

가계소비지출과 소비자동향지수(전망) 변화

○ 국민계정 최종소비지출 항목을 활용하여 가계의 소비지출 변화를 살펴봄.

- 코로나19의 확산으로 전년동기대비 전체 가계 소비지출은 2020년 1~3분기 내내 줄어들었음.
- 오락, 스포츠 및 문화, 교육서비스, 음식점 및 숙박서비스 등 대면서비스 관련 소비가 크게 줄어들었음.
- 가구, 가전 등을 포함하는 가계시설 및 운영 항목과 정보통신 소비는 늘어남.

〈표 1〉 가계의 목적별 최종소비지출액 및 변화율(원계열, 실질)

(단위 : 십억 원, %, 전년동기대비)

	2020년 1분기	2020년 2분기	2020년 3분기
가계 최종소비지출	203,175 (-5.1)	200,052 (-4.1)	204,032 (-4.5)
국내 소비지출	200,043 (-4.6)	198,801 (-3.2)	202,545 (-3.5)
식료품 및 비주류음료품	24,051 (7.9)	21,554 (2.8)	25,744 (4.7)
주류 및 담배	4,005 (-0.3)	4,000 (1.1)	4,415 (6.0)
의류 및 신발	10,305 (-24.5)	11,069 (-14.4)	8,854 (-16.4)
임대료 및 수도광열	41,645 (1.2)	37,069 (2.2)	36,505 (1.9)
가계시설 및 운영(가구, 가전 등)	6,188 (1.5)	7,147 (7.1)	7,529 (15.5)
의료보건	10,775 (1.8)	11,742 (2.9)	13,238 (2.0)
교통	20,337 (-7.4)	24,244 (6.1)	23,155 (0.5)
정보통신	14,233 (3.9)	11,946 (6.6)	13,062 (9.3)

〈표 1〉의 계속

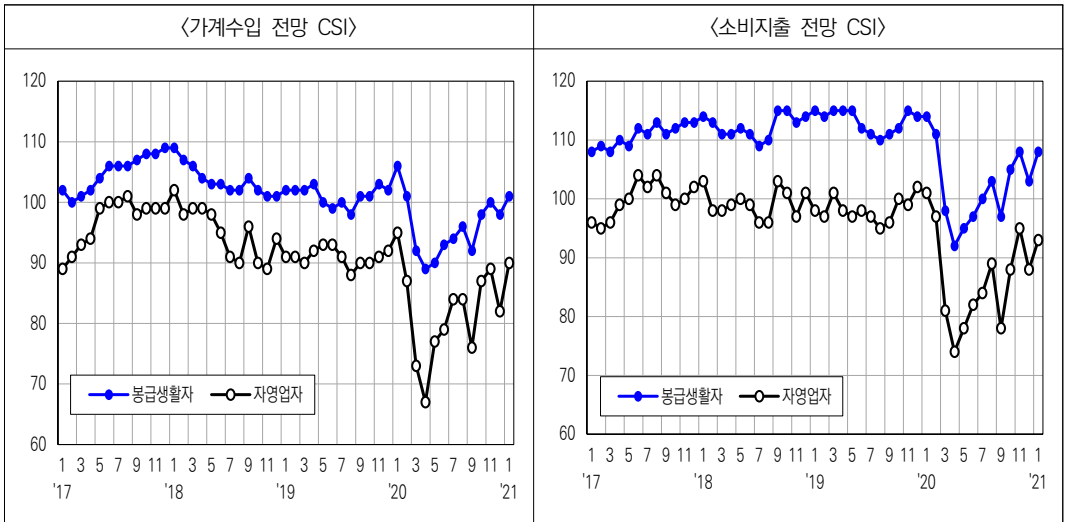
		2020년 1분기	2020년 2분기	2020년 3분기
	오락, 스포츠 및 문화	11,719 (-14.5)	11,841 (-23.2)	11,807 (-26.2)
	교육서비스	10,179 (-14.1)	9,600 (-17.1)	9,618 (-17.7)
	음식점 및 숙박서비스	16,559 (-12.5)	19,026 (-8.4)	18,830 (-12.2)
	기타	30,537 (-4.5)	29,729 (-5.2)	29,887 (-3.7)
거주자 국외 소비지출		6,414 (-27.5)	2,360 (-72.4)	2,823 (-68.2)
(공제) 비거주자 국내 소비지출		3,305 (-24.7)	1,129 (-78.8)	1,358 (-73.9)

자료 : 한국은행, 「국민계정」, ECOS.

○ 소비자동향조사 소비자동향지수(CSI)를 통하여 가계가 향후 소비지출을 어떻게 전망하는지 살펴봄.

- 소비자동향지수는 현재와 비교하여 6개월 후에 대한 소비자의 판단을 조사한 결과임. 0부터 200까지의 값을 가질 수 있는데, 100보다 크면 긍정적으로 응답한 가구 수가 부정적으로 응답한 가구 수보다 많음을 의미하고 100보다 작은 경우 반대를 나타냄.

〔그림 1〕 소득 유형별 가계수입·지출 전망 소비자동향지수(CSI) 추이



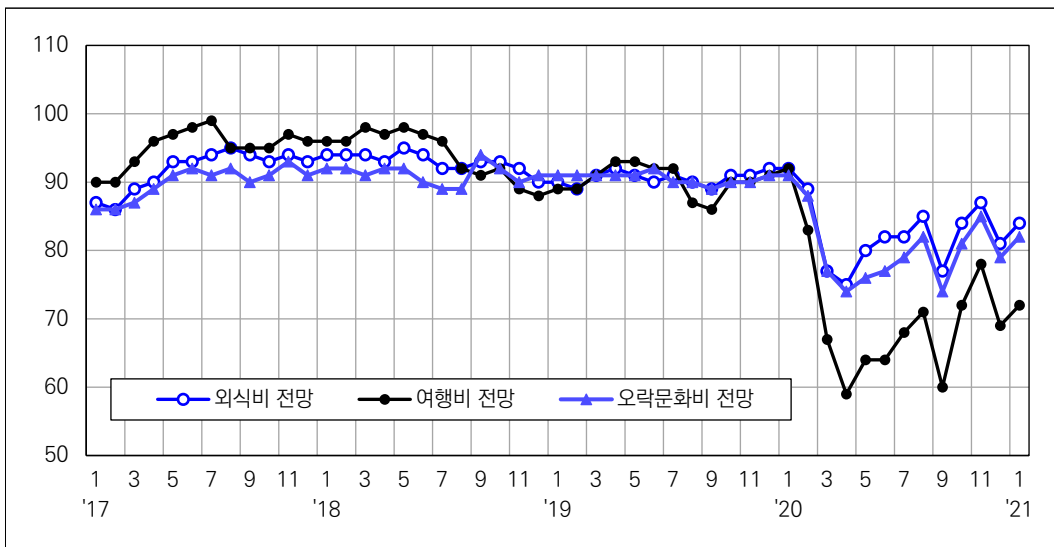
자료 : 한국은행, 「소비자동향조사」 ECOS.

- 전체 가계수입·지출 전망 CSI는 코로나19의 영향이 본격화된 2020년 3월에 급격히 감소함. 최근에는 전망 CSI가 2020년 3월 감소 이전 시점으로 서서히 회복되려는 모습임.
- 수입·지출 전망은 소득유형별로 달리 나타나는데, 자영업자가 봉급생활자에 비해 비관적임.

○ 지출 항목별로 가계의 지출 전망을 살펴보면 가계는 여전히 대면서비스업 관련 지출에 부정적임.

- 여행비 가계지출 전망치는 2021년 1월 72로 지출 전망 항목 중 소비자동향지수가 가장 낮았음.
- 교양·오락·문화생활비, 외식비에 대해서도 지출을 줄일 것이라고 예상하는 가계가 다수였음.

[그림 2] 주요 지출 항목별 가계지출 전망 소비자동향지수(CSI) 추이



자료 : 한국은행, 「소비자동향조사」 ECOS.

○ 코로나19의 확산으로 대면서비스 관련 가계지출이 크게 줄어들었음. 6개월 이후 해당 분야 소비지출이 여전히 줄어들 것이라고 전망하는 가계가 많았음. 가계 소비지출 변화 및 전망을 시의성 있게 살펴볼 수 있는 통계가 많지 않은 만큼, 소비자동향지수 변화를 적극적으로 활용할 필요가 있음. [KLI]

(김종욱, 동향분석실 책임연구원)