

기 관	컨슈머인사이트
문 의	김민화 연구위원/Ph.D
이 메 일	kimmh@consumerinsight.kr
연 락 처	02) 6004-7643

- ▶ '19년 01월 21일(월) 배포
- ▶ 자료 총 3매

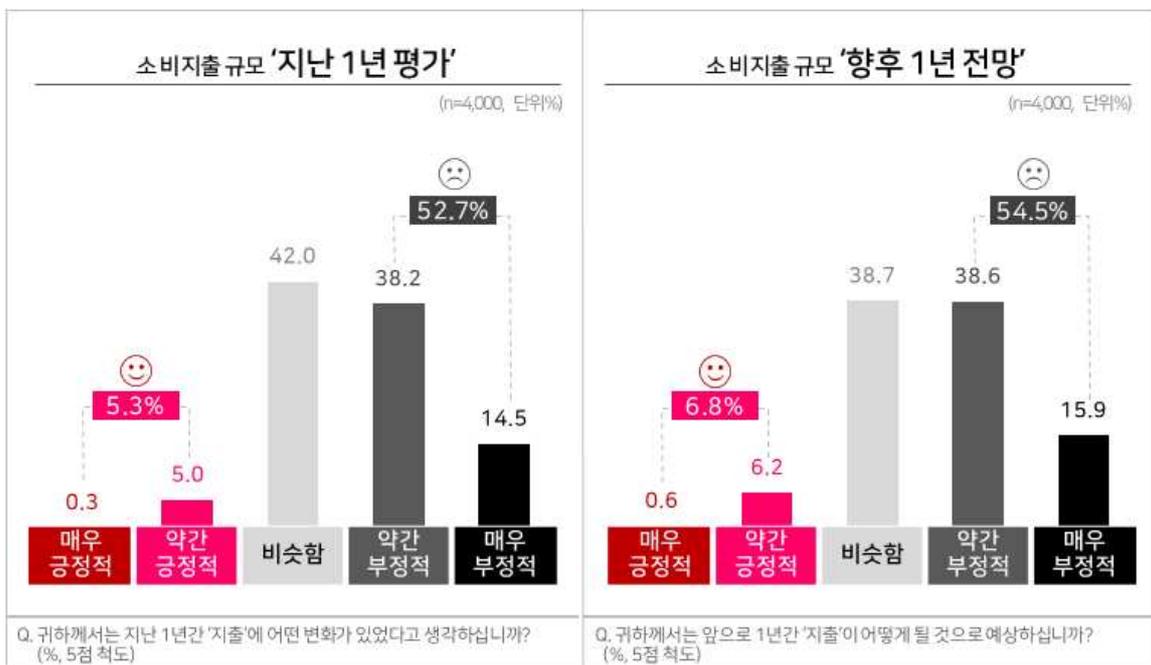
## 여행 · 문화생활 · 외식비 지출, 우선적으로 줄인다

- 필수지출은 유지 희망하나, 기호지출은 축소 계획
- 여행 · 문화 · 외식 관련 소상공인들 이중고 예상

소비자의 과반수는 지난 1년간의 소비지출에 대해 부정적으로 평가했고, 향후 1년도 부정적으로 전망하고 있다. 부정적 인식과 전망은 소상공인이 가장 크고, 지출의 억제는 여행, 문화등 기호성 항목이 1차 대상이다. 많은 사람이 경제적으로 힘겨운 1년을 예상하고 있다. 여행 · 문화 · 외식 관련 산업에 종사하는 소상공인은 매출과 수입이 줄어드는 이중고를 겪게 될 것으로 전망된다.

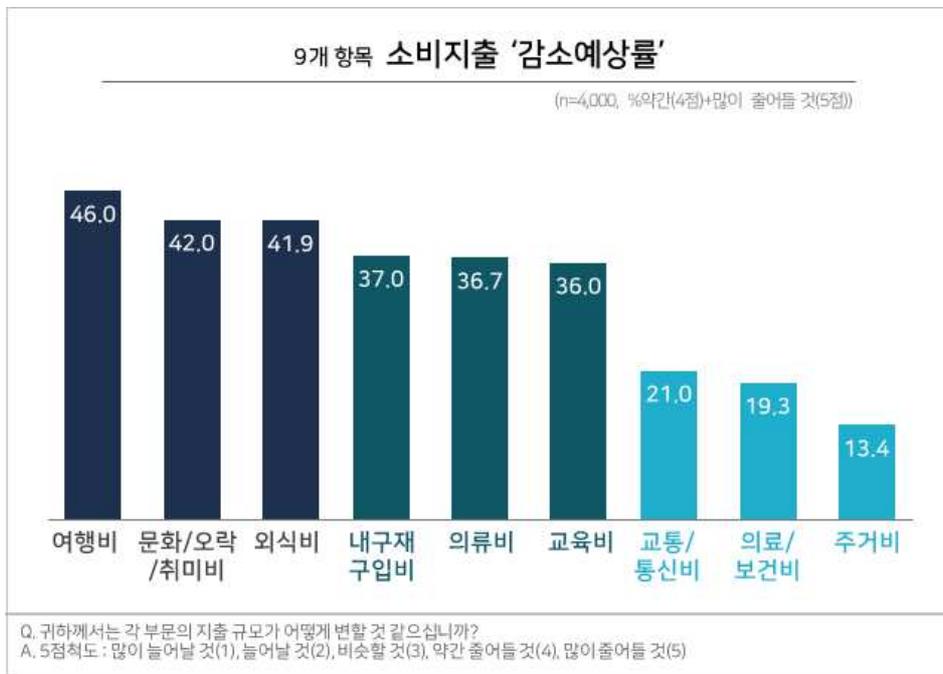
컨슈머인사이트 소비자동향연구소의 ‘소비자경제심리 조사’(2018년 12월, 4천명 조사)에서 ▲지난 1년간, 그리고 ▲향후 1년간의 소비지출에 어떤 변화가 있었는지 물었다. 긍정적인 변화(매우 또는 약간)는 지난 1년 평가와 향후 1년 전망 모두에서 10%에 미치지 못한 반면, 부정적 변화(매우 또는 약간)는 모두 과반 이상을 차지했다[그림1]. 이 결과는 소비자의 상당수가 지난 1년간의 소비생활에 대해 부정적 변화가 있었다고 평가(52.7%)하는 동시에, 향후 1년에 대해서도 비관적으로 전망(54.5%)하고 있음을 보여준다.

[그림1] 소비지출 규모 평가와 전망



주거비 등 9개 소비지출 항목(한국은행 소비자동향조사와 동일)을 제시하고 앞으로 1년간 각각에 대한 지출규모가 어떨 것(증가-감소)으로 예상되는지를 물었다. 9개 항목의 증가-감소 예상률 평균은 ‘증가할 것’ 20.8%, ‘비슷할 것’ 46.6%, ‘감소할 것’ 32.6%로 감소가 많았다. 편의상 ‘감소할 것’ 예상률을 중심으로 보면 ▲주거비가 13.4% 감소로 가장 작았고, 그 다음은 ▲의료/보건비(19.3%), ▲교통/통신비(21.0%)의 순이었다. 반면 감소 예상이 큰 항목 1위는 ▲여행비(46.0%)였고, 그 다음은 ▲문화/오락/취미생활비(42.0%;이하 문화생활비), ▲외식비(41.9%)의 순이었다. 주거비나 의료/보건비와 같은 필수지출은 현실적으로 줄일 여지가 거의 없어 소폭 증가내지 현상유지를, 여행비·문화생활비·외식비 등 기호지출은 큰 폭의 감소를 예상하고 있었다[그림2].

[그림2] 소비지출 감소예상률



소비지출의 증가-감소 예상은 지출항목 유형에 따라 다르고, 소비자 특성에 따라서도 다르다. 주거비와 같은 필수지출은 소비자 특성과 형편에 따른 차이가 크지 않지만, 여행비·문화생활비·외식비 같은 기호지출에서는 큰 차이가 있었다. 집단내 격차가 큰 소비자 특성은 연령과 직업, 계층의식이었다<표1>.

▲50세 이상의 고연령층, ▲소상공인, ▲계층의식 하층에서는 여행비·문화생활비·외식비를 줄이게 될 것이라는 답이 거의 전 문항에서 50%를 상회했다. 반면 ▲20대, ▲대학생, ▲계층의식 상층에서는 30%내외 수준으로 낮았다. 이 결과는 50세 이상의 소상공인들이 경제적으로 어려운 상태이고, 20대 대학생이 상대적으로 지출을 줄일 생각이 적음을 보여준다.

<표1> '소비지출 감소예상률' 상-하 집단 비교

<b>'소비지출 감소예상률' 상-하 집단 비교</b>							
(n=4,000, %증어늘것 약간(4점)+많이 줄어늘 것(5점))							
구분	전체 감소예상률	연령별		직업		계층의식	
		50세 이상	20대	소상공인	대학생	하층	상층
9개 항목 평균	32.6	39.9	24.2	41.8	24.4	44.1	25.9
여행비	46.0	53.0	33.2	55.1	36.4	63.4	33.1
문화/오락/취미비	42.0	49.2	28.7	52.2	28.4	56.3	32.5
외식비	41.9	52.2	26.6	53.9	22.7	54.7	30.9
내구재	37.0	43.7	28.4	45.5	32.6	48.2	29.4
의류비	36.7	46.3	23.8	50.9	23.9	48.9	28.6
교육비	36.0	48.1	32.6	44.2	29.0	47.0	31.9
교통비/통신비	21.0	26.9	16.0	29.4	15.1	30.5	15.9
의료/보건비	19.3	23.1	18.5	27.3	18.3	31.2	14.9
주거비	13.4	16.7	10.3	17.4	13.0	16.4	16.2

\* 9개 항목은 한국은행과 동일한 항목을 사용함  
 Q. 귀하께서는 각 부문의 지출 규모가 어떻게 변할 것 같으십니까?  
 A. 5점 척도 : 많이 늘어날 것(1), 늘어날 것(2), 비슷할 것(3), 약간 줄어든 것(4), 많이 줄어든 것(5)

직업을 중심으로 보면 ▲대학생이 여행비·문화생활비·외식비 지출 감소의향이 가장 낮은 반면에 ▲소상공인은 무직/퇴직자, 비정규직/아르바이트보다도 소비지출을 더 줄일 것으로 예상했다. 많은 사람들이 소상공인이 새로운 경제정책의 가장 큰 피해자가 될 것으로 예상하고 있다. 이 조사결과는 소상공인 중에서도 여행·문화생활·외식 산업 종사자들이 매출 감소와 수익 감소라는 이중고에 직면하고 있음을 보여준다.

이 자료는 컨슈머인사이트에서 기획해 2019년 출범한 '주례 소비자경제심리조사'의 프리테스트(2018년 12월 4주간 진행)로부터 나온 것으로 매주 1,000명을 대상으로 조사했습니다. 컨슈머인사이트의 80만 IBP(Invitation Based Panel)를 표본틀로 하여 전국 20세 이상 성인을 인구구성비에 따라 성·연령·지역을 비례할당했습니다. 자료수집은 이메일과 모바일을 사용했습니다.

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용을 원하시면 아래 연락처로 문의해 주십시오.

김민화 컨슈머인사이트 연구위원/Ph.D  
 정경식 컨슈머인사이트 책임연구원/Ph.D

kimmh@consumerinsight.kr 02)6004-7643  
 jungks@consumerinsight.kr 02)6004-7627