, 당시 기간은 사회적 거리두기 2.5단계가 종료된 9월 14일이 중간 시점에 포진되어 있는 것으로 확인된다. 8월 하순부터 수도권의 코로나19의 2차 유행이 본격화되었기 때문에 외출자제 및 사회활동의 위축이 극도로 진행된 상태에서 일정수준 조사가 진행된 시기인 것을 감안한다면 상대적으로 양호하였던 심리의 위축으로 판단된다.

동 지수의 구성항목별 기여도를 살펴보면 가장 크게 위축된 것은 소비지출전망으로, 전체 -8.8pt 의 하락 규모 중 -2.6pt 를 기여한 것으로 나타나고 있다. 야외활동 및 사회활동의 제한에 따라 지출처를 찾지 못하기 때문인 것으로 해석할 수 있다. 또한 가계수입전망과 현재경기판단에서 각각 -1.7pt 와 -1.3pt 의 기여가 발생한 것으로 확인되는데, 이는 당장 재확산된 코로나19로 인하여 현재 인식이 부정적으로 이어진 것으로 생각할 수 있다.

[차트1] 사회적 거리두기 2.5단계 시행 중에 조사된 소비자 심리지수는 8월대비 급락.



[차트2] 가계수입전망은 강건하고 향후경기전망은 부진한 것은 현 시국의 만성화 인식 및 정부지원에 대한 기대를 의미.

세부항목	기여도		상대강도(B/A)
	2월->3월 (1차유행/A)	8월->9월 (2차유행/B)	
현재생활형편	-2	-1	0.500
생활형편전망	-2.6	-1.1	0.423
가계수입전망	-4.3	-1.7	0.395
소비지출전망	-4.9	-2.4	0.490
현재경기판단	-3	-1.3	0.433
향후경기전망	-1.7	-1.1	0.647

자료: 유안타증권 리서치센터



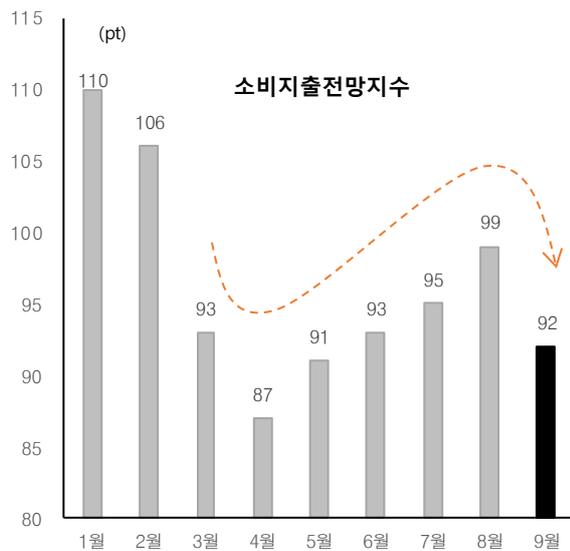
주식시장 투자전략

2. 지출전망패턴의 추이를 살펴보자

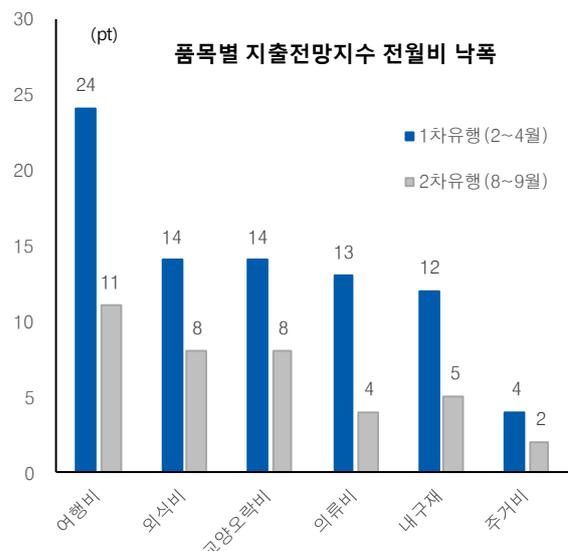
소비지출전망지수를 살펴보면 현 상황에서의 소비경기의 동향을 확인할 수 있다. 9월 소비자심리지수는 물론 모든 세부 소비지출항목에서 수치가 하락하였지만 지난 2월 대비 4월까지 하락한 소비지출전망 수치인 -19pt 보다 그 크기가 적은 -7pt 로 기록되면서, 당시와 비교하면 상대적으로 하락폭이 적은 모습을 볼 수 있다. 사회적 거리두기 2.5단계 기간에 조사가 되었음에도 불구하고 동 수준의 지출전망 감소가 발생한 것은 결국 경제주체들이 현재 경제환경과 질병인식에 대한 내성이 생겼기 때문에 1차 유행당시보다 충격이 덜했던 것으로 판단된다.

품목별 지출전망 추이 역시 최근의 행태를 잘 반영하고 있다. 가장 많은 낙폭을 기록한 부문은 여행비로써 전월 대비 -11pt 가 하락하였고, 외식비와 교양오락비도 각각 -8pt 를 기록하였다. 코로나19의 1차유행때와 유사한 패턴이 발견된 것으로 볼 수 있다. 다만 내구재, 의류비, 주거비 등의 지출전망은 상대적으로 양호한 상황인 것으로 볼 수 있는데, 이는 시중 유동성이 크게 증가하고 금리수준이 낮아지면서 상대적으로 내구재와 준내구재 등에 수요가 집중되는 것으로 해석된다. 타격이 높은 업종 중에서도 상대적인 비교를 하자면 지난 1차 유행 대비 여행지출에 대한 전망보다 외식비와 교양오락비 지출전망이 더 큰 충격을 기록하였는데, 이는 2.5단계의 거리두기로 외식이 거의 통제된 상황에 기인하는 것으로 생각된다.

[차트3] 소비지출전망지수는 4월 이후 상승기조를 유지하면서 기준선인 100pt에 근접하였으나 다시금 급락.



[차트4] 지출전망은 하락하였으나 지난 1차유행 당시보다 충격의 강도는 적은 상황.



자료: 유안타증권 리서치센터



주식시장 투자전략

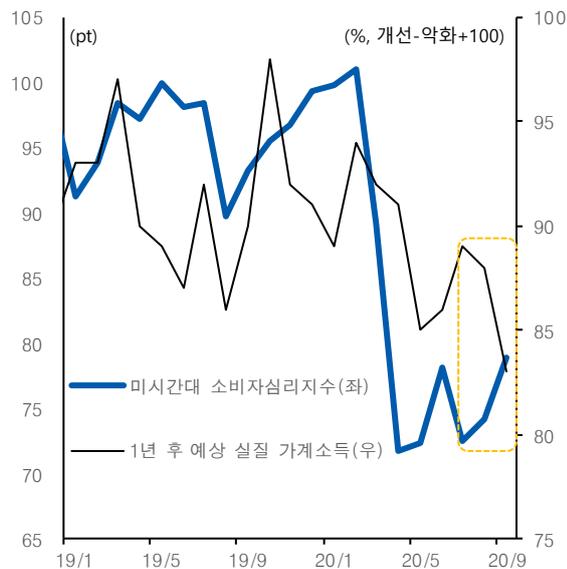
3. 해외 경제주체의 심리지수 동향

미국 소비자심리는 여전히 낮은 수준에서 머물고 있지만 추가 하락에 대한 우려보다는 개선세가 발생하고 있음을 확인할 수 있다. 9월 기준 미시간대 소비자심리지수는 8월에 이어 9월 지수도 상승하였고, 소비자물가와 동반 상승이 진행되면서 위축되었던 소비에 대한 회복 기조를 기대하고 있다. 특히 소매업재고가 크게 소진된 상황은 결국 소비수요가 유지되는 것으로 해석된다. 물론 향후 가계소득 악화에 대한 우려가 반영되고 있는데, 이는 경기부양책의 효과가 소멸되어 가고 있는 상황임이 반영된 것으로 생각된다.

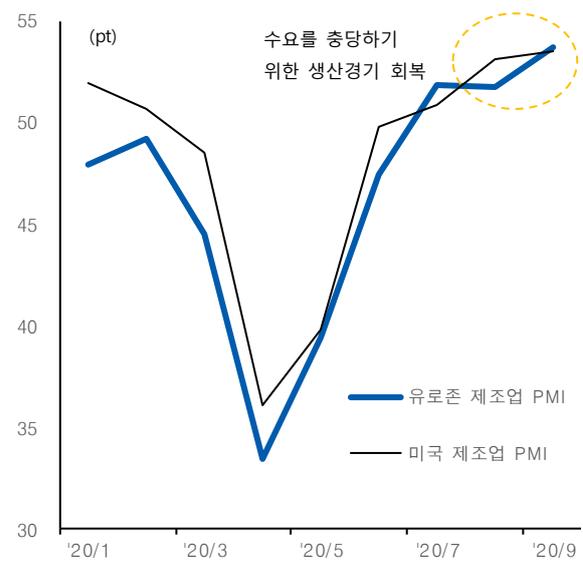
이에 더하여 지난주에 발표된 미국과 유로존의 제조업 PMI 는 일제히 전월 대비 상승하는 모습을 보여주었다. 이는 전반적인 수요 충족 및 재고수준이 낮아진 부분을 충당하기 위한 준비과정이 이어지고 있는 것으로 볼 수 있다.

결국 한국과 비교하자면, 한국은 OECD 선형지수가 기준선인 100pt 를 상회하는 등 전반적인 경기흐름이 양호한 수준이었으나, 일시적인 사회적 거리두기에 의하여 내수경기에서의 단기적 충격이 발생할 가능성이 높은 상황으로 생각된다. 그러나 4차 추경 집행 등 정부의 지원책이 지속되고 있으며, 해외에서도 미국 소비자심리지수의 지속적 상승 및 중국의 소매판매가 전년비 (+)로의 전환에 성공한 점 등을 감안한다면 한국의 내수 충격은 단기적일 가능성이 높은 것으로 생각된다.

[차트5] 미국 소비심리는 보조금 지원이 종료되었음에도 상승기조를 유지.



[차트6] 미국과 유로존의 제조업 PMI 는 낮아진 재고 충당을 위한 생산 예상으로 꾸준한 상승.



자료: 유안타증권 리서치센터