

# 소비자의 미니멀리즘 라이프스타일에 관한 연구

## : 유튜브 콘텐츠를 중심으로

추예린(서울대학교 소비자학과 박사과정)

손상희(서울대학교 소비자학과 교수)

본 연구는 물질만능주의에 근거한 소비문화에서 절제된 소비문화로의 전환적 움직임에 주목하여 미니멀리즘 라이프스타일을 추구하는 소비자를 대상으로 연구를 수행하였다. 구체적으로는 사회환경적 문제를 초래한 기존의 소비주의 기조에서 구매빈도를 줄이거나 아예 구매하지 않는 새로운 소비문화가 확산되고 있음에 초점을 맞추어 미니멀리즘 라이프스타일로 한정하여 소비행동을 살펴보았다. 본래 소비자는 스스로 보유한 자원을 사용 혹은 투자하여 인지적 만족이나, 감정적 충족에 해당하는 효용을 얻는 목적으로 소비선택을 결정하지만, 현대 이르러 소비자는 개인적 신념, 경제적 상황, 사회적 분위기에 따라 소비행동을 지양하기도 하는 것으로 나타났다. 이에 따라, 본 연구에서는 소비자의 미니멀리즘 라이프스타일의 개념을 정립하고, 이에 대한 소비자학적 관심을 촉구하고자 한다.

미니멀리즘(minimalism)이란 ‘최소한도의’, ‘최소의’, ‘극미의’ 라는 뜻의 미니멀(minimal)과 ‘주의’ 라는 뜻의 이즘(ism)을 덧붙인 합성어로 순수 미술의 사조를 대표하는 단어이다. 복잡하고 과도한 표현들을 제거하고 개인의 감정과 표현을 억제하는 방법을 통해 얻는 세련된 면모를 의미하는 미니멀리즘은 최근 음악, 건축, 패션, 철학, 소비 등 다양한 영역에서 발견되고 있다(이종선 외, 2010). 특히, 미니멀리즘이 소비문화로 전이되면서 단순한 디자인 자체를 선호하거나 소유물을 최소한으로 줄이고 소비를 절제하는 ‘미니멀리스트(minimalist)’ 라고 불리는 소비자 유형이 등장하기도 하였다(김용범, 2023). 이로부터, 소비자 미니멀리즘은 소유물의 수(Number of possessions), 비움의 미학(Sparse Aesthetic), 신중하게 선별된 소비(Mindfully Curated Consumption)의 세차원으로 평가되거나(Wilson & Bellezza, 2022), 어수선험 제거(Clutter Removal), 신중한 쇼핑(Cautious Shopping), 오랜 사용(Longevity), 자급자족(Self-Sufficiency)의 네 차원으로 측정된다(Kang et al, 2021; shafqut et al, 2023).

이에 따라, 미니멀리즘 라이프스타일을 보여주는 미니멀리스트로서의 소비행동을 분석하고자 한다. 스스로의 미니멀리즘 라이프스타일을 영상으로 기록하고 구독자들과 활발히 소통하는 유튜버들의 영상콘텐츠를 내용분석하여 도출된 소비자들의 실제 소비행동을 반영하여 새로운 소비문화에 대한 개념화 및 유형화를 시도하였다. 유튜브 검색엔진에서 ‘미니멀리즘’, ‘미니멀리스트’, ‘미니멀라이프’ 키워드를 검색한 후 조회수 순으로 영상콘텐츠를 정렬하고 소셜블레이드(social blade) 사이트 내 순위가 높은 채널 내 콘텐츠를 최종분석 대상으로 선정하였다. 본 연구의 결과로 소비자의 새로운 소비행동의 유형을 제시하는 것을 통해 소비문화로써 미니멀리즘 라이프스타일에 대한 고찰에 기여할 수 있을 것이다.