

연구보고 2015-11

KICCE 육아물가지수 연구(Ⅲ)

최윤경 박진아 우석진 배지아

머 리 말

2012-2013년부터 본격화 된 국가수준의 육아지원의 확대로 유치원과 어린이 집의 교육비·보육료 가격이 떨어지고, 이로써 영유아가구의 양육비 부담이 줄어 든 것으로 보고된 바 있다. 그러나 시간이 지날수록 육아지원 정책의 초기 효과가 줄어들고 비용지원에 대한 체감이 떨어짐에 따라, 가계부담의 완화가 과연 지속되고 있는지에 대한 의문과 비판적 시각이 존재한다.

영유아가구의 양육비 지출의 기저에는, 어린이집과 유치원 비용을 포함하여 영유아자녀를 양육하는데 필요한 육아 상품과 서비스의 종류와 수가 많고, 시장 가격이 상당히 비싸며 신규 상품과 서비스 출시가 지속되는, 물가구조 특성이 있다. 육아물가지수(2012~2015년) 연구는 이러한 논의를 시장가격 데이터를 바탕으로 구체적으로 논의하였다. 본 연구는 확대일로에 있는 육아지원의 확대가 영유아가구의 양육 부담 완화에 실질적으로 어떻게 기여했는지를 주요 육아품 목의 시장가격의 측면에서 살펴보고, 그 정책적 효과와 물가관리 방안을 제안하 고자 하였다.

이 연구는 육아물가지수 산출을 위한 4년차 연구로서 1차년도 연구의 육아대 표품목 선정과 가중치 산출에 근거하여, 2015년 4차년도 연구에서 기준연도 2012년 지수(100) 대비 세번째 육아물가지수를 산출함으로써, 각 품목이 갖는 등락과 상승의 추이를 단기 종단적으로 파악하였다.

2015년 육아물가지수 산출을 통해 우리나라 육아지원정책의 설계가 비용지원 의 확대를 통해 주요 육아 품목 가격의 등락과 어떠한 연관이 있는지 파악하였 으며, 나아가 출산률 회복과 갖는 유기적 연관성에 대해서도 탐색하여 육아물가 관련요인의 분석을 확장시켰다. 육아물가지수와 영유아부모 체감물가지수가 소비자물가지수의 하위지수로 자리매김 하여 영유아가구의 생활지표로서 국가수 준 저출산 타개의 주요 기준으로 활용되기를 바라는 바이다.

2015년 11월
육아정책연구소
소장 **우남희**

차 례

요약	1
I. 서론	9
1. 연구의 필요성 및 목적	9
2. 연구내용	11
3. 연구방법	11
4. 연구의 제한점	15
5. 연구동향	16
6. 정책동향	26
II. 육아물가지수 산출을 통한 육아물가 동향	39
1. 소비자물가지수의 육아품목을 활용한 육아물가지수	40
2. KICCE 육아품목을 활용한 육아물가지수	46
3. 하위 육아물가지수	59
4. 육아물가동향	85
III. 육아물가체감지수 산출을 통한 영유아부모 체감물가 동향	91
1. 영유아가구의 육아물가체감지수	91
2. 영유아가구의 소비자심리지수	116
IV. 육아물가 관련 요인 분석 - 육아물가가 출산에 미치는 영향	126
1. 분석모형	127
2. 분석결과	133
3. 육아물가 관련 시사점	143
V. 육아물가 및 체감 지수 산출을 통한 정책적 시사점	144
1. 육아물가지수 산출을 통해서 본 육아물가변동 및 수준에 대한 논의	144
2. 정책 제언	147

참 고 문 헌	153
Abstract	158
부 록	159
부록 1. 육아물가조사 대상처 및 육아품목 구입처	160
부록 2. 2015 저소득 영유아가구 양육비용 조사	164
부록 3. 서비스기관 전화조사표	173
부록 4. 영유아부모 온라인 육아체감물가 조사 설문지(웹설문)	181
부록 5. 저소득 영유아가구 육아비 지출 조사 설문지	191
부록 6. KICCE 육아물가조사 오프라인 조사표	197

표 차례

〈표 I-5- 1〉 해외 양육비용 연구결과	22
〈표 I-6- 1〉 2015 보육료 수납액	27
〈표 I-6- 2〉 2015 가정양육수당 지원 금액	27
〈표 I-6- 3〉 2015 정부미지원 어린이집 3-5세 영유아 보육료 상한액	28
〈표 I-6- 4〉 2015 시도별 필요경비 수납한도액	29
〈표 I-6- 5〉 2015 서울시 필요경비 수납한도액	31
〈표 I-6- 6〉 2015년 어린이집 관련 주요 지원 변화	34
〈표 I-6- 7〉 2015년 유아학비 및 방과후 과정비 지원 금액	35
〈표 II-1- 1〉 1995-2015 연도별 12개 육아품목 소비자물가지수(2010년=100) ...	41
〈표 II-1- 2〉 소비자물가지수의 육아품목을 활용한 육아물가지수(I)(2013-2015년) ...	45
〈표 II-1- 3〉 소비자물가지수의 육아품목 연간지수(2012-2015년	45
〈표 II-2- 1〉 2013-2015 육아품목 가격조사 결과 - CPI방식(지수 II)	46
〈표 II-2- 2〉 육아물가지수(II) - 1개 동일품목-CPI 방식	49
〈표 II-2- 3〉 2013-2015 5월 가격조사 결과- 고가베스트/저가상품군 통합방식(지수 III1) ...	52
〈표 II-2- 4〉 육아물가지수(III-1) - KICCE 통합상품군	53
〈표 II-2- 5〉 2013-2015 육아품목 가격조사 결과 - 베스트 상품군 통합방식(지수 III2) ...	56
〈표 II-2- 6〉 육아물가지수(III-2) - KICCE 베스트상품군	58
〈표 II-3- 1〉 2014-2015 온라인 육아물가가격조사	60
〈표 II-3- 2〉 2014-2015 온라인 육아물가지수	62
〈표 II-3- 3〉 2013-2015 가격조사 결과 - 영아가구 품목/고가베스트/저가상품군 통합방식(V-1) ...	64
〈표 II-3- 4〉 영아가구 육아물가지수(V-1) - 통합상품군	66
〈표 II-3- 5〉 2013-2015 가격조사 결과 - 영아가구 품목/베스트 상품군(V-2) ...	67
〈표 II-3- 6〉 영아가구 육아물가지수(V-2) - 베스트상품군	69
〈표 II-3- 7〉 2013-2015 가격조사 결과 - 유아가구 품목/고가베스트/저가상품군 통합방식(V-3) ...	71
〈표 II-3- 8〉 유아가구 육아물가지수(V-3) - 통합상품군	72
〈표 II-3- 9〉 2013-2015 가격조사 결과 - 유아가구 품목/베스트 상품군(V-4) ...	74
〈표 II-3-10〉 유아가구 육아물가지수(V-4) - 베스트상품군	75
〈표 II-3-11〉 저소득층 육아품목 기초통계	76

〈표 II-3-12〉 소득계층별 육아품목 가중치 산출	78
〈표 II-3-13〉 저소득층 육아물가지수(VI)	80
〈표 II-3-14〉 2015년 육아물가지수 발달시기에 따른 비교	82
〈표 II-3-15〉 3개 육아물가지수 품목별 비교	84
〈표 II-3-16〉 저소득층 비목별 육아물가지수(4개)	84
〈표 II-4 1〉 2013-2015 육아물가지수(5개) 및 소비자물가지수 비교	86
〈표 II-4 2〉 3개 육아물가지수 품목별 비교	87
〈표 II-4 3〉 비목별 육아물가지수(4개)	89
〈표 III-1- 1〉 2013-2015 온라인 체감물가조사의 영유아부모 응답자 특성	92
〈표 III-1- 2〉 2015 영유아기구 발달시기별/소득수준별 특성 - '15. 5월조사 기준	93
〈표 III-1- 3〉 영유아 주요 육아품목 구입처(2015년 5월 기준)	94
〈표 III-1- 4〉 2013-2015 영유아 주요 육아품목 구입처	95
〈표 III-1- 5〉 2015 육아소비재(9개) 가격체감도 - 월간비교	96
〈표 III-1- 6〉 2013-2015 육아소비재(9개) 가격체감도 - 연간비교	97
〈표 III-1- 7〉 2014-2015 육아소비재(9개) 가격체감도 하위지수 - 영유아기별	98
〈표 III-1- 8〉 2015 육아소비재(9개) 가격체감도 하위지수 - 소득수준별	98
〈표 III-1- 9〉 2014-2015 육아소비재(9개) 가계부담도 하위지수 - 영유아기별	99
〈표 III-1-10〉 2015 육아소비재(9개) 가계부담도 하위지수 - 소득수준별	99
〈표 III-1-11〉 2014-2015 육아소비재(9개) 가격변동체감 하위지수 - 영유아기별	100
〈표 III-1-12〉 2015 육아소비재(9개) 가격변동체감 하위지수 - 소득수준별	101
〈표 III-1-13〉 2013-2015 육아 내구재(6개) 가격체감지수 - 연간비교	101
〈표 III-1-14〉 2015 육아 내구재(6개) 가격체감지수	102
〈표 III-1-15〉 2014-2015 육아 내구재(6개) 가격체감 하위지수 - 영유아기별	103
〈표 III-1-16〉 2015 육아 내구재(6개) 가격체감 하위지수 - 소득수준별	103
〈표 III-1-17〉 2014-2015 육아 내구재(6개) 가계부담 하위지수 - 영유아기별	104
〈표 III-1-18〉 2015 육아 내구재(6개) 가계부담 하위지수 - 소득수준별	104
〈표 III-1-19〉 2014-2015 육아 내구재(6개) 가격변동체감 하위지수 - 영유아기별	104
〈표 III-1-20〉 2015 육아 내구재(6개) 가격변동체감 하위지수 - 소득수준별	105
〈표 III-1-21〉 육아 서비스(6개) 가격체감지수 연간비교 - 2013~2015	106
〈표 III-1-22〉 육아 서비스(6개) 가격체감도 - 2015 5~9월	106
〈표 III-1-23〉 2014-2015 육아 서비스(7개) 가격체감 하위지수 - 영유아기별	107

〈표 III-1-24〉 2015 육아 서비스(7개) 가격체감 하위지수 - 소득수준별	108
〈표 III-1-25〉 2014-2015 육아 서비스(7개) 가계부담 하위지수 - 영유아기별	108
〈표 III-1-26〉 2015 육아 서비스(7개) 가계부담 하위지수 - 소득수준별	108
〈표 III-1-27〉 2014-2015 육아 서비스(6개) 가격변동체감 하위지수 - 영유아기별	109
〈표 III-1-28〉 2015 육아 서비스(7개) 가격변동체감 하위지수 - 소득수준별	109
〈표 III-1-29〉 2013-2015 육아물가체감지수	110
〈표 III-2- 1〉 영유아부모 소비자심리지수 문항	116
〈표 III-2- 2〉 2013-2015 소비자심리지수	117
〈표 III-2- 3〉 2013-2015 현재/향후 생활형편 및 육아물가 지출 전망	119
〈표 III-2- 4〉 현재/향후 생활형편 및 육아물가 지출 전망 하위지수(2015년 5-9월 평균)	120
〈표 III-2- 5〉 6개월 후 육아품목별 지출전망	121
〈표 III-2- 6〉 6개월 후 육아품목별 지출전망(2015년 5-9월 평균)	122
〈표 III-2- 7〉 2013-2015 비용지원 및 서비스 체감만족도	123
〈표 III-2- 8〉 하위특성별 비용지원 및 서비스 체감만족도(2015년 5~9월 평균)	124
〈표 IV-2- 1〉 주요변수간 상관계수	135
〈표 IV-2- 2〉 Newey-West 회귀분석 결과	138
〈표 IV-2- 3〉 주요 변수의 자기상관계수의 추정	139
〈표 IV-2- 4〉 Dickey-Fuller test for level	140
〈표 IV-2- 5〉 Dickey-Fuller test for first or second-order difference	140
〈표 IV-2- 6〉 Johansen 공적분 관계 검정	141
〈표 IV-2- 7〉 그랜저 인과관계	142

그림 차례

[그림 I-3-1] 가격비교 사이트 온라인물가 조사 예시	12
[그림 I-3-2] KICCE 육아물가조사 설계	13
[그림 II-1-1] 소비자물가상승률 추이(1985-2014)	42
[그림 II-1-2] 육아상품 물가 등락률 추이(2000-2015. 9월)	42
[그림 II-1-3] 육아서비스 물가 등락률 추이(2000-2015. 9월)	43
[그림 III-1-1] 2013-2015 가격체감 연간비교	111
[그림 III-1-2] 2013-2015 가계부담 연간비교	111
[그림 III-1-3] 2013-2015 가격변동체감 연간비교	112
[그림 III-1-4] 2014-2015 영유아기별 가격체감 비교	113
[그림 III-1-5] 2015 소득수준별 가격체감 비교	113
[그림 III-1-6] 2014-2015 영유아기별 가계부담도 비교	114
[그림 III-1-7] 2015 소득수준별 가계부담도 비교	114
[그림 III-1-8] 2014-2015 영유아기별 가격변동체감 비교	115
[그림 III-1-9] 2015 소득수준별 가격변동체감 비교	115
[그림 III-2-1] 현재/향후 생활형편 및 육아물가 지출 전망 허위지수 (2015년 5-9월)	120
[그림 III-2-2] 2013-2015 비용지원 및 서비스 체감만족도	123
[그림 III-2-3] 하위특성별 비용지원 및 서비스 체감만족도(2015년 5-9월 평균)	124
[그림 IV-1-1] 출산가격의 변화	132
[그림 IV-1-2] 출산결정의 모수적 변화	132
[그림 IV-2-1] 육아물가지수와 CPI	134
[그림 IV-2-2] 출산율과 주요변수의 시계열	136
[그림 IV-2-3] 출산율과 주요변수간 산포도	137
[그림 IV-2-4] 주요 변수의 자기상관계수의 추정	139
[그림 IV-2-5] 출산율 직교화된 충격반응함수	142

부록 표 차례

〈부록 표 1-1〉 2014년 육아물가조사 오프라인 조사대상처	160
〈부록 표 1-2〉 2015년 5월 육아물가조사 기관 수(전화조사, 인터넷)	161
〈부록 표 1-3〉 2015년 서비스가격 전화조사대상 기관 특성	161
〈부록 표 1-4〉 영유아 주요 육아품목 구입처 (2015년 5월 기준)	162
〈부록 표 2-1〉 응답자 특성	164
〈부록 표 2-2〉 저소득 영유아가구 월평균 소득 및 지출	166
〈부록 표 2-3〉 저소득 영유아가구의 월 평균 양육비용	166
〈부록 표 2-4〉 육아관련 물품 주 구입처 - 일반 육아용품 (1순위)	167
〈부록 표 2-5〉 지난 한 달 영유아자녀 육아품목별 구매율 및 월 지출비용	168
〈부록 표 2-6〉 미취학 영유아자녀 양육을 위한 내구재 구매/이용 금액	170
〈부록 표 2-7〉 육아지원정책에 대한 의견	171

요 약

1. 서론

가. 연구의 필요성 및 목적

□ ‘자녀양육’의 과정을 물리적인 개념으로 축소시키면, 시장에서 제공하는 재화와 서비스에 대해 해당 가격을 기준으로 그 종류와 질을 선택, 소비하는 과정으로 볼 수 있음.

-현대사회의 육아는 유치원, 어린이집, 육아종합지원센터와 같은 공적 육아 지원체계의 확충에도 불구하고, 과거 사적 영역에서 이루어지던 가족 중심의 육아지원(예: 조부모)과 사회적 지지의 감소로 인해, 자녀양육을 시장 재화와 서비스를 구매, 소비, 이용하는 형태로 대체하는 비중이 큼.

-국가수준의 비용 지원이 주요 육아품목의 다양한 종류와 물가수준 등, 그 특성을 고려하지 않고 진행된다면, 예산의 누수와 재정 부담은 물론 영유아가구에서 실제 체감하는 양육부담 완화를 담보하지 못하는 한계를 갖게 됨 (최윤경·박진아·최중화, 2014a).

-본 연구는 연속과제로서 육아물가지수 및 하위지수와 육아물가체감지수를 지속 산출하여 가격변동의 추이를 분석하고, 이러한 육아물가 변동 및 가격 수준과 관련이 있는 주요 요인을 탐색하여 영유아가구의 양육부담과 육아 소비지출 패턴의 기제를 파악하고자 함. 이로써 보다 효과적인 육아지원 정책 방안에 대한 제언을 구체화 하는 것을 목적으로 함.

나. 연구내용

□ 2015년 육아물가지수(I, II, III-1, III-2, 온라인(IV), 영아/유아(V))와 영유아부모의 육아체감물가지수를 전년 동기인 5월, 7월 9월 세 차례 산출

-연내 월별 육아물가 및 체감의 변화와 함께 기준연도 2013년(100)와 전년 동월 대비 2015년 연간 육아물가 가격변동과 체감을 분석

□ 육아물가 변동과 관련이 있는 요인을 탐색하고, 육아물가가 출산에 미치는

영향에 대해 실증 분석

- 저소득 영유아가구의 양육비 지출 현황을 파악하여 계층별 육아물가 하위지수의 산출을 시도
- 산출된 지수의 2013-2015 연간 추이 분석을 통해 육아품목 가격과 체감의 변화를 모니터링하고 현행 육아지원 설계에 대한 정책적 시사점을 도출

다. 연구방법

- 문헌고찰 및 물가 통계자료 분석
- 육아물가 시장조사(온·오프라인 시장가격조사)
- 부모 설문조사(영유아부모 체감물가 온라인조사)
- 전문가 자문회의

2. 육아물가지수 산출을 통한 육아물가 동향

- 전국 가구 대상 소비자물가지수(통계청 CPI)에 포함된 481개 품목 중, 영유아 육아물가를 나타내는 품목 12개(상품 9개, 서비스 3개)를 활용하여 육아물가지수(I)를 산출한 결과, 2015년 5~9월 평균 육아물가지수는 91.9로 동기간 소비자물가지수 109.9에 비해 낮은 수준임(표 II-1-1 참조).
 - 그러나 도시가구의 소비자물가지수가 2014년 9월 대비 2015년 9월 0.55% 상승하는 동안, 육아물가지수는 소비자물가상승률보다 높은 3.61%의 상승폭을 보임(표 II-1-2 참조).
 - 유치원납입금(8.06%)과 장난감(6.4%), 어린이집보육료(5.6%)의 가격상승률이 전년 동월 대비 가장 큼. 2014년에도 유치원(+6.1%), 어린이집(+8.2%)로 평균상승률 이상의 가격 상승을 보인 바 있음. 그 다음으로 유아학습교재(4.56%), 이유식(3.64%) 기저귀(3.26%)와 어린이승용물(3.21%)이 비교적 높은 상승폭을 보임(표 II-1-2 참조).
- 2013년 기준 KICCE 육아대표품목 53개를 적용한 2015년 육아물가지수(II~III)은 하위물가지수(IV~VI)를 포함하여 모두 2014년 대비 '상승'한 것으로 나타남. 2014년의 전반적인 지수 '하락'과는 상반된 결과임.

- 지출비중이 큰 유치원(순교육비, 추가비용) 비용의 상승이 2015년 육아물가지수(I)의 상승을 견인한 것으로 보이며, 어린이집 보육료의 상승은 어린이집 추가비용의 하락으로 일부 상쇄되고, 산후조리원의 가격상승이 있었음.
- 상대적으로 저가 제품군이 많아 영유아부모가 선택할 수 있는 다양한 가격대가 분포되어 있는 통합 지수(III)가 1개 대표품목을 추적하는 지수(II)에 비해 떨어진 것으로 나타남(예: 기저귀, 물티슈, 아기욕조, 장난감(블럭)). 가격 분포의 다양성이 육아물가의 상승 체감을 완화하는 지출 여건을 제공함.

〈표〉 2014 육아물가지수 및 소비자물가지수 비교

구분		2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
육아물가지수	1개 동일품목_CPI방식지수(II)	100.00	99.97	103.30	3.34
	KICCE 통합지수(III-1)	100.00	97.55	100.92	3.45
	KICCE 베스트상품지수(III-2)	100.00	100.40	103.06	2.65
	온라인 육아물가지수(IV)		100.00	104.51	4.51
발달시기별 육아물가지수	-영아 통합지수(V-1)	100.0	95.49	96.57	1.1
	베스트상품지수(V-2)	100.0	98.66	99.36	0.7
	-유아 통합지수(V-3)	100.0	101.69	107.89	6.1
	베스트상품지수(V-4)	100.0	103.50	108.45	4.8
저소득층 육아물가지수(VI)	- 1개 동일품목 지수	100.0	99.94	102.23	2.29
	- KICCE 통합지수	100.0	97.04	98.33	1.34
	- KICCE 베스트상품지수	100.0	100.64	101.19	0.55
*소비자물가지수	전국 도시가구 481개 품목	100.00	101.21	102.14	0.92
*육아물가지수(I)	소비자물가지수 내 육아품목(12개)	100.00	101.7	105.92	4.10

주: 대표지수는 KICCE 통합지수(III-1)임.

-온라인 공간의 육아품목의 가격 상승률이 동일한 패턴으로 가격을 수집했을 때 가격상승률이 오프라인 육아물가 상승률보다 다소 높음. 다양한 가격 수준이 고려되고 (최)저가 검색의 구매패턴이 수반되어야 온라인 공간에서 저렴한 가격의 구매가 가능함을 보여줌.

-영아물가지수(96.57, +1.1%)와 유아물가지수(107.89, +6.1%)의 차이는 영아가 구 대상으로 예방접종과 기저귀·조제분유 저소득층 지원 등 유치원과 어린이집의 서비스 비용 지원 외에 추가 품목 지원이 시행된 결과로 보임. 기존의 유아학비·보육료 지원 외에 추가적인 지원이 없었던 육아물가지수는 상

대적으로 큰 상승률을 보임. 자녀 출산과 양육으로 인해 영아가구의 양육비 부담에 대한 체감이 크지만, 육아물가지수 연구에 의하면 유아가구의 양육비 부담이 산술적으로 더 큰 것으로 나타남.

- 가구소득 대비 양육비 부담이 큰 저소득 영유아가구에서는 동일한 한 품목만을 추적했을 때의 지수와 다양한 가격수준을 복수로 반영한 지수 간에 차이가 있음. 저소득 가구에 고가, 베스트, 저가 등 다양한 가격수준을 고려한 구매방식을 적용하였을 때(통합지수 III-1) 저소득 영유아가구의 육아물가지수 상승폭이 크지 않았음.

3. 육아물가체감지수 산출을 통한 영유아부모 체감물가 동향

□ 물가지수는 물가변동의 폭만을 나타내는 지표로, 영유아부모가 체감하는 높은 가격수준 자체에 대해서는 지표화하지 못 함(최윤경 외, 2014a).

- 2015년 전국 영유아부모 894명 대상 육아물가 체감조사를 실시한 결과, 주요 육아품목(소비재, 내구재, 서비스) 21개에 대한 영유아부모의 가격수준 체감, 가계비용 부담, 최근 가격변동 체감의 3개 지수 모두 100보다 커 부정적으로 응답한 가구수가 긍정적으로 응답한 가구수에 비해 많은 것으로 나타남.
- 그러나 2013-2014년 증가추이와 달리 2013-2015년으로 연간추이를 확대하여 살펴보면, 영유아가구의 주요 육아품목에 대한 가격체감지수는 2014년 대비 부정적 응답률이 줄어든 것으로 나타남.
- 2015년 부정적 체감도는 내구재의 가격수준체감에서 가장 높았으며, 그 다음으로 내구재 구입의 가계부담도, 그리고 서비스재의 가격수준체감이 높았음. 상대적으로 육아소비재의 가격변동체감(가격이 올랐다)은 부정적 응답이 가장 적었으며, 그 다음으로 소비재의 가계부담도가 낮았음. 육아지원 설계 시 서비스 품목 못지않게 내구재 품목에 대한 지원을 고려할 필요가 있음(예: 대여, 공유 등).
- 육아품목에 대한 '가격수준 체감'을 영아-유아, 가구소득수준별로 나누어 살펴본 결과, 유아자녀를 둔 가구보다는 영아자녀 가구에서, 저소득/중소득 가구보다는 고소득 영유아가구에서 가격수준이 높다는 부정체감이 좀 더 많음. 상대적으로 고가제품을 선호하는 소비행태가 반영된 결과로 보임.

- 품목별로 완구류의 가격이 가장 비싸게 체감되고 있는 점이 특징적이며, 분유/기저귀/옷과 같은 육아필수재의 가격이 비싸게 체감되는 점도 유의할 필요가 있음. 2014년에도 유사한 경향을 보임.
 - 소득수준이 높을수록 가격수준에 대한 부정적 체감이 큰 것으로 나타남. 단, 보편적 지원설계에 있는 유아학비보육료의 서비스 품목은 가격수준에 대한 체감이 소득수준에 따라 다르지 않았음.
 - 이와는 달리, 육아 상품품목별 가계부담도는 소득수준이 적을수록 부정적 체감이 높음. 육아 상품품목(소비재)의 가계부담도가 높은 저소득 가구에 대한 지원이 보장될 필요가 있음.
 - 연간 추이를 보면 육아품목 지출의 가계부담도가 줄어드는 연간 추세를 확인할 수 있음. 육아지원의 주 효과인지, 저물가 기조 속에서 상대적으로 가격이 낮은 저가 상품군 위주의 구입으로 소비패턴이 변화한 영향인지에 지켜볼 필요가 있음.
- 한국은행에서 소비자동향조사를 통해 전국 가구의 소비자심리지수를 산출하는 항목을 육아품목으로 바꾸어 영유아가구를 대상으로 소비자심리지수를 조사함. 그 결과, 현재 생활형편, 향후 경기, 수입 전망 등에서 전국 가구의 소비자심리지수에서와 마찬가지로 부정적으로 응답한 영유아 가구수가 긍정적으로 응답한 영유아 가구수에 비해 많음.
- 2014년 대비 연간 추이에서는 부정적 응답률이 줄어 영유아가구의 전반적인 소비심리지수 추이는 양호한 것으로 보임. 그러나 '육아'소비지출과 향후 '육아'물가수준 전망으로 대상 품목을 '육아' 관련 소비로 조사한 결과에서는 전국 가구의 소비자심리지수에 비해 부정적 응답률이 유의하게 높음.
 - 영유아가구의 주요 육아품목의 높은 물가수준에 대한 부담이 큼. 특히 문화오락비(카시트, 유모차, 장난감, 승용물)와 의료보건비 지출 부담이 큼.

4. 육아물가가 출산에 미치는 영향

- Becker(1962) 이후 발달되어온 신고전학과 모형(neoclassical model)을 이용하여 출산과 출산 비용과의 관계를 설명하고 육아물가지수를 이용하여 육아비용과 출산과의 관계를 실증분석함.

- 기존 신고전학파의 생애주기 출산모형에 기초하여 육아 비용에 육아물가지수를 대입하여 출산이 육아물가지수와 어떤 시계열적 관계를 갖는지 살펴봄.
- 현재까지의 육아물가지수 데이터를 육아비용으로 대입하여 활용한 결과, 출산률에 영향을 미치는 요인으로 육아물가의 양육비용과 여성의 경제활동참가율이 유의한 영향이 없는 것으로 확인됨.
- 육아지원의 확대에 의한 가계 양육비용의 감소가 출산율의 변화와 같은 주요 지표의 변화에 유의한 영향력이 없는 것으로 나타남. 이는 다른 데이터를 활용한 선행연구에서도 유사하게 보고된 바 있음. 양육비용의 변화가 출산에 긍정적인 요인으로 작용을 하는 것으로 보이나, 실질 GDP와 같은 구체적인 실물 경기지표의 영향력이 상대적으로 큰 것으로 나타남. 육아지원의 정책적 성과와 추진은 GDP와 같은 거시 지표와 함께 고려될 필요가 있음.

5. 육아물가 관점에서 본 육아지원정책의 효과 및 정책 제언

- 2015년 주요 육아품목의 물가상승률이 소비자물가상승률에 비해 높게 나타났으며, 육아물가의 등락이 2014년 하락세에서 2015년 상승세로 전환함. 기존의 어린이집·유치원 비용 지원에 더해진 예방접종의 국가지원 확대의 정책 효과가 지속됨에도 불구하고, 전체 육아물가지수의 상승세를 상쇄하지는 못함. 주요 육아지원 품목의 개별지수는 대체로 평균 물가상승 보다 높은 상승폭을 보임.
 - 육아필수재 기저귀와 분유의 가격이 지수 상승에 기여한 것으로 나타남. 영유아가구의 양육부담 완화가 지속되기 위해서는 보육료·교육비 지원의 지수 하락 효과가 지속되도록 하는 전략과, 기저귀·분유와 같은 육아필수 소비재의 가격수준과 상승폭을 적정수준에서 유지하거나 다양화 할 수 있는 정책적 접근이 함께 필요함을 시사함.
- 2015년 물가지수 및 체감지수 산출 결과에 근거한 정책제언을 제시하면 다음과 같음.
 - 첫째, 현재와 같은 초저출산 기조에서 생애단계별 정책수요를 반영한 하위 지수, 즉 영유아가구의 육아물가 부담과 양육의 어려움을 반영하는 육아물가지수와 육아물가체감지수의 정기적인 산출과 공표, 모니터링이 필요함(최윤경 외, 2014a).

- 둘째, 육아물가지수 산출에 의하면, 육아지원 투입이 초 저출산 기조의 전환에 직접적인 해답은 아니나 양질의 보편적인 서비스 이용과 수혜를 통한 간접적 영향의 효과가 입증됨. 향후 육아지원정책의 주요 기제는 양육비용 부담의 완화라는 양적 지표보다는 서비스의 다양성과 내용, 프로그램의 질이 확장시키는 보다 근원적인 질적 목표의 달성으로 적극 선회하도록 함.
- 육아지원 및 육아 정책의 상위 목적이 출산률 제고가 아닌, 부모와 사회 전반의 행복한 육아와 영유아의 건강한 성장·발달로 구체화 되도록 전략의 변화를 꾀함. 즉 출산을 많이 하게 하려는 양적 접근보다, 이미 태어난 영유아를 건강하고 행복하게 성장할 수 있는 환경을 제공하는 질적 전략을 마련하도록 함(최윤경 외, 2013). 이는 육아지원정책이 현재 추진되고 있는 아동학대 예방 및 인성교육 강화, 건강의료 사업과 적극 연계되어 추진될 필요가 있음.
- 셋째, 중저가의 양질의 육아필수재 품목을 제공하는 업체에 대해 품질 및 가격 관리를 지속하는 가운데 부가가치세 부과에 대한 세제지원을 적용할 필요가 있음. 부가가치세 면제의 세제지원을 해당 품목이 아닌 중저가 품질 인증제품을 생산하는 기업을 대상으로 제공하도록 함.
- 넷째, 가정내 양육에서 차지하던 양육과정이 사회화·시장상품화 된 품목의 구입과 서비스의 이용으로 대체되는 속도와 양이 상당히 빠르고 많음. 구매와 지출이 육아에서 차지하는 비중이 지나치게 커지지 않도록, 일정부분 가정에서 지원서비스의 도움을 통해 진행할 수 있도록 가정내 양육지원의 체계를 활성화 하도록 함.
- 전국 전달체계를 갖추고 있는 육아종합지원센터와 건강가정지원센터에서 지역단위 주요 육아품목의 대여와 공유(장난감/도서 대여 서비스)가 보다 확장될 필요가 있음(김미정, 2014; 최윤경 외, 2012, 2013, 2014a).
- 영유아가구의 육아품목 구매행태를 살펴볼 때, 부모가 선택할 수 있는 품목의 수가 많고 다양할 때 가격선택권도 증가하여 결과적으로 육아품목의 가격 상승을 완화하는 구매전략을 구사할 수 있음. 따라서, 유치원과 어린이집 등 육아지원서비스에 있어서도 시간제, 반일제, 주 2~3일 등 다양한 시간(양) 구성과 내용(질)의 프로그램으로 다변화하면, 증가한 선택권 만큼 가

격의 상승력은 완화될 것으로 보임.

- 여섯째, 육아지원의 확대는 육아물가관리의 가격정책과 병행될 필요가 있으며, 가격정책의 다양화를 제안함. 주요 육아품목에 대해 ① 가격정보 제공, ② 가격상한제의 비용 규제, ③ 가격인상시 상승률에 대한 관리의 세 가지로(최윤경 외, 2013, 84p, 2014a 재인용), 어린이집과 유치원 비용의 경우 이 세 가지 가격정책을 적절히 적용하여, 현행 통합정보공시, 가격규제, 재무회계 규칙과 연계되는 방안이 요구됨(최윤경 외, 2014a).
- 가격인상률 상한제 적용의 경우, 연간 가격의 상승을 억제할 필요가 있는 비목과 ECEC 질 향상을 위해 상승이 필요한 비목을 구분하여 별도로 관리하는 전략이 요구됨. 즉 유치원 원비 상승률 제한에서 교사 인건비와 같이 교사 처우 개선과 질 제고와 연계되어 있는 주요 비목의 인상률은 별도로 관리, 전체 평균 인상률 상한에 적용되지 않도록 함. 비용 상승이 질 제고의 구체적 지표로 반영되는 경우 그 긍정적 영향력이 제한되지 않도록, 가격상승 제한과 관리의 전략을 비목별로 세분화 함.
- 일곱째, 육아지원의 설계가 유치원·어린이집 기관 서비스 이용 지원에 국한하지 않고 다양한 정책설계로 다변화 하도록 함(최윤경 외, 2014a).
- 주요 육아필수재를 바우처 형태로 직접 지원하는 품목지원 설계, 부가가치세 면제/세제지원, 육아인프라 구축, 다양한 문화체험 프로그램의 제공 등으로 확대할 필요가 있음.
- 특히 육아필수재(분유, 기저귀) 직접 지원은 저소득층 취약계층 가구를 대상으로 선별적으로 지원되도록 하며, 부모교육 및 육아상담과 병행될 수 있도록 그 설계를 정교화 함(최윤경 외, 2015).
- 수요 대비 공급이 제한되어있는 아이돌보미의 경우, 사적 영역에서 비공식적으로 운용되고 있는 사설업체 및 중국동포 육아도우미 등에 대해 최소한의 질 관리와 제도화를 마련하여, 돌봄인력 정책의 자리매김(mapping)이 필요함.
- 여덟째, 적정 가격수준의 유지와 상승률 관리를 통해 적절한 이윤과 사회환원 모델을 제공하는 기업을 대상으로, '착한가격을 실천하는 육아친화기업 인증'과 모니터링 및 상호 가치 공유의 환경을 제공함. 부모 커뮤니티에 의한 민간 인증과 모니터링이 권장됨.

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

현대 사회에서 재화와 서비스의 가격은 행위의 결정과 선택에 중요한 요인으로 작용한다. 결혼을 하고 자녀를 출산, 양육하는 전 과정에 걸쳐 주요 품목의 시장가격, 즉 육아품목의 지출규모가 주는 출산 및 양육과정의 의사결정에 미치는 영향력의 무게와 방향은 크게 체감된다. '자녀양육'을 물리적인 개념으로 축소시키면, 시장이 결정하여 제공해주는 재화와 서비스에 대해 가격을 기준으로 그 종류와 질을 선택, 소비, 지출하는 과정으로 요약될 수 있다. 양육과정이 가계부담에 미치는 물리적·경제적 영향이 크에 따라, 현재 육아지원정책의 설계는 자녀양육에 필요한 재화와 서비스에 대한 보조금 지급으로 가닥을 잡고 있다.

주지하는대로 우리 사회의 초 저출산·고령화 현상에 대응하는 저출산 대책으로 정부는 부모 양육부담 완화를 위한 영유아 보육료·교육비 지원과 일가정 양립의 정책을 표방하였다(대한민국정부 저출산고령화기본계획, 2010). 2012-2013년부터 본격화 된 육아지원 확대는 보편적 지원체제로 비용지원의 패러다임을 바꾸었는데, 이는 젊은 가구가 출산을 기피하는 주 원인의 하나가 양육비 부담과 같은 경제적 요인에 있음에 대응한 결과이다.

그러나 영유아가구의 양육비 지출의 기저에는 육아지원의 주요 항목인 어린이집과 유치원 비용을 포함하여, 영유아자녀를 양육하는데 필요한 육아 필수 품목의 수가 너무 많고 각 품목의 시장가격이 비싸며 매년 상대적으로 큰 폭으로 오르는 물가구조의 특성이 존재한다. 따라서 국가수준의 비용 지원이 주요 육아 품목의 물가수준과 특성을 고려하지 않고 진행된다면, 예산의 누수와 재정 부담은 물론 영유아가구에서 실제 체감하는 양육부담 완화를 담보하지 못하는 한계를 갖게 된다(최윤경·박진아·이세원, 2013; 최윤경·박진아·최종화, 2014a).

본 연구는 최근 수년간 확대된 육아지원이 영유아가구의 양육부담 완화에 실질적으로 어떻게 기여했는지를 주요 육아품목의 시장가격의 측면에서 살펴보고, 그 정책적 효과와 물가관리의 효율적 방안을 모색하는 것을 목적으로 한다(최윤경 외, 2013; 최윤경 외, 2014a). 이 연구는 육아물가지수 산출을 위한 3년차 연

구로서, 2012년 영유아가구 고유의 육아대표품목의 선정과 가중치 산출에 근거하여¹⁾, 1차년도(2013) 연구에서 육아물가지수를 기준연도의 100에 해당하는 수치로 확보한 바 있다. 2차년도(2014) 연구에서는 기준연도 이후 실질적인 연간 상승폭을 확인할 수 있는 두 번째 육아물가지수를 통해 물가지수 고유의 통계치인 전년 대비 동월의 연간 물가상승률을 산출하였다.

그 결과, 육아지원의 확대 속에서도 2013년 영유아가구의 육아 필수 품목의 물가상승률이 전국 가구의 소비자물가 상승률보다 높은 것으로 나타났다(최윤경 외, 2013, p.55). 그러나 이듬해 전반적인 저물가 기조 속에서²⁾ 2014년 육아품목의 물가 상승폭 역시 1% 내외의 낮은 상승률을 보이는 것으로 나타났다(최윤경 외, 2014a, p.67). 이는 영유아가구 대상 육아지원 정책이 육아품목 지원의 수준과 항목에 있어서 지속적으로 확대된 결과로(예: 2014년 필수예방접종 지원품목 확대, 분유/기저귀 부가가치세 면제 기한 연장 등), 육아지원의 점진적 확대가 전체 육아물가지수를 끌어내리는데 성공적이나, 이것이 일부 품목을 한시적으로 끌어내린 효과에 머무는지 혹은 지속적으로 육아품목 전반의 가격수준에 하방 효과를 유지하는지에 대해서는 모니터링이 지속될 필요가 있음을 논의한 바 있다(최윤경 외, 2013, 2014a).

이러한 연구결과는 양육부담 완화를 통해 출산을 회복을 목적으로 하는 저출산 대책과 현행 육아지원 정책의 설계에 대해 적잖은 숙제와 질문을 남긴다. 첫째, 육아물가지수 산출을 통해 현행 육아지원정책이 비용지원과 함께 해당 품목에 대한 육아물가관리의 가격정책이 병행되어야 그 정책적 효과를 견지할 수 있음이 논의된 바 있다(최윤경 외, 2014a). 그러나 육아품목의 시장가격을 정책적으로 어떻게 효율적으로 관리 또는 제재할 수 있을지는 찬반의견이 분분하고 실제 해법의 마련에서도 어려운 과제이다. 둘째, 육아지원의 효과성 제고를 위해 다수의 품목에 대한 정책들이 실행되고 있는데, 이와 관련하여 육아품목 바스켓 전체에 대한 총체적인 부담의 추이를 파악함과 동시에 주요 개별 항목의 등락을 모니터링 하는 각론의 접근을 필요로 한다. 이를 위해서는 현행 육아지원 체계의 전반적인 구성을 살펴보고 구체적 효과와 이익의 발생, 그 추이를 분석하고, 여기에 영향을 미치는 관련 요인을 탐색하는 작업이 필요하다.

1) 주요 육아품목의 선정과 가중치 산출은 본 보고서 부록 및 육아정책연구소 과년도 보고서(최윤경 외, 2013, 최윤경 외, 2014a) 참조

2) 2013년, 2014년 연간 소비자물가 상승률 각 1.3%. 2015년 2월 소비자물가상승률이 전년 동월 대비 0.5%로 1999년 7월(0.3%) 이후 15년7개월 만에 최저치 기록(통계청, 2015a, 2월 물가동향).

따라서 본 연구는 육아물가지수 연속과제로서, 그동안 산출한 다양한 육아물가지수 및 하위지수와 육아물가체감지수를 지속 산출하여 가격변동의 추이를 분석하고, 이러한 육아물가 변동 및 가격 수준과 관련이 있는 주요 요인을 탐색하여 영유아가구의 양육부담과 육아소비지출 패턴의 기제를 파악하고자 한다. 이를 통해 보다 효과적인 육아지원 정책 방안에 대한 제언을 구체화 하는 것을 목적으로 한다.

2. 연구내용

3년차 육아물가지수 산출 과제로서 연구내용은 다음과 같다.

첫째, 통계청의 소비자물가지수와 한국은행의 소비자심리지수 등 주요 경제지표의 추이를 통해 육아 물가 관련 동향을 파악한다.

둘째, 2015년 육아물가지수(I, II, III-1, III-2, 온라인(IV), 영아/유아(V))와 영유아부모의 육아체감물가지수를 전년 동기간 5월, 7월 9월 세 차례 산출하여, 연내 월별 육아물가 및 체감의 변화와 함께 기준연도 2013년(100)와 전년 동월 대비 2015년의 연간 가격변동과 체감물가에 대해 분석한다.

셋째, 육아물가 변동과 관련이 있는 요인을 탐색하고, 육아물가가 출산에 미치는 영향에 대해 실증 분석한다.

넷째, 저소득 영유아가구의 양육비 지출 현황을 파악하여 계층별 육아물가 하위지수의 산출을 시도한다.

다섯째, 산출된 지수의 연간 추이 분석을 통해 육아품목 가격과 체감의 변화를 모니터링하고 현행 육아지원 설계에 대한 정책적 시사점을 도출하고자 한다.

3. 연구방법

상기한 연구내용의 수행을 위해 다음과 같은 연구방법을 적용하였다.

가. 문헌연구 및 통계자료 분석

첫째, 관련연구 고찰을 통해 물가지수의 산출 및 물가동향의 분석과 원인 파악의 방법을 고찰한다.

둘째, 기존 자료에 대한 2차 분석으로, 통계청의 소비자물가지수와 한국은행의 소비자심리지수 데이터를 분석하여 소비자물가지수 내 육아 품목의 가격 수준과 추이를 파악하고, 영유아가구의 전반적인 소비심리 체감을 살펴본다. 또한 물가 관련 거시데이터를 조사하여 육아물가지수와와의 관련성을 탐색하고자 한다.

나. 육아물가조사

1) 육아물가조사의 설계

"KICCE 육아물가 조사는 크게 세 가지 방법에 의해 수행된다. 첫째 오프라인 가격조사로서, 대형마트·소형마트·백화점·유아편집샵(유아전문매장)에서 조사원이 유통채널별 점포를 찾아가 정해진 육아대표품목의 가격을 관찰 조사하는 방식으로 이루어진다. 두번째는 전화조사로서 매장방문조사가 어려운 유치원·어린이집·소아과·산후조리원·영어학원·미술학원·태권도학원 등의 서비스 가격에 대해 전화 문의를 통해 비용을 확인한다. 셋째 인터넷 조사로서 상기 품목에 대

3) 온라인가격조사는 영유아 부모들이 이용하는 최저가격 사이트에서, (1) 첫째, 오프라인에서 조사하고 있는 동일 브랜드와 규격의 육아품목의 가격을 조사하는 것을 원칙으로 실시한다(고가 3개, 저가 3개 자료 취합). 이 작업이 어려울 경우 (2) 두 번째 기준으로, 해당 품목에 대해 사이트에서 제공하는 판매량과 가격을 기준으로 검색한다. 검색결과, 판매량이 높은 순으로 하여 품목과 브랜드, 규격, 가격 등을 조사하고 가격을 기준으로 하여 고가순, 저가순으로 상품을 정렬하여 고가의 상품과 저가의 상품의 가격을 조사한다(고가 5개, 저가 5개 자료 취합).

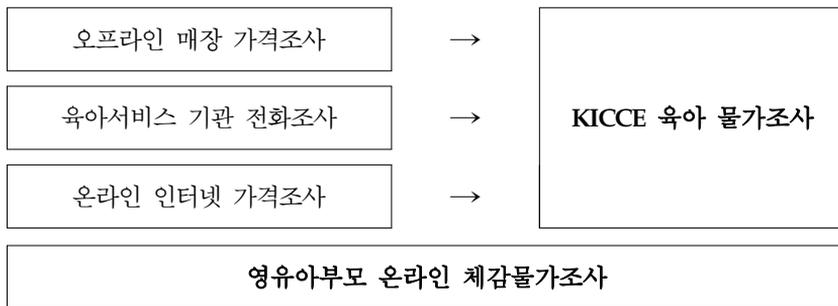


자료: 에누리닷컴(www.enuri.com) 2014. 6.10 인출(최윤경 외, 2014a, p.19 재인용).

[그림 1-3-1] 가격비교 사이트 온라인물가 조사 예시

한 온라인상의 시장가격을 검색하기 위해 최저가검색사이트에서 고가-저가 순으로 배열하여 가격조사가 수행된다. 어린이보험과 문화센터, 돌앨범스튜디오 비용도 개별사이트를 방문하여 인터넷 조사로 이루어진다"(최윤경 외, 2013, p.28; 2014a p.17 재인용).

상기한 3개 방식의 육아물가조사는 육아물가지수 산출에 필요한 육아품목의 가격데이터를 수집하기 위해 2015년 5월, 7월, 9월4) 세 차례에 걸쳐 시장가격조사를 실시하게 된다. 연 3회 시장조사는 2012년 실시한 육아 용품과 서비스에 대한 육아생계비 조사에 기초하여 육아품목 리스트를 정해 서울지역 11개 권역에 대한 유통채널별(대형마트, 소형마켓, 백화점, 인터넷) 온·오프라인 가격조사로 설계된 바 있다(최윤경 외, 2013, p.28-35).



자료: 최윤경 외(2013), KICCE 육아물가지수 기초 연구, p29.

[그림 1-3-2] KICCE 육아물가조사 설계

2) 영유아부모 설문조사

현재 영유아 자녀를 양육하고 직접 육아 상품과 서비스를 구매, 이용 하는 전국의 영유아부모 (2015년 5월 조사 기준) 894명을 모집하여 육아대표품목 및 육아비 지출 실태와 체감 물가에 대해 5-7-9월 온라인 패널조사를 통해 실시하였다.

이로써 첫째, 영유아부모를 대상으로 영유아자녀 고유의 육아대표품목(소비재 9개, 내구재 6개, 서비스 6개)에 대해 가격수준, 가계부담, 가격변동에 대한 체감

4) 연구기간(2015. 2-2015. 11) 특성상, 육아물가조사 시점을 5-7-9월로 구성함. 3개 조사시점을 통해 봄-여름-가을/겨울의 연간 계절 변화를 반영하였음. 육아물가조사 설계의 과정과 상세내용은 2012-2013년 보고서(최윤경·유해미·김성숙·송신영, 2012; 최윤경 외, 2013) 참조

을 조사하여 육아물가체감지수를 산출하였다.

둘째, 한국은행의 소비자동향조사를 통해 산출되는 소비자심리지수(CCPI)의 주요 항목⁵⁾을 육아지출 항목으로 재구성하여 영유아가구의 육아소비지출 관련 소비자심리지수를 산출하였다.

셋째, 소득계층별 육아물가 상승 및 체감에 대한 요구를 반영하고자 저소득 영유아가구에 해당하는 대상을 연령별로 약 600가구 유의 표집하여, 저소득 가정의 영유아자녀 관련 육아소비지출 품목과 양육비 지출을 파악하고자 한다. 이를 통해 저소득 영유아가구의 육아물가지수 산출을 시도하였다.

다. 자문회의 및 정책연구실무협의회의

1) 전문가 자문회의

육아물가지수 과제의 연구방향에 대해, 그리고 육아물가 및 체감 조사의 안정적 수행과 이에 근거한 지수 산출에 대해 전문가를 대상으로 자문회의를 실시하였다. 육아생계비 조사(최윤경 외, 2012)와 과년도 연구과제(최윤경 외, 2013; 최윤경 외, 2014a)를 통해 선정된 육아대표품목과 가중치, 상세규격과 브랜드, 조사대상처의 선정과 배치, 조사원 매뉴얼 등 구체적인 지침과 실제 조사과정의 관리에 대해 검토함으로써, 육아물가조사 설계의 타당도를 점검하였다.

2) 정책연구실무협의회의

육아물가지수 산출 결과 및 정책적 시사점 도출을 위해 통계청 소비자물가지수 산출 담당자, 물가와 육아 지원 관련 부처 담당자와 정책연구실무협의회를 가졌다.

5) 영유아가구의 ①경제인식(현재생활형편, 현재경기판단), ②경제전망(생활형편전망, 향후경기전망), ③소비지출전망(가계수입전망, 육아지출전망, 소비자물가전망), ④육아물가전망(지난1년육아물가상승, 현재육아물가수준, 향후육아물가수준전망)으로 총 10개 항목으로 구성

4. 연구의 제한점⁶⁾

소비자물가지수의 산출은 통계청에서 산출하는 주요 국가통계로, “가계동향 조사에서 실시하는 전국 8천7백여가구 대상 매월 가계부 기장조사에 근거하여 엄격한 조사품목 및 대상처 관리를 통해 산출되고 있다. 본 과제는 육아물가지수의 산출이라는 목적을 가지고 연구과제로서 수행되었으며, 통계청의 절차와 과정에 견주어 정확성과 대표성, 안정성 등의 지수 산출과정과 물가조사 설계에 있어 제한점을 갖고 있다”(최윤경 외, 2013, p.11, 최윤경 외, 2014a 재인용).

첫째, “물가지수는 기준연도에 결정되는 조사대상 대표품목과 가중치에 의해 해당연도에 물가조사가 수행되어, 선정된 품목과 가중치의 기준가격이 동일연도에 산출되는 것을 원칙으로 한다. 그러나 본 연구에 의한 육아물가지수의 산출은 2012년에 수행된 육아생계비조사에 의한 품목과 가중치 선정으로 차년도인 2013년에 물가조사를 실시함으로써, 가중치 기준연도는 2012년, 기준가격이 적용, 산출된 시점은 2013년으로 차이가 있다. 따라서 본 과제는 2012년 육아품목 지출의 비중이 2013년의 그것과 동일할 것이라는 가정을 가지고 2013년, 2014년 육아대표품목 기준가격을 산출”(최윤경 외, 2013, p.11, 최윤경 외, 2014a 재인용)하였음을 밝혀둔다⁷⁾.

둘째, 활용할 수 있는 가계동향조사 데이터의 제한으로, “우리나라 영유아자녀를 양육하는 가구 전체의 육아품목에 대한 소비 및 지출 총량에 대해 가용한 실태자료가 없다. 즉 영유아 가구의 육아 고유의 품목 지출에 대한 총량규모에 대한 상세파악이 어려운 상황에서, 본 조사는 2012년에 실시한 서울지역 육아생계비 설문조사 결과에 근거하여 서울지역에 국한된 오프라인 육아물가조사를 실시하였다”(최윤경 외, 2013, p.12). 따라서 본 연구의 육아대표품목과 가중치는 2012년 이후 단기간 내에 일어나는 육아소비 트렌드의 변화를 반영하는데 제한점이 있다. 또한 통계청의 물가지수는 가계단위의 소비를 기초로 하여 가구원 수에 따라 발생하는 지출규모의 차이가 물가지수 가중치에 반영되는데 비해, 본 연구는 그렇지 못한 한계점이 있다(최윤경 외, 2014a).

셋째, 육아물가체감지수의 경우, 통상 ‘지수’가 특정연도의 기준점을 100으로 하여 환산해 나타낸 것으로 연간 비교가 가능하다. 그러나 본 연구에서는 시계

6) 관련 내용의 필요성으로, 과년도 과제 논의(최윤경 외, 2013, 11-12p)의 일부를 재인용함.

7) 소비자물가지수의 경우, 2010년 기준가격(100)에 2012년 산출한 가중치를 적용하고 있음.

열로 축적된 체감지수 자료의 부족으로 표준화 작업이 어려워, 기준 시점 대비 변동을 구체적으로 반영한 육아체감지수라기 보다, 해당 시점 개별항목 지표로서 지수를 산출, 비교하였다. 추후 연간 종단데이터가 축적되면 표준화 작업을 통해 물가지수와 마찬가지로 100 대비 연간 등락폭을 반영한 통합 지수로 활용되기를 기대한다(최윤경 외, 2014a).

5. 연구동향

소비자물가지수가 가격의 변동을 나타내기 위한 지표라면, 본 과제에서 산출하는 육아물가지수는 육아품목의 가격변동 파악을 통해 영유아자녀 가구의 양육비용 부담을 파악하고자하는 목적도 갖는다. 즉 육아물가의 변동과 이를 통해 가계 양육비 부담을 가늠하고자 하는 동전의 양면과 같은 특성을 갖는다. 이러한 육아물가지수 연구의 특성을 고려하여, 본 절에서는 크게 지수 산출, 구조 및 요인 분석 등의 전반적인 '소비자물가 관련 연구'와 '물가 결정요인 연구', 영유아가구의 육아비 지출을 조사한 '양육비용 관련 연구'로 나누어 관련연구를 고찰하였다.

가. 소비자물가 및 지수 산출 관련 연구

소비자물가와 관련한 연구들은 대부분 물가지수 산출에 대한 방법론적 연구들이 주를 이루고 있으나, 이 밖에 특정 시기 및 지역의 물가구조와 특성을 분석한 연구나 하위 물가지수 산출 연구, 물가형성에 미치는 영향요인을 탐색한 연구로 구분할 수 있다.

첫째, 물가지수 산출과 관련된 연구에서는 고정가중치에 의한 지수산식의 제한점에 대한 논의가 주를 이루어, “조용길(2002) 연구에서는 지수 이론을 지수 공식 접근법, 테스트 접근법, 통계이론 접근법에 따라 정리하였다. 또한 상품의 품질변화를 측정하는 방법에 대해 설명하고 이를 기초로 앞으로 지향해야 할 지수 산출 방향으로 물가의 상향편의 연구의 필요성과 연쇄지수의 도입을 제안하였다”(최윤경 외, 2014a, p.12).

“장인성(2012) 연구에서도 통계청의 공식 통계인 소비자물가지수를 생계비지수(Cost of Living Index)⁸⁾로 활용하는 것이 적절한 방안인지에 대해 의문을 제기하고 현행 라스파이레스 산식으로 계산되고 있는 소비자물가지수의 대체편의

에 의한 왜곡과 다양한 가계의 소비지출을 평균적으로만 대표하는 것에 따른 대표성의 문제를 지적하였다. 이 같은 문제를 해결하기 위해 피셔지수, 파셰지수 등 참생계비지수⁹⁾에 가까운 지수 산출을 통해 대체편의를 줄이고자 하였고, 연쇄가중법을 적용하여 기준시점 고정법의 문제를 보정하는 안을 논의하였다”(최윤경 외, 2014a, p.13).

“최지형(2009)의 연구에 따르면 단기적인 경기동향을 파악하는 경제통계에서 계절적인 증감 영향을 충분히 고려하지 않을 경우, 계절성 변동을 경제변동의 흐름으로 해석할 위험성이 있음을 지적하였다. 소비자물가통계는 기후조건, 제품의 모델변경, 설·추석 등 자연적·경제적·사회문화적 요인들에 의해 영향을 받으므로 소비자물가통계에서 계절조정의 중요성에 대해 언급하였다. 계절조정 프로그램(X-12-ARIMA)을 이용하여 상품성질별 지수를 대상으로 계절조정을 실시한 결과, 농축산수산물은 계절성과 명절효과를 갖는 것으로 나타났다”(최윤경 외, 2014a, p.12).

둘째, 하위 물가지수를 산출한 연구들을 살펴보면 우선 소득수준에 따른 계층별 물가상승률과 가계비용 부담의 차이에 대한 연구가 있다. 장인성(2012)의 연구(최윤경 외, 2014a, p.12 재인용)에서는 계층별 피셔지수의 산출 결과, 경제위기과 물가상승이 중첩된 시기에 저소득층의 생계비 부담이 가중되는 것으로 나타났다으며, 김진욱(2008) 연구에서는 소득이 낮은 계층에서 상대적으로 소비지출을 많이 하는 재화일수록 물가 상승이 높게 나타났고, 서울시의 소득계층별 물가구조연구(김범식, 2014)에서도 소득수준이 낮을수록 물가지수 수준이 상승하며 물가상승률도 저소득층에서 더 높게 발생함을 보고한 바 있다.

한편, 기존의 물가지수가 가진 한계를 보완하기 위하여 각 분야별로 하위지수를 개발한 연구들이 활발하다. 가공식품 체감물가지수를 개발한 연구(조지성·김관수·안동환, 2015)는 소비자체감물가지수 산출 방법론을 개발하고 이를 가공식품에 적용하여 새로운 소비자체감물가지수의 활용성을 검토하였다. 이밖에도 정보통신공사비지수 개발에 관한 연구(김태균·조훈희·안철모·곽정호·서순석·김영삼·김서경·

8) 가격체계의 변화가 발생하였을 때 변화 전후의 가계 후생을 동일하게 유지시키기 위해 필요한 최소비용의 변화를 측정

9) 가계가 가격체계 p 와 효용수준 u 하에서 지출을 최소화시키는 소비량 x 를 선택할 때 비용함수 $C(u, p) = \min_x \{p \cdot x : U(x) \geq u\}$ 로 정의할 때 Konüs(1924)가 정의한 두 시점간의 최소비용의 비율 $P_K(p^0, p^1, x) \equiv C[U(x), p^1] / C[U(x), p^0]$ 을 의미함(Konüs, 1924; 장인성, 2012; 최윤경 외, 2014a, p.13 재인용).

김진호, 2012)나 에너지제품별 물가지수 연구(안재호·박태식·이진식·김광석, 2009), 도로공사용공사비지수를 개발한 연구(박종현·배건·이태식, 2002), IT물가지수 등에서 해당 분야의 특성과 이슈를 고려하여 하위 물가지수를 산출하였다.

셋째, 육아물가지수 연구를 통해 육아품목의 물가상승률의 동기간 소비자물가상승률보다 높음을 확인하였으며(최윤경 외, 2013), 특히 개별품목의 높은 상승률을 모니터링 할 필요가 있음이 지적되었다. 2014년 연구에서는(최윤경 외, 2014a)의 육아물가지수가 99.97로 기준연도 대비 0.03% 낮아졌으나, 주요 육아품목의 높은 상승률이 상쇄된 결과로 이는 국가지원이 확대된 예방접종비용이 품목가격의 95%이상 깎였음에도 불구하고 육아물가지수가 소폭 감소한 것은 일부 육아 품목의 물가가 평균 가격상승률 이상으로 올랐기 때문으로 논의되었다. 2014년 육아물가를 끌어올린 대표적인 품목으로 분유(전년 대비 9.39% 상승)와 내의(11.53% 상승) 등의 육아필수품과 육아지원품목인 유치원과 어린이집의 추가비용이 포함되었다. 부모들이 체감한 육아물가 역시 거의 모든 항목에서 100 점을 크게 웃돌아 부모들의 피부에 와 닿는 물가 부담은 과년도 대비 더욱 부정적인 것으로 논의되었다(최윤경 외, 2013, 2014a; 국민일보 보도자료 (2014.12.19)).

나. 물가 결정요인 연구

물가 상승의 관련 요인으로 대체로 경기와 원자재 가격, 환율, 인플레이션 등의 거시적 요인을 주요하게 본다. 임희정(2011)은 2011년 국내 물가 불안 요인으로 비용의 측면에서 국제 유가 및 원자재 가격 상승, 글로벌 자금의 지속적인 국내 유입, 국내 식료품 및 농산물 가격의 상승을, 수요 측면에서는 경기 회복세, 국내 통화량 및 통화유통 속도의 증가를 지적한 바 있다.

소비자물가 형성에 영향을 미치는 요인에 관한 연구로, 첫째, 박종상(2015)은 2000~2012년 동안 가격상승폭이 컸던 품목에서 이후 가격상승폭이 둔화되는 것으로 나타나, 높은 가격수준으로 인한 기저효과가 물가변동에 작용하여 가격상승률을 낮추고(기술적 요인), 그리고 가격이 높아진 품목의 수요가 상대적으로 더 감소되어 추가 가격상승을 억제하는 방향으로 나타나는 수요 측 요인을 분석하였다. 한편 본 연구의 과년도 과제(최윤경 외, 2013, 2014a)에서는 육아지원이 실시됨으로 인해 유치원·어린이집의 가격이 떨어진 기저효과가 이후 해당 품목의 가격상승 폭에 반영될 수 있음을 논의한 바 있다.

다양한 구매방식을 가격 형성에 영향을 미치는 요인으로 지적한 연구도 있다. 황성혁·이정희(2014)는, 인터넷쇼핑이 상품거래 비용을 감소시켜 판매업자들간의 가격경쟁을 통해 오프라인시장의 가격보다 더 낮은 가격으로 형성됨을 보고하였다. 인터넷쇼핑의 성장이 소비자 물가 하락에 영향을 준다는 가설 검증을 위해 통계청에서 제공한 사이버쇼핑의 판매액, 소비자물가지수, 지출목적에 따른 51개 소비자물가지수, 국제유가자료를 벡터자기회귀모형(VAR: Vector Autoregressive)으로 분석한 결과, 인터넷쇼핑 판매액이 연간 10% 증가하면 소비자물가는 연간 0.08% 감소하는 것으로 분석되었다. 인터넷쇼핑의 거래 비중이 높은 상품군(여자의류, 신발, 가정용 섬유제품, 가정용 기구, 항공 및 수상여객, 전화 및 팩스장비, 서적 등)의 물가는 판매액 증가에 음의 영향을 받는 것으로 나타났다(최윤경 외, 2014a, p.14 재인용).

그러나 영유아 고유의 육아품목에 관한 인터넷물가지수 연구에서는(최윤경 외, 2014a)에서는 가격수준이 아닌 가격상승의 폭에 대해 살펴본 결과, 육아품목의 경우 온라인시장에 편차가 큰 다양한 가격수준의 공존으로 인해 전년 대비 가격상승의 측면에서 온라인 육아품목의 가격상승률이 오프라인 시장물가 상승률에 비해 높음을 지적한 바 있다. 추후 지속적인 물가 모니터링과 연구가 필요한 부분이라 하겠다.

한편, 이성우(2013)는 정치학적 입장에서 국내 물가에 영향을 미치는 요인을 설명하여, 중앙은행의 독립성, 정부능력, 정부당파성, 기업역량, 노조역량의 정치경제적 요인들이 물가변동에 주요하게 작용할 수 있음을 논의하였으며, 최윤경 외(2012, 2013)에서는 육아품목의 높은 가격수준은 그 간 이루어진 기술의 발전이 반영된 결과이기도 하지만(예: 유모차 등 승용물), 육아품목 업체의 육아품목에 관한 프리미엄/친환경 등의 다양한 가격수준의 신제품 출시를 통한 가격상승의 압력, 그리고 육아관련 지출 수요의 특성으로 자녀의 미래 경쟁력 확보를 위해 고급 상품과 서비스를 제공하고자 하는 부모의 욕구와 수요, 즉 육아소비문화의 고급화도 한 몫을 하는 것으로 논의된 바 있다.

둘째, 물가의 구조와 특성에 관한 연구로는 김범식·최봉(2014)이 서울 지역의 물가변동성을 분석한 연구를 들 수 있다. 이 연구는 2004년 이후 확대되고 있는데 서울시 물가의 변동성에 대해 이는 정보의 비대칭성으로 인한 소비자 감시가 미흡한 결과이며, 국제비교를 통해 서울 물가의 국제경쟁력을 검토하였다. 그 결과, 차량과 가전 등의 내구재 가격은 비싼 반면 의류, 버스, 기차 등의 가

격은 낮은 편으로, 즉 서울은 도시경쟁력에 비해 물가수준이 낮은 편으로 분석하였다. 김범식(2014)은 2011~2013년 서울시 생활물가 안정에 어린이집보육료, 유치원납입금, 학교급식비의 3개 품목의 기여율 산출을 통해 평균 63.5% 생활물가 하락에 기여하였음을 분석하였다. 또한 서울시 가계의 소비지출비중, 물가상승률, 가격변동성 등을 고려하여 물가불안 품목을 규명한 결과, 주택임차료 등 주거비와 사교육비, 식료품 등으로 나타났다(최윤경 외, 2014a, p.14).

한편 김지현(2013)의 연구에서는 소비자심리지수(CSI)와 주요 경제지표간의 관계를 검토한 결과, 단기적으로 소비자심리지수가 일부 거시경제 지표의 영향을 받고 역으로 소비자심리지수가 거시경제 지표나 주가지수에 영향을 주지 않는 것으로 보이나, 장기적으로는 주가 등이 CSI에 지속적으로 영향을 미치며 CSI 또한 주가지수에 4% 이상의 영향을 주고 그 영향은 증가하는 것으로 나타났다. 이자율은 소비자심리지수에 영향을 주는 산업생산지수, 소비자물가지수와 관련되어 간접적인 영향력을 지니는 것으로 논의되었다(최윤경 외, 2014a, p.15).

다. 양육비용 관련 연구

양육비용 관련 연구에는 '국내외 양육비 지출에 대한 연구'와 '육아 관련 물가를 조사한 연구' 그리고 '소득수준에 따른 양육비용 지출 차이를 분석한 연구' 등이 있다.

첫째, 해외의 양육비용 연구를 살펴보면, 미국은 매년 자녀양육비용을 공표하고 있는데 2014년 미국 농무부(USDA)가 발표한 아이를 낳아 18살이 되기 전까지 양육하는 데 드는 비용 산출을 살펴보면 다음과 같다. 2013년에 태어난 아이를 기준으로, 미국 중산층(4인 가구 기준 연소득 6만1530~10만6540달러, 월소득 한화 544~997만원) 부부가 자녀를 고등학교 졸업 때까지 키우는 동안 들어가는 비용이 24만 달러(약2억7천만원, 월 약 120만원)를 넘는 것으로 나타났으며, 이는 2011년 대비 2.6% 늘어난 금액으로 같은 기간 물가상승률인 1.5%를 웃돌았다. 가구소득별로 자녀 양육비에 차이가 있어, 저소득층(4인 가구 기준 연소득 6만1530달러 미만)이 평균 17만6550달러(1억9천4백만원)를 지출한 반면, 고소득층(4인 가구 기준 연소득 10만6540달러 초과)은 40만7820달러(4억4천8백만원)를 지출하여, 저소득층과 약 2.3배 이상의 양육비를 보였다(Mark, 2014).

영국의 경우, 싱크탱크 경제경영연구센터(CEBR)의 2013년 조사 결과 영국에서 아이를 낳아 21세까지 키우는데 필요한 비용은 약 23만 파운드(약3억8000천

만원)으로, 2003년 첫 조사 이래 67%나 증가하였다. 자녀에게 가장 많은 돈이 드는 시기는 만 1세에서 취학 전 시기로, 이 시기에 6만1084파운드(약 1억원)이 들어 21세까지의 전체 양육비의 4분의 1이상을 차지하는 것으로 추정되었다.

독일연방 통계청(2014)은 과거 5년간 양육비가 한 자녀 가정은 6.4%, 두 자녀 가정은 8.5%, 세 자녀 이상은 7.0% 각각 증가했다고 보고, 사교육이 거의 없고 대학도 무상교육인 상황에서 양육비 부담이 커지는 것에 대한 우려를 제기하였다(연합뉴스 보도자료(2014.6.10), 최윤경 외, 2014a 재인용).

호주의 투자회사 AMP와 캔버라대학 사회경제모델링연구센터(NATSEM)가 공동으로 실시한 조사(AMP·NATSEM, 2013)에서는 호주 중산층 가정이 2명의 자녀를 24세까지 양육하는 데 드는 비용이 81만2043달러(약7억1천만원)로, 2007년 53만7천달러와 비교하여 약 50%나 상승한 것으로 나타났다. 이러한 양육비 문제의 해결을 위한 정부 보조금 지원의 중요성을 지적하였는데, 2013년 기준 호주 정부는 가정의 주당 자녀 양육비 488달러의 약 23%인 111달러를 지급하고 있고, 양육비 평균 320달러를 지출하는 저소득 가정의 경우에는 약 86%인 274달러를 지원하고 있어 소득수준에 따른 양육비 지출의 규모를 고려한 차등지원을 실시하고 있다.

캐나다 주간지 머니센스(MoneySense)는 2011년 자녀 2명을 둔 일반적인 캐나다 가정이 18세까지 자녀를 양육하는데 드는 비용(대학 학비 제외)은 24만3660달러(약2억2천만원)이며, 자녀 1인당 한 시간에 1달러45센트, 한 주에 245달러, 한 달에 1070달러, 1년에 1만2825달러로 계산된다고 보도하였다. 또한 유아에서 18세까지 자녀의 연령이 증가할수록 전체 양육비용은 줄지만, 식비는 예외적으로 유아기에 연 895달러에서 10대에 2400달러로 늘었다고 밝혔다(벤쿠버 조선일보 보도자료(2011.5.26)).

한편, 2014년 기준, 홍콩에서는 중산층 가정이 자녀 한 명을 길러 대학까지 졸업시키는 데 드는 비용이 평균 550만 홍콩달러(약7억2,200만원)으로, 정기적인 휴가, 식비, 의복비, 의료비, 가사 도우미 등 추가 비용까지 고려하면 자녀 1인당 평균 양육비가 월 2만1,000홍콩달러(약277만원)에 이른다. 이 연구는 최소 자녀양육비도 계산하였는데, 이는 자녀를 공립학교에 보내고, 방과후활동을 전혀 시키지 않고, 여행을 거의 가지 않으며, 공공 의료 서비스를 사용하고, 새 옷이나 오락에는 거의 돈을 쓰지 않았을 경우의 양육비로 98만 홍콩달러(약1억3천만원)로 추산됐다. 최저 비용임에도 불구하고 한 달 양육비가 평균 3,700홍콩달러

(약53만원)이며 이는 2013년 홍콩의 가구당 월 소득 중간값인 2만2,400홍콩달러의 5분의 1에 달했다(월스트리트저널 보도자료(2014.9.11)).

〈표 1-5-1〉 해외 양육비용 연구결과

국가 (출처)	산출기준	양육비용(한화)
미국 농무부(USDA, 2013)	- 출생후~18세 - 중산층 4인가구 2인자녀	- 24만 달러 (약 2억7천만원)
영국 CEBR 연구소(CEBR, 2013)	- 출생후~21세 - 1인 자녀	- 23만 파운드 (약 3억8000천만원)
독일연방 통계청(2014)	-	- 한 자녀 가정 584유로(약80만 5천원)로 가장 많이 지출, 두 자녀 가정 515유로(약70만 8천원), 세 자녀 가정은 484 유로(약66만5천원)
호주 투자회사 AMP 캔버라 대학 사회경제모델링연구센터(NATSEM) 공동(AMP·NATSEM, 2013)	- 출생후~24세 - 중산층 2인 자녀 기준	- 81만2043달러 (약 7억1천만원)
캐나다 주간지 머니센스(MoneySense) (벤쿠버 조선일보 보도자료(2011.5.26))	- 출생후~18세 - 자녀 2명 기준	- 24만3660달러 (약 2억2천만원), - 대학 학비 제외
홍콩 (월스트리트저널 보도자료(2014.9.11.))	- 출생후~대학졸업 - 중산층 자녀 1명	- 550만 홍콩달러 (약 7억2,200만원)

주: 동일한 화폐가치를 갖지 않으므로, 직접적인 비교에는 무리가 있음.

둘째, 국내의 양육비용 연구에는 경기개발연구원(2015)이 경기도 부모 800명을 대상으로 조사한 결과, 경기도 가계당 월평균 자녀 양육비용은 108.7만원으로, 월평균 가구소득 416만원(2013년기준)의 26.11%를 차지하고 있으며, 월평균 자녀양육비용은 자녀수에 따라 달라져, 1자녀 가구의 월평균 자녀양육비는 약 81.6만원, 2자녀는 총 116만원, 3자녀는 총 128.9만원이라고 발표한 바 있다.

2012년 전국 출산력 및 가족보건실태조사에서 자녀 1인당 대학졸업까지 22년 동안 드는 양육비용이 총 3억 8964.4만원으로 보고되어(김승권·김유경·김혜련·박종서·손창균, 2012), 대체로 영국, 미국, 캐나다의 양육비 지출규모와 비슷한 수준으로 보였다.

한편, 김승권(2011)은 자녀 1인당 월평균양육비는 2009년 100.9만원으로 2003년 74.8만원, 2006년 91.2만원에 비해 증가하였으며, 아동개인별로 지출되는 '아동개인비용'의 월평균지출액은 2003년 45만4천원, 2006년 55만6천원, 2009년 59만9천원으로 보고하였다. 특히 영아의 경우는 월평균 식료품비는 12.2만원, 사교육비는 18.1만원이었고 자녀 1명에게 지출되는 양육비는 자녀 연령이 상승함에 따라 증가하여 3년간 자녀양육비는 영아기 2,466만원, 유아기 2,937만원으로 산출한 바 있다.

셋째, 육아품목에 대한 가격조사 및 특정품목에 대한 가계부담 연구는 소비자단체를 중심으로 이루어졌다.

한국여성소비자연합(2013)이 분유, 젓병, 기저귀를 중심으로 영유아용품의 가격을 조사한 결과에서는 분유의 경우, 일반 조제분유와 비교하여 프리미엄 분유의 가격은 1.3~1.4배, 유기농 분유는 1.4~2배, 산양분유는 1.4~2.2배 높은 것으로 나타났다. 젓병은 PP(폴리프로필)재질이 1.5~2.1만원, PES(폴리에테르설폰) 재질이 1.3~2.2만원, PPSU(폴리페닐설폰)재질이 2.1~2.4만원의 선에서 가격이 형성되어 제품 소재에 따라 다른 가격수준을 갖고 있었으며, 기저귀는 테이프형이 개당 290~390원, 팬티형이 개당 370~540원대로 조사되었다. 육아필수재 품목의 가격 다양성이 품질과 소재의 특성 외 프리미엄의 제품 특성을 반영하고 있는 것으로 나타났다.

한국소비생활연구원(2014)이 수행한 영유아 사교육 관련 연구는 미취학자녀가 있는 447개 가구 중 80.3%가 넘는 가정에서 사교육을 실시하고 있으며, 조사대상 가구의 월평균 사교육 지출액은 약 19.7만원이라고 보고했다. 과목에 따라서는 체육, 한글, 음악/미술, 영어, 수학 순으로 수요가 나타났으며 과목별 월 평균지출은 영어가 약 13만원으로 가장 높고 음악/미술과 체육이 각각 약 9만원이었다.

보육·교육비용과 관련해서는 우선 한국소비자연맹(2013)이 서울 및 광역시에 거주하는 영유아 부모 300명을 대상으로 현재 부담하고 있는 어린이집 비용을 조사한 바 있다. 그 결과, 월 평균 한 가정에서 41.7만원의 보육비용을 부담하고 있으며, 이 중 35.4만원은 정부지원을 받고 있었다. 한국 YMCA 전국연맹(2014)은 전국 유치원 교육비를 조사하였는데, 지역별로 평균과 최소, 최고금액을 비교한 결과 대전지역의 납부금이 가장 많아, 평균 약 16.5만원으로 나타났다. 최고금액은 광주지역으로 35만원을 납부하고 있었던 반면, 정부지원금 이외의 금액은 일절 받지 않는 즉 부모부담 비용이 없는 유치원도 있었다.

양미선 외(2014) 연구에서는 2014년 어린이집 보육비용 지출 아동의 경우 월 평균 99,400원을 지불하여 전년 대비 약 1만 5천원 상승한 것으로 조사하였으며, 유치원의 경우 비용 지불 아동 기준으로 월 평균 224,900원을 지출하는 것으로 조사하였다. 전일제 사교육 기관의 경우, 영어학원은 월 평균 974,000원, 놀이학교 845,600원, 미술·체육학원 466,800원을 지불하는 것으로 나타났으며, 시간제 학원은 106,700원, 학습지 62,500원, 교재교구 활동비 93,000원을 지불하는 것으로 조사되었다. 이로써 아동 1인당 월 평균 공적 사적 교육·보육 비용은 전체 아동 기준 197,200원, 비용 지불 아동 기준 234,600원으로 전국 영유아가구 교육·보육비용 규모가 2014년 5월 기준 5조가 넘어 GDP 대비 0.4%에 달하는 것으로 추정하였다(영유아 가구당으로는 전체가구 기준 월 평균 266,600원, 비용 지불가구 기준 276,900원임). 가구소득 대비 비중이 전년 대비 소폭 상승한 결과이다.

한편, 높은 가격수준으로 인해 양육비 부담이 큰 품목에 대한 가격조사로, 전국주부교실중앙회(2014)가 산후조리원 이용료를 조사한 결과는 산후조리원 일반실의 평균가는 약 198.7만원, 최저가는 70만원, 최고가는 700만원으로 최저가와 최고가가 최고 10배 차이가 나 가격차가 상당하다. 지역에 따라서는 서울의 평균가가 262.9만원으로 가장 높았으며, 부산이 143.7만원으로 가장 낮았다. 산후조리원을 이용함에 있어 이용요금과 프로그램, 전문 인력 및 시설 현황, 환불규정에 대한 정보공개 요청이 많은 것으로 조사되었다.

넷째, 소득수준에 따른 양육비용에 대한 연구로, 한경남(2010)은 가구소득 연 2000만원인 가정에서는 양육비로 월평균 최저 약 42.4만원을 지출하고 가계소득 연 3,000~3,600만원인 가정에서는 월평균 최고 약 116.5만원을 지출하여, 저소득가정의 자녀양육에 대한 경제적 부담이 높다고 보고하였다. 자녀양육에 따른 비용 부담이 저소득층 가정의 부적절한 자녀양육의 주요 원인으로 지적하였다.

신윤정·김지연(2010)은 우리나라 상황에 맞는 자녀양육비 방법론(1인당 추계 방식, 지출항목별 추계방식 등)을 이용하여 자녀 1인당 양육비를 추계하였는데, 그 결과, 자녀양육비에 규모의 경제가 존재하여 자녀 연령이 낮고 저소득층일수록 양육비 부담이 더욱 크게 나타난다고 설명한 바 있다.

최윤경 외(2014a)의 연구에서도 영유아가구 대상으로 저소득층일수록 전체 소비지출에서 육아필수재에 해당하는 우유, 분유, 젖병, 기저귀 등의 비중이 다른 계층에 비해 높게 나타났으며, 상대적으로 카시트의 지출비중은 낮고 유모차,

돌앨범 등의 비중은 높았다. 서비스의 경우 소득수준 하층 가구에서는 유치원 이용 가구가 거의 없어 유치원의 비중이 0으로 나타났다. 유치원비용 지출 비중은 고소득층으로 갈수록 높아졌으며, 어린이집의 추가비용에 대한 가계지출 비중은 저소득층에서 가장 높게 나타났다.

라. 요약 및 시사점

육아물가지수의 특성을 고려하여 살펴본 관련연구의 시사점은 다음과 같다.

첫째, 지수산출의 방법과 산식 등 기술적인 측면의 보완이 필요하다. 육아지원의 변화, 육아관련 소비문화 트렌드의 변화에 민감한 특성 등 소비시점별로 가용한 가격자료와 가계지출 비중이 확보되어, 이를 통해 연쇄지수의 산출이 가능하도록 물가조사시스템이 선진화될 필요가 있다.

둘째, 물가지수의 공표 외에 가격변동에 영향을 미치는 요인을 파악하는 노력이 필요하다. 환율, 이자, 인플레이션 등의 거시적 요인 외에, 미시적 요건 즉 심리적·정책적 요인에 대한 파악도 필요할 것이다. 육아물가지수와 같은 특수 목적과 이슈를 담은 하위지수의 산출이 좀 더 활성화 될 필요가 있으며, 특정 하위지수의 형성에 영향을 미치는 결정요인에 대한 연구를 통해 과도한 물가상승과 가계부담을 최소화 할 수 있는 전략 모색이 필요하다.

셋째, 자녀 양육비용에 대한 연구와 이에 대한 정기적인 공표가 진행될 필요가 있다. 자녀양육에 필요한 육아필수재로서의 육아용품바스켓을 구성하고, 이에 근거하여 육아물가지수를 산출하고 동시에 양육비용 조사를 실시하는 접근이 가계부 기장에 의한 가계동향조사와 연계되어 진행될 필요가 있다.

넷째, 영유아자녀 양육의 부담이 자녀가 성년이 될 때까지 필요한 지출비용 중 상당히 큰 비중을 차지하고 있음을, 그리고 저소득층의 양육비용 부담이 상대적으로 가장 크다.

다섯째, 세계 각국의 양육비용 산출 규모를 비교하였을 때 각기 다른 조사대상 가구의 특성과 양육비 산출기준이 적용된 가운데에서도, 우리나라와 일부 국가의 양육비 규모가 유사하게 산출됨을 알 수 있다. 이는 국가 GDP 대비 규모로 견주어 볼 때 우리나라의 가계 양육비용 부담이 상대적으로 크음을 짐작케 한다.

일부 육아품목(보육교육 비용, 산후조리원 등)의 지출비용이 증가하는 경향이 파악되고 있으며, 이는 논의한대로 소득수준에 따른 가구특성 즉 계층과 지역 및 국가, 생애주기에 따라, 그리고 오프라인 가격과 온라인 가격 여부에 따라서

도 다른 것으로 나타났다. 따라서 다양한 하위특성 변인을 고려하여 육아물가 수준 및 양육비 부담에 대한 논의가 함께 논의될 필요가 있음을 시사한다.

6. 정책동향

육아물가지수 산출 결과에 대한 심도 있는 분석과 이해를 위해, 2014년 대비 2015년 주요 육아품목에 대한 정부 지원정책의 변화에 대해 고찰하였다. 본 연구에서 육아품목 바스켓으로 구성한 KICCE 53개 영유아 품목의 가격형성에 영향을 미치는 정부의 주요 지원체계와 그 변화에 대해 살펴보았다.

가. 어린이집 보육료

1) 영유아 보육료 지원금 인상

영유아가구의 양육부담을 완화하고 보육서비스의 질을 제고하기 위해 2015년 3월부터 어린이집 이용 아동에 대한 보육료 지원이 3% 인상되었다. 이에 따라 부모지원 보육료의 경우, '만 0세'는 394천원에서 406천원, '만 1세'는 347천원에서 357천원, '만 2세'는 286천원에서 295천원으로 증가하였다. 민간·가정어린이집 등의 보육서비스 질 제고를 위해 어린이집에 지원되는 '기본보육료'도 3% 인상된 결과이다(보건복지부, 2015a)(<표 I-6-1 참조>).

〈표 1-6-1〉 2015 보육료 수납액

단위: 원

유형	지원구분	연령	정부지원보육료	부모부담보육료
정부지원 어린이집	만0~5세 보육료·다문화 보육료	만0세	406,000	0
		만1세	357,000	0
		만2세	295,000	0
		만3세	220,000	0
		만4세	220,000	0
		만5세	220,000	0
	장애아보육료 누리(3~5세장애아) 보육료	구분없음	406,000	0
정부 미지원 어린이집	만0~5세 보육료·다문화 보육료	만0세	406,000	0
		만1세	357,000	0
		만2세	295,000	0
		만3세	220,000	시·도지사가 정한 수납한도액내에서 어린이집이 결정한 보육료 수납액과의 차액
		만4세	220,000	
		만5세	220,000	
	구분없음	406,000	0	
장애아보육료 누리(3~5세장애아) 보육료	구분없음	406,000	0	
	만3~5세	420,000	0	

자료: 보건복지부(2015b). 2015 보육사업안내

〈표 1-6-2〉 2015 가정양육수당 지원 금액

단위: 천원

연령 (개월)	양육수당	연령 (개월)	농어촌 양육수당	연령 (개월)	장애아 양육수당
0~11	200	0~11	200	0~35	200
12~23	150	12~23	177		
24~35	100	24~35	156		
36~84	100	36~47	129	36~84	100
		48~84	100		

자료: 보건복지부(2015b). 2015 보육사업안내

2) 정부미지원 어린이집 보육료 상한액 규정

정부미지원어린이집 유아반(만3세 이상) 아동은 해당 어린이집 보육료 수납액과 정부지원보육료의 차액만큼을 부모가 부담하게 되는데, 이에 따라 각 시·도지시는 보육료 상한액을 정해, 수납한도 내에서 어린이집이 보육료를 받도록 규정하고 있다. 시장·군수·구청장은 시·도지사가 정한 보육료 수납한도액의 범위 내에서 어린이집 원장이 수납액을 자율적으로 결정하도록 적극 지도·감독하며, 각 어린이집별로 신고된 보육료 수납내역을 파악하여 관리한다(보건복지부, 2015b). 각 시도의 영유아 보육료 상한액은 <표 I-6-3>와 같다.

<표 I-6-3> 2015 정부미지원 어린이집 3-5세 영유아 보육료 상한액

단위: 원

구분	정부지원시설	정부미지원시설					
		민간			가정		
		만3세	만4·5세	방과후	만3세	만4·5세	방과후
서울		283,000	270,000	135,000	283,000	270,000	135,000
부산		275,000	260,000	130,000	275,000	260,000	130,000
대구		273,000	257,000	128,000	278,000	267,000	133,500
인천		283,000	269,000	134,500	283,000	269,000	134,500
광주		261,000	247,000	123,500	276,000	266,000	133,000
대전		273,000	258,000	129,000	274,000	269,000	134,500
울산	만0세: 406,000	275,000	259,000	129,500	290,000	272,000	136,000
경기	만1세: 357,000	288,000	266,000	133,000	291,000		145,500
강원	만2세: 295,000	267,000	250,000	125,000	279,000	269,000	134,500
충북	만3세: 220,000	266,600	249,000	124,500	278,000	272,000	136,000
충남	만4세: 220,000	277,000	264,000	132,000	287,000	279,000	139,500
전북	만5세: 220,000	270,000	258,000	129,000	270,000	258,000	129,000
전남		259,000	243,000	121,500	271,000	261,000	130,500
경북		268,000	251,000	125,500	275,000	260,000	130,000
경남		267,000	250,000	125,000	283,000	275,000	137,500
제주		247,000	239,000	119,500	274,000	263,000	131,500
세종		272,000	259,000	129,500	276,000	258,000	129,000

자료: 아이사랑보육포털에서 인출(검색일: 2015. 9. 24)

3) 필요경비 수납한도액 설정

‘필요경비’란 보육료에 포함되지 않는 현물의 구입비용과 통상적인 보육프로그램에 속하지 아니하는 특별활동·현장학습 등에 드는 실비 성격의 비용으로, 어린이집에서는 시·도지사가 정하는 범위 내에서 보육료 외의 필요경비를 수납할 수 있다. 단, 시·도지사는 필요시 어린이집 유형과 지역적 여건을 고려하여 그 기준을 다르게 정할 수 있는데(보건복지부, 2015b), 각 시도별 필요경비 수납한도액은 <표 1-6-4>, <표 I-6-5>에서 확인할 수 있다.

<표 I-6-4> 2015 시도별 필요경비 수납한도액

단위: 원

구분	입학준비금 (년) ¹⁰⁾	특별활동비 (월) ¹¹⁾	차량운행비 (월) ¹²⁾	현장학습비 (분기) ¹³⁾	행사비 (년) ¹⁴⁾	아침·저녁 급식비 (월) ¹⁵⁾	특성화 비용 (월) ¹⁶⁾
서울	각 자치구에 위임 (표 I-6-5 참조)						
부산	100,000	80,000	20,000	40,000	84,000	52,350	
대구	100,000	75,000	25,000	30,000	80,000	28,000	
인천	(국공립) 90,000 (민간, 가정) 100,000	(국공립) 44,000 (민간, 가정) 49,000	(민간, 가정) 10,000	(국공립 0-1세/월) 60,000 (국공립 2-5세/월) 62,000 (민간, 가정 0-1세/월) 70,000 (민간, 가정 2-5세/월) 62,000		26,000	
광주	85,000	60,000	15,000	35,000	60,000	60,000	
대전	90,000	60,000	25,000	51,000	70,000	36,000	20,000
울산	90,000	85,000		60,000	100,000	87,250	
경기	(피복류) 95,000 (상해보험) 5,000	70,000	20,000	135,000	120,000	60,000	
강원	(피복류) 30,000 (상해보험) 70,000	72,000	20,000	40,000	60,000	60,000	
충북	(피복류) 80,000 (상해보험) 10,000	90,000	28,000	40,000	50,000	20,000	

(표 I-6-4 계속)

구분	입학 준비금 (년) ¹⁷⁾	특별 활동비 (월) ¹⁸⁾	차량 운행비 (월) ¹⁹⁾	현장 학습비 (분기) ²⁰⁾	행사비 (년) ²¹⁾	아침· 저녁 급식비 (월) ²²⁾	특성화 비용 (월) ²³⁾
충남	90,000	90,000	30,000	40,000	70,000	25,000	
전북	70,000	90,000	40,000	40,000	150,000	30,000	
전남	80,000	80,000	20,000	50,000	150,000	10,000	
경북	(피복류) 95,000 (상해보험) 5,000	70,000	20,000	40,000	60,000	10,000	
경남	80,000	65,000	17,000	30,000	75,000	20,000	
제주	(피복류) 50,000 (상해보험) 5,000	60,000	20,000	20,000	70,000	20,000	
세종	90,000	80,000	20,000	50,000	100,000	34,900	

자료: 아이사랑보육포털에서 인출(검색일: 2015. 9. 24)

- 10) 입학준비금: 원복, 체육복, 모자, 가방, 수첩, 명찰 등의 구입비와 상해보험료 등을 포함하며 표기가 된 시도는 피복류비와 상해보험료를 따로 구분하고 있음.
- 11) 특별활동비: 표준보육과정에 따른 연령별 보육프로그램 이외의 활동 프로그램을 뜻하는 '특별 활동'에 드는 비용
- 12) 차량운행비: 보호자의 요청에 따른 차량 운행시 소요되는 실비
- 13) 현장학습비: 어린이집 외부에서 이루어지는 프로그램에 소요되는 입장료, 시설사용료, 교통비, 음료비 등에 해당하는 것으로 세부내역은 현장학습비, 수련회비, 견학비가 해당
- 14) 행사비: 입학, 졸업, 연말, 생일, 재롱잔치 행사에 소요되는 비용 및 영유아 개인에게 귀속되는 개인 앨범비, 액자제작비, 의복비 등이 해당
- 15) 아침 및 저녁 급식비
- 16) 통상적인 연령별 보육프로그램에 포함되지 않는 별도의 프로그램을 보육교사가 진행할 경우 필요한 개인용 교재교구비로, 필요시 시도별로 특성화 비용에 대한 한도를 마련하고 있음.
- 17) 입학준비금: 원복, 체육복, 모자, 가방, 수첩, 명찰 등의 구입비와 상해보험료 등을 포함하며 표기가 된 시도는 피복류비와 상해보험료를 따로 구분하고 있음.
- 18) 특별활동비: 표준보육과정에 따른 연령별 보육프로그램 이외의 활동 프로그램을 뜻하는 '특별 활동'에 드는 비용
- 19) 차량운행비: 보호자의 요청에 따른 차량 운행시 소요되는 실비
- 20) 현장학습비: 어린이집 외부에서 이루어지는 프로그램에 소요되는 입장료, 시설사용료, 교통비, 음료비 등에 해당하는 것으로 세부내역은 현장학습비, 수련회비, 견학비가 해당
- 21) 행사비: 입학, 졸업, 연말, 생일, 재롱잔치 행사에 소요되는 비용 및 영유아 개인에게 귀속되는 개인 앨범비, 액자제작비, 의복비 등이 해당
- 22) 아침 및 저녁 급식비
- 23) 통상적인 연령별 보육프로그램에 포함되지 않는 별도의 프로그램을 보육교사가 진행할 경우 필요한 개인용 교재교구비로, 필요시 시도별로 특성화 비용에 대한 한도를 마련하고 있음.

특히 서울시의 경우, 이전에 각 구별로 편차가 컸던 필요경비 수납에 대해 구별 차이를 최소화 하여 전반적으로 필요경비 한도를 낮추는 방향으로 조정하여, 서울시 어린이집 보육료 가격에 영향이 있을 것으로 보인다.

〈표 1-6-5〉 2015 서울시 필요경비 수납한도액

단위: 원

구분	입학 준비금 (원)	특별 활동비 (월)	차량 운행비 (월)	현장 학습비 (분기)	행사비 (원)	아침· 저녁 급식비 (일)	특성화 비용 (월)
종로구	80,000	80,000	40,000	60,000	85,000	1,650	
중구	80,000	80,000	40,000	55,000	85,000	1,500	
용산구	100,000	80,000	40,000	60,000	85,000	1,000	
성동구	55,000	80,000	40,000	66,000	30,000	1,100	15,000
광진구	100,000	80,000	33,000	61,500	85,000	2,000	30,000
동대문구	(피복류) 40,000 (상해보험) 50,000	80,000	30,000	52,500	55,000	2,000	15,000
중랑구	50,000	80,000	33,000	72,000	70,000	1,750	(교재 교구) 30,000 (체육복) 50,000
성북구	90,000	80,000	30,000	50,000	55,000	1,750	20,000
강북구	50,000	80,000	30,000	60,000	70,000	1,000	15,000
도봉구	50,000	80,000	20,000	45,000	30,000	1,500	10,000
노원구	55,000	80,000	20,000	55,000	33,000	1,000	
은평구	80,000	80,000	32,000	55,000	50,000	60,000 (월)	15,000 (국공립, 은평구청 직장 제외)
서대문구	50,000	80,000	40,000	52,500	50,000	2,000	(체육복) 30,000 (방과후 급식비) 50,000
마포구	95,000	80,000	27,500	60,000	30,000	1,250	
양천구	100,000	80,000	30,000	50,000	80,000	30,000 (월)	

(표 I-6-5 계속)

구분	입학 준비금 (연)	특별 활동비 (월)	차량 운행비 (월)	현장 학습비 (분기)	행사비 (연)	아침· 저녁 급식비 (일)	특성화 비용 (월)
강서구	50,000	80,000	35,000	60,000	70,000	1,500	20,000
구로구	100,000	80,000	45,000	60,000	85,000	75,000 (월)	
금천구	90,000	80,000	27,500	60,000	60,000	2,000	20,000
영등포구	102,960	80,000	33,000	66,000	85,120	70,000 (월)	20,000
동작구	43,600	80,000	30,000	58,750	77,390	39,000 (월)	20,000
관악구	(일반) 50,000 (가정) 30,000	(일반) 80,000 (서울형) 65,000 (국공립) 50,000	30,000	57,500	77,000	42,900 (월)	(민간) 20,000 (국공립) 15,000 (가정) 20,000
서초구	102,000	(민간, 가정) 80,000	55,000	80,000	84,000	1,650	(민간, 가정) 34,000 (국공립, 법인, 서울형, 직장) 15,000
강남구	(피복류) 50,000 (상해보험) 50,000	80,000	55,000	66,000	85,000	1,100	
송파구	100,000	80,000	33,000	66,000	85,000	1,100	(민간, 가정) 30,000
강동구	100,000	80,000	30,000	50,000	70,000	3,000	30,000

자료: 아이사랑보육포털에서 인출(검색일: 2015. 9. 24)

3) 교사근무환경개선비 지원 등 인건비 지원의 확대

한편, 시설 및 인건비 지원의 일환으로 이루어지는 다양한 항목 중, 교사 처우 개선을 위한 교사근무환경개선비 지원이 확대된 바 있다. 교사근무환경개선비는 어린이집 담임교사의 근무여건 개선과 보육업무 매진을 위하여 월 수당으로 지급

하는 것으로, 2012년부터 지원된 근무환경개선비는 '12년 5만원에서 '13년 12만원, '14년 15만원으로 단계적으로 2015년에는 17만원으로 인상되었다(보건복지부, 2015b). 어린이집 (추가) 보육료 부과를 결정하는 직접적인 요인은 아니나, 운영기관인 어린이집의 지출 부담을 완화할 수 있는 정부의 다양한 보조금 지원에 해당하므로, 부모 대상 보육료 직접 지원 외에 인건비/수당 등의 지원체계가 확대됨을 고려하여 어린이집 가격의 등락을 분석하고 추이를 모니터링 할 필요가 있겠다. 그 외 3-5세 누리과정 보조교사를 고용할 수 있는 인건비 지원도 지속적으로 확대되고 있다.

4) 육아기 근로시간 단축 지원금 인상

고용노동부는 육아기 근로시간 단축지원금을 인상하였다. 육아기 근로시간 단축 제도란 만 8세 또는 초등학교 2학년 이하의 자녀가 있는 근로자가 육아휴직 대신 근로시간을 단축할 경우, 정부가 근로자에게 단축된 근로시간(주당 15~30시간)에 비례해 감액된 임금의 일부(통상임금의 60%)를, 사업주에게는 정액의 지원금을 지급하는 제도로, 2015년 7월부터 이에 대한 지원금이 최대 340만원에서 360만원으로 인상되었다. 중소기업은 1인당 월 20만원에서 30만원으로, 대기업은 10만원에서 20만원으로 오르게 된다(서울신문 보도자료, 2015). 일가정 양립을 위해 육아휴직제도를 장려하기 위한 정부의 지원금 확대가 육아품목의 가격에 직접적인 영향을 미치지 않는으나, 주요 육아품목의 이용률과 가계 지출비중, 육아소비 패턴에 변화를 가져오게 되므로, 육아품목의 가격 등락을 논의할 때 함께 고려할 필요가 있다.

5) 서울시 어린이집 영유아 상해·배상보험료 지원

서울시는 2014년에 이어 2015년에도 전체 어린이집 영유아의 상해·배상보험 단체가입을 전액 지원한다. 어린이집 상해·배상보험은 영유아보육법상 가입이 의무화 되어있어 모든 어린이집은 입소 아동 전원의 생명·신체에 따른 피해 보상을 위해 어린이집 안전공제회에 공제료를 납부해야 한다. 서울시는 어린이집 이용 영유아 수 증가에 따라 발생할 수 있는 안전사고에 대비해 지난 2008년부터 어린이집 상해·배상보험 가입을 지원해 오고 있다. 서울시의 지원 이전에는 학부모들이 어린이집 입학 시 보험료를 부담해왔다(뉴시스 보도자료, 2015a).

6) 시간제보육 서비스 제공기관 확대

2015년부터 시간제보육 서비스 제공 기관이 증가하고 해당 사업이 본격화되었다. 종일 보육을 이용하지 않더라도, 지정 어린이집 등에 필요한 시간만큼 아이를 맡기고 시간당 보육료를 지불하는 방식의 시간제보육 서비스는 2014년에 시범사업으로 시작하여 전국에 98개소가 설치된 바 있다. 이는 보건복지부가 취업모 등 맞벌이 가구의 시간제보육 서비스 접근성을 강화하기 위하여 시행한 것으로, 2015년부터는 본 사업으로 추진, 서비스 제공 기관수를 2014년 대비 2배 이상 확대한 230개소로 확충하였다(보건복지부, 2015a). 2015년에 당장 어린이집 보육료 가격에 시간제보육료가 반영되지 않으나, 추후 시간제보육서비스 이용률과 비용부담이 일정 비율 이상 나타날 경우, 보육료 가격에 반영될 필요가 있으므로 정책변인으로 고려할 필요가 있다.

어린이집 보육료 및 시설·인건비 지원의 개요를 정리하면 <표 I-6-6>과 같다.

<표 I-6-6> 2015년 어린이집 관련 주요 지원 변화

단위: 천원

구분	2014년			2015년		
시간제보육 서비스 제공기관 확대	전국 98개소 운영(시범사업)			전국 230개소 운영(본사업)		
영유아 보육료 지원금 인상	만0세반	부모	394	만0세반	부모	406
		기본	361		기본	372
	만1세반	부모	347	만1세반	부모	357
		기본	174		기본	180
만2세반	부모	286	만2세반	부모	295	
	기본	115		기본	118	
근무환경개선비 지원 확대 (0-2세반 담임교사)	월 15만원 지원			월 17만원 지원		
서울시 어린이집 특별활동비 상한	-			국공립어린이집 5만원 민간·가정어린이집 8만원		

자료: 보건복지부(2015a), 보건복지부 보도자료(2014.12.29); 보건복지부(2015b), 2015 보육사업 안내; 아이사랑보육포털 검색자료(검색일: 2015. 9. 24)

나. 유치원 학비

1) 유치원 원비 지원

2015년 현재, 국·공·사립유치원에 다니는 만 3~5세 유아를 대상으로 소득수준에 관계없이 전 계층 유치원비가 지원되고 있다. 지원항목은 입학금, 수업료, 급식비 및 그 밖의 유아교육에 필요한 비용이며 지원 금액은 국·공립 유치원의 경우 60,000원, 사립유치원의 경우 220,000원이다. 또한 유아학비 지원 대상자 중 「유아교육법」 제2조에 의해 유치원 교육과정 이후에 이루어지는 방과후 과정에 참여(1일 교육과정 포함 8시간 이상)하는 유아에게 방과후 과정비가 추가로 지원되고 있다. 방과후 과정비에는 인건비, 교재·교구비 및 그 밖의 방과후과정 운영을 위해 필요한 비용이 포함되며, 지원금은 이용 아동 1인당 기준 국·공립 유치원 50,000원, 사립유치원 70,000원이다(교육부, 2015a).

〈표 1-6-7〉 2015년 유아학비 및 방과후 과정비 지원 금액

단위: 원

구 분	연령	지원액(월)	
		국·공립 유치원	사립유치원
유아학비	만 3~5세	60,000	220,000
방과 후 과정비	만 3~5세	50,000	70,000

자료: 교육부(2015a), 2015년도 유아학비 지원계획

2) 유치원비 인상을 제한

2015년 9월 「유아교육법」 개정에 의해, 유치원비 인상률이 최근 3년간 소비자물가상승률의 평균으로 제한되었다. 유치원장은 유치원 원비 인상 시, 직전 3개 연도 평균 소비자 물가상승률을 초과하지 않는 범위에서 결정해야 하며, 이를 위반하는 유치원은 보조금 반환, 유아모집 정지 등의 행·재정적 조치를 받게 된다(법제처, 2015). 자율 원비 정책을 유지해오던 유치원 원비에 어떠한 영향을 미칠지 모니터링 할 필요가 있다.

3) 기타 유치원 지원

각 시·도 교육청에서는 유아학비 지원 외에도 유치원의 인건비, 교육활동, 기관 운영 및 교육여건 개선과 관련한 비용을 지원하고 있다. 교사에 대한 인건비

지원은 교사에게 직접 지급되는데 공립유치원 교사의 경우 급여 100%가 지원되고 있으며, 사립유치원 교사는 담임수당, 처우개선비, 교직수당이 시·도별로 차별성 있게 지원되고 있다(김은설·이진화·김혜진·배지아, 2014, p.39) 한편 교육활동 지원비나 교육여건개선비는 유치원 기관 단위로 지원되는 것으로, 유치원평가, 교재교구, 누리과정 자료보급, 유치원 시설환경 개선 등에 필요한 비용이 지급되고 있다(최은영·이진화·오유정, 2014, p.59).

4) 유치원비 가격정보 공시

유치원의 경우, 2013년부터 「교육관련기관 정보공개에 관한 특례법」에 의해, 유치원알리미(<http://e-childschoolinfo.mest.go.kr>)에 유치원비 8개 항목에 대해 비용을 공개하도록 하고 있다(유치원알리미, 2015). 2015년 2월 유치원 정보공시에 의하면, 전국 8,626개원의 학부모가 부담하는 유치원비는 사립유치원 기준으로 월 평균 유아 1인당 214,859원으로 공시되었다. 이는 교육과정비 169,842원과 방과후과정비 45,017원을 합친 금액으로, 방과후과정 특성화활동비(프로그램당 부모부담 월 비용, 사립유치원 기준 15,147원)는 제외된 금액이다(유치원알리미, 2015).

다. 예방접종

2015년 5월부터 영유아 대상 무료예방접종 항목에 A형간염 예방접종이 추가되었다. 그동안 A형간염 두 번 접종에 10만원 가량 드는 접종비 전액을 본인이 부담했으나 2015년 국가예방접종에 포함되면서 주소지 관계없이 가까운 병의원(보건소 포함)에서 무료접종이 가능해졌다. 이로써 2015년 기준, 만 12세 이하 어린이 국가예방접종 무료시행 백신은 총 14종(BCG(과내용), B형간염, DTaP, IPV, DTaP-IPV, MMR, 수두, 일본뇌염(사백신, 생백신), Td, Tdap, b형 헤모필루스 인플루엔자(Hib), 폐렴구균(PCV), A형간염)으로 늘어났으며, 이는 2014-2015년 지원품목이 지속 확대된 결과이다(보건복지부, 2015c).

라. 분유, 기저귀, 산후조리원

1) 분유, 기저귀

2014년 연말에 종료될 예정이었던 분유, 기저귀에 대한 부가가치세 면제 혜택이 3년 더 연장되었다. 정부는 외환위기 직후인 2009년 1월부터 분유와 기저귀에 부가가치세를 면제해왔으며, 출산을 제고 및 육아지원의 취지하에 2017년 12월 말까지 이를 지속하기로 했다(조세일보, 2014). 또한 보건복지부는 저소득층 가구에 기저귀·분유 값을 지원하는 시범사업을 50억원을 투입해 10월부터 12월까지 3개월간 시행한다고 밝혔다(경향신문, 2015). 한편, 서울시에서는 2014년에 이어 어린이집 천기저귀 세탁 서비스를 지원한다. ‘친환경 천기저귀 사업’은 천기저귀를 어린이집에 지원하고 사용한 기저귀는 수거해 세탁·살균·포장해서 다시 배달해주는 사업으로, 2014년 기준 서울시 1,461명의 영아를 대상으로 시행되었다(서울특별시, 2014).

2) 산후조리원

2012년 2월 이래 산후조리원에 대한 부가가치세 면제 역시 계속되고 있다. 산후조리원 이용률이 증가하고 비용 수준이 높아짐에 따라, 전국 4개 이상 지자체(서울 송파구, 전남 해남, 부산, 대구 등)에서는 공공 산후조리원을 설립하여 민간 산후조리원보다 약 30% 이상 저렴한 비용으로 이용하도록 하고 있다. 전남은 2015년 7월 제1호 공공산후조리원을 설립하여, 민간조리원보다 저렴하게 서비스를 제공하고, 기초생활수급자, 차상위계층, 셋째 자녀 이상 출산가정, 다문화 가정, 중증장애인 산모 등은 이용료의 70%(107만 8000원)을 감면받도록 하고 있다(뉴시스 보도자료, 2015b). 한편 경기도 성남시의 무상 공공 산후조리원 사업 추진 계획에 대해 해당 지역의 출산률이 저조한 등의 이유로 보건복지부에서 시행 보류를 권고한 상황이며, 경기도에서는 여주·동두천·가평 중 한 곳에 공공산후조리원을 설치할 예정이다(기호일보 보도자료, 2015).

마. 요약 및 시사점

본 연구에서 선정한 53개의 육아대표품목 가운데, 2015년 현재 정부의 지원을 받거나 가격 정책대상이 되는 품목에는 어린이집 보육료, 어린이집 추가비용(추

가보육료, 기타 필요경비 등), 유치원 교육비, 유치원 추가비용, 예방접종비, 기저귀, 분유, 산후조리원으로 총 8개 품목이 해당한다. 지원이나 가격규제가 없는 품목은 나머지 45개 품목이다.

8개 육아품목에 해당하는 가격 관리 정책은 크게 ①가격정보의 공시, ②가격상한제, ③부가가치세 면제, ④가격인상률 제한, ⑤운영비용/인건비 지원, ⑥비용지원, ⑦공공서비스기관의 설립, 그리고 ⑧관련 육아지원제도의 확립 등으로 정리될 수 있다. 상기한 정책이 모두 가격정책의 범주 안에 들어가는 것은 아니나, 결과적으로 해당 품목의 시장가격 형성에 유의한 영향을 미친다는 점에서 육아품목 대상 가격정책으로 분류할 수 있다. 정부의 어떠한 지원과 가격 관리가 육아품목의 가격수준과 인상률에 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 그 효과가 지속되는지에 대해서는 물가지수 산출을 통한 모니터링과 분석이 필요하다.

II. 육아물가지수 산출을 통한 육아물가 동향

이 장에서는 육아지원의 확대가 시장가격의 측면에서 어떠한 정책적 효과를 갖는지, 즉 영유아가구의 주요 육아품목의 가격동향은 어떠한지 2013-14년에 이어 2015년 육아물가지수의 산출을 통해서 살펴보고자 한다. 이를 위해 그 간 연구(최윤경 외, 2012, 2013, 2014a)를 통해 확장해 온 지수 산출방식을 활용하여 다양한 가격데이터를 적용하였다.

우선 첫째, 육아물가지수(I)은 통계청 소비자물가지수의 육아품목 데이터를 활용한 것으로, 전국 가구의 481개 소비 품목 중 영유아자녀 품목에 해당하는 12개 가격지수에 영유아가구 고유의 지출비중(KICCE 가중치)(최윤경 외, 2012, 23-25p)을 고려하여 산출한 결과이다. 장기간 축적된 소비자물가지수의 등락 추이와 비교가 용이하다.

육아물가지수(II~III)부터는 2012년 서울지역 영유아가구의 다양한 육아품목에 대한 생계비 조사(최윤경 외, 2012)에 근거하여 육아대표품목을 선정하고 영유아가구 고유의 가중치를 적용하여 최종 선정된 53개 육아 품목에 대해 지수를 산출한 것이다. 지수(II)는 KICCE 53개 육아품목 중 가장 대표적인 품목 1개 브랜드의 품목과 규격으로 선정하여 가격데이터를 수집한 것으로, 예를 들어 우유의 경우 동질성 유지를 위해 1개 브랜드 1개 상품특성과 규격의 품목만을 추적 조사한 결과이다.

셋째, 육아물가지수(III-1, III-2)는 다양한 가격수준을 반영하여 해당 가격데이터의 평균을 적용한 것으로, 지수(III-1)이 고가(군)-베스트(군)-저가(군)의 대표 상품들의 가격을 평균한 것이라면, 지수(III-2)는 영유아부모가 가장 많이 이용하는 베스트 상품(군)의 가격만을 평균한 결과이다. 다양한 가격수준을 고려한 “통합지수(III-1)”는 통계청 소비자물가조사에서도 적용하는 방법으로²⁴⁾, 본 KICCE 육아물가지수 연구에서 제시하는 대표 육아물가지수이다.

넷째, 육아물가지수에서 확장하여, 오프라인 시장가격만이 아닌 ‘온라인 육아물가지수(IV)’와 영유아 발달단계별 하위지수인 영아물가지수(V-1)와 유아물가지

24) 소비자물가조사의 조사규격은 시장점유율(소비량)이 높고, 지속적으로 가격을 조사할 수 있는 상품과 그에 대한 거래조건을 기초로 정해짐. 상품의 종류가 다양하여 단일 제품으로 당해 품목의 가격변동을 대표할 수 없다고 판단되는 경우에는 2개 이상의 상품에 대한 조사규격을 지정함(통계청, 2015b, 출처 <http://meta.narastat.kr/> 2015. 10. 9 검색)

수(V-2)를 추가 산출하였다.

다섯째, 2015년 연구에서는 관련 가중치 정보의 부족으로 산출이 어려웠던 소득계층별 육아물가지수(VI)의 산출을 시도하였다. 특히 자녀 양육부담이 가장 큰 저소득 영유아가구의 육아물가지수 산출을 시도하여 산출하였다.

이를 통해 저출산 기조 하에 영유아 가구가 자녀양육을 위해 구입, 이용하는 주요 육아품목의 시장가격 변동을 전체 지수 외에 유통채널별, 발달단계별, 소득수준별 하위지수 산출을 통해 추가적으로 살펴봄으로써, 영유아가구가 경험하는 다양한 물가수준과 양육의 부담, 그리고 그 안에 내재된 격차와 특성을 파악하고자 한다.

1. 소비자물가지수의 육아품목을 활용한 육아물가지수

가. 소비자물가지수내 육아품목 개별 지수²⁵⁾

전국 가구 대상 소비자물가지수에 포함된 481개 품목 중, 영유아 육아물가를 나타내는 품목 12개(상품 9개, 서비스 3개)에 대한 연도별 지수를 살펴보면 <표 III-1-1>과 같다.

소비자물가지수가 2012년 이후 연간 상승률 1~2%대로 저물가 기조를 유지하는 가운데(그림 II-1-1 참조), 전국 가구의 소비자물가지수는 2015년 9월 기준 110.0로, 2014년 연간지수(109.0) 대비 9개월간 0.92%의 상승폭을 보이며 저물가 기조를 유지하고 있다(표 II-1-1 참조). 이 중 육아품목의 개별 지수는 2015년 9월 기준 어린이승용물(121.6), 분유(120.4), 유아복(117.8), 기저귀(111.2)의 순으로, 2010년 기준연도 가격 대비 상대적으로 높은 가격 수준과 5년간 누적된 연간 상승폭을 보인다.

한편 2012년 이후 본격화 된 육아지원에 의해 2015년 9월 지수 기준, 유치원납입금(76.7)과 어린이집이용료(58.7) 지수에는 정부 보조금 지원에 의한 가격하락이 반영되어 있는 상태이다. 그러나 2014년 연간지수 대비 2015년 9월까지 상승폭을 보면, 유치원납입금(7.31%)과 어린이집보육료(5.89%)가 소비자물가지수의 평균 상승폭(0.92%)을 높게 상회하는 상승폭을 보이고 있다. 육아필수제에 해당하는 분유(3.61%)와 기저귀(3.83%)의 경우 2014년 대비 2015년 9개월간 상승폭도 평균 물가

25) 통계청 소비자물가지수의 개별 품목 지수를 참조함(통계청, 2015a)

상승률을 상회하고 있으며, 유아용학습교재(4.29%)와 어린이승용물(3.49%), 이유식(3.13%)의 상승률도 상대적으로 높다. 유아복과 이동화, 유모차는 낮은 상승률을 보이고 있다. 전반적인 저물가 기조 속에서도 육아 관련 개별품목의 상승폭은 눈여겨 볼 필요가 있다. 유치원납입금의 경우, 2015년 하반기(9월)부터 유치원 원비에 대한 직전 3년 소비자물가 평균상승률 이상으로 인상하지 못하도록 상승률 제한이 적용된 바 있는데(교육부, 2015b), 2015년 9월에 이르기까지 연내에 높은 연간 상승률(7.31%)을 보이고 있다.

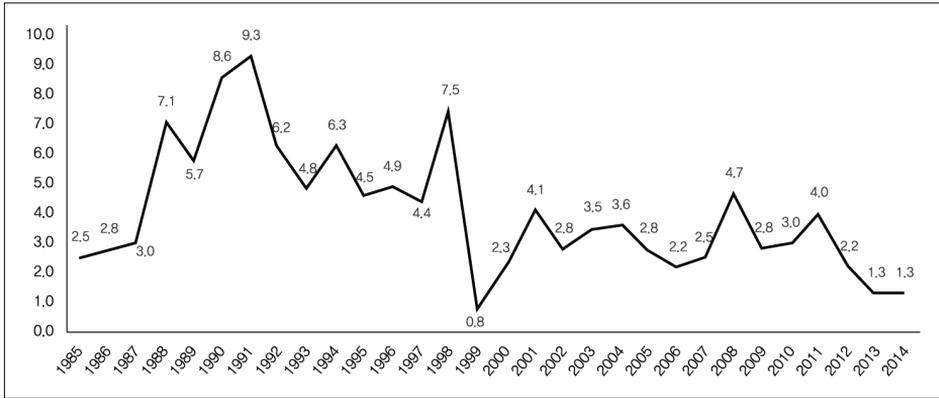
〈표 II-1-1〉 1995-2015 연도별 12개 육아품목 소비자물가지수(2010년=100)

단위: %

연도	상품									서비스			CPI 지수	CPI 상승률
	분유	이유식	유아복	이동화	종이 기저귀	장난감	어린이 승용물	유아용 학습 교재	유모차	유치원 납입금	산후 조리원 이용료	보육 시설 이용료		
1995	75.5	36.3	63.1	64.1	71.6	95.2	54.4	-	-	32.8	-	53.6	60.2	4.5
1996	75.1	39.2	64.7	64.1	74.3	95.3	60.8	-	-	37.6	-	56.7	63.2	4.9
1997	75.0	39.0	65.7	64.1	74.4	95.3	65.1	-	-	41.1	-	59.4	66.0	4.4
1998	85.8	47.8	65.9	71.7	82.7	96.0	78.6	-	-	42.8	-	60.3	70.9	7.5
1999	83.5	48.2	67.7	71.7	83.1	99.0	78.4	-	-	43.2	-	57.1	71.5	0.8
2000	92.7	65.2	70.6	70.5	81.5	94.0	78.0	-	-	45.9	67.0	57.2	73.1	2.3
2001	93.1	63.3	72.7	73.4	82.3	92.0	78.0	-	-	50.3	70.5	59.4	76.1	4.1
2002	92.2	73.1	73.5	76.8	83.8	91.9	77.6	-	-	55.0	72.5	61.5	78.2	2.8
2003	92.0	84.4	76.2	83.5	83.7	91.5	77.4	-	-	59.3	74.2	64.4	80.9	3.5
2004	92.7	84.1	79.4	92.3	87.5	90.5	79.8	-	-	64.1	79.3	68.0	83.8	3.6
2005	93.7	84.1	83.2	93.9	91.7	91.6	84.7	-	-	69.4	82.4	75.1	86.1	2.8
2006	94.9	84.0	87.9	93.9	96.0	92.3	86.1	-	-	75.3	86.9	80.1	88.1	2.2
2007	95.1	84.0	90.2	93.9	96.4	93.1	86.9	-	-	82.2	95.7	87.0	90.3	2.5
2008	94.6	92.8	94.5	100.4	97.6	92.5	91.2	-	-	89.2	98.8	93.0	94.5	4.7
2009	98.5	98.9	98.3	101.7	99.4	98.9	98.4	-	-	94.5	98.2	97.5	97.1	2.8
2010	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	3.0
2011	100.0	100.3	103.4	104.1	104.0	99.6	101.7	99.9	98.4	103.3	106.8	103.9	104.0	4.0
2012	108.1	100.5	110.1	106.4	104.6	101.2	110.5	103.1	94.3	94.2	109.5	74.9	106.3	2.2
2013	108.4	101.6	112.9	106.4	105.2	102.3	112.2	105.2	92.0	72.9	109.6	55.2	107.7	1.3
2014	116.2	102.1	117.1	106.4	107.1	102.9	117.5	105.5	91.0	72.5	109.0	56.0	109.0	1.2
20159	120.4	105.3	117.8	106.4	111.2	104.6	121.6	110.0	91.3	77.8	110.3	59.3	110.0	0.92
상승률	3.61	3.13	0.6	0	3.83	1.65	3.49	4.29	0.33	7.31	1.19	5.89		

자료: 통계청(2015a)-통계청 소비자물가지수 (1995~2014년, 2015년 1-9월).

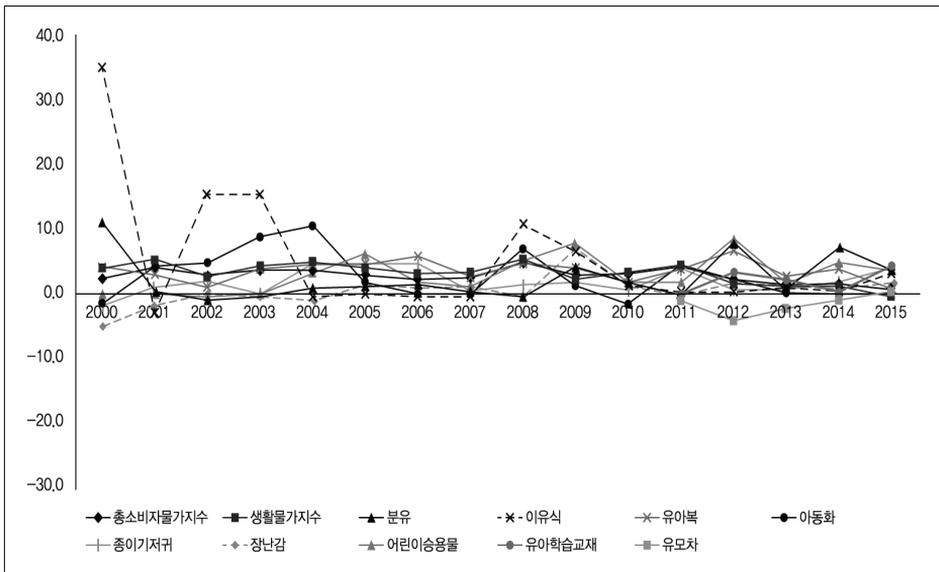
최윤경 외(2013). KICCE 육아물가지수 기초 연구. 36-37p 재인용.



자료: 통계청(2014) 통계청 소비자물가지수 (1985~2014년)
 최윤경 외(2014a), KICCE 육아물가지수 연구(II), 32p 재인용.

[그림 II-1-1] 소비자물가상승률 추이(1985-2014)

1) 육아품목별 상승률 추이

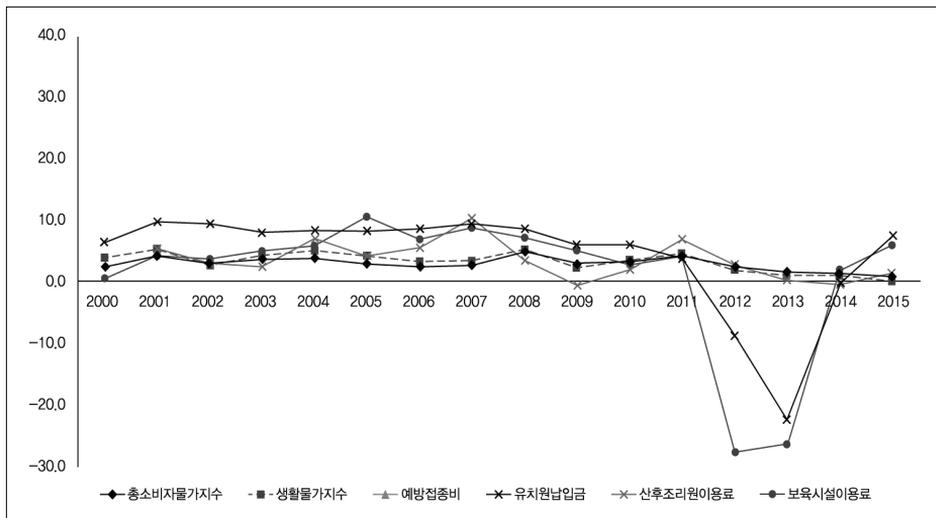


자료: 통계청(2015a)-통계청 소비자물가지수 (2000~2015년 9월)
 최윤경 외(2013), KICCE 육아물가지수 기초 연구, 39p 재인용.

[그림 II-1-2] 육아상품 물가 등락률 추이(2000-2015. 9월)

“품목별 연간 등락률 추이를 살펴보면 유모차 가격의 하락 추세와 낮은 상승률이 2011년부터 지속되고 있음을 알 수 있으며, 반면 ‘분유’와 ‘어린이승용물’은 비교적 큰 폭의 가격상승과 하락을 반복하는 지그재그형 가격 추이를 보이며”(그림 II-1-2) 가격상승을 지속하고 있다(최윤경 외, 2014a p.33). 이유식은 약 5~6년을 주기로 큰 폭의 오름세를 보이는 가운데, 2014년 대비 2015년 9월까지 3.13%의 가격상승률을 보여 시간이 지날수록 영유아가구에 주요 육아품목으로 자리매김 하고 있다.

서비스 품목의 경우 육아지원의 확대로 높은 하락폭을 보였던 유치원·어린이집의 가격하락이 2014년 이후 반등의 추이를 보임에 유의할 필요가 있으며, 2012년 보편지원으로서 보육료·교육비 지원을 확대하기 이전에도 오랜 기간에 걸쳐 비교적 높은 가격상승률을 보여왔음에 유의할 필요가 있다. 산후조리원 가격지수는 비교적 낮은 상승률을 유지하고 있으나 가격수준 자체가 높다(그림 II-1-3). <그림 II-1-3>에 제시된 소비자물가지수의 예방접종 품목은 영유아 고유의 예방접종만으로 구성되어있지 않아, 영유아 대상 예방접종 지원 품목의 확대로 감소된 가격하락이 충분히 반영되어 있지않으나, 전반적인 하락세를 보인다.



자료: 통계청(2015a)-통계청 소비자물가지수 (2000~2015년 9월)

최윤경 외(2013). KICCE 육아물가지수 기초 연구. 39p 재인용.

[그림 II-1-3] 육아서비스 물가 등락률 추이(2000-2015. 9월)

나. 소비자물가지수의 육아품목을 활용한 육아물가지수(Ⅰ)

통계청 소비자물가지수에 개별 지수로 나타난 12개 육아품목들에 영유아가구 고유의 지출비중인 KICCE 가중치를 적용하여 육아물가지수를 산출, 가격변동의 폭을 구체적으로 산출하였다. 그 결과, 2015년 5~9월 평균 육아물가지수(Ⅰ)은 91.9로 동기간 소비자물가지수 109.9에 비해 낮은 수준이다(표 II-1-2의 5,7,9월 지수 산출평균). 이는 2012-2013 육아지원의 확대로 하락한 육아품목의 가격수준을 여전히 반영하고 있는 것으로 보인다. 그러나 전국 도시가구의 소비자물가지수가 2014년 9월 대비 2015년 9월 0.55% 상승하는 동안, 육아물가지수(Ⅰ)은 소비자물가지수상승률보다 약 6배 높은 3.61%의 상승폭을 보이고 있다(표II-1-2 참조).

개별 품목별로, 앞서 살펴본 소비자물가지수 내 개별 품목 지수에서와 유사하게, 유치원납입금(8.06%)과 장난감(6.40%), 어린이집보육료(5.63%)의 가격상승률이 전년 동월 대비 가장 높으며, 그 다음으로 유아학습교재(4.56%), 이유식(3.64%), 기저귀(3.26%)와 어린이승용물(3.21%)의 연간 가격 상승폭이 크다. 분유는 전년 동월 대비로 보았을 때에는 가격이 다소 하락하였으나 누적된 연간 추이로 보았을 때에는 2014년 5-7월 시점 큰 폭으로 가격이 오른 상태이다. 유아복과 이동화, 유모차, 산후조리원 이용료는 상대적으로 낮은 상승률을 유지하고 있다. 그러나 이 품목들은 부모들이 체감하는 가격수준이 이미 상당히 높은 기저효과 체감의 특징이 있다.

2014년에도 연간 가격상승률이 유치원 +6.1%, 어린이집 +8.2%로 평균상승률 이상의 상승폭을 보인바 있다. 육아지원의 확대로 2012년 이후 2013년 연간지수가 유치원(-21.3)과 어린이집(-19.7)로 각 -22.6%, -26.3%의 가격하락(최윤경 외, 2014a)이 있었던 것과 상반된 경향으로, 기저효과를 고려해야하는 상황이다. 즉 육아지원이 이후 가격상승으로 이어지지 않는지 체계적인 모니터링과 분석이 필요하다.

그럼에도 불구하고, 2012년 대비 2015년 육아물가지수(Ⅰ)으로 육아지원 시작 이후 3년으로 기간을 넓혀보면 지수(Ⅰ)이 94.9 에서 91.3 으로 -3.61 감소하였는데, 이 하락에 가장 많이 기여한 품목은 어린이집보육료와 유치원납입금이다(표 II-1-3 참조). 반면 육아필수재 기저귀와 분유는 지수 상승에 상당부분 기여한 것으로 나타났다. 이를 통해 영유아가구의 양육부담 완화가 지속되기 위해서는 보육료·교육비의 서비스 품목 지원의 지수 하락 효과가 지속되도록 하는 전략과, 기저귀·분유와 같은 육아필수 소비재의 가격수준과 상승폭을 적정수준에서 유지할 수 있는 정책적 접근이 함께 필요함을 시사한다.

〈표 II-1-2〉 소비자물가지수의 육아품목을 활용한 육아물가지수(1)
(2013-2015년)

(2010년=100)

구분	2013년			2014년			2015년			상승률 (%)
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5월	7월	9월	'14년 9월 대비
소비자물가지수	107.5	107.6	108.1	109.2	109.3	109.4	109.8	110.0	110.0	0.55
KCCE가중치 적용 육아물가지수(Ⅰ)	84.8	84.4	84.9	87.1	88.3	88.6	91.9	92.0	91.8	3.61
분유	108.3	108.1	108.8	108.9	121.6	121.6	121.6	121.4	121.2	-0.33
이유식	101.7	101.3	101.9	100.6	101.6	101.7	105.2	105.4	105.4	3.64
유아복	113.7	113.7	113.7	117.7	117.7	117.7	117.9	117.9	117.9	0.17
아동화	106.4	106.4	106.4	106.4	106.4	106.4	106.4	106.4	106.4	0.00
종이기저귀	105.7	103.2	106.0	106.1	105.3	107.3	111.5	112.0	110.8	3.26
장난감	101.2	103.0	103.4	103.9	103.9	98.5	104.8	104.8	104.8	6.40
어린이승용물(자전거,보행기)	112.3	112.2	112.3	118.2	118.4	118.2	122.2	122.2	122.0	3.21
유아학습교재(학습지,책,교구)	105.2	105.2	105.2	105.2	105.2	105.2	110.0	110.0	110.0	4.56
유모차	90.4	90.0	90.1	91.3	91.2	91.3	91.3	91.3	91.3	0.00
유치원납입금	69.0	69.0	69.0	73.2	73.2	73.2	79.1	79.1	79.1	8.06
산후조리원이용료	109.2	109.5	109.1	108.6	108.9	109.0	110.4	110.7	110.6	1.47
어린이집이용료	52.5	52.5	52.5	56.8	56.8	56.8	60.0	60.0	60.0	5.63

자료: 통계청(2015a)-통계청 소비자물가지수자료 (2013-2015)

주. 가중치 조정으로 과년도 지수에 변동이 있음.

〈표 II-1-3〉 소비자물가지수의 육아품목 연간지수(2012-2015년)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년 (1-9월)	'12-15 기여도
소비자물가지수	106.3	107.7	109.0	110.0	
KCCE가중치 적용 육아물가지수(Ⅰ)	94.9	86.2	87.7	91.3	3년(-3.61)
KCCE 육아물가지수(Ⅰ) 연간 변동률(%)	-5.10	-8.30	+1.74	+4.10	
분유	108.1	108.4	116.2	120.4	1.28
이유식	100.5	101.6	102.1	105.3	0.09
유아복	110.1	112.9	117.1	117.8	0.38
아동화	106.4	106.4	106.4	106.4	0.00
종이기저귀	104.6	105.2	107.1	111.2	1.01
장난감	101.2	102.3	102.9	104.6	0.02
어린이승용물(자전거,보행기)	110.5	112.2	117.5	121.6	0.11
유아학습교재(학습지,책,교구)	103.1	105.2	105.5	110	0.75
유모차	94.3	92.0	91.0	91.3	(-0.10)
유치원납입금	94.2	72.9	72.5	77.8	(-2.89)
산후조리원이용료	109.5	109.6	109.0	110.3	0.04
어린이집이용료	74.9	55.2	56.0	59.3	(-4.31)

2. KICCE 육아품목을 활용한 육아물가지수

가. 1개 동일품목-CPI 방식 지수(II)²⁶⁾

53개 주요 육아품목별로 대표 브랜드 제품 한 개를 선정하여 가격을 조사하되, 동일규격 동일제품에 대해 유통채널(대형마트, 소형마켓, 백화점 등)별로 근소한 가격차이가 있어 이를 평균한 값으로 산출하였다(최윤경 외, 2013 29-32p 참조. 그 결과는 <표 II-2-1>과 같다.

<표 II-2-1> 2013-2015 육아품목 가격조사 결과 - CPI방식 지수(II)

단위: 원

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
식료품 및 관련 서비스						
1 우유	2,413	2,585	2,580	2,584	2,578	2,581
2 두유	14,805	14,525	14,791	14,278	14,888	14,652
3 치즈	5,334	5,341	5,422	5,170	5,393	5,328
4 요거트	2,542	2,750	2,836	2,847	2,783	2,822
5 분유	25,054	27,406	28,050	29,473	28,010	28,511
6 이유식	190,400	190,400	177,600	177,600	182,400	179,200
7 시리얼	5,869	5,306	5,333	5,559	5,353	5,415
의류/신발 관련 서비스						
8 배넛저고리	17,333	18,569	16,833	19,800	18,333	18,322
9 상의	27,000	28,167	25,972	30,143	29,000	28,372
10 하의	33,000	36,333	31,256	32,286	37,211	33,584
11 외투류	63,000	63,556	56,000	58,875	84,500	66,458
12 외출복	66,000	63,239	62,923	63,125	71,111	65,720
13 내의	22,900	25,542	27,000	26,333	28,667	27,333
14 신발	44,667	47,889	46,275	44,429	44,000	44,901
주택/수도/전기 및 주거서비스						
15 임대	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000
16 아기식탁의자	52,722	51,500	55,000	55,000	55,000	55,000
17 이불	332,783	318,107	330,874	335,333	315,000	327,069
18 걸싸개	97,933	100,651	96,143	99,875	104,000	100,006
19 속싸개	27,234	26,899	26,375	26,000	28,200	26,858

26) 통계청에서는 물가조사 시, 품목별로 대표품목(군)을 단수 또는 복수로 선정하여 그 동질성을 엄격히 유지한 가운데 가격 변화의 변동을 측정한다. 본 연구에서는 1개 대표품목의 동질성을 추적하는 방식을 CPI 방식 지수(I)로 명명함을 밝혀둔다.

(표 II-2-1 계속)

품목	2013년	2014년	2015년			2015년	
			5월	7월	9월		
가정용품 및 가사서비스							
20	젓병	24,966	24,940	25,374	25,021	25,127	25,174
21	젓꼭지	11,175	11,331	11,108	11,371	11,349	11,276
22	소독기	149,267	157,812	154,000	148,867	156,611	153,159
23	아기전용세탁세제	9,007	8,922	8,900	8,900	8,900	8,900
의료용품 및 보건서비스							
24	비타민	32,659	33,024	33,000	33,000	33,000	33,000
25	기저귀	27,223	25,923	25,209	26,930	27,030	26,390
26	물티슈	9,829	10,299	11,700	10,813	10,333	10,949
27	삼푸	18,153	18,312	18,457	18,308	18,259	18,341
28	치약	3,965	3,946	3,908	3,881	3,806	3,865
29	칫솔	5,185	5,078	5,369	5,394	4,640	5,134
30	로션	26,118	28,491	29,173	27,513	27,308	27,998
31	욕조	54,814	58,167	55,750	65,000	56,333	59,028
32	유축기	89,569	88,000	98,000	98,000	98,000	98,000
33	체온계	117,603	119,294	118,088	126,281	127,118	123,829
34	예방접종비	130,542	5,338	8,333	5,116	0	4,483
오락/문화용품 및 관련서비스							
35	카시트	379,754	395,525	420,000	410,333	416,750	415,694
36	유모차	441,610	419,283	435,000	444,333	462,000	447,111
37	아기띠	119,735	118,167	122,000	129,500	127,000	126,167
38	보행기	122,180	124,572	123,000	139,000	123,100	128,367
39	블록(장난감)	35,067	38,511	39,900	39,900	38,310	39,370
40	자전거	222,051	208,272	193,200	164,500	222,329	193,343
41	놀이방매트	89,775	79,069	88,860	78,989	81,072	82,974
42	돌앨범	489,534	514,633	530,000	510,000	496,900	512,300
교육용품 및 교육서비스							
43	영유아학습지	38,000	38,000	38,000	38,000	40,000	38,667
44	영유아책	670,000	670,000	670,000	670,000	670,000	670,000
45	영유아교재교구	528,000	598,000	598,000	598,000	598,000	598,000
46	유치원순교육비	57,962	59,791	68,158	68,500	68,400	68,353
47	유치원추가비용	117,733	134,477	155,000	153,000	153,500	153,833
48	영유아영어학원	667,660	838,884	820,556	840,313	829,677	830,182
49	시간제학원(미술, 태권도 학원)	127,569	103,376	108,880	107,333	107,738	107,984
기타상품 및 서비스							
50	어린이보험	57,340	63,287	59,500	59,500	59,500	59,500

(표 II-2-1 계속)

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
51 어린이집보육료	5,789	6,468	7,753	6,500	7,160	7,138
52 어린이집추가비용	93,380	81,636	75,114	65,000	73,700	71,271
53 산후조리원	2,436,065	2,450,589	2,790,972	2,662,000	2,705,818	2,719,597

CPI 조사 방식(본 연구에서는 1개 동일품목지수에 해당)에 의한 육아품목 가격조사 결과를 살펴보면, 식료품 및 관련서비스의 경우 2014년에 비해 두유, 요거트, 분유, 시리얼의 가격이 오르고 우유, 치즈, 이유식 가격이 떨어졌다. 의류/신발 관련 서비스에서는 상의, 외투류, 외출복, 내의 가격이 오르고 다른 품목의 가격은 떨어졌다. 가정용품 및 가사서비스에서는 젓병의 가격만이 다소 올랐다.

의료용품 및 보건서비스에서는 기저귀, 유축기, 체온계 등의 가격이 오르고 지난해 필수 예방접종이 확대되어 큰 폭으로 비용이 감소되었던 예방접종은 5월, 7월에도 추가 비용을 받는 병원이 조사되었으나 9월 조사부터 추가 비용이 전혀 없는 것으로 나타나 2014년에 비해 가격이 떨어졌다.

오락/문화용품 및 관련서비스는 전년에 비해 자전거와 돌앨범을 제외하고 내구재 대부분의 가격이 올랐다. 유모차, 카시트 등에 해당하는 내구재 품목은 매해 새로운 신제품이 나오면서 가격상승을 주도하고 있다. 이들 품목에 대해 「전문가 판단법」에 의해 가격 상승분에서 품질 상승에 대한 부분을 조정하였음에도 2014년에 비해 가격이 오른 것을 알 수 있다. 반면 매해 같은 품목을 조사하고 있는 자전거의 경우 신제품 출시에 따라 기존 조사 품목의 가격은 다소 떨어졌다.

교육용품 및 교육서비스에서는 영유아 책, 영유아 교재교구의 가격 변동이 없었고 영유아 학습지 가격이 9월부터 상승하여 2014년에 비해 소폭 올랐다. 유치원 순 교육비(+8,562원)도 약간 올랐으나, 유치원 추가비용(+19,356원)의 상승이 큰 편이다. 영유아 영어학원비는 2014년 오른 가격에서 다소 조정된 상황으로 하락했다면, 미술, 피아노, 태권도 등의 시간제 학원비는 2014년 조정되어 하락한 가격 수준에서 다소 올랐다.

기타상품 및 서비스의 경우 어린이집 보육료는 다소 오르고 어린이집 추가비용은 지난해에 비해 떨어진 것으로 조사되었다. 이는 민간/가정 어린이집의 추가보육료가 약간 상승하였고 본 연구의 조사 대상인 서울지역 어린이집 추가비용의 경우 지난해에는 자치구별로 기타필요경비 수납 한도액에 큰 차이를 보

였으나, 2015년의 경우 서울시에서 모든 구에 동일한 기준 적용을 적용함으로 인해 나타난 결과로 볼 수 있다.

<표 II-2-1>을 이용하여 2013년 가격을 기준으로 하는 품목별 지수를 산출하고 품목별 가중치를 적용하여 라스파이레스 방식으로 총 지수를 산출하였다. 우선 CPI 방식을 적용한 육아물가지수를 제시하면 다음과 <표 II-2-2> 같다.

CPI 방식의 육아물가지수는 103.30으로 전년에 비해 3.34% 상승하였다.

<표 II-2-2> 육아물가지수(II) - 1개 동일품목-CPI 방식

품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
총지수	100.00	99.97	103.30	3.34
식료품 및 관련 서비스				
1 우유	100.00	107.13	106.95	-0.17
2 두유	100.00	98.11	98.97	0.88
3 치즈	100.00	100.13	99.89	-0.24
4 요거트	100.00	108.18	111.02	2.63
5 분유	100.00	109.39	113.80	4.03
6 이유식	100.00	100.00	94.12	-5.88
7 시리얼	100.00	90.41	92.26	2.05
의류/신발 관련 서비스				
8 배넛저고리	100.00	107.13	105.71	-1.33
9 상의	100.00	104.32	105.08	0.73
10 하의	100.00	110.10	101.77	-7.57
11 외투류	100.00	100.88	105.49	4.57
12 외출복	100.00	95.82	99.58	3.92
13 내의	100.00	111.54	119.36	7.01
14 신발	100.00	107.21	100.52	-6.24
주택/수도/전기 및 주거서비스				
15 침대	100.00	100.00	100.00	0.00
16 아기식탁의자	100.00	97.68	104.32	6.80
17 이불	100.00	95.59	98.28	2.82
18 겹짜개	100.00	102.78	102.12	-0.64
19 속짜개	100.00	98.77	98.62	-0.15
가정용품 및 가사서비스				
20 젖병	100.00	99.90	100.83	0.94
21 젖꼭지	100.00	101.40	100.90	-0.49
22 소독기	100.00	105.72	102.61	-2.95
23 아기전용세탁세제	100.00	99.06	98.81	-0.25

(표 II-2-2 계속)

품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
총지수	100.00	99.97	103.30	3.34
의료용품 및 보건서비스				
24 비타민	100.00	101.12	101.04	-0.07
25 기저귀	100.00	95.22	96.94	1.80
26 물티슈	100.00	104.78	111.39	6.31
27 샴푸	100.00	100.88	101.04	0.16
28 치약	100.00	99.52	97.48	-2.05
29 칫솔	100.00	97.94	99.02	1.11
30 로션	100.00	109.09	107.20	-1.73
31 욕조	100.00	106.12	107.69	1.48
32 유축기	100.00	98.25	109.41	11.36
33 체온계	100.00	101.44	105.29	3.80
34 예방접종비	100.00	4.09	3.43	-16.02
오락/문화용품 및 관련서비스				
35 카시트	100.00	104.15	109.46	5.10
36 유모차	100.00	94.94	101.25	6.64
37 아기띠	100.00	98.69	105.37	6.77
38 보행기	100.00	101.96	105.06	3.05
39 블록(장난감)	100.00	109.82	112.27	2.23
40 자전거	100.00	93.79	87.07	-7.17
41 놀이방매트	100.00	88.07	92.42	4.94
42 돌앨범	100.00	105.13	104.65	-0.45
교육용품 및 교육서비스				
43 영유아학습지	100.00	100.00	101.75	1.75
44 영유아책	100.00	100.00	100.00	0.00
45 영유아교재교구	100.00	113.26	113.26	0.00
46 유치원순교육비	100.00	103.16	117.93	14.32
47 유치원추가비용	100.00	114.22	130.66	14.39
48 영유아영어학원	100.00	125.65	124.34	-1.04
49 시간제학원(미술, 태권도 학원)	100.00	81.04	84.65	4.46
기타상품 및 서비스				
50 어린이보험	100.00	110.37	103.77	-5.98
51 어린이집보육료	100.00	111.73	123.30	10.35
52 어린이집추가비용	100.00	87.42	76.32	-12.70
53 산후조리원	100.00	100.60	111.64	10.98

지출비중이 큰 품목 중, 유치원(순교육비, 추가비용) 비용의 상승이 육아물가지수(I)의 상승을 견인한 것으로 보이며, 어린이집 보육료의 상승은 추가비용의 하락으로 일부 상쇄되고, 산후조리원의 가격상승이 있었던 것으로 나타났다²⁷⁾.

의류 품목의 가격이 대체로 오름세를 보이는 가운데 하의/신발 가격이 떨어졌으며, 아기식탁의자와 이불의 가격 지수도 다소 올랐다. 그 밖에, 물티슈와 유축기의 지수 상승이 크며, 예방접종비의 비용 지원에 의한 가격 하락이 2014년에 이어 2015년에도 지속되고 있다.

카시트, 유모차, 아기띠 등의 육아필수 내구재 품목의 지수 상승폭이 자전거를 제외하고는 전반적으로 크다. 영어학원의 상승은 주춤한 반면, 시간제학원의 가격 상승이 있었다.

나. 물가수준(고가-베스트-저가)을 고려한 통합 지수(III-1)

“실제 소비자 부모가 접하는 육아품목은 그 제품의 특성과 가격수준이 매우 다양하다. 소비자 부모는 일관된 품목을 지속적으로 선호하기도 하지만, 가격할인 행사와 트렌드 등의 기호 변화와 가격 등락에 따라 실제 브랜드와 가격수준을 다양하게 시도하는 구매를 하게 된다. 사업체 또한 동종 상품내에서 동일규격의 제품만이 아닌 유사한 규격의 다양한 가격분포의 상품군으로서 제품을 출시하여, 동일 육아품목의 경우도 시점에 따라 유통채널에 따라 용량과 규격이 다양하게 제공되고 있었다. 이렇게 영유아 부모 소비자가 실제 접하는 다양한 물가수준을 고려하여 프리미엄의 특성을 지닌 고가 상품군과 가장 대중적으로 많이 구매되는 베스트 상품군, 저가 상품군을 부모면담과 시장조사를 통해 선정, 복수의 대표품목군의 가격을 조사하여 평균한 결과가 지수 III-1로 다양한 물가수준을 고려한 방식”(최윤경 외, 2013, p.45)이며, 본 연구의 대표 지수이다. 가격조사 결과는 다음에 제시한 <표 II-2-3>과 같다. 앞서 살펴본 CPI 방식의 가격 추이와 크게 상반되지 않으나 다양한 상품군의 가격을 포함하고 있어 가격 변화 양상이 품목에 따라 차이가 있었다. 대체로 상승 정도가 CPI 방식보다 적고 하락 정도는 크게 나타났고, 품목에 따라서는 CPI 식과 반대의 경향을 보이는 품목도 있었다.

27) 통계청 소비자물가지수의 육아품목 지수와는, 본 과제의 육아물가지수가 서울지역 영유아가구의 육아물가지수에 기초한 반면, 통계청 소비자물가지수는 전국 도시가구의 소비자물가지수에 근거한 차이에 의한 일례로 2015년 서울시 산후조리원 2주 평균가격은 293만원, 전국 평균 218만원으로 서울 지역과 전국의 물가수준이 다르게 조사된 바 있음(국회 보건복지위원회 남인순의원 국정감사자료 - '산후조리원 이용요금 현황, 현대건강신문(2015. 9. 11 보도) http://hnews.kr/n_news/news/view.html?no=31577에서 인용)

〈표 II-2-3〉 2013-2015 5월 가격조사 결과 - 고가·베스트·저가 상품군
통합방식(지수 III-1)

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
식료품 및 관련 서비스						
1 우유	2,815	2,978	2,888	2,836	2,889	2,871
2 두유	13,605	13,583	10,810	13,984	13,800	12,864
3 치즈	5,146	5,041	5,078	5,073	5,069	5,074
4 요거트	2,819	2,948	3,116	3,063	2,972	3,050
5 분유	30,734	32,482	32,549	32,668	32,264	32,494
6 이유식	145,000	133,333	117,800	117,800	120,200	118,600
7 시리얼	6,258	6,214	5,856	6,129	6,118	6,034
의류/신발 관련 서비스						
8 배넛저고리	18,238	19,194	18,652	19,753	20,724	19,710
9 상의	25,998	25,546	24,500	28,400	25,000	25,967
10 하의	36,469	35,119	35,691	43,027	40,879	39,866
11 외투류	63,790	62,811	49,108	53,965	82,463	61,845
12 외출복	73,803	72,750	76,600	73,200	79,900	76,567
13 내의	23,755	24,756	26,400	26,200	24,000	25,533
14 신발	45,530	48,258	50,051	49,124	48,863	49,346
주택/수도/전기 및 주거서비스						
15 침대	83,000	88,618	90,615	103,000	79,538	91,051
16 아기식탁의자	52,349	53,144	55,000	60,234	60,704	58,646
17 이불	37,584	38,428	41,467	41,536	39,300	40,768
18 겹짜개	112,627	122,081	121,638	122,995	121,324	121,986
19 속짜개	29,393	28,716	29,398	28,567	29,814	29,260
가정용품 및 가사서비스						
20 젓병	20,762	21,722	23,151	20,854	21,082	21,696
21 젓꼭지	9,856	9,796	9,479	9,455	9,305	9,413
22 소독기	160,842	145,215	149,000	163,277	160,091	157,456
23 아기전용세탁세제	10,524	11,083	9,850	11,275	12,554	11,226
의료용품 및 보건서비스						
24 비타민	31,226	31,451	31,632	30,588	31,143	31,121
25 기저귀	26,892	25,454	24,000	24,036	24,000	24,012
26 물티슈	11,613	10,988	10,746	9,997	11,220	10,654
27 샴푸	16,116	16,125	15,375	15,521	15,655	15,517
28 치약	3,484	3,226	3,300	2,900	2,800	3,000
29 칫솔	5,324	5,076	5,212	5,457	5,078	5,249
30 로션	18,525	17,342	17,200	17,200	17,300	17,233
31 욕조	65,957	72,272	69,000	64,000	63,000	65,333
32 유축기	133,762	144,125	148,114	143,800	140,150	144,021
33 체온기	100,677	104,472	102,000	105,308	105,185	104,164
34 예방접종비	130,542	5,338	8,333	5,116	0	4,483

(표 II-2-3 계속)

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
오락/문화용품 및 관련서비스						
35 카시트	424,469	449,413	493,033	485,526	459,158	479,239
36 유모차	690,046	751,079	730,310	752,152	753,081	745,181
37 아기띠	117,254	123,546	130,000	132,166	134,400	132,189
38 보행기	130,402	131,023	133,005	136,200	135,226	134,810
39 블록(장난감)	41,032	40,863	39,904	40,848	32,738	37,830
40 자전거	212,806	208,223	226,458	199,861	190,978	205,766
41 놀이방매트	72,538	79,341	72,750	76,832	89,166	79,582
42 돌앨범	807,441	718,283	642,222	836,500	733,900	737,541
교육용품 및 교육서비스						
43 영유아학습지	92,000	93,667	99,800	99,800	100,467	100,022
44 영유아책	580,000	580,000	634,500	634,500	634,500	634,500
45 영유아교재교구	648,750	818,750	859,500	882,667	882,667	874,944
46 유치원순교육비	57,962	59,791	68,158	68,500	68,400	68,353
47 유치원추가비용	117,733	134,477	155,000	153,000	153,500	153,833
48 영유아영어학원	667,660	838,884	820,556	840,313	829,677	830,182
49 시간제학원	127,569	103,376	108,880	107,333	107,738	107,984
기타상품 및 서비스						
50 어린이보험	46,393	38,390	41,000	42,200	41,961	41,720
51 어린이집보육료	5,789	6,468	7,753	6,500	7,160	7,138
52 어린이집추가비용	93,380	81,636	75,114	65,000	73,700	71,271
53 산후조리원	2,436,065	2,450,589	2,790,972	2,662,000	2,705,818	2,719,597

<표 II-2-3>을 이용하여 2013년 가격을 기준으로 하는 품목별 지수를 산출하고 품목별 가중치를 적용하여 라스파이레스 방식으로 총 지수를 산출한 통합상품군에 대한 지수는 다음 <표 II-2-4>와 같다.

KICCE-통합상품군에 대한 2015년 지수는 전년 대비 3.45% 상승한 100.92로 나타났다. CPI 방식의 지수(I)과 비슷한 전체 지수 상승폭을 보이고 있다.

<표 II-2-4> 육아물가지수(III-1) - KICCE 통합상품군

품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
총지수	100.00	97.55	100.92	3.45
식품품 및 관련 서비스				
1 우유	100.00	105.79	101.99	-3.60
2 두유	100.00	99.84	94.56	-5.29
3 치즈	100.00	97.96	98.59	0.65
4 요거트	100.00	104.58	108.20	3.47
5 분유	100.00	105.69	105.73	0.04

(표 II-2-4 계속)

	품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
6	이유식	100.00	91.95	81.79	-11.05
7	시리얼	100.00	99.30	96.42	-2.89
의류/신발 관련 서비스					
8	배넛저고리	100.00	105.24	108.07	2.69
9	상의	100.00	98.26	99.88	1.65
10	하의	100.00	96.30	109.31	13.52
11	외투류	100.00	98.47	96.95	-1.54
12	외출복	100.00	98.57	103.74	5.25
13	내의	100.00	104.21	107.49	3.14
14	신발	100.00	105.99	108.38	2.25
주택/수도/전기 및 주거서비스					
15	침대	100.00	106.77	109.70	2.75
16	아기식탁의자	100.00	101.52	112.03	10.35
17	이불	100.00	102.25	108.47	6.09
18	겉싸개	100.00	108.39	108.31	-0.08
19	속싸개	100.00	97.70	99.55	1.89
가정용품 및 가사서비스					
20	젓병	100.00	104.62	104.50	-0.12
21	젓꼭지	100.00	99.39	95.51	-3.91
22	소독기	100.00	90.28	97.89	8.43
23	아기전용세탁세제	100.00	105.31	106.67	1.29
의료용품 및 보건서비스					
24	비타민	100.00	100.72	99.66	-1.05
25	기저귀	100.00	94.65	89.29	-5.67
26	물티슈	100.00	94.62	91.75	-3.04
27	삼푸	100.00	100.06	96.28	-3.77
28	치약	100.00	92.59	86.11	-7.01
29	칫솔	100.00	95.34	98.59	3.41
30	로션	100.00	93.61	93.03	-0.63
31	욕조	100.00	109.57	99.05	-9.60
32	유축기	100.00	107.75	107.67	-0.07
33	체온기	100.00	103.77	103.46	-0.29
34	예방접종비	100.00	4.09	3.43	-16.02
오락/문화용품 및 관련서비스					
35	카시트	100.00	105.88	112.90	6.64
36	유모차	100.00	108.84	107.99	-0.79
37	아기띠	100.00	105.37	112.74	7.00
38	보행기	100.00	100.48	103.38	2.89
39	블록(장난감)	100.00	99.59	92.20	-7.42
40	자전거	100.00	97.85	96.69	-1.18
41	놀이방매트	100.00	109.38	109.71	0.30

(표 II-2-4 계속)

품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
42 돌앨범	100.00	88.96	91.34	2.68
교육용품 및 교육서비스				
43 영유아학습지	100.00	101.81	108.72	6.78
44 영유아책	100.00	100.00	109.40	9.40
45 영유아교재교구	100.00	126.20	134.87	6.86
46 유치원순교육비	100.00	103.16	117.93	14.32
47 유치원추가비용	100.00	114.22	130.66	14.39
48 영유아영어학원	100.00	125.65	124.34	-1.04
49 시간제학원	100.00	81.04	84.65	4.46
기타상품 및 서비스				
50 어린이보험	100.00	82.75	89.93	8.67
51 어린이집보육료	100.00	111.73	123.30	10.35
52 어린이집추가비용	100.00	87.42	76.32	-12.70
53 산후조리원	100.00	100.60	111.64	10.98

식료품에서 우유, 두유, 이유식, 시리얼의 경우 다양한 가격수준이 반영된 통합 지수에서 CPI 방식의 지수(II)에 비해 지수 하락폭이 컸으며, 이유식의 경우 CPI 방식에 비해 약 2배 가량 하락폭이 크다. 다양한 가격대의 품목이 반영되어 고가의 제품이 많이 포함되거나 선호된 경우, 그리고 고가 제품이 가격 상승을 주도한 경우에는 CPI 방식의 지수(II)에 비해 상승폭이 컸다(예: 소독기, 돌앨범, 베넷저고리, 하의, 신발, 영유아 학습지/책/교재교구, 어린이보험). 1회성 품목과 내구재, 의류, 사교육 품목에 이러한 경향이 보였다.

상대적으로 저가 제품군이 많아 영유아부모가 선택할 수 있는 다양한 가격대가 분포되어 있는 경우 통합 지수가 지수(II)에 비해 떨어진 것으로 나타났다(예: 기저귀, 물티슈, 아기욕조, 장난감(블럭)).

다. 베스트상품 지수(III-2)

다음 <표 II-2-5>은 대중적으로 가장 잘 팔리고 알려진 베스트 상품군의 가격을 평균한 결과이다. 베스트 상품 가격조사를 통해서도 근소한 차이가 보였으나, 대체로 크게 상반되는 경향은 보이지 않았다.

〈표 II-2-5〉 2013-2015 육아품목 가격조사 결과 - 베스트 상품군
통합방식(지수 III-2)

단위: 원

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
식료품 및 관련 서비스						
1 우유	2,397	2,610	2,574	2,575	2,571	2,573
2 두유	13,605	13,583	10,810	13,984	13,800	12,864
3 치즈	5,146	5,041	5,078	5,073	5,069	5,074
4 요거트	2,819	2,948	3,116	3,063	2,972	3,050
5 분유	26,697	28,278	28,000	28,475	28,387	28,287
6 이유식	145,000	133,333	117,800	117,800	120,200	118,600
7 시리얼	5,641	5,413	4,982	5,588	4,986	5,185
의류/신발 관련 서비스						
8 배넛저고리	17,881	19,094	18,547	19,733	19,879	19,386
9 상의	25,561	25,258	26,500	30,000	23,500	26,667
10 하의	34,328	33,727	33,881	39,037	30,954	34,624
11 외투류	59,898	62,425	45,244	52,716	86,386	61,449
12 외출복	76,794	72,785	72,966	72,069	85,280	76,772
13 내의	22,679	24,530	25,870	25,268	25,967	25,702
14 신발	46,425	49,342	48,507	45,564	46,195	46,755
주택/수도/전기 및 주거서비스						
15 침대	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000
16 아기식탁의자	51,800	52,633	55,000	48,940	50,398	51,446
17 이불	37,493	37,861	39,514	41,100	42,175	40,930
18 겹짜개	110,043	118,220	125,542	120,107	116,767	120,805
19 속짜개	28,695	27,788	28,283	27,986	29,957	28,742
가정용품 및 가사서비스						
20 젓병	20,762	21,860	23,151	20,854	21,082	21,696
21 젓꼭지	9,856	9,854	9,479	9,455	9,305	9,413
22 소독기	160,842	152,255	149,000	163,277	160,091	157,456
23 아기전용세탁세제	10,524	10,799	10,256	11,522	12,660	11,479
의료용품 및 보건서비스						
24 비타민	31,226	31,451	31,632	30,588	31,143	31,121
25 기저귀	26,403	26,020	25,000	25,590	25,094	25,228
26 물티슈	11,613	10,988	10,746	9,997	11,220	10,654
27 샴푸	16,116	16,125	15,375	15,521	15,655	15,517
28 치약	3,484	3,226	3,300	2,900	2,800	3,000
29 칫솔	5,324	5,076	5,212	5,457	5,078	5,249
30 로션	18,525	17,342	17,200	17,200	17,300	17,233
31 욕조	67,160	72,266	67,840	63,350	65,895	65,695
32 유축기	133,762	146,112	148,114	143,800	140,150	144,021
33 체온기	100,677	104,741	102,000	105,308	105,185	104,164
34 예방접종비	130,542	5,338	8,333	5,116	0	4,483

(표 II-2-5 계속)

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
오락/문화용품 및 관련서비스						
35 카시트	424,276	448,330	529,092	535,038	473,208	512,446
36 유모차	697,254	770,716	855,259	781,441	725,938	787,546
37 아기띠	116,949	130,222	133,690	145,913	142,690	140,764
38 보행기	128,613	129,543	129,315	134,071	133,081	132,156
39 블록(장난감)	41,032	40,863	39,904	40,848	32,738	37,830
40 자전거	212,806	208,223	226,458	199,861	190,978	205,766
41 놀이방매트	72,538	79,341	72,750	76,832	89,166	79,582
42 돌앨범	489,534	514,633	530,000	510,000	496,900	512,300
교육용품 및 교육서비스						
43 영유아학습지	92,000	93,667	99,800	99,800	100,467	100,022
44 영유아책	580,000	580,000	634,500	634,500	634,500	634,500
45 영유아교재교구	648,750	818,750	859,500	882,667	882,667	874,944
46 유치원순교육비	57,962	59,791	68,158	68,500	68,400	68,353
47 유치원추가비용	117,733	134,477	155,000	153,000	153,500	153,833
48 영유아영어학원	667,660	838,884	820,556	840,313	829,677	830,182
49 시간제학원	127,569	103,376	108,880	108,217	108,083	108,393
기타상품 및 서비스						
50 어린이보험	57,340	63,287	59,500	59,500	59,500	59,500
51 어린이집보육료	5,789	6,468	7,753	6,500	7,160	7,138
52 어린이집추가비용	93,380	81,636	75,114	65,000	73,700	71,271
53 산후조리원	2,436,065	2,450,589	2,790,972	2,662,000	2,705,818	2,719,597

<표 II-2-5>의 가격데이터를 이용하여 2013년을 기준으로 하는 품목별 지수를 산출하고 품목별 가중치를 적용하여 라스파이레스 방식으로 총 지수를 산출한 베스트 상품군에 대한 지수는 다음 <표 II-2-6>와 같다.

베스트 상품군에 대한 2015년 지수는 103.06로 전년에 비해 2.65% 상승하였다. 베스트 상품군 지수는 2014년 지수가 CPI 방식과 통합상품군 지수와 다르게 2013년에 비해 0.4% 상승하였고, 2015년에도 상승세를 보여주고 있다. 2015년 베스트상품 지수(III-2)는 CPI 방식 지수(II)와 통합상품군 지수(III-1)에 비해 연간 지수 상승폭이 다소 적다. 통상 영유아부모들에게 입소문이 나고 인기가 있는 베스트 품목이 고가 품목과 함께 육아품목의 가격 상승을 견인하는 것으로 보였는데(최윤경 외, 2014a), 2015년 베스트 상품 지수에서 그 상승폭이 상대적으로 크지 않았다.

〈표 II-2-6〉 육아물가지수(III-2) - KICCE 베스트상품군

품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
총지수	100.00	100.40	103.06	2.65
식료품 및 관련 서비스				
1 우유	100.00	108.89	107.35	-1.41
2 두유	100.00	99.84	94.56	-5.29
3 치즈	100.00	97.96	98.59	0.65
4 요거트	100.00	104.58	108.20	3.47
5 분유	100.00	105.92	105.96	0.03
6 이유식	100.00	91.95	81.79	-11.05
7 시리얼	100.00	95.96	91.93	-4.20
의류/신발 관련 서비스				
8 배넷저고리	100.00	106.78	108.42	1.53
9 상의	100.00	98.81	104.33	5.58
10 하의	100.00	98.25	100.86	2.66
11 외투류	100.00	104.22	102.59	-1.56
12 외출복	100.00	94.78	99.97	5.48
13 내의	100.00	108.16	113.33	4.78
14 신발	100.00	106.28	100.71	-5.24
주택/수도/전기 및 주거서비스				
15 침대	100.00	100.00	100.00	0.00
16 아기식탁의자	100.00	101.61	99.32	-2.26
17 이불	100.00	100.98	109.17	8.11
18 겹짜개	100.00	107.43	109.78	2.19
19 속짜개	100.00	96.84	100.16	3.43
가정용품 및 가사서비스				
20 젓병	100.00	105.29	104.50	-0.75
21 젓꼭지	100.00	99.98	95.51	-4.47
22 소독기	100.00	94.66	97.89	3.42
23 아기전용세탁세제	100.00	102.61	109.08	6.30
의료용품 및 보건서비스				
24 비타민	100.00	100.72	99.66	-1.05
25 기저귀	100.00	98.55	95.55	-3.04
26 물티슈	100.00	94.62	91.75	-3.04
27 샴푸	100.00	100.06	96.28	-3.77
28 치약	100.00	92.59	86.11	-7.01
29 칫솔	100.00	95.34	98.59	3.41
30 로션	100.00	93.61	93.03	-0.63
31 욕조	100.00	107.60	97.82	-9.09
32 유축기	100.00	109.23	107.67	-1.43
33 체온기	100.00	104.04	103.46	-0.55
34 예방접종비	100.00	4.09	3.43	-16.02

(표 II-2-6 계속)

품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
오락/문화용품 및 관련서비스				
35 카시트	100.00	105.67	120.78	14.30
36 유모차	100.00	110.54	112.95	2.18
37 아기띠	100.00	111.35	120.36	8.10
38 보행기	100.00	100.72	102.75	2.02
39 블록(장난감)	100.00	99.59	92.20	-7.42
40 자전거	100.00	97.85	96.69	-1.18
41 놀이방매트	100.00	109.38	109.71	0.30
42 돌앨범	100.00	105.13	104.65	-0.45
교육용품 및 교육서비스				
43 영유아학습지	100.00	101.81	108.72	6.78
44 영유아책	100.00	100.00	109.40	9.40
45 영유아교재교구	100.00	126.20	134.87	6.86
46 유치원순교육비	100.00	103.16	117.93	14.32
47 유치원추가비용	100.00	114.22	130.66	14.39
48 영유아영어학원	100.00	125.65	124.34	-1.04
49 시간제학원	100.00	81.04	84.97	4.85
기타상품 및 서비스				
50 어린이보험	100.00	110.37	103.77	-5.98
51 어린이집보육료	100.00	111.73	123.30	10.35
52 어린이집추가비용	100.00	87.42	76.32	-12.70
53 산후조리원	100.00	100.60	111.64	10.98

베스트 상품군 지수(III-2)는 대체로 통합지수(III-1)와 유사한 경향을 보였다. 다만 의류의 경우 상의는 통합지수에 비해 가격상승폭이 크고 하의는 통합지수에 비해 적은 가격 상승폭을 보였다. 카시트, 아기띠, 이불과 속싸개의 가격상승 폭도 통합지수에 비해 컸다.

3. 하위 육아물가지수

앞서 산출한 전체 육아물가지수의 이해를 돕고 육아물가 변동의 파악을 통한 정책적 시사점의 도출을 위해, 온·오프라인 구매방식에 따른 가격변동의 차이, 영아가구와 유아가구의 육아품목과 지출비중의 차이를 고려한 가격변동의 차이, 영유아가구 소득수준에 따른 육아물가 가격변동의 차이²⁸⁾, 그 중에서도 특히 저

28) 지수산출의 기초가 된 2012년 조사(최윤경 외, 2012)가 주요 육아품목의 파악 및 비중 산출을

소득 영유아가구의 육아물가지수를 알아보기 위해 이 장에서는 총 3개의 하위 지수를 추가 산출하였다.

가. 온라인 지수(IV)

인터넷으로 조사한 육아 대표품목들의 2014년 기준가격과 2015년 5월, 7월, 9월 가격을 <표 II-3-1>과 같이 나타냈다.

대부분 인터넷 시장가격이 오프라인에서 조사한 시장 가격보다 낮은 편이나 품목에 따라 높은 경우도 있다. 이는 인터넷 시장에서의 상품 선택 폭이 크다 보니 이에 따라 가격대도 다양하게 형성되어 있기 때문으로 보인다(최윤경 외, 2014a). 따라서 인터넷을 이용한 조사방법을 사용하여 인터넷 육아물가지수 산출을 위해서는 다양한 가격범위를 고려한 육아물가지수 산출을 고려해야할 것이다.

<표 II-3-1> 2014-2015 온라인 육아물가가격조사

품목	2014	2015			2015
		5월	7월	9월	
단위: 원					
식료품 및 관련 서비스					
1 우유	3,000	3,014	2,893	2,934	2,947
2 두유	13,633	13,908	13,538	13,877	13,774
3 치즈	4,968	4,894	4,891	4,897	4,894
4 요거트	3,013	3,093	3,005	2,988	3,029
5 분유	25,222	26,549	27,266	28,023	27,279
6 이유식	133,333	117,800	117,800	120,200	18,600
7 시리얼	6,002	5,857	6,278	6,751	6,295
의류/신발 관련서비스					
8 배넛저고리	18,686	14,235	19,622	20,006	17,954
9 상의	25,595	22,842	21,093	36,197	26,711
10 하의	35,800	30,677	23,280	39,404	31,120
11 외투류	82,585	61,352	49,225	90,989	67,189
12 외출복	71,497	58,005	57,099	66,802	60,635
13 내의	19,848	14,230	19,671	19,044	17,649
14 신발	69,064	56,100	57,000	61,000	58,033

위해 중산층 위주로 실시됨에 따라, 상대적으로 저소득/고소득 영유아가구의 사례수가 적었음. 계층별 지수 산출에 무리가 있어, 이에 대한 보완을 위해 2015년 연구에서 「저소득 영유아가구를 대상으로 육아비지출 조사」를 실시함(전국 약 600가구 대상). 2012년 기준 자료와 2015년 저소득 조사 자료를 활용하여, 소득수준별 지수 산출을 시도함. 다만, 조사시점의 차이와 소득수준별 사례수의 차이로 인해 소득계층별 산출에 무리가 있다고 판단, 2015년 조사한 저소득 육아물가지수만을 산출, 분석함.

(표 II-3-1 계속)

품목	2014	2015			2015
		5월	7월	9월	
주택/수도/전기 및 주거서비스					
15 침대	94,667	90,615	90,615	79,538	86,923
16 아기식탁의자	144,632	140,370	135,159	140,561	138,697
17 이불	68,869	94,595	30,606	44,906	56,702
18 걸싸개	115,261	119,750	146,469	130,586	132,268
19 속싸개	26,696	29,400	24,500	21,800	26,200
가정용품 가사 서비스					
20 젓병	21,840	25,465	25,306	24,533	25,101
21 젓꼭지	10,599	13,642	11,906	11,435	12,327
22 소독기	140,582	165,758	141,682	149,939	152,460
23 아기전용세탁세제	6,579	6,680	6,940	6,640	6,750
의료용품 및 보건서비스					
24 비타민	23,008	23,940	24,680	24,749	24,456
25 기저귀	18,020	20,054	18,673	18,714	19,147
26 물티슈	4,192	4,110	4,500	3,960	4,190
27 삼푸	10,408	12,419	11,107	11,535	11,687
28 치약	3,535	4,480	3,700	3,680	3,950
29 칫솔	3,771	3,730	3,660	3,710	3,700
30 로션	19,941	22,144	20,726	21,673	21,514
31 욕조	76,940	69,067	72,023	62,391	67,827
32 유축기	360,518	320,500	277,000	288,500	295,300
33 체온기	53,308	59,319	57,993	60,496	59,269
오락/문화용품 및 관련서비스					
35 카시트	366,327	367,178	393,161	390,685	383,675
36 유모차	870,002	815,379	805,215	817,872	812,822
37 아기띠	132,217	129,741	139,515	154,161	141,139
38 보행기	106,411	103,495	103,403	105,206	104,035
39 블록(장난감)	64,638	58,900	64,900	80,200	68,000
40 자전거	161,583	151,843	137,395	146,711	145,317
41 놀이방매트	100,513	107,751	101,525	114,561	107,946
교육용품 및 교육서비스					
43 영유아학습지	93,667	99,800	99,800	100,467	100,022
44 영유아책	580,000	634,500	634,500	634,500	634,500
45 영유아교재교구	818,750	869,429	882,667	882,667	878,254
기타상품 및 서비스					
50 어린이보험	38,390	47,702	50,787	41,961	46,816

온라인 육아품목 가격을 이용하여 2014년을 기준으로 품목별 가중치를 적용하여 라스파이레스 방식으로 총 지수를 산출한 온라인 지수는 <표 II-3-2>와 같다. 온라인으로 구매가 가능한 품목이어야 하는 관계로, 예방접종비와 돌앨범비, 유치원, 어린이집,

학원, 산후조리원의 서비스 품목은 온라인조사 품목에서 빠졌다(최윤경 외, 2014a).

2014년을 기준으로 5~9월 전년동월과 비교하여 지수를 살펴보면 5월 104.85, 7월 107.1, 9월 103.21이고 2014년 대비 2015년 지수는 104.51로 나타났다. 오프라인 가격지수와 큰 차이를 보이지 않는 가운데 상승률이 다소 높으며, 개별 품목의 변동이 오프라인 가격지수 보다 크게 나타났다. 이는 오프라인 구매 제품에 비해 가격대가 넓고 이 중 고가 상품의 가격 상승폭이 크게 나타난 결과이다. 또한, 오프라인 가격지수와 비교하여 가중치가 큰 서비스 품목(유치원, 어린이집, 학원, 산후조리원, 돌앨범비 등)이 빠져서 상대적으로 2014년에 비해 지수가 상승한 것으로 판단된다. 온라인 품목의 평균 육아물가 수준과 상승폭이 오프라인 가격과 상승에 비해 적지 않고 오히려 일부 지표에서 더 높은 경향을 보이므로, 온라인 (최)저가 위주의 구매방식을 고수하지 않으면 온라인 구매가 알뜰구매로 이어지지 않음을 알 수 있다.

〈표 II-3-2〉 2014-2015 온라인 육아물가지수

품목	2014년	2015년			2015년	전년비 (%)
		5월	7월	9월		
총지수	100.0	104.85	107.10	103.21	104.51	4.51
식료품 및 관련 서비스						
1 우유	100.0	97.48	99.43	97.91	98.24	-1.76
2 두유	100.0	100.67	98.30	104.25	101.04	1.04
3 치즈	100.0	99.37	98.94	97.26	98.51	-1.49
4 요거트	100.0	105.38	97.45	98.93	100.52	0.52
5 분유	100.0	112.78	111.78	101.05	108.16	8.16
6 이유식	100.0	97.92	84.23	85.95	88.95	-11.05
7 시리얼	100.0	96.67	108.18	109.87	104.89	4.89
의류/신발 관련서비스						
8 배넛저고리	100.0	81.51	99.67	105.81	96.08	-3.92
9 상의	100.0	98.85	107.13	106.51	104.36	4.36
10 하의	100.0	83.08	79.38	95.76	86.93	-13.07
11 외투류	100.0	104.45	89.02	68.04	81.36	-18.64
12 외출복	100.0	74.40	76.99	107.12	84.81	-15.19
13 내의	100.0	73.45	106.18	87.99	88.92	-11.08
14 신발	100.0	68.28	85.44	104.61	84.03	-15.97
주택/수도/전기 및 주거서비스						
15 침대	100.0	97.60	95.08	82.99	91.82	-8.18
16 아기식탁의자	100.0	89.86	102.15	96.68	95.90	-4.10
17 이불	100.0	164.83	63.50	44.45	82.33	-17.67
18 걸싸개	100.0	112.55	111.70	120.62	114.76	14.76
19 속싸개	100.0	110.55	88.96	84.00	98.14	-1.86

(표 II-3-2 계속)

품목	2014년	2015년			2015년	전년비 (%)
		5월	7월	9월		
가정용품 가사 서비스						
20 젖병	100.0	105.91	130.84	110.83	114.93	14.93
21 젖꼭지	100.0	114.80	122.48	112.18	116.31	16.31
22 소독기	100.0	129.06	93.98	105.18	108.45	8.45
23 아기전용세탁세제	100.0	100.85	105.22	101.87	102.65	2.65
의료용품 및 보건서비스						
24 비타민	100.0	96.65	114.67	108.88	106.29	6.29
25 기저귀	100.0	99.00	103.71	118.47	106.25	6.25
26 물티슈	100.0	100.74	108.91	90.76	99.95	-0.05
27 삼푸	100.0	98.18	103.30	147.45	112.29	12.29
28 치약	100.0	110.02	109.50	116.68	111.74	11.74
29 칫솔	100.0	119.82	97.01	83.79	98.12	-1.88
30 로션	100.0	99.80	113.96	111.43	107.89	7.89
31 욕조	100.0	95.66	86.90	82.38	88.16	-11.84
32 유축기	100.0	88.49	78.11	79.10	81.92	-18.08
33 체온기	100.0	105.93	127.21	103.70	111.18	11.18
오락/문화용품 및 관련서비스						
35 카시트	100.0	99.68	105.86	108.76	104.74	4.74
36 유모차	100.0	80.56	99.45	103.76	93.43	-6.57
37 아기띠	100.0	93.16	104.06	125.02	106.75	6.75
38 보행기	100.0	97.79	99.22	96.36	97.77	-2.23
39 블록(장난감)	100.0	92.62	113.74	109.47	105.20	5.20
40 자전거	100.0	88.16	85.08	97.15	89.93	-10.07
41 놀이방매트	100.0	104.36	98.09	120.86	107.39	7.39
교육용품 및 교육서비스						
43 영유아학습지	100.0	108.48	108.48	103.57	106.78	6.78
44 영유아책	100.0	109.40	109.40	109.40	109.40	9.40
45 영유아교재교구	100.0	106.19	107.81	107.81	107.27	7.27
기타상품 및 서비스						
50 어린이보험	100.0	129.55	136.40	102.06	121.95	21.95

나. 발달시기별 지수(V)

임신·출산으로 인한 출산준비물과 내구재(카시트, 유모차, 보행기 구입 등) 구입, 그리고 산후조리와 아이돌봄서비스 비용의 비중이 큰 영아기와 달리, 유치원·어린이집 비용과 사교육 서비스의 비용 부담이 커지는 유아기의 지출패턴은 상이한 특성을 보인다. 이들 발달시기 연령별로 다른 육아품목바스켓과 지출비중의 차이를 고려하여 영아가구와 유아가구의 하위지수를 산출하여 비교하였다.

1) 영아가구의 육아물가지수

영아가구의 대표품목에 대한 통합 상품군 가격은 <표 II-3-3>과 같다.

〈표 II-3-3〉 2013-2015 가격조사 결과
- 영아가구 품목/고가베스트·저가 상품군 통합방식(V-1)

단위: 원

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
식료품 및 관련 서비스						
1 우유	2,815	2,978	2,888	2,836	2,889	2,871
2 두유	13,605	13,583	10,810	13,984	13,800	12,864
3 치즈	5,146	5,041	5,078	5,073	5,069	5,074
4 요거트	2,819	2,948	3,116	3,063	2,972	3,050
5 분유	30,734	32,482	32,549	32,668	32,264	32,494
6 이유식	145,000	133,333	117,800	117,800	120,200	118,600
7 시리얼	6,258	6,214	5,856	6,129	6,118	6,034
의류/신발 관련서비스						
8 배넛저고리	18,238	19,194	18,652	19,753	20,724	19,710
9 상의	22,130	29,229	26,750	33,993	27,343	29,362
10 하의	29,835	30,537	25,295	30,900	28,467	28,221
11 외투류	55,395	56,828	44,120	50,237	74,103	56,153
12 외출복	74,217	74,041	73,574	73,469	82,758	76,600
13 내의	23,755	24,756	26,400	26,200	24,000	25,533
14 신발	41,883	44,437	47,223	45,676	46,030	46,310
주택/수도/전기 및 주거서비스						
15 침대	83,000	88,618	90,615	103,000	79,538	91,051
16 아기식탁의자	52,349	53,144	55,000	60,234	60,704	58,646
17 이불	373,858	359,109	385,478	378,732	383,728	382,646
18 겹짜개	112,627	122,081	121,638	122,995	121,324	121,986
19 속짜개	29,393	28,716	29,398	28,567	29,814	29,260
가정용품 가사 서비스						
20 젖병	20,762	21,722	23,151	20,854	21,082	21,696
21 젖꼭지	9,856	9,796	9,479	9,455	9,305	9,413
22 소독기	160,842	145,215	149,000	163,277	160,091	157,456
23 아기전용세탁세제	10,524	11,083	9,850	11,275	12,554	11,226
의료용품 및 보건서비스						
24 비타민	31,226	31,451	31,632	30,588	31,143	31,121
25 기저귀	26,892	25,454	24,000	24,036	24,000	24,012
26 물티슈	11,613	10,988	10,746	9,997	11,220	10,654
27 샴푸	16,116	16,125	15,375	15,521	15,655	15,517
28 치약	3,484	3,226	3,300	2,900	2,800	3,000
29 칫솔	5,324	5,076	5,212	5,457	5,078	5,249

(표 II-3-3 계속)

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
30 로션	18,525	17,342	17,200	17,200	17,300	17,233
31 욕조	65,957	72,272	69,000	64,000	63,000	65,333
32 유축기	133,762	144,125	148,114	143,800	140,150	144,021
33 체온계	100,677	104,472	102,000	105,308	105,185	104,164
34 예방접종비	130,542	5,338	8,333	5,116	0	4,483
오락/문화용품 및 관련서비스						
35 카시트	424,469	449,413	493,033	485,526	459,158	479,239
36 유모차	690,046	751,079	730,310	752,152	753,081	745,181
37 아기띠	117,254	123,546	130,000	132,166	134,400	132,189
38 보행기	130,402	131,023	133,005	136,200	135,226	134,810
39 블록(장난감)	41,032	40,863	39,904	40,848	32,738	37,830
40 자전거	212,806	208,223	226,458	199,861	190,978	205,766
41 놀이방매트	72,538	79,341	72,750	76,832	89,166	79,582
42 돌앨범	807,441	718,283	642,222	836,500	733,900	737,541
교육용품 및 교육서비스						
43 영유아학습지	92,000	93,667	99,800	99,800	100,467	100,022
44 영유아책	580,000	580,000	634,500	634,500	634,500	634,500
45 영유아교재교구	648,750	818,750	859,500	882,667	882,667	874,944
49 시간제학원	102,298	103,376	110,724	108,217	108,083	109,008
기타상품 및 서비스						
50 어린이보험	46,393	38,390	41,000	42,200	41,961	41,720
51 어린이집보육료	5,789	6,468	7,753	6,500	7,160	7,138
52 어린이집추가비용	93,380	81,636	75,114	65,000	73,700	71,271
53 산후조리원	2,436,065	2,450,589	2,790,972	2,662,000	2,705,818	2,719,597

<표 II-3-3>을 이용하여 2013년을 기준으로 하는 품목별 지수를 산출하고 품목별 가중치를 적용하여 라스파이레스 방식으로 총 지수를 산출한 영아가구 통합 상품군에 대한 지수는 다음 <표 II-3-4>와 같다.

영아가구 통합 상품군에 대한 2015년 지수는 96.57로 전년 대비 1.1% 상승하였으나, 기준년도인 2013년에 비해 여전히 영아가구 육아물가지수는 하락한 것을 알 수 있다. 이는 영아가구에서 지출 비중이 높은 기저귀, 어린이집 추가비용 등의 가격이 떨어지고, 분유 등이 오르지않고 가격수준이 유지되고 있기 때문으로 보인다. 또한, 영아가구의 지출 비중이 높은 예방접종의 경우 정부 지원의 확대에 의해 영아가구의 육아물가지수가 앞서 산출한 육아물가지수(II, III-1, III-2)에 비해 떨어지는데 기여한 것으로 판단된다.

〈표 II-3-4〉 영아가구 육아물가지수(V-1) - 통합상품군

	품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
	총지수	100.0	95.49	96.57	1.1
	식료품 및 관련 서비스				
1	우유	100.0	105.8	102.0	-3.6
2	두유	100.0	99.8	94.6	-5.3
3	치즈	100.0	98.0	98.6	0.6
4	요거트	100.0	104.6	108.2	3.5
5	분유	100.0	105.7	105.7	0.0
6	이유식	100.0	92.0	81.8	-11.0
7	시리얼	100.0	99.3	96.4	-2.9
	의류/신발 관련서비스				
8	배넛저고리	100.0	105.2	108.1	2.7
9	상의	100.0	132.1	132.7	0.5
10	하의	100.0	102.4	94.6	-7.6
11	외투류	100.0	102.6	101.4	-1.2
12	외출복	100.0	99.8	103.2	3.5
13	내의	100.0	104.2	107.5	3.1
14	신발	100.0	106.1	110.6	4.2
	주택/수도/전기 및 주거서비스				
15	침대	100.0	106.8	109.7	2.7
16	아기식탁의자	100.0	101.5	112.0	10.4
17	이불	100.0	96.1	102.4	6.6
18	겉싸개	100.0	108.4	108.3	-0.1
19	속싸개	100.0	97.7	99.5	1.9
	가정용품 가사 서비스				
20	젓병	100.0	104.6	104.5	-0.1
21	젓꼭지	100.0	99.4	95.5	-3.9
22	소독기	100.0	90.3	97.9	8.4
23	아기전용세탁세제	100.0	105.3	106.7	1.3
	의료용품 및 보건서비스				
24	비타민	100.0	100.7	99.7	-1.0
25	기저귀	100.0	94.7	89.3	-5.7
26	물티슈	100.0	94.6	91.7	-3.0
27	샴푸	100.0	100.1	96.3	-3.8
28	치약	100.0	92.6	86.1	-7.0
29	칫솔	100.0	95.3	98.6	3.4
30	로션	100.0	93.6	93.0	-0.6
31	욕조	100.0	109.6	99.1	-9.6
32	유축기	100.0	107.7	107.7	-0.1
33	체온계	100.0	103.8	103.5	-0.3
34	예방접종비	100.0	4.1	3.4	-16.0

(표 II-3-4 계속)

	품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
오락/문화용품 및 관련서비스					
35	카시트	100.0	105.9	112.9	6.6
36	유모차	100.0	108.8	108.0	-0.8
37	아기띠	100.0	105.4	112.7	7.0
38	보행기	100.0	100.5	103.4	2.9
39	블록(장난감)	100.0	99.6	92.2	-7.4
40	자전거	100.0	97.8	96.7	-1.2
41	놀이방매트	100.0	109.4	109.7	0.3
42	돌앨범	100.0	89.0	91.3	2.7
교육용품 및 교육서비스					
43	영유아학습지	100.0	101.8	108.7	6.8
44	영유아책	100.0	100.0	109.4	9.4
45	영유아교재교구	100.0	126.2	134.9	6.9
49	시간제학원	100.0	101.1	106.6	5.4
기타상품 및 서비스					
50	어린이보험	100.0	82.7	89.9	8.7
51	어린이집보육료	100.0	111.7	123.3	10.4
52	어린이집추가비용	100.0	87.4	76.3	-12.7
53	산후조리원	100.0	100.6	111.6	11.0

영아가구의 대표품목에 대한 베스트 상품군 가격 결과는 다음 <표 II-3-5>와 같다. 영아가구의 통합 상품군 가격 추이와 크게 다르지 않은 것으로 조사되었으나, 어린이보험의 경우 다양한 가격대의 보험 상품에 비해 영아 가구에서 많이 사용하는 베스트 상품의 가격이 전년에 비해 떨어진 것으로 나타났다.

<표 II-3-5> 2013-2015 가격조사 결과 - 영아가구 품목/베스트 상품군(V-2)

단위: 원

	품목	2013년	2014년	2015년			2015년
				5월	7월	9월	
식료품 및 관련 서비스							
1	우유	2,397	2,610	2,574	2,575	2,571	2,573
2	두유	13,605	13,583	10,810	13,984	13,800	12,864
3	치즈	5,146	5,041	5,078	5,073	5,069	5,074
4	요거트	2,819	2,948	3,116	3,063	2,972	3,050
5	분유	26,697	28,278	28,000	28,475	28,387	28,287
6	이유식	145,000	133,333	117,800	117,800	120,200	118,600
7	시리얼	5,641	5,413	4,982	5,588	4,986	5,185

(표 II-3-5 계속)

	품목	2013년	2014년	2015년			2015년
				5월	7월	9월	
의류/신발 관련서비스							
8	배넛저고리	17,881	19,094	18,547	19,733	19,879	19,386
9	상의	21,662	26,834	21,667	31,921	26,750	26,779
10	하의	30,210	27,280	22,740	33,220	23,600	26,520
11	외투류	50,686	56,751	41,000	46,780	80,550	56,110
12	외출복	71,903	72,856	72,387	70,725	84,211	75,774
13	내의	22,679	24,530	25,870	25,268	25,967	25,702
14	신발	42,967	45,962	47,129	43,221	46,667	45,672
주택/수도/전기 및 주거서비스							
15	침대	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000
16	아기식탁의자	51,800	52,633	55,000	48,940	50,998	51,446
17	이불	359,385	351,303	379,717	373,875	372,433	375,342
18	결싸개	110,043	118,220	125,542	120,107	116,767	120,805
19	속싸개	28,695	27,788	28,283	27,986	29,957	28,742
가정용품 가사 서비스							
20	젓병	20,762	21,860	23,151	20,854	21,082	21,696
21	젓꼭지	9,856	9,854	9,479	9,455	9,305	9,413
22	소독기	160,842	152,255	149,000	163,277	160,091	157,456
23	아기전용세탁세제	10,524	10,799	10,256	11,522	12,660	11,479
의료용품 및 보건서비스							
24	비타민	31,226	31,451	31,632	30,588	31,143	31,121
25	기저귀	26,403	26,020	25,000	25,590	25,094	25,228
26	물티슈	11,613	10,988	10,746	9,997	11,220	10,654
27	삼푸	16,116	16,125	15,375	15,521	15,655	15,517
28	치약	3,484	3,226	3,300	2,900	2,800	3,000
29	칫솔	5,324	5,076	5,212	5,457	5,078	5,249
30	로션	18,525	17,342	17,200	17,200	17,300	17,233
31	욕조	67,160	72,266	67,840	63,350	65,895	65,695
32	유축기	133,762	146,112	148,114	143,800	140,150	144,021
33	체온계	100,677	104,741	102,000	105,308	105,185	104,164
34	예방접종비	130,542	5,338	8,333	5,116	0	4,483
오락/문화용품 및 관련서비스							
35	카시트	424,276	448,330	529,092	535,038	473,208	512,446
36	유모차	697,254	770,716	855,259	781,441	725,938	787,546
37	아기띠	116,949	130,222	133,690	145,913	142,690	140,764
38	보행기	128,613	129,543	129,315	134,071	133,081	132,156
39	블록(장난감)	41,032	40,863	39,904	40,848	32,738	37,830
40	자전거	212,806	208,223	226,458	199,861	190,978	205,766
41	놀이방매트	72,538	79,341	72,750	76,832	89,166	79,582
42	돌앨범	489,534	514,633	530,000	510,000	496,900	512,300

(표 II-3-5 계속)

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
교육용품 및 교육서비스						
43 영유아학습지	92,000	93,667	99,800	99,800	100,467	100,022
44 영유아책	580,000	580,000	634,500	634,500	634,500	634,500
45 영유아교재교구	648,750	818,750	859,500	882,667	882,667	874,944
49 시간제학원	102,298	103,376	110,724	108,217	108,083	109,008
기타상품 및 서비스						
50 어린이보험	57,340	63,287	59,500	59,500	59,500	59,500
51 어린이집보육료	5,789	6,468	7,753	6,500	7,160	7,138
52 어린이집추가비용	93,380	81,636	75,114	65,000	73,700	71,271
53 산후조리원	2,436,065	2,450,589	2,790,972	2,662,000	2,705,818	2,719,597

<표 II-3-5>를 이용하여 산출한 영아가구 베스트 상품군에 대한 육아물가지수(V-2)는 <표 II-3-6>과 같다. 영아가구 베스트 상품군에 대한 2015년 지수는 99.36으로 전년에 비해 0.7% 상승하였다. 전년에 비해 소폭 상승한 통합상품군 지수와 마찬가지로 베스트 영아 상품군의 가격 지수도 상승세를 보였으나, 그 증가율은 상대적으로 적다.

<표 II-3-6> 영아가구 육아물가지수(V-2) - 베스트상품군

품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
총지수	100.0	98.66	99.36	0.7
식품 및 관련 서비스				
1 우유	100.0	108.9	107.4	-1.4
2 두유	100.0	99.8	94.6	-5.3
3 치즈	100.0	98.0	98.6	0.6
4 요거트	100.0	104.6	108.2	3.5
5 분유	100.0	105.9	106.0	0.0
6 이유식	100.0	92.0	81.8	-11.0
7 시리얼	100.0	96.0	91.9	-4.2
의류/신발 관련서비스				
8 배냇저고리	100.0	106.8	108.4	1.5
9 상의	100.0	123.9	123.6	-0.2
10 하의	100.0	90.3	87.8	-2.8
11 외투류	100.0	112.0	110.7	-1.1
12 외출복	100.0	101.3	105.4	4.0
13 내의	100.0	108.2	113.3	4.8
14 신발	100.0	107.0	106.3	-0.6
주택/수도/전기 및 주거서비스				
15 침대	100.0	100.0	100.0	0.0

(표 II-3-6 계속)

	품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
	총지수	100.0	98.66	99.36	0.7
16	아기식탁의자	100.0	101.6	99.3	-2.3
17	이불	100.0	97.8	104.4	6.8
18	겉싸개	100.0	107.4	109.8	2.2
19	속싸개	100.0	96.8	100.2	3.4
	가정용품 가사 서비스				
20	젓병	100.0	105.3	104.5	-0.8
21	젓꼭지	100.0	100.0	95.5	-4.5
22	소독기	100.0	94.7	97.9	3.4
23	아기전용세탁세제	100.0	102.6	109.1	6.3
	의료용품 및 보건서비스				
24	비타민	100.0	100.7	99.7	-1.0
25	기저귀	100.0	98.5	95.5	-3.0
26	물티슈	100.0	94.6	91.7	-3.0
27	샴푸	100.0	100.1	96.3	-3.8
28	치약	100.0	92.6	86.1	-7.0
29	칫솔	100.0	95.3	98.6	3.4
30	로션	100.0	93.6	93.0	-0.6
31	욕조	100.0	107.6	97.8	-9.1
32	유축기	100.0	109.2	107.7	-1.4
33	체온계	100.0	104.0	103.5	-0.6
34	예방접종비	100.0	4.1	3.4	-16.0
	오락/문화용품 및 관련서비스				
35	카시트	100.0	105.7	120.8	14.3
36	유모차	100.0	110.5	112.9	2.2
37	아기띠	100.0	111.3	120.4	8.1
38	보행기	100.0	100.7	102.8	2.0
39	블록(장난감)	100.0	99.6	92.2	-7.4
40	자전거	100.0	97.8	96.7	-1.2
41	놀이방매트	100.0	109.4	109.7	0.3
42	돌앨범	100.0	105.1	104.7	-0.5
	교육용품 및 교육서비스				
43	영유아학습지	100.0	101.8	108.7	6.8
44	영유아책	100.0	100.0	109.4	9.4
45	영유아교재교구	100.0	126.2	134.9	6.9
49	시간제학원	100.0	101.1	106.6	5.4
	기타상품 및 서비스				
50	어린이보험	100.0	110.4	103.8	-6.0
51	어린이집보육료	100.0	111.7	123.3	10.4
52	어린이집추가비용	100.0	87.4	76.3	-12.7
53	산후조리원	100.0	100.6	111.6	11.0

2) 유아가구의 육아물가지수

유아가구의 대표품목에 대한 통합 상품군 가격 결과는 다음 <표 II-3-7>과 같다. 전체 33개 품목으로 영아가구에 비해 품목 수가 적고, 의류는 48개월을 기준으로 가격 조사를 하였다. 가격 추이는 품목에 따라 약간의 차이는 있을 수 있으나 크게는 차이가 없는 것을 알 수 있다.

〈표 II-3-7〉 2013-2015 가격조사 결과
- 유아가구 품목/고가·베스트·저가 상품군 통합방식(V-3)

단위: 원

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
식료품 및 관련 서비스						
1 우유	2,814	2,978	2,888	2,836	2,889	2,871
2 두유	13,600	13,583	10,810	13,984	13,800	12,864
3 치즈	5,146	5,041	5,078	5,073	5,069	5,074
4 요거트	2,821	2,948	3,116	3,063	2,972	3,050
7 시리얼	6,296	5,681	5,856	6,129	6,118	6,034
의류/신발 관련서비스						
9 상의	25,916	30,025	24,157	30,377	34,039	29,524
10 하의	36,693	44,381	41,210	44,422	52,942	44,555
11 외투류	65,381	69,926	55,929	58,428	91,080	68,479
12 외출복	75,300	113,498	97,572	126,921	103,960	109,484
13 내의	23,755	24,756	26,400	26,200	24,000	25,533
14 신발	45,554	53,857	55,312	57,200	53,653	55,388
주택/수도/전기 및 주거서비스						
15 침대	83,000	88,618	90,615	103,000	79,538	91,051
17 이불	38,853	38,428	41,467	41,536	39,300	40,768
가정용품 가사 서비스						
의료용품 및 보건서비스						
24 비타민	31,307	31,451	31,632	30,588	31,143	31,121
26 물티슈	11,617	10,988	10,746	9,997	11,220	10,654
27 샴푸	16,112	16,125	15,375	15,521	15,655	15,517
28 치약	3,484	3,226	3,300	2,900	2,800	3,000
29 칫솔	5,336	5,076	5,212	5,457	5,078	5,249
30 로션	18,506	17,342	17,200	17,200	17,300	17,233
오락/문화용품 및 관련서비스						
35 카시트	424,651	449,413	493,033	485,526	459,158	479,239
39 블록(장난감)	41,104	36,031	39,904	40,848	32,738	37,830

(표 II-3-7 계속)

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
40 자전거	212,869	208,223	226,458	199,861	190,978	205,766
41 놀이방매트	72,581	79,341	72,750	76,832	89,166	79,582
교육용품 및 교육서비스						
43 영유아학습지	92,000	93,667	99,800	99,800	100,467	100,022
44 영유아책	580,000	580,000	634,500	634,500	634,500	634,500
45 영유아교재교구	648,750	818,750	859,500	882,667	882,667	874,944
46 유치원순교육비	57,962	59,791	68,158	68,500	68,400	68,353
47 유치원추가비용	117,733	134,477	155,000	153,000	153,500	153,833
48 영유아영어학원	667,660	838,884	820,556	840,313	829,677	830,182
49 시간제학원	127,569	103,376	108,880	107,333	107,738	107,984
기타상품 및 서비스						
50 어린이보험	46,393	38,390	41,000	42,200	41,961	41,720
51 어린이집보육료	5,789	6,468	7,753	6,500	7,160	7,138
52 어린이집추가비용	93,380	81,636	75,114	65,000	73,700	71,271

<표 II-3-7>의 가격데이터를 이용하여 유아가구 통합상품군에 대한 지수 산출 결과는 다음 <표 II-3-8>과 같다. 유아가구 통합상품군에 대한 2015년 지수는 107.89로 전년 동월 대비 6.1% 상승하여 통합상품군 방식의 영유아가구 육아물가지수(Ⅲ-1) 100.92에 비해 큰 폭으로 상승하였다. 이는 전체 유아가구 품목 중 비중이 높은 유치원 순교육비, 추가비용과 어린이집 보육료의 가격 상승 때문인 것으로 판단된다. 영유아 학습지/책/교재교구의 가격 상승폭도 컸다. 유아가구의 양육비용 부담은 유치원·어린이집, 교재교구/학습지 등과 같은 공적 사회적 교육·보육 비용의 가격수준 및 상승률과 밀접한 관계가 있음을 알 수 있다.

<표 II-3-8> 유아가구 육아물가지수(V-3) - 통합상품군

품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
총지수	100.0	101.69	107.89	6.1
식료품 및 관련 서비스				
1 우유	100.0	105.8	102.0	-3.6
2 두유	100.0	99.9	94.6	-5.3
3 치즈	100.0	98.0	98.6	0.6
4 요거트	100.0	104.5	108.1	3.5
7 시리얼	100.0	90.2	95.8	6.2

(표 II-3-8 계속)

	품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
의류/신발 관련서비스					
9	상의	100.0	115.9	113.9	-1.7
10	하의	100.0	121.0	121.4	0.4
11	외투류	100.0	107.0	104.7	-2.1
12	외출복	100.0	150.7	145.4	-3.5
13	내의	100.0	104.2	107.5	3.1
14	신발	100.0	118.2	121.6	2.8
주택/수도/전기 및 주거서비스					
15	침대	100.0	106.8	109.7	2.7
17	이불	100.0	98.9	104.9	6.1
가정용품 가사 서비스					
의료용품 및 보건서비스					
24	비타민	100.0	100.5	99.4	-1.0
26	물티슈	100.0	94.6	91.7	-3.0
27	샴푸	100.0	100.1	96.3	-3.8
28	치약	100.0	92.6	86.1	-7.0
29	칫솔	100.0	95.1	98.4	3.4
30	로션	100.0	93.7	93.1	-0.6
오락/문화용품 및 관련서비스					
35	카시트	100.0	105.8	112.9	6.6
39	블록(장난감)	100.0	87.7	92.0	5.0
40	자전거	100.0	97.8	96.7	-1.2
41	놀이방매트	100.0	109.3	109.6	0.3
교육용품 및 교육서비스					
43	영유아학습지	100.0	101.8	108.7	6.8
44	영유아책	100.0	100.0	109.4	9.4
45	영유아교재교구	100.0	126.2	134.9	6.9
46	유치원순교육비	100.0	103.2	117.9	14.3
47	유치원추가비용	100.0	114.2	130.7	14.4
48	영유아영어학원	100.0	125.6	124.3	-1.0
49	시간제학원	100.0	81.0	84.6	4.5
기타상품 및 서비스					
50	어린이보험	100.0	82.7	89.9	8.7
51	어린이집보육료	100.0	111.7	123.3	10.4
52	어린이집추가비용	100.0	87.4	76.3	-12.7

유아가구의 대표품목에 대한 베스트상품군 가격 결과는 다음 <표 II-3-9>와 같다. 베스트 상품군의 가격 추이도 앞의 통합상품군의 가격 결과와 큰 차이를 보이지 않는다.

〈표 II-3-9〉 2013-2015 가격조사 결과 - 유아가구 품목/베스트 상품군(V-4)

단위: 원

품목	2013년	2014년	2015년			2015년
			5월	7월	9월	
식료품 및 관련 서비스						
1 우유	2,397	2,610	2,574	2,575	2,571	2,573
2 두유	13,605	13,583	10,810	13,984	13,800	12,864
3 치즈	5,146	5,041	5,078	5,073	5,069	5,074
4 요거트	2,819	2,948	3,116	3,063	2,972	3,050
7 시리얼	5,641	5,413	4,982	5,588	4,986	5,185
의류/신발 관련서비스						
9 상의	29,646	24,248	24,070	25,966	30,013	26,683
10 하의	39,569	36,280	37,892	35,097	40,489	37,826
11 외투류	72,939	69,890	50,725	62,609	93,253	68,862
12 외출복	78,644	72,745	74,054	73,022	82,931	76,669
13 내의	22,679	24,530	25,870	25,268	25,967	25,702
14 신발	49,689	54,447	51,557	51,527	45,215	49,433
주택/수도/전기 및 주거서비스						
15 침대	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000
17 이불	37,493	37,861	39,514	41,100	42,175	40,930
가정용품 가사 서비스						
의료용품 및 보건서비스						
24 비타민	31,226	31,451	31,632	30,588	31,143	31,121
26 물티슈	11,613	10,988	10,746	9,997	11,220	10,654
27 샴푸	16,116	16,125	15,375	15,521	15,655	15,517
28 치약	3,484	3,226	3,300	2,900	2,800	3,000
29 칫솔	5,324	5,076	5,212	5,457	5,078	5,249
30 로션	18,525	17,342	17,200	17,200	17,300	17,233
오락/문화용품 및 관련서비스						
35 카시트	424,276	448,330	529,092	535,038	473,208	512,446
39 블록(장난감)	41,032	40,863	39,904	40,848	32,738	37,830
40 자전거	212,806	208,223	226,458	199,861	190,978	205,766
41 놀이방매트	72,538	79,341	72,750	76,832	89,166	79,582
교육용품 및 교육서비스						
43 영유아학습지	92,000	93,667	99,800	99,800	100,467	100,022
44 영유아책	580,000	580,000	634,500	634,500	634,500	634,500
45 영유아교재교구	648,750	818,750	859,500	882,667	882,667	874,944
46 유치원순교육비	57,962	59,791	68,158	68,500	68,400	68,353
47 유치원추가비용	117,733	134,477	155,000	153,000	153,500	153,833
48 영유아영어학원	667,660	838,884	820,556	840,313	829,677	830,182
49 시간제학원	127,569	103,376	108,880	107,333	107,738	107,984
기타상품 및 서비스						
50 어린이보험	57,340	63,287	59,500	59,500	59,500	59,500
51 어린이집보육료	5,789	6,468	7,753	6,500	7,160	7,138
52 어린이집추가비용	93,380	81,636	75,114	65,000	73,700	71,271

<표 II-3-9> 가격데이터를 이용하여 유아가구 베스트상품군에 대한 지수 산출 결과는 다음 <표 II-3-10>과 같다. 유아가구 베스트상품군에 대한 2015년 지수는 108.45로 전년에 비해 4.8% 상승하였다. 유아가구 통합상품군의 가격 지수와 비슷한 패턴을 보이는 가운데 통합지수(+6.1%)에 비해 다소 적은 가격 상승 폭을 보이고 있다.

<표 II-3-10> 유아가구 육아물가지수(V-4) - 베스트상품군

	품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
	총지수	100.0	103.50	108.45	4.8
	식료품 및 관련 서비스				
1	우유	100.0	108.9	107.4	-1.4
2	두유	100.0	99.8	94.6	-5.3
3	치즈	100.0	98.0	98.6	0.6
4	요거트	100.0	104.6	108.2	3.5
7	시리얼	100.0	96.0	91.9	-4.2
	의류/신발 관련서비스				
9	상의	100.0	81.8	90.0	10.0
10	하의	100.0	91.7	95.6	4.3
11	외투류	100.0	95.8	94.4	-1.5
12	외출복	100.0	92.5	97.5	5.4
13	내의	100.0	108.2	113.3	4.8
14	신발	100.0	109.6	99.5	-9.2
	주택/수도/전기 및 주거서비스				
15	침대	100.0	100.0	100.0	0.0
17	이불	100.0	101.0	109.2	8.1
	가정용품 가사 서비스				
	의료용품 및 보건서비스				
24	비타민	100.0	100.7	99.7	-1.0
26	물티슈	100.0	94.6	91.7	-3.0
27	샴푸	100.0	100.1	96.3	-3.8
28	치약	100.0	92.6	86.1	-7.0
29	칫솔	100.0	95.3	98.6	3.4
30	로션	100.0	93.6	93.0	-0.6
	오락/문화용품 및 관련서비스				
35	카시트	100.0	105.7	120.8	14.3
39	블록(장난감)	100.0	99.6	92.2	-7.4
40	자전거	100.0	97.8	96.7	-1.2
41	놀이방매트	100.0	109.4	109.7	0.3
	교육용품 및 교육서비스				
43	영유아학습지	100.0	101.8	108.7	6.8
44	영유아책	100.0	100.0	109.4	9.4
45	영유아교재교구	100.0	126.2	134.9	6.9
46	유치원순교육비	100.0	103.2	117.9	14.3
47	유치원추가비용	100.0	114.2	130.7	14.4
48	영유아영어학원	100.0	125.6	124.3	-1.0
49	시간제학원	100.0	81.0	84.6	4.5

(표 II-3-10 계속)

품목	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
기타상품 및 서비스				
50 어린이보험	100.0	110.4	103.8	-6.0
51 어린이집보육료	100.0	111.7	123.3	10.4
52 어린이집추가비용	100.0	87.4	76.3	-12.7

다. 저소득층 육아물가지수(VI)

2014년 육아물가지수 산출 연구에서는 2012년에 조사한 영유아 가구의 생계비 조사 데이터를 활용하여 소득계층에 따른 육아물가지수 산출을 시도하였다. 그러나 적은 표본수의 한계로 인해 소득계층에 따른 육아품목 가중치의 신뢰성을 확보하지 못하였다. 따라서 2015년 육아물가지수 산출에서는 월 소득 230만원 이하의 저소득 영유아가구 600사례를 대상으로 육아물가지수의 53개 품목에 대한 월평균 지출금액과 구매빈도, 구매경험 등을 조사하여 저소득층 육아물가지수 산출을 시도하였다²⁹⁾.

다음 <표 II-3-11>은 저소득층의 육아품목 지출 기초통계이고 <표 II-3-12>는 소득계층별 육아품목 가중치 산출 결과로, 새로 산출한 저소득층의 육아품목 가중치 비교를 위해 2012년 육아생계비 조사 데이터를 기준으로 산출한 가중치와 함께 제시하였다.

〈표 II-3-11〉 저소득층 육아품목 기초통계

품목	N	평균
식료품 및 관련 서비스		
1 우유	300	32,233
2 두유	148	19,865
3 치즈	236	14,237
4 요거트	241	15,726
5 분유	136	102,574
6 이유식	117	46,667
7 시리얼	105	15,619
의류/신발 관련서비스		
8 배넛저고리	15	35,333
9 상의	211	36,540
10 하의	224	33,438
11 외투류	54	56,296
12 외출복	149	55,973
13 내의	146	30,959
14 신발	175	38,171

29) 조사 관련 내용은 <부록 2> 참조

(표 II-3-11 계속)

	품목	N	평균
주택/수도/전기 및 주거서비스			
15	침대	62	288,387
16	아기식탁의자	106	112,547
17	이불	110	65,217
18	겉싸개	110	35,714
19	속싸개	110	30,000
가정용품 및 가사서비스			
20	젓병	55	27,636
21	젓꼭지	49	17,755
22	소독기	15	38,000
23	아기전용세탁세제	62	22,258
의료용품 및 보건서비스			
24	비타민	83	26,627
25	기저귀	264	83,409
26	물티슈	313	19,010
27	샴푸	160	14,750
28	치약	141	10,993
29	칫솔	151	12,185
30	로션	184	17,011
31	육조	3	50,000
32	유축기	12	46,667
33	체온기	8	43,750
34	예방접종비 ³⁰⁾	75	40,267
오락/문화용품 및 관련서비스			
35	카시트	110	328,750
36	유모차	353	299,500
37	아기띠	110	110,000
38	보행기	110	95,000
39	블록(장난감)	111	51,712
40	자전거	13	116,923
41	놀이방매트	110	117,946
42	돌앨범	110	484,653
교육용품 및 교육서비스			
43	영유아학습지	65	64,308
44	영유아책	65	81,538
45	영유아교재교구	42	59,286
46	유치원순교육비	34	137,353
47	유치원추가비용	47	95,957
48	영유아영어학원	2	85,000
49	시간제학원	29	116,552

(표 II-3-11 계속)

	품목	N	평균
기타상품 및 서비스			
50	어린이보험	232	69,957
51	어린이집보육료	97	124,845
52	어린이집추가비용	100	88,000
53	산후조리원	13	1,253,173

자료: 본 연구 2015 저소득 영유아가구 조사 결과

시점의 차이가 있기는 하나 전체 영유아 가구의 53개 품목 지출 비중과 비교하여, 저소득층일수록 전체 소비지출에서 분유, 이유식, 기저귀, 물티슈 등의 필수재 지출 비중이 높게 나타났고, 내구재인 아기식탁의자, 카시트, 유모차 등의 비중도 영유아 가구 전체 지출 비중 보다 높은 것을 알 수 있다. 서비스의 경우 전체 조사 표본에 비해 정책 지원 대상인 유치원 순교육비와 어린이집 보육료의 지출 비중은 전체 가구에 비해 낮은 반면, 추가 교육비에 대한 부담은 큰 것으로 나타났다.

〈표 II-3-12〉 소득계층별 육아품목 가중치 산출

품목	연간 가중치	CPI가중치		가중치 추가 산출			
		서울	전국	하층 ³¹⁾	중층	상층	
육아물가지수	1,000.00			2012	2015	2012	2012
식료품 및 관련 서비스	193.83	8.2	8.7	245.19	229.18	233.17	156.88
1 우유	38.49	5.4	5.8	40.35	31.28	29.00	21.93
2 두유	16.15	0.6	0.8	14.84	19.02	17.02	13.11
3 치즈	27.80	0.5	0.5	18.21	21.74	23.00	20.30
4 요거트	20.15	-	-	27.39	24.52	16.16	10.43
5 분유	61.29	0.9	0.8	102.65	90.24	114.83	57.89
6 이유식	11.12	0.1	0.1	17.96	35.32	20.92	22.11
7 시리얼	18.83	0.7	0.7	23.79	7.07	12.23	11.11
의류/신발 관련 서비스	36.60	0.7	1.0	51.35	29.22	42.08	27.42
8 배냇저고리	2.95	-	-	6.32	0.29	5.70	0.87
9 상의	8.72	-	-	8.32	4.16	9.45	4.60
10 하의	6.63	-	-	6.71	4.04	6.93	3.92
11 외투류	4.83	-	-	6.30	3.28	5.18	3.83
12 외출복	3.59	-	-	1.18	8.99	3.45	6.80
13 내의	5.61	-	-	18.49	4.87	7.87	2.51

30) 폐렴구균 예방접종의 경우 국가에서 지원하는 무료예방접종으로 변경되었으나 일부 현장에서는 일정수준의 비용을 받고 접종하는 경우가 있어 조사대상 품목으로 유지함(최윤경 외, 2014a).

(표 II-3-12 계속)

품목	연간 가중치	CPI가중치		가중치 추가 산출			
		서울	전국	하층	중층	상층	
14 신발	4.27	0.7	1.0	4.04	3.60	3.49	4.89
주택·수도·전기 및 주거서비스	21.25	-	-	22.54	30.27	30.51	12.32
15 침대	10.73	-	-	8.53	9.64	12.83	8.24
16 아기식탁의자	1.20	-	-	4.01	12.86	1.66	1.82
17 이불	6.66	-	-	4.83	3.87	10.86	1.96
18 겹짜개	1.72	-	-	3.40	2.12	3.32	0.24
19 속짜개	0.94	-	-	1.78	1.78	1.83	0.06
가정용품 및 가사서비스	9.37	-	-	21.16	6.80	17.01	6.95
20 젓병	2.91	-	-	6.03	1.64	5.60	2.39
21 젓꼭지	2.04	-	-	4.80	1.88	3.90	1.43
22 소독기	1.09	-	-	1.90	0.31	1.45	1.78
23 아기전용세탁세제	3.32	-	-	8.43	2.98	6.05	1.35
의료용품 및 보건서비스	177.04	7.3	7.7	218.86	224.12	272.08	127.84
24 비타민	9.74	0.6	0.6	6.12	4.77	6.18	16.10
25 기저귀	90.06	1.9	2.1	152.56	142.45	149.93	31.58
26 물티슈	26.98	-	-	28.07	38.49	44.27	22.10
27 샴푸	3.08	0.9	1.0	2.62	2.54	4.51	1.53
28 치약	2.75	0.3	0.3	1.45	10.03	2.71	1.37
29 칫솔	5.60	0.4	0.4	2.15	3.97	4.16	3.03
30 로션	2.03	2.0	2.0	1.99	1.69	2.93	1.50
31 욕조	1.48	-	-	2.37	0.16	2.87	0.56
32 유축기	1.64	-	-	1.36	0.30	3.03	0.07
33 체온기	1.89	0.2	0.3	5.27	0.19	2.75	0.51
34 예방접종비	31.80	1.0	1.0	14.90	19.54	48.75	49.48
오락·문화용품 및 관련서비스	73.82	2.2	2.4	123.27	135.28	123.78	74.08
35 카시트	11.00	-	-	4.20	19.49	18.34	18.69
36 유모차	20.13	0.8	0.8	50.42	56.99	38.06	18.17
37 아기띠	4.33	-	-	7.33	6.52	8.04	3.85
38 보행기	2.91	-	-	2.72	5.63	5.79	2.55
39 블록(장난감)	3.84	1.3	1.5	2.79	3.09	3.81	0.93
40 자전거	3.06	0.1	0.1	1.56	0.82	1.95	2.56
41 놀이방매트	4.72	-	-	3.72	13.99	7.56	5.29
42 돌엘범	23.83	-	-	50.52	28.74	40.22	22.05
교육용품 및 교육서비스	219.97	16.2	16.6	79.81	113.59	49.91	372.43
43 영유아학습지	29.01	6.5	8.4	28.05	27.04	6.37	32.90
44 영유아책	14.91	-	-	13.19	2.86	12.07	22.39
45 영유아교재교구	19.87	0.9	1.3	1.02	1.34	21.25	15.30

31) 본 고에서 산출한 가구소득 수준별 구분은 상대적으로 가구소득이 낮은 또는 높은 집단임.

(표 II-3-12 계속)

품목	연간 가중치	CPI가중치		가중치 추가 산출			
		서울	전국	하층 ³²⁾	중층	상층	
46 유치원순교육비	84.21	8.8	6.9	0.00	30.21	0.00	201.07
47 유치원추가비용	19.51			0.00	29.17	0.74	18.40
48 영유아영어학원	19.35	-	-	22.71	1.10	8.49	52.91
49 시간제학원	33.11	-	-	14.84	21.86	0.99	29.45
기타상품 및 서비스	268.11	7.7	10.5	237.81	231.54	231.47	222.08
50 어린이보험	72.69	-	-	72.10	87.49	67.20	61.66
51 어린이집보육료	117.95	6.9	10.0	69.75	78.34	71.42	61.81
52 어린이집추가비용	44.74			74.94	56.93	27.68	37.27
53 산후조리원	32.74	0.8	0.5	21.02	8.78	65.16	61.35

자료: 본 연구 2015 저소득 영유아가구 조사 결과, 2012 육아생계비 조사(최윤경 외, 2012)

이와 같이 산출한 저소득층의 53개 육아품목에 대한 가중치와 CPI, 통합상품군, 베스트상품군의 가격 자료를 활용하여 3개 지수를 산출한 결과는 <표 II-3-13>와 같다. 같은 가격 자료를 활용하여 품목별 가중치가 상이하기 때문에 세부 품목의 지수는 앞서 산출한 육아물가지수(Ⅱ, Ⅲ-1, Ⅲ-2)와 같고 총 지수만 차이가 있다.

3개 방식의 저소득 영유아가구 육아물가지수 모두 2014년 작년 대비 완만한 상승률을 보였다. 그 중에서도 특히 한가지 동일제품을 추적하는 지수(Ⅱ)의 연간 가격 상승폭이 상대적으로 가장 컸다. 저소득 영유아가구에서도 다양한 상품의 가격 변화를 모니터링하며 제품을 구입하는 구매행동을 가질 필요가 있음을 보여준다. 한편 지수(Ⅱ)와 통합지수(Ⅲ-1)은 2014년에 지수가 떨어졌다 2015년에 오르는 V자형 상승을 보였다면, 베스트상품 지수(Ⅲ-2)의 경우 완만히 지속적으로 오르는 상승패턴을 보였다.

<표 II-3-13> 저소득층 육아물가지수(Ⅵ)

지수산출방식	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
1개동일품목(Ⅱ)	100.00	99.94	102.23	2.29
통합상품군(Ⅲ-1)	100.00	97.04	98.33	1.34
베스트상품군(Ⅲ-2)	100.00	100.64	101.19	0.55

32) 본 고에서 산출한 가구소득 수준별 구분은 상대적으로 가구소득이 낮은 또는 높은 집단임.

라. 하위지수 산출의 시사점

1) 발달시기별 지수 비교

발달시기에 따른 영아지수와 유아지수의 차이는 품목 구성과 가중치의 차이를 반영한 것으로, 특히 소비재에서는 의류, 서비스 품목에서는 유치원과 학원 품목에서 영아기(24개월 기준)와 유아기(48개월 기준)로 나뉘어져 있어 이것의 가격 차이가 반영된 것이다(최윤경 외, 2014a).

전체적으로 유아물가지수가 영아물가지수에 비해 높다. 유아지수의 경우, 예방접종의 하락이 반영되지 않은 관계로 상대적으로 비중이 큰 유아기 유치원과 교재교구, 학습지/학원의 가격 상승이 지수 상승을 견인하였다. 유아의 보육비용과 의류(신발 포함) 비용 상승도 컸다. 영아지수의 경우 내구재 품목의 지수 상승이 컸으나, 영아가구의 지출비중이 적어 덜 반영되었다. 영아의 보육비용과 산후조리원 가격 상승도 컸다.

앞서 살펴본 2015년 가격조사 결과, 영유아부모에게 많이 팔리는 베스트 품목 지수의 상승폭이 다양한 가격대 품목을 고려한 통합 지수의 상승보다 적게 나타났다. 그러나 2015년 시점 전체 지수 수준을 보면, 통합지수에 비해 베스트 상품군의 가격 지수가 더 높음을 알 수 있다. 이는 올해 2015년에 보인 가격상승 패턴과 달리 장기적으로는 베스트상품의 가격 상승이 통합지수보다 높음을 보여준다. 장기적인 추세 속에서 가격수준별 품목의 등락 추이를 모니터링할 필요가 있겠다.

발달시기에 따라 다른 품목으로 구성하여 산출한 2015년 영아가구/유아가구 물가지수 산출 결과는 다음 <표 II-3-14>와 같다. 영아가구와 유아가구의 지수 산출 구성항목에 차이가 있어 절대적인 비교는 할 수 없지만 각 가구특성에 따라 큰 비중을 차지하는 품목들의 움직임이 상이하여 나타난 결과로 보인다.

지수산출 결과에 근거할 때, 전반적으로 육아지원의 확대가 유아가구보다 영아가구에 보다 긍정적인 효과를 보이는 것으로 이해된다. 이는 유치원과 학원의 높은 가격수준과 이용률이 유아가구의 육아서비스 품목의 이용과 지출비용에 유의한 영향을 미친 것으로 보인다.

〈표 II-3-14〉 2015년 육아물가지수 발달시기에 따른 비교

품목	영아지수		유아지수	
	KICCE-통합 (지수 V-1)	KICCE-베스트 (지수 V-2)	KICCE-통합 (지수 V-3)	KICCE-베스트 (지수 V-4)
총지수	96.57	99.36	107.89	108.45
식료품 및 관련 서비스				
1 우유	102.0	107.4	102.0	107.4
2 두유	94.6	94.6	94.6	94.6
3 치즈	98.6	98.6	98.6	98.6
4 요거트	108.2	108.2	108.1	108.2
5 분유	105.7	106.0		
6 이유식	81.8	81.8		
7 시리얼	96.4	91.9	95.8	91.9
의류/신발 관련 서비스				
8 배넛저고리	108.1	108.4		
9 상의	132.7	123.6	113.9	90.0
10 하의	94.6	87.8	121.4	95.6
11 외투류	101.4	110.7	104.7	94.4
12 외출복	103.2	105.4	145.4	97.5
13 내의	107.5	113.3	107.5	113.3
14 신발	110.6	106.3	121.6	99.5
주택/수도/전기 및 주거서비스				
15 침대(렌탈)	109.7	100.0	109.7	100.0
16 아기식탁의자	112.0	99.3	104.9	109.2
17 이불	102.4	104.4		
18 걸싸개	108.3	109.8		
19 속싸개	99.5	100.2		
가정용품 및 가사서비스				
20 젓병	104.5	104.5		
21 젓꼭지	95.5	95.5		
22 소독기	97.9	97.9		
23 아기전용세탁세제	106.7	109.1		
의료용품 및 보건서비스				
24 비타민	99.7	99.7	99.4	99.7
25 기저귀	89.3	95.5		
26 물티슈	91.7	91.7	91.7	91.7
27 샴푸	96.3	96.3	96.3	96.3
28 치약	86.1	86.1	86.1	86.1
29 칫솔	98.6	98.6	98.4	98.6
30 로션	93.0	93.0	93.1	93.0
31 욕조	99.1	97.8		
32 유축기	107.7	107.7		
33 체온계	103.5	103.5		

(표 II-3-14 계속)

품목	영아지수		유아지수	
	KICCE-통합 (지수 V-1)	KICCE-베스트 (지수 V-2)	KICCE-통합 (지수 V-3)	KICCE-베스트 (지수 V-4)
34 예방접종비	3.4	3.4		
오락/문화용품 및 관련서비스				
35 카시트	112.9	120.8	112.9	120.8
36 유모차	108.0	112.9		
37 아기띠	112.7	120.4		
38 보행기	103.4	102.8		
39 블록(장난감)	92.2	92.2	92.0	92.2
40 자전거	96.7	96.7	96.7	96.7
41 놀이방매트	109.7	109.7	109.6	109.7
42 돌앨범	91.3	104.7		
교육용품 및 교육서비스				
43 영유아학습지	108.7	108.7	108.7	108.7
44 영유아책	109.4	109.4	109.4	109.4
45 영유아교재교구	134.9	134.9	134.9	134.9
46 유치원순교육비			117.9	117.9
47 유치원추가비용			130.7	130.7
48 영유아영어학원			124.3	124.3
49 시간제학원	106.6	106.6	84.6	84.6
기타상품 및 서비스				
50 어린이보험	89.9	103.8	89.9	103.8
51 어린이집보육료	123.3	123.3	123.3	123.3
52 어린이집추가비용	76.3	76.3	76.3	76.3
53 산후조리원	111.6	111.6		

2) 저소득층 지수 비교

다음 <표 II-3-15>는 1개 동일품목-CPI 방식, KICCE-통합방식, KICCE-베스트 방식으로 구한 지수를 저소득층 지수와 비교한 결과이다.

저소득층 지출 비중을 활용하여 산출한 지수는 육아물가지수와 비교하여 지수 상승폭이 전 계층 영유아가구의 육아물가지수 상승폭보다 적음을 알 수 있다. 이는 저소득층 가구에서 지출비중이 높은 필수재 위주의 품목들의 가격 상승이 상대적으로 적었음을 알 수 있다. 또한, 2013년과 비교하여 통합상품군 방식의 저소득층 육아물가지수(97~98)가 여전히 기준연도 지수(100)에 비해 낮게 산출되는 것은 저가-베스트-고가의 가격이 서로 상쇄되고 저소득층의 지출 비중이 높은 품목의 가격 상승이 제한적이기 때문으로 보인다.

즉 저소득 영유아가구에서는 비중이 큰 육아품목의 구매방식이 가격수준이 낮고 가격상승폭이 크지 않은 품목을 위주로 구매하는 것으로 이해되며, 여기에는 가격수준이 높고 신규 출시된 제품을 적극 구매하지 못하는 저소득 가구의 경제적 상황과 구매력이 반영된 것으로 보인다. 이는 저소득층에서 구매하는 품목의 물가상승률이 더 높다는 선행연구 논의와 배치되는 결과라 할 수 있다.

〈표 II-3-15〉 3개 육아물가지수 품목별 비교

구분		2013년	2014년	2015년	전년비(%)
육아물가지수	1개 동일품목_CPI(II)	100.00	99.97	103.30	3.34
	KICCE_통합지수(III-1)	100.00	97.55	100.92	3.45
	KICCE_베스트상품지수(III-2)	100.00	100.40	103.06	2.65
저소득층 육아물가지수	1개 동일품목_CPI	100.00	99.94	102.23	2.29
	KICCE_통합지수	100.00	97.04	98.33	1.34
	KICCE_베스트상품지수	100.00	100.64	101.19	0.55

〈표 II-3-16〉 저소득층 비목별 육아물가지수(4개)

비목	구분	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
총지수	1개 동일품목_CPI	100.00	99.94	102.23	2.29
	KICCE_전체상품	100.00	97.04	98.33	1.34
	KICCE_베스트상품군	100.00	100.64	101.19	0.55
식료품 및 관련 서비스	1개 동일품목_CPI	100.00	104.16	105.70	1.47
	KICCE_전체상품	100.00	102.59	101.01	-1.54
	KICCE_베스트상품군	100.00	102.95	101.71	-1.20
의류/신발 관련 서비스	1개 동일품목_CPI	100.00	105.75	105.70	-0.05
	KICCE_전체상품	100.00	100.34	104.40	4.05
	KICCE_베스트상품군	100.00	101.98	104.33	2.31
주택/수도/전기 및 주거 서비스	1개 동일품목_CPI	100.00	98.66	99.82	1.17
	KICCE_전체상품	100.00	104.78	108.88	3.91
	KICCE_베스트상품군	100.00	100.86	103.63	2.75
가정용품 및 가사서비스	1개 동일품목_CPI	100.00	100.50	100.23	-0.26
	KICCE_전체상품	100.00	101.95	102.43	0.47
	KICCE_베스트상품군	100.00	101.84	103.28	1.42
의료용품 및 보건서비스	1개 동일품목_CPI	100.00	81.24	83.14	2.34
	KICCE_전체상품	100.00	79.13	75.63	-4.43
	KICCE_베스트상품군	100.00	81.12	78.80	-2.85

(표 II-3-16 계속)

비목	구분	2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
오락/문화용품 및 관련 서비스	1개 동일품목_CPI	100.00	100.39	103.38	2.99
	KICCE_전체상품	100.00	100.55	102.27	1.71
	KICCE_베스트상품군	100.00	106.56	109.51	2.77
교육용품 및 교육서비스	1개 동일품목_CPI	100.00	103.07	110.84	7.54
	KICCE_전체상품	100.00	104.48	114.35	9.45
	KICCE_베스트상품군	100.00	104.48	114.40	9.50
기타상품 및 서비스	1개 동일품목_CPI	100.00	105.95	108.74	2.64
	KICCE_전체상품	100.00	98.46	104.99	6.63
	KICCE_베스트상품군	100.00	105.95	108.74	2.64

그러나 저소득 영유아가구에서도 유치원 학비와 어린이집 보육료, 책/교재교구/학습지/학원 등이 포함된 비목의 가격 상승 폭이 커, 가계 육아지출에 부담이 됨을 알 수 있다. 가구소득 및 구매력 대비 가계부담은 더 클 것으로 보인다.

4. 육아물가동향

산출한 지표들을 비교 고찰하면, 육아물가의 상승률이 동기간 소비자물가 상승률에 비해 큼을 알 수 있다. 온라인 공간의 유아품목의 가격 상승률이 (최저가 검색의 구매 노력 없이) 동일한 패턴으로 가격을 수집했을 때 가격상승률이 소비자물가 상승률보다 크게 나타났다. 다양한 가격수준과 저가에 대한 검색 등의 구매행동양식이 수반되어야 온라인 공간에서 상대적으로 저렴한 가격의 구매가 가능한 특징을 갖는다 하겠다.

영아물가지수와 유아물가지수의 차이는 영아가구 대상으로 예방접종 등 추가 지원이 시행된 결과로 보이며, 서비스 이용 위주의 지원으로 추가적인 품목(상품) 지원이 없었던 유아품목 위주의 물가지수는 더 큰 상승률을 보이고 있다. 영아가구의 양육비 부담에 대한 체감이 크지만, 육아물가지수에 의하면 유아가구의 양육비용 부담이 산술적으로 더 큰 것으로 나타남에 유의할 필요가 있다.

한편, 가구소득 대비 양육비 부담이 큰 저소득 영유아가구에서는 동일한 한 품목만을 추적했을 때의 지수와 다양한 가격수준을 복수로 반영한 지수 간에 차이가 있어, 저소득 가구가 구매하는 다양한 가격수준을 고려한 구매방식을 적용하였을 때 저소득 가구의 육아물가지수 상승폭이 크지 않았다.

〈표 II-4-1〉 2013-2015 육아물가지수(5개) 및 소비자물가지수 비교

구분		2013년	2014년	2015년	전년비 (%)
육아물가지수	1개 동일품목(II)	100.00	99.97	103.30	3.34
	KICCE_통합지수(III-1)	100.00	97.55	100.92	3.45
	KICCE_베스트상품지수(III-2)	100.00	100.40	103.06	2.65
	온라인 육아물가지수(IV)		100.00	104.51	4.51
발달시기별 육아물가지수	-영아 통합가격(V-1)	100.0	95.49	96.57	1.1
	베스트가격(V-2)	100.0	98.66	99.36	0.7
	-유아 통합가격(V-3)	100.0	101.69	107.89	6.1
	베스트가격(V-4)	100.0	103.50	108.45	4.8
저소득층 육아물가지수(VI)	- 1개 동일품목	100.0	99.94	102.23	2.29
	- KICCE_통합지수	100.0	97.04	98.33	1.34
	- KICCE_베스트상품지수	100.0	100.64	101.19	0.55
소비자물가지수	전국 도시기구 481개 품목	100.00	101.21	102.14	0.92
육아물가지수(I)	소비자물가지수 내 육아품목 -KICCE 가중치 적용	100.00	101.7	105.92	4.10

주: 대표지수는 KICCE_통합지수(III-1)임.

자료: 통계청(2015), 2013-2015 육아물가지수 조사 결과(최윤경 외, 2013, 2014a, 2015본조사결과)

육아지원의 확대에 의한 가격하락의 기저효과를 고려하더라도 육아품목이 보이는 가격 인상은 높은 수준의 상승폭임을 알 수 있다. 동일한 대표품목 한 가지를 추적하는 지수(II)는 전년 대비 3.34%의 상승률을 보이고 있다. 온라인상의 가격지수 역시 연간 6.71%의 높은 상승률을 보이며, 영아-유아 지수로 나눈 하위지수에서도 상대적으로 유아기구의 가격지수가 더 높은 상승을 보였다. 이는 유아 가구 품목 중 비중이 높은 유치원 순교육비, 유치원 추가비용과 어린이집 보육료의 가격 상승 때문인 것으로 보인다. 육아지원품목의 가격 상승이 소비자물가 상승률 이상으로 오르는 상황에서 영유아가구가 체감하는 육아지원 효과가 반감될 수밖에 없는 상황이므로, 육아지원설계에 가격정책과 모니터링의 병행이 적극적으로 요구된다.

2015년 1개동일품목 방식, 통합상품군 방식과 베스트상품군 방식에 의해 산출한 육아물가지수의 품목별 지수는 다음 <표 II-4-2>와 같다. 다양한 가격수준을 반영한 KICCE 통합지수가 결과적으로 가장 적은 지수 수준을 보이고 있으며, 한 가지 고정상품만을 추적하는 지수(II)가 가장 높게 나타났다. 영유아부모의 선호도가 가장 높은 베스트상품(군)의 지수도 높은 편이다. 가격 상승폭과 함께 현재 지수 수준을 통한 가격수준에 대한 논의도 함께 필요함을 시사한다.

〈표 II-4-2〉 3개 육아물가지수 품목별 비교

품목	1개 동일품목 (지수 II)	KICCE-통합 (지수 III-1)	KICCE-베스트 (지수 III-2)
총지수	103.30	102.92	103.06
식료품 및 관련 서비스			
1 우유	106.95	101.99	107.35
2 두유	98.97	94.56	94.56
3 치즈	99.89	98.59	98.59
4 요거트	111.02	108.20	108.20
5 분유	113.80	105.73	105.96
6 이유식	94.12	81.79	81.79
7 시리얼	92.26	96.42	91.93
의류/신발 관련 서비스			
8 배넛저고리	105.71	108.07	108.42
9 상의	105.08	99.88	104.33
10 하의	101.77	109.31	100.86
11 외투류	105.49	96.95	102.59
12 외출복	99.58	103.74	99.97
13 내의	119.36	107.49	113.33
14 신발	100.52	108.38	100.71
주택/수도/전기 및 주거서비스			
15 침대	100.00	109.70	100.00
16 아기식탁의자	104.32	112.03	99.32
17 이불	98.28	108.47	109.17
18 걸싸개	102.12	108.31	109.78
19 속싸개	98.62	99.55	100.16
가정용품 및 가사서비스			
20 젓병	100.83	104.50	104.50
21 젓꼭지	100.90	95.51	95.51
22 소독기	102.61	97.89	97.89
23 아기전용세탁세제	98.81	106.67	109.08
의료용품 및 보건서비스			
24 비타민	101.04	99.66	99.66
25 기저귀	96.94	89.29	95.55
26 물티슈	111.39	91.75	91.75
27 샴푸	101.04	96.28	96.28
28 치약	97.48	86.11	86.11
29 칫솔	99.02	98.59	98.59
30 로션	107.20	93.03	93.03
31 욕조	107.69	99.05	97.82
32 유축기	109.41	107.67	107.67
33 체온계	105.29	103.46	103.46
34 예방접종비	3.43	3.43	3.43

(표 II-4-2 계속)

품목	1개 동일품목 (지수 II)	KICCE-통합 (지수 III-1)	KICCE-베스트 (지수 III-2)
오락/문화용품 및 관련서비스			
35 카시트	109.46	112.90	120.78
36 유모차	101.25	107.99	112.95
37 아기띠	105.37	112.74	120.36
38 보행기	105.06	103.38	102.75
39 블록(장난감)	112.27	92.20	92.20
40 자전거	87.07	96.69	96.69
41 놀이방매트	92.42	109.71	109.71
42 돌앨범	104.65	91.34	104.65
교육용품 및 교육서비스			
43 영유아학습지	101.75	108.72	108.72
44 영유아책	100.00	109.40	109.40
45 영유아교재교구	113.26	134.87	134.87
46 유치원순교육비	117.93	117.93	117.93
47 유치원추가비용	130.66	130.66	130.66
48 영유아영어학원	124.34	124.34	124.34
49 시간제학원	84.65	84.65	84.97
기타상품 및 서비스			
50 어린이보험	103.77	89.93	103.77
51 어린이집보육료	123.30	123.30	123.30
52 어린이집추가비용	76.32	76.32	76.32
53 산후조리원	111.64	111.64	111.64

각 지수의 품목별 가격을 비교해 보면, 유제품(우유, 분유, 요거트)의 가격은 2014년과 유사하게 3개 지수 일관되게 상승하였고, 의류/신발에는 가격 상승과 하락의 품목이 함께 있는 가운데 상승 경향이 좀 더 우세하다. CPI 방식의 아기전용세탁세제의 가격 상승이 큰 것으로 조사되었다. 또한, 비타민, 기저귀, 물티슈, 샴푸, 로션, 욕조 등의 의료용품 및 보건서비스 품목에서 CPI 방식의 지수가 다른 두 지수의 하락과는 다르게 상승한 것으로 조사되었다.

영유아교재교구, 유치원(순교육비, 추가비용), 어린이집(보육료, 추가비용), 영유아학원의 경우는 동일한 조사/산출방법의 적용으로 인해 동일한 추이를 보인다.

카시트, 유모차, 아기띠 등의 내구재 품목은 세 가지 지수 산출 방식에서 모두 상승하였으나, 한 가지 제품만을 조사하는 CPI 방식에 비해 통합지수와 베스트 상품 지수의 상승폭이 큰 것을 알 수 있다. 특히, 베스트 상품군의 지수가 높게 나타나 영유아가구에서 선호하는 브랜드의 제품들이 점점 더 프리미엄화되고 가격 상승을 견인하는 것으로 판단된다.

2013-2015년의 CPI 방식, 통합상품군 방식과 베스트상품군 방식에 의해 산출한 육아물가지수의 비목별 지수는 다음 <표 II-4-3>과 같다.

<표 II-4-3> 비목별 육아물가지수(4개)

비목	구분	2013년	2014년	2015년	전년비(%)
총지수	한 개 대표품목	100.00	99.97	103.30	3.34
	KICCE_전체상품	100.00	97.55	100.92	3.45
	KICCE_베스트상품군	100.00	100.40	103.06	2.65
식료품 및 관련 서비스	한 개 대표품목	100.00	104.16	105.70	1.47
	KICCE_전체상품	100.00	102.59	101.01	-1.54
	KICCE_베스트상품군	100.00	102.95	101.71	-1.20
의류/신발 관련 서비스	한 개 대표품목	100.00	105.75	105.70	-0.05
	KICCE_전체상품	100.00	100.34	104.40	4.05
	KICCE_베스트상품군	100.00	101.98	104.33	2.31
주택/수도/전기 및 주거 서비스	한 개 대표품목	100.00	98.66	99.82	1.17
	KICCE_전체상품	100.00	104.78	108.88	3.91
	KICCE_베스트상품군	100.00	100.86	103.63	2.75
가정용품 및 가사서비스	한 개 대표품목	100.50	100.50	100.23	-0.26
	KICCE_전체상품	100.00	101.95	102.43	0.47
	KICCE_베스트상품군	100.00	101.84	103.28	1.42
의료용품 및 보건서비스	한 개 대표품목	100.00	81.24	83.14	2.34
	KICCE_전체상품	100.00	79.13	75.63	-4.43
	KICCE_베스트상품군	100.00	81.12	78.80	-2.85
오락/문화용품 및 관련 서비스	한 개 대표품목	100.00	100.39	103.38	2.99
	KICCE_전체상품	100.00	100.55	102.27	1.71
	KICCE_베스트상품군	100.00	106.56	109.51	2.77
교육용품 및 교육서비스	한 개 대표품목	100.00	103.07	110.84	7.54
	KICCE_전체상품	100.00	104.48	114.35	9.45
	KICCE_베스트상품군	100.00	104.48	114.40	9.50
기타상품 및 서비스	한 개 대표품목	100.00	105.95	108.74	2.64
	KICCE_전체상품	100.00	98.46	104.99	6.63
	KICCE_베스트상품군	100.00	105.95	108.74	2.64

비목별로 살펴보면, 고가제품 선호 경향이 있어 고가의 품목이 가격상승을 주도하는 비목의 경우 전체상품군에 대한 통합지수가 상승폭이 크게 나타났다. 반면, 다양한 가격수준에 대한 유연한 선택이 가능한 품목군에서는 한 개의 동일한 대표품목을 구매하는 경우의 가격상승률이 크고 다른 가격수준을 고려한

지수에서 상승폭이 적었다. 제품의 특성과 소비트렌드의 문화적 특성도 육아품목의 등락에 연관이 있음을 알 수 있다. 보다 다양한 가격대와 다양한 구매패턴이 높은 상승폭을 보이는 품목에 적용될 필요가 있음을 보여준다.

Ⅲ. 육아물가체감지수 산출을 통한 영유아부모 체감물가 동향

육아물가지수가 시장가격의 실제 변동에 대한 것이라면, 육아물가체감지수는 영유아부모가 느끼고 생각하는 물가수준을 반영한 지표이다. 영유아부모 대상 육아 체감물가조사는 온라인 웹조사를 통해 대표 육아품목(서비스, 내구재, 소비재)에 대해 현재 가격수준체감, 가계부담, 가격변동에 대한 체감으로 구성하여 조사하였다. 또한 한국은행에서 실시하고 있는 소비자심리지수와 소비자기대지수의 문항을 활용하여, 영유아가구의 소비심리지수를 산출하였다. 이 두 가지 체감/심리 지수 산출을 통해 실제 육아물가 변동과 영유아부모가 체감하는 육아물가 변동간의 차이를 가늠하고, 영아-유아가구, 소득수준별 영유아가구의 육아물가 체감과 경기/소득전망 전반에 대한 영유아가구의 심리에 대해 살펴보았다.

그 밖에 대표적인 육아지원품목인 어린이집과 유치원의 기관서비스 이용 및 비용지원에 대한 체감만족도에 대해 조사하여, 이를 통해 시장가격에 의한 육아물가 동향 외에, 실제 영유아부모가 느끼고 반응하는 심리행동지표로서의 영유아가구 소비심리지수를 파악하여 육아지원의 확대가 갖는 실질적 체감 효과를 살펴보았다.³³⁾

1. 영유아가구의 육아물가체감지수

가. 응답자 특성

육아물가체감지수 산출을 위해 전국 영유아부모 894명(5월조사 기준)를 대상으로 온라인 육아물가 체감조사를 실시하여, 7월, 9월까지 패널조사로 진행하였다.

응답자 특성을 살펴보면 2013-14년 조사와 대체로 유사한 특성을 보이나, 2014년 5월 조사에 비해 상대적으로 경기권이 줄고 '충청/전라/경상' 지역의 사

33) 최윤경 외(2013), 최윤경 외(2014a) 동일한 온라인 조사 설계 적용

례가 다소 늘었다. '취업모'의 비중이 다소 40% 이상으로 유지되어 전국 보육실태조사에서 나타난 영유아가구의 모 취업률(2012년 기준 38.3%)보다 다소 높다. '소득수준이 낮은' 가구는 5% 이상을 유지하였으나 가구소득 하층의 비중은 2012년 전국보육실태조사 결과(10.9%)를 기준으로 다소 적게 표집되었다. 온라인 패널조사에 참여하는 부모의 특성이 반영된 것으로, 작년에 비해 상대적으로 소득수준이 낮은 계층의 비율이 증가하였으나 여전히 저소득층의 체감은 덜 반영되고 중간층의 의견이 보다 많이 반영된 결과로 보인다.

첫째자녀 기준으로 영아자녀(만 0~2세)를 둔 가구는 전체 45.9%, 유아자녀(만 3~5세)를 둔 가구 54.0%로 2014년에 비해 유아자녀 가구가 약 5% 증가하였다. 2014년과 비교하여 어린이집 이용가구에 비해, 유치원, 양육수당의 이용률이 완만히 증가하였다. 육아지원 수혜 및 이용 현황의 변화를 반영한 것으로 보인다.

〈표 III-1-1〉 2013-2015 온라인 체감물가조사의 영유아부모 응답자 특성

단위: (수), %

구분	2013년 5월	2014년 5월	2015년			2012년 보육실태조사
			5월	7월	9월	
완료표본 (수)	(818)	(887)	(894)	(745)	(636)	
지역규모						
대도시	42.6	42.6	42.4	42.6	42.1	41.4
중소도시	51.2	51.4	52.0	51.8	51.9	40.7
읍면지역	6.2	6.0	5.6	5.6	6.0	17.9
지역						
서울	24.1	19.2	19.7	19.5	19.2	14.0
경기권	38.1	39.5	30.3	30.7	31.2	28.4
충청/강원권	10.1	11.7	15.4	15.5	15.1	10.8
경상권	18.5	21.4	23.8	23.0	22.6	38.7
전라권	9.1	8.2	10.8	11.3	11.8	8.0
영유아 자녀수						
1명	72.3	70.2	65.2	62.1	55.7	-
2명	26.1	28.0	33.1	35.7	41.1	-
3명 이상	1.6	1.8	1.7	2.2	3.2	-
모 취업률						
취업모	51.5	39.6	43.1	45.1	48.3	38.3
미취업모	48.5	60.4	56.9	54.9	51.7	61.7
월평균 가구소득 하층(200만원 미만)	7.3	3.8	6.8	5.7	5.0	10.9

(표 III-1-1 계속)

구분	2013년 5월	2014년 5월	2015년			2012년 보육실태조사
			5월	7월	9월	
중층(200~499만원)	71.4	70.5	74.9	75.1	74.2	66.5
상층(500만원 이상)	21.2	25.6	18.3	19.3	20.8	22.7
이용자 특성1						
유치원+어린이집 이용	4.7	5.0	5.0	5.0	4.8	-
유치원+양육수당 이용	2.6	3.9	4.2	4.0	3.4	-
어린이집+양육수당 이용	7.9	7.0	10.1	10.6	12.6	-
양육수당수령자	27.4	31.1	26.6	25.5	25.0	-
어린이집이용자	40.9	39.2	37.6	38.4	37.5	-
유치원이용자	12.6	12.6	14.5	15.0	15.5	-
비해당자	3.7	1.3	2.0	1.5	1.2	-
이용자 특성2						
유치원이용자(전체)	20.7	21.7	24.2	24.4	24.0	최연소이동기준 19.8
어린이집이용자(전체)	55.8	51.9	53.8	54.9	55.6	41.2
양육수당수령자(전체)	39.5	42.9	42.0	41.0	41.8	39.0

2015년 온라인체감조사에 응답한 전국 영유아가구의 경제적 특성을 요약하면, 월평균 가구소득 359만8천원, 가계지출 258만2천원, 영유아자녀 고유의 양육비용 지출 49만6천원으로 응답되었다. 하위특성별로 영아가구의 월평균 가구소득이 유아가구보다 다소 높게 나타났으나, 가계지출과 양육비용 지출은 영아가구보다 유아가구에서 높게 나타났다. 소득수준별로 가구소득이 많을수록 월평균 양육비용이 많아지나, 가구소득 대비 지출 비중은 저소득에서 고소득 가구 각 20.0%, 14.0%, 11.7%로 저소득가구일수록 양육비용의 부담이 큰 특성을 드러낸다.

〈표 III-1-2〉 2015 영유아가구 발달시기별/소득수준별 특성 - '15. 5월조사 기준

단위: 만원

구분 (수)	영아 (404)	유아 (315)	저소득 (198)	중소득 (402)	고소득 (119)	전체 (894)
월평균 가구소득	360.8	348.2	210.6	356.3	591.5	359.8
월평균 가계지출	245.9	259.2	175.9	258.6	353.1	258.2
월평균 양육비용	45.8	57.7	41.9	50.0	69.1	49.6

주: 영아가구(첫째자녀나이= 만 0, 1, 2세), 유아가구(첫째자녀나이= 만 3, 4, 5세); 저소득(월가구소득 250만원 이하 응답), 중소득(251~499만원), 고소득(500만원 이상)

나. 육아품목 구입채널

'소매판매 및 온라인쇼핑 동향'에 의하면, 전반적인 판매액 감소세 속에서도 모바일 등 인터넷을 통한 온라인 구매의 비중은 증가하고 대형마트와 백화점 등의 비중은 감소세를 보이고 있다(통계청, 2015a).

2015년 5월 영유아부모 체감도 조사에서 품목별 주 구입처(유통채널)에 대해 소비재 9개와 내구재 6개를 중심으로 조사한 결과, 2014년 결과와 유사한 구입 경로 경향을 보였다. 우유는 유통기간내에 소비하는 특성 때문에 가정과 가까운 대형마트와 소형마트의 오프라인 매장 판매 비중이 높았다. 인터넷 구매가 많은 품목은 기저귀, 물티슈, 매트, 분유의 순으로 나타났으며, 우유와 겉옷을 제외하고는 인터넷 쇼핑몰을 이용한 온라인 구매가 50% 이상으로 높았다. 내의류와 겉옷의 경우에는 가격과 디자인, 필요시점에 따라 구입하는 경향이 있어 대형마트, 백화점, 인터넷, 전문매장에서의 판매비중이 다른 제품에 비해서 고르게 분포되어 있다. 완구류의 경우, 대형마트와 인터넷의 구매 비중이 높다(최윤경 외, 2014a).

〈표 III-1-3〉 영유아 주요 육아품목 구입처(2015년 5월 기준)

단위: %

품 목	대형 마트	백화 점	소형 마트	재래 시장	인터 넷	직구 공구	박람회	전문 매장	기타	최근 3개월 구입률 (2015년5월)
1) 우유	58.6	0.4	27.7	0.1	7.2	0.4	-	0.4	5.3	89.3
2) 분유	16.2	-	1.3	-	74.9	4.5	-	1.3	1.7	25.3
3) 이유식	31.1	1.7	7.3	0.8	41.6	1.6	1.6	9.2	5.0	13.6
4) 기저귀	7.4	0.2	0.8	0.2	89.5	0.4	0.2	0.2	1.3	66.2
5) 비타민	11.9	3.9	1.2	0.2	42.5	13.8	0.2	9.6	16.7	65.2
6) 물티슈	14.0	-	1.8	0.2	82.6	0.3	0.6	0.2	0.2	90.1
7) 내의류	27.8	8.8	1.3	1.9	46.6	2.5	1.3	8.0	1.7	84.7
8) 겉옷	17.0	14.7	0.6	1.8	43.4	5.3	0.5	13.1	3.6	90.4
9) 완구류	37.1	1.3	2.3	0.5	47.1	2.1	0.6	5.2	3.8	89.3
1) 카시트	6.5	6.6	0.5	0.2	53.4	1.7	14.3	12.1	4.7	64.8
2) 유모차	9.8	8.9	0.2	-	43.9	4.9	9.9	17.2	5.3	68.5
3) 아기띠	4.6	6.0	0.5	0.3	60.7	2.9	10.5	10.0	4.5	70.7
4) 매트	13.0	0.3	0.4	0.4	78.7	1.2	2.8	0.9	2.2	75.2
5) 자전거	9.6	1.3	0.9	0.9	52.1	5.2	0.9	23.6	5.5	51.0
8) 교재교구/책	3.1	0.3	0.2	-	59.0	5.1	3.1	14.0	15.1	68.7

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

내구재 중 상대적으로 고가인 카시트와 유모차는 박람회와 육아용품 전문매장의 구매빈도가 높으며, 아기띠, 매트, 교재교구/책의 경우 인터넷 구매빈도가 높은 편이다. 이는 먼저 구매한 이용자의 의견을 청취할 수 있고 가격할인 품목이 있는 인터넷 구매의 특성 때문으로 보인다.

한편, 2013-2015 육아품목 구입채널의 추이를 살펴보면, 품목별 차이가 있는 가운데에서도 인터넷을 통한 육아품목에 대한 온라인 구매의 비율도 지난 3년간 꾸준한 증가세를 보이고 있다. 2015년 5월 조사 기준으로 기저귀와 물티슈, 매트와 분유의 온라인 구매율이 70% 이상으로 가장 높다. 육아품목의 물가 파악 시, 오프라인 외에 온라인 가격이 중요한 비중을 차지함을 알 수 있다.

<표 III-1-4> 2013-2015 영유아 주요 육아품목 구입처

단위: %

	2013년 5-9월 평균			2014년 5-9월 평균			2015년 5-9월 평균		
	대형 마트	인터넷	직구 공구	대형 마트	인터넷	직구 공구	대형 마트	인터넷	직구 공구
1) 우유	62.7	4.1	1.3	61.3	4.2	0.8	57.7	7.0	0.5
2) 분유	28.6	62.7	2.8	29.5	59.2	6.5	18.8	72.9	4.3
3) 이유식	36.4	41.2	3.4	31.0	43.8	2.7	29.5	46.6	0.9
4) 기저귀	12.4	83.5	1.8	10.7	86.4	0.7	8.1	89.6	0.2
5) 비타민	16.8	36.5	19.3	14.8	40.1	16.2	11.6	44.1	14.3
6) 물티슈	19.8	76.1	0.8	16.1	80.1	0.7	15.2	81.1	0.3
7) 내의류	29.6	37.6	4.1	31.6	38.0	3.2	29.3	45.8	1.4
8) 겹옷	18.8	34.8	8.5	18.6	37.3	6.4	17.6	43.3	4.6
9) 완구류	39.1	45.5	3.4	40.8	41.7	2.8	38.7	46.1	2.2
1) 카시트	8.0	47.0	4.1	8.2	52.2	3.2	7.5	53.6	2.7
2) 유모차	12.6	38.5	4.8	10.3	46.2	3.8	9.9	43.3	4.8
3) 아기띠	5.7	54.7	3.6	6.2	58.0	3.6	4.8	58.7	3.3
4) 매트	16.1	73.2	2.1	15.2	75.8	1.2	14.0	75.8	1.7
5) 자전거	16.4	47.8	5.2	13.9	54.9	4.2	10.8	50.8	4.5
8) 교재교구/책	3.0	53.5	9.3	3.5	55.2	7.7	3.2	56.1	5.1

자료: 최윤경 외(2013, 2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

나. 육아품목 가격체감지수(가격체감-가계부담-가격변동체감)

육아 대표 품목 22개(소비재 9개, 내구재 6개, 서비스 7개)에 대해 품질 대비 가격수준에 대한 체감, 가계부담, 가격변동체감의 3개 항목³⁴⁾에 대해 질문하여, 주요 육아품목에 대한 영유아가구의 육아물가체감지수를 산출하였다.

1) 육아 소비재 가격체감지수

우선 소비재(9개)에 대한 2015년 5, 7, 9월 가격체감지수를 산출한 결과, 3개 지표 모두 100 이상으로 현재 육아품목의 가격수준이 품질성능 대비 비싸다는 부정적 응답과 육아품목의 지출과 구입이 가계에 부담이 된다, 그리고 지난 3개월간 가격변동이 있었다(올랐다)는 체감에 그렇다고 부정적으로 응답한 영유아 부모의 수가 그렇지않다고 긍정적으로 응답한 사람에 비해 많은 것으로 나타났다.

〈표 III-1-5〉 2015 육아소비재(9개) 가격체감도 - 월간비교

품목	가격체감			가계부담			가격변동체감		
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5월	7월	9월
우유	122.4	125.6	125.1	91.2	95.2	96.2	115.7	114.6	112.9
분유	143.7	146.7	150.5	137.7	140.3	142.5	121.2	116.0	121.5
이유식	145.0	133.6	142.7	126.2	123.4	124.9	116.1	116.9	120.3
기저귀	132.0	133.7	137.4	129.8	131.7	128.3	120.4	116.1	122.2
영양제	137.0	138.1	141.6	129.9	131.9	132.2	122.1	118.4	120.1
물티슈	106.5	106.4	108.8	95.5	97.0	97.5	110.3	109.7	110.5
내의류	112.7	113.2	119.7	106.9	107.9	110.8	115.4	111.2	117.9
겉옷	140.6	133.8	142.9	139.7	133.4	139.9	132.3	122.8	129.7
완구류	161.6	158.9	164.0	157.1	150.3	155.0	145.5	138.4	137.9
체감지수	132.2	132.9	136.6	123.3	124.6	124.9	120.1	116.1	120.1

주: 체감지수는 KICCE 비중에 의해 가중평균한 결과임.

2015년 3개 지표(가격수준체감, 가계부담, 가격변동체감) 중에서 품질성능 대비 가격수준에 대한 체감에서 비싸다고 응답한 비율이, 해당품목 지출이 가계에 부담이 된다, 최근 3개월 간 가격변동(오름세)가 있었다는 응답보다 부정 응답

34) 가격체감 질문 - 육아품목의 가격이 품질/성능 대비 싸다고 혹은 비싸다고 생각하십니까?

가계부담 질문 - 다음 품목의 지출이 귀댁의 가계에 어느정도 부담이 되십니까?

가격변동체감 질문 - 각 품목의 최근 3개월간 가격변동에 대해 어떻게 생각하십니까?

률이 더 컸다. 이는 2013-14년에도 동일하게 나타난 현상으로, 육아품목의 높은 가격수준 자체에 대한 부담이 크게 체감됨을 알 수 있다.

〈표 III-1-6〉 2013-2015 육아소비재(9개) 가격체감도 - 연간비교

품목	가격체감			가계부담			가격변동체감		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
우유	126.3	130.8	124.4	99.3	100.3	94.2	149.3	125.5	114.4
분유	146.0	150.8	147.0	137.1	140.9	140.2	148.7	129.1	119.6
이유식	141.2	143.5	140.4	126.2	128.3	124.8	144.5	126.4	117.8
기저귀	139.6	140.6	134.4	134.5	136.4	129.9	144.7	122.4	119.6
영양제	126.7	137.8	138.9	113.2	129.7	131.3	131.5	121.1	120.2
물티슈	112.2	110.0	107.2	102.2	97.3	96.7	127.5	111.4	110.2
내의류	119.0	116.2	115.2	113.1	108.1	108.5	133.5	115.4	114.8
겉옷	144.1	141.8	139.1	141.6	140.5	137.7	151.0	130.0	128.3
완구류	157.8	162.2	161.5	150.9	153.3	154.1	158.6	140.3	140.6
체감지수	136.2	138.4	133.9	126.2	127.8	124.3	144.6	124.2	118.8

주: 1) 지수= $(\text{매우비싼편} \times 1.0 + \text{조금비싼편} \times 0.5 + \text{적당} \times 0 - \text{조금싼편} \times 0.5 - \text{매우싼편} \times 1.0) / \text{응답가구수} \times 100 + 100$

2) 체감지수는 KICCE 비중에 의해 가중평균한 결과임.

자료: 최윤경 외(2013, 2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

그러나 2013-2015년 연간추이를 살펴보면, 육아소비재 가격에 관한 3개 지표에서 모두 부정적 체감의 상승세가 하락했음을 알 수 있다. 특히 최근에 육아품목 소비재의 가격이 올랐다고 응답한 가격변동체감의 응답률이 크게 감소하여, 자주 구입하는 소비재 가격의 오름세가 둔화된 것으로 보인다. 육아지원의 효과가 반영된 체감 효과의 개선인지, 육아품목의 저물가 기조가 반영된 것인지 살펴볼 필요가 있겠다.

2) 육아소비재 가격체감 하위지수

육아소비재에 대한 '가격수준 체감'을 영아-유아, 가구소득수준별로 나누어 살펴본 결과, 유아자녀를 둔 가구보다는 영아자녀 가구에서, 저소득/중소득 가구보다는 고소득 영유아가구에서 가격수준이 높다는 부정체감이 좀 더 많이 응답되었다. 상대적으로 고가제품을 선호하는 소비행태가 반영된 결과로 보인다. 그러나 영아-유아 가구 모두 2014년에 비해 육아소비재 가격이 비싸다고 응답한 영유아부모의 수가 2015년에 다소 줄어든 것으로 나타났다.

모든 가구특성에서 '완구류'의 가격이 가장 비싼 것으로 체감되었으며, 그 다

음으로 '분유', '겉옷', '기저귀', '영양제'에 대해 응답되었다. 완구류의 가격이 가장 비싸게 체감되고 있는 점이 특징적이며, 그리고 분유/기저귀/옷과 같은 육아필수재의 가격수준이 비싸게 체감되는 점에 유의할 필요가 있다.

〈표 III-1-7〉 2014-2015 육아소비재(9개) 가격체감도 하위지수 - 영유아기별

품목	2015년								2014년	
	영아				유아				영아	유아
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월		
우유	124.6	126.0	130.7	127.1	120.5	126.0	119.1	121.9	130.9	131.5
분유	148.0	148.6	154.9	150.5	132.1	136.2	135.5	134.6	148.6	161.2
이유식	145.5	133.2	146.7	141.8	150.0	124.6	130.7	135.1	142.5	146.4
기저귀	135.7	134.3	139.7	136.6	124.8	132.0	129.7	128.8	141.8	135.8
영양제	137.5	140.5	146.2	141.4	138.3	137.1	137.7	137.7	137.8	135.9
물티슈	114.9	112.8	116.7	114.8	99.3	100.9	101.3	100.5	116.5	103.9
내의류	115.2	117.4	124.5	119.0	109.6	110.8	114.3	111.6	118.7	113.1
겉옷	144.7	138.5	145.1	142.8	135.0	130.8	140.7	135.5	142.9	139.0
완구류	158.8	155.3	163.9	159.3	163.6	162.0	165.6	163.7	160.8	162.5
체감지수	136.0	134.7	140.6	137.1	126.0	128.8	128.2	127.7	139.0	138.4

주: 영아가구 (첫째자녀나이가 0, 1, 2세인 가구), 유아가구 (첫째자녀나이가 3, 4, 5세인 가구)
저소득(월가구소득 250만원 이하), 중소득(251~499만원), 고소득(500만원 이상).

자료: 최윤경 외(2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-8〉 2015 육아소비재(9개) 가격체감도 하위지수 - 소득수준별

품목	저소득				중소득				고소득			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
우유	128.3	127.5	127.5	127.8	120.2	124.7	125.8	123.6	123.0	128.2	123.3	124.8
분유	141.0	143.3	144.6	143.0	146.8	146.3	149.8	147.6	146.4	149.6	159.5	151.8
이유식	145.8	130.1	141.6	139.2	139.8	131.2	138.9	136.6	159.4	136.6	156.1	150.7
기저귀	128.7	129.6	128.5	128.9	133.3	134.6	138.1	135.3	136.1	136.1	144.0	138.7
영양제	144.0	138.9	148.6	143.8	135.1	138.3	140.3	137.9	138.2	140.3	141.1	139.9
물티슈	112.7	107.9	108.7	109.8	105.0	106.1	107.3	106.1	110.9	110.9	119.1	113.6
내의류	115.7	111.1	118.8	115.2	110.3	114.4	119.8	114.8	116.2	119.7	122.2	119.4
겉옷	136.5	127.2	136.6	133.4	140.4	137.4	145.9	141.2	145.8	136.1	143.7	141.9
완구류	158.7	152.7	161.9	157.8	162.1	158.8	166.2	162.4	161.0	164.0	163.5	162.8
체감지수	131.9	130.3	132.3	131.5	132.6	133.2	136.8	134.2	135.9	135.8	142.3	138.0

주: 2014년 소득수준별 지수 산출 없었음.

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

육아소비재 구입에 대한 '가계부담'을 영아-유아, 가구소득수준별로 나누어 살펴본 결과, 유아자녀를 둔 가구보다 영아 가구에서, 그리고 소득수준이 적을수록 육아품목 소비재 지출이 가계에 부담이 된다는 부정적 응답률이 확연하게 더 높다. 저소득 가구일수록 육아소비재 품목에 대한 고정지출이 가계에 부담이 된다는 응답이 많았으며, 특히 완구류를 비롯하여 육아필수재에 해당하는 분유와 기저귀, 겂옷 품목에서 그러하였다. 2014년에 비해서는 전반적으로 가계부담이 된다는 응답률이 줄었다.

영유아 가구 모두 '완구류'와 '분유', '겂옷'의 순으로 부담이 큰 것으로 나타나, 가격수준 체감에 이어 가계부담에서도 '완구류'의 가격이 비싸고 가계부담이 가장 큰 점이 특징적이다.

〈표 III-1-9〉 2014-2015 육아소비재(9개) 가계부담도 하위지수 - 영유아기별

품목	2015년								2014년	
	영아				유아				영아	유아
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월		
우유	91.3	99.8	100.5	97.2	88.4	87.7	89.6	88.6	100.8	99.8
분유	138.7	141.2	144.4	141.4	133.7	135.4	136.0	135.0	139.2	146.9
이유식	130.3	123.8	129.4	127.8	118.9	107.2	117.3	114.5	128.3	126.3
기저귀	133.2	134.2	130.3	132.6	122.4	123.9	121.8	122.7	137.2	133.9
영양제	131.0	134.8	135.2	133.7	129.5	130.3	129.9	129.9	128.8	129.3
물티슈	102.4	106.0	104.4	104.3	88.8	87.3	90.5	88.9	103.3	92.6
내의류	107.5	113.4	116.6	112.5	104.4	101.7	105.1	103.7	111.0	106.4
겂옷	137.4	132.8	140.0	136.7	140.0	131.4	140.3	137.2	138.5	142.2
완구류	156.4	147.2	155.4	153.0	157.2	153.5	153.7	154.8	151.4	150.8
체감지수	125.4	127.3	127.7	126.8	118.6	117.9	119.2	118.6	128.2	127.8

자료: 최윤경 외(2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-10〉 2015 육아소비재(9개) 가계부담도 하위지수 - 소득수준별

품목	저소득				중소득				고소득			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
우유	99.4	103.2	102.0	101.5	87.7	93.7	96.1	92.5	83.2	85.0	87.7	85.3
분유	144.2	155.7	148.6	149.5	139.9	139.7	143.8	141.1	123.7	129.2	135.4	129.4
이유식	135.3	138.5	129.0	134.3	126.7	117.7	125.8	123.4	126.2	120.5	129.3	125.3
기저귀	140.6	139.4	136.0	138.7	128.3	131.8	129.1	129.7	120.6	121.5	117.3	119.8
영양제	137.9	142.9	148.8	143.2	128.5	130.8	131.7	130.3	125.1	125.6	120.4	123.7

(표 III-1-10 계속)

품목	저소득				중소득				고소득			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
물티슈	110.2	110.4	106.8	109.1	92.0	92.9	95.4	93.4	88.7	94.7	96.6	93.3
내의류	114.5	116.6	119.3	116.8	104.4	106.1	111.8	107.4	97.7	104.7	102.1	101.5
겉옷	141.6	136.5	141.7	139.9	139.8	132.3	144.6	138.9	129.8	126.2	127.6	127.9
완구류	163.6	153.0	159.8	158.8	158.0	149.6	155.1	154.2	141.5	147.6	147.3	145.5
체감지수	132.1	134.6	131.8	132.8	122.4	123.5	125.7	123.9	113.8	115.9	116.8	115.5

주: 2014년 소득수준별 지수 산출 없었음.

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

육아소비재 ‘가격변동’에 대해 영아-유아, 가구소득수준별로 나누어 살펴본 결과, 2014년에 비해 가격이 올랐다고 응답한 비율이 감소한 가운데에서도, ‘완구류’와 ‘겉옷’에 대해 올랐다고 응답한 비율이 가장 많은 것으로 나타났다. 육아소비재의 최근 ‘가격변동’에 대해서는, 유아가구보다 영아가구에서, 그리고 소득수준 상층에 비해 중층 이하의 가구에서 최근 가격이 올랐다는 변동체감이 큰 것으로 나타났다. 소득수준과 상관없이 공통적으로 ‘완구류’와 ‘겉옷’에 대해 올랐다는 체감이 가장 크다. 가격수준체감, 가계부담, 가격변동체감 중에서 최근 가격이 올랐다고 느끼는 가격변동의 응답이 가장 적은 것으로 나타났다. 육아소비재 가격에서도 저물가 기조가 반영된 것으로 보인다.

〈표 III-1-11〉 2014-2015 육아소비재(9개) 가격변동체감 하위지수 - 영유아기별

품목	2015년								2014년	
	영아				유아				영아	유아
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월		
우유	116.0	113.7	113.2	114.3	114.6	114.1	111.3	113.3	100.8	127.5
분유	122.7	118.1	123.3	121.4	114.0	107.4	114.5	112.0	139.2	135.0
이유식	116.2	119.0	123.2	119.5	115.6	116.7	108.3	113.5	138.3	133.6
기저귀	121.5	119.0	123.1	121.2	117.4	107.4	118.8	114.5	137.2	122.8
영양제	120.6	119.4	123.1	121.0	124.6	117.2	118.0	119.9	128.8	122.4
물티슈	112.2	112.0	113.8	112.7	108.6	108.8	107.6	108.3	103.3	111.1
내의류	113.9	110.2	120.1	114.7	115.5	112.7	114.5	114.2	111.0	115.7
겉옷	130.7	119.4	131.3	127.1	131.1	124.1	129.6	128.3	138.5	131.3
완구류	136.0	130.9	135.3	134.1	151.1	143.5	141.2	145.3	151.4	143.9
체감지수	120.7	117.4	121.7	119.9	117.2	111.3	116.4	115.0	128.2	126.4

자료: 최윤경 외(2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-12〉 2015 육아소비재(9개) 가격변동체감 하위지수 - 소득수준별

품목	저소득				중소득				고소득			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
우유	117.7	115.2	115.9	116.3	114.4	113.3	111.2	113.0	115.0	113.9	111.8	113.6
분유	122.9	114.4	119.1	118.8	120.7	119.6	123.1	121.1	119.6	110.6	119.9	116.7
이유식	120.8	125.5	121.5	122.6	114.5	122.5	118.5	118.5	114.9	114.5	124.7	118.0
기저귀	122.3	113.7	123.6	119.9	121.3	118.1	121.6	120.3	114.8	112.6	121.3	116.2
영양제	124.9	115.8	125.1	121.9	124.1	119.7	119.6	121.1	114.4	117.1	119.5	117.0
물티슈	110.9	111.5	112.1	111.5	110.7	111.1	109.5	110.4	109.5	107.4	115.0	110.6
내의류	111.3	110.1	117.8	113.1	117.0	111.6	117.7	115.4	111.9	112.0	118.0	114.0
겉옷	128.4	122.0	130.0	126.8	133.7	121.2	132.9	129.3	125.4	122.0	125.3	124.2
완구류	141.7	137.5	142.8	140.7	145.7	137.2	137.5	140.1	135.7	134.4	134.4	134.8
체감지수	121.3	115.4	121.0	119.2	120.3	117.7	120.2	119.4	116.5	113.2	120.6	116.8

주: 2014년 소득수준별 지수 산출 없었음.
 자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

3) 육아 내구재 가격체감지수

영유아자녀 양육에 필요한 내구재(6개) 품목에 대해 2015년 5, 7, 9월 가격체감지수를 산출한 결과, 3개 지표 모두 100이상으로 나타나 현재의 내구재 품목의 가격수준이 품질성능 대비 비싸고, 가계에 부담이 되며, 지난 3개월간 가격이 올랐다고 체감하는 영유아부모가 그렇지않다고 응답한 수에 비해 많은 것으로 나타났다.

3개 지표(가격수준체감, 가계부담, 가격변동체감) 중에서, 육아 '내구재'의 높은 '가격수준'에 대한 부정응답률이 가장 컸으며, 육아소비재에 대한 체감지수와 비교하여 내구재에 대한 가격수준체감과 가계부담이 소비재보다 큰 것으로 나타났다. 그러나 연간추이에서는 2014년과 비교하여 부정적 응답률이 3개 지표에서 모두 감소하였다.

〈표 III-1-13〉 2013-2015 육아 내구재(6개) 가격체감지수 - 연간비교

단위: 점

품목	가격체감			가계부담			가격변동체감		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
카시트	141.5	151.1	149.7	143.7	147.8	146.0	145.0	136.0	130.0
유모차	150.1	162.1	158.4	147.8	156.0	152.4	150.1	141.7	133.5
아기띠	139.1	143.9	143.6	127.4	129.1	128.3	139.9	132.4	125.2

(표 III-1-13 계속)

품목	가격체감			가계부담			가격변동체감		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
매트	146.7	153.9	152.8	134.8	139.1	139.6	141.6	131.8	128.5
자전거	146.7	148.4	146.5	133.4	138.7	137.1	144.5	134.7	130.5
교재교구/책	152.2	159.0	157.2	149.9	149.7	148.9	146.6	142.2	142.0
체감지수	148.8	157.1	155.0	145.7	148.8	147.2	146.5	139.7	135.9

주: 1) 지수=(매우비싼편*1.0+조금비싼편*0.5+적당*0-조금싼편*0.5-매우싼편*1.0)/응답가구수*100+100

2) 체감지수는 KICCE 비중에 의해 가중평균한 결과임.

자료: 최윤경 외(2013, 2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

개별 품목별로 내구재 중에서 '유모차'와 '교재교구/책(전집)', 아이들 '매트'에 대한 가격수준체감이 높았으며, 가계부담은 '유모차', '교재교구/책', '카시트'의 순으로 나타났다. 최근 가격이 올랐는지에 대한 질문에서는 가격수준체감과 가계부담에 비해 부정적 응답이 적은 가운데, '교재교구/책'이 올랐다는 응답이 가장 많았다.

〈표 III-1-14〉 2015 육아 내구재(6개) 가격체감지수

단위: 점

품목	가격체감			가계부담			가격변동체감		
	2015년			2015년			2015년		
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5월	7월	9월
카시트	149.4	148.1	151.5	146.5	145.7	145.7	133.0	128.1	128.8
유모차	160.0	157.6	157.7	156.5	150.7	150.1	137.9	131.4	131.2
아기띠	142.5	143.8	144.4	126.4	127.7	130.8	124.9	125.0	125.8
매트	151.8	154.2	152.5	137.3	140.2	141.4	129.2	128.0	128.3
자전거	147.9	146.9	144.8	138.8	136.6	135.8	131.1	130.9	129.5
교재교구/책	159.2	155.2	157.2	150.4	146.7	149.6	141.2	142.7	142.1
체감지수	156.2	153.8	155.0	148.8	145.8	147.1	137.2	135.4	135.2

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

4) 육아 내구재 가격체감 하위지수

육아 내구재에 대한 '가격수준체감'을 영유아기 연령과 소득수준별로 산출한 결과, 영유아 가구간에 내구재 품목에 대한 가격인식에 큰 차이가 없었다. 영아 가구에서는 '유모차'에 대한 높은 가격수준이, 유아가구에서는 '유모차'와 '교재교구/책'에 대한 가격수준체감이 가장 높게 나타났다. 내구재 품목에서도 가구 소득이 많을수록 높은 가격수준에 대한 체감이 많았으며, 상대적으로 저소득 영

유아가구에서는 유모차에 대해, 중소득-고소득 가구에서는 교재교구/책에 대한 높은 가격인식이 많이 나타났다.

〈표 III-1-15〉 2014-2015 육아 내구재(6개) 가격체감 하위지수 - 영유아기별

품목	2015년								2014년	
	영아				유아				영아	유아
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월		
카시트	153.5	150.1	153.2	152.3	147.6	145.5	149.6	147.6	153.5	146.8
유모차	159.6	158.5	159.5	159.2	158.3	158.1	155.7	157.4	163.1	160.9
아기띠	144.0	144.5	144.9	144.5	142.4	144.3	145.6	144.1	144.4	143.4
매트	152.9	155.5	155.5	154.6	150.9	151.8	149.2	150.6	154.0	151.8
자전거	146.4	144.2	141.0	143.9	147.3	148.2	144.8	146.8	148.9	147.9
교재교구/책	156.2	155.4	158.0	156.5	158.4	155.3	157.7	157.1	156.7	159.5
체감지수	155.4	154.4	156.2	155.3	155.1	153.5	154.4	154.3	156.7	156.3

자료: 최윤경 외(2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-16〉 2015 육아 내구재(6개) 가격체감 하위지수 - 소득수준별

품목	저소득				중소득				고소득			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
카시트	152.6	154.2	152.5	153.1	150.9	145.0	153.6	149.8	150.6	151.9	147.2	149.9
유모차	149.7	148.9	156.3	151.6	161.9	160.5	158.4	160.3	162.3	163.5	159.9	161.9
아기띠	144.3	144.3	147.9	145.5	141.3	146.0	146.1	144.5	148.5	140.0	139.5	142.7
매트	150.4	149.8	150.6	150.3	151.9	154.7	154.1	153.6	154.8	157.3	153.4	155.2
자전거	150.3	147.0	143.9	147.1	144.8	145.7	144.5	145.0	148.7	148.4	137.9	145.0
교재교구/책	155.8	148.7	152.8	152.4	156.8	157.3	158.6	157.6	160.7	157.4	161.0	159.7
체감지수	152.6	149.3	152.9	151.6	155.7	155.2	156.3	155.7	158.2	156.9	156.2	156.8

주: 2014년 소득수준별 지수 산출 없었음.

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

육아 내구재 구입과 지출에 대한 '가계부담'을 영유아기 연령과 소득수준별로 비교한 결과, 영아가구에 비해 유아가구의 가계부담도가 더 크게 나타났다. 영아가구는 '유모차'와 '카시트'에 대한 부담이, 유아가구에서는 '유모차'와 '교재교구/책'에 대한 가계부담이 가장 크게 나타났다. 그러나 2014년에 비해 전반적으로 부담도 인식은 줄었다. 소득수준별로는 소득수준이 낮을수록 육아내구재 가계부담이 큰 것으로 나타난 가운데, 저소득 가구에서는 '카시트'에 대한 부담이, 중소득/고소득 가구에서는 '유모차'에 대한 부담이 가장 큰 것으로 나타났다.

특히 중소득 가구의 경우 유모차에 이어 '교재교구/책'에 대한 가계부담도가 높았다.

〈표 III-1-17〉 2014-2015 육아 내구재(6개) 가계부담 하위지수 - 영유아기별

품목	2015년								2014년	
	영아				유아				영아	유아
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월		
카시트	150.6	148.2	142.7	147.2	146.0	143.5	145.1	144.9	149.4	145.6
유모차	154.8	150.7	151.2	152.2	153.5	152.0	151.8	152.4	156.2	156.9
아기띠	127.4	126.6	120.1	124.7	128.1	128.0	134.6	130.2	128.5	131.5
매트	139.5	141.0	133.4	138.0	139.0	138.6	139.6	139.1	137.9	141.2
자전거	132.2	131.7	129.5	131.1	133.9	138.8	135.6	136.1	135.9	141.5
교재교구/책	145.9	142.8	137.5	142.1	151.5	149.0	151.5	150.7	144.8	155.8
체감지수	146.9	144.2	140.2	143.8	148.5	146.8	148.4	147.9	146.7	151.9

자료: 최윤경 외(2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-18〉 2015 육아 내구재(6개) 가계부담 하위지수 - 소득수준별

품목	저소득				중소득				고소득			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
카시트	159.3	153.3	148.4	153.7	146.3	145.4	148.3	146.7	144.4	142.7	140.0	142.4
유모차	153.2	145.9	148.8	149.3	156.0	153.3	154.6	154.6	150.8	151.2	144.2	148.7
아기띠	134.6	131.9	138.7	135.1	124.5	127.5	132.3	128.1	127.5	120.1	121.0	122.9
매트	143.8	145.1	143.8	144.2	138.0	140.4	141.6	140.0	137.2	133.4	135.8	135.5
자전거	144.7	143.8	135.2	141.2	129.7	135.0	133.5	132.7	128.1	129.5	126.5	128.0
교재교구/책	149.3	142.6	148.0	146.6	148.4	149.6	152.7	150.2	148.3	137.5	143.8	143.2
체감지수	150.4	144.6	147.0	147.3	147.4	147.6	150.0	148.3	145.8	140.2	140.9	142.3

주: 2014년 소득수준별 지수 산출 없었음.

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

육아 내구재의 시장가격 '변동(오름세)에 대한 체감'을 영유아기 연령과 소득 수준별로 비교한 결과, 집단별로 큰 차이가 없는 가운데 공통적으로 '교재교구/책'의 가격이 올랐다는 인식이 가장 큰 것으로 나타났다. 특히 유아가구와 중소득 가구에서 '교재교구/책'의 가격상승에 대한 응답이 많았다.

〈표 III-1-19〉 2014-2015 육아 내구재(6개) 가격변동체감 하위지수 - 영유아기별

품목	2015년								2014년	
	영아				유아				영아	유아
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월		
카시트	128.6	127.7	131.5	129.3	127.9	125.8	122.6	125.4	134.2	138.3

(표 III-1-19 계속)

품목	2015년								2014년	
	영아				유아				영아	유아
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월		
유모차	133.4	130.1	131.8	131.8	132.8	128.0	124.7	128.5	139.4	143.3
아기띠	121.5	122.1	126.0	123.2	125.4	124.0	122.9	124.1	126.8	133.0
매트	126.4	127.4	128.9	127.6	126.8	124.3	125.2	125.4	129.7	133.9
자전거	129.2	126.2	131.0	128.8	129.3	129.5	123.6	127.5	131.3	135.1
교재교구/책	136.1	139.4	138.3	137.9	144.8	143.8	143.6	144.1	138.7	145.1
체감지수	132.7	133.2	134.1	133.3	136.6	134.4	132.7	134.6	136.8	141.9

자료: 최윤경 외(2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-20〉 2015 육아 내구재(6개) 가격변동체감 하위지수 - 소득수준별

품목	저소득				중소득				고소득			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
카시트	132.5	126.0	130.1	129.5	124.6	125.9	128.3	126.3	133.7	130.9	126.1	130.2
유모차	134.2	128.3	128.4	130.3	131.7	130.2	129.6	130.5	136.3	128.2	129.7	131.4
아기띠	127.1	120.6	129.2	125.6	121.4	123.4	125.5	123.4	121.5	123.3	119.7	121.5
매트	129.9	125.9	127.5	127.8	125.2	125.6	129.1	126.6	126.2	129.0	123.8	126.3
자전거	133.4	130.1	133.0	132.2	126.4	125.7	126.0	126.0	133.0	133.0	122.6	129.5
교재교구/책	136.0	136.8	140.0	137.6	141.8	144.8	141.7	142.8	141.8	137.3	139.0	139.4
체감지수	134.1	131.3	134.0	133.1	134.0	135.3	134.4	134.6	136.8	132.6	132.2	133.9

주: 2014년 소득수준별 지수 산출 없었음.

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

5) 육아 서비스 가격체감지수

육아서비스 품목(6개)에 대한 가격체감지표에서도 소비재/내구재와 마찬가지로 3개 모두 최근 3개월간 육아서비스의 가격이 품질 대비 비싸다는 부정적 응답과 육아품목의 지출과 구입이 가계에 부담이 된다는 부정적 응답, 그리고 지난 3개월간 가격변동이 있었다는 체감에 그렇다고 응답한 사람의 수가 그렇지 않다고 체감한 사람에 비해 많음을 알 수 있다. 이는 2014년과 유사한 경향이다.

소비재/내구재와 달리 육아 '서비스' 품목에 대한 가격수준 체감이 2013, 2014년에 비해 비싸다는 응답이 더 많아진 것으로 나타났다. 가계부담과 가격변동체감에서는 부정적 응답률이 2013, 2014년에 비해 감소하였다. 서비스 중에서는 '돌/앨범 비용'과 '산후조리원', 그 다음으로 '학원'과 '보험'의 가격수준 체감

이 가장 높았으며, 이는 가계부담과 가격변동체감에서도 동일하게 응답률이 높았다.

대표적인 육아지원품목인 ‘어린이집’과 ‘유치원’의 경우 서비스 품목 중에서 가격수준 체감과 가계부담이 상대적으로 가장 낮게 나타나 육아지원의 효과와 가격규제의 정책 효과가 반영된 것으로 보인다. 유치원에 비해 어린이집의 가격수준이 가계부담의 체감이 보다 낮았으며, ‘학원’의 가격체감도는 상대적으로 높았다.

〈표 III-1-21〉 육아 서비스(6개) 가격체감지수 연간비교 - 2013~2015

단위: 점

품목	가격체감			가계부담			가격변동체감		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2013	2014	2015
돌/앨범	169.6	179.0	174.9	167.4	172.0	169.0	159.0	153.2	145.2
산후조리원	174.0	178.3	173.8	178.5	180.3	178.9	168.6	159.0	148.9
학원	145.5	152.0	148.2	145.3	146.3	144.1	144.8	142.8	138.3
어린이집	128.5	121.5	121.6	121.4	115.0	117.4	132.9	125.6	125.0
유치원	128.4	134.5	125.2	127.0	133.1	124.9	135.4	133.8	130.8
보험	142.5	146.2	147.5	137.5	136.5	138.0	145.4	138.7	137.2
체감지수	138.0	138.7	141.9	134.2	133.6	133.5	140.8	135.2	132.4

자료: 최윤경 외(2013, 2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-22〉 육아 서비스(6개) 가격체감도 - 2015 5~9월

단위: 점

품목	가격평가			가계부담			가격변동체감		
	2015년			2015년			2015년		
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5월	7월	9월
돌/앨범	177.8	173.7	173.3	172.4	167.0	167.8	146.7	144.6	144.4
산후조리원	173.6	175.2	172.5	180.3	178.5	178.1	149.4	149.9	147.3
학원	154.0	142.9	147.6	148.1	138.0	146.3	139.1	138.0	137.9
어린이집	125.7	119.5	119.6	119.8	114.5	118.0	127.5	125.2	122.2
유치원	125.7	122.3	127.6	124.0	121.9	128.7	134.4	126.8	131.4
보험	148.7	147.4	146.3	136.9	137.0	140.3	138.0	136.8	136.7
체감지수	143.8	140.5	141.4	135.4	130.1	135.1	132.6	131.8	133.0

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

6) 육아 서비스 가격체감 하위지수

육아 서비스에 대한 가격체감지수를 영아-유아, 소득수준별로 비교한 결과, 자녀연령과 소득수준에 따라 육아 서비스에 대한 가격수준체감은 큰 차이 없이 유사하였다. 그러나 가계부담에서는 유아가구보다 영아가구에서, 중소득/고소득

가구보다 저소득가구에서 부담이 된다는 비율이 더 많았다. 반면 최근 가격변동에 대해서는 중소득/고소득 가구보다 저소득가구에서 가격이 올랐다는 변동체감이 좀 더 많았다.

가격체감에서 자녀연령별로 해당품목을 많이 이용하는 연령대에서 비싸다는 가격체감보다는 돌/앨범과 산후조리원, 학습지, 유치원 등 해당 연령에서 상대적으로 이용률이 적은 품목에 대한 부정적 응답률이 높게 나타나는 경향을 보였다. 소득수준별 가격체감에서 계층별 이용특성에 따라 고소득층에서 선호하는 고가 품목일수록 고소득 가구의 체감에 부정응답률이 더 많았다(예: 산후조리원, 유치원).

가계부담에서는 (산후조리원과 유치원을 제외하고는) 전반적으로 유아가구보다 영아가구에서, 소득수준이 낮을수록 부담이 된다는 응답이 많았다.

가격변동체감에서 영아가구는 유치원과 산후조리원, 유아가구는 산후조리원과 돌/앨범으로 가격이 올랐다는 인식이 높게 나타나 마찬가지로 해당 연령에서 상대적으로 이용률이 적은 품목에 대한 부정적 응답률이 높게 나타나는 경향을 보였다. 소득수준과 상관없이 산후조리원과 돌/앨범 비용이 가장 많이 오른 것으로 체감되었다.

〈표 III-1-23〉 2014-2015 육아 서비스(7개) 가격체감 하위지수 - 영유아기별

단위: 점

품목	2015년								2014년	
	영아				유아				영아	유아
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월		
돌/앨범	177.6	174.1	173.3	175.0	181.2	175.8	176.4	177.8	179.6	179.2
산후조리원	172.5	174.0	170.8	172.4	175.7	178.4	175.7	176.6	176.8	181.7
학습지	143.7	145.2	145.5	144.8	144.6	138.7	143.3	142.2	-	-
학원	144.0	134.4	146.6	141.7	153.4	143.5	149.0	148.6	149.1	150.6
어린이집	122.8	115.3	115.3	117.8	127.7	124.2	128.2	126.7	120.1	122.2
유치원	140.0	150.6	125.6	138.7	128.0	126.5	129.5	128.0	-	134.3
보험	150.6	147.3	148.8	148.9	147.0	149.2	143.6	146.6	147.6	143.1
체감지수	140.6	139.4	134.1	138.0	140.0	137.8	139.4	139.1	139.4	138.6

자료: 최윤경 외(2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-24〉 2015 육아 서비스(7개) 가격체감 하위지수 - 소득수준별

단위: 점

품목	저소득				중소득				고소득			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
돌/앨범	180.6	173.9	174.6	176.4	177.6	174.7	175.1	175.8	182.1	175.8	167.2	175.0
산후조리원	169.4	170.7	164.6	168.2	172.2	174.5	172.6	173.1	182.5	182.1	177.9	180.8
학습지	151.2	143.6	154.2	149.7	140.9	139	152.9	144.3	144.7	141.7	135.1	141.6
학원	152.5	132.6	129.1	138.1	149.3	145.2	118.9	137.8	159.8	138.1	127	118.2
어린이집	133.0	131.5	113.3	125.9	124.4	114.4	135.7	124.8	115.6	120.6	118.5	145.0
유치원	119.0	112.8	150.8	127.5	129.8	127.5	145.8	134.4	141.0	150.7	143.2	146.1
보험	148.1	149.3	153.0	150.1	149.2	148.9	143.4	147.2	149.9	143.9	144.4	139.5
체감지수	140.0	136.4	139.4	138.6	138.7	134.1	144.9	139.2	139.9	141.4	137.3	139.5

주: 2014년 소득수준별 지수 산출 없었음.

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-25〉 2014-2015 육아 서비스(7개) 가계부담 하위지수 - 영유아기별

단위: 점

품목	2015년								2014년	
	영아				유아				영아	유아
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월		
돌/앨범	172.0	165.8	167.4	168.4	173.4	169.8	170.9	171.4	172.1	173.6
산후조리원	181.3	178.0	177.6	179.0	179.2	182.1	183.5	181.6	173.6	184.5
학습지	135.3	130.6	140.4	135.4	137.0	131.7	134.9	134.5	-	-
학원	150.0	131.9	141.9	141.3	148.8	137.6	146.4	144.3	136.7	146.9
어린이집	112.4	108.9	112.1	111.1	123.7	118.9	126.3	123.0	109.4	118.7
유치원	150.0	150.6	162.2	154.3	125.7	123.8	131.0	126.8	-	133.3
보험	138.6	138.7	143.3	140.2	134.1	136.4	136.3	135.6	137.4	134.0
체감지수	137.2	134.4	140.1	137.2	135.0	132.3	137.4	134.9	133.4	135.1

자료: 최윤경 외(2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-26〉 2015 육아 서비스(7개) 가계부담 하위지수 - 소득수준별

단위: 점

품목	저소득				중소득				고소득			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
돌/앨범	174.6	168.4	171.5	171.5	171.2	168.9	169.4	169.8	174.1	162.3	164.2	166.9
산후조리원	180.0	180.6	224.6	195.1	179.3	177.9	179	178.7	184.9	181.7	173.2	179.9
학습지	147.4	138.4	148.7	144.8	131.8	130.8	134.7	132.4	134.6	124.5	128.2	129.1
학원	146.9	133.3	157.2	145.8	150.1	138.5	147.1	145.2	148.0	133.2	137.7	139.6

(표 III-1-26 계속)

품목	저소득				중소득				고소득			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
어린이집	129.0	125.1	130.9	128.3	114.9	110.7	115.6	113.7	111.1	108.8	112.4	110.8
유치원	121.4	110.2	118.2	116.6	127.1	126.4	135.2	129.6	133.8	142.4	142.0	139.4
보험	142.7	143.3	147.9	144.6	135.5	137.5	140.1	137.7	131.2	131.3	133.0	131.8
체감지수	138	132.6	142.4	137.7	131.9	129.8	134.7	132.1	132.1	131	132.4	131.8

주: 2014년 소득수준별 지수 산출 없었음.

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-27〉 2014-2015 육아 서비스(6개) 가격변동체감 하위지수 - 영유아기별
단위: 점

품목	2015년								2014년	
	영아				유아				영아	유아
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월		
돌/앨범	144.7	142.4	143.9	143.7	148.2	148.1	145.0	147.1	131.3	156.2
산후조리원	146.2	147.6	144.5	146.1	155.0	154.0	151.4	153.5	155.7	166.6
(학습지)	131.6	129.3	132.2	131.0	134.6	132.4	132.4	133.1	-	-
학원	126.6	131.2	128.5	128.8	139.9	139.3	137.2	138.8	142.9	141.7
어린이집	121.5	121.1	118.5	120.4	133.0	129.0	125.7	129.2	122.9	127.1
유치원	140.2	135.7	162.6	146.2	136.3	126.1	131.3	131.2	-	132.9
보험	134.7	133.7	134.4	134.3	141.2	139.6	138.2	139.7	137.2	139.1
체감지수	132.1	130.8	136.1	133.0	138.1	133.7	133.0	134.9	133.4	136.3

자료: 최윤경 외(2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-1-28〉 2015 육아 서비스(7개) 가격변동체감 하위지수 - 소득수준별
단위: 점

품목	저소득				중소득				고소득			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
돌/앨범	142.7	139.5	145.6	142.6	148.8	144.9	143.0	145.6	142.9	150.1	146.1	146.4
산후조리원	139.9	140.6	142.5	141.0	150.6	152.2	150.1	151.0	155.2	150.7	140.8	148.9
학습지	138.5	140.1	136.2	138.3	132.3	129.7	133.2	131.7	130.7	126.0	125.1	127.3
학원	130.7	144.6	128.1	134.5	140.0	134.4	138.8	137.7	140.7	142.4	130.1	137.7
어린이집	127.4	128.7	128.5	128.2	128.7	123.2	120.3	124.1	122.5	125.8	118.5	122.3
유치원	131.9	125.5	142.8	133.4	136.3	126.2	134.4	132.3	145.4	129.1	131.8	135.4
보험	139.8	141.5	136.9	139.4	135.4	134.2	135.6	135.1	140.8	135.3	129.3	135.1
체감지수	133.2	133.0	135.8	134.0	135.1	130.1	131.3	132.2	135.8	132.2	127.6	131.9

주: 2014년 소득수준별 지수 산출 없었음.

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

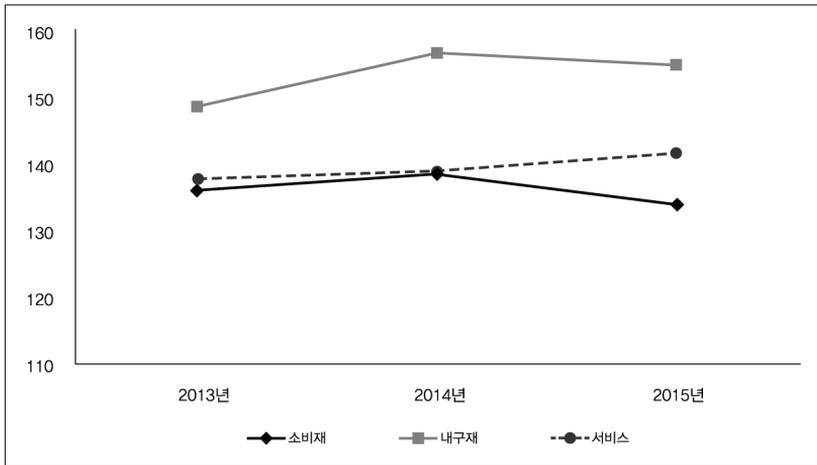
7) 육아물가체감지수 요약 및 시사점

영유아부모의 주요 육아품목에 대한 3개 체감지수를 조사한 결과, 2014년 조사 결과와 유사하게 앞서 살펴본 「3장 육아물가지수」에서 나타내는 실제 시장 가격의 변동보다, 영유아부모가 체감하는 육아물가에 대한 부정적 체감이 더 컸다. 육아물가지수가 유의한 지표이긴 하나, 영유아가구가 개별 품목별로 구입, 지불하면서 부담하고 느끼는 실제 가격'수준'에의 부담은 지수산식의 특성 상 물가지수의 산출을 통해 충분히 반영되지 않음을 알 수 있다. 물가지수 산출 시 체감지수도 함께 고려될 필요가 있다(최윤경 외, 2014a). 그러나 하위특성별(연령, 소득수준)로 살펴보았을 때 이용률이 높지않은 품목에 대한 가격수준 및 변동에 대한 인식이 높게 나타나는 경향도 있어, 체감지수 해석 시 유의할 필요가 있다.

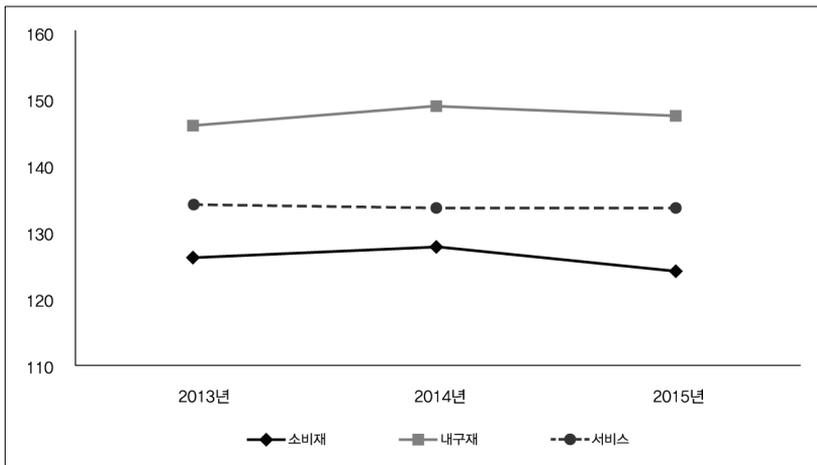
〈표 III-1-29〉 2013-2015 육아물가체감지수

구분	2013년				2014년				2015년			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
소비재												
가격체감	131.9	136.6	140.2	136.2	137.1	137.4	140.8	138.4	132.2	132.9	136.6	133.9
가계부담	124.9	125.8	127.9	126.2	127.3	128.1	128.1	127.8	123.3	124.6	124.9	124.3
가격변동체감	143.5	142.4	147.8	144.6	127.6	123.3	121.6	124.2	120.1	116.1	120.1	118.8
내구재												
가격체감	148.2	150.2	147.9	148.8	156.1	155.8	159.4	157.1	156.2	153.8	155	155.0
가계부담	145.3	146.0	145.8	145.7	148.9	148.5	149.1	148.8	148.8	145.8	147.1	147.2
가격변동체감	145.9	147.4	146.3	146.5	141.5	140.2	137.4	139.7	137.2	135.4	135.2	135.9
서비스재												
가격체감	136.8	138.0	139.2	138.0	141.1	137.0	138.0	138.7	143.8	140.5	141.4	141.9
가계부담	134.1	133.9	134.8	134.3	135.7	132.2	132.9	133.6	135.4	130.1	135.1	133.5
가격변동체감	140.8	140.9	140.7	140.8	137.2	134.3	134.0	135.2	132.6	131.8	133.0	132.5

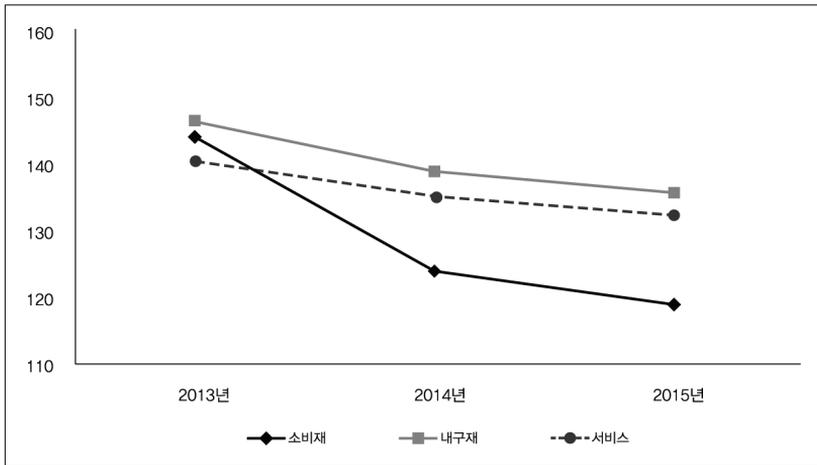
육아물가체감지수 산출을 통한 영유아부모 체감물가 동향 111



[그림 III-1-1] 2013-2015 가격체감 연간비교



[그림 III-1-2] 2013-2015 가계부담 연간비교



[그림 III-1-3] 2013-2015 가격변동체감 연간비교

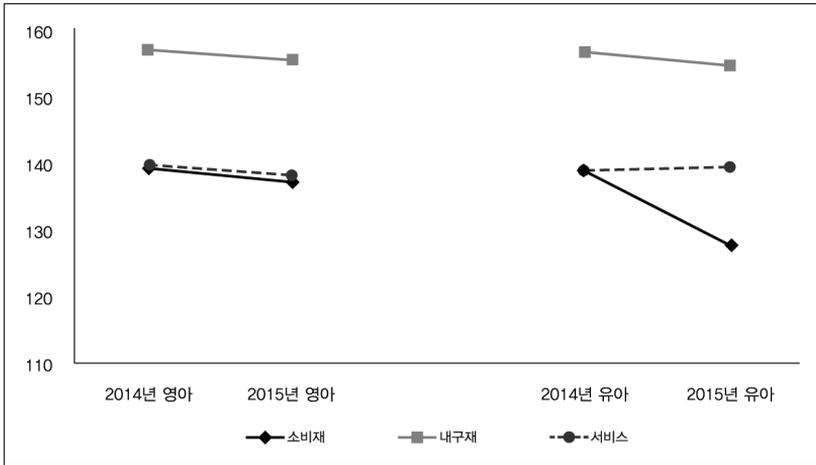
대체로 육아품목에 대한 영유아가구의 주요 육아품목에 대한 가격체감지수는 2014년 대비 부정적 응답률이 줄어든 것으로 나타났다. 그러나 여전히 모든 품목에서 지수가 100이 넘어, 가격이 너무 비싸다, 가계에 부담이 된다, 가격이 올랐다고 부정적으로 체감하는 영유아부모가 그렇지않은 영유아부모에 비해 많은 상황이다. 2015년 부정적 체감도는 내구재 가격수준체감에서 가장 높았으며, 그 다음으로 내구재 구입의 가계부담도, 그리고 서비스재의 가격수준체감이 높았다. 상대적으로 육아소비재의 가격변동체감(가격이 올랐다)은 체감지수 중에 가장 응답률이 낮았으며, 그 다음으로 소비재의 가계부담도가 낮았다.

육아지원 설계 시 서비스재 못지않게 내구재 품목에 대한 지원이 필요함을 시사한다 하겠다.

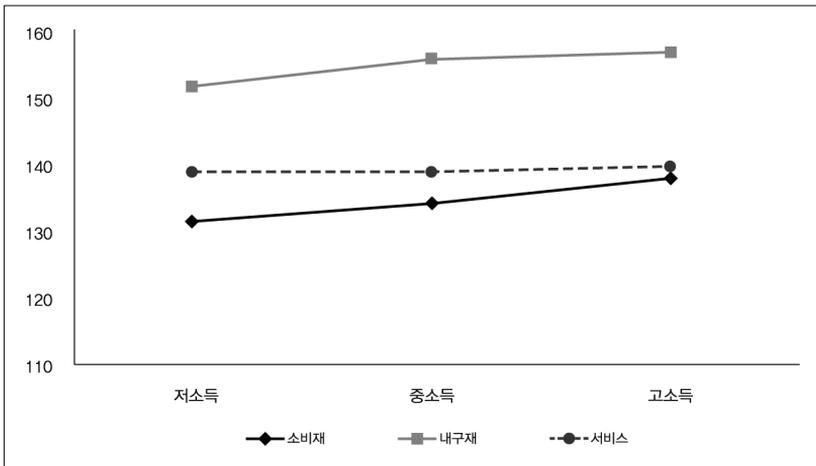
소득수준별 육아품목 체감지수를 살펴보면, 근소한 차이이긴 하나 소득수준이 높을수록 비싼 품목을 구입하여 이용하는 소비패턴을 반영하여 가격수준에 대한 부정적 체감은 소득수준이 높을수록 큰 것으로 나타났다. 단, 보편적 지원 설계에 있는 서비스재의 경우 가격수준에 대한 소득수준에 따른 체감의 차이는 나타나지 않았다.

이와는 달리, 육아품목별 가계부담도는 소득수준이 적을수록 부정적 체감이 높은 가운데에서도, 연간 추이를 보면 부담이 된다는 부정 응답률이 감소하는 추세를 보이고 있다. 육아품목의 가계부담도가 높은 저소득 가구에 대한 지원이

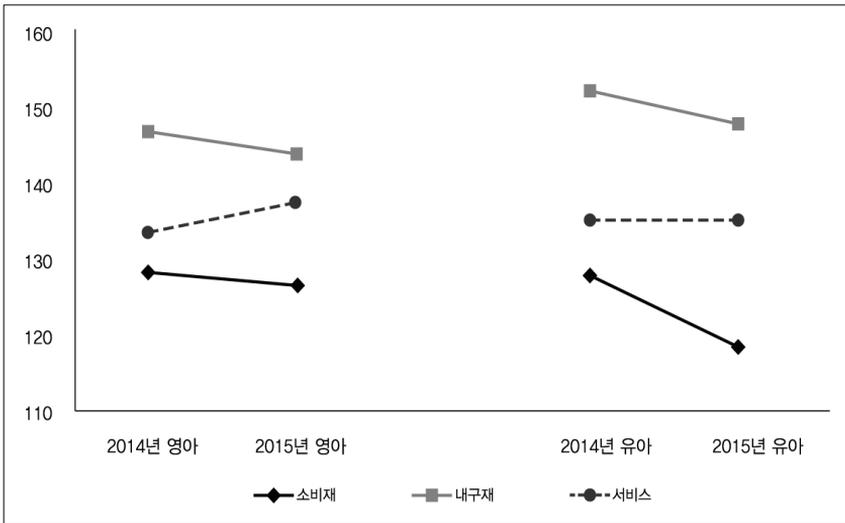
보강될 필요가 있음을 보여주는 가운데, 육아품목 지출의 가계부담도가 줄어드는 추이를 확인할 수 있다. 이것이 육아지원의 주 효과인지, 상대적으로 가격이 낮은 저가상품군 위주의 구입으로 소비패턴이 변화한 것인지에 대해서는 좀 더 지켜볼 필요가 있겠다.



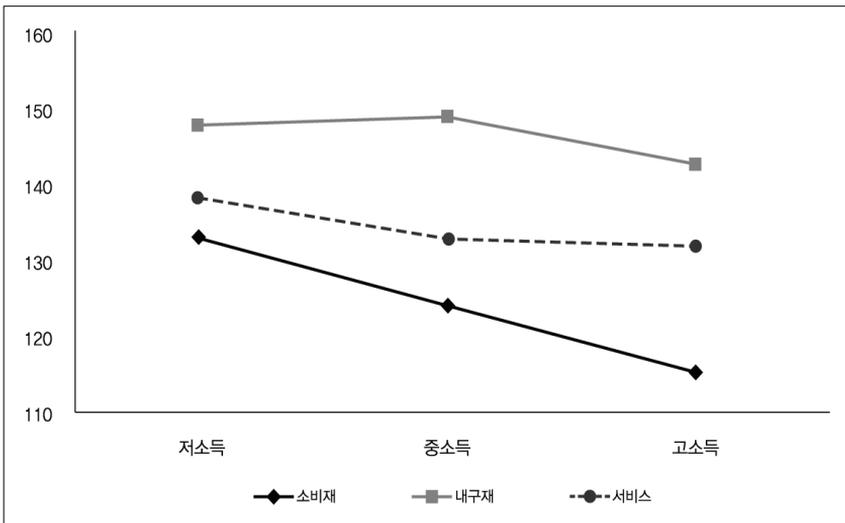
[그림 III-1-4] 2014-2015 영유아기별 가격체감 비교



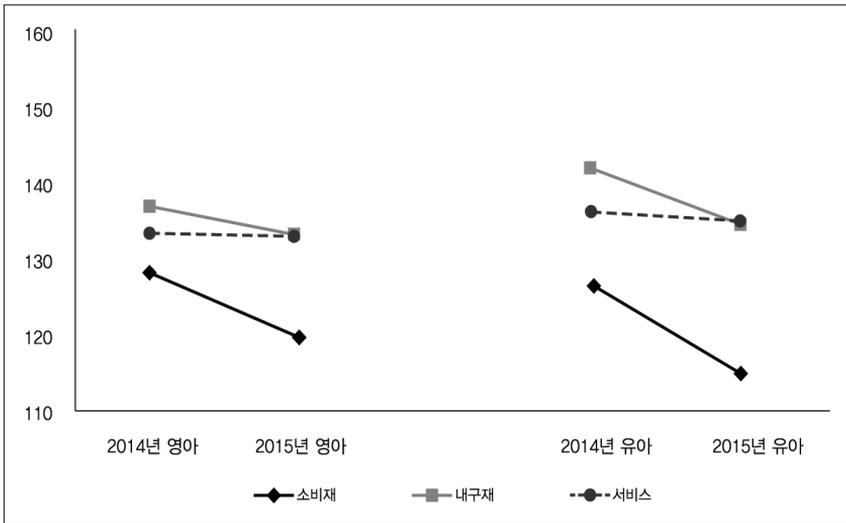
[그림 III-1-5] 2015 소득수준별 가격체감 비교



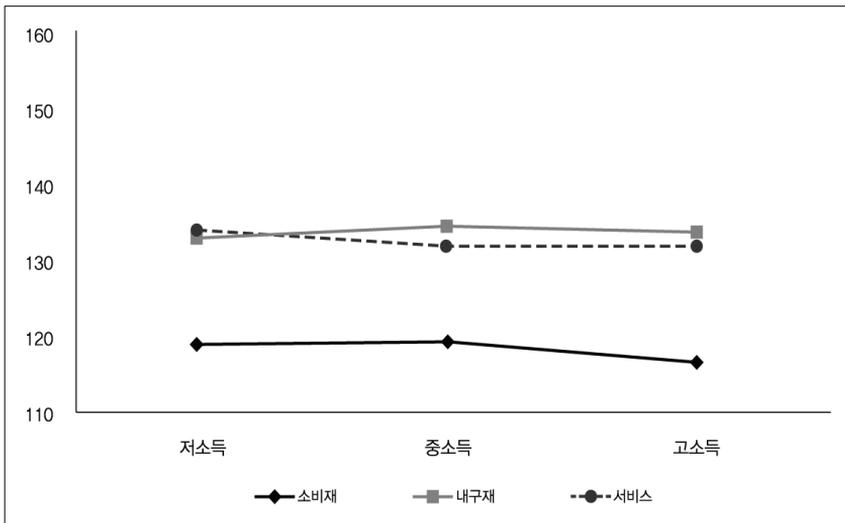
[그림 III-1-6] 2014-2015 영유아기별 가계부담도 비교



[그림 III-1-7] 2015 소득수준별 가계부담도 비교



[그림 III-1-8] 2014-2015 영유아기별 가격변동체감 비교



[그림 III-1-9] 2015 소득수준별 가격변동체감 비교

2. 영유아가구의 소비자심리지수

가. 한국은행의 소비자심리지수

“한국은행에서는 소비자동향조사를 통해 소비자심리지수(CCSI)를 구성하여 국민이 소비자로서의 갖는 체감지수를 공표하고 있다”(한국은행, 2014). 소비자심리지수(Composite Consumer Sentiment Index)³⁵⁾는 전국 도시 2,200 가구를 대상으로 소비자동향을 알아보기 위해 현재생활형편, 가계수입전망, 현재경기판단 등의 6가지 조사항목을 이용하여 산출하는 심리지수로, 장기평균치(2003년 1월 ~ 2013년 12월)를 기준값으로 하여 6가지의 개별지수를 표준화 한 후 이를 합성하는 종합 소비심리지표이다. 한국은행 지수 산식에 의하면, 결과수치가 100보다 크면 낙관적임을, 100보다 작으면 비관적임을 의미하는 지표로 매월 발표하고 있다(최윤경 외, 2014a).

〈표 III-2-1〉 영유아부모 소비자심리지수 문항

조사항목	세부항목	조사내용
경제 인식	· 현재생활형편 · 현재경기판단	6개월 전과 비교한 현재
경제 전망	· 생활형편전망 · 향후경기전망	현재와 비교한 6개월 후 전망
소비지출 전망	· 가계수입전망 · 소비지출전망	현재와 비교한 6개월 후 전망
물가 전망	· 물가수준전망	현재와 비교한 1년 후 전망
	· (육아)물가인식	지난 1년간 육아물가상승률에 대한 인식
	· 기대인플레이션	향후 1년간 육아물가상승률 전망

자료: 한국은행(2014). 2014년 1월 소비자동향조사 보도자료(2014. 1. 27). p.6

$$35) \text{ 소비자심리지수 } CCSI_t = \left(\frac{Z_t - \bar{Z}}{S_Z} \right) \times 10 + 100$$

$$Z_t = \sum_{i=1}^6 Y_{i,t} : t\text{시점의 6개 개별 표준화 지수의 합}$$

$$\bar{Z} = \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T Z_t : Z_t \text{의 표준화구간 중 평균}$$

$$S_Z = \sqrt{\frac{1}{T-1} \sum_{t=1}^T (Z_t - \bar{Z})^2} : Z_t \text{의 표준화구간 중 표준편차}$$

2013-2015년 전국 소비자심리지수에 의하면, 월별지수가 100보다 다소 큰 수치를 유지하고 있어 증가세 또는 낙관적으로 평가, 전망하는 가구 수가 감소세 또는 비관적으로 응답하는 가구 수보다 다소 많은 것으로 나타났다.

2015년 9월 기준으로 개별항목별로 살펴보면, 가계소비지출이 늘어날 것이라는 응답이 줄어들 것이라는 응답보다 다소 많았으며, 금리수준이 인상될 것이다, 가계부채가 늘어날 것이라는 응답이 감소될 것이라는 응답보다 다소 많았다. 물가, 주택가격, 임금수준이 오를 것이라는 응답도 떨어질 것이라는 응답보다 많이 나타났다.

반면에 현재 생활형편에 대한 인식과 향후 전망, 경기 인식과 경기 전망에 대해서는 부정적 응답이 더 많았으며, 취업기회와 가계저축에 대해서도 감소하리라는 응답이 더 많은 것으로 나타났다. 현재 경기판단과 향후 물가수준 전망이 가장 부정적임을 알 수 있다. “개별 항목의 내용이 일관된 방향과 비중을 갖고 있지 않는 경우, 하나의 지수로 묶어 제시할 때 해석에 어려움이 따른다”(최윤경 외, 2014a).

〈표 III-2-2〉 2013-2015 소비자심리지수

소비자심리지수	2013년			2014년			2015년		
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5월	7월	9월
소비자심리지수	104	105	102	105	105	107	105	100	103
현재생활형편	91	93	89	91	91	93	93	89	91
생활형편전망	98	99	95	99	100	100	102	99	99
가계수입전망	99	99	97	101	101	102	101	100	100
소비지출전망	106	105	105	108	109	110	107	105	107
현재경기판단	79	82	77	76	75	83	79	63	73
향후경기전망	97	95	97	94	92	97	91	86	88
취업기회전망	94	92	95	91	90	94	85	83	91
금리수준전망	84	100	97	102	96	89	94	99	107
현재가계저축	87	88	86	87	87	89	89	87	88
가계저축전망	93	93	90	94	93	95	95	93	94
현재가계부채	103	102	103	105	105	105	102	104	105
가계부채전망	98	98	99	100	99	101	99	98	100
물가수준전망	135	133	144	136	135	137	129	133	132
주택가격전망	111	103	109	113	113	124	122	119	117
임금수준전망	116	118	119	118	118	118	116	119	115

자료: 한국은행(2013-2015). 한국은행 보도자료- 소비자동향조사 결과

주: 100보다 크면 낙관적 응답 가구가 많음을, 100보다 작으면 비관적 응답 가구가 많음을 의미, 본 연구의 체감지수 해석과 반대임.

나. 영유아가구의 소비자심리지수

육아물가수준과 변동에 대한 체감 외에 영유아가구가 체감하는 경기와 생활 전반에 대한 인식과 전망을 보조지표로서 살펴보았다. 본 영유아부모 대상 체감 조사에서는 소비자동향조사 항목을 반영하여 ①현재생활형편, ②생활형편전망, ③가계수입전망, ④소비지출전망, ⑤현재경기판단, ⑥향후경기전망, 그리고 ⑦육아물가수준 전망과 ⑧육아물가에 인식 문항을 보강하여 질문하였다.

영유아가구의 소비자심리지수 조사 결과, 장래 가계수입 전망을 제외하고는 모든 항목에서 부정적 응답자 수가 긍정적 응답자 수보다 많게 나타난 가운데, 현재 우리나라 경기와 현재 육아물가수준과 향후 육아물가수준 전망에서 부정 응답률이 가장 컸다. 육아물가수준에 대한 부담이 상당히 큼을 알 수 있으며, 상대적으로 미래 가계수입 전망과 현재 생활형편 및 향후 생활형편전망에서 부정적 응답률이 적었다. 그러나 현재 우리나라 경기와 향후 생활형편전망, 경기 전망, 가계수입 전망 등에서 2014년과 비교하여 부정적 응답률이 증가하였으며, 소비자물가와 육아비 지출 전망, 지난 1년간 육아물가상승률과 물가수준 전망 등에서도 2014년 대비 증가할 것이라는 부정적 응답이 우세한 가운데에서도 응답률은 감소한 것으로 나타났다.

한국은행에서 공표하는 전국가구 소비자심리지수와 비교하였을 때 영유아가구의 전반적인 생활형편/경기 현황 및 전망에서 대체로 부정적 응답률이 더 많으며, 육아물가에 관한 인식과 지출전망은 부정응답이 상대적으로 많았다.

〈표 III-2-3〉 2013-2015 현재/향후 생활형편 및 육아물가 지출 전망

단위: 점

항목	2013년	2014년	2015년			
	5-9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
현재 생활형편	122.0	113.0	115.7	112.7	111.1	113.2
현재 우리나라경기	145.5	136.1	146.9	148.3	138.4	144.5
향후 생활형편전망	107.9	102.2	107.1	103.2	101.7	104.0
향후 경기전망	121.1	121.5	130.8	130.8	123.9	128.5
가계수입전망	-	91.5	97.6	96.4	95.0	96.3
육아지출전망	133.2	134.7	131.9	124.3	124.1	126.8
소비자물가전망	-	133.0	135.9	125.1	126.4	129.1
지난1년육아물가상승률	141.9	130.2	132.7	125.1	120.9	126.2
현재 육아물가수준	149.9	146.8	147.8	130.1	130.2	136.0
향후 육아물가수준전망	134.2	146.1	147.2	132.5	134.8	138.2

주: 1) 2014년 응답사례수=887, 2015년 응답사례수=894

2) 지수=((매우부담*1.0+조금부담*0.5+적당*0-별로부담안됨*0.5-전혀부담안됨*1.0)/응답가구수*100)+100

3) 100보다 크면 비관적 응답 가구가 많음을, 100보다 작으면 낙관적 응답 가구가 많음을 의미함.

자료: 최윤경·박진아·최종화(2014a), KICCE 육아물가지수 연구(II), p.92.

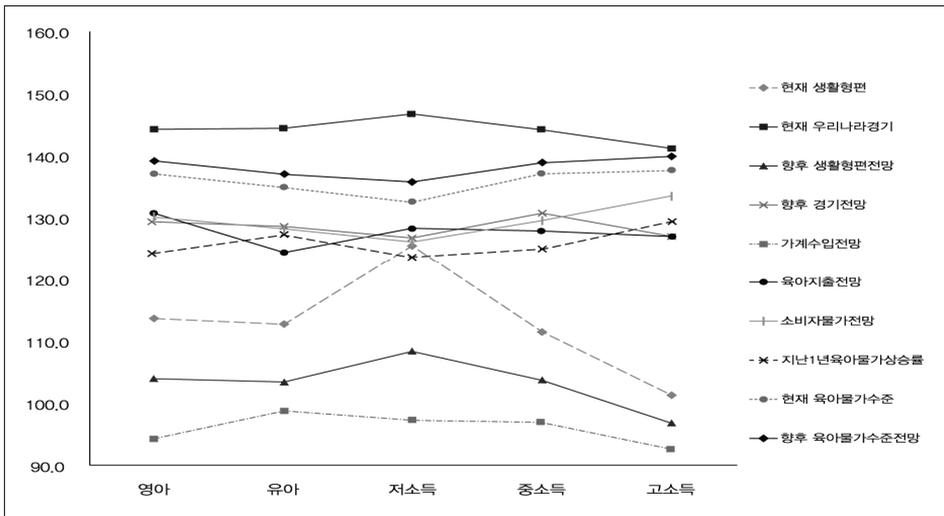
현재 및 향후 생활형편, 육아비용지출과 육아물가수준에서 유아가구보다 영아가구의 부정응답이 다소 많아 생활형편과 양육비 지출에 부담이 큰 시기임을 보여준다. 단 지난 1년간 육아물가수준 상승률에서만 유아가구의 부정응답률이 영아가구에 비해 많았다.

소득수준별로도 저소득가구일수록 생활형편과 현재 경기, 생활형편전망에서 부정적 의견과 전망이 많았고, 고소득가구일수록 육아물가상승률과 현재 육아물가수준 및 향후 육아물가수준에 대한 부정적 응답이 많았다. 전반적으로 저소득가구의 어려운 생활형편과 가계부담 및 부정적 전망이 보이는 가운데, 육아품목 지출비용과 육아물가수준, 육아 및 소비자물가상승률 전망에서는 중소득/고소득가구의 부정적 의견이 많아, 비싼 육아품목에 대한 부담은 저소득가구에 국한되지 않은 현상임을 알 수 있다.

〈표 III-2-4〉 현재/향후 생활형편 및 육아물가 지출 전망 하위지수(2015년 5~9월 평균)

단위: 점

품목	영아	유아	저소득	중소득	고소득
현재 생활형편	113.8	112.9	125.7	111.7	101.5
현재 우리나라경기	144.4	144.5	146.8	144.5	141.5
향후 생활형편전망	104.1	103.5	108.5	103.9	97.0
향후 경기전망	129.8	128.6	127.0	131.0	127.3
가계수입전망	94.4	98.9	97.4	97.0	92.8
육아지출전망	130.7	124.6	128.3	128.1	127.2
소비자물가전망	130.5	128.4	126.2	129.7	133.7
지난1년육아물가상승률	124.4	127.3	123.7	125.3	129.5
현재 육아물가수준	137.3	135.1	132.7	137.4	137.8
향후 육아물가수준전망	139.4	137.3	136.0	139.0	140.1



[그림 III-2-1] 현재/향후 생활형편 및 육아물가 지출 전망 하위지수 (2015년 5~9월)

나. 주요 품목별 지출전망

6개월 후 주요 육아품목별 지출 전망을 질문한 결과, 모든 육아품목에서 2014년 대비 2015년 조사에서 지출이 늘어날 것이라는 전망이 줄었다.

소비재인 의류/신발에 대한 지출수요가 가장 크게 응답되었으며, 그 다음으로 교육·보육비, 그 중에서도 교재교구와 학습지/학원의 사교육, 그리고 문화오락비와 의료보건비에 대한 지출이 늘어날 것이라는 응답이 많았다.

<표 III-2-5> 6개월 후 육아품목별 지출전망

단위: 점

구분	2014년				2015년			
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월
1) 내구재	66.1	67.8	-	67.0	64.1	64.3	64.5	64.3
2) 의류 및 신발	133.2	128.5	134.7	132.1	133.3	128.4	133.7	131.8
3) 가족외식비	112.4	112.1	113.4	112.6	112.3	109.5	113.6	111.8
4) 가족여행비	113.3	115.0	114.7	114.3	111.4	111.8	112.1	111.8
5) 의료보건비	121.6	122.6	121.9	122.0	122.4	116.9	117.6	119.0
6) 문화오락비	128.8	125.5	128.1	127.5	128.2	123.3	124.9	125.5
7) 영유아 보험	110.1	111.7	110.5	110.8	110.4	109.7	107.0	109.0
8) 교육·보육비	134.3	130.7	133.5	132.8	131.0	128.1	129.2	129.4
8-1) 교재교구	126.6	126.6	125.1	126.1	121.9	120.6	120.4	121.0
8-2) 학습지	121.2	119.7	120.6	120.5	114.0	117.5	117.4	116.3
8-3) 학원	120.9	120.1	120.1	120.4	114.2	117.0	118.5	116.6
8-4) 어린이집	117.9	118.5	119.6	118.7	114.5	115.1	114.9	114.8
8-5) 유치원	115.0	113.6	112.5	113.7	110.0	111.0	109.3	110.1
8-6) 돌봄비용	105.3	107.4	106.3	106.3	104.2	101.4	102.0	102.5

자료: 본 연구에서 수행한 2014-2015 육아물가조사 분석결과임.

자녀연령별로 교육·보육비(학습지, 학원, 유치원)를 제외하고 영아가구의 지출 수요 및 전망이 유아가구보다 많았으며, 소득수준별로 내구재와 가족외식비, 가족여행비, 문화오락비, 그리고 돌봄비용에서 소득수준이 높을수록 지출전망이 많았다. 기본 육아품목에 해당하는 의류·신발과 보편적 지원특성을 갖는 유치원·어린이집에 대한 지출 수요에는 소득수준에 따른 차이가 거의 없다.

저소득 영유아가구의 경우 상대적으로 의료·보건비와 영유아보험에 대한 지출 전망이 많아 경제적 취약계층에 대한 의료보험 등 사회보장에 대한 요구와 부담이 있음을 알 수 있다. 중소득 영유아가구의 경우, 상대적으로 교재교구와 학원비 등 교육비에 대한 지출수요가 컸다.

영아가구, 저소득가구의 육아비 지출 수요와 부담이 큼을 알 수 있으며, 내구재와 문화오락과 여행, 외식 등에서 소득수준의 경제적 여력의 차이가 드러남을 보여준다. 육아지원의 설계가 문화오락과 여가 지원의 측면을 고려할 필요가 있으며, 영아가구와 저소득가구의 수요와 부담을 고려한 지원설계가 필요하겠다. 한편 중산층 영유아가구의 사교육 수요를 수용할 수 있는 양질의 서비스 내용과 프로그램의 보강이 요구된다 하겠다.

〈표 III-2-6〉 6개월 후 육아품목별 지출전망(2015년 5-9월 평균)

단위: 점

품목	영아	유아	저소득	중소득	고소득
1) 내구재	71.8	60.1	68.2	64.7	70.6
2) 의류 및 신발	135.6	127.9	133.9	131.7	131.4
3) 가족외식비	115.1	107.9	108.9	112.4	114.4
4) 가족여행비	114.6	108.5	102.2	113.0	121.9
5) 의료보건비	124.5	114.2	123.4	118.2	120.9
6) 문화오락비	133.1	121.0	127.0	127.7	129.5
7) 영유아 보험	110.7	109.1	113.7	108.6	108.7
8) 교육·보육비	128.9	131.0	128.8	131.0	127.5
8-1) 교재교구	124.3	121.2	119.2	124.9	121.8
8-2) 학습지	112.0	121.8	116.0	116.6	115.5
8-3) 학원	109.4	125.6	113.3	118.6	113.6
8-4) 어린이집	121.4	111.8	120.6	116.0	116.9
8-5) 유치원	110.0	112.7	110.5	111.5	110.6
8-6) 돌봄비용	109.4	99.6	103.9	104.7	108.4

다. 보육교육 서비스 비용지원 및 이용에 대한 만족도

한편 대표적인 육아지원품목인 유치원과 어린이집의 교육·보육 서비스 이용 및 비용지원에 대한 체감만족도를 지수로 산출하여 2013년 이후 추이를 파악한 결과, 2013년 대비 2015년 '비용 지원'에 대해 만족한다고 응답한 긍정응답률은 감소하였으나, '이용 서비스' 자체에 대해서는 만족도 응답은 증가한 것으로 나타났다.

2014년 작년 대비 2015년 비용 및 이용에 대한 만족도 지수를 살펴보면, 유치원 비용 지원(+7.40%), 어린이집 비용 지원(+0.81%), 양육수당 지원(-6.26%)로 2014년에 비해 유치원·어린이집 비용 지원에 대한 긍정적 만족 응답이 증가한 것으로 나타났으며, 반면 양육수당 지원에 대한 만족도는 떨어진 것으로 나타났다. 양육수당 지원 만족도는 매년 감소되는 추세로, 2015년에는 불만족한다는 응답자 수가 만족한다는 응답자보다 더 많게 나타났다. 반면에 이용하는 서비스 자체에 대해서는 3년간 완만히 만족률 응답이 증가하는 상승세를 보이고 있다.

결과적으로 비용지원에 대한 만족률보다 서비스이용에 대한 만족률이 더 커, 지원수준보다 서비스의 이용가능성과 질과 내용 등에 대한 만족도가 더 큰 것으로 해석된다. 어린이집에 대한 비용지원과 서비스 이용 만족도가 상대적으로 가장 컸으며, 학원서비스 이용에 대한 만족도도 높은 수준을 보였다.

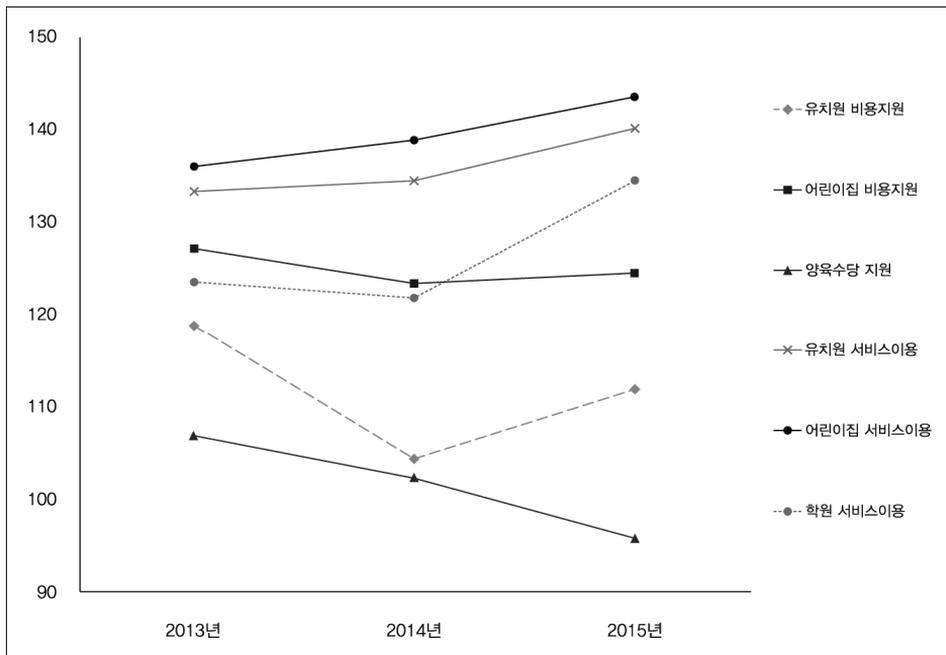
정책효과의 측면에서, 비용지원을 통한 수요자 만족도 제고보다는 비용지원을 통한 서비스 이용률(접근성) 증가와 서비스 질과 내용의 향상이 가져온 만족도가 더 크다고 해석할 수 있겠다.

〈표 III-2-7〉 2013-2015 비용지원 및 서비스 체감만족도

단위: 점, %

구분	2013년				2014년				2015년				'13-15 상승률
	5월	7월	9월	5-9 월	5월	7월	9월	5-9 월	5월	7월	9월	5-9 월	
유치원 비용지원	1141	1161	1260	1185	1005	1044	1074	1041	1130	1128	1096	1118	-5.65
어린이집 비용지원	1250	1283	1281	1270	1221	1244	1234	1233	1252	1242	1236	1243	-2.13
양육수당 지원	1126	1084	1048	1067	1072	1029	968	1023	985	988	955	959	-10.12
유치원 서비스이용	1313	1332	1354	1331	1411	1314	1301	1342	1446	1392	1361	1400	5.18
어린이집서비스이용	1338	1379	1360	1358	1378	1389	1388	1385	1456	1428	1416	1433	5.52
학원 서비스이용	1233	1264	1207	1234	1223	1240	1190	1217	1241	1446	1342	1343	8.83

자료: 최윤경 외(2013, 2014a). 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.



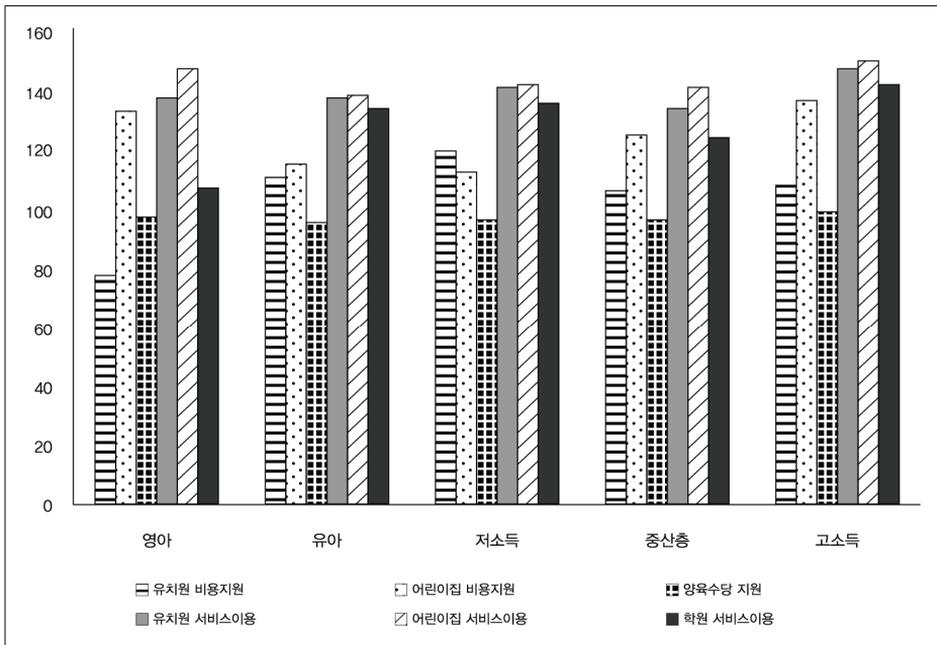
[그림 III-2-2] 2013-2015 비용지원 및 서비스 체감만족도

〈표 III-2-8〉 하위특성별 비용지원 및 서비스 체감만족도(2015년 5~9월 평균)

단위: 점, %

품목	영아	유아	저소득	중소득	고소득
유치원 비용지원	78.4	112.0	120.9	107.2	109.5
어린이집 비용지원	134.1	115.7	113.6	126.3	137.3
양육수당 지원	98.2	96.8	97.1	97.6	100.1
유치원 서비스이용	138.5	139.1	141.8	135.3	148.6
어린이집서비스이용	148.8	139.5	143.6	141.8	151.8
학원 서비스이용	108.2	135.5	136.5	125.5	143.0

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.



[그림 III-2-3] 하위특성별 비용지원 및 서비스 체감만족도(2015년 5~9월 평균)

비용지원 및 서비스 이용에 대한 만족도를 영·유아기별로 분석한 결과, 비용 지원의 측면에서, 영아가구에서는 유치원 지원보다 어린이집 비용지원에 대해 만족하는 것으로, 유아가구에서는 유치원 비용지원에 보다 만족하는 것으로 나타났다. 양육수당 만족률에는 영·유아 가구간에 일관된 차이를 보이지 않았다.

서비스 이용의 측면에서, 유치원 이용에 대해서는 영·유아 가구간에 만족률에 일관된 차이를 보이지 않았으며, 어린이집 이용에 대해서는 영아가구에서 학

원서비스에 대해서는 유아가구에서 상대적으로 만족률 응답이 높은 경향을 보였다.

비용지원 및 서비스 이용에 대한 만족도를 가구 소득수준별로 분석한 결과에서는, 비용지원의 측면에서 어린이집 보육료 지원에 대한 만족도는 가구소득이 많을수록 만족률이 높아지는 경향이 일관되게 나타났다. 소득수준과 상관없이 보편적으로 비용을 지원하는 지원 설계에 대해 소득수준이 높을수록 만족하는 특성을 보였다. 유치원 비용지원에 대해서는 소득수준별로 일관된 특성을 보이지 않았다.

서비스 이용의 측면에서, 고소득 가구에서 각 서비스 이용에 대한 만족도가 가장 높았다. 양질의 서비스를 구매할 수 있는 경제적 특성이 반영된 결과로 보인다.

IV. 육아물가 관련 요인 분석

-육아물가가 출산에 미치는 영향-

육아물가지수 및 체감지수의 산출을 통해 영유아가구가 자녀를 양육하는데 필요한 육아대표품목의 시장가격 추이가 어떠한지, 이에 대한 영유아부모의 육아품목에 대한 가격수준과 변동에 대한 체감은 어떠한지 지표를 통해 살펴보았다. 그러나 지수에 근거한 가격변동과 체감지표의 산출, 즉 육아물가의 변동이 자녀양육과 출산과 같은 구체적 행동과 경험에 미치는 영향이 어떠한지, GDP와 여성의 노동시장참여율과 같은 경제지표와의 관계는 어떠한지, 육아물가 및 비용이 미치는 영향과 관련 요인에 대한 논의는 부족하다.

이 장에서는 육아품목의 물가지수와 관련이 있는 요인들을 분석하기 위한 노력의 일환으로, 육아물가로 파악되는 비용이 출산행위에 어떻게 작용하고 있는지, 경제지표와의 상관관계는 어떠한지 분석하고자 한다.

한국의 합계출산율은 1983년 인구대체율 수준인 2.1명 이하로 떨어진 이후로 저출산 현상은 급속도로 진행이 되었다. 2005년 저출산·고령사회위원회 출범 이후로 저출산을 극복하기 위해 많은 정책들이 시행되기는 했지만 그 효과는 매우 제한적인 것으로 보인다(최성은·우석진, 2009).

한국 여성의 출산이 저조한 이유는 매우 다양하다. 명시적으로는 자녀 양육과 교육 관련 비용이 상승한 측면이 있다. 우리나라의 경우 직접적인 보육비용뿐만 아니라 학령기에 수반되는 자녀교육비 역시 매우 높은 수준이다. Becker and Lewis(1974)가 도입하였던 양-질의 상충관계(quantity-quality trade-off)에 따라 투자의 질을 제고하기 위해 한국의 가정이 자녀수를 줄인 측면이 있을 수 있다. 자녀 양육에 따른 명시적인 비용 외에 암묵적인 비용 역시 상당히 증가하였다. 여성의 학력이 높아짐에 따라 여성의 임금이 높아졌다. 그에 따라 출산으로 인해 여성이 포기해야 하는 암묵적 기회비용 역시 증가하였다. 예컨대 출산으로 인해 경력단절의 위험이 현저할 경우 여성의 출산이 감소할 가능성이 있다. 우석진(2010)은 한국의 경우 출산으로 인한 경력 단절의 위험으로 여성의 출산이 상당히 감소하는 경향이 있음을 보이고 있다. 좀 더 구체적으로는 공공부문에서 근무한 여성은 민간부문에서 근무한 여성보다 약 0.67명 정도의 추가

적인 자녀를 출산하고 있었다.

이에 따라 저출산 현상에 대처하기 위한 다양한 정책은 자녀 관련 비용을 낮추는 방향으로 진행되었다. 가장 대표적인 정책으로 보육료 지원 정책을 들 수 있다. 2012년 이전에는 소득에 따라 차등 지원하는 차등보육료 정책을 사용하였다. 2012년 이후에는 무상교육보육정책을 시행하였다. 도입 초기에는 0-2세 영유아와 5세를 대상으로 하였고 2013년부터는 3-4세까지 전 계층으로 확대하여 시행하였다. 이와 같은 보육정책은 출산에 따른 비용을 낮추는 방향으로 시행된 셈이다. 이와 같이 여성의 출산 결정은 출산에 따른 이른바 암묵적 가격(shadow price)에 큰 영향을 받게 된다.

본 연구의 목적은 Becker(1962) 이후 발달되어온 신고전학과 모형(neoclassical model)을 이용하여 출산과 출산 비용과의 관계를 설명하고 육아물가지수를 이용하여 육아비용과 출산과의 관계를 실증분석하는 것이다. 이를 위해 본 연구에서는 기존의 신고전학과 출산모형에 기초하여 출산에 따른 암묵적 가격을 도출하였다. 더 나아가 출산에 따른 암묵적 비용을 출산 비용, 육아 비용, 인적자본의 손실에 따른 비용 등의 세 부분으로 구분하였다. 이중 육아 비용을 대표할 수 있는 육아물가지수를 이용하여 출산이 육아물가지수와 어떤 시계열적 관계를 가지고 있는지를 살펴보았다.

1. 분석모형

본 연구에서 사용된 모형은 신고전학과 모형 중 생애주기 모형을 사용하였다. 특히, Heckman(1976), 우석진(2008, 2010)의 모형을 참조하여 구축하였다.

모형 중 의사결정 주체는 기혼 여성이다. 여성이 출산결정을 내릴 현재는 t 기이고 이 여성의 여명(horizon)은 T 이다. 여성의 효용은 소비와 자녀로부터의 서비스로부터 나온다고 가정하자. 이 여성은 Hicks의 복합재 x_t 를 소비한다고 하자. 자녀로부터의 서비스는 C_t 라고 지칭하자. 자녀수 n_t 는 t 기까지의 출산 결정 $b_k(k=1, \dots, t)$ 에 따라서 결정된다. 즉, 아래 식(1)과 같이 현재의 자녀수가 결정된다.

$$(1) \quad n_t = \sum_{k=1}^t b_k$$

한편, 1기 효용함수(one-period utility function)는 가산적으로 분리가능(additively separable)하고 식(2)와 같은 모수적(parametric) 형태를 갖는다고 가정하자.

$$(2) \quad u(x_t) + v(n_t)$$

여기에서 하부 효용함수(sub-utility function)인 $u(\cdot)$ 와 $v(\cdot)$ 는 일반적으로 효용함수가 갖는 정규성의 조건을 만족한다고 가정하자.

시간할인율은 $\beta = 1/(1+\rho)$ 라고 모수화하자. β 는 $0 < \beta < 1$ 의 조건을 만족시킨다. 여성에게 초기 부존자원인 시간은 1단위가 주어진 것으로 정규화 하자. 1단위 시간은 시장에 노동을 공급하거나 출산 혹은 어린 자녀를 돌보는 데 할애한다. 하지만 일정 연령이 넘은 자녀는 엄마가 돌볼 필요가 없다고 하자. 그러면 시간에 대한 제약조건은 식(3)과 같이 쓸 수 있다.

$$(3) \quad h_t + f(n_t) = 1$$

$$f(n_t) = \sum_{k=0}^P a_k b_{t-k}$$

여기에서 a_k 는 k 살 자녀를 돌보는데 필요한 연령 특정 시간이다. P 는 엄마가 자녀를 직접 돌보아야 하는 자녀의 최대 연령이다. 그러니까 엄마가 자녀돌봄에 필요한 시간은 P 살 이하의 자녀의 수에 따라 결정되고, 각 자녀가 몇 살 이냐에 따라 결정된다.

엄마가 자녀를 양육하는 데에는 시간뿐만 아니라 지출이 필요하다. t 기에 연령 k 에 대한 지출을 m_t^k 라고 하자. 이 지출은 자녀가 어른이 될 때인 M 살까지 지출이 발생한다. 정부에서는 자녀를 위한 지출을 위해서 아동 관련 보조금 α_t 를 지원한다. 이번에는 아이 돌봄 관련 지출에 대해서 정의해보자. t 기에 연령 k 인 아동에 대한 지출을 c_t^k 이라고 하자. 해당 자녀에 대한 아이돌봄 지출은

엄마가 일을 하는 경우와 일정 연령 이전(P)에만 발생하게 된다. 그러면 자녀 관련 총지출은 아래 식(4)와 같이 쓸 수 있다.

$$(4) \quad C(n_t) = \sum_{k=0}^M (m_t^k - \alpha_t) b_{t-k} + h_t \sum_{k=0}^P c_t^k b_{t-k}$$

한편, 엄마가 노동시장에 노동공급을 하면 인적자본을 축적할 수 있다. 인적자본을 경험이라고 볼 수도 있고 개인이 가지고 있는 네트워크로 볼 수도 있다. 이러한 인적자본은 식(5)와 같이 축적된다고 가정하자. 여성 노동자의 인적자본 축적은 출산에도 유의한 영향을 미치게 된다.³⁶⁾

$$(5) \quad \ln(k_t) = \mu_0 + \mu_1 \sum_{k=0}^{t-1} h_k$$

이렇게 축적된 인적자본은 노동시장을 통해 임금과 연결된다. 임금은 축적된 인적자본과 인적자본에 대한 수익률의 곱으로 식(6)과 같이 표시된다.

$$(6) \quad w_t = \omega_t k_t$$

위와 같은 환경 하에서 엄마가 풀어야 할 생애주기 효용극대화 문제는 아래 문제(7)과 같다. 단, 문제의 단순성을 위하여 노동공급은 출생 결정에 따라 외생적으로 주어지는 것으로 가정하였다.

$$(7) \quad \max_{\{b_t, x_t\}_{t=1}^T} \left[\sum_{t=1}^T \beta^{t-1} (u(x_t) + v(n_t)) \right]$$

36) 예컨대 Happel 외(1984)에 따르면 출산 후 인적자본의 감가상각이 크면 클수록 출산을 이연시키는 효과가 있고 결과적으로 좀 더 적은 수의 자녀를 갖게 된다. Moffit(1984)의 연구는 Happel 외(1984)의 연구를 발전시켰다. 출산으로 인한 인적자본의 손실로 인해 미래 임금이 감소하는 경우 기회비용의 증가로 인해 부부가 출산을 지연시킬 유인이 있음을 보였다. 우석진(2010)은 한국의 공공부문에서 종사하는 여성은 민간부문에서 종사하는 여성에 비해 출산 전후로 인적자본 축적이 단절 없이 않고 지속적으로 축적되는 경향이 있다는 점을 이용하여 인적자본 축적이 출산에 작지 않은 효과를 주고 있음을 보였다.

subject to

$$(a) \quad \sum_{t=1}^T (p_t x_t + C(n_t)) / (1+r)^{t-1} = A_0 + \sum_{t=1}^T (1-\tau_t) w_t h_t / (1+r)^{t-1}$$

$$(b) \quad n_t = \sum_{k=1}^t b_k$$

$$(c) \quad \ln(k_t) = \mu_0 + \mu_1 \sum_{k=0}^{t-1} h_k$$

분석의 단순화를 위해, $\rho = r$ 을 가정하자. 위의 최적화 문제의 1계 필요조건을 구하고 이를 축차적으로 풀면 식(8)-(9)와 같은 1계 필요조건이 도출된다.

$$(8) \quad u'(x_t) = \lambda p_t$$

$$\sum_{k=t}^T \beta^{k-1} v'(n_k) \leq \lambda \pi_t, \quad (\text{for } t = 1, \dots, T)$$

$$(9) \quad \begin{aligned} \pi_t = & \sum_{k=0}^{T-t} ((1-\tau_{t+k}) w_{t+k} a_k - \theta_{t+k}) / (1+r)^{t+j-1} \\ & + \sum_{k=0}^{T-t} (m_{t+k}^k - \alpha_{t+k} + (1-a_k) c_{t+k}^k) / (1+r)^{t+j-1} \\ & + \mu_1 \sum_{k=1}^{T-t} \left(\sum_{l=0}^{k-1} a_l \right) (1-\tau_{t+k}) h_{t+k} w_{t+k} / (1+r)^{t+j-1} \end{aligned}$$

위의 식에서 λ 는 라그랑지 승수(Lagrange multiplier)이고, 원래 문제(7)의 제약 (a)에 관련된 라그랑지 승수이기 때문에 세후 부(wealth)의 한계효용으로 해석할 수 있다.

식(9)의 π_t 는 추가적인 자녀 출산과 관련된 명시적 혹은 암묵적 비용을 포함한 그림자 가격(shadow price) 혹은 총가격(full price)이라고 볼 수 있다. 이 가격은 t 기에 자녀를 출산했을 때 소요되는 현재의 비용뿐만 아니라 미래에 예상되는 비용의 합을 현재가치로 나타낸 것이다. 첫 번째 항은 엄마가 자녀를 출산했을 때 발생하는 엄마의 기회비용이다. 출산으로 세후 소득으로 손해를 보는 부분과 출산휴가 혹은 육아휴직으로 혜택을 보는 부분(θ)으로 구성되어 있다. 두

번째 항은 자녀 양육과 관련된 비용이다. 직접 지출된 부분에서 육아수당을 제외하고 자녀돌봄과 관련해서 지출해야 하는 부분의 현재가치의 합으로 되어 있다. 마지막 항은 자녀 양육으로 인해서 포기해야 하는 인적자본의 축적부분이다.

위의 1계 조건을 좀 더 쉽게 이해하기 위해서 추가로 출생한 자녀로부터의 한계효용의 누적을 식(10)과 같이 정의해보자.

$$(10) \quad V_t(n_t) = \sum_{k=t}^T \beta^{j-1} v'(n_k)$$

그러면, 위의 1계 필요조건을 식(11)과 같이 쓸 수 있다.

$$(11) \quad \frac{V_{t+1}}{V_t} = \frac{\pi_{t+1}}{\pi_t}$$

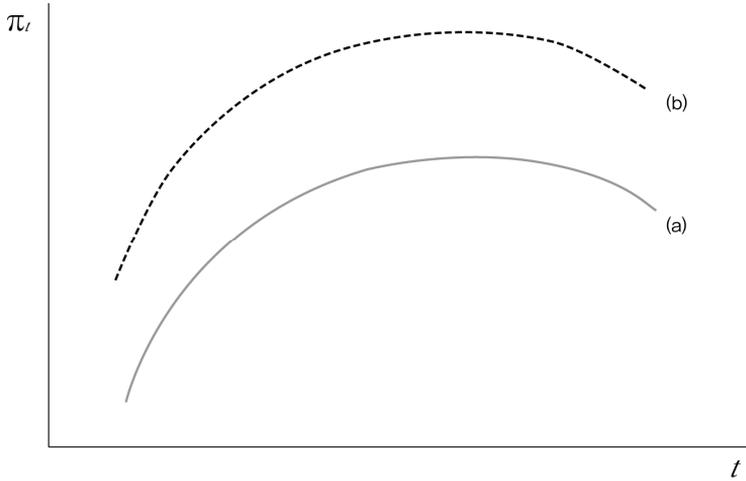
식(11)의 왼쪽항은 시점간 한계대체율(marginal rate of intertemporal substitution)로서 여성이 이번 기에 출산하지 않고 다음 기로 출산을 늦추기 위해 여성이 지불할 수 있는 금액, 즉 지불의사이다. 식(11)의 오른쪽 항은 시장에서 실제로 출산을 늦추었을 경우 소요되는 비용의 비율이다. 따라서 출산 가격이 상승하는 경우 미래 출산 보다는 현재 출산이 증가하는 시점간 대체효과가 존재한다. 왜냐하면, 오른쪽 항이 상승하는 경우 왼쪽 항도 이에 맞춰 증가해야 하는데, 이는 분모를 줄이고 분자를 늘일 수 있도록 출산결정을 조정해야 하기 때문이다. 이를 위해서는 자녀수의 한계효용이 체감하기 때문에($v' < 0$), 미래보다는 현재에 출산하는 방향으로 출산 결정을 조정해야 한다.

앞의 최적화 문제로부터 현재의 출산 결정은 현재 비용 뿐만 아니라 미래의 가격들에 영향을 받는 매우 복잡한 구조임을 알 수 있다. 좀 더 구체적으로는, 현재의 자녀수는 현재와 미래의 출산가격의 함수에 따라 결정된다.

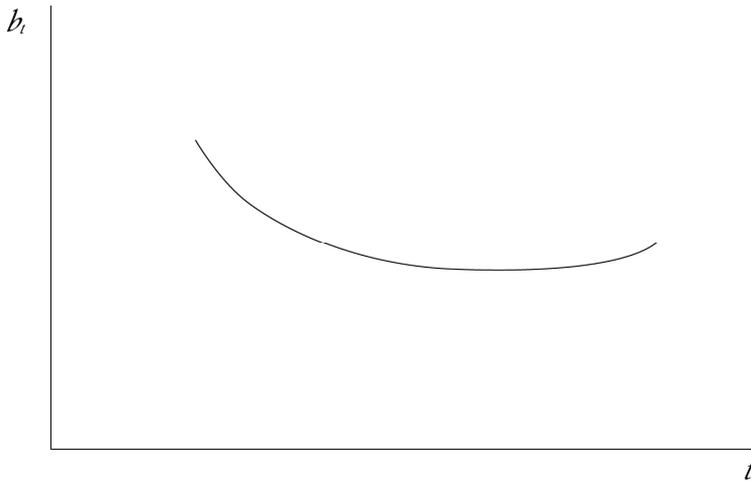
$$(6) \quad n_t = n_t(\lambda\pi_t, \lambda\pi_{t+1}, \dots, \lambda\pi_T)$$

식(6)은 MaCurdy(1985)의 구분에 따라 화적 변화(evolutionar change)와 모수적 변화(parametric change)로 나누어 출산에 따른 가격변화가 출산에 미치는 효과를 분석해 볼 수 있다. 진화적 변화의 경우에는 부의 한계효용에는 변화가

없고 출산에 따른 가격만 변하는 경우이다.



[그림 IV-1-1] 출산가격의 변화



[그림 IV-1-2] 출산결정의 모수적 변화

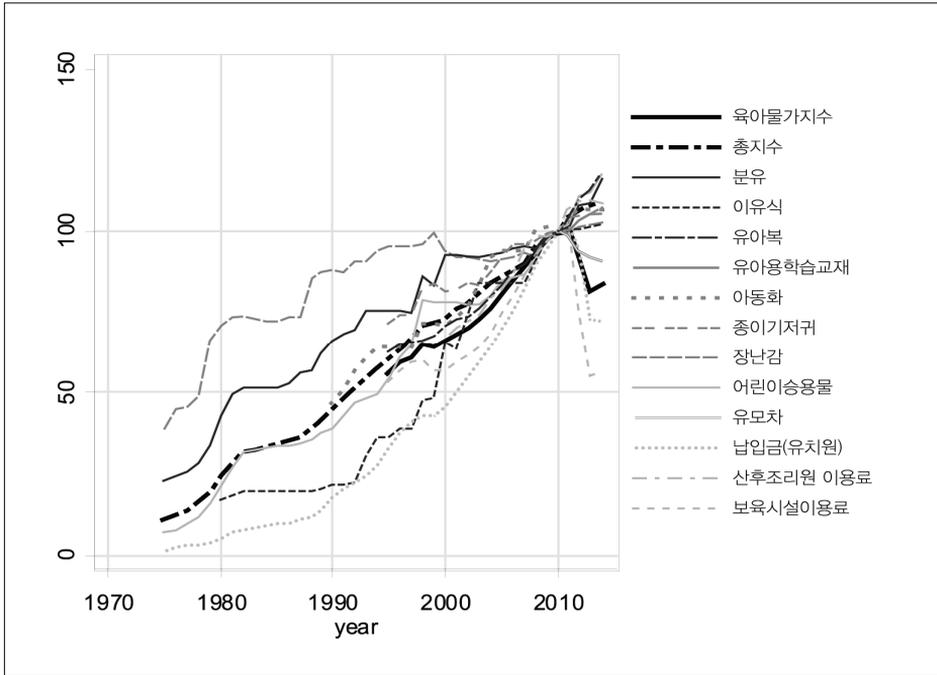
[그림 IV-1-1]의 (a)처럼 출산가격이 프로파일을 따라서 변하는 경우이다. 이런 경우 [그림 IV-1-2]처럼 출산의 그림자 가격이 상대적으로 낮은 시기에 출산으로

하려는 유인이 있다. 예컨대 생애초기에 출산 가격의 프로파일이 좀 더 급해지면 좀 더 일찍 출산을 하게 된다. 반대로 프로파일이 좀 더 편평해지면 출산을 뒤로 이연하는 효과가 발생된다. 모수적 변화는 출산 가격 프로파일 자체가 변하거나 생애주기 부의 크기가 변하는 경우이다. [그림 IV-1-1]의 (a)에서 (b)로 이동하는 경우이다. 보통의 소득효과와 대체효과가 작동하게 되어 출산율의 변화를 예측하기 어렵게 된다. 예를 들어 보자. 정책의 변화는 이미 발표했기 때문에 예상된 변화이기 때문에 진화적 변화라고 보는 것이라고 보아야 한다. 따라서, 저출산 관련 정책은 출산의 타이밍(tempo)에 영향을 준다고 보는 것으로 볼 수 있다. 반면 예상되지 못한 변화는 자산효과를 통해서 출산 가격 프로파일 자체의 이동을 가져다 준다.

2. 분석결과

이 절에서는 육아물가지수와 출산율 간의 관계를 실증분석하였다. 육아물가지수는 앞에서 정의한 출산가격의 전부를 대표해주지는 못한다. 하지만 육아와 관련된 상당 부분을 포함하고 있기 때문에 최소한 식(9)의 두 번째 항과 밀접한 관계가 있다. 육아물가지수는 출산가격에 대한 좋은 대리변수가 된다. 그런 의미에서 육아물가지수와 출산율의 관계를 어느 정도는 살펴볼 수 있는 단초가 된다.

[그림 IV-2-1]은 육아물가지수에 포함된 소비항목들의 시계열을 1975년부터 보여주고 있다. 완전한 육아물가지수는 1995년부터 작성되어 있다. 총지수는 소비자물가지수를 지칭한다. 모든 물가는 2010년을 100으로 정규화 되어 있다. 가장 눈에 띄는 점은 대부분의 상품가격은 CPI와 마찬가지로 꾸준히 상승하고 있는 반면, 육아물가지수는 2010년을 기점으로 해서 빠른 속도로 감소하고 있다. 이러한 육아물가지수의 급격한 하락은 유치원 납입금과 보육시설 이용료의 하락이 주도하고 있는 것으로 보인다. 이는 최근 들어 시행되고 있는 무상보육교육정책을 반영한 결과이다.



주: 2010년=100

자료: KICCE 육아물가지수(최윤경 외, 2013, 2014a), 통계청 소비자물가지수(년도별)

[그림 IV-2-1] 육아물가지수와 CPI

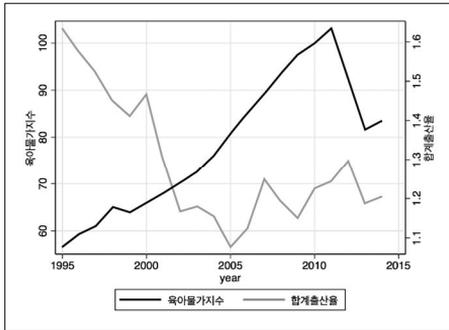
출산율에 대한 변수로는 연도별 합계출산율을 이용하였다. 합계출산율은 여성이 가임기(15-49세) 동안 출산할 것으로 예상되는 자녀수를 횡단면 자료를 이용하여 구한 것이다. 출산가격의 대리변수로는 육아정책연구소에서 발표하고 있는 육아물가지수를 사용하였다. 여성의 출산 혹은 기회비용에 대한 대리변수로서 실질 GDP 혹은 가임기 여성의 경제활동참가율을 사용하였다. 이러한 변수의 로그 변환된 값들의 상관계수는 <표 IV-2-1>에 보고되어 있다. 우리의 관심인 출산율과 다른 변수들과의 관계는 대부분이 음의 상관관계를 가지고 있었고 통계적으로 유의하였다. 상관관계는 로그-육아물가지수와 -0.72 , 로그-실질 GDP와는 -0.75 , 경제활동참가율과는 -0.81 로 그 크기가 비교적 큰 편이었다.

〈표 IV-2-1〉 주요변수간 상관계수

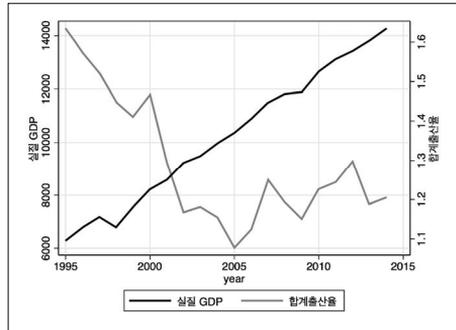
	ln(합계출산율)	ln(육아물가지수)	ln(실질 GDP)	ln(경제활동참가율)
ln(합계출산율)	1			
ln(육아물가지수)	-0.7174* (0.0004)	1		
ln(실질 GDP)	-0.7519* (0.0001)	0.9137* (0.0000)	1	
ln(경제활동참가율)	-0.8091* (0.0000)	0.7802* (0.0000)	0.8858* (0.0000)	1

주: * 5% significance level. 괄호 안에는 표준오차가 보고되어 있다.
 자료: 육아정책연구소(최윤경 외, 2013, 2014a), 한국은행 경제통계시스템(2015), 통계청 소비자물가지수(2015a, 연도별))

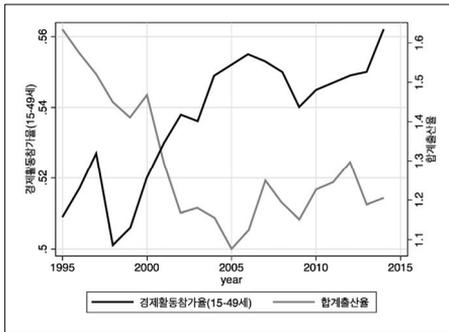
주요 변수들의 시계열 패턴은 [그림 IV-2-2]에 제시되어 있다. 먼저, 합계출산율은 1995년부터 지속적으로 하락되어 오다가 본격적인 저출산 대책이 시행된 2005년을 기점으로 해서 1.2명 정도를 유지하고 있다. 육아물가지수는 앞에서 설명한대로 2011년을 정점으로 해서 2012년부터는 크게 하락하였다가 다시 서서히 증가하는 모습을 보여주고 있다. 실질 GDP는 IMF 위기 시기인 1997년과 2008년의 글로벌 금융위기를 제외하고는 성장하고 있는 추세를 보여주고 있다. 가임기 여성의 경제활동참가율은 대체로 50%대를 유지하고 있으며 소폭 증가하였다. 실질 GDP와 마찬가지로 두 번의 경제위기 시기에 크게 감소하였다는 점이 흥미롭다.



(a) 육아물가지수



(b) 실질 GDP



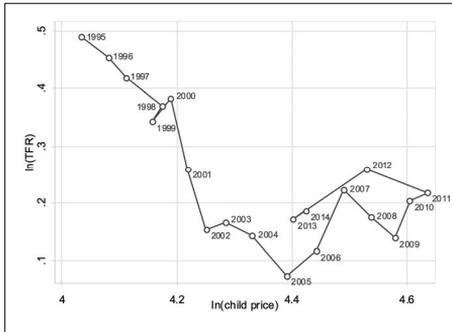
(c) 경제활동참가율

자료: 육아정책연구소(최윤경 외, 2013, 2014a), 한국은행 경제통계시스템(2015), 통계청 소비자물가지수(2015a, 연도별)

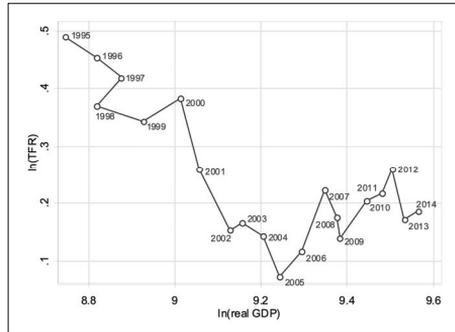
[그림 IV-2-2] 출산율과 주요변수의 시계열

[그림 IV-2-2]을 살펴보면, 앞에서 구했던 출산율과 다른 변수들 간의 음의 상관관계가 2005년 이전에는 분명히 보이지만, 그 이후의 시기에는 명확하게 관찰되지는 않는다.

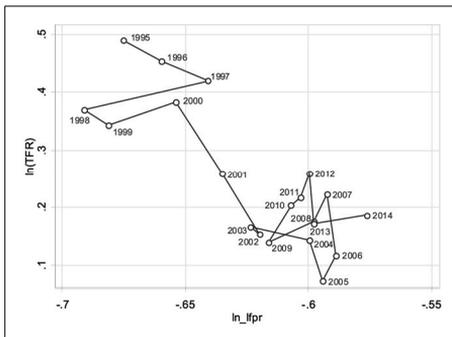
이를 좀 더 확인하기 위해서 주요 변수 간의 산포도를 그려보자. [그림 IV-2-3]은 주요 변수들과 출산율간의 산포도를 보여주고 있다. 육아물가지수, 실질 GDP의 경우 2005년 이전까지는 합계출산율과 명확한 음의 상관관계를 갖고 있다가 2005년 이후에는 양의 상관관계를 보여주고 있다. 한편, 여성의 경제활동참가율과 출산율은 경제위기 시기를 제외하면 대체로 안정적인 음의 상관관계를 보여주고 있다.



(a) 육아물가지수



(b) 실질 GDP



(c) 경제활동참가율

자료: 육아정책연구소(최윤경 외, 2013, 2014a), 한국은행 경제통계시스템(2015), 통계청 소비자물가지수(2015a, 연도별)

[그림 IV-2-3] 출산율과 주요변수간 산포도

위의 [그림 IV-2-3]의 관계를 확인하기 위해 간단한 회귀분석을 해보자. 로그-합계출산율을 로그 변환된 주요 변수에 회귀분석을 실시하였다. 표준오차는 Newey-West(1987)가 제안한 방법대로 오차항의 시차관계를 허용하여 계산하였다. 추정식 좌우 양변의 변수가 로그 변수이므로 추정된 계수는 탄력성으로 해석이 가능하다. 예컨대, 모형(1)의 경우 육아물가지수가 10% 상승하였을 때, 합계출산율은 3.5% 하락하는 경향을 보여주고 있다. 탄력성의 크기를 비교해보면 다른 어떤 변수들보다도 여성의 경제활동참가율이 합계출산율에 가장 큰 영향을 주고 있음을 확인할 수 있다.

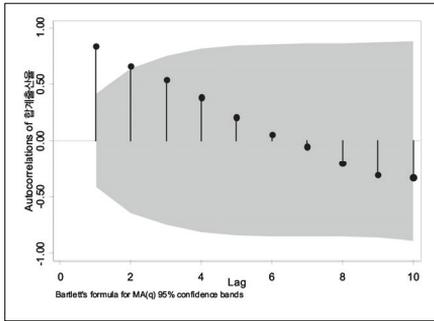
〈표 IV-2-2〉 Newey-West 회귀분석 결과

	종속변수: ln(합계출산율)		
	(1)	(2)	(3)
ln(육아물가지수)	-0.347** (0.152)		
ln(경제활동참가율)		-2.896*** (0.587)	
ln(실질 GDP)			-0.346*** (0.0868)
상수	1.740** (0.666)	-1.556*** (0.361)	3.431*** (0.796)
관측치	19	20	20
F-통계량	5.243	24.38	15.89

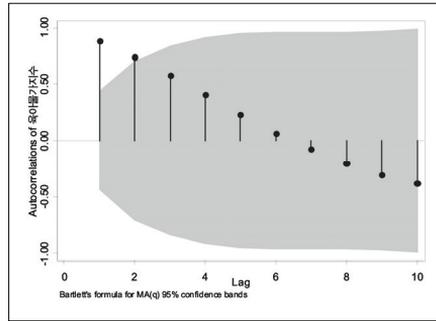
Standard errors in parentheses. *** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

위의 회귀분석은 시계열들이 정상 시계열이라는 가정 하에서 정당화 될 수 있다. 하지만 [그림 IV-2-2]가 보여주고 있듯이 분석 대상 시계열들이 눈으로 보기에 어느 정도 추세(trend)를 가지고 있음을 알 수 있다. 시계열들이 시간 추세를 가지고 있으면 위와 같은 회귀분석 결과는 가성회귀(spurious regression)가 될 가능성이 있다. 예컨대 출산율과 육아물가지수와 통계적으로 상관관계가 없음에도 불구하고 시계열의 비정상성(non-stationarity) 때문에 상관관계가 높은 것으로 나올 가능성이 있다(Stock and Watson, 2012).

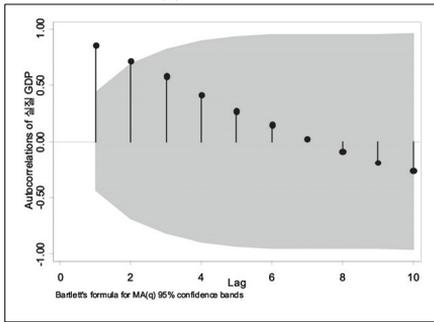
특정 시계열이 정상성을 만족하는지 아니면 비정상 시계열인지는 몇 가지 단계를 통해서 확인할 수 있다. 먼저, 자기상관계수(autocorrelation)를 구해보면 된다. [그림 IV-2-4]와 <표 IV-2-3>에 따르면 1기 자기상관계수는 대부분 1에 가깝고 통계적으로도 유의하다. 예컨대, 합계출산율은 1기 자기상관계수는 0.839, 육아물가지수는 0.887, 실질 GDP는 0.855 수준이었다. 경제활동참가율은 0.745로 다른 시계열에 비해 상대적으로 낮긴 하지만 여전히 높았다.



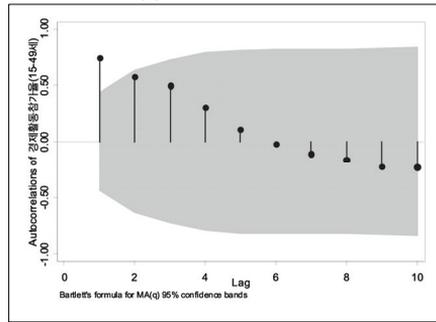
(a) 합계출산율



(b) 육아물가지수



(c)



(d)

자료: 육아정책연구소(최윤경 외, 2013, 2014a), 한국은행 경제통계시스템(2015), 통계청 소비자물가지수(2015a, 연도별)

[그림 IV-2-4] 주요 변수의 자기상관계수의 추정

<표 IV-2-3> 주요 변수의 자기상관계수의 추정

시차	합계출산율	육아물가지수	실질 GDP	경제활동참가율
1	0.839	0.887	0.855	0.745
2	0.660	0.742	0.716	0.577
3	0.535	0.578	0.582	0.497
4	0.386	0.409	0.420	0.306
5	0.209	0.232	0.274	0.110

자료: 육아정책연구소(최윤경 외, 2013, 2014a), 한국은행 경제통계시스템(2015), 통계청 소비자물가지수(2015a, 연도별)

이와 같이 시계열이 단위근(unit root)을 갖는지는 Dickey-Fuller 검정을 통해서 통계적 검정을 할 수 있다. <표 IV-2-4>는 주요 시계열의 수준에서 단위근 검정을 실시한 결과를 보여주고 있다. 대부분의 시계열은 단위근을 갖는다는 귀무가설을 기각할 수 없었다. 즉, 합계출산율, 육아물가지수, 실질 GDP, 경제활동참가율은 단위근을 갖고 있음을 알 수 있다. 다만, 추세를 포함한 실질 GDP의 경우만 귀무가설을 기각할 수 있었다.

<표 IV-2-4> Dickey-Fuller test for level

구분	no trend		with trend	
	Z	p-value	Z	p-value
합계출산율	-1.745	0.408	-1.257	0.898
육아물가지수	-1.526	0.521	-0.146	0.992
실질 GDP	0.066	0.964	-3.521***	0.037
경제활동참가율	-1.261	0.647	-2.118	0.536

<표 IV-2-4>에서 볼 수 있듯이 수준 변수에서 단위근이 존재하기 때문에 변수에 로그를 취하고 1계 혹은 2계 차분하여 다시 Dickey-Fuller 검정을 실시하였다. 로그 차분은 증가율로 해석할 수 있어 추정결과와 해석이 용의한 측면이 있다. <표 IV-2-5>에 따르면 합계출산율, 실질 GDP, 경제활동참가율은 로그-차분했을 경우 정상성을 갖는 I(1) 시계열임을 알 수 있다. 반면 육아물가지수는 1번 차분했을 경우 여전히 단위근을 갖고 2번 차분해야 정상성을 갖는 I(2) 시계열이었다. 이는 보통의 물가지수, 예컨대 소비자 물가지수가 I(2) 시계열인 것과 유사한 성질이다. 따라서 합계출산율, 실질 GDP, 경제활동참가율은 이후의 VAR(Vector Autoregression)에서 로그-차분하여 변화율 혹은 성장률로 해석해야 한다. 육아물가지수는 육아물가지수 인플레이션의 변화로 해석해야 한다.

<표 IV-2-5> Dickey-Fuller test for first or second-order difference

구분	no trend		with trend	
	Z	p-value	Z	p-value
ln(합계출산율)	-4.281***	0.000	-4.489***	0.002
ln(육아물가지수)				
1계	-2.514	0.112	-2.739	0.220
2계	-3.752***	0.003	-3.490**	0.041
ln(실질 GDP)	-5.195***	0.000	-5.258***	0.000
ln(경제활동참가율)	-4.255***	0.001	-4.076***	0.007

한 가지 걱정이 되는 점은 I(1)인 변수들 사이에 공적분(cointegration) 관계가 존재할 수 있다. 공적분 관계는 쉽게 얘기하면 변수들 사이에 장기적 관계가 존재하는 것으로 단순히 차분하여 VAR을 하게 되면 변수들 사이에 중요한 정보를 사용하지 않게 된다. 더 나아가서 시계열간에 공적분 관계가 존재하면 VAR 모형은 설정오류(specification error)를 갖게 된다. 이 경우 벡터오차수정모형을 사용하는 것이 바람직하다. Johansen 공적분 관계 검정을 실시하였고, 그 결과는 <표 IV-2-6>에 제시되어 있다. 검정 결과에 따르면 우리가 관심을 가지고 있는 시계열 간에 공적분 관계는 존재하지 않는 것으로 보인다. 따라서 여기에서는 VAR을 이용하여 그랜저 인과 검정(Granger causality test)과 충격-반응함수 분석을 하였다.

<표 IV-2-6> Johansen 공적분 관계 검정

	5%				
maximum	trace	critical			
rank	parms	LL	eigenvalue	statistic	value
0	12	85.299	.	22.109*	29.68
1	17	92.323	0.562	8.059	15.41
2	20	95.191	0.286	2.324	3.76
3	21	96.353	0.127		

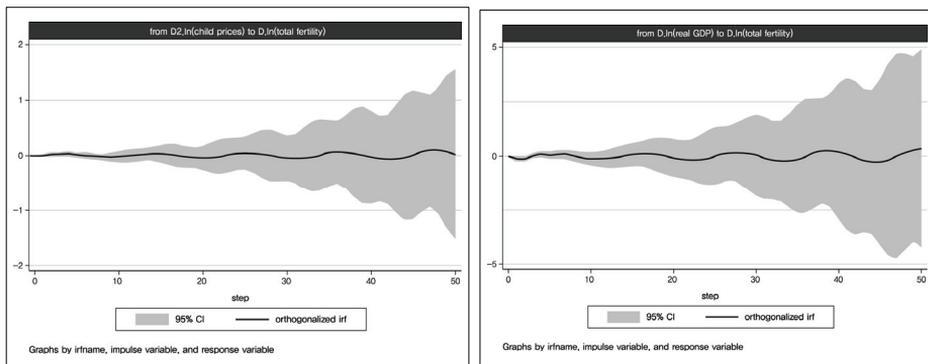
VAR 모형에는 로그-출산율의 1계 차분, 로그-육아물가지수의 2계 차분, 로그-실질 GDP의 1계 차분 변수를 포함시켰다.³⁷⁾ 먼저 VAR 모형을 추정하고 그랜저 인과 검정을 실시하였다. <표 IV-2-7>에 그랜저 인과관계에 대한 검정 결과가 보고되어 있다. 먼저, 육아물가 인플레이션의 변화가 출산율의 변화율을 그랜저 인과하지는 않는 것으로 보인다. 동시에 반대의 경우도 그랜저 인과하지 않는 것으로 보인다. 출산율의 변화는 주로 실질 GDP의 성장률과 상호 그랜저 인과하는 것으로 보인다.

37) 경제활동참가율의 1계 차분을 실질 GDP 대신 포함시켜도 결과는 질적으로 유사하다.

<표 IV-2-7> 그랜저 인과관계

방정식	변수	chi2	df	Prob>chi2
ln(출산율) 1계 차분	ln(육아물가) 2계 차분	1.6375	2	0.441
ln(출산율) 1계 차분	ln(실질 GDP) 1계 차분	9.8871	2	0.007
ln(출산율) 1계 차분	ALL	10.72	4	0.03
ln(육아물가) 2계 차분	ln(출산율) 1계 차분	1.6124	2	0.447
ln(육아물가) 2계 차분	ln(실질 GDP) 1계 차분	9.5559	2	0.008
ln(육아물가) 2계 차분	ALL	11.283	4	0.024
ln(실질 GDP) 1계 차분	ln(출산율) 1계 차분	18.781	2	0
ln(실질 GDP) 1계 차분	ln(육아물가) 2계 차분	23.245	2	0
ln(실질 GDP) 1계 차분	ALL	32.937	4	0

다음으로는 충격반응 함수를 구하였다. 여기에서는 출산율이 주 관심 변수이기 때문에 다른 두 변수가 출산율에 어떤 영향을 주었는지를 제시하였다. [그림 IV-2-5]는 충격반응함수를 보여주고 있다. 예컨대, 육아물가 인플레이션이 1 단위 증가하였을 때, 출산율의 변화율이 영향을 받는 바는 충격은 거의 없다. 이는 위의 그랜저 인과관계 검정 결과와 일치한다. 실질 GDP 성장률이 1단위 증가하면 출산율의 변화율에는 좀 더 큰 영향을 주지만 그 크기는 그리 크지 않다.



(a) 육아물가지수

(b) 실질 GDP

[그림 IV-2-5] 출산율 직교화된 충격반응함수

3. 육아물가 관련 시사점

상기한 육아물가지수-실질GDP-여성취업률-출산률 간의 실증분석 결과, 상관관계분석에 의한 추세 파악에서는 육아물가가 높아질수록, 여성의 경제활동참가율이 높아지고, 실질 GDP 성장률이 커질수록, 출산률이 떨어지는 역의 관계를 보이고 있다. 그러나 이러한 추세 상관의 위조성(spuriousness)을 차분한 실증분석에서 유의한 관계는 실질 GDP 성장률과만 확인되었다.

이는 그 간의 선행연구에서 보고한 대로, 육아지원의 보육료·교육비 지원이 출산률 제고에 아직 가시적인 성과를 보이지 않음을 지지하는 결과로, 양육비용의 부담을 육아물가지수 데이터로 대체하여 분석하였을 경우에도 동일한 결과를 보임을 나타낸다. 그러나 실질 GDP의 성장 속에 개념적으로 여성의 취업률 증가와 육아물가의 상승이 포함되어 있으므로, 변인간 단순추세의 상관 또한 유의한 시사점이 있음을 부정하기 어렵다. 즉 육아물가지수와 실질 GDP, 여성취업률과 출산률 하락의 관계가 2005년 까지는 명확한 음의 상관관계를 갖고 있다 2005년 이후에는 양의 상관관계로 전환됨은 시사하는 바가 있다. 대체로 여성의 경제활동참가율은 출산률 하락에 유의한 선행요인으로 되어있으나, 한국의 출산률이 더 떨어지지않고 반등의 저지선(합계출산율 1.2명)을 유지하고 있는 데에는, 육아물가의 상승 내에 육아지원의 확대, 실질 GDP의 경제성장률 내의 여성의 경제활동참여율이 자리잡고 있음을 짐작케한다. 추후 보다 긴 종단 데이터가 구축되고, 경제성장률의 이면에 육아지원으로 인한 양육부담의 감소와 일가정양립의 성숙한 양육환경에 관한 양적 데이터가 확보된다면, 본 연구의 가설은 다른 결과를 나타낼 수 있을 것이다.

다만 현재까지의 데이터에 근거한 분석 결과에서는, 출산률에 영향을 미치는 요인으로 육아물가의 양육비용과 여성의 경제활동참가율이 유의한 영향이 없는 것으로 확인되었다.

V. 육아물가 및 체감 지수 산출을 통한 정책적 시사점

1. 육아물가지수 산출을 통해서 본 육아물가변동 및 수준에 대한 논의

육아물가지수(I, II, III-1, III-2, IV, V, 저소득)를 종합적으로 검토한 결과, 육아대표품목 53개에 대해 산출한 육아물가지수는 소비자물가상승률을 상회하는 높은 인상폭을 비교적 일관되게 보였다. 이는 육아지원정책의 도입으로 반영된 2013-2014 육아물가지수의 하락이 상승세로 전환되었음을 보여주는 것으로, 육아품목의 시장가격 측면에서 육아지원으로 인한 양육부담 완화를 지속하는데 제한점이 있음을 보여준다.

특히 지수 상승에는 육아필수재에 해당하는 분유와 기저귀, 유아복 등의 높은 가격수준과 상승률이 포함되어 있고, 대표적인 육아지원품목인 유치원과 어린이집의 가격상승률이 (기저효과를 고려하더라도) 큰 폭의 인상을 지속하고 있다. 어린이집 보육료와 추가보육료의 비용상한과 유치원 원비의 상승률 제한 등 가격규제와 정보공시의 물가관리 정책이 적극 시행되고 있으나, 이것이 실효성 있게 효과를 보이기 위해서는 별도의 전략이 필요해보인다.

부모 대상 보육료·교육비 지원이 기관 이용에 따라 부과되는 바우처의 형태로 지원됨에 따라 사실상 기관 지원의 성격이 강해, 수요자 부모의 선택권에 제약이 있다. 육아품목의 구매행태를 통해 살펴본 바에 의하면, 부모가 선택할 수 있는 품목의 수가 많고 다양할 때, 가격 선택권도 증가하여 결과적으로 육아품목의 가격 상승을 완화하는 구매전략을 구사할 수 있다. 따라서, 유치원과 어린이집 등 육아지원서비스에 있어서도 시간제, 반일제, 주 2~3일 등 다양한 시간 구성과 내용의 프로그램으로 다변화하면, 증가한 선택권 만큼 가격의 상승력은 완화될 것으로 보인다.

한편, 보육료·교육비의 보편적 지원체계의 마련을 통해 보육·교육 서비스의 이용률과 접근성이 높아지고, 누리과정 등 서비스의 질과 교수법과 프로그램 등

의 내용적 발전을 통해 영유아부모의 서비스 이용에 대한 만족도가 꾸준히 상승하는 효과를 보이고 있다. 육아지원의 효과가 양육비 완화의 경제적 측면 외에 질적·내용적 측면에서 가시적 성과를 보이고 있다. 향후 육아지원의 설계에 양적 지표보다는 질적 지표의 보강과 이를 위한 정책설계의 초점을 조정하는 작업이 필요해보인다.

그러나 전반적인 저물가 기조로 인해 육아품목의 가격수준과 가계부담 및 가격변동의 체감에서 2014년 대비 연간 변화의 양상은 부정적 체감의 응답률이 감소한 경향을 보인다. 또한 영유아기 발달시기와 소득수준별 하위특성에 따라 영유아가구의 양육비 부담이 다른 특성을 보여, 영아기에는 내구재 장만과 돌봄 서비스, 산후조리 등의 고가의 품목과 서비스 이용, 그리고 분유와 기저귀와 같은 소비재 구매가 지속되는 데에서 오는 양육부담이 유아기에 비해 컸다. 그러나 보육료·교육비 지원 이후 영아기 대상 육아지원은 확장이 지속됨에 따라(예: 무료 예방접종의 확대, 저소득 기저귀·조제분유 현물 지원 등) 상대적으로 높은 부담 체감에 비해 영아물가지수는 낮은 상승률을 보이고 있다. 영아 가구 대상 육아지원의 확대가 영아물가지수의 수준과 등락폭에 반영되어 있다.

영아기와 비교하여, 유아기에는 증가하는 교육·보육비가 국가 비용지원 체계에도 불구하고 부담이 큰 부분으로 작용하고 있다. 특히 학습지와 학원, 문화센터 등 사교육·보육으로 인한 추가 부담이 물가지수와 체감의 측면에서 나타나고 있다. 문화오락비와 보험 등의 지출도 가계부담의 일정부분을 차지하는 것으로 보인다.

소득수준별로는 가계 소득이 적을수록 양육비의 부담이 큰 기본적인 속성은 일관되었으나, 경제적 부담을 느끼는 주요 육아품목의 구성과 체감에서 소득계층별로 큰 차이를 보이지 않았다. 기저귀, 분유, 의류와 같은 육아필수재에 대한 부담 뿐 아니라 저소득 영유아가구에서도 자녀의 완구류, 학습지, 산후조리원 등의 품목에 대한 비중과 부담이 큰 부분을 차지하고 있었다. 상이한 특성보다는 동질적인 경향이 우세하여, 저소득가구의 양육비 비중이 상대적으로 큰 부담임을 확인할 수 있었다. 이러한 가운데, 중소득/고소득 가구에서도 높은 육아물가 수준과 양육비용의 부담, 육아품목의 가격상승률에 대해 부정적 전망이 자리하고 있었다.

그러나 양육비용 부담이 큰 저소득층의 육아물가지수를 별도의 가중치 작업을 통해 산출한 결과, 양육비의 부담과 시장가격의 상승에 대처하는 탄력적인

구매패턴을 가지고 있는 것으로 보인다. 저소득가구의 지출비중을 반영한 육아물가지수에서 높지 않은 연간 가격상승률을 보인 결과이다(예: 1개대표품목추정 방식(II) 지수 상승률 +3.15, KICCE 통합지수(III-1) +2.50, 베스트상품지수(III-2) +0.01). 통상 베스트상품지수는 그 간 지수 산출결과를 통해서 볼 때, 상대적으로 높은 가격상승률을 보여왔는데, 본 연구를 통해 별도로 산출한 저소득 육아물가지수에서는 낮은 상승률을 보이고 있다. 이는 저소득 영유아가구에서 저가 품목 위주의 육아용품과 서비스를 구매, 이용하고 있음을 보여주는 것이다. 이러한 계층별로 차별화 된 구매/이용 패턴을 고려할 때, 저소득층 영유아가구 대상 지원이 보편적 지원의 설계 내에서 현금 수혜의 직접적인 지원보다는 양질의 서비스와 프로그램의 내용이 제공되고, 육아필수재에 대한 현물 지원을 보장하는 방향으로 이루어지는 것이 바람직하다고 판단된다.

중소득 가구의 경우 사교육·보육비에 대한 부담이 컸으므로, 이를 수용할 수 있는 다양한 종류와 양질의 육아지원서비스 제공이 중요한 과제로 보인다. 고소득 가구의 경우 고가의 양질의 육아 품목을 구매, 이용하는 소비패턴으로 인해 가격수준의 체감은 높았으나 상대적으로 가계부담의 양육비 비중은 적게 나타났다. 유치원과 어린이집 비용의 보편 지원으로 인한 서비스 비용지원의 만족도는 고소득가구에서 큰 편이다.

이러한 양육비 부담의 변화를 고려할 때 육아물가지수가 갖는 시장비용의 수준과 등락이 출산이라는 구체적 행동과 지표에 미치는 영향, 그리고 주요 경제 지표와의 관련요인을 분석하였다. 그 결과, 육아물가의 양육비 부담이 출산률에 미치는 유의한 경향성은 1차적으로 파악되었다. 그러나 관련 변인을 고려한 경제학적 모형의 계량분석 결과에서는 출산에 미치는 영향력이 입증되지 않았다. 오히려 GDP 변동과 같은 거시적 경제지표의 영향력이 부분적으로 검증되었다. 축적된 종단데이터의 시계열 부족으로 인해, 육아물가와 양육부담의 변화가 출산에 미치는 영향력에 대해 단정적으로 결론짓기는 어려우나, 그 간 선행연구들을 통해 보고된 보육료·교육비 지원과 육아물가의 부담 등이 직접적으로 출산율의 지표와 변화에 영향을 미치지 않는다는 논의와 일맥상통하는 내용이다. 다수의 영유아부모 체감과 면담을 통해 확인한, 양육비 부담으로 인해 자녀를 출산하지 않는다는 가설이 양육비 부담이 완화되면 출산율이 제고된다는 가설로 구체적으로 입증되기 위해서는 보다 긴 시계열 축적의 데이터와 다양한 비용/지출 부담을 나타내는 변인이 필요함을 알 수 있다.

2. 정책제언

육아필수재 기저귀와 분유는 지수 상승에 상당부분 기여한 것으로 나타났으므로, 영유아가구의 양육부담 완화가 지속되기 위해서는 보육료·교육비 지원의 주요 육아지원서비스 품목의 지수 하락 효과가 지속되도록 하는 전략과, 기저귀·분유와 같은 육아필수재의 가격수준과 상승폭을 적정수준에서 유지할 수 있는 투 트랙의 정책적 접근이 필요함을 시사한다.

3년차 육아물가지수 및 체감지수의 산출을 통해 논의할 수 있는 다양한 정책제언을 제시하면 다음과 같다.

1) 생애주기를 고려한 물가지수 산출의 필요성

첫째, 지난 연구를 통해(최윤경 외, 2012, 2013, 2014a) 육아물가지수 및 육아물가체감지수와 같은 생애주기에 입각한 가격 및 비용 지수 산출을 제안한 바 있다. “현재와 같은 초저출산 기조 속 육아지원의 확대기에 소비자물가지수의 하위지수로 통계청에서 영유아가구 육아물가지수를 산출할 것을 거듭 제안한다. 영유아가구 고유의 육아물가 부담과 양육의 어려움을 반영하는 육아물가체감지수와 육아물가지수의 산출이 필요하다. 이는 저출산 기조를 가늠하는 지표로도 활용될 수 있을 것이다. 통계청에서 특정 생애단계별 하위지수 산출을 고려하기 어려운 현실적 제약이 있으나, 영유아 인구가 줄고 노령 인구가 증가하는 인구학적 변화의 시기에 생애단계별 정책수요를 반영한 하위지수를 산출하는 것은 중요한 과제이다”(최윤경 외, 2014a).

특히 대표적인 육아지원품목인 어린이집과 유치원의 가격변동과 가격형성에 대해 보다 장기적인 추세 속에서 파악할 필요가 있으며, 이들 개별 육아품목(예: 어린이집 보육료, 어린이집 추가비용, 유치원 순교육비, 유치원 추가비용, 분유, 기저귀 등) 물가지수를 적극 모니터링 하는 것이 요구된다(최윤경 외, 2014a).

2) 육아지원설계의 변화 - 비용부담 완화에서 질적 전환으로의 투입 확대

육아물가지수 및 육아물가체감지표의 산출을 통해 살펴본 바에 의하면, (15조 가량의) 육아지원 투입이 초 저출산 기조를 전환시킬 수 있는 해답은 아니나 양질의 보편적인 서비스 이용과 수혜라는 측면에서 유의한 정책적 효과를 입증하

고 있다. 그러므로 향후 육아지원정책의 주요 기제는 양육비용 부담의 완화라는 직접적인 양적 지표보다는 서비스의 종류와 내용, 프로그램의 질이 확장시키는 질적 목표로 적극 선회할 필요가 있겠다.

또한 육아지원 및 육아 정책의 상위 목적이 출산률 제고가 아닌, 부모와 사회 전반의 행복한 육아와 영유아의 건강한 성장발달로 구체화 되도록 하는 전략의 변화가 필요하다. 즉 출산을 많이 하게 하려는 양적 접근보다, 이미 태어난 영유아를 건강하고 행복하게 성장할 수 있는 환경을 제공하는 질적 전략으로 적극 전환하는 것이 가장 성공적인 저출산 대책이 되도록 할 필요가 있다(최윤경 외, 2013).

이를 위해서는 보육료·교육비 지원이 비용 지원의 육아정책이 아니라, 교사의 전문성 강화를 위한 양성과정과 현직 재교육 기회의 제공, 자격 요건의 강화, 그리고 이를 지지할 수 있는 교사 처우 및 근로여건의 개선, 교사와 아동의 권리를 보호하는 보육·교육의 물리적·사회적 환경이 우선되어야 할 것이다. 즉 보육·교육 서비스의 질적 향상과 수요자의 양질의 서비스 이용과 접근성의 제고가 비용 지원의 확대에 우선하여 시행될 필요가 있다.

이는 영유아기 사교육비의 부담과 유치원·어린이집에서의 특별활동비의 추가 지불, 영유아 대상 교재교구와 같은 고가 내구재 구입의 최소화에 실질적인 방지와 대안으로 작용할 것이다.

또한 영유아가구의 육아품목 구매행태를 통해 살펴볼 때, 부모가 선택할 수 있는 품목의 수가 많고 다양할 때 가격선택권도 증가하여 결과적으로 육아품목의 가격 상승을 완화하는 구매전략을 구사할 수 있다. 따라서, 유치원과 어린이집 등 육아지원서비스에 있어서도 시간제, 반일제, 주 2~3일 등 다양한 시간(양) 구성과 내용(질)의 프로그램으로 다변화하면, 증가한 선택권 만큼 가격의 상승력은 완화될 것으로 보인다.

3) 양질의 중저가 필수재 생산업체에 대한 육아친화 인증 및 세제지원

그간 부가가치세 면세 품목의 지정에도 불구하고, 해당 품목의 가격 상승폭이 높은 수준을 보이고 있다. 대표적으로 2015년 육아물가지수 상승에 기여한 기저귀와 분유, 산후조리원 등을 들 수 있다. 반면, 저소득가구의 육아물가지수 및 양육비 지출 현황에서 파악한 바에 의하면, 온라인 최저가 구매패턴에 의해 시중의 평균가격에 상당히 못 미치는 가격으로 적정수준의 기저귀와 분유를 구

입할 수 있으며, 이는 저소득가구의 소비패턴을 통해 육아물가지수에도 반영되어 있다. 따라서 이러한 품목을 제공하는 업체에 대해 품질 및 가격 관리를 통해 '착한가격을 실천하는 육아친화기업 인증'과 부가가치세 부과에 대한 세제지원을 해당 품목에서 기업을 대상으로 제공하는 안을 제안한다.

기저귀 분유와 같은 육아필수재의 가격수준이 상당히 높고 상승률 또한 크므로, 수요자의 선택권이 보장될 수 있도록 중저가 적정 질의 상품이 다양하게 출시될 수 있도록 유도할 필요가 있으며, 이 과정에서 품질보증 인증제를 활용하여 일정 수준 이상을 충족하는 중저가 제품의 보급을 장려하도록 유도할 필요가 있다. 부가가치세 면제 등의 지원이 실제 가격에 반영될 수 있도록 모니터링이 지속되도록 한다.

4) 이유식과 산후조리원 등 신규 육아품목 증가에 대한 합리적 대안

과거의 양육 방식 및 과정과 달리, 현재 영유아부모의 출산과 양육에는 산후조리 서비스의 이용과 유치원·어린이집의 기관 이용, 이유식 등의 구매가 보편화 된 이용을 보이며 일정 비중 이상의 가계지출을 차지하는 주요품목으로 자리잡고 있다. 육아문화의 트렌드와 상품 서비스의 출시가 빠르게 회전되고 많아짐에 따라, 가정내 양육에서 차지하던 부모의 구체적 양육행동과 과정이 사회화·시장상품화 된 품목의 구입과 서비스의 이용으로 대체되고 있다. 구매와 지출이 육아에서 차지하는 비중이 증가하는 경향 속에서도, 이러한 비중의 확대가 지나치게 빠르고 많아지지 않도록, 일정부분 가정에서 지원체계와 인프라의 도움을 통해 진행할 수 있도록 가정내 양육지원의 체계가 보다 활성화 될 필요가 있다.

즉 이유식 만들기, 집에서 산후조리서비스 이용하기, 육아공동체의 네트워크와 멘토링 활용 등 육아지원센터의 인프라(예: 육아공동나눔터)를 통해 지역사회 영유아부모의 육아지원이 구체적인 다양한 프로그램을 통해 온·오프라인으로 제공되도록 한다.

5) 지역사회 육아지원센터 중심의 육아필수재 공유 체계 활성화

전국 전달체계를 갖추고 있는 육아종합지원센터와 건강가정지원센터에서 지역 단위 주요 육아품목의 대여와 공유(장난감/도서 대여 서비스)가 보다 확장될 필요가 있음을 제언하였다(김미정, 2014; 최윤경 외, 2012, 2013). 아나바다 운동의

리사이클링 사업과 육아품앗이 사업을 적극적으로 도모하여, 자녀 출산과 양육의 과정이 시장에서 물건과 서비스를 구매하는 행위를 통해 이루어지는 부분을 줄이고 지역사회 공동체 교류를 통해 공유되는 부분을 늘여가는 접근이 필요하다. 또한 영유아기 공보육·교육의 과정에서 문화오락 및 체험활동, 사적인 추가 교육과 보육의 수요를 일정부분 충족시킬 수 있도록 유아교육과 보육의 질 제고와 육아지원프로그램의 다양화를 꾀할 필요가 있다(최윤경 외, 2014a).

6) 육아지원정책과 병행되는 가격정책의 지속 및 시행 구체화

서울시에서 2015년에 시행한 추가보육료 수납 상한제와 유치원 원비 인상률 상한제, 비용정보의 공시와 재무회계의 개선 등은 시간을 두고 시행하여 그 정책적 효과를 꾸준히 모니터링 할 필요가 있다. 2015년 육아물가지수의 산출을 통해 서울시의 기타 필요경비와 추가 보육료의 상한선 제시가 정책적으로 효과를 보임을 확인할 수 있었다. 따라서 적정수준의 비용 상한에 대한 지자체 가이드라인의 공표가 현장에 안정적으로 적용될 수 있도록 할 필요가 있다.

육아지원의 확대에는 구체적인 육아물가관리 정책의 가격정책이 병행될 필요가 있어, 육아품목의 가격정책의 다양화를 제안한다. 주요 육아품목에 대해 ① 가격정보 제공, ② 가격상한제의 비용 규제, ③ 가격인상시 상승률에 대한 관리의 세 가지로 나누어 선행연구를 통해 제안한 바 있다(최윤경 외, 2013, 84p, 2014 재인용). 어린이집과 유치원 비용의 경우, 이 세 가지 가격정책을 적절히 적용할 필요가 있으며 이를 위해 현행 통합정보공시, 가격규제, 재무회계 규칙과 연계되는 방안이 요구된다(최윤경, 2014a).

실제로 필요한 경비의 현실화를 위한 비목에 대해서는 가격인상이 가능하도록 하여, 구체적으로 육아 필수재의 품목과 상세규격을 지정하여, 해당 규격의 품목에 대해서는 물가인상제한 또는 상한제의 적용을 받고 이와 관련하여 세제지원을 받을 수 있도록 제안한 바 있다”(최윤경 외, 2013, 2014a). 분유, 기저귀와 같은 지출비중이 큰 육아필수재의 경우, 표준품질마크를 획득한 1차적으로 가장 중요한 육아물가관리 정책은 관련 정보의 공시로 어린이집유치원통합정보공시와 유치원알리미와 같이 공공 사이트를 통해 정확한 비용 데이터를 주기적으로 공개하는 것이 중요하다. 이 과정에서 연간 가격의 상승을 억제할 필요가 있는 비목과 ECEC 질 향상을 위해 상승이 필요한 비목을 구분하여 별도로 관리하는 전략이 요구된다. 즉 인건비와 같이 교사 처우 개선과 교육보육 과정의 질 제고와

연계되어 있는 주요 비목에 대해서는 인상률을 별도 관리하여, 전체 평균 인상률 상한으로 인해 긍정적 영향력을 갖는 비목의 인상이 제한되지 않도록, 가격상승 관리의 전략을 세분화 하도록 한다.

7) 「육아필수재 물가정보공개시스템」 및 연쇄지수 산출 체계의 마련

현재 소비자단체협의회에서는 주요 육아품목의 높은 가격수준과 상승에 대한 모니터링과 보고를 지속하고 있다. 그러나 이러한 소비자단체의 활동이 매회 자체적인 가격조사를 통해 이루어지고 있어, 타당한 전국 단위 가격데이터의 확보에 어려움을 갖게 된다. 따라서 시장가격조사 및 지수산출 시스템을 갖추고 있는 통계청과 한국은행에서 영유아기 육아필수재의 품목 지정을 통해 물가관리와 정보공개의 체계를 구체화한 「육아필수재 물가정보공개시스템」의 마련을 제언한다(최윤경, 2014a).

“이는 현재 매월 진행중인 가계동향조사와 연쇄물가조사의 데이터, 소비자보호원의 T-price 가격공개서비스를 통해 이미 진행 중인 주요 품목의 가격정보를 주요 물가정보로 제시하는 것을 의미하며, 이와 연동하여 영유아가구의 육아부담과 물가체감 관련 지표의 제공을 제언한다. 이를 통해 온라인 육아물가지수의 산출도 체계화 할 수 있을 것이다. 이러한 데이터의 산출과 공표는 초 저출산 시기를 극복해야하는 현 시점에 주요한 하위지표로 활용될 수 있을 것이다. 나아가 지수산출의 측면에서는 일정 시점 고정 가중치에 의한 지수산출이 아닌, 실시간 연쇄적으로 변화하는 가계지출 비중의 변화를 반영하여 연쇄지수로 산출하는 (안)도 고려 가능하다”(최윤경, 2014a).

8) 착한 기업, 착한 가격 운영모델 개발 및 민간 인증 도입 활성화 -다양한 가격대에 대한 유연한 구매패턴을 갖는 육아소비문화 정착

현재 높은 육아물가수준에는 고가의 신제품 출시가 가격 상승폭을 견인하는 육아품목의 시장가격 형성이 일정 부분 기여를 하고 있다. 적절한 양질의 중저가 제품이 견고하게 자리를 잡을 수 있는 시장가격 형성 및 유지의 기제가 작동하기 위해서는, 고가의 신제품 브랜드가 아니더라도 적정 수준의 품질이 유지, 관리되는 착한 가격, 착한 기업의 비용 구조가 공개되고 이러한 가치지향적인 구매가 지속되는 환경을 부모 공동체 자발적으로 조성할 필요가 있다.

이를 위해 영유아부모 커뮤니티에서 보다 적극적으로 육아품목 가격모니터링

의 기능과 의견의 공유가 필요하며, 육아품목을 공급하는 기업의 입장에서도 주요 육아품목의 가격형성 과정과 이윤추구의 방식에 대한 공유 및 공개의 가치 지향적 상호작용을 하도록 한다. 이를 통해, 육아품목의 가격이 과도하게 올라 비용부담의 부정적 분위기가 저출산 기조를 강화시키는 것으로 전가되지 않도록 한다. 육아필수재의 경우, 착한 가격을 유지하는 착한 기업의 특성을 부각시켜 부모 공동체 자체적으로 민간에서 인증하는 것도 필요할 것이며, 이를 정책적으로 문화적으로 장려할 필요가 있다. 이러한 구매문화의 창출과 가격형성 기제에의 적극적인 참여를 통해 육아품목이 일부 고가 제품과 브랜드에 의해 상승되지 않도록 영유아부모가 가격형성의 기제에 참여할 수 있도록 한다.

9) 기관 서비스 위주의 육아지원 설계 내 돌봄인력 정책의 자리매김 -민간업체 도우미에 대한 최소한의 질 관리체계 마련

현재 수요 대비 공급이 제한되어있는 아이돌보미의 경우 공적 확대의 노력을 지속할 필요가 있다. 한편, 사적 영역에서 비공식적으로 개별 가정의 노력에 의해 운용되고 있는 사설업체 및 중국동포 육아도우미 등에 대해 최소한의 질 관리를 위한 제도화를 모색함으로써, 돌봄인력 정책의 자리매김(mapping)이 필요하다(최윤경·장혜진·민정원·배운진·송신영, 2014b). 육아지원체계에서 공식 대 비공식, 시설 대 개인 서비스로 구분되는 영역 간에 균형 설계를 함으로써, 부모의 선택권 증가가 육아물가부담의 체감을 상쇄하는 긍정적 작용을 하도록 정책 설계를 다변화 한다.

참 고 문 헌

- 경기개발연구원(2015). 아이행복, 부모교육에 달렸다. 경기개발연구원 이슈&진단 (174), 1-21.
- 경향신문(2015). 무산될 뻔했던 저소득층 기저귀·분유값 지원 사업 - 10월부터 시행. 경향신문(2015.7.16) 보도.
- 교육부(2015a). 2015년도 유아학비 지원계획.
- 교육부(2015b). 교육분야 법안 10건 국회 본회의 통과. 유치원비 인상률 상한제 도입 - 유아교육법 개정안 보도자료(2015. 3. 3).
- 국민일보(2014). 너무 오른 육아물가: 무상보육에도 부모들 허리 휨다. 국민일보 (2014.12.19.) 보도.
- 기호일보(2015). 공공산후조리원 여주·가평·동두천 중 결정. 기호일보(2015. 10. 22) 보도.
- 김미정(2014) 마을 중심 육아용품 공유 및 지원체계 구축 방안. 경기도가족여성연구원.
- 김범식(2014). 서울시 물가구조의 특성분석과 정책방향. 서울연구원 정책리포트.
- 김범식·최봉(2014). 서울시 물가구조의 특성분석과 정책방향. 서울연구원.
- 김승권(2011). 한국인의 자녀양육 책임 한계와 양육비 지출 실태 보건복지 현안 분석과 정책과제. 한국보건사회연구원.
- 김승권·김유경·김혜련·박종서·손창균(2012). 2012년 전국 출산력 및 가족보건 복지실태조사. 한국보건사회연구원.
- 김은설·이진화·김혜진·배지아(2014). 유치원·어린이집 운영 실태 비교 및 요구 분석. 육아정책연구소.
- 김지현(2013). 소비자 심리지수와 거시경제 변수들의 관계분석. 고려대학교 석사 학위 논문.
- 김진욱(2008). 소득계층별 물가상승에 관한 연구, 한국사회보장학회, 24, 95-121.
- 김태균·조훈희·안철모·곽정호·서순석·김영삼·김서경·김진호(2012). 정보통신공사 비지수 개발에 관한 연구. 한국통신학회논문지, 29(7). 89-96.

- 뉴스시스(2015a). 서울시, 어린이집 영유아 상해·배상보험 단체가입 전액 지원. 뉴스시스 (2015. 3. 5) 보도
- 뉴스시스(2015b). 경기도의회 “복지부, 공공산후조리원 불수용 방침 철회하라”. 뉴스시스 (2015. 7. 9) 보도
- 대한민국정부(2010). 제 2차 저출산고령화기본계획(2011-2015).
- 독일연방통계청(2014). 자녀 양육비 지출 비용 연구보고서, 연합뉴스(2014.6.10.) 보도.
- 박종상(2015). 최근 우리나라 소비자물가상승률의 특징과 시사점. 한국은행 금융포커스 24(6).
- 박종현·배건·이태식(2002). 도로공사용 공사비 지수의 개발. 대한토목학회, 22(4), 707-719.
- 법제처(2015). 9월에 새로 시행되는 법령을 알려 드립니다. 법제처 보도자료.
- 벤쿠버조선일보(2011). 자녀 양육비 1년에 1만2825달러 들어. 벤쿠버조선일보 (2011.5.26.) 보도.
- 보건복지부(2015a). 보건복지정책, 2015년부터 이렇게 달라집니다. 보건복지부 보도자료(2014.12.29.)
- 보건복지부(2015b). 2015 보육사업안내.
- 보건복지부(2015c). 영유아 A형간염 무료예방접종, 5월부터 시행. 보건복지부 보도자료(2015.2.11.)
- 서울신문(2015). 육아기 근로시간 단축 지원금 최대 240만 → 360만원 인상. 서울신문(2015.6.30.) 보도.
- 서울특별시(2014). 어린이집 천기저귀 세탁 서비스 지원사업. 서울특별시 홈페이지(<http://woman.seoul.go.kr/archives/23509>)에서 인출
- 신윤정·김지연(2010). 자녀 양육비용 추계와 정책 방안 연구. 한국보건사회연구원. 아이사랑보육포털(<http://mchildcare.go.kr/nurserycare/mCarepayService.jsp?skinType=P>)
- 안재호·박태식·이진식·김광석(2009). 에너지산업분류 및 주요지표 개발 방법 연구. 에너지경제연구원 정책연구자료, 12, 1-149.
- 양미선·김길숙·손창균·김정민(2014). 영유아 교육·보육 비용 추정 연구(II). 육아정책연구소
- 에누리닷컴. 가격비교사이트(www.enuri.com)

- 연합뉴스(2014). 독일 자녀 양육비 부담 갈수록 커져. 연합뉴스(2014.6.10.) 보도.
- 월스트리트저널(2014). 홍콩 자녀양육비, 7억원 넘어. 월스트리트저널(2014.9.11.) 보도.
- 우석진(2008). 출산 제고 정책이 한국 여성의 출산, 노동공급, 결혼에 미치는 효과, 한국경제의 분석, 14(3), 55-105
- 우석진(2010). 여성의 취업부문과 출산결정에 관한 연구: 공공부문과 민간부문 간의 비교를 중심으로, 사회보장연구, 26(2), 51-74.
- 유치원알리미(2015). 유치원알리미 정보사이트 - 2015년 유치원 정보공시 개요 (<http://e-childschoolinfo.mest.go.kr>)
- 이성우(2013). 물가안정의 정치경제: 민주주의국가에서 국내 물가수준에 미치는 정치경제적 요인 비교연구. 고려대학교 대학원 박사학위 논문.
- 임희정(2011). 현안과 과제: 미시적인 물가 대응책 시급하다- 물가 요인의 상호 상승작용 확대. 현대경제연구원, 이슈리포트(49), 1-10.
- 장인성(2012). 대체편의 축소와 계층별 차이를 반영한 생계비지수의 측정 및 활용, 한국재정학회, 5, 1-35.
- 전국주부교실중앙회(2014). 산후조리원 이용료 가격 천차만별이고, 이용요금정보 공개 미흡해.
- 조세일보(2014). 사라질뻔한 기저귀, 분유 부가세 면제 연장된다. 조세일보 (2014.11.24.) 보도.
- 조용길(2002). 지수의 이론과 측정. 한국은행.
- 조지성·김관수·안동환(2015). 가공식품의 소비자체감물가지수 개발을 위한 연구. 한국식품유통학회, 32(1), 79-95.
- 최윤경·유해미·김성숙·송신영(2012). 영유아 양육 물가 현황과 지수화 방안. 육아정책연구소.
- 최윤경·박진아·이세원(2013). KICCE 육아물가지수 기초 연구. 육아정책연구소.
- 최윤경·박진아·최종화(2014a). KICCE 육아물가지수 연구(II). 육아정책연구소.
- 최윤경·장혜진·민정원·배운진·송신영(2014b). 국내 중국동포 육아돌보미 현황 및 양육가치관 연구. 대외경제정책연구원·육아정책연구소.
- 최윤경·이정원·박진아·이동하(2015). 저소득층 기저귀·조제분유 지원사업 효과

성 달성방안 연구. 보건복지부·육아정책연구소.

- 최은영·이진화·오유정(2014). 2014 유아교육정책의 성과와 과제. 육아정책연구소.
- 최성은·우석진(2009). 보육지원정책의 적정성 및 효과성 분석, 한국보건사회연구원.
- 최지형(2009). 소비자 물가통계의 계절조정방법 연구. 한남대학교 석사학위논문.
- 통계청(2014). 국가통계포털-국내통계-주제별통계-소비자물가조사결과 (<http://kosis.kr>)
- 통계청(2015a). 국가통계포털-국내통계-주제별통계-소비자물가조사 (<http://kosis.kr>)
- 통계청(2015b). 통계설명자료-통계설명DB (<http://meta.narastat.kr/>).
- 한경님(2010). 저소득가정의 자녀양육부담비용 연구. 한국영유아보육학, 61, 299-316.
- 한국소비생활연구원(2014). 2014년 영유아 사교육에 관한 소비자인식 및 실태 조사결과.
- 한국소비자연맹(2013). 영유아 양육비 부담 경감을 위한 어린이집 보육비용 감시활동 사업.
- 한국여성소비자연합(2013). 영유아용품 가격비교 조사를 통한 물가안정 유도 방안 연구.
- 한국YMCA 전국연맹(2014). 전국 유치원 교육비 및 서비스 실태조사.
- 한국은행(2013-2015). 한국은행 보도자료. 매월 소비자동향조사 결과 (<http://www.bok.or.kr>)
- 한국은행(2014). 2014년 1-9월 소비자동향조사 결과 보도자료. 공보 2014-1-28호, 공보 2014-2-25호, 공보2014-3-26호, 공보2014-4-30호, 공보 2014-5-24호, 공보 2014-7-27호, 공보2014-9-26호
- 한국은행 경제통계시스템(2015). <https://ecos.bok.or.kr/flex/EasySearch.jsp>.
- 황성혁·이정희(2014), 인터넷쇼핑의 성장이 소비자 물가에 미친 영향, 한국중소기업학회, 17, 19-30.
- 현대건강신문(2015). 가장 비싼 서울 강남 산후조리원 1500만원 달해. 현대건강신문(2015. 9. 11 보도). http://hnews.kr/n_news/news/view.html?no=31577

- AMP·NATSEM(2013). Cost of Kids: the Cost of Raising children in Australia. NATSEM(33).
- Becker, G. S., & Lewis, H. G. (1974). Interaction between quantity and quality of children. In *Economics of the family: Marriage, children, and human capital* (pp. 81-90). University of Chicago Press.
- Becker, G. S. (1962). Investment in human capital: A theoretical analysis. *The journal of political economy*, 9-49.
- CEBR(2013). Cost of a Child: From cradle to college 2013 report.
- Happel, S. K., Hill, J. K., & Low, S. A. (1984). An economic analysis of the timing of childbirth. *Population Studies*, 38(2), 299-311.
- Heckman, J. J. (1976). A life-cycle model of earnings, learning, and consumption. *Journal of political economy*, S9-S44.
- Knüs, A. (1924). The Problem of the True Index of the Cost of Living, *The Economics Bulletin of the Institute of the Economic Conjunction*, published in English in 1939 in *Econometrica*, Vol. 7, pp. 10-29.
- Mark, L. (2014). Expenditures on Children by Families, 2013. U.S. Department of Agriculture, Center for Nutrition Policy and Promotion. Miscellaneous Publication No. 1528-2013.
- Moffit, R. (1984). "The Estimation of a Joint Wage-Hours Labor Supply Model," *Journal of Labor Economics*, University of Chicago Press, Vol. 2(4).
- Newey, W. K., & West, K. D. (1987). Hypothesis testing with efficient method of moments estimation. *International Economic Review*, 777-787.
- Stock, J. H. and M. M. Watson, (2012). *Introduction to Econometrics*, Pearson, 3rd edition.
- USDA(2013). Expenditures on Children by Families 2013. U.S. Department of Agriculture.

Abstract

KICCE Childrearing Price Index and Parents' Perception of the Childrearing Cost (III)

Choi, Yoon Kyung Park, Jinah Woo, Seokjin, Bae Jia

This study produced the third-year computation of Korean Childrearing Price Index(CPI) and Parents' Perception of Childrearing Costs for the Korean household of young (0~5 year old) children.

2015 KICCE Childrearing Price Index(CPI) indexes (I~III, IV~VI) all got higher compared to the 2014 indexes, showing 1~4% of annual increase. This is understood to be resulting mainly from the increase of ECEC costs and prices. However, the increase rate of KICCE CPI for low income families with 0-5 year of young children, were relatively lower than the other SES class' CPIs. This is interpreted that the low income families tend to buy relatively lower or lowest price of childrearing products, in other words showing the lack of buying power of high quality-high price products. The online CPI's increase rate was not low, even higher than off-line market price index of childrearing products. The online purchase need to be accompanied by specific searching strategies of the lowest prices of a product. Otherwise, the increase steepness of online CPI is usually higher than off-line index's.

Parents' Perception of Childrearing Costs for the household of 0~5 year old children, is different between 0-2 and 3-5 olds. This is partially due to the government's more concentrated efforts and funding of child care supports for younger children of 0-2. The perception of costs is higher for the household with 3-5 olds. Despite of this trend, overall 2015 Parents' Perception of Childrearing Costs got better slightly, compared to 2014's.

부 록

1. 육아물가조사 대상처 및 영유아가구 구입채널
2. 2015 저소득 영유아가구 양육비용 조사
3. 서비스기관 전화조사표
4. 영유아부모 온라인 육아체감물가 조사 설문지(웹설문)
5. 저소득 영유아가구 육아비 지출 조사 설문지
6. KICCE 육아물가조사 오프라인 조사표

부록 1. 육아물가조사 대상처³⁸⁾ 및 영유아가구 구입채널

조사대상처는 서울 25개구 11개 권역(동부, 서부, 남부, 북부, 중부, 강동, 강서, 강남, 동작, 성동, 성북)에 균등 분포하되, 과년도와 지속성을 고려하여 2015년 계속적으로 조사가 가능한 대상처를 유의추출하고 확인하여 선정하였다. 폐업, 이전 등으로 연속조사가 어려운 매장에 대해서는 최대한 대체 조사처를 확보하여 조사를 실시하고 대체 조사처임을 표기하였다. 2015년 오프라인 조사는 서울소재 내 대형마트 11곳, 대형마트 내 유아전문매장 22곳, 소형마트 16곳, 백화점 7곳, 유아편집샵(유아전문매장) 7곳 등 총 63곳에서 실시하였으며, 이는 2013년 이후 적용된 육아품목 구입처별 표본 분포를 일관되게 유지한 결과이다.

〈부록 표 1-1〉 2014년 육아물가조사 오프라인 조사대상처

권역	대형마트	대형마트 내 유아전문매장	소형마트	백화점	유아편집샵
2015년	11	22	16	7	7
2014년	11	22	16	7	5
2013년	22	22	11	8	6

자료: 2013-2015 육아물가조사 분석결과임(최윤경 외, 2013, 2014a).

육아서비스 기관 전화 및 인터넷 조사는 2015년 5월 기준 서울 소재 유치원 150개원, 어린이집 165개소, 소아과 43곳, 산후조리원 72곳, 영어학원 33곳, 미술학원 35곳, 태권도학원 41곳, 그 밖에 돌앨범스튜디오, 문화센터로, 총 547개소에서 수행되었다.

38) 연속과제로서 조사설계 상세 내용 및 대표품목은 2012-2014 보고서(최윤경, 외, 2012, 2013, 2014a) 내용 참조

〈부록 표 1-2〉 2015년 5월 육아물가조사 기관 수(전화조사, 인터넷)

구분	유치원	어린이집	소아과	산후 조리원	영어 학원	미술 학원	태권도 학원	문화센터	돌앨범 스튜디오	전체
강남구	5	7	-	6	1	1	1	-	-	21
강동구	6	7	2	5	2	2	2	-	-	26
강북구	4	7	-	2	-	1	2	-	-	16
강서구	7	7	2	5	1	2	1	-	-	25
관악구	6	7	2	1	1	2	2	-	-	21
광진구	7	6	2	2	1	1	1	-	-	20
구로구	6	7	2	3	1	2	2	-	-	23
금천구	5	6	2	3	1	-	2	-	-	19
노원구	5	7	2	3	3	2	2	-	-	24
도봉구	6	7	2	2	-	2	1	-	-	20
동대문구	6	7	2	3	-	2	1	-	-	21
동작구	7	6	2	2	2	1	2	-	-	22
마포구	6	7	2	2	2	2	2	-	-	23
서대문구	6	6	1	1	1	1	2	-	-	18
서초구	6	6	2	3	3	2	2	-	-	24
성동구	6	6	2	1	2	2	1	-	-	20
성북구	7	7	2	4	3	2	2	-	-	27
송파구	7	7	2	4	2	2	2	-	-	26
양천구	6	6	2	4	2	2	2	-	-	24
영등포구	7	7	1	4	2	-	2	-	-	23
용산구	6	7	2	-	2	-	1	-	-	18
은평구	7	7	2	6	2	2	2	-	-	28
종로구	7	6	2	-	1	1	2	-	-	19
중구	6	5	1	1	1	1	-	-	-	15
중랑구	7	7	2	5	-	1	2	-	-	24
2015. 5월	154	165	43	72	36	36	41	-	-	547
2014년	308	330	86	144	72	72	82	15	10	558
2013년	148	160	41	75	30	31	33	15	11	518

자료: 2013-2015 육아물가조사 분석결과임(최윤경 외, 2013, 2014a).

〈부록 표 1-3〉 2015년 서비스가격 전화조사대상 기관 특성

단위: %

항목	2015년 5월	2014년 5월
계	100.0	100.0
기관분류		
유치원	28.2	28.1
어린이집	30.2	31.9
소아과	7.9	7.5

항목		2015년 5월	5월
산후조리원		13.2	13.1
영어학원		6.6	6.2
태권도학원		7.5	6.6
미술학원		6.6	6.6
지역(권역분류)			
서울 북동권		31.4	31.5
서울 북서권		22.1	22.0
서울 남동권		17.7	17.1
서울 남서권		28.7	29.5
기관유형			
유치원	국공립	27.9	35.3
	사립	72.1	64.7
어린이집	국공립/법인/직장	30.3	25.9
	민간	54.5	47.6
	가정	15.2	26.5
기관 규모			
유치원	100명 미만	58.4	62.0
	100명 이상	41.6	38.0
어린이집	50명 미만	52.1	60.0
	50명 이상	47.9	40.0
의료기관	대형종합병원	11.6	10.0
	소아과	88.4	90.0

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

〈부록 표 1-4〉 영유아 주요 육아품목 구입처 (2015년 5월 기준)

단위: %

	최근 3개월 구입률 (2015년 5월 기준)	대형 마트	백화 점	소형 마트	재래 시장	인터 넷	직구 공구	박람회	전문 매장	기타
1) 우유	89.3	58.6	0.4	27.7	0.1	7.2	0.4	-	0.4	5.3
2) 분유	25.3	16.2	-	1.3	-	74.9	4.5	-	1.3	1.7
3) 이유식	13.6	31.1	1.7	7.3	0.8	41.6	1.6	1.6	9.2	5.0
4) 기저귀	66.2	7.4	0.2	0.8	0.2	89.5	0.4	0.2	0.2	1.3
5) 비타민	65.2	11.9	3.9	1.2	0.2	42.5	13.8	0.2	9.6	16.7
6) 물티슈	90.1	14.0	-	1.8	0.2	82.6	0.3	0.6	0.2	0.2
7) 내의류	84.7	27.8	8.8	1.3	1.9	46.6	2.5	1.3	8.0	1.7
8) 겉옷	90.4	17.0	14.7	0.6	1.8	43.4	5.3	0.5	13.1	3.6
9) 완구류	89.3	37.1	1.3	2.3	0.5	47.1	2.1	0.6	5.2	3.8

	최근 3개월 구입률 (2015년 5월 기준)	대형 마트	백화 점	소형 마트	재래 시장	인터 넷	직구 공구	박람회	전문 매장	기타
1) 카시트	64.8	6.5	6.6	0.5	0.2	53.4	1.7	14.3	12.1	4.7
2) 유모차	68.5	9.8	8.9	0.2	-	43.9	4.9	9.9	17.2	5.3
3) 아기띠	70.7	4.6	6.0	0.5	0.3	60.7	2.9	10.5	10.0	4.5
4) 매트	75.2	13.0	0.3	0.4	0.4	78.7	1.2	2.8	0.9	2.2
5) 자전거	51.0	9.6	1.3	0.9	0.9	52.1	5.2	0.9	23.6	5.5
8) 교재교구/책	68.7	3.1	0.3	0.2	-	59.0	5.1	3.1	14.0	15.1

자료: 본 연구에서 수행한 2015 육아물가조사 분석결과임.

부록 2. 2015 저소득 영유아가구 양육비용 조사³⁹⁾

가계 소득수준에 따른 양육부담 및 육아물가 수준을 알아보기 위해, 양육부담이 큰 저소득 영유아가구 대상 육아비용 지출 설문조사를 실시하였다. 저소득 가구에서 육아품목을 구입, 지출하는 것은 소득수준이 높은 가계와는 다른 육아품목의 바스켓과 지출 비중의 가계 특성을 가지고 있으리라는 가정 하에, 이러한 양육부담의 정도와 육아품목의 지출을 파악하기 위한 조사를 실시하였다. 이 장에서는 저소득 영유아가구의 양육비용 지출과 육아품목의 구성 및 지출비(가중치) 산정을 통해 저소득 영유아가구의 육아물가지수를 산출하기 위한 기초분석을 실시하였다.

1. 저소득 영유아가구 양육비용 분석

가. 조사설계⁴⁰⁾

1) 조사 대상

조사에 참여한 저소득 영유아 가구는 총 600사례로, 그 중 0세아 자녀를 둔 가구는 187사례이다. 육아품목 중 내구재와 육아용품 및 육아·출산 지원 서비스 등 신규 구입과 이용이 많은 0세아 가구를 상대적으로 과표집하여, 가격이 큰 육아 내구재의 지출부담이 많은 0세아 가구의 특성을 고려하였다.

〈부록 표 2-1〉 응답자 특성

단위: (명). %

항목	사례수	%
전체	(600)	100.0
지역규모		
대도시	(300)	50.0
중소도시	(238)	39.7

39) 저소득 영유아가구 육아비용조사 및 결과 분석은 「저소득층 기저귀·조제분유 지원사업 효과성 달성방안 연구」(최윤경·이정원·박진아·이동하, 2015)의 데이터와 조사결과를 일부 적용함.

40) 최윤경·이정원·박진아·이동하(2015) 연구 71~75p 인용 및 참조

항목	사례수	%
읍면지역	(62)	10.3
지역		
서울/경인	(168)	28.0
부산/울산/경남	(122)	20.3
대구/경북	(78)	13.0
대전/충청	(116)	19.3
광주/전라	(116)	19.3
월가구소득		
150만원 이하	(39)	6.5
151~180만원	(136)	22.7
181~200만원	(173)	28.8
201~230만원	(176)	29.3
231만원 이상	(76)	12.7
기관이용(중복응답)		
유치원	(126)	21.6
어린이집	(291)	49.9
양육수당	(280)	48.0
자녀연령		
만0세	(187)	31.2
만1세	(110)	18.3
만2세	(110)	18.3
만3세	(128)	21.3
만4세	(119)	19.8
만5세	(128)	21.3
영유아가구		
영아(만0~2세)	(272)	45.3
유아(만3~5세)	(328)	54.7

자료: 2015 저소득 영유아가구 대상 본 조사 결과, 최윤경·이정원·박진아·이동하(2015) 조사 72p

2015년 최저생계비 소득 기준⁴¹⁾을 참조하여 4인 가구 기준 최저생계비 150% 이하에 해당하는 월 가구소득 250만원 미만으로 응답하는 영유아가구를 대상으로 하였다. 조사결과, 읍면지역 약 10%, 다문화가족 2.7%, 한부모가족 2.7%, 조손가족 0.2%, 의료급여 1.6%의 취약가족 유형이 조사대상에 포함되었다. 응답된 가구소득 자료를 바탕으로 최저생계비 소득구간 대비 저소득가구로 추정된 것으로, 실제 법정 소득기준으로 산출한 저소득/차상위층에 해당하는 빈곤가족과는 다르다. 대략 조사참여 가구의 32.8%가 법정 기초생활수급 및 차상위 빈곤가구로 추정된다(최윤경 외, 2015, 71p)⁴²⁾.

41) 2015년 최저생계비 - 4인가구 기준, 100% 이하 1,688천원, 150% 이하 2,502천원

2) 월평균 가구소득 및 양육비용

설문조사에 응한 영유아가구 600사례의 월평균 가구소득 201만원, 월평균 가계지출 166만원으로, 자녀연령이 어릴수록 가구소득이 적다(최윤경 외, 2015).

〈부록 표 2-2〉 저소득 영유아가구 월평균 소득 및 지출

구분	150만원 이하	151~180만원	181~200만원	201~250만원	계(수)	평균
월평균 가구소득	6.5	22.7	28.8	42.0	100.0(600)	201
월평균 소비지출	43.5	25.3	22.2	9.0	100.0(600)	166

자료: 2015 저소득 영유아가구 대상 본 조사 결과, 최윤경·이정원·박진아·이동하(2015) 조사 73p

“월 가구소득 250만원 미만의 저소득 영유아가구에서 영유아자녀 고유의 육아품목(상품, 서비스)에 대한 지출 비용을 2015년 5월을 기준으로 질문한 결과, 자녀양육비 지출은 월평균 약 45만2천원, 이 중 취학전 영유아자녀 대상의 양육비 지출은 월평균 약 38만 9천원으로 응답되었다. 자녀양육비 지출이 가구 평균 소비지출 166만원의 각 27.2%, 23.4%”(최윤경 외, 2015, 76p)으로 추산되었다.

“저소득가구 내에서도 가구소득 수준이 높을수록 영유아자녀 양육비 지출이 유의하게 컸으며, 자녀연령이 많아질수록 매월 상시적으로 구매하는 품목 지출이 늘어나, 영아가구에 비해 유아가구의 월평균 비용이 많은 것으로 나타났다. 그러나 영아가구 내에서도 0세아 가구의 경우, 매월 구매하는 소비재 외에 자녀의 출산으로 최초로 장만하고 지출하는 내구재, 서비스재의 구입비용이 큼을 고려할 때, 일률적으로 유아가구가 영아가구보다 지출부담이 크다고 하기 어렵다(최윤경 외, 2012, 2013). 그럼에도 불구하고, 2012년 이후 무상보육·교육의 육아지원 확대로, 영아가구의 양육비 부담이 상대적으로 줄고 유아가구의 부담은 영아가구의 감소폭 대비 적음을 알 수 있다”(최윤경 외, 2015, 74p).

〈부록 표 2-3〉 저소득 영유아가구의 월 평균 양육비용

단위: %(명), 만원

구분	20만원 이하	21~40만원	41~60만원	61만원 이상	계(수)	평균
모든 자녀 양육비	10.0	45.3	30.0	14.7	100.0(600)	45.15
영유아자녀 양육비	14.8	53.5	23.7	8.0	100.0(600)	38.86

42) 조사대상 가구가 법정 지원층(기초생활수급자, 최저생계비 120% 이하 차상위)이 아닌, 가구소득 응답에 기초한 포괄적·잠재적 저소득층임.

구분	20만원 이하	21~40만원	41~60만원	61만원 이상	계(수)	평균
월가구소득						
150만원 이하	25.6	51.3	20.5	2.6	100.0(39)	34.18
151~180만원	19.1	61.8	14.7	4.4	100.0(136)	34.09
181~200만원	12.7	49.1	29.5	8.7	100.0(173)	41.40
201~230만원	11.9	55.7	22.2	10.2	100.0(176)	39.64
231만원 이상	13.2	44.7	31.6	10.5	100.0(76)	42.20
X ² (df)			24.91(12)*			
기준아동(첫째)연령						
만 0세	21.3	64.0	12.0	2.7	100.0(150)	32.30
만 1세	14.7	54.7	21.3	9.3	100.0(75)	39.33
만 2세	12.0	56.0	25.3	6.7	100.0(75)	38.35
만 3세	17.0	44.0	31.0	8.0	100.0(100)	40.81
만 4세	9.0	51.0	30.0	10.0	100.0(100)	43.09
만 5세 이상	11.0	47.0	28.0	14.0	100.0(100)	42.54
X ² (df)			38.39(15)**			
영유아가구						
영아(만0~2세)	18.8	62.1	15.4	3.7	100.0(272)	33.94
유아(만3~5세)	11.6	46.3	30.5	11.6	100.0(328)	42.94
X ² (df)			37.93(3)***			

자료: 2015 저소득 영유아가구 대상 본 조사 결과, 최윤경·이정원·박진아·이동하(2015) 조사 74p

3) 육아품목 구입채널

저소득 영유아가구의 육아품목 주 구입처를 질문한 결과, 오프라인과 온라인 매장을 고르게 이용하는 것으로 나타났다. 1순위 응답을 기준으로, 기저귀와 분유 등 육아필수 소비재 구매가 많은 영아가구의 인터넷 이용이 보다 많았다.

〈부록 표 2-4〉 육아관련 물품 주 구입처 - 일반 육아용품 (1순위)

단위: %(명)

구분	대형 마트	백화점	소형 마트	재래 시장	인터넷/ 온라인	직구/ 공구	전문 박람회 브랜드 매장	현재 기타 구입처 없음	계(수)	
1순위	44.7	1.5	1.8	2.5	46.0	0.3	-	2.8	0.2	100.0(600)
중복응답	89.3	10.7	20.7	15.3	72.8	1.0	1.0	14.3	0.8	100.0(600)
영유아가구										
영아(만0~2세)	39.7	1.5	0.7	0.7	52.6	0.0	-	4.8	0.0	100.0(272)
유아(만3~5세)	48.8	1.5	2.7	4.0	40.5	0.6	-	1.2	0.3	100.0(328)
X ² (df)					26.86(8)**					

자료: 2015 저소득 영유아가구 대상 본 조사 결과

나. 육아품목 구매율 및 월 지출 비용

1) 저소득층 영유아자녀 육아품목 구매율 및 월 지출비용

본 연구에서 저소득 영유아가구의 육아물가지수 산출을 위해, 53개 육아대표 품목에 대해 지난 한 달(2015년 5월) 해당 품목을 구매한 적이 있는지 품목별 구매 여부를 조사한 결과, 다음과 같이 응답되었다. 내구재의 경우 과거 5년 이내에 혹은 자녀 출생 이후 구매한 적이 있는지 질문을 보강하여 구매율을 산출하였다.

우유와 치즈, 요거트와 같이 자녀연령에 따른 수요의 변화가 크지않은 식품의 구매율이 가장 높았으며, 그 다음으로 상의/하의/신발·의류, 기저귀/물티슈와 같은 생활용품의 구매율이 높았다. 완구(블록)와 어린이보험의 가입이 보편적으로 높은 것이 특징적이며, 유치원의 경우 순교육비 지출 9.7%, 추가비용 12.3%으로, 어린이집 보육료 25.3%, 어린이집 추가비용 26.8%에 비해 낮다. 영어학원과 사교육의 비율은 각 0.3%, 8.2%로 저소득 영유아가구의 특성이 드러난 구매율을 보인다.

〈부록 표 2-5〉 지난 한 달 영유아자녀 육아품목별 구매율 및 월 지출비용

단위: %(명), 만원

구분	구입/이용	계(수)	평균	표준편차	계(수)
식료품					
1)우유	75.8	100.0(600)	3.22	2.22	100.0(455)
2)두유	37.2	100.0(600)	2.02	1.05	100.0(223)
3)치즈	61.2	100.0(600)	1.44	0.84	100.0(367)
4)요거트	61.0	100.0(600)	1.67	1.81	100.0(366)
5)분유	33.3	100.0(600)	10.33	5.32	
6)이유식	27.8	100.0(600)	4.56	3.87	100.0(167)
7)시리얼	27.5	100.0(600)	1.52	1.03	100.0(165)
의류/신발					
8)배넛저고리	3.0	100.0(600)	3.50	2.23	100.0(18)
9)상의	52.8	100.0(600)	3.59	2.28	100.0(317)
10)하의	55.3	100.0(600)	3.34	1.81	100.0(332)
11)외투류	13.3	100.0(600)	5.60	4.49	100.0(80)
12)외출복	36.7	100.0(600)	5.49	4.01	100.0(220)
13)내의	34.8	100.0(600)	3.02	2.65	100.0(209)
14)신발	45.0	100.0(600)	3.85	2.71	100.0(270)

구분	구입/이용	계(수)	평균	표준편차	계(수)
주거관련					
15)침대	2.0	100.0(600)	11.42	9.61	100.0(12)
16)아기식탁의자	2.7	100.0(600)	5.88	2.31	100.0(16)
17)이불	6.7	100.0(600)	6.28	4.84	100.0(40)
18)겉싸개	1.7	100.0(600)	3.40	2.41	100.0(10)
19)속싸개	1.0	100.0(600)	3.00	1.67	100.0(6)
가정/가사용품					
20)젓병	12.5	100.0(600)	2.77	1.81	100.0(75)
21)젓꼭지	11.5	100.0(600)	1.77	0.94	100.0(69)
22)소독기	3.2	100.0(600)	5.16	5.18	100.0(19)
23)아기전용세탁세제	15.2	100.0(600)	2.13	1.22	100.0(91)
의료/보건					
24)비타민	22.2	100.0(600)	2.77	2.23	100.0(133)
25)기저귀	63.5	100.0(600)	8.32	4.26	100.0(381)
26)물티슈	75.0	100.0(600)	1.92	1.48	100.0(450)
27)삼푸	39.8	100.0(600)	1.46	0.77	100.0(239)
28)치약	37.7	100.0(600)	1.12	0.56	100.0(226)
29)칫솔	38.3	100.0(600)	1.17	1.49	100.0(230)
30)로션	47.8	100.0(600)	1.78	1.77	100.0(287)
31)욕조	1.0	100.0(600)	5.67	3.61	100.0(6)
32)유축기	2.2	100.0(600)	4.77	3.83	100.0(13)
33)체온기	2.7	100.0(600)	4.25	3.23	100.0(16)
34)예방접종비	18.7	100.0(600)	4.05	4.70	100.0(112)
오락/문화					
35)카시트	2.0	100.0(600)	34.83	14.57	100.0(12)
36)유모차	4.3	100.0(600)	29.19	28.49	100.0(26)
37)아기띠	4.2	100.0(600)	10.68	4.12	100.0(25)
38)보행기	2.8	100.0(600)	9.59	4.77	100.0(17)
39)블록(완구류, 장난감)	27.5	100.0(600)	5.36	4.75	100.0(165)
40)자전거	3.8	100.0(600)	11.96	3.54	100.0(23)
41)놀이방매트	6.2	100.0(600)	12.86	10.48	100.0(37)
42)돌앨범/촬영 등	7.2	100.0(600)	47.16	45.19	100.0(43)
교육					
43)영유아학습지	19.0	100.0(600)	6.08	4.58	100.0(114)
44)영유아교재교구	11.7	100.0(600)	7.01	13.04	100.0(70)
45)영유아책	17.0	100.0(600)	6.85	14.41	100.0(102)
46)유치원순교육비	9.7	100.0(600)	11.55	10.77	100.0(58)
47)유치원추가비용	12.3	100.0(600)	10.49	7.26	100.0(74)
48)영유아영어학원	0.3	100.0(600)	8.50	6.36	100.0(2)

구분	구입/이용	계(수)	평균	표준편차	계(수)
49)사교육	8.2	100.0(600)	10.49	5.71	100.0(49)
기타상품 및 서비스					
50)어린이보험	58.8	100.0(600)	7.20	4.51	100.0(353)
51)어린이집보육료	25.3	100.0(600)	9.14	21.57	100.0(152)
52)어린이집추가비용	26.8	100.0(600)	7.90	9.85	100.0(161)
53)산후조리/산후조리원	2.3	100.0(600)	131.15	85.02	100.0(14)

자료: 2015 저소득 영유아가구 대상 본 조사 결과

53개 육아대표품목 중, 산후조리 및 산후조리원의 월 평균 지출비용(131만원)으로 가장 컸으며, 그 다음으로 돌앨범/촬영의 1회성 행사비용(47만원) 또한 크게 나타났다. 카시트/유모차/침대/아기띠와 같은 내구재의 경우에도 월평균 지출비용이 높게 응답되었으며, 그 다음으로 분유(10만원)와 기저귀(8만3천원)의 육아필수재 지출비용이 많았다. 자전거(12만원), 놀이방매트(12만9천원), 보행기(10만원)의 순으로 나타났으며, 유치원 순교육비(11만6천원), 추가비용(10만5천원), 사교육(10만5천원), 어린이집 보육료(9만1천원), 추가비용(7만9천원)으로 조사되어 저소득가구에서 지불하는 유치원-어린이집-월사교육비 간의 평균비용의 차이가 크지 않은 편이다.

1회성 또는 내구재 품목의 경우, 지출비용에 대한 연간화의 과정을 거쳐 월비출 비중으로 환산하여 지수 산출을 위한 가중치로 적용하였음을 밝혀둔다.

2) 내구재 품목별 월 지출 비용

〈부록 표 2-6〉 미취학 영유아자녀 양육을 위한 내구재 구매/이용 금액

단위: %(명), 만원

구분	평균	표준편차	1회성 구매율 (전체N=600)	계(수)
1)출산준비물(의류 관련)	34.69	26.48	98.2	100.0(589)
2)침대	28.90	26.17	17.8	100.0(107)
3)아기식탁의자	8.82	13.29	28.5	100.0(171)
4)이불	12.60	10.85	90.5	100.0(543)
5)소독기	7.18	13.67	59.3	100.0(356)
6)유축기	7.46	17.98	58.3	100.0(350)
7)카시트	25.14	15.08	49.8	100.0(299)
8)유모차	32.97	25.62	86.5	100.0(519)
9)아기띠	9.61	8.77	87.0	100.0(522)
10)보행기	9.89	11.49	72.2	100.0(433)

11)블록(완구류, 장난감)	12.72	19.10	76.5	100.0(459)
12)자전거	12.39	5.64	36.0	100.0(216)
13)놀이방매트	12.33	8.48	55.8	100.0(335)
14)돌앨범/촬영 등	49.80	41.27	71.3	100.0(428)
15)영유아교재교구	22.78	27.35	53.0	100.0(318)
16)영유아 책	25.70	34.67	67.8	100.0(407)
17)산후조리/산후조리원	129.29	73.47	50.3	100.0(302)

자료: 2015 저소득 영유아가구 대상 본 조사 결과

다. 저소득 영유아가구의 육아지원정책에 대한 의견

기타 추가적으로 현행 육아지원정책에 대한 체감 효과 및 적절성에 대한 전반적인 견해를 파악하기 위해, 저소득 영유아가구를 대상으로 육아지원정책의 정책 설계에 대한 의견을 조사하였다.

그 결과, 먼저 육아지원 효과로 육아지원이 양육비 지출 감소에 기여했다는 긍정 응답이 (다소+매우) 56.8% 로 나타난 가운데, 유치원 교육비 지원 효과가 긍정적이다 46.7%, 어린이집 보육료 지원 59.9%, 양육수당 56.5%로 어린이집, 양육수당, 유치원의 순으로 긍정 응답되었다. 저소득 영유아가구의 과반 이상의 부모가 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다.

〈부록 표 2-7〉 육아지원정책에 대한 의견

단위: %(명), 점

구분	전혀 아님	약간 아님	보통	다소 그러함	매우 그러함	비해당/ 모름	계(수)	평균
1)육아지원이 양육비 지출 감소에 기여한 정도	4.0	10.2	27.3	43.8	13.0	1.7	100.0(600)	3.53
①유치원 교육비 지원	1.3	5.2	18.8	31.7	15.0	28.0	100.0(600)	3.75
②어린이집 보육료 지원	1.0	4.8	19.3	38.2	21.7	15.0	100.0(600)	3.88
③양육수당 지원	2.2	7.7	26.3	38.2	18.3	7.3	100.0(600)	3.68
2)현행 보편지원설계 적절	8.8	20.5	28.3	26.7	13.7	2.0	100.0(600)	3.16
3)영유아 육아지원 확대 필요	0.5	2.7	17.5	41.5	37.5	0.3	100.0(600)	4.13
4)육아지원을 위한 세금이 부담	5.2	13.5	36.2	35.8	8.7	0.7	100.0(600)	3.30
5)현금 지원 선호	2.3	5.7	23.5	42.3	25.8	0.3	100.0(600)	3.84

자료: 2015 저소득 영유아가구 대상 본 조사 결과

현행 육아지원정책의 각 내용요소에 대한 적절성을 5점척도로 질문한 결과, 육아정책의 보편적 지원 설계에 대해 적절하다(50.4%)는 응답이 적절하지 않다

(29.3%)는 응답보다 많은 가운데, 제시된 5개 항목 중 (2)보편지원설계에 대한 긍정응답률이 가장 낮았다. 즉 보편설계에 대해 동의하면서도 그 긍정응답률은 상대적으로 낮았다. 또한 육아지원의 확대 필요성에 동의(79.0%)하면서도 이를 위한 사회적 비용에 대한 세금부담에는 부정적인 우려(44.5%)가 일부 있으며, 육아지원 시 서비스 또는 바우처 지원보다 현금 지원에 대한 선호 의견이 68.1%로 많았다.

부록 3. 서비스기관 전화조사표

1) 유치원

육아서비스기관 전화조사 - 유치원

안녕하십니까?

저희는 육아서비스 기관의 보육·교육 및 산후조리원, 학원 비용 등에 대해 조사하고 있습니다.

본 조사는 소비자물가지수로 부족하여 고유의 육아물가지수를 산정하기 위한 것으로 전체 기관의 평균치만을 사용하고 있으므로 귀 기관에게 직접적인 피해가 가지 않는다는 점 강조하여 말씀 드립니다. 본 조사를 통해 육아보육 정책의 효과성을 확인하고, 앞으로 나아가야 할 방향성을 제시하고자 하는 것이니 민감하게 받아들이지 않으셔도 됩니다.

본 조사는 5월, 7월, 9월 총3번에 걸쳐 진행되며, 조사에 응해주실 경우 감사의 의미로 소정의 사례금을 드리하고자 합니다.

귀하께서 응답해주신 결과는 육아지원 정책 관련 귀중한 자료로 사용되며, 통계법 제33조 및 제34조의 규정에 따라 설문내용 및 응답자에 대한 모든 비밀은 철저히 보장됩니다. 잠시만 시간을 내어 조사에 참여해주십시오. 조사시간은 15~20분 정도입니다.

지금부터 귀 원의 비용에 대해 기본교육과정 교육비, 방과후과정(종일반비) 교육비, 특성화활동비, 급간식비, 입학금, 재원비, 현장학습 및 행사비, 등하원차량운행비, 교재교구재료비 총 9개 항목별로 질문하겠습니다. 각 항목별 비용이 중복되지 않도록 정확한 응답 부탁드립니다. 입학금과 재원비를 제외한 금액은 모두 월 단위 기준입니다. 분기로 받으시는 비용은 1/4하여 월 단위로 응답해주시기 바랍니다.

문1. 약 22만원의 정부 지원금을 제외하고 학부모가 부담하는 5월달 기본교육과정 교육비는 얼마입니까? 6세반을 기준으로 말씀해주세요.
월 _____ 만 _____ 천원

문2. 정부 지원금을 제외하고 학부모가 부담하는 이번달 방과후과정 교육비, 즉 종일반비는 얼마입니까? 6세반을 기준으로 말씀해주세요.
월 _____ 만 _____ 천원

(면접원 지침: 종일반비는 오후 5-6시까지입니다)

문3. 귀 원의 6세반의 경우 특성화활동을 편성하셨습니다가?

- ① 예 ☞ 문3-1로 가시오 ② 아니오 ☞ 문4로 가시오.

문3-1. (문3의 1번 응답자만) 이번달 특성화활동 과목은 몇 개입니까?

_____ 과목

문3-2. 위 과목의 월 비용은 교재비 포함 얼마입니까? 학부모가 부담하는 이번 달 금액을 말씀해주세요.

월 _____ 만 _____ 천원

문4. 귀 원에서 이번달에 6세반 학부모가 부담하는 급식 및 간식비가 있습니까?

- ① 있다 ☞ 문4-1로 가시오.
- ② 없다 ☞ 문5로 가시오.

문4-1. (문4의 1번 응답자만) 이번 달에 얼마입니까?

월 _____ 만 _____ 천원

문5. 귀 기관의 2015년 입학금은 얼마였습니까? 6세반 기준에서 학부모가 부담하는 비용을 말씀해주세요.

총 _____ 만 _____ 천원

문5-1. 귀 기관에는 아동이 재원할 경우 재원비가 있습니까?

- ① 있다 ☞ 문5-2로 가시오.
- ② 없다 ☞ 문6으로 가시오.

문5-2. (문5-1의 1번 응답자만) 귀 기관의 재원비는 얼마입니까? 6세반 기준에서 학부모가 부담하는 비용을 말씀해주세요.

총 _____ 만 _____ 천원

문6. 귀 기관의 6세반 학부모가 수납하는 현장체험학습 및 행사비는 이번달에 얼마입니까?

매월 고정비로 받으시면 이번달 고정비 금액을,
현장체험학습 및 행사가 있을 때마다 실비로 받으시면 이번달 실비 금액을 말씀해주세요.

월 _____ 만 _____ 천원

문7. 귀 원의 6세반 학부모가 수납하는 등하원차량 운행비는 이번 달에 얼마입니까?

월 _____ 만 _____ 천원

문8. 귀 원의 6세반 학부모가 수납하는 교재교구재료비는 이번 달에 얼마입니까?

월 _____ 만 _____ 천원

문9. 귀 원에서 지금까지 응답해주신 비용 외에 6세반 학부모가 부담하는 이번 달 추가 비용이 있습니까?

- ① 있다 ☞ 문9-1로 가시오.
- ② 없다 ☞ 문10으로 가시오.

문9-1. (문9의 1번 응답자만) 어떤 비용인지 구체적으로 말씀해주세요.

문9-2. (문9의 1번 응답자만) 한 달에 평균 얼마입니까?

(문9-1)기타 추가비용 항목	(문9-2) 월 비용
1)	월 _____ 만 _____ 천원
2)	월 _____ 만 _____ 천원
3)	월 _____ 만 _____ 천원
4)	월 _____ 만 _____ 천원
5)	월 _____ 만 _____ 천원

다음은 2015년 입학금에 대해 여쭙보겠습니다.

문5. 귀 기관의 2015년 입학금은 얼마였습니까? 6세반 기준에서 학부모가 부담하는 비용을 말씀해주세요. 6세반이 없는 경우 4세반을 기준으로 말씀해주세요.

총 _____ 만 _____ 천원

문5-1. 귀 기관에는 아동이 재원할 경우 재원비가 있습니까?

- ① 있다 ⇨ 문5-2로 가시오.
 ② 없다 ⇨ 문6으로 가시오.

문5-2. (문5-1의 1번 응답자만) 귀 기관의 재원비는 얼마입니까? 6세반 기준에서 학부모가 부담하는 비용을 말씀해주세요.

총 _____ 만 _____ 천원

다음은 현장체험학습 및 행사비에 대해 여쭙보겠습니다.

문6. 귀 기관의 6세반 학부모가 수납하는 현장체험학습 및 행사비는 이번달에 얼마입니까? 6세반이 없는 경우 4세반을 기준으로 말씀해주세요.

매월 고정비로 받으시면 이번달 고정비 금액을,

현장체험학습 및 행사가 있을 때마다 실비로 받으시면 이번달 실비 금액을 말씀해주세요.

월 _____ 만 _____ 천원

CQ7. 귀 원에서는 등하원차량을 운행하고 계십니까?

- ① 있다 ⇨ 문7로 가시오.
 ② 없다 ⇨ 문8로 가시오.

문7. 귀 원의 6세반 학부모가 수납하는 등하원차량 운행비는 이번 달에 얼마입니까? 6세반이 없는 경우 4세반을 기준으로 말씀해주세요.

월 _____ 만 _____ 천원

다음은 교재교구재료비에 대해 여쭙보겠습니다.

문8. 귀 원의 6세반 학부모가 수납하는 교재교구재료비는 이번 달에 얼마입니까? 6세반이 없는 경우 4세반을 기준으로 말씀해주세요.

월 _____ 만 _____ 천원

문9. 귀 원에서 지금까지 말씀해주신 비용 외에 6세반 학부모가 부담하는 이번 달 추가 비용이 있습니까?

- ① 있다 ⇨ 문9-1로 가시오.
 ② 없다 ⇨ 문10으로 가시오.

문9-1. (문9의 1번 응답자만) 어떤 비용인지 구체적으로 말씀해주세요.

문9-2. (문9의 1번 응답자만) 한 달에 평균 얼마입니까?

(U9-1)기타 추가비용 항목	(U9-2) 월 비용
1)	월 _____ 만 _____ 천원
2)	월 _____ 만 _____ 천원
3)	월 _____ 만 _____ 천원
4)	월 _____ 만 _____ 천원
5)	월 _____ 만 _____ 천원

문10. 작년 5월 대비 귀 원에서 부모로부터 수납하는 비용에 변동이 있었습니까?

- ① 올랐다 ② 내렸다 ③ 변동 없다
 ④ 잘 모르겠다 ⑤ 응답거부(읽지마시오)

문10-1. (문10에서 ①② 응답인 경우) 변동이 있었다면 어느 항목에서 인상 또는 인하되었습니까? 여러 개일 경우, 모두 선택해주세요.

- ① 보육료 ② 특별활동비 ③ 입학금
 ④ 현장체험학습/행사비 ⑤ 등하원차량운행비
 ⑥ 기타(적어주세요: _____)

문10-2. (문10에서 ①② 응답인 경우) 변동이 있었다면 6세반/(4세반) 월 비용 기준으로 작년 5월 대비 올해 얼마가 인상 또는 인하되었습니까?

월 _____ 만 _____ 천원

문11-1. 귀 원의 전체 정원 아동수는 어떻게 됩니까? 정원 _____ 명

문11-2. 귀 원의 전체 현원 아동수는 어떻게 됩니까? 현원 _____ 명

3) 소아과, 산후조리원, 학원

육아서비스기관 전화조사

안녕하십니까?

저희는 육아서비스 기관의 보육·교육 및 산후조리원, 학원 비용 등에 대해 조사하고 있습니다.

본 조사는 소비자물가지수로 부족하여 고유의 육아물가지수를 산정하기 위한 것으로 전체 기관의 평균치만을 사용하고 있으므로 귀 기관에게 직접적인 피해가 가지 않는다는 점 강조하여 말씀드립니다. 본 조사를 통해 육아보육 정책의 효과성을 확인하고, 앞으로 나아가야 할 방향성을 제시하고자 하는 것이니 민감하게 받아들이지 않으셔도 됩니다.

본 조사는 5월, 7월, 9월 총 3회에 걸쳐 진행되며, 조사에 응해주실 경우 감사의 의미로 소정의 사례금을 드리하고자 합니다.

귀하께서 응답해주신 결과는 육아지원 정책 관련 귀중한 자료로 사용되며, 통계법 제33조 및 제34조의 규정에 따라 설문내용 및 응답자에 대한 모든 비밀은 철저히 보장됩니다. 잠시만 시간을 내어 조사에 참여해주십시오. 조사시간은 15~20분 정도입니다.

QQ1. 본 조사의 참여에 동의하십니까?

- ① 동의합니다 ☞ 조사 진행 ② 동의하지 않습니다. ☞ 면접 중단

SQ1. 귀하의 기관은 다음 중 어디에 해당되십니까?(리스트 자동 체크)

- ① 유치원 ② 어린이집 ③ 소아과 ④ 산후조리원
⑤ 영어학원 ⑥ 태권도학원 ⑦ 미술학원

SQ2. 귀하의 기관에 속해 있는 지역은 어디입니까? (리스트 자동 체크)

_____구

[소아과 설문]

지금부터 귀 원의 영유아 예방접종 비용에 대해 여쭙고자 합니다. 이번달 5월 기준으로 말씀해주세요.

※ 정부 지원으로 무료인 경우 0으로 입력

※ 모두 접종안하는 경우는 조사 대상자가 아닙니다.

S1-1. BCG(결핵) 1회 접종 비용은 얼마입니까? 1회 : _____만 _____천원

S1-2. 백신명은 무엇입니까?

- ① 경피용 ② 피내접종 ③ 기타 ④ 모름/무응답

S2-1. 일본뇌염(생백신) 1회 접종 비용은 얼마입니까? 사백신만 접종할 경우 사백신의 가격을 말씀해주세요.

1회 : _____만 _____천원

S2-2. 백신명은 무엇입니까?

- ① 생백신(씨디제박스) ② 사백신 ③ 기타 ④ 모름/무응답

S3-1. A형간염의 1회 접종 비용은 얼마입니까? 1회 : _____만 _____천원

S3-2. 백신명은 무엇입니까?
 ① 이팍살 ② 하브릭스 ③ 아박심
 ④ 기타 ⑤ 모름/무응답

S4-1. 폐렴구균 1회 접종 비용은 얼마입니까? 1회 : _____만 _____천원

S4-2. 백신명은 무엇입니까?
 ① 프리베나 ② 신플로릭스 ③ 기타 ④ 모름/무응답

S5. 로타텍 1회 접종 비용은 얼마입니까? 1회 : _____만 _____천원

S6. 로타릭스 1회 접종 비용은 얼마입니까? 1회 : _____만 _____천원

[산후조리원 설문]

지금부터 귀 원에서 2주 산후조리할 경우의 기본비용에 대해서 여쭙고자 합니다. 이번달 5월 기준으로 말씀해주세요.

P1. 귀 기관에 2주 입원할 경우 기본 요금은 얼마입니까? _____만 _____천원

P2. 말씀해주신 (P1의 값)원에는 어떠한 항목들이 포함되어 있습니까?

예시 : 체형관리, 산후요가, 피부마사지, 자가유방관리법, 가슴마사지, 모유수유강의, 아기목욕 교육, 아기사진촬영, 아기손발 모형, 모형만들기(몬테소리)

P2-1. 기본 항목내용 : _____

P2-2. 기본 항목수 : _____개

P3. 귀 원에서 기본 프로그램 외 더 비싼 프로그램이 있습니까?

① 있다 ☞ P3-1으로 가시오.

② 없다 ☞ P4로 가시오.

P3-1. 귀 원에서 가장 비싼 프로그램의 2주 요금은 얼마입니까? _____만 _____천원

P4. 귀 원에서 기본 프로그램 외 더 저렴한 프로그램이 있습니까?

① 있다 ☞ P4-1으로 가시오.

② 없다 ☞ 설문 완료

P4-1. 귀 원에서 가장 저렴한 프로그램의 2주 요금은 얼마입니까? _____만 _____천원

[학원 설문]

지금부터 6세 아이가 귀 원에 다닐 경우 드는 한 달 비용에 대해 여쭙고자 합니다.
이번달 5월 기준으로 말씀해주세요.

SH1. (SQ1의 ⑤응답자) 귀 학원은 미취학 아동을 대상으로 하는 영어 유치부가 있습니까?

- ① 예
- ② 아니오 -> 면접 중단

SH2. (SQ1의 ⑤응답자) 그렇다면 6세 아동이 오전 9시부터 주 5일 다니는 영어유치부 프로그램이 있습니까?

- ① 예
- ② 아니오 -> 면접 중단

SH3. (SQ1의 ⑥, ⑦응답자) 귀 학원은 미취학 아동을 대상으로 하루에 1~2시간 정도 운영하는 단과 프로그램이 있습니까?

- ① 예
- ② 아니오 -> 면접 중단

H1. 귀 학원의 6세 유아가 다니는데 드는 한 달 비용은 얼마입니까? 귀 학원에서 6세 유아가 가장 많이 이용하는 프로그램 기준으로 말씀해주시시오.

월 _____ 만 _____ 천원

H1-1. 말씀해주신 월 비용은 유아가 1주 며칠 몇 시간 이용하는 것입니까?

1주 _____ 일, 1일 _____ 시간

H2. 귀 원에서 6세 유아가 가장 긴 시간으로 이용하는 프로그램이 있습니까?

- ① 있다 ☞ H2-1으로 가시오.
- ② 없다 ☞ H3으로 가시오.

H2-1 비용은 얼마입니까? 월 _____ 만 _____ 천원

H2-2. 말씀해주신 월 비용은 유아가 1주 며칠 몇 시간 이용하는 것입니까?

1주 _____ 일, 1일 _____ 시간

H3. 귀 원에서 6세 유아가 가장 짧은 시간으로 이용하는 프로그램이 있습니까?

- ① 있다 ☞ H3-1으로 가시오.
- ② 없다

H3-1. 비용은 얼마입니까? 월 _____ 만 _____ 천원

H3-2. 말씀해주신 월 비용은 유아가 1주 며칠 몇 시간 이용하는 것입니까?

주 _____ 일, 1일 _____ 시간

부록 4. 영유아부모 온라인 육아체감물가 조사 설문지(웹설문)

영유아학부모 온라인 체감물가조사

안녕하십니까?

본 조사는 영유아 자녀를 양육하는 가구의 양육비 현황 및 육아물가에 대한 수요자 체감도를 파악하고자 합니다. 본 조사는 5월, 7월, 9월 총3회에 걸쳐 진행되며, 조사에 성실히 응해주실 경우 감사의 의미로 소정의 사례금을 드리고 있습니다.

귀하께서 응답해주신 결과는 유아교육·보육 및 양육지원 정책과 관련한 귀중한 정책 자료로 사용되며, 통계법 제33조 및 제34조의 규정에 따라 설문내용 및 응답자에 대한 모든 비밀은 철저히 보장됩니다. 잠시만 시간을 내어 조사에 참여해주시시오. 조사시간은 15~20분 정도입니다.

선문1. 귀하는 자녀가 있으십니까?

1. 예 _____명
2. 아니오 면접 중단

선문1-1. 귀하의 자녀 나이를 기입해주세요. 두 명 이상인 경우 자녀 나이를 모두 입력해주세요.

구분	나이
1) 첫째 자녀	_____세
2) 둘째 자녀	_____세
3) 셋째 자녀	_____세
4) 넷째 자녀	_____세
5) 다섯째 자녀	_____세

7세 이하(미취학) 자녀가 없으면 면접 중단

선문2. 귀하의 성별은 무엇입니까?

1. 남자 면접 중단
2. 여자

선문3. 귀하는 평소 장보기를 직접 하십니까?

1. 예
2. 아니오 면접 중단

선문4. 귀하가 현재 살고 계시는 지역은 어디입니까?

1. 시도()
2. 시군구()

선문5. 귀하는 현재 일을 하고 있습니까?

1. 예
2. 아니오

선문5-1. 근무형태는 다음 중 어디에 해당됩니까?

1. 시간제 근무
2. 전일제 근무

육아서비스이용 및 비용 지출 현황

※ 지금부터 설문은 귀하의 자녀 중 **7세 이하 취학 전 자녀**만을 떠올리며 응답해주세요.

문1. 귀 닥의 취학 전 자녀(들)는 다음 중 어느 기관에 다닙니까? 혹은 서비스를 이용하고 있습니까? 해당하는 기관/서비스 항목이 여러 개일 경우 **모두** 체크해주세요. [복수]

※ 취학 전 7세 자녀 중	유치원	어린이 집	영어 학원 (영어 유치원)	미술 학원	태권도 학원	문화 센터 프로 그램	학습지	기타 사교육 프로그램	주기적 으로 다니지 않음
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1) 첫째 자녀(세)									
2) 둘째 자녀(세)									
3) 셋째 자녀(세)									
4) 넷째 자녀(세)									
5) 다섯째 자녀(세)									

문1-1. (문1의 ③~⑨ 응답자만) 유치원 및 어린이집에 다니지 않는 자녀의 경우 양육수당을 수령하고 계십니까?

※ 취학 전 7세 자녀 중	예	아니오
	1	2
1) 첫째 자녀(세)		
2) 둘째 자녀(세)		
3) 셋째 자녀(세)		
4) 넷째 자녀(세)		
5) 다섯째 자녀(세)		

문2. (문1의 ①유치원, ②어린이집, ③영어학원 응답자만) 매달 유치원 및 어린이집, 영어학원(영어유치원)에 내는 **비용**은 얼마입니까? **유치원 및 어린이집은 정부 지원액을 제외한** 부모님이 추가로 지불하는 비용만 기입해 주십시오. **비용이 없을 경우 0**으로 입력해주시면 됩니다. 해당기관에 다니는 자녀별로 응답해주세요.

※ 정부 지원액을 제외한 부모님이 추가로 지불하는 비용만 기입하며, 비용이 없을 경우 0으로 입력해주세요.

※ 취학 전 7세 자녀 중	유치원	어린이집	영어학원 (영어유치원)
1) 첫째 자녀(세)	()만 ()천원	()만 ()천원	()만 ()천원
2) 둘째 자녀(세)	()만 ()천원	()만 ()천원	()만 ()천원
3) 셋째 자녀(세)	()만 ()천원	()만 ()천원	()만 ()천원
4) 넷째 자녀(세)	()만 ()천원	()만 ()천원	()만 ()천원
5) 다섯째 자녀(세)	()만 ()천원	()만 ()천원	()만 ()천원

문2-1. 7세 이하 취학전 아동에 대한 육아지원은 크게 어린이집·유치원 비용지원 또는 양육수당 지급으로 이루어집니다. 귀 닥에서 받는 해당 비용지원정책 및 이용기관의 **비용에 대한 만족도**를 표시해 주십시오

문2-1-1. (문1의 ①응답자만) 유치원 비용 지원에 대한 만족도

1. 매우 불만족한다 2. 대체로 불만족한다 3. 보통이다 4. 약간 만족한다 5. 매우 만족한다

문2-1-2. (문1의 ②응답자만) 어린이집 비용 지원에 대한 만족도

1. 매우 불만족한다 2. 대체로 불만족한다 3. 보통이다 4. 약간 만족한다 5. 매우 만족한다

2-1-3. (문1-1의 양육수당 체크 응답자만) 양육수당 지급에 대한 만족도

1. 매우 불만족한다 2. 대체로 불만족한다 3. 보통이다 4. 약간 만족한다 5. 매우 만족한다

2-1-4. (문1의 ③응답자만) 영어학원(영어유치원) 비용에 대한 만족도

1. 매우 불만족한다 2. 대체로 불만족한다 3. 보통이다 4. 약간 만족한다 5. 매우 만족한다

2-1-5. (문1의 ④~⑧ 응답자만) 태권도, 미술학원, 학습지, 문화센터 등 기타 사교육기관/서비스 비용에 대한 만족도

1. 매우 불만족한다 2. 대체로 불만족한다 3. 보통이다 4. 약간 만족한다 5. 매우 만족한다

문2-2. 귀 닥에서 이용하는 기관의 서비스에 대한 만족도를 표시해주시시오.

2-2-1. (문1의 ① 응답자만) 유치원 서비스 만족도

1. 매우 불만족한다 2. 대체로 불만족한다 3. 보통이다 4. 약간 만족한다 5. 매우 만족한다

2-2-2. (문1의 ②응답자만) 어린이집 서비스 만족도

1. 매우 불만족한다 2. 대체로 불만족한다 3. 보통이다 4. 약간 만족한다 5. 매우 만족한다

2-2-3. (문1의 ③응답자만) 영어학원(영어유치원) 서비스 만족도

1. 매우 불만족한다 2. 대체로 불만족한다 3. 보통이다 4. 약간 만족한다 5. 매우 만족한다

2-2-4. (문1의 ④~⑧ 응답자만) 태권도, 미술학원, 학습지, 문화센터 등 기타 사교육기관 서비스 만족도

1. 매우 불만족한다 2. 대체로 불만족한다 3. 보통이다 4. 약간 만족한다 5. 매우 만족한다

영유아 물품 및 서비스 지출 현황

문3. [소비재-구입여부] 귀하는 다음 각 물품을 **최근 3개월 이내에** 구입한 적이 있습니까?

구분	있다	없다
	1	2
1) 우유		
2) 분유		
3) 이유식		
4) 기저귀		
5) 영양제 (비타민, 한약류 포함)		
6) 물티슈		
7) 내의류		
8) 겔옷		
9) 완구류		

문4. [소비재-구입채널] 주로 어디에서 구입하십니까? 가장 많이 또는 자주 구입하는 곳 한 곳을 응답해주시시오. **가장 많이 또는 자주 구입하는 곳** 한 곳을 응답하기 어려우시면, **가장 최근에 구입한 곳**으로 응답해주시시오.

구분	대형 마트	백화점	소형 마트	재래 시장	인터넷	직구/ 공구	박람회	전문 브랜드 매장	기타
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1) 우유									
2) 분유									
3) 이유식									
4) 기저귀									
5) 영양제 (비타민, 한 약류 포함)									
6) 물티슈									
7) 내의류									
8) 겔옷									
9) 완구류									

문5. [소비재-가격체감] 귀하께서 구입하신 품목들의 가격이 **품질 및 성능을 고려할 때** 싸다고 생각하십니까? 비싸다고 생각하십니까?

구분	매우 싼편	조금 싼편	적당	조금 비싼편	매우 비싼편
	1	2	3	4	5
1) 우유					
2) 분유					
3) 이유식					
4) 기저귀					
5) 영양제(비타민, 한약류 포함)					
6) 물티슈					
7) 내의류					
8) 겔옷					
9) 완구류					

문6. [소비재-가계부담] 다음 각 품목들이 귀 닥의 가계에 부담이 어느 정도 되십니까?

구분	전혀 부담안됨	별로 부담안됨	적당	다소 부담됨	매우 부담됨
	1	2	3	4	5
1) 우유					
2) 분유					
3) 이유식					
4) 기저귀					
5) 영양제(비타민, 한약류 포함)					
6) 물티슈					
7) 내의류					
8) 겔옷					
9) 완구류					

문7. [소비재-가격변동] 다음 각 품목들의 **최근 3개월간** 가격변동을 어떻게 체감하고 계십니까?

구분	많이 떨어짐	약간 떨어짐	비슷함	다소 올랐음	많이 올랐음	잘 모르겠음
	1	2	3	4	5	6
1) 우유						
2) 분유						
3) 이유식						
4) 기저귀						
5) 영양제(비타민, 한약류 포함)						
6) 물티슈						
7) 내의류						
8) 겔옷						
9) 완구류						

문8. [내구재/서비스재-구입여부] 자녀의 물품을 구입한 것 뿐 아니라 선물했던 경우까지 포함하여 다음 각 품목들을 **최근 5년간** 직접 구입 또는 이용한 적이 있습니까?

구분	예	아니오
	1	2
1) 카시트		
2) 유모차		
3) 아기띠		
4) 놀이방매트		
5) 영유아자전거		
6) 돌/성장 앨범		
7) 산후조리원		
8) 영유아 교재교구/전집(책)		
9) 영유아학습지		
10) 영유아 학원		
11) 영유아 민간보험		

문9. [내구재/서비스재-구입채널] 구입한 곳은 주로 어디입니까? 가장 많이 또는 자주 구입하는 곳을 응답해주시시오. **가장 많이 또는 자주 구입하는 곳** 한 곳을 응답하기 어려우시면, **가장 최근에 구입한 곳**으로 응답해주시시오.

구분	대형 마트	백화 점	소형 마트	재래 시장	인터 넷	직구 /공구	박람 회	전문 브랜드 매장	기타
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1) 카시트									
2) 유모차									
3) 아기띠									
4) 놀이방매트									
5) 영유아자전거									
8) 영유아교재교구/전집(책)									

문10. [내구재/서비스재-가격체감] 귀하께서 구입하신 품목들의 그 당시 가격이 **품질 및 성능, 사용기간, 보장성 등을 고려할 때** 싸다고 생각하십니까? 비싸다고 생각하십니까?

구분	매우 싼편	조금 싼편	적당하다	조금 비싼편	매우 비싼편
	1	2	3	4	5
1) 카시트					
2) 유모차					
3) 아기띠					
4) 놀이방매트					
5) 영유아 자전거					
6) 돌/성장 앨범					
7) 산후조리원					
8) 영유아 교재교구/전집(책)					
9) 영유아학습지					
10) 영유아 학원					
11) 영유아 민간보험					
12) 어린이집 비용					
13) 유치원 비용					

문11. [내구재/서비스재-가계부담] 각 품목들이 구입했을 당시 귀 닥의 가계에 어느 정도 부담이 되셨나요?

구분	전혀 부담 안됨	별로 부담 안됨	적당하다	다소 부담됨	매우 부담됨
	1	2	3	4	5
1) 카시트					
2) 유모차					
3) 아기띠					
4) 놀이방매트					
5) 영유아 자전거					
6) 돌/성장 앨범					
7) 산후조리원					
8) 영유아 교재교구/전집(책)					
9) 영유아학습지					
10) 영유아 학원					
11) 영유아 민간보험					
12) 어린이집 비용					
13) 유치원 비용					

문12. [내구재/서비스재-가격변동] 각 품목들의 **지난 1년간** 가격변동을 어떻게 체감하고 계십니까?

구분	많이 떨어짐	약간 떨어짐	비슷함	다소 올랐음	많이 올랐음	잘 모르겠음
1) 카시트						

2) 유모차						
3) 아기띠						
4) 놀이방매트						
5) 영유아 자전거						
6) 돌/성장 앨범						
7) 산후조리원						
8) 영유아 교재교구/전집(책)						
9) 영유아학습지						
10) 영유아 학원						
11) 영유아 민간보험						
12) 어린이집 비용						
13) 유치원 비용						

문13-1. 귀 닥의 **월평균 가구 소득**은 얼마입니까? 가구주 포함 세대내 모든 가족의 수입으로, 근로소득 외 이자소득과 연금소득도 포함하여 말씀해주세요.

월 () 만원

문13-2. 귀 닥에서 7세 이하 취학 전 자녀에게 들어가는 총 **육아비용**은 평균적으로 **한 달에** 얼마입니까? 정확한 금액을 모를 경우 대략의 추정치로 말씀해주시면 됩니다.

※ 7세 이하 미취학 자녀에게 들어가는 총 비용은 **부모와 함께 지출하게 되는 집세, 수도광열비, 쌀값 등 가족 공동의 의식주 비용은 제외하고, 영유아자녀 고유의 보육·교육비 및 육아용품 등의 구입 비용을 의미합니다.**

월 () 만원

문13-3. 귀 닥의 월평균 가구 지출은 얼마입니까? 가구주 포함 세대내 모든 가족의 지출을 말씀해주세요.

월 () 만원

문14. 귀 닥의 가계소득수준을 고려할 때, 영유아자녀를 위한 육아 용품 및 서비스의 지출 수준은 대체로 어떻다고 생각하십니까?

※ **육아 용품 및 서비스 지출규모를 묻는 것으로, 육아용품은 분유, 기저귀, 유모차, 옷과 같은 영유아 자녀 고유의 상품을, 서비스는 유치원과 어린이집, 사교육(예: 학원, 학습지, 문화센터), 공연관람/놀이 등을 이용하는 비용을 의미합니다.**

1. 소득에 비해 매우 높은 가격수준의 육아용품 및 서비스를 구입한다
2. 소득에 비해 다소 높은 가격수준의 육아용품 및 서비스를 구입한다
3. 소득수준에 맞는 가격의 육아용품 및 서비스를 구입한다
4. 소득보다 다소 낮은 가격수준의 육아용품 및 서비스를 구입한다
5. 소득에 비해 매우 낮은 가격수준의 육아용품 및 서비스를 구입한다

경제 인식 및 물가 전망

[경제인식 조사]

문15. 현재 **귀댁의 생활형편**은 **6개월** 전에 비해 어떻다고 생각하십니까?

1. 많이 나빠졌다 2. 약간 나빠졌다 3. 비슷하다 4. 약간 나아졌다 5. 많이 나아졌다

문16. 현재 **우리나라 경기**는 **6개월 전**에 비해 어떻다고 생각하십니까?

1. 많이 나빠졌다 2. 약간 나빠졌다 3. 비슷하다 4. 약간 나아졌다 5. 많이 나아졌다

[경제전망 조사]

문17. **6개월 후 귀댁의 생활형편**은 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

1. 많이 나빠질 것이다 2. 약간 나빠질 것이다 3. 비슷할 것이다 4. 약간 나아질 것이다
5. 많이 나아질 것이다

문18. **6개월 후 우리나라 경기**는 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

1. 많이 나빠질 것이다 2. 약간 나빠질 것이다 3. 비슷할 것이다 4. 약간 나아질 것이다
5. 많이 나아질 것이다

[수입/지출전망 조사]

문19. **6개월 후 귀 댁의 가계수입**은 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

1. 크게 감소할 것이다 2. 약간 감소할 것이다 3. 비슷할 것이다 4. 약간 증가할 것이다
5. 크게 증가할 것이다

문20. **6개월 후 귀 댁의 소비지출**은 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

1. 크게 감소할 것이다 2. 약간 감소할 것이다 3. 비슷할 것이다 4. 약간 증가할 것이다
5. 크게 증가할 것이다

문21. **6개월 후 귀댁의 영유아자녀 관련 육아비 지출규모**는 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

※ 육아비 지출에는 분유, 기저귀, 유모차, 옷과 같은 영유아 자녀 고유의 상품 구매에 드는 비용, 유치원과 어린이집, 사교육(예: 학원, 학습지, 문화센터), 공연관람/놀이 등을 이용하는 비용이 포함됩니다.

1. 크게 감소할 것이다 2. 약간 감소할 것이다 3. 비슷할 것이다 4. 약간 증가할 것이다
5. 크게 증가할 것이다

문22. **6개월 후 귀 댁의 육아품목별 지출규모**는 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

구분	① 크게 감소	② 약간 감소	③ 비슷할 것임	④ 약간 증가	⑤ 크게 증가	⑥ 잘 모름
1) 내구재(가구,유모차, 카시트 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
2) 의류비(신발포함)	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 가족 외식비	①	②	③	④	⑤	⑥
4) 가족 여행비	①	②	③	④	⑤	⑥
5) 의료·보건비	①	②	③	④	⑤	⑥
6) 문화·오락비(완구류 포함)	①	②	③	④	⑤	⑥
7) 영유아 민간보험	①	②	③	④	⑤	⑥
8) 교육·보육비	①	②	③	④	⑤	⑥
↳ 8)-1. 영유아 교재교구/전집(책)	①	②	③	④	⑤	⑥
↳ 8)-2. 영유아학습지	①	②	③	④	⑤	⑥
↳ 8)-3. 영유아 학원	①	②	③	④	⑤	⑥
↳ 8)-4. 어린이집 비용	①	②	③	④	⑤	⑥
↳ 8)-5. 유치원 비용	①	②	③	④	⑤	⑥

↳ 8)-6. 돌봄 비용(베이비시터, 부모, 친인척에게 비용을 지불하고 맡기는 경우 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
---	---	---	---	---	---	---

문23. 1년 후 소비자물가 수준은 현재와 비교하여 어떠한 것이라고 생각하십니까?

※ 소비자물가 수준은 도시가구에서 일반적으로 지출 소비하는 식품, 의류, 교통/통신, 주거비 등의 지출품목 전반에 대한 비용을 의미합니다.

1. 크게 하락할 것이다
2. 약간 하락할 것이다
3. 비슷할 것이다
4. 약간 상승할 것이다
5. 크게 상승할 것이다

문24. 1년 후 육아물가 수준은 현재와 비교하여 어떠한 것이라고 생각하십니까?

1. 크게 하락할 것이다
2. 약간 하락할 것이다
3. 비슷할 것이다
4. 약간 상승할 것이다
5. 크게 상승할 것이다

문25. 지난 1년 간 육아 용품 및 서비스의 물가상승률은 어땠다고 생각하십니까?

※ 육아용품은 분유, 기저귀, 유모차, 옷과 같은 영유아 자녀 고유의 상품을, 유치원과 어린이집, 사교육(예: 학원, 학습지, 문화센터), 공연관람/놀이 등을 이용하는 비용을 의미합니다.

1. 육아 용품 및 서비스의 물가상승률이 전반적인 소비자물가상승률보다 매우 낮았다
2. 육아 용품 및 서비스의 물가상승률이 전반적인 소비자물가상승률보다 낮았다
3. 전반적인 소비자물가상승률과 육아 용품 및 서비스 물가상승률은 비슷했다
4. 육아 용품 및 서비스의 물가상승률이 소비자물가상승률보다 높았다
5. 육아 용품 및 서비스의 물가상승률이 소비자물가상승률보다 매우 높았다

문26. 육아 용품과 서비스 중 어느 것이 물가상승이 더 컸다고 생각하십니까?

※ 육아용품은 분유, 기저귀, 유모차, 옷과 같은 영유아 자녀 고유의 상품을, 유치원과 어린이집, 사교육(예: 학원, 학습지, 문화센터), 공연관람/놀이 등을 이용하는 비용을 의미합니다.

1. 용품
2. 서비스
3. 비슷하다

문27. 현재 시장에서의 영유아 물품 및 서비스 가격 수준은 어느 정도라고 생각하십니까?

※ 육아용품은 분유, 기저귀, 유모차, 옷과 같은 영유아 자녀 고유의 상품을, 유치원과 어린이집, 사교육(예: 학원, 학습지, 문화센터), 공연관람/놀이 등을 이용하는 비용을 의미합니다.

1. 매우 낮다
2. 약간 낮은 편이다
3. 중간이다
4. 조금 높은 편이다
5. 매우 높다

해외 직구 구매 관련

문28. 귀하는 최근 3개월 이내에 해외 구매 사이트를 통해서 0세~7세 자녀의 물품을 직접 주문한 적이 있습니까?

1. 있다 -> 문29로
2. 없다 -> 배문1로

문29. 해외 구매 사이트를 통해서 **주문하신 품목**은 다음 중 무엇입니까? 여러 개일 경우, **모두** 선택해주시기 바랍니다.

구분 - 소비재	구분 - 내구재
1) 분유	9) 카시트
2) 이유식	10) 유모차
3) 기저귀	11) 아기띠
4) 영양제 (비타민, 한약류 포함)	12) 놀이방매트
5) 멀티슈	13) 영유아자전거
6) 내의류	14) 영유아교재교구/전집(책)
7) 겔옷	
8) 완구류	

문30. 해외 구매 사이트를 통해서 주문하신 **총 비용**은 얼마입니까? **최근 3개월 이내**에 주문하신 상품의 비용을 모두 더해주시기 바랍니다.

() 만 () 천원

배경문항

배문1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

만 () 세

배문2. 가구 소득이 아닌 **본인 소득**은 월평균 대략 어느 정도인지 기입해주세요.

월평균 () 만원

부록 5. 저소득 영유아가구 육아비 지출 조사 설문지

영유아가구 육아비 지출 현황 조사⁴³⁾

안녕하십니까?

본 설문지는 OO의 2015년 기본 연구과제인 「육아물가지수 연구 (III)」의 일환으로 영유아가구의 육아 품목(상품과 서비스) 이용과 구매, 비용 지출의 현황을 파악함으로써, 가구소득 등의 특성을 고려한 육아물가지수 산출의 기초자료를 조사하는 내용입니다.

응답하신 내용은 통계법에 따라 연구 목적 이외에는 절대로 사용되지 않을 것입니다. 본 조사의 중요성을 감안하셔서 솔직하고 성실하게 응답하여 주시기 바랍니다. 바쁘시더라도 협조해 주시면 감사하겠습니다.

2015년 6월

I. 주 양육자(응답자) 및 가구 특성 관련 질문입니다.

1. 주 양육자 가구 일반현황에 관한 질문입니다. 아래에 응답해주시기 바랍니다.

연령	만 ___ 세	성별	<input type="checkbox"/> ① 남성	<input type="checkbox"/> ② 여성
최종학력	<input type="checkbox"/> ① 초졸이하	<input type="checkbox"/> ② 중졸	<input type="checkbox"/> ③ 고졸	<input type="checkbox"/> ④ 대졸이상
혼인상태	<input type="checkbox"/> ① 미혼	<input type="checkbox"/> ② 유배우	<input type="checkbox"/> ③ 사별	<input type="checkbox"/> ④ 이혼
기초생활수급여부	<input type="checkbox"/> ① 예	<input type="checkbox"/> ② 수급경험있음	<input type="checkbox"/> ③ 아님	<input type="checkbox"/> ④ 모름
법정 차상위계층 여부	<input type="checkbox"/> ① 예	<input type="checkbox"/> ② 수급경험있음	<input type="checkbox"/> ③ 아님	<input type="checkbox"/> ④ 모름
다문화가족 여부	<input type="checkbox"/> ① 예	<input type="checkbox"/> ② 과거 그러함	<input type="checkbox"/> ③ 아님	<input type="checkbox"/> ④ 모름
세대유형	<input type="checkbox"/> ① 부부 + 자녀 <input type="checkbox"/> ② 편부 또는 편모 + 자녀 <input type="checkbox"/> ③ 조부모 + 미혼손자녀 <input type="checkbox"/> ④ 편조모 또는 편조부 + 미혼손자녀		세대 동거자 수	(본인포함) ___명
가계 평균소득	(임대소득, 이자소득 등 모두 포함, 세전) 월 평균 _____ 원/ 연 평균 _____ 원			
가계 월평균 소비지출금액	월 _____ 원 ※비소비성지출(세금, 연금/저축, 사회보험, 이자비용, 가구간이전현금 등)은 제외			
경제활동 상태	남편	1. 전일제근로자 2. 시간제근로자 3. 실업상태 4. 비경제활동인구(무직) 5. 없음/비해당		
	아내(본인)	2. 전일제근로자 2. 시간제근로자 3. 실업상태 4. 비경제활동인구(무직) 5. 없음/비해당		

43) 문1~문8: 최윤경·이정원·박진아·이동하(2015) 연구 조사설문과 데이터를 부분 참조, 적용함.

2. 귀 가정의 자녀는 몇 명이며, 그 중 취학전 영유아(만 0~5세) 자녀 수는 어떠합니까?

총 자녀 수 () 명

영아(생후~만2세) 자녀 수 () 명, 유아(만 3~5세) 자녀 수 () 명

3. 귀 가정의 영유아(만0~5세) 자녀의 연령은 어떠합니까?

<첫째 영유아 자녀> 영유아자녀 중 가장 나이가 많은 자녀	<둘째 영유아 자녀>	<셋째 영유아 자녀>
<input type="checkbox"/> ① 만0세: 12개월 미만	<input type="checkbox"/> ① 만0세: 12개월 미만	<input type="checkbox"/> ① 만0세: 12개월 미만
<input type="checkbox"/> ② 만1세: 12개월 이상 ~ 24개월 미만	<input type="checkbox"/> ② 만1세: 12개월 이상 ~ 24개월 미만	<input type="checkbox"/> ② 만1세: 12개월 이상 ~ 24개월 미만
<input type="checkbox"/> ③ 만2세: 24개월 이상 ~ 36개월 미만	<input type="checkbox"/> ③ 만2세: 24개월 이상 ~ 36개월 미만	<input type="checkbox"/> ③ 만2세: 24개월 이상 ~ 36개월 미만
<input type="checkbox"/> ④ 만3세: 36개월 이상 ~ 48개월 미만	<input type="checkbox"/> ④ 만3세: 36개월 이상 ~ 48개월 미만	<input type="checkbox"/> ④ 만3세: 36개월 이상 ~ 48개월 미만
<input type="checkbox"/> ⑤ 만4세: 49개월 이상 ~ 60개월 미만	<input type="checkbox"/> ⑤ 만4세: 49개월 이상 ~ 60개월 미만	<input type="checkbox"/> ⑤ 만4세: 49개월 이상 ~ 60개월 미만
<input type="checkbox"/> ⑥ 만5세: 60개월 이상 ~ 72개월 미만	<input type="checkbox"/> ⑥ 만5세: 60개월 이상 ~ 72개월 미만	<input type="checkbox"/> ⑥ 만5세: 60개월 이상 ~ 72개월 미만

2. 영유아자녀 양육 관련 서비스 이용 및 비용에 관한 질문입니다.

문4. 귀 맥의 취학 전 영유아 자녀(들)는 다음 중 어느 기관에 다닙니까? 혹은 서비스를 이용하고 있습니까? 해당하는 기관/서비스 항목이 여러 개일 경우 **모두** 체크해주세요. [복수]

※ 취학 전 만0~5세 자녀 중	유치원	어린이집	반일제 이상 학원 I (영어 학원 / 영어 유치원, / 놀이 학교 포함)	특기 보습 등 시간제 학원 II (미술/피아노/태권도 등)	-				돌봄지원		주거적으로 다니는데 없음
					문화센터 등 시설 기관	지역아동센터, 복지센터 등 공공기관	학습지	기타 사교육 프로그램	(조부모 친인척 등) 혈연 육아 지원	(돌보미, 탁아모 등) 비혈연 육아 지원	
	1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
1)첫째 영유아자녀(만 ___세)											
2)둘째 영유아자녀(만 ___세)											
3)셋째 영유아자녀(만 ___세)											
4)넷째 영유아자녀(만 ___세)											
5)다섯째 영유아자녀(만 ___세)											

문4-1. 유치원 또는 어린이집에 다니지 않는 자녀의 경우((문1의 ①② 응답자 제외) 양육수당을 수령하고 계십니까?

※ 취학 전 만0-5세 자녀 중	예	아니오
	1	2
1) 첫째 자녀(___세)		
2) 둘째 자녀(___세)		
3) 셋째 자녀(___세)		
4) 넷째 자녀(___세)		
5) 다섯째 자녀(___세)		

문5. 귀댁의 취학 전 영유아 자녀(들)이 이용하는 위 서비스 이용에 귀하가 내는 '비용'은 얼마입니까? **정부 지원액을 제외한** 부모님이 추가로 지불하는 비용만 기입해 주십시오.
비용이 없을 경우 0으로 입력해주시면 됩니다. 해당기관에 다니는 자녀별로 응답해주시시오.

※ 정부 지원액을 제외한 부모님이 추가로 지불하는 비용만 기입하며, 비용이 없을 경우 0으로 입력해주세요.

※ 취학 전 만0-5세 자녀 중	유치원	어린이집	반일제 이상 학원 I (영어학원, 영어유치원, 놀이학교 포함)	특기보습 시간제 학원 II (미술, 피아노, 태권도 등)	-				돌봄지원		주기적으로 다니는 데 없음
					문화센터 등 사설기관	지역아동센터, 복지센터 등 공공기관	학습지	기타 사교육 프로그램	(조부모 친인척 등) 혈연육아 지원	(돌보미, 탁아모 등) 비혈연육아 지원	
	1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
1)첫째 영유아자녀(만 ___세)											
2)둘째 영유아자녀(만 ___세)											
3)셋째 영유아자녀(만 ___세)											
4)넷째 영유아자녀(만 ___세)											
5)다섯째 영유아자녀(만 ___세)											
비용 계											총계 :

3. 영유아자녀 양육비 및 육아품목별 구매/지출 현황

문6. 귀 자녀(들)을 양육하는데 드는 월 평균 총 지출비용은 얼마입니까?
 월 평균 _____ 원

※ 가족 공동으로 사용하는 주거비, 공과금 등은 제외하고, 자녀 고유하게 사용하는 일체의 비용을 대략으로 말씀해주세요.

문7. 그 중 취학전 영유아자녀(들)을 양육하는데 드는 지출비용은 얼마입니까?
 월 평균 _____ 원

7-1. 이를 월 가계지출(앞의 문1) 가계소비지출금액 참조) 대비 비중으로 환산한다면, 대략 % 정도입니까?

월 가계지출총액 중 _____ %

※ 가족 공동으로 사용하는 주거비, 공과금 등은 제외하고, 영유아자녀 고유하게 사용하는 일체의 비용을 대략으로 말씀해주시시오. 뒤의 문 영유아 육아용품 리스트를 보시고 추정하셔도 됩니다.

문8. 영유아 자녀 중 '첫째(만 _____ 세)'에게 드는 월 평균 총 지출비용은 대략 얼마쯤입니까?

※ 자녀 연령별 1인당 지출비용을 알아보기 위한 질문이오니, 해당 영유아자녀에 드는 지출비용을 검토해 응답해 주십시오.

영유아자녀 중 기준아동 '첫째' (만 _____ 세) 월 평균 _____ 원

문9. 영유아자녀를 위한 육아 물품은 주로 어디서 구입하고 있습니까?

해당되는데 모두 체크해주시고, 가장 많이 구입하는 순서대로 1~2순위 번호를 써 넣어주세요.

일반 육아용품 구입처	<input type="checkbox"/>	① 대형마트	
	<input type="checkbox"/>	② 백화점	
	<input type="checkbox"/>	③ 소형마트	
	<input type="checkbox"/>	④ 재래시장	
	<input type="checkbox"/>	④ 인터넷/온라인(□국내, □해외) (주 구매처 명: _____)	
	<input type="checkbox"/>	⑤ 직구/공구(□직구, □공구) (주 구매처 명: _____)	
	<input type="checkbox"/>	⑥ 박람회	
	<input type="checkbox"/>	⑦ 전문브랜드 매장	
<input type="checkbox"/>	⑧ 기타(적어주세요: _____)		

문10. 다음은 귀 가정에서 취학전 영유아자녀 '모두'(총 _____ 명)를 양육하는데 소비지출하는 품목과 그 월 지출비용을 묻는 질문입니다.

- (1) 지난 한 달 평균적으로 구매/이용한 '소비재'의 대략의 지출비용과
- (2) 자녀가 한번이라도 구매 또는 이용한 경험이 있는 (물려받거나 선물 받은 것 포함) '내구재' 품목으로 나누어 응답해주시시오

53개 육아품목	지난 한 달 소비재		17개 육아품목	자녀 출생후 지금까지 사용한 내구재	
	구입/이용 여부	월 평균 구입/이용금액		구입/이용 여부	과거 1회성 구입/이용 비용
식품류					
우유					
두유					
치즈					
요거트					
분유					
이유식					
시리얼					
의류/신발					
배냇저고리					

1) 출산준비물 (의류 관련)

53개 육아품목	지난 한 달 소비재		17개 육아품목	자녀 출생 후 지금까지 사용한 내구재	
	구입/이용 여부	월 평균 구입/이용 금액		구입/이용 여부	과거 1회성 구입/이용 비용
상의					
하의					
외투류					
외출복					
내의					
신발					
주거관련					
침대			2)침대		
아기식탁의자			3)아기식탁의자		
이불			4)이불		
겉싸개					
속싸개					
가정/가사용품					
젓병					
젓꼭지					
소독기			5)소독기		
아기전용세탁세제					
의료/보건					
비타민					
기저귀					
물티슈					
샴푸					
치약					
칫솔					
로션					
욕조					
유축기			6)유축기		
체온기					
예방접종비					
오락/문화					
카시트			7)카시트		
유모차			8)유모차		
아기띠			9)아기띠		
보행기			10)보행기		
블록(완구류, 장난감)			11)블록(완구류, 장난감)		
자전거			12)자전거		
놀이방매트			13)놀이방매트		
돌앨범/촬영 등			14)돌앨범/촬영 등		
교육					
영유아 학습지					
영유아 교재교구			15)영유아 교재교구		
영유아 책			16)영유아 책		
유치원순교육비					

53개 육아품목	지난 한 달 소비재		17개 육아품목	자녀 출생 후 지금까지 사용한 내구재	
	구입/이용 여부	월 평균 구입/이용금액		구입/이용 여부	과거 1회성 구입/이용 비용
유치원 추가 비용					
영유아 영어 학원					
사교육					
기타 상품 및 서비스					
어린이보험					
어린이집보육료					
어린이집 추가 비용					
산후조리/산후조리원			17)산후조리/산후조리원		
기타 추가 품목					
※빠진 것을 적어주세요					
()					
()					
()					
()					

4. 육아 전반 및 육아지원정책에 관한 의견을 묻는 질문입니다.

문11. 다음은 육아지원정책에 대한 귀하의 의견을 묻는 질문입니다.

질문을 잘 읽어보시고, 해당란에 V표 해 주십시오.

항 목	전혀 아님	약간 아님	보통	다소 그러 함	매우 그러 함	비해 당 /모 름
	1	2	3	4	5	9
1) 정부의 육아지원이 육아비 지출의 감소에 기여했다	1	2	3	4	5	9
※ 현재 지원받는 항목을 체크하시고 각각 응답해주세요.						
1-1) [□유치원, □어린이집, □양육수당] 지원이 육아비 지출 감소에 기여했다						
1-2) 그밖에 지원(적어주세요: _____)이 육아비 지출 감소에 기여했다						
1-3) 그밖에 지원(적어주세요: _____)이 육아비 지출 감소에 기여했다						
2) 저소득/취약계층을 우선 고려한 차등지원설계보다 소득수준 상관없이 모두 지원하는 현행 보편지원설계가 적절하다.						
3) 영유아 양육을 위한 육아지원을 현재보다 확대할 필요가 있다.						
4) 육아지원정책을 위한 사회적 비용과 세금을 부담할 의향이 있다.						
5) 서비스/또는 바우처 지원보다 현금 지원이 더 바람직하다						
6)기타(적어주세요: _____)	1	2	3	4	5	9

부록 6. KICCE 육아물가조사 오프라인 조사표

부록 6. KICCE 육아물가조사 오프라인 조사표

일련번호				유형	상호명	점포명	조사지역_구	조사지역_동	조사일시(년/월/일/시/분)	조사원 이름	
Dcode	code1	code2	code3	상품목	상품유형	ITEM	정상가 가격	용량/개수가 다를 경우 용량 개수	할인가 가격	비고 (1+1 행사, 세일 상품의 경우 상 세정보기입)	
10	1	1	1	우유	베스트 상품 (2개)	00우유1000ml					
10	1	1	2			000000001000ml					
10	1	1	3			00000우유1000ml					
10	1	1									
10	1	2	4		00000000000우유900ml						
10	1	2	5		00000000우유1000ml						
10	1	2	6		00000000우유1000ml						
10	1	2									
10	1	3			저가 상품 (1개)						
10	1	3									
10	2	1	7	두유	베스트 상품 (2개)	0000000000002단 계 190ml*16					
10	2	1	8			0000000000002단 계 180ml*16					
10	2	1									
10	3	1	9	치즈	베스트 상품 (2개)	0000002단계180g					
10	3	1	10			000000000000002단 계180g					
10	3	1									

연구보고 2015-11

KICCE 육아물가지수 연구(Ⅲ)

발행일 2015년 11월

발행인 우남희

발행처 육아정책연구소

주 소 서울시 서초구 남부순환로 2558 외교센터 3층, 4층

전화: 02) 398-7700

팩스: 02) 730-3313

<http://www.kicce.re.kr>

인쇄처 (주)한디자인코퍼레이션 02) 2269-9917

보고서 내용의 무단 복제를 금함.

ISBN: 979-11-85941-36-3 (93330)

