

국민 '소비 가치관' 변화상 분석

■ 한국인 '소비 가치관' 현황

- _ 국민들 소비행태, 최근 들어 '실속 소비' 급증
- _ 양적 측면에서 '축소지향 소비'로의 전환 흐름 나타나

■ '과시 vs 실속' 소비, 계층별 응답 현황

- _ 20대 : 여성 '실속 소비' 경향에 남성도 가세
- _ 30대 : 20대 남녀처럼 여성 '실속 소비'에 남성도 가세
- _ 4060세대 : 연령 높을수록 '실속 소비' 경향 약해
- _ 개인경제상황 : 경제상황 차이, 소비 성향에 직결돼
- _ 이념별 : 이념에 따른 소비 성향 차이, 거의 없어

■ '확대지향 vs 축소지향' 소비, 계층별 응답 현황

- _ 20대 : 상대적으로 '확대지향 소비' 높고, 여성 더 높아
- _ 30대 : 20대보다 '확대지향 소비' 약해
- _ 4060세대 : 40대 '확대지향', 5060세대 '축소지향'
- _ 개인경제상황 : 경제상황 '좋다', '확대지향' 뚜렷
- _ 이념별 : 이념에 따른 양적 소비성향 차이, 거의 없어

조사개요

조사기간	2023년 3월 3일(금) ~ 3월 5일(일)
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 웹 조사
조사기관	케이스탯
표본추출	지역별, 성별, 연령별 비례 할당 추출
표 본 틀	케이스탯 K-패널
유효표본	총 1,044명
표본오차	95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차 $\pm 3.03\%$
가 중 치	지역별, 성별, 연령별 셀 가중 부여 (2023년 2월말 행정안전부 주민등록인구 기준)

일러두기

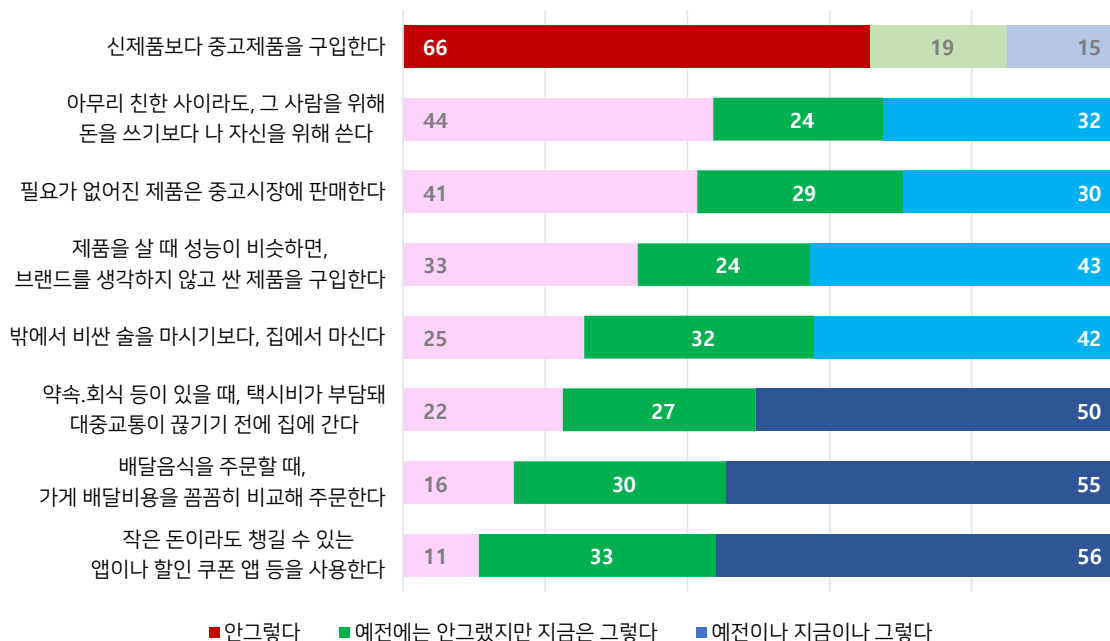
- _ 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 세부항목의 합이 100%가 되지 않거나 넘을 수 있습니다.
- _ 중복 응답 문항의 경우 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- _ 본 리포트에서 n은 유효 표본크기를 의미합니다.
- _ 응답 사례수가 적은 경우 해석에 유의하여 주십시오.

한국인 '소비 가치관' 현황

국민들 소비행태, 최근 들어 '실속 소비' 급증

- 우리 국민들의 소비행태가 '과시 소비'에서 '실속 소비'로 전환된 것으로 나타남
 - "다음 각각의 문장을 보고, 선생님 모습과 가까운 항목을 선택해 주세요"라는 질문과 함께 8개 문항을 제시했으며, '그렇다'와 '안 그렇다'로 응답을 받음
 - '그렇다' 응답자에게만 추가적으로 '예전에는 안그랬지만 지금은 그렇다', '예전이나 지금이나 그렇다' 중 선택토록 함
- 총 8개 문항 중 '신제품보다 중고제품을 구입한다'는 문항만 '안 그렇다'가 높고, 다른 문항 모두 '그렇다'는 응답이 높게 조사됨
- '그렇다' 우세 문항 중에서 '예전이나 지금이나 그렇다'는 응답이 단독으로 50% 이상을 기록한 문항은 3개임(아래 그림에서 짙은 푸른색 막대)
- '예전에는 안그랬지만 지금은 그렇다'는 응답을 포함해, '그렇다' 우세가 된 문항은 4개임(하늘색 막대)

'과시 vs 실속' 소비 : 국민전체 (자료:케이스탯,2023.03.05조사,단위:%)



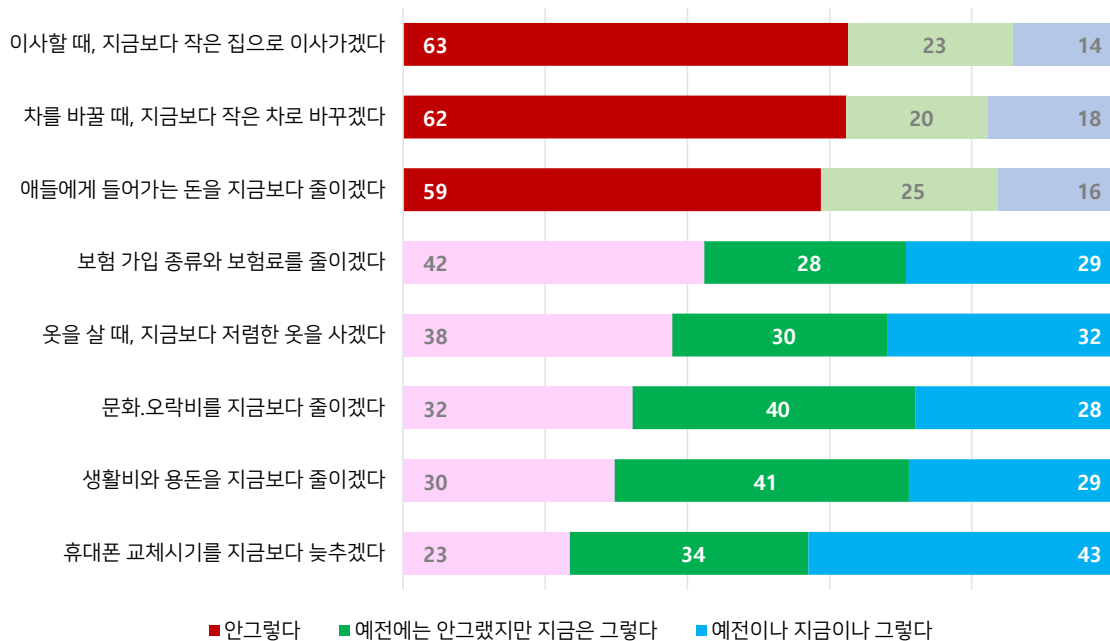
Kstat Point

- ☑ 국민들의 소비행태를 종합하면, 예전부터 '할인 쿠폰 앱'을 사용하고, '배달비용을 비교'하며, '택시비가 부담돼 대중교통을 이용'하고 있음
 - : 또한 예전에는 안그랬지만 지금은 '집에서 술'을 마시고, '성능 비슷하면 싼 제품 구입'하며, '중고시장 물건 판매'와 '나를 위해 돈 지출'을 하고 있음
 - : 다만, 제품구입시에는 중고제품보다 신제품을 선호함
- ☑ 이렇듯 '과시 소비'에서 '실속 소비'로 전환된 배경은 경제상황이 악화되었기 때문으로 분석됨
 - : 국민들은 '세계경제', '우리나라 국가경제', '내 개인의 경제상황' 모두 '나쁘다'고 인식하고 있음
 - : 이에 대한 자세한 내용은 케이스탯 리포트 70호 『최근 경제상황 인식과 '삶의 질' 평가』 참고

□ 양적 측면에서 '축소지향 소비'로의 전환 흐름 나타나

- 국민의 소비를 양적 측면에서 살펴보면, '확대지향 소비'에서 '축소지향 소비'로 전환되는 흐름임
 - "다음 각각의 문장을 보고, 선생님 모습과 가까운 항목을 선택해 주세요"라는 질문과 함께 8개 문항을 제시했으며, '그렇다'와 '안 그렇다'로 응답을 받음
 - '그렇다' 응답자에게만 추가적으로 '예전에는 안그랬지만 지금은 그렇다', '예전이나 지금이나 그렇다' 중 선택토록 함
- 총 8개 문항 중 3개 문항은 '안 그렇다'가 높게 나타나, '확대 지향소비' 태도를 유지함
 - 집, 자동차, 애들 소요 비용 등이 그것임
- '그렇다'가 우세한 문항은 5개 문항인데, '예전에는 안그랬지만 지금은 그렇다'는 응답이 '그렇다' 우세를 만든 요인임
 - 즉, '예전이나 지금이나 그렇다'는 응답이 단독으로 50% 이상을 기록한 문항은 없음

'확대지향 vs 축소지향' 소비 : 국민전체 (자료:케이스탯,2023.03.05조사,단위:%)



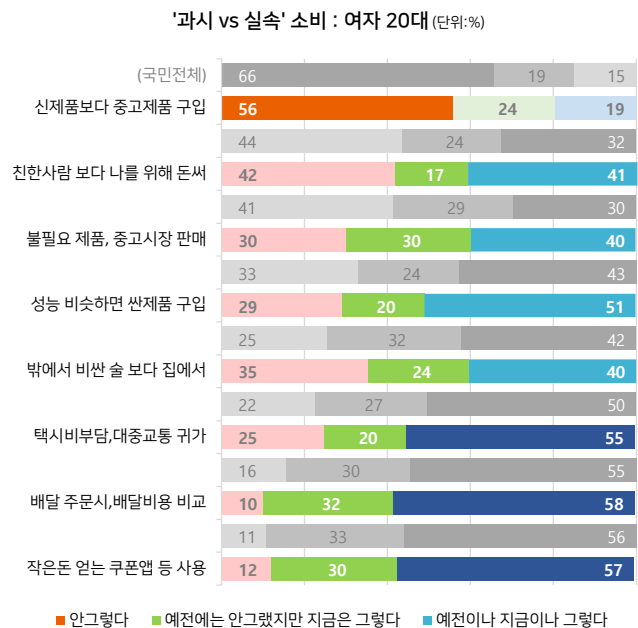
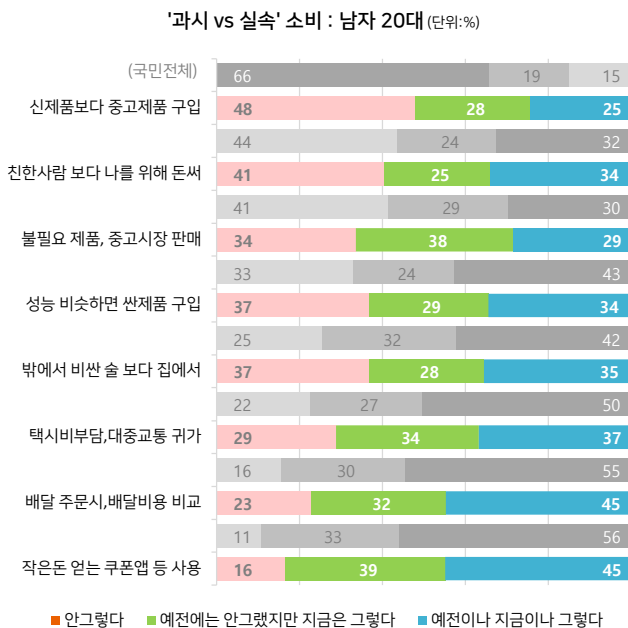
Kstat Point

- ☑ 양적측면에서의 국민들 소비태도를 종합하면, '보험종류와 보험료'를 줄이고, '저렴한 옷'을 구매하고, '문화.오락비'와 '생활비.용돈'을 줄이고 '휴대폰 교체시기'를 늦추겠다고 생각함
 - : 그러나 '집'과 '자동차'는 지금보다 큰 것을 원하며, '애들에게 들어가는 지출' 역시 줄일 의향이 없음
 - : 이는 '집', '자동차', '애들 지출 비용'은 미래의 비용으로 생각하고, 다른 것들은 당장의 비용으로 생각했기 때문으로 보임
- ☑ 경제성장기에는 '확대지향 소비'가 강하고, 경제침체기에는 '축소지향 소비'가 강한데, 최근의 경제침체기를 살아가는 우리 국민들 역시 '축소지향 소비'로 대응하고 있음
 - : 또한 국민들은 '나쁜 경제상황'이 단기간 내에 끝나지 않고, '내후년(2025년)까지' 유지될 것으로 전망중이기에, 이러한 '축소지향 소비' 흐름이 더욱 강화될 것으로 보임
 - : 이에 대한 자세한 내용도 케이스탯 리포트 70호 『최근 경제상황 인식과 '삶의 질' 평가』 참고

▶ '과시 vs 실속' 소비, 계층별 응답 현황

□ 20대 : 여성 '실속 소비' 경향에 남성도 가세

- '과시 vs 실속' 소비행태를 성/연령별로 살펴보면, 먼저 20대의 경우 여성은 예전부터 '실속 소비' 경향이 강했던 것으로 나타남
 - 20대 여성이 남성보다 '예전이나 지금이나 그렇다'는 응답 비중이 높음
 - 특히 '택시비 부담, 대중교통 귀가', '배달 주문시, 배달비용 비교', '작은돈 얻는 쿠폰앱 등 사용' 등은 50%를 상회함
 - 아래 그림에서 각 문항 위의 회색 막대는 국민전체 응답임. 또한 '예전이나 지금이나 그렇다' 응답이 50% 이상이면 짙은 푸른색 막대로 표시함
- 남성은 '예전에는 안그랬지만 지금은 그렇다'는 비중이 상대적으로 높고, 이에 따라 '실속 소비' 응답이 우세함
- 한편, '신제품보다 중고제품 구입'의 경우 남성은 '그렇다'는 응답이 우세하고, 여성은 '안 그렇다'는 응답이 우세한 차이를 보임

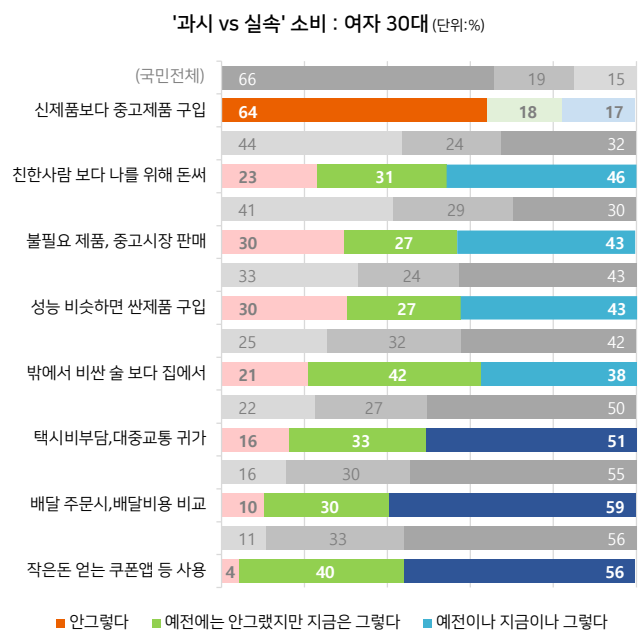
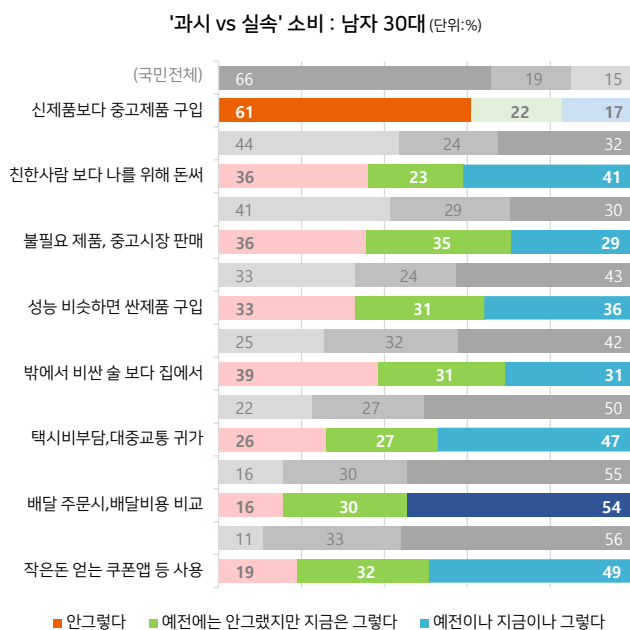


Kstat Point

- ☑ 20대의 소비행태는 항목별로 '실속 소비' 경향이 강한 것과 약한 것으로 나뉨
 - : '중고제품 구입', '나를 위한 돈 써', '불필요한 제품, 중고시장 판매' 등은 국민 전체보다 '그렇다'는 응답이 높아, '실속 소비' 경향이 강한 것으로 나타남
 - : 그러나 친목활동과 관련된 문항, 즉 '밖에서 비싼 술보다 집에서'와 '택시비 부담, 대중교통 귀가'는 국민 전체보다 '그렇다'는 응답이 낮아, '실속 소비' 경향이 약함
 - : 이러한 친목활동과 관련된 20대의 소비행태는 인간관계 형성에 적극적인 20대의 특성 때문으로 보임
- ☑ 또한 전반적으로 20대 남성보다 여성의 '실속 소비' 경향이 두드러져, 남녀 간 소비행태에서 차이를 나타냄

□ 30대 : 20대 남녀처럼 여성 '실속 소비'에 남성도 가세

- 30대의 소비행태를 살펴보면 앞서 20대와 같이 여성은 예전부터 '실속 소비' 경향이 강했고, 남성은 최근에 '실속 소비'에 가세한 흐름임
 - 30대 여성이 남성보다 '예전이나 지금이나 그렇다'는 응답 비중이 높음
 - '택시비 부담, 대중교통 귀가', '배달 주문시, 배달비용 비교', '작은돈 얻는 쿠폰앱 등 사용' 등은 50%를 상회함
 - 아래 그림에서 각 문항 위의 회색 막대는 국민전체 응답임. 또한 '예전이나 지금이나 그렇다' 응답이 50% 이상이면 짙은 푸른색 막대로 표시함
- 남성은 '예전에는 안그랬지만 지금은 그렇다'는 비중이 상대적으로 높고, 이에 따라 '실속 소비' 응답이 우세함
 - 20대 남성에 비해서는 '실속 소비' 경향이 높지만, 20대 여성에 비해서는 낮음
- 한편, '신제품보다 중고제품 구입'의 경우 30대 남녀 모두 '안 그렇다'는 응답이 우세함



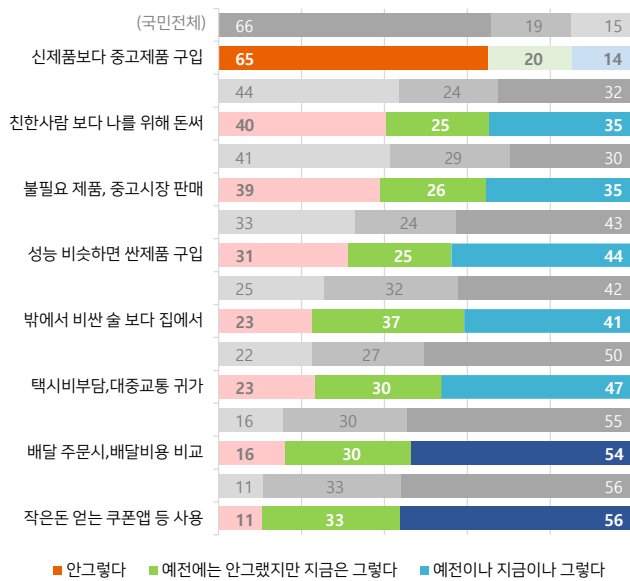
Kstat Point

- ☑ 30대 여성의 '실속 소비' 경향이 모든 성/연령대 중 가장 강해, 이들이 최근의 '실속 소비' 흐름을 주도하고 있음
 - : '나를 위한 돈 써', '불필요한 제품, 중고시장 판매', '성능 비슷하면 싸제품 구입', '밖에서 비싼 술보다 집에서', '배달 주문시, 배달비용 비교', '작은돈 얻는 쿠폰앱 등 사용' 등 대부분의 문항에서 국민 전체보다 '그렇다'는 응답이 높음
 - : 하지만 제품 구입시에는 국민 전체와 동일하게 중고 제품보다 신제품을 선호하는 예외성을 보임
- ☑ 한편, '친한 사람보다 나를 위해 돈 써' 항목의 경우 30대 남녀의 '그렇다'는 응답이 20대 남녀보다 높게 나타남
 - : 일반적으로 20대가 '개인주의 성향'이 강한 것으로 알려져 있는데, 이번 조사만 놓고 보면 30대가 더욱 '개인주의 성향'이 강한 것으로 보임

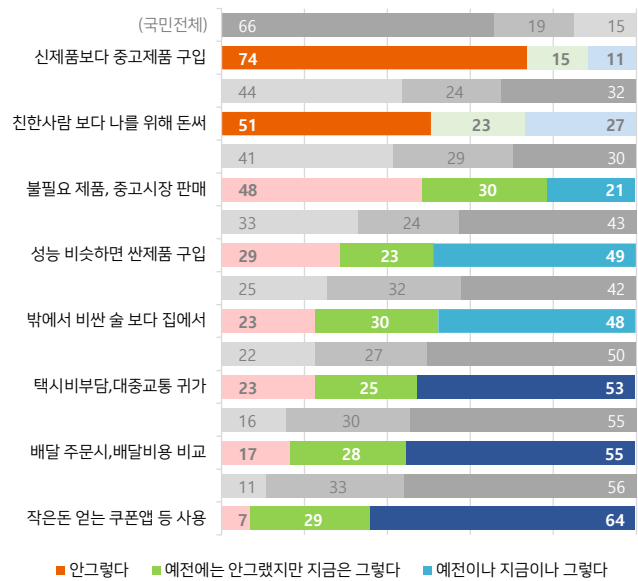
□ 4060세대 : 연령 높을수록 '실속 소비' 경향 약해

- 4060세대의 소비행태를 살펴보면 연령이 높을수록 '실속 소비' 경향이 약한 것으로 나타남
 - 다만, 60대이상은 한편으로 '실속 소비' 경향이 국민 전체보다 높은 문항도 다수를 기록, '실속 소비'와 '과시 소비'라는 두가지 모습을 갖고 있음
 - 아래 그림에서 각 문항 위의 회색 막대는 국민전체 응답임. 또한 '예전이나 지금이나 그렇다' 응답이 50% 이상이면 짙은 푸른색 막대로 표시함

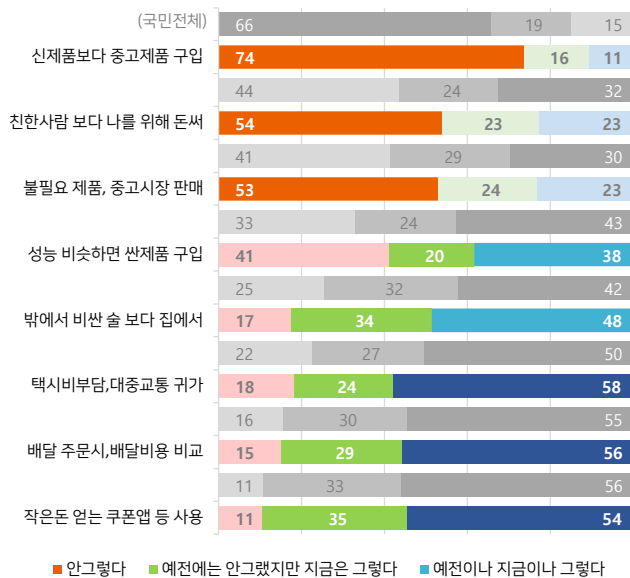
'과시 vs 실속' 소비 : 40대 (단위:%)



'과시 vs 실속' 소비 : 50대 (단위:%)



'과시 vs 실속' 소비 : 60대이상 (단위:%)



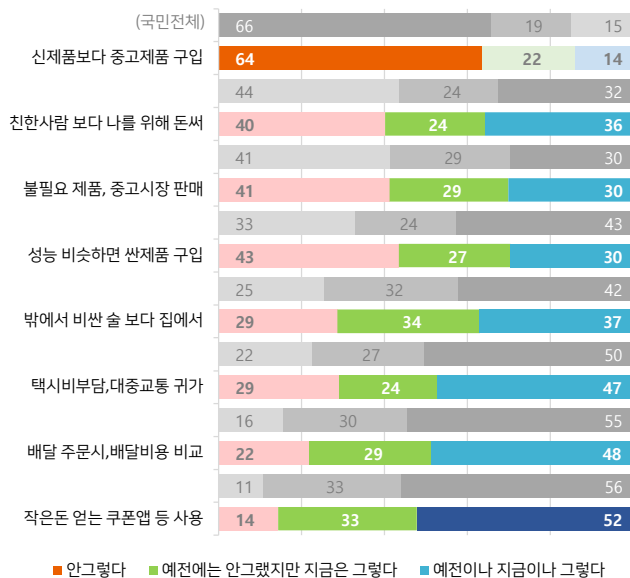
Kstat Point

- ☑ 성/연령별 '실속 소비' 경향을 종합하면, 2030 여성이 주도하고 2030 남성이 가세하는 가운데, 연령이 높을수록 '실속 소비' 경향이 약해지는 양상임

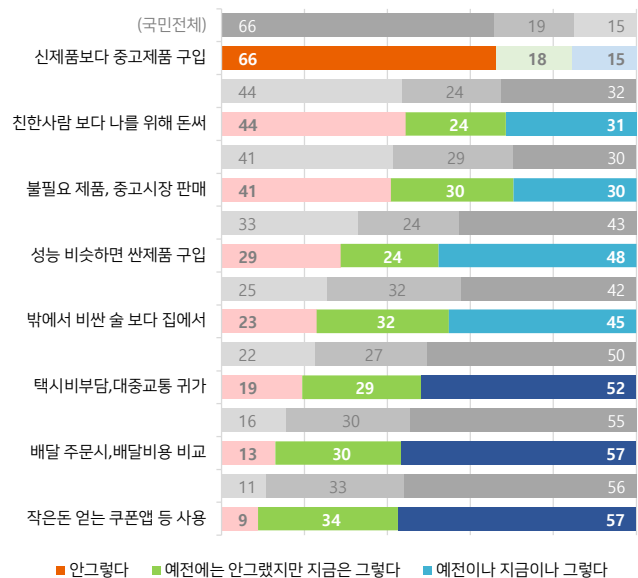
□ 개인경제상황 : 경제상황 차이, 소비 성향에 직결돼

- ‘개인 경제상황’에 대해 ‘좋다’/‘나쁘다’ 응답자별로 소비행태를 살펴보면 ‘좋다’는 응답층은 ‘실속 소비’ 경향이 약하고, ‘나쁘다’는 응답층은 강함
 - ‘좋다’ 응답층은 거의 모든 항목에 걸쳐 국민 전체보다 ‘그렇다’는 응답이 낮음
 - 이에 비해 ‘나쁘다’ 응답층은 거의 모든 항목에서 국민 전체보다 ‘그렇다’는 응답이 높음
 - 아래 그림에서 각 문항 위의 회색 막대는 국민전체 응답임. 또한 ‘예전이나 지금이나 그렇다’ 응답이 50% 이상이면 짙은 푸른색 막대로 표시함
- 한편, ‘신제품보다 중고제품 구입’의 경우 ‘좋다’, ‘나쁘다’ 모두 ‘안 그렇다’는 응답이 우세함

‘과시 vs 실속’ 소비 : 개인경제상황 ‘좋다’ (단위:%)



‘과시 vs 실속’ 소비 : 개인경제상황 ‘나쁘다’ (단위:%)



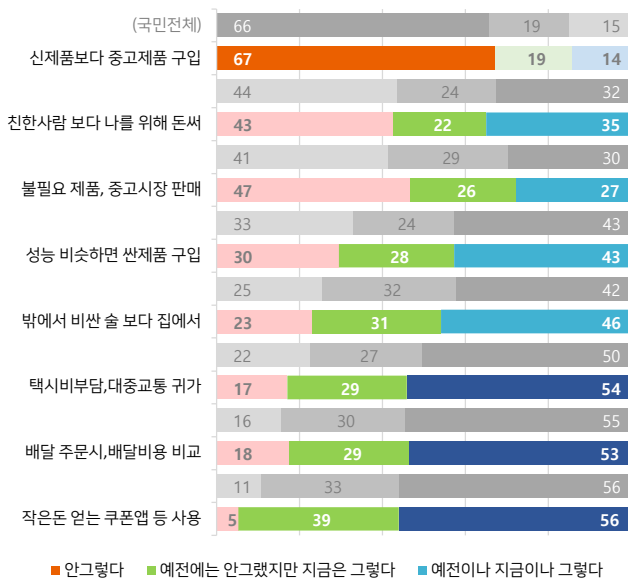
Kstat Point

- ☑ 자신의 경제상황이 좋으면 ‘실속 소비’ 경향이 약하고, 경제상황이 나쁘면 ‘실속 소비’ 경향이 뚜렷함
 - : 즉, 소비행태에 직접적인 영향을 미치는 요인은 자신의 경제상황인 것으로 보임
 - : 또한 ‘예전에는 안그랬지만 지금은 그렇다’는 비중이 거의 모든 계층에서 높은 수준을 형성하고 있는 것은 최근의 악화된 경제상황이 국민의 소비행태에 직접적인 영향을 미치고 있음을 반증함
- ☑ 한편, 경제상황이 ‘나쁘다’는 계층에서도 ‘신제품 선호’ 응답이 우세해, 우리나라 국민의 신제품 선호 경향이 매우 강한 것으로 보임
 - : 중고 자동차 시장을 비롯해 다양한 중고제품 시장이 활성화되고 있지만, 국민 다수는 신제품을 선호하고 있음
 - : 자신에게 불필요한 제품을 중고시장에 판매하고 있지만, 필요한 제품 구입시에는 신제품을 구매하는 것임

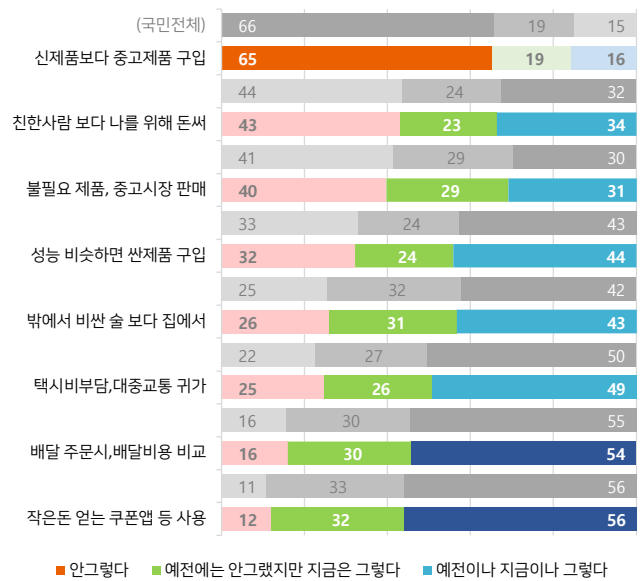
□ 이념별 : 이념에 따른 소비 성향 차이, 거의 없어

- 주관적 이념성향별로 소비행태를 살펴보면, 모든 항목에 걸쳐 차이가 거의 없음
 - 전반적으로 보수층의 '그렇다'는 응답이 상대적으로 높지만, 작은 차이임
 - 아래 그림에서 각 문항 위의 회색 막대는 국민전체 응답임. 또한 '예전이나 지금이나 그렇다' 응답이 50% 이상이면 짙은 푸른색 막대로 표시함

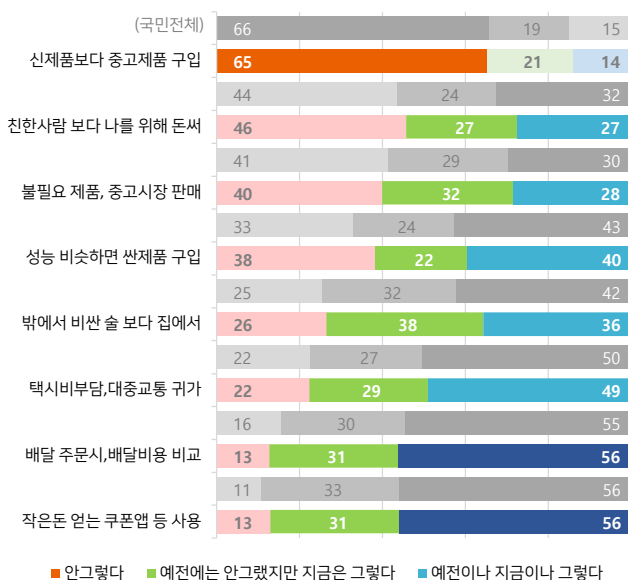
'과시 vs 실속' 소비 : 보수층 (단위: %)



'과시 vs 실속' 소비 : 중도층 (단위: %)



'과시 vs 실속' 소비 : 진보층 (단위: %)



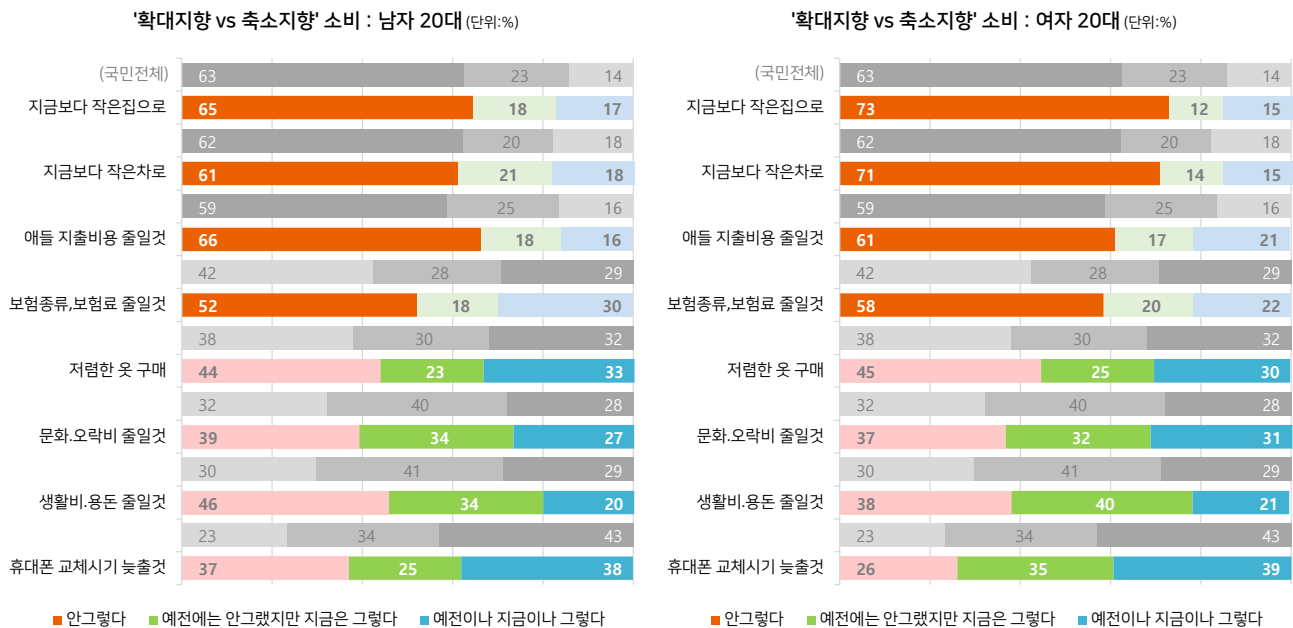
Kstat Point

- ☑ 이념이란 정치·경제·사회·문화 전반에 대한 가치관이라 할 수 있는데, 소비행태에서의 이념적 차이를 찾기 어려움
- ☑ 한국사회에서의 이념지형은 주로 정치적 가치관에 치중되어 있기 때문으로 분석됨

▶ '확대지향 vs 축소지향' 소비, 계층별 응답 현황

□ 20대 : 상대적으로 '확대지향 소비' 높고, 여성 더 높아

- 소비의 양적 측면에서 '확대지향 vs 축소지향'을 성/연령별로 살펴보면, 먼저 20대의 경우 남녀 모두 국민 전체보다 '확대지향 소비' 응답이 높으며, 특히 여성이 더 높은 것으로 나타남
 - 20대 여성의 '집', '차'에 대한 '확대지향 소비' 응답은 모든 성/연령에서 가장 높음
 - 아래 그림에서 각 문항 위의 회색 막대는 국민전체 응답임
- 문항별로 살펴보면 20대 남녀 모두 '확대지향 소비' 응답이 높은 문항은 '집', '차', '애들 지출비용', '보험' 등임
 - 다른 문항들도 20대 남녀 모두 국민 전체보다 '안 그렇다'는 응답이 높아, '확대지향 소비' 경향이 강한 것으로 나타남

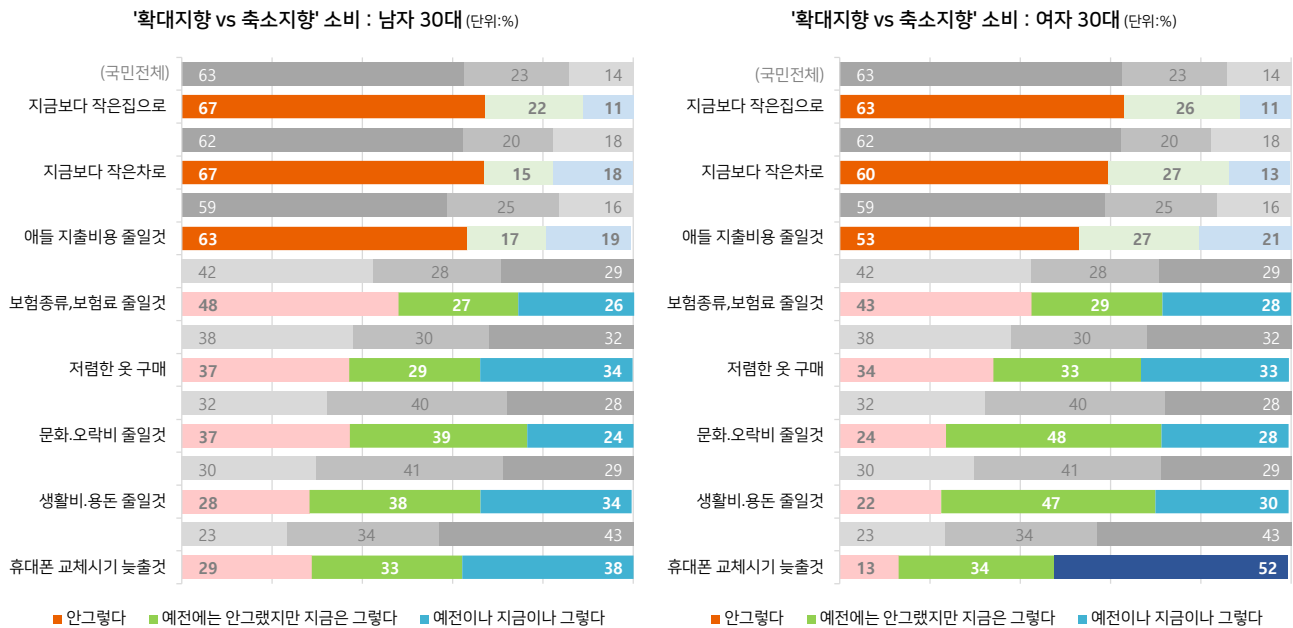


Kstat Point

- ☑ 20대는 '실속 소비' 경향이 비교적 강하고, 양적인 면에서는 '확대지향 소비' 경향이 강한 특성을 보임
 - : 다른 사람의 시선을 의식하거나 브랜드를 선호하지 않지만, 그렇다고 소비를 축소할 의향은 없음
 - : 특히 집과 차를 확대하려는 욕구가 매우 강하며, 보험에 대한 욕구도 다른 성/연령보다 강함
- ☑ 국민 전체적으로는 최근의 경제침체기를 맞아 '축소지향 소비' 경향을 보이는 데 비해, 20대는 상대적으로 '확대지향 소비' 의지가 뚜렷함
 - : 옷 구매를 비롯해 문화.오락비, 생활비.용돈, 휴대폰 교체 등도 국민 전체보다 '안 그렇다' 비중이 높음(확대지향 소비 경향 강함)
 - : 사회진입을 준비하거나 막 진입한 20대의 진취적 태도가 반영된 결과로 보임

□ 30대 : 20대보다 '확대지향 소비' 약해

- 30대의 양적 측면에서의 소비행태를 살펴보면 20대보다 '확대지향 소비'가 약함
 - 특히 30대 여성의 '그렇다'는 응답 비중이 높아, '축소지향 소비' 태도를 보임
 - 아래 그림에서 각 문항 위의 회색 막대는 국민전체 응답임
- 한편, 30대 역시 남녀 모두 '집', '차', '애들'에 대한 지출은 '확대지향 소비' 응답이 우세함
 - 20대는 '보험'도 '확대지향 소비' 응답이 우세했지만, 30대는 '축소지향 소비' 응답이 우세함



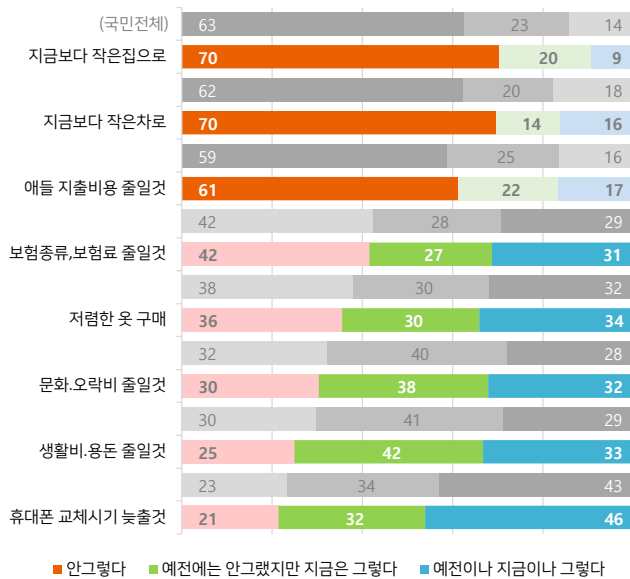
Kstat Point

- ☑ 앞서 '과시 소비 vs 실속 소비'에서 2030세대는 '실속 소비'를 주도하는 세대적 특성을 나타냄
 - : 2030 여성이 주도하고, 2030 남성이 여기에 가세하는 양상이었음
- ☑ 하지만 '확대지향 소비 vs 축소지향 소비'에서 이들 2030세대는 상대적으로 '확대지향 소비' 응답이 높음
 - : 20대가 주도하고, 30대가 가세하는 모습인데, 다만 30대 여성은 '축소지향 소비' 태도를 보이는 차이가 있음
- ☑ 특히 2030세대들의 '집', '차'에 대한 '확대지향 소비' 욕구는 국민 전체보다 높은 수준으로, 우리나라에서 '집'과 '차'가 차지하는 중요성을 반증함
 - : 2030세대들의 '집'과 '차'에 대한 '확대지향 소비' 욕구는 경제침체기를 벗어나면 더욱 강화될 것으로 전망됨

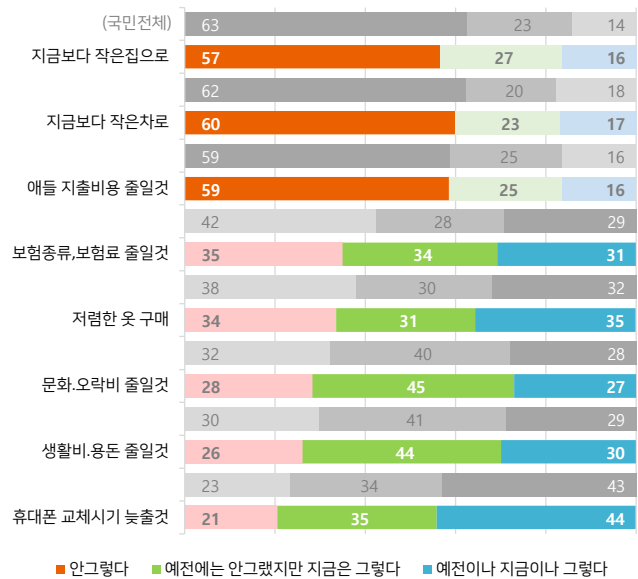
□ 4060세대 : 40대 '확대지향', 5060세대 '축소지향'

- 4060세대의 양적 소비행태를 살펴보면 40대는 '확대지향 소비' 경향이 강하고, 5060세대는 '축소지향 소비' 경향이 강함
- 특히 50대의 '축소지향 소비' 태도가 모든 성/연령에 걸쳐 가장 뚜렷함
- 아래 그림에서 각 문항 위의 회색 막대는 국민전체 응답임

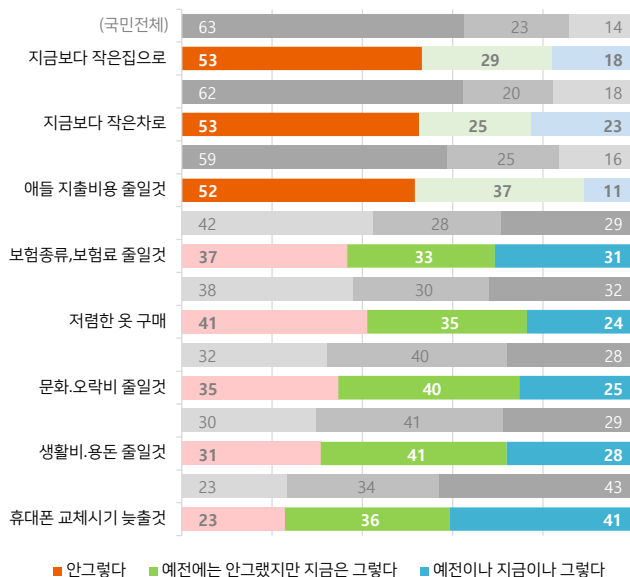
'확대지향 vs 축소지향' 소비 : 40대 (단위:%)



'확대지향 vs 축소지향' 소비 : 50대 (단위:%)



'확대지향 vs 축소지향' 소비 : 60대이상 (단위:%)



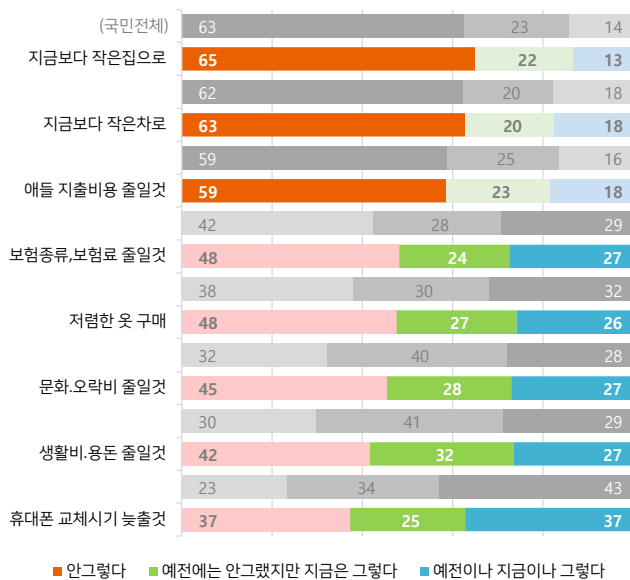
Kstat Point

- ☑ 성/연령별 '확대지향 소비' 경향을 종합하면, 40대가 주도하고 20대와 30대가 가세하는 모습임
- ☑ 이에 비해 50대는 '축소지향 소비' 경향을 주도하고 60대가 이를 뒤따르는 양상임

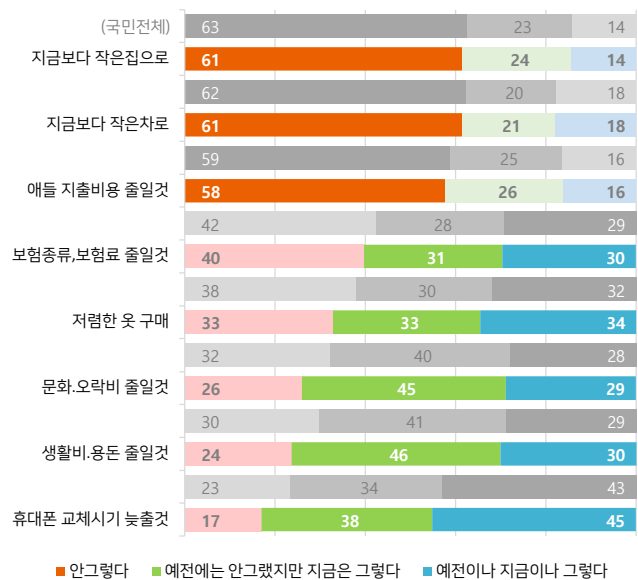
□ 개인경제상황 : 경제상황 '좋다', '확대지향' 뚜렷

- '개인 경제상황'에 대해 '좋다'/'나쁘다' 응답자별로 양적 소비행태를 살펴보면 '좋다'는 응답층은 '확대지향 소비' 경향이 강하고, '나쁘다'는 응답층은 약함
 - '좋다' 응답층은 거의 모든 항목에 걸쳐 국민 전체보다 '안 그렇다'는 응답이 높음
 - 이에 비해 '안좋다' 응답층은 거의 모든 항목에서 국민 전체보다 '안 그렇다'는 응답이 낮음
 - 아래 그림에서 각 문항 위의 회색 막대는 국민전체 응답임
- 한편, '집', '차', '애들 지출비용'의 경우 경제상황 차이와 상관없이 모두 '확대지향 소비' 태도를 보임

'확대지향 vs 축소지향' 소비 : 개인경제상황 '좋다' (단위:%)



'확대지향 vs 축소지향' 소비 : 개인경제상황 '나쁘다' (단위:%)



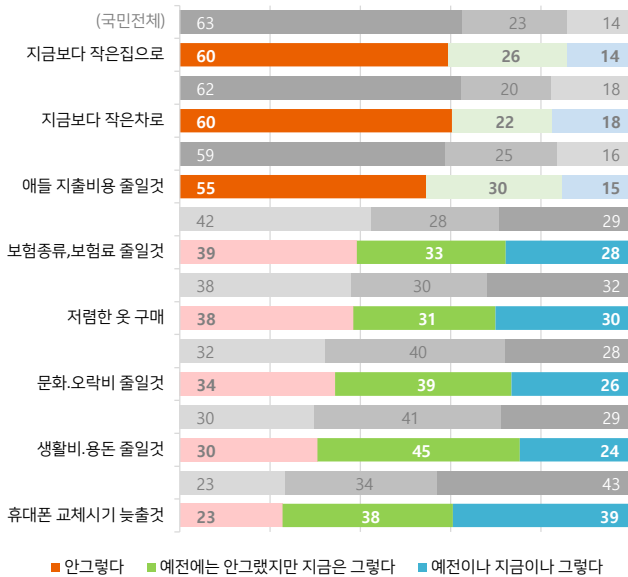
Kstat Point

- ☑ 자신의 경제상황과 무관하게 '집', '차', '애들 지출 비용'은 모두 '확대지향 소비' 태도가 뚜렷함
 - : 이들은 당장의 소비가 아닌 미래의 소비로 받아들여진 결과로 보임
- ☑ 지금 당장의 소비라 할 수 있는 '옷', '문화.오락비', '생활비.용돈', '휴대폰 교체' 등은 모두 '축소지향 소비' 응답이 우세함
 - : 이 문항들에서는 경제상황 차이에 따른 응답 차이가 뚜렷함
 - : 자신의 경제상황이 좋으면 상대적으로 '확대지향 소비' 경향이 약하고, 경제상황이 나쁘면 '축소지향 소비' 경향이 뚜렷함

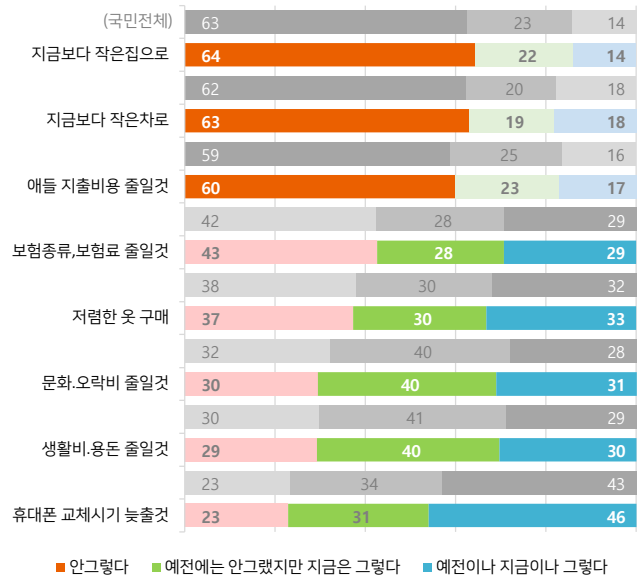
□ 이념별 : 이념에 따른 양적 소비성향 차이, 거의 없어

- 주관적 이념성향별로 양적 측면에서의 소비행태를 살펴보면, 모든 항목에 걸쳐 차이가 거의 없음
 - 전반적으로 보수층의 '그렇다'는 응답이 상대적으로 높지만, 작은 차이임
 - 아래 그림에서 각 문항 위의 회색 막대는 국민전체 응답임

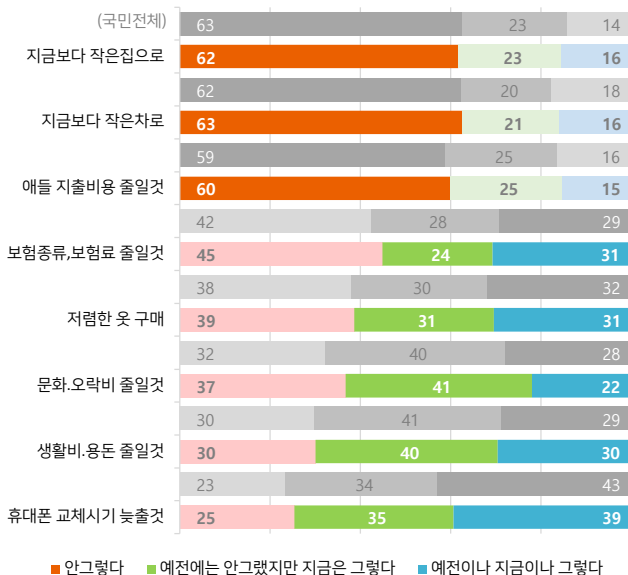
'확대지향 vs 축소지향' 소비 : 보수층 (단위:%)



'확대지향 vs 축소지향' 소비 : 중도층 (단위:%)



'확대지향 vs 축소지향' 소비 : 진보층 (단위:%)



Kstat Point

- ☑ 앞서 '과시 소비 vs 실속 소비'에 이어 양적측면에서의 '확대지향 소비 vs 축소지향 소비'에서도 이념적 차이가 없음
- ☑ 소비와 관련된 태도에 있어 직접적인 영향을 주는 요인은 '개인 경제상황'이고, 다음은 성/연령별 요인임

케이스탯 리포트는 정기적으로 실시한 여론조사와 빅데이터 버즈(Buzz) 분석을 기반으로 합니다.

케이스탯 리포트는 사회, 경제, 생활, 문화 등 우리 삶과 가까운 주제로 구성됩니다.

케이스탯 리포트는 케이스탯과 컨설팅 전문가의 기획회의를 통해 선정된 주제와 정기지표를 조사함으로써 우리 사회의 중요한 이슈와 여론의 흐름을 파악합니다.

케이스탯 리포트는 심층적인 분석 결과를 발표함으로써 사회조사의 공정성과 가치를 더하고자 합니다.

케이스탯 리포트는 매월 2,4주 목요일에 발행합니다(사회지표는 매월 3주 목요일).

케이스탯 리포트의 정기구독을 원하시면, 문의 메일 report@kstat.co.kr로 이메일 주소를 남겨주세요.

[케이스탯 리포트 72,73호] 발간 안내

케이스탯 리포트 72호와 73호는

각각 4월 13일(목요일), 27일(목요일)에 발간되며,

케이스탯 2023년 4월 사회지표는 4월 20일(목요일)에 발간됩니다.

