

# 개인의 특성이 식품물가지수와 소비자체감물가 간의 차이에 미치는 영향

허태호\* 황혜정\*\* 이상현\*\*\*

## Keywords

식품물가지수(Food price index), 소비자체감물가(consumer sentiment price), 물가 체감간격지표(Price Index and Cognition Difference Index(PICDI)), 구매행동요인(purchasing behavior factors), 식품구매(food purchase)

## Abstract

In this study, we calculated the Price Index and Cognition Difference Index(PICDI) by analyzing the difference between the real food price index and consumer sentiment price. Our analysis of the PICDI calculated in this study shows that most consumers perceive the consumer sentiment price index higher than the real food price index. We also analyzed the factors influencing this difference. The result shows that both the real food price index and consumer sentiment price are influenced by gender, occupation, purchasing frequency, purchasing location, income, and expenditure.

## 차례

1. 서론
2. 이론적 개념과 선행연구
3. 연구 방법
4. 연구 결과
5. 결론

---

\* 강원대학교 농업자원경제학과 박사과정

\*\* 강원도 태백시청 지역개발과

\*\*\* 강원대학교 농업자원경제학과 조교수, 교신저자. e-mail: shl@kangwon.ac.kr

## 1. 서론

한국은행 보도자료에 따르면 2019년 8월 소비자물가 상승률이 사상 처음 0%를 기록했지만, 일반 시민들이 느끼는 체감물가와 괴리는 6년 만에 가장 큰 수준(2.1%)으로 더욱 벌어진 것으로 나타났다. 이는 지표물가와 일반 소비자가 주관적으로 느끼는 체감물가 간 차이가 더 벌어졌다고 추정할 수 있는 대목이다(연합뉴스 2019).

소비자물가지수는 가장 기본적인 경제통계의 하나로서 현실 경제에서 매우 중요하게 활용되는 지표이다. 소비자물가지수는 경기를 판단하는 기초자료로 사용하거나, 화폐의 구매력 변동을 측정하는 대표적인 물가지표로서 매년 정부의 재정·금융 정책의 기초자료로 널리 이용되고 있다.

하지만 소비자물가지수는 라스파이레스(Laspeyres) 지수 산식에 따라 본질적인 상향편의(upward bias)가 있다(조지성 2013). 즉 소비자물가지수는 실제보다 크게 물가가 변동하고 있는 것처럼 과장한다는 것이다. 하지만 문제는 소비자물가지수의 계측방법 자체로부터 발생하는 상향편의에도 불구하고 소비자들의 체감물가지수는 소비자물가지수보다 여전히 높다는 것이다. 통계청 및 여러 정부 기관들에서는 이러한 문제점을 인식하고 소비자의 물가 체감 정도를 소비자물가지수에 포함하고자 많은 노력을 하고 있다. 이런 소비자물가는 국내 연구를 통해 다른 경제지표에 의해 영향을 받는다는 것이 확인되었다. 먼저 소비자물가는 유가와 환율에 민감하며, 환율과 유가가 상승할 때 소비자물가에 큰 영향을 준다고 분석되었고(이충열 1996; 정동빈 2007), 실업률도 소비자물가지수에 영향을 주는 것으로 나타났다(임성식 2011).

한편 소비자물가지수와 소비자체감물가지수는 상당한 차이를 보이는데 재화의 가격 변화에 두 지수는 서로 상이하게 변동을 느끼기 때문이다(이정옥 1997). 이 과정에서 체감물가지수와 실제물가지수의 차이가 발생한다. 체감물가는 개별 소비자가 일상생활에서 자주 구입하는 품목들의 가격 변동의 영향을 크게 받으며 소비자들의 연령, 성별, 소득 수준에 따라서도 달라질 수 있기 때문에 개인별로 또는 가구별로 그 차이가 있을 수 있다. 즉 객관성을 가지고 작성되는 소비자물가와 달리 체감물가는 주관적인 입장이 평가되기 때문에 이러한 차이가 발생한다. 이처럼 소비자물가지수와 소비자체감물가지수의 차이는 인식되고 있으나, 그 차이가 왜 발생하는지 개별 소비자에 있어서 어떤 요인들이 그 차이를 크게 또는 작게 만드는지 분석된 바는 없다. 조지성 외(2015)의 경우, 체감물

가지수와 소비자물가지수 간의 차이가 발생하는 원인으로 크게 두 가지를 언급하였는데, 첫째는 소비자들의 주관적인 평가 차이이며 두 번째는 가중치로 평균지출액만 고려된다는 점이다. 후자와 관련하여서는 새로운 가중치를 고려하여 소비자체감물가지수 개발을 수행한 조지성 외(2015)와 같은 연구들이 수행된 바 있으나, 소비자들의 주관적인 평가 차이의 발생 원인에 대하여서는 자료의 한계 등의 이유로 실증 분석이 이루어지지 못하였다. 체감물가지수와 소비자물가지수 간의 소비자들의 주관적인 평가 차이의 발생 원인이 규명된다면 소비자 인식 연구에 기여할 뿐만 아니라 정부의 생활물가 정책대응에도 중요한 시사점을 줄 수 있을 것으로 사료된다.

이에 본 연구는 한국농촌경제연구원의 식품소비행태조사(2016~2018년) 원자료를 토대로 실제 물가지수와 소비자가 체감하는 물가 간의 차이에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 소비자들이 인식하는 체감물가와 실제 생활물가지수와의 차이에 있어서 성별, 연령대, 학력, 직업, 월 소득 등과 같은 인구통계학적 요인들과 온라인을 통한 식품구매 여부, 식품구매 빈도수, 식료품 구입처, 월평균 가구 소득 대비 식품지출액 비율 등과 같은 구매 행동요인이 영향을 미치는지를 알아보았다.

## 2. 이론적 개념과 선행연구

### 2.1. 이론적 개념

물가는 국민들이 생활해 나가는 데 필요한 소비재 및 생산재에 대한 전반적인 가격 수준을 말하는 것으로서, 이는 국민생활과 밀접한 관련을 가진다. 일상생활을 위해 구입하는 재화 및 서비스들이 물가가 오르면 그만큼 국민들은 소비에 부담이 되기 때문이다. 소비자물가의 경우에는 노동자들이 생활을 영위해 나가는 데 필요한 적절한 임금 수준을 파악하기 위해 식료품을 중심으로 한 가격 변동을 측정하기 위해 비롯되었다(임윤성 외 1989). 그런데 시장에는 수많은 종류의 재화와 서비스가 있고, 이러한 재화와 서비스들은 지역·생산자·판매자·품질 등에 따라 다양한 가격들을 형성하고 있다. 또한 재화와 서비스들의 가격 증감은 개별 품목에 따라 다를 뿐만 아니라 변화 폭도 상이하기 때문에 단일 품목의 가격 변동만으로 물가가 올랐거나 내렸다고 단정하기가 쉽지 않다.

따라서 재화와 서비스의 가격 동향과 관련된 정확한 경제 현상을 설명하고 분석하기 위하여 이러한 재화와 서비스들의 가격 변동을 종합하여 하나의 숫자로 나타내는 것이 필요하다. 다시 말하면 재화와 서비스들의 전반적인 가격 동향을 파악하기 위해서 이들 개별 재화와 서비스들의 가격 변화를 종합하는 체계적인 방법이 필요하게 된다. 개별 재화와 서비스의 가격은 거래 단위에 따라 다를 뿐만 아니라 그 단위도 일치하지 않는 것이 보통이며, 단위가 일치하더라도 상호 간에 비교가 어렵기 때문에 가격 자체를 이용한 평균값은 의미가 없다. 따라서 개별적인 가격 변동을 종합하는 방법으로 물가지수(price index)<sup>1</sup>를 구성하게 된다.

또한 소비자물가지수(CPI)<sup>2</sup>는 소비 측면에서 가구들이 취득하거나 사용하는 소비재 및 서비스의 가격 변동을 측정하는 지수이다. 소비자물가지수는 인플레이션 측정 및 소비자의 구매력 변화, 생계표준에서의 변동 등에 관심을 두고 있기 때문에 가구들의 소비지출품목 대상을 최종 유통단계, 즉 소매점에서 거래되고 있는 상품과 서비스의 가격 변동을 종합적으로 측정한다. 소비자물가지수는 라스파이레스 지수 방식(Laspeyres' Formula)<sup>3</sup>을 이용해 구한다. 라스파이레스 지수 방식의 장점은 소비자물가지수를 작성할 때 기준 연도 가중치를 구한 다음, 매 기준 연도에는 가격의 변화만 측정하면 손쉽게 지수를 산출할 수 있다는 점이다. 이는 일반인들도 이해하기 쉽고 측정도 쉬워 정부의 조사 비용이 절감된다. 이러한 장점으로 많은 국가에서 라스파이레스 지수 방식을 소비자물가지수를 계산할 때 사용하고 있다(김대유 2012).

한편 생활물가지수<sup>4</sup>는 소비자들의 체감물가를 지수화하기 위해 구매 빈도수가 가지는 중요성을 고려하여 소비자물가지수의 품목 중 구매 빈도가 높은 품목들만 따로 모아 산정한 지수이다. 하지만 생활물가지수의 품목별 가중치는 소비자물가지수와 동일하여 결국 소비자물가지수의 근본적인 한계를 극복하지는 못하였다. 또한 구성 품목을 빈도수가 높은 품목만으로 한정시키는 것은 빈도수

1 물가지수는 일종의 비례수로서, 일정한 시기 사이의 가격집합에서의 변동을 비율 또는 백분율로 예측한 것이다.

2 소비자물가지수는 (1) 경기가 상승 국면 시 수요 증가로 상승, 경기가 하강 국면 시 수요 감소로 하락하는 경향이 있으며, (2) 물가 상승 시 화폐 구매력을 하락시키고, (3) 한국은행의 통화정책 체계로 물가안정목표제를 채택할 때 소비자물가지수를 사용한다는 특징을 가지고 있다.

3 독일의 통계학자인 라스파이레스가 1864년에 발표한 물가지수 방식으로 각 품목 가격의 변동(기준 연도 → 비교 연도)을 기준 연도 가중치로 가중산술평균하여 계산한다. 통상 물가지수를 산출할 때 품목별 가격에 해당 품목의 판매량을 곱해 소비지출액 규모를 기준으로 삼는데, 이 방식의 전제는 기준 연도와 비교 연도의 판매량이 같다는 특징이 있다.

4 생활물가지수는 소비자들이 자주 구입하는 품목과 기본생활품 141개 품목을 대상으로 고안된 지수로서 1975년도부터 월별, 분기별, 연도별 자료를 제공하고 있다.

만이 소비자들의 물가체감에 영향을 미치는 요인으로 가정한 것으로, 이는 다른 요인들로 인해 소비자들의 체감 정도가 달라질 수 있는 가능성을 사전에 차단하였다는 점에서 한계점이 존재한다고 볼 수 있다(조지성 2013).

이처럼 소비자물가지수가 이미 개발되어 활용되고 있고, 소비자들의 체감을 반영하기 위하여 빈도를 가중치로 지수도 개발되어 있지만, 여전히 개별 소비자들이 물가지수와 체감 간의 차이는 발생하고 있다. 본 연구는 그 차이에 관한 지수를 개발하여 이에 영향을 주는 요인들을 분석하고자 한다.

## 2.2. 선행연구

국내에서 소비자물가지수에 대한 연구는 체감물가 관련 연구와 소비자물가지수 산정에 대한 연구가 주를 이루어 왔다. 기존 소비자물가지수를 산정하는 방식이 과연 현실을 제대로 반영하고 있는가의 문제, 즉 지수 산정 시 편의(bias) 문제를 어떻게 줄일 수 있는가의 문제를 주로 분석하였다. 또한 실제 생활면에서 소비자는 물가가 많이 올랐다고 느끼는데 정부에서 발표하는 물가 상승률이 이에 미치지 못할 경우 신뢰상의 문제로 확대되기도 한다. 따라서 공식적인 소비자물가지수와 소비자가 체감하는 물가 간에는 괴리감이 존재하며 이를 줄이고자 하는 연구도 그동안의 주된 관심 사항으로 논의되어 왔다.<sup>5</sup>

김대유(2012)는 파쇄 방식, 피서 방식, 통크비스트 방식, 라스페이레스 방식 등 총 4개 지수 방식과 연쇄방법 지수계산식을 활용하여 지수 방식별 소비자물가지수를 실증 비교분석하였다. 2005년부터 2009년까지 분석한 결과 가장 상승률을 높게 나타내어 상향편의가 있는 것이 라스페이레스 방식임을 밝혀냈다. 이를 통해 개선 방안으로 현행 대표품목 및 가중치의 개편주기를 단축하고, 주기적으로 현행 고정방식을 연쇄방식으로 변경함이 필요하며, 피서 방식, 통크비스트 방식 등을 소급하여 소비자물가지수를 계산하고 품목 간 대체 효과로 인한 영향 등을 주기적으로 분석할 필요가 있음을 주장하였다. 임운성 외(1989)는 전기통신요금 정책과 소비자물가지수 연구에서 국내 소비자물가지수의 전기통신 부문 시내·외 전화요금 가중치가 실제와 크게 다르기 때문에 전화요금 변화

5 소비자물가지수와 체감물가 간 괴리의 원인으로, 장인성(2012)은 물가지수 측정 시 발생하는 오차, 체감물가의 심리적 특성, 물가지수 대표성(지수 측정 시 품목별 가중치) 문제 등을 지적했고, 통계청 홈페이지에는 두 물가 간 괴리 원인으로 포괄 범위의 차이, 가중치의 차이, 체감물가 인식에 영향을 미치는 요소라고 제시하고 있음.

가 물가에 미치는 실제 영향이 물가지수상에 나타나는 영향과 다르게 나타나고 있다고 지적하였다. 그들은 이러한 현상으로 인해 물가지수의 신뢰도 문제뿐만 아니라 심각하게 통신요금 정책에 악영향을 끼쳐 전기통신 부문 발전의 저해요소로 작용하고 있음을 주장하였다.

조지성(2013)은 소비자체감물가지수 산정에 관한 연구에서 기존 소비자물가지수와 소비자체감물가와와의 괴리를 지적하고 2005년부터 2011년까지의 체감 가중치를 도출한 후 소비자체감물가지수를 산정하였다. 그 결과, 가중치가 큰 가공식품의 경우 가중치가 소비자들의 체감 정도를 제대로 반영하지 못한다고 주장하였다. 유종구(1992)는 소득계층별 물가지수 산정에 대한 연구를 처음 시도하였다. 그는 노사 간 임금협상 테이블에서 기초 잣대가 되는 소비자물가지수가 저소득층을 제대로 반영하지 못한다고 문제를 제기하였다. 그리고 1980년부터 1988년까지의 도시가계조사 자료에 근거한 소득계층별 소비지출액 가중치를 구하고 소득계층별 소비자물가지수 산출 및 전체 물가지수와 비교 분석하였다. 분석 결과, 계층별 물가 변동의 차이는 가중치가 큰 품목의 가격 변동이 영향이 있음을 밝혀냈다. 또한, 저소득층의 물가는 생필품의 가격 변화에 민감하며, 고소득층의 물가는 노동 집약적인 서비스 제품의 물가 변동에 민감하게 반응하고 있음을 알아내었다.

최근 장인성(2012)은 소득계층별의 지수 산출을 연구하였다. 그는 소득계층별 물가지수의 차이가 체감물가에 미치는 영향 연구에서 소비자물가지수와 가계동향조사의 소비지출액을 매칭하여 1990년 1/4분기부터 2011년 2/4분기까지 라스파이레스 지수를 소득계층별로 작성하여 각 지수 간 차이를 실증분석하였다. 분석 결과, 21년 동안 하위소득 10% 계층의 물가 상승률이 상위소득 10% 계층에 비해 6.7% 상승한 것을 밝혔다. 특히, 하위소득 10% 가구의 물가지수가 물가 상승기에는 더 높은 폭으로 오르고 물가 하락기에는 더 낮게 하락하는 경향도 발견하였다. 그는 이러한 변동성은 경제위기와 물가 상승이 중첩된 시기에는 저소득층의 생계비 부담을 가중시키게 되고, 자산이 부족한 저소득층이 체감물가와와의 괴리를 더 크게 느끼게 하는 원인이 된다고 지적하였다. 따라서 저소득층 대상의 급여 책정 시에 소비자 물가지수를 단순 적용하기보다 소득계층별 물가 변동을 고려하여 반영하는 것이 바람직하다고 주장했다.

한편, 소비자체감물가와 소득 및 연령 등 인구통계학적 요인과의 관계를 분석한 선행연구도 있다. 조지성(2013)은 소비자의 주관적 느낌이 체감물가에 영향을 미치는데, 이는 품목에 대한 구매 빈도수와 최근 가격이 오른 품목에 대한 기억 등이 유의하다고 밝혔다. 김영준 외(2016)는 임금 등 고용 상황을 반영하는 변수들이 소득이 낮은 계층의 체감정기에 크고 분명한 영향을 미치는 것을

밝혀냈다. 먼저 임금의 경우 전체 계층에서 체감경기에 유의한 영향을 미치는 가운데 저소득 계층일수록 계수 값이 더 큰 경향을 보였다. 생활물가지수도 전 계층에서 실제물가의 상승률이 클수록 체감물가를 부정적으로 인식하며 특히 저소득 계층일수록 이런 효과가 더 크다. 또한 연령별로 보면 고령 소비자들의 체감경기가 상대적으로 크고 분명하게 영향을 미치는 것을 확인하였다. 하지만 인구통계학적 요인 외에도 구매 빈도, 구매 장소 등 행동요인들도 소비자체감물가와 실제 물가지수와의 차이에 영향을 줄 수 있으나, 선행연구에서는 충분히 고려되지 못하였다.

### 3. 연구 방법

#### 3.1. 연구 목적 및 연구모형

본 연구는 실질식품물가지수와 소비자들이 느끼는 물가체감 수준 사이의 차이에 영향을 미치는 요인을 알아보았다. 먼저 소비자가 느끼는 물가체감 수준은 『2016~2018년 식품소비행태조사』를 통해 수집했다. 소비자물가체감 수준은 전년도 식품물가 수준을 100이라 할 때, 소비자가 체감하는 물가 수준을 평가해 달라는 문항을 제시하였다. 예를 들어 응답자는 전년도와 비교해 봤을 때, 물가가 5% 하락했다고 생각되면 95, 10% 정도 상승했다면 110, 물가에 변화가 없다고 생각하면 100으로 응답하였다. 소비자가 체감하는 물가 수준을 활용하여 본 연구에서는 실제 식품물가지수와 소비자물가체감 수준 간의 차이를 측정하는 지표, 물가체감간격지표(Price Index and Cognition Difference Index: PICDI)를 개발하였다. 즉, 물가체감간격지표(PICDI)는 전년 대비 당해 연도 실질 식품물가지수의 변동을 소비자가 어느 정도 체감하고 있는지를 확인하고 그 차이를 보여주는 지표이다.

##### (1) PICDI 산출식

$$\text{물가체감간격지표 (PICDI)} = \frac{(\text{전년대비당해연도물가체감수준} - 100)}{100} - \text{전년대비당해연도실질 식품물가지수증률}$$

예로 2016년 조사에서 A 응답자가 전년 대비 당해 연도 물가체감 수준을 105로 응답하였다면,

$$\begin{aligned}
 (2) \text{ PICDI} &= \left\{ \frac{(105) - (100)}{100} \right\} - \text{전년 대비 당해 연도 실질 식품물가지수 등락률} \\
 &= (0.05) - (0.026) \\
 &= 0.024
 \end{aligned}$$

위와 같이 A 응답자의 PICDI 값은 0.024로 산출된다. 이는 A 응답자의 경우 물가체감 수준이 당해 연도 실질식품물가지수보다 0.024%만큼 높다는 것을 의미하게 된다. 만약 A 응답자가 물가 상승률을 정확히 인지하거나 또는 체감함에 따라 설문에서 물가체감 수준을 102.6으로 응답하였다면, 이때 PICDI 값은 0이 된다. 따라서 PICDI 값이 0에 가까울수록 소비자물가체감 수준과 실질식품물가지수가 비슷하다는 것을 의미한다. 또한 음의 방향으로 커질수록 소비자물가체감 수준이 실질식품물가지수보다 낮다는 것을 의미하며 양의 방향으로 커질수록 소비자물가체감 수준이 실질식품물가지수보다 높다는 것을 의미한다.

표 1. 연도별 물가체감간격지표값

연도별	전년 대비 당해 연도 실질식품물가지수 등락률	최솟값	최댓값	평균값	표준편차
2016 (n=3,290)	2.6 %	-0.33	0.47	0.08	0.11
2017 (n=3,061)	3.3 %	-0.33	0.27	0.09	0.09
2018 (n=3,437)	2.3 %	-0.32	0.28	0.08	0.11

주: 연도별 실질식품물가지수 등락률은 통계청(2018)의 생활물가지수 등락률(식품) 자료 참고.

위 <표 1>과 같이 2016년부터 2018년까지 식품소비행태조사 원자료를 토대로 물가체감간격지표를 산출하였다. 지표 산출에 활용한 실질식품물가지수 등락률은 통계청(2018)이 발표한 자료를 참고하였다. 연도별 물가 체감간격지표를 산출한 결과, 2016년과 2018년의 평균값은 0.08, 2017년은 0.09로 나타났다. 이는 실질식품물가지수와 소비자들의 물가체감 수준 사이에 차이가 발생하며, 소비자물가체감 수준이 실질식품물가지수에 비해 높다는 것을 의미한다. 이러한 물가체감간격지표(PICDI)에는 인구통계학적 요인과 소비자들의 구매행동 요인들이 모두 영향을 미칠 수 있다.

6 통계청(2018). “2018년 12월 및 연간 소비자물가동향.” 자료 중 생활물가지수 등락률(식품) 참고.



이에 본 연구는 2016~2018년 식품소비행태조사의 원자료에서 소비자물가체감지수에 영향을 미칠 만한 요인들을 <표 2>와 같이 선정하였다. 소비자들이 인식하는 물가체감 수준과 실질식품물가지수와의 차이에 있어서 연도별, 성별, 연령대, 학력, 직업, 월 소득 등과 같은 인구사회학적 요인들과 온라인을 통한 식품 구입 여부, 식품 구입 빈도, 식료품 구입처, 월 소득 대비 월평균 식품지출액 비율 등과 같은 구매행동 요인이 영향을 미칠 것으로 가정하였다.

표 2. 변수 설명

변수		설명	
종속변수	물가체감간격지표 (PICDI)	$\frac{(\text{전년대비당해연도물가체감수준} - 100)}{100}$ - 전년대비당해연도실질식품물가지수등락률	
독립 변수	인구 사회학적 특성	연도	2016년 = 1, otherwise = 0 2017년 = 1, otherwise = 0 2018년 = 1, otherwise = 0
		성별	여성 = 1, 남성 = 0
		연령대	① 10대 ② 20대 ③ 30대 ④ 40대 ⑤ 50대 ⑥ 60대 ⑦ 70대 ⑧ 80대
		학력	① 미취학 ② 중졸 이하(초/중/고등학생 포함) ③ 고졸(대학생 포함) ④ 대졸(전문대졸/대학원생 포함) ⑤ 대학원졸
		직업	관리자 = 1, otherwise = 0
			전문직 및 전문기술직 = 1, otherwise = 0
			평균로자(사무/서비스/판매직) = 1, otherwise = 0
			단순노무직 = 1, otherwise = 0
			주부 및 무직 = 1, otherwise = 0
	월평균 가구 소득 제공변수	학생 = 1, otherwise = 0	
		기타 = 1, otherwise = 0	
		연속변수	
		연속변수	
구매행동 특성	온라인을 통한 식품 구입 여부	미구입 = 1, 구입 = 0	
	식료품 구입 빈도	① 매일 ② 주 2~3회 ③ 주 1회 ④ 2주일에 1회 ⑤ 한 달에 1회 ⑥ 그보다 드물게	
	식료품 구입 장소 1순위	슈퍼마켓(중소형, 대기업, 농협) = 1, otherwise = 0	
		대형마트 및 백화점 = 1, otherwise = 0	
		재래시장 = 1, otherwise = 0	
		친환경 식품 전문점 = 1, otherwise = 0	
		인터넷 = 1, otherwise = 0	
편의점 = 1, otherwise = 0			
기타(이동차량, 노점상, 직점 또는 가족 재배 등) = 1, otherwise = 0			
직거래 = 1, otherwise = 0			
월평균 가구 소득 대비 월평균 식료품비 지출액 비율	연속변수		

주: 직업/식료품 구입 장소/월평균 가구 소득/월평균 소득 대비 식료품비 지출액 비율은 연도별 변수가 상이하여 재가 공함.

자료: 한국농촌경제연구원(2016~2018). 식품소비행태조사 원시자료.

위 설정된 독립변수들의 종속변수에 대한 영향을 확인하고자 아래와 같은 회귀방정식 모형을 설정하였다.

$$(3) PICDI_{it} = \beta_0 + \beta_1 YEA_{it} + \beta_2 GEN_{it} + \beta_3 AGE_{it} + \beta_4 SCH_{it} + \beta_5 JOB_{it} + \beta_6 INT_{it} + \beta_7 FDS_{it} + \beta_8 MAR_{it} + \beta_9 INC_{it} + \beta_{10} MFB_{it} + e$$

$PICDI_{it}$ 는  $i$  응답자의  $t$ 년도 물가체감간격지표 즉, 종속변수를 의미한다.  $YEA_{it}$ 는 응답자의 설문 응답 연도,  $GEN_{it}$ 은 성별,  $AGE_{it}$ 는 연령대,  $SCH_{it}$ 는 교육 수준,  $JOB_{it}$ 는 직업군,  $INT_{it}$ 는 온라인을 통한 식품 구입 여부,  $FDS_{it}$ 는 식료품 구입 빈도,  $MAR_{it}$ 은 식료품 구입 장소,  $INC_{it}$ 는 월평균 가구 소득,  $MFB_{it}$ 는 월평균 가구 소득 대비 월평균 식료품비 지출액 비율,  $e$ 는 오차항을 의미한다. 여기에서 월평균 가구 소득( $INC_{it}$ )은 제곱변수이며, 월평균 가구 소득( $INC_{it}$ )과 월평균 가구 소득 대비 월평균 식료품비 지출액 비율( $MFB_{it}$ )은 연속변수로 설정하고, 응답 연도( $YEA_{it}$ ), 성별( $GEN_{it}$ ), 직업군( $JOB_{it}$ ), 온라인을 통한 식품 구입 여부( $INT_{it}$ ), 식료품 구입 장소( $MAR_{it}$ )는 더미변수로 설정하였다.

본 연구에서는 먼저 최소제곱법(OLS)을 통해 위 설정된 독립변수들이 설명변수에 유의한지 확인하였다. 최소제곱법(OLS)분석이 최우선선형불편추정량(BLUE)이 되기 위한 가정 중에서 동분산성 가정은 가장 효율적인 추정량을 얻는 데 중요한 역할을 한다. 만약 이분산성이 존재한다면 표준오차의 추정량이 올바르지 않게 되고, 따라서 추정계수에 대한 가설검정에도 문제가 발생한다. 이에 아래와 같이 BP 검정과 White 검정을 진행하였다.

표 3. 이분산성 검정(BP 검정 및 White 검정)

구분	Breusch-Pagan 검정	White 검정
Chi2	22.30	565.83
Prob > chi2	0.0000	0.0000

BP 검정과 White 검정 모두 귀무가설은 동분산성이고, 대립가설은 이분산성이다. 두 검정 모두  $P$ 값이 0.01보다 작기 때문에 1% 유의수준 내에서 귀무가설이 기각됨에 따라 이분산성이 존재함을 확인하였다.

이에 추가적으로 일반화 최소제곱법(Generalized Least-Squares: GLS)과 일반화 선형모형(Generalized Linear Model: GLM)을 추가 분석하였는데 세 모형의 추정값이 동일함에 따라, 선형

모형의 주요 가정인 반응변수의 정규성과 오차항의 동분산성을 상정하지 않아 포괄적인 적용이 가능한 GLM모형을 최종 선택하였다.

### 3.2. 자료

본 연구는 2016~2018년 식품소비행태조사 원자료를 이용하였다. 해당 원자료는 인구주택총조사 가구명부(2010년)에 근거하여 표본을 추출함에 따라 표본에 대한 대표성이 높으며 전체 표본가구는 9,788가구이다.

분석 대상자의 인구·사회학적 특성 및 구매행동 특성의 기초통계량을 살펴본 결과 응답자의 성별은 여성 89.2%, 남성 10.8%로 여성 응답자가 압도적으로 많았으며, 연령대는 40대 25.4%, 60대 19.4%, 30대 15.9% 순으로 나타났다(<부표 1> 참고). 학력을 살펴보면, 고졸이 43.8%로 가장 많았으며, 직업은 46.9%의 절반 가까운 응답자가 평균로자(사무직/서비스직/판매직)에 종사하고 있었다. 그 외 응답자들의 평균을 보면, 이들 대부분은 온라인으로 식품을 구매하지 않고 있으며, 상차림에 필요한 식료품은 주 1회, 슈퍼마켓(중소형, 대기업, 농협)에서 구매하고 있다. 이들의 월평균 가구 소득은 350만 원 이하이고, 이 중 월평균 식료품비 지출액은 50만 원 이하이다.

이를 토대로 분석에 사용된 변수들의 통계량은 <표 4>와 같다.

표 4. 변수들의 통계

변수명	평균	표준편차	최솟값	최댓값
물가체감간격지표 (PICDI)	0.08	0.11	-0.33	0.47
월평균 가구 소득 제곱변수(만 원)	152,747.2	153,695.6	2,500	1,102,500
월평균 가구 소득 대비 월평균 식료품비 지출액 비율(%)	22.43	18.02	1.82	260
변수명			평균	표준편차
연도	2016년 = 1, otherwise = 0		0.34	0.47
	2017년 = 1, otherwise = 0		0.31	0.46
	2018년 = 1, otherwise = 0		0.35	0.48
성별	여성 = 1, 남성 = 0		0.89	0.31
연령대	연령대		4.68	1.29
학력	교육 수준		3.11	0.82

(계속)

변수명		평균	표준편차
직업	관리자 = 1, otherwise = 0	0.02	0.12
	전문직 및 전문기술직 = 1, otherwise = 0	0.21	0.41
	평균로자(사무/서비스/판매직) = 1, otherwise = 0	0.47	0.49
	단순노무직 = 1, otherwise = 0	0.04	0.19
	주부 및 무직 = 1, otherwise = 0	0.26	0.44
	학생 = 1, otherwise = 0	0.001	0.08
	기타 = 1, otherwise = 0	0.001	0.08
온라인을 통한 식품 구입 여부	미구입 = 1, 구입 = 0	0.73	0.45
식료품 구입 빈도	식료품 구입 빈도수	2.77	0.85
식료품 구입 장소 1순위	슈퍼마켓(중소형, 대기업, 농협) = 1, otherwise = 0	0.41	0.49
	대형마트 및 백화점 = 1, otherwise = 0	0.36	0.48
	재래시장 = 1, otherwise = 0	0.23	0.42
	친환경 식품 전문점 = 1, otherwise = 0	0.004	0.06
	인터넷 = 1, otherwise = 0	0.003	0.05
	편의점 = 1, otherwise = 0	0.003	0.06
	기타(이동차량, 노점상 등) = 1, otherwise = 0	0.0002	0.01

주: 표본 수 9,788명(가구).

## 4. 연구 결과

### 4.1. 물가체감간격지표에 영향을 미치는 요인 분석

분석 결과를 독립변수별로 살펴보면, 먼저 연도의 경우 2017년 응답이 2016년, 2018년에 비해 5% 수준 내에서 통계적으로 유의하게 나타났다<표 5>. 성별의 경우 여성일수록 남성에 비해 5% 유의수준 내에서 물가체감간격지표는 -0.0071만큼 낮아지는 것으로 나타났다. 또한, 관리자 직업군 대비 전문직 및 전문기술직 직업군은 1% 유의수준 내에서, 단순노무직 직업군은 10% 유의수준 내에서, 주부 및 무직 직업군은 5% 유의수준 내에서 모두 부(-)의 영향을 물가체감간격지표에 미치는 것으로 나타났다. 이는 물가체감의 차이에 있어 직업의 차이가 영향을 준다는 의미이다.

식료품 구입 장소에 있어서는, 슈퍼마켓 대비 대형마트 및 백화점은 1% 유의수준 내에서, 재래시장은 10% 유의수준 내에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 슈퍼마켓 대비, 위 두 곳을 주 식료품 구입 장소로 찾는 소비자들의 경우 다른 장소를 주 구매처로 활용하는 소비자들에 비하여 물가체감간격지표는 높아지는 것으로 나타난 것이다. 이는 슈퍼마켓에 비해 대형마트 및 백화점의 식료품이 비싸다는 일반적인 소비자 인식과, 재래시장의 경우 상점마다 상이한 식료품 가격이 소비자로 하여금 부정적인 인식을 가지게 만들고 이는 물가 체감에 있어 부정적인 영향을 미치는 것으로 추측된다.

월평균 가구 소득 대비 식료품비 지출액 비율을 살펴보면, 1% 유의수준 내에서 식료품비 지출액이 증가할수록 물가체감간격지표도 증가하는 것으로 나타났다. 위 분석 결과 흥미로운 내용은 1% 유의수준 내에서 월평균 가구 소득이 높을수록 물가체감간격지표는 증가하고, 역시 1% 유의수준 내에서 식료품 구입 빈도가 많은 소비자일수록<sup>7</sup> 체감물가가 상대적으로 높다는 것이다. 즉, 고소득 계층의 경우 오히려 실질물가보다 물가체감 수준이 높으며, 일주일에 식료품 구입 빈도가 많은 소비자일수록 마찬가지로 물가체감이 상대적으로 높은 것이다. 김영준 외(2016)에 따르면, 소득이 낮은 계층의 경우 경기 체감에 있어 부정적으로 나타난다고 분석한 반면, 본 연구에서는 오히려 소득이 낮은 계층이 실질물가와 물가체감 간의 괴리가 상대적으로 적은 것으로 나타났다. 이는 소득이 낮은 계층일수록 평소 식료품의 가격 변동에 민감하고 이에 실질물가를 보다 정확하게 파악하기 때문인 것으로 추측된다. 또한 식료품 구입 빈도가 높을수록 다양한 제품의 가격 정보를 접하기가 용이하여, 구입 빈도수는 체감간격지표에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

7 식료품 구입 빈도 설문 응답값은 높을수록 빈도수가 적음을 의미함.

표 5. 독립변수들이 물가체감간격지표(PICDI)에 미치는 영향 추정결과(일반화선형모형(GLM))

변수명		GLM 분석		
		추정계수	표준오차	유의확률
연도 (기준변수=2016년)	2017년 (여 = 1, 부 = 0)	0.0061	0.0027	0.025**
	2018년 (여 = 1, 부 = 0)	0.0023	0.0027	0.387
성별 (여성 = 1, 남성 = 0)		-0.0071	0.0035	0.044**
연령대		-0.0007	0.0012	0.573
학력		-0.0016	0.0019	0.391
직업 (기준변수=관리자)	전문직 및 전문기술직 (여 = 1, 부 = 0)	-0.0299	0.0090	0.001***
	평균로자 (사무/서비스/판매) (여 = 1, 부 = 0)	-0.0082	0.0088	0.350
	단순노무직 (여 = 1, 부 = 0)	-0.0201	0.0104	0.053*
	주부 및 무직 (여 = 1, 부 = 0)	-0.0184	0.0091	0.042**
	학생 (여 = 1, 부 = 0)	-0.0273	0.0169	0.108
	기타 (여 = 1, 부 = 0)	0.0075	0.0155	0.631
온라인 식품 구입 여부 (미구입 = 1, 구입 = 0)		-0.0014	0.0026	0.595
식료품 구입 빈도		-0.0125	0.0013	0.000***
식료품 구입 장소 (기준변수 = 슈퍼마켓 (중소형, 대기업, 농협))	대형마트 및 백화점 (여 = 1, 부 = 0)	0.0123	0.0025	0.000***
	재래시장 (여 = 1, 부 = 0)	0.0057	0.0029	0.050*
	친환경 식품 전문점 (여 = 1, 부 = 0)	0.0271	0.0174	0.120
	인터넷 (여 = 1, 부 = 0)	-0.0132	0.0215	0.541
	편의점 (여 = 1, 부 = 0)	-0.0083	0.0188	0.660
	기타 (여 = 1, 부 = 0)	-0.0029	0.0735	0.969
월평균 가구 소득 제곱변수		3.61e-08	7.99e-09	0.000***
월평균 가구 소득 대비 월평균 식료품비 지출액 비율		0.0002	0.0000	0.001***
상수		0.1314	0.0150	0.000
Log likelihood				8287.46
AIC				-1.688899
BIC				-89633.53

주: \*\*\*,\*\*,\*는 각각  $z < 0.01$ ,  $z < 0.05$ ,  $z < 0.1$  수준에서 유의함을 나타냄.

### 4.2. 물가체감간격지표 그룹 간 비교분석

추가적으로 물가체감 수준이 실질식품물가지수보다 높은 PICDI (+) 그룹과 물가체감 수준이 실질식품물가지수보다 낮은 PICDI (-) 그룹 간을 비교분석해 보았다.

두 그룹 간 비교분석에서도 OLS, GLS, GLM 분석을 시행했으며, 아래와 같이 이분산성의 존재를 확인함에 따라 <표 7>과 같이 GLM 분석의 추정값을 최종 선정하였다.

표 6. 이분산성 검정(BP 검정 및 White 검정)

구분	PICDI (-) 그룹		PICDI (+) 그룹	
	Breusch-Pagan 검정	White 검정	Breusch-Pagan 검정	White 검정
Chi2	163.04	295.37	18.94	341.46
Prob > chi2	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000

분석 결과를 살펴보면, 먼저 두 그룹 간 연도의 경우 (-) 그룹은 2016년 대비 2017년과 2018년 모두 5% 유의수준 내에서 통계적으로 유의하게 나타났으나, 2017년은 정(+)의 영향을, 2018년은 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. (+) 그룹은 2016년 대비 2017년만 1% 유의수준 내에서 통계적으로 유의하였으며, 부(-)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 또한 (-) 그룹에서는 학력 수준이 높을수록 1% 유의수준 내에서 부(-)의 영향을, (+) 그룹에서는 학력 수준이 높을수록 10% 유의수준 내에서 정(+)의 영향을 물가체감간격지표에 미치는 것으로 나타났는데, 이는 양 그룹 간 모두 학력 수준이 높을수록 실질물가와 물가체감과의 차이가 커졌음을 알 수 있다.

직업군을 살펴보면, (-) 그룹에서는 유의한 변수가 없었으며, (+) 그룹의 경우 전문직 및 전문기술직 직업군은 5% 유의수준 내에서, 주부 및 무직 직업군은 10% 유의수준 내에서, 학생 직업군은 5% 유의수준 내에서 모두 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 실질물가 대비 물가체감이 높은 소비자들에서만 물가체감의 차이에 있어 직업의 차이가 영향을 준다고 볼 수 있다. 식료품 구입 빈도를 살펴보면, (-) 그룹에서는 유의하지 않았으나, (+) 그룹의 경우 5% 유의수준 내에서 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 실질물가 대비 물가체감이 높은 소비자들에서는 식료품 구입 빈도가 높을수록 차이가 커짐을 나타낸다. 식료품 구입 장소를 살펴보면, (+) 그룹에서는 유의한 변수가 없었으며, (-) 그룹의 경우 대형마트 및 백화점과 재래시장의 경우 1% 유의수준 내에서 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이는 실질물가 대비 물가체감 수준이 낮은 소비자들에서만 식료품 구매 장소가 영향을 준다고 볼 수 있다. 월평균 가구 소득 변수는 두 그

룹 간 모두 1% 유의수준내에서 통계적으로 유의하였으나, (-) 그룹은 부(-)의 영향을, (+) 그룹은 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 소득이 높은 소비자일수록 실질물가와 물가체감 수준 간의 차이가 크다는 것을 의미한다.

반면, 온라인 식품 구입 여부와 월평균 가구 소득 대비 식료품비 지출액 비율은 양 그룹 모두에 유의하게 분석되었는데, 두 변수 모두 (-) 그룹에서는 부(-)의 영향을, (+) 그룹에서는 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 온라인을 통해 식품을 구입하고 월평균 식료품비 지출액이 커지면 실질물가와 물가체감 수준과의 차이가 커지는 것을 알 수 있다.

아래 분석 결과를 종합해보면, 소비자들의 교육 수준, 직업, 소득과 구매 행태에 따라 실질물가와 물가체감 수준 간의 차이가 발생한다는 것을 알 수 있다.

표 7. 물가체감간격지표(PICDI) 그룹 간 비교분석: GLM 추정 결과

변수명		GLM 분석	
		PICDI (-) 그룹	PICDI (+) 그룹
연도 (기준변수=2016년)	2017년 (여 =1, 부 = 0)	0.0097 (0.0047)**	-0.0091 (0.0021)***
	2018년 (여 =1, 부 = 0)	-0.0095 (0.0045)**	-0.0004 (0.0021)
성별 (여성 = 1, 남성 = 0)		-0.0006 (0.0061)	0.0003 (0.0027)
연령대		-0.0025 (0.0021)	0.0006 (0.0009)
학력		-0.0095 (0.0032)***	0.0027 (0.0015)*
직업 (기준변수=관리자)	전문직 및 전문기술직 (여 =1, 부 = 0)	-0.0277 (0.0176)	-0.0168 (0.0067)**
	평균근로자 (사무/서비스/판매) (여 =1, 부 = 0)	-0.0115 (0.0174)	-0.0073 (0.0065)
	단순노무직 (여 =1, 부 = 0)	-0.0118 (0.0190)	-0.0019 (0.0079)
	주부 및 무직 (여 =1, 부 = 0)	-0.0120 (0.0177)	-0.0115 (0.0067)*
	학생 (여 =1, 부 = 0)	-0.0251 (0.0312)	-0.0309 (0.0127)**
	기타 (여 =1, 부 = 0)	0.0152 (0.0301)	0.0012 (0.0115)
온라인 식품 구입 여부 (미구입 = 1, 구입 = 0)		-0.0092 (0.0050)*	0.0113 (0.0020)***
식료품 구입 빈도		0.0017 (0.0020)	-0.0025 (0.0010)**
식료품 구입 장소 (기준변수 = 슈퍼마켓 (중소형, 대기업, 농협))	대형마트 및 백화점 (여 =1, 부 = 0)	0.0186 (0.0043)***	0.0006 (0.0019)
	재래시장 (여 =1, 부 = 0)	0.0223 (0.0048)***	-0.0017 (0.0022)
	친환경 식품 전문점 (여 =1, 부 = 0)	0.0596 (0.0452)	0.0026 (0.0125)
	인터넷 (여 =1, 부 = 0)	0.0312 (0.0316)	-0.0122 (0.0172)
	편의점 (여 =1, 부 = 0)	-0.0119 (0.0355)	-0.0188 (0.0141)
	기타 (여 =1, 부 = 0)	-	-0.0517 (0.0503)
월평균 가구 소득 제곱변수		-5.21e-08 (1.45e-08)***	3.43e-08 (6.02e-09)***
월평균 가구 소득 대비 월평균 식료품비 지출액 비율		-0.0003 (0.0001)***	0.0002 (0.0001)***
상수		-0.0075 (0.0274)	0.1127 (0.0114)
Log likelihood		2163.59	9676.92
AIC		-2.258931	-2.447074
BIC		-14148.75	-70572.54

주: 괄호 안의 수치는 표준오차이며, \*\*\*,\*\*, \*는 각각 p<0.01, p<0.05, p<0.1 수준에서 유의함을 나타냄.



## 5. 결론

본 연구에서는 실질식품물가지수와 소비자의 물가체감 수준과의 괴리에 영향을 미치는 요인에 대해 분석하였다. 요인분석을 위해 독립변수에 일반적으로 사용되는 연도, 성별, 연령대, 교육 수준, 직업, 월 소득 등과 같은 인구통계학적 요소들과 온라인을 통한 식품 구입 여부, 식료품 구입 빈도, 식료품 구입처, 월평균 가구 소득 대비 식료품 지출액 비율 등과 같은 구매행동 요인을 포함하였다. 조사는 한국농촌경제연구원의 식품소비행태조사 중 식품식자재 주구입자용 설문조사 2016년부터 2018년까지의 원자료를 활용하였고, 전체 가구 수는 9,788가구이다.

본 연구에서 산출한 물가체감간격지표(PICDI)를 살펴보면 <표 1>의 평균값으로 확인할 수 있듯이, 대다수의 소비자는 물가체감 수준이 실질식품물가지수보다 더 높은 것으로 나타났다. 분석 결과를 살펴보면, 실질식품물가지수와 소비자 물가체감 수준 간의 차이에 영향을 미치는 것은 인구 통계적 요소들보다는 식료품 구입 빈도, 식료품 구입 장소, 월평균 가구 소득 대비 식료품비 지출액 비율 등 행동요인이 통계적으로 더 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 소비자들의 물가체감 수준이 식품구매행동의 특징에 따라 많이 달라진다는 것을 의미한다.

선행연구와 본 연구를 비교해 보면, 조지성(2013)의 경우 구매 빈도수가 물가체감에 유의한 것으로 보았는데 본 연구 결과 역시 유의하게 나타났으며, 식료품 구매 빈도수가 줄어들수록 실질물가와 물가체감 수준 간의 차이가 줄어드는 것으로 확인되었다. 또한 김영준 외(2016)는 소득 및 연령과 물가체감 간의 관계가 유의한 것으로 분석한 바 있는데, 본 연구에서는 연령은 실질물가와 물가체감 수준 간의 차이에 있어 유의하지 않으나, 월평균 가구 소득은 유의한 것으로 확인되었다. 다만, 특이한 것은 김영준 외(2016)에서는 소득이 낮은 계층일수록, 즉 월평균 가구 소득이 적을수록 체감경기를 부정적으로 인식한다고 하였으나, 본 연구의 분석 결과 이와 반대로 소득이 높은 가구일수록 실질물가지수와 물가체감 수준 간의 차이는 늘어나는 것으로 확인되었다. 소득이 낮은 가구일수록 상대적으로 가격 변동에 더 민감하고 개별 상품의 가격을 보다 정확하게 파악하는 경향이 있어 실질물가와 물가체감 수준 간의 차이가 소득이 높은 가구보다 더 적은 것으로 추측된다.

한편 본 연구의 한계점은 도구변수 선택의 어려움과 합동횡단면자료의 특성상 분석방법의 제약으로 내생성 문제의 가능성을 충분히 해결하지 못했다는 점이며, 이는 추후 연구를 통해 보완이 필요하다.

## 참고 문헌

- 김대유. 2012. “소비자물가지수 작성방법에 관한 연구- 물가지수 지수산식 중심으로.” 고려대학교 행정대학원 석사 학위 논문.
- 김영준, 신석하. 2016. “우리나라 소비자 특성별 체감경기와 거시경제지표 간의 관계 분석.” 『한국산학기술학회논문지』 제17권 11호. pp. 474-482. 한국산학기술학회. DOI: 10.5762/KAIS.2016.17.11.474
- 연합뉴스. 2019. 9. 4. “물가상승률 0%라는데... 체감물가와 괴리는 6년 만에 최대.”
- 유종구. 1992. “계층별 소비자 물가지수에 대한 재고.” 『경제연구』 제13권 2호. pp. 269-291. 한양대학교 경제연구소.
- 이정욱. 1997. “소비자물가와 체감물가의 차이: 서민경제의 위기.” 『도시와 빈곤』 제28권. pp. 17-28. 한국도시연구소.
- 이충열. 1996. “소비자물가와 생산자물가의 관계 및 소비자물가 변동요인에 관한 연구.” 『금융동향』 제6권 4호. pp. 1-22. 한국금융연구원.
- 임성식. 2011. “시계열모형에 의한 인플레이션 예측력 비교.” 『산업기술연구소 논문집』 제26권 0호. pp. 19-26. 서경대학교 산업기술연구소.
- 임윤성, 이은복. 1989. “정보통신요금정책과 소비자물가지수.” 『정보통신정책』 제1권 4호. pp. 1-48. 정보통신정책연구원.
- 장인성. 2012. “대체편의 축소와 계층별 차이를 반영한 생계비지수의 측정 및 활용.” 『재정학연구』 제5권 4호. pp. 1-35. 한국재정학회. UCI: G704-002223.2012.5.4.001
- 정동빈. 2007. “실물경기변동에 관한 연구.” 『한국경영교육학회 학술발표대회 논문집』 2호. pp. 1-5. 한국경영교육학회.
- 조지성. 2013. “소비자체감물가지수 산정에 관한 연구-가공식품을 중심으로.” 서울대학교 석사 학위 논문.
- 조지성, 김관수, 안동환. 2015. “가공식품의 소비자체감물가지수 개발을 위한 연구.” 『식품유통연구』 제32권 1호. pp. 79-95. 식품유통학회. UCI: G704-001503.2015.32.1.007
- 통계청. 2018. 12. 31. “2018년 12월 및 연간 소비자물가동향.” 보도자료. p. 12.
- 한국농촌경제연구원. 2013~2018. 식품소비행태조사 가구 내 식품/식자재 주구입자용 설문.
- 한국농촌경제연구원. 2013~2018. 식품소비행태조사 기초분석 보고서.
- 한국농촌경제연구원. 2013~2018. 식품소비행태조사 통계보고서.

원고 접수일: 2019년 11월 1일
원고 심사일: 2019년 11월 13일
심사 완료일: 2020년 3월 17일

**부록. 분석 대상자의 인구사회학적 특성 및 구매행동 특성에 대한 기초통계량**

<부표 1>은 표본가구의 인구·사회학적 특성과 구매행동 특성의 기초통계량을 나타낸다.

**부표 1. 분석 대상자의 인구사회학적 특성 및 구매행동 특성에 대한 기초통계량**

구분		비중(%)	응답자 수(가구)
전체		100.0	9,788
연도	2016	33.6	3,290
	2017	31.3	3,061
	2018	35.1	3,437
성별	남성	10.8	1,055
	여성	89.2	8,733
연령대	10대	0.1	2
	20대	3.5	344
	30대	15.9	1,559
	40대	25.4	2,490
	50대	28	2,736
	60대	19.4	1,894
	70대	6.9	672
	80대	0.8	91
학력	미취학	3.7	362
	중졸 이하(초/중/고 포함)	17.3	1,694
	고졸(대학생 포함)	43.8	4,283
	대졸(전문대졸/대학원생 포함)	34.6	3,392
	대학원졸	0.6	57
직업	관리자	1.6	151
	전문직 및 전문기술직	20.8	2,031
	평균로자(사무/서비스/판매)	46.9	4,591
	단순노무직	3.8	376
	주부 및 무직	25.7	2,513
	학생	0.6	61
	기타	0.6	65
온라인을 통한 식품 구입 여부	구입	27.3	2,671
	미구입	72.7	7,117
식료품 구입 빈도	매일	2	202
	주 2~3회	38.7	3,786
	주 1회	43.4	4,244

(계속)

구분		비중(%)	응답자수(가구)
식료품 구입 빈도	2주일에 1회	12.6	1,232
	한 달에 1회	2.3	228
	그보다 드물게	1	96
식료품 구입 장소 1순위	슈퍼마켓(중소형, 대기업, 농협)	40.7	3,990
	대형마트 및 백화점	35.7	3,498
	재래시장	22.5	2,204
	친환경 식품 전문점	0.4	36
	인터넷	0.3	25
	편의점	0.3	33
	기타(이동차량, 노점상 등)	0.1	2
	직거래	0	0
월평균 가구 소득	50만 원 이하	9.2	900
	150만 원 이하	15	1,464
	250만 원 이하	18.5	1,810
	350만 원 이하	20.5	2,009
	450만 원 이하	17	1,665
	550만 원 이하	12.5	1,226
	650만 원 이하	3.9	382
	750만 원 이하	2	195
	850만 원 이하	0.6	56
	950만 원 이하	0.4	41
1,050만 원 이하	0.4	40	
월평균 식료품비 지출액	10만 원 이하	6.1	599
	30만 원 이하	23.1	2,260
	50만 원 이하	26.5	2,602
	70만 원 이하	20.8	2,042
	90만 원 이하	11.1	1,088
	110만 원 이하	4.5	442
	125만 원 이하	2.8	276
	130만 원 이하	2.1	204
	150만 원 이하	1.3	129
	170만 원 이하	0.3	24
	175만 원 이하	0.5	50
	190만 원 이하	0.1	13
	225만 원 이하	0.1	19
	250만 원 이하	0.2	20
	275만 원 이하	0.1	6
350만 원 이하	0.1	6	

(계속)

	구분	비중(%)	응답자수(가구)
월평균 식료품비 지출액	450만 원 이하	0.1	2
	550만 원 이하	0.1	4
	650만 원 이하	0.1	2

주: 월평균 가구 소득 및 월평균 식료품비 지출액의 기초통계량 자료는 설문조사 결과의 2차 가공자료이며, 요인분석 시에는 각각 소득제공변수, 월소득 대비 월 식료품비 지출액 비율로 3차 가공하여 분석함.

자료: 한국농촌경제연구원(2016~2018). 식품소비행태조사 원자료 분석.