

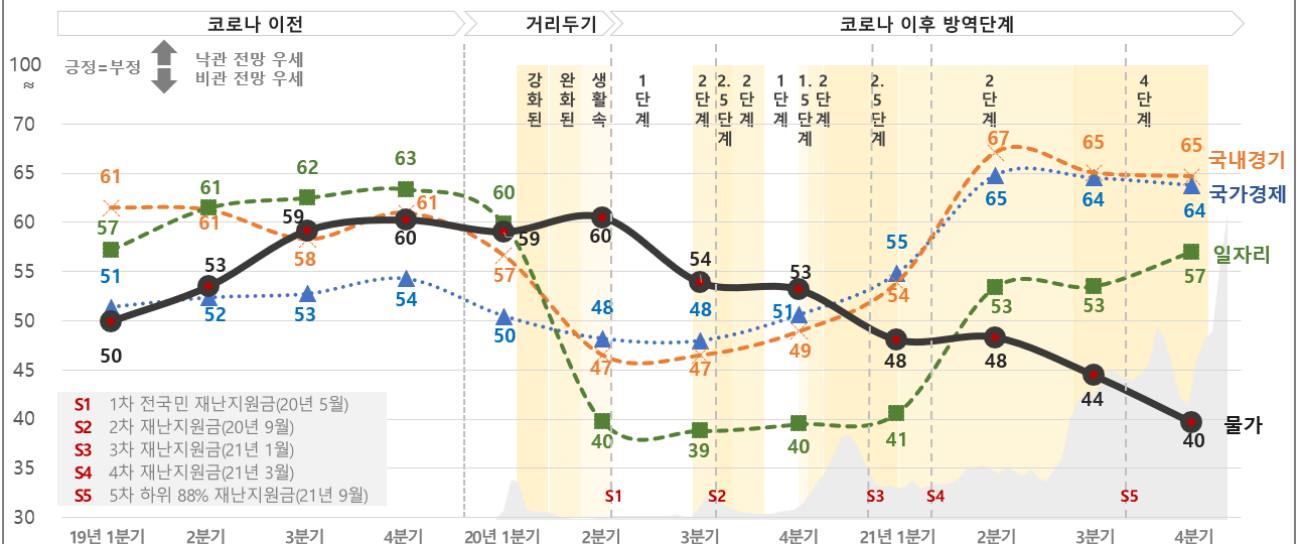
기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	leejh@consumerinsight.kr
문 의	이정현 상무	연 락 처	02) 6004-7680
배 포 일	2022년 2월 21일(월) 배포	매 수	총 3매

치솟는 물가, 불안한 경제환경...스태그플레이션 우려

컨슈머인사이트, 최근 3년 소비자 체감경제 추이 비교

- 소주성 이후 경기·물가·일자리 체감 거시경제지표 부정적으로
- 코로나 발생 후 1년간 최악의 상황 거친 뒤 회복세로 반전
- 개인보다 국가경제 걱정하다가 개인경제가 더 큰 근심으로
- 핵심은 6분기 연속 악화돼 한계점에 접근한 물가 걱정
- 최근 심각한 물가 불안과 경기부진은 스태그플레이션 조짐일 수도

[그림] 2019~2021 국가경제 항목별 체감지수 추이



Q 국가경제 현황: 현재 우리나라의 경제상황이 종합적으로 어떤 상태라고 보십니까?

Q 국내경기 평가, 일자리 평가, 물가평가: 지난 6개월간 다음의 각 부문들에 어떤 변화가 있었다고 생각하십니까?

*모든 지수는 각 항목에 대해 5점 척도(5~1)로 질문해 평균 100, 최대 200, 최소 0이 되도록 변환한 것임. 100을 기준으로 크면 긍정적, 작으면 부정적임을 뜻함

물가에 대한 소비자 체감심리가 6분기 연속 하락하면서 3년래 최악 수준을 찍고 있다. 2019년 소득주도성장과 주52시간근로제로 디플레이션(장기간의 물가 하락) 조짐을 보이며 물가불안이 줄어드는 듯했으나 이듬해 발생한 코로나로 급반전해 추락을 거듭하고 있다. 최근의 국내경기 둔화와 맞물려 스태그플레이션으로 이어질 수 있다는 점에서 우려된다.

데이터융복합·소비자리서치 전문기관 컨슈머인사이트는 2019년 출범한 '주례 소비자체감경제 조사(매주 1000명)'에서 2019~2021년 코로나 전후 3년간의 소비자 경제심리 변화를 분기별로 추적했다. △국가경제 전반에 대한 평가와 함께 △국내경기 △일자리 △물가 등 경제에 민감한 영향을 주고받는 항목에 대한 심리 변화 추이를 비교했다. 각 지수는 100을 기준으로 그보다 작으면 부정적 평가나 전망이, 크면 긍정적 평가나 전망이 우세함을 뜻한다.

■ 응답자 80% 이상이 물가에 대해 부정적 평가

국가경제 전반에 대한 소비자 평가지수는 2019년 조사 시작 때부터 50~60 수준으로 매우 부정적이었으며 코로나가 발생한 2020년에는 모든 지표가 최악 수준으로 떨어졌다. 코로나에 따른 재정 확대 정책은 2021년 들어 경기와 일자리 평가에 긍정적으로 작용했으나 물가 불안만큼은 이후에도 계속 심화되는 양상이다.

그 결과 물가 체감지수는 코로나 전 50~60 수준에서 3년만인 지난해 4분기 40까지 떨어졌다. 지수 40은 응답자의 80% 이상이 부정적 평가를 할 정도로 더 이상 나빠지기 어려운 한계 상황임을 의미한다[그림].

3년간의 물가심리 추이를 살펴보면 코로나19 첫해인 2020년 다른 경제심리가 급속하게 비관 쪽으로 이동할 때만 해도 50선을 유지하며 상대적으로 안정적이었다. 급격한 경제정책(소득주도 성장·주52시간) 기조의 변경에 따른 소비 심리 냉각으로 초유의 0%대 물가가 이어지면서 디플레이션 조짐까지 보이던 시기다.

코로나 이후 다른 항목에 비하면 상대적으로 완만한 하락세를 보이던 물가 심리는 다시 상승세를 탄 타 지표와는 달리 6분기 연속 '나 홀로 하락'했고 작년 2분기부터는 체감경제에 가장 부정적 요인으로 작용하기 시작했다.

■ 국내경기·국가경제 심리, 작년 2분기부터 다시 멈칫

물가와 달리 국내경기와 국가경제 전반에 대한 소비자 체감지수는 최근 3년간 '정체→급락→급등 후 정체'라는 U자형 동조화 현상을 보였다. 코로나 이후 등락을 함께하며 60 중반의 지수에 도달했고, 작년 2분기 코로나 이전보다 오히려 긍정 성향이 높아졌다는 점, 최근 다시 정체기에 접어들었다는 점도 비슷하다. 일자리에 대한 소비자 체감 지수(57) 또한 코로나 이전 고점(63)에는 도달하지 못했으나 비슷한 곡선을 그리고 있다.

주목할 부분은 2020년 말부터 빠른 회복세를 보이던 국내경기와 국가경제 심리지수가 지난해('21년) 2분기부터 한풀 꺾이는 모습이라는 점이다. 추가 상승의 발목을 잡고 있는 가장 큰 요소는 역시 물가다. 최근의 물가 불안은 대내외적인 요인이 겹쳐서 쉽게 안정되기 힘들다는 게 더 큰 문제다. 집값 상승 추세가 숨고르기에 들어갔다고는 해도 우크라이나 전쟁 위기, 에너지 및 원자재가격 급등, 유통·물류비용 증가, 원화 약세에 따른 수입물가 상승 등 물가를 위협하는 복병들이 도처에 도사리고 있다.

계속되는 물가상승이 임금인상과 소비감소를 불러오고 일자리와 소득에 타격을 가하며 경기 침체의 악순환으로 이끄는 스태그플레이션의 조짐이 아닌지 주시할 필요가 있다.

컨슈머인사이트는 **비대면조사에 효율적인** 대규모 온라인패널을 통해 자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융 등 다양한 산업에서 요구되는 전문적이고 과학적인 리서치 서비스를 제공하고 있습니다. **다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계**하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다. 특히 최근에는 **100% 모바일 기반으로 전국민 표본 대표성**을 가진 조사 플랫폼 '국대패널'을 론칭하고 **조사업계 누구나 사용할 수 있도록 개방**했습니다.

이 조사결과는 소비자 조사 전문기관 컨슈머인사이트가 2019년 1월 출범한 `주례 소비자체감경제 조사`로부터 나온 것이다. 매주 1,000명(매달 4,000~5,000명)을 대상으로 ▲국내경기 ▲일자리 ▲물가 등 국가경제와 ▲생활형편 ▲수입 ▲소비지출여력 ▲저축여력 ▲부채규모 등 개인경제 영역에 대해 조사했다. 지수는 향후 6개월간의 상황에 대한 예상으로 100보다 크면 낙관, 100보다 작으면 부정이 우세함을 뜻한다. 지수의 상승은 긍정적 방향으로의 이동, 하락은 부정적 방향으로의 이동이 있었음을 의미한다.

Copyright © Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 컨슈머인사이트에 귀속되며 보도 이외의 상업적 목적으로 사용할 수 없습니다.

For-more-Information

이정현 컨슈머인사이트 상무	leejh@consumerinsight.kr	02)6004-7680
김양혁 컨슈머인사이트 연구위원/Ph.D	kimyh@consumerinsight.kr	02)6004-7604