

농식품 소비자 물가지수 개선 과제

Improvement Tasks for the
Agri-Food Consumer Price Index

연광훈 이명기 채흥기 박시현



한국농촌경제연구원

농식품 소비자 물가지수 개선 과제

Improvement Tasks for the
Agri-Food Consumer Price Index

연광훈 이명기 채흥기 박시현



한국농촌경제연구원

연구 담당

연광훈 | 부연구위원 | 연구 총괄, 제1~6장, 부록 집필

이명기 | 선임연구위원 | 제3, 4, 6장, 부록 집필

채흥기 | 전문연구위원 | 제3장, 부록 집필

박시현 | 연구원 | 자료 정리, 부록 집필

연구보고 R2025-13

농식품 소비자 물가지수 개선 과제

등 록 | 제6-0007호(1979. 5. 25.)

발 행 | 2025. 12.

발 행 인 | 한두봉

발 행 처 | 한국농촌경제연구원

우) 58321 전라남도 나주시 빛가람로 601

대표전화 1833-5500

인 쇄 처 | 에이치에이엔컴퍼니

I S B N | 979-11-6149-786-0 93520

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.

최근 농식품 소비자 물가의 상승으로 인해 가계가 식품 구매에 어려움을 겪고 있다는 언론보도를 자주 접하게 된다. 특히 상대적으로 소득수준이 낮은 취약계층의 경우 농식품 소비자 물가 상승으로 인해 다른 가구보다 더 큰 어려움을 겪고 있을 것으로 예상되고 있다.

이 연구는 농식품 소비자 물가의 상승으로 인해 상대적으로 더 큰 어려움을 겪을 수 있는 취약계층을 파악하고 이들이 안정적인 식생활을 할 수 있도록 돕기 위한 정부 정책 설계 및 관련 연구에 필요한 기초정보를 제공하기 위해 추진되었다. 이를 위해 가구 특성을 고려한 농식품 소비자 물가지수, 농식품 소비자 물가 인식, 농식품 소비자 물가지수 변동요인에 대한 조사 및 분석을 수행하였으며, 이를 바탕으로 농식품 소비자 물가지수를 개선하기 위한 정책과제를 도출하였다.

아무쪼록 이 연구의 결과가 농식품 소비자 물가지수를 공표하고 농식품 소비자 물가의 안정적 관리를 목표로 하는 정책 당국뿐만 아니라 관련 연구를 수행하는 연구자들의 참고자료로 활용되기를 기대한다. 연구 자문에 응해주신 원내외 전문가 여러분과 설문조사에 성심성의껏 응해주신 분들께 심심한 감사의 뜻을 표한다.

2025. 12.

한국농촌경제연구원장 **한 두 봉**

연구 목적

- 본 연구는 가구 특성을 고려한 농식품 소비자 물가지수 산출, 농식품 소비자 물가에 대한 소비자 인식 조사, 농식품 물가지수 변동요인 분석을 통해 농식품 소비자 물가 관련 연구 및 정책에 활용될 수 있는 기초자료를 제공하고 농식품 소비자 물가지수 개선과제를 제시하는 것을 목적으로 하며, 구체적인 연구 목적은 다음과 같다. 첫째, 소득분위, 노인 가구 여부, 근로자 외 가구 여부 등 가구 특성을 고려한 농식품 소비자 물가지수를 산출한다. 둘째, 농식품 소비자 물가 상승에 대한 소비자 인식 분석, 농식품 소비자 물가에 대한 소비자 대응 행동 분석, 농식품 소비자 물가 안정 정책에 대한 소비자 인식 분석, 농식품 소비자 물가 관련 언론보도에 대한 소비자 인식 분석을 수행한다. 셋째, 물가와 관련된 시계열 데이터를 활용하여 농식품 소비자 물가지수에 영향을 미치는 변동요인을 식별하고 해당 요인들의 단기적 영향과 장기적 영향을 분석한다.

연구 방법

- 연구 방법으로는 문헌 검토, 설문조사, 통계 자료 분석, 전문가 자문회의 등을 활용하였으며 구체적인 연구 방법은 다음과 같다. 첫째, 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 산출을 위해 국가데이터처 가계동향조사 자료 및 소비자 물가지수 데이터를 통계적으로 분석하였다. 둘째, 농식품 소비자 물가 인식조사를 위해 온라인 소비자 설문조사를 실시하였으며 조사 결과를 통계적으로 분석하였다. 셋째, 농식품 소비자 물가지수에 영향을 미칠 수 있는 변동요인을 분석하기 위해 선행연구에 기반하여 관련 시계열 데이터를 통계적으로 분석하였다. 넷째, 관련 연구기관, 학계, 정부 기관 전문가의 자문내용을 연구에 반영하였다.

연구 결과

- 저소득 가구와 노인 가구, 근로자 외 가구는 주식인 밥쌀과 주요 반찬인 김치를 만들기 위한 식재료인 메쌀, 배추, 마늘에 대한 지출 비중이 상대적으로 높아 이들 품목의 가격 상승에 상대적으로 취약한 것으로 나타났다. 또한 저소득 가구와 노인 가구, 근로자 외 가구는 바다어류 등 수산동물(가공품)에 대한 지출 비중이 상대적으로 높아 이들 품목의 가격 상승에 상대적으로 취약한 것으로 나타난 반면, 고소득 가구와 비노인 가구, 근로자가구는 상대적으로 육류에 대한 지출 비중이 높아 가격 충격의 양상이 상이한 것으로 나타났다. 과일의 경우 저소득 가구와 노인 가구, 근로자 외 가구의 사과 지출 비중이 고소득 가구와 비노인 가구, 근로자가구에 비해 높은 것으로 나타났다. 가구 특성별 농식품 물가지수 분석에서는 물가 상승기에 저소득 가구와 노인 가구, 근로자 외 가구의 농식품 물가지수 상승률이 더 높은 것으로 나타났다.
- 국가데이터처에서 발표한 농식품 물가 상승률과 소비자가 체감하는 농식품 물가 상승률의 차이를 비교한 결과 체감 물가 상승률 수준이 국가데이터처에서 발표하는 물가 상승률 수준보다 높다고 인식하고 있는 소비자의 비율이 농축산물(수산물 제외), 가공식품, 외식에서 모두 높게 나타났다. 그리고 28개 주요 품목 중 지난 3년간 물가 상승이 가장 큰 품목, 구매하기 부담스러운 품목, 정부가 물가 관리에 더욱 신경 써 주었으면 하는 상위 품목은 사과, 배추, 쇠고기, 돼지고기, 달걀, 치킨, 빵으로 대체로 일치하였다. 한편, 가격 상승 시 대처 방식으로 구매하는 양을 하향 조정한다는 응답이 농축산물, 가공식품, 외식에서 모두 가장 높게 나타났다. 농식품 물가 안정 정책의 경우 농축산물 할인지원사업, 할당관세 정책, 농산물 정부비축사업별로 소비자의 인식 여부에는 차이가 있었으나, 세 정책에 대해 다수의 소비자가 만족하고 있는 것으로 나타

났다. 농식품 소비자 물가 상승을 강조하는 언론 기사의 경우 ‘객관적이다’, ‘유용하다’고 응답한 소비자 역시 많았으나, ‘사회적 혼란을 야기한다’, ‘정부의 물가 관리 비용을 높인다’고 응답한 소비자 역시 상당수 있는 것으로 나타났다.

- 장기에 농산물 가격이 10% 상승할 경우, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수는 약 7.56% 상승하며, 농축수산물 소비자 물가지수는 약 9.00% 상승하는 것으로 나타났다. 그리고 장기에 에너지 가격이 10% 상승할 경우, 농축수산물 소비자 물가지수에서는 유의미한 변동이 나타나지 않았으나, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수는 약 1.76% 상승하는 것으로 나타났다. 단기에 농산물 가격이 10% 상승할 경우에는 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수는 약 1.48~1.61%, 농축수산물 소비자 물가지수는 약 1.58~2.27% 상승하는 것으로 나타났다. 그리고 단기에 식료품 제조업 평균임금이 10% 상승할 경우, 농축수산물 소비자 물가지수는 약 1.44~1.45% 상승하는 것으로 나타났다.

정책 제언

- 정부의 농식품 물가 정책은 저소득 가구 등 물가 변동 취약집단을 대상으로 한 맞춤형 정책으로 진화될 필요가 있다. 이를 위해서는 취약계층의 지출 비중이 높은 주요 품목에 대해서는 가격 변동 조기 예측이 필요할 뿐만 아니라, 가격 상승에 대한 사전 대응체계 역시 필요할 것으로 보인다. 또한 취약계층의 안정적 식생활 지원을 위하여 가구 특성별로 물가 안정을 위한 주요 품목 식별과 함께 해당 품목에 대한 바우처 제공 및 할인지원 등 맞춤형 정책 설계가 필요하다. 그리고 맞춤형 물가 정책의 소비자 후생 증대 효과 등을 정량적으로 분석하는 후속 연구를 통해 해당 정책의 타당성을 엄밀히 살펴

볼 필요가 있다. 그리고 위와 같이 취약계층 맞춤형 물가 정책을 통해 농식품 물가 상승에 대한 정부의 대응 역량을 제고 하기 위해서는 무엇보다 농식품 분야에 특화된 가구 특성별 소비자 물가지수가 정기적(월별·분기별)으로 산출되어 정책 설계를 위한 정보 제공이 선행될 필요가 있다.

- 소비자들은 물가 상승률이 높고, 구매하기 부담스러우며, 정부가 물가 관리에 더욱 신경 써 주었으면 하는 품목으로 사과, 배추, 쇠고기, 돼지고기, 달걀, 치킨, 빵을 선정하였다. 따라서 해당 품목에 대한 정부의 더욱 세심한 물가 관리가 필요하다. 그리고 농식품 소비자 물가 상승을 강조하는 언론 기사가 사회적 혼란을 야기하거나 정부의 물가 관리 비용을 높인다고 생각하는 소비자가 상당수 있는 것으로 조사된 만큼 앞으로 언론의 자정 노력이 필요할 것으로 보인다.
- 농식품 물가의 안정을 위해서는 농산물 가격의 안정적 관리와 함께 농식품 유통·가공 과정에서 에너지 효율성을 높일 수 있는 정책 지원이 필요하다. 또한 농산물 가격의 일시적 변동을 관리하는 단기적 정책 역시 중요하나 장기적 안정에 초점을 두는 정책적 접근이 필요하다. 그리고 노동비용 상승은 단기에 농축수산물 소비자 물가 상승을 통해 소비자에게 전가되므로 농식품 경영체가 임금인상으로 인한 충격을 흡수할 수 있도록 돕는 정책적 지원이 필요할 것으로 보인다.

ABSTRACT

Improvement Tasks for the Agri-Food Consumer Price Index

Purpose of Research

- This study aims to provide foundational data that can be utilized for research and policy related to agricultural and food consumer prices by calculating a consumer price index for agricultural and food products that reflects household characteristics, conducting a survey on consumers' perceptions of agricultural and food prices, and analyzing the factors driving fluctuations in the agricultural and food price index. Based on these analyses, the study also seeks to propose improvement tasks for the agricultural and food consumer price index. The specific objectives are as follows. First, to construct an agri-food consumer price index reflecting household characteristics—such as income quintile, elderly household status, and whether the household is non-working. Second, to analyze consumer perceptions and behaviors related to agri-food price inflation. This includes examining consumer perceptions of agri-food price increases, identifying how consumers respond behaviorally when prices rise, assessing consumers' perceptions of government price-stabilization policies, and analyzing how consumers view media reports related to agri-food prices. Third, to identify the determinants affecting the agri-food consumer price index and to estimate both the short-run and long-run effects of these factors using time-series data.

Research Method

- This study employs literature review, survey research, statistical data analysis, and expert consultations. The detailed methods are as follows. First, to construct household-specific agri-food consumer price indices, the Household Income and Expenditure Survey and Consumer Price Index data from Ministry of Data and Statistics were statistically analyzed. Second, an online consumer survey was conducted to examine perceptions of agri-food prices, and the results were statistically analyzed. Third, based on prior studies, relevant time-series data were analyzed to identify determinants affecting the agri-food consumer price index. Fourth, feedback from experts in research institutes, academia, and government agencies was incorporated into the study.

Main Findings

- This study analyzes how agri-food price increases differently affect households depending on their characteristics. The results indicate that low-income households, elderly households, and non-working households spend a higher proportion of their food budget on rice and key ingredients used to prepare staple dishes such as kimchi—specifically non-glutinous rice, kimchi cabbage, and garlic—making them more vulnerable to price increases in these items. These households also allocate a relatively higher share of spending to processed marine products, including sea fish. In contrast, high-income, non-elderly, and working households spend a greater proportion of their food budget on meat products, resulting in

different exposure to price shocks. For fruit, the share of expenditure on apples is higher among low-income households, elderly households, and non-working households than among high-income and working households. The household-specific agri-food price index reveals that during periods of inflation, the agri-food price index rises more rapidly for low-income, elderly, and non-working households.

- Consumers' perceived inflation rates were also compared with official data published by Statistics Korea. Across fresh agricultural products(excluding seafood), processed food, and dining-out categories, a large share of consumers believed that the actual price increase was higher than the official statistics. Among 28 major items, the products perceived to have experienced the highest price increases over the past three years, to be the most burdensome to purchase, and to require more active government price stabilization were largely consistent: apples, kimchi cabbage, beef, pork, eggs, fried chicken, and bread. When prices rise, the most common consumer response across all categories was reducing the quantity purchased. Although awareness levels differed across specific government price stabilization programs—such as discount support programs, tariff-quota policies, and government reserve programs—many consumers expressed satisfaction with these policies. Regarding media coverage that emphasizes increases in agri-food prices, many consumers considered such reporting objective and useful, yet a significant portion also believed that it creates social anxiety and increases the government's cost of managing prices.

- An econometric analysis of time-series data was conducted to identify the short-term and long-term effects of various factors on agri-food consumer prices. In the long run, a 10% increase in agricultural product prices results in approximately a 7.56% increase in the food and non-alcoholic beverages consumer price index(CPI) and approximately a 9.00% increase in the agri-livestock-fishery CPI. A 10% increase in energy prices does not cause significant changes in the agri-livestock-fishery CPI but results in approximately a 1.76% increase in the food and non-alcoholic beverages CPI. In the short run, a 10% increase in agricultural product prices increases the food and non-alcoholic beverages CPI by approximately 1.48% to 1.61% and the agri-livestock-fishery CPI by approximately 1.58% to 2.27%. Additionally, when average wages in the food manufacturing sector rise by 10% in the short run, the agri-livestock-fishery CPI increases by approximately 1.44% to 1.45%.

Policy Suggestions

- Government policies related to agri-food prices need to evolve toward customized approaches targeting vulnerable groups such as low-income households. To achieve this, it is essential not only to establish early detection systems that monitor price volatility in items where vulnerable households have high expenditure shares but also to develop proactive mechanisms to respond before price increases occur. To support stable access to food for vulnerable households, policies should be designed to identify key items that require price

stabilization for each household type and to provide targeted support such as vouchers or discount programs for those items. In addition, follow-up research is needed to quantitatively assess the welfare effects of such customized price policies and verify their effectiveness. Enhancing the government's capacity to manage agri-food inflation for vulnerable groups requires regular production of a household-specific agri-food price index—monthly or quarterly—that reflects household characteristics and provides necessary information for policy design.

- Consumers selected apples, kimchi cabbage, beef, pork, eggs, fried chicken, and bread as the items with high inflation, items that impose a financial burden, and items they want the government to prioritize in price stabilization. Therefore, more careful and intensive price management measures should be applied to these specific items. The survey also revealed that a considerable number of consumers believe media coverage emphasizing agri-food price increases contributes to social anxiety and increases the cost of government efforts to manage prices. This suggests the need for media to adopt more responsible reporting practices to avoid amplifying unnecessary concerns.
- Achieving agri-food price stability ultimately requires structural improvements. Along with stabilizing agricultural product prices, policy support is needed to improve energy efficiency in the distribution and processing stages of the agri-food supply chain. While short-term policy measures aimed at mitigating temporary

price fluctuations are important, policy focus should increasingly shift toward long-term stability. Because increases in labor costs in the food manufacturing industry are passed on to consumers in the form of higher agri-livestock-fishery prices in the short run, policy support should help agri-food businesses absorb wage-related cost shocks instead of transferring them directly to consumers.

Researchers: YEON Kwanghun, LEE Myoungki, CHAE Honggi, PARK Sihyun

Research period: 2025. 1. - 2025. 12.

E-mail address: khyeon@krei.re.kr

차 례

제1장 서론	1
1. 연구 필요성 및 목적	3
2. 선행연구 검토	6
3. 연구 범위와 방법	17
제2장 농식품 소비자 물가지수 현황	21
1. 소비자 물가지수 추이	23
2. 농식품 소비자 물가지수 추이	27
제3장 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 분석	31
1. 가구 특성별 가중치(농식품 소비지출 비중) 산출 및 분석	33
2. 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 산출 및 분석	73
3. 소결 및 시사점	80
제4장 농식품 소비자 물가 인식 분석	81
1. 설문 내용 및 기초통계	83
2. 농식품 소비자 물가 상승 인식 분석	86
3. 농식품 소비자 물가 대응 행동 분석	92
4. 농식품 소비자 물가 안정 정책 인식 분석	94
5. 농식품 소비자 물가 관련 언론보도 인식 분석	95
6. 소결 및 시사점	97
제5장 농식품 소비자 물가지수 변동요인 분석	99
1. 기존 변동요인 연구 분석	101
2. 분석 자료	107

3. 분석 방법	110
4. 분석 결과	113
5. 소결 및 시사점	122
제6장 개선 과제	123
 부록	
1. 가구 특성별 가구당 월평균 농식품 지출액	129
2. 농식품 소비자 물가인식 설문지	141
3. 소득분위별 농식품 소비자 물가 인식·전망	162
4. 농식품 소비자 물가인식 설문 주요 변수	175
5. 농축산물 물가 상승 인식 영향요인 분석	179
 참고문헌	 213

표 차례

제2장

〈표 2-1〉 세계 및 주요국 소비자 물가지수 등락률(2015~2023년)	24
---	----

제3장

〈표 3-1〉 2022년 가구 유형별 소득	35
〈표 3-2〉 소득분위별 가중치	36
〈표 3-3〉 노인·비노인 가구별 가중치	41
〈표 3-4〉 근로자·근로자 외 가구별 가중치	45

제4장

〈표 4-1〉 설문조사 구성	84
〈표 4-2〉 기초통계량	85
〈표 4-3〉 농축산물 구매 시 중요 요인	86
〈표 4-4〉 농축산물 물가 상승 인식 설문 결과	87
〈표 4-5〉 28개 주요 농식품 세부 품목	88
〈표 4-6〉 농축산물·가공식품·외식 소비자 가격 상승 시 소비자 대처 방식에 대한 설문조사 결과	92
〈표 4-7〉 농식품 물가 안정 정책 인식 설문조사 결과	94
〈표 4-8〉 물가 안정 정책 만족도 조사 결과	94
〈표 4-9〉 농식품 소비자 물가 상승 강조 언론 기사를 접한 후의 소비 행동	95
〈표 4-10〉 농식품 소비자 물가 상승 강조 기사의 객관성에 대한 소비자 인식	96
〈표 4-11〉 농식품 소비자 물가 상승 강조 기사의 유용성에 대한 소비자 인식	97

제5장

〈표 5-1〉 선행연구의 변수 및 연구 방법	105
〈표 5-2〉 변수 설명	108
〈표 5-3〉 ADF 및 PP 단위근 검정 결과	114

〈표 5-4〉 최적 시차 테스트 결과	115
〈표 5-5〉 Pesaran, Shin & Smith(2001) Bounds Test	116
〈표 5-6〉 Johansen 공적분 검정 결과(lag 4)	117
〈표 5-7〉 ARDL 모형 추정 결과	120

부록

〈부표 1-1〉 소득분위별 가구당 월평균 지출액	129
〈부표 1-2〉 노인 가구별 가구당 월평균 지출액	133
〈부표 1-3〉 근로자가구별 가구당 월평균 지출액	137
〈부표 3-1〉 지난 1년 동안 농축산물 소비자 물가 상승폭에 대한 인식	163
〈부표 3-2〉 지난 1년 동안 농축산물 소비자 물가 하락폭에 대한 인식	163
〈부표 3-3〉 앞으로 1년 후 농축산물 소비자 물가 상승폭에 대한 인식	165
〈부표 3-4〉 앞으로 1년 후 농축산물 소비자 물가 하락폭에 대한 인식	166
〈부표 3-5〉 지난 1년 동안 가공식품 소비자 물가 상승폭에 대한 인식	167
〈부표 3-6〉 지난 1년 동안 가공식품 소비자 물가 하락폭에 대한 인식	167
〈부표 3-7〉 앞으로 1년 후 가공식품 소비자 물가 상승폭에 대한 인식	169
〈부표 3-8〉 앞으로 1년 후 가공식품 소비자 물가 하락폭에 대한 인식	170
〈부표 3-9〉 지난 1년 동안 외식 물가 상승폭에 대한 인식	171
〈부표 3-10〉 지난 1년 동안 외식 물가 하락폭에 대한 인식	171
〈부표 3-11〉 앞으로 1년 후 외식 물가 상승폭에 대한 인식	173
〈부표 3-12〉 앞으로 1년 후 외식 물가 하락폭에 대한 인식	174
〈부표 4-1〉 주요 변수 및 설명	175
〈부표 5-1〉 농축산물 구매 시 가격 중요 여부에 대한 로지스틱 회귀분석 결과	179
〈부표 5-2〉 농축산물 체감 및 예상 물가 변동 OLS 회귀분석 결과	182
〈부표 5-3〉 가공식품 체감 및 예상 물가 변동 OLS 회귀분석 결과	185
〈부표 5-4〉 외식 체감 및 예상 물가 변동 OLS 회귀분석 결과	188
〈부표 5-5〉 국가데이터처 발표 농축산물 물가 인식에 대한 순서형 로짓 분석 결과	191
〈부표 5-6〉 가공식품 물가 상승 인식 문항 항목별 응답자 수와 비율	193

〈부표 5-7〉 국가데이터처 발표 가공식품 물가 인식에 대한 순서형 로짓 분석 결과 …	194
〈부표 5-8〉 외식 물가 상승 인식 문항 항목별 응답자 수와 비율 ……………	196
〈부표 5-9〉 국가데이터처 발표 외식 물가 인식에 대한 순서형 로짓 분석 결과 ……	197
〈부표 5-10〉 품목별 ‘구매포기’ 선택에 대한 로지스틱 회귀분석 결과 ……………	200
〈부표 5-11〉 추가 물가 관리 품목 여부에 대한 로지스틱 회귀분석 결과 ……………	202
〈부표 5-12〉 물가 안정 정책 인지 여부 관련 로지스틱 회귀분석 결과 ……………	205
〈부표 5-13〉 물가 정책 관련 만족도 순서형 로짓 분석 결과 ……………	208
〈부표 5-14〉 물가 안정 대책의 물가 안정 효과에 대한 순서형 로짓 분석 결과 ……	210
〈부표 5-15〉 물가 안정 대책의 물가 안정 효과별 응답자 수와 비율 ……………	211

그림 차례

제1장

〈그림 1-1〉 연구 추진 체계	19
-------------------------	----

제2장

〈그림 2-1〉 세계 및 주요국 소비자 물가지수 등락률(2015~2023년) 추이	24
〈그림 2-2〉 우리나라 소비자 물가지수 등락률 추이	25
〈그림 2-3〉 국제 석유와 밀 가격(2016년 1월~2022년 6월)	26
〈그림 2-4〉 글로벌 물가 상승이 기대 인플레이션을 통해 국내 물가에 미치는 경로 ·	27
〈그림 2-5〉 우리나라 소비자 물가지수 등락률 추이	28
〈그림 2-6〉 COVID-19 팬데믹 발생 전후 미국 소비자 물가지수 등락률 추이	29

제3장

〈그림 3-1〉 소득분위별 주요 품목 가중치	49
〈그림 3-2〉 소득분위별 기타 품목 가중치	50
〈그림 3-3〉 소득분위별 곡물·곡물가공품·빵떡류 가중치	51
〈그림 3-4〉 소득분위별 육류·육류가공품 가중치	52
〈그림 3-5〉 소득분위별 수산동물·수산동물가공품 가중치	53
〈그림 3-6〉 소득분위별 유제품·알·알가공품 가중치	54
〈그림 3-7〉 소득분위별 과일·과일가공품 가중치	55
〈그림 3-8〉 소득분위별 채소·채소가공품 가중치	56
〈그림 3-9〉 노인 가구별 주요 품목 가중치	57
〈그림 3-10〉 노인 가구별 기타 품목 가중치	58
〈그림 3-11〉 노인 가구별 곡물·곡물가공품·빵떡류 가중치	59
〈그림 3-12〉 노인 가구별 육류·육류가공품 가중치	60
〈그림 3-13〉 노인 가구별 수산동물·수산동물가공품 가중치	61
〈그림 3-14〉 노인 가구별 유제품·알·알가공품 가중치	62
〈그림 3-15〉 노인 가구별 과일·과일가공품 가중치	63

〈그림 3-16〉 노인 가구별 채소·채소가공품 가중치	64
〈그림 3-17〉 근로자가구별 주요 품목 가중치	65
〈그림 3-18〉 근로자가구별 기타 품목 가중치	66
〈그림 3-19〉 근로자가구별 곡물·곡물가공품·빵떡류 가중치	67
〈그림 3-20〉 근로자가구별 육류·육류가공품 가중치	68
〈그림 3-21〉 근로자가구별 수산동물·수산동물가공품 가중치	69
〈그림 3-22〉 근로자가구별 유제품·알·알가공품 가중치	70
〈그림 3-23〉 근로자가구별 과일·과일가공품 가중치	71
〈그림 3-24〉 근로자가구별 채소·채소가공품 가중치	72
〈그림 3-25〉 소득분위별 농식품 소비자 물가지수	74
〈그림 3-26〉 소득분위별 농식품 소비자 물가지수 전월대비 등락률 추이	75
〈그림 3-27〉 소득분위별 농식품 소비자 물가지수 전년동월대비 등락률 추이	75
〈그림 3-28〉 노인·비노인 가구별 농식품 소비자 물가지수	76
〈그림 3-29〉 노인·비노인 가구별 농식품 소비자 물가지수 전월대비 등락률 추이	77
〈그림 3-30〉 노인·비노인 가구별 농식품 소비자 물가지수 전년동월대비 등락률 추이	77
〈그림 3-31〉 근로자가구별 농식품 소비자 물가지수	78
〈그림 3-32〉 근로자가구별 농식품 소비자 물가지수 전월대비 등락률 추이	79
〈그림 3-33〉 근로자가구별 농식품 소비자 물가지수 전년동월대비 등락률 추이	79

제4장

〈그림 4-1〉 3년간 물가 상승이 가장 큰 품목	89
〈그림 4-2〉 3년간 가격 부담이 큰 품목	90
〈그림 4-3〉 정부의 물가 관리 필요 품목	91
〈그림 4-4〉 제시 품목 외 물가 관리 필요 품목	92

제5장

〈그림 5-1〉 변수 시계열 그래프(2011년 1월~2025년 4월)	109
--	-----

부록

〈부도 3-1〉 지난 1년 동안 농축산물 소비자 물가 상승/하락에 대한 인식	162
〈부도 3-2〉 국가데이터처 발표 농축산물 소비자 물가에 대한 인식	164
〈부도 3-3〉 앞으로 1년 후 농축산물 소비자 물가 상승/하락에 대한 인식	165
〈부도 3-4〉 지난 1년 동안 가공식품 소비자 물가 상승/하락에 대한 인식	166
〈부도 3-5〉 국가데이터처 발표 가공식품 소비자 물가에 대한 인식	168
〈부도 3-6〉 앞으로 1년 후 가공식품 소비자 물가 상승/하락에 대한 인식	169
〈부도 3-7〉 지난 1년 동안 외식 물가 상승/하락에 대한 인식	170
〈부도 3-8〉 국가데이터처 발표 외식 물가에 대한 인식	172
〈부도 3-9〉 앞으로 1년 후 외식 물가 상승/하락에 대한 인식	173

제1장

서론

서론

1. 연구 필요성 및 목적

1.1. 연구 필요성

국가데이터처는 매월 소비자 물가 동향 발표 시 농식품 물가와 관련하여 소비자 물가지수를 지출목적별(식료품 및 비주류음료, 음식 및 숙박), 품목 성질별(농축수산물, 가공식품, 외식)로 제공하고 있으며, 보조지표로 품목별 생활물가지수(식품)와 신선식품지수도 제공하고 있다.¹⁾

하지만 현재 제공되고 있는 농식품 관련 소비자 물가지수는 전체 가계의 평균적 지출구조를 이용하여 작성되고 있어 소득계층, 가구주 연령 등에 따라 상이한 농식품 소비성향(품목 가중치)을 반영하지 못하고 있다.²⁾

1) 소비자 물가지수의 기본정보(개념, 지수 기준연도, 조사품목, 가중치, 가격조사, 계산식, 지수의 종류, 지수를 보는 방법, 지수의 공표 방식)는 국가데이터처(검색일: 2025. 2. 5.)를 통해 확인할 수 있음.

2) 가중치는 대표품목의 상대적 중요도로 품목이 전체 가구 혹은 특정 가구의 소비지출에서 차지하는 비중을 의미하며, 국가데이터처는 소비자 물가지수의 가중치 총합으로 1,000을 사용하고 있음. 국가데

김상효·최재현(2024)은 물가대책 마련 시 대상 품목과 지원 대상에 선택과 집중 전략이 필요하며, 소득계층별 물가지수 개발을 통해 관련 정책의 기초자료를 확충할 필요가 있음을 제시하였다.

2023년 6월 통계청(현 국가데이터처)이 2021년 및 2022년 가구 특성별 소비자 물가 작성 결과(실험적 통계)를 통해 균등화 소득수준, 가구주 연령 등 가구 특성에 따른 소비자 물가를 발표하였으나 농식품 소비자 물가에 대한 분석은 이루어지지 않았다.³⁾ 또한 연간 소비자 물가지수만 공개되어 월별 물가 동향은 파악할 수 없을 뿐만 아니라 2021년 및 2022년 가구 특성별 소비자 물가 작성 이후로는 가구 특성에 따른 소비자 물가가 발표되지 않은 한계점이 있다.

이는 정부 발표 소비자 물가 통계에 대한 국민의 신뢰도를 낮추는 요인으로 작용할 수 있다. 또한 물가 상승의 충격이 소득수준별로 다르기 때문에, 저소득층의 피해가 정책 결정 과정에서 과소평가될 수 있다. 따라서 현실 반영도를 개선하여 정책 및 연구 활용도를 높일 수 있도록 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 산출이 필요하다.⁴⁾

국가데이터처에서 발표하고 있는 농식품 소비자 물가와 소비자가 실제로 체감하고 있는 농식품 소비자 물가 사이에는 차이가 존재할 수 있다.⁵⁾ 따라서 농식품 물가 정책의 수립 및 시행에 있어 국가데이터처의 공식 통계를 활용하는 것 역시 중요하나 정책의 대상이 국민인 만큼 공식 통계에는 드러나지 않지만, 국민이 체감하는 물가 정보를 수집하여 활용하는 것 역시 중요하다. 이러한 이유로 소비자가 농식품 물가를 어떻게 인식하고 있는지 분석할 필요가 있다. 그리고 이러한 인식은 가구소득과 농식품 품목별로 상이할 수 있으므로 이를 고려한 분석이 필요하다.

정부는 농식품 물가 대응을 위해 농축수산물 할인지원사업 등의 재정사업과 할

이터처는 2013년부터 가중치 개편 주기를 5년에서 2~3년 주기로 단축(연도 끝이 0, 2, 5, 7인 연도를 기준으로 가중치 개편)하였으며, 2023년 12월 소비자 물가 동향부터 2022년 기준 가중치를 적용하여 공표하고 있음.

3) 자세한 내용은 국가데이터처 보도자료(2023. 6. 2.)를 참고 바람.

4) 공식물가의 현실 반영도를 높이는 방법은 국가데이터처(검색일: 2025. 2. 5.)를 통해 확인할 수 있음.

5) 체감 물가와 공식물가의 차이 원인은 국가데이터처(검색일: 2025. 2. 5.)를 통해 확인할 수 있음.

당관세 정책을 병행하고 있다(손동희, 2024). 농식품 물가 안정이라는 정책 목표 달성을 위해서는 해당 사업들에 대한 소비자 인식 및 만족도 등 사업에 대한 진단이 필요하다.

일부 자극적인 농식품 물가 관련 언론보도로 인해 관련 보도의 객관성, 유용성, 사회적 비용 등에 대한 부정적인 여론도 존재한다. 따라서 소비자 대상 설문조사를 통해 관련 언론보도에 대한 소비자의 인식과 반응을 분석하고 바람직한 언론보도를 위한 시사점을 도출할 필요가 있다.

우리나라 농식품 물가의 변동요인에 대한 연구는 과거에도 이루어져 왔지만, 연구대상이 가공식품 물가(황의식 외, 2012; 김상호 외, 2022), 채소 가격(이용선 외, 2012), 생산물 가격(김태후 외, 2022), 농식품 공급망(김종진 외, 2023) 등으로 한정되거나 변동요인이 기후변화(이승희, 2024) 등으로 한정되어 이루어져 왔다. 그리고 매년 농식품 소비 관련 정보는 다양한 기관에서 제공되고 있으나, 농식품 물가 변동에 대한 분석은 매우 제한적이며 이슈 대응에 머물고 있는 상황이다. 이로 인해 농식품 소비자 물가가 상승할 때마다 그 변동 원인을 특정 농산물의 가격 상승을 중심으로 결부 지어 해석하는 등 농식품 소비자 물가지수에 영향을 미치는 다양한 외생변수들을 고려한 분석이 제공되고 있지 못한 상황이다. 따라서 농식품 물가 관리 및 관련 연구에 기초자료로 활용될 수 있는 농식품 소비자 물가지수에 대한 변동요인 분석이 필요하다.

1.2. 연구 목적

본 연구는 가구 특성을 고려한 농식품 소비자 물가지수 산출, 농식품 소비자 물가에 대한 소비자 인식 조사, 농식품 소비자 물가지수 변동요인 분석을 통해 농식품 소비자 물가 관련 연구 및 정책에 활용될 수 있는 기초자료를 제공하고 농식품 소비자 물가지수 개선 과제를 제시하는 것을 목적으로 하며, 구체적인 연구 목적은 다음과 같다.

첫째, 소득분위, 노인 가구 여부, 근로자 외 가구 여부 등 가구 특성을 고려한 농식품 소비자 물가지수를 산출한다. 이를 위해 가구 특성별 농식품 구매 지출현황을 분석하여 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 가중치(품목별 지출 비중)를 산출 후 가구 특성별 농식품 물가지수를 산출한다. 그리고 이로부터 농식품 물가 관리를 위한 중점 관리 품목을 제시한다.

둘째, 농식품 소비자 물가에 대한 소비자 인식을 분석한다. 구체적으로는 농식품 소비자 물가 상승에 대한 소비자 인식 분석, 농식품 소비자 물가에 대한 소비자의 대응 행동 분석, 농식품 소비자 물가 안정 정책에 대한 소비자 인식 분석, 농식품 소비자 물가 관련 언론보도에 대한 소비자 인식 분석, 농식품 소비자 물가 영향 요인에 대한 소비자 인식 분석을 수행한다.

셋째, 농식품 소비자 물가지수의 변동요인을 분석한다. 이를 위해 물가와 관련된 시계열 데이터를 활용하여 주요 변동요인들이 농식품 소비자 물가지수에 미치는 단기적 영향과 장기적 영향을 분석한다.

2. 선행연구 검토

2.1. 소득계층 및 변화된 소비 패턴을 반영한 물가지수에 관한 연구

김나영 외(2017), 박진아 외(2016), 최윤경 외(2012; 2013; 2014; 2015)는 육아 관련 재화와 서비스의 물가를 지속적으로 관리할 필요성을 제기하며, KICCE(육아정책연구소) 육아물가지수를 매년 산출하여 추이를 분석하였다. 분석 결과, 육아물가지수는 소비자 물가지수와 유사한 흐름을 보이되 완만한 상승세를 보이는 것으로 나타났다. 육아 지출에 영향을 미치는 요인분석에서는 자녀 연령 증가 시 지출 감소, 어머니 취업 및 대도시 거주 시 지출 증가 경향이 확인되었다. 그리고

육아물가지수의 지속적 개선을 위해 품목 선정의 정기적 개편, 연령별 지출 변화를 반영한 지수 개발, 전국 단위의 정기적 조사 및 모니터링 체계 구축의 필요성이 제시되었다. 또한, 육아 관련 재화와 서비스의 가격 변동성이 전체 물가에도 영향을 미칠 수 있는 만큼, 이를 정기적으로 분석할 수 있는 시스템 마련이 강조되었다.

김덕파·어윤중(2022)은 COVID-19 이후 경기회복기에 국내외 공급 및 수요 충격으로 인해 한국의 인플레이션이 급격히 상승한 배경을 분석하였으며, 소비자 물가지수를 기준으로 12개 지출목적별 품목의 개별 물가지수를 활용하여 추세 인플레이션을 추정하였다. 다변량 비관측요인모형을 적용한 결과, 교통, 음식, 숙박, 식료품, 비주류음료, 주택, 수도, 전기, 연료 부문의 추세 인플레이션이 높은 수준을 유지하고 있는 것이 물가 상승의 주요 원인으로 나타났으며, 이는 글로벌 물가 상승 압력과 밀접한 관계가 있는 것으로 분석되었다. 2022년 2분기 기준으로 특정 부문의 급격한 물가 상승이 다른 부문으로 전이되지는 않았으나, 민간의 기대 인플레이션이 추세 인플레이션과 함께 상승하고 있는 점이 확인되었다.

김영준·신석하(2016)는 소비자들이 느끼는 체감경기가 경제성장률과 같은 거시경제지표와 괴리될 수 있으며, 특히 소득, 연령, 종사상의 지위 등 소비자 특성에 따라 차이가 발생함을 분석하였다. 한국은행의 소비자심리지수를 활용하여 체감경기를 측정하고, 소득, 임금, 구인배율, 주택매매가격, 주가지수, 생활물가지수, 가계부채상환부담 등의 거시경제지표와의 관계를 분석한 결과, 거시경제지표들은 체감경기에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 소득수준에 따라 체감경기에 대한 반응이 다르게 나타났다.

김진욱(2008)은 1997년 이후 10년간 소득계층별 소비지출 항목의 물가 상승률을 분석하였으며, 도시 가계 조사 원시자료와 소비자 물가지수를 활용하여 빈곤층, 중산층, 부유층으로 구분하여 비교하였다. 평균 소비자 물가 상승률(3.29%)을 기준으로 고물가 상승군과 저물가 상승군을 나눈 결과, 부유층이 주로 소비하는 재화는 저물가 상승군, 빈곤층이 주로 소비하는 재화는 고물가 상승군에 포함되는 것으로 나타났다. 이는 저소득층이 소비하는 재화의 물가가 더 크게 상승하여 빈곤층에 불리하게 작용했음을 시사한다. 이를 바탕으로 향후 농산물 시장 개방,

공공요금 조정, 주거비·건강보험료 지원 등 친빈곤층 물가 정책을 통해 저소득층이 많이 소비하는 재화의 물가 상승을 억제할 필요가 있음을 제시하였다.

김현정 외(2015)는 소비자들의 소득 및 지출 구조에 따라 체감하는 물가 움직임을 다룰 수 있다는 점에 착안하여, 가구 균등 물가지수를 산출하고 공식 소비자 물가지수와 비교 및 소득·연령별 상승률 차이를 분석하였다. 국가데이터처의 가계동향조사 자료를 활용하여 시산한 결과, 경기 국면에 따라 가구 그룹 간 체감 물가 차이가 상당한 것으로 나타났다. 특히 2013년 하반기 이후 저물가 기조 속에서도 20~30대 가구주의 가구 균등 물가지수 상승률이 공식 CPI뿐만 아니라 다른 연령대보다 지속적으로 높게 나타났다.

박성욱·장민(2021)의 연구에서는 COVID-19로 인한 소비구성 변화로 공식 소비자 물가지수가 체감 물가를 과소평가할 가능성을 분석하였다. 2020년 체감 물가 상승률(0.66%)은 공식 소비자 물가 상승률(0.54%)보다 0.12%p, 연쇄지수 상승률(0.48%)보다 0.18%p 높은 것으로 나타났는데, 이는 식료품·방역용품 등 수요 증가 품목의 가격 상승이 공식 물가에 충분히 반영되지 못했기 때문으로 추정되었다. 특히 저소득층이 주로 소비하는 품목의 가격 상승폭이 커 체감 물가 상승률이 고소득층보다 높게 나타났으며, 소득 1분위 가계(1.16%)는 공식 물가의 두 배 이상, 소득 5분위 가계(0.45%)는 공식 물가보다 낮게 나타났다.

이태열(2021)은 COVID-19 이후 소득계층별 소비자 물가 상승률 차이를 분석하였으며, 가계동향조사를 활용하여 소득계층별 소비지출 비중을 반영한 소비자 물가지수를 산출하였다. 분석 결과, 저소득층일수록 물가 상승률이 상대적으로 높았으며, 2020년 1월 대비 2021년 9월 기준 소득 1분위의 물가 상승률(3.60%)이 5분위(2.66%)보다 0.94%p 높게 나타났다. 이는 초기에는 고소득층의 소비 비중이 높은 ‘교통’ 부문의 물가 하락이, 이후에는 저소득층의 소비 비중이 높은 ‘식료품·비주류음료’의 높은 물가 상승이 영향을 미쳤기 때문으로 분석되었다. COVID-19 이후 취약계층 보호가 주요 경제 목표 중 하나인 만큼, 이들의 소득뿐만 아니라 실질적인 소비 여건까지 고려한 정책적 대응이 필요함을 제시하였다.

장인성(2011)의 연구에서는 소득계층별 물가지수를 산출하여 소비자 물가지

수와 체감 물가 간 괴리의 원인을 분석하였다. 피셔지수 및 연쇄지수를 활용한 분석 결과, 저소득층의 물가 상승률과 물가 변동성이 저소득층에서 더 크게 나타나는 경향이 확인되었다.⁶⁾ 이는 저소득층의 경우 생활필수품 소비 비중이 높아 물가 충격에 취약하며, 자산 보유가 적어 물가 상승을 더 크게 체감하기 때문으로 분석되었다. 또한, 경제위기와 물가 상승이 중첩될 경우 저소득층의 생계비 부담이 가중되며, 공식 물가와 체감 물가 간의 괴리가 더욱 확대되는 것으로 나타났다.

허태호 외(2020)는 실질식품물가지수와 체감 물가의 차이를 분석하고, 물가체감간격지표(PICDI)를 산출하였다. 분석 결과, 대다수 소비자가 실질식품물가지수보다 체감 물가를 더 높게 인식하는 경향이 나타났으며, 이에 영향을 미치는 요인을 살펴본 결과 성별, 직업군, 식료품 구입빈도, 구입장소, 가구소득, 식료품 지출액 등이 유의한 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 특히 식료품을 자주 구입할수록 체감 물가가 더 높게 인식되는 반면, 소득이 높을수록 실질물가와 체감 물가 간 괴리가 커지는 경향이 나타났다. 이에 소비자의 체감 물가를 보다 정확히 반영할 수 있도록 물가 지표 개선과 함께 식품 가격 변동에 대한 세밀한 정보 제공이 필요함을 제시하였다.

Cavallo(2024)는 카드 거래 데이터를 활용하여 COVID-19 팬데믹으로 인한 소비지출 패턴 변화를 반영한 소비자 물가지수(CPI) 재산출을 통해 공식 CPI와의 괴리를 분석하였다. 공식 CPI가 COVID-19 기간 동안 소비지출 변화로 인해 인플레이션을 과소평가했음을 확인하였으며, 이는 식료품과 같이 물가가 상승한 품목에 대한 지출 비중이 증가한 반면, 교통 등 물가가 하락한 품목에 대한 지출 비중은 감소했기 때문으로 나타났다. 특히 2020년 5월에는 공식 CPI 기준 연간 인플레이션이 0.13%였으나, COVID-19 소비지출 바스켓을 적용한 경우 0.95%로 추정되어 공식 CPI가 실제 물가 상승률을 크게 하회하는 것으로 분석되었다. 또한, 저소득층이 고소득층보다 약 두 배 높은 인플레이션을 경험한 것으로 나타나,

6) 장인성(2011: 13-16)은 라스파이레스지수, 파세지수, 피셔지수, 톱크비스트지수 등 다양한 소비자 물가지수 산식을 소개하고 있다.

COVID-19로 인한 물가 상승이 소득계층별로 상이한 영향을 미친 것으로 분석되었다.

2.2. 농식품 관련 물가지수 변동요인 분석 연구

김관수 외(2012)는 국제 원자재 가격 상승이 가공식품 물가에 미치는 영향을 분석하여, 가공식품 가격 안정화 방안을 도출하였다. 국제 곡물과 원당, 유가 등 수입 원료 의존도가 높은 가공식품 산업이 국제 원자재 가격 변동에 민감하게 반응하며, 그 영향이 물가와 국민경제 전반으로 확산되는 양상을 보이는 것으로 나타났다. 특히 국제 원자재 가격 상승이 가공식품 가격에 미치는 파급효과의 크기와 비대칭성을 분석한 결과, 특정 가공식품에서는 원자재 가격 상승이 빠르게 반영되지만 하락 시에는 가격이 상대적으로 덜 조정되는 비대칭성이 확인되었다. 또한 식품산업 내 물가 관리가 필요한 주요 가공식품 품목을 도출하고, 소비자 물가지수 산정의 적절성을 검토하였다. 이를 바탕으로 수입 정책 개선, 원자재 조달 효율화, 한국형 국제 곡물 유통회사 육성 등 가공식품 가격 안정화를 위한 다양한 정책적 대응 방안을 제시하였다.

김상호 외(2022)는 원재료 수입 가격 상승이 가공식품 물가에 미치는 영향을 분석하였다. 국내 농산물 물가는 비교적 안정적인 반면, 가공식품 물가는 국제 곡물 가격 상승과 글로벌 공급망 차질로 인해 지속적인 상승세를 보였으며, 2022년 2분기 기준 7.6%까지 상승한 것으로 나타났다. 특히 제분, 제당, 배합사료 등의 품목이 가공식품 물가 상승에 주요한 영향을 미쳤으며, 국제 곡물 가격이 국내 수입물가에 반영되는데 시차(3~6개월)가 나타났다. 국제 곡물 시장의 불안정성이 지속될 가능성이 높은 만큼, 단기적 대응뿐만 아니라 해외 곡물 자원 확보, 국내 곡물 자급률 제고 등 중장기적 대응 전략의 필요성을 강조하였다.

김상호·최재현(2024)은 농식품 물가 상승의 특성을 분석하고 정책 대응 방향을 제시하였다. 국제 곡물 가격 상승, 생산비 증가, 기상 악화 등의 요인으로 농축수

산물, 가공식품, 외식 물가가 지속적으로 상승하는 가운데, 특히 과일과 축산물의 변동성이 크고, 저소득층이 농식품 물가 상승에 더욱 취약한 것으로 나타났다. 또한, 국제 원자재 가격이 가공식품 물가에 미치는 영향이 크며, 저소득층일수록 식료품비 비중이 높아 실질소득 감소가 더 두드러지는 경향이 확인되었다. 이에 따라 소득계층별 물가지수 개발, 가격 변동성이 큰 품목에 대한 선택적 지원, 저소득층을 고려한 농식품 물가 대책 마련 등을 제안하였다.

김종진 외(2023)는 COVID-19, 글로벌 공급망 위기, 러-우 전쟁 등으로 인한 농식품 물가 변동성과 그 영향을 분석하였다. 2000년 이후 국내 농식품 물가는 타 품목 대비 변동성이 크고 상승률이 높았으며, 특히 수입 농식품 물가 변동성이 심화되는 가운데 비농식품 투입재의 원가 비중이 커 농축산물과 가공식품 물가보다 비농식품 물가 변동이 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 농식품 물가 상승이 영세 식품제조업체와 외식업체의 경영 부담을 가중시키고, 저소득 가구의 실질 소비여건을 악화시키는 요인으로 분석되었다. 이에 농식품 물가 안정화를 위한 국제 농식품 가격 충격 완화 제도 마련, 비농식품 투입재 가격 변동성 대응책 강화, 가격 전이 비대칭성 완화 및 영세업체·취약계층 지원 방안 마련의 필요성을 강조하였다.

석준호 외(2023)는 기간을 COVID-19 이전과 이후로 나누어 환율이 국내 식품 물가에 미치는 영향을 분석하였다. 비대칭적 자기회귀시차분포모형을 이용하여 분석한 결과, COVID-19 이전에는 환율과 식품 물가 간의 장기적 관계나 비대칭성이 유의하지 않았으나, 이후에는 환율 상승이 식품 물가에 미치는 영향이 장기적으로 유의하며 비대칭적인 패턴을 보이는 것으로 나타났다. 이에 환율 상승기에는 수입 원료 구입비용 지원과 같은 선제적 조치를 통한 식품 물가의 안정적 관리가 필요한 것으로 분석되었다.

이승희(2024)는 기후 변화와 기상 여건 변화가 물가에 미치는 영향을 분석하였다. 최근 신선식품 가격이 급등하면서 소비자 물가 상승 우려가 커졌으며, 일조량 부족과 잦은 강수 등 기상 악화가 농산물 작황에 부정적 영향을 미치는 주요 요인으로 작용하는 것으로 나타났다. 구조적 벡터자기회귀모형을 활용하여 분석한 결

과, 기온과 강수량 변동은 소비자 물가를 단기적으로 상승시키지만, 근원 물가에는 미미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 여름철 강수량 증가가 신선식품 가격 상승을 유발하는 주요 변수로 작용하며, 향후 기상이변 발생 빈도 증가로 인해 물가 변동성이 확대될 가능성이 높은 것으로 나타났다. 이에 농산물 수입 확대, 품종 개량 등을 통한 기후 적응력 강화 등 기상 충격 완화를 위한 정책적 대응의 필요성을 강조하였다.

이용선 외(2011)는 국제 곡물 가격 상승이 국내 가공식품 물가에 미치는 영향을 분석하였다. 2010년 하반기 이후 곡물 및 수입 농산물 가격이 급등하면서 국내 가공식품 물가에도 상승 압력이 작용한 것으로 나타났으며, 특히 밀가루, 설탕, 유지류, 유제품 등 주요 원재료 가격 상승이 가공식품 생산 원가를 높이는 주요 요인으로 작용한 것으로 나타났다. 설문조사 결과, 소비자는 식료품 및 비주류음료의 가격 상승을 가장 크게 체감하였으며, 저소득층일수록 곡물 및 곡물가공식품, 유제품, 육류 등의 소비 감소가 두드러진 것으로 나타났다. 또한, 가격 상승이 지속될 경우 소비자는 구매를 줄이고 가격이 덜 오른 대체 제품을 선택하는 경향이 나타났다. 향후 국제 곡물 가격 변동성이 지속될 가능성이 높은 만큼, 곡물 수입망 다변화, 장기 계약 확대, 수입 관세 조정, 공공비축 확대 등 가격 안정 대책 마련 필요성을 강조하였다.

이용선 외(2012)의 연구는 채소 가격의 변동 패턴과 요인을 분석하였다. 시계열 모형(ARIMA, GARCH) 분석 결과, 채소 가격은 공급 측 요인에 의해 크게 변동되며, 계절성이 주요 영향요인으로 나타났다. 배추와 풋고추는 연중 가격 변동성이 가장 높았으며, 특히 연간 변동률이 각각 103.8%, 237.4%로 다른 품목보다 크게 나타났다. 배추와 무는 겨울철 공급 감소로, 대파와 양파는 생산 주기에 따라 가격 변동이 심화되는 경향을 보였다. 채소 가격 안정화를 위해 계절별 수급 조절, 저장·비축 확대, 유통망 개선 등 정책적 대응의 필요성이 강조되었다.

황의식 외(2012)는 가공식품 물가 변동의 주요 요인을 분석하였다. 최근 원재료 가격 상승이 가공식품 물가에 미치는 영향이 커졌으며, 특히 저소득층은 가공식품 소비 비중이 높아 가격 상승을 더 크게 체감하는 것으로 나타났다. 시계열 분석

(GARCH)과 산업연관 분석 결과, 가공식품 물가는 국제 원재료 가격뿐만 아니라 생산자 물가, 환율, 통화량, 이자율 등의 경제 요인에 영향을 받으며, 이러한 변화가 일정 시차를 두고 반영되는 것으로 나타났다. 또한, 원재료 가격이 오를 때는 빠르게 반영되지만, 내릴 때는 가격 조정이 더디게 이루어지는 비대칭적 가격 전이 현상이 확인되었다. 가공식품 산업의 구조적 특성으로 인해 가격 상승기에 유통 마진이 증가하는 경향도 나타났다. 이에 가공식품 물가 안정을 위해 원재료 공급망 개선, 국내 원료 사용 확대, 생산비 절감 및 유통 구조 효율화 등의 정책이 제안되었다.

Abbott et al.(2011)은 2011년 식품 원자재 가격 급등의 원인을 분석하고, 2008년 가격 폭등과의 차이를 검토하였다. 바이오연료 수요 증가, 중국의 대두 수입 확대, 기상 악화에 따른 생산량 감소, 글로벌 재고 감소, 무역 정책 변화, 미국 달러화 가치 하락 및 거시경제 요인 등이 주요 상승 요인으로 나타났으며, 특히 농산물 시장의 비탄력성이 심화되면서 가격 변동성이 확대된 것으로 분석되었다. 주요 곡물 가격은 급등한 반면, 쌀과 밀 가격은 상대적으로 안정적인 모습을 보였으며, 바이오연료 정책과 토지 이용 변화로 인해 곡물 수급 조정이 어려워지고, 중국의 대두 비축 확대가 시장 불안정성을 심화시키는 요인으로 작용한 것으로 나타났다. 향후 옥수수과 대두의 생산량이 정상화되지 않을 경우 높은 가격 수준이 지속될 가능성이 크며, 공급 확대가 이루어지지 않으면 장기적인 구조적 가격 상승이 이어질 위험이 있는 것으로 나타났다. 이에 농산물 가격 안정화를 위해서는 바이오연료 정책 조정, 무역 장벽 완화, 농업 생산성 향상을 위한 정책적 개입이 필요함을 강조하였다.

Akram(2009)은 최근 원자재(농산물 포함) 가격 변동의 원인을 분석하기 위해, 실질 금리 하락과 미국 달러화 약세가 원자재 가격 상승에 미치는 영향을 분석하였다. 1990년 이후 분기별 데이터를 활용한 구조적 VAR 모형 분석 결과, 실질 금리 하락이 원자재 가격 상승을 유발하는 것으로 나타났다. 특히 유가와 산업 원자재 가격은 금리 변동에 대해 일시적으로 과도하게 반응하는 경향을 보였다. 또한, 미국 달러화 가치 하락은 원자재 가격 상승과 유의미한 상관관계를 가지는 것으로

나타났으며, 금리와 환율 충격은 원자재 가격 변동의 상당 부분을 설명하는 것으로 나타났다.

Awokuse(2005)는 거시경제 변수와 농산물 가격 간의 관계를 재검토하며, 통화 정책 변수가 미치는 영향을 분석하였음. 1975~2000년 데이터를 활용하여 VAR 모형과 방향지시 비순환성 그래프(directed acyclic graph) 기법으로 분석한 결과, 통화량 변화는 농산물 가격에 거의 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 기존 연구들과 유사한 결과를 보인 반면, 환율은 농산물 가격에 가장 큰 영향을 미치는 주요 변수로 나타났다.

Babcock(2012)은 미국 바이오연료 및 관련 정책이 농산물 시장에 미치는 영향을 분석하였다. 과거 데이터를 활용한 분석에서는 2006~2009년 동안 미국 에탄올 혼합 정책이 옥수수 가격을 다소 상승시키는 경향이 있는 것으로 나타났다. 또한, 세액공제와 의무 조항의 시장 영향을 전망한 결과, 세액공제 폐지가 바이오연료 산업에 미치는 영향은 제한적인 반면, 의무 완화는 공급 부족 시 농산물 시장 변동성을 완화할 수 있는 방안으로 제시되었다. 결론적으로, 미국 바이오연료 정책의 농산물 가격 상승 기여도는 크지 않으나, 시장 주도의 에탄올 확대가 농산물 및 식품 가격에 미치는 영향은 추가적으로 검토할 필요가 있는 것으로 나타났다.

Baek & Koo(2010)는 2007년 이후 미국 식품 가격 급등의 원인을 분석하기 위해 공적분 분석을 활용하여 에너지 가격, 농산물 가격, 환율이 미치는 영향을 검토하였다. 분석 결과, 농산물 가격과 환율이 단기 및 장기적으로 식품 물가 변동에 중요한 영향을 미치는 요인으로 나타났으며, 에너지 가격은 최근 들어 장기적으로 유의한 영향을 미치지만 단기적 영향은 제한적인 것으로 분석되었다. 특히 바이오에탄올 생산 증가로 인해 에너지 시장과 농산물 시장 간의 장기적 연계성이 강화된 것으로 나타났다.

Baffes & Dennis(2014)는 농산물 가격 상승이 과거 일시적 급등과 달리 구조적 요인을 반영한 지속적인 현상인지 분석하였다. 분석 결과, 식품 가격 변동의 주요 요인은 국제 유가, 재고 비율, 미국 달러화 환율, 이자율, 소득 등으로 나타났다. 또한, 식품 가격 상승의 50% 이상이 유가 상승에 기인하며, 재고율과 환율 변동이 각

각 15%의 영향을 미친 것으로 나타났다.

Headey & Fan(2008)은 국제 식품 가격 상승의 원인과 영향에 대한 기존 연구를 종합적으로 검토하고, 이론적·실증적 분석을 통해 보다 체계적인 평가를 수행하였다. 가격 상승 요인을 분석한 결과, 유가 상승, 미국 달러화 가치 하락, 바이오연료 수요 증가, 일부 품목별 요인 등이 주요 원인으로 분석되었으며, 기존 경제 이론과의 정합성이 높은 것으로 나타났다.

Nazlioglu & Soytas(2012)는 국제 유가와 농산물 가격 간의 동적 관계를 분석하고, 미국 달러화의 상대적 가치 변동을 고려하여 그 영향을 검토하였다. 1980년부터 2010년까지 24개 농산물의 월별 가격 데이터를 활용하여 패널 공적분 및 인과성 분석을 수행한 결과, 국제 유가 변동이 농산물 가격에 강한 영향을 미치는 것으로 나타나, 기존 연구에서 제기된 농산물 가격의 유가 중립성 가설과 배치되는 결과가 도출되었다. 또한, 달러화 약세가 농산물 가격 상승을 유발하는 것으로 나타났다.

Persson(2015)은 바이오연료 원료작물 생산 확대가 농산물 가격에 미치는 영향을 분석한 기존 연구들을 체계적으로 검토하였다. 121개 연구를 분석한 결과, 바이오연료 수요 증가가 농산물 가격에 미치는 영향에 대한 연구 결과가 일관되지 않으며, 가격 반응 추정에 불확실성이 존재하는 것으로 나타났다. 미국 옥수수 에탄올 수요 증가가 옥수수 가격 상승의 14~43%를 차지한 것으로 추정되었으나, 연구별 차이는 수요·공급 탄력성 가정의 차이에서 비롯된 것으로 분석되었다. 또한, 대부분의 연구가 단기적 수요 변화에 초점을 맞추고 있어 대규모 수요 충격에 대한 분석이 미흡하며, 토지 시장과 이용 변화 과정을 정교하게 반영하지 못하는 한계가 있는 것으로 나타났다. 이에 따라 바이오연료 수요가 농산물 시장에 미치는 영향을 보다 정확히 평가하기 위해서는 공급·수요 반응에 대한 데이터 개선과 토지 이용 변화를 반영할 수 있는 모델이 필요함이 제시되었다.

Rezitis(2015)는 국제 유가, 미국 달러화 환율, 농산물 및 비료 가격 간의 관계를 패널 분석 기법을 활용하여 분석하였다. 1983년부터 2013년까지 월별 데이터를 활용한 패널 VAR 모형과 인과성 검정 결과, 국제 유가와 환율이 농산물 및 비료

가격에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 일부 기존 연구와 달리 국제 유가와 농산물 가격, 환율과 농산물 가격 간에 양방향 인과관계가 존재하는 것으로 분석되었으며, 이를 통해 원자재 시장과 농산물 시장 간의 상호 연계성이 강하게 작용되고 있음이 확인되었다.

Trostle(2008)은 최근 세계 식품 원자재 가격이 급등한 원인을 분석하였다. 곡물 및 식물성 유지 가격이 2년 전 대비 60% 이상 상승한 요인으로 생산 증가세 둔화와 소비 증가에 따른 공급 부족 심화, 바이오연료 원료 수요 증가, 2006~2007년 주요 생산국의 기상 악화 등이 지목되었다. 또한, 미국 달러화 가치 하락, 에너지 가격 상승, 농업 생산비 증가, 식품 수입국의 외환 보유 확대, 일부 국가의 수출·수입 규제 정책 등이 추가적인 물가 상승 요인으로 분석되었다.

Trostle et al.(2011)은 2010년 6월부터 2011년 2월까지 식품 원자재 가격이 2008년 최고치를 넘어 급등한 원인을 분석하였다. 분석 결과 2002~2006년 및 2007~2008년 가격 상승을 초래한 요인들이 2010~2011년 가격 상승에도 영향을 미친 것으로 나타났다. 주요 요인으로서는 세계 인구 및 1인당 소득 증가, 동물성 식품 소비 확대, 에너지 가격 상승, 바이오연료 생산 증가, 미국 달러화 가치 하락, 농업 생산성 둔화 등이 제시되었다. 또한, 기상 악화로 인한 생산 감소, 곡물·유지종자 재고 감소, 일부 국가의 무역정책 변화, 2009년 경기침체 이후 저소득·중소득국의 경제 회복과 수요 증가도 가격 상승에 기여한 것으로 나타났다.

Wang & McPhail(2014)은 VAR 모형을 이용하여 에너지 가격 충격이 미국 농업 생산성과 농산물 가격 변동성에 미치는 영향을 분석하였다. 1948~2011년 미국의 실질 휘발유 가격, 농업 총요소생산성, 실질 GDP, 실질 농산물 수출, 실질 농산물 가격 데이터를 활용한 분석 결과, 에너지 가격 충격은 단기적(1년)으로 농업 생산성 성장에 부정적인 영향을 미치며, 농산물 가격 변동성의 약 10%를 설명하는 것으로 나타났다. 생산성 충격도 농산물 가격 변동에 유사한 영향을 미치나, 중기(3년)에는 에너지 가격의 영향이 생산성 충격을 초과하며, 장기적으로는 에너지 가격 충격이 농산물 가격 변동의 주요 요인으로 작용하는 것으로 분석되었다.

2.3. 선행연구와의 차별성

선행연구에서는 가구 특성별 소비자 물가지수는 연구된 바 있으나, 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수를 별도로 산출하거나 분석한 연구는 이루어지지 않았다. 이에 본 연구에서는 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수를 연구하여 정부의 농식품 물가 관리 정책 수립에 필요한 기초정보를 정책 대상 유형별로 제공한다는 점에서 차별성이 있다. 또한, 가구 특성별로 농식품 소비자 물가지수 구성 품목에 대한 가중치(소비지출 비중)를 분석하여 정부가 정책적 중요도가 높은 대상 품목을 식별하는데 활용할 수 있는 기초정보를 제공한다는 점에서 차별성이 있다.

또한, 대부분의 선행연구는 정부에서 발표하는 통계 자료만을 이용하여 농식품 소비자 물가를 분석하였다. 반면, 본 연구는 농식품 소비자를 대상으로 설문조사를 실시하여 소비자가 물가 및 물가와 관련된 정책, 언론보도 등 다양한 요인들을 어떻게 인식하고 있는지 조사 및 분석하였다는 점에서 차별성이 있다.

그리고 우리나라 농식품 물가의 변동요인에 대한 연구는 과거에도 이루어져 왔지만, 대상 품목이 가공식품, 채소, 생산물 등으로 한정되거나 변동요인이 환율, 국제 원자재 가격, COVID-19, 기후변화 등으로 한정되어 이루어졌다. 반면, 본 연구는 농식품 소비자 물가지수에 대한 다양한 변동요인을 종합적으로 분석할 뿐만 아니라 각 변동요인의 장·단기 영향을 실증적으로 분석한다는 점에서 차별성이 있다.

3. 연구 범위와 방법

3.1. 연구 범위

본 연구에서는 연구의 범위를 다음과 같이 설정하고자 한다.

첫째, 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 분석에 있어서 가구 특성을 소득분위, 노인 가구 여부, 근로자 외 가구로 설정한다. 가구원 수 등 기타 가구 특성에 따라 서도 농식품 소비자 물가지수가 상이할 수 있으나 상대적으로 소득이 낮아 취약계층에 해당하는 소득 1분위 가구, 노인 가구, 근로자 외 가구에 분석의 초점을 맞추는 것이 정책 기여도가 높을 것으로 판단되어 해당 가구들로 연구 범위를 설정한다.

둘째, 농식품 소비자 물가 인식 분석의 경우 일정 조사 기간(2025년 4월 23일~4월 30일)에 실시된 소비자 설문조사 결과(응답자 2,020명)를 활용하기 때문에 일정 시점에 수집된 표본을 분석하는 것으로 연구 범위를 설정한다.

셋째, 농식품 소비자 물가지수 변동요인 분석의 경우 시계열 변수 중 시계열이 가장 짧은 ‘식료품 제조업 전체임금총액’과 ‘전체산업 평균임금’의 시계열로 인해 2011년 1월~2025년 4월 데이터를 분석하는 것으로 연구 범위를 설정한다.

3.2. 연구 방법

연구 방법으로는 문헌 검토, 설문조사, 통계 자료 분석, 전문가 자문회의 등을 활용하였다.

첫째, 문헌 검토를 통해 국가데이터처에서 공표하는 물가지수의 작성 및 개편 방법과 그 한계점 분석하였다. 그리고 가구 특성별 소비자 물가지수와 관련된 국내외 선행연구를 검토하여 농식품 소비자 물가지수를 산출하기 위한 연구 방법을 설정하였다. 다음으로 국가데이터처 가계동향조사 자료 및 소비자 물가지수 데이터를 통계적으로 분석하여 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수를 산출하였다.

둘째, 문헌 검토를 바탕으로 농식품 소비자 물가 인식조사를 위한 설문을 작성하였다. 그리고 온라인 소비자 설문조사를 통해 농식품 소비자 물가에 대한 소비자의 인식을 조사하였으며, 마지막으로 조사 결과를 통계적으로 분석하였다.

셋째, 문헌 검토를 통해 우리나라 농식품 물가에 영향을 미칠 수 있는 잠재적 변동요인 및 이를 분석하기 위한 연구 방법을 탐색하였다. 이후 시계열 데이터를 통

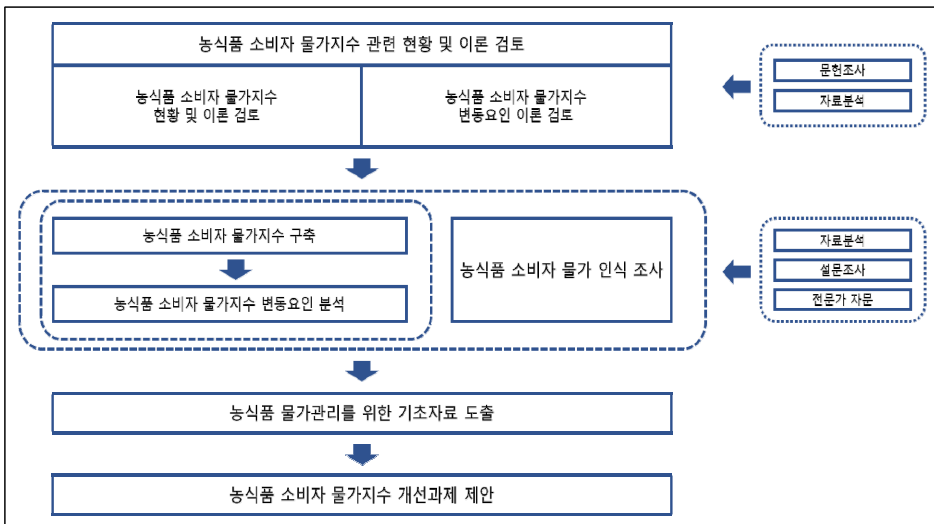
계적으로 분석하여 변동요인의 장단기 영향을 추정하였다.

넷째, 연구 과정에서 관련 연구기관, 학계, 정부기관 전문가의 자문을 받아 연구의 질을 높이기 위해 노력하였다.

3.3. 연구 추진 체계

본 연구의 추진 체계는 다음과 같다. 첫째, 농식품 소비자 물가지수와 관련된 현황과 이론을 파악하기 위하여 다양한 문헌과 자료를 검토하였다. 둘째, 자료 분석을 통해 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수와 농식품 소비자 물가지수 변동요인을 분석하였다. 그리고 온라인 설문조사 수행 후 이를 이용하여 농식품 소비자 물가 인식을 분석하였다. 다음으로 해당 분석 결과들에 대한 전문가 자문을 실시하였다. 셋째, 연구 결과를 바탕으로 농식품 물가 관리를 위한 기초자료를 도출한 후 농식품 소비자 물가지수에 대한 개선 과제를 제안하였다.

〈그림 1-1〉 연구 추진 체계



자료: 저자 작성.

제2장

농식품 소비자 물가지수 현황

농식품 소비자 물가지수 현황

1. 소비자 물가지수 추이

전 세계 소비자 물가지수는 COVID-19 팬데믹이 본격적으로 시작된 2020년에는 전년대비 1.9% 상승 후 2021년 3.5%, 2022년 7.9%, 2023년 5.6%로 큰 폭으로 상승하였다.⁷⁾

전세계 소비자 물가지수가 전년대비 큰 폭으로 상승한 2022년의 소비자 물가지를 국가별로 살펴보면 미국은 전년대비 8.0% 상승, 일본은 전년대비 2.5% 상승하였으며, 우리나라는 전년대비 5.1% 상승하였다.⁸⁾

7) 2019년 11월 17일 중국 후베이성 우한시에서 COVID-19 첫 환자가 발생하였으며(건강보험심사평가원, 2023), 세계보건기구(World Health Organization: WHO)는 COVID-19의 전 세계 대유행(pandemic)을 2020년 3월 11일 선언 후 2023년 5월 해제하였다(박은자 외, 2023). 우리나라의 경우 2020년 1월에 COVID-19 첫 확진자가 발생하였으며(건강보험심사평가원, 2023), 2023년 5월에 COVID-19 종식이 선언되었다(코리아넷뉴스, 2023. 5. 11.).

8) 우리나라 소비자 물가지수는 가구에서 일상생활을 영위하기 위하여 구입하는 상품과 서비스의 가격변동을 측정하기 위하여 작성하는 지수로서, 라스파이레스산식을 사용하여 산출함. 기준연도 품목가중치를 적용해 도시별 지수를 산출하고, 품목의 도시 간 가중치를 적용해 전국 및 도의 품목지수를 산출함(국가데이터터 체계설명자료서비스, 검색일: 2025. 2. 5.).

〈표 2-1〉 세계 및 주요국 소비자 물가지수 등락률(2015~2023년)

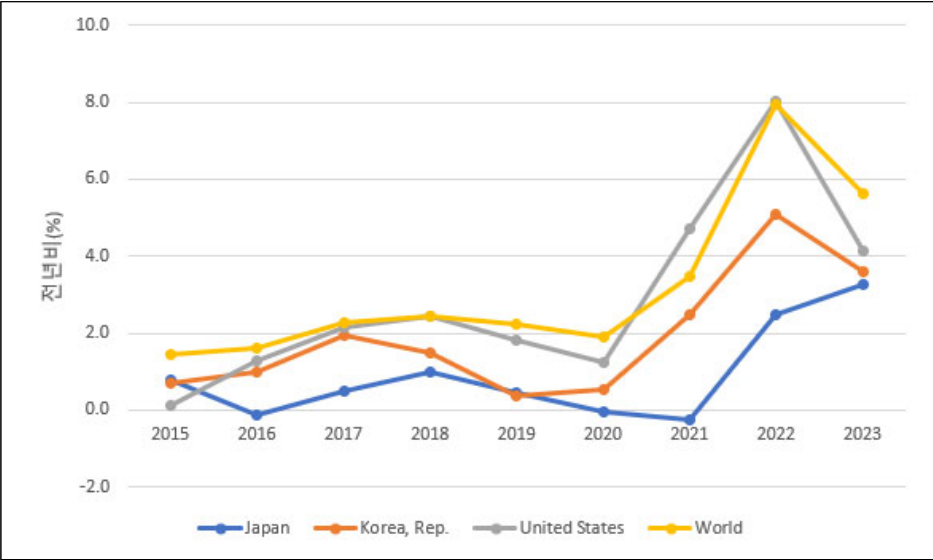
단위: %

국가	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
일본	0.8	-0.1	0.5	1.0	0.5	0.0	-0.2	2.5	3.3
한국	0.7	1.0	1.9	1.5	0.4	0.5	2.5	5.1	3.6
미국	0.1	1.3	2.1	2.4	1.8	1.2	4.7	8.0	4.1
전 세계	1.4	1.6	2.3	2.4	2.2	1.9	3.5	7.9	5.6

자료: World bank open data(검색일: 2025. 1. 31.)를 사용하여 저자 작성.

〈그림 2-1〉 세계 및 주요국 소비자 물가지수 등락률(2015~2023년) 추이

단위: %

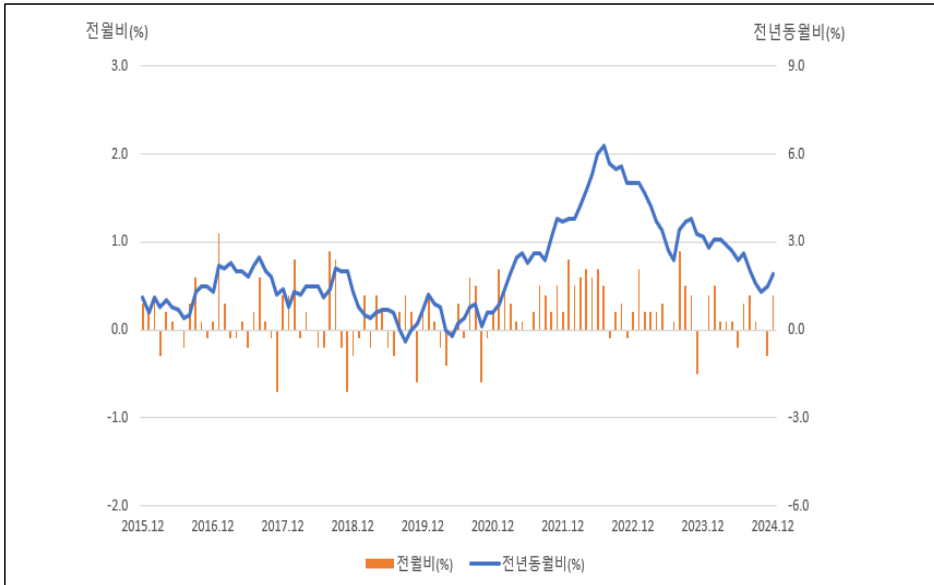


자료: World bank open data(검색일: 2025. 1. 31.)를 사용하여 저자 작성.

2024년 12월 우리나라 소비자 물가지수는 전년동월대비 1.9% 상승하여 COVID-19 팬데믹이 종식된 2023년 5월 이후에도 여전히 높은 상승률을 유지하고 있는 것으로 나타났다.

〈그림 2-2〉 우리나라 소비자 물가지수 등락을 추이

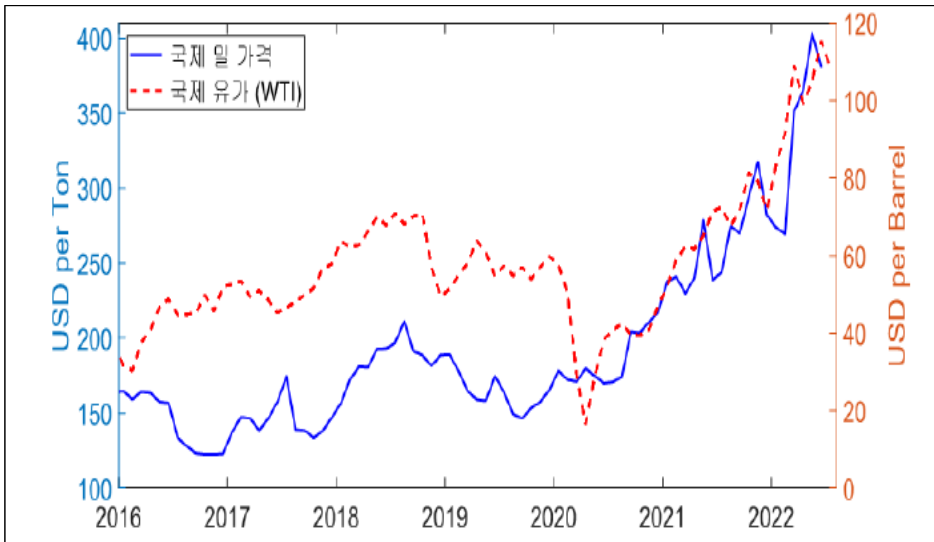
단위: %



자료: 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 소비자물가조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

COVID-19 백신 접종 이후 경기회복, 국제 공급망 병목, 우크라이나-러시아 전쟁으로 인해 국제 에너지 및 상품·원자재 가격의 상승 압력이 증가하였으며, 특히 석유와 밀 가격의 경우 COVID-19 이전에는 안정적인 모습을 보였으나, 2020년 중반 이후 가격이 급격히 상승하였다(김덕파·어윤종, 2022).

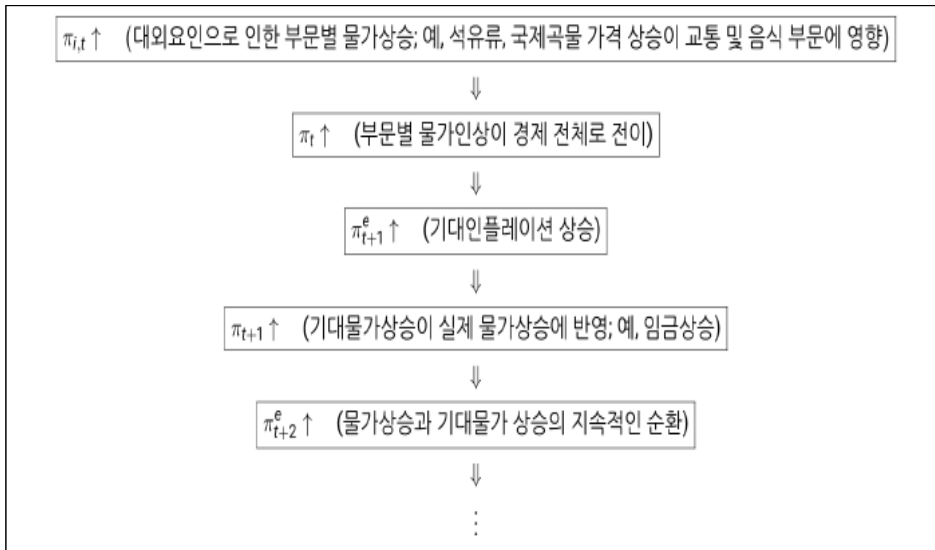
〈그림 2-3〉 국제 석유와 밀 가격(2016년 1월~2022년 6월)



자료: 김덕파·어윤중(2022).

COVID-19 발생 이후 경기회복기(2021년 1분기~2022년 2분기)의 추세적인 물가 상승은 교통, 음식/숙박, 식료품/비주류음료, 주택/수도/전기/연료 부문의 높은 인플레이션이 주원인으로 나타났다(김덕파·어윤중, 2022). 그리고 교통, 주택/수도/전기/연료 부문의 급격한 물가 상승은 유가와 밀접한 관련이 있으며, 음식/서비스 부문의 물가 상승은 식료품/비주류음료 부문의 물가 상승에 기인한 것으로 나타났다(김덕파·어윤중, 2022).

〈그림 2-4〉 글로벌 물가 상승이 기대 인플레이션을 통해 국내 물가에 미치는 경로



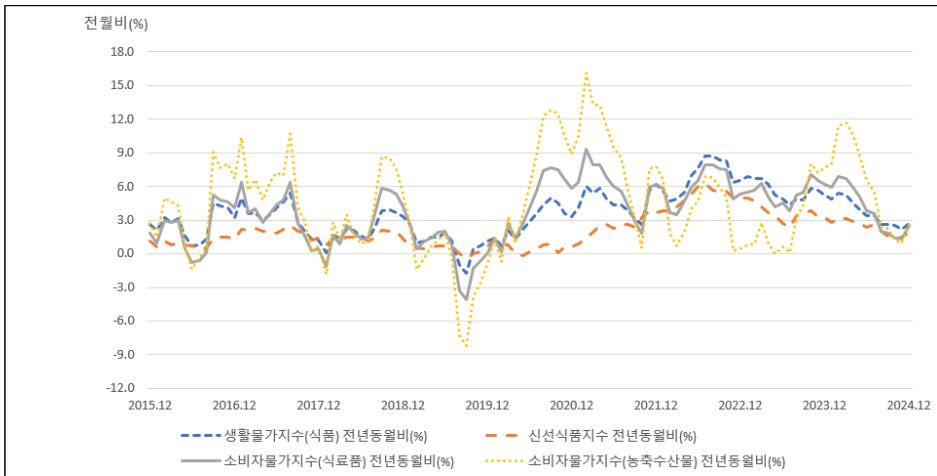
자료: 김덕파·어윤중(2022).

2. 농식품 소비자 물가지수 추이

2024년 12월 우리나라 생활물가지수(식품)는 전년동월대비 2.7% 상승하여 COVID-19 발생 직전인 2019년 12월의 전년동월대비 상승률 1.1%와 비교할 때 높은 상승률을 유지하고 있다.⁹⁾

9) 소비자들이 체감하는 물가는 구입하는 품목이나 구입빈도에 따라 각각 다르기 때문에 소비자 물가지수와 체감 물가와의 사이에 다소 차이가 발생할 수밖에 없는데, 이에 따라서 일반소비자들이 자주 구입하는 품목과 기본생활필품 144개 품목을 대상으로 작성된 생활물가지수는 체감 물가를 설명하기 위한 보조지표로 사용되고 있다(국가데이터처 통계설명자료서비스, 검색일: 2025. 2. 5.; 국가데이터처 보도자료, 2024. 12. 31.).

〈그림 2-5〉 우리나라 소비자 물가지수 등락을 추이



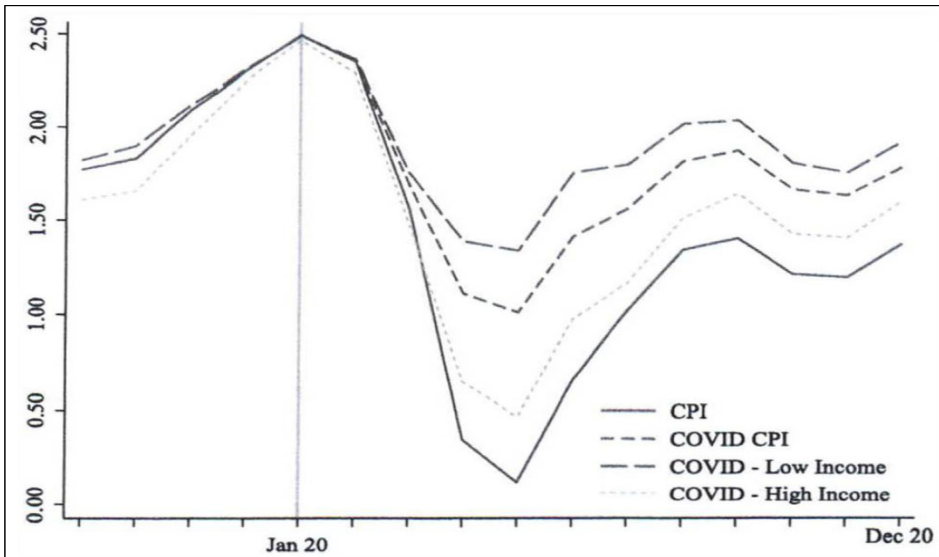
자료: 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 소비자물가조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

신선식품지수 역시 2024년 12월 기준 전년동월대비 1.9% 상승하여 COVID-19 발생 직전인 2019년 12월 0.7%와 비교할 때 상승률이 높은 수준으로 나타났다.¹⁰⁾

Cavallo(2024)는 미국 CPI 데이터를 분석하여 COVID-19 팬데믹 이전인 2019년 저소득계층은 고소득계층보다 상대적으로 식품지출이 차지하는 비율이 더 높아 더 높은 물가 상승을 경험하고 있었으며, 이러한 경향이 COVID-19 팬데믹 기간에 심화된 것을 발견하였다.

10) 신선식품지수는 기상조건이나 계절에 따라 가격 변동이 큰 품목을 별도로 집계하여 주부들이 느끼는 장바구니물가에 가까운 지수로서 갈치, 명태, 조기 등 신선어개(11개 품목), 배추, 상추, 무 등 신선채소(26개 품목), 사과, 배, 복숭아 등 신선과실(18개 품목)을 포함하는 총 55개 품목을 대상으로 작성한 지수로 체감 물가를 설명하기 위한 보조지표로 사용되고 있다(국가데이터처 통계설명자료 서비스, 검색일: 2025. 2. 5.; 국가데이터처 보도자료, 2024. 12. 31.).

〈그림 2-6〉 COVID-19 팬데믹 발생 전후 미국 소비자 물가지수 등락을 추이



주: 각 그래프는 COVID-19 팬데믹 발생 전후(2019. 9.~2020. 12.) 미국 소비자 물가지수의 전월대비 등락률(%)을 나타냄. CPI는 'Bureau of Labor Statistics'에서 발표하는 공식 소비자 물가지수를 나타내며, 'COVID CPI'는 COVID-19 팬데믹으로 인해 변화된 소비성향을 반영한 소비자 물가지수를 나타냄. 'COVID-Low Income'과 'COVID-High Income'은 각각 저소득 가구와 고소득 가구에 대하여 산출한 'COVID CPI'를 나타냄.

자료: Cavallo(2024).

그리고 한국 사례를 연구한 장인성(2011)에 따르면 저소득계층의 물가지수는 물가 상승기에 더 큰 폭으로 상승하고 물가 하락기에는 더 낮은 폭으로 하락하는 경향이 있다.

농식품 물가의 경우에도 저소득계층은 고소득계층에 비해 물가 상승에 취약한 것으로 나타났다. 실제로 COVID-19 발생으로 인한 농식품 물가 상승에 대해 고소득계층은 식품비 지출액을 증가시키는 방식으로 대응하였으나, 저소득계층의 경우 재난지원금 지급 이전에는 식품비 지출을 늘리지 못한 것으로 나타났다(김상효·최재현, 2024; 김상효, 2020). 이처럼 저소득계층은 농식품 물가 상승에 적절히 대응하지 못함으로써 식생활이 악화될 수 있다.

제3장

가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 분석

가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 분석

1. 가구 특성별 가중치(농식품 소비지출 비중) 산출 및 분석

1.1. 가구 특성별 가중치 산출

1.1.1. 가구 특성별 가중치 산출의 필요성

가중치는 각 품목의 소비지출액이 전체 농식품 소비지출액에서 차지하는 비중을 나타내기에 농식품 소비자 물가지수 산출에 있어 매우 중요한 요소이다. 가령, 가중치가 낮은 품목의 가격 상승에 대해서는 소비자가 체감하는 경제적 부담이 상대적으로 낮을 것으로 기대되는 반면, 가중치가 높은 품목의 가격 상승에 대해서는 소비자가 체감하는 경제적 부담이 상대적으로 높을 것으로 기대된다. 또한 동일한 가격 변화에 대해서 가중치가 낮은 품목은 농식품 소비자 물가지수 변동에 작은 영향을 미치지만, 가중치가 높은 품목은 농식품 소비자 물가지수 변동에 큰 영향을 미치게 된다.

따라서 가구 특성별로 농식품 소비지출 성향이 다를 경우 가중치 역시도 달라지며, 이에 따라 품목별 가격변화에 대해 체감하는 경제적 부담 및 체감하는 농식품 소비자 물가지수 역시 상이할 것으로 예상된다. 이러한 이유로 취약가구의 농식품 품목별 가중치 분석은 농식품 물가 안정에 있어 정부가 더욱 관심을 가져야 하는 품목을 식별하는 데 유용한 시사점을 제공할 수 있다.

1.1.2. 가구 특성 선정

가계동향조사는 가구 특성을 나타내는 변수로 소득분위, 노인 가구 여부, 근로자가구 여부를 사용하고 있다. 소득분위는 가구를 가구당 월평균 명목 소득 순으로 나열한 다음, 최하위 가구부터 최상위 가구까지 5구간으로 등분하여 각 구간별 소득을 평균한 금액이다. 따라서 구간별 가구 수는 전체 가구 수의 20%가 된다. 그리고 노인 가구는 65세 이상 가구원이 1명 이상이며 18~64세 가구원이 없는 가구를 의미하며, 비노인 가구는 노인 가구가 아닌 가구를 의미한다. 마지막으로 근로자가구는 가구주가 임금 근로자인 가구(상용·임시·일용 근로자)를 의미하며, 근로자 외 가구는 가구주가 임금 근로자가 아닌 가구(자영업자, 무직 등)를 의미한다.

본 연구에서는 가계동향조사에서 정의하고 있는 소득 1분위 가구, 노인 가구, 근로자 외 가구가 소득 측면에서 취약계층으로 분류될 수 있는 가구 특성인지 여부를 확인하기 위해 해당 가구들의 평균 소득을 분석하였다. 분석 결과 소득 1분위 가구, 노인 가구, 근로자 외 가구의 평균 소득이 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 예를 들면 2022년 1/4분기 기준, 소득 1분위 가구의 평균 소득은 소득 5분위 가구 평균 소득의 약 10%에 불과한 것으로 나타났으며, 2022년 1/4분기 기준, 노인 가구의 평균 소득은 39세 이하 가구(비노인 가구) 평균 소득의 약 53%에 불과한 것으로 나타났다. 그리고 2022년 1/4분기 기준, 근로자 외 가구의 평균 소득 역시 근로자가구 평균 소득의 약 64% 수준으로 낮게 나타났다. 이러한 이유로 본 연구에서는 저소득 가구, 노인 가구, 근로자 외 가구를 취약가구를 식별하는 기준으로 가중치 분석에 활용하였다.

〈표 3-1〉 2022년 가구 유형별 소득

단위: 원

가구 유형	2022.1/4	2022.2/4	2022.3/4	2022.4/4
1분위	1,042,579	1,125,595	1,130,669	1,127,464
2분위	2,541,450	2,674,063	2,718,884	2,683,153
3분위	3,952,392	4,091,474	4,123,560	4,030,829
4분위	5,749,711	5,937,388	5,952,506	5,894,172
5분위	10,833,125	10,323,067	10,412,707	10,427,249
39세 이하 가구(비노인 가구)	4,742,941	4,347,557	4,500,378	4,345,025
40~49세 가구(비노인 가구)	6,254,022	6,002,572	6,135,596	6,063,190
50~59세 가구(비노인 가구)	5,874,334	5,999,378	5,923,918	5,921,677
60세 이상 가구(비노인 가구)	3,283,390	3,647,059	3,623,364	3,672,992
65세 이상 가구(노인 가구)	2,527,482	2,913,177	3,014,259	2,990,206
근로자가구	5,669,470	5,279,701	5,510,040	5,464,131
근로자 외 가구	3,629,796	4,165,507	3,881,281	3,822,462
전체 평균	4,825,037	4,831,061	4,868,667	4,833,575

자료: 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 가계동향조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

1.1.3. 가구 특성별 가중치 산출 방법

가구 특성별 농식품 소비자 물가지수를 산출하는데 이용되는 품목별 가중치는 각 대표품목의 소비지출액이 전체 농식품 소비지출액에서 차지하는 비중을 나타낸다. 품목별 가중치 산출을 위해서는 소비자 물가지수의 품목과 가계동향조사의 항목을 일치시켜야 하며, 이 과정에는 세 가지 경우가 발생한다.

첫째, 항목과 품목이 1:1로 대응되는 경우로 이 경우에는 항목 지출액을 품목에 적용한다.

둘째, 항목과 품목이 多:1로 대응되는 경우로 이 경우에는 항목 지출액의 합을 품목에 적용한다(예: 기타식물성 식용유 구입비와 버터·기타유지류 구입비로 구분된 항목 지출액의 합을 대응 품목인 식용유에 적용).

셋째, 항목과 품목이 1:多로 대응되는 경우로 이 경우에는 장인성(2011)과 같이 항목에 따라 품목을 단일화한다(예: 국산 쇠고기와 수입산 쇠고기로 구분된 품목

을 항목을 따라 최고기로 단일화).

본 연구에서는 이러한 방법을 따라 지출목적별 소비자 물가지수의 식료품 및 비주류음료 140개 품목과 가계동향조사의 식료품 및 비주류음료 118개 항목을 매칭한 후 매칭된 각 품목의 소비지출액이 전체 농식품 소비지출액에서 차지하는 비중(가중치)을 산출하였다.

1.1.4. 가구 특성별 가중치 산출 결과

본 연구에서 산출한 소득분위별, 노인·비노인 가구별, 근로자·근로자 외 가구별 가중치와 현재 국가데이터처에서 사용하고 있는 소비자 물가지수 가중치(기준연도: 2022년)를 아래와 같이 표로 제시하였다.

〈표 3-2〉 소득분위별 가중치

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	가중치						
					분위					CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)	CPI 가중치 (2022년 기준)
					1	2	3	4	5		
1	곡물 (가공) · 빵 · 떡 · 류	멥쌀 구입비	▼	쌀	5.1	3.9	3.2	2.7	2.4	3.0	4.2
2			현미							0.3	0.4
3		찰쌀 구입비		찰쌀	0.7	0.4	0.4	0.3	0.2	0.4	0.5
4		맥류 구입비		보리쌀	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
5		두류 구입비	▼	콩	0.8	0.5	0.4	0.3	0.2	0.4	0.5
6				땅콩						0.1	0.1
7		기타 곡물 구입비		혼식곡	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.4
8		밀가루 구입비		밀가루	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.1	0.1
9		국수류구입비		국수						0.5	0.7
18				파스타면	0.6	0.5	0.6	0.6	0.6	0.1	0.1
10		라면류구입비		라면	1.7	1.8	1.8	1.9	1.5	1.7	2.4
11		당면구입비		당면	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
12		두부구입비		두부	1.1	0.9	0.9	0.8	0.8	0.8	1.2
13		기타곡물가공품 구입비		시리얼						0.3	0.4
14				부침가루	1.6	1.7	1.6	1.6	1.6	0.4	0.6
15		케이크구입비	▲	케이크	0.5	0.9	1.1	1.3	1.4	1.1	1.6
16		식빵기타빵구입비	▲	빵	3.2	4.3	4.7	5.2	5.5	4.8	6.8
17	떡구입비		떡	1.4	1.2	1.4	1.2	1.3	1.3	1.9	

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	가중치						
					분위					CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)	CPI 가중치 (2022년 기준)
					1	2	3	4	5		
19	육류 (가공)	쇠고기구입비	▲	국산쇠고기	6.6	7.5	8.1	8.4	9.2	6.1	8.6
20			수입쇠고기	2.2						3.1	
21		돼지고기구입비		돼지고기	6.0	6.7	7.1	7.3	6.8	6.9	9.8
22		닭고기구입비		닭고기	1.0	1.1	1.0	1.0	1.0	1.1	1.5
23		소시지구입비		소시지	0.3	0.4	0.5	0.5	0.5	1.4	2.0
24		햄베이컨구입비		햄및베이컨	0.3	0.5	0.5	0.6	0.7	1.9	2.7
25		기타육류가공품 구입비	▲	기타육류가공품	2.1	2.6	3.1	3.4	3.5	0.6	0.9
26	수산물 (신선· 염건·기타)	바다어류구입비	▼	갈치	4.6	4.0	3.3	3.0	2.9	0.8	1.1
27				명태						0.5	0.7
28				조기						0.6	0.9
29				고등어						1.4	2.0
30		연체동물류구입비		오징어	1.1	1.1	0.8	0.9	0.8	0.7	1.0
32				굴						0.3	0.4
34				전복						0.4	0.5
38				낙지						0.4	0.5
31		갑각류구입비		게	0.9	0.9	1.0	1.0	1.1	0.6	0.9
35				새우						0.5	0.7
33		조개류구입비		조개	1.0	1.0	0.9	0.9	0.9	0.4	0.6
36		마른멸치구입비		마른멸치	0.5	0.4	0.3	0.3	0.3	0.4	0.5
37		마른오징어구입비		마른오징어	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	0.1	0.2
39				오징어채						0.1	0.2
40		복어구입비		복어채	0.4	0.3	0.3	0.2	0.2	0.3	0.4
41		어묵구입비		어묵	0.5	0.5	0.6	0.6	0.5	0.6	0.8
42		맛살구입비		맛살	0.1	0.1	0.2	0.1	0.2	0.1	0.2
43		기타수산물구입비		수산물통조림	0.8	0.8	0.8	0.9	0.9	0.5	0.7
44		젓갈구입비		젓갈	0.7	0.5	0.4	0.3	0.3	0.5	0.7
45	유제품· 알	우유구입비		우유	2.3	2.2	2.3	2.5	2.7	2.4	3.4
46		분유구입비		분유	0.0	0.2	0.5	0.4	0.4	0.4	0.5
47		치즈구입비		치즈	0.3	0.4	0.5	0.5	0.6	0.5	0.7
48		요구르트구입비		발효유	1.4	1.4	1.3	1.3	1.4	1.4	2.0
49	유지	알맞알가공품구입비		달걀	2.3	2.2	2.1	2.1	2.1	2.1	3.0
50		참기름들기름구입비		참기름	0.7	0.5	0.4	0.4	0.3	0.4	0.6
51		기타식물성식용유 구입비		식용유	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.6	0.8

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	가중치						
					분위					CPI 가중치 (2022년 기준 (% 환산)	CPI 가중치 (2022년 기준)
					1	2	3	4	5		
52	과 일 (가공)	사과구입비		사과	1.8	1.8	1.7	1.6	1.5	1.6	2.3
53		배구입비		배	0.4	0.5	0.4	0.4	0.5	0.5	0.7
54		복숭아구입비		복숭아	0.6	0.7	0.7	0.7	0.8	0.7	1.0
55		포도구입비		포도	0.7	1.0	0.9	1.1	1.1	1.0	1.4
56		밤구입비		밤	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
57		감구입비		감	0.5	0.5	0.4	0.3	0.3	0.4	0.5
58		감귤류구입비		귤	1.4	1.3	1.5	1.6	1.7	1.3	1.8
59		기타과일구입비	▲	오렌지	0.8	1.0	1.1	1.2	1.5	0.3	0.4
64				키위						0.3	0.4
65				블루베리						0.3	0.4
66				망고						0.3	0.4
67				체리						0.2	0.3
68				아보카도						0.1	0.1
69				파인애플						0.1	0.2
70				아몬드						0.1	0.2
60		참외구입비		참외	0.8	0.7	0.6	0.6	0.7	0.7	1.0
61		수박구입비		수박	0.6	0.7	0.7	0.7	0.8	0.7	1.0
62		딸기구입비		딸기	0.8	1.0	1.0	1.1	1.3	1.1	1.5
63		바나나구입비		바나나	0.6	0.5	0.6	0.5	0.5	0.6	0.8
71		과일가공품구입비		과일가공품	0.7	0.8	0.8	0.8	0.9	0.7	1.0
72	채 소 (가공)	배추구입비	▼	배추	1.2	0.9	0.6	0.5	0.4	0.9	1.3
73		상추구입비		상추	0.5	0.4	0.4	0.3	0.3	0.4	0.6
74		시금치구입비		시금치	0.4	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3
75		양배추구입비		양배추	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
76		미나리구입비		미나리	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
77		깻잎구입비		깻잎	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2
78		부추구입비		부추	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
79		무구입비	▼	무	0.9	0.6	0.5	0.4	0.3	0.4	0.6
80		기타채소구입비		열무	1.4	1.2	1.2	1.1	1.1	0.1	0.2
95				브로콜리						0.1	0.2
96				고사리						0.1	0.1
97				파프리카						0.4	0.6
81		당근구입비		당근	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3
82		감자구입비		감자	0.5	0.4	0.4	0.3	0.3	0.4	0.6
83		고구마구입비		고구마	0.9	0.7	0.6	0.5	0.5	0.7	1.0
84		도라지구입비		도라지	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
85		콩나물구입비		콩나물	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2	0.4	0.5

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목			가중치				
							분위				
							1	2	3	4	5
										CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)	CPI 가중치 (2022년 기준)
86	채 소 (가 공)	버섯구입비		버섯	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6	0.9
87		오이구입비		오이	0.5	0.5	0.4	0.4	0.3	0.4	0.6
88		생고추구입비		풋고추	0.6	0.5	0.5	0.3	0.3	0.4	0.6
89		호박구입비		호박	0.5	0.4	0.3	0.3	0.3	0.4	0.5
90		가지구입비		가지	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
91		토마토구입비		토마토	0.8	0.9	0.8	0.8	0.9	0.9	1.3
92		파구입비	▼	파	1.0	0.7	0.6	0.5	0.4	0.6	0.9
93		양파구입비		양파	0.7	0.5	0.5	0.4	0.4	0.5	0.7
94		마늘구입비	▼	마늘	1.3	1.0	0.8	0.7	0.6	0.9	1.3
98		채소가공품구입비		단무지	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.1	0.2
99	해 조 (가 공)	김구입비		김	0.7	0.6	0.6	0.6	0.6	0.4	0.5
100				맛김						0.4	0.5
101		미역구입비		미역	0.5	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3
102	당 류 및 과 자 류	초콜릿구입비		초콜릿	0.2	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.5
103		사탕젤리구입비		사탕	0.4	0.5	0.5	0.7	0.6	0.6	0.8
104		껌구입비		껌	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
105		아이스크림구입비		아이스크림	1.2	1.6	1.9	2.2	2.1	1.8	2.6
106		한과기타과자구입비		비스킷						1.3	1.9
107				스낵과자	2.6	3.5	3.9	4.2	4.1	2.0	2.9
108				파이						0.4	0.6
109		설탕구입비		설탕	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.3
110		잼꿀조청구입비		잼						0.1	0.1
111				꿀	0.5	0.5	0.4	0.4	0.4	0.3	0.4
112				물엿						0.1	0.2
113	조 미 식 품	기타조미식품구입비	▼	고춧가루						1.1	1.6
119				양념소스	2.4	2.2	1.9	1.5	1.4	0.4	0.5
114		참깨들깨구입비	▼	참깨	0.8	0.6	0.4	0.3	0.2	0.4	0.6
115		생강구입비		생강	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
116		소금구입비		소금	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.2
117		간장구입비		간장	0.4	0.3	0.3	0.3	0.2	0.3	0.4
118		된장구입비		된장	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.3	0.4
120		고추장구입비		고추장	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3
121		카레구입비		카레	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2
122		식초구입비		식초	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
123		드레싱구입비		드레싱	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2
124		혼합조미료구입비		혼합조미료	0.3	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.3

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	가중치							
					분위					CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)	CPI 가중치 (2022년 기준)	
					1	2	3	4	5			
125	기 타 식 품	죽스프구입비		스프	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3		
126		이유식구입비		이유식	0.0	0.0	0.4	0.3	0.1	0.3		
127		김치구입비		김치	1.1	1.0	0.8	0.9	0.8	0.9		
128		반찬류구입비		밀반찬	2.2	1.8	1.8	2.1	2.2	3.1		
129		즉석동결식품구입비		냉동식품	2.1	2.5	2.9	2.9	2.9	1.3	1.9	
130				즉석식품						2.2	3.1	
131		기타미분류식품 구입비		편의점도시락	0.3	0.4	0.6	0.7	0.7	0.3	0.4	
132				삼각김밥						0.3	0.4	
133	커피 · 차 · 주 스	커피구입비		커피	1.7	1.8	1.9	1.8	1.9	1.8	2.6	
134		차구입비		차	0.5	0.5	0.6	0.6	0.7	0.6	0.9	
135		과일야채주스구입비	▲	주스	0.6	0.8	1.0	1.1	1.2	1.0	1.4	
136		두유구입비		두유	0.8	0.6	0.5	0.5	0.5	0.6	0.8	
137		생수구입비		생수	1.0	1.1	1.0	0.9	0.8	0.9	1.3	
138		기타음료수구입비		기능성음료	1.5	1.9	1.9	2.0	1.8	0.4	0.5	
139				탄산음료						1.1	1.6	
140			기타음료	0.4						0.6		
합계					100							142.0

주 1) ▲, ▼는 항목별로 소득분위가 높아질수록 가중치가 증가(▲), 감소(▼)함을 의미하며, 그 외에는 별도 표시를 생략하였다. 가령, 기타조미식품구입비의 경우 소득분위가 1분위에서 5분위로 증가할수록 가중치가 2.4, 2.2, 1.9, 1.5, 1.4로 점차 감소하여 감소(▼)로 표기하였다. 반면, 설탕구입비의 경우 소득분위가 1분위에서 5분위로 증가 때 가중치는 0.3, 0.2, 0.2, 0.1, 0.1로 감소하지 않는 정체 구간이 있기에 별도 표시를 생략하였다.

2) 소시지구입비, 햄베이컨구입비, 기타육류가공품구입비의 경우 소득분위별 가중치와 2022년 기준 CPI 가중치(%)의 차이가 다른 품목에 비해 큰 것으로 나타났다. 이는 두 가지 요인 때문으로 추정된다. 1) 본 연구에서는 가계동향조사 기타생육구입비를 기타육류가공품구입비에 포함시켰다. 다만, 기타육류가공품구입비 가중치에 비해 기타생육구입비 가중치(소득 3분위의 경우 0.16)가 상대적으로 미미하여 큰 영향은 없을 것으로 추정된다. 2) CPI 가중치(%)의 경우 기타육류가공품구입비 가중치의 일부가 소시지구입비와 햄베이컨구입비로 분산 적용되었을 것으로 추정된다.

자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처(검색일: 2025. 12. 1.) 자료를 이용하여 저자 작성.

〈표 3-3〉 노인·비노인 가구별 가중치

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	가중치			
					구분		CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)	CPI 가중치 (2022년 기준)
1	곡물 (가공) · 빵 떡 류	멥쌀구입비	▲	쌀	2.9	5.3	3.0	4.2
2			현미	0.3			0.4	
3		찰쌀구입비	▲	찰쌀	0.3	0.8	0.4	0.5
4		맥류구입비	▲	보리쌀	0.1	0.2	0.1	0.2
5		두류구입비	▲	콩	0.3	1.1	0.4	0.5
6				땅콩			0.1	0.1
7		기타곡물구입비	▲	혼식곡	0.2	0.4	0.3	0.4
8		밀가루구입비		밀가루	0.1	0.1	0.1	0.1
9		국수류구입비	▼	국수	0.6	0.5	0.5	0.7
18				파스타면			0.1	0.1
10		라면류구입비	▼	라면	1.9	0.8	1.7	2.4
11		당면구입비		당면	0.1	0.1	0.1	0.2
12		두부구입비	▲	두부	0.8	1.1	0.8	1.2
13		기타곡물가공품 구입비	▼	시리얼	1.7	1.2	0.3	0.4
14				부침가루			0.4	0.6
15		케이크구입비	▼	케이크	1.3	0.2	1.1	1.6
16		식빵기타빵구입비	▼	빵	5.2	2.2	4.8	6.8
17		떡구입비	▲	떡	1.3	1.6	1.3	1.9
19	육류 (가공)	쇠고기구입비	▲	국산쇠고기	8.1	8.5	6.1	8.6
20			수입쇠고기	2.2			3.1	
21		돼지고기구입비	▼	돼지고기	7.0	5.8	6.9	9.8
22		닭고기구입비	▼	닭고기	1.1	0.8	1.1	1.5
23		소시지구입비	▼	소시지	0.5	0.1	1.4	2.0
24		햄베이컨구입비	▼	햄및베이컨	0.6	0.2	1.9	2.7
25		기타육류가공품 구입비	▼	기타육류가공품	3.3	1.8	0.6	0.9
26	수산 동물	바다어류구입비	▲	갈치	3.0	5.6	0.8	1.1
27				명태			0.5	0.7
28				조기			0.6	0.9
29				고등어			1.4	2.0
30		연체동물류구입비	▲	오징어	0.8	1.4	0.7	1.0
32				굴			0.3	0.4
34				전복			0.4	0.5
38				낙지			0.4	0.5
31		갑각류구입비	▲	게	1.0	1.1	0.6	0.9
35				새우			0.5	0.7

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목		가중치		
						구분		CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)
						비노인 가구	노인 가구	
33	(신선·염건·기타)	조개류구입비	▲	조개		0.9	1.2	0.4
36		마른멸치구입비	▲	마른멸치		0.3	0.6	0.4
37		마른오징어구입비	▼	마른오징어	0.3	0.2		0.1
39				오징어채				0.1
40		복어구입비	▲	복어채		0.3	0.4	0.3
41		어묵구입비	▼	어묵		0.6	0.3	0.6
42		맛살구입비		맛살		0.1	0.1	0.1
43		기타수산물구입비	▲	수산물통조림		0.8	0.9	0.5
44		젓갈구입비	▲	젓갈		0.3	0.9	0.5
45		우유구입비	▼	우유		2.5	2.0	2.4
46	유제품·알	분유구입비	▼	분유		0.4	0.0	0.4
47		치즈구입비	▼	치즈		0.5	0.3	0.5
48		요구르트구입비		발효유		1.4	1.4	1.4
49		알맞알가공품구입비		달걀		2.1	2.1	2.1
50		참기름들기름구입비	▲	참기름		0.4	0.8	0.4
51	유지	기타식물성식용유구입비		식용유		0.5	0.5	0.6
52	과일(가공)	사과구입비	▲	사과		1.5	2.3	1.6
53		배구입비	▲	배		0.4	0.6	0.5
54		복숭아구입비		복숭아		0.7	0.7	0.7
55		포도구입비	▼	포도		1.0	0.9	1.0
56		밤구입비	▲	밤		0.1	0.2	0.1
57		감구입비	▲	감		0.3	0.7	0.4
58		감귤류구입비	▼	귤		1.6	1.4	1.3
59		기타과일구입비	▼	오렌지	1.2	1.0		0.3
64				키위				0.3
65				블루베리				0.3
66				망고				0.3
67				체리				0.2
68				아보카도				0.1
69				파인애플				0.1
70				아몬드				0.1
60		참외구입비	▲	참외		0.7	0.8	0.7
61		수박구입비		수박		0.7	0.7	0.7
62		딸기구입비	▼	딸기		1.1	0.8	1.1
63		바나나구입비	▲	바나나		0.5	0.6	0.6
71		과일가공품구입비		과일가공품		0.9	0.9	0.7

(계속)

No.	가계동향조사 항목			가중치			
				구분		CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)	CPI 가중치 (2022년 기준)
				비노인 가구	노인 가구		
72	채소 (가공)	배추구입비 ▲	배추	0.5	1.5	0.9	1.3
73		상추구입비 ▲	상추	0.3	0.5	0.4	0.6
74		시금치구입비 ▲	시금치	0.2	0.4	0.2	0.3
75		양배추구입비 ▲	양배추	0.1	0.2	0.1	0.2
76		미나리구입비 ▲	미나리	0.1	0.2	0.1	0.2
77		깻잎구입비 ▲	깻잎	0.1	0.2	0.1	0.2
78		부추구입비 ▲	부추	0.1	0.2	0.1	0.2
79		무구입비 ▲	무	0.4	1.2	0.4	0.6
80		기타채소구입비 ▲	열무	1.1	1.6	0.1	0.2
95			브로콜리			0.1	0.2
96			고사리			0.1	0.1
97			파프리카			0.4	0.6
81		당근구입비	당근	0.2	0.2	0.2	0.3
82		감자구입비 ▲	감자	0.3	0.5	0.4	0.6
83		고구마구입비 ▲	고구마	0.5	1.1	0.7	1.0
84		도라지구입비 ▲	도라지	0.1	0.2	0.1	0.1
85		콩나물구입비 ▲	콩나물	0.3	0.4	0.4	0.5
86		버섯구입비	버섯	0.6	0.6	0.6	0.9
87		오이구입비 ▲	오이	0.4	0.6	0.4	0.6
88		생고추구입비 ▲	풋고추	0.4	0.7	0.4	0.6
89		호박구입비 ▲	호박	0.3	0.5	0.4	0.5
90		가지구입비 ▲	가지	0.1	0.3	0.1	0.2
91		토마토구입비	토마토	0.9	0.9	0.9	1.3
92		파구입비 ▲	파	0.5	1.0	0.6	0.9
93		양파구입비 ▲	양파	0.4	0.7	0.5	0.7
94		마늘구입비 ▲	마늘	0.7	1.6	0.9	1.3
98		채소가공품구입비 ▲	단무지	0.7	0.8	0.1	0.2
99	해조 (가공)	김구입비	김	0.6	0.6	0.4	0.5
100			맛김			0.4	0.5
101		미역구입비 ▲	미역	0.3	0.6	0.2	0.3
102	당류 및	초콜릿구입비 ▼	초콜릿	0.4	0.1	0.4	0.5
103		사탕젤리구입비 ▼	사탕	0.6	0.3	0.6	0.8
104		껌구입비	껌	0.1	0.1	0.1	0.1
105		아이스크림구입비 ▼	아이스크림	2.1	0.7	1.8	2.6
106		한과기타과자구입비 ▼	비스킷	4.2	1.6	1.3	1.9
107			스낵과자			2.0	2.9
108			파이			0.4	0.6

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	가중치			
					구분		CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)	CPI 가중치 (2022년 기준)
109	과 자 류	설탕구입비	▲	설탕	0.2	0.3	0.2	0.3
110		잼 꿀 조청구입비	▲	잼	0.4	0.6	0.1	0.1
111				꿀			0.3	0.4
112				물엿			0.1	0.2
113	조 미 식 품	기타조미식품구입비	▲	고춧가루	1.5	3.3	1.1	1.6
119				양념소스			0.4	0.5
114		참깨들깨구입비	▲	참깨	0.2	1.3	0.4	0.6
115		생강구입비	▲	생강	0.1	0.2	0.1	0.1
116		소금구입비	▲	소금	0.1	0.3	0.1	0.2
117		간장구입비	▲	간장	0.3	0.5	0.3	0.4
118		된장구입비		된장	0.3	0.3	0.3	0.4
120		고추장구입비		고추장	0.2	0.2	0.2	0.3
121		카레구입비		카레	0.1	0.1	0.1	0.2
122		식초구입비		식초	0.1	0.1	0.1	0.1
123		드레싱구입비	▼	드레싱	0.2	0.1	0.1	0.2
124		혼합조미료구입비	▲	혼합조미료	0.2	0.3	0.2	0.3
125	기 타 식 품	죽스프구입비		스프	0.2	0.2	0.2	0.3
126		이유식구입비	▼	이유식	0.2	0.0	0.2	0.3
127		김치구입비	▼	김치	0.9	0.8	0.9	1.3
128		반찬류구입비	▼	밀반찬	2.1	1.5	2.2	3.1
129		즉석동결식품구입비	▼	냉동식품	3.0	1.1	1.3	1.9
130				즉석식품			2.2	3.1
131		기타미분류식품 구입비	▼	편의점도시락	0.7	0.2	0.3	0.4
132				삼각김밥			0.3	0.4
133	커피 · 차 · 주 스	커피구입비	▼	커피	1.9	1.2	1.8	2.6
134		차구입비	▼	차	0.6	0.4	0.6	0.9
135		과일야채쥬스구입비	▼	쥬스	1.1	0.5	1.0	1.4
136		두유구입비	▲	두유	0.5	0.8	0.6	0.8
137		생수구입비	▼	생수	1.0	0.7	0.9	1.3
138		기타음료수구입비	▼	기능성음료	2.0	0.8	0.4	0.5
139				탄산음료			1.1	1.6
140				기타음료			0.4	0.6
합계					100			142.0

주 1) ▲, ▼는 항목별로 노인 가구의 가중치가 비노인 가구의 가중치보다 큼(▲), 작음(▼)을 의미하며, 두 가
중치가 동일한 경우에는 별도 표시를 생략하였다.

2) 소시지구입비, 햄베이컨구입비, 기타육류가공품구입비의 경우 소득분위별 가중치와 2022년 기준 CPI
가중치(%)의 차이가 다른 품목에 비해 큰 것으로 나타났다. 이는 두 가지 요인 때문으로 추정됨. 1) 본
연구에서는 가계동향조사 기타생육구입비를 기타육류가공품구입비에 포함시켰다. 다만, 기타육류가
공품구입비 가중치에 비해 기타생육구입비 가중치(노인 가구의 경우 0.17)가 상대적으로 미미하여 큰
영향은 없을 것으로 추정된다. 2) CPI 가중치(%)의 경우 기타육류가공품구입비 가중치의 일부가 소시
지구입비와 햄베이컨구입비로 분산 적용되었을 것으로 추정된다.

자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처(검색일: 2025. 12. 1.) 자료를 이용하여 저자 작성.

〈표 3-4〉 근로자·근로자 외 가구별 가중치

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	가중치			
					구분		CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)	CPI 가중치 (2022년 기준)
					근로자가구	근로자 외 가구		
1	곡물 (가공) · 빵 떡 류	멥쌀구입비	▲	쌀	2.7	4.0	3.0	4.2
2				현미			0.3	0.4
3		찰쌀구입비	▲	찰쌀	0.3	0.4	0.4	0.5
4		맥류구입비		보리쌀	0.1	0.1	0.1	0.2
5		두류구입비	▲	콩	0.3	0.6	0.4	0.5
6				땅콩			0.1	0.1
7		기타곡물구입비		혼식곡	0.3	0.3	0.3	0.4
8		밀가루구입비		밀가루	0.1	0.1	0.1	0.1
9		국수류구입비		국수	0.6	0.6	0.5	0.7
18				파스타면			0.1	0.1
10		라면류구입비	▼	라면	1.8	1.5	1.7	2.4
11		당면구입비		당면	0.1	0.1	0.1	0.2
12		두부구입비	▲	두부	0.8	1.0	0.8	1.2
13		기타곡물가공품 구입비	▼	시리얼	1.7	1.5	0.3	0.4
14				부침가루			0.4	0.6
15		케이크구입비	▼	케이크	1.4	0.8	1.1	1.6
16		식빵기타빵구입비	▼	빵	5.4	3.8	4.8	6.8
17		떡구입비	▲	떡	1.3	1.4	1.3	1.9
19	육류 (가공)	쇠고기구입비	▲	국산쇠고기	8.1	8.4	6.1	8.6
20				수입쇠고기			2.2	3.1
21		돼지고기구입비		돼지고기	6.8	6.8	6.9	9.8
22		닭고기구입비	▼	닭고기	1.1	1.0	1.1	1.5
23		소시지구입비	▼	소시지	0.5	0.3	1.4	2.0
24		햄베이컨구입비	▼	햄및베이컨	0.7	0.5	1.9	2.7
25		기타육류가공품 구입비	▼	기타육류가공품	3.3	2.7	0.6	0.9
26	수산 동물 (신선 · 연건 · 기타)	바다어류구입비	▲	갈치	3.0	4.1	0.8	1.1
27				명태			0.5	0.7
28				조기			0.6	0.9
29				고등어			1.4	2.0
30		연체동물류구입비	▲	오징어	0.8	1.1	0.7	1.0
32				굴			0.3	0.4
34				전복			0.4	0.5
38				낙지			0.4	0.5
31		갑각류구입비		게	1.0	1.0	0.6	0.9
35				새우			0.5	0.7
33		조개류구입비	▲	조개	0.9	1.0	0.4	0.6
36		마른멸치구입비	▲	마른멸치	0.3	0.4	0.4	0.5
37		마른오징어구입비		마른오징어	0.3	0.3	0.1	0.2
39				오징어채			0.1	0.2

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목		가중치		
						구분		CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)
						근로자가구	근로자 외 가구	
40	유 제 품 · 알 유 지	복어구입비	▲	복어채	0.2	0.3	0.3	0.4
41		어묵구입비		어묵	0.5	0.5	0.6	0.8
42		맛살구입비		맛살	0.1	0.1	0.1	0.2
43		기타수산물구입비	▲	수산물통조림	0.8	0.9	0.5	0.7
44		젓갈구입비	▲	젓갈	0.3	0.6	0.5	0.7
45		우유구입비	▼	우유	2.6	2.3	2.4	3.4
46		분유구입비	▼	분유	0.4	0.2	0.4	0.5
47		치즈구입비	▼	치즈	0.6	0.4	0.5	0.7
48		요구르트구입비	▼	발효유	1.4	1.3	1.4	2.0
49		알맞알가공품구입비		달걀	2.1	2.1	2.1	3.0
50	유 지	참기름들기름구입비	▲	참기름	0.3	0.6	0.4	0.6
51		기타식물성식용유 구입비		식용유	0.5	0.5	0.6	0.8
52	과 일 (가 공)	사과구입비	▲	사과	1.5	1.8	1.6	2.3
53		배구입비		배	0.5	0.5	0.5	0.7
54		복숭아구입비		복숭아	0.7	0.7	0.7	1.0
55		포도구입비		포도	1.0	1.0	1.0	1.4
56		밤구입비		밤	0.1	0.1	0.1	0.2
57		감구입비	▲	감	0.3	0.4	0.4	0.5
58		감귤류구입비	▼	귤	1.6	1.5	1.3	1.8
59		기타과일구입비	▼	오렌지	1.2	1.1	0.3	0.4
64				키위			0.3	0.4
65				블루베리			0.3	0.4
66				망고			0.3	0.4
67				체리			0.2	0.3
68				아보카도			0.1	0.1
69				파인애플			0.1	0.2
70				아몬드			0.1	0.2
60		참외구입비	▲	참외	0.6	0.7	0.7	1.0
61		수박구입비		수박	0.7	0.7	0.7	1.0
62		딸기구입비	▼	딸기	1.1	1.0	1.1	1.5
63		바나나구입비	▲	바나나	0.5	0.6	0.6	0.8
71		과일가공품구입비	▼	과일가공품	0.9	0.8	0.7	1.0
72		배추구입비	▲	배추	0.5	0.9	0.9	1.3
73		상추구입비	▲	상추	0.3	0.4	0.4	0.6
74		시금치구입비	▲	시금치	0.2	0.3	0.2	0.3
75		양배추구입비		양배추	0.1	0.1	0.1	0.2
76		미나리구입비		미나리	0.1	0.1	0.1	0.2

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	가중치			
					구분		CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)	CPI 가중치 (2022년 기준)
					근로자가구	근로자 외 가구		
77	채 소 (가 공)	깻잎구입비	▲	깻잎	0.1	0.2	0.1	0.2
78		부추구입비		부추	0.1	0.1	0.1	0.2
79		무구입비	▲	무	0.4	0.7	0.4	0.6
80		기타채소구입비	▲	열무	1.1	1.3	0.1	0.2
95				브로콜리			0.1	0.2
96				고사리			0.1	0.1
97				파프리카			0.4	0.6
81		당근구입비		당근	0.2	0.2	0.2	0.3
82		감자구입비	▲	감자	0.3	0.4	0.4	0.6
83		고구마구입비	▲	고구마	0.6	0.7	0.7	1.0
84		도라지구입비		도라지	0.1	0.1	0.1	0.1
85		콩나물구입비		콩나물	0.3	0.3	0.4	0.5
86		버섯구입비	▲	버섯	0.5	0.6	0.6	0.9
87		오이구입비		오이	0.4	0.4	0.4	0.6
88		생고추구입비	▲	풋고추	0.4	0.5	0.4	0.6
89		호박구입비	▲	호박	0.3	0.4	0.4	0.5
90		가지구입비		가지	0.1	0.1	0.1	0.2
91		토마토구입비	▲	토마토	0.8	0.9	0.9	1.3
92		파구입비	▲	파	0.5	0.7	0.6	0.9
93		양파구입비	▲	양파	0.4	0.6	0.5	0.7
94		마늘구입비	▲	마늘	0.6	1.1	0.9	1.3
98		채소가공품구입비		단무지	0.7	0.7	0.1	0.2
99	해 조 (가 공)	김구입비		김	0.6	0.6	0.4	0.5
100				맛김			0.4	0.5
101		미역구입비	▲	미역	0.3	0.4	0.2	0.3
102	당 류 및 과 자 류	초콜릿구입비	▼	초콜릿	0.4	0.2	0.4	0.5
103		사탕젤리구입비	▼	사탕	0.7	0.4	0.6	0.8
104		껌구입비		껌	0.1	0.1	0.1	0.1
105		아이스크림구입비	▼	아이스크림	2.1	1.5	1.8	2.6
106		한과기타과자구입비	▼	비스킷	4.3	3.1	1.3	1.9
107				스낵과자			2.0	2.9
108				파이			0.4	0.6
109		설탕구입비	▲	설탕	0.1	0.2	0.2	0.3
110		잼꿀조청구입비	▲	잼	0.4	0.5	0.1	0.1
111				꿀			0.3	0.4
112				물엿			0.1	0.2

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	가중치			
					구분		CPI 가중치 (2022년 기준) (% 환산)	CPI 가중치 (2022년 기준)
113	조 미 식 품	기타조미식품구입비	▲	고춧가루	1.5	2.2	1.1	1.6
119				양념소스			0.4	0.5
114		참깨들깨구입비	▲	참깨	0.2	0.6	0.4	0.6
115		생강구입비		생강	0.1	0.1	0.1	0.1
116		소금구입비	▲	소금	0.1	0.2	0.1	0.2
117		간장구입비		간장	0.3	0.3	0.3	0.4
118		된장구입비		된장	0.3	0.3	0.3	0.4
120		고추장구입비		고추장	0.2	0.2	0.2	0.3
121		카레구입비		카레	0.1	0.1	0.1	0.2
122		식초구입비		식초	0.1	0.1	0.1	0.1
123		드레싱구입비	▼	드레싱	0.2	0.1	0.1	0.2
124		혼합조미료구입비		혼합조미료	0.2	0.2	0.2	0.3
125	기 타 식 품	죽스프구입비		스프	0.2	0.2	0.2	0.3
126		이유식구입비	▼	이유식	0.2	0.1	0.2	0.3
127		김치구입비		김치	0.9	0.9	0.9	1.3
128		반찬류구입비	▼	밀반찬	2.1	1.9	2.2	3.1
129		즉석동결식품구입비	▼	냉동식품	3.0	2.3	1.3	1.9
130				즉석식품			2.2	3.1
131		기타미분류식품구입 비	▼	편의점도시락	0.7	0.5	0.3	0.4
132				삼각김밥			0.3	0.4
133	커피 · 차 · 주 스	커피구입비	▼	커피	1.9	1.7	1.8	2.6
134		차구입비	▼	차	0.6	0.5	0.6	0.9
135		과일야채쥬스구입비	▼	쥬스	1.1	0.8	1.0	1.4
136		두유구입비	▲	두유	0.5	0.6	0.6	0.8
137		생수구입비	▼	생수	1.0	0.9	0.9	1.3
138		기타음료수구입비	▼	기능성음료	2.1	1.5	0.4	0.5
139				탄산음료			1.1	1.6
140	기타음료			0.4			0.6	
합계					100			142.0

주 1) ▲, ▼는 항목별로 근로자와가구의 가중치가 근로자가구의 가중치보다 큼(▲), 작음(▼)을 의미하며, 두 가중치가 동일한 경우에는 별도 표시를 생략하였다.

2) 소시지구입비, 햄베이컨구입비, 기타육류가공품구입비의 경우 소득분위별 가중치와 2022년 기준 CPI 가중치(%)의 차이가 다른 품목에 비해 큰 것으로 나타났다. 이는 두 가지 요인 때문으로 추정된다. 1) 본 연구에서는 가계동향조사 기타생육구입비를 기타육류가공품구입비에 포함시켰다. 다만, 기타육류가공품구입비 가중치에 비해 기타생육구입비 가중치(근로자와가구의 경우 0.20)가 상대적으로 미미하여 큰 영향은 없을 것으로 추정된다. 2) CPI 가중치(%)의 경우 기타육류가공품구입비 가중치의 일부가 소시지구입비와 햄베이컨구입비로 분산 적용되었을 것으로 추정된다.

자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처(검색일: 2025. 12. 1.) 자료를 이용하여 저자 작성.

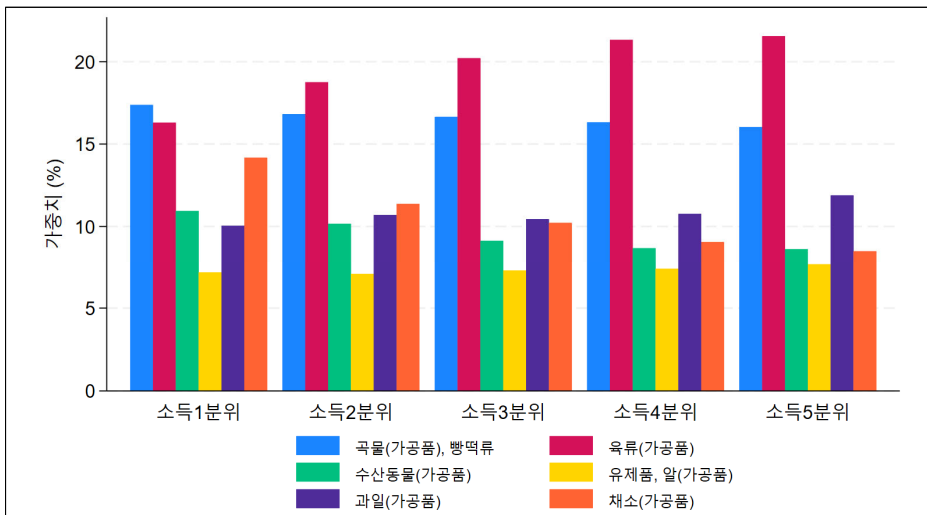
1.2. 가구 특성별 가중치 분석

1.2.1. 소득분위별 가중치 분석

아래 그림은 2022년 국가데이터처 가계동향조사 자료를 활용하여 소득분위별 주요 품목의 가중치를 나타낸 것으로, 각 품목의 소비지출액이 전체 농식품 소비 지출액에서 차지하는 비중을 의미한다.

소득수준에 따라 농식품 소비패턴이 상이하게 나타나며, 특히 채소(가공품)의 경우 소득이 가능 낮은 소득 1분위에서 약 14.2%로 가장 높은 가중치를 보이는 반면, 소득이 증가할수록 가중치가 점차 감소한 것으로 나타났다. 이는 저소득층일수록 채소류 소비 비중이 높음을 시사한다.

〈그림 3-1〉 소득분위별 주요 품목 가중치

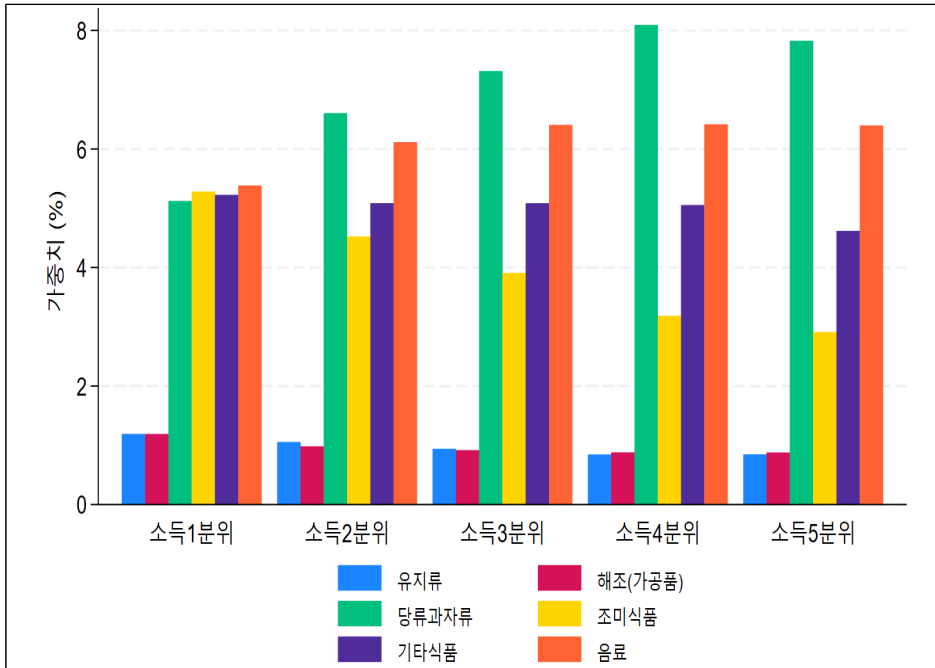


자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

반대로, 육류(가공품)는 소득이 높아질수록 가중치가 상승하는 경향을 보이며, 소득 5분위에서 21.5%로 나타났다. 이는 고소득층일수록 육류(가공품)에 대한 소비 비중이 높음을 시사한다.

아래 그림은 소득분위별 기타 품목의 가중치(%)를 나타낸 것으로 소득 5분위를 제외하고는 소득이 증가함에 따라 당류과자류, 음료의 가중치는 점차 증가하는 경향을 보인다. 이는 고소득층일수록 간식 및 기호식품의 소비 비중이 대체로 높음을 시사한다.

〈그림 3-2〉 소득분위별 기타 품목 가중치

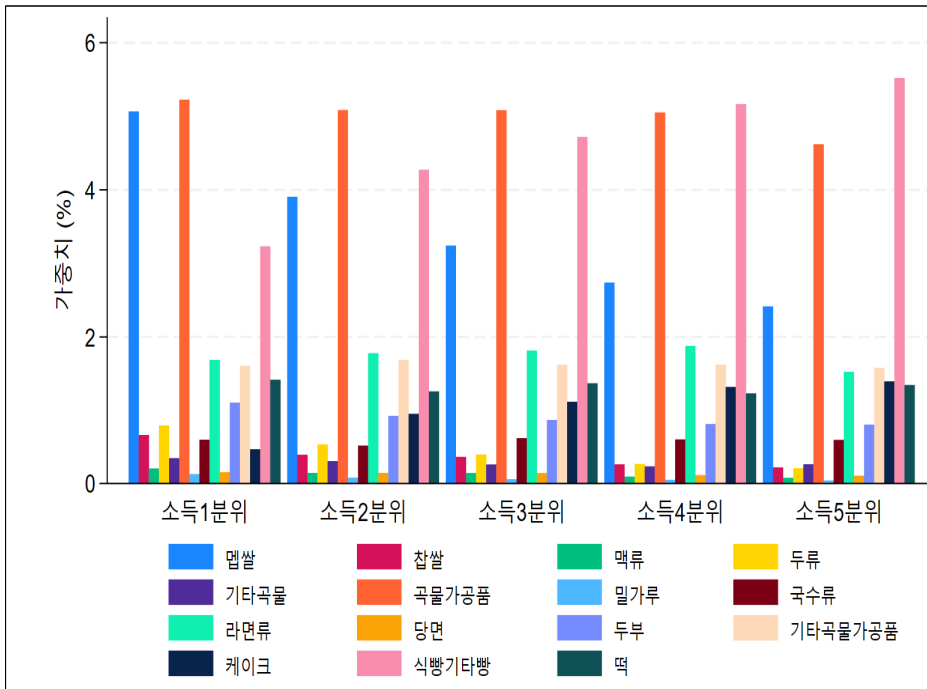


자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 소득분위별 주요 곡물·곡물가공품·빵떡류의 가중치(%)를 나타낸다. 뭇쌀의 경우 소득 1분위에서 가중치가 5.1%로 가장 높은 반면, 소득이 높아질수록 그 비중이 감소하는 경향을 보인다. 이는 저소득 가구의 경우 주식(쌀밥)을 위한 소비지출 비중이 상대적으로 높음을 시사한다.

반대로 식빵·기타빵류는 소득수준이 높아질수록 가중치가 증가하며, 소득 5분위에서 약 5.5%로 가장 높은 비중을 보인다. 이를 통해 고소득 가구의 식빵·기타빵류에 대한 소비가 상대적으로 활발한 것을 알 수 있다.

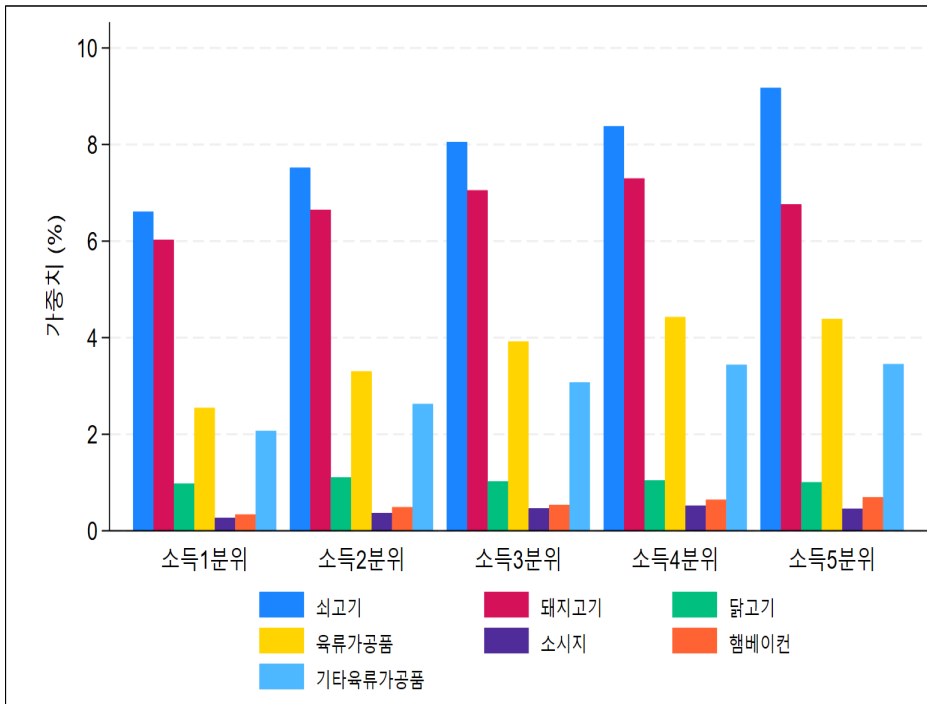
〈그림 3-3〉 소득분위별 곡물·곡물가공품·빵떡류 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 소득분위별로 육류 및 육류가공품 가중치(%)를 비교한 결과를 나타낸다. 분석 결과 소득이 높아질수록 쇠고기, 돼지고기, 육류가공품, 기타육류가공품의 가중치가 대체로 증가하는 경향을 보이는 것으로 나타났다. 특히, 쇠고기는 소득 5분위에서 약 9.2%로 가장 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 이를 통해 고소득 가구일수록 육류 소비 비중이 상대적으로 높음을 알 수 있다.

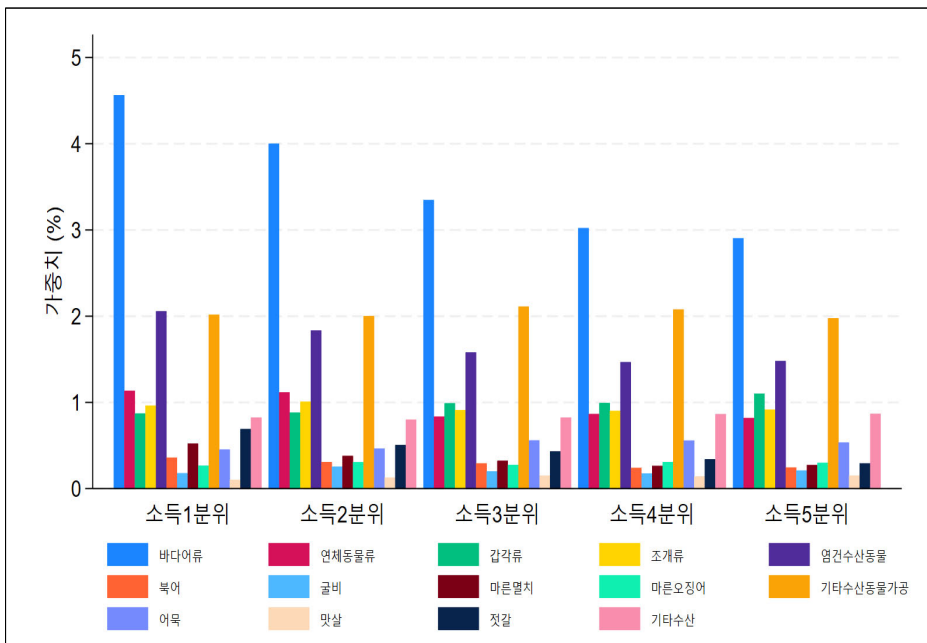
〈그림 3-4〉 소득분위별 육류·육류가공품 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 소득분위별 수산동물 및 수산동물가공품의 가중치를 품목별로 비교한 것으로, 농식품 소비에서 각 품목이 차지하는 상대적 비중을 나타낸다. 전 소득분위에서 가중치가 가장 높게 나타난 바다어류의 경우, 가중치가 소득 1분위에서 약 4.6%로 가장 높게 나타났으며 소득이 높아질수록 점차 감소하는 경향을 보였다. 이는 바다어류 가격 상승 시 저소득 가구가 고소득 가구에 비해 상대적으로 취약함을 시사한다.

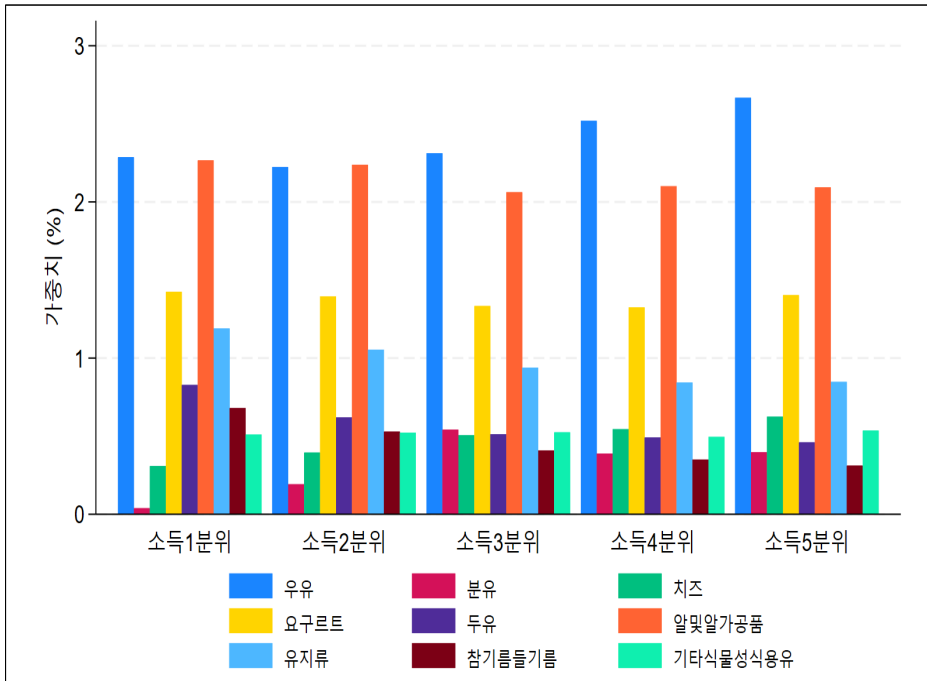
〈그림 3-5〉 소득분위별 수산동물·수산동물가공품 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 소득분위별 유제품, ‘알 및 알가공품’ 품목의 가중치(%)를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 상대적 비중을 나타낸다. 분석 결과 소득분위에 상관없이 우유와 ‘알 및 알가공품’의 가중치가 가장 높게 나타났다.

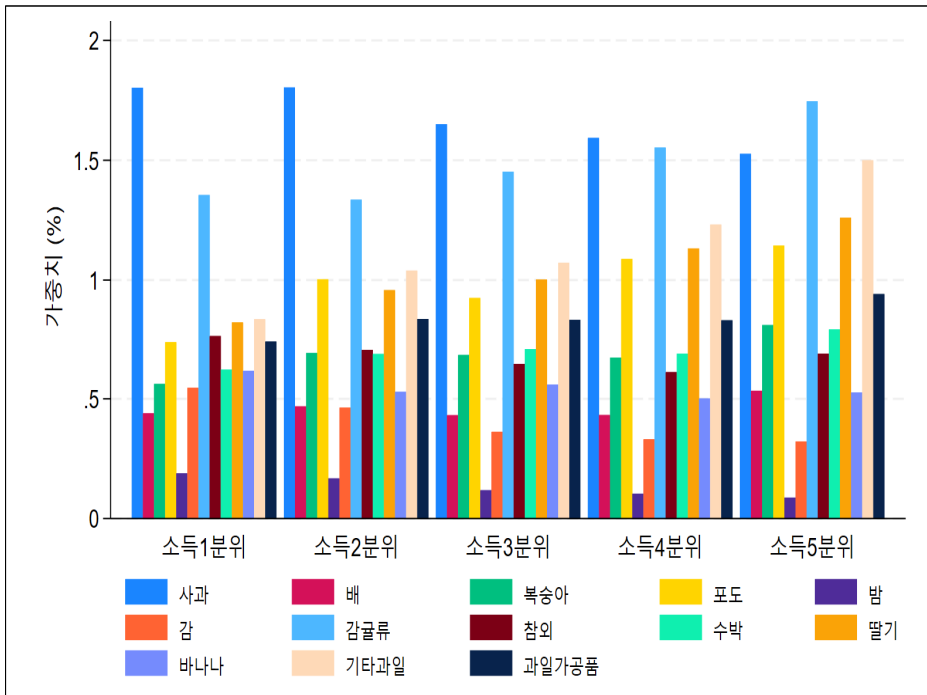
〈그림 3-6〉 소득분위별 유제품·알·알가공품 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 소득분위별 과일 및 과일가공품의 가중치를 품목별로 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 상대적 비중을 나타낸다. 사과와 감은 소득 1~4분위에서 가장 높은 가중치를 기록하고 있으며, 특히 소득 1~2분위에서 약 1.8%로 가장 높은 비중을 나타냈다. 이는 사과가 대표적인 과일로서 소득계층 전반에 걸쳐 활발히 소비되고 있음을 시사한다.

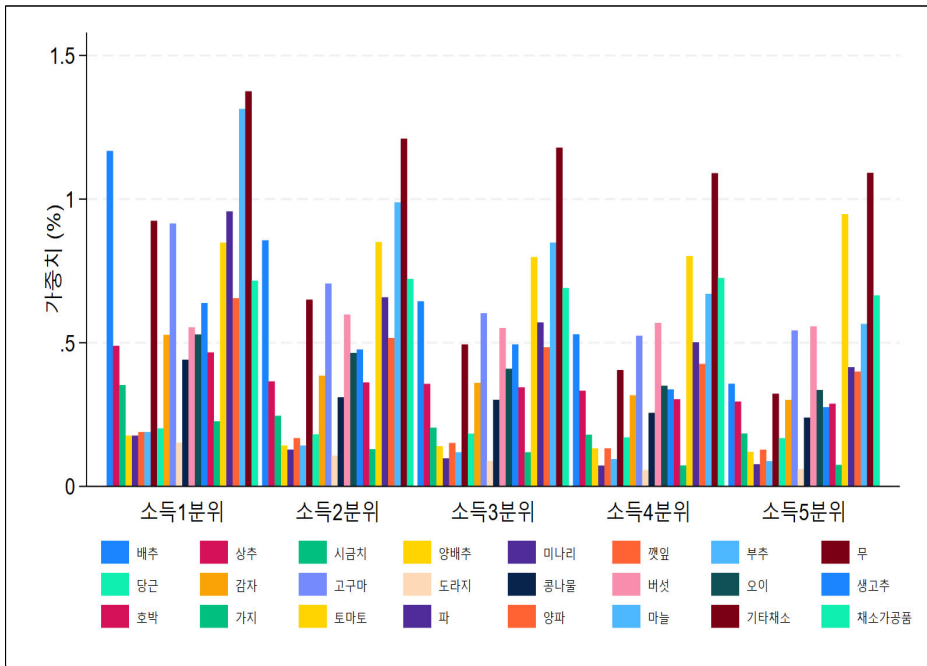
〈그림 3-7〉 소득분위별 과일·과일가공품 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 소득분위별 채소 및 채소가공품의 가중치를 품목별로 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 상대적 비중을 나타낸다. 분석 결과 소득 1분위에서 가장 높은 가중치를 나타내고 있는 기타 채소, 마늘, 배추는 소득이 높아질수록 가중치가 감소하는 경향을 보였다. 특히 마늘과 배추는 가중치가 급격히 감소하는 것으로 나타났다.

〈그림 3-8〉 소득분위별 채소·채소가공품 가중치



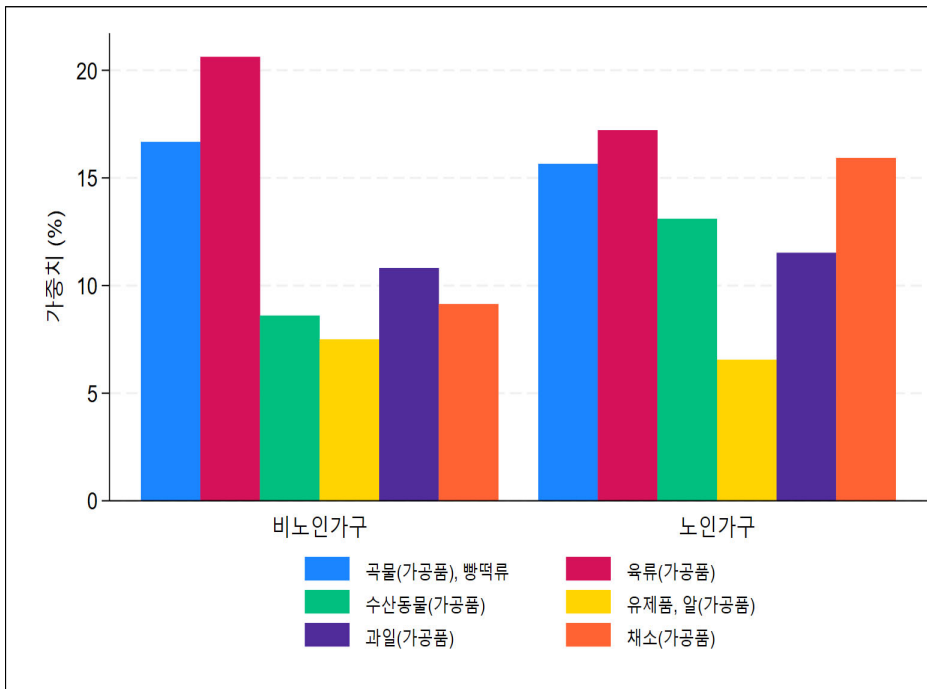
주: 각 막대그래프의 순서와 범례의 각 품목의 순서는 일치함. 가령, 소득 1분위 막대그래프 중 왼쪽에 위치한 갈색 그래프는 무의 가중치를 나타내며, 오른쪽에 위치한 그래프는 기타채소의 가중치를 나타냄.

자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

1.2.2. 노인 가구·비노인 가구별 가중치 분석

아래 그림은 노인 가구와 비노인 가구 간 주요 식품군별 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 식품군이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 또한 노인 가구는 비노인 가구에 비해 육류(가공품)의 가중치는 상대적으로 낮은 반면, 채소(가공품)와 수산 동물의 가중치는 상대적으로 높게 나타났다. 이는 채소(가공품)와 수산 동물 가격 상승에 노인 가구가 비노인 가구에 비해 상대적으로 더 취약할 수 있음을 시사한다.

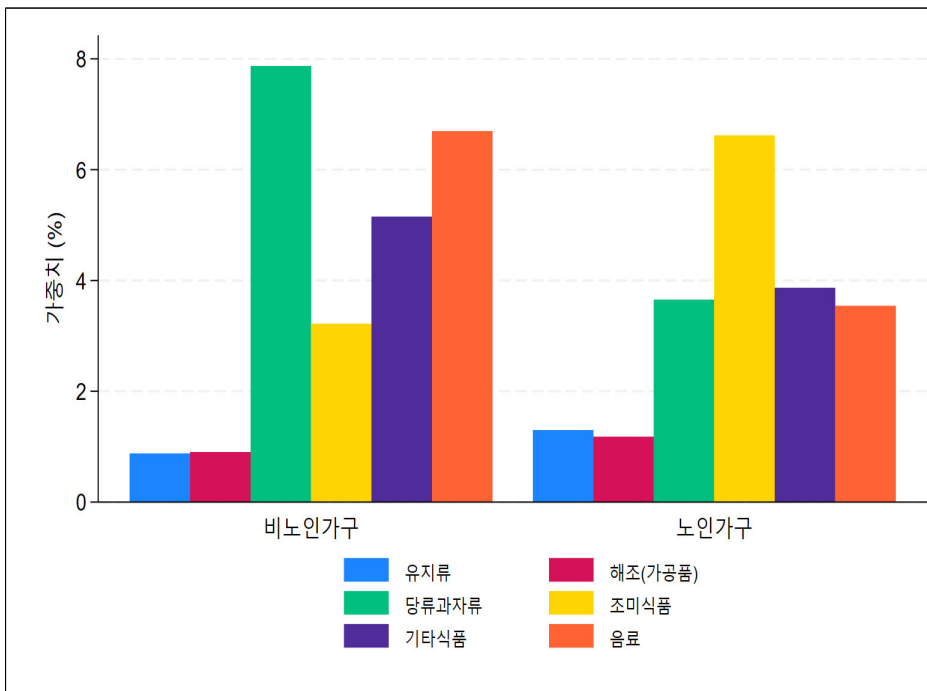
〈그림 3-9〉 노인 가구별 주요 품목 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 노인 가구와 비노인 가구의 기타 식품군별 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 유지류, 해조(가공품), 당류과자류, 조미식품, 기타식품, 음료의 소비가 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 상대적 비중을 나타낸다. 분석 결과 노인 가구는 비노인 가구에 비해 조미식품의 가중치가 매우 높게 나타났다. 반면 노인 가구의 당류과자류, 기타식품, 음료 가중치는 상대적으로 낮게 나타났다. 이는 노인 가구의 건강을 고려한 식품 소비성향이 반영된 것으로 보인다.

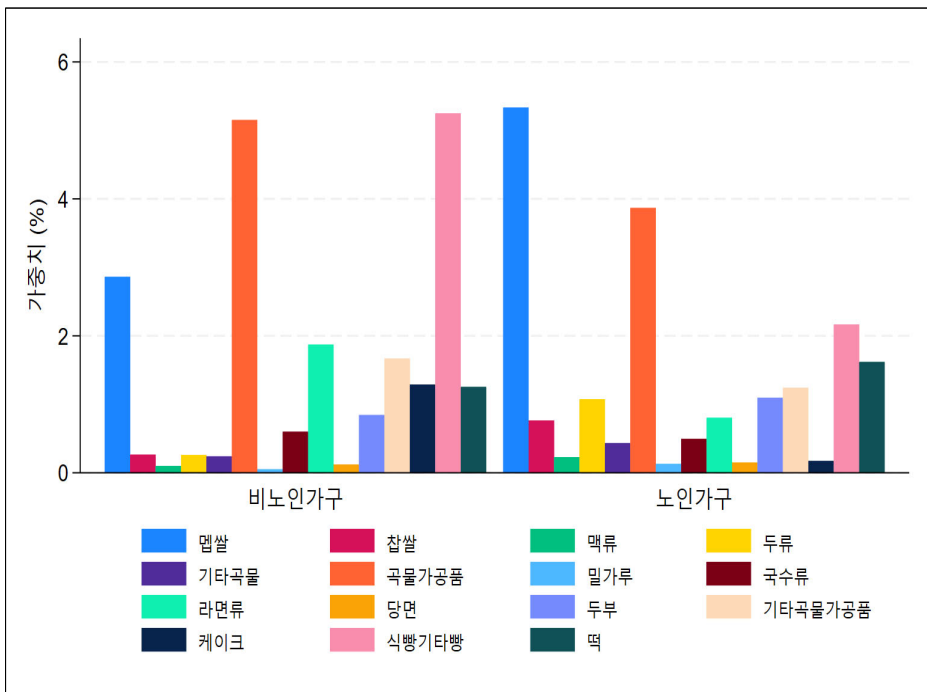
〈그림 3-10〉 노인 가구별 기타 품목 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 노인 가구와 비노인 가구 간 곡물 및 곡물가공품, 빵떡류 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 상대적 비중을 나타낸다. 노인 가구는 멥쌀의 가중치가 가장 높게 나타난 반면, 비노인 가구는 곡물가공품과 식빵·기타빵의 가중치가 가장 높게 나타났다. 이는 노인 가구는 상대적으로 밥 중심의 전통적인 식생활을 하는 반면, 비노인 가구는 빵 중심의 현대화된 식생활을 하고 있음을 시사한다.

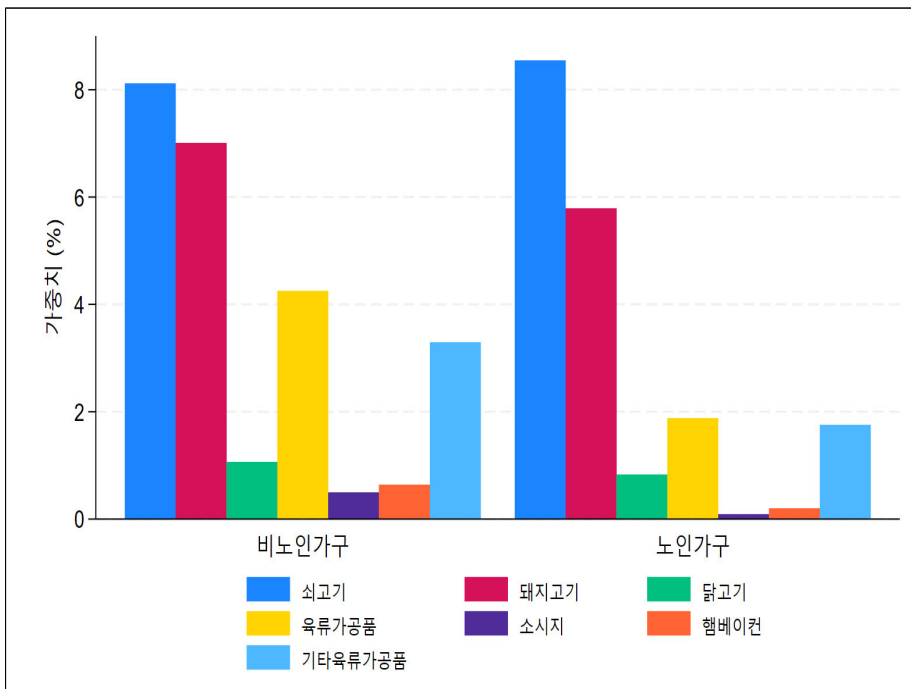
〈그림 3-11〉 노인 가구별 곡물·곡물가공품·빵떡류 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 노인 가구와 비노인 가구 간 육류 및 육류가공품 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 노인 가구의 쇠고기 소비지출 비중은 비노인 가구보다 다소 높은 것으로 나타났다. 돼지고기 소비지출 비중은 비노인 가구에 비해 낮은 것으로 나타났다. 또한 노인 가구는 비노인 가구에 비해 육류가공품, 소시지, 햄·베이컨, 기타육류가공품의 소비지출 비중이 낮은 것으로 나타났다.

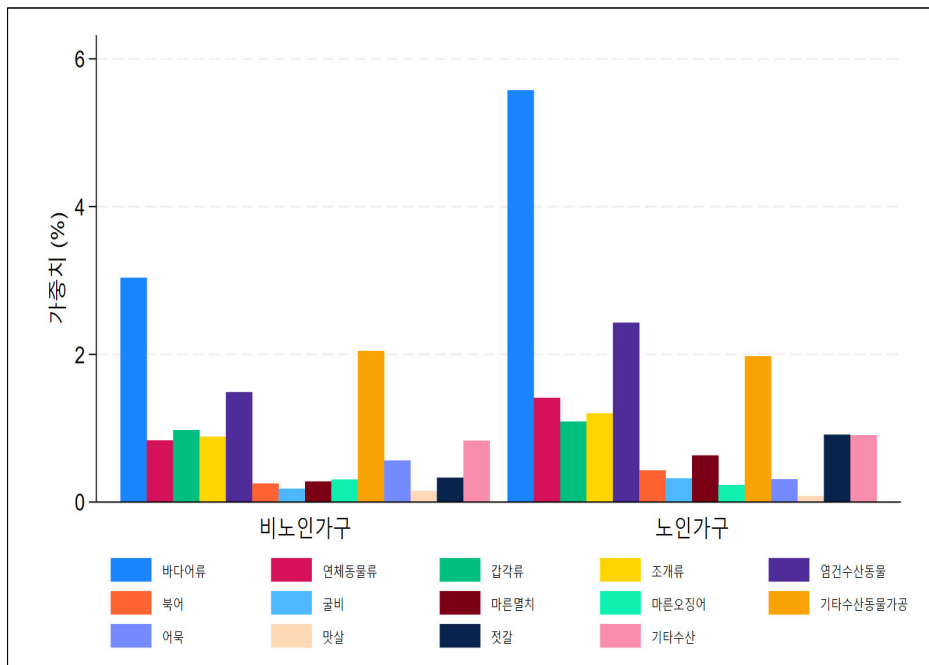
〈그림 3-12〉 노인 가구별 육류·육류가공품 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 노인 가구와 비노인 가구 간 수산동물 및 수산동물가공품 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 노인 가구는 비노인 가구에 비해 바다어류에 대한 소비지출 비중이 매우 높은 것으로 나타났으며, 그 외 수산동물에 있어서도 비노인 가구에 비해 지출 비중이 대체로 높은 것으로 나타났다.

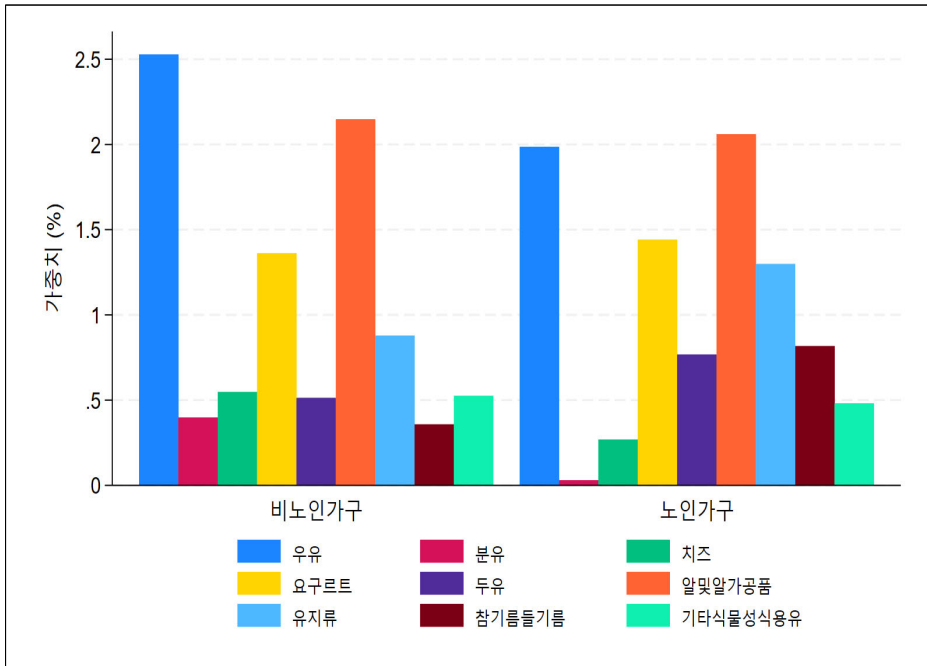
〈그림 3-13〉 노인 가구별 수산동물·수산동물가공품 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 노인 가구와 비노인 가구 간 유제품, 알 및 알 가공품 소비지출 비중을 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 노인 가구는 비노인 가구에 비해 유지류, 참기름·들기름, 요구르트, 두유의 소비지출 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

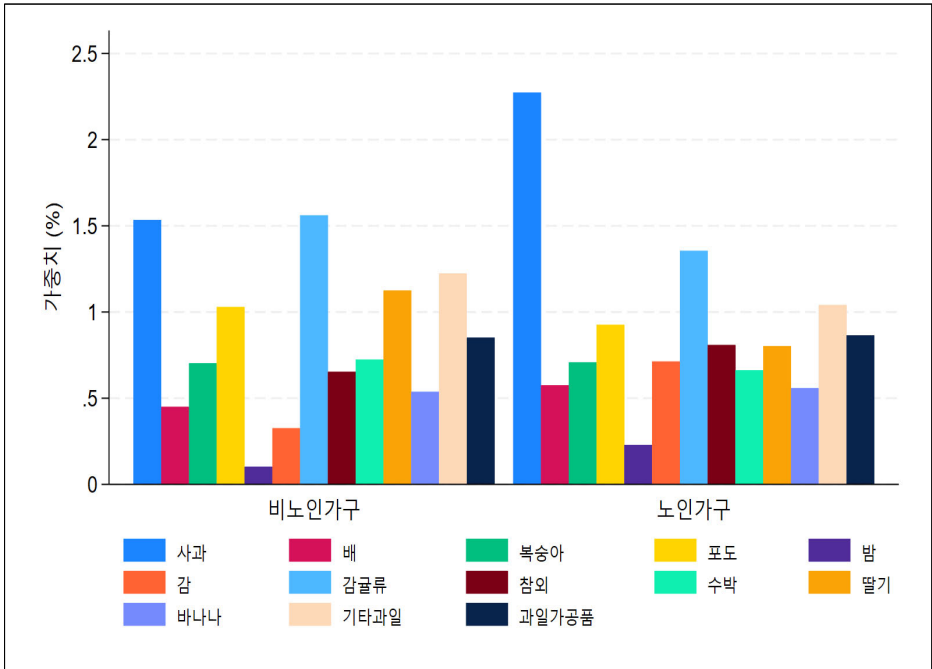
〈그림 3-14〉 노인 가구별 유제품·알·알가공품 비중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 노인 가구와 비노인 가구 간 과일 및 과일 가공품 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 노인 가구와 비노인 가구 모두에서 사과와 감귤류는 가장 높은 가중치를 차지하는 것으로 나타났다. 특히 노인 가구에서 사과의 가중치는 2.3%로 다른 과일 및 과일 가공품에 비해 매우 높게 나타났다. 이는 노인 가구가 여러 과일 중에서도 특히 사과의 가격 상승에 취약할 수 있음을 의미한다.

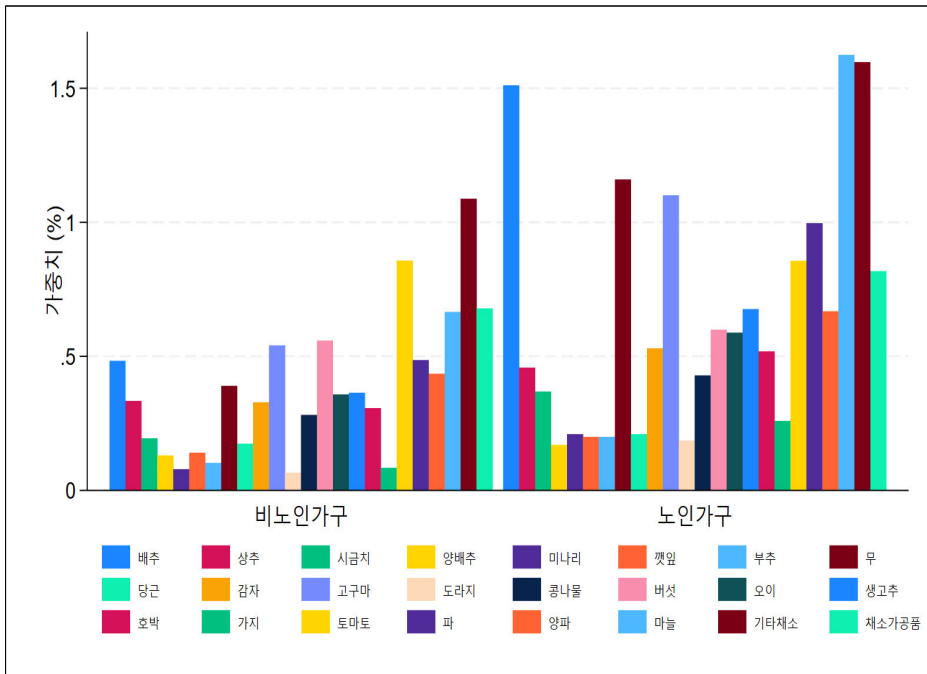
〈그림 3-15〉 노인 가구별 과일·과일가공품 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 노인 가구와 비노인 가구 간 채소 및 채소가공품 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 채소 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 상대적 비중을 나타낸다. 배추의 소비지출 비중은 노인 가구와 비노인 가구에서 매우 큰 차이가 나타났는데, 노인 가구에서는 배추의 소비지출 비중이 1.5%로 비노인 가구의 소비지출 비중 0.5%보다 현저히 높은 수준을 보였다. 배추 외에 무, 마늘, 고구마도 노인 가구의 가중치가 비노인 가구의 가중치보다 매우 높은 것으로 나타났다.

〈그림 3-16〉 노인 가구별 채소·채소가공품 가중치



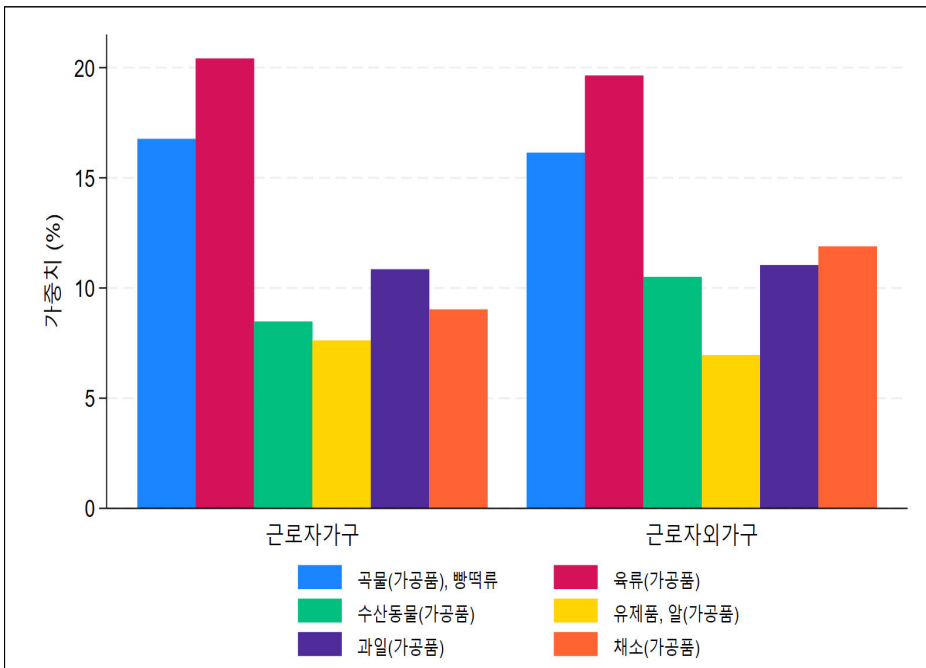
주: 각 막대그래프의 순서와 범례의 각 품목의 순서는 일치함. 가령, 비노인 가구의 채소·채소가공품 가중치 막대그래프 중 왼쪽에 위치한 갈색 그래프는 무의 가중치를 나타내며, 오른쪽에 위치한 그래프는 기타채소의 가중치를 나타냄.

자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

1.2.3. 근로자·근로자 외 가구별 가중치 분석

아래 그림은 근로자가구와 근로자 외 가구 간 주요 식품군별 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 근로자가구와 근로자 외 가구가 대체로 유사한 가중치 특성을 보였으나 수산동물(가공품)과 채소(가공품)의 가중치의 경우 근로자 외 가구가 근로자가구보다 더 높은 것으로 나타났다.

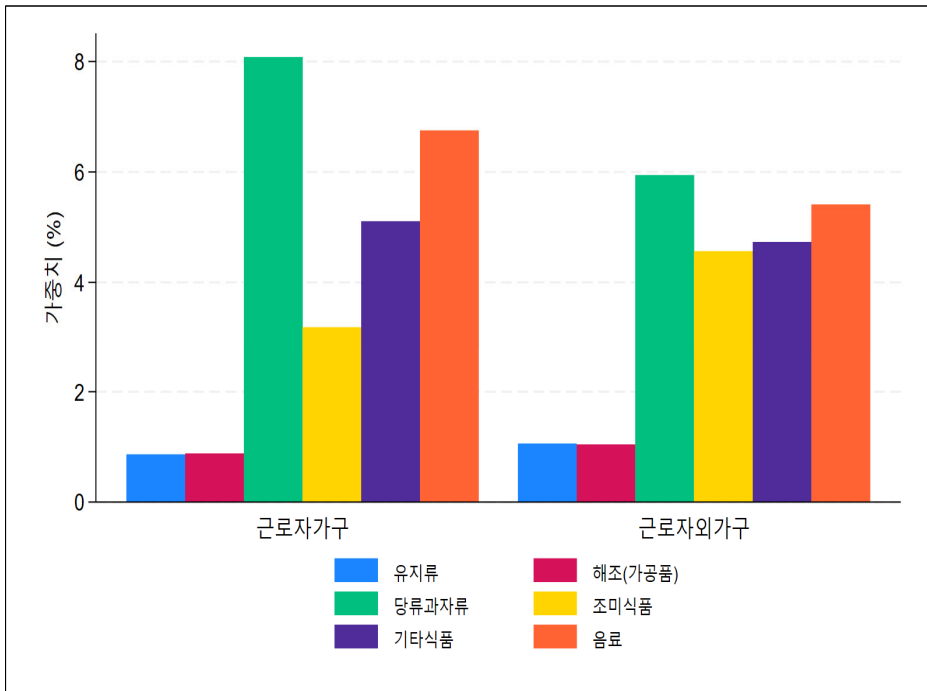
〈그림 3-17〉 근로자가구별 주요 품목 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 근로자가구와 근로자 외 가구 간 기타 식품군(유지류, 해조(가공품), 당류과자류, 조미식품, 기타식품, 음료 등)의 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 당류과자류, 음료는 두 가구 유형 모두에서 높은 소비지출 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 다만 근로자 외 가구에서는 근로자가구에 비해 해당 품목의 가중치가 상대적으로 낮게 나타났다. 그리고 조미식품의 경우 근로자 외 가구에서 가중치가 더 높은 것으로 나타났다.

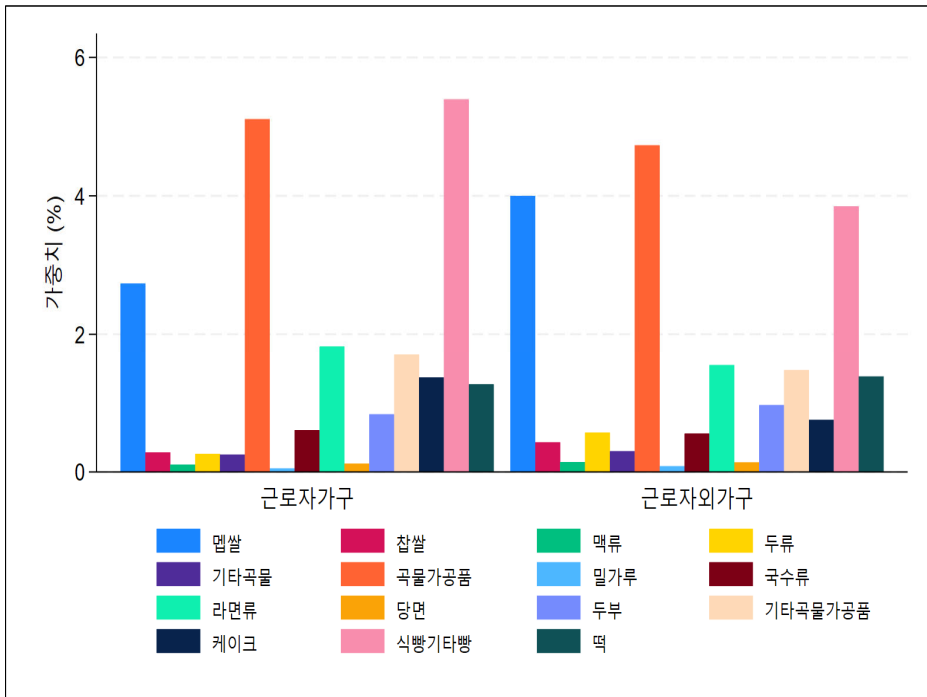
〈그림 3-18〉 근로자가구별 기타 품목 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 근로자가구와 근로자 외 가구 간 곡물, 곡물가공품, 빵·떡류의 소비 지출 가중치를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 근로자 외 가구와 근로자가구 모두에서 멍쌀, 곡물가공품, 식빵·기타빵류의 소비지출 비중이 가장 높게 나타났으나 근로자 외 가구에서는 멍쌀의 지출 비중이 근로자가구에 비해 매우 높게 나타났다.

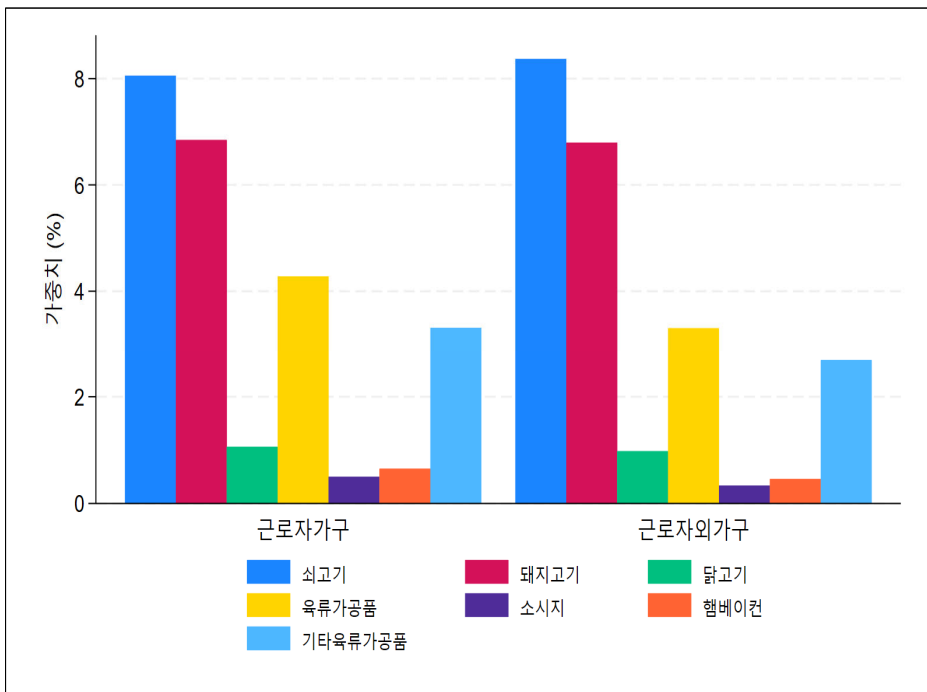
〈그림 3-19〉 근로자가구별 곡물·곡물가공품·빵떡류 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 근로자 외 가구와 근로자가구 간 육류 및 육류가공품 소비지출 비중치를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 분석 결과 쇠고기와 돼지고기가 두 가구 유형 모두에서 가장 높은 소비지출 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 전반적으로 두 가구 유형 간 소비 구조는 유사한 것으로 나타났으나, 육류가공품과 기타육류가공품의 경우 근로자 외 가구가 근로자가구보다 더 낮은 비중을 보였다.

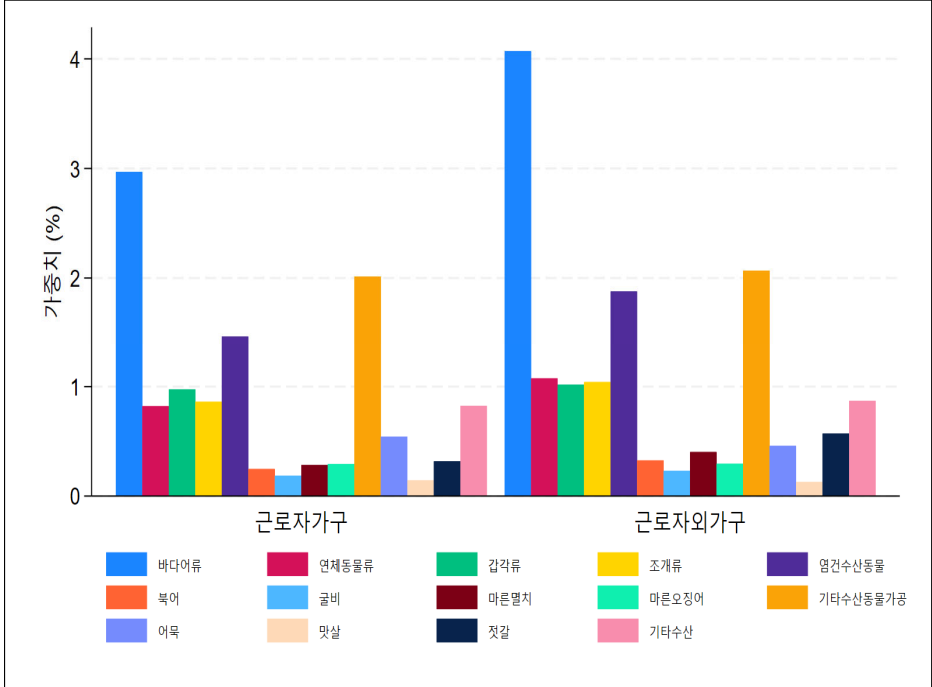
〈그림 3-20〉 근로자가구별 육류·육류가공품 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 근로자 외 가구와 근로자가구 간 수산동물 및 수산동물가공품 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 분석 결과 바다어류는 두 가구 유형 모두에서 가장 높은 소비지출 비중을 기록하였다. 특히 근로자 외 가구는 근로자가구보다 현저히 높은 가중치를 보였다.

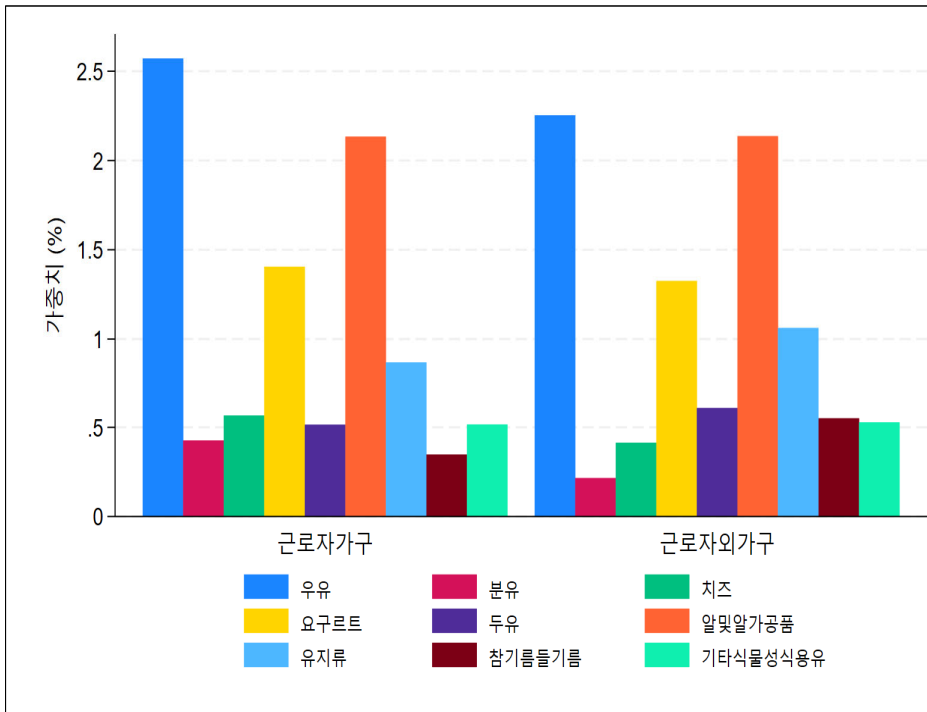
〈그림 3-21〉 근로자가구별 수산동물·수산동물가공품 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 근로자가구와 근로자 외 가구 간 유제품, 알 및 알가공품 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 두 가구 유형 모두에서 우유와 알 및 알가공품이 가장 높은 소비 비중을 보였다. 그리고 두유, 유지류, 참기름·들기름의 경우 근로자 외 가구의 소비지출 가중치가 근로자가구에 비해 대체로 높은 것으로 나타났다.

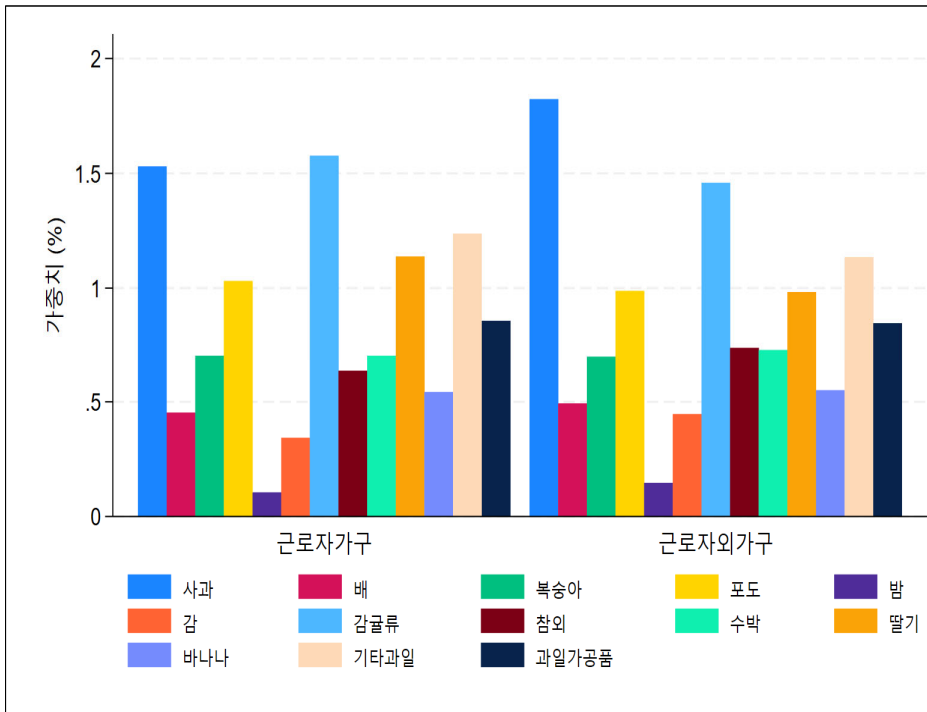
〈그림 3-22〉 근로자가구별 유제품·알·알가공품 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 근로자가구와 근로자 외 가구 간 과일 및 과일 가공품 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 과일 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 사과와 감귤류는 두 가구 유형 모두에서 가장 높은 소비지출 비중을 차지하며, 다른 품목에 비해 매우 높은 가중치를 나타냈다. 그리고 근로자 외 가구의 사과 지출 비중이 근로자가구보다 높은 것으로 나타났다.

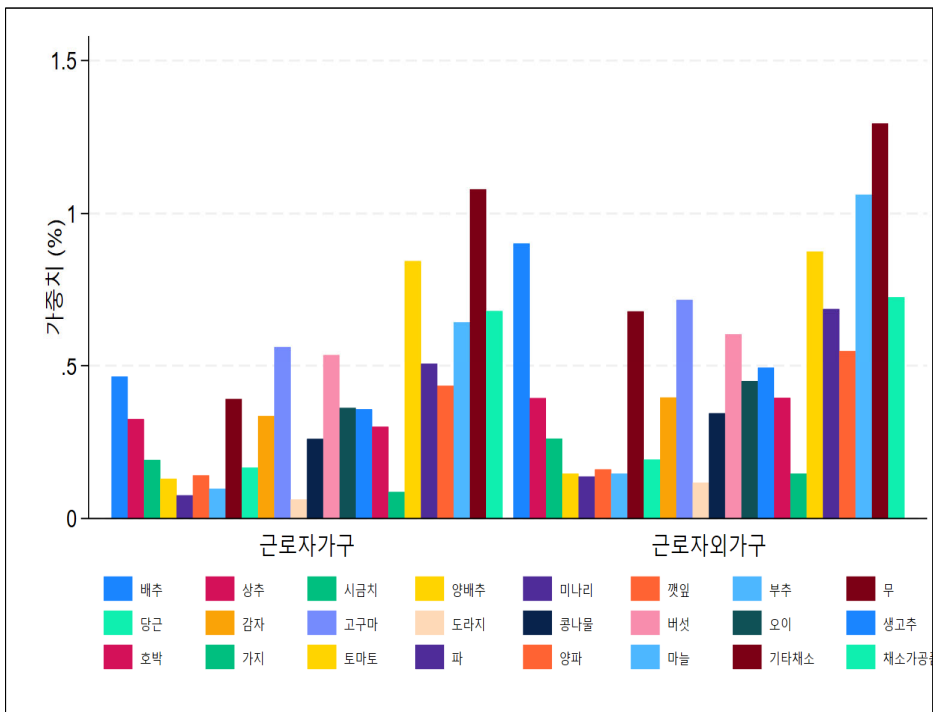
〈그림 3-23〉 근로자가구별 과일·과일가공품 가중치



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

아래 그림은 근로자가구와 근로자 외 가구 간 채소 및 채소가공품 소비지출 가중치를 비교한 것으로, 각 품목이 전체 농식품 소비지출에서 차지하는 비중을 나타낸다. 분석 결과 근로자가구보다 근로자 외 가구에서 채소 및 채소가공품 가중치가 대체로 높게 나타났다. 이를 통해 근로자 외 가구가 근로자가구에 비해 상대적으로 채식 위주의 식생활을 하고 있음을 알 수 있다. 특히 근로자 외 가구의 경우 마늘과 배추의 가중치가 근로자가구에 비해 매우 높은 것으로 나타났다.

〈그림 3-24〉 근로자가구별 채소·채소가공품 가중치



주: 각 막대그래프의 순서와 범례의 각 품목의 순서는 일치함. 가령, 근로자가구의 채소·채소가공품 가중치 막대그래프 중 왼쪽에 위치한 갈색 그래프는 무의 가중치를 나타내며, 오른쪽에 위치한 그래프는 기타채소의 가중치를 나타냄.

자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.)를 이용하여 저자 작성.

2. 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 산출 및 분석

2.1. 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 산출 방법

가구 특성별 농식품 소비자 물가지수는 품목별 지수를 가구 특성별 가중치를 이용하여 가중평균하여 산출할 수 있다. 다만, 항목과 품목이 1:多로 대응되는 경우 품목을 단일화(예: 국산쇠고기와 수입쇠고기로 구분된 품목을 항목을 따라 쇠고기로 단일화)하였기에 단일화된 품목에 해당하는 품목지수를 산출할 필요가 있다. 본 연구에서는 장인성(2011)과 같이 기존 품목지수를 CPI 가중치를 이용하여 가중평균하여 산출하였다. 구체적인 가중치 산출식 방식은 다음과 같다(예: 쇠고기 가중평균 가중치 산출식).

$$weighted\ I_{\text{쇠고기},t} = (CPI_{\text{국산쇠고기},t} \times \frac{\alpha}{\alpha+\beta}) + (CPI_{\text{수입쇠고기},t} \times \frac{\beta}{\alpha+\beta})$$

t : 시점(2022년 1월 ~ 2025년 4월 중 특정 년월)

α : 2022년 국산쇠고기 가중치

β : 2022년 수입쇠고기 가중치

본 연구에서는 소득분위별, 노인·비노인 가구별, 근로자·근로자 외 가구별 농식품 물가지수를 2022년 1월부터 2025년 4월까지 월별로 산출 후 이를 이용하여 가구 특성별로 전월대비 농식품 물가지수 등락률과 전년동월대비 농식품 물가지수 등락률 추이를 분석하였다.

2.2. 가구 특성별 농식품 물가지수 분석

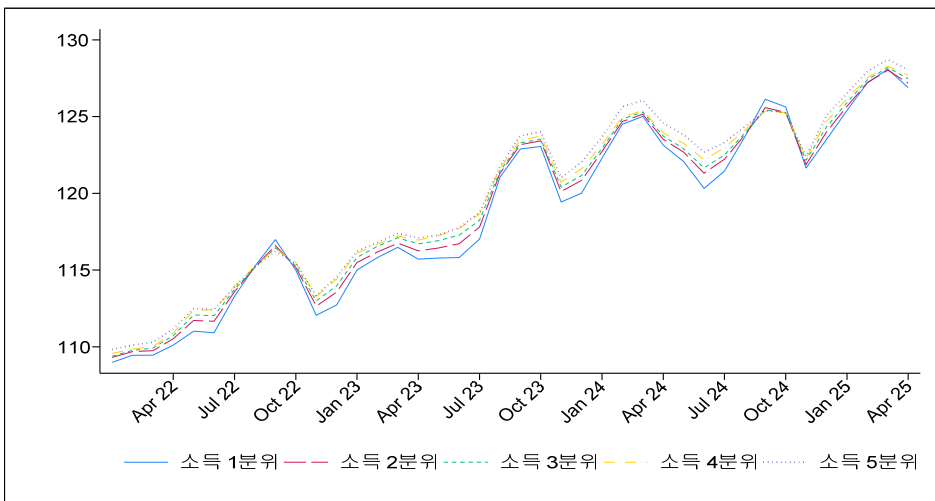
2.2.1. 소득분위별 농식품 물가지수 분석

소득계층에 따라 농식품 물가 변동이 어떻게 다르게 나타나는지 확인하기 위하여 2023년 1월부터 2025년 4월까지 소득분위별 농식품 소비자 물가지수, 전년동월대비 등락률 추이, 전월대비 등락률 추이를 분석하였다.

분석 결과 전반적으로 모든 소득분위에서 농식품 소비자 물가지수, 전년동월대비 등락률 추이, 전월대비 등락률 추이는 유사한 흐름을 보이나, 물가 상승 및 하락 시에 저소득층(소득 1분위)의 물가지수 및 등락률의 기울기가 대체로 더 가파르게 나타났다.

이는 소득 하위 계층이 주로 구매하는 식품들이 소득 상위 계층이 주로 구매하는 식품들에 비해 가격 변동성이 커서 소득 하위 계층이 물가 변동 위험에 상대적으로 더 노출되어 있음을 시사한다.

〈그림 3-25〉 소득분위별 농식품 소비자 물가지수



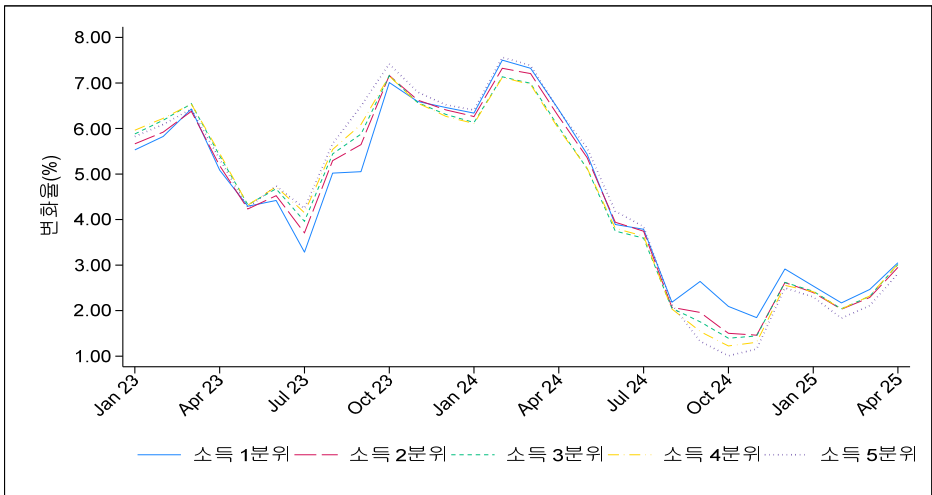
자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 소비자물가 조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

〈그림 3-26〉 소득분위별 농식품 소비자 물가지수 전월대비 등락을 추이



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 소비자물가조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

〈그림 3-27〉 소득분위별 농식품 소비자 물가지수 전년동월대비 등락을 추이



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 소비자물가조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

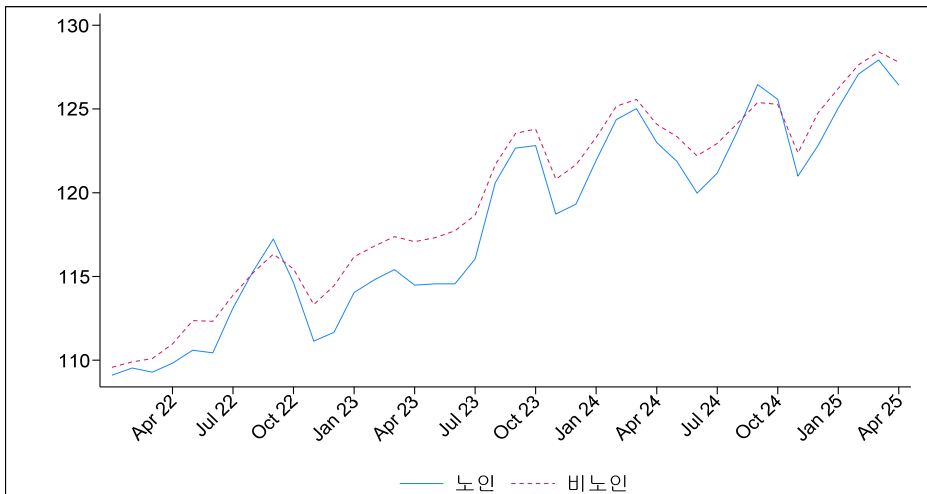
2.2.2. 노인 가구별 농식품 물가지수 분석

노인 가구 여부에 따라 농식품 물가 변동이 어떻게 다르게 나타나는지 확인하기 위하여 2023년 1월부터 2025년 4월까지 노인 가구 여부 별 농식품 소비자 물가지수, 전년동월대비 등락률 추이, 전월대비 등락률 추이를 분석하였다.

분석 결과 노인 가구와 비노인 가구의 농식품 소비자 물가지수, 전년동월대비 등락률 추이, 전월대비 등락률 추이는 유사한 흐름을 보이나, 물가 상승 및 하락 시에 노인 가구의 물가지수 및 등락률의 기울기가 대체로 더 가파르게 나타났다.

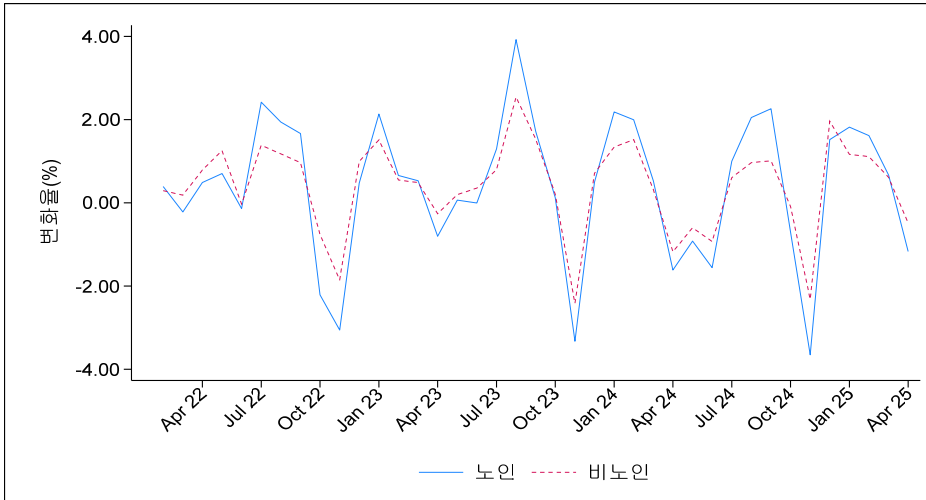
이는 노인 가구가 주로 구매하는 식품들이 비노인 가구가 주로 구매하는 식품들에 비해 가격 변동성이 커, 노인 가구가 물가 변동 위험에 상대적으로 더 노출되어 있음을 시사한다.

〈그림 3-28〉 노인·비노인 가구별 농식품 소비자 물가지수



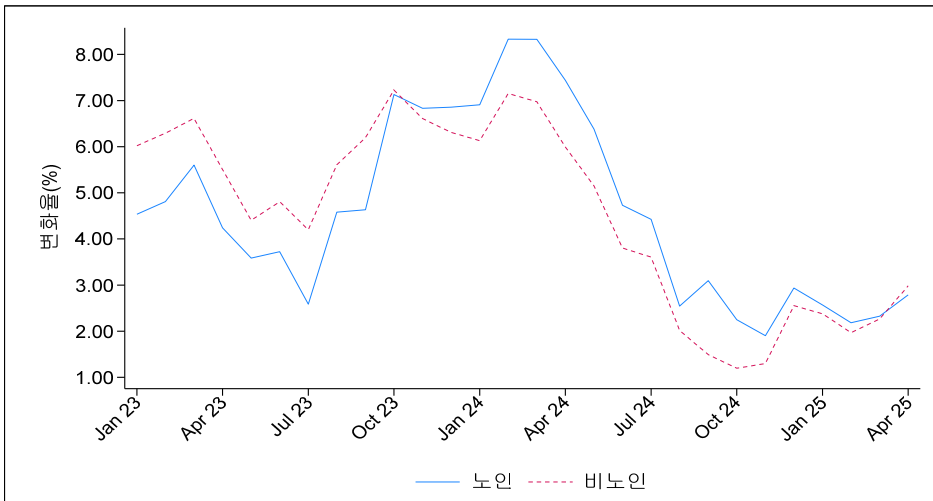
자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 소비자물가조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

〈그림 3-29〉 노인·비노인 가구별 농식품 소비자 물가지수 전월대비 등락을 추이



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 소비자물가조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

〈그림 3-30〉 노인·비노인 가구별 농식품 소비자 물가지수 전년동월대비 등락을 추이



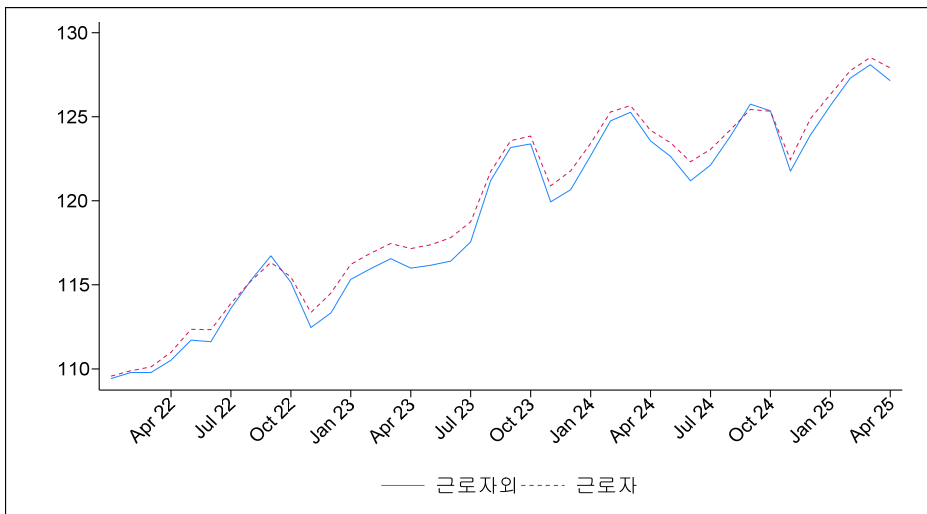
자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 소비자물가조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

2.2.3. 근로자·근로자 외 가구별 농식품 물가지수 분석

근로자가구 여부에 따라 농식품 소비자 물가지수 변동이 어떻게 다르게 나타나는지 확인하기 위하여 2023년 1월부터 2025년 4월까지 근로자가구 여부별 농식품 소비자 물가지수의 전년동월대비 등락률 추이와 전월대비 등락률 추이를 분석하였다. 분석 결과 근로자가구와 근로자 외 가구의 농식품 소비자 물가지수, 전년동월대비 등락률 추이, 전월대비 등락률 추이는 유사한 흐름을 보이나, 물가 상승 및 하락 시에 근로자 외 가구의 물가지수 및 등락률의 기울기가 대체로 더 가파르게 나타났다.

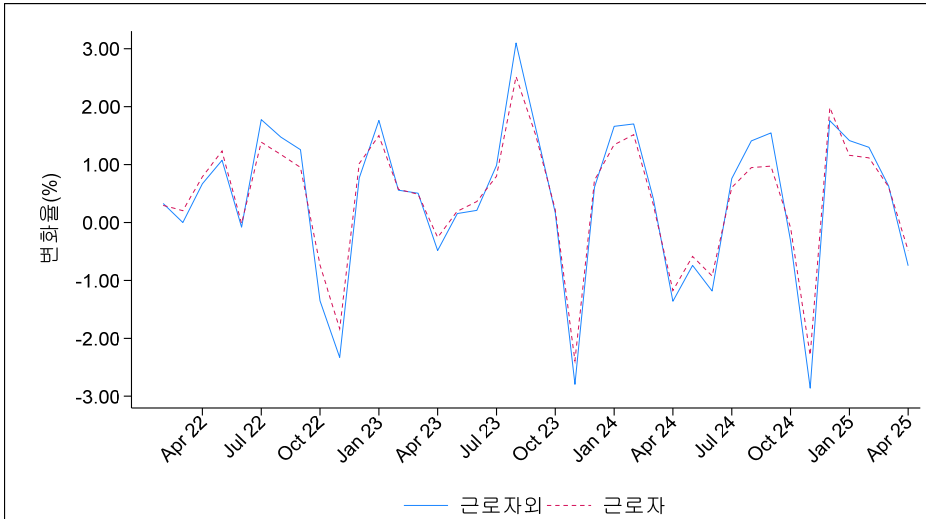
이는 근로자 외 가구가 주로 구매하는 식품들이 근로자가구가 주로 구매하는 식품들에 비해 가격 변동성이 커, 근로자 외 가구가 물가 변동 위험에 상대적으로 더 노출되어 있음을 시사한다.

〈그림 3-31〉 근로자가구별 농식품 소비자 물가지수



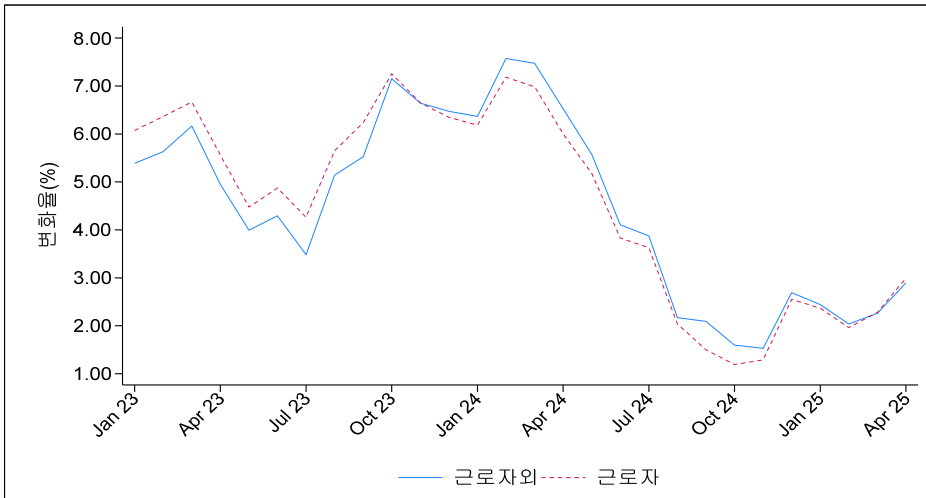
자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 소비자물가조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

〈그림 3-32〉 근로자가구별 농식품 소비자 물가지수 전월대비 등락을 추이



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 소비자물가조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

〈그림 3-33〉 근로자가구별 농식품 소비자 물가지수 전년동월대비 등락을 추이



자료: 국가데이터처 MDIS(검색일: 2025. 12. 1.); 국가데이터처 KOSIS(검색일: 2025. 12. 1.), 소비자물가조사 데이터를 이용하여 저자 작성.

3. 소결 및 시사점

본 연구는 기존 농식품 소비자 물가지수가 가구 특성별 소비성향을 반영하지 못하고 있다는 문제의식에서 출발하여 소득, 연령, 근로유형 등 가구 특성을 고려한 농식품 소비자 물가지수를 새롭게 산출하고 분석함으로써 정책적·통계적 보완의 필요성을 제시하고자 하였다.

분석 결과, 저소득 가구와 노인 가구, 근로자 외 가구는 주식인 밥쌀과 주요 반찬인 김치를 만들기 위한 식재료인 멥쌀, 배추, 마늘에 대한 지출 비중이 상대적으로 높아 이들 품목의 가격 상승에 상대적으로 취약한 것으로 나타났다. 또한 저소득 가구와 노인 가구, 근로자 외 가구는 바다어류 등 수산동물(가공품)에 대한 지출 비중이 상대적으로 높아 이들 품목의 가격 상승에 상대적으로 취약한 것으로 나타난 반면, 고소득 가구와 비노인 가구, 근로자 외 가구는 상대적으로 육류에 대한 지출 비중이 높아 가격 충격의 양상이 상이한 것으로 나타났다. 과일의 경우, 저소득 가구와 노인 가구, 근로자 외 가구의 사과 지출 비중이 고소득 가구와 비노인 가구, 근로자가구에 비해 높은 것으로 나타났다. 이는 사과 물가 상승에 저소득 가구와 노인 가구, 근로자 외 가구가 상대적으로 취약함을 의미한다. 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 분석에서는 물가 상승기에 저소득 가구와 노인 가구, 근로자 외 가구의 농식품 소비자 물가지수 상승률이 더 높은 것으로 나타났으며, 이는 동일한 농식품 가격 상승에 대해 취약계층이 더 높은 물가 상승을 체감하고 있음을 시사한다.

제4장

농식품 소비자 물가 인식 분석

농식품 소비자 물가 인식 분석

1. 설문 내용 및 기초통계

전문 설문조사 기관인 Research & Research에 의뢰하여 가구 내 농식품 주 구매자를 대상으로 온라인 설문조사를 실시(조사기간: 2025년 4월 23일~4월 30일) 하였으며, 최종적으로 2,020명이 응답을 완료하였다.

설문 문항은 농식품 소비자 물가 인식·전망, 농식품 세부 품목별 소비자 물가 인식, 농식품 소비자 물가 안정 정책 인식·체감, 언론의 농식품 소비자 물가 상승 보도에 대한 인식, 기타 농식품 소비자 물가 인식, 응답자 특성에 대한 설문으로 이루어졌으며, 설문조사의 구체적 구성은 아래 표와 같다.

〈표 4-1〉 설문조사 구성

부문	문항
Part A. 농식품 소비자 물가 인식·전망 설문(12문항)	[농축산물 물가 인식·전망 설문] 5문항 [가공식품 물가 인식·전망 설문] 3문항 [외식 물가 인식·전망 설문] 3문항 [3년간 가계 부담이 된 물가 상승 품목] 1문항
Part B. 농식품 세부 품목별 소비자 물가 인식(11문항)	[3년간 물가 상승이 가장 큰 품목] 1문항 [3년간 가격 부담이 큰 품목] 1문항 [3년간 자주 구매한 품목] 1문항 [3년간 월평균 지출액이 가장 큰 품목] 1문항 [정부의 물가 관리 필요 품목] 2문항 [농축산물·가공식품·외식 가격 상승 시 대체] 3문항 [농식품 주 구매처] 1문항 [농식품 구매 온라인 쇼핑물] 1문항
Part C. 농식품 소비자 물가 안정 정책 인식·체감 설문(19문항)	[농축산물 할인지원 사업 인식·체감 설문] 8문항 [수입 농수산물 할당관세 인식·체감 설문] 5문항 [농산물 정부비축사업 인식·체감 설문] 5문항 [정부 물가 안정 대책의 물가 상승 영향 정도] 1문항
Part D. 언론의 농식품 소비자 물가 상승 보도에 대한 인식(11문항)	[농식품 물가 상승 보도 인식] 2문항 [농축산물 물가 상승 보도 인식] 2문항 [가공식품 물가 상승 보도 인식] 2문항 [외식 물가 상승 보도 인식] 2문항 [언론 농식품 물가 보도 인식] 3문항
Part E. 기타 농식품 소비자 물가 인식 조사(7문항)	[가구 소득 중 식비 비중 및 품목별 지출 비중] 1문항 [농산물 전반 소비자 물가 수준 영향 요인] 1문항 [축산물 전반 소비자 물가 수준 영향 요인] 1문항 [가공식품 전반 소비자 물가 수준 영향 요인] 1문항 [외식 전반 소비자 물가 수준 영향 요인] 1문항 [최근 1년간 농축산물 물가 민감도 변화] 1문항 [농축산물 물가 관리를 위해 필요한 정부 정책] 1문항
Part F. 응답자 특성(7문항)	[가족 구성 형태] 1문항 [동거 자녀 수] 1문항 [맞벌이 여부] 1문항 [월평균 가구소득] 1문항 [고용형태] 1문항 [교육수준] 1문항 [농축산물 정보 습득 매체] 1문항

자료: 본 연구에서 실시한 ‘농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사’ 자료를 이용하여 저자 작성.

연령, 성별, 학력 등 응답자의 사회경제적 특성에 대한 기초통계량은 아래 표와 같다. 이를 살펴보면 연령은 50대 이상이 약 50.4%로 나타났으며, 여성의 비율은 78.2%로 나타났고, 학력 수준은 대졸 이상이 72.8%로 가장 높게 나타났다.

〈표 4-2〉 기초통계량

단위: 명, %

구분		응답자 수	비율
연령	19~29세	281	13.9
	30대	328	16.2
	40대	392	19.4
	50대	439	21.7
	60대 이상	580	28.7
월평균 가구소득	120만 원 미만(소득 1분위 하위)	111	5.5
	120만~211만 원(소득 1분위 상위)	150	7.4
	212만~363만 원(소득 2분위)	421	20.8
	364만~523만 원(소득 3분위)	478	23.7
	524만~763만 원(소득 4분위)	457	22.6
	764만~979만 원(소득 5분위 하위)	237	11.7
	980만 원 이상(소득 5분위 상위)	166	8.2
읍, 면, 동 지역	면 지역	109	5.4
	읍 지역	180	8.9
	동 지역	1,731	85.7
지역	서울	380	18.8
	인천/경기	651	32.2
	충청권	227	11.2
	전라권	191	9.5
	경북권	185	9.2
	경남권	299	14.8
	강원·제주권	87	4.3
성별	남성	441	21.8
	여성	1,579	78.2
가구원 수	혼자 거주	361	17.9
	2명	521	25.8
	3명	602	29.8
	4명	430	21.3
	5명 이상	106	5.2
고용형태	상용근로자	1,035	51.2
	임사·일용근로자	216	10.7
	자영업자	188	9.3
	기타	581	28.8
교육 수준	고등학교 졸업 미만	31	1.5
	고등학교 졸업	518	25.6
	대학교 졸업 이상	1,471	72.8

주: 응답자 수(N = 2,020).

자료: 본 연구에서 실시한 '농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사' 자료를 이용하여 저자 작성.

2. 농식품 소비자 물가 상승 인식 분석

2.1. 농축산물 구매 시 중요 요인

농축산물 구매 시 중요 요인에 대한 설문조사 결과는 아래 표와 같다. 중요 요인 1순위로 품질(31.7%)을 답한 응답자의 비율이 가장 높았고, 다음으로 맛(17.2%), 건강·영양성분(12.7%), 원산지(10.1%), 가격(10.0%)의 비율이 높게 나타났다. 1+2+3순위 기준으로는, 품질(67.9%)의 비율이 가장 높았고, 다음으로 맛(44.3%), 가격(42.1%), 원산지(32.1%)의 비율이 높게 나타났다. 이를 통해 가격이 품질, 맛, 원산지, 건강·영양성분 등과 함께 농축산물 구매에 영향을 미치는 중요 요인임을 알 수 있다.

〈표 4-3〉 농축산물 구매 시 중요 요인

단위: 명, %

요인	1순위 응답자 수	2순위 응답자 수	3순위 응답자 수	1+2+3순위 응답자 수	1순위 응답비율	1+2+3순위 응답비율
건강·영양성분	256	118	131	505	12.7	25.0
안전성	155	185	167	507	7.7	25.1
맛(풍미)	348	323	223	894	17.2	44.3
품질(신선도)	641	465	266	1,372	31.7	67.9
원산지	204	253	192	649	10.1	32.1
친환경 인증 등 각종 식품 인증	63	97	94	254	3.1	12.6
상품형태(신선, 냉장, 냉동)	73	151	197	421	3.6	20.8
손질 조리·섭취의 편리함	43	121	172	336	2.1	16.6
가격	201	239	410	850	10.0	42.1
제조 브랜드	4	12	38	54	0.2	2.7
구매의 편리성(접근성)	31	56	130	217	1.5	10.7
기타	1	0	0	1	0.0	0.0
합계	2,020	2,020	2,020	6,060	100.0	300.0

주: 1, 2, 3순위 합계 응답비율은 전체 응답자 2,020명에서 각 요인을 1, 2, 3순위로 선택한 응답자 수의 비율을 나타낸다.

자료: 본 연구에서 실시한 '농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사' 자료를 이용하여 저자 작성.

2.2. 농축산물 물가 상승 인식

국가데이터처에 따르면 2024년 농축산물(수산물 제외) 소비자 물가는 2023년 대비 6.4% 상승, 가공식품 소비자 물가는 1.8% 상승, 외식 소비자 물가는 3.1% 상승한 것으로 나타났다.

국가데이터처에서 발표한 농식품 물가 상승률과 소비자가 체감하는 농식품 물가 상승률의 차이를 비교한 결과, 국가데이터처에서 발표하는 물가 상승률이 소비자가 체감하는 물가 상승률보다 더 ‘낮거나 매우 낮다’고 응답한 응답자의 비율은 농축산물(수산물 제외)의 경우 전체의 45%, 가공식품의 경우 59.8%, 외식의 경우 53.5%로 높게 나타났다. 이는 소비자들이 체감하는 물가 상승 수준이 국가데이터처에서 발표하는 물가 상승 수준보다 대체로 더 높음을 의미한다.

〈표 4-4〉 농축산물 물가 상승 인식 설문 결과

단위: 명, %

항목	농축산물	가공식품	외식
내가 생각하는 것보다 매우 낮다 (국가데이터처 발표 농축산물 물가 상승률 << 체감 물가 상승률)	294(14.6)	484(24.0)	432(21.4)
내가 생각하는 것보다 낮다 (국가데이터처 발표 농축산물 물가 상승률 < 체감 물가 상승률)	614(30.4)	724(35.8)	648(32.1)
내가 생각하는 것과 비슷하다 (국가데이터처 발표 농축산물 물가 상승률 = 체감 물가 상승률)	475(23.5)	367(18.2)	439(21.7)
(국가데이터처 발표 농축산물 물가 상승률 > 체감 물가 상승률)	411(20.4)	304(15.1)	326(16.1)
내가 생각하는 것보다 매우 높다 (국가데이터처 발표 농축산물 물가 상승률 >> 체감 물가 상승률)	226(11.2)	141(7.0)	175(8.7)
합계	2,020 (100.0)	2,020 (100.0)	2,020 (100.0)

자료: 본 연구에서 실시한 ‘농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사’ 자료를 이용하여 저자 작성.

2.3. 농식품 세부 품목별 소비자 물가 인식

2023년 농식품부는 28개 주요 농식품 품목에 대하여 전담자를 지정하여 중점 관리할 계획임을 밝혔다.¹¹⁾

〈표 4-5〉 28개 주요 농식품 세부 품목

28개 주요 농식품					
농산물	1) 배추 7) 대파	2) 무 8) 토마토	3) 양파 9) 사과	4) 건고추	5) 깻마늘 6) 생강
축산물	10) 쇠고기 11) 돼지고기 12) 닭고기 13) 달걀				
곡물	14) 쌀				
가공식품	15) 빵 20) 아이스크림	16) 우유 21) 설탕	17) 스낵과자 22) 식용유	18) 커피 23) 밀가루	19) 라면
외식	24) 햄버거	25) 피자	26) 치킨	27) 냉면	28) 김밥

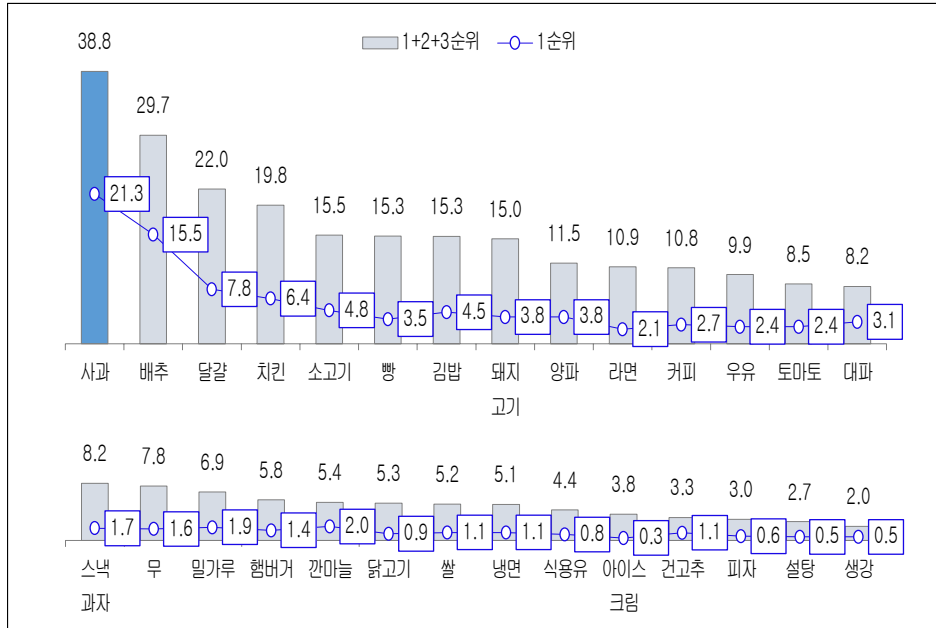
자료: 저자 작성.

위 28개 품목 중 지난 3년간 물가 상승이 가장 큰 품목에 대한 설문 결과, 1순위 기준으로 사과(21.3%), 배추(15.5%), 달걀(7.8%), 치킨(6.4%), 쇠고기(4.8%) 순으로 높게 나타났다. 1+2+3순위 기준으로 보면, 사과(38.8%), 배추(29.7%), 달걀(22.0%), 치킨(19.8%), 쇠고기(15.5%) 순으로 높게 나타나 상위 품목의 경우 1순위 기준과 순위에 차이가 없었다.

11) 현재는 물가 관리를 위한 품목별 전담자는 지정하고 있지 않다.

〈그림 4-1〉 3년간 물가 상승이 가장 큰 품목

단위: %



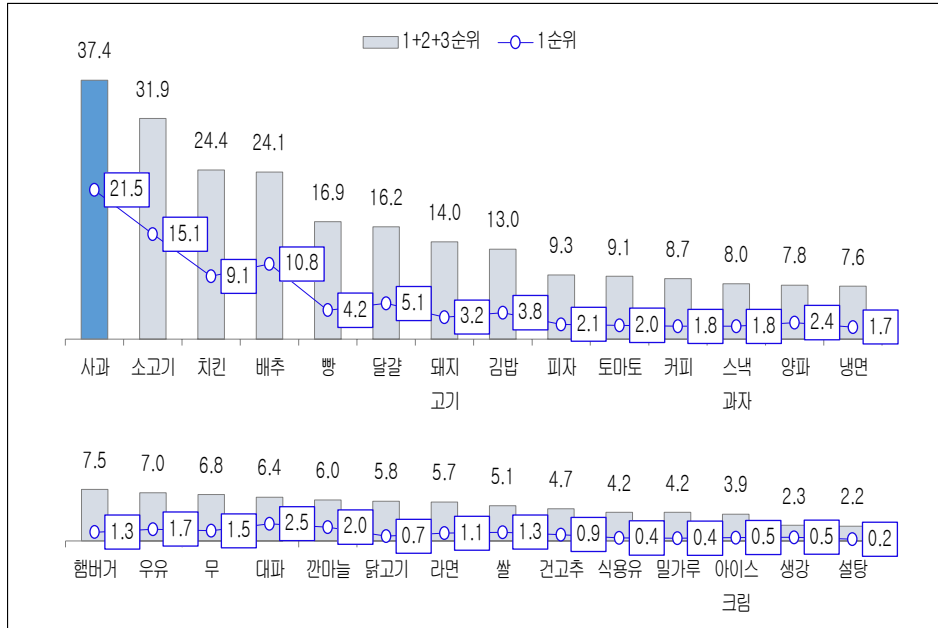
주: N=2,020.

자료: 본 연구에서 실시한 '농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사' 자료를 이용하여 저자 작성.

28개 품목 중 지난 3년간 가격으로 인해 구매하기 가장 부담스러웠다고 생각하는 품목에 대한 설문조사 결과, 1순위 기준으로 사과(21.5%), 쇠고기(15.1%), 배추(10.8%), 치킨(9.1%), 달걀(5.1%) 순으로 높게 나타나 지난 3년간 물가 상승이 가장 크다고 응답한 상위 5개 품목에 대해 소비자가 구매를 부담스러워하는 것으로 나타났다. 1+2+3순위 기준으로 보면, 사과(37.4%), 쇠고기(31.9%), 치킨(24.4%), 배추(24.1%), 빵(16.9%) 순으로 높게 나타나 빵을 제외하고는 상위 5개 품목에 1순위 기준과 동일한 품목이 포함되었다.

〈그림 4-2〉 3년간 가격 부담이 큰 품목

단위: %



주: N=2,020.

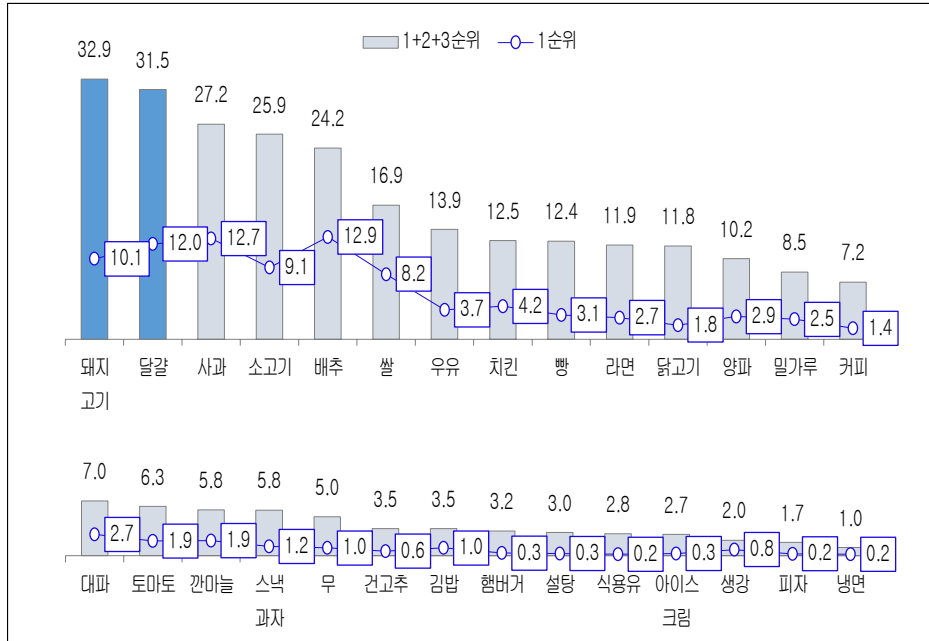
자료: 본 연구에서 실시한 '농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사' 자료를 이용하여 저자 작성.

28개 품목 중 정부가 물가 관리에 더욱 신경 써 주었으면 하는 품목에 대한 설문 조사 결과, 1순위 기준으로 배추(12.9%), 사과(12.7%), 달걀(12.0%), 돼지고기(10.1%), 쇠고기(9.1%) 순으로 높게 나타났다. 돼지고기(10.1%)의 경우 최근 3년간 물가 상승이 가장 큰 품목과 3년간 가격 부담이 큰 품목에 대한 설문에서는 상위 5개 품목에 들지 못하였으나 정부의 물가 관리 필요성에 대한 설문에서는 4번째로 높게 나타났다.

1+2+3순위 기준으로 보면, 돼지고기(32.9%), 달걀(31.5%), 사과(27.2%), 쇠고기(25.9%), 배추(24.2%) 순으로 높게 나타나 상위 5개 품목에 1순위 기준과 동일한 품목이 포함되었다.

〈그림 4-3〉 정부의 물가 관리 필요 품목

단위: %



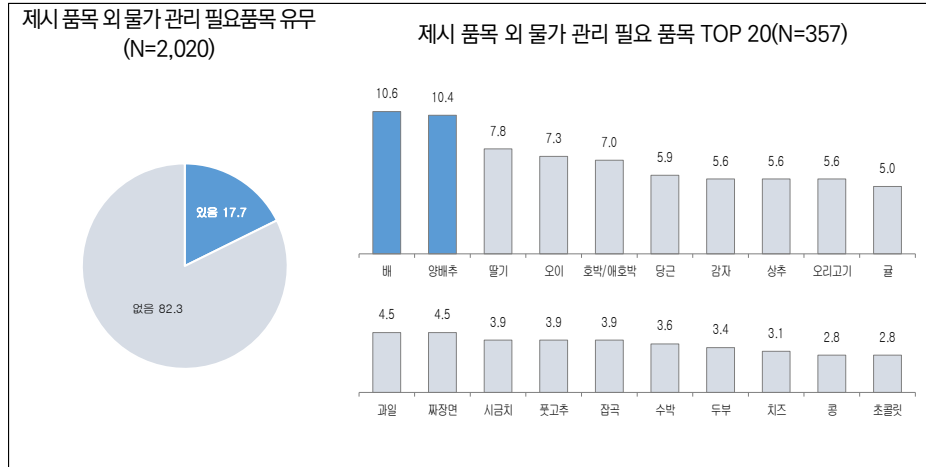
주: N=2,020.

자료: 본 연구에서 실시한 '농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사' 자료를 이용하여 저자 작성.

28개 품목 외에 정부가 추가로 물가 관리에 신경 써 주었으면 하는 품목이 있는지에 대한 설문조사 결과, 없다는 응답은 82.3%, 있다는 응답은 17.7%로 나타났다. 28개 품목 외에 물가 관리가 필요한 품목이 '있다'고 응답한 응답자를 대상으로 해당 품목이 무엇인지에 대한 주관식 설문을 진행한 결과, 배(10.6%), 양배추(10.4%), 딸기(7.8%), 오이(7.3%), 호박/애호박(7.0%) 순으로 높게 나타났다.

〈그림 4-4〉 제시 품목 외 물가 관리 필요 품목

단위: %



주: 오른쪽 막대그래프는 28개 품목 외에 물가 관리가 필요한 품목이 '있다'고 응답한 응답자 357명을 대상으로 조사한 결과임.

자료: 본 연구에서 실시한 '농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사' 자료를 이용하여 저자 작성.

3. 농식품 소비자 물가 대응 행동 분석

농축산물, 가공식품, 외식 소비자 가격 상승 시 소비자의 대처 방식에 대한 설문을 실시하였으며, 그 결과는 아래와 같다.

〈표 4-6〉 농축산물·가공식품·외식 소비자 가격 상승 시 소비자 대처 방식에 대한 설문조사 결과

단위: 명, %

대처 방식		농축산물	가공식품	외식
구매 유지	비싸도 구매하고자 했던 농축산물을 필요한 양만큼 구매한다 (비싸도 외식 횟수를 유지하고 먹고 싶은 만큼 주문한다)	245 (12.13)	158 (7.82)	99 (4.90)
	구매하고자 했던 양보다 조금 구매한다 (외식 횟수를 줄이거나 먹고 싶은 것보다 조금 주문한다)	745 (36.88)	618 (30.59)	899 (44.50)
구매 조정	저렴한 가격의 비슷한 농축산물(대체재)을 구매한다 (저렴한 가격의 다른 메뉴(대체재)를 주문한다)	600 (29.70)	527 (26.09)	385 (19.06)
	더 저렴한 구매처를 찾아 구매한다 (더 저렴한 가격대의 음식점으로 장소를 바꿔 외식한다)	304 (15.05)	533 (26.39)	279 (13.81)

(계속)

대처 방식		농축산물	가공식품	외식
구매포기	구매를 포기한다 (외식을 포기한다)	126 (6.24)	184 (9.11)	358 (17.72)
합계		2,020 (100)	2,020 (100)	2,020 (100)

주: 괄호 안의 숫자는 응답 비율(%)을 의미함.

자료: 본 연구에서 실시한 '농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사' 자료를 이용하여 저자 작성.

설문 결과 가격 상승 시 구매포기 비율은 외식(17.72%), 가공식품(9.11%), 농축산물(6.24%) 순으로 높게 나타난 반면, 구매 유지 비율은 농축산물(12.13%), 가공식품(7.82%), 외식(4.90%) 순으로 높게 나타났다. 이는 식품 소비에 있어 농축산물의 필수재적 성격이 반영된 것으로 보인다.

가격 상승 시 대처 방식 중 구매하는 양을 하향 조정한다는 응답이 농축산물(36.88%), 가공식품(30.59%), 외식(44.50%)에서 모두 가장 높게 나타났다.

저렴한 가격의 대체재를 구매한다고 응답한 비율은 농축산물(29.70%), 가공식품(26.09%), 외식(19.06%) 순으로 나타나 외식의 경우 농축산물과 가공식품에 비해 대체재를 구매하는 비율이 낮은 것으로 나타났다. 이는 외식을 하는 경우에는 가정에서 식사를 하는 경우보다 식품의 맛과 질에 대한 기대치가 높기 때문에 저렴한 가격의 다른 메뉴를 주문하는 것보다는 차라리 외식 횟수를 줄이거나 주문량을 줄이기 때문으로 보인다.

더 저렴한 구매처를 찾아 구매한다고 응답한 비율은 가공식품(26.39%), 농축산물(15.05%), 외식(13.81%) 순으로 나타났다. 가공식품의 경우 온라인상에서 가격을 쉽게 비교 후 바로 구매할 수 있기 때문에 농축산물과 외식에 비해 더 저렴한 구매처를 찾아 구매하는 비율이 높은 것으로 보인다.

4. 농식품 소비자 물가 안정 정책 인식 분석

농식품 물가 안정 정책에 대한 소비자의 인식 여부를 조사한 결과 ‘들어본 적이 없다’고 응답한 비율은 농산물 정부비축사업(55%), 농축산물 할인지원사업(46%), 할당관세 정책(24%) 순으로 높게 나타나, 정책별로 소비자의 인식 여부에 차이가 있는 것으로 나타났다.

〈표 4-7〉 농식품 물가 안정 정책 인식 설문조사 결과

단위: 명, %

인식 여부	농축산물 할인지원사업	할당관세 정책	농산물 정부비축사업
들어본 적이 없다	1,089(53.91)	1,534(75.94)	909(45.00)
들어본 적이 있다	931(46.09)	486(24.06)	1,111(55.00)

주: 괄호 안의 숫자는 응답 비율(%)을 의미함.

자료: 본 연구에서 실시한 ‘농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사’ 자료를 이용하여 저자 작성.

농식품 물가 안정 정책에 대한 소비자의 만족도를 조사한 결과, ‘만족한다’ 또는 ‘매우 만족한다’고 응답한 비율이 농축산물 할인지원사업(67.55%), 농산물 정부비축사업(59.87%), 할당관세 정책(53.43%)에서 모두 높게 나타나, 다수의 소비자가 정부의 농식품 물가 안정 정책에 만족하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 4-8〉 물가 안정 정책 만족도 조사 결과

단위: 명, %

만족도	농축산물 할인지원사업	할당관세 정책	농산물 정부비축사업
매우 만족한다	52(8.41)	14(6.86)	39(8.61)
만족한다	318(51.46)	95(46.57)	267(58.94)
보통이다	201(32.52)	77(37.75)	128(28.26)
불만족한다	39(6.31)	15(7.35)	16(3.53)
매우 불만족한다	8(1.29)	3(1.47)	3(0.66)
전체 응답자 수	618(100)	204(100)	453(100)

주: 괄호 안의 숫자는 응답 비율(%)을 의미함.

자료: 본 연구에서 실시한 ‘농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사’ 자료를 이용하여 저자 작성.

5. 농식품 소비자 물가 관련 언론보도 인식 분석

농식품 소비자 물가 상승 강조 기사를 접한 후 소비행동과 관련된 질문에 대해 해당 농축산물에 대한 관심이 줄어 구매가 줄었다고 응답한 비율은 외식(31.7%), 가공식품(18.4%), 농축산물(17.8%) 순으로 높게 나타났다. 이는 가격은 상대적으로 높고, 필수재 성격은 약한 외식에 대해서는 소비자들이 보다 탄력적으로 소비를 조절하는 반면, 외식의 대체재이면서 필수재의 성격이 강한 농축산물과 가공식품에 대해서는 상대적으로 덜 민감하게 반응하기 때문으로 보인다.

반면, 농식품 소비자 물가 상승 강조 기사가 해당 상품에 대한 소비자의 관심도를 높여 구매를 촉진하고, 결과적으로 물가를 더욱 상승시킬 수도 있다는 의견도 있다. 하지만 소비자 설문조사 결과 이러한 소비 행동을 보이는 소비자는 2% 미만으로 나타났다. 이는 농식품 소비자 물가 상승 보도가 해당 품목에 대한 소비자의 관심도를 높일 수는 있지만, 소비 촉진보다는 소비 위축을 유도하는 효과가 훨씬 더 큼을 시사한다.

〈표 4-9〉 농식품 소비자 물가 상승 강조 언론 기사를 접한 후의 소비 행동

단위: %

구분	해당 농축산물에 대한 관심이 높아져 구매가 늘었다	구매 변화 없다			해당 농축산물에 대한 관심이 줄어 구매가 줄었다	잘 모르겠다
		해당 농축산물에 대한 관심이 높아졌지만, 구매가 늘지는 않았다	해당 농축산물에 대한 관심이나 구매에 변화가 없었다	해당 농축산물에 대한 관심은 줄었으나, 구매가 줄지는 않았다		
농축산물 물가 상승 강조 기사	1.7	33.5	30.0	10.1	17.8	6.9
가공식품 물가 상승 강조 기사	1.9	26.7	34.8	12.8	18.4	5.3
외식 물가 상승 강조 기사	1.8	22.1	27.2	11.7	31.7	5.4

자료: 본 연구에서 실시한 '농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사' 자료를 이용하여 저자 작성.

농식품 소비자 물가 상승을 강조하는 언론 기사에 대해서 소비자들은 대체로 객관적이라고 생각하는 것으로 나타났으나, 과장되었다고 생각하는 소비자도 일부 있는 것으로 나타났다. 특히 농축산물의 경우, 언론 기사가 과장되었다고 생각하는 소비자의 비율이 15%로 나타나 가공식품 12.8%, 외식 9.9%에 비해 높게 나타났다.

〈표 4-10〉 농식품 소비자 물가 상승 강조 기사의 객관성에 대한 소비자 인식

단위: %

구분	객관적이다	관심 없음 또는 모름	과장되었다
농축산물 물가 상승 강조 기사	46.7	38.3	15.0
가공식품 물가 상승 강조 기사	52.9	34.4	12.8
외식 물가 상승 강조 기사	54.1	36.0	9.9

자료: 본 연구에서 실시한 ‘농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사’ 자료를 이용하여 저자 작성.

농식품 소비자 물가 상승을 강조하는 언론 기사의 유용성에 관한 질문에, 그렇다(45.0%), 보통(40.9%), 아니다(9.9%) 순으로 응답이 높게 나타나 많은 수의 소비자가 해당 언론 기사가 유용하다고 생각하는 것으로 나타났다.

농식품 소비자 물가 상승을 강조하는 언론 기사가 사회적 혼란을 야기하는지에 관한 질문에는 아니다(39.2%), 보통(30.8%), 그렇다(25.4%) 순으로 응답이 높게 나타나 언론기사가 사회적 혼란을 야기한다고 생각하지 않는 소비자가 가장 많았으나, 그렇다고 생각하는 소비자도 적지 않은 것으로 나타났다.

농식품 소비자 물가 상승을 강조하는 언론 기사가 정부의 물가 관리 비용을 높이는지에 관한 질문에는 그렇다(31.8%), 보통(31.5%), 아니다(26.2%) 순으로 응답이 높게 나타나 해당 언론기사가 정부의 물가 관리 비용을 높인다고 생각하는 소비자가 가장 많은 것으로 나타났다.

〈표 4-11〉 농식품 소비자 물가 상승 강조 기사의 유용성에 대한 소비자 인식

단위: %

구분	아니다	보통	그렇다	모름
농식품 물가 보도가 유용한 정보를 제공함	9.9	40.9	45.0	4.2
농식품 물가 보도가 사회적 혼란을 야기함	39.2	30.8	25.4	4.6
농식품 물가 보도가 정부 물가 관리 비용을 높임	26.2	31.5	31.8	10.4

자료: 본 연구에서 실시한 ‘농식품 소비자 물가 인식 온라인 설문조사’ 자료를 이용하여 저자 작성.

분석 결과 농식품 소비자 물가 상승을 강조하는 언론 기사는 소비자의 농식품 소비를 감소시킬 수 있는 것으로 나타났다. 이는 소비자의 합리적 소비를 장려하여, 가계 안정에 도움이 될 수도 있으나, 농식품 판매를 감소시켜 농식품 산업을 위축시킬 가능성도 있음을 의미한다. 특히, 소비자의 외식소비를 감소시켜 외식업체에 부정적인 영향을 미칠 가능성이 있다.

또한 농식품 소비자 물가 상승을 강조하는 언론 기사에 대해 ‘객관적이다’, ‘유용하다’고 응답한 소비자 역시 많았으나, ‘사회적 혼란을 야기한다’, ‘정부의 물가 관리 비용을 높인다’고 응답한 소비자 역시 상당수 있는 것으로 나타났다.

따라서 농식품 물가 보도의 일부 문제점을 완화하기 위해서는 농식품 물가 보도 시 물가 상승 자체를 단순히 강조하기보다는 상승 요인, 정부 대책, 향후 전망 등을 객관적인 사실에 기반하여 종합적으로 설명함으로써, 소비자가 농식품 물가 정보를 올바르게 이해하도록 돕고, 정부의 물가 관리 정책에도 불필요한 부담이 가중되지 않도록 할 필요가 있다.

6. 소결 및 시사점

농식품 소비자의 농식품 물가 관련 인식을 조사하기 위하여 가구 내 농식품 구매자 2,020명을 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다(조사기간: 2025년 4월 23일~4월 30일).

설문조사 결과 가격은 맛, 건강·영양성분, 원산지와 함께 농축산물 구매에 영향을 미치는 주요 요인으로 나타났다. 그리고 국가데이터처에서 발표한 농식품 물가 상승률과 소비자가 체감하는 농식품 물가 상승률의 차이를 비교한 결과, 체감 물가 상승 수준이 국가데이터처에서 발표 물가 상승 수준보다 높다고 인식하고 있는 소비자의 비율이 농축산물(수산물 제외), 가공식품, 외식에서 모두 높게 나타났다.

28개 주요 품목 중 지난 3년간 물가 상승이 가장 큰 품목, 구매하기 부담스러운 품목, 정부가 물가 관리에 더욱 신경 써 주었으면 하는 상위 품목은 사과, 배추, 쇠고기, 돼지고기, 달걀, 치킨, 빵으로 대체로 일치하였다. 그리고 28개 품목 외에 정부가 추가로 물가 관리에 신경 써 주었으면 하는 품목으로 배, 양배추, 딸기, 오이, 호박/애호박이 상위에 선정되었다.

가격 상승 시 대처방식으로 구매하는 양을 하향 조정한다는 응답이 농축산물, 가공식품, 외식에서 모두 가장 높게 나타났다. 이는 농식품 물가 상승이 소비자의 농식품 구매 및 섭취를 감소시켜 국민건강을 잠재적으로 악화시킬 가능성이 있음을 시사한다.

저렴한 가격의 대체재를 구매한다는 응답은 농축산물, 외식에서는 두 번째로 많았으나 가공식품의 경우 더 저렴한 구매처를 찾아 구매한다는 응답이 두 번째로 많았다. 이는 온라인 가격 비교 및 배송이 상대적으로 편리한 가공식품의 경우 소비자의 가격 선택폭이 상대적으로 넓음을 시사한다.

가격 상승 시 외식의 경우 구매를 포기하는 비율이 가공식품, 농축산물에 비해 높게 나타났다. 이는 외식 물가 상승 시 외식산업의 매출이 상대적으로 큰 폭으로 감소할 수 있음을 시사한다.

농식품 물가 안정 정책인 농축산물 할인지원사업, 할당관세 정책, 농산물 정부 비축사업 별로 소비자의 인식 여부에는 차이가 있었으나, 세 정책에 대해 다수의 소비자가 만족하고 있는 것으로 조사되어, 정부의 농식품 물가 안정 정책이 국민이 체감할 수 있는 수준으로 효과를 발휘하고 있는 것으로 나타났다.

제5장

농식품 소비자 물가지수 변동요인 분석

농식품 소비자 물가지수 변동요인 분석

1. 기존 변동요인 연구 분석

Adjemian et al.(2024)에 따르면 농산물 가격의 변동요인에 관한 기술적 분석(descriptive analysis)은 비교적 활발히 이루어지고 있으나, 농식품 소비자 물가의 변동요인에 대한 실증분석 연구는 거의 없는 상황이며, 예외적으로 미국 사례를 연구한 Baek & Koo(2010)와 Lambert & Miljkovic(2010), 핀란드 사례를 연구한 Irz et al.(2013)가 있다.

국내 사례를 분석한 대표적인 연구로는 석준호 외(2023)와 김종진 외(2020)가 있으며, 농식품 소비자 물가지수에 대한 연구는 아니나 농산물 물가지수에 대한 연구로 석준호(2025)가 있다.

전술한 선행연구들에서 사용된 변수들과 연구 방법을 살펴보면 다음과 같다. Lambert & Miljkovic(2010)는 미국 노동통계국(The U.S. Bureau of Labor Statistics: BLS)에서 생산하는 소비자 물가지수 데이터를 이용하여 분석을 수행하였다. 구체적으로, 농식품 물가(food prices) 변수로는 식품 및 비주류음료 지수(the U.S. city average index of prices paid for food and beverages)를 사용하였으며, 공급요인 변수로는 농산물 가격(farm products index), 에너지 가격(fuels and

related products and power index), 제조업 종사자 임금(average hourly earnings of production workers in manufacturing)을 사용하였다. 이 중 에너지 가격은 운송과 공장 운영에 대한 에너지 비용(the energy cost components for both transportation and plant operations)을 나타내며, 제조업 종사자 임금은 식품산업 노동 임금(labor compensation within the food industry) 데이터가 이용 가능하지 않아 이에 대한 대리변수로 사용되었다. 수요요인 변수로는 소비자의 소득(consumer income)을 나타내는 1인당 월 가처분 소득(monthly per capita disposable income)을 사용되었으며, 연구 방법으로는 벡터오차수정모형(Vector Error-Correction Model: VECM)이 사용되었다.

Baek & Koo(2010)는 농식품 물가(food prices) 변수로 미국 노동통계국(BLS) 식품 소비자 물가지수(The U.S. CPI for all food)를 사용하였다. 공급요인 변수인 농산물 가격(U.S. commodity prices)으로는 미국 농무부 국가 농업 통계 서비스(The U.S. Department of Agriculture, National Agricultural Statistics Service)에서 제공하는 농가수취가격 지수(the index of prices received for all farm products)를 사용하였으며, 에너지 가격(U.S. energy prices)으로는 BLS에서 제공하는 에너지 지수(The U.S. index for energy)를 사용하였다. 그리고 곡물 기반 바이오연료 생산량(crop-based biofuel production)의 대리변수로 미국 에너지 정보청(U.S. Energy Information Administration)에서 제공하는 연료용 에탄올 생산량(the fuel ethanol production)을 사용하였다. 환율(the exchange rate)로는 국제통화기금(International Monetary Fund: IMF)에서 제공하는 국제금융통계(The International Financial Statistics) 중 실질실효환율 지수(real effective exchange rate index)를 사용하였으며,¹²⁾ 수요요인 변수는 사용되지 않았다. 연구 방법으로는 벡터오차수정모형(VECM)이 사용되었다.

12) 실질실효환율은 한 나라의 화폐가 상대국 화폐보다 실질적으로 어느 정도의 구매력을 지녔는지를 나타내는 지수로, 기준 시점과 현재 시점 간 상대적 환율 수준을 평가함. 만약 수치가 100보다 높을 경우 기준 연도 대비 고평가되었다고 간주하며, 반대로 100보다 낮을 경우 저평가되었다고 간주함. 2025년 7월 현재 우리나라 실질실효환율의 기준연도는 2020년임.

Irz et al.(2013)은 농식품 물가(food prices) 변수로 소비자 물가지수(Consumer Price Index: CPI)의 식품 및 비주류음료(food and non-alcoholic beverages) 지수를 사용하였다. 공급요인 변수로는 농산물 가격(farm prices or agricultural commodity price), 에너지 가격(energy prices), 식품소매업 임금(wages in food retail)을 사용하였으며, 수요요인 변수로는 가처분 소득(disposable income)이 고려되었으나 데이터가 이용가능하지 않아 사용되지 않았다. 연구 방법으로는 벡터 오차수정모형(VECM)이 사용되었다.

Adjemian et al.(2024)은 농식품 물가(food prices) 변수로 미국 노동통계국(BLS)에서 제공하는 도시 소비자 식품물가지수(the food CPI for all urban consumers)를 사용하였다. 공급요인 변수 중 임금 수준(the wage level)을 대리하는 변수로는 BLS의 ‘민간 고용주 소속 생산직 및 비감독직 근로자의 평균 시간당 임금(the average hourly earnings of production and nonsupervisory employees for private employers)’을 사용하였으며, 에너지 가격(energy price) 변수로는 BLS의 ‘연료 및 관련 제품과 전력에 대한 생산자 물가지수(the producer price index(PPI) for fuels and related products and power)’를 사용하였다. 운송 비용(the price of transportation) 변수로는 BLS의 트럭 운송 생산자 물가지수(The PPI for truck shipping)를 사용하였으며, 농산물 가격(Farm product price)으로는 BLS의 농산물 생산자 물가지수(PPI for farm products)를 사용하였다. 그리고 Adjemian et al.(2024)은 선행연구에서 사용된 변수들 외에 팬데믹 기간 동안 뚜렷하게 나타난 운송 병목 현상을 반영하기 위해 공급망 압력 지수(the supply chain pressure index)를 변수로 사용하였다. 수요요인 변수(demand-side variables)로는 미국 상무부 경제분석국(Bureau of Economic Analysis: BEA)에서 발표하는 1인당 가처분 소득(per-capita disposable income)과 함께, 통화량(the money supply) 변수인 연방준비제도의 M2 통화지표(the Fed’s M2 monetary aggregate)를 사용하였다.¹³⁾ 그리고 공급 측 또는 수요 측 변수로 분류되지는 않지만 분석과정에서 근원

13) M2는 통화공급의 광의 지표로, 현금(currency)과 비교적 유동성이 높은 은행 예금(bank depos-

물가(core prices)의 영향을 통제하기 위하여 근원물가를 변수로 사용하였다.¹⁴⁾ 연구 방법으로는 구조적 벡터자기회귀모형(Structural Vector Autoregressive Model: SVAR)이 사용되었다.

김종진 외(2020)는 수입곡물 가격이 수입곡물(가공품)을 중간재로 사용하는 축산물, 가공식품, 외식의 가격으로 전이되는 과정에 연구의 초점을 맞춘 까닭에 종속변수로 농식품 물가를 사용하는 대신 소비자 물가지수를 전체, 축산물, 가공식품, 외식으로 구분하여 분석하였다. 공급요인 변수 중 수입곡물가격(전체, 식용, 사료용으로 구분)은 관세청에서 발표하는 각 곡물의 수입 단가(달러 표시)를 수입량으로 가중 평균하여 사용하였으며, 환율은 한국은행 자료를 사용하였다. 임금은 대한건설협회 건설업임금실태조사의 건설업 임금을 사용하였으며, 이자율은 한국은행 회사채 금리(장외 3년, AA- 등급)를 사용하였다. 곡물 제외 수입물가지수는 한국은행 수출입물가조사(달러기준) 자료를 이용하였다. 수요요인 변수는 사용되지 않았으며, 연구 방법으로는 비선형 자기회귀시차분포모형(Nonlinear Autoregressive Distributed Lag Model: ARDL)이 사용되었다.

석준호 외 (2023)는 농식품 물가(food prices) 변수로 국가데이터처에서 제공하는 식료품 소비자 물가지수를 사용하였다. 그리고 공급요인 변수인 환율은 한국은행에서 제공하는 원/미국달러 자료를 이용하였으며, 수요요인 변수인 경제심리지수는 한국은행 자료를 활용하였다.¹⁵⁾ 연구 방법으로는 비대칭적 자기회귀시차분포모형(Autoregressive Distributed Lag Model: ARDL)이 사용되었다.

its) 및 MMF 예금(money market mutual fund deposits) 등을 포함함(Federal Reserve Bank of St. Louis, 검색일: 2025. 12. 1.).

14) 근원물가지수는 일시적 외부 충격에 의해 물가 변동이 심한 품목을 제외한 지수로서, 장기적이고 기초적인 물가추세를 살펴볼 수 있음. 우리나라의 경우 국가데이터처는 '식료품 및 에너지 제외지수'와 '농산물 및 석유류 제외지수'라는 두 가지 근원물가지수를 공표하고 있음.

15) 경제심리지수(ESI)는 민간 경제주체의 경제상황에 대한 심리를 종합적으로 파악하기 위해 기업경기실사지수(Business Survey Index: BSI)와 소비자동향지수(Consumer Survey Index: CSI)를 합성한 지수임(한국은행 금융·경제 스냅샷, 검색일: 2025. 12. 1.; 연합인포맥스, 2025. 12. 7.).

석준호(2025)는 농산물 소비자 물가 변수로 한국은행 경제통계시스템에서 제공하는 농산물 소비자 물가지수를 사용하였으며, 공급요인 변수로는 한국은행 경제통계시스템에서 제공하는 농산물 생산자 물가지수와 농산물 수입물가지수를 사용하였다. 그러나 환율과 유가는 생산자 물가지수와 수입 물가지수를 통해 소비자 물가지수에 영향을 미친다고 판단하여 모형에 포함하지 않았다.

〈표 5-1〉 선행연구의 변수 및 연구 방법

No.	연구	제목	변수		연구 방법
			공급요인	수요요인	
1	Adjemian et al.(2024)	Factors affecting recent food price inflation in the United States	임금, 에너지 가격, 운송 비용, 농산물 가격, 공급망 압력 지수, 근원물가*	통화량, 가처분 소득	Structural Vector Autoregressive Model(SVAR)
2	Irz et al.(2013)	Determinants of food price inflation in Finland - The role of energy	농산물 가격, 에너지 가격, 식품 소매업 임금	-	Vector Error-Correction Model(VECM)
3	Baek & Koo(2010)	Analyzing Factors Affecting U.S. Food Price Inflation	농산물 가격, 에너지 가격, 에탄올 생산량, 환율	-	Vector Error-Correction Model(VECM)
4	Lamber & Miljkovic (2010)	The sources of variability in U.S. food prices	농산물 가격, 에너지 가격, 제조업 종사자 임금	가처분 소득	Vector Error-Correction Model(VECM)
5	석준호(2025)	국내 생산자 물가와 수입 물가가 우리나라 농산물 소비자 물가에 미치는 비선형 관계 분석	농산물 생산자 물가지수, 수입 농산물 물가지수	-	Quantile Autoregressive Distributed Lag Model(ARDL)
6	석준호 외 (2023)	COVID-19 전후 환율이 식품 물가에 미치는 비대칭성에 대한 연구	환율	경제 심리 지수	Autoregressive Distributed Lag Model(ARDL)
7	김종진 외 (2020)	수입곡물 가격변동이 국내 소비자물가에 미치는 영향 분석	수입곡물 가격, 환율, 이자율, 임금, 곡물 제외 수입물가지수	-	Nonlinear Autoregressive Distributed Lag Model(ARDL)

주: *의 경우 공급요인 또는 수요요인으로 분류되지 않음을 의미한다.

자료: 저자 작성.

전술한 바와 같이 전 세계적으로 농식품 소비자 물가의 변동요인과 관련된 연구들은 기술적 분석(descriptive analysis)을 통한 연구가 대부분인 까닭에 관련 데이터를 통계적으로 분석한 실증연구는 Adjemian et al.(2024), Irz et al.(2013), Baek & Koo(2010), Lambert & Miljkovic(2010) 외에는 찾아보기 어렵다.

우리나라에서는 농식품 물가와 관련된 최근 실증연구로 석준호(2025), 석준호 외(2023), 김종진 외(2020)가 있다. 하지만 앞서 소개한 해외 연구들과는 달리 특정 변수가 농식품 물가에 미치는 영향을 분석한 연구들이기에 농식품 소비자 물가에 영향을 줄 수 있는 다양한 변동요인들을 탐색 및 분석하지는 못하였다. 가령, 석준호(2025)는 국내 생산자 물가와 수입물가가 농산물 소비자 물가에 미치는 영향을 분석하였기에 모형에 독립변수로 농산물 소비자 물가지수, 농산물 생산자 물가지수, 농산물 수입물가지수만을 고려하였다. 이로 인해 공급요인 변수인 에너지 가격, 식료품 제조업 평균임금과 수요요인 변수인 전체산업 평균임금, 이자율이 분석에 고려되지 못한 한계점이 있다. 석준호 외(2023)의 경우 환율이 식품물가에 미치는 영향을 분석하였기에 독립변수로 식품물가, 환율, 경제심리지수만을 고려하여 공급요인 변수인 농산물 가격, 에너지 가격, 식료품 제조업 평균임금과 수요요인 변수인 전체산업 평균임금, 이자율이 분석에 고려되지 못하였다. 김종진 외(2020)의 경우 수입곡물 가격 변동이 국내 소비자 물가에 미치는 영향을 분석하였기에 독립변수로 수입곡물 가격, 환율, 이자율, 임금, 곡물 제외 수입물가지수만을 고려하여 공급요인 변수인 농산물 가격, 에너지 가격과 수요요인 변수인 전체산업 평균임금은 고려하지 못한 한계점이 있다.

무엇보다 Adjemian et al.(2024), Irz et al.(2013), Baek & Koo(2010), Lambert & Miljkovic(2010)에서 중요한 변수로 다루어지고 있는 에너지 가격이 석준호(2025), 석준호 외(2023), 김종진 외(2020)에서는 고려되지 못하였다. 따라서 지금껏 엄밀한 의미에서 농식품 소비자 물가의 변동요인을 분석한 국내 연구는 없다고 할 수 있다. 이에 본 연구는 농식품 소비자 물가의 변동요인을 분석한 해외 선행연구들을 참고하여 우리나라 농식품 소비자 물가의 변동요인을 분석하였다는 점에서 의의가 있다.

2. 분석 자료

본 연구에서는 선행연구를 참고하여 종속변수로 ‘식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수’와 ‘농축수산물 소비자 물가지수’를 사용하였으며, 공급요인 독립변수로 농산물 가격, 에너지 가격, 식료품 제조업 임금, 실질실효환율을, 수요요인 독립변수로 전체산업 평균임금, 이자율을 사용하였다. 데이터 분석에는 변수 중 시계열이 가장 짧은(2011년 1월~2025년 4월 현재) ‘식료품 제조업 전체임금총액’과 ‘전체산업 평균임금’의 시계열을 고려하여 2011년 1월~2025년 4월 데이터를 이용하였다.

김종진 외(2020)에서는 자본재 가격을 고려하기 위하여 이자율을 변수로 사용하였으나, 이자율은 ‘이자율 → 자본재 가격 → 농산물 가격 → 농식품 물가’와 ‘이자율 → 자본재 가격 → 에너지 가격 → 농식품 물가’ 과정을 통해 이미 ‘농산물 가격’과 ‘에너지 가격’에 반영되어 있어, 본 연구에서는 이자율을 공급요인 변수로 고려하지 않았다. 하지만 이자율은 ‘이자율 → 통화량 → 농식품 수요 → 농식품 물가’로의 과정을 통해 농식품 물가에 영향을 줄 수 있기 때문에, 본 연구에서는 이자율을 수요요인 변수로 사용하였다.

석준호(2025)에서는 유가가 ‘유가 → 농산물 생산자 물가지수(농산물 수입물가지수) → 농산물 소비자 물가지수’를 통해 영향을 미치기 때문에 유가의 영향이 이미 농산물 생산자 물가지수 및 농산물 수입물가지수에 반영되어 있어 유가를 분석 모형에 포함하지 않는 것이 적절하다고 보았다. 하지만 Lambert & Miljkovic(2010)이 지적하듯 에너지 가격은 농산물 생산 이후의 유통비용 및 가공비용에 영향을 주어 궁극적으로 농식품 소비자 물가에 영향을 미치기 때문에 모형에 포함하는 것이 적절하다. Adjemian et al.(2024), Irz et al.(2013), Baek & Koo(2010) 역시 Lambert & Miljkovic(2010)을 따라 농산물 가격과 에너지 가격을 모두 모형에 포함하였다. 따라서 본 연구에서도 에너지 가격을 공급요인 변수로 활용하였다.

가처분 소득의 경우 국가데이터처에서 가계동향조사를 통해 산출하고 있으나

월별 데이터가 아닌 분기별로 데이터로 산출하고 있어, 본 연구에서는 월별 데이터가 제공되고 있는 전체산업 평균임금을 가처분 소득 대신 사용하였다.

〈표 5-2〉 변수 설명

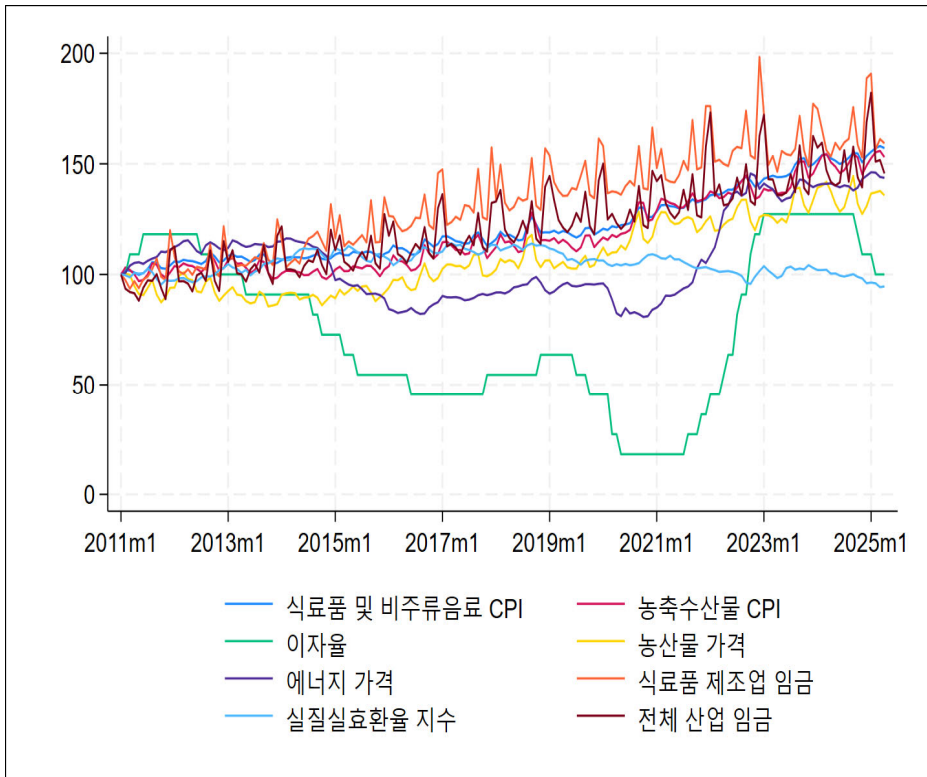
No.	변수 종류	변수	기간	주기	출처
1	종속변수	식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수	1985. 1. ~ 2025. 6.	월별	국가데이터처 KOSIS 지출목적별 소비자 물가지수(2020=100)
2	종속변수	농축수산물 소비자 물가지수	1985.1. ~ 2025. 6.	월별	국가데이터처 KOSIS 품목성질별 소비자 물가지수(2020=100)
3	공급요인 독립변수	농산물 가격	1965. 1.~ 2025. 5.	월별	국가데이터처 KOSIS 생산자 물가지수(기본분류) 농림수산물 계정(2020=100) * 국가데이터처 KOSIS 농가판매가격지수는 분기별 데이터만 제공되고 있어, 월별 데이터가 제공되는 생산자 물가지수를 사용하였음.
4	공급요인 독립변수	에너지 가격	1965. 1.~ 2025. 5.	월별	국가데이터처 KOSIS 생산자 물가지수(특수분류) 에너지 계정(2020=100)
5	공급요인 독립변수	식료품 제조업 평균임금	2011. 1.~ 2025. 4.	월별	국가데이터처 KOSIS 사업체노동력조사 식료품 제조업 전체임금총액(원) * 전체임금총액(원)은 전체근로자(상용+임시일용) 1인당 임금총액을 의미.
6	공급요인 독립변수	실질실효환율	1994. 1.~ 2025. 5.	월별	한국은행에서 제공하는 BIS 실질실효환율 지수 (Broad Index 기준, 2020=100) * Broad index는 64개국을 대상으로 하며, narrow index는 27개국을 대상으로 함.
7	수요요인 독립변수	전체산업 평균임금	2011. 1.~ 2025. 4.	월별	국가데이터처 KOSIS 사업체노동력조사 전체산업 전체임금총액(원) * 전체임금총액(원)은 전체근로자(상용+임시일용) 1인당 임금총액을 의미.
8	수요요인 독립변수	이자율	1999. 5.~ 2025. 6.	월별	한국은행 기준금리 *2008년 2월까지의 콜금리 목표치, 2008년 3월부터는 한국은행 기준금리임.

주: 각 변수별 데이터 기간은 2025년 7월 기준임.

자료: 저자 작성.

각 변수의 2011년 1월의 값을 100으로 재조정 후 2011년 1월~2025년 4월 각 변수의 시계열 변화를 아래 그림과 같이 살펴보았다.

〈그림 5-1〉 변수 시계열 그래프(2011년 1월~2025년 4월)



주 1) N = 172.

2) 2011년 1월을 기준으로 값을 재조정하였음.

자료: 저자 작성.

‘식료품 및 비주류음료 CPI’, ‘농축수산물 CPI’, ‘농산물 가격’, ‘식료품 제조업 임금’, ‘전체 산업 임금’의 시계열 그래프는 일부 기간을 제외하고는 대체로 우상향하고 있는 것으로 나타났으며, ‘식료품 제조업 임금’과 ‘전체 산업 임금’은 다른 변수들에 비해 변동성이 상대적으로 큰 것으로 나타났다. 이자율과 에너지 가격은 유사한 추세를 보이고 있으며, 2021~2022년에는 큰 폭의 상승을 보였다. 그리고 실질실효환율 지수는 2019년 이후 대체로 감소 추세에 있는데, 이는 우리나라 화폐의 실질 구매력이 감소하고 있음을 의미한다.

3. 분석 방법

3.1. 기본모형

앞서 살펴본 변수들이 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수와 농축수산물 소비자 물가지수에 미치는 영향은 아래와 같이 나타낼 수 있다.

$$F = f(A, E, WF, FX, I, WA) \quad \text{식 (1)}$$

$$C = f(A, E, WF, FX, I, WA) \quad \text{식 (2)}$$

식 (1), (2)에서 F 는 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수, C 는 농축수산물 소비자 물가지수, A 는 농산물 가격, E 는 에너지 가격, WF 는 식료품 제조업 임금, FX 는 실질실효환율, I 는 이자율, WA 는 전체산업 평균임금을 의미한다.

3.2. 시계열 분석방법 선정

시계열이 불안정적(non-stationary)일 경우 시계열 변수 간 상관관계가 존재하지 않음에도 불구하고, 상관관계가 있는 것으로 결과가 도출되는 허구적 회귀(spurious regression) 현상이 발생할 수 있다. 만약 단위근 검정(unit root tests)을 통해 각 변수가 불안정적 시계열로 나타날 경우에는 차분을 통해 각 변수를 안정적 시계열로 변환할 수 있다. 하지만 차분을 할 경우 시계열이 기존에 가지고 있던 고유 정보들이 유실되어 변수의 장기적인 변화에 대한 내용을 분석하기 어려운 문제가 있다. 따라서 분석에 사용할 시계열 변수들이 단위근 검정(unit root tests)을 통해서 안정적 시계열 $I(0)$ 로 나타날 경우에는 VAR 모형을 사용하는 것이 적절하다.

만약 각 변수가 $I(1)$ 로 불안정한 시계열이어서 VAR 모형을 사용하지 못하는 경

우라도, 이들의 선형결합 회귀식의 잔차가 안정적 시계열 즉 $I(0)$ 일 경우에는 해당 변수들이 공적분 되어있다고 하며, 이 경우에는 VAR 모형의 특수한 형태인 벡터 오차수정모형(VECM)을 이용하여 분석할 수 있는데(박승록, 2020), VECM은 변수 간 단기 및 장기 관계를 모두 고려할 수 있다는 장점이 있다.

ARDL(Autoregressive Distributive Lag) 모형은 $I(0)$ 인 시계열 변수와 $I(1)$ 인 시계열 변수가 모두 모형에 포함된 경우에도 사용할 수 있을 뿐만 아니라, 오차수정 형태(error-correction form)로 변형이 가능하여 장기균형 관계(long-run equilibrium)와 단기 탄력성(short-run elasticities)을 동시에 추정할 수 있는 장점이 있다(Akber et al., 2022; Kripfganz & Schneider, 2023). 그리고 ARDL 모형은 일부 설명변수에 내생성이 존재하더라도 추정치가 편향되지 않고 t-통계량이 유의한 장점을 가지고 있다(Harris & Sollis, 2003; Menegaki, 2019). 또한 종속변수에서 시스템의 다른 변수들로 동시적 피드백(contemporaneous feedback)이 없다고 가정할 만한 이유가 있을 때, ARDL 모형은 VAR 모형과 VECM보다 분석을 단순화할 뿐만 아니라 더 효율적인 추론을 가능하게 한다(Kripfganz & Schneider, 2023). 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수와 농축수산물 소비자 물가지수가 장기적으로 농산물 가격, 에너지 가격, 식료품 제조업 임금, 실질실효환율, 이자율, 전체산업 평균 임금에 영향을 줄 수는 있으나 동시적 피드백을 줄 것으로 생각되지는 않으므로 본 연구에서는 위의 장점들을 활용할 수 있는 ARDL 모형을 사용하였다. 다만, ARDL 모형은 1개의 장기균형 관계가 존재함을 가정하기 때문에 결과를 해석하기 이전에 이에 대한 검정이 필요하다(Kripfganz & Schneider, 2023).

3.3. ARDL 모형

ARDL 모형을 이용하여 식 (1)과 (2)를 각각 식 (3)과 (4)로 나타낼 수 있으며, 이때 식 (3)과 (4)에는 식 (1)과 (2)의 독립변수 외에 종속변수에 해당하는 F , C 와 함께 오차수정항 ECT (Error Correction Term)도 포함된다.

$$\begin{aligned}
\Delta \ln F_t = & \alpha_0 + \sum_{i=1}^{p_1-1} \alpha_{1i} \Delta \ln F_{t-i} + \sum_{i=0}^{p_2-1} \alpha_{2i} \Delta \ln A_{t-i} + \sum_{i=0}^{p_3-1} \alpha_{3i} \Delta \ln WF_{t-i} \\
& + \sum_{i=0}^{p_4-1} \alpha_{4i} \Delta \ln E_{t-i} + \sum_{i=0}^{p_5-1} \alpha_{5i} \Delta \ln FX_{t-i} + \sum_{i=0}^{p_6-1} \alpha_{6i} \Delta \ln I_{t-i} \\
& + \sum_{i=0}^{p_7-1} \alpha_{7i} \Delta \ln WA_{t-i} + \lambda_1 ECT_{t-1} + \varepsilon_t
\end{aligned} \tag{3}$$

where $ECT_{t-1} = \ln F_{t-1} - \theta X_{t-1}$

$$\begin{aligned}
\Delta \ln C_t = & \alpha_0 + \sum_{i=1}^{p_1-1} \alpha_{1i} \Delta \ln C_{t-i} + \sum_{i=0}^{p_2-1} \alpha_{2i} \Delta \ln A_{t-i} + \sum_{i=0}^{p_3-1} \alpha_{3i} \Delta \ln WF_{t-i} \\
& + \sum_{i=0}^{p_4-1} \alpha_{4i} \Delta \ln E_{t-i} + \sum_{i=0}^{p_5-1} \alpha_{5i} \Delta \ln FX_{t-i} + \sum_{i=0}^{p_6-1} \alpha_{6i} \Delta \ln I_{t-i} \\
& + \sum_{i=0}^{p_7-1} \alpha_{7i} \Delta \ln WA_{t-i} + \lambda_1 ECT_{t-1} + \varepsilon_t
\end{aligned} \tag{4}$$

where $ECT_{t-1} = \ln C_{t-1} - \theta \ln X_{t-1}$

식 (3)~(4)에서 t 는 시점을 나타내며, 계수 α_{ki} 는 변수 간 단기·동태적 관계(short term dynamic relationships)를 나타낸다. 또한 식 (3)~(4)는 모두 log-log 모형을 사용하였으므로, 계수 α_{ki} 는 탄력성(elasticity)으로 해석된다. 식 (3)의 X_{t-1} 은 식 (3)의 변수들 중 $\ln F$ 를 제외한 변수들의 $t-1$ 시점 변수들을 포함하는 6×1 열벡터(column vector)를 나타내며, θ 는 해당 변수들의 계수(장기탄력성 추정치)를 나타내는 1×6 행벡터(row vector)를 나타낸다. 식 (4)의 X_{t-1} 은 식 (4)의 변수들 중 $\ln C$ 를 제외한 변수들의 $t-1$ 시점 변수들을 포함하는 6×1 열벡터(column vector)를 나타내며, θ 는 해당 변수들의 계수를 나타내는 1×6 행벡터(row vector)를 나타낸다. 만약, 내생변수들이 장기균형관계(long-run equilibrium)에서

벗어나 있다면 식 (3)~(4)의 오차수정항 ECT 는 각각 0이 아닌 값을 갖게 되어, 각 변수는 균형관계를 회복하도록 조정되며, 식 (3)~(4)의 계수 λ_1 는 각각 장기균형 관계로 조정되는데 소요되는 시간을 의미한다. 식 (3)~(4)의 ε_t 는 각각 오차항을 의미한다.

4. 분석 결과

4.1. 단위근 검정

각 변수가 안정적 시계열인지, 불안정적 시계열인지 판단하기 위하여 ADF(Augmented Dickey-Fuller) 및 PP(Phillips-Perron) 검정을 실시하였으며, 검정 결과 단위근이 있다는 귀무가설을 기각할 경우 안정적 시계열로 볼 수 있다. 아래 표에서 F_t 는 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수, C_t 는 농축수산물 소비자 물가지수, I_t 는 이자율, A_t 는 농산물 가격, E_t 는 에너지 가격, WF_t 는 식료품 제조업 임금, FX_t 는 실질실효환율, WA_t 는 전체산업 평균임금을 각각 의미한다.

ADF 검정에서는 모든 변수가 1차 차분을 해야 안정적 시계열이 되는 I(1) 시계열로 나타났다. 반면, PP 검정 결과에서는 농축수산물 소비자 물가지수(C_t), 농산물 가격(A_t), 식료품 제조업 임금(WF_t), 전체산업 평균임금(WA_t)은 수준변수가 안정적 시계열인 I(0) 시계열로 나타났으며, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수(F_t), 이자율(I_t), 에너지 가격(E_t), 실질실효환율(FX_t)은 1차 차분을 해야 안정적 시계열이 되는 I(1) 시계열로 나타났다. 이처럼 분석 대상에 I(0) 시계열과 I(1) 시계열이 혼합되었을 가능성이 있으므로, 본 연구에서는 ARDL 모형의 사용을 고려하였다.

〈표 5-3〉 ADF 및 PP 단위근 검정 결과

Variables	Lag length	ADF statistic		PP statistic	
		Levels	First diff.	Levels	First diff.
$\ln(F_t)$	11	-0.934	-3.960***	-1.950	-13.897***
$\ln(C_t)$	11	-1.849	-3.723**	-3.319*	-13.790***
$\ln(I_t)$	4	-1.811	-3.659**	-1.079	-12.688***
$\ln(A_t)$	11	-2.480	-4.248***	-4.373***	-13.906***
$\ln(E_t)$	2	-0.915	-5.798***	-0.706	-8.239***
$\ln(WF_t)$	12	-0.105	-7.218***	-11.363***	-43.978***
$\ln(FX_t)$	2	-1.698	-9.352***	-1.680	-10.860***
$\ln(WA_t)$	12	-2.209	-9.807***	-13.630***	-39.789***

주 1) 각 변수들은 상수항과 추세선을 동시에 포함한다.

2) 각 변수의 시차(lag)는 Baek & Koo(2010), Lamber & Miljkovic(2010)을 따라 Schwarz's Bayesian information criterion(SBIC)을 이용하여 선정하였다.

3) P-value는 MacKinnon approximate p-value를 사용하였음. *, **, ***는 각각 유의수준 10%, 5%, 1%에서 통계학적으로 유의미함을 의미한다.

자료: 저자 작성.

4.2. 최적 시차 선정(Johansen Cointegration Test)

ARDL 모형은 시차(lag)에 민감하므로 Akber et al.(2022)에 따라 공적분 검정 수행에 앞서 AIC(Akaike Information Criterion), HQIC(Hannan-Quinn Information Criterion), SBIC(Schwarz Bayesian Information Criterion), LR(sequential Likelihood-Ratio test), FPE(Final Rrediction Error)를 이용하여 최적 시차를 선정하였다. 테스트 결과 Model 1, Model 2의 LR, FRE, AIC에서 모두 시차 4(forth-order lag)가 최적 시차로 선정되어, 본 연구에서는 ARDL 모형에 시차 4를 사용하였다.

〈표 5-4〉 최적 시차 테스트 결과

Model	Lag	LR	FPE	AIC	HQIC	SBIC
1	0	-	2.1e-16	-16.2282	-16.1754	-16.0981
	1	2467.3	1.6e-22	-30.3311	-29.9085	-29.2898*
	2	210.78	8.1e-23	-31.0024	-30.21	-29.0499
	3	194.35	4.6e-23	-31.5759	-30.4137*	-28.7123
	4	115.1*	4.2e-23*	-31.6777*	-30.1457	-27.9029
2	0	-	1.8e-16	-16.3818	-16.3289	-16.2516
	1	2263.2	4.6e-22	-29.27	-28.8474	-28.2287*
	2	210.08	2.4e-22	-29.9372	-29.1448	-27.9847
	3	209.98	1.2e-22	-30.6038	-29.4416*	-27.7401
	4	109.79*	1.2e-22*	-30.674*	-29.142	-26.8992

주 1) 테스트 기준으로 AIC(Akaike Information Criterion), HQIC(Hannan-Quinn Information Criterion), SBIC(Schwarz Bayesian Information Criterion), LR(sequential Likelihood-Ratio test), FPE(Final Prediction Error)가 사용되었다.

2) 최적 시차 테스트는 VAR 모델을 이용하여 수행되며, LR, FRE, AIC, HQIC, SBIC의 값이 작을수록 모형의 적합도가 높은 것으로 평가된다.

3) Model 1은 식 (3)의 변수인 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수, 이자율, 농산물 가격, 에너지 가격, 식료품 제조업 임금, 실질실효환율, 전체산업 평균임금을 변수로 포함하며, Model 2는 식 (4)의 변수인 농축수산물 소비자 물가지수, 이자율, 농산물 가격, 에너지 가격, 식료품 제조업 임금, 실질실효환율, 전체산업 평균임금을 변수로 포함한다.

자료: 저자 작성.

4.3. Bound Test 결과

앞서 설명한 바와 같이 ARDL 모형은 1개의 장기균형 관계가 존재함을 가정하기 때문에 결과를 해석하기 이전에 이에 대한 검정이 필요하며(Kripfganz & Schneider, 2023), 일반적으로 bound test가 검정에 사용된다. Bound test의 귀무가설은 수준변수에 장기균형관계가 없으므로(no long-run level relationship) F-통계치 또는 t-통계치가 upper bound보다 클 경우에는 장기균형관계가 있는 것으로, lower bound보다 작을 경우에는 장기균형관계가 없는 것으로 판단한다. 그리고 F-통계치 또는 t-통계치가 upper bound와 lower bound 사이에 있을 경우에는 결론을 내기 어려운(inconclusive) 것으로 판단하여 Johansen 공적분 검정(Johansen

Cointegration Test)을 통한 추가적인 검정이 필요하다(Kripfganz & Schneider, 2023).

<표 5-5>에 제시된 bound test 결과를 살펴보면, Model 1의 경우 F-통계치에서는 10% 유의수준에서 추가적인 검정이 필요한 것으로 나타났으며, t-통계치에서는 10% 유의수준에서 장기균형관계가 없는 것으로 나타났다. 그리고 Model 2의 경우 F-통계치와 t-통계치에서 모두 1% 유의수준에서 추가적인 검정이 필요한 것으로 나타났다. 이에 추가적인 검정을 위해 Johansen 공적분 검정을 시행하였다.

〈표 5-5〉 Pesaran, Shin & Smith(2001) Bounds Test

Level of significance	(1) ΔF_t		(2) ΔC_t	
	Lower bound	Upper bound	Lower bound	Upper bound
F-stat.	2.405		3.252	
10%	2.076	3.303	2.076	3.303
5%	2.412	3.740	2.412	3.740
1%	3.144	4.670	3.144	4.670
t-stat.	-2.417		-3.420	
10%	-2.479	-3.933	-2.479	-3.933
5%	-2.796	-4.296	-2.796	-4.296
1%	-3.411	-4.982	-3.411	-4.982

자료: 저자 작성.

4.4. Johansen 공적분 검정(Johansen Cointegration Test)

Model 1과 Model 2의 Johansen 공적분 검정 결과는 <표 5-6>에 제시하였다. <표 5-6>에 제시된 Trace 통계치를 살펴본 결과 5% 유의수준에서 Model 1과 Model 2 모두 1개의 공적분 벡터가 존재하는 것으로 나타나 ARDL 모형을 이용하여 장기균형관계를 추정하였다.

〈표 5-6〉 Johansen 공적분 검정 결과(lag 4)

Hypothesized number of cointegrating equations	Model 1		Model 2	
	Trace statistic	Critical value (0.05)	Trace statistic	Critical value (0.05)
None	179.2417	124.24	184.4823	124.24
At most 1	86.8386*	94.15	91.3995*	94.15
At most 2	51.9605	68.52	54.0355	68.52
At most 3	29.7484	47.21	33.9488	47.21
At most 4	14.8802	29.68	15.4529	29.68
At most 5	6.4961	15.41	7.6424	15.41
At most 6	0.0028	3.76	1.3221	3.76

주 1) Model 1은 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수, 이자율, 농산물 가격, 에너지 가격, 식료품 제조업 임금, 실질실효환율, 전체산업 평균임금을 변수로 포함하며, Model 2는 농축수산물 소비자 물가지수, 이자율, 농산물 가격, 에너지 가격, 식료품 제조업 임금, 실질실효환율, 전체산업 평균임금을 변수로 포함한다.

2) *은 선택된 rank를 의미한다.

자료: 저자 작성.

4.5. ARDL 모형 추정 결과

ARDL 모형의 추정 결과는 <표 5-7>과 같으며, 변수 $\ln A, \dots, \ln WA$ 의 계수는 장기탄력성 추정치(long-run elasticities estimates), $\ln ECT$ 의 계수는 오차수정(error-correction) 추정치, 변수 $\Delta F_{t-1}, \dots, \Delta WA_{t-3}$ 의 계수는 단기탄력성 추정치(short-run elasticities estimates)를 나타낸다.

Model 1에 대한 추정 결과 중 장기탄력성 계수들을 살펴보면, 농산물 가격의 계수는 0.756으로 1% 유의수준에서 유의미하게 나타났다. 이는 장기에 농산물 가격이 10% 상승할 경우, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수는 약 7.56% 상승함을 의미한다.¹⁶⁾ 에너지 가격의 계수는 0.176으로 10% 유의수준에서 유의미하게

16) 이는 장기에 농산물 가격 상승이 식품물가 상승에 영향을 미친다는 Irz et al.(2013); Baek & Koo(2010); Lambert & Miljkovic(2010)의 연구결과와 일치한다. Baek & Koo(2010)에서는 장기에 농산물 가격이 10% 상승할 경우 식품물가는 약 4.46% 상승, Irz et al.(2013)에서는 약

나타났다. 이는 장기예 에너지 가격이 10% 상승할 경우, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수는 약 1.76% 상승함을 의미한다.¹⁷⁾ 반면 장기예 식료품 제조업 평균임금, 실질실효환율, 이자율, 전체산업 평균임금이 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수에 유의미한 영향을 미친다는 증거는 10% 유의수준에서 발견할 수 없었다.¹⁸⁾

오차수정 계수는 -0.109로 5% 유의수준에서 유의미하게 나타났다. 이는 단기적 충격으로 인해 장기균형으로부터 이탈할 경우 장기균형으로 되돌아가는 조정 과정에 약 9개월이 넘는 시간이 소요됨을 의미한다.¹⁹⁾

Model 1에 대한 추정 결과 중 단기탄력성 계수들을 살펴보면, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수 차분 변수의 시차변수인 ΔF_{t-3} 의 계수는 -0.173으로 5% 유의수준에서 유의미하게 나타났으나 ΔF_{t-1} , ΔF_{t-2} 의 계수는 10% 유의수준에서 유의미하지 않은 것으로 나타났다.²⁰⁾ 농산물 가격 차분 변수들의 계수인 ΔA_t 의

3.12% 상승하는 것으로 나타나 본 연구의 7.56%보다는 낮은 것으로 나타났으나, 분석에 사용된 변수, 데이터 기간, 모형 등이 상이하므로 식품물가에 대한 농산물 가격의 영향이 미국과 핀란드에 서보다 한국에서 더 크다고 해석하기는 어렵다. 두 변수의 장기적 관계를 Lambert & Miljkovic(2010)은 weak exogeneity test를 이용하여 분석하였기에 장기탄력성 계수를 제시하지는 못하였다. Adjemian et al.(2024)은 충격반응함수를 이용하여 단기·중기에 농산물 가격 상승이 식품물가 상승에 영향을 미친다고 보고하였으나, 장기균형 또는 장기탄력성 계수에 대한 분석을 시도하지는 않았다.

17) 이는 장기예 에너지 가격 상승이 식품물가 상승에 영향을 미친다는 Irz et al.(2013), Baek & Koo(2010)의 연구 결과와 일치한다. Baek & Koo(2010)에서는 장기예 에너지 가격이 10% 상승할 경우 식품물가는 약 1.14% 상승, Irz et al.(2013)에서는 약 0.55% 상승하는 것으로 나타나 본 연구의 1.76%보다는 낮은 것으로 나타났으나, 전술한 바와 같이 분석에 사용된 변수, 데이터 기간, 모형 등이 상이하므로 식품물가에 대한 에너지 가격의 영향이 미국과 핀란드에서보다 한국에서 더 크다고 해석하기는 어렵다. 두 변수의 장기적 관계를 Lambert & Miljkovic(2010)은 Granger causality test를 이용하여 분석하였으나 에너지 가격이 식품물가를 그랜저 인과하지 못한다는 귀무가설을 기각하지 못하였다. Adjemian et al.(2024)은 단기·중기에 에너지 가격 상승이 식품물가 상승에 유의미한 영향을 미치지 않는다고 보고하였으나, 장기균형 또는 장기탄력성 계수에 대한 분석을 시도하지는 않았다.

18) 이는 통계적으로 유의미한 영향에 대한 증거를 발견하지 못하였다는 의미로, 해당 변수들이 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수에 영향을 주지 않는다는 의미가 아니므로 해석에 유의할 필요가 있음.

19) 장기균형으로 되돌아가는 조정 기간은 '1개월/(0.109)=9.174개월'로 계산할 수 있다.

계수는 0.148, ΔA_{t-1} 의 계수는 0.161로 모두 1% 유의수준에서 유의미하게 나타났다. 이는 단기에 농산물 가격이 10% 상승할 경우, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수는 약 1.48~1.61% 상승함을 의미한다. 단기에 식료품 제조업 평균임금, 에너지 가격, 실질실효환율, 이자율, 전체산업 평균임금이 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수에 유의미한 영향을 미친다는 증거는 10% 유의수준에서 발견할 수 없었다.²¹⁾

Model 2에 대한 추정 결과 중 장기탄력성 계수들을 살펴보면, 농산물 가격의 계수는 0.900으로 1% 유의수준에서 유의미하게 나타났다. 이는 장기에 농산물 가격이 10% 상승할 경우, 농축수산물 소비자 물가지수는 약 9.00% 상승함을 의미한다.²²⁾ 반면 장기에 식료품 제조업 평균임금, 에너지 가격, 실질실효환율, 이자율, 전체산업 평균임금이 농축수산물 소비자 물가지수에 유의미한 영향을 미친다는 증거는 10% 유의수준에서 발견할 수 없었다.²³⁾

오차수정 계수는 -0.279로 1% 유의수준에서 유의미하게 나타났다. 이는 단기적 충격으로 인해 장기균형으로부터 이탈할 경우 장기균형로 되돌아가는 조정 과정에 약 3개월이 넘는 시간이 소요됨을 의미한다.²⁴⁾

Model 2에 대한 추정 결과 중 단기탄력성 계수들을 살펴보면, 농축수산물 소비자 물가지수 차분 변수의 시차변수인 ΔC_{t-1} , ΔC_{t-2} , ΔC_{t-3} 의 계수는 10% 유의수

20) 이는 일부 시차에서만 통계적으로 유의미한 음의 상관관계가 나타난 Irz et al.(2013), Baek & Koo(2010)의 연구와 유사하다. 이와 달리 Lambert & Miljkovic(2010)에서는 두 변수 사이에 유의미한 양의 상관관계가 나타났다.

21) 이는 통계적으로 유의미한 영향에 대한 증거를 발견하지 못하였다는 의미로, 해당 변수들이 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수에 영향을 주지 않는다는 의미가 아니므로 해석에 유의할 필요가 있다.

22) 이는 장기에 농산물 생산자 물가지수 상승이 농산물 소비자 물가지수 상승에 영향을 미친다는 석준호(2025)의 연구결과와 유사하다. 석준호(2025)의 장기탄력성 계수 역시 0.808로 본 연구의 0.900과 비슷한 수치를 보였다. 다만, 석준호(2025)는 종속변수로 농축수산물 소비자 물가지수 대신 농산물 소비자 물가지수를 사용하였다는 점과 독립변수로 농산물 생산자 물가지수와 농산물 수입물가지수의 2개 변수만을 사용하였다는 점에서 본 연구와 차이가 있다.

23) 이는 통계적으로 유의미한 영향에 대한 증거를 발견하지 못하였다는 의미로, 해당 변수들이 농축수산물 소비자 물가지수에 영향을 주지 않는다는 의미가 아니므로 해석에 유의할 필요가 있다.

24) 장기균형으로 되돌아가는 조정 기간은 '1개월/(0.279)=3.584개월'로 계산할 수 있다.

준에서 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 농산물 가격 차분 변수인 ΔA_t 의 계수는 0.158로 5% 유의수준에서 유의미하게 나타났으며, ΔA_{t-1} 의 계수는 0.227로 1% 유의수준에서 유의미하게 나타났다. 이는 단기에 농산물 가격이 10% 상승할 경우, 농축수산물 소비자 물가지수는 약 1.58~2.27% 상승함을 의미한다.²⁵⁾ 식료품 제조업 평균임금 차분 변수인 ΔWF_t 의 계수는 0.145, ΔWF_{t-1} 의 계수는 0.144로 모두 10% 유의수준에서 유의미하게 나타났다. 이는 단기에 식료품 제조업 평균임금이 10% 상승할 경우, 농축수산물 소비자 물가지수는 약 1.44~1.45% 상승함을 의미한다. 반면 단기에 농축수산물 소비자 물가지수, 에너지 가격, 실질실효환율, 이자율, 전체산업 평균임금이 농축수산물 소비자 물가지수에 유의미한 영향을 미친다는 증거는 10% 유의수준에서 발견할 수 없었다.²⁶⁾

〈표 5-7〉 ARDL 모형 추정 결과

변수	(1) ΔF_t		(2) ΔC_t	
	계수	표준오차	계수	표준오차
$\ln A$	0.756***	0.196	0.900***	0.119
$\ln WF$	-0.059	0.359	-0.375	0.232
$\ln E$	0.176*	0.103	0.076	0.066
$\ln FX$	0.022	0.209	0.051	0.135
$\ln I$	-0.011	0.025	-0.005	0.016
$\ln WA$	0.139	0.428	0.459*	0.268
$\ln ECT$	-0.109**	0.045	-0.279***	0.082
ΔF_{t-1}	-0.094	0.086		
ΔF_{t-2}	-0.095	0.085		
ΔF_{t-3}	-0.173**	0.073		
ΔC_{t-1}			-0.046	0.095
ΔC_{t-2}			-0.011	0.091

25) 이는 단기에 농산물 생산자 물가지수 상승이 농산물 소비자 물가지수 상승에 영향을 미친다는 석준호(2025)의 연구결과와 유사하다. 석준호(2025)의 단기탄력성 계수는 0.505와 0.264로 본 연구의 0.158과 0.227에 비해 다소 높은 수치를 보이나 전술한 바와 같이 사용된 변수와 모형의 차이를 감안할 필요가 있다.

26) 이는 통계적으로 유의미한 영향에 대한 증거를 발견하지 못하였다는 의미로, 해당 변수들이 농축수산물 소비자 물가지수에 영향을 주지 않는다는 의미가 아니므로 해석에 유의할 필요가 있다.

(계속)

변수	(1) ΔF_t		(2) ΔC_t	
	계수	표준오차	계수	표준오차
ΔC_{t-3}			-0.114	0.073
ΔA_t	0.148***	0.033	0.158**	0.072
ΔA_{t-1}	0.161***	0.035	0.227***	0.070
ΔA_{t-2}	-0.009	0.037	-0.054	0.071
ΔA_{t-3}	0.056	0.037	0.073	0.066
ΔWF_t	0.031	0.044	0.145*	0.075
ΔWF_{t-1}	0.039	0.047	0.144*	0.079
ΔWF_{t-2}	0.023	0.041	0.101	0.069
ΔWF_{t-3}	-0.026	0.027	-0.017	0.045
ΔE_t	0.005	0.037	0.008	0.060
ΔE_{t-1}	-0.004	0.041	0.020	0.068
ΔE_{t-2}	-0.008	0.040	0.009	0.064
ΔE_{t-3}	-0.037	0.037	-0.054	0.061
ΔFX_t	-0.005	0.051	-0.005	0.083
ΔFX_{t-1}	0.006	0.051	-0.016	0.083
ΔFX_{t-2}	-0.048	0.052	-0.076	0.085
ΔFX_{t-3}	-0.007	0.053	-0.017	0.087
ΔI_t	-0.004	0.009	-0.004	0.015
ΔI_{t-1}	0.004	0.009	0.008	0.015
ΔI_{t-2}	-0.002	0.009	-0.007	0.015
ΔI_{t-3}	0.004	0.009	0.002	0.015
ΔWA_t	-0.003	0.048	-0.083	0.083
ΔWA_{t-1}	-0.009	0.045	-0.070	0.076
ΔWA_{t-2}	0.009	0.038	-0.023	0.063
ΔWA_{t-3}	0.035	0.024	0.036	0.040
Constant	-0.108	0.259	-0.400	0.389
R-squared	0.787		0.824	
Adj. R-squared	0.733		0.779	
Obs.	168			

주 1) *, **, ***는 각각 유의수준 10%, 5%, 1%에서 통계학적으로 유의미함을 의미한다.

2) 변수 $\ln A, \dots, \ln WA$ 의 계수는 장기탄력성 추정치(long-run elasticities estimates), $\ln ECT$ 의 계수는 오차수정(error-correction) 추정치, 변수 $\Delta F_{t-1}, \dots, \Delta WA_{t-3}$ 의 계수는 단기탄력성 추정치(short-run elasticities estimates)를 나타낸다.

자료: 저자 작성.

5. 소결 및 시사점

우리나라 농식품 소비자 물가지수의 변동요인을 분석한 결과 장기균형 관계에서 농산물 가격이 상승할 경우, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수와 농축수산물 소비자 물가지수가 상승하는 것으로 나타났다. 이는 농식품 물가의 안정을 위해서는 농산물 가격의 안정적 관리가 중요함을 시사한다. 그리고 장기에 에너지 가격이 상승할 경우, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수가 상승하는 것으로 나타났다. 따라서 식료품 및 비주류음료의 유통 및 가공 과정에서 에너지 효율성을 높일 수 있도록 정책적 지원이 필요할 것으로 보인다. 장기에 식료품 제조업 평균임금, 실질실효환율, 이자율, 전체산업 평균임금이 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수와 농축수산물 소비자 물가지수에 유의미한 영향을 미친다는 증거는 발견할 수 없었다.²⁷⁾

단기적 충격으로 인해 장기균형으로부터 이탈할 경우 장기균형으로 되돌아가는 조정 과정에 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수는 약 9개월, 농축수산물 소비자 물가지수는 약 3개월로 시간이 짧게 소요되는 것으로 나타나 장기균형 관계가 두 물가지수에서 모두 의미가 있는 것으로 나타났다.²⁸⁾

농산물 가격의 일시적 상승 역시 단기에 식료품 및 비주류음료 소비자 물가와 농축수산물 소비자 물가의 상승을 가져오기는 하나 그 영향은 장기적인 농산물 가격 상승에 비해서는 낮은 것으로 나타났다. 이는 농산물 가격의 일시적 변동을 관리하는 단기적 정책 역시 중요하나 장기적 안정에 초점을 두는 정책이 보다 효과적일 수 있음을 시사한다. 그리고 단기에 노동비용 상승은 농축수산물 소비자 물가 상승을 통해 소비자에게 전가되는 것으로 나타났다. 이는 농식품 경영체가 임금인상으로 인한 충격을 흡수할 수 있도록 정책적 지원이 필요함을 시사한다.

27) 이는 통계적으로 유의미한 영향에 대한 증거를 발견하지 못하였다는 의미로, 해당 변수들이 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수와 농축수산물 소비자 물가지수에 영향을 주지 않는다는 의미가 아니므로 해석에 유의할 필요가 있다.

28) 장기균형으로 되돌아가는 조정기간이 매우 길 경우(예: 120개월)에는 장기균형 관계가 사실상 의미가 없다.

제6장

개선 과제

개선 과제

지금까지의 분석을 바탕으로 농식품 소비자 물가와 관련된 여러 현안을 개선하기 위한 주요 과제 여섯 가지를 아래와 같이 제시하였다.

1. 가구 특성별 농식품 소비자 물가지수 산출
2. 취약계층 물가 민감 품목 식별을 통한 사전 대응체계 마련
3. 농식품 물가 상승 시 취약계층에 대한 정책 지원 강화
4. 농식품 물가 안정 고수요 품목에 대한 물가 관리 강화
5. 농식품 물가 관련 언론보도 개선
6. 농식품 소비자 물가의 변동요인을 고려한 정책 개선

첫째, 가구 특성을 고려한 농식품 소비자 물가지수 산출이 필요하다. 가구 특성을 고려하는 동시에 농식품 소비에 특화된 물가지수는 현재까지 부재한 상황이다. 본 연구에서 제시된 분석 결과는 이러한 통계 공백이 정책 대응의 시의성과 효과성을 저해할 수 있음을 보여줄 뿐만 아니라, 농식품 분야에 특화된 소비자 물가지수가 정기적(월별·분기별)으로 산출되어 정책 설계를 위한 정보 제공이 선행될 필요가 있음을 시사한다. 특히 소득분위 등을 반영한 농식품 소비자 물가지수가 국가데이터처에 의해 산출되어 공표될 경우 농식품 소비자 물가 상승에 대한 정부의 대응 역량이 제고될 수 있을 것으로 기대된다. 다만, 국가데이터처에서 농식품에 분야에 특화된 소비자 물가지수를 정기적으로 산출하는 데 적지 않은 인력, 예

산, 시간 등의 비용이 소요될 것으로 예상된다. 따라서 농식품 소비자 물가지수 산출에 대한 공감대 형성을 위해서는 국가데이터처와 농림축산식품부를 포함한 관련 부처 및 기관 사이에 충분한 논의의 과정이 필요할 것으로 판단된다. 그리고 일정 수준의 공감대가 형성된 이후에는 국가데이터처에서 농식품 소비자 물가지수를 비정기적으로 생산하여 그 활용 가능성을 탐색할 필요가 있다. 이후 농식품 소비자 물가지수의 활용 효과가 충분히 검증된 이후에는 정기적으로 산출 및 공표를 고려할 필요가 있다.

둘째, 취약계층 물가 민감 품목 식별을 통한 사전 대응체계 마련이 필요하다. 동일한 가격 상승에도 취약계층이 체감하는 물가 상승 충격은 더 크므로, 취약계층의 지출 비중이 높은 주요 품목에 대해서는 가격 변동 조기 예측을 통한 선제적인 물가 안정 노력이 필요하다. 예를 들어 배추의 소비 비중이 높은 저소득 가구, 노인 가구, 근로자 외 가구는 배추에 대한 지출 비중이 높으므로 배추 가격 인상에 상대적으로 취약하다. 따라서 배추와 같은 민감 품목의 가격에 대해서는 보다 정밀한 모니터링 및 가격 안정화 노력이 필요하다.

셋째, 농식품 물가 상승 시 취약계층에 대한 정책 지원 강화가 필요하다. 소득, 연령, 근로유형 등 가구 특성을 고려한 농식품 물가지수 분석 결과, 가구 특성 및 품목에 따라 농식품 가격 충격의 양상이 상이한 것으로 나타났다. 이를 구체적으로 살펴보면 저소득 가구, 노인 가구, 근로자 외 가구의 농식품 소비자 물가지수는 물가 상승기에는 상승률이 상대적으로 더 높게 나타난 반면, 물가 하락기에는 하락률이 더 높게 나타났다. 그런데 물가는 중장기적 측면에서 등락을 반복하며 대체로 상승하기 때문에 취약계층의 물가 부담이 더 크다고 할 수 있다. 따라서 정부의 농식품 물가 정책은 저소득 가구 등 물가 변동 취약집단을 대상으로 한 맞춤형 정책으로 진화될 필요가 있다. 예를 들어, 소득 1분위 가구에서 멥쌀, 배추, 바다어류의 지출 비중이 높다는 사실은 해당 품목에 대한 가격 안정 또는 보조 정책이 저소득 가구에 대한 정책 효과를 높이는 데 유리하다는 점을 시사한다. 따라서 저소득 가구, 노인 가구, 근로자 외 가구 등 각 정책 대상별 물가 안정을 위한 우선 품목을 식별하여 해당 품목에 대한 바우처 제공, 할인지원 등 정책 대상별 맞춤형 정책

설계가 필요하다. 그리고 맞춤형 물가 정책의 소비자 후생 증대 효과 등을 정량적으로 분석하는 후속 연구를 통해 해당 정책의 타당성을 엄밀히 살펴볼 필요가 있다.

넷째, 농식품 물가 안정 고수요 품목에 대한 물가 관리 강화가 필요하다. 농식품 소비자의 농식품 물가 관련 인식을 조사하기 위하여 가구 내 농식품 주 구매자 2,020명을 대상으로 온라인 설문조사(조사기간: 2025. 4. 23.~4. 30.)를 실시한 결과, 28개 주요 품목 중 지난 3년간 물가 상승이 가장 큰 품목, 구매하기 부담스러운 품목, 정부가 물가 관리에 더욱 신경 써 주었으면 하는 상위 품목으로 사과, 배추, 쇠고기, 돼지고기, 달걀, 치킨, 빵이 선정되었다. 이는 해당 품목에 대한 정부의 더욱 세심한 물가 관리가 필요함을 의미한다. 그리고 28개 품목 외에 정부가 추가로 물가 관리에 신경 써 주었으면 하는 품목으로 배, 양배추, 딸기, 오이, 호박/애호박이 상위에 선정되었기 때문에 해당 품목에 대해서도 정부의 관심이 필요할 것으로 보인다.

다섯째, 농식품 물가 관련 언론보도에 대한 개선이 필요하다. 농식품 소비자의 농식품 물가 관련 인식을 조사한 결과 농식품 소비자 물가 상승을 강조하는 언론 기사에 대해 ‘객관적이다’, ‘유용하다’고 응답한 소비자 역시 많았으나, ‘사회적 혼란을 야기한다’, ‘정부의 물가 관리 비용을 높인다’고 응답한 소비자 역시 상당수 있었다. 따라서 언론보도 시 물가 상승 자체를 단순히 강조하기보다는 상승 요인, 정부 대책, 향후 전망 등을 객관적·종합적으로 보도함으로써, 정부의 물가 관리 정책에 불필요한 부담이 가중되지 않도록 할 필요가 있다.

여섯째, 농식품 소비자 물가지수의 변동요인을 고려한 정책 개선이 필요하다. 우리나라 농식품 소비자 물가지수의 변동요인을 ARDL 모형을 이용하여 분석한 결과 장기에 농산물 가격이 10% 상승할 경우, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수는 약 7.56% 상승하며, 농축수산물 소비자 물가지수는 약 9.00% 상승하는 것으로 나타났다. 이는 식료품 및 비주류음료 소비자 물가와 농축수산물 소비자 물가를 안정적으로 관리하기 위해서는 농산물 가격을 적정 수준으로 관리하는 것이 중요함을 시사한다.

장기에 에너지 가격이 10% 상승할 경우, 농축수산물 소비자 물가지수에서는

유의미한 변동이 나타나지 않았으나, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수는 약 1.76% 상승하는 것으로 나타났다. 따라서 식료품 및 비주류음료의 유통 및 가공 과정에서 에너지 효율성을 높이도록 장려하는 정책적 인센티브가 필요할 것으로 보인다.

농산물 가격에 의한 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수 상승 폭이 에너지 가격에 의한 상승 폭의 약 4.3배로 나타났을 뿐만 아니라 농축수산물 소비자 물가지수에서는 에너지 가격의 유의미한 영향이 나타나지 않았으므로, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가와 농축수산물 소비자 물가의 안정을 위해서는 에너지 가격보다 농산물 가격 안정에 정책의 우선순위를 두어야 할 것으로 보인다.

단기에 농산물 가격이 10% 상승할 경우, 식료품 및 비주류음료 소비자 물가지수는 약 1.48~1.61%, 농축수산물 소비자 물가지수는 약 1.58~2.27% 상승하는 것으로 나타났다. 이를 통해 농산물 가격의 일시적 상승 역시 단기에 식료품 및 비주류음료 소비자 물가와 농축수산물 소비자 물가의 상승을 가져오기는 하나 그 영향은 장기적인 농산물 가격 상승에 비해서는 낮음을 알 수 있다. 이는 농산물 가격의 일시적 변동을 관리하는 단기적 정책 역시 중요하나, 지속적 변동의 안정화에 초점을 두는 장기적 정책이 보다 효과적일 수 있음을 시사한다.

단기에 식료품 제조업 평균임금이 10% 상승할 경우, 농축수산물 소비자 물가지수는 약 1.44~1.45% 상승하는 것으로 나타났다. 식료품 제조업 평균임금이 운송·세정·포장·판매와 같은 농식품 가치사슬(value chain)에서 발생하는 노동비용을 대리하는 변수임을 고려할 때 이는 일시적 노동비용 상승이 단기에 농축수산물 소비자 물가 상승을 통해 소비자에게 전가됨을 시사한다. 따라서 임금인상으로 인한 충격을 흡수할 수 있도록 농축수산물 가치사슬에서 인건비 비중을 줄이기 위한 활동(예: 세척·포장 자동화 및 온라인 판매)을 촉진하는 정책이 필요하다.

가구 특성별 가구당 월평균 농식품 지출액

〈부표 1-1〉 소득분위별 가구당 월평균 지출액

단위: 원

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	지출액				
					소득분위				
					1	2	3	4	5
1	곡물 (가공)· 빵·떡류	멥쌀구입비		쌀	13,160	11,730	12,099	12,237	13,702
2				현미					
3		찰쌀구입비		찰쌀	1,709	1,172	1,344	1,153	1,238
4		맥류구입비		보리쌀	523	427	522	414	431
5		두류구입비	▼	콩	2,042	1,587	1,463	1,177	1,166
6				땅콩					
7		기타곡물구입비	▲	혼식곡	887	908	956	1,034	1,476
8		밀가루구입비		밀가루	327	231	218	219	222
9		국수류구입비		국수	1,540	1,538	2,291	2,665	3,340
18				파스타면					
10		라면류구입비	▲	라면	4,354	5,302	6,718	8,386	8,576
11		당면구입비		당면	393	427	522	507	589
12		두부구입비		두부	2,846	2,753	3,213	3,594	4,527
13		기타곡물가공품 구입비	▲	시리얼	4,140	5,027	5,994	7,195	8,888
14				부침가루					
15		케이크구입비	▲	케이크	1,203	2,830	4,136	5,841	7,841
16		식빵기타빵구입비	▲	빵	8,398	12,832	17,614	23,072	31,310
17		떡구입비	▲	떡	3,650	3,749	5,066	5,449	7,569
19	육류 (가공)	쇠고기구입비	▲	국산쇠고기	17,173	22,588	30,066	37,438	52,038
20				수입쇠고기					
21		돼지고기구입비	▲	돼지고기	15,662	19,978	26,320	32,612	38,352
22		닭고기구입비	▲	닭고기	2,539	3,322	3,816	4,666	5,701
23		소시지구입비	▲	소시지	704	1,111	1,742	2,332	2,597
24		햄베이컨구입비	▲	햄및베이컨	883	1,473	2,008	2,875	3,938
25		기타육류가공품 구입비	▲	기타육류가공품	5,378	7,890	11,469	15,362	19,579
26		바다어류구입비	▲	갈치	11,861	12,020	12,492	13,504	16,476
27				명태					
28				조기					
29				고등어					

(계속)

No.	가계동향조사 항목		소비자 물가지수 품목	지출액				
				소득분위				
				1	2	3	4	5
30	수 산 동 물 (신 선 · 염 건 · 기 타)	연체동물류구입비	오징어	2,953	3,354	3,116	3,868	4,644
32			굴					
34			전복					
38			낙지					
31		갑각류구입비	게	2,267	2,650	3,696	4,440	6,252
35			새우					
33		조개류구입비	조개	2,503	3,028	3,398	4,028	5,195
36		마른멸치구입비	마른멸치	1,358	1,139	1,207	1,178	1,550
37		마른오징어구입비	마른오징어	693	922	1,030	1,380	1,697
39			오징어채					
40	유 제 품 · 알	복어구입비	복어채	936	925	1,096	1,074	1,391
41		어묵구입비	어묵	1,178	1,396	2,088	2,495	3,033
42		맛살구입비	맛살	266	386	562	634	860
43		기타수산물구입비	수산물통조림	2,141	2,403	3,077	3,865	4,918
44		젓갈구입비	젓갈	1,797	1,521	1,618	1,524	1,667
45		우유구입비	우유	5,941	6,679	8,627	11,258	15,126
46		분유구입비	분유	100	577	2,022	1,737	2,250
47		치즈구입비	치즈	801	1,187	1,888	2,433	3,543
48		요구르트구입비	발효유	3,702	4,192	4,976	5,918	7,959
49		알맞알가공품구입비	달걀	5,888	6,724	7,696	9,386	11,874
50	유 지	참기름들기름구입비	참기름	1,766	1,590	1,526	1,564	1,766
51		기타식물성식용유구입비	식용유	1,326	1,570	1,958	2,213	3,038
52	과 일 (가 공)	사과구입비	사과	4,684	5,418	6,161	7,118	8,659
53		배구입비	배	1,142	1,408	1,612	1,932	3,028
54		복숭아구입비	복숭아	1,461	2,077	2,550	3,004	4,607
55		포도구입비	포도	1,925	3,014	3,453	4,862	6,486
56		밤구입비	밤	491	504	442	465	498
57		감구입비	감	1,419	1,392	1,353	1,480	1,827
58		감귤류구입비	귤	3,520	4,011	5,421	6,939	9,904
59		기타과일구입비	오렌지	2,174	3,123	4,003	5,504	8,507
64			키위					
65			블루베리					
66			망고					
67			체리					
68			아보카도					
69			파인애플					
70			아몬드					
60		참외구입비	참외	1,991	2,129	2,411	2,732	3,908
61		수박구입비	수박	1,616	2,064	2,657	3,077	4,504
62		딸기구입비	딸기	2,139	2,877	3,740	5,059	7,148

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	지출액				
					소득분위				
					1	2	3	4	5
63		바나나구입비		바나나	1,603	1,590	2,088	2,241	2,988
71		과일가공품구입비	▲	과일가공품	1,931	2,516	3,112	3,718	5,340
72	채 소 (가공)	배추구입비	▼	배추	3,034	2,573	2,403	2,365	2,024
73		상추구입비		상추	1,271	1,098	1,330	1,487	1,672
74		시금치구입비		시금치	916	737	763	803	1,041
75		양배추구입비		양배추	458	427	522	592	679
76		미나리구입비		미나리	458	384	364	321	435
77		깻잎구입비	▲	깻잎	491	504	562	592	724
78		부추구입비		부추	491	427	442	423	498
79		무구입비		무	2,401	1,951	1,842	1,809	1,828
80		기타채소구입비	▲	열무	3,573	3,636	4,401	4,871	6,190
95				브로콜리					
96				고사리					
97				파프리카					
81		당근구입비	▲	당근	523	543	683	761	951
82		감자구입비		감자	1,370	1,157	1,344	1,415	1,704
83		고구마구입비		고구마	2,377	2,120	2,248	2,343	3,077
84		도라지구입비		도라지	394	320	330	252	338
85		콩나물구입비		콩나물	1,145	931	1,124	1,142	1,358
86		버섯구입비	▲	버섯	1,438	1,796	2,058	2,542	3,159
87	오이구입비	▲	오이	1,374	1,396	1,526	1,564	1,901	
88	생고추구입비		풋고추	1,659	1,430	1,843	1,506	1,561	
89	호박구입비		호박	1,210	1,086	1,285	1,353	1,630	
90	가지구입비		가지	589	388	442	324	421	
91	토마토구입비	▲	토마토	2,204	2,554	2,978	3,583	5,374	
92	파구입비		파	2,486	1,978	2,129	2,241	2,354	
93	양파구입비		양파	1,701	1,551	1,807	1,903	2,263	
94	마늘구입비		마늘	3,413	2,969	3,167	2,995	3,205	
98	채소가공품구입비	▲	단무지	1,860	2,170	2,577	3,241	3,768	
99	해 조 (가공)	김구입비	▲	김	1,733	1,813	2,266	2,624	3,535
100				맛김					
101		미역구입비		미역	1,374	1,124	1,165	1,311	1,449
102	당 류 및 과 자 류	초콜릿구입비	▲	초콜릿	425	775	1,165	1,564	2,354
103		사탕젤리구입비	▲	사탕	916	1,357	2,048	2,960	3,576
104		껌구입비	▲	껌	164	247	320	413	441
105		아이스크림구입비	▲	아이스크림	3,080	4,802	6,954	9,761	11,700
106		한과기타과자 구입비	▲	비스킷	6,772	10,440	14,446	18,860	23,198
107	스낵과자								
108	파이								
109		설탕구입비		설탕	720	620	683	634	724

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	지출액				
					소득분위				
					1	2	3	4	5
110		잼	▲	1,197	1,577	1,671	1,947	2,409	
111									꿀
112									물엿
113	조미식품	기타조미식품	고춧가루	6,350	6,581	7,110	6,770	7,931	
119		구입비							양념소스
114		참깨들깨구입비	참깨	2,164	1,807	1,439	1,188	1,210	
115		생강구입비	생강	387	283	338	272	311	
116		소금구입비	소금	604	631	640	624	639	
117		간장구입비	간장	1,097	1,034	1,082	1,160	1,393	
118		된장구입비	▲	된장	883	892	1,044	1,099	1,313
120		고추장구입비	▲	고추장	720	737	843	888	1,041
121		카레구입비	▲	카레	171	266	402	507	679
122		식초구입비		식초	255	277	301	255	326
123		드레싱구입비	▲	드레싱	300	427	562	677	860
124		혼합조미료구입비		혼합조미료	818	659	803	803	815
125	기타식품	죽스프구입비	▲	스프	556	582	723	1,057	1,132
126		이유식구입비		이유식	30	105	1,370	1,147	797
127		김치구입비	▲	김치	2,795	2,871	2,905	4,124	4,528
128		반찬류구입비		밀반찬	5,733	5,260	6,683	9,377	12,374
129		즉석동결식품	▲	냉동식품	5,361	7,512	10,700	12,886	16,284
130		구입비		즉석식품					
131		기타미분류식품	▲	편의점도시락	768	1,279	2,247	3,014	4,150
132		구입비		삼각김밥					
133	커피·차·주스	커피구입비	▲	커피	4,546	5,296	7,070	7,967	10,861
134		차구입비	▲	차	1,333	1,615	2,258	2,737	3,698
135		과일야채주스	▲	주스	1,680	2,552	3,825	4,807	6,995
136		두유구입비		두유	2,151	1,861	1,913	2,196	2,611
137		생수구입비	▲	생수	2,552	3,328	3,603	4,070	4,326
138		기타음료수구입비	▲	기능성음료	3,878	5,577	7,146	9,081	10,407
139				탄산음료					
140				기타음료					
합계	식품류 비주류음료 구입비				259,436	299,569	372,548	446,069	565,946

주: ▲, ▼는 항목별로 소득분위가 높아질수록 가구당 지출액이 증가(▲), 감소(▼)함을 의미하며, 그 외에는 별도 표시를 생략하였다. 가령, 김구입비의 경우 소득분위가 1분위에서 5분위로 증가할수록 가구당 지출액이 1,733, 1,813, 2,266, 2,624, 3,535원으로 점차 증가하여 증가(▲)로 표기하였다. 반면, 기타조미식품 구입비의 경우 소득분위가 1분위에서 5분위로 증가 때 가구당 지출액이 6,350, 6,581, 7,110, 6,770, 7,931원으로 증가하지 않는 구간이 있기에 별도 표시를 생략하였다.

자료: 저자 작성.

〈부표 1-2〉 노인 가구별 가구당 월평균 지출액

단위: 원

No.	가계동향조사 항목		소비자 물가지수 품목	지출액	
				비노인	노인
1	곡물 (가공) · 빵떡류	멥쌀구입비	▲ 쌀	11,342	18,903
2			현미		
3		찰쌀구입비	▲ 찰쌀	1,050	2,708
4		맥류구입비	▲ 보리쌀	395	812
5		두류구입비	▲ 콩	1,029	3,814
6			땅콩		
7		기타곡물구입비	▲ 혼식곡	956	1,540
8		밀가루구입비	▲ 밀가루	203	459
9		국수류구입비	국수	2,377	1,756
18			파스타면		
10		라면류구입비	▼ 라면	7,420	2,847
11		당면구입비	▲ 당면	476	530
12		두부구입비	▲ 두부	3,344	3,886
13		기타곡물가공품 구입비	시리얼	6,613	4,401
14			부침가루		
15		케이크구입비	▼ 케이크	5,110	613
16		식빵기타빵구입비	▼ 빵	20,807	7,675
17		떡구입비	▲ 떡	4,971	5,735
19	육류 (가공)	쇠고기구입비	국산쇠고기	32,173	30,284
20			수입쇠고기		
21		돼지고기구입비	▼ 돼지고기	27,782	20,514
22		닭고기구입비	▼ 닭고기	4,220	2,938
23		소시지구입비	▼ 소시지	1,967	327
24		햄베이컨구입비	▼ 햄및베이컨	2,533	706
25		기타육류가공품 구입비	▼ 기타육류가공품	13,052	6,229
26	수산물 (신선·염건·기타)	바다어류구입비	▲ 갈치	12,043	19,759
27			명태		
28			조기		
29			고등어		
30		연체동물류구입비	오징어	3,308	5,002
32			굴		
34			전복		
38			낙지		
31		갑각류구입비	게	3,861	3,860
35			새우		
33		조개류구입비	▲ 조개	3,508	4,254
36		마른멸치구입비	▲ 마른멸치	1,099	2,237
37		마른오징어구입비	마른오징어	1,208	823
39			오징어채		
40		복어구입비	▲ 복어채	998	1,520
41		어묵구입비	▼ 어묵	2,229	1,095
42		맛살구입비	▼ 맛살	588	296
43		기타수산물구입비	▼ 수산물통조림	3,294	3,215
44		젓갈구입비	▲ 젓갈	1,309	3,230

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	지출액	
					비노인	노인
45	유 제 품 · 알	우유구입비	▼	우유	10,020	7,041
46		분유구입비	▼	분유	1,580	105
47		치즈구입비	▼	치즈	2,171	954
48		요구르트구입비	▼	발효유	5,397	5,108
49	알	알맞알가공품구입비	▼	달걀	8,513	7,301
50	유 지	참기름들기름구입비	▲	참기름	1,419	2,897
51		기타식물성식용유구입비	▼	식용유	2,082	1,704
52	과 일 (가공)	사과구입비	▲	사과	6,083	8,059
53		배구입비	▲	배	1,783	2,037
54		복숭아구입비	▼	복숭아	2,785	2,512
55		포도구입비	▼	포도	4,079	3,281
56		밤구입비	▲	밤	405	812
57		감구입비	▲	감	1,290	2,528
58		감귤류구입비	▼	귤	6,187	4,803
59		기타과일구입비	▼	오렌지	4,854	3,689
64				키위		
65				블루베리		
66				망고		
67				체리		
68				아보카도		
69				파인애플		
70			아몬드			
60		참외구입비	▲	참외	2,589	2,866
61		수박구입비	▼	수박	2,870	2,347
62		딸기구입비	▼	딸기	4,459	2,842
63		바나나구입비	▼	바나나	2,128	1,978
71		과일가공품구입비	▼	과일가공품	3,374	3,067
72	채 소 (가공)	배추구입비	▲	배추	1,914	5,354
73		상추구입비	▲	상추	1,322	1,623
74		시금치구입비	▲	시금치	770	1,307
75		양배추구입비	▲	양배추	517	600
76		미나리구입비	▲	미나리	314	742
77		깻잎구입비	▲	깻잎	557	706
78		부추구입비	▲	부추	405	706
79		무구입비	▲	무	1,544	4,109
80		기타채소구입비	▲	열무	4,313	5,660
95				브로콜리		
96				고사리		
97				파프리카		
81		당근구입비	▲	당근	689	742
82		감자구입비	▲	감자	1,304	1,879

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	지출액	
					비노인	노인
83		고구마구입비	▲	고구마	2,144	3,900
84		도라지구입비	▲	도라지	262	658
85		콩나물구입비	▲	콩나물	1,115	1,519
86		버섯구입비	▼	버섯	2,213	2,123
87		오이구입비	▲	오이	1,419	2,084
88		생고추구입비	▲	풋고추	1,443	2,396
89		호박구입비	▲	호박	1,216	1,837
90		가지구입비	▲	가지	334	918
91		토마토구입비	▼	토마토	3,399	3,035
92		파구입비	▲	파	1,925	3,532
93		양파구입비	▲	양파	1,723	2,367
94		마늘구입비	▲	마늘	2,637	5,756
98		채소가공품구입비	▲	단무지	2,689	2,898
99	해조 (가공)	김구입비	▼	김	2,444	2,140
100				맛김		
101		미역구입비	▲	미역	1,125	2,049
102	당류 및 과자 류	초콜릿구입비	▼	초콜릿	1,419	424
103		사탕젤리구입비	▼	사탕	2,432	954
104		껌구입비	▼	껌	345	200
105		아이스크림구입비	▼	아이스크림	8,208	2,441
106		한과기타과자 구입비	▼	비스킷	16,546	5,593
107				스낵과자		
108				파이		
109		설탕구입비	▲	설탕	598	1,130
110		잼꿀조청구입비	▲	잼	1,672	2,207
111				꿀		
112				물엿		
113	조미 식품	기타조미식품 구입비	▲	고춧가루	6,032	11,589
119				양념소스		
114		참깨들깨구입비	▲	참깨	969	4,571
115		생강구입비	▲	생강	256	637
116		소금구입비	▲	소금	540	1,070
117		간장구입비	▲	간장	1,056	1,646
118		된장구입비	▲	된장	1,013	1,130
120		고추장구입비	▲	고추장	831	848
121		카레구입비	▼	카레	446	190
122		식초구입비	▲	식초	263	389
123		드레싱구입비	▼	드레싱	618	316
124		혼합조미료구입비	▲	혼합조미료	730	1,060

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	지출액	
					비노인	노인
125	기 타 식 품	죽스프구입비 ▼	스프	841	636	
126		이유식구입비 ▼	이유식	825	3	
127		김치구입비 ▼	김치	3,562	2,848	
128		반찬류구입비 ▼	밑반찬	8,395	5,298	
129		즉석동결식품 구입비 ▼	냉동식품	11,879	3,796	
130			즉석식품			
131		기타미분류식품 구입비 ▼	편의점도시락	2,612	667	
132			삼각김밥			
133	커피 · 차 · 주 스	커피구입비 ▼	커피	7,720	4,246	
134		차구입비 ▼	차	2,507	1,422	
135		과일야채주스 구입비 ▼	주스	4,411	1,745	
136		두유구입비 ▲	두유	2,034	2,720	
137		생수구입비 ▼	생수	3,815	2,359	
138		기타음료수구입비 ▼	기능성음료	8,092	2,780	
139	탄산음료					
140	기타음료					
합계	식료품 비주류음료 구입비			395,738	353,457	

주: ▲, ▼는 항목별로 노인 가구의 가구당 지출액이 비노인 가구의 가구당 지출액보다 큼(▲), 작음(▼)을 의미하며, 두 금액이 동일한 경우에는 별도 표시를 생략하였다.

자료: 저자 작성.

〈부표 1-3〉 근로자가구별 가구당 월평균 지출액

단위: 원

No.	가계동향조사 항목		소비자 물가지수 품목	지출액	
				근로자가구	근로자 외 가구
1	곡물 (가공) · 빵 · 떡류	멥쌀구입비	▲ 쌀	10,684	15,490
2			현미		
3		찰쌀구입비	▲ 찰쌀	1,108	1,652
4		맥류구입비	▲ 보리쌀	410	551
5		두류구입비	▲ 콩	1,024	2,195
6			땅콩		
7		기타곡물구입비	▲ 혼식곡	984	1,157
8		밀가루구입비	▲ 밀가루	198	320
9		국서류구입비	국수	2,360	2,144
18			파스타면		
10		라면류구입비	▼ 라면	7,128	5,965
11		당면구입비	▲ 당면	467	533
12		두부구입비	▲ 두부	3,252	3,731
13		기타곡물가공품 구입비	시리얼	6,617	5,687
14			부침가루		
15		케이크구입비	▼ 케이크	5,329	2,907
16		식빵기타빵구입비	▼ 빵	21,095	14,908
17		떡구입비	▲ 떡	4,942	5,334
19	육류 (가공)	쇠고기구입비	국산쇠고기	31,504	32,410
20			수입쇠고기		
21		돼지고기구입비	▼ 돼지고기	26,763	26,316
22		닭고기구입비	▼ 닭고기	4,150	3,794
23		소시지구입비	▼ 소시지	1,957	1,302
24		햄베이컨구입비	▼ 햄및베이컨	2,545	1,777
25		기타육류가공품 구입비	▼ 기타육류가공품	12,949	10,405
26	수산 동물 (신선 · 염건 · 기타)	바다어류구입비	▲ 갈치	11,607	15,762
27			명태		
28			조기		
29			고등어		
30		연체동물류구입비	오징어	3,210	4,162
32			굴		
34			전복		
38			낙지		
31		갑각류구입비	▲ 게	3,808	3,942
35			새우		
33		조개류구입비	▲ 조개	3,367	4,033
36		마른멸치구입비	▲ 마른멸치	1,109	1,558
37		마른오징어구입비	마른오징어	1,146	1,143
39			오징어채		
40		복어구입비	▲ 복어채	966	1,264
41		어묵구입비	▼ 어묵	2,121	1,777

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	지출액	
					근로자가구	근로자 외 가구
42	유 제 품 · 알	맛살구입비	▼	맛살	566	498
43		기타수산물구입비	▲	수산물통조림	3,224	3,368
44		젓갈구입비	▲	젓갈	1,242	2,211
45		우유구입비	▼	우유	10,052	8,725
46		분유구입비	▼	분유	1,667	834
47		치즈구입비	▼	치즈	2,212	1,602
48		요구르트구입비	▼	발효유	5,493	5,131
49		알맞알가공품 구입비	▼	달걀	8,342	8,271
50	유 지	참기름들기름 구입비	▲	참기름	1,357	2,132
51		기타식물성식용유 구입비	▲	식용유	2,019	2,042
52	과 일 (가 공)	사과구입비	▲	사과	5,982	7,059
53		배구입비	▲	배	1,769	1,908
54		복숭아구입비	▼	복숭아	2,758	2,713
55		포도구입비	▼	포도	4,030	3,824
56		밤구입비	▲	밤	410	569
57		감구입비	▲	감	1,341	1,728
58		감귤류구입비	▼	귤	6,164	5,647
59		기타과일구입비	▼	오렌지	4,838	4,394
64				키위		
65				블루베리		
66				망고		
67				체리		
68				아보카도		
69				파인애플		
70				아몬드		
60		참외구입비	▲	참외	2,484	2,863
61		수박구입비	▲	수박	2,757	2,826
62		딸기구입비	▼	딸기	4,447	3,805
63		바나나구입비	▲	바나나	2,121	2,132
71		과일가공품구입비	▼	과일가공품	3,354	3,278
72	채 소 (가 공)	배추구입비	▲	배추	1,816	3,493
73		상추구입비	▲	상추	1,271	1,525
74		시금치구입비	▲	시금치	749	1,013
75		양배추구입비	▲	양배추	509	569
76		미나리구입비	▲	미나리	297	533
77		깻잎구입비	▲	깻잎	551	622
78		부추구입비	▲	부추	382	569
79		무구입비	▲	무	1,528	2,636

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	지출액		
					근로자가구	근로자 외 가구	
80		기타채소구입비	▲	열무	4,221	5,012	
95				브로콜리			
96				고사리			
97				파프리카			
81		당근구입비	▲	당근	650	746	
82		감자구입비	▲	감자	1,310	1,532	
83		고구마구입비	▲	고구마	2,206	2,781	
84		도라지구입비	▲	도라지	244	454	
85		콩나물구입비	▲	콩나물	1,018	1,333	
86		버섯구입비	▲	버섯	2,102	2,345	
87		오이구입비	▲	오이	1,414	1,741	
88		생고추구입비	▲	풋고추	1,397	1,910	
89		호박구입비	▲	호박	1,174	1,528	
90		가지구입비	▲	가지	339	569	
91		토마토구입비	▲	토마토	3,303	3,393	
92		파구입비	▲	파	1,980	2,665	
93		양파구입비	▲	양파	1,697	2,132	
94		마늘구입비	▲	마늘	2,520	4,111	
98		채소가공품구입비	▲	단무지	2,664	2,814	
99	해조 (가공)	김구입비	▲	김	2,370	2,432	
100				맛김			
101		미역구입비	▲	미역	1,061	1,599	
102	당류 및 과자 류	초콜릿구입비	▼	초콜릿	1,555	835	
103		사탕젤리구입비	▼	사탕	2,545	1,652	
104		껌구입비	▼	껌	325	302	
105		아이스크림구입비	▼	아이스크림	8,305	5,664	
106		한과기타과자 구입비	▼	비스킷	16,650	11,833	
107				스낵과자			
108				파이			
109			설탕구입비	▲	설탕	580	835
110		잼꿀조청구입비	▲	잼	1,680	1,882	
111				꿀			
112				물엿			
113	조미 식품	기타조미식품 구입비	▲	고춧가루	5,870	8,603	
119				양념소스			
114		참깨들깨구입비	▲	참깨	965	2,473	
115		생강구입비	▲	생강	259	409	
116		소금구입비	▲	소금	528	780	
117		간장구입비	▲	간장	1,022	1,354	
118		된장구입비	▲	된장	990	1,119	
120			고추장구입비	▲	고추장	778	924

(계속)

No.	가계동향조사 항목			소비자 물가지수 품목	지출액	
					근로자가구	근로자 외 가구
121		카레구입비	▼	카레	452	320
122		식초구입비	▲	식초	255	320
123		드레싱구입비	▼	드레싱	608	515
124		혼합조미료구입비	▲	혼합조미료	735	853
125	기 타 식 품	죽스프구입비	▼	스프	863	729
126		이유식구입비	▼	이유식	928	326
127		김치구입비	▼	김치	3,455	3,429
128		반찬류구입비	▼	밀반찬	8,156	7,472
129		즉석동결식품 구입비	▼	냉동식품	11,738	8,734
130				즉석식품		
131		기타미분류식품 구입비	▼	편의점도시락	2,600	1,822
132				삼각김밥		
133	커피 · 차 · 주 스	커피구입비	▼	커피	7,552	6,533
134		차구입비	▼	차	2,541	2,003
135		과일야채주스 구입비	▼	주스	4,490	3,182
136		두유구입비	▲	두유	2,011	2,354
137		생수구입비	▼	생수	3,742	3,322
138		기타음료수구입비	▼	기능성음료	8,075	5,910
139				탄산음료		
140				기타음료		
합계		식품비 비주류음료 구입비			390,455	386,320

주: ▲, ▼는 항목별로 근로자 외 가구의 가구당 지출액이 근로자가구의 가구당 지출액보다 큼(▲), 작음(▼)을 의미하며, 두 금액이 동일한 경우에는 별도 표시를 생략하였다.

자료: 저자 작성.

농식품 소비자 물가인식 설문지



통계법 제33조(비밀의 보호)

응답하신 내용은 통계법 제33조에 따라 엄격히 보호되며 통계작성 목적 외 다른 용도로 사용되지 않으며, 응답결과에 대한 비밀은 보호됩니다.

주관기관: 한국농촌경제연구원
조사기관: ㈜리서치앤리서치

list id

--	--	--	--

농식품 소비자 물가인식전망 설문조사

안녕하십니까?

국무총리실 산하 국책연구기관인 한국농촌경제연구원입니다.

저희 연구원에서는 『농식품 소비자 물가지수 개선 과제』 연구를 수행하고 있습니다. 이와 관련하여 농식품 소비자 분들을 대상으로 농식품 소비자 물가지수 관련 설문조사를 진행하고자 합니다. 귀하께서 응답해주신 내용은 향후 내실 있는 농식품 정책을 마련하는데 귀중한 자료로 활용될 것입니다.

본 조사를 통해 수집된 정보는 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의거하여 비밀이 엄격하게 보호되며, 통계 분석 이외의 다른 목적으로 이용되지 않음을 알려드립니다. 본 설문조사는 한국농촌경제연구원에서 위탁받은 (주)리서치앤리서치에서 실시하고 있으며, 조사에 참여해주신 분들께서는 소정의 상품을 드릴 예정입니다.

2025.4~5

문의처

조사내용 관련: 한국농촌경제연구원 영광훈 부연구위원 / 061-820-2193
한국농촌경제연구원 이명기 선임연구위원 / 061-820-2166
한국농촌경제연구원 채홍기 연구원 / 061-820-2249
조사진행 관련: (주)리서치앤리서치 엄승범 전임연구원 / 02-3484-3076

※ 본 설문조사는 다음과 같이 구성되어 있습니다. 설문 문항이 다소 많으나 빠짐없이 설문에 응 해주시면 연구수행과 농업정책 수립에 큰 도움이 됩니다.

Part A. 농식품 소비자 물가 인식·전망 설문
Part B. 농식품 세부 품목별 소비자 물가 인식 설문
Part C. 농식품 소비자 물가 안정 정책 인식·체감 설문
Part D. 언론의 농식품 소비자 물가 상승 보도에 대한 인식 조사
Part E. 기타 농식품 소비자 물가 인식 조사
Part F. 응답자 정보

SQ1	선생님의 성별은 무엇입니까?	1) 남성 2) 여성
SQ2	선생님께서 현재 어디 거주하고 계십니까?	1) 서울 2) 부산 3) 대구 4) 인천 5) 광주 6) 대전 7) 울산 8) 세종 9) 경기 10) 강원 11) 충북 12) 충남 13) 전북 14) 전남 15) 경북 16) 경남 17) 제주
SQ21	선생님께서 면, 읍, 동 중 어디에 살고 계십니까?	1) 면 지역 2) 읍 지역 3) 동 지역
SQ3	실례지만 선생님의 연령은 만으로 어떻게 되십니까?	1) 19세 미만 조사 종료 2) 19세~29세 3) 30대 4) 40대 5) 50대 6) 60대 이상
SQ4	선생님 댁에 함께 살고 계신 가구원은 본인 포함 몇 명입니까?	1) 1명 2) 2명 3) 3명 4) 4명 5) 5명 6) 6명 이상 ()
SQ5	(1인 가구 외) 선생님은 귀댁의 농식품 주 구매자 이십니까?	1) 주 구매자 2) 주 구매자 아님 조사 종료

PART A. 농식품 소비자 물가 인식·전망 설문

※ 선생님께서는 농식품 소비자 물가에 대해 어떻게 생각하고 전망하시는지를

①농축산물(수산물 제외), ②가공식품, ③ 외식 소비자 물가로 구분하여 질문 드리도록 하겠습니다.

PART A-1. 농축산물(수산물 제외)

※ 농축산물(수산물 제외)에는 농산물(예: 곡물, 과일, 채소 등)과 축산물(예: 쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 달걀 등)이 포함됩니다. 하지만 수산물(어류, 조개류, 해조류 등)은 포함되지 않습니다.

A01. 귀하의 가정에서는 농축산물(수산물 제외)을 얼마나 자주 구매하십니까? (직접 구입 및 식당 취식 포함)

1) 거의 매일 2) 주 4~5회 3) 주 2~3회 4) 주 1회 5) 1달에 2회 6) 1달에 1회 이하

A02. 선생님께서는 농축산물(수산물 제외)을 구입할 때 어떤 점을 중요하게 생각하십니까? 순서대로 3가지를 선택해 주십시오.

1순위() 2순위() 3순위()

1) 건강·영양성분 2) 안전성 3) 맛(풍미) 4) 품질(신선도) 5) 원산지

6) 친환경 인증 등 각종 식품 인증 7) 상품 형태(신선, 냉장, 냉동)

8) 손질·조리·섭취의 편리함 9) 가격 10) 제조 브랜드

11) 구매의 편리성(접근성) 12) 기타 ()

A03. 선생님께서는 지난 1년 동안 농축산물(수산물 제외) 소비자 물가는 얼마나 상승/하락했다고 느끼셨습니까?

1) 크게 상승했다 2) 약간 상승했다 이하 A03-1번으로

3) 비슷했다(큰 변화 없음) 이하 A04번으로

4) 약간 하락했다 5) 크게 하락했다 이하 A03-2번으로

A03-1. 지난 1년 동안 농축산물(수산물 제외) 소비자 물가는 몇 % 상승했다고 느끼셨습니까?

()% 상승

A03-2. 지난 1년 동안 농축산물(수산물 제외) 소비자 물가는 몇 % 하락했다고 느끼셨습니까?

()% 하락

A04. 국가데이터처에 자료에 따르면 2024년 농축산물(수산물 제외) 소비자 물가는 2023년 대비 6.4% 상승했습니다. 선생님은 이에 대해서 어떻게 생각하십니까?

- | | |
|----------------------|-------------------|
| 1) 내가 생각하는 것보다 매우 높다 | 2) 내가 생각하는 것보다 높다 |
| 3) 내가 생각하는 것과 비슷하다 | 4) 내가 생각하는 것보다 낮다 |
| 5) 내가 생각하는 것보다 매우 낮다 | |

A05. 앞으로 1년 후 농축산물(수산물 제외) 소비자 물가 수준은 현재와 비교하여 어떻게 될 것이라고 예상하십니까?

- | | | |
|----------------|---------------|-------------|
| 1) 크게 상승할 것이다 | 2) 약간 상승할 것이다 | 이하 A05-1번으로 |
| 3) 현재와 비슷할 것이다 | | 이하 A06번으로 |
| 4) 약간 하락할 것이다 | 5) 크게 하락할 것이다 | 이하 A05-2번으로 |

A05-1. 앞으로 1년 후 농축산물(수산물 제외) 소비자 물가는 현재보다 몇 % 상승할 것이라고 예상하십니까?
()% 상승

A05-2. 앞으로 1년 후 농축산물(수산물 제외) 소비자 물가는 현재보다 몇 % 하락할 것이라고 예상하십니까?
()% 하락

PART A-2. 가공식품

※ 가공식품은 식품 원료(농, 임, 축, 수산물 등)에 식품첨가물을 가하거나, 원형을 알아볼 수 없을 정도로 변형(분쇄, 절단 등)한 식품을 의미합니다.

(예: 밀가루, 시리얼, 라면, 햄, 통조림, 과자류, 아이스크림, 탄산음료, 케이크, 요거트 등)

A06. 선생님께서는 지난 1년 동안 가공식품 소비자 물가는 얼마나 상승/하락했다고 느끼셨습니까?

- | | | |
|------------------|------------|-------------|
| 1) 크게 상승했다 | 2) 약간 상승했다 | 이하 A06-1번으로 |
| 3) 비슷했다(큰 변화 없음) | | 이하 A07번으로 |
| 4) 약간 하락했다 | 5) 크게 하락했다 | 이하 A06-2번으로 |

A06-1. 지난 1년 동안 가공식품 소비자 물가는 몇 % 상승했다고 느끼셨습니까? ()% 상승

A06-2. 지난 1년 동안 가공식품 소비자 물가는 몇 % 하락했다고 느끼셨습니까? ()% 하락

A07. 국가데이터처 자료에 따르면 2024년 가공식품 소비자 물가는 2023년 대비 1.8% 상승했습니다. 선생님은 이에 대해서 어떻게 생각하십니까?

- | | |
|----------------------|-------------------|
| 1) 내가 생각하는 것보다 매우 높다 | 2) 내가 생각하는 것보다 높다 |
| 3) 내가 생각하는 것과 비슷하다 | 4) 내가 생각하는 것보다 낮다 |
| 5) 내가 생각하는 것보다 매우 낮다 | |

A08. 선생님께서는 앞으로 1년 후 가공식품 소비자 물가 수준은 현재와 비교하여 어떻게 될 것이라고 예상하십니까?

- | | | |
|----------------|---------------|----------------------|
| 1) 크게 상승할 것이다 | 2) 약간 상승할 것이다 | ☞ 이하 A08-1번으로 |
| 3) 현재와 비슷할 것이다 | | ☞ 이하 A09번으로 |
| 4) 약간 하락할 것이다 | 5) 크게 하락할 것이다 | ☞ 이하 A08-2번으로 |

A08-1. 앞으로 1년 후 가공식품 소비자 물가 수준은 현재보다 몇 % 상승할 것이라고 예상하십니까?

()% 상승

A08-2. 앞으로 1년 후 가공식품 소비자 물가 수준은 현재보다 몇 % 하락할 것이라고 예상하십니까?

()% 하락

Part A-3. 외식

※ 외식은 가정에서 음식을 직접 조리하지 않고 음식점 등에서 음식을 사서 식사하는 것을 의미하며 포장(테이크아웃), 배달, 단체 급식 등을 모두 포함합니다.

A09. 선생님께서는 지난 1년 동안 외식 소비자 물가는 얼마나 상승/하락했다고 느끼셨습니까?

- | | | |
|------------------|------------|----------------------|
| 1) 크게 상승했다 | 2) 약간 상승했다 | ☞ 이하 A09-1번으로 |
| 3) 비슷했다(큰 변화 없음) | | ☞ 이하 A10번으로 |
| 4) 약간 하락했다 | 5) 크게 하락했다 | ☞ 이하 A09-2번으로 |

A09-1. 지난 1년 동안 외식 소비자 물가는 몇 % 상승했다고 느끼셨습니까? ()% 상승

A09-2. 지난 1년 동안 외식 소비자 물가는 몇 % 하락했다고 느끼셨습니까? ()% 하락

A10. 국가데이터처 자료에 따르면 2024년 외식 소비자 물가는 2023년 대비 3.1% 상승했습니다. 선생님은 이에 대해 어떻게 생각하십니까?

- | | |
|----------------------|-------------------|
| 1) 내가 생각하는 것보다 매우 높다 | 2) 내가 생각하는 것보다 높다 |
| 3) 내가 생각하는 것과 비슷하다 | 4) 내가 생각하는 것보다 낮다 |
| 5) 내가 생각하는 것보다 매우 낮다 | |

A11. 앞으로 1년 후 외식 소비자 물가 수준은 현재와 비교하여 어떻게 될 것이라고 예상하십니까?

- 1) 크게 상승할 것이다 2) 약간 상승할 것이다 이하 A11-1번으로
3) 현재와 비슷할 것이다 이하 A12번으로
4) 약간 하락할 것이다 5) 크게 하락할 것이다 이하 A11-2번으로

A11-1. 앞으로 1년 후 외식 소비자 물가 수준은 현재보다 몇 % 상승할 것이라고 예상하십니까?

()% 상승

A11-2. 앞으로 1년 후 외식 소비자 물가 수준은 현재보다 몇 % 하락할 것이라고 예상하십니까?

()% 하락

A12. 지난 3년간 선생님 가계에 가장 부담이 되었던 물가 상승은 어떤 품목의 물가 상승이었습니까?

순서대로 2가지를 골라 주십시오. 1순위() 2순위()

- 1) 식품·외식비(농축수산물, 가공식품, 외식 등) 2) 석유류제품(휘발유, 경유 등)
3) 공업제품(의류, 전자제품, 내구재 등) 4) 집세(전세, 월세 등)
5) 공공요금(전기·가스, 통신, 대중교통비, 의료비 등)
6) 개인서비스(학원, 여행, 문화생활비, 이발·미용 등) 7) 기타 ()

PART B. 농식품 세부 품목별 소비자 물가 인식 설문

※ 2023년 우리나라 농식품부는 28개 주요 농식품(농축산물, 가공식품, 외식 포함) 품목에 대하여 전담자를 지정하여 중점 관리할 계획임을 밝혔습니다. 이를 참고하여 아래 질문에 답변해주시면 감사하겠습니다.

※ 아래 28개 주요 농식품 품목 중에 각 질문별로 3가지를 순서대로 응답해 주십시오.

B01. 지난 3년간 물가가 가장 많이 올랐다고 생각하시는 품목

1순위() 2순위() 3순위()

B02. 지난 3년간 가격으로 인해 구매하기 가장 부담스러웠다고 생각하시는 품목

1순위() 2순위() 3순위()

B03. 지난 3년간 가장 자주 구매했다고 생각하시는 품목

1순위() 2순위() 3순위()

B04. 지난 3년간 월평균 지출액이 가장 컸다고 생각하시는 품목

1순위() 2순위() 3순위()

B05. 우리정부가 물가 관리를 더욱 신경 써 주었으면 하는 품목

1순위() 2순위() 3순위()

28개 주요 농식품(농축산물, 가공식품, 외식 포함) 보기

농산물	1) 배추	2) 무	3) 양파	4) 건고추
	5) 깐마늘	6) 생강	7) 대파	8) 토마토
	9) 사과			
축산물	10) 쇠고기	11) 돼지고기	12) 닭고기	13) 달걀
곡물	14) 쌀			
가공식품	15) 빵	16) 우유	17) 스낵과자	18) 커피
	19) 라면	20) 아이스크림	21) 설탕	22) 식용유
	23) 밀가루			
외식	24) 햄버거	25) 피자	26) 치킨	27) 냉면
	28) 김밥			

B06. 위 28개 품목 외에 우리정부가 추가로 물가 관리에 신경 써 주었으면 하는 품목이 있으십니까?

- 1) 있음 B06-1번으로 2) 없음 B07번으로

B06-1. 위 28개 품목 외에 우리정부가 추가로 물가 관리에 신경써 주었으면 하시는 품목을 최소 1개에서 최대 3개까지 작성해 주세요.

$$\left(\begin{array}{c} \vdots \\ \vdots \\ \vdots \end{array} \right) \left(\begin{array}{c} \vdots \\ \vdots \\ \vdots \end{array} \right) \left(\begin{array}{c} \vdots \\ \vdots \\ \vdots \end{array} \right)$$

B07. 선생님께서는 구매하고자 하시는 농축산물 가격이 많이 올랐을 때 대체로 어떻게 대처하십니까?

- 1) 비싸도 구매하고자 했던 농축산물을 필요한 양만큼 구매한다
- 2) 구매하고자 했던 양보다 조금 구매한다
- 3) 저렴한 가격의 비슷한 농축산물(대체재)을 구매한다
- 4) 더 저렴한 구매처를 찾아 구매한다
- 5) 구매를 포기한다

B08. 선생님께서는 구매하고자 하시는 가공식품 가격이 많이 올랐을 때 대체로 어떻게 대처하십니까?

- 1) 비싸도 구매하고자 했던 가공식품을 필요한 양만큼 구매한다
- 2) 구매하고자 했던 양보다 조금 구매한다
- 3) 저렴한 가격의 비슷한 가공식품(대체재)을 구매한다
- 4) 더 저렴한 구매처를 찾아 구매한다(예: 마트에서 구매하는 대신 쿠팡 등 온라인 쇼핑몰에서 구매)
- 5) 구매를 포기한다

B09. 선생님께서는 외식하고자 하시는 음식점의 메뉴 가격이 많이 올랐을 때 대체로 어떻게 대처하십니까?

- 1) 비싸도 외식 횟수를 유지하고 먹고 싶은 만큼 주문한다
- 2) 외식 횟수를 줄이거나 먹고 싶은 것보다 조금 주문한다
- 3) 저렴한 가격의 다른 메뉴(대체재)를 주문한다
- 4) 더 저렴한 가격대의 음식점으로 장소를 바꿔 외식한다
- 5) 외식을 포기한다

B10. 선생님께서 수산물물을 제외한 농축산물, 가공식품을 구매할 때 가장 먼저 찾는 구매처(또는 가장 선호하는 구매처)는 어디인가요? 순서대로 3곳을 골라 주십시오.

- 1) 온라인 쇼핑물(쿠팡 등 인터넷·모바일), 대형마트(이마트, 롯데마트)의 온라인몰, 해외직구, 라이브커머스 등 **■ B11번으로 이동 ■**
- 2) 동네 슈퍼마켓(대기업 운영 제외)
- 3) 대기업에서 운영하는 중소형 슈퍼마켓(이마트 에브리데이, 홈플러스 익스프레스, 롯데 슈퍼, No

Brand 등)

- 4) 대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트, 하나로클럽 등) 5) 전통시장(재래시장)
- 6) 백화점 7) 친환경 식품 전문점(생협, 유기농 전문점, 초록마을, 한살림 등)
- 8) TV 홈쇼핑(TV 시청 후 홈쇼핑 온라인몰 구입 포함) 9) 편의점
- 10) 로컬푸드 마켓(지역 특산물 판매점 포함) 11) 기타(예: 직거래 장터, 농장 직구 등)

☞ 2)~11) 응답은 C01번으로 이동

B11. 선생님께서 수산물을 제외한 농축산물, 가공식품을 구매할 때 가장 먼저 찾는(또는 가장 선호하는) 온라인 쇼핑물을 아래 보기 중 선택해 주세요.

- 1) 종합 온라인몰 (쿠팡, G마켓 등) 2) 대형마트 온라인몰(이마트, 롯데마트)
- 3) 전문식품몰 (정육각, 마켓컬리 등) 4) 라이브커머스 / SNS 쇼핑
- 5) 해외 직구 6) 기타 ()

PART C. 농식품 소비자 물가 안정 정책 인식 · 체감 설문

〈농축산물 할인지원 사업〉

- 사업개요 : 소비자의 장바구니 물가 부담 경감을 위해 소비자 부담이 높은 국내 신선 농축산물에 대해 정부가 할인 비용을 지원하는 사업(대상 품목은 매주 변동)
- 운영기간 : 연중 상시운영
- 지원내용 : 1주일, 1인, 1만원 한도 20% 할인(명절 및 김장철 할인을 및 할인 한도 확대)
- 참여대상 : 대형 유통업체 및 온라인몰, 중소 유통업체 및 전통시장



자료: 투데이플러스(2024. 1. 23.), “충남세종농협 소비자 물가부담 완화를 위해 설맞이 할인행사 진행”.



자료: 뉴시스(2023. 9. 25.), “우리 농축산물 구매하고 온누리상품권 환급 받으세요”.

C01. 선생님께서는 물가 안정을 위해 시행된 농축산물 할인지원 사업을 들어본 적이 있으십니까?

- 1) 들어본 적이 있다 ☐ C02번으로 이동 2) 들어본 적이 없다 ☐ C09번으로 이동

C02. 선생님께서는 평소 농축산물 관련한 각종 행사(할인 행사, 취식 체험, 산지 직거래, 단체 주문 등)에 대해서 어떻게 행동하십니까?

농축산물 관련 행사에 대해	매우 그렇다	<<<	보통	>>>	전혀 아니다
1. 농축산물 관련 행사에 관심이 많다	1)	2)	3)	4)	5)
2. 농축산물 관련 행사가 있으면 참여를 한다	1)	2)	3)	4)	5)
3. 평소 농축산물 관련 행사를 접할 기회가 많다	1)	2)	3)	4)	5)
4. 농축산물 행사에서 구입한 농축산물은 만족도가 높다	1)	2)	3)	4)	5)

C03. 선생님께서는 농축산물 할인지원 사업이 소비 가격 안정에 기여했다고 느끼십니까?

- 1) 매우 그렇다 2) 그렇다 3) 잘 모르겠다 4) 아니다 5) 매우 아니다

C04. 선생님께서는 농축산물 할인지원 사업으로 인하여 혜택을 본 경험이 있으십니까?

- 1) 있다 ☒ C04-1번으로 이동 2) 없다 ☒ C06번으로 이동

C04-1. 선생님께서 최근 1년 간, 농축산물 할인지원 사업으로 인하여 혜택을 본 경험이 몇 번입니까?

()회

C05. 선생님께서는 농축산물 할인지원 사업에 대해 얼마나 만족하십니까?

- 1) 매우 만족한다 2) 만족한다 3) 보통이다 **이하 C06번으로 이동**
- 4) 불만족한다 5) 매우 불만족한다 **이하 C05-1번으로 이동**

C05-1. 선생님께서 앞서 농축산물 할인지원 사업에 대해 불만족하신 이유는 무엇인가요?

(모두 선택)

- 1) 할인폭은 충분하지만 여전히 가격이 비싸서
- 2) 할인폭이 생각한 것보다 작아서
- 3) 할인 상품의 종류가 다양하지 않아서
- 4) 주요 생필품(쌀, 채소, 달걀, 고기 등)의 할인 비중이 적어서
- 5) 할인 상품을 판매하는 장소가 다양하지 않아서
- 6) 1인당 구매할 수 있는 할인 상품의 수가 제한되어 있어서
- 7) 할인 행사에 대한 정보(행사 일시, 장소, 할인 상품 종류, 할인 가격 등)를 알기 어려워서
- 8) 기타 ()

C06. 선생님께서는 농축산물 할인지원 사업이 정말 필요한 품목을 대상으로 이루어졌다고 생각하십니까?

※ 대상 품목은 매주 변동됩니다. 선생님께서 할인지원 사업의 혜택을 보셨을 때의 기준으로 답변해 주
세요.

- 1) 매우 그렇다 2) 그렇다 3) 잘 모르겠다 4) 아니다 5) 매우 아니다

C07. 선생님께서서는 농축산물 **할인지원 사업**으로 인해 원래는 구매할 계획이 없던 농축산물을 할인 행사 기간에 추가로 구매하게 되었다고 생각하십니까?

- 1) 매우 그렇다 2) 그렇다 3) 잘 모르겠다 4) 아니다 5) 매우 아니다

C08. 선생님께서는 수입 농축산물 할당관세 정책을 들어본 적이 있으십니까?

〈수입 농축산물 할당관세〉

○ 사업개요 : 할당관세는 일정 기간 동안 특정 수입품에 대해 기본 관세율에 더하거나 낮추어 부과하는 관세로, 국내 산업 보호, 물가 안정, 수급 조절 등 다양한 목적을 위해 사용됩니다.



8 정부, 수입 과일 직수입·20% 할인해 공급



정부, 하반기 과일 등 식품 51종에 할당관세 적용

자료: SBS(2024. 3. 22.), “외국 오렌지로 ‘금사과’ 잡힐까…싼 직수입 과일 뿐 정부”.

자료: YTN(2024. 6. 4.), “물가 상승 둔화했지만 ‘금과일’ 여전...하반기 51종 할당관세 적용”.

- 1) 들어본 적이 있다 E3% C09번으로 이동
2) 들어본 적이 없다 E3% C11번으로 이동

C09. 선생님께서는 수입 농축산물 할당관세 정책이 소비 가격 안정에 기여했다고 느끼십니까?

- 1) 매우 그렇다
2) 그렇다
3) 잘 모르겠다
4) 아니다
5) 매우 아니다

C10. 선생님께서는 수입 농축산물 할당관세 정책으로 인하여 혜택을 본 경험이 있으신가요?

- 1) 있다 E3% C10-1번으로 이동
2) 없다 E3% C11번으로 이동

C11. 선생님께서는 수입 농축산물 할당관세 정책에 대해 얼마나 만족하십니까?

- 1) 매우 만족한다
2) 만족한다
3) 보통이다 E3% 이하 C12번으로 이동
- 4) 불만족한다
5) 매우 불만족한다 E3% 이하 C11-1번으로 이동

C11-1. 선생님께서 앞서 수입 농축산물 할당관세 정책에 대해 불만족하신 이유는 무엇인가요? (모두 선택)

- 1) 할인폭은 충분하지만 여전히 가격이 비싸서
- 2) 할인폭이 생각한 것보다 작아서
- 3) 할인 상품의 종류가 다양하지 않아서
- 4) 주요 생필품(쌀, 채소, 달걀, 고기 등)의 할인 비중이 적어서
- 5) 할인 상품을 판매하는 장소가 다양하지 않아서
- 6) 1인당 구매할 수 있는 할인 상품의 수가 제한되어 있어서
- 7) 할인 행사에 대한 정보(행사 일시, 장소, 할인 상품 종류, 할인 가격 등)를 알기 어려워서
- 8) 기타 ()

C12. 선생님께서는 최근 1년간 농산물 정부비축사업을 들어본 적이 있으십니까?

〈농산물 정부비축사업〉

○ 사업개요: 농산물 정부비축사업은 농산물 수급 및 가격 안정을 위해 농림축산식품부장관이 국산 농산물을 구매·비축하여 시장에 방출하는 사업으로, 계절적 수급 변동이 크거나 국민 생활에 영향을 미치는 품목을 중심으로 진행됩니다.

○ 구매비축 품목(변동 가능): 고추, 마늘, 양파, 땅콩, 두류, 사과, 배, 배추, 무, 밀, 감자

○ 수입비축 품목(변동 가능): 고추, 마늘, 양파, 생강, 참깨, 땅콩, 콩, 팥, 감자



자료: 뉴스1(2023.5.11.), "롯데마트 슈퍼, 정부비축 무 판매... '개당 990원'".



자료: 연합뉴스(2025.1.13.), "설 차례상 비용 역대 최고...정부 '비축 농산물 방출'".

1) 들어본 적이 있다 E33 C13번으로 이동

2) 들어본 적이 없다 E33 C16번으로 이동

C13. 선생님께서는 농산물 정부비축사업이 소비 가격 안정에 기여했다고 느끼십니까?

- 1) 매우 그렇다 2) 그렇다 3) 잘 모르겠다 4) 아니다 5) 매우 아니다

C14. 선생님께서는 농산물 정부비축사업으로 인하여 혜택을 본 경험이 있으신가요?

- 1) 있다 E33 C14-1번으로 이동 2) 없다 E33 C16번으로 이동

C15. 선생님께서는 농산물 정부비축사업에 대해 얼마나 만족하십니까?

- 1) 매우 만족한다 2) 만족한다 3) 보통이다 E33 이하 C16번으로 이동
 4) 불만족한다 5) 매우 불만족한다 E33 이하 C15-1번으로 이동

C15-1. 선생님께서 앞서 농산물 정부비축사업에 대해 불만족하신 이유는 무엇입니까?

(모두 선택)

- 1) 정부비축 농산물 방출로 인한 가격 하락폭은 충분하지만 여전히 가격이 비싸서.
 2) 정부비축 농산물 방출로 인한 가격 하락폭이 작아서
 3) 대상 상품의 종류가 다양하지 않아서

- 4) 주요 생필품(배추, 무 등)의 가격 하락폭이 작아서
- 5) 정부비축 농산물을 판매하는 장소가 다양하지 않아서
- 6) 1인당 구매할 수 있는 상품의 수가 제한되어 있어서
- 7) 정부비축 농산물 판매행사에 대한 정보(행사 일시, 장소, 상품 종류, 가격 등)를 알기 어려워서
- 8) 기타 ()

C16. 선생님께서는 정부의 물가 안정 대책이 선생님이 느끼는(또는 체감하는) 물가 상승에 어떤 영향을 주었다고 생각하십니까?

- 1) 물가 상승이 크게 완화되었다 2) 물가 상승이 약간 완화되었다 3) 변화가 없다
4) 물가 상승이 약간 심화되었다 5) 물가 상승이 크게 심화되었다 6) 잘 모르겠다

PART D. 언론의 농식품 소비자 물가 상승 보도에 대한 인식 조사

D01. 선생님께서는 최근 한 달간 농식품(농축산물, 가공식품, 외식 포함) 물가 관련 뉴스를 얼마나 자주 접하십니까?

- 1) 매일 2) 주 4~5회 3) 주 2~3회 4) 주 1회 5) 2주~4주 1회 6) 거의 보지 않음

D02. 선생님께서 최근 농식품 물가 상승에 대한 뉴스를 접한 후, 귀하의 농식품 소비지출에 어떤 변화가 있었습니까?

(예: 농식품 가격 상승 뉴스를 접한 후 소비패턴을 조정하여 가계 지출에 변화를 주었음)

- 1) 소비지출이 크게 감소하였다 2) 소비지출이 약간 감소하였다 3) 변화가 없었다
4) 소비지출이 약간 증가하였다 5) 소비지출이 크게 증가하였다 6) 잘 모르겠다

D03. 선생님께서는 아래와 같이 농축산물 물가 상승을 강조하는 언론 기사들에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 경향신문(2024. 12. 31.), “이상기후 여파 ‘농산물 물가’ 14년 만에 최대폭 상승”.
기사 클릭 : <https://www.khan.co.kr/article/202412311927005>
○ 한국경제(2024. 5. 2.), 과일이 아니라 과일...“무서워서 못 사요” 가격 100% 뛰었다.
기사 클릭 : <https://www.hankyung.com/article/202405021629i>

- 1) 농축산물 물가 상승에 대해 매우 객관적으로 보도하고 있다
2) 농축산물 물가 상승에 대해 객관적으로 보도하고 있다
3) 이와 같은 기사는 흔히 접할 수 있어 별다른 관심을 두지 않는다
4) 농축산물 물가 상승을 과장하여 보도하고 있다
5) 농축산물 물가 상승을 매우 과장하여 보도하고 있다 6) 잘 모르겠다

D04. 선생님께서는 농축산물 물가 상승을 강조하는 언론 기사를 접한 후, 해당 농축산물의 소비에 어떤 변화가 있었습니까?

- 1) 해당 농축산물에 대한 관심이 높아져 구매가 늘었다
2) 해당 농축산물에 대한 관심이 높아졌지만, 구매가 늘지는 않았다
3) 해당 농축산물에 대한 관심이나 구매에 변화가 없었다
4) 해당 농축산물에 대한 관심은 줄었으나, 구매가 줄지는 않았다
5) 해당 농축산물에 대한 관심이 줄어 구매가 줄었다 6) 잘 모르겠다

D05. 선생님께서는 아래와 같이 가공식품 물가 상승을 강조하는 언론 기사들에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 매일경제(2025. 3. 10.), “‘라면·만두까지 사먹기 겁난다’…서민 먹거리 물가 고공행진”.
기사 클릭 : <https://v.daum.net/v/20250310103600725>
- 아주경제(2025. 3. 10.), “라면 이어 만두·햄까지...고비 풀린 장바구니 물가”.
기사 클릭 : <https://www.ajunews.com/view/20250310123703627>

- 1) 가공식품 물가 상승에 대해 매우 객관적으로 보도하고 있다
- 2) 가공식품 물가 상승에 대해 객관적으로 보도하고 있다
- 3) 이와 같은 기사는 흔히 접할 수 있어 별다른 관심을 두지 않는다
- 4) 가공식품 물가 상승을 과장하여 보도하고 있다
- 5) 가공식품 물가 상승을 매우 과장하여 보도하고 있다
- 6) 잘 모르겠다

D06. 선생님께서 가공식품 물가 상승을 강조하는 언론 기사를 접한 후, 해당 가공식품의 소비에 어떤 변화가 있었습니까?

- 1) 해당 가공식품에 대한 관심이 높아져 구매가 늘었다
- 2) 해당 가공식품에 대한 관심이 높아졌지만, 구매가 늘지는 않았다
- 3) 해당 가공식품에 대한 관심이나 구매에 변화가 없었다
- 4) 해당 가공식품에 대한 관심은 줄었으나, 구매가 줄지는 않았다
- 5) 해당 가공식품에 대한 관심이 줄어 구매가 줄었다
- 6) 잘 모르겠다

D07. 선생님께서는 아래와 같이 외식 물가 상승을 강조하는 언론 기사들에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 동아일보(2025. 1. 13.), “구내식당-도시락 가격 올라...외식 물가 상승률, 3년 연속 3% 넘어”.
기사 클릭 : <https://www.donga.com/news/Economy/article/all/20250113/130849868/1>
- 농민신문(2025. 1. 13.), “이제 저렴한 한 끼는 없어요”...외식 물가 상승 보니”.
기사 클릭 : <https://www.nongmin.com/article/20250113500421>

- 1) 외식 물가 상승에 대해 매우 객관적으로 보도하고 있다
- 2) 외식 물가 상승에 대해 객관적으로 보도하고 있다
- 3) 이와 같은 기사는 흔히 접할 수 있어 별다른 관심을 두지 않는다
- 4) 외식 물가 상승을 과장하여 보도하고 있다
- 5) 외식 물가 상승을 매우 과장하여 보도하고 있다
- 6) 잘 모르겠다

D08. 선생님께서는 위와 같은 외식 물가 상승을 강조하는 언론 기사들이 해당 외식 소비에 대체로 어떻게 영향을 미쳤습니까?

- 1) 해당 외식에 대한 관심이 높아져 외식 소비가 늘었다
- 2) 해당 외식에 대한 관심이 높아졌지만, 외식 소비가 늘지는 않았다
- 3) 해당 외식에 대한 관심이나 외식소비에 변화가 없었다
- 4) 해당 외식에 대한 관심은 줄었으나, 외식소비가 줄지는 않았다
- 5) 해당 외식에 대한 관심이 줄어 외식소비가 줄었다
- 6) 잘 모르겠다

D09. 선생님께서는 우리나라 언론의 농식품 물가 보도가 유용한 정보를 제공한다고 생각하십니까?

- 1) 매우 그렇다
- 2) 그렇다
- 3) 보통이다
- 4) 아니다
- 5) 매우 아니다
- 6) 잘 모르겠다

D10. 선생님께서는 우리나라 언론의 농식품 물가 보도가 사회적 혼란을 야기한다고 생각하십니까?

- 1) 매우 그렇다
- 2) 그렇다
- 3) 보통이다
- 4) 아니다
- 5) 매우 아니다
- 6) 잘 모르겠다

D11. 선생님께서는 우리나라 언론의 농식품 물가 보도가 정부의 물가 관리 비용을 높인다고 생각하십니까?

- 1) 매우 그렇다
- 2) 그렇다
- 3) 보통이다
- 4) 아니다
- 5) 매우 아니다
- 6) 잘 모르겠다

PART E. 기타 농식품 소비자 물가 인식 조사

E01. 지난 1년간 선생님 가구에서 벌어들이는 소득에서 식비(농축산물 및 수산물 직접 구매, 가공식품 구매, 외식)가 차지하는 비중은 어느 정도입니까?

전체 가구 소득 중 식비 () % 차지

E01-1. 지난 1년간 선생님 가구 전체 식비 중 농축산물 지출, 가공식품 지출, 외식 소비지출, 수산물 및 기타 지출 비용이 차지하는 비율은 대략 몇 %인가요?

	농축산물 지출	가공식품 지출	외식 소비지출	수산물 및 기타 지출	합계
전체 식비 중	%	%	%	%	100%

E02. 선생님께서는 (개별 농산물 품목 가격이 아니라) 농산물 전반의 소비자 물가 수준에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 무엇이라고 생각하십니까? 중요한 순서대로 2가지를 선택해 주십시오.

1순위(), 2순위()

- | | | |
|-------------------------|--------------------------------|--------------|
| 1) 국내 인건비(임금) 수준 | 2) 국민 소득수준 | 3) 국가 경제 성장률 |
| 4) 금리 수준 | 5) 전반적인 물가 수준 | |
| 6) 수입 원자재(예: 원유, 사료) 가격 | 7) 수입 농산물 가격 | |
| 8) 국내 농산물 전반의 생산량 수준 | 9) 기타 () | |

E03. 선생님께서는 (개별 축산물 품목 가격이 아니라) 축산물 전반의 소비자 물가 수준에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 무엇이라고 생각하십니까? 중요한 순서대로 2가지를 선택해 주십시오.

1순위(), 2순위()

- | | | |
|-------------------------|--------------------------------|--------------|
| 1) 국내 인건비(임금) 수준 | 2) 국민 소득수준 | 3) 국가 경제 성장률 |
| 4) 금리 수준 | 5) 전반적인 물가 수준 | |
| 6) 수입 원자재(예: 원유, 사료) 가격 | 7) 수입 농산물 가격 | |
| 8) 국내 축산물 전반의 생산량 수준 | 9) 기타 () | |

E04. 선생님께서는 (개별 가공식품 상품 가격이 아니라) 가공식품 전반의 소비자 물가 수준에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 무엇이라고 생각하십니까? 중요한 순서대로 2가지를 선택해 주십시오.

1순위(), 2순위()

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1) 농산물 전반의 가격 (및 생산량) 수준 | 2) 축산물 전반의 가격 (및 생산량) 수준 |
| 3) 국내 인건비(임금) 수준 | 4) 국민 소득수준 |

PART F. 응답자 특성

※ 끝으로 통계처리를 위해 꼭 필요한 몇 가지만 여쭙보겠습니다. 개인정보는 철저히 보호됩니다.

F01. (SQ4 1인 가구 외) 선생님 댁에 함께 살고 계신 가족 구성 형태(동거가족 기준)는 어떻게 되시나요?

- 1) 1세대 가족(예: 부부 또는 형제·자매만으로 구성)
- 2) 2세대 가족(예: 부부+자녀로 구성)
- 3) 3세대 가족(예: 부모+부부+자녀로 구성)
- 4) 4세대 가족(예: 조부모+부모+부부+자녀로 구성)
- 5) 기타 ()

F02. (SQ4 1인 가구 외) 선생님 댁에 동거 중인 자녀는 몇 명입니까? ()명

F03. (SQ4 1인 가구 외) 선생님 덕은 현재 맞벌이를 하고 계신가요? (유배우자 가구인 경우에만)

- 1) 맞벌이 함 2) 맞벌이 하지 않음

F04. 선생님 덕의 월평균 가구소득은 얼마이신가요?

※ 월평균 가구소득은 모든 가구원의 근로소득(급여 및 상여), 사업소득(매출액에서 비용을 차감하여 계산), 재산소득(이자, 배당, 임대료 등), 이전소득(연금, 정부보조금, 용돈 등)을 포함하여 세전 소득으로 합나다.

- 1) 120만 원 미만 2) 120만~211만 원 3) 212만~363만 원
4) 364만~523만 원 5) 524만~763만 원 6) 764만~979만 원
7) 980만 원 이상

F05. 선생님의 고용형태는 어떻게 되시나요? (선생님의 주된 소득원을 기준으로 응답해 주세요)

※ 근로자의 경우 고용계약기간이 1년 이상이면 상용근로자, 1년 미만이면 임시·일용근로자로 구분됩니다.

- 1) 상용근로자 2) 임시·일용근로자 3) 자영업자 4) 기타(무직, 가사, 학생 등)

F06 선생님의 교육 수준은 어떻게 되시나요? (중퇴 포함)

- 1) 고등학교 졸업 미만 2) 고등학교 졸업 3) 대학교 재학
4) 대학교 졸업(전문대졸/대학원생 포함) 5) 대학원 재학 이상

F07 선생님께서는 농축산물(가공식품, 외식 포함) 관련 여러 정보를 주로 어떤 매체를 통해서 얻습니까? (모바일 포함) 순서대로 2가지를 골라주십시오. 1순위 () 2순위 ()

- 1) TV / 라디오 등 방송 매체
2) 종이신문/잡지/팸플릿 등 인쇄 매체
3) 인터넷 신문(조선닷컴, 조인스닷컴, 인터넷한겨레 등)
4) 인터넷 포털 (네이버, 다음, 구글 등)
5) 온라인몰(쿠팡, G마켓, 대형마트 온라인몰, 마켓컬리 등)
6) 각종 인터넷 카페 / 블로그
7) SNS(인스타그램, 카카오톡, 라인, 페이스북, X 등)
8) 유튜브
9) 매장 광고, 옥외 광고 등 직접 접촉 10) 주변 사람
11) 기타 ()

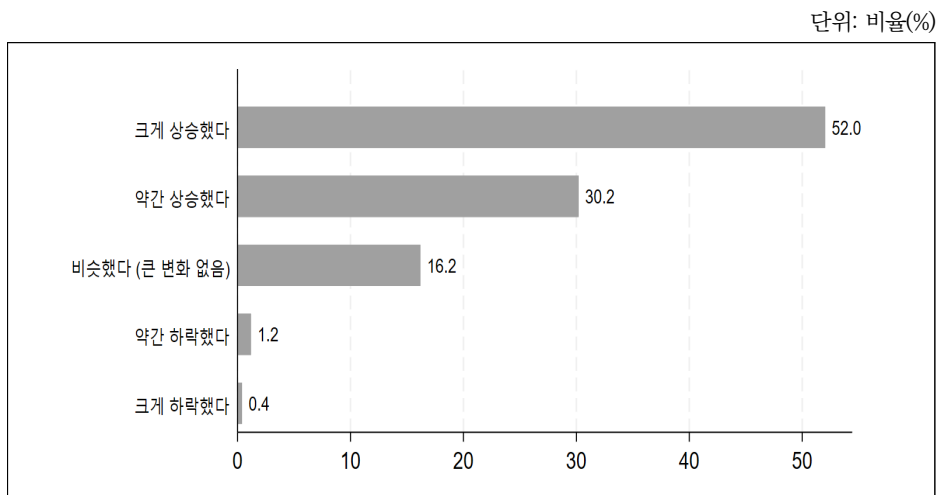
♣ 귀하의 의견은 향후 소중한 농식품 소비 정책 자료로 활용토록 하겠습니다. 감사합니다! ♣

소득분위별 농식품 소비자 물가 인식·전망

1. 농축산물(수산물 제외)

지난 1년간 농축산물 소비자 물가에 대한 인식 조사 결과, 응답자의 52.0%가 ‘크게 상승했다’, 30.2%가 ‘약간 상승했다’고 응답하여 전체의 82.2%가 물가가 상승했다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. ‘비슷했다(큰 변화 없음)’고 응답한 비율은 16.2%였으며, ‘약간 하락했다’(1.2%), ‘크게 하락했다’(0.4%)는 응답은 소수에 그쳤다. 이를 통해 다수의 응답자가 농축산물의 물가 상승을 체감하고 있음을 알 수 있다.

〈부도 3-1〉 지난 1년 동안 농축산물 소비자 물가 상승/하락에 대한 인식



주: N = 2,020명.

자료: 저자 작성.

지난 1년간 농축산물 소비자 물가가 ‘크게 상승했다’ 또는 ‘약간 상승했다’고 응답한 응답자를 대상으로 동기간 농축산물 소비자 물가의 상승폭을 질문한 결과 상승폭 평균이 소득 1분위에서 29.5%로 가장 높게 나타났다.²⁹⁾

이후 소득 2분위(24.8%), 3분위(25.4%), 4분위(23.3%), 5분위(22.7%) 순으로 나타나, 전반적으로 소득수준이 낮을수록 체감하는 물가 상승폭이 더 큰 경향을 보였다. 이는 소득분위별 농식품 물가지수 분석에서 농식품 물가지수가 상승할 때 소득 1분위 가구의 상승폭이 다른 분위에 비해 더 크게 나타났던 결과와 일치한다.

〈부표 3-1〉 지난 1년 동안 농축산물 소비자 물가 상승폭에 대한 인식

구분	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
상승폭(%)	29.5	24.8	25.4	23.3	22.7	-
Obs.	194	342	387	392	346	1,661

자료: 저자 작성.

지난 1년간 농축산물 소비자 물가가 ‘크게 하락했다’ 또는 ‘약간 하락했다’고 응답한 응답자에 한해 하락폭을 질문한 결과, 소득 1분위에서 평균 하락폭 인식이 45.6%로 가장 높게 나타났다. 이는 소득분위별 농식품 물가지수 분석에서 농식품 물가지수가 하락할 때 소득 1분위 가구의 하락폭이 다른 분위에 비해 더 크게 나타났던 결과와 일치한다. 다만, 표본 수가 32개에 불과하여 본 설문 결과를 통해 우리나라 소비자 전반의 인식을 추론하기에는 한계가 있다.

〈부표 3-2〉 지난 1년 동안 농축산물 소비자 물가 하락폭에 대한 인식

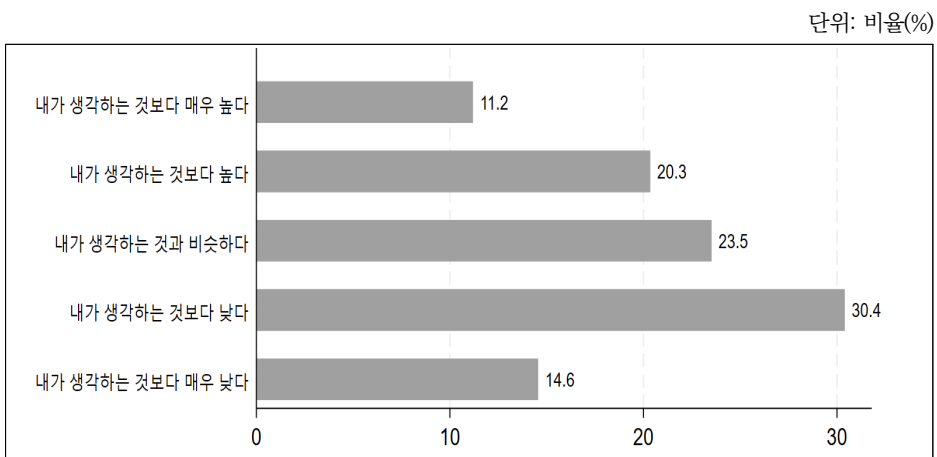
구분	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
하락폭(%)	45.6	16.6	19.8	10.3	21.0	-
Obs.	8	9	6	3	6	32

자료: 저자 작성.

29) 설문 문항으로 ‘지난 1년 동안 농축산물(수산물 제외) 소비자 물가는 몇 % 상승했다고 느끼셨습니까?’가 사용되었다.

국가데이터처가 발표한 농축산물 소비자 물가 수준에 대한 인식 조사 결과, 응답자의 30.4%가 ‘내가 생각하는 것보다 낮다’, 14.6%가 ‘내가 생각하는 것보다 매우 낮다’고 응답하여, 전체의 45.0%가 공식 통계 수치가 본인의 체감보다 낮다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.³⁰⁾ 반면, ‘내가 생각하는 것보다 매우 높다’(11.2%) 및 ‘내가 생각하는 것보다 높다’(20.3%)는 응답은 31.5%로 나타났으며, ‘내가 생각하는 것과 비슷하다’고 응답한 비율은 23.5%로 나타났다.

〈부도 3-2〉 국가데이터처 발표 농축산물 소비자 물가에 대한 인식



주: N = 2,020명.

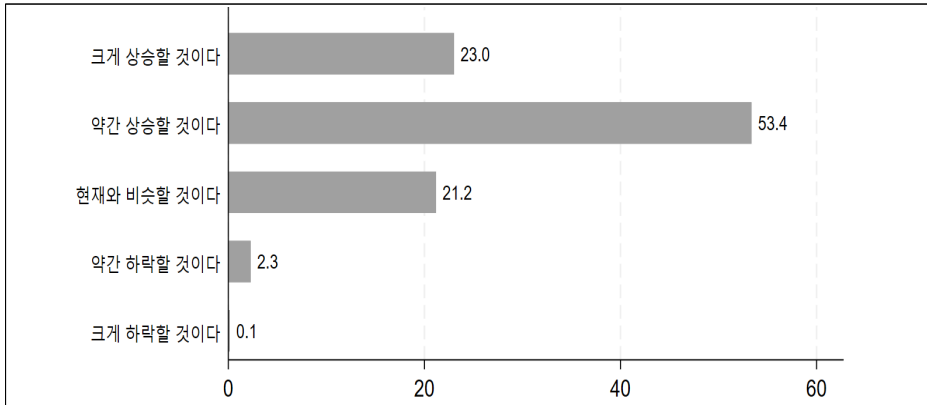
자료: 저자 작성.

앞으로 1년 후 농축산물 소비자 물가에 대한 인식 조사 결과, 응답자의 53.4%가 ‘약간 상승할 것이다’, 23.0%가 ‘크게 상승할 것이다’라고 응답하여 전체의 76.4%가 향후 물가 상승을 예상하고 있는 것으로 나타났다. ‘현재와 비슷할 것이다’는 응답은 21.2%였으며, ‘약간 하락할 것이다’(2.3%), ‘크게 하락할 것이다’(0.1%)는 응답은 극히 소수에 그쳤다. 이처럼 다수의 응답자가 향후 농축산물 가격이 상승할 것으로 전망하는 것으로 나타났으며, 과거 1년간의 가격 상승 경험 이 향후 물가 상승 예상에 영향을 미친 것으로 보인다.

30) 2024년 농축산물(수산물 제외) 소비자 물가는 2023년 대비 6.4% 상승하였다.

〈부도 3-3〉 앞으로 1년 후 농축산물 소비자 물가 상승/하락에 대한 인식

단위: 비율(%)



주: N = 2,020명.

자료: 저자 작성.

향후 1년간 농축산물 소비자 물가가 ‘크게 상승할 것이다’ 또는 ‘약간 상승할 것이다’고 응답한 응답자를 대상으로 농축산물 소비자 물가의 예상 상승폭을 질문한 결과 상승폭 평균이 소득 1분위에서 17.2%로 가장 높게 나타났다. 이를 통해 농축산물 물가 상승에 대한 소득 1분위 가구의 부담감이 다른 가구에 비해 상대적으로 더 높음을 알 수 있다.

〈부표 3-3〉 앞으로 1년 후 농축산물 소비자 물가 상승폭에 대한 인식

구분	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
상승폭(%)	17.2	12.7	11.8	12.0	13.2	-
Obs.	185	312	366	356	324	1,543

자료: 저자 작성.

향후 1년간 농축산물 소비자 물가가 ‘크게 하락할 것이다’ 또는 ‘약간 하락할 것이다’고 응답한 응답자를 대상으로 농축산물 소비자 물가의 예상 하락폭을 질문한 결과 하락폭 평균이 소득 1분위에서 21.1%로 가장 높게 나타났다. 이는 소득 하위 계층일수록 향후 농축산물 가격 하락에 대한 기대 심리가 상대적으로 더 크게 작용하고 있음을 시사한다. 다만 표본 수가 49개에 불과하여 본 설문 결과를 통해 우리나라 소비자 전반의 인식을 추론하기에는 한계가 있다.

〈부표 3-4〉 앞으로 1년 후 농축산물 소비자 물가 하락폭에 대한 인식

구분	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
하락폭(%)	21.1	13.5	15.2	9.8	6.6	-
Obs.	9	13	12	8	7	49

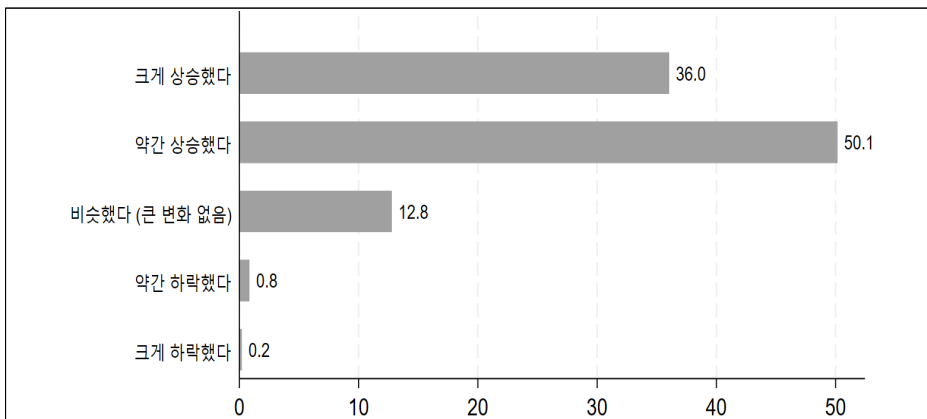
자료: 저자 작성.

2. 가공식품

지난 1년간 가공식품 소비자 물가에 대한 인식 조사 결과, 응답자의 36.0%가 ‘크게 상승했다’, 50.1%가 ‘약간 상승했다’고 응답하여, 전체의 86.1%가 물가가 상승했다고 인식한 것으로 나타났다. 반면, ‘비슷했다(큰 변화 없음)’고 응답한 비율은 12.8%였으며, ‘약간 하락했다’(0.8%)와 ‘크게 하락했다’(0.2%)는 응답은 소수에 그쳤다. 이를 통해 다수의 응답자가 가공식품 물가 상승을 체감하고 있으며, 가공식품 물가 또한 농축산물과 유사하게 상승 체감이 강하게 형성되고 있음을 확인할 수 있다.

〈부도 3-4〉 지난 1년 동안 가공식품 소비자 물가 상승/하락에 대한 인식

단위: 비율(%)



주: N = 2,020명.

자료: 저자 작성.

지난 1년간 가공식품 소비자 물가에 대해 ‘크게 상승했다’ 또는 ‘약간 상승했다’고 응답한 응답자에 한해 물가 상승폭을 질문한 결과, 소득 1분위에서 평균 상승폭이 18.5%로 가장 높게 나타났다. 이후 소득 2분위(14.9%), 3분위(14.5%), 4분위(14.3%), 5분위(14.2%) 순으로 나타나, 전반적으로 소득수준이 낮을수록 체감하는 가공식품 물가 상승폭이 더 큰 경향을 보였다.

이는 농축산물 물가 인식 결과와 유사하게, 가공식품에 대해서도 저소득층일수록 상대적으로 높은 물가 상승을 체감하고 있음을 보여줄 뿐만 아니라 가구 특성별 농식품 물가지수 분석에서 소득분위별 물가지수가 상승할 때 소득 1분위 가구의 상승폭이 다른 분위에 비해 더 크게 나타났던 결과와도 일치한다.

〈부표 3-5〉 지난 1년 동안 가공식품 소비자 물가 상승폭에 대한 인식

구분	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
상승폭(%)	18.5	14.9	14.5	14.3	14.2	-
Obs.	209	363	408	407	354	1,741

자료: 저자 작성.

지난 1년간 가공식품 소비자 물가가 ‘크게 하락했다’ 또는 ‘약간 하락했다’고 응답한 응답자를 대상으로 하락폭을 질문한 결과, 소득 1분위에서 평균 하락폭 인식이 39.8%로 가장 높게 나타났다. 이는 가구 특성별 농식품 물가지수 분석에서 소득분위별 물가지수가 하락할 때 소득 1분위 가구의 하락폭이 다른 분위에 비해 더 크게 나타났던 결과와도 일치한다. 다만, 표본 수가 21개에 불과하여 본 설문 결과를 통해 우리나라 소비자 전반의 인식을 추론하기에는 한계가 있다.

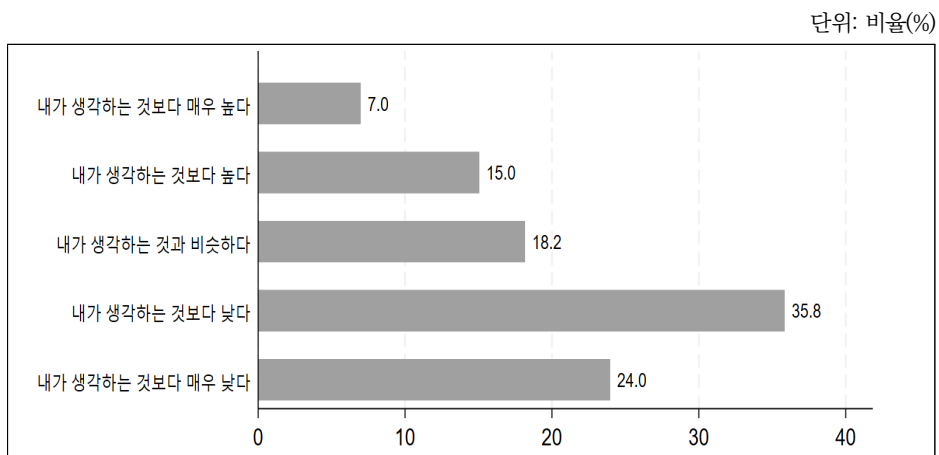
〈부표 3-6〉 지난 1년 동안 가공식품 소비자 물가 하락폭에 대한 인식

구분	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
하락폭(%)	39.8	17.2	14.7	22.0	8.8	-
Obs.	5	5	6	1	4	21

자료: 저자 작성.

국가데이터처가 발표한 가공식품 소비자 물가 수준에 대한 인식 조사 결과, 응답자의 35.8%가 ‘내가 생각하는 것보다 낮다’, 24.0%가 ‘내가 생각하는 것보다 매우 낮다’고 응답하여, 전체의 59.8%가 공식 통계 수치가 자신의 체감보다 낮다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.³¹⁾ 반면, ‘내가 생각하는 것보다 매우 높다’(7.0%) 및 ‘내가 생각하는 것보다 높다’(15.0%)는 응답은 22.0%로 나타났으며, ‘내가 생각하는 것과 비슷하다’는 응답은 18.2%로 나타났다.

〈부도 3-5〉 국가데이터처 발표 가공식품 소비자 물가에 대한 인식



주: N = 2,020명.

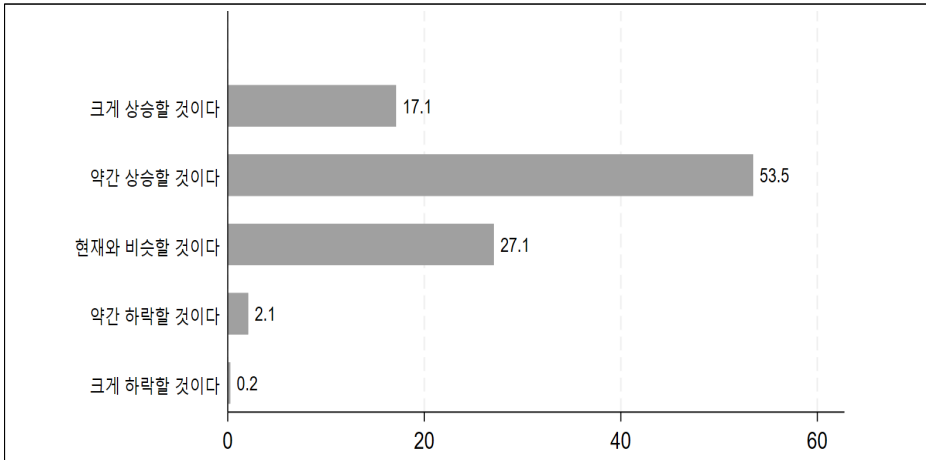
자료: 저자 작성.

앞으로 1년 후 가공식품 소비자 물가에 대한 인식 조사 결과, 응답자의 53.5%가 ‘약간 상승할 것이다’, 17.1%가 ‘크게 상승할 것이다’라고 응답하여, 전체의 70.6%가 향후 가격 상승을 예상하고 있는 것으로 나타났다. 반면, ‘현재와 비슷할 것이다’는 응답은 27.1%, ‘약간 하락할 것이다’(2.1%), ‘크게 하락할 것이다’(0.2%)는 응답은 소수에 그쳤다. 이는 대다수의 응답자가 향후 가공식품 가격이 오를 것으로 전망하고 있을 뿐만 아니라, 최근 가공식품 물가 상승 경험에 향후 물가 상승 예상 심리에 영향을 미치고 있음을 시사한다.

31) 국가데이터처 자료에 따르면 2024년 가공식품 소비자 물가는 2023년 대비 1.8% 상승하였다.

〈부도 3-6〉 앞으로 1년 후 가공식품 소비자 물가 상승/하락에 대한 인식

단위: 비율(%)



주: N =2,020명.

자료: 저자 작성.

향후 1년간 가공식품 소비자 물가가 ‘크게 상승할 것이다’ 또는 ‘약간 상승할 것이다’라고 응답한 응답자를 대상으로 예상 상승폭을 질문한 결과, 소득 1분위에서 평균 상승폭이 13.9%로 가장 높게 나타났다. 이를 통해 가공식품 가격 상승에 대한 저소득층의 체감 부담이 상대적으로 더 크며, 향후 물가 상승에 대한 전망 수준 또한 계층 간 차이가 존재함을 알 수 있다.

〈부표 3-7〉 앞으로 1년 후 가공식품 소비자 물가 상승폭에 대한 인식

구분	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
상승폭(%)	13.9	10.6	9.5	9.7	10.9	-
Obs.	163	295	337	330	301	1,426

자료: 저자 작성.

향후 1년간 가공식품 소비자 물가가 ‘크게 하락할 것이다’ 또는 ‘약간 하락할 것이다’라고 응답한 응답자를 대상으로 하락폭을 질문한 결과, 소득 1분위에서 평균 하락폭 인식이 17.2%로 가장 높게 나타났다. 이를 통해 소득 하위 계층일수록 향후 가공식품 물가 하락에 대한 기대 심리가 더 크게 형성되어 있음을 확인할 수 있

다. 다만, 표본 수가 47개에 불과하여 본 설문 결과를 통해 우리나라 소비자 전반의 인식을 추론하기에는 한계가 있다.

〈부표 3-8〉 앞으로 1년 후 가공식품 소비자 물가 하락폭에 대한 인식

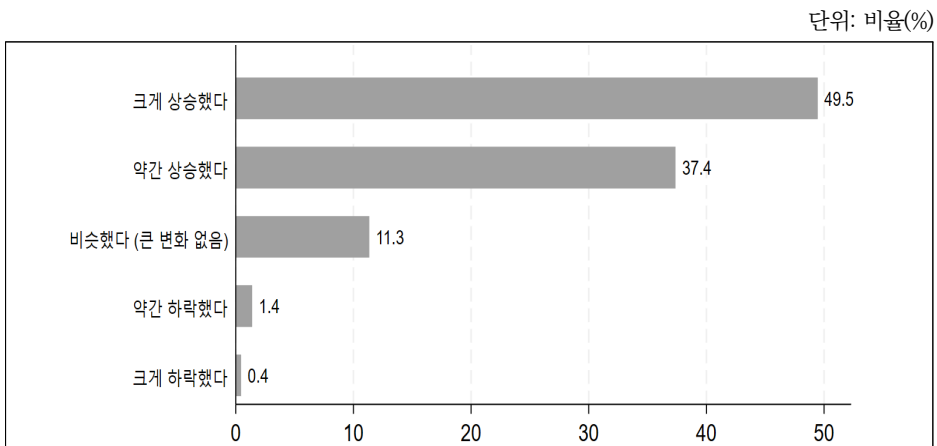
구분	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
하락폭(%)	17.2	13.4	12.8	4.1	7.7	-
Obs.	8	8	14	7	10	47

자료: 저자 작성.

3. 외식

지난 1년간 외식 물가에 대한 인식 조사 결과, 응답자의 49.5%가 ‘크게 상승했다’, 37.4%가 ‘약간 상승했다’고 응답하여, 전체의 86.9%가 외식 물가가 상승했다고 인식하고 있는 것으로 나타났다. 반면, ‘비슷했다(큰 변화 없음)’는 응답은 11.3%, ‘약간 하락했다’(1.4%), ‘크게 하락했다’(0.4%)는 응답은 소수에 그쳤다. 이는 대다수 응답자가 외식비 상승을 체감하고 있음을 시사한다.

〈부도 3-7〉 지난 1년 동안 외식 물가 상승/하락에 대한 인식



주: N = 2,020명.

자료: 저자 작성.

지난 1년간 외식 물가에 대해 ‘크게 상승했다’ 또는 ‘약간 상승했다’고 응답한 응답자를 대상으로 체감 상승폭을 조사한 결과, 소득 1분위에서 평균 상승폭이 20.1%로 가장 높게 나타났다. 이는 농축산물(수산물 제외), 가공식품 물가 인식 결과와 유사하게 외식에 대해서도 저소득층일수록 상대적으로 높은 물가 상승을 체감하고 있음을 시사할 뿐만 아니라 소득분위별 농식품 물가지수 분석에서 농식품 물가지수가 상승할 때 소득 1분위 가구의 상승폭이 다른 분위에 비해 더 크게 나타났던 결과와도 일치한다.

〈부표 3-9〉 지난 1년 동안 외식 물가 상승폭에 대한 인식

구분	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
상승폭(%)	20.1	16.6	15.3	15.4	16.2	-
Obs.	206	364	410	406	368	1,754

자료: 저자 작성.

지난 1년간 외식 물가가 ‘크게 하락했다’ 또는 ‘약간 하락했다’고 응답한 응답자에 한해 외식 물가 하락폭을 조사한 결과, 소득 1분위에서 평균 하락폭 인식이 40.0%로 가장 높게 나타났다. 이는 소득분위별 농식품 물가지수 분석에서 농식품 물가지수가 하락할 때 소득 1분위 가구의 하락폭이 다른 분위에 비해 더 크게 나타났던 결과와 일치한다. 다만, 표본 수가 37개에 불과하여 본 설문 결과를 통해 우리나라 소비자 전반의 인식을 추론하기에는 한계가 있다.

〈부표 3-10〉 지난 1년 동안 외식 물가 하락폭에 대한 인식

구분	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
하락폭(%)	40.0	25.5	14.0	5.1	10.6	-
Obs.	6	8	8	7	8	37

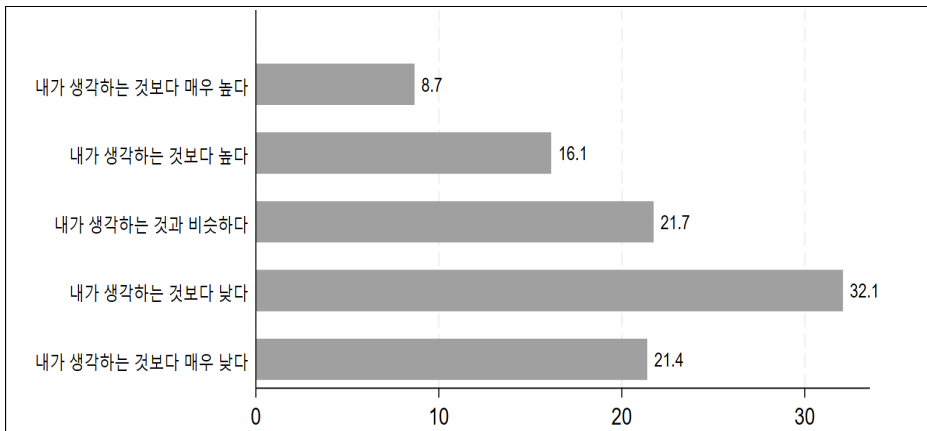
자료: 저자 작성.

국가데이터처가 발표한 외식 소비자 물가 수준에 대한 인식 조사 결과, 응답자의 32.1%가 ‘내가 생각하는 것보다 낮다’, 21.4%가 ‘내가 생각하는 것보다 매우

낮다'고 응답하여, 전체 응답자의 53.5%가 공식 통계 수치가 본인의 체감보다 낮다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.³²⁾ 한편, '내가 생각하는 것보다 매우 높다'(8.7%), '내가 생각하는 것보다 높다'(16.1%)는 응답의 합계는 24.8%, '내가 생각하는 것과 비슷하다'고 응답한 비율은 21.7%로 나타났다.

〈부도 3-8〉 국가데이터처 발표 외식 물가에 대한 인식

단위: 비율(%)



주: N = 2,020명.

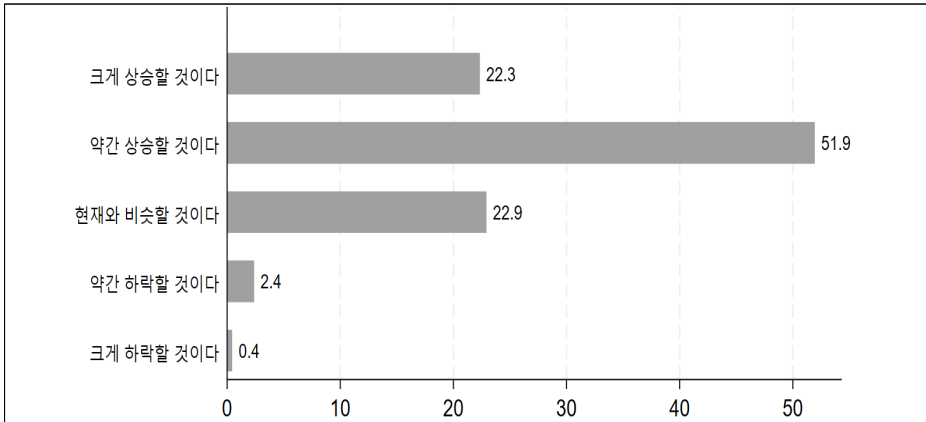
자료: 저자 작성.

앞으로 1년 후 외식 물가에 대한 인식 조사 결과, 응답자의 51.9%가 '약간 상승할 것이다', 22.3%가 '크게 상승할 것이다'라고 응답하여, 전체의 74.2%가 외식 물가가 상승할 것으로 예상하고 있는 것으로 나타났다. 반면, '현재와 비슷할 것이다'는 응답은 22.9%, '약간 하락할 것이다'(2.4%), '크게 하락할 것이다'(0.4%)는 응답은 소수에 그쳤다. 이를 통해 대다수의 국민이 향후 외식비가 상승할 것으로 전망하고 있음을 알 수 있다.

32) 국가데이터처 자료에 따르면 2024년 외식 소비자 물가는 전년 대비 3.1% 상승하였다.

〈부도 3-9〉 앞으로 1년 후 외식 물가 상승/하락에 대한 인식

단위: 비율(%)



주: N = 2,020명.

자료: 저자 작성.

향후 1년간 외식 물가가 ‘크게 상승할 것이다’ 또는 ‘약간 상승할 것이다’고 응답한 응답자를 대상으로 예상 상승폭을 조사한 결과, 소득 1분위에서 평균 상승폭이 15.1%로 가장 높게 나타났다. 또한 전반적으로 소득수준이 낮을수록 외식 물가에 대한 예상 상승폭이 더 큰 경향이 나타났다.

〈부표 3-11〉 앞으로 1년 후 외식 물가 상승폭에 대한 인식

	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
상승폭(%)	15.1	12.4	11.0	10.6	11.8	-
Obs.	176	303	358	341	322	1,500

자료: 저자 작성.

향후 1년간 외식 물가가 ‘크게 하락할 것이다’ 또는 ‘약간 하락할 것이다’고 응답한 응답자에 한해 예상 하락폭을 조사한 결과, 소득 1분위에서 평균 하락폭이 22.1%로 가장 높게 나타났다. 이를 통해 소득 하위 계층일수록 향후 외식 물가 하락에 대한 기대 심리가 더 크게 형성되어 있음을 확인할 수 있다. 다만, 표본 수가

57개에 불과하여 본 설문 결과를 통해 우리나라 소비자 전반의 인식을 추론하기에는 한계가 있다.

〈부표 3-12〉 앞으로 1년 후 외식 물가 하락폭에 대한 인식

구분	소득 1분위	소득 2분위	소득 3분위	소득 4분위	소득 5분위	합계
상승폭(%)	22.1	13.3	14.0	5.7	12.7	-
Obs.	9	12	17	10	9	57

자료: 저자 작성.

4. 소결 및 시사점

본 조사는 우리나라 소비자의 농축산물(수산물 제외), 가공식품, 외식 등 주요 농식품 항목에 대한 물가 인식과 향후 예상을 소득분위별로 파악하고자 실시되었으며, 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 공식 물가 지표와 체감 물가 간 괴리가 존재하는 것으로 나타났다. 가령 농축산물(수산물 제외), 가공식품, 외식 부문에서 다수의 소비자가 국가데이터처가 발표한 소비자 물가 상승률보다 더 높은 수준의 물가 상승을 체감하고 있는 것으로 나타났다.

둘째, 소득수준이 낮을수록 물가 상승 체감이 큰 것으로 나타났다. 이는 소득분위별 농식품 소비자 물가지수 분석에서 물가 상승 시 저소득층(소득 1분위)의 물가지수 및 등락률의 기울기가 더 가파른 것과 일치한다. 이로부터 물가 상승 시 저소득층이 체감하는 경제적 부담이 상대적으로 큰 것을 알 수 있다.

셋째, 물가 전망에 소득계층 간 차이가 나타났다. 가령 향후 1년간 물가가 상승할 것이라고 응답한 비율은 농축산물 76.4%, 가공식품 70.6%, 외식 74.2%로 나타났다. 이 중에서도 소득 1분위는 향후 예상 상승폭에 대해 가장 높게 응답하였다. 이는 소득수준에 따라 물가 상승에 대한 기대 인식이 상이하게 형성되고 있음을 시사한다.

농식품 소비자 물가인식 설문 주요 변수

설문조사 결과의 통계적 분석을 위해 사용된 주요 변수는 아래와 같다.

〈부표 4-1〉 주요 변수 및 설명

변수	설명	비고
SQ1	성별	이항변수: 남성=1, 여성=2
SQ2	시도	다항범주형변수: 서울=1, 부산=2, 대구=3, 인천=4, 광주=5, 대전=6, 울산=7, 세종=8, 경기=9, 강원=10, 충북=11, 충남=12, 전북=13, 전남=14, 경북=15, 경남=16, 제주=17
SQ21_cat	읍면동	다항범주형변수: 동=1, 읍=2, 면=3
SQ3	연령대	서열형변수: 19세~29세=2, 30대=3, 40대=4, 50대=5, 60대 이상=6
SQ4	가구원 수	서열형변수: 1명=1, 2명=2, 3명=3, 4명=4, 5명=5, 6명 이상=6
A01	농축산물 구매 주기	서열형변수: 1에서 6의 값(1달에 1회 이하=1, 거의 매일=6)
A02_price	농축산물 구매요인_가격 1순위	이항변수: 가격=1, 그 외=0
A02_price 123	농축산물 구매요인_가격 3순위 이내	이항변수: 가격 3순위 이내 =1, 그 외=0
A03_com bined	농축산물 소비자 물가 상승/하락 폭 인식	연속형변수
A04_rev	국가데이터처 발표 농축산물 소 비자 물가 상승률에 대한 인식	5점 척도 서열형변수: 내가 생각하는 것보다 매우 낮다=1, 내가 생각하는 것보다 매우 높다=5)
A05	향후 농축산물 소비물가 수준 인식	5점 척도 서열형변수: 크게 상승할 것이다=1, 크게 하락할 것이다=5
A05_com bined	향후 농축산물 소비자 물가 상승/ 하락 폭 예상	연속형변수
A06_com bined	가공식품 소비자 물가 상승/하락 폭 인식	연속형변수
A07_rev	국가데이터처 발표 가공식품 소 비자 물가 상승률에 대한 인식	5점 척도 서열형변수: 내가 생각하는 것보다 매우 낮다=1, 내가 생각하는 것보다 매우 높다=5)
A08	향후 가공식품 소비물가 수준 인식	5점 척도 서열형변수: 크게 상승할 것이다=1, 크게 하락할 것이다=5
A08_com bined	향후 가공식품 소비자 물가 상승/ 하락 폭 예상	연속형변수
A09	향후 외식 소비물가 수준 인식	5점 척도 서열형변수: 크게 상승할 것이다=1, 크게 하락할 것이다=5

(계속)

변수	설명	비고
A09_com bined	외식 소비자 물가 상승/하락 폭 인식	연속형변수
A10_rev	국가데이터터치 발표 외식 소비자 물가 상승률에 대한 인식	5점 척도 서열형변수: 내가 생각하는 것보다 매우 낮다=1, 내가 생각하는 것보다 매우 높다=5)
A11	향후 외식 소비 물가 수준 인식	5점 척도 서열형변수: 크게 상승할 것이다=1, 크게 하락할 것이다=5
A11_com bined	향후 외식 소비자 물가 상승/하락 폭 예상	연속형변수
A12_food	가계 부담 물가 상승 품목	이항변수: 식품·외식비=1, 그 외=0
B06_add	추가 물가 관리 품목 있음	이항변수: 있음=1, 없음=0
B07	농축산물 물가 상승 시 대처	다항범주형변수: 비싸도 구매하고자 했던 농축산물을 필요한 양만큼 구매한다 = 1, ..., 구매를 포기한다 = 5
B07_NB	농축산물 구매포기 여부	이항변수: 구매포기=1, 그 외=0
B07_group	농축산물 물가 상승 시 대처	다항범주형변수: 구매 유지 = 1, 구매 조정 = 2, 구매포기 = 3
B08	가공식품 물가 상승 시 대처	다항범주형변수: 비싸도 구매하고자 했던 가공식품을 필요한 양만큼 구매한다 = 1, ..., 구매를 포기한다 = 5
B08_NB	가공식품 구매포기 여부	이항변수: 구매포기=1, 그 외=0
B08_group	가공식품 물가 상승 시 대처	다항범주형변수: 구매 유지 = 1, 구매 조정 = 2, 구매포기 = 3
B09	외식 물가 상승 시 대처	다항범주형변수: 비싸도 외식 횟수를 유지하고 먹고싶은 만큼 주문한다 = 1, ..., 구매를 포기한다 = 5
B09_NB	외식 포기 여부	이항변수: 외식포기=1, 그 외=0
B09_group	외식 물가 상승 시 대처	다항범주형변수: 구매 유지 = 1, 구매 조정 = 2, 구매포기 = 3
B10	선호하는 구매처	다항범주형변수: 온라인 쇼핑몰, 대형마트의 온라인몰, 해외직구, 라이브 커머스 = 1, 동네 슈퍼마켓 = 2, ..., 기타(예: 직거래장터, 농장 직구 등) = 11
B11	선호하는 온라인 쇼핑몰	다항범주형변수: 종합 온라인몰 = 1, ..., 기타 = 6
C01_rev	농축산물 할인지원 사업 인지 여부	이항변수: 들어본 적 있음=1, 들어본 적 없음=0
C02	농축산물 관련 행사 관심도	5점 척도 서열형변수: 전혀 아니다=1, 매우 그렇다=5
C0201	농축산물 관련 행사 참여도	5점 척도 서열형변수: 전혀 아니다=1, 매우 그렇다=5
C0202	농축산물 관련 행사 접할 기회도	5점 척도 서열형변수: 전혀 아니다=1, 매우 그렇다=5
C0203	농축산물 관련 행사 만족도	5점 척도 서열형변수: 전혀 아니다=1, 매우 그렇다=5
C03	농축산물 할인지원 사업 소비 가격 안정 기여도	5점 척도 서열형변수: 전혀 아니다=1, 매우 그렇다=5
C04_rev	농축산물 할인지원 사업 혜택 경험	이항변수: 있음=1, 없음=0
C05	농축산물 할인지원 사업 만족도	5점 척도 서열형변수: 매우 불만족한다=1, 매우 만족한다=5
C06	농축산물 할인지원 사업대상 품목 만족도	5점 척도 서열형변수: 전혀 아니다=1, 매우 그렇다=5
C07	농축산물 할인지원 사업으로 인한 추가 구매	5점 척도 서열형변수: 매우 아니다=1, 매우 그렇다=5
C08_rev	농축산물 할당관세 정책 인지 여부	이항변수: 있음=1, 없음=0
C09	농축산물 할당관세 정책 소비 가격 안정 기여도	5점 척도 서열형변수: 전혀 아니다=1, 매우 그렇다=5
C10_rev	농축산물 할당관세 정책 혜택 경험	이항변수: 있음=1, 없음=0
C11	농축산물 할당관세 정책 만족도	5점 척도 서열형변수: 매우 불만족한다=1, 매우 만족한다=5
C12_rev	농산물 정부비축사업 인지 여부	이항변수: 있음=1, 없음=0

(계속)

변수	설명	비고
C13	농산물 정부비축사업 소비 가격 안정 기여도	5점 척도 서열형변수: 매우 아니다=1, 매우 그렇다=5
C14_rev	농산물 정부비축사업 혜택 경험	이항변수: 있음=1, 없음=0
C15	농산물 정부비축사업 만족도	5점 척도 서열형변수: 매우 불만족한다=1, 매우 만족한다=5
C16_1	정부 물가 대책 영향	5점 척도 서열형변수: 물가 상승이 크게 심화되었다=1, 물가 상승이 크게 완화되었다=5(변화가 없다, 잘 모르겠다는 3으로 함)
C16_rev	정부 물가 대책 영향	5점 척도 서열형변수: 물가 상승이 크게 심화되었다=1, 물가 상승이 크게 완화되었다=5(잘 모르겠다는 제외함)
D01	농식품 물가 관련 뉴스 접촉빈도	서열형변수: 거의 보지 않음=1, 2주~4주 1회=2, 주 1회=3, 주 2~3회=4, 주 4~5회=5, 매일=6
D02	농식품 물가 관련 뉴스 접촉 후 지출 변화	서열형변수: 소비지출이 크게 감소하였다=1, 소비지출이 크게 증가하였다=5
D03	농축산물 물가 상승 강조 기사 반응	서열형변수: 매우 객관적으로 보도하고 있다=1, 매우 과장하여 보도하고 있다=5
D04	농축산물 물가 상승 강조 기사 접촉 후 농축산물 소비 변화	다항범주형변수: 관심이 높아져 구매가 늘었다=1, 관심이 높아졌으나 구매가 늘지는 않았다=2, 관심이나 구매에 변화가 없었다=3, 관심은 줄었으나 구매가 줄지는 않았다=4, 관심이 줄어 구매가 줄었다=5, 잘 모르겠다=6
D05	가공식품 물가 상승 강조 기사 반응	서열형변수: 매우 객관적으로 보도하고 있다=1, 매우 과장하여 보도하고 있다=5
D06	가공식품 물가 상승 강조 기사 접촉 후 가공식품 소비 변화	다항범주형변수: 관심이 높아져 구매가 늘었다=1, 관심이 높아졌으나 구매가 늘지는 않았다=2, 관심이나 구매에 변화가 없었다=3, 관심은 줄었으나 구매가 줄지는 않았다=4, 관심이 줄어 구매가 줄었다=5, 잘 모르겠다=6
D07	외식 물가 상승 강조 기사 반응	서열형변수: 매우 객관적으로 보도하고 있다=1, 매우 과장하여 보도하고 있다=5
D08	외식 물가 상승 강조 기사 접촉 후 외식 소비 변화	다항범주형변수: 관심이 높아져 구매가 늘었다=1, 관심이 높아졌으나 구매가 늘지는 않았다=2, 관심이나 구매에 변화가 없었다=3, 관심은 줄었으나 구매가 줄지는 않았다=4, 관심이 줄어 구매가 줄었다=5, 잘 모르겠다=6
D09	언론 농식품 물가 보도 유용성	서열형변수: 매우 아니다=1, 아니다=2, 보통이다=3, 그렇다=4, 매우 그렇다=5, 잘 모르겠다=6
D10	언론 농식품 물가 보도의 혼란 야기 정도	서열형변수: 매우 아니다=1, 아니다=2, 보통이다=3, 그렇다=4, 매우 그렇다=5, 잘 모르겠다=6
D11	언론 농식품 물가 보도가 정부 물가 관리 비용 상승에 미치는 정도	서열형변수: 매우 아니다=1, 아니다=2, 보통이다=3, 그렇다=4, 매우 그렇다=5, 잘 모르겠다=6
E01	가구 소득 중 식비 비중	연속형변수
E011	전체 식비 중 농축산물 지출 비중	연속형변수
E01101	전체 식비 중 가공식품 지출 비중	연속형변수
E01102	전체 식비 중 외식 소비지출 비중	연속형변수
E01103	전체 식비 중 수산물 및 기타 지출 비중	연속형변수
E06	최근 1년간 농축산물 물가 민감도 변화	서열형변수: 매우 민감해졌다=1, 민감해졌다=2, 큰 변화 없다=3

(계속)

변수	설명	비고
F01	가족 구성 형태	다항범주형변수: 1세대가족=1, 2세대가족=2, 3세대가족=3, 4세대가족=4, 기타=5
F02	자녀 수	연속형변수(자녀수 missing 관찰치의 값을 0으로 바꿈)
F03	맞벌이 여부	이항변수: 맞벌이 함=1, 맞벌이 하지 않음=2
F04	월평균 가구소득	서열형변수: 120만 원 미만=1, 120만~211만 원=2, 212만~363만 원=3, 364만~523만 원=4, 524만~763만 원=5, 764만~979만 원=6, 980만 원 이상=7
F05	고용형태	다항범주형변수: 상용근로자=1, 임시·일용근로자=2, 자영업자=3, 기타(무직, 가사, 학생 등)=4
F06A	교육 수준	다항범주형변수: 고등학교 졸업 미만=1, 고등학교 졸업=2, 대학교 졸업 이상=3

자료: 저자 작성.

농축산물 물가 상승 인식 영향요인 분석

1. 농식품 소비자 물가 인식·전망 분석(설문 A파트)

농축산물 구매 시 가격을 1순위로 또는 3순위 이내로 중요하게 생각하는지 여부를 종속변수로 설정하고, 이에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위하여 로지스틱 회귀분석을³³⁾ 시행하였다. 이는 어떤 특성을 가진 소비자가 농축산물 구매 시 가격을 중요하게 고려하는지를 알아보기 위함이다.

분석 결과는 오즈비(odds-ratio)로 제시하였다. 어떤 다항 변수의 오즈비가 1보다 크면, 비교 집단의 사건(예: 가격을 1순위로 선택)의 오즈(승산)가 기준 집단보다 높음을 의미하고, 낮으면 그 반대이다. 어떤 연속 변수의 오즈비가 1보다 크면 사건(예: 가격을 1순위로 선택) 발생 오즈(승산)가 연속 변수 1단위 증가할 때 증가함을 의미하고, 낮으면 그 반대이다.

〈부표 5-1〉 농축산물 구매 시 가격 중요 여부에 대한 로지스틱 회귀분석 결과

독립변수	가격 1순위 이내 A02_price		가격 3순위 이내 A02_price123	
	오즈비	표준오차	오즈비	표준오차
여성	0.5065***	0.0988	0.8262	0.1016
지역유형				
면	0.8719	0.3616	0.8718	0.2273
동	1.0104	0.2772	0.7715	0.1353
연령대				
30대	0.6302*	0.1547	0.7373*	0.1290
40대	0.3470***	0.0921	0.6487**	0.1115
50대	0.3740***	0.0964	0.6473**	0.1100
60대 이상	0.1985***	0.0560	0.3718***	0.0620

33) 설문 문항 A02와 관련되어 있다.

(계속)

독립변수	가격 1순위 이내		가격 3순위 이내	
	A02_price		A02_price123	
	오즈비	표준오차	오즈비	표준오차
가구원 수	1.0949	0.0855	0.9210*	0.0446
소득분위				
1분위 (상위)	0.8456	0.3089	1.0646	0.2870
2분위	0.5781*	0.1919	1.2463	0.2974
3분위	0.3843***	0.1375	0.9740	0.2381
4분위	0.3647***	0.1395	0.8252	0.2112
5분위(하위)	0.4841*	0.2026	0.8058	0.2247
5분위(상위)	0.2198***	0.1120	0.6074	0.1841
학력				
고등학교 졸업	0.2690***	0.1353	0.5800	0.2352
대학교 졸업 이상	0.2871**	0.1430	0.6022	0.2436
구매빈도	0.7607***	0.0600	0.8532***	0.0416
할인지원 사업 인식	0.7787	0.1461	0.8998	0.0967
할당관세 정책 인식	0.9915	0.2295	0.7005***	0.0901
정부비축사업 인식	1.0267	0.1934	1.0629	0.1180
농식품 물가 관련 뉴스 청취빈도	0.8857*	0.0578	0.9716	0.0374
식비 비중	1.0009	0.0046	1.0019	0.0030
상수항	7.5698***	5.6104	5.3929***	2.9307
Obs.	2,020			

주 1) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 선호하는 구매처(B10), 고용형태(F05)도 포함함.

2) 분석 결과는 odds-ratio를 기준으로 하였음.

3) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

자료: 저자 작성.

독립변수가 A02_price(가격 1순위)인 결과에 의하면, 여성은 남성에 비해 가격을 1순위로 선택할 승산이 약 50% 낮았다. 또한 30대는 20대 대비 가격을 1순위로 선택할 승산이 약 37% 낮았으며, 40대와 50대는 약 63~65% 낮았다. 60대 이상은 가격을 1순위로 선택할 승산이 20대 대비 약 80% 낮아, 연령대가 높을수록 가격을 1순위로 선택하지 않은 경향이 있음이 확인되었다. 이는 연령대가 낮을수록 가격을 중요한 요인으로 고려하는 경향이 있으며, 젊은 층이 물가에 더욱 민감하게 반응할 가능성이 있음을 의미한다.

소득분위가 높을수록 1분위 하위 소득분위 대비 가격을 1순위로 선택할 승산이 낮았다. 보다 구체적으로, 1분위 하위 소득분위 대비 2분위, 3분위, 4분위, 5분위(하위), 5분위(상위)는 각각 가격을 1순위로 선택할 승산이 약 42%, 62%, 64%,

52%, 78% 낮았다. 이는 소득이 낮을수록 가격을 1순위로 고려하는 경향이 있으며, 정부가 소득이 낮은 소비자에게 물가 안정 정책의 주안점을 둘 필요가 있음을 시사한다.

또한 학력이 높을수록 가격을 1순위로 선택할 승산이 낮았다. 고등학교 졸업 미만 대비 모든 학력 수준에서 가격을 1순위로 고려할 승산은 71~73% 낮았다. 이는 농축산물 소비 결정 시 학력이 높아짐에 따라 가격 외 고려 요인이 다양해지고, 비가격적 요소에 대한 고려순위가 높을 수 있음을 보여준다. 농축산물 구매빈도가 1단위 증가할 때 가격을 1순위로 선택할 승산이 24% 감소하였으며, 물가 뉴스 접촉 빈도가 1단위 증가할 때 가격을 1순위로 선택할 승산이 11% 감소하였다. 이는 농축산물 구매빈도가 높거나 물가 정보를 자주 접하는 소비자일수록 가격을 절대적 판단 기준으로 삼지 않음을 의미한다. 오히려 품질, 맛, 건강·영양성분, 원산지 등과 같은 요인들이 더 중요한 고려요인일 수 있다.

가격 3순위 이내 분석 결과에서도 가격 1순위 분석과 거의 비슷한 결과가 도출되나 다음과 같은 주요한 차이가 있다. 소득분위는 가격 1순위 분석 결과와 달리 유의하지 않았으며, 할당관세 정책에 대해 인식하고 있을 때 가격을 3순위 이내로 고려할 승산이 30% 낮았다. 이는 정책 인식에 따른 가격 안정 기대심리, 정책을 인식하고 있는 소비자의 대안적 구매 전략 활용 그리고 비가격적 요인 중시 가능성을 시사한다.

지금까지의 결과를 종합하면, 가격 중시 소비자는 전반적으로 저소득·저연령·저학력·남성·농축산물 구매빈도가 낮은 집단으로 구성되어 있는 것으로 나타났다. 따라서 물가 안정 정책은 해당 집단에 초점을 맞추는 것이 효과적일 것으로 판단된다.

〈부표 5-2〉 농축산물 체감 및 예상 물가 변동 OLS 회귀분석 결과

	농축산물 체감 물가 변동		농축산물 예상 물가 변동	
	A03_combined		A05_combined	
독립변수	계수	표준오차	계수	표준오차
여성	-0.1798	1.1597	-1.5912**	0.8024
지역유형				
면	2.7073	2.6963	0.6709	2.0769
동	-1.5933	1.8088	-2.4213*	1.3624
연령대				
30대	2.7274	1.8717	1.7587	1.3012
40대	2.6322	1.6894	0.9667	1.1159
50대	3.5691**	1.6237	0.5339	1.1105
60대 이상	2.2100	1.5857	0.1638	1.1169
가구원 수	-0.6197	0.5351	-0.4451	0.3854
소득분위				
1분위 (상위)	-5.6720	3.5528	-4.9823*	2.7501
2분위	-3.1415	3.2187	-4.6007*	2.5514
3분위	-2.3188	3.3098	-4.4300*	2.6246
4분위	-2.1676	3.3532	-3.5433	2.6341
5분위(하위)	-2.4070	3.5011	-2.8464	2.7128
5분위(상위)	-3.8165	3.8578	-1.4276	3.0443
학력				
고등학교 졸업	-6.0228	5.5054	-1.5600	3.7711
대학교 졸업 이상	-6.4193	5.4879	-2.6407	3.7330
구매빈도	0.7098	0.5181	0.6863**	0.3506
할인지원 사업 인식	-0.1633	0.9985	-0.3492	0.6381
할당관세 정책 인식	0.0001	1.1574	0.9121	0.7325
정부비축사업 인식	2.6997**	1.0608	-0.1284	0.6918
농식품 물가 관련 뉴스 접촉빈도	0.5918	0.4208	0.7924***	0.3069
식비 비중	0.1842***	0.0407	0.1559***	0.0310
식비 중 농축산물 비중	0.1055***	0.0368	0.0035	0.0258
상수항	17.0149**	6.7006	11.2750**	4.6163
Obs.	2,020			

주 1) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 선호하는 구매처(B10), 고용형태(F05)도 포함함.

2) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

자료: 저자 작성.

위 표는 농축산물 체감 물가 변동 및 예상 물가 변동에 대한 OLS 회귀분석 결과이다.³⁴⁾ 종속변수 A03_combined는 지난 1년 동안 농축산물 소비자 물가 상승 또는 하락률에 대한 소비자 인식으로 평균값 19.91%, 표준편차는 21.13%p, 최솟값 -100%, 최댓값 100%, 중간값 15%이다. 종속변수 A05_combined는 현재 대비 1년 후 농축산물 소비자 물가 예상 상승 또는 하락률로 평균값 9.58%, 표준편차는 14.25%p, 최솟값 -50%, 최댓값 100%, 중간값 6%이다.

응답자들은 국가데이터처가 발표한 2023년 대비 2024년 농축산물 소비자 물가 상승률 6.4%보다 약 3배 크게 체감하고 있다. 한편, 지난 1년보다는 향후 1년의 농축산물 소비자 물가 상승률이 낮을 것으로 예상하고 있다.

분석 결과를 독립변수별로 살펴보면 다음과 같다. 성별에서는 여성의 예상 물가 변동이 남성보다 약 1.61%p 낮았으며, 지역유형은 체감 물가 변동에 유의하지 않았다. 다만 동지역은 읍지역보다 예상 물가를 약 2.4%p 낮게 평가하는 경향이 있었다. 이는 도시 지역 거주자가 상대적으로 가격 정보 및 프로모션 접촉빈도가 높거나 구매가능한 상품의 다양성이 커 대체재 또는 구매처 선택지가 많아 물가 상승 예상이 낮아질 수 있음을 시사한다.

연령대에서는 체감 물가 변동에서만 일부 연령대가 유의하게 나타났다. 50대는 20대 대비 체감 물가 변동이 약 3.57%p 높았다. 예상 물가 변동에서는 연령대별로 유의하지 않았다. 가구원 수에서는 모두 유의하지 않은 것으로 나타났다.

소득분위는 체감 물가 변동에는 유의하지 않다. 반면, 예상 물가 변동에서 1분위(상위), 2분위, 3분위는 1분위(하위) 대비 예상 물가 변동이 각각 4.98%p, 4.60%p, 4.43%p 낮았다. 이는 최하위 소득분위 대비 차상위 및 중간 소득분위의 소비자의 향후 물가 상승 예상이 낮은 반면, 고소득분위의 소비자는 최하위 소득분위와 차이가 없음을 의미한다. 이는 차상위 및 중간 소득분위 소비자가 최하위 소득분위 소비자 대비 가격 상승에 대한 부담이 상대적으로 낮기 때문으로 판단된다. 반면, 고소득층은 총지출에서 농축산물의 비율이 낮아 가격 상승으로 인한 실

34) 설문문항 A03-1, 2와 A05-1, 2와 관련되어 있다.

제 충격은 작을 수도 있으나, 자산가격·거시경제에 민감하고 장기적 불확실성 인식으로 인해 최저 소득층과 유사한 것으로 보인다.

농축산물 구매빈도는 예상 물가 변동에서만 유의하게 나타났다. 구매빈도가 1단위 높을수록 예상 물가 변동은 약 0.69%p 높아지는 것으로 나타났다. 이는 가격 정보에 대한 빈번한 노출로 인해 기대 인플레이션이 높을 수 있음을 의미한다.

정책 인식 변수에서는 정부비축사업을 인식할수록 농축산물 체감 물가 변동이 2.70%p 높은 것으로 나타났다. 이는 정책 홍보를 통한 인식도 제고만으로는 소비자의 물가 불안 심리를 완화하기 어려움을 보여준다. 따라서 정부비축사업이 실제로 물가 안정에 기여한다는 효과와 사례를 구체적으로 홍보함으로써 소비자 물가인식 관리 및 심리 안정에 보다 중점을 뒀야 함을 시사한다.

농식품 물가 뉴스 접촉빈도는 예상 물가 변동에만 유의하였으며, 뉴스 접촉빈도가 1단위 증가할수록 예상 물가 변동이 약 0.79%p 높다. 이는 농식품 물가 뉴스가 단순 정보 전달을 넘어, 소비자의 물가 상승 심리(기대 인플레이션)를 강화하는 방향으로 작용할 수 있음을 시사한다. 따라서 정부의 물가 안정 정책 추진 시 언론과의 협력 및 소통 강화를 통해 물가 상승 자체보다 물가 상승의 원인과 해결방안에 대한 보도를 확대할 필요가 있다.

식비 비중이 1단위 증가할 때마다 체감 및 예상 물가 변동은 각각 0.18%p, 0.16%p 높아지는 것으로 나타났다. 이는 가계 소비 중 식비 비중이 높을수록 농식품 물가 변동이 소비자 개인의 실질소득에 미치는 영향이 커져, 물가 상승에 대한 체감 및 예상 정도가 커질 수 있음을 의미한다.

식비에서 농축산물이 차지하는 비중이 1단위 증가할수록 체감 물가 변동은 약 0.1%p 높아지는 것으로 나타났다. 이는 농축산물 비중이 현재 소비자 물가 체감에는 즉각적으로 반영이 되나, 미래 물가 전망에 대해서는 상대적으로 영향이 약함을 의미한다.

종합적으로, 농축산물 체감 및 예상 물가 변동에 영향을 주는 요인으로 성별, 연령, 소득수준, 뉴스 접촉빈도, 식비 비중, 식비 중 농축산물 비중 등이 확인되었다. 이는 물가 정책 설계 시 단순 평균 효과만 고려할 것이 아닌 성별·소득·구매 특성

등 차이를 반영하는 것이 필요함을 시사한다. 특히 1분위(하위)와 같은 저소득층은 예상 물가 변동을 다른 소득층 대비 높게 판단하는 경향이 있으므로, 해당 집단의 물가 불안감을 완화시킬 수 있는 정책 마련이 필요하다. 아울러 물가 뉴스 노출 효과가 크다는 점에서 정확한 정보 전달이 정책 효과를 좌우할 수 있으므로, 객관적 정보 전달이 요구된다.

〈부표 5-3〉 가공식품 체감 및 예상 물가 변동 OLS 회귀분석 결과

	가공식품 체감 물가 변동		가공식품 예상 물가 변동	
	A06_combined		A08_combined	
독립변수	계수	표준오차	계수	표준오차
여성	-0.7781	0.8076	-1.4774**	0.7395
지역유형				
면	2.1851	2.3818	2.2973	2.0512
동	-2.1272	1.5584	-1.9645	1.2804
연령대				
30대	2.3720	1.5294	0.9010	1.3622
40대	2.0834*	1.2251	0.6467	1.0333
50대	3.1703**	1.2526	1.0921	1.0488
60대 이상	2.6003**	1.2252	0.9407	1.0497
가구원 수	-0.7351*	0.3831	-0.9226**	0.3629
소득분위				
1분위 (상위)	-1.3460	2.8542	-1.0525	2.4470
2분위	-1.1898	2.5578	-0.3197	2.3057
3분위	-1.3046	2.6075	-0.4622	2.3471
4분위	-0.7164	2.5765	0.5568	2.3422
5분위(하위)	-0.7223	2.6908	1.0513	2.4476
5분위(상위)	-1.0007	2.9287	2.7092	2.8325
학력				
고등학교 졸업	-4.7070	4.0819	-4.6035	3.7174
대학교 졸업 이상	-5.7629	4.0305	-5.3760	3.6830
구매빈도	1.3202***	0.4067	0.6868**	0.3295
할인지원 사업 인식	-0.3355	0.7427	-0.1808	0.5753
할당관세 정책 인식	0.5204	0.8406	0.5072	0.6576
정부비축사업 인식	0.2511	0.7819	-0.4088	0.6275
농식품 물가 관련 뉴스 청취빈도	0.7064**	0.3131	0.8319***	0.2820
식비 비중	0.1322***	0.0331	0.1483***	0.0311
식비 중 농축산물 비중	0.0907***	0.0327	0.0664**	0.0294
상수항	10.1641*	5.2836	7.3890	4.7994
Obs.	2,020			

주 1) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 선호하는 구매처(B10), 고용형태(F05)도 포함함.

2) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

자료: 저자 작성.

위 표는 가공식품 체감 물가 변동 및 예상 물가 변동에 대한 OLS 회귀분석 결과이다.³⁵⁾

종속변수 A06_combined는 지난 1년 동안 가공식품 소비자 물가 상승 또는 하락률에 대한 소비자 인식으로 평균값 12.67%, 표준편차는 15.71%p, 최솟값 -100%, 최댓값 100%, 중간값 10%이다. 종속변수 A08_combined는 현재 대비 1년 후 가공식품 소비자 물가 예상 상승 또는 하락률로 평균값 7.18%, 표준편차는 13.25%p, 최솟값 -100%, 최댓값 100%, 중간값 6%이다.

응답자들은 국가데이터처가 발표한 2023년 대비 2024년 가공식품 소비자 물가 상승률 1.8%보다 약 7배 크게 체감하고 있다. 한편, 지난 1년보다는 향후 1년의 가공식품 소비자 물가 상승률이 낮을 것으로 예상하고 있다.

분석 결과를 독립변수별로 살펴보면 다음과 같다. 성별은 예상 물가 변동에서만 유의하였다. 여성의 예상 물가 변동 정도는 남성보다 약 1.48%p 낮았다. 지역 유형 변수는 유의하지 않았으며, 연령대에서는 체감 물가 변동에서만 일부 연령대가 유의하게 나타났다. 40대, 50대와 60대는 20대 대비 가공식품 체감 물가 변동이 각각 약 2.08%p, 3.17%p, 2.60%p 높았다. 이는 과거의 저물가·저가격 기억, 세대별 경제심리 차이로 인한 것일 수 있다. 예상 물가 변동에서는 연령대별로 유의하지 않았다.

가구원 수가 늘어날수록 가공식품 체감 및 예상 물가 변동이 각각 0.74%p, 0.92%p 낮아지는 것으로 나타났다. 이는 대가족일수록 대량 구매 경향이 있어 단위당 가공식품 구입비가 낮을 수 있음을 보여준다.

소득분위와 학력 변수는 유의하지 않았다. 농축산물 구매빈도는 1단위 높아질 때 체감 및 예상 물가 변동이 각각 1.32%p, 0.69%p의 높아지는 것으로 나타났다. 즉, 농축산물 구매빈도가 높을수록 가공식품 체감 및 예상 물가 변동을 더 크게 판단하는 경향이 있었다. 이는 농축산물 구매가 잦을수록 유통채널에서 가격을 자주 접하기 때문에 전반적 식품 가격에 민감해지는 것이 이유로 판단된다.

35) 설문문항 A06-1, 2와 A08-1, 2와 관련되어 있다.

한편 정책 인식 여부 변수는 유의하지 않았다.

농식품 물가 뉴스 접촉빈도는 체감과 예상 물가 변동에 각각 0.71%p, 0.83%p 영향을 미쳤다. 농축산물과 유사하나 농식품 물가 뉴스가 농축산물보다 가공식품에 대한 체감 및 예상 물가 변동에 더 큰 영향을 미친다.

식비 비중이 1단위 높아짐에 따라 체감 및 예상 물가 변동은 각각 약 0.13%p, 0.15%p 상승하는 것으로 나타났다. 아울러 식비 중 가공식품 비중 역시 체감 및 예상 물가 변동에 각각 0.09%p, 0.07%p 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 식비 및 가공식품 비중이 큰 소비자일수록 물가에 더욱 더 민감하게 반응함을 의미한다. 즉, 생활비 중 식비와 가공식품 비중이 클수록 가격 변동에 대해 부담을 느낄 수 있기에, 체감 물가뿐만 아니라 예상 물가에도 높은 민감성을 보이는 것으로 판단된다.

종합해보면, 성별, 연령대, 가구원 수, 구매빈도, 농식품 물가 관련 뉴스 접촉빈도, 식비 비중, 식비 중 가공식품 비중이 가공식품 체감 및 예상 물가 변동에 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 단순 가격 자체의 변화뿐만 아니라 가계 구조와 소비패턴(식비 비중), 정보 노출 정도에 따라 가공식품 체감 및 예상 물가 변동이 달라질 수 있음을 의미한다.

이를 통해 가공식품 물가 안정 정책 설계 시, 가계 규모와 소비성향, 정보접근성 등을 종합적으로 고려할 필요가 있음을 알 수 있다. 가공식품 지출 비중이 높은 집단이나 물가 뉴스에 자주 노출되는 집단에서 예상 및 체감 물가가 높았으므로, 정부 및 지자체 차원에서 정확한 가격 동향 및 물가 안정 정책을 알리는 홍보 전략이 요구된다. 아울러 20대 대비 40대 이상 중장년층에게 체감 물가 변동이 더 크게 나타났다으므로, 가계 부담이 집중되는 중장년층 가구 대상 가공식품 체감 물가 안정 강화가 필요하다.

〈부표 5-4〉 외식 체감 및 예상 물가 변동 OLS 회귀분석 결과

독립변수	외식 체감 물가 변동 A09_combined		외식 예상 물가 변동 A11_combined	
	계수	표준오차	계수	표준오차
여성	-1.5383*	0.9095	-1.3628*	0.7924
지역유형				
면	1.8342	2.6810	2.1900	2.3577
동	-3.3507**	1.6975	-2.3171	1.4331
연령대				
30대	2.0764	1.5670	0.9189	1.4836
40대	1.9566	1.2515	0.3173	1.1591
50대	3.3082**	1.2967	0.4112	1.1709
60대 이상	3.1404***	1.1995	0.5035	1.1419
가구원 수	-1.0408***	0.3970	-0.5350	0.3748
소득분위				
1분위 (상위)	0.5444	2.9035	-1.4728	2.6835
2분위	0.1114	2.5675	-0.6687	2.5383
3분위	-0.5389	2.5674	-1.1410	2.5468
4분위	0.4605	2.5387	-0.7231	2.5485
5분위(하위)	2.0653	2.6848	0.4034	2.6479
5분위(상위)	1.3319	2.9070	1.3342	2.9257
학력				
고등학교 졸업	-2.3154	4.6864	-4.1087	4.1521
대학교 졸업 이상	-2.7567	4.6555	-4.5463	4.1115
구매빈도	1.5432***	0.4273	0.8001**	0.3850
할인지원 사업 인식	-0.5665	0.7780	-0.7433	0.6462
할당관세 정책 인식	0.2836	0.8884	-0.1442	0.7559
정부비축사업 인식	1.4825*	0.7924	0.4191	0.6768
농식품 물가 관련 뉴스 접촉빈도	0.3617	0.3059	0.7427**	0.2898
식비 비중	0.1628***	0.0332	0.1642***	0.0318
식비 중 농축산물 비중	-0.0029	0.0266	-0.0133	0.0225
상수항	10.1300*	5.7937	9.6486*	5.0748
Obs.	2,020			

주 1) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 선호하는 구매처(B10), 고용형태(F05)도 포함함.

2) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

자료: 저자 작성.

위 표는 외식 체감 물가 변동 및 예상 물가 변동에 대한 OLS 회귀분석 결과이다.³⁶⁾

종속변수 A09_combined는 지난 1년 동안 외식 소비자 물가 상승 또는 하락률에 대한 소비자 인식으로 평균값 13.84%, 표준편차는 16.43%p, 최솟값 -99%, 최

36) 설문문항 A09-1, 2와 A011-1, 2와 관련되어 있다.

댓값 100%, 중간값 5%이다. 종속변수 A11_combined는 현재 대비 1년 후 외식 소비자 물가 예상 상승 또는 하락률로 평균값 8.41%, 표준편차는 14.32%p, 최솟값 -99%, 최댓값 100%, 중간값 5%이다.

응답자들은 국가데이터처가 발표한 2023년 대비 2024년 외식 소비자 물가 상승률 3.1%보다 약 4.5배 크게 체감하고 있다. 한편, 지난 1년보다는 향후 1년의 외식 소비자 물가 상승률이 낮을 것으로 예상하고 있다.

분석 결과를 독립변수별로 살펴보면 다음과 같다. 성별에서는 여성이 남성 대비 체감 및 예상 물가 변동이 각각 1.54%p, 1.36%p 낮은 것으로 나타났다. 모든 농식품 세부 품목에서 여성이 남성보다 체감 물가 변동이나 예상 물가 변동 정도를 낮게 인식하는 것으로 나타났다. 이는 여성이 남성 대비 가격을 1순위로 선택하는 승산이 낮다는 분석 결과와 부합한다. 여성은 농식품 구매 및 외식 시 가격보다 품질, 건강, 맛 등 다른 속성을 더 중시하고, 계획적 구매와 대체·할인 활용으로 가격 상승에 대응하는 경향이 강하기 때문으로 판단된다.

지역유형 변수에서는 동 지역이 읍 지역 대비 외식 체감 물가 변동을 각각 3.35%p 낮게 인식하는 것으로 나타나며, 농축산물 체감 및 예상 물가 변동 분석 결과와 유사하다. 이는 동 지역이 음식점 수와 메뉴 선택 폭이 커 가격 상승 시 대체 가능한 음식점 및 가격 수준이 다양하기 때문으로 판단된다.

연령대에서는 체감 물가 변동에서만 일부 연령대가 유의하게 나타났다. 50대와 60대는 20대 대비 외식 체감 물가 변동이 각각 약 3.31%p, 3.14%p 높았다. 농식품 전반적으로 50대와 60대는 20대 대비 각 품목에 대한 체감 물가 변동이 높은 것으로 확인된다. 이는 가공식품과 같이 과거의 저물가·저가격 기억, 세대별 경제심리 차이로 인한 것일 수 있다. 한편 예상 물가 변동에서는 연령대 변수는 유의하지 않았다.

가구원 수에서는 체감 물가 변동에서만 유의하였다. 가구원 수가 늘어날수록 외식 체감 물가 변동이 1.04%p 낮아지는 것으로 나타났다. 가구원 수가 많을수록 외식빈도 자체가 낮아 가격 상승을 덜 체감하거나, 1회 외식 시 총비용은 크더라도 1인당 외식비용을 낮추는 경향이 있기 때문인 것으로 해석된다.

소득분위와 학력 변수는 유의하지 않았으며, 농축산물 구매빈도는 1단위 높아질 때 외식 체감 및 예상 물가 변동에 각각 1.54%p, 0.80%p의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 농축산물 구매빈도가 높을수록 외식 체감 및 예상 물가 변동을 더 크게 판단하는 경향이 있었다. 농축산물 구매빈도는 농축산물 체감 물가 변동을 제외한 나머지 모두에 양의 영향을 주는 것으로 나타났다. 이는 농축산물을 자주 구매할수록 가격 변동에 대한 노출이 잦아져 물가를 높게 체감하게 되는 결과로 해석된다. 나아가, 농축산물 가격이 외식 및 가공식품 가격과 직결된다는 인식하에 물가 전반을 높게 판단하는 경향이 나타난 것으로 판단된다.

한편, 정책 인식 여부 변수는 정부비축사업의 인식 여부가 농축산물과 유사하게 외식 체감 물가 변동에 1.48%p의 영향을 주는 것으로 나타났다. 농식품 물가 뉴스 접촉빈도는 농축산물 및 가공식품과 유사하게 예상 외식 물가 변동에 0.74%p 영향을 미쳤다. 모든 농식품 공통적으로 물가 뉴스의 접촉빈도는 소비자로 하여금 향후 물가가 상승할 것이라는 기대 심리를 더 키우는 것으로 판단된다.

식비 비중이 1단위 높아짐에 따라 체감 및 예상 외식 물가 변동은 모두 약 0.16%p 상승하는 것으로 나타났다. 농식품 세부 품목 공통적으로 식비 비중 자체가 체감 및 예상 물가 변동에 양의 영향을 주는 것으로 확인된다. 이는 기본적으로 식비 비중이 클수록 농식품 가격 변동이 생활비 부담으로 직결되기에, 소비자가 물가 변화를 더 크게 체감하고 예상 물가 상승 또한 높게 판단하는 경향을 반영한다. 한편 식비 중 외식 비중은 외식의 체감 및 예상 물가 변동에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

농축산물, 가공식품, 외식 품목 공통적으로 성별, 연령대, 구매 및 이용빈도, 물가 뉴스 접촉빈도, 식비 비중 등이 예상 및 체감 물가 변동에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인된다. 특히 농축산물 구매빈도와 물가 뉴스 접촉빈도, 식비 비중은 전부 각 품목의 예상 물가 변동에 유의한 영향을 미쳤다. 반면 소득수준은 농축산물 예상 물가 변동 외에는 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이러한 결과는 물가 안정 정책 설계 시 소득수준뿐만 아니라 인구사회적 특징, 농식품 소비 구조, 정보 제공 형태 등을 종합적으로 고려할 필요가 있음을 의미한다.

농축산물 물가 상승 인식에 영향을 미치는 소비자의 인구·사회학적 특성을 살펴보기 위하여 순서형 로짓모형을 이용하였으며, 분석 결과는 <부표 5-5>와 같다.

아래 <부표 5-5>는 농축산물 체감 물가 상승 정도와 국가데이터처 발표 농축산물 물가 상승률(6.4%) 간의 소비자 인식 차이를 순서형 로짓모형으로 분석한 결과이다.

〈부표 5-5〉 국가데이터처 발표 농축산물 물가 인식에 대한 순서형 로짓 분석 결과

독립변수	종속변수: 농축산물 물가 상승 인식	
	A04_rev	
	계수	표준오차
여성	0.168	0.105
지역유형		
면	0.531**	0.222
동	-0.097	0.146
연령대		
30대	-0.175	0.146
40대	-0.040	0.142
50대	-0.212	0.145
60대 이상	-0.237*	0.139
가구원 수	0.093**	0.041
소득분위		
1분위 (상위)	0.102	0.233
2분위	-0.249	0.207
3분위	-0.342	0.212
4분위	-0.217	0.219
5분위(하위)	-0.355	0.237
5분위(상위)	-0.299	0.255
학력		
고등학교 졸업	0.790**	0.358
대학교 졸업 이상	0.542	0.357
구매빈도	0.040	0.041
할인지원 사업 인식	0.073	0.091
할당관세 정책 인식	0.288***	0.107
정부비축사업 인식	-0.644***	0.095
농식품 물가 관련 뉴스 청취빈도	0.136***	0.033
식비 비중	-0.001	0.003
식비 중 농축산물 비중	-0.010***	0.003
Obs.	2,020	

주 1) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 선호하는 구매처(B10), 고용형태(F05)도 포함함.

2) * p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

3) 종속변수는 국가데이터처에서 발표한 2024년 농축산물 소비자 물가 상승률 6.4%가 응답자가 생각(체감)하는 물가 상승률에 비해 어떠한가를 의미함.

자료: 저자 작성.

분석 결과 읍 지역 대비 면 지역 거주자의 경우 국가데이터처 발표 농축산물 물가가 체감 물가보다 높다고 인식하는 경향이 높게 나타났다. 이는 면 지역 소비자의 경우에는 농식품을 자급, 직거래, 로컬푸드 구매 등의 방법으로 저렴하게 구입할 수 있기 때문에 상대적으로 체감 물가가 낮을 가능성이 있음을 시사한다.

60대 이상의 경우 30대 미만에 비해 국가데이터처 발표 농축산물 물가가 체감 물가보다 낮다고 인식하는 경향이 높게 나타났다. 60대 이상 고령자의 경우 은퇴 등으로 인한 소득감소로 인해 물가 상승을 상대적으로 높게 인식할 가능성이 있음을 시사한다.

가구원 수가 증가할 경우 국가데이터처 발표 농축산물 물가가 체감 물가보다 높다고 인식하는 경향이 높게 나타났다. 이는 대가족 등 가구원 수가 많은 경우에는 계획적 대량 구매를 통해 구매비용의 평균 단가를 낮출 수 있기 때문에 상대적으로 체감 물가가 낮을 가능성이 있음을 시사한다.

고등학교 졸업자의 경우 고등학교 비 졸업자에 비해 국가데이터처 발표 농축산물 물가가 체감 물가보다 높다고 인식하는 경향이 높게 나타났으나, 대졸 이상에서는 유의미한 차이가 발견되지 않았다.

물가 정책 인지 여부에 따라 농축산물 물가 인식이 다르게 나타났다. 할당관세 정책에 대해 들어본 적이 있는 소비자들은 그렇지 않은 소비자들에 비해 국가데이터처 발표 농축산물 물가가 체감 물가보다 높다고 인식하는 경향이 높게 나타났다. 반대로 정부비축사업에 대해 들어본 적이 있는 소비자들은 그렇지 않은 소비자들에 비해 국가데이터처 발표 농축산물 물가가 체감 물가보다 낮다고 인식하는 경향이 높게 나타났다. 할인지원 사업 인식 여부에 따라서는 유의미한 차이가 발견되지 않았다.

농식품 물가와 관련된 뉴스 청취빈도가 많을수록 국가데이터처 발표 농축산물 물가가 체감 물가보다 높다고 인식하는 경향이 높게 나타났다. 또한 식비 중 농축산물 비중이 증가할 때 국가데이터처 발표 농축산물 물가가 체감 물가보다 낮다고 인식하는 경향이 높게 나타났다. 이는 농축산물 지출 비중이 클수록 소비자가 체감하는 농축산물 물가 상승이 실제 농축산물 물가 상승보다 큼을 시사한다.

요약하면, 60대 이상 고령자, 정부비축사업에 대해 들어본 적이 있는 소비자, 식비 중 농축산물 비중이 높은 소비자의 경우 물가 상승을 실제보다 상대적으로 높게 인식할 가능성이 있는 것으로 나타났다.

반면, 가구원 수가 많은 가구, 학력수준이 높은 소비자, 할당관세 정책에 대해 들어본 적이 있는 소비자, 농식품 물가와 관련된 뉴스 청취빈도가 높은 소비자의 경우 물가 상승을 실제보다 상대적으로 낮게 인식할 가능성이 있는 것으로 나타났다.

종속변수 A07_rev는 국가데이터처 발표 전년 대비 2024년 가공식품 소비자 물가 1.8%가 응답자가 생각하는 물가(체감 물가)에 비해 어떠한가를 나타내며, 항목별 응답자 수와 비율은 다음 표와 같다. 국가데이터처 발표 가공식품 소비자 물가가 체감 물가보다 낮다고 응답자 수가 전체의 59.8%이다.

〈부표 5-6〉 가공식품 물가 상승 인식 문항 항목별 응답자 수와 비율

항목	응답자 수(명)	비율(%)
내가 생각하는 것보다 매우 낮다 = 1 (국가데이터처 발표 가공식품 물가 상승률 << 체감 물가 상승률)	484	24.0
내가 생각하는 것보다 낮다 = 2 (국가데이터처 발표 가공식품 물가 상승률 < 체감 물가 상승률)	724	35.8
내가 생각하는 것과 비슷하다 = 3 (국가데이터처 발표 가공식품 물가 상승률 = 체감 물가 상승률)	367	18.2
내가 생각하는 것보다 높다 = 4 (국가데이터처 발표 가공식품 물가 상승률 > 체감 물가 상승률)	304	15.1
내가 생각하는 것보다 매우 높다 = 5 (국가데이터처 발표 가공식품 물가 상승률 >> 체감 물가 상승률)	141	7.0
Total	2,020	100.0

주: A07 문항과 관련되어 있음.
자료: 저자 작성.

아래 표는 국가데이터처 발표 가공식품 물가 상승률(1.8%)에 대한 소비자 인식을 다항로짓모형으로 분석한 결과이다.³⁷⁾

37) A07 문항과 관련되어 있다.

〈부표 5-7〉 국가데이터처 발표 가공식품 물가 인식에 대한 순서형 로짓 분석 결과

독립변수	종속변수: 가공식품 물가 상승 인식	
	A07_rev	
	계수	표준오차
여성	0.0837	0.1070
지역유형		
면	0.5994***	0.2173
동	-0.1706	0.1480
연령대		
30대	0.0204	0.1487
40대	0.1387	0.1448
50대	0.0330	0.1448
60대 이상	0.0686	0.1393
가구원 수	0.0962**	0.0417
소득분위		
1분위 (상위)	0.1319	0.2338
2분위	-0.2999	0.2077
3분위	-0.3549*	0.2130
4분위	-0.3635	0.2221
5분위(하위)	-0.6018**	0.2426
5분위(상위)	-0.4832*	0.2599
학력		
고등학교 졸업	0.4861	0.3749
대학교 졸업 이상	0.1418	0.3742
구매빈도	0.0420	0.0417
할인지원 사업 인식	0.0562	0.0923
할당관세 정책 인식	0.4431***	0.1088
정부비축사업 인식	-0.5992***	0.0962
농식품 물가 관련 뉴스 접촉빈도	0.1653***	0.0337
식비 비중	0.0053**	0.0026
식비 중 농축산물 비중	-0.0027	0.0034
Obs.	2,020	

주 1) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 선호하는 구매처(B10), 고용형태(F05)도 포함함.

2) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

3) 종속변수는 국가데이터처에서 발표한 2024년 가공식품 소비자 물가 상승률 1.8%가 응답자가 생각(체감)하는 물가 상승률에 비해 어떠한가를 의미함.

자료: 저자 작성.

성별 간 차이는 확인되지 않았다. 지역유형별로는 읍 지역 대비 면 지역 거주자가 국가데이터처 발표 가공식품 물가가 체감 물가 대비 높다고 인식하는 경향이 증가하였다.

연령별 차이는 유의하지 않았다. 반면, 가구원 수가 1단위 증가할 때, 국가데이

터치 발표 가공식품 물가 상승률이 체감 물가 상승률 대비 높다고 인식하는 경향이 증가하였다.

소득분위에 따른 차이가 확인되었다. 보다 구체적으로, 1분위(하위) 대비 3분위, 5분위(하위), 5분위(상위)일수록 국가데이터처 발표 가공식품 물가가 체감 물가 대비 낮다고 인식하는 경향이 증가하였다. 즉, 소득수준이 높을수록 상대적으로 저소득 대비 가공식품 가격 변동에 더 민감하게 체감하는 경향이 있음을 의미한다. 이는 고소득일수록 가격 상승 체감이 덜할 것이라는 일반적 예상과는 다른 결과이다. 고소득층이 고가·브랜드 중심 소비, 품질·편의성 중시 소비 등을 하기 때문에 체감 물가(실제 지불하는 가격) 상승률이 국가데이터처 발표 물가 상승률 보다 더 높다고 체감할 수도 있다고 판단된다.

구매빈도는 가공식품 물가 인식에 유의한 영향을 주지 않았다. 한편 물가 정책 인지 여부는 가공식품 물가 인식에 미치는 영향이 다르게 나타났다. 보다 구체적으로, 할당관세 정책을 인지한 집단은 미인지 집단 대비 국가데이터처 발표 가공식품 물가가 체감 물가 대비 높다고 인식하는 경향이 증가하였다. 반대로 정부비축사업 인지 집단은 미인지 집단 대비 국가데이터처 발표 가공식품 물가가 체감 물가 대비 낮다고 인식하는 경향이 증가하였다. 이는 할당관세 인지 집단이 수입 유입으로 실제 농축산물 시장가격이 낮아짐을 체감하고 있고, 나아가 가공식품 가격에도 영향을 미칠 수 있음에 대한 기대를 반영한다. 반면, 국가데이터처 발표 물가가 이를 정확히 반영하지 못한다고 보는 경향도 존재한다고 해석할 수 있다. 반면 정부비축사업 인지 집단은 가격 하락을 체감하지 못하는 것으로 해석할 수 있다. 한편 할인지원 사업 인지 여부는 유의한 영향을 주지 않았다.

물가 뉴스 접촉빈도가 1단위 증가할 때 국가데이터처 발표 물가가 체감 물가 대비 높다고 인식하는 경향이 증가하였다. 이는 물가 뉴스 접촉으로 인해 전달받는 정보가 실제 생활에서 체감 대비 더 크게 부각되어 체감 물가를 국가데이터처 발표 물가대비 상대적으로 낮게 인식하는 결과로 이어진 것으로 해석된다.

식비 비중이 1단위 증가할 때, 국가데이터처 발표 가공식품 물가가 체감 물가 대비 높다고 인식하는 경향이 증가하였다. 이는 두 가지로 해석이 가능한데, 식비

비중이 높을수록 이미 지출 수준이 커 가격 변동에 상대적으로 둔감해져 체감 물가를 낮게 인식하는 경향으로 볼 수 있다는 것이 첫 번째이다. 두 번째는 식비 비중이 큰 가구는 다양한 품목을 소비하거나 대체재 활용으로 인해 가격 상승 부담을 분산하여 체감 물가를 낮게 평가하는 결과로 이어졌을 가능성도 있다. 한편 식비 중 가공식품 비중은 유의한 영향을 주지 못했다.

요약하면, 국가데이터처 발표 가공식품 물가 인식에는 거주 지역유형, 특성(가구원 수, 소득), 정책 인지 여부, 뉴스 접촉빈도, 식비 비중 등이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로, 면 지역에 거주할수록, 가구원 수가 많을수록, 할당관세 정책을 인지하고 있을수록, 식비 비중이 높을수록 국가데이터처 발표 가공식품 물가 상승률이 체감 물가 상승률보다 더 높게 인식하는 경향이 확인되었다. 반면, 정부비축사업을 인식하고 있거나, 3분위, 5분위 이상에 해당되는 소비자일수록 국가데이터처 발표 가공식품 물가 상승률을 체감 물가 상승률보다 낮게 평가하는 경향을 보였다.

종속변수 A10_rev는 국가데이터처 발표 전년 대비 2024년 외식 소비자 물가 3.1%가 응답자가 생각하는 물가(체감 물가)에 비해 어떠한가를 나타내며, 항목별 응답자 수와 비율은 다음 표와 같다. 국가데이터처 발표 외식 소비자 물가가 체감 물가보다 낮다고 응답자 수가 전체의 53.5%이다.

〈부표 5-8〉 외식 물가 상승 인식 문항 항목별 응답자 수와 비율

항목	응답자 수(명)	비율(%)
내가 생각하는 것보다 매우 낮다 = 1 (국가데이터처 발표 외식 물가 상승률 << 체감 물가 상승률)	432	21.4
내가 생각하는 것보다 낮다 = 2 (국가데이터처 발표 외식 물가 상승률 < 체감 물가 상승률)	648	32.1
내가 생각하는 것과 비슷하다 = 3 (국가데이터처 발표 외식 물가 상승률 = 체감 물가 상승률)	439	21.7
내가 생각하는 것보다 높다 = 4 (국가데이터처 발표 외식 물가 상승률 > 체감 물가 상승률)	326	16.1
내가 생각하는 것보다 매우 높다 = 5 (국가데이터처 발표 외식 물가 상승률 >> 체감 물가 상승률)	175	8.7
Total	2,020	100.0

주: A10 문항과 관련되어 있다.

자료: 저자 작성.

아래 표는 국가데이터처 발표 외식 물가 상승률(3.1%)에 대한 소비자 인식을
순서형 로짓모형으로 분석한 결과이다.³⁸⁾

〈부표 5-9〉 국가데이터처 발표 외식 물가 인식에 대한 순서형 로짓 분석 결과

독립변수	종속변수: 가공식품 물가 상승 인식	
	A10_rev	
	계수	표준오차
여성	0.0911	0.1057
지역유형		
면	0.5078**	0.2203
동	-0.0798	0.1478
연령대		
30대	-0.0651	0.1494
40대	0.1539	0.1455
50대	-0.2578*	0.1467
60대 이상	-0.1927	0.1415
가구원 수	0.0638	0.0417
소득분위		
1분위 (상위)	0.5609**	0.2309
2분위	-0.3120	0.2064
3분위	-0.2412	0.2107
4분위	-0.2536	0.2193
5분위(하위)	-0.4011*	0.2403
5분위(상위)	-0.3521	0.2562
학력		
고등학교 졸업	0.1152	0.3554
대학교 졸업 이상	-0.2740	0.3550
구매빈도	0.0196	0.0417
할인지원 사업 인식	0.0284	0.0917
할당관세 정책 인식	0.3348***	0.1085
정부비축사업 인식	-0.5917***	0.0953
농식품 물가 관련 뉴스 접촉빈도	0.1634***	0.0337
식비 비중	0.0036	0.0026
식비 중 농축산물 비중	-0.0019	0.0030
Obs.	2,020	

주 1) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 선호하는 구매처(B10), 고용형태(F05)도 포함.
2) * p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01
3) 종속변수는 국가데이터처에서 발표한 2024년 외식 소비자 물가 상승률 3.1%가 응답자가 생각(체감)하
는 물가 상승률에 비해 어떠한가를 의미함.
자료: 저자 작성.

38) A10 문항과 관련되어 있다.

성별 간 차이는 확인되지 않았다. 지역유형별로는 읍 지역 대비 면 지역 거주자가 국가데이터처 발표 외식 물가가 체감 물가 대비 높다고 인식하는 경향이 증가하였다. 면 지역에 소규모, 저가형 음식점이 상대적으로 많고 임대료 등 음식점의 고정비 부담이 낮아 음식 가격이 낮기 때문으로 판단된다.

연령별 차이는 대부분 유의하지 않았으나, 20대 대비 50대 소비자는 국가데이터처 발표 외식 물가 상승률이 체감 물가 대비 낮다고 인식하는 경향이 증가하였다. 50대는 소득 및 자산 변동성이 상대적으로 낮고 장기간의 물가 변동 경험이 있어 단기적 가격 변동에 덜 민감할 수 있다. 또는 주로 이용하는 음식점이 지역 식당 및 단골집 등 가격 변동이 크지 않은 곳이 많아서 단기적 가격 변동에 덜 민감할 수 있다. 반면 가구원 수는 유의하지 않았다.

소득분위에 따른 차이도 일부 확인되었다. 보다 구체적으로, 1분위(하위) 대비 1분위(상위) 집단은 국가데이터처 발표 외식 물가 상승률이 체감 물가 대비 높다고 인식하는 경향이 증가하였다. 반대로 5분위(하위) 집단은 1분위(하위) 집단 대비 발표 물가가 체감 물가 대비 낮다고 인식하는 경향이 증가하였다. 즉, 전반적으로 고소득 집단에 해당할수록 국가데이터처 발표 물가가 체감 물가 대비 낮다고 판단하였다. 이는 가공식품 분석 결과와 일치한다.

학력과 구매빈도는 외식 물가 인식에 유의한 영향을 주지 않았다. 한편 물가 정책 인지 여부는 가공식품 물가 인식에 미치는 영향이 다르게 나타났다. 보다 구체적으로, 할당관세 정책을 인지한 집단은 미인지 집단 대비 국가데이터처 발표 외식 물가 상승률이 체감 물가 대비 높다고 인식하는 경향이 증가하였다. 반대로 정부비축사업 인지 집단은 미인지 집단 대비 국가데이터처 발표 외식 물가 상승률이 체감 물가보다 낮다고 인식하는 경향이 증가하였다. 이는 할당관세 인지 집단이 수입 유입으로 실제 농축산물 시장가격이 낮아짐을 체감하고 있고, 나아가 가공식품 가격에도 영향을 미칠 수 있음에 대한 기대를 반영한다. 반면, 국가데이터처 발표 물가가 이를 정확히 반영하지 못한다고 보는 경향도 존재한다고 해석하거나 정부비축사업 인지 집단은 가격 하락을 체감하지 못하는 것으로 해석할 수 있다. 할인지원 사업 인지 여부는 유의한 영향을 주지 않았다. 모든 세부 농식품 품목에

서 이와 같은 분석 결과가 도출되었다.

물가 뉴스 접촉빈도가 1단위 증가할 때 국가데이터처 발표 물가가 체감 물가 대비 높다고 인식하는 경향이 증가하였다. 이는 물가 뉴스 접촉으로 인해 전달받는 정보가 실제 생활에서 체감 대비 더 크게 부각되어, 체감 물가를 국가데이터처 발표 물가 대비 상대적으로 낮게 인식하는 결과로 이어진 것으로 해석된다. 이 또한 마찬가지로 모든 농식품 세부 품목에서 동일한 결과였다. 한편 식비 비중과 식비 중 외식 비중은 유의한 영향을 주지 않았다.

요약하면, 국가데이터처 발표 외식 물가 인식에는 거주 지역유형, 가구 특성(소득), 정책인지여부, 뉴스 접촉빈도 등이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로, 먼 지역에 거주할수록, 1분위(상위) 소득층에 해당할수록, 할당관세 정책을 인지할수록, 물가 뉴스 접촉빈도가 높을수록 국가데이터처 발표 외식 물가 상승률이 체감 물가보다 높다고 인식하는 경향이 확인되었다. 반면, 정부비축사업을 인지할수록, 50대일수록, 5분위(하위)에 해당할수록 국가데이터처 발표 외식 물가 상승률이 체감 물가보다 낮다고 인식하는 경향이 나타났다.

농축산물, 가공식품, 외식 분석 결과를 종합하면, 국가데이터처 발표 물가 인식은 단순 가격 차원의 문제가 아닌 지역적, 인구사회학적 특성, 소비 구조 요인, 정책 인식, 뉴스 접촉빈도 등이 복합적으로 작용한다는 점을 알 수 있다.

이에 따라 첫째, 소비자 특성을 고려한 맞춤형 가격 및 물가 정보 제공 체계 구축이 요구된다. 둘째, 물가 안정을 위한 정책의 목적과 기대효과에 대한 보다 구체적이고 명확한 홍보가 필요하다. 셋째, 물가 관련 뉴스가 기대 인플레이션 상승으로 이어지지 않도록 가격 및 물가 상승 자체보다 상승의 원인과 해결방안 중심으로 보도될 필요가 있다.

2. 농식품 소비자 물가 대응 행동 분석(설문 B파트)

아래 표는 농식품 가격 상승 시 소비자가 구매포기 여부(구매포기=1, 그 외=0)를 종속변수로 설정하여 로지스틱 회귀분석을 실시한 결과이다.

성별에 대해서는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 지역유형 분석 결과에서는 읍 지역 대비 동지역 소비자가 농축산물 구매포기를 선택할 승산이 약 52% 낮았다. 가공식품, 외식 분석 결과는 유의하지 않았다.

〈부표 5-10〉 품목별 ‘구매포기’ 선택에 대한 로지스틱 회귀분석 결과

	농축산물		가공식품		외식	
	B07_NB		B08_NB		B09_NB	
독립변수	오즈비	표준오차	오즈비	표준오차	오즈비	표준오차
여성	1.425	0.389	0.998	0.213	0.955	0.157
지역유형						
면	0.692	0.318	1.030	0.426	0.777	0.277
동	0.483**	0.147	0.880	0.250	1.084	0.250
연령대						
30대	1.102	0.418	1.937**	0.610	1.041	0.243
40대	1.268	0.469	1.186	0.402	0.935	0.218
50대	2.099**	0.743	2.142**	0.664	1.046	0.236
60대 이상	1.280	0.461	2.004**	0.610	0.736	0.164
가구원 수	1.021	0.103	0.816**	0.072	0.957	0.062
소득분위						
1분위 (상위)	0.861	0.357	0.809	0.298	0.562*	0.170
2분위	0.575	0.222	0.654	0.221	0.655	0.174
3분위	0.550	0.227	0.663	0.234	0.377***	0.107
4분위	0.374**	0.175	0.582	0.225	0.419**	0.126
5분위(하위)	0.736	0.359	0.898	0.375	0.324***	0.113
5분위(상위)	0.702	0.385	0.514	0.258	0.289***	0.112
학력						
고등학교 졸업	0.519	0.297	1.188	0.632	0.631	0.277
대학교 졸업 이상	0.419	0.239	0.978	0.518	0.636	0.278
구매빈도	0.609***	0.062	0.867*	0.070	0.869**	0.055
할인지원 사업 인식	0.820	0.190	0.773	0.146	0.881	0.125
할당관세 정책 인식	0.767	0.240	0.684	0.176	0.649**	0.116
정부비축사업 인식	1.052	0.240	0.692**	0.129	1.015	0.146
농식품 물가 관련 뉴스 접촉빈도	0.775***	0.063	0.865**	0.055	0.876***	0.044
식비 비중	1.005	0.006	1.005	0.005	1.010***	0.004
식비 중 해당품목 비중	0.993	0.007	0.998	0.006	0.964***	0.005
상수항	3.233	2.846	0.514	0.433	4.654**	3.029
Obs.	2,020					

주 1) 변수 중 ‘식비 중 각 해당품목 비중’은 열 제목에 해당하는 품목별 식비 비중을 활용함.

2) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 선호하는 구매처(B10), 고용형태(F05)도 포함함.

3) 분석 결과는 odds-ratio를 기준으로 제시하였음.

4) * p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

자료: 저자 작성.

연령별 분석 결과에서는, 농축산물의 경우 20대 대비 50대가 구매포기를 선택할 승산이 약 2.1배였다. 가공식품의 경우 20대 대비 30대, 50대, 60대 이상이 각각 구매포기를 선택할 승산이 약 1.9~2.1배 높았다. 외식에서는 유의하지 않았다. 이는 중장년층이 가격을 1순위나 3순위 이내로 고려할 승산이 낮게 나타난 로지스틱 분석 결과와는 상반된 양상이다. 그러나 이는 중장년층이 평소에는 가격 외의 요인을 우선시하면서도, 가격이 상승할 경우 해당 품목 소비를 중단하는 양면적 소비 성향을 보여주는 결과로 해석할 수 있다.

가구원 수는 농축산물과 외식에서는 유의하지 않았으나, 가구원 수가 1단위 증가할 때 가공식품 구매포기를 선택할 승산이 약 18% 낮았다. 이는 가구 규모가 클수록 가공식품에 대한 수요가 높아 가격이 상승하더라도 소비를 유지하려는 경향이 강함을 의미한다.

소득분위별로는 전반적으로 소득이 높을 때 구매포기를 선택할 승산이 낮아지는 것으로 나타났다. 농축산물의 경우 1분위(하위) 대비 4분위에 해당할 때 구매포기를 선택할 승산이 약 63% 낮았다. 가공식품은 유의하지 않았으나, 외식에서는 1분위(하위) 대비 1분위(상위), 3분위, 4분위, 5분위(하위), 5분위(상위) 일 때 구매포기를 선택할 승산이 44~71% 낮았다. 즉, 고소득 집단일수록 가격 상승에도 불구하고 기본적 소비 유지 여력이 있기에 구매포기로 이어질 가능성이 낮다는 점을 보여준다. 한편, 학력은 유의하지 않았다.

구매빈도는 1단위 증가할 때 농식품 구매포기를 선택할 승산이 전반적으로 낮았다. 보다 구체적으로, 농축산물의 경우 구매빈도가 1단위 증가할 때 구매포기를 선택할 승산은 약 40% 낮았으며, 가공식품과 외식은 약 13% 낮았다. 이는 해당 품목을 자주 구매하는 소비자일수록 가격 상승에도 불구하고 구매를 지속할 필요성과 의지가 크기에 구매포기로 이어질 가능성이 낮아지는 경향을 나타낸다.

물가 정책 인식 여부의 경우, 정부비축사업을 인식하는 집단이 가공식품 구매를 포기할 승산은 31% 낮았다. 이는 정부 비축정책이 물가 안정에 기여한다는 인식이 소비자 구매 유지에 긍정적으로 작용할 수 있음을 시사한다. 또한 할당관세 정책을 인식할 경우 외식 구매를 포기할 승산이 약 35% 낮았으며, 이는 할당관세

를 통한 수입가격 인하가 외식비 부담 완화 기대로 이어졌기 때문으로 판단된다.

농식품 물가 관련 뉴스 접촉빈도가 1단위 증가할수록 전반적으로 구매포기를 선택할 승산이 낮아지는 것으로 나타났다. 구체적으로, 농축산물 23%, 가공식품 14%, 외식 13%로 구매포기를 선택할 승산이 감소하는 것으로 확인되어, 물가 관련 정보 노출이 소비자 시장 이해도와 정책 신뢰를 제고하여 소비위축을 완화하는 역할을 하는 것으로 해석된다.

식비 비중에 대해서는 농축산물과 가공식품은 유의하지 않았으나, 외식에 한해서 식비 비중이 1단위 증가할 때 구매포기를 선택할 승산이 1.01배 높았다. 또한 식비 중 외식 비중이 1단위 증가할 때 외식 구매포기를 선택할 승산이 약 3.6% 낮았다.

이와 같이 농축산물·가공식품·외식에서 구매포기 결정은 연령, 소득, 가구 특성, 구매빈도 등 요인에 의해 영향을 받는 것으로 확인되었다. 특히 중장년층과 1분위(하위)와 같은 저소득층은 물가 상승 시 구매포기 가능성이 높아, 이들을 대상으로 한 맞춤형 지원 대책이 요구된다. 아울러 물가 정책에 대한 인지가 구매포기 가능성을 낮추는 결과가 나타난 만큼, 정책 효과 및 내용을 소비자가 명확히 이해할 수 있도록 체계적 정책 홍보와 정보 전달을 강화할 필요가 있다. 나아가 물가 뉴스 접촉빈도가 늘수록 구매시기, 대체품목, 구매처, 구매물량 등의 조정을 통한 구매포기 승산이 낮아지는 점을 고려할 때, 원인과 대안을 중심으로 보다 구체적이고 균형 잡힌 물가 관련 뉴스가 보다 필요하다.

〈부표 5-11〉 추가 물가 관리 품목 여부에 대한 로지스틱 회귀분석 결과

독립변수	추가 물가 관리 품목 여부 B06_add	
	오즈비	표준오차
여성	1.513***	0.245
지역유형		
면	0.898	0.299
동	0.885	0.193
연령대		
30대	1.108	0.236
40대	0.986	0.209
50대	0.695*	0.151
60대 이상	0.534***	0.114

(계속)

독립변수	추가 물가 관리 품목 여부	
	B06_add	
	오즈비	표준오차
가구원 수	0.917	0.056
소득분위		
1분위 (상위)	1.062	0.406
2분위	1.203	0.397
3분위	1.316	0.441
4분위	1.551	0.538
5분위(하위)	1.592	0.588
5분위(상위)	1.680	0.656
학력		
고등학교 졸업	0.555	0.297
대학교 졸업 이상	0.770	0.409
구매빈도	1.031	0.064
할인지원 사업 인식	1.300*	0.177
할당관세 정책 인식	1.293*	0.195
정부비축사업 인식	1.249	0.178
농식품 물가 관련 뉴스 청취빈도	1.091*	0.054
식비 비중	1.006	0.004
상수항	0.111***	0.080
Obs.	2,020	

주 1) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 선호하는 구매처(B10), 고용형태(F05)도 포함함.

2) 분석 결과는 오즈비를 기준으로 함.

3) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

자료: 저자 작성.

위 표는 추가 물가 관리 품목 여부에 대한 소비자 인식을 로지스틱 회귀모형으로 분석한 결과이다. 39) 추가 물가 관리 품목이 ‘있다(B06_add=1)’ 응답자 수는 357명(17.67%)이고 ‘없다(B06_add=0)’ 응답자 수는 1,663명(82.33%)이다.

분석 결과에 의하면, 여성이 남성 대비 추가 물가 관리 품목이 필요하다고 응답할 승산이 약 1.5배이다. 여성이 가격, 원산지, 품질 등 세부 정보를 더 세밀히 비교, 분석하는 경향이 있고 가계의 경제적, 식품 안전 위험을 회피하려는 경향이 존재할 가능성은 소비자 행동 관련 연구에서 일부 확인된다.40)

39) B06 문항과 관련되어 있다.

40) Nelson(2012); Nassar et al.(2021).

50대, 60대가 20대 대비 추가 물가 관리 품목이 필요하다고 응답할 승산이 각각 약 31%, 47% 낮았다. 이는 상대적으로 중장년층이 물가 변동에 대해 관리 필요성을 덜 느끼는 경향을 보여주는 결과이다. 반면 지역유형과 가구원 수는 유의하지 않았다. 아울러 소득분위와 학력도 유의하지 않았다.

한편 정책 인지 여부 측면에서는 농축산물 할인 지원사업과 할당관세 정책 사업 인지 집단이 추가 물가 관리 품목이 필요하다고 응답할 승산은 비인지 집단 대비 약 1.3배였다. 이는 해당 정책을 인지한 소비자일수록 여전히 관리 품목이 필요하다고 인식하는 경향이 강함을 보여준다. 즉, 정책 인지 자체가 소비자로 하여금 물가에 대한 민감도를 높임과 동시에 관리가 필요한 품목에 대한 인식을 강화하여 오히려 추가 관리 필요성을 더욱 체감케 만드는 것으로 판단된다.

농식품 물가 관련 뉴스 접촉빈도가 1단위 증가할수록 추가 물가 관리 품목이 필요하다고 응답할 승산이 약 1.1배로 나타났다. 이는 물가 뉴스를 자주 접하는 소비자일수록 가격 변동과 정부의 물가 관리 필요성을 더욱 인식하는 경향이 있다고 해석할 수 있다.

해당 결과는 물가 관리 정책이 단순 품목 지정에 그치는 것이 아닌, 소비자 특성을 고려한 대응이 요구됨을 시사한다. 특히 여성과 청년층은 추가 물가 관리 품목 필요성을 더 많이 인식하고 있는 반면, 중장년층은 추가 물가 관리 품목 필요성을 덜 인식하고 있어 소비자 특성을 고려한 물가 관리 정책이 요구된다. 또한 할인 지원이나 할당관세 정책 인지 집단일수록 여전히 추가 물가 관리 품목이 필요하다고 느끼는 경향이 확인되었다. 이는 단기적 물가 안정 정책만으로는 소비자의 체감 물가 불안과 관리 필요성을 해소하기 어려움을 의미한다. 중기적 공급 확대, 유통 구조 개선, 정책 효과 및 한계에 대한 보다 구체적인 정보 제공 등도 함께 강화할 필요가 있다. 아울러 물가 뉴스 접촉빈도가 높을수록 관리 필요성을 인식하는 경향이 크다는 점에서, 언론은 원인과 대안을 중심으로 정확하고 균형 잡힌 보도를 할 필요가 있다. 이를 통해 소비자 물가 불안 심리와 기대 인플레이션을 완화할 수 있을 것이다.

3. 농식품 소비자 물가 안정 정책 인식 분석(설문 C파트)

물가 관리 정책 인식 여부에 대한 로지스틱 회귀분석 결과를 정책별로 제시하였다.⁴¹⁾

〈부표 5-12〉 물가 안정 정책 인지 여부 관련 로지스틱 회귀분석 결과

	농축산물 할인지원사업		할당관세 정책		농산물 정부비축사업	
	C01_rev		C08_rev		C12_rev	
독립변수	오즈비	표준오차	오즈비	표준오차	오즈비	표준오차
여성	1.057	0.129	0.640***	0.089	0.756**	0.095
지역유형						
면	0.738	0.194	0.643	0.208	0.729	0.195
동	0.896	0.159	0.859	0.178	0.816	0.148
연령대						
30대	1.190	0.217	0.796	0.172	1.260	0.226
40대	1.425**	0.251	0.867	0.179	1.476**	0.258
50대	1.741***	0.302	0.858	0.176	2.394***	0.414
60대 이상	2.103***	0.350	1.266	0.243	3.350***	0.565
가구원 수	1.191***	0.058	1.087	0.061	1.066	0.052
소득분위						
1분위 (상위)	0.675	0.188	0.886	0.326	1.097	0.308
2분위	0.742	0.181	1.243	0.385	1.451	0.359
3분위	0.583**	0.145	1.029	0.323	1.226	0.309
4분위	0.511***	0.133	1.240	0.401	1.431	0.375
5분위(하위)	0.586*	0.164	1.498	0.512	1.219	0.348
5분위(상위)	0.648	0.195	1.407	0.507	1.449	0.444
학력						
고등학교 졸업	1.280	0.530	3.469	2.680	2.341**	1.006
대학교 졸업 이상	1.332	0.550	3.153	2.434	2.335**	1.001
구매빈도	1.371***	0.068	1.316***	0.077	1.213***	0.060
선호 구매처						
동네 슈퍼마켓	0.793	0.125	0.924	0.174	1.167	0.184
대기업 중소형 슈퍼마켓	1.254	0.226	1.742***	0.345	1.194	0.219
대형마트	1.559***	0.188	1.012	0.147	1.687***	0.210
전통시장	0.989	0.187	1.326	0.289	1.103	0.213
백화점	0.988	0.451	0.623	0.344	0.493	0.230
친환경 전문점	1.786	0.705	1.112	0.504	0.694	0.280
TV 홈쇼핑	1.712	0.897	1.412	0.839	0.716	0.383
편의점	1.164	0.778	1.125	0.934	0.606	0.436

41) C01, C08, C12 문항과 관련되어 있다.

(계속)

	농축산물 할인지원사업		할당관세 정책		농산물 정부비축사업	
	C01_rev		C08_rev		C12_rev	
독립변수	오즈비	표준오차	오즈비	표준오차	오즈비	표준오차
로컬푸드 마켓	1.608	0.566	0.860	0.376	1.245	0.456
기타	1.007	0.603	0.929	0.689	1.939	1.206
농식품 물가 관련 뉴스 청취빈도	1.239***	0.047	1.447***	0.066	1.357***	0.053
식비 비중	0.993**	0.003	1.004	0.004	0.998	0.003
상수항	0.070***	0.039	0.011***	0.010	0.045***	0.026
Obs.	2,020					

주 1) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 고용형태(F05)도 포함함.

2) 분석 결과는 오즈비를 기준으로 함.

3) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

자료: 저자 작성.

분석 결과에 따르면, 농산물 할인지원사업 인지에서는 성별에 따른 차이가 유의하지 않았다. 반면, 할당관세정책과 농산물 정부비축사업은 여성이 남성 대비 인지하고 있을 승산이 각각 약 36%, 25% 낮았다. 한편 지역유형별로는 면지역과 동지역 모두 읍 지역 대비 세 정책 인지 여부에 유의한 영향을 주지 않았다.

연령이 높아짐에 따라 물가 정책을 인식하는 경향이 있었다. 농축산물 할인지원사업은 40대, 50대, 60대 이상이 20대 대비 인지하고 있다고 응답할 승산이 약 1.4배~2.1배로 나타났으며, 특히 60대 이상은 2.1배로 가장 높았다. 30대는 유의하지 않았다. 농산물 정부비축사업은 40대, 50대, 60대 이상이 20대 대비 인지하고 있다고 응답할 승산이 약 1.5~3.3배이며, 60대 이상이 3.3배로 가장 높았다. 30대는 유의하지 않았다. 한편 할당관세 정책은 모든 연령층에서 유의하지 않았다.

가구원 수가 1단위 증가할수록 농축산물 할인지원사업을 인지하고 있다고 응답할 승산이 약 1.2배로 나타났다. 그러나 할당관세 정책과 농산물 정부비축사업에 대해서는 유의하지 않았다.

한편 소득이 늘어남에 따라 할인지원사업을 인지하고 있지 않은 경향이 있었다. 1분위(하위) 대비 3분위, 4분위, 5분위(하위)는 해당 물가 정책에 대해 인지하고 있다고 응답할 승산이 약 42~59% 낮았으며, 4분위가 인지하고 있다고 응답할

승산이 1분위(하위) 대비 49%로 가장 낮았다. 그러나 1분위(상위)와 2분위에서는 유의하지 않았다.

농축산물 할인지원사업과 할당관세 정책에서는 학력에 따른 유의한 차이가 없었다. 반면, 농산물 정부비축사업은 고등학교 졸업 미만 대비 학력이 높을수록 해당 정책들을 인지하는 경향이 있었다. 구체적으로, 고등학교 졸업 미만 대비 고등학교 졸업과 대졸 이상 소비자들은 농산물 정부비축사업에 대해 인지하고 있다고 응답할 승산이 2.3배로 나타났다.

농축산물 구매빈도가 높을수록 세 정책 모두 인지하고 있을 가능성이 높았다. 구매빈도가 1단위 늘어날수록 들어본 적 있다고 응답할 승산이 각각 약 1.2~1.4배로 나타났다.

선호 구매처별로는 농산물 할인지원사업과 정부비축사업 모두에서 대형마트 이용자가 기준 대비 인지하고 있다고 응답할 승산이 각각 약 1.5배, 1.7배로 나타났다. 할당관세 정책에서는 대기업 운영 중소형 슈퍼마켓 이용자가 기준범주 대비 인지하고 있다고 응답할 승산이 약 1.7배였다.

농식품 물가 관련 뉴스 접촉빈도가 높을수록 세 정책 모두에서 인지할 가능성이 유의하게 높았다. 전반적으로 물가 뉴스 접촉빈도가 1단위 증가할 때 인지하고 있다고 응답할 승산은 1.2~1.4배로 나타났다. 반면 식비 비중은 농산물 할인지원사업 인지도에서만 유의하였으며, 식비 비중이 높을수록 해당 정책을 인지한다고 응답할 승산은 약 0.01% 낮았다.

이러한 결과는 추후 물가 정책 홍보 및 설계에 있어 다음과 같은 시사점을 제공한다. 첫째, 성별과 연령에 따른 인지 차이를 고려하여 여성과 청년층을 대상으로 한 맞춤형 홍보가 필요하다. 둘째, 학력에 따른 정책 인지 정도를 해소하기 위해 이해하기 용이한 언어를 통한 교육 및 홍보가 요구된다. 셋째, 유통채널, 물가 뉴스 접촉빈도 등의 영향을 고려하여 소비자 일상생활과 밀접한 공간에서의 물가 정책 홍보가 효과적일 수 있다.

아래 표는 물가 관리 정책 만족도에 영향을 미치는 요인을 순서형 로짓모형을 통해 분석한 결과이다.⁴²⁾

〈부표 5-13〉 물가 정책 관련 만족도 순서형 로짓 분석 결과

	농축산물 할인지원사업		할당관세 정책		농산물 정부비축사업	
	C05		C11		C15	
독립변수	계수	표준오차	계수	표준오차	계수	표준오차
여성	0.581***	0.213	0.266	0.343	0.657**	0.245
지역유형						
면	-0.423	0.477	-0.208	0.752	-0.111	0.585
동	0.082	0.310	-0.599	0.502	0.208	0.389
연령대						
30대	-0.256	0.328	-0.712	0.542	-0.740*	0.428
40대	-0.416	0.307	-1.203**	0.550	-0.980**	0.419
50대	0.003	0.307	-1.053*	0.547	-1.058***	0.405
60대 이상	-0.071	0.287	-0.571	0.538	-0.859**	0.382
가구원 수	0.084	0.079	0.180	0.157	0.088	0.100
소득분위						
1분위 (상위)	-0.269	0.515	-0.327	1.122	-0.690	0.703
2분위	-0.589	0.434	-0.281	0.956	0.128	0.603
3분위	-0.370	0.440	-0.216	0.958	-0.144	0.597
4분위	-0.395	0.454	-0.508	0.955	-0.027	0.609
5분위(하위)	-0.393	0.491	-0.222	1.042	-0.663	0.646
5분위(상위)	-0.204	0.516	-0.311	1.046	0.320	0.675
학력						
고등학교 졸업	0.032	0.645	-	-	2.345*	1.369
대학교 졸업 이상	0.009	0.638	0.180	0.389	2.655**	1.358
구매빈도	-0.063	0.090	0.051	0.157	0.024	0.118
선호 구매처						
동네 슈퍼마켓	0.066	0.297	-0.925*	0.520	-0.642*	0.347
대기업 중소형 슈퍼마켓	-0.380	0.311	-0.472	0.474	-0.534	0.373
대형마트	0.140	0.203	-0.326	0.396	-0.099	0.254
전통시장	0.386	0.335	0.022	0.563	0.824*	0.423
백화점	-1.189	0.823	-3.019***	1.076	-2.037**	0.920
친환경 전문점	-0.290	0.634	0.082	1.959	-0.109	1.005
TV 홈쇼핑	-0.555	0.864	1.272	1.252	-2.072**	0.959
편의점	-1.138	1.233	-1.317	1.927	-0.763	1.341
로컬푸드 마켓	-0.569	0.490	-0.340	1.418	0.063	0.791
기타	-0.755	0.921	-0.509	2.046	0.405	1.167
농식품 물가 관련 뉴스 청취빈도	0.051	0.069	-0.084	0.140	-0.029	0.095
식비 비중	0.004	0.005	-0.007	0.009	-0.003	0.007
Obs.	618		204		453	

주 1) 분석 결과는 계수(Coefficient)로 나타내었음.

2) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 선호하는 구매처(B10), 고용형태(F05)도 포함함.

3) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

자료: 저자 작성.

42) C05, C11, C13 문항과 관련되어 있다.

성별에 따라서는 여성이 남성 대비 농축산물 할인지원사업과 농산물 정부비축사업 대해 긍정하는 경향이 증가하였다. 반면 할당관세 정책에서는 유의하지 않았다.

지역유형에 대해서는 모든 범주에서 유의한 차이가 없었다. 하지만 연령별로는 일부에서 차이가 확인되었다. 40대와 50대는 20대 대비 할당관세 정책에 대해서 부정적으로 평할 경향이 증가하였다. 또한 농산물 정부비축사업은 20대 대비, 모든 연령층에서 해당 정책에 대해 부정적으로 평할 경향이 증가하였다. 한편 소득 분위는 유의하지 않았다.

학력의 경우 농산물 정부비축사업에서만 유의하였다. 농산물 정부비축사업에 대해서는 고등학교 졸업 미만 대비 학력이 높을수록 해당 정책에 긍정적으로 평하는 경향이 증가하였다.

농축산물 구매빈도가 물가 관리 정책 만족도에 미치는 영향은 유의하지 않았으나, 선호하는 구매처에 따라서는 차이를 보였다. 동네 슈퍼마켓을 선호하는 소비자는 온라인 쇼핑몰 선호 소비자 대비 할당관세 정책과 농산물 정부비축사업을 부정적으로 평하는 경향이 증가하였다. 온라인 쇼핑몰 선호 소비자 대비 전통시장 선호자는 농산물 정부비축사업을 긍정적으로 평가하는 경향이 증가하였으며, 백화점 선호 소비자는 할당관세 정책과 농산물 정부비축사업 전부 부정적으로 평하는 경향이 증가하는 것으로 나타났다. TV 홈쇼핑 선호 소비자 또한 온라인 쇼핑몰 선호 소비자 대비 농산물 정부비축사업을 부정적으로 평가하는 경향이 증가하였다. 한편, 농식품 물가 뉴스 접촉빈도와 식비 비중은 유의하지 않았다.

이러한 결과는 물가 정책 설계에 있어 다음과 같은 시사점을 제공한다. 첫째, 정책 만족도를 보다 높이기 위해서는 물가 정책 실효성을 재점검하고 소비자가 체감할 수 있는 방향으로 운영을 강화할 필요가 있다. 둘째, 남성·저학력층에서 나타난 부정적 평가는 정책 수혜 구조 및 정보 접근 방식에 대한 비판적 수용 결과일 수 있으므로, 해당 소비자층을 대상으로 한 정확하고 충분한 정책 설명 및 홍보가 요구된다. 셋째, 중장년층의 낮은 만족도는 해당 연령층의 경제적 부담 및 정보 접근성 차이에서 기인하였을 수 있으므로, 중장년층을 위한 실질적 지원방안과 홍보가 필요하다. 넷째, 유통 채널별 만족도 차이를 반영해 동네 슈퍼마켓·백화점 등 오프

라인 채널을 중심으로 홍보 전략을 강화해야 한다. 특히 백화점 소비자가 할당관세 정책과 농산물 정부 비축사업을 부정적으로 평할 경향이 증가한 것은, 해당 소비층이 타 오프라인 유통 채널 대비 정보 탐색 의지가 낮고, 정책 효과가 체감되기 어려운 채널 특성으로 인한 것일 수 있다. 따라서 백화점 소비층에 물가 정책에 대한 실효성 높은 홍보가 요구된다.

〈부표 5-14〉 물가 안정 대책의 물가 안정 효과에 대한 순서형 로짓 분석 결과

독립변수	물가 안정 대책의 물가 안정 효과	
	C16_rev	
	계수	표준오차
여성	0.050	0.115
지역유형		
면	0.073	0.247
동	0.096	0.167
연령대		
30대	-0.238	0.170
40대	-0.023	0.165
50대	0.257	0.164
60대 이상	0.461***	0.159
가구원 수	-0.070	0.046
소득분위		
1분위 (상위)	0.522*	0.269
2분위	0.175	0.236
3분위	0.245	0.241
4분위	0.598**	0.251
5분위(하위)	0.450*	0.268
5분위(상위)	0.347	0.289
학력		
고등학교 졸업	0.366	0.414
대학교 졸업 이상	0.413	0.412
구매빈도	-0.026	0.046
할인지원 사업 인식	0.389***	0.101
할당관세 정책 인식	-0.025	0.118
정부비축사업 인식	0.718***	0.106
농식품 물가 관련 뉴스 청취빈도	-0.020	0.037
식비 비중	-0.003	0.003
Obs.	1,854	

주 1) 분석 결과는 계수(Coefficient)로 나타내었음.

2) 본 모형은 독립변수로 시도(SQ2), 선호하는 구매처(B10), 고용형태(F05)도 포함함.

3) * p < 0.1, ** p < 0.05, *** p < 0.01

자료: 저자 작성.

위 표는 물가 안정 대책의 물가 안정 효과에 대한 순서형 로짓분석 결과이다.⁴³⁾ 종속변수인 물가 안정 대책의 물가 완화 효과 정도별 응답자 수와 비율은 다음 표와 같다.

〈부표 5-15〉 물가 안정 대책의 물가 안정 효과별 응답자 수와 비율

단위: 명, %

만족도		C16_rev (물가 안정 대책의 물가 안정 효과)
물가 상승이 크게 심화되었다(1)	응답자 수	176
	비율	9.49
물가 상승이 약간 심화되었다(2)	응답자 수	248
	비율	13.38
변화가 없다(3)	응답자 수	965
	비율	52.05
물가 상승이 약간 완화되었다(4)	응답자 수	445
	비율	24.00
물가 상승이 크게 완화되었다(5)	응답자 수	20
	비율	1.08
전체 응답자 수		1,854
평균		2.94
표준편차		0.89

자료: 저자 작성.

성별에 대해서는 정부 정책 효과 인식 차이가 유의하지 않은 것으로 나타났다. 또한 지역유형에 대해서도 읍·면·동 간 유의한 차이가 없었다. 한편 연령별로는 20대 대비 60대 이상에서 물가 안정 대책이 물가 완화 효과를 보다 긍정적으로 평가하는 경향이 증가하는 것으로 나타났다.

소득분위가 높아질수록 정부의 물가 정책이 물가 완화에 효과적이었다고 평가하는 경향이 있었다. 보다 구체적으로 1분위(하위) 소득분위 대비 1분위(상위), 4분위, 5분위(하위) 에 해당할 때, 정부 정책이 물가 완화에 더 효과적이라 응답하는 경향이 증가하였다. 그러나 2분위와 3분위는 유의하지 않았다.

한편 농축산물 할인지원사업과 농산물 비축사업 인지 소비자는 비인지 소비자

43) C16 문항과 관련되어 있다.

대비 물가 완화효과에 대해 긍정적으로 평가하는 경향이 증가하였다. 반면 할당관세 정책에 대해서는 유의하지 않았다.

가구원 수, 고용형태, 학력, 농축산물 구매빈도 변수는 모두 물가 안정 대책 효과에 대해 유의하지 않았다. 또한 물가 뉴스 접촉빈도와 식비 비중도 정책 효과 인식과 유의한 관계가 없었다.

이러한 결과는 정책 효과에 대한 인식의 불균형을 보여주며, 다음과 같은 시사점을 제공한다. 첫째, 정책에 대한 인식 여부가 정책 효과 인식에 긍정적 영향을 준다는 점에서 정책이 소비자에게 효과적으로 전달되고 체감할 수 있도록 하는 전략의 중요성을 알 수 있다. 둘째, 고소득층의 정책 효과 긍정적 평가 경향은 중·저소득층의 효과 체감이 낮을 수 있음을 의미하므로, 정책 설계 시 다양한 소득층에 대한 정책 실효성을 점검할 필요가 있다.

- 건강보험심사평가원(2023), 코로나19, 역사를 기록하고 미래를 묻다.
- 김관수·임정빈·안동환·김규호·이수진·조지성·양찬영·김윤진(2012), 국제원자재 가격 상승이 가공식품 물가에 미치는 영향 연구 : 가공식품 가격 안정화 정책 방안 연구를 중심으로, 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사.
- 김나영·최윤경·강신혜(2017), KICCE 육아물가지수 기초 연구(V), 육아정책연구소.
- 김덕파·어윤중(2022), “코로나19 이후 급격한 물가상승의 원인 분석: 지출목적별 물가지수를 중심으로”, 한국경제포럼, 15(2): 1-20, 한국경제학회.
- 김상효(2020), “코로나19 시대 우리 국민의 먹거리 보장”, 농업·농촌의 혁신과 미래 토론회 2일차, 47-79, 한국농촌경제연구원.
- 김상효·김종진·주준형(2022), 원재료 수입가격 상승의 가공식품 물가 영향, 한국농촌경제연구원.
- 김상효·최재현(2024), 농식품 물가 이슈, 진단과 과제, 한국농촌경제연구원.
- 김영준·신석하(2016), “우리나라 소비자 특성별체감경기와 거시경제지표 간의 관계 분석”, 한국산학기술학회논문지, 17(11): 474-482, 한국산학기술학회.
- 김종진·박성진·박지원(2020), “수입곡물 가격변동이 국내 소비자물가에 미치는 영향 분석”, 농촌경제, 43(2): 29-58, 한국농촌경제연구원.
- 김종진·홍연아·주준형·박서운(2023), 농식품 공급망에서의 물가 결정요인 분석 연구, 한국농촌경제연구원.
- 김진욱(2008), “소득계층별 물가상승에 관한 연구”, 사회보장연구, 24(1): 95-121, 한국사회보장학회.
- 김태후·조승연·채흥기·이형용(2022), 농축산물 가격 변동에 대응한 효율적인 위험관리 수단 연구 부속 연구서, 한국농촌경제연구원.
- 김현정·김형식·이정익(2015), “소득 및 연령 그룹별 물가상승률 차이에 대한 분석 - 가구균등 물가지수를 중심으로”, 경제분석, 21(4): 132-156, 한국은행.
- 박성욱·장민(2021), 코로나19가 소득분위별 체감물가상승률에 미친 영향, 한국금융연구원.

- 박승록(2020), STATA를 이용한 응용계량경제학, 박영사.
- 박은자·박주현·박나영·곽윤경·천희란·오영호(2023), 코로나19 대유행에 따른 국민의 건강 영향과 의료이용 변화 분석, 한국보건사회연구원.
- 박진아·김나영·이재희·장문영(2016), KICCE 육아물가지수 기초 연구(IV), 육아정책연구소.
- 석준호(2025), “국내 생산자 물가와 수입 물가가 우리나라 농산물 소비자 물가에 미치는 비선형 관계 분석”, 농촌경제, 48(2): 1-16, 한국농촌경제연구원.
- 석준호·정대희·문한필(2023), “COVID-19 전후 환율이 식품 물가에 미치는 비대칭성에 대한 연구”, 농촌경제, 46(3): 129-148, 한국농촌경제연구원.
- 손동희(2024), 농축수산물 물가 동향 분석, 국회예산정책처.
- 이승희(2024), 기상 여건 변화가 물가에 미치는 영향과 시사점, 한국개발연구원.
- 이용선·김종진·김관수·안동환·조지성(2011), 수입원자재 가격 상승의 식품물가 파급 영향과 대응방향, 한국농촌경제연구원.
- 이용선·김종진·노수정(2012), 주요 채소 가격의 변동 패턴 및 요인 분석, 한국농촌경제연구원.
- 이태열(2021), 코로나19 이후 소득계층별 물가 상승률 차이, 보험연구원.
- 장인성(2011), 소득 계층별 물가 지수의 차이가 체감 물가에 미치는 영향, 국회예산정책처.
- 최윤경·박진아·우석진·배지아(2015), KICCE 육아물가지수 기초 연구(III), 육아정책연구소.
- 최윤경·박진아·이세원(2013), KICCE 육아물가지수 기초 연구, 육아정책연구소.
- 최윤경·박진아·최종화(2014), KICCE 육아물가지수 기초 연구(II), 육아정책연구소.
- 최윤경·유해미·김성숙·송신영(2012), 영유아 양육 물가 현황과 지수화 방안, 육아정책연구소.
- 허태호·황혜정·이상현(2020), “개인의 특성이 식품물가지수와 소비자체감물가 간의 차이에 미치는 영향”, 농촌경제, 43(1): 49-69, 한국농촌경제연구원.
- 황의식·황운재·김태이(2012), 가공식품물가의 장단기 변동요인과 대응방안, 한국농촌경제연구원.
- Abbott, P. C., C. Hurt & W. E. Tyner(2011), What’s Driving Food Prices in 2011?, Farm Foundation.

- Adjemian, M. K., S. Arita, S. Meyer & D. Salin(2024), “Factors Affecting Recent Food Price Inflation in the United States”, *Applied Economic Perspectives and Policy*, 46(2): 648-676, Wiley.
- Akber, N., K. R. Paltasingh & A. K. Mishra(2022), “How Can Public Policy Encourage Private Investments in Indian Agriculture? Input Subsidies vs. Public Investment”, *Food Policy*, 107(3), Elsevier.
- Akram, Q. F.(2009), “Commodity Prices, Interest Rates, and the Dollar”, *Energy Economics*, 31(6): 838-851, Elsevier.
- Awokuse, T. O.(2005), “Impact of Macroeconomic Policies on Agricultural Prices”, *Agricultural and Resource Economics Review*, 34(2): 226-237, Cambridge University Press.
- Babcock, B. A.(2012), “The Impact of US Biofuel Policies on Agricultural Price Levels and Volatility”, *China Agricultural Economic Review*, 4(4): 407-426, Emerald Publishing.
- Baek, J. & W. W. Koo(2010), “Analyzing Factors Affecting US Food Price Inflation”, *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue Canadienne d’Agroeconomie*, 58(3): 303-320, Wiley.
- Baffes, J. & A. Dennis(2014), *Long-Term Drivers of Food Prices*, World Bank.
- Cavallo, A.(2024), “Inflation with Covid Consumption Baskets”, *IMF Economic Review*, 72(2):902-917, National Bureau of Economic Research.
- Harris, R. & R. Sollis(2003), *Applied Time Series Modelling and Forecasting*, Wiley.
- Headey, D. & S. Fan(2008), “Anatomy of a Crisis: the Causes and Consequences of Surging Food Prices”, *Agricultural Economics*, 39(1): 375-391, IAAE.
- Irz, X., J. Niemi & X. Liu(2013), “Determinants of Food Price Inflation in Finland-The Role of Energy”, *Energy Policy*, 63: 656-663, Elsevier.
- Kripfganz, S. & D. C. Schneider(2023), “ardl: Estimating Autoregressive distributed Lag and Equilibrium Correction Models”, *The Stata Journal*, 23(4): 983-1019, SAGE Publications.
- Lambert, D. K. & D. Miljkovic(2010), “The Sources of Variability in US Food Prices”, *Jornal of Policy Modeling*, 32(2): 210-222, Elsevier.

- Menegaki, A. N.(2019), “The ARDL Method in the Energy-Growth Nexus Field; Best Implementation Strategies”, *Economies*, 7(4), MDPI.
- Nassar, Y., G. Gad & W. Kortarm(2021), “The Effect of Demographic Variables on Price Sensitivity of Customers A Field Study”, *Archives of Business Research*, 9(4): 101-142, Society for Science and Education.
- Nazlioglu, S. & U. Soytas(2012), “Oil Price, Agricultural Commodity Prices, and the Dollar: A Panel Cointegration and Causality Analysis”, *Energy Economics*, (34):1098-1104, Elsevier.
- Nelson, J. A.(2012), “Are Women Really More Risk-Averse than Men?”, *Global Development and Environment Institute Working Paper*, 12-05, Tufts University.
- Persson, U. M.(2015), “The Impact of Biofuel Demand on Agricultural Commodity Prices: A Systematic Review”, *WIREs Energy and Environment*, 4(5): 410-428, Wiley.
- Pesaran, M. H., Y. Shin & R. J. Smith(2001), “Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships”, *Journal of Applied Econometrics*, 16(3): 289-326, Wiley.
- Rezitis, A. N.(2015), “The Relationship Between Agricultural Commodity Prices, Crude Oil Prices and US Dollar Exchange Rates: A Panel VAR Approach and Causality Analysis”, *International Review of Applied Economics*, 29(3): 403-434, Taylor & Francis.
- Trostle, R.(2008), *Global Agricultural Supply and Demand: Factors Contributing to the Recent Increase in Food Commodity Prices*, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service.
- Trostle, R., D. Marti, S. Rosen & P. Westcott(2011), *Why Have Food Commodity Prices Risen Again?*, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service.
- Wang, S. L. & L. McPhail(2014), “Impacts of Energy Shocks on US Agricultural Productivity Growth and Commodity Prices-A Structural VAR Analysis”, *Energy Economics*, 46: 435-444, Wiley.

<보도자료>

- 경향신문(2024. 12. 31.), “이상기후 여파 ‘농산물 물가’ 14년 만에 최대폭 상승”.
- 국가데이터처 보도자료(2023. 6. 2.), “2021년 및 2022년 가구 특성별 소비자 물가 작성 결과(실험적통제)”.
- 국가데이터처 보도자료(2024. 12. 31.), “2024년 12월 및 연간 소비자물가동향”.
- 농민신문(2025. 1. 13.), ““이제 저렴한 한 끼는 없어요”...외식 물가 상승 보니”.
- 뉴스1(2023. 5. 11.), “롯데마트·슈퍼, 정부비축 무 판매...‘개당 990원’”.
- 뉴시스(2023. 9. 25.), “우리 농축산물 구매하고 온누리상품권 환급 받으세요”.
- 동아일보(2025. 1. 13.), “구내식당·도시락 가격 올라...외식 물가 상승률, 3년 연속 3% 넘어”.
- 매일경제(2025. 3. 10.), ““라면·만두까지 사먹기 겁난다”...서민 먹거리 물가 고공행진”.
- 아주경제(2025. 3. 10.), “라면 이어 만두·햄까지...고삐 풀린 장바구니 물가”.
- 연합뉴스(2025. 1. 13.), “설 차례상 비용 역대 최고...정부 “비축 농산물 방출””.
- 연합인포맥스(2012. 12. 7.), “<시사금융용어> 경제심리지수(ESI)”.
- 투데이플러스(2024. 2. 13.), “충남세종농협 소비자 물가부담 완화를 위해 설맞이 할인행사 진행”.
- 코리아넷뉴스(2023. 5. 11.), “코로나19 종식 선언...윤 대통령 “3년 4개월 만에 일상 회복””.
- SBS 뉴스(2024. 3. 22.), “외국 오렌지로 ‘금사과’ 잡힐까...싼 직수입 과일 푼 정부”.
- YTN(2024. 6. 4.), “물가 상승 둔화했다지만 ‘金과일’ 여전...하반기 51종 할당관세 적용”.

<온라인자료>

- 국가데이터처(<https://www.kostat.go.kr/cpi>), CPI소비자물가지수, 검색일: 2025. 2. 5., 2025. 3. 8., 2025. 12. 1.
- 국가데이터처 통계설명자료서비스(https://www.k-stat.go.kr/metasvc/msba100/statsdcda?statsConfmNo=101_007&kosisYn=Y), 통계별설명자료조회, 검색일: 2025. 2. 5.
- 국가데이터처 KOSIS(<https://kosis.kr/index/index.do>), 가계동향조사, 검색일: 2025. 2. 5. _____(<https://kosis.kr/index/index.do>), 소비자물가조사, 검색일: 2025. 2. 5., 2025. 12. 1.
- 국가데이터처 MDIS(<https://mdis.kostat.go.kr/index.do>), 가계동향조사, 검색일: 2025. 4. 14., 2025. 12. 1.
- 한국은행 금융·경제 스냅샷(<https://snapshot.bok.or.kr/dashboard/C8>), 검색일: 2025. 12. 1.

Federal Reserve Bank of St. Louis(<https://www.stlouisfed.org/on-the-economy/2023/may/the-rise-and-fall-of-m2>), 검색일: 2025. 12. 1.

World Bank Open Data(<https://data.worldbank.org/indicator/FP.CPI.TOTL.ZG>), International Monetary Fund, International Financial Statistics and data files, 검색일: 2025. 1. 31.

KREI

www.krei.re.kr

한국농촌경제연구원

전라남도 나주시 빛가람로 601
T.1833-5500 F.061) 820-2211



9 791161 497860
ISBN 979-11-6149-786-0