

연구보고 2014-13

KICCE 육아물가지수 연구(Ⅱ)

최윤경 박진아 최종화

육아정책연구소
Korea Institute of Child Care and Education

머 리 말

저출산·고령화 사회에 접어든 한국 정부가 최우선적으로 마련한 정책 방안은, 저출산 대책의 일환으로 시작된 영유아 보육료·교육비 지원이었다. 2012-2013년부터 본격화 된 국가수준의 육아지원 확대는 보편적 지원체제로 비용지원의 패러다임을 바꾸었다. 이는 영유아가구가 출산을 기피하는 주 원인의 하나가 양육비 부담과 같은 경제적 요인에 있음을 파악하고 대응한 결과이다.

그런데 영유아가구의 양육비 지출의 기저에는, 어린이집과 유치원 비용을 포함하여 영유아자녀를 양육하는데 필요한 육아 필수 품목의 시장가격이 상당히 비싸고 매년 높은 상승폭으로 오르는 물가구조의 특성이 존재한다. 국가수준의 비용 지원이 육ாம물가의 특성을 고려하지 않고 진행된다면, 예산의 누수와 재정 부담은 물론 영유아가구에서 실제 체감하는 양육부담 완화를 담보하지 못하는 한계를 갖게 된다.

본 연구는 확대일로에 있는 육아지원의 확대가 영유아가구의 양육 부담 완화에 실질적으로 어떻게 기여했는지를 주요 육아품목의 시장가격의 측면에서 살펴보고, 그 정책적 효과와 물가관리 방안을 제언하고자 하였다.

이 연구는 육ாம물가지수 산출을 위한 3년차 연구로서, 1차년도 연구의 육아대표품목 선정과 가중치 산출에 근거하여, 2차년도 연구에서 산출한 육ாம물가지수를 기준연도의 100에 해당하는 자료로 확보하였다. 2014년 3차년도 연구에서 산출한 두 번째 육ாம물가지수를 통해 비로소 물가지수 고유의 통계치인 전년 대비 동월 물가상승의 연간 상승률을 산출할 수 있었다.

2014년 육ாம물가지수 산출을 통해 우리나라 육아지원정책의 설계가 비용지원의 확대와 함께 육ாம물가관리의 가격정책이 병행되어야 그 정책적 효과를 견지할 수 있음을 확인할 수 있었다. 육ாம물가지수가 소비자물가지수의 하위지수로 자리매김 하여 국가수준 저출산 타개의 주요 지표로 활용되기를 바라는 바이다.

2014년 11월
육아정책연구소
소장 **우남희**

차 례

요 약	1
I. 서론	7
1. 연구의 필요성 및 목적	7
2. 연구내용	9
3. 연구방법	9
4. 연구의 제한점	11
5. 연구동향	12
II. 육아물가지수 산출의 기초	17
1. 육아물가지수 조사 설계	17
2. 하위지수 산출을 위한 육아대표품목의 검토 및 가중치 작업	22
III. 육아물가지수 산출을 통한 육아물가 동향	29
1. 소비자물가지수의 육아품목을 활용한 육아물가지수(I)	30
2. KICCE 육아품목을 활용한 CPI방식의 육아물가지수(II)	35
3. 다양한 물가수준을 고려한 육아물가지수(III-1)	40
4. 베스트상품 육아물가지수(III-2)	45
5. 온라인 육아물가지수(IV)	49
6. 발달시기별 육아물가지수(V)	53
7. 육아물가지수 비교 및 육아물가동향 파악	66
IV. 육아물가체감지수 산출을 통한 영유아부모 체감물가 동향	76
1. 영유아가구의 육아물가체감지수	76
2. 영유아가구의 소비심리지수	88
V. 육아물가 관점에서 본 육아지원정책 효과	95
1. 육아물가지수 산출을 통해서 본 육아물가변동 및 수준에 대한 논의	95
2. 영유아부모가 체감하는 육아물가 및 지출전망	97
3. 시사점 및 정책 제언	99

참 고 문 헌	105
Abstract	107
부록	109
1. 2014년 부모대상 온라인체감물가 조사결과	110
2. 영유아가구 소득계층별 육아소비지출	117
3. 2014년 육아물가조사 오프라인 조사표	123
4. 부모대상 육아체감물가 조사 설문지(웹설문)	124
5. 품목별 유통채널별/권역별 기초통계	137

표 차례

〈표 II-1-1〉 2014년 육아물가지조사 기관 수(오프라인)	20
〈표 II-1-2〉 2014년 육아물가지조사 기관 수(전화조사, 인터넷)	21
〈표 II-1-3〉 2014년 서비스가격 전화조사대상 기관 특성	21
〈표 II-2-1〉 발달시기별 육아품목지출 기초통계	23
〈표 II-2-2〉 발달시기별 영유아가구 소비지출/소득 현황	26
〈표 II-2-3〉 발달시기별 육아품목 가중치 산출	26
〈표 III-1-1〉 1995-2014 연도별 12개 육아품목 소비자물가지수 (2010년=100)	31
〈표 III-1-2〉 소비자물가지수의 육아품목을 활용한 육아물가지수(I)	34
〈표 III-2-1〉 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 1) - CPI방식(지수II)	36
〈표 III-2-2〉 육아물가지수(II) - CPI 방식	38
〈표 III-3-1〉 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 2) - 고가·베스트·저가 상품군 통합방식 (지수 III-1)	41
〈표 III-3-2〉 육아물가지수(III-1)- KICCE 통합상품군	42
〈표 III-4-1〉 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 3) - 베스트 상품군 통합방식 (지수 III-2)	45
〈표 III-4-2〉 육아물가지수(III-2) - KICCE 베스트상품군	47
〈표 III-5-1〉 2014년 온라인조사 기준가격	49
〈표 III-5-2〉 2014년 온라인 지수	51
〈표 III-6-1〉 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 5) - 영아가구 품목/고가· 베스트·저가 통합 방식 (지수V-1)	54
〈표 III-6-2〉 영아가구 육아물가지수(V-1)-통합상품군	56
〈표 III-6-3〉 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 5) - 영아가구 품목/베스트 상품군 (V-2)	57
〈표 III-6-4〉 영아가구 육아물가지수(V-2)-베스트상품군	59
〈표 III-6-5〉 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 5) - 유아가구 품목/고가· 베스트·저가 상품군 통합방식(V-3)	61
〈표 III-6-6〉 유아가구 육아물가지수(V-3)-통합상품군	62

〈표 III-6-7〉 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 5) - 유아가구 품목/베스트 상품군(V-4)	64
〈표 III-6-8〉 유아가구 육아물가지수(V-4)-베스트상품군	65
〈표 III-7-1〉 2014 육아물가지수 및 소비자물가지수 비교	67
〈표 III-7-2〉 2014년 육아물가지수(3개) 품목별 비교	69
〈표 III-7-3〉 비목별 육아물가지수(3개)	71
〈표 III-7-4〉 2014년 육아물가지수 발달시기에 따른 비교	72
〈표 III-7-5〉 비목별 발달시기에 따른 물가지수(4개)	74
〈표 IV-1-1〉 2013-2014 온라인 체감물가조사의 영유아부모 응답자 특성	77
〈표 IV-1-2〉 영유아 주요 육아품목 구입처	78
〈표 IV-1-3〉 육아소비재(9개) 가격체감도 연간비교	80
〈표 IV-1-4〉 육아내구재(6개) 가격체감도 연간비교	81
〈표 IV-1-5〉 육아서비스(6개) 가격체감도 연간비교	82
〈표 IV-1-6〉 2013-2014 육아물가체감지수	85
〈표 IV-1-7〉 육아소비재(9개)의 영유아 부모간의 체감비교	86
〈표 IV-1-8〉 육아내구재(6개)의 영유아 부모간의 체감비교	87
〈표 IV-1-9〉 육아서비스(6개)의 영유아 부모간의 체감비교	88
〈표 IV-2-1〉 영유아부모 소비자심리지수 문항	89
〈표 IV-2-2〉 2013-2014 소비자심리지수 월간추이	90
〈표 IV-2-3〉 현재/향후 생활형편 및 육아물가 지출 전망	92
〈표 IV-2-4〉 6개월 후 육아품목별 지출전망	93
〈표 IV-2-5〉 2013-2014 비용지원 및 서비스 체감만족도	94

그림 차례

[그림 II-1-1] KICCE 육아물가조사 설계	18
[그림 II-1-2] 가격비교 사이트 온라인물가 조사 예시	19
[그림 III-1-1] 소비자물가상승률(1985-2014)	32
[그림 III-1-2] 육아상품 물가 등락률 추이(2000-2014. 9월)	32
[그림 III-1-3] 육아서비스 물가 등락률 추이(2000-2014. 9월)	33
[그림 IV-1-1] 가격체감 비교	83
[그림 IV-1-2] 가계부담 비교	83
[그림 IV-1-3] 가격변동체감 비교	84
[그림 IV-2-1] 현재/향후 생활형편 및 육아물가 지출 전망	92

부록 표 차례

〈부록 표 I-1〉 소비자 인터넷 구매빈도 비교	110
〈부록 표 I-2〉 내구재 인터넷 구매빈도 비교	111
〈부록 표 II-1〉 소득계층별 육아품목지출 기초통계	117
〈부록 표 II-2〉 소득계층별 영유아가구 소비지출/소득 현황	119
〈부록 표 II-3〉 소득계층별 육아품목 가중치 산출	120
〈부록 표 V-1〉 품목별 유통채널별 기초통계(2014년 5월조사 기준)	137
〈부록 표 V-2〉 품목별 권역별 기초통계(5월조사 기준)	138

부록 그림 차례

[부록 그림 I-1] 2013-2014 육아 소비자 구입여부	110
[부록 그림 I-2] 2014 육아 소비자 구입장소	110
[부록 그림 I-3] 2013-2014 육아 서비스/내구재 구입여부	111
[부록 그림 I-4] 2013-2014 육아 서비스/내구재 구입장소	111
[부록 그림 I-5] 2013-2014 육아 서비스/내구재 육아품목 체감 비교	112
[부록 그림 I-6] 육아소비재 품목별 체감지수 비교	113
[부록 그림 I-7] 내구재 품목별 체감지표 추이비교	114
[부록 그림 I-8] 서비스재 품목별 체감지표 추이비교	115
[부록 그림 I-9] 소비자-내구재-서비스 품목별 체감지수 추이	116

요 약

1. 서론

가. 연구의 필요성 및 목적

- 2012년부터 나타나는 연간 물가상승률 1%대의 저물가 기조에 0-5세 어린이 집·유치원 비용에 대한 육아지원의 확대가 일정부분 기여하였음.
 - 2013년 통계청은 감소한 어린이집과 유치원 비용의 가계 지출비중을 반영하기 위해 소비자물가지수 가중치를 조정한 바 있음(유치원 114.1 → 103.5, 어린이집 보육료 54.2 → 50.1로 축소).
- 그러나 육아품목의 물가가 여전히 비싸고 양육비 지출이 부담된다는 영유아가구의 어려움이 지속되고 있음. 육아지원의 확대가 시장가격의 측면에서 어떠한 변동을 보이는지 지속적으로 추적하고, 영유아 자녀 양육에 필요한 주요 육아품목의 가격 추이를 살펴봄으로써, 영유아가구의 육아물가 부담을 완화하고 육아지원 효과가 부모에게 실질적으로 체감되도록 할 필요가 있음.
 - 본 연구는 육아물가지수와 영유아부모 육아물가체감지수의 2년차 산출을 통해, 육아지원의 확대시기에 육아 필수 품목의 시장가격 변화와 이에 따른 수요자 부모의 가계부담 체감을 파악하고자 함.

나. 연구내용

- 2014년 육아물가지수와 영유아부모의 육아체감물가지수를 전년 동기간 5월, 7월 9월 세 차례 산출하여, 2013년 대비 2014년의 육아물가동향과 부모의 체감물가동향을 파악함.
 - 육아물가동향 및 체감지표의 이해를 돕기 위한 보조지표로 영·유아 발달시기별 물가지수(영아지수, 유아지수)와 온라인물가지수를 하위지수로 산출함.
- 산출된 지수의 2013-2014 연간 추이 분석을 통해 육아품목 가격과 체감의 변화를 모니터링하고 현행 육아지원 설계에 대한 정책적 시사점을 도출함.

다. 연구방법

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

2. 육아물가지수 산출의 기초

- 「KICCE 육아물가 조사」는 오프라인 가격조사와 서비스 기관 대상 전화조사, 온라인 구매 관련 인터넷 물가조사, 그리고 부모가 체감하는 육아물가체감조사를 위한 온라인 설문조사 크게 네 가지로 구성됨.
- 육아물가지수의 하위지수인 온라인물가지수와 영유아가구의 발달시기별(영아, 유아) 지수 산출을 위해, 온라인구매 및 영아가구와 유아가구의 주요 지출 대표품목을 달리 구성하고, 가중치를 재산출하였음.
 - 온라인물가지수 산출을 위해, 영유아부모들이 이용하는 최저가 인터넷사이트를 이용하여 주요 육아품목의 판매량과 가격을 기준으로 저가, 고가 가격군을 조사함.
 - 영아가구는 유치원비용, 영어학원을 제외한 50개 품목으로, 유아가구는 영아에게 해당하는 분유, 이유식, 배냇저고리, 기저귀, 예방접종비 등을 제외한 33개의 품목으로 바스켓을 구성하였음.

3. 육아물가지수 산출을 통한 육아물가 동향

- 2014년 연구에서는 다양한 육아물가지수(I, II, III-1, III-2)를 산출하고, '온라인 육아물가지수'와 '영유아 발달단계별 하위지수(영아물가지수, 유아물가지수)'를 추가 산출함.
- 2014년 육아물가지수 산출 결과 2013년 5, 7, 9월을 각 100으로 보았을 때, CPI 방식 지수(II)와 통합상품군 지수(III-1)가 -0.03, -2.45의 지수하락을 보임. 베스트 상품군 지수(III-2)는 +0.40의 가격상승이 있었음.

- 통계청 CPI의 제한된 12개 품목만을 적용한 육아물가지수(I)가 소비자물가보다 높은 물가상승률을 보인데 반해, KICCE 육아대표품목 53개를 적용한 육아물가지수(II, III-1)는 공통적으로 '하락'한 것으로 나타남.
- 예방접종 무료지원의 육아지원의 확대가 기여한 바가 큼. 그러나 유치원과 어린이집, 영어학원, 의류/이불, 분유 등 가격상승이 컸던 일부 개별품목의 상승률이 상쇄된 것으로 해석됨.
- 영유아부모가 선호하는 베스트상품을 기준으로 산출한 베스트상품 지수(III-2)는 육아품목의 가격이 상승한 다른 패턴을 보임. 인기상품 위주의 가격 상승폭이 더 큼을 짐작하게 함.

〈표〉 2014 육아물가지수 및 소비자물가지수 비교

비목	구분	2013년			2014년			2014년
		5월	7월	9월	5월	7월	9월	
육아물가지수	CPI식(II)	100.00	99.59	101.10	101.05	100.16	98.96	99.97
	KICCE_통합가격(III-1)	100.00	100.20	100.65	98.97	96.96	96.90	97.55
	KICCE_베스트상품(III-2)	100.00	100.97	100.80	101.84	100.28	99.29	100.40
	온라인 육아물가지수(IV)	-	-	-	100.00	100.25	103.00	
	발달시기별 육아물가지수							
	-영아 통합가격(V-1)	100.00			97.08	95.24	94.43	95.50
	베스트상품(V-2)	100.00			100.81	98.89	96.69	98.66
	-유아 통합가격(V-3)	100.00			102.16	100.63	100.74	101.13
	베스트상품(V-4)	100.00			104.16	103.39	103.08	103.50
소비자물가지수	전국 도시가구 481개 품목	100.00	100.01	100.56	101.58	101.67	101.77	101.67
소비자물가지수	1) CPI 가중치적용	100.00	99.89	100.13	103.03	103.39	103.29	103.24
내 육아품목 ²⁾	2) KICCE가중치적용	100.00	99.53	100.12	102.71	104.17	104.50	103.79

주: 1) 2014년 5월, 7월, 9월 지수는 전년도 동월을 기준으로 2014년 지수는 2013년을 기준으로 한 지수임.

2) 통계청 CPI에 포함되어있는 12개 육아품목만을 고려한 지수임.

- 인터넷구매 관련 온라인 육아물가지수 산출 결과, 고가에 해당하는 보다 다양한 가격대의 품목이 합쳐짐으로 인해 온라인 가격의 상승폭이 2014년 5월~9월 +3.00으로, 소비자물가지수와 다른 육아물가지수에 비해 높은 수준임.
- 발달단계별로 영아물가지수와 유아물가지수로 나누어 산출한 결과, 두 지수 간 상반된 가격 등락을 보임. 2013년 기준 대비 영아물가지수가 하락한 반

면, 유아물가지수는 상승함.

- 영아기의 경우 예방접종과 기저귀 등의 큰 하락폭이 다른 품목의 상승을 상쇄한 반면, 유아기의 경우 유아기 대표품목으로 예방접종과 기저귀 등이 빠져 의류와 이불, 내구재, 분유, 유치원과 어린이집 등의 물가상승이 반영됨.
- 상기한 다양한 물가지수 중, 본 연구결과에서 제시하는 대표 유아물가지수는 KICCE 유아대표품목 53개 가격데이터를 KICCE 유아지출비중을 반영하여 통계청 CPI 산출방식으로 산출한 지수(II)로, 2014년 99.97 임. 2013년 100 대비 2014년 유아물가의 전체 변동 폭은 거의 없는 것으로 나타남.
- 그러나 이는 예방접종 지원의 확대가 유치원 추가비용과 어린이집 보육료, 분유, 교재교구 등의 사교육비와 같은 주요 품목의 상대적으로 높은 가격 상승률을 상쇄시킨 결과임. 육아지원정책의 주요 요소가 되는 개별 품목별 물가 추이를 주의깊게 모니터링 할 필요가 있음.

4. 유아물가체감지수 산출을 통한 영유아부모 체감물가 동향

- 물가지수는 물가변동의 폭만을 나타내는 지표로, 영유아부모가 체감하는 높은 가격수준 자체에 대해서는 지표화하지 못 함.
- 2014년 전국 영유아부모 887명 대상 유아물가 체감조사를 실시한 결과, 주요 유아품목(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 많음.
- 최근 가격변동 체감을 제외하고는 가격수준과 가계부담의 체감에서 부정적으로 응답한 비율이 작년에 비해 다소 증가함.
- 완구류, 분유, 겂옷에 대한 높은 가격수준과 가계부담 체감이 가장 컸음. 통계청 CPI 품목별 지수에서 승용물과 의류, 분유의 상대적으로 큰 가격 상승폭이 영유아부모 체감지수에도 반영되어 일치함.
- 한국은행에서 소비자동향조사를 통해 전국 가구의 소비자심리지수를 산출하는 항목을 유아품목으로 바꾸어 영유아가구를 대상으로 조사한 결과, 현재 생활형편, 향후 경기, 수입 전망 등에서 전국 가구의 소비자심리지수에서와 마찬가지로 부정적으로 응답한 영유아 가구수가 긍정적으로 응답한 영유아

가구수에 비해 많음.

- 2013년 대비 연간 추이에서는 부정적 응답률이 줄어 영유아가구의 소비심리지수 추이는 양호한 것으로 보이나, '육아'소비지출과 향후 '육아'물가수준 전망으로 대상 품목을 육아소비로 한정하여 조사한 결과에서는 전국 가구의 소비심리지수에 비해 부정적 응답률이 유의하게 높음.
- 영유아가구의 육아비 지출과 주요 육아품목의 높은 물가수준에 대한 부담이 큼. 특히 문화오락비(카시트, 유모차, 장난감, 승용물)와 의료보건비 지출 전망에 대한 응답이 많음.

5. 육아물가 관점에서 본 육아지원정책의 효과 및 정책 제언

- 2014년 주요 육아품목의 물가상승률이 소비자물가상승률에 비해 낮게 나타남. 기존의 어린이집·유치원 비용 지원에 더해진 예방접종의 국가지원 확대라는 정책 효과가 추가 반영된 것으로, 이 품목을 제외한 주요 육아지원 품목의 개별지수는 대체로 평균 물가상승 이상의 상승폭을 보임.
 - 특히 부가가치세 면제품목인 분유, 유치원과 어린이집 등 대표적인 육아지원 품목과 사교육(교재교구, 영어학원)의 가격 상승폭이 큼. 육아지원의 확장기에 정책적 효과를 저해하는 물가 추이로 판단됨. 육아지원의 확대가 가격이 떨어진 이후의 기저효과를 고려하더라도, 주요 육아지원품목의 상대적으로 높은 가격상승률에 대해서는 주의깊게 모니터링 할 필요가 있음.
- 이러한 가격의 상승을 적절히 제어하지 못하는 상황의 육아지원의 확대는 그 실효성을 담보하기 어렵고, 이러한 이유로 영유아자녀를 양육하는 부모의 육아물가체감지수의 소비심리지표 전반에서 부담은 가중되고, 지출증가에 대한 전망은 부정적인 경향이 농후해진 결과로 나타남.
- 2014년 물가지수 및 체감지수 산출 결과에 근거한 정책제언을 제시하면 다음과 같음(최윤경 외, 2012; 최윤경 외, 2013 참조).
 - 첫째, 현재와 같은 초저출산 기조에서 생애단계별 정책수요를 반영한 하위 지수, 즉 영유아가구의 육아물가 부담과 양육의 어려움을 반영하는 육아물가지수와 육아물가체감지수의 산출이 필요함.

- 둘째, 육아지원의 설계가 유치원·어린이집 기관 서비스 이용 지원에 국한하지 않고 주요 육아필수재를 바우처 형태로 직접 지원하는 품목지원 설계, 부가가치세 면제, 세제지원, 육아인프라, 다양한 문화체험 프로그램의 제공 등으로 확대, 다변화 될 필요가 있음.
- 특히 육아필수재(분유, 기저귀) 직접 지원은 저소득층 취약계층 가구를 대상으로 선별적으로 지원되어야 함.
- 셋째, 부가가치세 면제에도 불구하고 가격이 오름세였던 산후조리원의 경우 개별 가격지수를 분석하고, 공공 산후조리원의 설치와 같은 공적 영역의 서비스 기관을 마련하는 안이 필요함.
- 넷째, 현재와 같은 육아지원의 확대는 육아물가관리의 가격 모니터링과 정보공개와 함께 진행되어야 함. 육아필수재 구입과 소비, 이용에 대한 보다 다양한 상품정보와 가격정보를 제공하는 육아품목의 정보와 지식 제공의 서비스가 필요함. 또한 영유아기 육아필수재의 품목 지정을 통해 물가관리와 정보공개의 체계를 구체화한 「육아필수재 물가정보공개시스템」의 마련을 제언함.
- 다섯째, 육아지원정책은 육아물가관리의 가격정책과 함께 진행될 필요가 있음. 주요 육아품목에 대해 ① 가격정보의 제공, ② 가격상한제의 적용, ③ 가격인상시 상승률에 대한 관리의 세 가지로 나누어 적용함. 어린이집과 유치원 비용의 경우, 이 세 가지 가격정책을 적용하여 현행 통합정보공시, 가격규제, 재무회계 규칙과 연계되는 방안의 마련이 요구됨.
- 여섯째, 전국 전달체계를 갖추고 있는 육아종합지원센터와 건강가정지원센터에서 지역 단위 주요 육아품목의 대여와 공유, 아나바다 운동의 리사이클링 사업을 보다 적극적으로 도모, 공동체 기반의 육아 협력을 제시함.
- 일곱째, 가격 상승폭이 크고 가계부담 체감의 부정적 지표가 높은 영유아 사교육의 경우, 공보육·교육의 과정에서 영유아가구의 문화오락 수요와 사교육 요구를 충족시킬 수 있도록 유아교육과 보육의 전반적인 질 제고를 위한 정책적 노력이 지속되어야 함. 일례로 교사 주도의 특기·적성 프로그램의 개발과 다양화를 꾀할 필요가 있음.

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

2013년 연간 소비자물가 상승률은 1.3%인 가운데, 2014년 9월 소비자물가 상승률은 전년 동월 대비 1.3%로 나타났다(통계청, 2014a). 2012년부터 나타나는 저물가 기조에 0-5세 어린이집·유치원 비용에 대한 육아지원의 확대가 일정부분 기여하였음은 소비자물가지수 자료와 지난 연구결과를 통해 확인할 수 있었다(최윤경·박진아·이세원, 2013). 2013년 말 통계청은 감소한 어린이집과 유치원 비용의 가계비중을 반영하기 위해 소비자물가지수 가중치를 조정하였다. 그 결과 교육 비목에 해당하는 유치원 비용은 114.1에서 103.5로, 기타 상품 및 서비스 비목의 어린이집 보육료는 54.2에서 50.1로 개편하였다(기획재정부·통계청, 2013; 통계청, 2013).

현재 영유아 대상 육아지원은 크게 부가가치세 면제 품목의 지정(분유, 기저귀, 산후조리원)과 저소득층 대상 육아 필수재 기초 품목의 지원, 양육수당, 보육료·교육비의 지원으로 구성되어 있다. 육아정책연구소에서 수행한 2013년 「육아물가지수 기초 연구」에 의하면, 전반적으로 낮은 소비자물가 상승률 그리고 어린이집과 유치원의 육아지원서비스 가격의 하락 하에서도 영유아 가구가 소비 지출하는 육아품목의 물가상승률이 전국 가구의 소비자물가 상승률보다 높은 것으로 나타났다(최윤경·박진아·이세원, 2013, p.55). 육아지원의 확대 속에서 영유아자녀 양육에 필요한 육아 상품과 서비스의 시장 가격이 평균 물가상승보다 높은 수준을 보인다면, 양육부담의 완화라는 육아지원정책의 효과는 반감되게 된다. 2013년 합계출산율이 1.19명에 머물러 2012년의 1.30명보다 0.11명이 감소했다. 양육비 부담 등의 저출산 요인으로 인해 출산율이 회복될 기미가 보이지 않는 상황에서, 육아지원의 효과가 시장가격의 상승으로 인해 상쇄되는 지에 대해 모니터링 하는 것은 정책의 효율성 및 효과성 지속을 위해 중요한 작업이라 하겠다.

한편, 통계청에서는 소비자물가지수가 기준가격 대비 실제 가격변동의 폭 만을 반영하는 데에서 오는 물가상승률 체감의 제한을 보완하기 위해, 장바구니물

가(생활물가지수)와 같은 다양한 하위지수를 공표하고 있으며, 한국은행에서는 소비자동향조사를 통해 소비자심리지수(CCSI)를 주기적으로 발표하고 있다(통계청, 2014c; 한국은행, 2014a). 본 연구는 소비자심리지수의 산출과 동일한 방법을 적용하되 영유아자녀를 양육하는 가구의 육아비 지출을 반영한 육아물가체감의 지표를 추가로 구성하여, 자녀양육에 필요한 소비지출이 갖는 영유아가구의 부담을 지수화 하는 작업을 수행하였다. 이를 통해 육아지원의 확대가 갖는 시장 가격 추이 너머에 영유아가구의 실질적 체감을 살펴봄으로써, 육아지원정책이 갖는 시장물가에의 영향이 왜곡되지 않는지 보조지표로서 고려하였다.

구체적으로 2013년 육아체감물가 조사결과에 의하면 영유아부모는 영유아자녀 양육에 필요한 육아품목의 가격에 대해 육아물가수준이 높다, 앞으로 더 오를 것이다, 더 많이 지출하게 될 것이다 등 현재 물가인식 및 향후 전망에서 일관되게 부정적으로 나타난 바 있다(최윤경 외, 2013, p.73). 영유아 부모가 육아품목의 소비와 지출에서 실질적으로 느끼는 체감지수의 산출은 물가지수의 가격변동 데이터가 보여주지 못하는 저출산 기저의 또 다른 요인을 보여주는 지수라 하겠다. 육아물가체감지수의 연간 산출을 통해서 육아지원의 확대에 따른 영유아 부모의 체감변화 추이를 알아 볼 수 있을 것이며, 이는 육아지원의 효과 분석 및 육아지원의 설계에 유용한 자료로 활용될 것이다.

따라서 본 연구의 목적은 영유아자녀 양육에 필요한 육아대표품목의 가격변동에 대한 육아물가지수의 산출과 함께 영유아부모의 실제 체감을 반영한 육아물가체감지수를 산출하여, 육아지원의 확대에 따른 시장가격의 변화와 수요자 부모의 체감을 파악하는 것이다. 전년 동월 대비 물가상승률을 통해 연간 물가상승을 추적하는 물가지수의 특성을 고려하여, 2013년에 산출한 육아물가지수에 이어 2014년 동기간의 육아물가지수를 산출함으로써 육아물가의 상승폭과 패턴이 전체적으로 그리고 개별 품목별로 어떠한 특성을 갖는지 알아보았다. 또한 영유아가구의 육아품목 지출에서 인터넷을 이용한 구매와 지출 비중이 큼에 따라 온라인육아물가지수 개발을 시도하였고, 자녀연령별 소비특성의 차이를 반영한 영아물가지수와 유아물가지수로 나누어 발달단계를 고려한 육아물가동향의 파악 및 시사점을 도출하였다. 이를 통해 육아지원정책의 시장가격 측면의 추이와 효과에 대한 분석과 함께 영유아 가구의 육아비 지출규모 및 양육부담의 실제 체감 지점을 파악하여 앞으로의 육아지원 설계에 활용하는 것을 목적으로 한다.

2. 연구내용

2년차 육아물가 과제로서 연구의 내용은 다음과 같다.

첫째, 통계청의 소비자물가지수와 한국은행의 소비자심리지수 등 주요 경제 지표의 추이를 통해 육아 물가 관련 동향을 파악하였다.

둘째, 2014년 육아물가지수와 영유아부모의 육아체감물가지수를 전년 동기인 5월, 7월 9월 세 차례 산출하여, 연내 월별 육아물가 및 체감의 변화와 함께 기준연도 2013년 대비 2014년의 연간 가격과 체감물가와 만족도의 변화에 대해 분석하였다.

셋째, 가용한 데이터를 2차 분석하여 영·유아 발달시기별 육아물가 하위지수를 산출하였다. 이로써 영유아가구의 생애 주기적 가계특성에 따른 물가변동과 가계부담의 차이를 보다 심층적으로 이해하고자 하였다.

넷째, 산출된 지수의 연간 추이 분석을 통해 육아품목 가격과 체감의 변화를 모니터링하고 현행 육아지원 설계에 대한 정책적 시사점을 도출하였다.

다섯째, 육아물가조사의 수행(예: 육아대표품목 및 가중치) 및 육아물가지수와 체감지표 산출의 일련의 과정을 점검하여, 정책 변화와 양육과정의 트렌드 변화에 따른 육아품목의 상세규격과 브랜드의 비중 등 지수 산출의 측면에서의 보완점을 논의하였다.

3. 연구방법

상기한 연구내용의 수행을 위해 다음과 같은 연구방법을 적용하였다.

가. 문헌연구 및 통계자료 분석

통계청의 소비자물가지수와 한국은행의 소비심리지수와 같은 데이터를 분석하여 기존 소비자물가지수내 육아 품목의 가격 수준과 추이를 파악하고, 전반적인 소비심리 체감을 살펴보았다. 본 조사를 통해 산출한 물가지수 및 체감지수와와의 비교 분석을 통해, 기존 소비자물가지수 지표 대비 육아품목의 물가변동과 이에 대한 영유아부모의 체감의 변화를 살펴보았다.

나. 육아물가 시장조사(온·오프라인 시장가격 조사)

영유아자녀 양육에 소요되는 육아품목의 가격지수, 즉 육아물가지수 산출에 필요한 육아품목의 가격데이터를 수집하기 위해 2014년 5월, 7월, 9월¹⁾에 걸쳐 시장가격조사를 실시하였다. 연 3회 시장조사는 2012년 실시한 육아 용품과 서비스에 대한 육아생계비 조사에 기초하여 서울지역 5개 권역에 대한 유통채널 별(대형마트, 소형마켓, 백화점, 인터넷) 온·오프라인 가격조사로 설계되었다. 서비스 품목(어린이집, 유치원, 예방접종, 산후조리원, 영어학원, 미술학원, 태권도 학원 등)의 경우, 해당기관에 전화조사를 실시하였다(자세한 사항은 본 보고서 2장 1절 조사설계 및 최윤경·박진아·이세원, 2013, p.28-35 참조).

다. 부모 설문조사(부모체감물가 온라인조사)

육아품목 소비자인 영유아부모를 대상으로 육아비 지출에 대한 체감물가와 육아품목에 대한 체감만족도 조사를 실시하였다. 영유아부모의 인식 조사를 통해 육아지원과 육아부담의 실질적 지표인 체감지수를 산출하여 육아물가지수의 산출과 이해를 돕고자 함이다. 현재 영유아 자녀를 양육하고 직접 육아 상품과 서비스를 구매, 이용 하는 전국의 영유아부모 887명을 모집하여 제시된 육아대표품목 및 육아비 지출 실태와 체감 물가를 5-7-9월 온라인 패널조사를 통해 실시하였다.

라. 전문가 자문회의

육아물가지수 과제의 연구방향에 대해, 그리고 지속적인 조정과 검토를 요하는 육아물가 및 체감 조사의 안정적 수행과 이에 근거한 지수 산출에 대해 자문회의를 실시하였다. 육아생계비조사와 과년도 연구과제를 통해 선정된 육아대표 품목과 가중치, 상세규격과 브랜드, 조사대상처의 선정과 배치, 조사원 매뉴얼 등 구체적인 지침과 실제 조사과정의 관리에 대해, 전문가 및 영유아부모를 대상으로 심층면담과 회의를 실시하였다. 관련 공시자료의 검토를 통해서도 조사설계의 타당도를 점검하고 변화하는 육아트렌드의 반영 여부에 대해 판단하였다.

1) 과제가 갖는 연구기간(2014. 2 - 2014. 11) 특성상, 육아물가조사 시점을 5-7-9월로 구성함. 3개 조사시점을 통해 봄-여름-가을/겨울의 연간 계절적 변화를 반영하였음. 육아물가조사 설계의 과정과 상세내용은 2012-2013년 보고서(최윤경·유해미·김성숙·송신영, 2012; 최윤경·박진아·이세원, 2013)를 참조하기 바람.

마. 정책연구실무협의회

2년차 육아물가지수의 산출을 통해 통계청 소비자물가지수 산출 담당자들과 연구결과에 대한 정책연구실무협의회를 가졌으며, 유아교육·보육의 육아지원정책과 출산지원정책의 시사점 도출을 위해 관련 부서 담당자와 협의회를 가졌다.

4. 연구의 제한점²⁾

소비자물가지수의 산출은 통계청에서 산출하는 주요 국가통계로, “가계동향조사에서 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).

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 기준연도와 기준가격이 적용, 산출되는 시점에 차이가 발생한다. 따라서 본 과제는 2012년 육아품목 지출의 비중이 2013년의 그것과 동일할 것이라는 가정을 가지고 2013년, 2014년 육아대표품목 기준가격을 산출”(최윤경 외, 2013, p.11)하였음을 밝혀둔다³⁾.

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 단기간내에 일어나는 육아소비 트렌드의 변화를 반영하는데 제한점이

2) 관련 내용의 필요성으로 인해, 과년도 과제(최윤경 외, 2013, 11-12p) 논의의 일부를 재인용함.

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

있다. 또한 통계청의 물가지수는 가계단위의 소비를 기초로 하여 자녀수에 따라 발생하는 지출규모의 차이가 물가지수 가중치에 반영되는데 비해, 본 연구는 그렇지 못한 한계점도 갖고 있다.

셋째, 통상 '지수'가 특정연도의 기준점을 보통 100으로 잡고 환산해 나타낸 것으로(소비자물가지수의 경우 2010년을 100 기준으로 함), 연간 비교가 가능하나 기준연도에 대비한 절대수치를 의미하지는 않는다. 시계열로 축적된 자료의 부족으로 표준화 작업에 무리가 따르므로, 기준 시점 대비 변동을 반영한 육아 체감지수가 아닌, 해당 시점의 개별항목 지표로서의 지수를 산출하였다. 추후 연간 종단데이터가 축적되면 표준화 작업을 통해 물가지수와 마찬가지로 100 대비 연간 등락폭을 반영한 지수로 전환할 수 있을 것이다.

5. 연구동향

관련연구는 크게 영유아가구의 육아비 지출을 조사한 양육비용 연구와 전국가구의 소비자물가에 관한 연구로 나눌 수 있다⁴⁾. 소비자물가지수와 관련된 주요 연구들은 본 연구에서 진행하고자 하는 특정 연령대를 대상으로 새로운 물가지수 산출에 관련한 연구는 거의 없고, 지수 산출 방식에서 발생하는 대체편의나 대표성 등의 기술적 문제점을 지적하고 이를 보완하기 위한 연구들이 다수를 이루고 있다.

첫째, 우선 물가지수의 산출과 관련된 연구에서는 고정가중치에 의한 지수산식의 제한점에 대한 논의가 주를 이룬다. 조용길(2002) 연구에서는 지수 이론의 전체적인 개념을 설명하고 지수이론을 지수공식 접근법, 테스트 접근법 및 통계이론 접근법에 따라 정리하였다. 또한 상품의 품질변화를 측정하는 방법에 대해 설명하고 이를 기초로 앞으로 지향해야 할 지수 선택 방향으로서 물가의 상향편의 연구에 대한 필요성과 연쇄지수의 도입을 제안하였다.

장인성(2012) 연구에서는 통계청의 공식 통계인 소비자물가지수를 생계비지수(Cost of Living Index)⁵⁾로 활용하는 것이 적절한 방안인지에 대해 의문을 제기

4) 양육비용 연구에 관한 고찰은 과년도 보고서(서문희 외, 2010; 최윤경 외, 2012; 최윤경 외, 2013)에서 논의하였으므로, 본 고에서는 물가지수 관련 연구 위주로 새로 고찰한 내용을 담음. 그 밖에 소비자물가지수의 개념과 산식, 하위분류 등에 대한 이론적 고찰도 과년도 보고서에서 논의하였으므로, 본 보고서의 구성에는 담지않음.

하고 현행 라스파이레스 산식으로 계산되고 있는 소비자물가지수의 대체편의에 의한 왜곡과 다양한 가계의 소비지출을 평균적으로만 대표하는 것에 따른 대표성의 문제를 지적하였다. 이같은 문제를 해결하기 위해 장인성(2012) 연구에서는 피셔지수, 파셰지수 등 참생계비지수⁶⁾에 가까운 지수 산출을 통해 대체편의를 줄이고자 하였고, 연쇄가중법을 적용하여 기준시점 고정법의 문제를 보정하는 안을 논의하였다.

최지형(2009)의 연구에 따르면 경제통계 작성목적의 하나로 단기적인 경기동향을 파악하는 정보를 제공할 때, 계절적인 증감경향을 경제의 기초 흐름으로 해석할 위험성이 있다고 밝혔다. 소비자물가통계는 기후조건, 제품의 모델변경, 설·추석 등 자연적, 경제적, 사회문화적 요인들에 의하여 영향을 받으므로 소비자물가통계의 계절조정의 필요성과 중요성에 대해 언급하였다. 계절조정 프로그램(X-12-ARIMA)을 이용하여 상품성질별 지수를 대상으로 계절조정을 실시한 결과, 농축수산물은 뚜렷한 계절성과 명절효과를 갖는 것으로 나타났다. 소비자물가통계에서 농축수산물을 제외한 분류에서 계절성과 명절효과가 관찰되지 않는 것은 상위분류 조사품목의 계절성 존재 여부와 관련이 있고, 조사주기 및 조사횟수 등 조사의 성격과도 관련이 있다고 논의함으로써, 계절조정 통계가 필요한 것으로 판단하였다.

둘째, 소비자물가지수의 하위 지수 산출의 대표적인 예로, 소득수준에 따른 계층별 물가상승률과 가계비용 부담의 차이에 대한 연구결과가 있다. 장인성(2012) 연구에서는 또한 소득, 연령 등의 계층별 물가지수 작성을 통해 소비자물가지수의 대표성 문제를 해결하고자 하였다. 연구 결과 대체편의의 측정 결과는 연평균 0.2%로 소비자물가지수가 실질생계비의 증가를 과대평가한 것으로 나타났으며, 계층별 피셔지수의 산출 결과 경제위기와 물가상승이 중첩된 시기에는 저소득층의 생계비 부담이 가중되는 것으로 나타났다. 그러나 소득계층별 피셔지수를 이용하여 민주적 지수를 산출하여 현재 사용 중인 금권적 물가지수와 비교한 결과는 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

소득계층별 물가관련 연구로는 1997년 이후 10년간 소득계층별 소비지출 향

5) 가격체계의 변화가 발생하였을 때 변화 전후의 가계 후생을 동일하게 유지시키기 위해 필요한 최소비용의 변화를 측정
 6) 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.

목의 소비지출 비율을 고려하여 소득계층별 다소비재화의 물가상승률을 분석한 김진욱(2008) 연구를 들 수 있다(최윤경 외, 2012, p.26 재인용). 이 연구에서는 가계동향조사 자료를 분석하여 계층별 총 소비지출 중 각각의 소비지출 항목이 차지하는 비중을 계산하고, 소비지출 항목의 물가상승률을 연계하여 분석하였다. 분석결과 부유층이 가장 많이 소비하고 중산층, 빈곤층 순으로 소비지출하는 것으로 분석된 재화 항목 5개중 교통비를 제외한 4개의 소비지출 항목은 저물가상승 소비지출 항목이었고, 소득이 낮을수록 소비지출 비율이 높은 재화 5개 중 통신비를 제외한 4개의 소비지출 항목이 고물가상승 재화군에 속하는 것으로 나타났다. 이 같은 결과는 소득이 낮은 계층이 상대적으로 소비지출을 많이 하는 재화일수록 물가 상승이 높게 나타난 것으로 향후 정부의 물가정책 방향성을 제안하였다.

김범식·최봉(2014)은 서울의 물가구조 및 특성에 대한 연구를 통해 근원물가와 소비자물가 간 격차가 과거에 비해 축소된 것은 소비지출구조의 변화와 더불어 2011년 이후 무상보육·무상급식 확대에 따른 어린이집 비용과 급식비의 하락, 일부 농축산품의 가격안정이 주요인으로 작용하였음을 논의하였다. 서울의 물가변동성은 2004년 이후 확대되고 있는데 이는 정보의 비대칭성으로 인한 소비자 감시가 미흡한 결과이며, 소득계층별 물가지수 산출을 통해 저소득층의 물가수준이 더 높은 것으로 분석하였다. 또한 국제비교를 통해 서울 물가의 국제경쟁력을 검토하여 차량과 가전 등 내구재 가격이 비싼 반면, 의류, 버스, 기차 등의 가격은 낮은 편으로, 즉 서울은 높은 도시경쟁력에 비해 물가수준이 낮은 편으로 분석하였다.

황성혁·이정희(2014)의 연구에 따르면, 인터넷쇼핑은 상품거래 비용을 감소시켜 판매업자들간의 가격경쟁을 통해 오프라인시장의 가격보다 더 낮은 가격이 형성되는 것으로 보고 있다. 그래서 인터넷쇼핑의 성장이 소비자 물가 하락에 영향을 준다는 가설을 실증적으로 검증하는데 목적을 둔 연구이다. 연구결과 통계청에서 제공한 사이버쇼핑의 판매액, 소비자물가지수, 지출목적에 따른 51개 소비자물가지수, 국제유가자료를 가지고 단위근 검정, 공적분 검정을 거쳐 백터자귀회귀 모형으로 분석하였다. 그 결과, 인터넷쇼핑 판매액이 연간 10% 증가하면 소비자물가는 연간 0.08% 감소하는 것으로 나타났다. 인터넷쇼핑의 거래 비중이 높은 상품군(여자의류, 신발, 가정용 섬유제품, 가정용 기구, 항공 및 수상 여객, 전화 및 팩스장비, 서적 등)의 물가는 판매액 증가에 음의 영향을 받는 것

으로 나타났다.

셋째, 그 밖에 소비자물가지수와 직접적인 연관은 없지만 새로운 지표 개발과 수요함수 추정을 위한 연구로는 신창환(2011)과 임슬예 외(2013)가 있다.

신창환(2011)의 연구에서는 바우처와 관련된 사회서비스 확대로 서비스 성과가 강조됨에 따라 이용자 만족도 지표의 개발과 이용자 중심의 서비스 평가 기준이 필요하다고 강조하고 이를 위해 마케팅 분야에서 활용되고 있는 측정도구를 사용하여 보건복지부에서 시행하고 있는 지역사회서비스투자사업의 바우처 서비스 만족도 지표를 개발하고 분석하였다.

임슬예 외(2013) 연구에서는 전국 521가구를 대상으로 조사한 횡단면 자료를 통해 주택용 전력의 수요 함수를 추정하였다. 기존의 수요 함수 추정 연구들이 시계열 자료를 이용하였다면 임슬예 외(2013) 연구에서는 횡단면 자료를 이용한 수요 함수 추정 방법을 제시하고 있어 장기시계열데이터가 누적되지 않은 영유아가구에 대한 지출 데이터를 이용하여 육아품목간의 지출 변화에 따른 수요 함수 추정을 가능케 하는 시사점을 준다.

김지현(2013)의 연구에 따르면, 가계소비지출의 방향성을 가늠하는 민간소비 추정 방법의 하나로 소비자심리지수의 활용을 검토한 결과, 소비자심리지수는 일부 거시경제 지표의 영향을 받지만, 역으로 소비자심리지수가 거시경제 지표나 주가지수에 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 즉 소비자심리지수와 주요 경제지표의 관계를 검토한 결과, 소비자심리지수를 경제지수의 선행지표로 활용하기는 어렵지만 경제상황에 따른 소비자 심리의 파악과 안정에 중요한 역할을 함을 논의하였다. 구체적으로 주가지수는 CSI와 단기적으로는 인과관계를 보이지 않으나 중장기적으로는 주가가 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 논의하였다.

독일 통계청(2014)은 과거 5년간 양육비가 한 자녀 가정은 6.4%, 두 자녀 가정은 8.5%, 세 자녀 이상은 7.0% 각각 증가했다고 보도하여, 사교육이 거의 없고 대학도 무상교육인 상황에서 양육비 부담이 커지는 것에 대한 우려를 제시하였다. 각 가정의 양육비 통계를 살펴보면, 한 자녀 가정이 월평균 584유로(약 80만 5천원)으로 가장 많이 지출하고, 두 자녀가정은 515유로(70만 8천원), 세 자녀 가정은 484유로(66만 5천원)으로 아이가 많을수록 평균 지출비용은 적다고

밝혔다. 이는 자녀가 여러 명인 경우 장난감이나 옷을 물려받아 사용하기 때문으로 논의하였다. 그러나 의료보험료를 비롯한 일부 개인 지출 비용은 포함되지 않아 실제 양육비는 더 많을 것으로 조사되었고 특히 한 부모 가정은 자녀 양육에 큰 부담을 느끼는 것으로 조사되었다(연합뉴스 보도자료 재인용).

관련 연구의 고찰을 통해, 첫째, 소비자물가지수 산출의 산식과 데이터 수집 방법을 지속적으로 논의하여, 연쇄가중치를 적용할 수 있는 물가조사시스템의 구축이 필요하며, 둘째, 소득수준 외에 연령에 따른 차이를 반영한 연령계층별 지수의 산출이 필요함을 알 수 있다. 셋째, 물가지수와 체감지수를 통해 살펴본 바와 같이 소비지출과 가계부담을 나타내는 지수의 산출과 지표를 통해 논의를 확장시킬 필요가 있다.

II. 육아물가지수 산출의 기초

1. 육아물가지조사 설계

가. 조사의 개요)

“KICCE 육아물가 조사는 크게 네 가지 방법에 의해 수행되었다. 첫번째는 오프라인 가격조사로서, 대형마트·소형마트·백화점·유아편집샵(유아전문매장)에서 조사원이 유통채널별 점포를 찾아가 관찰 조사하는 방식으로 이루어졌다(표 II-1-1 참조). 두번째는 전화조사로서 매장방문조사가 어려운 유치원·어린이집·소아과·산후조리원·영어학원·미술학원·태권도학원의 경우 전화를 통해 서비스 비용을 확인하였다(표 II-1-2~3 참조). 세번째는 인터넷조사로서 상기 품목에 대한 온라인상의 시장가격을 검색하기 위해 최저가검색사이트에서 조사가 수행되었으며, 어린이보험과 문화센터, 돌앨범스튜디오 비용도 개별사이트를 방문하여 인터넷조사로 이루어졌다. 2014년 조사에서 보강된 온라인조사의 설계는 다음 절에서 보다 상세히 소개하고자 한다. 네 번째로 부모가 체감하고 경험하는 육아물가체감조사를 위해 웹조사시스템을 통해 이루어졌는데, 조사용역회사의 패널 중 영유아자녀를 양육하고 있는 전국의 어머니 887명을 대상으로 1~3차 패널조사를 시행하였다”(최윤경 외, 2013, p.28).

2014년 육아물가지조사 및 영유아부모 육아체감물가지조사는 2013년 1년차 조사와 마찬가지로 동일한 조사설계를 적용하여 5월, 7월, 9월 총 3회로 실시하였으며, 이 결과를 바탕으로 2014년 연간 물가지수와 체감지수를 산출하였다. 이후 지속되는 2015년 물가지조사를 통해 육아물가 추이를 분석할 계획이다.

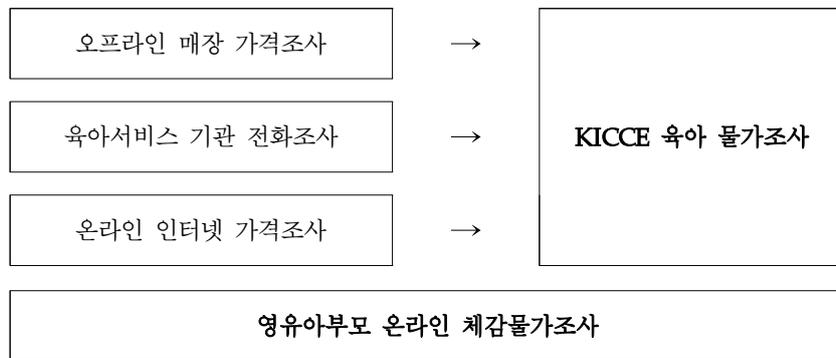
나. 온라인 조사설계

영유아부모 면담 결과 대부분의 부모는 주요 상품을 구입할 때 '인터넷'에서

7) 연속과제로서 조사설계의 상세내용 및 대표품목의 상세규격은 작년 보고서 내용을 참조하기 바람. 올해 데이터를 새로 반영한 내용 위주로 기술함(자료 및 참조: 최윤경 외, 2013). 조사의 개요는 2013년 물가지조사 설계에 대한 최윤경 외, 2013, p.28-31 내용을 재구성함.

가격을 비교하고 구입하는 것으로 나타났다(부록1 참조). 특히 부피가 큰 내구재를 구입할 때와 자녀가 어려 외부에서 물건을 구입하기 어려운 경우 인터넷을 이용해 육아품목을 보다 저가로 대용량으로 구매하는 경향이 두드러졌다. 통계청에서는 소비자물가지수의 체감도를 높이고 「정부 3.0」 선도를 위해 통계청의 물가정보와 민간의 데이터를 융합한 「빅데이터를 활용한 온라인 물가 작성 시스템」을 개발하여 시험운영을 진행 중에 있다(통계청(2014b) 보도자료, 2014.2.17).

따라서 본 연구에서는 2014년 지수 산출에 인터넷을 이용한 가격조사 수행을 보장하여 인터넷 가격 데이터도 육가물가지수로 반영하고자 하였다.



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

[그림 II-1-1] KICCE 육아물가조사 설계

구체적으로 온라인 가격 조사는 대부분의 영유아 부모들이 가격비교 사이트를 이용하여 구매하고자 하는 상품의 가격을 비교하고 가장 최저가가 형성되는 곳에서 구매하는 것으로 드러남에 따라, 품목별로 가격조사의 기준을 정해 가격비교 사이트에서 육아품목의 가격을 조사하였다. [그림 II-1-2]은 가격비교 사이트의 화면을 예시한 것으로, 첫 번째 기준으로는 최대한 오프라인에서 조사하고 있는 같은 브랜드의 같은 규격의 품목 가격을 조사하는 것을 원칙으로 하여 적용하였다. 두 번째는 이 작업이 어려울 경우 가격비교 사이트에서 나타나는 판매량과 가격을 기준으로 하여 우선 판매량이 높은 순으로 하여 품목과 브랜드, 규격, 가격 등을 조사하고 가격을 기준으로 하여 고가순, 저가순으로 상품을 정렬하여 고가의 상품과 저가의 상품의 가격을 조사하였다. 오프라인과 같은 브랜

드의 제품을 조사할 때는 그 상품의 전체 가격 범위를 알아보기 위해 아래 [그림 II-1-2]과 같이 저가부터 가격 3개, 고가부터 가격 3개씩을 조사하였고, 판매량을 고려하여 고가-저가 순서로 가격을 조사할 때에는 보다 다양한 가격분포의 특성을 반영하기 위해 5개씩의 가격을 조사하였다.



자료: 가격비교사이트, 에누리닷컴(www.enuri.com) 2014. 6.10 인출.

[그림 II-1-2] 가격비교 사이트 온라인물가 조사 예시

3) 조사지역 및 대상처

조사지역은 서울⁸⁾에 한정하였으며, 조사대상처는 서울 25개구 11개 권역(동부, 서부, 남부, 북부, 중부, 강동, 강서, 강남, 동작, 성동, 성북)⁹⁾에 균등하게 분포하되¹⁰⁾, 작년 조사대상처와 지속성을 고려하여 올해 계속적으로 조사가 가능한 대상처를 유의추출하여 선정하였다.

오프라인 조사는 서울소재 내 대형마트 11곳, 소형마트 22곳, 백화점 7곳, 유

- 8) 조사지역을 '서울'로 한정한 이유는, 물가지수 산출의 근거가 되는 육아용품과 가중치 산정을 위한 기초조사를 2012년 서울지역에서 실시한 관계로(최윤경 외, 2012), 전년도 기초조사와 지수산출의 연계를 확보하기 위함임.
- 9) 동부(동대문구, 중랑구), 서부(서대문구, 은평구, 마포구), 남부(구로구, 영등포구, 금천구), 북부(노원구, 도봉구), 중부(중로구, 중구, 용산구), 강동(송파구, 강동구), 강서구(강서구, 양천구), 강남(강남구, 서초구), 동작(동작구, 관악구), 성동(성동구, 광진구), 성북(성북구, 강북구)
- 10) 지역여건 또는 전체 할당수에 따라서 해당권역에 대한 조사선정이 이루어지지 못한 곳도 있음.

아편집샵(유아전문매장) 5곳으로 구성하여 작년 조사특성에 기초하여 유통채널별 점포수를 일부 조정하였다. 2013년 대비 2014년에는 대형마트의 점포수를 축소하고 소형마트를 늘렸는데, 이는 대형마트간의 정규상품의 가격 차이가 미미한 반면, 정부의 대형마트 영업시간 규제로 이용률이 늘어난 소형마트의 경우 점포의 위치와 규모 등에 따라 특성이 다양하고 가격의 편차 또한 큼을 고려하여 대상처 표집을 늘렸다.

〈표 II-1-1〉 2014년 육아물가조사 기관 수(오프라인)

권역	대형마트	대형마트 내 유아전문매장	소형마트	백화점	유아편집샵
동부	2	3	2	-	-
서부	1	1	3	-	1
남부	2	5	2	1	1
북부	1	3	1	1	-
중부	-	-	3	1	-
강동	3	4	2	1	1
강서	1	4	1	1	1
강남	-	-	2	1	1
동작	-	-	2	-	-
성동	1	1	2	-	-
성북	-	1	2	1	-
2014년 전체	11	22	22	7	5
2013년 전체	22	22	11	8	6

자료: 본 연구에서 수행한 2013-2014 육아물가조사 분석결과임¹¹⁾.

육아서비스 기관 전화 및 인터넷 조사는 서울 소재 유치원 150개원, 어린이집 170개소, 소아과 40곳, 산후조리원 70곳, 영어학원 33곳, 미술학원 35곳, 태권도 학원 35곳, 돌앨범스튜디오 11곳, 문화센터 15곳으로, 총 558개 기관에서 수행되었다. 2013년 조사와 비교하면 40개 기관이 증가하였다.

11) 2013 육아물가조사는 최윤경·박진아·이세원(2013) 연구 참조. 이후 동일내용 적용함.

〈표 II-1-2〉 2014년 육아물가지조사 기관 수(전화조사, 인터넷)

구분	유치원	어린이집	소아과	산후 조리원	영어 학원	미술 학원	태권도 학원	문화센터	돌앨범 스튜디오	전체
강남구	5	7	-	9	2	2	1	1	1	28
강동구	6	7	2	4	-	1	2	1	-	23
강북구	3	5	-	2	1	2	2	-	-	15
강서구	7	8	2	6	2	2	1	-	1	29
관악구	6	8	1	2	-	1	2	-	-	20
광진구	7	6	2	2	3	-	1	1	1	23
구로구	7	7	2	2	1	-	2	1	-	22
금천구	6	6	2	2	-	-	1	1	1	19
노원구	6	8	2	3	2	2	2	1	-	26
도봉구	6	7	2	4	-	2	1	-	1	23
동대문구	6	7	2	2	-	2	-	1	1	21
동작구	6	7	2	1	4	2	2	-	-	24
마포구	6	7	1	1	2	2	2	1	-	22
서대문구	6	5	2	1	2	2	2	-	-	20
서초구	5	7	2	1	2	2	1	-	-	20
성동구	6	8	2	1	1	2	-	-	-	20
성북구	6	7	2	4	1	2	2	1	-	25
송파구	7	7	2	3	2	-	2	2	1	26
양천구	6	7	2	6	2	2	1	-	1	27
영등포구	6	7	1	3	-	2	2	2	1	24
용산구	6	7	2	-	2	-	1	-	-	18
은평구	7	8	2	6	-	2	2	1	-	28
종로구	6	6	1	-	1	1	1	-	1	17
중구	6	4	-	1	2	1	1	1	-	16
중랑구	6	7	2	4	1	1	1	-	-	22
2014년	150	170	40	70	33	35	35	15	10	558
2013년	148	160	41	75	30	31	33	15	11	518

자료: 본 연구에서 수행한 2013-2014 육아물가지조사 분석결과임.

〈표 II-1-3〉 2014년 서비스가격 전화조사대상 기관 특성

항목	단위: %		
	5월	7월	9월
계	100.0	100.0	100.0
기관분류			
유치원	28.1	27.6	28.1
어린이집	31.9	33.1	33.8
소아과	7.5	6.9	7.3

(표 II-1-3 계속)

항목	5월	7월	9월	
산후조리원	13.1	13.7	13.8	
영어학원	6.2	5.9	5.5	
태권도학원	6.6	6.5	5.7	
미술학원	6.6	6.3	5.7	
지역(권역분류)				
서울 북동권	31.5	32.2	32.7	
서울 북서권	22.0	21.6	21.3	
서울 남동권	17.1	17.3	16.0	
서울 남서권	29.5	28.8	29.9	
기관유형				
유치원	국공립	35.3	35.6	35.2
	사립	64.7	64.4	64.8
어린이집	국공립/법인/직장	25.9	26.5	27.3
	민간	47.6	46.9	44.8
	가정	26.5	26.5	27.9
기관 규모				
유치원	100명 미만	62.0	63.7	63.3
	100명 이상	38.0	36.3	36.7
어린이집	50명 미만	60.0	61.1	61.7
	50명 이상	40.0	38.9	38.3
의료기관	대형종합병원	10.0	8.8	9.1
	소아과	90.0	91.2	90.9

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

2. 하위지수 산출을 위한 육아대표품목의 검토 및 가중치 작업

2012-2013년 육아생계비 조사와 이에 기초한 지출비용의 검토와 분류, 조정의 작업을 거쳐 최종 육아대표품목과 가중치를 산출한 바 있다(최윤경 외, 2012; 최윤경 외, 2013 참조). 2014년에도 기 구성된 육아바스켓의 품목 구성과 산출된 가중치 비중에 대해 영유아부모를 대상으로 FGI를 실시하여 변화한 육아트렌드를 검토하고 타당도를 점검하였다. 면담 결과, 신생아·영아기에 필요한 품목과 지출비용이 유아기와 다름에 대한 의견이 있었으며, 그동안의 전문가 자문을 통

해서도 영아지수와 유아지수로 나누어 구성하는 것이 유의하겠다는 의견이 있어 발달단계별 하위지수를 산출하였다.

가. 육아대표품목의 검토 및 가중치 추가 산출

가구 특성별 가중치 산출을 위해 2012년 육아생계비 조사결과를 활용하였다. 2012년 조사는 6월 한 달의 한정된 기간 동안의 설문조사 방법으로 인해 내구재의 월 가중치 비중이 높게 나타난 경향이 있어 2013년 연구에서는 내구재 품목의 다양한 내구연한을 1년으로 가정하여 월지출비용을 연지출비용으로 재산출하였다. 유모차, 보행기와 같은 내구재의 월 구입비용은 1년간의 소비지출로 간주하였다면, 유치원·어린이집·보험과 같이 매월 납입 또는 구매하는 비용은 12개월을 곱하여 연 지출비용으로 산출하였다.

육아소비재의 경우 가구당 월평균 비용을 계산한 후 품목별 구매시기, 구매빈도, 구매수량들을 다양하게 고려하여 소비재 품목의 연간 총 지출로 추정하여 품목별 가중치를 산출하는 방식을 이용하였다(최윤경 외, 2013, p.22-23).

가구 특성에 따른 가중치 산출에서도 이와 같은 방법을 이용하여 영유아 가구의 소비지출을 1년간의 소비지출로 펼쳐 각 품목별 가중치를 산출하였다. 지수 산출을 위한 육아대표품목 53개(상품 44개, 서비스 9개)의 가중치에는 유사분류로 묶일 수 있는 항목을 포함하여 가중치가 합쳐지도록 산출하였기 때문에 가중치 산출을 위해 고려한 육아 상품과 서비스의 품목 수는 이보다 많았다(1차안: 160개, 2차안: 80개).

나. 발달시기별(영아, 유아) 월지출비용 기초통계

영유아 가구의 발달시기별(영아, 유아)에 따른 80개 항목의 월 지출비용 기초통계는 다음 <표 II-2-1>과 같다.

<표 II-2-1> 발달시기별 육아품목지출 기초통계

단위: 가구, 원

가중치 품목	2012년 육아대표품목	영아가구		유아가구	
		가구 수	평균지출	가구 수	평균지출
식료품					
우유	우유	133	30,788	199	33,775
두유	두유	53	22,670	62	17,214

(표 II-2-1 계속)

가중치 품목	2012년 육아대표품목	영아가구		유아가구	
		가구 수	평균지출	가구 수	평균지출
칫솔	유아칫솔	98	2,993	125	3,949
로션	로션	146	14,369	122	5,635
	선블록	35	9,554	58	4,314
	기타 피부관리용품	9	5,263	1	2,417
욕조	욕조/목욕통	24	50,572	4	9,183
유축기	유축기	23	111,723	3	63,333
체온기	체온계(의료기기)	41	56,870	20	42,903
예방접종비	영유아 예방접종비	97	35,474	51	20,134
오락/문화					
카시트	카시트	43	361,372	9	333,333
유모차	유모차	72	447,770	6	283,333
아기띠	아기띠/슬링	57	119,439	3	166,333
보행기	보행기	28	90,785	0	-
	쏘서	8	103,125	0	-
블록(장난감)	바운서	20	76,975	0	-
	인형	16	23,947	26	29,470
	자동차	21	18,321	32	32,451
	공	18	11,207	14	4,957
	블록	20	73,042	27	37,794
	기타장난감 (신규생성)	7	114,400	10	35,410
자전거	자전거	15	109,967	34	103,397
놀이방매트	놀이방매트	51	125,563	23	67,288
돌앨범	돌/성장앨범	38	896,645	7	872,857
교육					
영유아학습지	방문학습지	9	50,000	59	61,458
영유아교재교구	영유아 교재	45	364,311	65	189,624
	영유아 교구	13	123,468	28	113,341
영유아책	영유아 책	48	213,076	95	157,057
유치원순교육비	유치원 순수교육비	0	-	33	358,545
유치원추가비용	유치원 특기활동 등 추가 비용	1	52,000	25	107,560
영유아영어학원	영유아 전문학원/놀이학교	7	78,429	6	92,500
	외국어 학원	1	50,000	5	313,000
사교육	음악학원	1	70,000	14	114,286
	미술학원	0	-	13	120,385
	운동학원	0	-	18	78,778
기타상품 및 서비스					
어린이보험	영유아 대상 보험	90	63,251	103	63,722
어린이집보육료	어린이집 순 이용료	37	136,252	69	167,123
어린이집추가비용	어린이집 추가비용	24	81,424	52	83,308
산후조리원	산후조리원	22	209,091	0	-

(표 II-2-1 계속)

가중치 품목	2012년 육아대표품목	영아가구		유아가구	
		가구 수	평균지출	가구 수	평균지출
치즈	치즈	126	12,888	168	13,588
요거트	요구르트/요플레	92	12,396	162	10,441
분유	분유	75	108,079	7	72,214
이유식	이유식(총합) (신규생성)	20	73,835	11	7,762
시리얼	과자	110	11,774	187	14,299
의류/신발					
배넛저고리	배넛저고리/배넛가운	60	43,313	4	11,375
	바디슈트/우주복	57	39,176	3	31,500
상의	짧은소매(민소매) 상의	124	21,689	141	13,285
	긴소매 상의	73	24,290	86	18,684
하의	짧은바지	110	16,322	123	14,893
	긴바지	80	16,990	98	11,798
외투류	외투류	63	34,808	77	24,419
외출복	여아용 원피스	45	25,311	65	22,233
	여아용 드레스	7	45,131	10	10,500
	남아용 정장	1	7,917	3	5,819
내의	내의 - 상의	105	17,200	100	7,127
	내의 - 하의	98	15,576	96	7,148
신발	운동화	86	23,279	127	18,300
	구두	19	17,886	47	11,730
	샌들/슬리퍼	74	6,903	109	9,026
	실내화	5	2,433	20	1,952
	방한화/장화	10	8,983	32	10,918
주거관련					
침대	침대	25	434,890	10	722,250
아기식탁의자	의자(식탁의자)	15	46,911	5	61,800
이불	두꺼운 이불	26	142,753	15	32,088
	얇은 이불	61	59,371	40	31,002
	담요	14	49,381	3	41,556
	요	24	48,774	7	27,905
겉싸개	겉싸개	43	65,490	2	40,000
속싸개	속싸개	44	35,305	2	12,500
가정/가사용품					
젓병	젓병	68	34,908	4	20,125
젓꼭지	젓꼭지	50	16,528	3	11,500
소독기	소독기	18	94,659	1	140,000
아기전용세탁세제	아기전용 세탁세제	84	15,264	15	7,930
의료/보건					
비타민	비타민 등 영양제류	30	20,281	54	38,123
	건강보조제품/보약	9	25,463	25	54,846
	유산균	13	49,513	11	35,752
기저귀	기저귀	151	70,091	16	129,428
물티슈	물티슈	167	18,713	69	11,487
샴푸	샴푸(비누)	138	13,833	120	5,730
치약	유아치약	84	2,277	104	1,871

자료: 2012 서울지역 육아생계비 조사 결과(최윤경 외, 2012)

〈표 II-2-2〉 발달시기별 영유아가구 소비지출/소득 현황

구분	단위: 원	
	영아(N=240)	유아(N=210)
월평균 소비지출	1,891,042	2,275,910
월평균지출총액	2,877,042	3,260,286
월평균소득총액	3,654,100	4,158,143
월평균 육아품목지출총액(육아품목_160)	1,400,356	929,284
월평균 육아대표품목지출총액	1,057,550	710,538

자료: 2012 서울지역 육아생계비 조사 결과(최윤경 외, 2012)

발달시기에 따라 가구의 소비지출 패턴은 확실히 차이가 났다. 상품과 서비스의 특성에 따라 영아가 주로 사용하는 내구재의 경우 영아가구의 지출이 높게 나타났고 유아가구는 유아들이 주로 이용하는 서비스 품목에서 지출이 높게 나타났다. 첫째자녀를 기준으로 하다 보니 월평균 소비지출, 지출총액, 소득총액 모두 영아 가구가 낮게 나타났다. 그러나 육아품목지출 총액 비교해 보면 영아가구의 지출이 큰 것을 알 수 있다. 2012년 조사 당시 전체 육아품목 지출 총액은 영아 가구가 약140만원, 유아가구가 약93만원으로 나타났고 위의 <표 II-2-2>에서와 같이 육아물가지수 산출을 위한 대표품목의 지출에서도 영아가구가 약106만원, 유아가구가 71만원으로 그 차이가 나타났다. 이를 바탕으로 발달시기별 육아품목 가중치를 다음 <표 II-2-3>과 같이 산출하였다.

영아가구와 유아가구의 지출패턴의 차이를 반영하기 위해, 기존 53개 품목의 영유아 가구특성별 가중치를 산출하여 검토하고, 영유아 가구 특성에 따른 53개 품목의 지출 비중을 고려하여 영아가구와 유아가구의 품목을 다시 구성하였다.

영아가구는 기존 53개 품목 중 유치원 순교육비, 유치원추가비용, 영유아 영어학원을 제외한 50개 품목으로 바스켓을 구성하였고, 유아가구는 영아에게 해당하는 분유, 이유식, 배냇저고리, 아기식탁의자, 걸싸개, 속싸개, 젖병, 젖꼭지, 젖병소독기, 아기전용세탁세제, 기저귀, 욕조, 유축기, 체온기, 예방접종비 등을 제외한 33개의 품목으로 구성하였다. 발달시기별 품목을 기준으로 새롭게 영아가구와 유아가구의 가중치를 다음 <표 II-2-3>과 같이 산출하였다.

〈표 II-2-3〉 발달시기별 육아품목 가중치 산출

연번	품목	연간 가중치	CPI가중치		가중치 추가 산출	
			서울	전국	영아	유아
	소비자 물가지수	1,00.0				
	육아물가지수	1,000.00			1,000.00	1,000.00

(표 II-2-3 계속)

연번	품목	연간 가중치	CPI가중치		가중치 추가 산출	
			서울	전국	영아	유아
식료품 및 관련 서비스		193.83	8.2	8.7	235.21	155.78
1	우유	38.49	5.4	5.8	29.26	51.41
2	두유	16.15	0.6	0.8	17.17	16.33
3	치즈	27.80	0.5	0.5	23.20	34.92
4	요거트	20.15	-	-	16.30	25.87
5	분유	61.29	0.9	0.8	115.84	-
6	이유식	11.12	0.1	0.1	21.10	-
7	시리얼	18.83	0.7	0.7	12.33	27.26
의류/신발 관련 서비스		36.60	0.7	1.0	42.44	33.00
8	배넛저고리	2.95	-	-	5.75	-
9	상의	8.72	-	-	9.54	8.54
10	하의	6.63	-	-	6.99	6.81
11	외투류	4.83	-	-	5.22	4.67
12	외출복	3.59	-	-	3.48	3.99
13	내의	5.61	-	-	7.93	3.57
14	신발	4.27	0.7	1.0	3.52	5.42
주택/수도/전기 및 주거서비스		21.25	-	-	30.77	11.81
15	침대	10.73	-	-	12.95	9.21
16	아기식탁의자	1.20	-	-	1.68	-
17	이불	6.66	-	-	10.95	2.60
18	겉싸개	1.72	-	-	3.35	-
19	속싸개	0.94	-	-	1.85	-
가정용품 및 가사서비스		9.37	-	-	17.72	-
20	젓병	2.91	-	-	5.65	-
21	젓꼭지	2.04	-	-	3.94	-
22	소독기	1.09	-	-	2.03	-
23	아기전용세탁세제	3.32	-	-	6.11	-
의료용품 및 보건서비스		177.04	7.3	7.7	274.46	39.85
24	비타민	9.74	0.6	0.6	6.24	14.25
25	기저귀	90.06	1.9	2.1	151.24	-
26	물티슈	26.98	-	-	44.66	12.12
27	샴푸	3.08	0.9	1.0	4.54	1.76
28	치약	2.75	0.3	0.3	2.74	2.98
29	칫솔	5.60	0.4	0.4	4.19	7.55
30	로션	2.03	2.0	2.0	2.96	1.20
31	욕조	1.48	-	-	2.89	-
32	유축기	1.64	-	-	3.06	-
33	체온기	1.89	0.2	0.3	2.78	-
34	예방접종비	31.80	1.0	1.0	49.17	-

(표 II-2-3 계속)

연번	품목	연간 가중치	CPI가중치		가중치 추가 산출	
			서울	전국	영아	유아
	오락/문화용품 및 관련서비스	73.82	2.2	2.4	124.86	14.41
35	카시트	11.00	-	-	18.50	3.82
36	유모차	20.13	0.8	0.8	38.39	-
37	아기띠	4.33	-	-	8.10	-
38	보행기	2.91	-	-	5.84	-
39	블록(장난감)	3.84	1.3	1.5	3.85	4.14
40	자전거	3.06	0.1	0.1	1.97	4.48
41	놀이방매트	4.72	-	-	7.63	1.97
42	돌앨범	23.83	-	-	40.57	-
	교육용품 및 교육서비스	219.97	16.2	16.6	41.05	418.86
43	영유아학습지	29.01	6.5	8.4	6.43	55.46
44	영유아책	14.91	-	-	12.18	19.02
45	영유아교재교구	19.87	0.9	1.3	21.44	19.75
46	유치원순교육비 ¹²⁾	84.21	8.8	6.9	-	180.97
47	유치원추가비용	19.51	-	-	-	41.13
48	영유아영어학원	19.35	-	-	-	32.42
49	시간제학원	33.11	-	-	1.00	70.10
	기타상품 및 서비스	268.11	7.7	10.5	233.49	326.29
50	어린이보험	72.69	-	-	67.78	83.66
51	어린이집보육료 ⁷⁾	117.95	-	-	72.04	176.38
52	어린이집추가비용	44.74	6.9	10.0	27.93	66.26
53	산후조리원	32.74	0.8	0.5	65.74	-

주: 이 표에 반영된 CPI가중치는 2013년 12월 통계청의 가중치 개편작업 이전의 것임.

- 12) 어린이집과 유치원 가중치 관련하여, 가중치 산출에 기준이 된 2012년 이후 만 3~4세 지원까지 확대됨에 따라 가구의 기관서비스 비용 지출 감소분을 비중에 반영하고자 하였으나 작년 조사를 기준으로 가중치를 조정할 수 있는 객관적인 자료를 확보하지 못함. 2013년 영유아가구의 부담 비용은 줄었으나 지원의 확대로 어린이집·유치원 이용자 빈도는 늘어나는 추세를 보이므로(최윤경·민정원·김기환·이세원, 2013) 작년 대비 영유아 가구의 기관서비스 이용 비용에 큰 차이가 없을 것으로 판단하여 작년과 동일하게 비중을 가져감.

Ⅲ. 육아물가지수 산출을 통한 육아물가 동향

2012-2013년 3-5세 누리과정과 무상 영아보육, 그리고 양육수당의 지급으로 본격화 된 육아지원의 확대가 시장가격의 측면에서 어떠한 정책적 효과를 갖는지 2013년에 이어 2014년 육아물가지수의 산출을 통해서 살펴보았다. 이를 위해 2014년 연구에서는 기존의 다양한 지수 산출방식(I, II, III-1, III-2)에서 확장하여, '온라인 육아물가지수'와 영유아 발달단계별 하위지수(영아물가지수, 유아물가지수)를 추가적으로 산출하였다. 이를 통해 수요자 부모와 영유아가구의 입장에서 시장가격의 변동을 가늠하고, 육아소비지출의 트렌드를 반영한 육아물가 동향을 파악하고자 하였다.

첫째, 육아물가지수(I)은 소비자물가지수의 481개 품목 중 영유아의 육아품목에 해당하는 12개 품목의 지수를 활용하여 영유아가구 육아비 지출의 비중(KICCE 가중치)을 고려하여 가중 평균하여 산출하였다.

육아물가지수(II)부터는 2012년 서울지역 육아생계비 조사(최윤경 외, 2012)에 근거한 육아대표품목과 가중치를 적용하여 53개 육아대표 품목에 대해 지수를 산출한 것으로, 육아물가지수(II)는 현행 통계청의 소비자물가조사 방법인 대표 품목 1개 규격에 대한 CPI가격조사 방식을 적용한 것으로, 예를 들어 우유의 경우 1개 브랜드 1개 규격의 품목만을 추적 조사한 결과이다.

셋째, 육아물가지수(III-1, III-2)는 다양한 가격수준의 품목들을 상품군으로 선정하여 해당 가격데이터의 평균치를 적용한 것으로, 지수(III-1)가 고가-베스트-저가의 대표 상품군의 가격을 모두 평균한 것이라면, 지수(III-2)는 영유아부모가 가장 많이 이용하는 베스트 상품군의 가격만을 평균한 결과이다.

지난 연구에서 보고한대로 이러한 베스트, 고가, 저가의 대표 육아상품군의 선정은 2012 육아생계비조사 결과와 업계전문가 및 영유아부모 대상 FGI 통해 최종 산출하였으며(최윤경 외, 2012; 최윤경 외, 2013 참조), 2014년에도 현재의 육아대표품목 및 규격의 구성과 가중치 비중에 대해 영유아부모 FGI와 업계 전문가 면담, 그리고 관련된 공개자료들(예: 유치원알리미 공시자료, 지자체 보육료상한제, 육아정책연구소 비용 관련 연구자료, 유제품 가격 인상 기사자료 등)을 통해 전문가적 판단에 의해 타당도를 검토한 바 있다¹³⁾.

넷째, 온라인 육아물가지수(IV)는 영유아부모의 육아품목 구입에서 인터넷을

통한 구입의 비중이 큼을 고려하여 별도의 조사설계와 가중치 산출 및 품목구성을 하였다(※부록그림 1-2 참조: 기저귀 82.0%, 분유 62.2% 인터넷에서 구입). 이를 통해 영유아가구의 육아품목 지출에서 중요한 비중을 차지하는 온라인 유통채널을 통한 구매 가격은 어떠한 특성을 지니는지 검토하였다.

다섯째, 영유아가구 중에서도 영아기, 유아기 자녀를 둔 자녀의 발달연령에 따라 구입하는 품목과 소비의 패턴, 지출비중에 유의한 차이가 있으므로, 이러한 영유아가구의 생애주기적 특성에 따른 육아소비와 부담의 차이를 반영할 수 있는 영아물가지수(V-1)와 유아물가지수(V-2)로 나누어 산출하였다.

1. 소비자물가지수의 육아품목을 활용한 육아물가지수(Ⅰ)

전국 가구 대상 통계청 소비자물가지수 산출에 포함된 481개 품목 중, 영유아 자녀 양육의 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, 2010년을 기준으로 2014년 9월까지 산출한 연간 지수에서 육아상품 중에서는 (2013년도 동향과 마찬가지로) '어린이 승용물'과 '유아복'의 지수가 가장 높다. 상대적으로 '유치원(72.3)'과 '어린이집 보육료(55.8)' 지수가 낮아, 교육비·보육료 지원의 효과가 소비자 물가에 반영된 결과이다. 그 다음으로 '유모차'의 지수가 낮는데, 가격변동의 측면에서도 2013년 대비 소비자물가지수의 상승폭(1.2%p)만큼 유모차 가격이 떨어진 것으로 나타났다. 기저귀(+0.6)와 산후조리원(-0.6)의 경우에도 작년 연 지수 대비 상승폭이 적게 나타났다. 그러나, '분유(+6.0)'와 '유아복(+3.9)', '어린이승용물(+5.1)'의 상승폭이 크다. "저출산 대응의 일환으로 분유와 기저귀, 산후조리원 등의 육아품목에 대해 부가가치세가 면제된 점을 고려할 때, 해당품목의 가격추이에 대한 모니터링과 정책적 효과에 대

13) 2014년 영유아부모 FGI를 통해 2013년에 적용한 육아품목과 해당상품의 상세규격, 지출비중에 대해 논의한 결과, 유치원과 어린이집 비용 등 대체로 큰 변화는 없는 가운데 이유식의 경우 최근에는 만들어진 제품으로 구입하는 경우가 줄어든 것으로, 그리고 우유의 경우 유아 1인용 포장을 좀 더 선호하고, 유모차 등의 구입에 육아용품 박람회 등을 통해 저렴하게 구입하는 경향이 늘어났으며, 폐구균의 예방접종이 정부지원항목으로 편입되는 등 크고 작은 변화와 최근의 트렌드에 대해 논의함. 그러나 2014년 현재 시점 대표품목 바스켓의 동질성 유지를 변경해야 할 만큼의 큰 변화는 아닌 것으로 판단하여 2013년의 품목과 가중치를 그대로 반영함. 추후 육아비용 지출에 대한 조사가 수행될 경우, 이러한 변화가 반영될 필요가 있음.

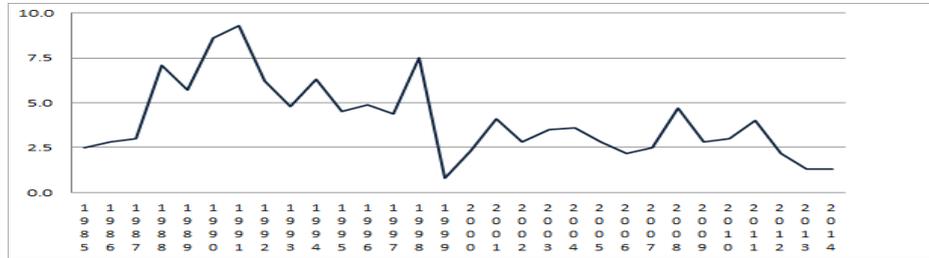
한 논의가 적극적으로 이루어질 필요가 있다”(최윤경 외, 2013, p.38). 또한 저출산 관련 정부 공약사업으로 시행 예정인 「저소득층 대상 조제분유·기저귀 지원 사업」을 고려할 때, 육아지원품목과 지원 설계의 확장이 해당 품목의 시장가격과 어떠한 관계를 갖는지 파악하는 것이 중요하다. 대표적인 육아지원품목인 어린이집과 유치원의 가격변동에 대해서도 보다 장기적인 추세 속에서 파악할 필요가 있으며, 특별히 영유아가구 관점의 육아품목바스켓 전체와 개별품목에 대한 분석이 지속되어야 할 것이다.

〈표 III-1-1〉 1995-2014 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
15년 평균	1.63	4.25	2.46	2.39	1.89	0.32	3.04			4.48	3.3 (10년간)	3.09	-	352산 319기
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
14.9	114.4	101.4	116.8	106.4	105.8	103.3	117.3	105.2	90.8	72.3	109.0	55.8	109.1	1.3

주: 15년 평균 - 1995~2010년(CPI 기준년도) 15년간의 품목별 지수상승을 산술/기하 평균함. 소비자물가상승률(소비자물가지수의 전년 대비 변화율(상승률))과 다름. 제시된 지수는 연간 지수임.
 자료: 통계청(2014c)-통계청 소비자물가지수 (1995~2013년, 2014년 1-9월 자료 업데이트).
 최윤경 외(2013). KICCE 육아물가지수 기초 연구. 36-37p 재인용.

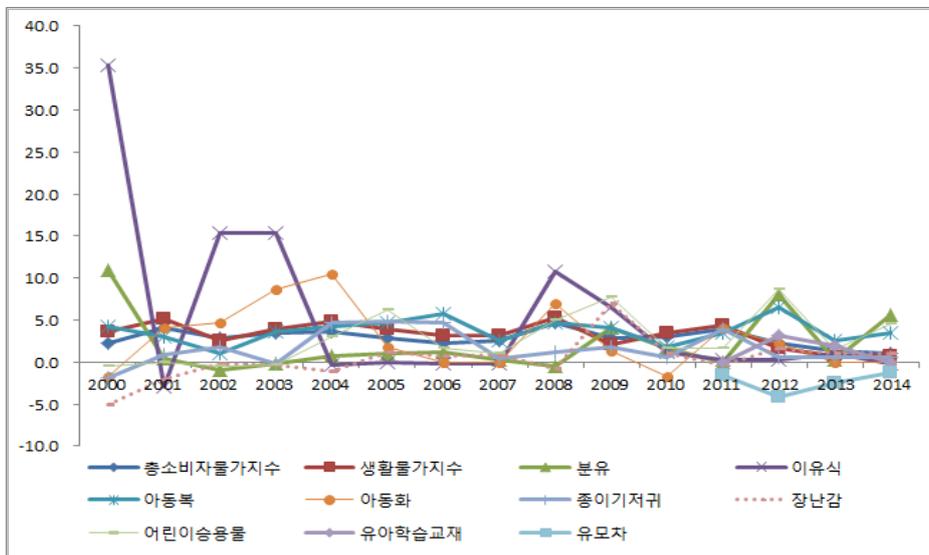


자료: 통계청(2014c)-통계청 소비자물가지수 (1985~2014년)

[그림 III-1-1] 소비자물가상승률(1985-2014)

연간 소비자물가 상승률에서도 2012년 이후 1%대의 낮은 물가상승을 유지하고 있으며(통계청, 2014c) 생산자물가지수 등 다른 주요 물가지수도 동일한 저물가상승 또는 하락의 기초를 보이고 있다(한국은행, 2014b). 여기에 2012년부터 시작된 영아 무상보육과 5세 누리과정 지원이 기여를 하였으며, 전체 물가지수의 추이에서 그러한 기초는 대체로 유지되고 있다.

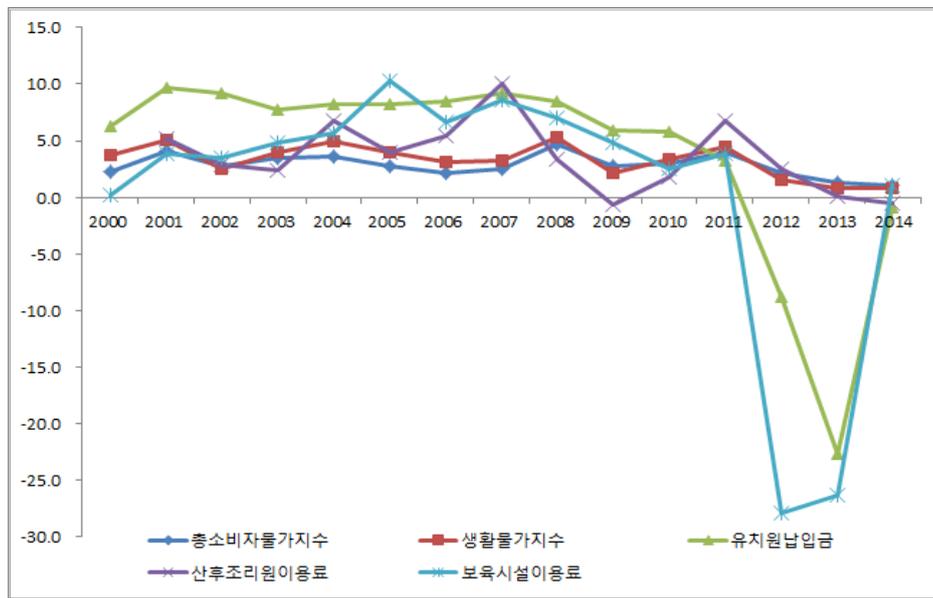
가. 육아품목간 등락을 비교



자료: 통계청(2014c)-통계청 소비자물가지수 (2000~2014년)

[그림 III-1-2] 육아상품 물가 등락을 추이(2000-2014. 9월)

품목별 연간 등락률 추이를 살펴보면 유모차 가격의 하락 추세가 2011년부터 지속되고 있음을 알 수 있으며, 반면 '분유'와 '유아복', '어린이승용물'은 3개 품목이 유사하게 큰 폭의 가격상승과 하락을 반복하는 지그재그형 가격 추이를 보이고 있다(그림 III-1-2). 서비스의 경우 육아지원의 확대로 높은 하락폭을 보였던 등락률이 2013-2014년에는 눈에 띄는 등락을 보이지는 않으며, 산후조리원의 경우 낮은 상승률을 보이고 있다(그림 III-1-3).



자료: 통계청(2014c)-통계청 소비자물가지수 (2000-2014년)

[그림 III-1-3] 육아서비스 물가 등락률 추이(2000-2014. 9월)

나. 소비자물가지수의 육아품목을 활용한 육아물가지수(Ⅰ)

통계청 소비자물가지수에 제시된 육아 품목별 CPI 지수를 이용하여, 12개 품목 가격만으로 구성된 육아물가지수를 전국도시가구의 소비지출비중(CPI 가중치)이 아닌, 영유아가구의 소비지출비중(KICCE 육아가중치)을 적용하여 영유아가구 고유의 소비지출 관점에서 산출하였다. 전국 도시가구의 소비자물가지수가 2013년 5월, 7월, 9월 대비 1.6% ~ 1.2% 상승하는 동안, 육아물가지수(Ⅰ)는 소비자물가상승률보다 높은 2.7~4.7% 상승폭을 보였다.

개별 품목별로, 우선 정부의 육아지원 품목인 '유치원'과 '어린이집'의 연간 가격 상승폭이 크다. 서비스 품목을 살펴보면, 2013년 9월 대비 2014년 9월의 가격지수는 유치원(+4.2), 어린이집(+4.3), 산후조리원(-0.1)로, 연간 가격상승률은 유치원 +6.1%, 어린이집 +8.2%로 지난 1년간 목표상승률 이상의 높은 가격상승이 있었다. 육아지원의 확대로 2012년 이후 2013년 연간지수가 유치원(-21.3)과 어린이집(-19.7)로 유치원 -22.6%, 어린이집 -26.3%의 가격하락이 있었던 전년도의 경향과 상반된 것으로, 지속적인 모니터링이 필요하다.

앞서 전국가구의 소비자물가지수에서 살펴본대로, 분유와 어린이승용물, 유아복의 순으로 가격상승률이 크게 나타났다. 이유식과 장난감 가격은 다소 떨어진 것으로 나타났다.

CPI 가중치는 통계청에서 전국 전체 가구의 소비지출 비중을 적용하는 가중치로, 본 육아물가지수(I)은 2012년도 영유아가구 대상 육아생계비조사에 근거한 KICCE 육아가중치로 산출한 결과이다. 여러 육아용품 가운데 통계청에서 반영하는 481개 품목 중 육아와 관련된 12개 품목을 대상으로 지수를 산출했다는 점이 특징이다.

〈표 III-1-2〉 소비자물가지수의 육아품목을 활용한 육아물가지수(I)

(2010년=100)

구분	2013년			2014년			연간 상승률(%)		
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5월간	7월간	9월간
소비자물가지수	107.5	107.6	108.1	109.2	109.3	109.4	1.58	1.58	1.20
CH 가중치 적용 육아물가지수	84.85	84.76	84.96	87.42	87.73	87.64	3.03	3.50	3.15
KICCE 가중치 적용 육아물가지수	84.80	84.40	84.90	87.10	88.34	88.62	2.71	4.67	4.38
분유	108.3	108.1	108.8	108.9	121.6	121.6	0.55	12.49	11.76
이유식	101.7	101.3	101.9	100.6	101.6	101.7	-1.08	0.30	-0.20
유아복	113.7	113.7	113.7	117.7	117.7	117.7	3.52	3.52	3.52
아동화	106.4	106.4	106.4	106.4	106.4	106.4	0.00	0.00	0.00
종이거저귀	105.7	103.2	106.0	106.1	105.3	107.3	0.38	2.03	1.23
장난감	101.2	103.0	103.4	103.9	103.9	98.5	2.67	0.87	-4.74
어린이승용물(자전거,보행기)	112.3	112.2	112.3	118.2	118.4	118.2	5.25	5.53	5.25
유아학습교재(학습지,책,교구)	105.2	105.2	105.2	105.2	105.2	105.2	0.00	0.00	0.00
유모차	90.4	90.0	90.1	91.3	91.2	91.3	1.00	1.33	1.33
유치원납입금	69.0	69.0	69.0	73.2	73.2	73.2	6.09	6.09	6.09
산후조리원이용료	109.2	109.5	109.1	108.6	108.9	109.0	-0.55	-0.55	-0.09
어린이집이용료	52.5	52.5	52.5	56.8	56.8	56.8	8.19	8.19	8.19

자료: 통계청(2014c)-통계청 소비자물가지수자료 (2013년 5-9월, 2014년 5-9월)

이유식의 경우, 영유아부모 FGI를 통해서도 확인할 수 있었는데 최근 영유아 부모들은 자녀의 건강과 유기농식품에 대한 관심의 증대로 완제품으로 만들어진 이유식에 대한 구입이 줄어드는 추세를 반영한 결과로 보인다. 추후 가중치의 조정이 필요한 부분으로 보인다. 유아 교재교구와 책 등의 학습교재와 아동화는 지난 1년간 가격상승이 없었던 것으로 나타났다.

전반적으로 2012년 대비 2013년에 3~4세 무상보육·교육의 확대로 육아물가지수가 전년 대비 약 -9%p (CPI 가중치 적용시 -9.1%p, KICCE 가중치 적용시 -8.7%p) 가격하락을 보이던 것이 1년 만에 가격상승의 반등을 보임을 알 수 있다. 한편, 통계청의 전국 가구 CPI 가중치를 적용한 경우가 (서울지역) 영유아가구의 육아지출 가중치를 적용한 것에 비해 물가 상승폭이 좀 더 컸다. 전국 도시가구의 소비자물가지수에 비해 육아품목에 한정된 육아물가지수를 통해서 육아물가의 등락이 보다 정확히 파악되는 것으로 사료된다.

2. KICCE 육아품목을 활용한 CPI방식의 육아물가지수(II)

조사의 지속성과 물가 변동의 파악이라는 물가조사의 목적에 충실하고, 조사의 안정성을 고려한 방식이 통계청의 현행 CPI식 시장가격조사 방법이다. 이는 대체로 단 1개의 가장 대표성 있는 품목을 결정하여 안정적으로 오차 없이 동일하게 추적조사 하는 방식이다. 대표품목의 상세규격에는 브랜드, 구입장소(유통채널), 용량, 포장용기 등과 같은 제품 상태에 관한 세밀한 정보를 필요로 한다. 본 연구에서도 영유아부모 및 육아용품 시장전문가와의 지속적인 논의를 통해, 영유아자녀 양육에 필요한 주요 품목의 브랜드와 주 구입방식, 용량, 그리고 최근 구매 트렌드의 변화와 수요에 대해 파악하여 육아대표품목을 선정할 바 있다(최윤경 외, 2013, p.26-27 참조).

53개 품목별로 대표브랜드 제품을 선정하여 가격을 조사하되, 동일규격 동일 제품에 대해 유통채널(대형마트, 소형마켓, 백화점 등)별로 근소한 가격차이가 있어, 이를 평균한 값으로 산출하였다. 결과는 <표 III-2-1>과 같다.

53개 품목은 2012년도 영유아가구 총 양육비용의 평균 119만원의 75%수준에 해당되는 품목들로 구성되어있으며, 적절한 총액 규모를 가진 것으로 판단되어 KICCE 육아품목으로 정하여 가격조사를 실시하였다.

〈표 III-2-1〉 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 1) - CPI방식(지수 II)

단위: 원

연년	품목	2013년			2013년 평균가격	2014년			2014년 평균가격
		5월(기준) 가격	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
식료품									
1	우유	2,343	2,340	2,556	2,413	2,580	2,594	2,580	2,585
2	두유	14,977	15,210	14,228	14,805	14,886	14,585	14,103	14,525
3	치즈	5,333	5,334	5,334	5,334	5,314	5,395	5,314	5,341
4	요거트	2,540	2,542	2,543	2,542	2,740	2,769	2,741	2,750
5	분유	25,100	25,024	25,038	25,054	26,167	28,165	27,887	27,406
6	이유식	196,800	196,800	177,600	190,400	177,600	196,800	196,800	190,400
7	시리얼	5,887	5,723	5,998	5,869	5,265	5,489	5,164	5,306
의류/신발									
8	배냇저고리	17,000	18,000	17,000	17,333	18,875	18,500	18,333	18,569
9	상의	23,000	29,000	29,000	27,000	28,000	28,000	28,500	28,167
10	하의	35,000	35,000	29,000	33,000	35,000	35,000	39,000	36,333
11	외투류	55,000	55,000	79,000	63,000	55,000	55,000	80,667	63,556
12	외출복	66,500	66,500	65,000	66,000	61,176	62,125	66,417	63,239
13	내의	22,867	21,969	23,865	22,900	24,375	25,750	26,500	25,542
14	신발	48,000	38,000	48,000	44,667	47,333	47,333	49,000	47,889
주거관련									
15	침대(렌탈)	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000
16	아기식탁의자	52,833	50,333	55,000	52,722	51,500	48,000	55,000	51,500
17	이불	335,706	346,643	316,000	332,783	304,750	308,429	341,143	318,107
18	겉싸개	94,450	100,778	98,571	97,933	97,286	100,500	104,167	100,651
19	속싸개	26,700	25,048	29,955	27,234	23,571	27,000	30,125	26,899
가정/가사용품									
20	젓병	25,519	24,324	25,054	24,966	25,050	25,063	24,707	24,940
21	젓꼭지	11,578	10,417	11,530	11,175	11,609	11,607	10,777	11,331
22	소독기	146,400	147,400	154,000	149,267	162,000	158,917	152,520	157,812
23	아기전용세탁세제	9,089	9,118	8,813	9,007	9,075	8,764	8,927	8,922
의료/보건									
24	비타민	33,091	32,146	32,740	32,659	33,000	33,071	33,000	33,024
25	기저귀	26,564	26,227	28,879	27,223	27,414	24,605	25,749	25,923
26	물티슈	9,900	9,757	9,829	9,829	10,119	10,607	10,170	10,299
27	삼푸	18,348	18,219	17,891	18,153	18,380	18,706	17,850	18,312
28	치약	3,955	3,959	3,982	3,965	3,972	3,926	3,941	3,946
29	칫솔	5,200	5,083	5,273	5,185	5,458	4,834	4,940	5,078
30	로션	25,483	25,440	27,432	26,118	28,357	28,273	28,842	28,491
31	욕조	53,143	55,526	55,773	54,814	59,667	58,500	56,333	58,167
32	유축기	91,333	88,000	89,375	89,569	88,000	88,000	88,000	88,000
33	채운계	110,910	120,576	121,324	117,603	118,551	119,474	119,857	119,294
34	예방접종비	129,512	131,177	130,938	130,542	6,923	4,546	4,546	5,338

(표 III-2-1 계속)

연번	품목	2013년			2013년 평균가격	2014년			2014년 평균가격
		5월 (기준)가격	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
오락/문화									
35	카시트	364,462	388,933	385,867	379,754	419,375	370,000	397,200	395,525
36	유모차	475,364	453,467	396,000	441,610	453,750	428,500	375,600	419,283
37	아기띠	112,692	124,250	122,263	119,735	102,500	132,000	120,000	118,167
38	보행기	121,667	125,750	119,122	122,180	127,091	125,125	121,500	124,572
39	블록(장난감)	34,900	34,900	35,400	35,067	37,135	40,169	38,230	38,511
40	자전거	190,900	241,538	233,714	222,051	204,125	241,792	178,900	208,272
41	놀이방매트	89,759	89,753	89,813	89,775	78,075	82,631	76,500	79,069
42	돌앨범	461,222	514,490	492,890	489,534	532,000	509,000	502,900	514,633
교육									
43	영유아학습지	38,000	38,000	38,000	38,000	38,000	38,000	38,000	38,000
44	영유아책	670,000	670,000	670,000	670,000	670,000	670,000	670,000	670,000
45	영유아교재교구	528,000	528,000	528,000	528,000	598,000	598,000	598,000	598,000
46	유치원순교육비	59,789	57,073	57,025	57,962	60,793	58,815	59,766	59,791
47	유치원추가비용	124,311	113,771	115,118	117,733	131,382	132,182	139,868	134,477
48	영유아영어학원	711,800	636,000	655,181	667,660	836,970	864,483	815,200	838,884
49	시간제학원	128,333	126,970	127,404	127,569	103,300	103,942	102,885	103,376
기타상품 및 서비스									
50	어린이보험	57,340	57,340	57,340	57,340	58,000	63,860	68,000	63,287
51	어린이집보육료	5,724	5,821	5,821	5,789	7,071	6,364	5,968	6,468
52	어린이집추가비용	96,488	92,001	91,652	93,380	84,798	81,123	78,988	81,636
53	산후조리원	2,412,533	2,456,508	2,439,153	2,436,065	2,465,286	2,430,448	2,456,032	2,450,589

자료: 본 연구에서 수행한 2013-2014 육아물가지조사 분석결과임.

<표 III-2-1>의 가격 데이터를 이용하여 전년도(2013년) 5월, 7월, 9월 기준과 2013년 연간 기준으로 하는 품목별 지수를 산출하고 품목별 가중치를 적용하여 라스파이레스 방식으로 총 지수를 산출하였다.¹⁴⁾ 우선 CPI 방식을 적용한 육아물가지수를 제시하면 다음의 <표 III-2-2>와 같다. KICCE 육아품목 53개를 활용한 CPI 방식의 단일품목 추적 육아물가지수(II)는 99.97로 전년에 비해 0.03% 하락하였다. 사실상 변동이 거의 없는 것으로 나타났다.

14) KICCE 육아물가지수는 연구기간의 제한으로 2014년 월별 가격을 바탕으로 지수를 산출함에 있어 전년 동월 대비로의 지수 산출은 가능하나 2013년 5월 기준으로 연속적인 월별 가격지수 산출은 한계가 있어 2014년 5월, 7월, 9월의 지수는 모두 전년도(2013년) 동월을 100으로 한 지수임.

〈표 III-2-2〉 육아물가지수(II) - CPI 방식

(2013년 5월=100)

연번	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
	총지수	101.05	100.16	98.96	1.05	0.16	-1.04	100.0	99.97	-0.03
	식료품									
1	우유	110.1	110.8	100.9	10.12	10.85	0.95	100.0	107.1	7.12
2	두유	99.4	95.9	99.1	-0.61	-4.11	-0.88	100.0	98.1	-1.89
3	치즈	99.6	101.1	99.6	-0.35	1.15	-0.37	100.0	100.1	0.14
4	요거트	107.9	108.9	107.8	7.87	8.93	7.77	100.0	108.2	8.19
5	분유	104.2	112.6	111.4	4.25	12.55	11.38	100.0	109.4	9.39
6	이유식	90.2	100.0	110.8	-9.76	0.00	10.81	100.0	100.0	0.00
7	시리얼	89.4	95.9	86.1	-10.56	-4.10	-13.91	100.0	90.4	-9.60
	의류/신발									
8	배넛저고리	111.0	102.8	107.8	11.03	2.78	7.84	100.0	107.1	7.13
9	상의	121.7	96.6	98.3	21.74	-3.45	-1.72	100.0	104.3	4.32
10	하의	100.0	100.0	134.5	0.00	0.00	34.48	100.0	110.1	10.10
11	외투류	100.0	100.0	102.1	0.00	0.00	2.11	100.0	100.9	0.88
12	외출복	92.0	93.4	102.2	-8.01	-6.58	2.18	100.0	95.8	-4.18
13	내의	106.6	117.2	111.0	6.59	17.21	11.04	100.0	111.5	11.53
14	신발	98.6	124.6	102.1	-1.39	24.56	2.08	100.0	107.2	7.21
	주거관련									
15	침대(렌탈)	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00
16	아기식탁의자	97.5	95.4	100.0	-2.52	-4.64	0.00	100.0	97.7	-2.32
17	이불	90.8	89.0	108.0	-9.22	-11.02	7.96	100.0	95.6	-4.41
18	겉싸개	103.0	99.7	105.7	3.00	-0.28	5.68	100.0	102.8	2.78
19	속싸개	88.3	107.8	100.6	-11.72	7.79	0.57	100.0	98.8	-1.23
	가정/가사용품									
20	젓병	98.2	103.0	98.6	-1.84	3.04	-1.38	100.0	99.9	-0.10
21	젓꼭지	100.3	111.4	93.5	0.27	11.42	-6.53	100.0	101.4	1.40
22	소독기	110.7	107.8	99.0	10.66	7.81	-0.96	100.0	105.7	5.73
23	아기전용세탁세제	99.8	96.1	101.3	-0.15	-3.89	1.30	100.0	99.1	-0.94
	의료/보건									
24	비타민	99.7	102.9	100.8	-0.27	2.88	0.79	100.0	101.1	1.12
25	기저귀	103.2	93.8	89.2	3.20	-6.18	-10.84	100.0	95.2	-4.78
26	물티슈	102.2	108.7	103.5	2.21	8.71	3.47	100.0	104.8	4.78
27	샴푸	100.2	102.7	99.8	0.17	2.67	-0.23	100.0	100.9	0.88
28	치약	100.4	99.2	99.0	0.43	-0.83	-1.03	100.0	99.5	-0.48
29	칫솔	105.0	95.1	93.7	4.97	-4.89	-6.32	100.0	97.9	-2.08
30	로션	111.3	111.1	105.1	11.28	11.13	5.14	100.0	109.1	9.08
31	욕조	112.3	105.4	101.0	12.28	5.36	1.00	100.0	106.1	6.12
32	유축기	96.4	100.0	98.5	-3.65	0.00	-1.54	100.0	98.2	-1.75
33	체온계	106.9	99.1	98.8	6.89	-0.91	-1.21	100.0	101.4	1.44
34	예방접종비	5.3	3.5	3.5	-94.65	-96.53	-96.53	100.0	4.1	-95.91

(표 III-2-2 계속)

품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
	5월	7월	9월	5월	7월	9월			
오락/문화									
35 카시트	115.1	95.1	102.9	15.07	-4.87	2.94	100.0	104.2	4.15
36 유모차	95.5	94.5	94.8	-4.55	-5.51	-5.15	100.0	94.9	-5.06
37 아기띠	91.0	106.2	98.1	-9.04	6.24	-1.85	100.0	98.7	-1.31
38 보행기	104.5	99.5	102.0	4.46	-0.50	2.00	100.0	102.0	1.96
39 블럭(장난감)	106.4	115.1	108.0	6.40	15.10	7.99	100.0	109.8	9.82
40 자전거	106.9	100.1	76.5	6.93	0.11	-23.45	100.0	93.8	-6.21
41 놀이방매트	87.0	92.1	85.2	-13.02	-7.94	-14.82	100.0	88.1	-11.93
42 돌앨범	115.3	98.9	102.0	15.35	-1.07	2.03	100.0	105.1	5.13
교육									
43 영유아학습지	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00
44 영유아책	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00
45 영유아교재교구	113.3	113.3	113.3	13.26	13.26	13.26	100.0	113.3	13.26
46 유치원순교육비	101.7	103.1	104.8	1.68	3.05	4.81	100.0	103.2	3.16
47 유치원추가비용	105.7	116.2	121.5	5.69	16.18	21.50	100.0	114.2	14.22
48 영유아영어학원	117.6	135.9	124.4	17.58	35.93	24.42	100.0	125.6	25.65
49 시간제학원	80.5	81.9	80.8	-19.51	-18.14	-19.25	100.0	81.0	-18.96
기타상품 및 서비스									
50 어린이보험	101.2	111.4	118.6	1.15	11.37	18.59	100.0	110.4	10.37
51 어린이집보육료	123.5	109.3	102.5	23.53	9.33	2.53	100.0	111.7	11.73
52 어린이집추가비용	87.9	88.2	86.2	-12.12	-11.82	-13.82	100.0	87.4	-12.58
53 산후조리원	102.2	98.9	100.7	2.19	-1.06	0.69	100.0	100.6	0.60

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가지조사 분석결과임.

KICCE 육아품목에 현행 CPI 조사방식을 적용한 육아품목별 물가지수(II)를 살펴보면, 우유, 요거트, 분유의 유제품 가격 오름세가 보이며, 시리얼은 전년 대비 가격이 하락했다. 의류/신발 관련 품목에서는 배넛저고리와 상하의, 내의의 속옷류 가격, 신발 등 전반적으로 오르고 겉옷 외출복만 떨어졌다. 소독기와 욕조, 물티슈와 로션의 가격이 오르고, 올해부터 영유아 필수 예방접종이 확대되어 예방접종의 비용이 큰 폭으로 감소하였음이 특징적이다. 오락/문화용품 및 관련서비스에서는 전년에 비해 내구재에 해당하는 카시트의 가격은 오르고 유모차는 떨어졌다. 장난감(블럭)과 돌앨범촬영비는 오르고, 자전거와 놀이방매트는 떨어졌다.

교육용품 및 서비스에서 영유아 학습지와 책은 가격 변동이 없었으나 영유아 교재교구는 가격이 큰 폭으로 올랐다. 유치원 순 교육비와 추가비용은 모두 오름세인 가운데 추가비용의 상승폭이 컸다면, 어린이집의 경우 보육료는 오르고 추가비용은 떨어지는 양상을 보였다. 실제 가격데이터를 살펴보면, 유치원 순교육

비 1,829원, 유치원 추가비용 16,744원 작년 대비 증가하였고, 어린이집 보육료 679원 증가, 어린이집 추가비용 11,744원 감소가 비율로 반영된 결과이다. 영유아 영어학원은 가격이 크게 오른 양상을 보인 반면, 시간제 학원의 비용은 떨어졌다. 어린이보험도 큰 폭으로 올랐으며, 산후조리원 가격에는 큰 변동이 없었다.

3. 다양한 물가수준을 고려한 육아물가지수(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 부모인 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 지수Ⅲ-1로 다양한 물가수준을 고려한 방식이다”(최윤경 외, 2013, p.45). 그 결과는 다음에 제시한 <표 Ⅲ-3-1>과 같다. 앞서 살펴본 CPI식 가격 추이와 크게 상반되지는 않으나 다양한 상품군을 포함하고 있어 가격의 변화 양상이 품목에 따라 차이가 다소 있었다. 대체로 가격의 등락폭이 좀 더 컸으며, 품목에 따라서는 CPI 식과 반대의 경향을 보였다.

고가·베스트·저가의 상품군은 시장가격조사결과와 영유아부모 FGI를 통해 상품 상세규격을 선정하여 평균한 가격이다.

<표 Ⅲ-3-1>의 가격데이터를 이용하여 라스파이레스 방식으로 통합상품군 총 지수를 산출한 결과, 전년 대비 -2.5% 하락한 97.55로 나타났다. CPI 식 지수(II)에 비해 하락폭이 크다. 예방접종 품목의 하락 뿐 아니라, 의류품목의 상승세가 하락세와 섞여있고, 소독기, 물티슈, 로션, 장난감, 돌앨범비용, 어린이보험이 가격하락이 반영된 결과이다.

〈표 III-3-1〉 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 2) - 고가·베스트·저가 상품군
통합방식 (지수 III-1)

단위: 원

연번	품목	2013년			2013년 기준가격	2014년			2014년 기준가격
		5월(기준 가격)	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
식료품									
1	우유	2,846	2,815	2,784	2,815	3,034	2,898	3,001	2,978
2	두유	13,574	14,063	13,177	13,605	14,047	13,506	13,198	13,583
3	치즈	5,145	5,148	5,144	5,146	4,943	5,079	5,101	5,041
4	요거트	2,776	2,837	2,844	2,819	2,904	2,977	2,965	2,948
5	분유	30,968	30,888	30,345	30,734	32,473	32,756	32,217	32,482
6	이유식	153,400	153,800	127,800	145,000	120,300	139,850	139,850	133,333
7	시리얼	6,203	6,401	6,171	6,258	6,217	6,237	6,189	6,214
의류/신발									
8	배넛저고리	18,094	18,033	18,586	18,238	18,563	19,532	19,487	19,194
9	상의	23,282	28,182	26,530	25,998	23,425	28,527	24,685	25,546
10	하의	35,159	35,621	38,628	36,469	31,144	36,808	37,403	35,119
11	외투류	53,612	56,797	80,961	63,790	53,274	46,913	88,245	62,811
12	외출복	67,652	68,967	84,791	73,803	69,754	68,666	79,831	72,750
13	내의	22,365	21,995	26,906	23,755	22,970	24,562	26,735	24,756
14	신발	45,303	45,096	46,192	45,530	48,596	48,504	47,676	48,258
주거관련									
15	침대(렌탈)	83,000	83,000	83,000	83,000	74,700	95,308	95,846	88,618
16	아기식탁의자	51,714	50,333	55,000	52,349	53,600	52,667	53,167	53,144
17	이불	33,614	38,622	40,517	37,584	38,663	40,188	36,433	38,428
18	겉싸개	111,380	113,511	112,990	112,627	119,757	121,637	124,849	122,081
19	속싸개	28,692	29,196	30,290	29,393	28,087	28,373	29,689	28,716
가정/가사용품									
20	젓병	20,313	20,726	21,248	20,762	21,668	21,595	21,902	21,722
21	젓꼭지	9,952	9,700	9,917	9,856	9,917	9,558	9,914	9,796
22	소독기	154,478	167,882	160,167	160,842	143,571	148,705	143,369	145,215
23	아기전용세탁세제	9,541	11,028	11,004	10,524	10,985	10,938	11,326	11,083
의료/보건									
24	비타민	29,902	31,787	31,989	31,226	31,779	30,638	31,935	31,451
25	기저귀	25,946	26,809	27,920	26,892	25,851	24,655	25,857	25,454
26	물티슈	11,533	11,597	11,710	11,613	11,812	11,112	10,039	10,988
27	삼푸	16,638	15,813	15,896	16,116	14,982	17,603	15,789	16,125
28	치약	3,450	3,499	3,502	3,484	3,454	2,993	3,230	3,226
29	칫솔	5,435	5,238	5,300	5,324	5,606	4,624	4,998	5,076
30	로션	18,961	18,180	18,435	18,525	18,096	17,619	16,312	17,342
31	육조	71,277	63,813	62,780	65,957	70,354	71,017	75,445	72,272

(표 III-3-1 계속)

연번	품목	2013년			2013년 기준가격	2014년			2014년 기준가격
		5월(기준 가격)	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
32	유축기	136,635	137,016	127,635	133,762	142,712	143,286	146,378	144,125
33	채온계	95,882	100,757	105,393	100,677	102,819	105,232	105,364	104,472
34	예방접종비	129,512	131,177	130,938	130,542	6,923	4,546	4,546	5,338
오락문화									
35	카시트	422,274	422,704	428,429	424,469	468,730	433,761	445,747	449,413
36	유모차	710,921	680,606	678,610	690,046	740,187	767,921	745,128	751,079
37	아기띠	109,571	121,000	121,190	117,254	117,189	127,159	126,289	123,546
38	보행기	132,321	131,878	127,007	130,402	132,733	131,472	128,863	131,023
39	블록(장난감)	40,568	43,330	39,198	41,032	40,506	43,989	38,093	40,863
40	자전거	213,179	205,734	219,504	212,806	216,167	210,120	198,381	208,223
41	놀이방매트	70,492	67,553	79,569	72,538	78,432	82,691	76,900	79,341
42	돌알범	767,842	839,090	815,390	807,441	737,000	709,450	708,400	718,283
교육									
43	영유아학습지	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	97,000	93,667
44	영유아책	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000
45	영유아교재교구	648,750	648,750	648,750	648,750	818,750	818,750	818,750	818,750
46	유치원순교육비	59,789	57,073	57,025	57,962	60,793	58,815	59,766	59,791
47	유치원추가비용	124,311	113,771	115,118	117,733	131,382	132,182	139,868	134,477
48	영유아영어학원	711,800	636,000	655,181	667,660	836,970	864,483	815,200	838,884
49	시간제학원	128,333	126,970	127,404	127,569	103,300	103,942	102,885	103,376
기타상품 및 서비스									
50	어린이보험	46,393	46,393	46,393	46,393	36,822	37,233	41,115	38,390
51	어린이집보육료	5,724	5,821	5,821	5,789	7,071	6,364	5,968	6,468
52	어린이집추가비용	96,488	92,001	91,652	93,380	84,798	81,123	78,988	81,636
53	산후조리원	2,412,533	2,456,508	2,439,153	2,436,065	2,465,286	2,430,448	2,456,032	2,450,589

자료: 본 연구에서 수행한 2013-2014 육아물가지조사 분석결과임.

〈표 III-3-2〉 육아물가지수(III-1)- KICCE 통합상품군

(2013년 5월 =100)

연번	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
총지수		98.97	96.96	96.90	-1.03	-3.04	-3.10	100.0	97.55	-2.45
식료품										
1	우유	106.6	102.9	107.8	6.61	2.95	7.78	100.0	105.8	5.78
2	두유	103.5	96.0	100.2	3.48	-3.96	0.16	100.0	99.8	-0.16
3	치즈	96.1	98.7	99.2	-3.92	-1.34	-0.83	100.0	98.0	-2.03
4	요거트	104.6	104.9	104.3	4.60	4.92	4.25	100.0	104.6	4.59
5	분유	104.9	106.0	106.2	4.86	6.05	6.17	100.0	105.7	5.69
6	이유식	78.4	90.9	109.4	-21.58	-9.07	9.43	100.0	92.0	-8.05

(표 III-3-2 계속)

연번	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
7	시리얼	100.2	97.4	100.3	0.23	-2.57	0.30	100.0	99.3	-0.70
의류/신발										
8	배넛저고리	102.6	108.3	104.8	2.59	8.31	4.85	100.0	105.2	5.24
9	상의	100.6	101.2	93.0	0.62	1.22	-6.95	100.0	98.3	-1.74
10	하의	88.6	103.3	96.8	-11.42	3.33	-3.17	100.0	96.3	-3.70
11	외투류	99.4	82.6	109.0	-0.63	-17.40	9.00	100.0	98.5	-1.53
12	외출복	103.1	99.6	94.2	3.11	-0.44	-5.85	100.0	98.6	-1.43
13	내의	102.7	111.7	99.4	5.85	2.70	11.67	100.0	104.2	4.21
14	신발	107.3	107.6	103.2	7.27	7.56	3.21	100.0	106.0	5.99
주거관련										
15	침대(렌탈)	90.0	114.8	115.5	-10.00	14.83	15.48	100.0	106.8	6.77
16	아기식탁의자	103.6	104.6	96.7	3.65	4.64	-3.33	100.0	101.5	1.52
17	이불	115.0	104.1	89.9	15.02	4.05	-10.08	100.0	102.2	2.24
18	겉싸개	107.5	107.2	110.5	7.52	7.16	10.50	100.0	108.4	8.39
19	속싸개	97.9	97.2	98.0	-2.11	-2.82	-1.98	100.0	97.7	-2.30
가정/가사용품										
20	젓병	106.7	104.2	103.1	6.67	4.19	3.08	100.0	104.6	4.62
21	젓꼭지	99.6	98.5	100.0	-0.35	-1.46	-0.03	100.0	99.4	-0.61
22	소독기	92.9	88.6	89.5	-7.06	-11.42	-10.49	100.0	90.3	-9.72
23	아기전용세탁세제	115.1	99.2	102.9	15.14	-0.82	2.93	100.0	105.3	5.31
의료/보건										
24	비타민	106.3	96.4	99.8	6.28	-3.61	-0.17	100.0	100.7	0.72
25	기저귀	99.6	92.0	92.6	-0.36	-8.04	-7.39	100.0	94.7	-5.34
26	물티슈	102.4	95.8	85.7	2.42	-4.18	-14.27	100.0	94.6	-5.39
27	샴푸	90.0	111.3	99.3	-9.95	11.32	-0.68	100.0	100.1	0.05
28	치약	100.1	85.5	92.2	0.12	-14.45	-7.76	100.0	92.6	-7.40
29	칫솔	103.1	88.3	94.3	3.14	-11.73	-5.69	100.0	95.3	-4.67
30	로션	95.4	96.9	88.5	-4.56	-3.09	-11.52	100.0	93.6	-6.39
31	욕조	98.7	111.3	120.2	-1.29	11.29	20.17	100.0	109.6	9.57
32	유축기	104.4	104.6	114.7	4.45	4.58	14.68	100.0	107.7	7.75
33	채운계	107.2	104.4	100.0	7.23	4.44	-0.03	100.0	103.8	3.77
34	예방접종비	5.3	3.5	3.5	-94.65	-96.53	-96.53	100.0	4.1	-95.91
오락/문화										
35	카시트	111.0	102.6	104.0	11.00	2.62	4.04	100.0	105.9	5.88
36	유모차	104.1	112.8	109.8	4.12	12.83	9.80	100.0	108.8	8.84
37	아기띠	107.0	105.1	104.2	6.95	5.09	4.21	100.0	105.4	5.37
38	보행기	100.3	99.7	101.5	0.31	-0.31	1.46	100.0	100.5	0.48
39	블록(장난감)	99.8	101.5	97.2	-0.15	1.52	-2.82	100.0	99.6	-0.41
40	자전거	101.4	102.1	90.4	1.40	2.13	-9.62	100.0	97.8	-2.15
41	놀이방매트	111.3	122.4	96.6	11.26	22.41	-3.35	100.0	109.4	9.38
42	돌앨범	96.0	84.5	86.9	-4.02	-15.45	-13.12	100.0	89.0	-11.04
교육										
43	영유아학습지	100.0	100.0	105.4	0.00	0.00	5.43	100.0	101.8	1.81
44	영유아책	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00

(표 III-3-2 계속)

연번	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
45	영유아교재교구	126.2	126.2	126.2	26.20	26.20	26.20	100.0	126.2	26.20
46	유치원순교육비	101.7	103.1	104.8	1.68	3.05	4.81	100.0	103.2	3.16
47	유치원추가비용	105.7	116.2	121.5	5.69	16.18	21.50	100.0	114.2	14.22
48	영유아영어학원	117.6	135.9	124.4	17.58	35.93	24.42	100.0	125.6	25.65
49	시간제학원	80.5	81.9	80.8	-19.51	-18.14	-19.25	100.0	81.0	-18.96
기타상품 및 서비스										
50	어린이보험	79.4	80.3	88.6	-20.63	-19.74	-11.38	100.0	82.7	-17.25
51	어린이집보육료	123.5	109.3	102.5	23.53	9.33	2.53	100.0	111.7	11.73
52	어린이집추가비용	87.9	88.2	86.2	-12.12	-11.82	-13.82	100.0	87.4	-12.58
53	산후조리원	102.2	98.9	100.7	2.19	-1.06	0.69	100.0	100.6	0.60

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

우유, 요거트, 분유의 유제품의 가격이 올랐고, 다양한 가격수준의 제품을 복수로 고려하다보니 CPI식 지수(II)에서 변동이 없던 이유식은 가격이 떨어진 것으로, 시리얼 가격의 하락세는 적게 나타났다. 의류의 경우 CPI식 지수(II)와 달리 속옷류(배넛저고리, 내의)와 신발은 오른 반면, 겹옷류(상하의, 외투류, 외출복)는 다소 떨어지는 등 의류/신발 비목 내에 다양한 추세가 혼합되어 있는 것으로 나타났다. 렌탈침대 이용료, 걸싸개, 욕조, 유축기의 가격상승도 크다. 질병, 아기전용세탁세제, 욕조, 유축기의 가격도 상승폭이 컸으며, 반면에 기저귀와 물티슈, 치약, 칫솔, 로션의 가격이 떨어지고, 특히 예방접종비의 하락폭은 매우 컸다.

통합상품군 가격변동에서는 카시트, 유모차, 아기띠, 놀이방 매트 모두 가격이 올랐고, CPI 식(지수II)과 상반되게 블록(장난감)은 큰 등락이 없고 돌앨범비용이 떨어진 것으로 조사되었다.

CPI 식과 마찬가지로 영유아 학습지와 책의 가격변동은 크지 않으나 영유아 교재교구의 가격 상승폭은 전년 대비 컸다. 서비스 품목의 가격산출 방식은 통합상품군이라 하여도 여러 기관(업체)에서 조사된 가격을 합치는 동일한 방식을 적용하는 관계로, 유치원 순교육비, 추가비용은 모두 오르고, 영어학원의 상승폭이 큰 반면 시간제 학원비용이 떨어졌으며, 어린이집 보육료가 오르고 추가비용이 떨어진 양상은 CPI식 지수(II)와 동일하게 나타났다. 다만, 다양한 상품을 고려한 통합상품군에서는 어린이보험 가격이 큰 폭으로 떨어졌다.

4. 베스트상품 육아물가지수(Ⅲ-2)

<표 Ⅲ-4-1>은 대중적으로 가장 많이 팔리고 잘 알려진 베스트 상품군의 가격을 평균한 결과이다. 이 조사를 통해 육아물가의 동향에 차이가 나타났다. 베스트 상품군의 경우 반영된 가격의 의미가 앞서 살펴본 한 브랜드 한 제품의 것과 고가-베스트-저가의 다양한 가격대의 상품군과는 다르므로 이에 유의하여 살펴볼 필요가 있다.

<표 Ⅲ-4-1> 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 3) - 베스트 상품군 통합방식
(지수 Ⅲ-2)

단위: 원

연년	품목	2013년			2013년 평균가격	2014년			2014년 평균가격
		5월(기준 가격)	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
식료품									
1	우유	2,361	2,364	2,465	2,397	2,624	2,593	2,611	2,610
2	두유	13,574	14,063	13,177	13,605	14,047	13,506	13,198	13,583
3	치즈	5,145	5,148	5,144	5,146	4,943	5,079	5,101	5,041
4	요거트	2,776	2,837	2,844	2,819	2,904	2,977	2,965	2,948
5	분유	26,868	27,083	26,139	26,697	27,326	29,024	28,483	28,278
6	이유식	153,400	153,800	127,800	145,000	120,300	139,850	139,850	133,333
7	시리얼	5,706	5,676	5,541	5,641	5,413	5,460	5,365	5,413
의류/신발									
8	배넛저고리	17,866	17,349	18,429	17,881	18,459	19,189	19,633	19,094
9	상의	23,418	27,109	26,157	25,561	23,368	28,521	23,884	25,258
10	하의	30,879	33,812	38,294	34,328	28,943	36,327	35,913	33,727
11	외투류	50,792	54,866	74,036	59,898	51,471	47,352	88,452	62,425
12	외출복	72,060	71,282	87,040	76,794	70,243	69,327	78,786	72,785
13	내의	20,657	21,589	25,791	22,679	23,206	24,284	26,100	24,530
14	신발	47,398	45,440	46,436	46,425	49,992	48,715	49,321	49,342
주거관련									
15	침대(렌탈)	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000
16	아기식탁의자	52,400	48,000	55,000	51,800	53,600	51,500	52,800	52,633
17	이불	37,500	38,083	36,897	37,493	38,500	42,150	32,933	37,861
18	겉싸개	108,222	114,106	107,800	110,043	116,568	114,378	123,714	118,220
19	속싸개	26,914	28,371	30,800	28,695	27,088	27,486	28,788	27,788
가정/가사용품									
20	젓병	20,313	20,726	21,248	20,762	21,802	21,732	22,045	21,860
21	젓꼭지	9,952	9,700	9,917	9,856	9,978	9,610	9,973	9,854
22	소독기	154,478	167,882	160,167	160,842	149,417	157,639	149,709	152,255
23	아기전용세탁세제	9,541	11,028	11,004	10,524	10,734	10,654	11,007	10,799

(표 III-4-1 계속)

연번	품목	2013년			2013년 평균가격	2014년			2014년 평균가격
		5월(기준 가격)	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
의료/보건									
24	비타민	29,902	31,787	31,989	31,226	31,779	30,638	31,935	31,451
25	기저귀	24,969	26,261	27,978	26,403	26,306	25,524	26,228	26,020
26	물티슈	11,533	11,597	11,710	11,613	11,812	11,112	10,039	10,988
27	샴푸	16,638	15,813	15,896	16,116	14,982	17,603	15,789	16,125
28	치약	3,450	3,499	3,502	3,484	3,454	2,993	3,230	3,226
29	칫솔	5,435	5,238	5,300	5,324	5,606	4,624	4,998	5,076
30	로션	18,961	18,180	18,435	18,525	18,096	17,619	16,312	17,342
31	욕조	74,483	65,484	61,513	67,160	69,284	72,467	75,048	72,266
32	유축기	136,635	137,016	127,635	133,762	144,363	145,277	148,698	146,112
33	체온계	95,882	100,757	105,393	100,677	103,006	105,537	105,679	104,741
34	예방접종비	129,512	131,177	130,938	130,542	6,923	4,546	4,546	5,338
오락/문화									
35	카시트	419,724	428,785	424,319	424,276	481,298	409,143	454,548	448,330
36	유모차	680,219	718,940	692,604	697,254	798,430	823,872	689,846	770,716
37	아기띠	107,714	125,833	117,300	116,949	122,884	138,919	128,864	130,222
38	보행기	128,212	130,692	126,935	128,613	133,786	129,811	125,033	129,543
39	블록(장난감)	40,568	43,330	39,198	41,032	40,506	43,989	38,093	40,863
40	자전거	213,179	205,734	219,504	212,806	216,167	210,120	198,381	208,223
41	놀이방매트	70,492	67,553	79,569	72,538	78,432	82,691	76,900	79,341
42	돌앨범	461,222	514,490	492,890	489,534	532,000	509,000	502,900	514,633
교육									
43	영유아학습지	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	97,000	93,667
44	영유아책	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000
45	영유아교재교구	648,750	648,750	648,750	648,750	818,750	818,750	818,750	818,750
46	유치원순교육비	59,789	57,073	57,025	57,962	60,793	58,815	59,766	59,791
47	유치원추가비용	124,311	113,771	115,118	117,733	131,382	132,182	139,868	134,477
48	영유아영어학원	711,800	636,000	655,181	667,660	836,970	864,483	815,200	838,884
49	시간제학원	128,333	126,970	127,404	127,569	103,300	103,942	102,885	103,376
기타상품 및 서비스									
50	어린이보험	57,340	57,340	57,340	57,340	58,000	63,860	68,000	63,287
51	어린이집보육료	5,724	5,821	5,821	5,789	7,071	6,364	5,968	6,468
52	어린이집추가비용	96,488	92,001	91,652	93,380	84,798	81,123	78,988	81,636
53	산후조리원	2,412,533	2,456,508	2,439,153	2,436,065	2,465,286	2,430,448	2,456,032	2,450,589

자료: 본 연구에서 수행한 2013-2014 육아물가조사 분석결과임.

<표 III-4-1> 가격 데이터를 이용하여 베스트상품군에 대한 지수 산출 결과는 <표 III-4-2>와 같다. 2014년 지수(III-2)는 100.40으로 전년에 비해 0.40% 증가하여 CPI 방식과 통합상품군 지수(II, III-1)의 하락세와 달랐다. 이는 맨 앞서 12개

품목으로 산출한 지수(I)의 상승 경향과 유사한 것으로, 영유아부모들에게 입소문이 나고 인기가 있는 베스트 품목의 경우 가격상승폭이 큰 것으로 보인다.

〈표 III-4-2〉 육아물가지수(III-2) - KICCE 베스트상품군

(2013년 5월=100)

연번	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
	총지수	101.84	100.28	99.29	1.84	0.28	-0.71	100.0	100.40	0.40
	식료품									
1	우유	111.2	109.7	105.9	11.15	9.70	5.93	100.0	108.9	8.89
2	두유	103.5	96.0	100.2	3.48	-3.96	0.16	100.0	99.8	-0.16
3	치즈	96.1	98.7	99.2	-3.92	-1.34	-0.83	100.0	98.0	-2.03
4	요거트	104.6	104.9	104.3	4.60	4.92	4.25	100.0	104.6	4.59
5	분유	101.7	107.2	109.0	1.71	7.17	8.97	100.0	105.9	5.92
6	이유식	78.4	90.9	109.4	-21.58	-9.07	9.43	100.0	92.0	-8.05
7	시리얼	94.9	96.2	96.8	-5.13	-3.80	-3.17	100.0	96.0	-4.04
	의류/신발									
8	베넛저고리	103.3	110.6	106.5	3.32	10.61	6.53	100.0	106.8	6.78
9	상의	99.8	105.2	91.3	-0.21	5.21	-8.69	100.0	98.8	-1.19
10	하의	93.7	107.4	93.8	-6.27	7.44	-6.22	100.0	98.2	-1.75
11	외투류	101.3	86.3	119.5	1.34	-13.69	19.47	100.0	104.2	4.22
12	외출복	97.5	97.3	90.5	-2.52	-2.74	-9.48	100.0	94.8	-5.22
13	내의	112.3	112.5	101.2	12.34	12.48	1.20	100.0	108.2	8.16
14	신발	105.5	107.2	106.2	5.47	7.21	6.21	100.0	106.3	6.29
	주거관련									
15	침대(렌탈)	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00
16	아기식탁의자	102.3	107.3	96.0	2.29	7.29	-4.00	100.0	101.6	1.61
17	이불	102.7	110.7	89.3	2.67	10.68	-10.74	100.0	101.0	0.98
18	겉싸개	107.7	100.2	114.8	7.71	0.24	14.76	100.0	107.4	7.43
19	속싸개	100.6	96.9	93.5	0.65	-3.12	-6.53	100.0	96.8	-3.16
	가정/가사용품									
20	젓병	107.3	104.9	103.8	7.33	4.85	3.75	100.0	105.3	5.29
21	젓꼭지	100.3	99.1	100.6	0.26	-0.93	0.56	100.0	100.0	-0.03
22	소독기	96.7	93.9	93.5	-3.28	-6.10	-6.53	100.0	94.7	-5.34
23	아기전용세탁세제	112.5	96.6	100.0	12.51	-3.39	0.03	100.0	102.6	2.61
	의료/보건									
24	비타민	106.3	96.4	99.8	6.28	-3.61	-0.17	100.0	100.7	0.72
25	기저귀	105.4	97.2	93.7	5.35	-2.80	-6.25	100.0	98.5	-1.45
26	물티슈	102.4	95.8	85.7	2.42	-4.18	-14.27	100.0	94.6	-5.39
27	샴푸	90.0	111.3	99.3	-9.95	11.32	-0.68	100.0	100.1	0.05
28	치약	100.1	85.5	92.2	0.12	-14.45	-7.76	100.0	92.6	-7.40
29	칫솔	103.1	88.3	94.3	3.14	-11.73	-5.69	100.0	95.3	-4.67
30	로션	95.4	96.9	88.5	-4.56	-3.09	-11.52	100.0	93.6	-6.39
31	욕조	93.0	110.7	122.0	-6.98	10.66	22.00	100.0	107.6	7.60
32	유축기	105.7	106.0	116.5	5.66	6.03	16.50	100.0	109.2	9.23
33	채운계	107.4	104.7	100.3	7.43	4.74	0.27	100.0	104.0	4.04

(표 III-4-2 계속)

연번	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
34	예방접종비	5.3	3.5	3.5	-94.65	-97.53	-96.53	100.0	4.1	-95.91
오락/문화										
35	카시트	114.7	95.4	107.1	14.67	-4.58	7.12	100.0	105.7	5.67
36	유모차	117.4	114.6	99.6	17.38	14.60	-0.40	100.0	110.5	10.54
37	아기띠	114.1	110.4	109.9	14.08	10.40	9.86	100.0	111.3	11.35
38	보행기	104.3	99.3	98.5	4.35	-0.67	-1.50	100.0	100.7	0.72
39	블록(장난감)	99.8	101.5	97.2	-0.15	1.52	-2.82	100.0	99.6	-0.41
40	자전거	101.4	102.1	90.4	1.40	2.13	-9.62	100.0	97.8	-2.15
41	놀이방매트	111.3	122.4	96.6	11.26	22.41	-3.35	100.0	109.4	9.38
42	돌앨범	115.3	98.9	102.0	15.35	-1.07	2.03	100.0	105.1	5.13
교육										
43	영유아학습지	100.0	100.0	105.4	0.00	0.00	5.43	100.0	101.8	1.81
44	영유아책	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00
45	영유아교재교구	126.2	126.2	126.2	26.20	26.20	26.20	100.0	126.2	26.20
46	유치원순교육비	101.7	103.1	104.8	1.68	3.05	4.81	100.0	103.2	3.16
47	유치원추가비용	105.7	116.2	121.5	5.69	16.18	21.50	100.0	114.2	14.22
48	영유아영어학원	117.6	135.9	124.4	17.58	35.93	24.42	100.0	125.6	25.65
49	시간제학원	80.5	81.9	80.8	-19.51	-18.14	-19.25	100.0	81.0	-18.96
기타상품 및 서비스										
50	어린이보험	101.2	111.4	118.6	1.15	11.37	18.59	100.0	110.4	10.37
51	어린이집보육료	123.5	109.3	102.5	23.53	9.33	2.53	100.0	111.7	11.73
52	어린이집추가비용	87.9	88.2	86.2	-12.12	-11.82	-13.82	100.0	87.4	-12.58
53	산후조리원	102.2	98.9	100.7	2.19	-1.06	0.69	100.0	100.6	0.60

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

분유를 포함하여 유제품의 가격이 올랐으며, 이유식과 시리얼은 가격이 내렸다. 내의류와 신발, 걸싸개의 가격이 올랐으며, 젖병, 욕조, 유축기, 체온계, 내구재에 해당하는 카시트, 유모차, 아기띠, 그리고 매트와 돌앨범비가 모두 가격이 오른 것으로 나타났다. 내구재와 내의류와 같은 소비재 품목이 영유아부모에게 인기가 있는 베스트 상품 기준하여 가격이 올랐음을 알 수 있다. 한편 기저귀와 물티슈, 치약, 칫솔, 로션, 예방접종비는 가격이 떨어졌다. 유치원과 어린이집, 영어/시간제 학원, 교재교구 비용은 앞서 살펴본 지수와 동일하다. 베스트 상품(군) 기준 어린이 보험은 오른 것으로 나타났다.

5. 온라인 육아물가지수(IV)

육아품목 소비에서 인터넷 구매가 차지하는 비중이 큰 편이나, 이러한 품목의 수는 공산품과 일부 내구재로 한정적이다. 대체로 인터넷 시장가격이 오프라인에서 조사한 시장 가격보다 낮은 편이나(예: 분유, 기저귀, 물티슈, 내의류, 아기식탁의자, 소독기, 체온기, 카시트, 아기띠, 보행기, 자전거), 조사결과 가격수준이 더 높은 품목도 적지 않았다(예: 외투류, 신발, 유축기, 유모차, 장난감, 놀이방매트). 이는 인터넷 시장에서의 상품 선택 폭이 크다 보니 이에 따라 가격대도 다양하게 형성되어 있기 때문으로 보인다. 따라서 인터넷을 이용한 조사방법을 사용하여 온라인 육아물가지수 산출을 위해서는 다양한 가격범위를 고려한 육아물가지수 산출이어야 한다.

오프라인 시장가격인 KICCE 통합상품군 가격과 비교하여 품목에 따라 인터넷의 가격범위가 더 넓게 분포함을 알 수 있다. 특히 가격 범위가 넓다고 판단되는 의류와 대표적인 내구재 품목인 유모차, 유축기의 경우에는 온라인 가격이 KICCE 통합상품군 가격에 비해 높게 나타났다. 이는 다른 품목에 비해 가격이 고가품에 더 많이 분포하기 때문으로 보인다. 또한, 영유아 부모 FGI 결과 가장 많이 온라인 구매를 하는 분유와 기저귀의 경우에는 다양한 상품군을 포함하여 오프라인 매장가격조사를 실시하였음에도 온라인 가격이 오프라인 가격에 비해 확실히 낮게 나타났다.

〈표 III-5-1〉 2014년 온라인조사 기준가격

단위: 원

연년	품목	온라인 가격				KICCE 통합 상품 가격			
		5월	7월	9월	평균가격	5월	7월	9월	평균가격
식료품									
1	우유	3,092	2,910	2,997	3,000 ↑	3,034	2,898	3,001	2,978
2	두유	13,816	13,772	13,312	13,633 ↑	14,047	13,506	13,198	13,584
3	치즈	4,925	4,943	5,035	4,968	4,943	5,079	5,101	5,041
4	요거트	2,935	3,084	3,020	3,013 ↑	2,904	2,977	2,965	2,949
5	분유	23,540	24,393	27,732	25,222 ↓	32,473	32,756	32,217	32,482
6	이유식	120,300	139,850	139,850	133,333	120,300	139,850	139,850	133,333
7	시리얼	6,059	5,803	6,145	6,002 ↑	5,786	5,509	5,748	5,681
의류/신발									
8	배넛저고리	17,464	19,687	18,907	18,686 ↓	18,563	19,532	19,487	19,194
9	상의	23,108	19,690	33,986	25,595 ↓	27,416	32,720	32,093	30,743
10	하의	36,925	29,328	41,147	35,800 ↓	39,926	42,048	47,807	43,260

(표 III-5-1 계속)

연번	품목	온라인 가격				KICCE 통합 상품 가격			
		5월	7월	9월	평균가격	5월	7월	9월	평균가격
11	외투류	58,736	55,294	133,725	82,585	53,274	46,913	88,245	62,811
12	외출복	77,968	74,160	62,363	71,497 ↓	84,352	84,699	100,239	89,763
13	내의	19,375	18,527	21,643	19,848 ↓	27,325	27,747	30,675	28,582
14	신발	82,167	66,712	58,313	69,064	48,596	48,504	47,676	48,259
주거관련									
15	침대(렌탈)	92,846	95,308	95,846	94,667	74,700	95,308	95,846	88,618
16	아기식탁의자	156,205	132,311	145,381	144,632 ↓	282,393	281,542	287,565	283,833
17	이불	57,388	48,199	101,020	68,869	46,952	54,589	54,779	52,107
18	겉싸개	106,400	131,124	108,259	115,261 ↓	119,757	121,637	124,849	122,081
19	속싸개	26,595	27,541	25,952	26,696 ↓	28,087	28,373	29,689	28,716
가정/가사용품									
20	젓병	24,043	19,341	22,135	21,840 ↓	24,997	24,931	29,384	26,437
21	젓꼭지	11,883	9,720	10,193	10,599	9,917	9,558	9,914	9,796
22	소독기	128,431	150,755	142,561	140,582 ↓	177,857	183,338	176,305	179,167
23	아기전용세탁세제	6,624	6,596	6,518	6,579 ↓	10,985	10,938	11,326	11,083
의료/보건									
24	비타민	24,770	21,522	22,731	23,008 ↓	31,779	30,638	31,935	31,451
25	기저귀	20,257	18,005	15,797	18,020 ↓	23,498	22,676	23,509	23,228
26	물티슈	4,080	4,132	4,363	4,192 ↓	11,812	11,112	10,039	10,988
27	삼푸	12,649	10,752	7,823	10,408 ↓	14,982	17,603	15,789	16,125
28	치약	4,072	3,379	3,154	3,535	3,454	2,993	3,230	3,226
29	칫솔	3,113	3,773	4,428	3,771 ↓	5,606	4,624	4,998	5,076
30	로션	22,188	18,186	19,449	19,941	18,096	17,619	16,312	17,342
31	욕조	72,197	82,884	75,738	76,940	69,351	69,801	74,263	71,138
32	유축기	362,185	354,643	364,726	360,518	151,227	157,143	152,854	153,741
33	체온기	56,000	45,587	58,337	53,308 ↓	102,819	105,232	105,364	104,472
오락/문화									
35	카시트	368,373	371,399	359,208	366,327 ↓	468,730	433,761	445,747	449,413
36	유모차	1,012,151	809,649	788,206	870,002 ↓	740,187	767,921	745,128	751,079
37	아기띠	139,270	134,072	123,309	132,217 ↓	136,738	144,742	142,095	141,192
38	보행기	105,834	104,219	109,179	106,411 ↓	132,733	131,472	128,863	131,023
39	블록(장난감)	63,592	57,059	73,264	64,638	37,135	37,800	33,157	36,031
40	자전거	172,231	161,496	151,022	161,583 ↓	216,167	210,120	198,381	208,223
41	놀이방매트	103,245	103,506	94,788	100,513	78,432	82,691	76,900	79,341
교육									
43	영유아학습지	92,000	92,000	97,000	93,667	92,000	92,000	97,000	93,667
44	영유아책	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000
45	영유아교재교구	818,750	818,750	818,750	818,750	818,750	818,750	818,750	818,750
기타상품및서비스									
50	어린이보험	36,822	37,233	41,115	38,390	36,822	37,233	41,115	38,390

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

다양한 가격범위를 고려한 온라인 육아물가지수(V) 산출을 위해, 우선 온라인 조사 품목을 간추려 정리하고, 정리된 품목을 기준으로 비중을 다시 산출하였다.

2013년 연구에서 유통채널에 따른 지수산출을 위해 다양한 유통채널의 가격 정보를 조사하였으나, 온라인 가격 조사지침에 따라 가격 정보를 조사하는데 어려움이 있어 2013년 조사 자료는 지수 산출에 한계점이 있었다. 따라서 2014년 온라인 육아물가지수는 2013년 기준의 2014년 지수산출은 할 수 없으나 2014년의 5월, 7월, 9월의 변화에 따른 가격추이를 살펴보고, 다양한 가격대를 반영하여 오프라인에서 조사한 KICCE 통합상품군(지수 III-1)의 가격추이와 비교해 보고자한다. 인터넷으로 조사한 상품들의 5월, 7월, 9월 기준가격과 오프라인 시장 가격인 KICCE-통합상품군의 5월, 7월, 9월 가격을 제시한 것이 앞서 살펴본 <표 III-5-1>이다.

온라인 육아품목 가격을 이용하여 2014년 5월을 기준으로 7월, 9월의 품목별 지수를 산출하고 품목별 가중치를 적용하여 라스파이레스 방식으로 총 지수를 산출한 온라인 지수와 KICCE 통합 상품 지수는 <표 III-5-2>와 같다. 온라인으로 구매가 가능한 품목이어야 하는 관계로, 예방접종비와 돌알범비, 유치원, 어린이집, 학원, 산후조리원의 서비스 품목은 온라인조사 품목에서 빠졌다. 2014년 5월을 기준으로 온라인 육아품목의 월별 추이를 보면 온라인 지수가 7월에 96.94로 다소 떨어졌다가 9월에 102.32로 상승하였다. 오프라인 가격 지수인 KICCE 통합상품 지수 103.0에 비해 상승폭이 작다.¹⁵⁾ 온라인 육아품목의 가격 상승폭이 오프라인 가격상승폭에 비해 적은 것으로 나타났다.

<표 III-5-2> 2014년 온라인 지수

연	품목	비중	온라인 지수			KICCE 오프라인 통합상품 지수		
			5월	7월	9월	5월	7월	9월
총지수			100.0	96.94	102.32	100.0	100.25	103.00
식료품								
1	우유	38.49	100.0	94.11	96.94	100.0	95.51	98.89
2	두유	16.15	100.0	99.68	96.35	100.0	96.15	93.96
3	치즈	27.80	100.0	100.37	102.23	100.0	102.74	103.19
4	요거트	20.15	100.0	105.08	102.87	100.0	102.51	102.11
5	분유	61.29	100.0	103.62	117.81	100.0	100.87	99.21

15) 5절에서 산출한 KICCE 통합상품군의 지수는 3절에서 산출한 KICCE 통합 상품군의 가격을 사용하지만 품목 구성과 비중이 차이가 있고 기준년도도 다르게 산출된 지수이기 때문에 5월, 7월, 9월의 총 지수와 다름.

(표 III-5-2 계속)

연번	품목	비중	온라인 지수			KCCF 오프라인 통합상품 지수		
			5월	7월	9월	5월	7월	9월
6	이유식	11.12	100.0	116.25	116.25	100.0	116.25	116.25
7	시리얼	18.83	100.0	95.78	101.42	100.0	95.21	99.36
의류/신발								
8	배넛저고리	2.95	100.0	112.73	108.26	100.0	105.22	104.97
9	상의	8.72	100.0	85.21	147.08	100.0	119.35	117.06
10	하의	6.63	100.0	79.43	111.43	100.0	105.32	119.74
11	외투류	4.83	100.0	94.14	227.67	100.0	88.06	165.64
12	외출복	3.59	100.0	95.12	79.99	100.0	100.41	118.83
13	내의	5.61	100.0	95.62	111.71	100.0	101.54	112.26
14	신발	4.27	100.0	81.19	70.97	100.0	99.81	98.11
주거관련								
15	침대(렌탈)	10.73	100.0	102.65	103.23	100.0	127.59	128.31
16	아기식탁의자	1.2	100.0	84.70	93.07	100.0	99.70	101.83
17	이불	6.66	100.0	83.99	176.03	100.0	116.27	116.67
18	겉싸개	1.72	100.0	123.24	101.75	100.0	101.57	104.25
19	속싸개	0.94	100.0	103.56	97.58	100.0	101.02	105.71
가정/가사용품								
20	젓병	2.91	100.0	80.44	92.07	100.0	99.74	117.55
21	젓꼭지	2.04	100.0	81.80	85.78	100.0	96.38	99.97
22	소독기	1.09	100.0	117.38	111.00	100.0	103.08	99.13
23	아기전용세탁세제	3.32	100.0	99.58	98.40	100.0	99.56	103.11
의료/보건								
24	비타민	9.74	100.0	86.89	91.77	100.0	96.41	100.49
25	기저귀	90.06	100.0	88.88	77.98	100.0	96.50	100.05
26	물티슈	26.98	100.0	101.28	106.93	100.0	94.08	84.99
27	샴푸	3.08	100.0	85.01	61.85	100.0	117.50	105.39
28	치약	2.75	100.0	82.97	77.46	100.0	86.66	93.52
29	칫솔	5.6	100.0	121.19	142.24	100.0	82.48	89.16
30	로션	2.03	100.0	81.96	87.66	100.0	97.36	90.14
31	욕조	1.48	100.0	114.80	104.90	100.0	100.65	107.08
32	유축기	1.64	100.0	97.92	100.70	100.0	103.91	101.08
33	채운기	1.89	100.0	81.40	104.17	100.0	102.35	102.48
오락/문화								
35	카시트	11	100.0	100.82	97.51	100.0	92.54	95.10
36	유모차	20.13	100.0	79.99	77.87	100.0	103.75	100.67
37	아기띠	4.33	100.0	96.27	88.54	100.0	105.85	103.92
38	보행기	2.91	100.0	98.47	103.16	100.0	99.05	97.08
39	블록(장난감)	3.84	100.0	89.73	115.21	100.0	101.79	89.29
40	자전거	3.06	100.0	93.77	87.69	100.0	97.20	91.77
41	놀이방매트	4.72	100.0	100.25	91.81	100.0	105.43	98.05

(표 III-5-2 계속)

연	품목	비중	온라인 지수			KICCE 오프라인 통합상품 지수		
			5월	7월	9월	5월	7월	9월
교육								
43	영유아학습지	29.01	100.0	100.00	105.43	100.0	100.00	105.43
44	영유아책	14.91	100.0	100.00	100.00	100.0	100.00	100.00
45	영유아교재교구	19.87	100.0	100.00	100.00	100.0	100.00	100.00
기타상품및서비스								
50	어린이보험	72.69	100.0	102.13	111.66	100.0	101.12	111.66

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

6. 발달시기별 육아물가지수(V)

앞 장에서 영유아 가구의 특성에 따른 소비지출을 분석하고 조사응답자의 첫 아이를 기준으로 영아가구, 유아가구의 대표품목을 조정하여 품목별 비중을 산출하였다. 영아가구는 내구재 위주의 상품지출이 많고, 유아가구는 보육·교육 서비스비용의 지출이 많아 소비패턴이 다름에서 오는 물가부담의 차이를 확인하기 위함이다. 본 절에서는 재조정된 품목에 따라 조사된 시장 가격 결과를 살펴보고 이를 이용하여 영아가구(V-1, V-2)와 유아가구(V-3, V-4)의 육아물가지수를 산출하였다.

가. 영아가구의 육아물가지수

영아가구의 대표품목에 대한 통합 상품군 가격 결과는 다음 <표 III-6-1>과 같다. 의류는 영아의 경우 24개월을 기준으로 하고 가격 조사를 하였고, 시간제 학원의 경우 영아들이 주로 이용하는 문화센터의 한 달 가격을 조사하였다. 또한, 지수 산출 방식은 통합상품군 방식(III-1)과 베스트 상품 방식(III-2)을 이용하였다. 2013년과 비교하여 가격 추이는 KICCE 통합상품군 가격추이와 크게 다르지 않다. 침대가격의 경우 렌탈침대의 월 비용으로 계산한 자료이다.

〈표 III-6-1〉 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 5) - 영아가구
 품목/고가·베스트·저가 통합 방식 (지수 V-1)

단위: 원

연번	품목	2013년			2013년 기준가격	2014년			2014년 기준가격
		5월(기준 가격)	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
식료품									
1	우유	2,846	2,815	2,784	2,815	3,034	2,898	3,001	2,978
2	두유	13,574	14,063	13,177	13,605	14,047	13,506	13,198	13,583
3	치즈	5,145	5,148	5,144	5,146	4,943	5,079	5,101	5,041
4	요거트	2,776	2,837	2,844	2,819	2,904	2,977	2,965	2,948
5	분유	30,968	30,888	30,345	30,734	32,473	32,756	32,217	32,482
6	이유식	153,400	153,800	127,800	145,000	120,300	139,850	139,850	133,333
7	시리얼	6,203	6,401	6,171	6,258	6,217	6,237	6,189	6,214
의류/신발									
8	배냇저고리	18,094	18,033	18,586	18,238	18,563	19,532	19,487	19,194
9	상의	21,062	22,021	23,306	22,130	25,688	37,688	24,313	29,229
10	하의	26,793	28,054	34,658	29,835	26,961	39,150	25,500	30,537
11	외투류	43,836	48,203	74,146	55,395	49,785	43,666	77,032	56,828
12	외출복	67,191	71,273	84,185	74,217	69,329	68,844	83,949	74,041
13	내의	22,365	21,995	26,906	23,755	22,970	24,562	26,735	24,756
14	신발	42,027	40,670	42,951	41,883	44,383	44,605	44,322	44,437
주거관련									
15	침대(렌탈)	83,000	83,000	83,000	83,000	74,700	95,308	95,846	88,618
16	아기식탁의자	51,714	50,333	55,000	52,349	53,600	52,667	53,167	53,144
17	이불	372,478	375,646	373,450	373,858	348,892	357,474	370,963	359,109
18	겉싸개	111,380	113,511	112,990	112,627	119,757	121,637	124,849	122,081
19	속싸개	28,692	29,196	30,290	29,393	28,087	28,373	29,689	28,716
가정/가사용품									
20	젓병	20,313	20,726	21,248	20,762	21,668	21,595	21,902	21,722
21	젓꼭지	9,952	9,700	9,917	9,856	9,917	9,558	9,914	9,796
22	소독기	154,478	167,882	160,167	160,842	143,571	148,705	143,369	145,215
23	아기전용세탁세제	9,541	11,028	11,004	10,524	10,985	10,938	11,326	11,083
의료/보건									
24	비타민	29,902	31,787	31,989	31,226	31,779	30,638	31,935	31,451
25	기저귀	25,946	26,809	27,920	26,892	25,851	24,655	25,857	25,454
26	물티슈	11,533	11,597	11,710	11,613	11,812	11,112	10,039	10,988
27	삼푸	16,638	15,813	15,896	16,116	14,982	17,603	15,789	16,125
28	치약	3,450	3,499	3,502	3,484	3,454	2,993	3,230	3,226
29	칫솔	5,435	5,238	5,300	5,324	5,606	4,624	4,998	5,076
30	로션	18,961	18,180	18,435	18,525	18,096	17,619	16,312	17,342
31	육조	71,277	63,813	62,780	65,957	70,354	71,017	75,445	72,272
32	유축기	136,635	137,016	127,635	133,762	142,712	143,286	146,378	144,125

(표 III-6-1 계속)

연번	품목	2013년				2014년			
		5월(기준) 가격	7월 가격	9월 가격	2013년 기준가격	5월 가격	7월 가격	9월 가격	2014년 기준가격
33	채운계	95,882	100,757	105,393	100,677	102,819	105,232	105,364	104,472
34	예방접종비	129,512	131,177	130,938	130,542	6,923	4,546	4,546	5,338
오락/문화									
35	카시트	422,274	422,704	428,429	424,469	468,730	433,761	445,747	449,413
36	유모차	710,921	680,606	678,610	690,046	740,187	767,921	745,128	751,079
37	아기띠	109,571	121,000	121,190	117,254	117,189	127,159	126,289	123,546
38	보행기	132,321	131,878	127,007	130,402	132,733	131,472	128,863	131,023
39	블록(장난감)	40,568	43,330	39,198	41,032	40,506	43,989	38,093	40,863
40	자전거	213,179	205,734	219,504	212,806	216,167	210,120	198,381	208,223
41	놀이방매트	70,492	67,553	79,569	72,538	78,432	82,691	76,900	79,341
42	돌앨범	767,842	839,090	815,390	807,441	737,000	709,450	708,400	718,283
교육									
43	영유아학습지	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	97,000	93,667
44	영유아책	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000
45	영유아교재교구	648,750	648,750	648,750	648,750	818,750	818,750	818,750	818,750
49	시간제학원	100,720	103,818	102,357	102,298	103,300	103,942	102,885	103,376
기타상품 및 서비스									
50	어린이보험	46,393	46,393	46,393	46,393	36,822	37,233	41,115	38,390
51	어린이집보육료	5,724	5,821	5,821	5,789	7,071	6,364	5,968	6,468
52	어린이집추가비용	96,488	92,001	91,652	93,380	84,798	81,123	78,988	81,636
53	산후조리원	2,412,533	2,456,508	2,439,153	2,436,065	2,465,286	2,430,448	2,456,032	2,450,589

자료: 본 연구에서 수행한 2013-2014 육아물가지조사 분석결과임.

<표 III-6-1>을 이용하여 전년도(2013년) 5월, 7월, 9월 기준과 2013년 기준으로 하는 품목별 지수를 산출하고 품목별 가중치를 적용하여 라스파이레스 방식으로 총 지수를 산출한 영아가구 통합상품군에 대한 육아물가지수(V-1)는 다음 <표 III-6-2>와 같다. 영아가구 통합상품군에 대한 2014년 지수는 95.50으로 전년에 비해 4.50% 하락하여 통합상품군 방식의 영유아 가구 육아물가지수(III-1) 97.55에 비해 하락폭이 더 크게 나타났다. 개별품목을 살펴보면, 상의와 교재교구의 상승폭만이 영유아가구 전체 품목의 가격상승에 비해 컸다.

〈표 III-6-2〉 영아가구 육아물가지수(V-1)-통합상품군

연년	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
	총지수	97.08	95.24	94.43	-2.92	-4.76	-5.57	100.0	95.50	-4.50
	식료품									
1	우유	106.6	102.9	107.8	6.61	2.95	7.78	100.0	105.8	5.78
2	두유	103.5	96.0	100.2	3.48	-3.96	0.16	100.0	99.8	-0.16
3	치즈	96.1	98.7	99.2	-3.92	-1.34	-0.83	100.0	98.0	-2.03
4	요거트	104.6	104.9	104.3	4.60	4.92	4.25	100.0	104.6	4.59
5	분유	104.9	106.0	106.2	4.86	6.05	6.17	100.0	105.7	5.69
6	이유식	78.4	90.9	109.4	-21.58	-9.07	9.43	100.0	92.0	-8.05
7	시리얼	100.2	97.4	100.3	0.23	-2.57	0.30	100.0	99.3	-0.70
	의류신발									
8	배넛저고리	102.6	108.3	104.8	2.59	8.31	4.85	100.0	105.2	5.24
9	상의	122.0	171.1	104.3	21.96	71.14	4.32	100.0	132.1	32.08
10	하의	100.6	139.6	73.6	0.63	39.55	-26.42	100.0	102.4	2.35
11	외투류	113.6	90.6	103.9	13.57	-9.41	3.89	100.0	102.6	2.59
12	외출복	103.2	96.6	99.7	3.18	-3.41	-0.28	100.0	99.8	-0.24
13	내의	102.7	111.7	99.4	2.70	11.67	-0.63	100.0	104.2	4.21
14	신발	105.6	109.7	103.2	5.61	9.68	3.19	100.0	106.1	6.10
	주거관련									
15	침대(렌탈)	90.0	114.8	115.5	-10.00	14.83	15.48	100.0	106.8	6.77
16	아기식탁의자	103.6	104.6	96.7	3.65	4.64	-3.33	100.0	101.5	1.52
17	이불	93.7	95.2	99.3	-6.33	-4.84	-0.67	100.0	96.1	-3.95
18	겉싸개	107.5	107.2	110.5	7.52	7.16	10.50	100.0	108.4	8.39
19	속싸개	97.9	97.2	98.0	-2.11	-2.82	-1.98	100.0	97.7	-2.30
	가정/가사용품									
20	젓병	106.7	104.2	103.1	6.67	4.19	3.08	100.0	104.6	4.62
21	젓꼭지	99.6	98.5	100.0	-0.35	-1.46	-0.03	100.0	99.4	-0.61
22	소독기	92.9	88.6	89.5	-7.06	-11.42	-10.49	100.0	90.3	-9.72
23	아기전용세탁세제	115.1	99.2	102.9	15.14	-0.82	2.93	100.0	105.3	5.31
	의료/보건									
24	비타민	106.3	96.4	99.8	6.28	-3.61	-0.17	100.0	100.7	0.72
25	기저귀	99.6	92.0	92.6	-0.36	-8.04	-7.39	100.0	94.7	-5.34
26	물티슈	102.4	95.8	85.7	2.42	-4.18	-14.27	100.0	94.6	-5.39
27	삼푸	90.0	111.3	99.3	-9.95	11.32	-0.68	100.0	100.1	0.05
28	치약	100.1	85.5	92.2	0.12	-14.45	-7.76	100.0	92.6	-7.40
29	칫솔	103.1	88.3	94.3	3.14	-11.73	-5.69	100.0	95.3	-4.67
30	로션	95.4	96.9	88.5	-4.56	-3.09	-11.52	100.0	93.6	-6.39
31	욕조	98.7	111.3	120.2	-1.29	11.29	20.17	100.0	109.6	9.57
32	유축기	104.4	104.6	114.7	4.45	4.58	14.68	100.0	107.7	7.75
33	체온계	107.2	104.4	100.0	7.23	4.44	-0.03	100.0	103.8	3.77
34	예방접종비	5.3	3.5	3.5	-94.65	-96.53	-96.53	100.0	4.1	-95.91
	오락/문화									
35	카시트	111.0	102.6	104.0	11.00	2.62	4.04	100.0	105.9	5.88
36	유모차	104.1	112.8	109.8	4.12	12.83	9.80	100.0	108.8	8.84
37	아기띠	107.0	105.1	104.2	6.95	5.09	4.21	100.0	105.4	5.37

(표 III-6-2 계속)

연번	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
38	보행기	100.3	99.7	101.5	0.31	-0.31	1.46	100.0	100.5	0.48
39	블록(장난감)	99.8	101.5	97.2	-0.15	1.52	-2.82	100.0	99.6	-0.41
40	자전거	101.4	102.1	90.4	1.40	2.13	-9.62	100.0	97.8	-2.15
41	놀이방매트	111.3	122.4	96.6	11.26	22.41	-3.35	100.0	109.4	9.38
42	돌앨범	96.0	84.5	86.9	-4.02	-15.45	-13.12	100.0	89.0	-11.04
교육										
43	영유아학습지	100.0	100.0	105.4	0.00	0.00	5.43	100.0	101.8	1.81
44	영유아책	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00
45	영유아교재교구	126.2	126.2	126.2	26.20	26.20	26.20	100.0	126.2	26.20
49	시간제학원	102.6	100.1	100.5	2.56	0.12	0.52	100.0	101.1	1.05
기타상품 및 서비스										
50	어린이보험	79.4	80.3	88.6	-20.63	-19.74	-11.38	100.0	82.7	-17.25
51	어린이집보육료	123.5	109.3	102.5	23.53	9.33	2.53	100.0	111.7	11.73
52	어린이집추가비용	87.9	88.2	86.2	-12.12	-11.82	-13.82	100.0	87.4	-12.58
53	산후조리원	102.2	98.9	100.7	2.19	-1.06	0.69	100.0	100.6	0.60

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가지수조사 분석결과임.

영아가구의 대표품목에 대한 베스트 상품군 가격 결과는 다음 <표 III-6-3>과 같다. 영아가구의 통합상품군 가격 추이와 크게 다르지 않다.

<표 III-6-3> 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 5) - 영아가구 품목/베스트 상품군 (V-2)

단위: 원

연번	품목	2013년			2013년 기준가격	2014년			2014년 기준가격
		5월 (기준)가격	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
식료품									
1	우유	2,361	2,364	2,465	2,397	2,624	2,593	2,611	2,610
2	두유	13,574	14,063	13,177	13,605	14,047	13,506	13,198	13,583
3	치즈	5,145	5,148	5,144	5,146	4,943	5,079	5,101	5,041
4	요거트	2,776	2,837	2,844	2,819	2,904	2,977	2,965	2,948
5	분유	26,868	27,083	26,139	26,697	27,326	29,024	28,483	28,278
6	이유식	153,400	153,800	127,800	145,000	120,300	139,850	139,850	133,333
7	시리얼	5,706	5,676	5,541	5,641	5,413	5,460	5,365	5,413
의류/신발									
8	배넛저고리	17,866	17,349	18,429	17,881	18,459	19,189	19,633	19,094
9	상의	21,180	20,939	22,868	21,662	26,711	35,667	18,125	26,834

(표 III-6-3 계속)

연번	품목	2013년			2013년 기준가격	2014년			2014년 기준가격
		5월 (기준)가격	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
10	하의	27,493	27,470	35,667	30,210	22,700	35,640	23,500	27,280
11	외투류	39,185	45,760	67,113	50,686	49,811	44,088	76,354	56,751
12	외출복	67,936	61,470	86,302	71,903	69,458	68,980	80,132	72,856
13	내의	20,657	21,589	25,791	22,679	23,206	24,284	26,100	24,530
14	신발	43,214	42,733	42,953	42,967	45,500	45,708	46,677	45,962
주거관련									
15	침대(웬탈)	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000
16	아기식탁의자	52,400	48,000	55,000	51,800	53,600	51,500	52,800	52,633
17	이불	331,483	349,130	397,542	359,385	331,824	352,988	369,097	351,303
18	겉싸개	108,222	114,106	107,800	110,043	116,568	114,378	123,714	118,220
19	속싸개	26,914	28,371	30,800	28,695	27,088	27,486	28,788	27,788
가정/가사용품									
20	젓병	20,313	20,726	21,248	20,762	21,802	21,732	22,045	21,860
21	젓꼭지	9,952	9,700	9,917	9,856	9,978	9,610	9,973	9,854
22	소독기	154,478	167,882	160,167	160,842	149,417	157,639	149,709	152,255
23	아기전용세탁세제	9,541	11,028	11,004	10,524	10,734	10,654	11,007	10,799
의료/보건									
24	비타민	29,902	31,787	31,989	31,226	31,779	30,638	31,935	31,451
25	기저귀	24,969	26,261	27,978	26,403	26,306	25,524	26,228	26,020
26	물티슈	11,533	11,597	11,710	11,613	11,812	11,112	10,039	10,988
27	샴푸	16,638	15,813	15,896	16,116	14,982	17,603	15,789	16,125
28	치약	3,450	3,499	3,502	3,484	3,454	2,993	3,230	3,226
29	칫솔	5,435	5,238	5,300	5,324	5,606	4,624	4,998	5,076
30	로션	18,961	18,180	18,435	18,525	18,096	17,619	16,312	17,342
31	욕조	74,483	65,484	61,513	67,160	69,284	72,467	75,048	72,266
32	유축기	136,635	137,016	127,635	133,762	144,363	145,277	148,698	146,112
33	체온계	95,882	100,757	105,393	100,677	103,006	105,537	105,679	104,741
34	예방접종비	129,512	131,177	130,938	130,542	6,923	4,546	4,546	5,338
오락/문화									
35	카시트	419,724	428,785	424,319	424,276	481,298	409,143	454,548	448,330
36	유모차	680,219	718,940	692,604	697,254	798,430	823,872	689,846	770,716
37	아기띠	107,714	125,833	117,300	116,949	122,884	138,919	128,864	130,222
38	보행기	128,212	130,692	126,935	128,613	133,786	129,811	125,033	129,543
39	블록(장난감)	40,568	43,330	39,198	41,032	40,506	43,989	38,093	40,863
40	자전거	213,179	205,734	219,504	212,806	216,167	210,120	198,381	208,223
41	놀이방매트	70,492	67,553	79,569	72,538	78,432	82,691	76,900	79,341
42	돌앨범	461,222	514,490	492,890	489,534	532,000	509,000	502,900	514,633

(표 III-6-3 계속)

연번	품목	2013년			2013년 기준가격	2014년			2014년 기준가격
		5월 (기준)가격	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
교육									
43	영유아학습지	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	97,000	93,667
44	영유아책	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000
45	영유아교재교구	648,750	648,750	648,750	648,750	818,750	818,750	818,750	818,750
49	시간제학원	100,720	103,818	102,357	102,298	103,300	103,942	102,885	103,376
기타상품 및 서비스									
50	어린이보험	57,340	57,340	57,340	57,340	58,000	63,860	68,000	63,287
51	어린이집보육료	5,724	5,821	5,821	5,789	7,071	6,364	5,968	6,468
52	어린이집추가비용	96,488	92,001	91,652	93,380	84,798	81,123	78,988	81,636
53	산후조리원	2,412,533	2,456,508	2,439,153	2,436,065	2,465,286	2,430,448	2,456,032	2,450,589

자료: 본 연구에서 수행한 2013-2014 육아물가조사 분석결과임.

<표 III-6-3>을 이용하여 산출한 영아가구 베스트상품군에 대한 육아물가지수 (V-2)는 <표 III-6-4>와 같다. 영아가구 베스트상품군에 대한 2014년 지수는 98.66으로 전년에 비해 1.34% 하락하여 영유아가구 베스트상품군 2014년 지수 100.40에 비해 하락폭이 크다.

<표 III-6-4> 영아가구 육아물가지수(V-2)-베스트상품군

연번	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
총지수		100.81	98.89	96.69	0.81	-1.11	-3.31	100.0	98.66	-1.34
식품										
1	우유	111.2	109.7	105.9	11.15	9.70	5.93	100.0	108.9	8.89
2	두유	103.5	96.0	100.2	3.48	-3.96	0.16	100.0	99.8	-0.16
3	치즈	96.1	98.7	99.2	-3.92	-1.34	-0.83	100.0	98.0	-2.03
4	요거트	104.6	104.9	104.3	4.60	4.92	4.25	100.0	104.6	4.59
5	분유	101.7	107.2	109.0	1.71	7.17	8.97	100.0	105.9	5.92
6	이유식	78.4	90.9	109.4	-21.58	-9.07	9.43	100.0	92.0	-8.05
7	시리얼	94.9	96.2	96.8	-5.13	-3.80	-3.17	100.0	96.0	-4.04
의류/신발										
8	배냇저고리	103.3	110.6	106.5	3.32	10.61	6.53	100.0	106.8	6.78
9	상의	126.1	170.3	79.3	26.11	70.34	-20.74	100.0	123.9	23.88
10	하의	82.6	129.7	65.9	-17.43	29.74	-34.11	100.0	90.3	-9.70
11	외투류	127.1	96.3	113.8	27.12	-3.65	13.77	100.0	112.0	11.97
12	외출복	102.2	112.2	92.8	2.24	12.22	-7.15	100.0	101.3	1.33
13	내의	112.3	112.5	101.2	12.34	12.48	1.20	100.0	108.2	8.16
14	신발	105.3	107.0	108.7	5.29	6.96	8.67	100.0	107.0	6.97

(표 III-6-4 계속)

연년	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
주거관련										
15	침대(렌탈)	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00
16	아기식탁의자	102.3	107.3	96.0	2.29	7.29	-4.00	100.0	101.6	1.61
17	이불	100.1	101.1	92.8	0.10	1.10	-7.16	100.0	97.8	-2.25
18	겉싸개	107.7	100.2	114.8	7.71	0.24	14.76	100.0	107.4	7.43
19	속싸개	100.6	96.9	93.5	0.65	-3.12	-6.53	100.0	96.8	-3.16
가정/가사용품										
20	젓병	107.3	104.9	103.8	7.33	4.85	3.75	100.0	105.3	5.29
21	젓꼭지	100.3	99.1	100.6	0.26	-0.93	0.56	100.0	100.0	-0.03
22	소독기	96.7	93.9	93.5	-3.28	-6.10	-6.53	100.0	94.7	-5.34
23	아기전용세탁세제	112.5	96.6	100.0	12.51	-3.39	0.03	100.0	102.6	2.61
의료/보건										
24	비타민	106.3	96.4	99.8	6.28	-3.61	-0.17	100.0	100.7	0.72
25	기저귀	105.4	97.2	93.7	5.35	-2.80	-6.25	100.0	98.5	-1.45
26	물티슈	102.4	95.8	85.7	2.42	-4.18	-14.27	100.0	94.6	-5.39
27	샴푸	90.0	111.3	99.3	-9.95	11.32	-0.68	100.0	100.1	0.05
28	치약	100.1	85.5	92.2	0.12	-14.45	-7.76	100.0	92.6	-7.40
29	칫솔	103.1	88.3	94.3	3.14	-11.73	-5.69	100.0	95.3	-4.67
30	로션	95.4	96.9	88.5	-4.56	-3.09	-11.52	100.0	93.6	-6.39
31	욕조	93.0	110.7	122.0	-6.98	10.66	22.00	100.0	107.6	7.60
32	유축기	105.7	106.0	116.5	5.66	6.03	16.50	100.0	109.2	9.23
33	체온계	107.4	104.7	100.3	7.43	4.74	0.27	100.0	104.0	4.04
34	예방접종비	5.3	3.5	3.5	-94.65	-96.53	-96.53	100.0	4.1	-95.91
37	아기띠	114.1	110.4	109.9	14.08	10.40	9.86	100.0	111.3	11.35
38	보행기	104.3	99.3	98.5	4.35	-0.67	-1.50	100.0	100.7	0.72
39	블록(장난감)	99.8	101.5	97.2	-0.15	1.52	-2.82	100.0	99.6	-0.41
40	자전거	101.4	102.1	90.4	1.40	2.13	-9.62	100.0	97.8	-2.15
41	놀이방매트	111.3	122.4	96.6	11.26	22.41	-3.35	100.0	109.4	9.38
42	돌앨범	115.3	98.9	102.0	15.35	-1.07	2.03	100.0	105.1	5.13
교육										
43	영유아학습지	100.0	100.0	105.4	0.00	0.00	5.43	100.0	101.8	1.81
44	영유아책	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00
45	영유아교재교구	126.2	126.2	126.2	26.20	26.20	26.20	100.0	126.2	26.20
49	시간제학원	102.6	100.1	100.5	2.56	0.12	0.52	100.0	101.1	1.05
기타상품 및 서비스										
50	어린이보험	101.2	111.4	118.6	1.15	11.37	18.59	100.0	110.4	10.37
51	어린이집보육료	123.5	109.3	102.5	23.53	9.33	2.53	100.0	111.7	11.73
52	어린이집추가비용	87.9	88.2	86.2	-12.12	-11.82	-13.82	100.0	87.4	-12.58
53	산후조리원	102.2	98.9	100.7	2.19	-1.06	0.69	100.0	100.6	0.60

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

나. 유아가구의 육아물가지수

유아가구의 대표품목에 대한 통합 상품군 가격 결과는 다음 <표 III-6-5>와 같다. 전체 33개 품목으로 영아가구에 비해 품목 수가 적고, 의류는 48개월을 기준으로 가격 조사를 하였다. 2013년과 비교하여 가격 추이는 KICCE 통합상품군 가격추이와 크게 다르지 않다.

<표 III-6-5> 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 5) - 유아가구
 품목/고가·베스트·저가 상품군 통합방식(V-3)

단위: 원

연년	품목	2013년			2013년 기준가격	2014년			2014년 기준가격
		5월(기준 가격)	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
식료품									
1	우유	2,846	2,815	2,784	2,814	3,034	2,898	3,001	2,978
2	두유	13,574	14,063	13,177	13,600	14,047	13,506	13,198	13,583
3	치즈	5,145	5,148	5,144	5,146	4,943	5,079	5,101	5,041
4	요거트	2,776	2,837	2,844	2,821	2,904	2,977	2,965	2,948
7	시리얼	6,203	6,401	6,171	6,296	5,786	5,509	5,748	5,681
의류/신발									
9	상의	25,706	34,344	29,637	25,916	26,494	31,701	31,881	30,025
10	하의	43,989	45,010	42,447	36,693	40,464	42,054	50,625	44,381
11	외투류	64,855	69,964	88,763	65,381	58,042	50,724	101,010	69,926
12	외출복	68,660	63,010	85,789	75,300	111,455	104,647	124,391	113,498
13	내의	22,365	21,995	26,906	23,984	27,325	27,747	30,675	28,583
14	신발	48,121	48,416	48,945	45,554	54,175	55,215	52,181	53,857
주거관련									
15	침대(렌탈)	83,000	83,000	83,000	83,000	74,700	95,308	95,846	88,618
17	이불	33,614	38,622	40,517	38,853	46,952	54,589	54,779	52,107
의료/보건									
24	비타민	29,902	31,787	31,989	31,307	31,779	30,638	31,935	31,451
26	물티슈	11,533	11,597	11,710	11,617	11,812	11,112	10,039	10,988
27	샴푸	16,638	15,813	15,896	16,112	14,982	17,603	15,789	16,125
28	치약	3,450	3,499	3,502	3,484	3,454	2,993	3,230	3,226
29	칫솔	5,435	5,238	5,300	5,336	5,606	4,624	4,998	5,076
30	로션	18,961	18,180	18,435	18,506	18,096	17,619	16,312	17,342
오락/문화									
35	카세트	422,274	422,704	428,429	424,651	468,730	433,761	445,747	449,413
39	블록(장난감)	40,568	43,330	39,198	41,104	37,135	37,800	33,157	36,031
40	자전거	213,179	205,734	219,504	212,869	216,167	210,120	198,381	208,223
41	놀이방매트	70,492	67,553	79,569	72,581	78,432	82,691	76,900	79,341

(표 III-6-5 계속)

연번	품목	2013년			2013년 기준가격	2014년			2014년 기준가격
		5월(기준 가격)	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
교육									
43	영유아학습지	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	97,000	93,667	
44	영유아책	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	
45	영유아교재교구	648,750	648,750	648,750	648,750	818,750	818,750	818,750	
46	유치원순교육비	59,789	57,073	57,025	57,962	60,793	58,815	59,791	
47	유치원추가비용	124,311	113,771	115,118	117,733	131,382	132,182	139,868	
48	영유아영어학원	711,800	636,000	655,181	667,660	836,970	864,483	815,200	
49	시간제학원	128,333	126,970	127,404	127,569	103,300	103,942	102,885	
기타상품 및 서비스									
50	어린이보험	46,393	46,393	46,393	46,393	36,822	37,233	41,115	
51	어린이집보육료	5,724	5,821	5,821	5,789	7,071	6,364	5,968	
52	어린이집추가비용	96,488	92,001	91,652	93,380	84,798	81,123	78,988	

자료: 본 연구에서 수행한 2013-2014 육아물가지수 분석결과임.

<표 III-6-5>을 이용하여 유아가구 통합상품군에 대한 지수 산출결과는 <표 III-6-6>과 같다. 유아가구 통합상품군에 대한 2014년 지수는 101.13으로 전년에 비해 1.13% 상승하여 통합상품군 방식의 영유아 가구 육아물가지수(III-1) 97.55와 반대의 결과로 산출되었다. 이는 올해부터 영유아 필수 예방접종이 확대되어 예방접종 비용이 큰 폭으로 감소하였는데 대부분의 예방접종이 영아기에 이루어져 유아가구의 바스켓에는 예방접종 품목이 빠졌기 때문인 것으로 판단된다.

〈표 III-6-6〉 유아가구 육아물가지수(V-3)-통합상품군

연번	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
총지수		102.16	100.63	100.74	2.16	0.63	0.74	100.0	101.13	1.13
식료품										
1	우유	106.6	102.9	107.8	6.61	2.95	7.78	100.0	105.8	5.78
2	두유	103.5	96.0	100.2	3.48	-3.96	0.16	100.0	99.8	-0.16
3	치즈	96.1	98.7	99.2	-3.92	-1.34	-0.83	100.0	98.0	-2.03
4	요거트	104.6	104.9	104.3	4.60	4.92	4.25	100.0	104.6	4.59
7	시리얼	100.2	97.4	100.3	0.23	-2.57	0.30	100.0	99.3	-0.70
의류신발										
9	상의	86.0	76.7	83.5	-14.03	-23.31	-16.54	100.0	81.6	-18.41
10	하의	75.7	80.6	93.0	-24.30	-19.43	-6.96	100.0	83.0	-17.03
11	외투류	89.5	72.5	113.8	-10.50	-27.50	13.80	100.0	93.8	-6.17
12	외출복	103.0	108.4	83.7	3.03	8.40	-16.28	100.0	97.0	-3.03

(표 III-6-6 계속)

연번	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
13	내의	102.7	111.7	99.4	2.70	11.67	-0.63	100.0	104.2	4.21
14	신발	112.6	114.0	106.6	12.58	14.04	6.61	100.0	111.1	11.06
주거관련										
15	침대(렌탈)	90.0	114.8	115.5	-10.00	14.83	15.48	100.0	106.8	6.77
17	이불	115.0	104.1	89.9	15.02	4.05	-10.08	100.0	102.2	2.24
의료/보건										
24	비타민	106.3	96.4	99.8	6.28	-3.61	-0.17	100.0	100.7	0.72
26	물티슈	102.4	95.8	85.7	2.42	-4.18	-14.27	100.0	94.6	-5.39
27	샴푸	90.0	111.3	99.3	-9.95	11.32	-0.68	100.0	100.1	0.05
28	치약	100.1	85.5	92.2	0.12	-14.45	-7.76	100.0	92.6	-7.40
29	칫솔	103.1	88.3	94.3	3.14	-11.73	-5.69	100.0	95.3	-4.67
30	로션	95.4	96.9	88.5	-4.56	-3.09	-11.52	100.0	93.6	-6.39
오락/문화										
35	카시트	111.0	102.6	104.0	11.00	2.62	4.04	100.0	105.9	5.88
39	블록(장난감)	99.8	101.5	97.2	-0.15	1.52	-2.82	100.0	99.6	-0.41
40	자전거	101.4	102.1	90.4	1.40	2.13	-9.62	100.0	97.8	-2.15
41	놀이방매트	111.3	122.4	96.6	11.26	22.41	-3.35	100.0	109.4	9.38
교육										
43	영유아학습지	100.0	100.0	105.4	0.00	0.00	5.43	100.0	101.8	1.81
44	영유아책	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00
45	영유아교재교구	126.2	126.2	126.2	26.20	26.20	26.20	100.0	126.2	26.20
46	유치원순교육비	101.7	103.1	104.8	1.68	3.05	4.81	100.0	103.2	3.16
47	유치원추가비용	105.7	116.2	121.5	5.69	16.18	21.50	100.0	114.2	14.22
48	영유아영어학원	117.6	135.9	124.4	17.58	35.93	24.42	100.0	125.6	25.65
49	시간제학원	80.5	81.9	80.8	-19.51	-18.14	-19.25	100.0	81.0	-18.96
기타상품 및 서비스										
50	어린이보험	79.4	80.3	88.6	-20.63	-19.74	-11.38	100.0	82.7	-17.25
51	어린이집보육료	123.5	109.3	102.5	23.53	9.33	2.53	100.0	111.7	11.73
52	어린이집추가비용	87.9	88.2	86.2	-12.12	-11.82	-13.82	100.0	87.4	-12.58

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

유아가구의 대표품목에 대한 베스트상품군 가격 결과는 다음 <표 III-6-7>과 같다. 베스트 상품군의 가격 추이도 앞의 통합상품군의 가격 결과가 큰 차이는 보이지 않는다.

〈표 III-6-7〉 2013-2014 육아품목 가격조사 결과 5) - 유아가구 품목/베스트
 상품군(V-4)

단위: 원

연번	품목	2013년			2013년 기준가격	2014년			2014년 기준가격
		5월 (기준)가격	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
식료품									
1	우유	2,361	2,364	2,465	2,397	2,624	2,593	2,611	2,610
2	두유	13,574	14,063	13,177	13,605	14,047	13,506	13,198	13,583
3	치즈	5,145	5,148	5,144	5,146	4,943	5,079	5,101	5,041
4	요거트	2,776	2,837	2,844	2,819	2,904	2,977	2,965	2,948
7	시리얼	5,706	5,676	5,541	5,641	5,413	5,460	5,365	5,413
의류/신발									
9	상의	25,569	34,050	29,319	29,646	20,752	26,573	25,420	24,248
10	하의	35,868	41,917	40,922	39,569	32,325	36,464	40,050	36,280
11	외투류	64,417	72,377	82,023	72,939	53,622	51,463	104,583	69,890
12	외출복	73,868	74,601	87,463	78,644	71,984	70,021	76,230	72,745
13	내의	20,657	21,589	25,791	22,679	23,206	24,284	26,100	24,530
14	신발	51,438	47,978	49,651	49,689	55,865	54,253	53,224	54,447
주거관련									
15	침대(렌탈)	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000	49,000
17	이불	37,500	38,083	36,897	37,493	38,500	42,150	32,933	37,861
의료/보건									
24	비타민	29,902	31,787	31,989	31,226	31,779	30,638	31,935	31,451
26	물티슈	11,533	11,597	11,710	11,613	11,812	11,112	10,039	10,988
27	샴푸	16,638	15,813	15,896	16,116	14,982	17,603	15,789	16,125
28	치약	3,450	3,499	3,502	3,484	3,454	2,993	3,230	3,226
29	칫솔	5,435	5,238	5,300	5,324	5,606	4,624	4,998	5,076
30	로션	18,961	18,180	18,435	18,525	18,096	17,619	16,312	17,342
오락/문화									
35	카시트	419,724	428,785	424,319	424,276	481,298	409,143	454,548	448,330
39	블록(장난감)	40,568	43,330	39,198	41,032	40,506	43,989	38,093	40,863
40	자전거	213,179	205,734	219,504	212,806	216,167	210,120	198,381	208,223
41	놀이방매트	70,492	67,553	79,569	72,538	78,432	82,691	76,900	79,341
교육									
43	영유아학습지	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	92,000	97,000	93,667
44	영유아책	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000	580,000
45	영유아교재교구	648,750	648,750	648,750	648,750	818,750	818,750	818,750	818,750
46	유치원순교육비	59,789	57,073	57,025	57,962	60,793	58,815	59,766	59,791
47	유치원추가비용	124,311	113,771	115,118	117,733	131,382	132,182	139,868	134,477
48	영유아영어학원	711,800	636,000	655,181	667,660	836,970	864,483	815,200	838,884
49	시간제학원	128,333	126,970	127,404	127,569	103,300	103,942	102,885	103,376

(표 III-6-7 계속)

연번	품목	2013년			2013년 기준가격	2014년			2014년 기준가격
		5월 (기준)가격	7월 가격	9월 가격		5월 가격	7월 가격	9월 가격	
기타상품 및 서비스									
50	어린이보험	57,340	57,340	57,340	57,340	58,000	63,860	68,000	63,287
51	어린이집보육료	5,724	5,821	5,821	5,789	7,071	6,364	5,968	6,468
52	어린이집추가비용	96,488	92,001	91,652	93,380	84,798	81,123	78,988	81,636

자료: 본 연구에서 수행한 2013-2014 육아물가조사 분석결과임.

<표 III-6-7>을 이용하여 유아가구 베스트상품군에 대한 지수 산출 결과는 다음 <표 III-6-8>과 같다.

유아가구 베스트상품군에 대한 2014년 지수는 103.50으로 전년에 비해 3.50% 상승하여 유아가구 통합상품군의 가격 지수 101.13에 비해 상승폭이 크다. 통합상품군은 저가 상품군이 포함되어 있어 가격의 상승을 상쇄시키는 효과가 있으나 베스트 상품군은 통합상품군에 비해 이 같은 효과는 반영되지 않기 때문에 총 지수의 상승폭이 크게 나타난 것으로 보인다.

<표 III-6-8> 유아가구 육아물가지수(V-4)-베스트상품군

연번	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
총지수		104.16	103.39	103.08	4.16	3.39	3.08	100.0	103.50	3.5
식료품										
1	우유	111.2	109.7	105.9	11.15	9.70	5.93	100.0	108.9	8.89
2	두유	103.5	96.0	100.2	3.48	-3.96	0.16	100.0	99.8	-0.16
3	치즈	96.1	98.7	99.2	-3.92	-1.34	-0.83	100.0	98.0	-2.03
4	요거트	104.6	104.9	104.3	4.60	4.92	4.25	100.0	104.6	4.59
7	시리얼	94.9	96.2	96.8	-5.13	-3.80	-3.17	100.0	96.0	-4.04
의류신발										
9	상의	81.2	78.0	86.7	-18.84	-21.96	-13.30	100.0	81.8	-18.21
10	하의	90.1	87.0	97.9	-9.88	-13.01	-2.13	100.0	91.7	-8.31
11	외투류	83.2	71.1	127.5	-16.76	-28.90	27.50	100.0	95.8	-4.18
12	외출복	97.4	93.9	87.2	-2.55	-6.14	-12.84	100.0	92.5	-7.50
13	내의	112.3	112.5	101.2	12.34	12.48	1.20	100.0	108.2	8.16
14	신발	108.6	113.1	107.2	8.61	13.08	7.20	100.0	109.6	9.58
주거관련										
15	침대(렌탈)	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00
17	이불	102.7	110.7	89.3	2.67	10.68	-10.74	100.0	101.0	0.98
의료/보건										
24	비타민	106.3	96.4	99.8	6.28	-3.61	-0.17	100.0	100.7	0.72
26	물티슈	102.4	95.8	85.7	2.42	-4.18	-14.27	100.0	94.6	-5.39

(표 III-6-8 계속)

연년	품목	2014년			전년동월대비(%)			2013년 지수	2014년 지수	전년 대비 (%)
		5월	7월	9월	5월	7월	9월			
27	샴푸	90.0	111.3	99.3	-9.95	11.32	-0.68	100.0	100.1	0.05
28	치약	100.1	85.5	92.2	0.12	-14.45	-7.76	100.0	92.6	-7.40
29	칫솔	103.1	88.3	94.3	3.14	-11.73	-5.69	100.0	95.3	-4.67
30	로션	95.4	96.9	88.5	-4.56	-3.09	-11.52	100.0	93.6	-6.39
오락/문화										
35	카시트	114.7	95.4	107.1	14.67	-4.58	7.12	100.0	105.7	5.67
39	블록(장난감)	99.8	101.5	97.2	-0.15	1.52	-2.82	100.0	99.6	-0.41
40	자전거	101.4	102.1	90.4	1.40	2.13	-9.62	100.0	97.8	-2.15
41	놀이방매트	111.3	122.4	96.6	11.26	22.41	-3.35	100.0	109.4	9.38
교육										
43	영유아학습지	100.0	100.0	105.4	0.00	0.00	5.43	100.0	101.8	1.81
44	영유아책	100.0	100.0	100.0	0.00	0.00	0.00	100.0	100.0	0.00
45	영유아교재교구	126.2	126.2	126.2	26.20	26.20	26.20	100.0	126.2	26.20
46	유치원순교육비	101.7	103.1	104.8	1.68	3.05	4.81	100.0	103.2	3.16
47	유치원추가비용	105.7	116.2	121.5	5.69	16.18	21.50	100.0	114.2	14.22
48	영유아영어학원	117.6	135.9	124.4	17.58	35.93	24.42	100.0	125.6	25.65
49	시간제학원	80.5	81.9	80.8	-19.51	-18.14	-19.25	100.0	81.0	-18.96
기타상품 및 서비스										
50	어린이보험	101.2	111.4	118.6	1.15	11.37	18.59	100.0	110.4	10.37
51	어린이집보육료	123.5	109.3	102.5	23.53	9.33	2.53	100.0	111.7	11.73
52	어린이집추가비용	87.9	88.2	86.2	-12.12	-11.82	-13.82	100.0	87.4	-12.58

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가지수 분석결과임.

7. 육아물가지수 비교 및 육아물가동향 파악

가. 육아물가지수 특성 비교 및 대표 지수의 파악

2014년 육아물가지수 산출 결과 2013년 5, 7, 9월을 각각 100으로 보았을 때, CPI 방식 지수(II)와 통합상품군 지수(III-1)는 -0.03, -2.45 의 지수하락을 보인 반면, 베스트 상품군 지수(III-2)에서는 +0.40 가격상승이 있는 것으로 나타났다. 이는 CPI 내 12개 품목만을 가지고 산출한 육아물가지수(I)의 경향과 비교하여 차이가 있는 것으로, CPI 품목만을 적용한 육아물가지수(I)이 소비자물가 보다 높은 물가상승률을 보인데 반해 KICCE 육아품목 53개를 적용한 육아물가지수(II, III-1) 2개에서는 하락한 것으로 나타났다. 육아품목 53개의 다양한 가격수준을 고려하였을 때와, 1개 고정품목을 기준으로 가격을 추적 조사하였을 때에는 육아물가 바스켓 전체의 가격지수가 하락한 결과이다. 여기에 예방접종과 같은 육아지원의 확대가 기여한 바가 크며, 반면 유치원과 어린이집, 영어학원, (의

류), 이불, 분유 등의 가격상승이 컸던 부분은 상쇄된 것으로 해석된다. 영유아 부모가 가장 선호하는 인기 베스트 상품을 기준으로 지수를 산출하였을 때에는, 육아품목 바스켓의 가격이 상승하였다.

인터넷을 통해 구입하는 온라인 육아물가지수 산출 결과, 고가에 해당하는 보다 다양한 가격대의 품목이 합쳐짐으로 인해 온라인 가격의 상승폭이 2014년 5월~9월 약 4개월간 +3.00의 상승폭을 보였다. 이는 다른 육아물가지수, 소비자물가지수 전체와 견주어 높은 수준이다. 그러나 산출기준(100)이 되는 시점과 산출방식이 달라 다른 지수와의 직접적인 비교에 무리가 있으므로 차년도 데이터가 나오면 연간 상승률에 대한 논의가 가능할 것으로 보인다.

〈표 III-7-1〉 2014 육아물가지수 및 소비자물가지수 비교

비목	구분	2013년			2014년			2014년
		5월	7월	9월	5월	7월	9월	
	CPI식(II)	100.00	99.59	101.10	101.05	100.16	98.96	99.97
	KICCE_통합가격(III-1)	100.00	100.20	100.65	98.97	96.96	96.90	97.55
	KICCE_베스트상품(III-2)	100.00	100.97	100.80	101.84	100.28	99.29	100.40
	온라인 육아물가지수(IV)	-	-	-	100.0	100.25	103.00	
육아물가지수	발달시기별 육아물가지수							
	-영아 통합가격(V-1)	100.00			97.08	95.24	94.43	95.50
	베스트상품(V-2)	100.00			100.81	98.89	96.69	98.66
	-유아 통합가격(V-3)	100.00			102.16	100.63	100.74	101.13
	베스트상품(V-4)	100.00			104.16	103.39	103.08	103.50
소비자물가지수	전국 도시가구 481개 품목 ¹⁾	100.00	100.01	100.56	101.58	101.67	101.77	101.67
소비자물가지수	1) CPI 가중치적용	100.00	99.89	100.13	103.03	103.39	103.29	103.24
내 육아품목 ²⁾	2) KICCE가중치적용	100.00	99.53	100.12	102.71	104.17	104.50	103.79

주: 1) 2014년 5월, 7월, 9월 지수는 전년도 동월을 기준으로 2014년 지수는 2013년을 기준으로 한 지수임. 통계청 CPI에 포함되어있는 전 품목 481개를 고려함.

2) 통계청 CPI에 포함되어있는 12개 육아품목만을 고려한 지수임.

영아품목은 품목 수가 많고 서비스 보다는 상품으로 이루어졌다면, 유아품목의 경우 상대적으로 품목 수가 적고 서비스 품목이 주를 이룬다. 이러한 발달단계별, 가족 생애주기별 육아 소비지출의 차이를 고려하여 영아물가지수와 유아물가지수로 나누어 산출한 결과, 두 지수 간에 상반된 가격 등락을 보였다. 2013년 기준 대비 영아물가지수가 하락한 반면, 유아물가지수는 상승하였다. 영

아기의 경우 예방접종과 기저귀¹⁶⁾ 등의 큰 하락폭이 다른 품목의 상승을 상쇄한 반면, 유아기의 경우 유아기 대표품목으로 예방접종과 기저귀 등이 빠져 의류와 이불, 내구재, 분유, 유치원과 어린이집 등 물가상승률 이상의 육아물가 상승이 그대로 반영되었음을 알 수 있다.

상기한 육아물가지수 중, 본 연구결과에서 대표적인 육아물가동향으로 제시하는 것은 KICCE 육아대표품목 53개 가격데이터를 KICCE 육아지출비중을 반영하여 소비자물가지수(CPI) 방식으로 조사 산출한 지수(II)이다. 나름의 지수들이 고유한 특성을 지니고 있으나, 한 가지 품목의 동질성을 엄격히 유지하며 가격을 추적하는 통계청 방식의 지수 산출을 대표적인 육아물가지수로 제공하는 바이다. 하락폭이 컸던 고가-베스트-저가의 다양한 가격대를 반영한 통합지수와 영유아부모들이 가장 선호하는 베스트 품목의 지수는, 육아물가동향의 특성을 반영하는 보조지표로 참조할 수 있을 것이다.

나. 3개 지수 품목·비목별 및 발달시기별 비교

1) 품목별 지수 비교

각 지수의 품목별 연간 가격 추이를 살펴보면, 유제품(우유, 분유, 요거트)의 가격은 3개 지수 일관되게 상승하였고, 의류/신발에는 가격 상승과 하락의 품목이 함께 있는 가운데, 필수재에 해당하는 내의류/신발의 가격 상승세가 두드러졌다. 카시트도 공통적으로 상승한 것으로 조사되었다.

영유아교재교구, 유치원(순교육비, 추가비용), 어린이집(보육료, 추가비용), 영유아학원의 경우는 동일한 조사/산출방법의 적용으로 인해 동일한 추이를 보였다. 기저귀, 치약, 칫솔, 자전거, 그리고 예방접종의 경우 3개 지수 공통되게 가격 하락세를 보였다.

침대(렌탈)의 경우 통합지수에서는 상승폭이 컸으나, CPI 방식과 베스트에서는 변동이 없었다. 젖병, 소독기, 아이전용세탁세제, 물티슈, 로션, 유축기, 유모차, 아기띠, 장난감(블럭), 놀이방매트, 돌앨범비용, 어린이집 보험의 경우 지수 방식에 따라 작년 대비 가격 상승과 하락의 상반된 경향을 보였다.

16) 기저귀의 경우, 지수산출 방식과 데이터 수집방법에 따라 등락의 결과가 다르게 나옴. CPI 지수(II)을 제외하고 대체로 하락한 것으로 나타남.

〈표 III-7-2〉 2014년 육아물가지수(3개) 품목별 비교

연번	품목	CPI방식 (지수 II)	KICCE-통합 (지수 III-1)	KICCE-베스트 (지수 III-2)
총지수		99.97	97.55	100.40
식료품 및 관련 서비스				
1	우유	107.1	105.8	108.9
2	두유	98.1	99.8	99.8
3	치즈	100.1	98.0	98.0
4	요거트	108.2	104.6	104.6
5	분유	109.4	105.7	105.9
6	이유식	100.0	92.0	92.0
7	시리얼	90.4	99.3	96.0
의류/신발 관련 서비스				
8	배넛저고리	107.1	105.2	106.8
9	상의	104.3	98.3	98.8
10	하의	110.1	96.3	98.2
11	외투류	100.9	98.5	104.2
12	외출복	95.8	98.6	94.8
13	내의	111.5	104.2	108.2
14	신발	107.2	106.0	106.3
주택/수도/전기 및 주거서비스				
15	침대(렌탈)	100.0	106.8	100.0
16	아기식탁의자	97.7	101.5	101.6
17	이불	95.6	102.2	101.0
18	길싸개	102.8	108.4	107.4
19	속싸개	98.8	97.7	96.8
가정용품 및 가사서비스				
20	젓병	99.9	104.6	105.3
21	젓꼭지	101.4	99.4	100.0
22	소독기	105.7	90.3	94.7
23	아기전용세탁세제	99.1	105.3	102.6
의료용품 및 보건서비스				
24	비타민	101.1	100.7	100.7
25	기저귀	95.2	94.7	98.5
26	물티슈	104.8	94.6	94.6
27	샴푸	100.9	100.1	100.1
28	치약	99.5	92.6	92.6
29	칫솔	97.9	95.3	95.3
30	로션	109.1	93.6	93.6
31	육조	106.1	109.6	107.6
32	유축기	98.2	107.7	109.2
33	체온계	101.4	103.8	104.0
34	예방접종비	4.1	4.1	4.1

(표 III-7-2 계속)

연번	품목	CPI방식 (지수 II)	KICCE-통합 (지수 III-1)	KICCE-베스트 (지수 III-2)
오락/문화용품 및 관련서비스				
35	카시트	104.2	105.9	105.7
36	유모차	94.9	108.8	110.5
37	아기띠	98.7	105.4	111.3
38	보행기	102.0	100.5	100.7
39	블록(장난감)	109.8	99.6	99.6
40	자전거	93.8	97.8	97.8
41	놀이방매트	88.1	109.4	109.4
42	돌앨범	105.1	89.0	105.1
교육용품 및 교육서비스				
43	영유아학습지	100.0	101.8	101.8
44	영유아책	100.0	100.0	100.0
45	영유아교재교구	113.3	126.2	126.2
46	유치원순교육비	103.2	103.2	103.2
47	유치원추가비용	114.2	114.2	114.2
48	영유아영어학원	125.6	125.6	125.6
49	시간제학원	81.0	81.0	81.0
기타상품 및 서비스				
50	어린이보험	110.4	82.7	110.4
51	어린이집보육료	111.7	111.7	111.7
52	어린이집추가비용	87.4	87.4	87.4
53	산후조리원	100.6	100.6	100.6

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

2) 비목별 지수 비교

비목별로 살펴보면 지수간 등락 특성의 차이가 보다 잘 드러난다. 베스트 상품지수의 경우 지출비중이 큰 내구재가 많이 포함된 오락문화용품 및 관련서비스(카시트, 유모차, 아기띠, 장난감, 매트, 돌앨범 등)의 가격 상승이 컸기 때문에 지수 상승이 견인된 것으로 보인다. 한편, 동일한 조사 산출방식으로 인해 가격 데이터와 지수가 동일했던 기타상품 및 서비스의 경우, 통합상품군 지수에서만 가격이 떨어진 반대 양상으로 나온 이유가 어린이 보험의 저가 상품군 가격이 낮아서이고, 다른 두 지수에서 오른 것은 보험의 베스트 상품 가격이 작년보다 올라서이기 때문이다. 즉 보험 효과에 의한 지수 등락의 차이임을 알 수 있다.

대체로 분류, 유제품의 식료품과 의류/신발의 가격 상승폭이 CPI 방식의 지수(II)에서 가장 크게 반영된 반면, 주거 및 가정용품/가사서비스 관련 비목의 침대(렌탈), 식탁의자, 이불, 젓병, 소독기, 세탁세제 등의 가격 상승폭이 적거나

하락세로 나타나 총 지수가 떨어진 것으로 산출되었다.

〈표 III-7-3〉 비목별 육아물가지수(3개)

비목	구분	2014년			2014년
		5월	7월	9월	
총지수	CPI	101.05	100.16	98.96	99.97
	KICCE_전체상품	98.97	96.96	96.90	97.55
	KICCE_베스트상품군	101.84	100.28	99.29	100.40
식료품 및 관련 서비스	CPI	102.48	106.47	103.74	104.16
	KICCE_전체상품	101.84	101.72	104.40	102.59
	KICCE_베스트상품군	101.22	103.29	104.58	102.96
의류/신발 관련 서비스	CPI	106.13	104.26	108.90	105.75
	KICCE_전체상품	99.77	101.90	99.05	100.34
	KICCE_베스트상품군	101.54	104.12	99.88	101.98
주택/수도/전기 및 주거 서비스	CPI	96.69	96.61	102.98	98.66
	KICCE_전체상품	100.38	109.47	105.23	104.78
	KICCE_베스트상품군	101.62	103.64	97.31	100.86
가정용품 및 가사서비스	CPI	100.57	102.85	98.39	100.50
	KICCE_전체상품	106.43	99.26	100.66	101.95
	KICCE_베스트상품군	106.28	99.29	100.43	101.83
의료용품 및 보건서비스	CPI	85.39	81.05	77.55	81.24
	KICCE_전체상품	83.52	77.49	76.58	79.13
	KICCE_베스트상품군	86.39	80.17	77.20	81.12
오락/문화용품 및 관련 서비스	CPI	105.39	98.06	98.15	100.39
	KICCE_전체상품	102.66	100.79	98.58	100.55
	KICCE_베스트상품군	113.65	105.14	101.37	106.56
교육용품 및 교육서비스	CPI	100.96	104.23	104.20	103.07
	KICCE_전체상품	102.13	105.40	106.08	104.48
	KICCE_베스트상품군	102.13	105.40	106.08	104.48
기타상품 및 서비스	CPI	108.91	105.09	103.93	105.95
	KICCE_전체상품	103.01	96.65	95.81	98.46
	KICCE_베스트상품군	108.91	105.09	103.93	105.95

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

3) 발달시기별 지수 비교

제시된 영아지수와 유아지수의 차이는 품목 구성과 가중치의 차이를 반영한 것으로, 특히 의류와 이불류, 유치원과 학원의 품목에서 영아기(24개월 기준)와 유아기(48개월 기준)로 나뉘어져 있어 이것의 가격 차이가 반영된 것이다. 의류의 경우 유아기 품목의 가격 하락폭이 컸으나, 예방접종의 하락이 반영되지 않

은 관계로 상대적으로 비중이 큰 유아기 유치원과 학원의 가격 상승이 지수 상승을 견인하였다. 유아기 교재교구와 사교육(책, 학습지)의 지수 상승이 컸으나, 영아가구의 지출비중이 적어 덜 반영되었다.

다양한 가격대 품목을 고려한 통합 지수보다 영유아부모에게 많이 팔리는 베스트 품목 지수의 상승폭이 대체로 크거나 하락폭이 적었으나, 발달시기별로 나누어 살펴보았을 때 의류/신발, 주거, 가정용품의 비목에서 반대의 양상으로 나타나기도 했다.

발달시기에 따라 다른 품목으로 구성하여 산출한 2013년 대비 2014년 영아가구/유아가구 물가지수 산출 결과는 다음 <표 III-7-3>와 같다. 영아가구와 유아가구의 지수산출 구성항목에 차이가 있어 절대적인 비교는 할 수 없지만 각 가구특성에 따라 큰 비중을 차지하는 품목들의 움직임이 상이하여 나타난 결과로 보인다. 영아가구의 경우 전체 두유, 치즈, 시리얼, 이불, 속싸개, 젓꼭지, 소독기, 기저귀, 물티슈, 치약, 칫솔, 로션, 예방접종비, 장난감, 자전거, (어린이 보험), 어린이집 추가비용의 가격이 떨어지게 나타났는데 이들 중 영아가구의 지출비중에서 큰 부분을 차지하는 기저귀와 예방접종비의 가격 하락 폭이 커 전체 지수에 영향을 미친 것으로 보인다.

반면 유아가구는 영아가구보다 적은 품목으로 바스켓이 구성되었는데, 품목별로 살펴보면 영아가구와 마찬가지로 두유, 치즈, 시리얼, 그리고 외투류와 외출복, 물티슈, 치약, 칫솔, 로션, 장난감, 자전거, 시간제학원, (어린이 보험, 어린이집추가비용)의 가격이 하락하였으나, 유아가구의 지출비중이 큰 유치원순교육비, 유치원추가비용, 영유아영어학원 가격상승이 전체 지수의 상승에 영향을 주었다.

<표 III-7-4> 2014년 육아물가지수 발달시기에 따른 비교

연번	품목	영아지수		유아지수	
		KICCE-통합 (지수 V-1)	KICCE-베스트 (지수 V-2)	KICCE-통합 (지수 V-3)	KICCE-베스트 (지수 V-4)
	총지수	95.50	98.66	101.13	103.50
	식료품 및 관련 서비스				
1	우유	105.8	108.9	105.8	108.9
2	두유	99.8	99.8	99.8	99.8
3	치즈	98.0	98.0	98.0	98.0
4	요거트	104.6	104.6	104.6	104.6
5	분유	105.7	105.9	-	-

(표 III-74 계속)

연번	품목	영아지수		유아지수	
		KICCE-통합 (지수 V-1)	KICCE베스트 (지수 V-2)	KICCE-통합 (지수 V-3)	KICCE베스트 (지수 V-4)
6	이유식	92.0	92.0	-	-
7	시리얼	99.3	96.0	99.3	96.0
의류/신발 관련 서비스					
8	배넛저고리	105.2	106.8	-	-
9	상의	132.1	123.9	81.6	81.8
10	하의	102.4	90.3	83.0	91.7
11	외투류	102.6	112.0	93.8	95.8
12	외출복	99.8	101.3	97.0	92.5
13	내의	104.2	108.2	104.2	108.2
14	신발	106.1	107.0	111.1	109.6
주택/수도/전기 및 주거서비스					
15	침대(렌탈)	106.8	100.0	106.8	100.0
16	아기식탁의자	101.5	101.6	-	-
17	이불	96.1	97.8	102.2	101.0
18	겉싸개	108.4	107.4	-	-
19	속싸개	97.7	96.8	-	-
가정용품 및 가사서비스					
20	젓병	104.6	105.3	-	-
21	젓꼭지	99.4	100.0	-	-
22	소독기	90.3	94.7	-	-
23	아기전용세탁세제	105.3	102.6	-	-
의료용품 및 보건서비스					
24	비타민	100.7	100.7	100.7	100.7
25	기저귀	94.7	98.5	-	-
26	물티슈	94.6	94.6	94.6	94.6
27	샴푸	100.1	100.1	100.1	100.1
28	치약	92.6	92.6	92.6	92.6
29	칫솔	95.3	95.3	95.3	95.3
30	로션	93.6	93.6	93.6	93.6
31	욕조	109.6	107.6	-	-
32	유축기	107.7	109.2	-	-
33	체온계	103.8	104.0	-	-
34	예방접종비	4.1	4.1	-	-
오락/문화용품 및 관련서비스					
35	카시트	105.9	105.7	105.9	105.7
36	유모차	108.8	110.5	-	-
37	아기띠	105.4	111.3	-	-
38	보행기	100.5	100.7	-	-
39	블록(장난감)	99.6	99.6	99.6	99.6

(표 III-7-4 계속)

연번	품목	영아지수		유아지수	
		KICCE-통합 (지수 V-1)	KICCE-베스트 (지수 V-2)	KICCE-통합 (지수 V-3)	KICCE-베스트 (지수 V-4)
40	자전거	97.8	97.8	97.8	97.8
41	놀이방매트	109.4	109.4	109.4	109.4
42	돌앨범	89.0	105.1	-	-
교육용품 및 교육서비스					
43	영유아학습지	101.8	101.8	101.8	101.8
44	영유아책	100.0	100.0	100.0	100.0
45	영유아교재교구	126.2	126.2	126.2	126.2
46	유치원순교육비	-	-	103.2	103.2
47	유치원추가비용	-	-	114.2	114.2
48	영유아영어학원	-	-	125.6	125.6
49	시간제학원	101.1	101.1	81.0	81.0
기타상품 및 서비스					
50	어린이보험	82.7	110.4	82.7	110.4
51	어린이집보육료	111.7	111.7	111.7	111.7
52	어린이집추가비용	87.4	87.4	87.4	87.4
53	산후조리원	100.6	100.6	-	-

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

〈표 III-7-5〉 비목별 발달시기에 따른 물가지수(4개)

비목	구분	2014년			2014년
		5월	7월	9월	
총지수	영아 전체상품(V-1)	97.08	95.24	94.43	95.50
	베스트상품(V-2)	100.81	98.89	96.69	98.66
	유아 전체상품(V-3)	102.16	100.63	100.74	101.13
	베스트상품(V-4)	104.16	103.39	103.08	103.50
식료품 및 관련 서비스	영아 전체상품(V-1)	101.48	102.32	105.09	102.87
	베스트상품(V-2)	100.21	103.64	106.06	103.19
	유아 전체상품(V-3)	102.47	100.62	103.16	102.07
	베스트상품(V-4)	103.03	102.64	101.94	102.52
의류/신발 관련 서비스	영아 전체상품(V-1)	108.29	125.18	97.87	109.90
	베스트상품(V-2)	109.71	125.61	92.65	108.37
	유아 전체상품(V-3)	92.59	90.65	95.28	92.75
	베스트상품(V-4)	93.15	90.29	99.76	94.52
주택/수도/전기 및 주거 서비스	영아 전체상품(V-1)	94.43	105.38	107.12	102.30
	베스트상품(V-2)	101.04	100.63	98.45	99.91
	유아 전체상품(V-3)	95.51	112.45	109.85	105.77
	베스트상품(V-4)	100.59	102.35	97.63	100.22

(표 III-7-5 계속)

비목	구분	2014년			2014년
		5월	7월	9월	
가정용품 및 가사서비스	영아 전체상품(V-1)	106.46	99.42	100.78	102.06
	베스트상품(V-2)	106.33	99.48	100.58	101.97
	유아 전체상품(V-3)	-	-	-	-
	베스트상품(V-4)	-	-	-	-
의료용품 및 보건서비스	영아 전체상품(V-1)	83.32	77.56	76.38	79.02
	베스트상품(V-2)	86.43	80.46	77.05	81.17
	유아 전체상품(V-3)	103.01	94.54	93.57	96.99
	베스트상품(V-4)	103.01	94.54	93.57	96.99
오락/문화용품 및 관련 서비스	영아 전체상품(V-1)	102.76	101.08	99.25	100.90
	베스트상품(V-2)	114.33	105.56	101.72	107.04
	유아 전체상품(V-3)	104.85	104.86	96.81	102.05
	베스트상품(V-4)	105.82	102.95	97.63	102.00
교육용품 및 교육서비스	영아 전체상품(V-1)	113.75	113.69	114.55	113.99
	베스트상품(V-2)	113.75	113.69	114.55	113.99
	유아 전체상품(V-3)	100.62	103.89	104.81	103.05
	베스트상품(V-4)	100.62	103.89	104.81	103.05
기타상품 및 서비스	영아 전체상품(V-1)	100.44	95.43	96.02	97.27
	베스트상품(V-2)	106.76	104.47	104.72	105.29
	유아 전체상품(V-3)	104.97	97.58	95.64	99.36
	베스트상품(V-4)	110.56	105.56	103.33	106.45

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가지조사 분석결과임.

IV. 육아물가체감지수 산출을 통한 영유아부모 체감물가 동향

육아물가지수(I, II, III-1, III-2, IV, V)외, 영유아부모가 체감하는 육아품목의 가격에 대한 인식을 통해 육아지원의 효과와 육아물가에 대한 심리지수를 살펴 보았다.

1. 영유아가구의 육아물가체감지수

가. 영유아부모 응답자 특성

육아물가체감지수를 산출하기 위하여 전국 영유아부모를 대상으로 육아물가 체감조사를 실시한 결과, 5월 조사 기준 총 887명의 영유아부모가 온라인 체감조사에 참여하였으며 9월 조사 기준 638명이 1~3차 5-7-9월 체감물가조사에 모두 응하였다.

응답자 특성을 살펴보면 2013년 조사와 비교하여 대체로 유사한 특성을 보이나, 작년 5월 조사에 비해 상대적으로 '취업모'와 '소득수준이 낮은' 부모의 참여율이 줄었다. 가구소득 하층의 비중은 전국 10.9%에 비해 다소 낮게 표집되었다¹⁷⁾. 온라인 패널조사에 참여하는 부모의 특성이 반영된 것으로, 작년에 비해 상대적으로 소득수준이 낮은 계층의 체감은 덜 반영된 것으로 보인다. 지역적으로는 서울/경기권의 참여율이 높고, 경상권의 참여율이 낮다. 첫째자녀 기준으로 만 0, 1, 2세의 영아자녀를 둔 가구는 전체 50.6%, 만 3, 4, 5, 6세 유아자녀를 둔 가구 49.3%로 대등하게 나타났으며, 2013년에 비해 2014년 응답자에서는 어린이집과 유치원, 양육수당의 이용률이 모두 완만히 증가하였다.

17) 소득수준 하층을 200만원 이하로 하면 10.1%로, 전국 보육실태조사의 영유아가구 특성과 유사함. 응답자들이 199만원 근사치에 대해 200만원으로 응답한 것으로 보임.
cf. 하층(200만원 이하) 10.9%, 중층(201~499만원) 64.2%, 상층(500만원 이상) 25.6%

육아물가체감지수 산출을 통한 영유아부모 체감물가 동향 77

〈표 IV-1-1〉 2013-2014 온라인 체감물가조사의 영유아부모 응답자 특성

단위: (수), %

구분	2014년 5월	2014년 7월	2014년 9월	2013년 5월	2012년 보육실태조사
완료표본 (수)	(887)	(743)	(638)	(818)	
1~3차 패널유지율	100.0	83.8	71.0	100.0	
지역규모					
대도시	42.6	42.6	39.8	42.6	41.4
중소도시	51.4	51.4	53.4	51.2	40.7
읍면지역	6.0	4.0	6.7	6.2	17.9
지역					
서울	19.2	19.2	18.0	24.1	14.0
경기권	39.5	38.7	39.8	38.1	28.4
충청/강원권	11.7	12.6	13.5	10.1	10.8
경상권	21.4	21.1	21.0	18.5	38.7
전라권	8.2	8.4	7.7	9.1	8.0
영유아 자녀수					
1명	70.2	66.7	47.2	72.3	-
2명	28.0	30.9	43.6	26.1	-
3명 이상	1.8	2.4	9.2	1.6	-
모 취업률					
취업모	39.6	39.8	42.3	51.5	38.3
미취업모	60.4	60.2	57.7	48.5	61.7
월평균 가구소득					
하층(199만원 이하)	3.8	3.3	3.3	7.3	10.9
중층(200~499만원)	70.5	70.3	68.8	71.4	66.5
상층(500만원 이상)	25.6	26.4	27.9	21.2	22.7
이용자 특성1					
유치원+어린이집 이용	5.0	5.7	6.0	4.7	-
유치원+양육수당 이용	3.9	3.7	3.8	2.6	-
어린이집+양육수당 이용	7.0	8.2	8.9	7.9	-
양육수당수령자	31.1	29.4	26.6	27.4	-
어린이집이용자	39.2	38.4	40.4	40.9	-
유치원이용자	12.6	12.3	13.6	12.6	-
비해당자	1.3	2.3	0.6	3.7	-
이용자 특성2					최연소아동기준
유치원이용자(전체)	21.7	22.2	23.4	20.7	19.8
어린이집이용자(전체)	51.9	53.5	55.3	55.8	41.2
양육수당수령자(전체)	42.9	42.9	39.3	39.5	39.0

주: 1) 모 취업률은 (규칙적으로+불규칙적으로) 출퇴근하는 경우와 재택근무의 경우를 합침.
 2) 경제활동인구조사(통계청, 2012)의 30~49세 여성 취업률은 62%, 영유아가구 대상 보육 실태조사(서문희 외, 2012)의 모 취업률은 영아 34.2%, 유아 46.9%임(최윤경 외, 2013, 34p 재인용).

나. 주 구입장소

영유아부모의 체감도 조사에 앞서 품목별로 주 구입처(유통채널)에 대해 질문하였다. 육아대표 품목으로 소비재 9개와 내구재 6개에 대해 구입처를 조사한 결과, 우유는 유통기간 이내에 소비하여야 하는 특성 때문에 가정과 가까운 대형마트와 소형마트 오프라인 매장의 판매비중이 높았다. 인터넷 구매비율이 높은 품목은 기저귀, 물티슈, 매트, 분유의 순으로 나타났으며, 우유와 걸옷을 제외하고는 인터넷 쇼핑몰을 이용한 온라인 구매가 50% 이상으로 높았다. 내의류와 걸옷의 경우에는 가격과 디자인, 필요시점에 따라 구입하는 경향이 있어 대형마트, 백화점, 인터넷, 전문매장에서의 판매비중이 다른 제품에 비해서 고르게 분포되어 있다. 완구류의 경우, 대형마트와 인터넷의 구매비중이 고르게 높다.

〈표 IV-1-2〉 영유아 주요 육아품목 구입처

단위: %

2014년 5-9월 평균	대형 마트	백화점	소형 마트	재래 시장	인터넷	직구 공구	박람회	전문 매장	기타
1) 우유	61.3	0.7	23.2	0.3	4.2	0.8	0.1	1.3	8.2
2) 분유	29.5	0.7	1.2	-	59.2	6.5	0.7	1.7	1.7
3) 이유식	31.0	1.4	5.7	1.3	43.8	2.7	2.3	7.2	5.0
4) 기저귀	10.7	0.5	0.6	0.2	86.4	0.7	0.5	0.3	0.5
5) 비타민	14.8	2.8	0.8	0.5	40.1	16.2	0.6	10.7	13.4
6) 물티슈	16.1	0.4	2.0	0.4	80.1	0.7	0.4	0.2	0.3
7) 내의류	31.6	11.0	1.6	2.1	38.0	3.2	0.9	10.1	1.6
8) 걸옷	18.6	14.9	0.8	3.4	37.3	6.4	0.4	15.2	3.1
9) 완구류	40.8	1.9	2.3	1.0	41.7	2.8	1.3	5.3	2.7
1) 카시트	8.2	8.4	0.5	-	52.2	3.2	11.6	11.4	4.5
2) 유모차	10.3	10.3	0.6	0.4	46.2	3.8	10.5	13.3	4.6
3) 아기띠	6.2	6.6	0.7	0.3	58.0	3.6	10.5	10.5	3.6
4) 매트	15.2	1.0	0.6	0.3	75.8	1.2	2.9	1.2	1.9
5) 자전거	13.9	1.4	1.0	0.6	54.9	4.2	0.9	19.2	4.3
8) 교재교구/책	3.5	0.5	0.4	0.3	55.2	7.7	4.3	13.3	15.0

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

내구재 중 상대적으로 고가인 카시트와 유모차는 박람회와 육아용품 전문매

장의 구매빈도가 높으며, 아기띠, 매트, 교재교구/책의 경우 인터넷 구매빈도가 높은 편인데, 이는 먼저 구매한 이용자의 의견을 청취할 수 있고 가격할인 품목이 있는 인터넷 구매의 특성 때문으로 보인다.

영유아부모 대상 육아 체감물가조사는 온라인 웹조사를 통해 영유아가구의 영유아자녀 고유의 육아품목(서비스, 내구재, 소비재)에 대해 현재 가격수준체감, 가계부담, 최근 2-3개월 간의 가격변동에 대한 체감을 주요 질문으로 구성하여 조사하였다¹⁸⁾. 또한 한국은행에서 실시하고 있는 소비자심리지수와 소비자기대지수의 문항을 활용하여, 영유아가구의 소비심리지수를 산출하였다. 그 밖에 어린이집과 유치원 등의 기관서비스 이용과 비용, 체감만족도에 대해 조사하였다. 이를 통해 시장가격에 의한 육아물가 동향 외에, 실제 영유아부모가 느끼고 반응하는 심리행동지표로서의 영유아가구 소비심리지수를 파악함으로써 육아지원의 확대가 갖는 실질적 체감 효과를 살펴보았다.

다. 육아품목에 대한 가격체감-가계부담-가격변동체감

1) 육아소비재 물가체감지표

육아소비재 품목(9개)에 대한 가격체감지표를 산출한 결과, 3개 지표 모두 100이상으로 나타나, 현재의 육아품목 가격수준이 품질성능 대비 비싸다는 부정적 응답과 육아품목의 지출과 구입이 가계에 부담이 된다는 부정적 응답, 그리고 지난 3개월간 가격변동이 있었다는 체감에 그렇다고 응답한 사람의 수가 그렇지않다고 긍정적으로 응답한 사람에 비해 많은 것으로 나타났다.

2013-2014 연간 추이를 살펴보면, 가격변동체감을 제외하고는 2개 지표 모두 완만히 상승하여 현재 육아품목 가격수준이 품질성능 대비 비싸다는 부정 응답과 육아품목의 지출과 구입이 가계에 부담이 된다는 부정 응답을 한 영유아 부모의 수가 작년에 비해 늘어났음을 알 수 있다. 해당 품목에 가격변동이 있었다는 응답에 대해서는 그렇다고 응답한 영유아부모의 수가 2013년 대비 줄었다.

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

가계부담 질문 - 다음 품목의 지출이 귀 닥의 가계에 어느정도 부담이 되십니까?

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

〈표 IV-1-3〉 육아소비재(9개) 가격체감도 연간비교

단위: 점

품목	가격평가		가계부담		가격변동체감	
	2013년	2014년	2013년	2014년	2013년	2014년
우유	126.3	130.8	99.3	100.3	149.3	125.5
분유	146.0	150.8	137.1	140.9	148.7	129.1
이유식	141.2	143.5	126.2	128.3	144.5	126.4
기저귀	139.6	140.6	134.5	136.4	144.7	122.4
영양제	126.7	137.8	113.2	129.7	131.5	121.1
물티슈	112.2	110.0	102.2	97.3	127.5	111.4
내의류	119.0	116.2	113.1	108.1	133.5	115.4
겂옷	144.1	141.8	141.6	140.5	151.0	130.0
완구류	157.8	162.2	150.9	153.3	158.6	140.3
체감지수	136.2	138.4	126.2	127.8	144.6	124.2

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점 척도 응답을 평균한 것임.

2) $지수 = ((매우비싼편 * 1.0 + 조금비싼편 * 0.5 + 적당 * 0 - 조금싼편 * 0.5 - 매우싼편 * 1.0) / 응답가구수 * 100) + 100$

3) 체감지수는 KICCE 비중에 의해 가중평균한 결과임.

자료: 최윤경·박진아·이세원(2013), KICCE 육아물가지수 기초연구, p.65-66.

육아소비재 품목별로는 ‘완구류’와 ‘분유’, ‘겂옷’에 대한 가격수준 평가와 가계부담 체감, 가격변동체감을 가장 많이 느끼는 것으로 나타났다.

2) 육아내구재 물가체감지표

육아내구재 품목(6개)에 대한 가격체감지표를 산출한 결과, 소비재와 마찬가지로 3개 지표 모두 100이상으로 나타나, 현재의 육아 내구재 가격수준이 품질 성능 대비 비싸다는 부정적 응답과 육아품목의 지출과 구입이 가계에 부담이 된다는 부정적 응답, 그리고 지난 3개월간 가격변동이 있었다는 체감에 그렇다고 응답한 사람의 수가 그렇지 않다고 긍정적으로 응답한 사람에 비해 많았다.

2013-2014 연간 추이에서도, 소비재와 마찬가지로 가격변동체감을 제외하고는 2개 지표 모두 상승하여 현재 내구재 구입과 지출이 가계에 부담이 된다는 부정 응답을 한 영유아부모가 부담이 되지 않는다고 응답한 수보다 월등히 많아졌음을, 즉 부정적 응답률이 늘어나 육아내구재 물가체감지표가 안 좋아졌음을 알 수 있다.

〈표 IV-1-4〉 육아내구재(6개) 가격체감도 연간비교

단위: 점

품목	가격평가		가계부담		가격변동체감	
	2013년	2014년	2013년	2014년	2013년	2014년
카시트	141.5	151.1	143.7	147.8	145.0	136.0
유모차	150.1	162.1	147.8	156.0	150.1	141.7
아기띠	139.1	143.9	127.4	129.1	139.9	132.4
매트	146.7	153.9	134.8	139.1	141.6	131.8
자전거	146.7	148.4	133.4	138.7	144.5	134.7
교재교구/책	152.2	159.0	149.9	149.7	146.6	142.2
체감지수	148.8	157.1	145.7	148.8	146.5	139.7

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점 척도 응답을 평균한 것임.

2) $지수 = ((매우비싼편 * 1.0 + 조금비싼편 * 0.5 + 적당 * 0 - 조금싼편 * 0.5 - 매우싼편 * 1.0) / 응답가구수 * 100) + 100$

3) 체감지수는 KICCE 비중에 의해 가중평균한 결과임.

자료: 최윤경·박진아·이세원(2013), KICCE 육아물가지수 기초연구, p.67-69.

내구재 품목별로는 ‘유모차’와 ‘교재교구/책’의 높은 가격수준과 가계부담의 체감이 가장 큰 것으로 나타났다. 그 다음으로 ‘매트’, ‘카시트’의 순으로 높게 나타났다.

3) 육아서비스 물가체감지표

육아서비스 품목(6개)에 대한 가격체감지표는, 소비재/내구재와 마찬가지로 3개 모두 100이상으로 나타나, 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.

그러나 2013-2014 연간 추이를 살펴보면, 소비재/내구재와 달리 부정적 응답을 한 영유아부모의 수에 큰 변화가 없거나, 줄어든 것으로 나타나 서비스품목의 부모 체감지표는 연간추이가 긍정적인 편이다. 이는 육아지원의 확대가 체감지표에 반영된 것으로, 지속적인 모니터링을 통해 체감지표의 변화가 긍정적으로 지속되는지 살펴볼 필요가 있다.

〈표 IV-1-5〉 육아서비스(6개) 가격체감도 연간비교

단위: 점

품목	가격평가		가계부담		가격변동체감	
	2013년	2014년	2013년	2014년	2013년	2014년
돌/앨범	169.6	179.0	167.4	172.0	159.0	153.2
산후조리원	174.0	178.3	178.5	180.3	168.6	159.0
학원	145.5	152.0	145.3	146.3	144.8	142.8
어린이집	128.5	121.5	121.4	115.0	132.9	125.6
유치원	128.4	134.5	127.0	133.1	135.4	133.8
보험	142.5	146.2	137.5	136.5	145.4	138.7
체감지수	138.0	138.7	134.2	133.6	140.8	135.2

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점 척도 응답을 평균한 것임.

2) $지수 = \frac{매우비싼편*1.0 + 조금비싼편*0.5 + 적당*0 - 조금싼편*0.5 - 매우싼편*1.0}{응답가수*100} + 100$

3) 체감지수는 KICCE 비중에 의해 가중평균한 결과임.

자료: 최윤경·박진아·이세원(2013), KICCE 육아물가지수 기초연구, p.67-69.

서비스 품목별로는 ‘돌/앨범’ 행사비용과 ‘산후조리원’, ‘학원’의 높은 가격수준과 가계부담 체감, 그리고 가격변동 체감이 가장 큰 것으로 나타났다.

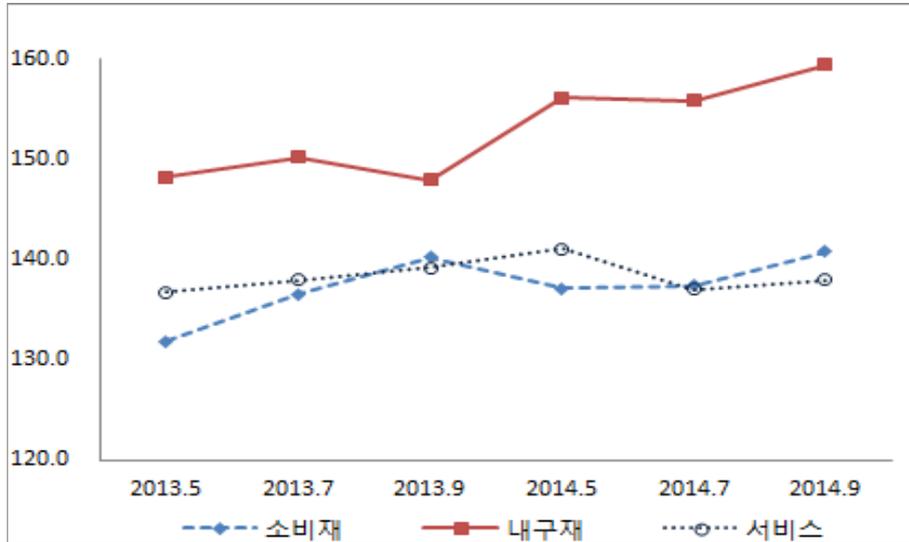
라. 육아품목별 체감지표 비교

1) 가격체감 비교

육아 소비재, 내구재, 서비스 대표 품목에 대한 영유아부모의 현재 가격수준 체감을 조사한 결과, 전반적으로 육아 ‘내구재’의 가격을 비싸게 생각하는 부모가 가장 많은 것으로 나타났으며, 2013-2014년 육아품목 가격수준에 대한 비싸다는 부정적 체감은 완만히 증가하는 추세이다. 이는 [그림 IV-1-1]에 나타나 있다.

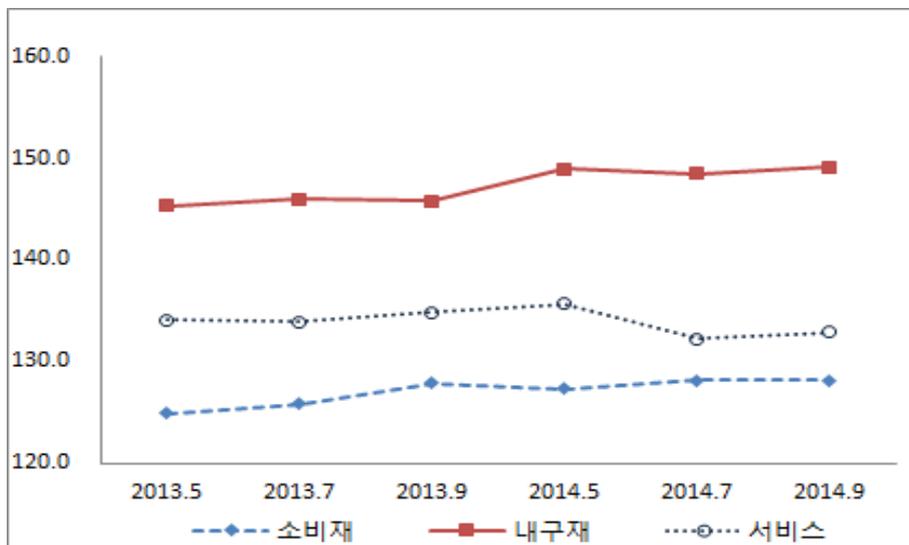
2) 가계부담 비교

가격체감과 마찬가지로, ‘내구재’ 구입 지출에 대한 영유아가구의 가계부담 체감이 가장 컸으며 완만한 증가세를 보인다. 그 다음으로 서비스, 소비재의 순으로 가계부담 체감이 나타났으며, 서비스 품목의 경우 가계부담이 2014년 5월 이후 다소 줄어드는 것으로 나타났다. 소비재 품목의 가계부담 체감은 완만한 증가세를 보인다. 이는 [그림 IV-1-2]에 나타나 있다.



자료: 최윤경·박진아·이세원(2013), KICCE 육아물가지수 기초연구, p.65-69
본 연구에서 수행한 2014 육아물가지조사 분석결과임.

[그림 IV-1-1] 가격체감 비교

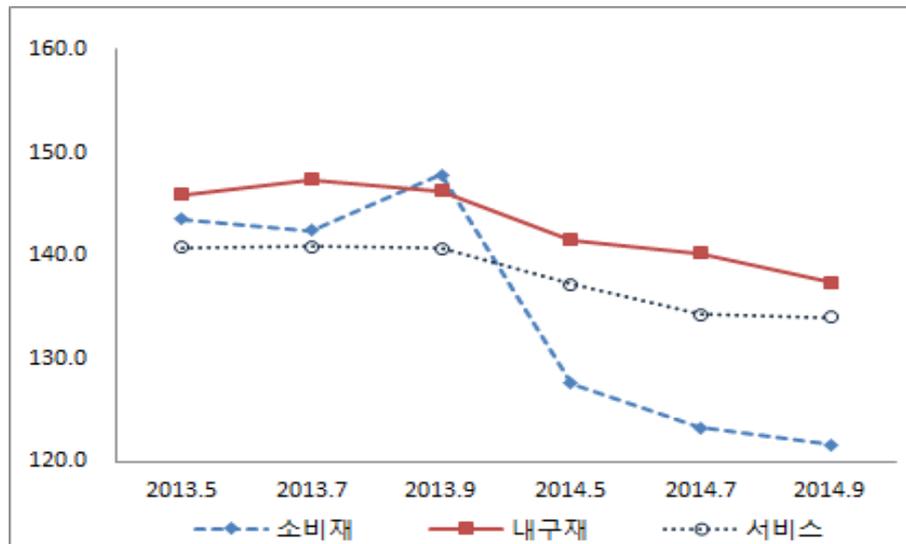


자료: 최윤경·박진아·이세원(2013), KICCE 육아물가지수 기초연구, p.65-69
본 연구에서 수행한 2014 육아물가지조사 분석결과임.

[그림 IV-1-2] 가계부담 비교

3) 가격변동체감 비교

가격변동에 대한 체감은, 2013년 조사 시작 이래 3개 품목 모두 지속적으로 감소하는 추세를 보인다. 내구재, 서비스, 소비재의 순으로 가격변동을 체감하고 있다는 응답자 비율이 많았다. 이는 [그림 IV-1-3]에 나타나 있다.



자료: 최윤경·박진아·이세원(2013), KICCE 육아물가지수 기초연구, p.66-69
본 연구에서 수행한 2014 육아물가지조사 분석결과임.

[그림 IV-1-3] 가격변동체감 비교

4) 3개 육아물가체감지수 정리

영유아부모의 주요 육아품목에 대한 3개 체감지수를 조사한 결과, 전반적으로 앞서 살펴본 「3장 육아물가지수」에서 나타내는 실제 시장가격의 변동보다, 영유아부모가 체감하는 육아물가에 대한 부정적 체감이 더 컸다. 육아 물가지수가 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.

〈표 IV-1-6〉 2013-2014 육아물가체감지수¹⁹⁾

구분	2013년			2014년		
	5월	7월	9월	5월	7월	9월
소비재						
가격체감	131.9	136.6	140.2	137.1	137.4	140.8
가계부담	124.9	125.8	127.9	127.3	128.1	128.1
가격변동체감	143.5	142.4	147.8	127.6	123.3	121.6
내구재						
가격체감	148.2	150.2	147.9	156.1	155.8	159.4
가계부담	145.3	146.0	145.8	148.9	148.5	149.1
가격변동체감	145.9	147.4	146.3	141.5	140.2	137.4
서비스재						
가격체감	136.8	138.0	139.2	141.1	137.0	138.0
가계부담	134.1	133.9	134.8	135.7	132.2	132.9
가격변동체감	140.8	140.9	140.7	137.2	134.3	134.0

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

대체로 육아품목에 대한 영유아가구의 가격 ‘변동’에 대한 체감은 2013년 대비 줄어드는 것으로, 그러나 가격 ‘수준’에 대한 체감은 비싸다는 부정적 응답이 더 많아진 것으로 나타났다. 품목 지출로 인한 가계부담에 대한 응답은 서비스품목의 경우 다소 줄어든 반면, 소비재와 내구재는 다소 늘어났다. 일부 품목(어린이집 유치원 비용 지원, 분유/기저귀 부가세 면제 등) 지원을 통한 육아 지원의 확대에도 주요 소비재와 내구재에 대한 영유아가구의 가격체감과 가계부담이 늘어난다면, 이는 육아지원의 정책적 효과를 상쇄시키는 요인으로 작용할 수 있으므로 육아품목의 가격수준과 변동을 모니터링하는 노력이 지속되어야 할 것이다.

마. 영아가구와 유아가구의 육아물가 체감 비교

1) 육아소비재에 대한 영·유아부모 간 체감 비교

소비재 9개 품목에 대해 영아부모와 유아부모간의 품질과 성능을 고려할 때의 가격수준에 대한 체감차이와 가계부담을 비교하였다. ‘우유, 분유, 이유식, 완구류’는 유아기 부모가 가격이 높은 체감도를 보이고 있으며, ‘기저귀, 영양제, 물티슈, 내의류, 겔옷’은 영아기 부모가 높은 가격체감을 보이고 있는 것으로 나

19) 소비재-내구재-서비스 각 품목별 체감지수는 부록 참조

타났다. 대체로 영아기 사용빈도가 높은 경우 영아부모의 가격체감과 가계부담이 높은 것으로, 유아기 사용빈도가 높은 경우 유아부모의 가격체감과 가계부담이 높은 것으로 나타났다. '분유'는 영아기 필수재로 유아기의 경우 선택재로 사용되거나 과거 많은 비용을 지출했던 필수재로서의 가격체감이 유아기 부모에서 높게 회상된 것으로 해석된다.

소비재의 가격변동체감을 지난 3개월간 각 제품 가격의 상승정도에 대한 체감조사를 통해 살펴본 결과, '물티슈' '우유' '내의류' 품목을 제외한 모든 품목이 유아부모가 영아부모에 비해 가격변동에 대한 체감이 더 큰 것으로 응답되었다.

〈표 IV-1-7〉 육아소비재(9개)의 영유아 부모간의 체감비교

단위: 점

품목	가격체감			가계부담			가격변동체감		
	영아	유아	차이	영아	유아	차이	영아	유아	차이
우유	130.9	131.5	0.6	100.8	99.8	-1.0	100.8	127.5	26.7
분유	148.6	161.2	12.6	139.2	146.9	7.7	139.2	135.0	-4.2
이유식	142.5	146.4	3.9	128.3	126.3	-2.0	138.3	133.6	-4.7
기저귀	141.8	135.8	-6.0	137.2	133.9	-3.3	137.2	122.8	-14.4
영양제	137.8	135.9	-1.9	128.8	129.3	0.5	128.8	122.4	-6.4
물티슈	116.5	103.9	-12.6	103.3	92.6	-10.7	103.3	111.1	7.8
내의류	118.7	113.1	-5.6	111.0	106.4	-4.6	111.0	115.7	4.7
겉옷	142.9	139.0	-3.9	138.5	142.2	3.7	138.5	131.3	-7.2
완구류	160.8	162.5	1.7	151.4	150.8	-0.6	151.4	143.9	-7.5
체감지수	139.0	138.4	-0.6	128.2	127.8	-0.4	128.2	126.4	-1.8

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점 척도 응답을 평균한 것임.

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

3) 체감지수는 KICCE 비중에 의해 가중평균한 결과임.

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

소비재에서 영·유아 부모간에 가격수준 및 가계부담의 체감 차이가 가장 큰 품목은 물티슈와 분유로 나타났다.

2) 육아내구재에 대한 영·유아부모 간 체감 비교

육아 내구재에 대한 영아부모와 유아부모간의 가격체감에 대해 비교한 결과, 대체로 유아가구의 육아내구재 품목에 대한 가계부담과 가격변동 체감이 영아가구에 비해 컸다. 가격수준 체감은 156으로 다른 체감지표에 비해 가장 높은 가운데, 영유아부모간 체감도에 차이가 없었다. 영아부모는 유아부모에 비해 '가

시트, 유모차, 아기띠, 놀이용매트, 영유아 자전거'에서 성능과 품질을 고려할 때 가격이 높다고 응답하였으며, '교재교구와 책'의 경우에는 유아부모가 높은 가격 체감 지수를 보였다. 가계부담정도에서는 영아부모가 '카시트' 항목에 더 부담을 느끼는 것으로, '유모차, 아기띠, 놀이용매트, 자전거, 교재교구/책'의 경우에는 유아부모가 더 부담을 느끼는 것으로 조사되었다.

내구재의 가격변동체감은 상대적으로 유아부모가 더 크게 올랐다고 느끼는 것으로 조사되었다. 가격변동에 가장 큰 체감을 느낀 품목은 영아부모는 '유모차', 유아부모는 '교재교구/책'으로 사용연한이 긴 고가품에 나타났다.

〈표 IV-1-8〉 육아내구재(6개)의 영유아 부모간의 체감비교

단위 : 점

품목	가격체감			가계부담			가격변동체감		
	영아	유아	차이	영아	유아	차이	영아	유아	차이
카시트	153.5	146.8	-6.7	149.4	145.6	-3.8	134.2	138.3	4.1
유모차	163.1	160.9	-2.2	156.2	156.9	0.7	139.4	143.3	3.9
아기띠	144.4	143.4	-1.0	128.5	131.5	3.0	126.8	133.0	6.2
매트	154.0	151.8	-2.2	137.9	141.2	3.3	129.7	133.9	4.2
자전거	148.9	147.9	-1.0	135.9	141.5	5.6	131.3	135.1	3.8
교재교구/책	156.7	159.5	2.8	144.8	155.8	11.0	138.7	145.1	6.4
체감지수	156.7	156.3	-0.4	146.7	151.9	3.4	136.8	141.9	5.1

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점 척도 응답을 평균한 것임.

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

3) 체감지수는 KICCE 비중에 의해 가중평균한 결과임.

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

3) 육아서비스에 대한 영·유아부모 간 체감 비교

서비스 품목에 대한 가격체감 조사 결과, 영아부모가 가격이 비싸다고 느끼는 품목은 '돌/앨범'과 '보험' 두가지 품목으로 나타났다. 각 가정에서 느끼는 가계부담에 대해 조사한 결과, 영아부모는 '보험'에 대해, 나머지 서비스 품목에 대해서는 유아부모가 가계부담을 더 크게 느끼고 있는 것으로 조사되었다. 가장 큰 차이를 보이는 '학원'의 경우에는 유아기에 들어서면서 학원에 다니는 경우가 많아지기 때문인 것으로 보인다. '보험'의 경우에도 영아기 때 가입하는 경향이 반영된 것으로 보인다.

서비스 품목 중 영아부모와 유아부모의 가격변동체감의 인식이 큰 부분은 '산후조리원'이다. 비교적 최근에 이용 경험이 있고 첫째아 출산일 가능성이 높

은 영아부모와 출산 경험이 경과하여 가격추이를 경험하고 둘째아 이후의 출산 일 가능성이 큰 유아부모 간 인식의 차이로 보여 진다.

〈표 IV-1-9〉 육아서비스(6개)의 영유아 부모간의 체감비교

단위 : 점

품목	가격체감			가계부담			가격변동체감		
	영아	유아	차이	영아	유아	차이	영아	유아	차이
돌/앨범	179.6	179.2	-0.4	172.1	173.6	1.5	131.3	156.2	4.9
산후조리원	176.8	181.7	4.9	173.6	184.5	6.1	155.7	166.6	10.9
학원	149.1	150.6	1.5	136.7	146.9	10.2	142.9	141.7	-1.2
어린이집	120.1	122.2	2.1	109.4	118.7	9.3	122.9	127.1	4.2
유치원	-	134.3	-	-	133.3	-	-	132.9	-
보험	147.6	143.1	-4.5	137.4	134.0	-3.4	137.2	139.1	1.9
체감지수	139.4	138.6	-0.8	133.4	135.1	1.7	133.4	136.3	2.9

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점 척도 응답을 평균한 것임.

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

3) 체감지수는 KICCE 비중에 의해 가중평균한 결과임.

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

소비재 품목 체감 전반과 서비스 품목의 가격체감을 제외하고는 유아부모의 가격체감과 가계부담, 가격변동의 부정적 체감이 영아부모에 비해 더 컸다. 이는 영아기를 거쳐 유아기로 접어들면서 영아기의 다양한 상품 구매에서부터 시작하여 취학을 앞두고 유아기 교육·보육 서비스 비용의 증가까지 다양한 육아품목의 지출비중과 가격등락을 경험한 결과가 반영된 것으로 보인다. 본 체감지표에 의하면 (영·유아 부모 모두 부정적 체감이 높은 가운데) 유아부모의 부정적 체감이 영아부모에 비해 상대적으로 높았으며, 이는 발달단계별로 다르게 구매되는 주요 육아품목의 차이를 반영한 결과이다. 육아지원의 확대는 영아기와 유아기 특성에 맞게 상품과 서비스의 주요 품목을 발달주기를 고려하여 설계할 필요가 있다.

2. 영유아가구의 소비심리지수

가. 한국은행의 소비자심리지수

“한국은행에서는 소비자동향조사를 통해 소비자심리지수(CCSI)를 구성하여 국민이 소비자로서의 갖는 체감지수를 공표하고 있다”(한국은행(2014a) 보도자

료, 2013. 2. 27, 최윤경 외, 2013, 8p 재인용). 소비자심리지수(Composite Consumer Sentiment Index)²⁰⁾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.

〈표 IV-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 · (육아)물가인식 · 기대인플레이션	현재와 비교한 1년 후 전망 지난 1년간 육아물가상승률에 대한 인식 향후 1년간 육아물가상승률 전망

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

“보조지표의 생성과 지수산출방법의 개편을 통해 개별 가정의 체감을 반영하고 물가관리를 지속하고자 하는 정책적 노력이 영유아자녀를 양육하는 영유아가구에는 어떻게 적용되는지 살펴볼 필요가 있다”(최윤경 외, 2013, 8p 재인용). 2014년 본 영유아부모 대상 체감조사에서 소비자동향조사 항목을 반영하여 다음과 같은 문항을 조사하였다. ①현재생활형편, ②생활형편전망, ③가계수입전

$$20) \text{ 소비자심리지수 } CCSI_t = \left(\frac{Z_t - \bar{Z}}{S_Z} \right) \times 10 + 100$$

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

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

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

망, ④소비지출전망, ⑤현재경기판단, ⑥향후경기전망, 그리고 ⑦육아물가수준 전망과 ⑧육아물가에 인식 문항을 보강하여 질문하였다. 2013-2014년 전국 소비자심리지수를 살펴보면 월별지수가 100보다 다소 큰 수치로 낙관적으로 평가, 전망하는 가구 수가 비관적으로 응답하는 가구 수보다 다소 많은 것으로 보인다.

〈표 IV-2-2〉 2013-2014 소비자심리지수 월간추이

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

자료: 한국은행(2014a) - 한국은행 보도자료

그러나 하위지표별로 보면, 내용적으로 부정적 전망이 우세하다. 현재 생활형편과 경기판단, 향후 경기전망, 취업기회, 금리수준, 현재 가계저축과 향후 전망 등 모든 항목에서 더 나빠질 것이라는 부정응답이 상대적으로 많으며, 100 이상의 수치를 나타내는 항목은 가계수입과 지출전망, 그리고 현재 가계부채와 전망, 향후 물가수준, 주택가격, 임금수준 전망으로 가계수입과 지출이 늘고 부채도 늘어날 것이며, 물가와 주택가격 등이 오를 것이라는 전망을 담고 있다. 따라서 개별 항목의 내용이 일관된 방향과 비중을 갖고 있지 않는 경우, 하나의 지수로 묶어 제시할 때 해석에 어려움이 따른다. 구체적으로 현재 경기판단과 향후 물가수준 전망이 가장 부정적임을 알 수 있다.

나. 영유아가구의 소비자심리지수

1) 영유아가구 소비자심리지수

영유아 가구를 대상으로 소비자심리지수 개별항목을 평가, 전망하게 한 결과, 미래 가계수입의 전망에 대해 낙관적인 응답을 보인 것을 제외하고는 대체로 현재 및 이후 생활형편과 우리나라 경기, 물가수준 및 물가상승에 대해 비관적·부정적으로 응답한 가구가 긍정적·낙관적으로 응답한 가구보다 많은 것으로 나타났다. 본 지표에서는 이러한 부담과 비관적 전망의 크기를 100보다 큰 수치로 나타내어, 앞서 살펴본 육아물가체감지수의 부정응답률의 해석과 동일하게 하였으며, 한국은행 지수 해석과는 다르다.

특히 향후 육아물가수준 전망과 현재 육아물가수준, 향후 육아지출전망 등 육아물가 상승과 지출 증가에 대한 비관적·부정적 인식이 가장 높아, 부정적으로 응답한 영유아 가구수가 가장 많은 것으로 나타났다. 앞서 살펴본 전국 소비자심리지수에서와 마찬가지로, 현재 우리나라 경기에 대한 부정 응답 가구도 많았다. 상대적으로 향후 생활형편 전망과 가계수입전망에 대해서는 긍정적·낙관적인 기대를 담은 지표를 보였다.

한편 2013년 대비 2014년 영유아부모 소비자심리지수의 연간 추이를 살펴보면, ‘향후 육아물가수준’ 과 ‘육아지출전망’ 을 제외하고는 작년 대비 부정적으로 응답을 한 영유아 부모 수가 줄어든 것으로 나타나, 전반적인 생활형편과 향후 경기에 대해서는 낙관적인 평가와 전망이 늘어난 것으로 나타났다. 그러나 영유아부모의 ‘육아품목’ 에 대한 지출과 향후 이러한 육아품목의 가격상승에 대해서는 오를 것이다, 늘어날 것이다. 라는 부정 응답이 많아, 영유아자녀를 양육하는 가구의 양육비용 부담과 육아품목 구입과 지출에 부정적 인식이 지속적으로 증가함을 알 수 있다.

직접적인 비교에 무리가 있겠으나, 이 중 일부 체감지수를 앞서 살펴본 소비자심리지수와 비교하면 2014년 5-7-9월 기준 전국 가구의 소비지출전망이 108-109-110 인데 비해 영유아가구의 육아소비지출 전망이 135-133-136으로 부정적 체감 응답이 더 많다. 전국 가구의 물가수준전망이 136-135-137인데 비해 영유아가구의 육아물가수준 전망이 148-146-145로 부정적 체감 응답이 더 많은 것으로 나타났다. 향후 가계수입 전망에서는 증가할 것이라는 긍정 응답이 많은 영유아가구의 특성을 반영하면서도, 영유아자녀 양육을 위한 육아비용 지출과

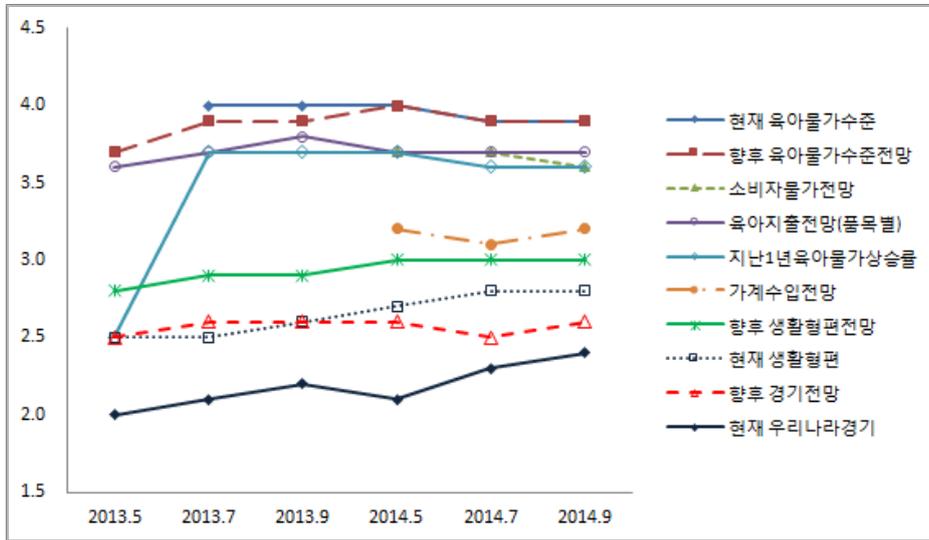
육아품목의 시장가격의 오름세에 대해 체감하는 응답이 많음을 알 수 있다.

〈표 IV-2-3〉 현재/향후 생활형편 및 육아물가 지출 전망

단위: 점

항목	2013년	2014 체감지표			2014년	상승률 (%)
		5월	7월	9월		
현재 생활형편	122.0	115.9	112.1	111.1	113.0	-7.37
현재 우리나라경기	145.5	143.3	136.0	128.9	136.1	-6.46
향후 생활형편전망	107.9	102.4	102.2	102.0	102.2	-5.28
향후 경기전망	121.1	121.3	122.9	120.3	121.5	0.33
가계수입전망	-	91.4	92.8	90.4	91.5	-
육아지출전망	133.2	134.8	133.2	136.1	134.7	1.12
소비자물가전망	-	133.5	133.2	132.3	133.0	-
지난1년육아물가상승률	141.9	132.6	129.5	128.4	130.2	-8.24
현재 육아물가수준	149.9	148.1	146.2	146.1	146.8	-2.06
향후 육아물가수준전망	134.2	148.2	145.6	144.6	146.1	8.86

- 주: 1) 2014년 응답사례수=887
- 2) 지수=((매우부담*1.0+조금부담*0.5+적당*0-별로부담안됨*0.5-전혀부담안됨*1.0)/응답가구수*100)+100, 100보다 크면 비관적 응답 가구가 많음을, 100보다 작으면 낙관적 응답 가구가 많음을 의미함.
- 3) 자료: 최윤경·박진아·이세원(2013), KICCE 육아물가지수 기초연구, p.72



자료: 최윤경·박진아·이세원(2013), KICCE 육아물가지수 기초연구, p.72.
본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

[그림 IV-2-1] 현재/향후 생활형편 및 육아물가 지출 전망

소비자심리지수가 주요 경제선행지표는 아니나, 육아지원의 확대에도 육아물가수준에 대한 체감과 전망의 부정 응답률이 높은 것은 영유아가구가 체감하는 양육비의 부담이 상당히 크며 이는 높은 육아물가와 관련이 있음에 유의할 필요가 있다.

2) 주요 품목별 지출전망

구체적으로 어떠한 육아품목의 지출 전망이 가장 큰 지 질문한 결과, '교육·보육비' 지출에 대한 전망이 가장 컸으며, 그 중에서도 특히 영유아교재교구 구입에 대한 지출 전망이 컸다. 교재교구의 구입과 학습지, 학원 등의 사교육비 지출의 증가에 대한 전망이 유치원, 어린이집 비용의 증가보다 크게 예측되었으므로, 육아지원의 설계에 이러한 사교육 수요에 대한 정책적 접근이 영유아기부터 적극적으로 필요함을 알 수 있다.

그 다음으로 '문화오락비'와 '의료보건비'에 대한 지출전망이 많았으며, 내구재에 대한 지출전망은 100 이하로 가장 낮았다. 내구재에 대한 지출감소 전망은 가격수준이 높은 육아품목에 대한 소비감소 의향으로 보인다.

〈표 IV-2-4〉 6개월 후 육아품목별 지출전망

구분	단위: 점			
	2014년 5월	2014년 7월	2014년 9월	2014년 5-9월 평균
1) 내구재	66.1	67.8	-	68.2
2) 의류 및 신발	133.2	128.5	134.7	123.1
3) 가족외식비	112.4	112.1	113.4	112.6
4) 가족여행비	113.3	115.0	114.7	114.3
5) 의료보건비	121.6	122.6	121.9	122.0
6) 문화오락비	128.8	125.5	128.1	127.5
7) 영유아 보험	110.1	111.7	110.5	110.8
8) 교육·보육비	134.3	130.7	133.5	132.8
8-1) 교재교구	126.6	126.6	125.1	126.1
8-2) 학습지	121.2	119.7	120.6	120.5
8-3) 학원	120.9	120.1	120.1	120.4
8-4) 어린이집	117.9	118.5	119.6	118.6
8-5) 유치원	115.0	113.6	112.5	113.7
8-6) 돌봄비용	105.3	107.4	106.3	106.3

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점 척도 응답을 평균한 것임.

2) 지수=(크게증가*1.0+약간증가*0.5+비슷*0-약간감소*0.5-크게감소*1.0)/응답가구수*100+100

자료: 본 연구에서 수행한 2014 육아물가조사 분석결과임.

다. 보육·교육 서비스 비용지원 및 이용에 대한 만족도

한편 육아지원 확대의 주요 품목인 어린이집과 유치원 이용 및 비용지원에 대한 만족도를 조사하였다. 2013년과 2014년도의 조사결과를 보면 비용지원에 대한 만족도는 어린이집이 가장 높고, 그 다음으로 유치원과 양육수당의 순으로 나타났다. 기관서비스 이용 만족도에서도 어린이집 이용에 대한 만족도가 유치원보다 다소 높고, 학원 이용만족도가 가장 떨어지는 것으로 나타났다.

2013년 대비 비용 및 이용 만족도 추이를 살펴보면, 비용지원만족도가 유치원, 어린이집, 양육수당 모두 작년에 비해 하락했으며, 특히 유치원 비용지원에 대한 만족도 하락이 컸다. 그러나 실제 서비스를 이용한 만족도는 유치원과 어린이집의 경우 작년에 비해 모두 상승하였다. 학원은 서비스이용만족도도 하락한 것으로 나타났다. 어린이집과 유치원의 비용지원과는 달리, 육아지원정책과 서비스에 대한 만족도는 긍정적으로 평가하는 가구가 더 많아 가격체감과 달랐다.

〈표 IV-2-5〉 2013-2014 비용지원 및 서비스 체감만족도

단위: 점, %

구분	2013년				2014년				상승률
	5월	7월	9월	5-9월	5월	7월	9월	5-9월	
유치원 비용지원	114.1	116.1	126.0	118.5	100.5	104.4	107.4	104.1	-12.15
어린이집 비용지원	125.0	128.3	128.1	127.0	122.1	124.4	123.4	123.3	-2.91
양육수당 지원	112.6	103.4	104.8	106.7	107.2	102.9	96.8	102.3	-4.12
유치원 서비스이용	131.3	133.2	135.4	133.1	141.1	131.4	130.1	134.2	0.82
어린이집서비스이용	133.8	137.9	136.0	135.8	137.8	138.9	138.8	138.5	1.99
학원 서비스이용	123.3	126.4	120.7	123.4	122.3	124.0	119.0	121.7	-1.38

주: 1) 제시된 평균점수는 5점척도 응답을 평균한 값

2) 만족도지수=((매우만족*1.0+대체로만족*0.5+보통*0-대체로불만족*0.5-매우불만족*1.0)/응답 가구수*100)+100, 100에 가까울수록 보통의 의견이 많고, 100보다 작을수록 불만족 응답이 많으며, 100보다 클수록 만족 응답이 많음을 가리킴.

자료: 1) 최윤경·박진아·이세원(2013), KICCE 육아물가지수 기초연구, p.70.

2) 본 연구에서 수행한 2014 육아물가지조사 분석결과임.

유치원 어린이집, 양육수당 등 비용지원에 대한 만족도가 떨어진 것이 기저 효과에 의한 일시적인 것인지, 아니면 구조적인 원인을 안고 있는 문제인지 추이를 지켜보고 모니터링 할 필요가 있겠다. 상대적으로 서비스 이용 자체의 만족도가 근소하나마 상승세를 보인 점은 고무적이다.

V. 육아물가 관점에서 본 육아지원정책 효과

1. 육아물가지수 산출을 통해서 본 육아물가변동 및 수준에 대한 논의

다양한 산출기준을 적용한 육아물가지수와 영유아부모 육아물가체감지수를 종합적으로 검토한 결과, 4개 육아물가지수(I, II, III-1, III-2)는 각기 다른 등락의 지수로 산출되었다. 통계청 조사기준인 전국 도시가구 481개 품목 중 영유아 육아품목에 해당하는 12개 품목만을 가지고 육아물가지수(I)를 산출한 결과, 12개 품목 기준 전국 소비자물가지수(101.67) 보다 육아물가지수가 높은 물가상승률을 보였다(CPI 가중치 적용 시 103.24, KICCE 가중치 적용 시 103.79). 그러나 여기에는 영유아가구의 지출비중을 고려한 주요 육아품목 바스켓이 충분히 반영되지 못한 지수이므로, 이보다는 영유아가구 고유의 육아품목 지출이 반영된 KICCE 육아대표품목 53개를 적용하여 산출한 지수(II, III-1, III-2)를 주요 결과로 고려하였다.

1) 육아지원확대기 저물가기조 속 육아물가지수의 하락

KICCE 53개 육아품목에 통계청의 CPI 조사방식을 적용하여 산출한 육아물가지수(II)는 2013년(100) 대비 2014년 99.97로 연간 -0.03% 하락을 보였다. 사실상 거의 변동이 없음을 나타내는 것으로, 본문에서 논의한 대로 여기에는 올해부터 실시된 필수예방접종의 무료지원 확대가 반영되었다. 이러한 육아지원의 확대가 상대적으로 가격이 올랐던 분유 등의 유제품과 의류, 장난감, 영유아교재교구, 영유아 영어학원, 유치원추가비용, 어린이집보육료, 어린이보험의 상승을 상쇄시킨 결과로 보인다.

한편 다양한 물가수준과 제품 특성을 반영한 고가-베스트-저가의 통합상품군 지수(III-1)는 97.55로 -2.45% 하락 폭을 보였고, 영유아부모에게 가장 많이 팔리는 베스트상품군 지수(III-2)는 100.40으로 +0.40%의 상승폭을 보였다. 전반적으로 영유아부모에게 가장 인기가 있는 베스트상품의 가격 상승폭이 육아 품목 전체의 평균상승률보다 높은 경향을 보였다. 그러나 이 역시 연간 소비자물가상

승률인 1%대 상승에 못 미치는 변화로, 육아지원의 확대와 저물가기조의 지속으로 2013년 대비 2014년의 육아물가의 상승세가 꺾인 것으로 보인다.

그러나 전체 지수와 달리, 개별 품목별로 들여다봤을 때의 품목지수의 추이는 다른 양상을 보여 육아물가 총 지수 외에 개별 품목과 비목별 지수의 산출이 중요한 시사점을 준다. 구체적으로 육아지원정책의 주요 품목인 ‘어린이집 보육료와 ‘유치원 추가비용’의 경우, (보편적 지원의 확대로 가격수준 자체가 낮아진 기저효과에 의한 것이 반영되었겠으나) 평균 육아물가/소비자물가 상승률 이상의 변화율을 보여 향후 지속적인 가격정보 공개와 모니터링의 관리감독이 요구된다 하겠다. 또한 가격 상승이 영유아 보육·교육 서비스의 질 제고를 위해 필요한 필수경비의 현실화를 위한 인상인지 아닌지를 구분할 수 있는 재무회계상의 비목 기재와 공개도 병행될 필요가 있다.

또 다른 육아지원정책의 주요 품목인 부가가치세 면제의 분유(+9.39%), 기저귀(-4.78%), 산후조리원(+0.60%)의 경우, 분유의 연간 상승폭이 2013년에 이어 2014년에도 지속적으로 오르는 경향을 보이므로 이에 대한 보다 적극적인 육아물가관리와 모니터링이 필요하다. 2015년 하반기 시행 예정인 저소득 취약계층을 대상으로 기저귀·조제분유 품목 지원 사업이 계획되고 있어, 이러한 육아지원 품목에 대한 가격 모니터링과 관리는 그 중요성을 더한다 하겠다.

2) 영유아기 사교육 및 내구재 품목의 가격 상승

개별 품목으로는 영유아 학습지와 책의 가격은 내렸으나 ‘영유아교재교구’와 ‘영어학원’ 등의 사교육 품목의 상승폭이 커, 사교육 의향이 있는 영유아부모에게 이러한 가격상승은 가계와 육아에 큰 부담이 될 것으로 보인다. 따라서 사교육 수요의 실체를 파악하여 기본 교육·보육 과정의 강화 및 전반적인 질 제고를 통해 어린이집과 유치원의 일과시간 중에 사교육 수요를 흡수할 수 있도록 하고, 교사가 주도하는 다양한 특기·체험 활동이 제공될 수 있도록 한다. 문화체육관광부에서 추진하고 있는 유아 문화예술교육 강사 파견 사업도 주요한 대안이 될 수 있으며, 부모 재능기부와 지역내 자원을 활용한 다양한 문화체험활동의 보장도 유용할 것이다.

유모차(-5.06)와 같은 내구재 가격은 지수(II)를 기준으로 지속적인 하락세를 보이는 반면, 카시트(+4.15)는 3개 지수 모두 상승세를 보여 이러한 육아 필수재 승용물에 대한 가격 모니터링이 필요함을 알 수 있다. 고가품목과 다양한 가격

수준이 형성되어 있음이 문제라기보다 영유아가구가 보편적으로 이용해야하는 육아 필수재 성격의 승용물 품목의 높은 가격상승은 육아부담 완화에 걸림돌이 되므로 가격상승에 대한 모니터링과 관리가 필요하다 하겠다.

3) 하위지수(온라인물가지수, 영아/유아 물가지수) 산출의 필요성

하위지수로 추가 산출한 온라인물가지수를 통해 볼 때, 다양한 가격대를 포괄하는 인터넷 가격의 특성상 상대적으로 낮은 가격수준의 품목들을 구매할 수 있는 장점이 있으나(예: 분유, 기저귀), 전체 인터넷 육아품목의 가격상승의 폭으로 보았을 때 저물가기조에서 상대적으로 높은 수준의 상승률을 보였다(2014년 5월(100) 기준 9월 102.32). 조사품목의 선정과 조사방식, 인터넷 구매특성의 차이로 온·오프라인 지수간 직접적인 비교는 어려우나, 전반적인 경향을 볼 때 상대적으로 가격이 저렴한 특성을 지니는 인터넷 구매가 육아품목의 바스켓 총량의 물가 상승폭에서는 높은 수준을 보임에 유의할 필요가 있다. 온라인육아물가지수가 축적됨에 따라 차후에는 상세한 분석이 가능할 것이다.

영아-유아 지수로 나누어 산출한 발달단계별 하위지수를 통해, 영아가구와 유아가구의 주요 육아품목과 지출비중, 그리고 이로 인한 물가지수의 산출에 차이가 있음이 드러났다. 2014년의 경우, 예방접종 품목의 하락폭이 미치는 영향이 커 영아물가지수는 하락세로 유아물가지수는 상승세로 나타났으나, 이후 지속되는 영아가구와 유아가구의 주요품목에 대한 시장가격의 추이를 통해 그 구체적인 특성과 차이가 가늠될 수 있을 것으로 보인다. 영아가구는 분유, 기저귀와 같은 지속적인 소비재 지출과 내구재의 구입, 보육·교육·돌봄 서비스의 이용 등 많은 품목에 걸친 육아비 부담이 있으며, 유아가구는 취학전 자녀의 교육·보육 서비스 비용 등 교육비 부담의 비중이 크게 늘어난다. 이러한 특성의 차이가 영아가구와 유아가구의 구체적 지출과 체감에 어떠한 결과로 나타나는지 모니터링 하는 것은 향후 육아지원설계의 다양화 전략에도 유의한 자료가 될 것이다.

2. 영유아부모가 체감하는 육아물가 및 지출전망

1) 육아물가에 대한 부정적 체감은 작년 대비 증가

육아물가 시장가격의 측면에서 2014년 총 육아물가 상승폭은 하락세이거나 상승폭이 높지 않은 수준으로 나타났다. 그러나 물가지수는 산식의 특성상, 물가 변동의 폭을 나타내는 지표로 높은 가격 수준 자체에 대한 체감을 반영하지 않는다. 영유아가구의 육아비 지출과 다양한 시장가격에 대한 실제 체감을 보완하고 (저)물가지수의 수치로 인해 왜곡될 수 있는 육아물가 및 육아비 부담의 현상을 보다 잘 이해하기 위해 보조지표로서 영유아부모의 육아물가체감지수를 산출하였다.

첫 번째, 주요 육아품목(소비재, 내구재, 서비스) 21개에 대한 영유아부모의 가격수준 자체에 대한 체감, 해당품목의 구매와 지출이 가져오는 가계부담의 체감, 최근 가격변동에 대한 체감 등 3개 문항으로 질문하여 2013-2014년 연간 추이를 분석하였다. 그 결과, 3개 지수 모두 100보다 커 부정적으로 응답한 가구수가 긍정적으로 응답한 가구수에 비해 많은 것으로 나타났다. 2013-2014년 추이(가격평가 136.2-138.4, 가계부담 126.2-127.8, 가격변동체감 144.6-124.2)에서도 최근 가격변동 체감을 제외하고는 가격수준과 가계부담의 체감에서 부정적으로 응답한 비율이 작년에 비해 다소 증가하였다. 다만 최근의 가격변동 체감에 대한 응답률은 낮아져 저물가 상승의 기조가 일부 반영된 것으로 보인다. 2014년 체감지수 산출 결과, 영유아부모는 이미 높게 형성된 육아품목의 가격수준에 대해 너무 비싸다라는 부정적 응답이 가계부담과 가격변동체감에 비해 많은 것으로 나타났다. 그 중에서도 특히 완구류(162.2), 분유(150.8)의 순으로 가격수준 체감이 높게 나타났다. 가계부담에서는 완구류(153.3), 분유(140.9), 겂옷(140.5)의 순으로, 가격변동체감에서는 완구류(140.3), 겂옷(130.0), 분유(129.1)의 순으로 응답되어 전반적으로 내구재와 완구류, 일상적으로 구매하는 소비재에 대한 가격 체감과 가계부담이 가장 큼을 알 수 있다. 통계청 CPI 품목별 지수에서 살펴본 대로, 승용물과 의류, 분유의 상대적으로 큰 가격 상승폭이 영유아부모 체감지수에도 반영되어 일치함을 알 수 있다.

2) 영유아가구 소비자심리지수는 양호, 그러나 육아소비지출 전망은 부정적

두 번째, 한국은행에서 소비자동향조사를 통해 전국 가구의 소비자심리지수를 산출하는 항목을 육아품목으로 바꾸어 영유아가구를 대상으로 조사한 결과, 현재 생활형편, 향후 경기, 수입 전망 등에서 전국 가구의 소비자심리지수와 마찬가지로 부정적으로 응답한 가구수가 긍정적으로 응답한 가구수에 비해 많았

다. 한편 2013년 대비 연간 추이에서는 부정적 응답률이 줄어 영유아가구의 소비자심리지수 추이는 양호한 것으로 보이나, '육아'소비지출과 향후 '육아'물가수준 전망으로 대상품목을 육아소비로 한정하여 조사한 결과에서는 전국 가구의 소비자심리지수에 비해 부정적 응답이 유의하게 높았다. 즉 영유아가구의 육아비 지출과 주요 육아품목의 높은 물가수준에 대한 부담이 큼을 알 수 있다. 구체적으로 문화오락비와 의료보건비 지출 전망에 대한 응답이 많았으므로, 카세트, 유모차, 장난감, 승용물과 문화비 지출의 부담, 기저귀 물티슈 비타민의 소비재 지출의 부담을 줄일 수 있도록 육아지원 설계가 지역사회 육아환경 인프라의 확충, 품목지원 등으로 다각적으로 모색될 필요가 있다.

3. 시사점 및 정책 제언

2014년에는 대체로 육아품목의 물가상승률이 소비자물가상승률에 비해 낮게 나타났다. 여기에는 기존의 어린이집·유치원 이용 지원에 더해진 예방접종의 국가지원 확대라는 지원정책의 효과가 추가 반영된 것으로, 이 품목을 제외한 주요 육아지원 품목의 개별지수는 대체로 평균 물가상승 이상의 상승폭을 보였다. 특히 부가가치세 면제품목인 분유, 유치원과 어린이집 등 대표적인 육아지원 품목과 사교육 품목(교재교구, 영어학원)의 가격 상승폭이 상대적으로 컸던 점은 육아지원 확장기에 그 정책적 효과를 저해하는 물가 추이로 보인다. 다만, 유치원과 어린이집의 경우, 육아지원의 확대로 가격(비용)이 뚝 떨어진 이후의 가격 추이로 기저효과가 반영된 결과임을 고려할 필요가 있다. 비용 상승폭에 대한 육아물가 관리 모니터링 뿐 아니라 가격수준이 어떻게 형성되는지에 대해 보다 심도있는 논의가 필요하다.

주요 육아지원품목의 가격상승과 가격수준 형성의 기제를 적절히 제어하지 못하는 상황의 육아지원의 확대는 그 실효성을 담보하기 어렵다. 이러한 이유로 영유아자녀를 양육하는 부모의 육아물가체감지수 소비심리지표 전반에서 부담은 더욱 가중되고, 지출증가에 대한 전망은 부정적인 경향이 농후해진 결과로 나타났다. 저물가 기조로 인해 가격변동의 체감은 일관되게 감소하고 일부 부정적 체감지수가 작년 대비 감소하는 것으로 나타났지만, 주요 육아품목의 가격수준과 가계부담에 대한 부정적 체감은 증가하여 체감 전반을 긍정적인 변화로

해석하기에는 무리가 있다. 다만 유치원과 어린이집을 이용하는 실제 서비스 이용만족도가 높은 수준에서 작년에 이어 상승한 점은 고무적이다.

그 간 육아물가지수 연구(최윤경 외, 2012; 최윤경 외, 2013)를 수행하면서 제안했던 정책방안과 시사점을 고려하여 본 연구 결과를 토대로 정책적 시사점과 제언을 논의하면 다음과 같다.

1) 육아물가지수 및 육아물가체감지수 산출의 필요성

첫째, 현재와 같은 초저출산 기조 속 육아지원의 확대기에 소비자물가지수의 하위지수로 통계청에서 영유아가구 육아물가지수를 산출할 것을 제안한다(최윤경 외, 2012). 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 고려하지 않는다는 현실적 제약이 있으나, 영유아 인구가 줄고 노령 인구가 증가하는 인구학적 변화의 시기에 생애단계별 정책수요를 반영한 하위지수를 산출하는 것은 중요한 과제이다.

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 모니터링하는 것이 요구된다.

2) 육아지원설계의 다양화 - 저소득층 대상 육아필수재(분유, 기저귀) 직접 지원의 선별적 지원체계 보강

둘째, 육아지원의 설계가 유치원·어린이집과 같은 기관 서비스 이용 지원에 국한하지 않고 주요 육아 필수재를 바우처 형태로 직접 지원하는 품목지원의 설계로 확대될 필요가 있음을 제안한 바 있다(최윤경 외, 2012, 2013). 보육·교육 비용 지원을 주요 내용으로 하는 육아지원설계를 서비스 비용 지원 외, 육아필수재 상품을 직접 지원하는 저소득층 대상 바우처 설계, 그리고 그 밖에 육아필수재(분유, 산후조리원 등) 부가가치세 면제, 영유아가구 세제지원, 주요 육아지원인프라의 확충 등 다층적으로 설계하여 나갈 필요가 있다. 그 중에서도 특히 저출산 관련 정부 공약사업으로 시행 예정인 「저소득층 대상 조제분유·기저귀 지원 사업」을 조속히 시행하여, 보편적 지원체계 속에서도 취약계층 대상 선별지원의

체계를 보강할 필요가 있다.

장기적으로 육아지원 총량을 구성하여 세부적으로 구체적인 지원 품목을 다양하게 설계, 선택할 수 있도록 할 필요가 있다.

3) 주요 육아지원품목의 가격형성 기제의 파악

셋째, 육아지원의 품목이 유치원·어린이집, 산후조리원과 같은 서비스 품목에서 분유, 기저귀, 학습지 등으로 확장되고 있으므로, 육아지원 품목으로 선정되는 것이 해당 품목의 시장가격과 어떠한 관계를 갖는지 파악할 필요가 있다. 특히 가격상한제의 규제나 가이드라인이 없이 비용 자율화(예: 유치원)이거나 지자체별로 상이한 가격상한을 갖고 있는 경우(예: 어린이집 특별활동비), 이러한 하위품목의 가격 상승이 품목 비용 전체에 어떠한 영향을 미치는지, 이를 효율적으로 관리할 수 있는 방안은 무엇인지 가격형성의 측면에서 파악하여 일관된 가격형성 규칙과 관리의 방안을 마련할 필요가 있다(예: 표준유아교육비, 표준보육료 산출). 특히 영유아가구에 부담이 되는 육아필수품목 바스켓 전체와 가격 부담이 큰 사교육과 내구재 등의 개별품목에 대한 분석도 이루어져야 할 것이다.

4) 육아품목의 상품 및 가격 정보의 제공, 공공서비스기관의 설립을 통한 가격상승력 억제

넷째, 부가가치세 면제에도 불구하고 가격이 오름세인 산후조리원의 개별 가격지수 분석을 통해 공공 산후조리원의 설치와 같은 공적 영역의 서비스 기관을 마련하는 안이 필요함을 제언하였다(최윤경 외, 2012, p.157). 또한 현재 한국소비자원에서 실시하는 T-price 와 같이 육아필수재 주요 품목의 가격 대비 성능과 상품 정보의 유용성에 대해 구체적인 정보를 제공하는 것이 필요하다. 육아품목의 구입과 소비, 이용에 대한 보다 다양한 상품정보와 가격정보를 제공하는 육아 정보 및 관련 지식을 제공하는 체계화 된 정보·지식 제공 서비스가 필요하다.

5) 어린이집·유치원 가격지수의 가중치 조정에 유의

2013년 연구를 통해서, 대표품목 하나만을 추적조사하는 현행 CPI 조사 산출 방식 외에 다양한 가격수준을 고려한 지수 산출이 가능함을 논의한 바 있다

며, 실제 지수 산출을 통해 영유아부모의 구입률이 높은 베스트 상품 지수의 가격 상승률이 더 높음을 확인하였다(최윤경 외, 2013).

그 중에서도 지수 산출시 중요한 역할을 하는 품목별 가중치는 영유아가구의 가계 소비지출 비중으로, 육아지원의 확대로 축소된 유치원·어린이집의 비용지출을 가중치 조정으로 반영한 바 있다. 그러나, 이번 지수 산출에서 드러난 바와 같이 가격수준은 낮더라도 가격상승의 폭은 높은 수준을 보이고 있으므로, 추후 지속적인 비용 변화의 모니터링을 통해 가중치 조정의 필요성을 점검해야 한다. 특히 사립·민간 기관이 우위인 육아지원서비스 시장의 현황과 추가비용이 가능한 가격형성 구조를 고려할 때 유치원과 어린이집의 가중치를 줄이는 작업은 신중해야 할 것이다.

6) 육아품목 가격정책의 다양화 - 가격정보의 제공, 가격상한제의 적용, 가격인상률의 관리

구체적 육아물가관리 정책 방안으로 주요 육아품목에 대해 ① 가격정보 제공, ② 가격상한제의 비용 규제, ③ 가격인상시 상승률에 대한 관리의 세 가지로 나누어 제안한 바 있다(최윤경 외, 2013, 84p). 어린이집과 유치원 비용의 경우, 이 세 가지 가격정책을 적용할 필요가 있으며 이를 위해 현행 통합정보공시, 가격 규제, 재무회계 규칙과 연계되는 방안이 요구된다.

1차적으로 가장 중요한 육아물가관리 정책은 관련 정보의 공시로 및 어린이집 유치원통합정보공시 및 유치원알리미와 같이 정확한 비용 데이터를 주기적으로 공개하는 것이 필요하다. 그 다음으로 연간 가격의 상승을 억제하는 품목과 필요시 상승이 가능한 품목을 규정하여 실제로 필요한 경비의 현실화를 위한 비목의 마련과 가격인상이 가능하도록 관리할 필요를 논의하였다. 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).

현재 대표적인 가격정책으로 가격규제가 어린이집 보육료에 적용되고 있으나, 기타 추가보육료의 허용 등으로 지속성과 실효성 담보가 어려우므로, 서비스 질과 부모만족도를 견인하는데 필요한 필수적인 가격상승을 효율적으로 관리할 수 있는 재무회계의 규칙을 마련할 필요가 있다. 이를 통해 가격 인상이 적절히 이루어지고, 이것이 실제 서비스 질 개선과 발전을 위해 운용되고 있는지를 투

명하게 검토할 수 있는 정보공시와 재무회계를 마련하는 것이 가격규제보다 선행되어야 할 것이다.

제언의 요지는, 현재와 같은 육아지원의 확대는 육아물가관리의 가격 모니터링과 정보공개, 체계적인 재무회계규칙의 마련과 함께 되어야 함을 논의한 것이다. 그 밖에 영유아기 서비스 지원에서 육아 필수재 상품 품목으로 육아지원의 확대를 제언한 논의는 2015년부터 저소득층 대상 기저귀 조제분유 바우처 지원 사업으로 구체화 될 예정이며, 또한 자율비용제인 유치원 가격의 상승률을 소비자물가상승률에 준하여 관리하는 법률안이 국회에서 계류 중에 있다(국회 의안 정보시스템, 2014). 또한 어린이집과 유치원 통합정보공시를 통해 양 기관 서비스 비용이 전국 기관별로 2014년 11월부터 제공되고 있다.

7) 「육아필수재 물가정보공개시스템」 및 연쇄지수 산출 체계의 마련

본 연구에서는 영유아기 육아필수재의 품목 지정을 통해 물가관리과 정보공개 체계의 체계를 구체화한 「육아필수재 물가정보공개시스템」의 마련을 제언한다. 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 체계화될 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.

8) 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. 또

한 영유아기 공보육·교육의 과정에서 문화오락 및 체험활동, 사교육의 요구를 충족시킬 수 있도록 유아교육과 보육의 질 제고와 교사 주도의 특기·적성 프로그램을 개발하여 육아지원프로그램의 다양화를 꾀할 필요가 있다.

9) 영유아가구 생애주기변화를 고려한 육아지원 인프라 확대

임신 전후와 영아기, 유아기에 걸쳐 육아소비지출의 패턴과 주요 육아품목의 특성이 다르므로, 영유아기 육아지원의 설계는 이러한 발달주기별 영유아 가족의 요구를 고려하여 상품 지원과 서비스 지원, 현금 지원, 세제 혜택, 지역사회 육아인프라/육아공동체의 구축, 전달체계의 마련, 온라인 정보공개체계의 발전 등 다양한 조합의 육아지원설계로 자녀양육의 수요들을 충족시킬 필요가 있다. 시장에서의 육아용품 구매와 소비지출을 통해서 자녀를 양육하는 데에는 한계가 있으므로, 이를 소비와 구매가 아닌 구체적 양육과정의 대안적 형태로 충족시키는 공유와 육아 공동체적 지향이 육아지원정책의 설계에 필요할 것이다.

또한 보편적 지원체계 속에서 취약계층에 대한 선별지원의 장점이 감소되지 않도록, 소득계층별 육아물가지수 및 체감도를 산출하여 영유아가구 내 소득수준에 따른 지원 효과와 물가체감의 차이를 반영할 수 있는 지수 개발이 필요하다.

그 간의 육아물가지수 산출을 통해 육아지원의 정책적 효과가 얼마나 큰 지 가시적으로 확인할 수 있었다. 이러한 정책효과의 긍정적 측면이 영유아가구의 실제 체감에까지 나타날 수 있도록 장기간 지속적인 육아지원설계의 다변화와 서비스 질 제고의 정책적 노력, 그리고 가격 모니터링이 필요할 것이다.

참 고 문 헌

- 국회의안정보시스템(2014). 유아교육법 일부개정법률안(정진후의원 대표 발의) - 의안번호 6671. <http://likms.assembly.go.kr/bill/jsp/main.jsp>에서 인출.
- 기획재정부·통계청(2013). 소비자물가지수 개편 논의 및 결과(2013.12.19.보도자료)
- 김미정·이혜자(2014). 마을중심 육아용품 공유 및 지원체계 구축방안. 경기도가족여성연구원.
- 김범식·최봉(2014). 서울시 물가구조의 특성분석과 정책방향. 서울연구원.
- 김지현(2013). 소비자 심리지수와 거시경제 변수들의 관계분석. 고려대학교 석사 학위논문.
- 김진욱(2008). 소득계층별 물가상승에 관한 연구, 한국사회보장학회, 24, 95-121.
- 독일연방통계청(2014). 자녀 양육비 지출 비용, 연합뉴스(2014.6.10.)보도.
- 서문희·최윤경·신윤정·이세원(2010). 영유아 양육비용에 관한 연구. 육아정책연구소
- 서문희·양미선·김은설·최윤경·유해미·손창균·이혜민(2012). 2012 전국보육실태 조사 가구조사보고서. 보건복지부·육아정책연구소.
- 신창환(2011). 서비스 만족도 지표 개발에 관한 연구 : 지역개발형 바우처 서비스 이용자를 중심으로, 사회복지연구, 42, 151-177.
- 연합뉴스(2014). 독일 자녀 양육비 부담 갈수록 커져. 연합뉴스(2014.6.10.) 보도
- 임슬예·임경민·유승훈(2013). 횡단면 자료를 이용한 주택용 전력의 수요함수 추정, 한국에너지공학회, 22, 1-7.
- 장인성(2012). 대체편의 축소와 계층별 차이를 반영한 생계비지수의 측정 및 활용, 한국재정학회, 5, 1-35.
- 조용길(2002). 지수의 이론과 측정. 한국은행.
- 최윤경·민정원·김기환·이세원(2013). 미래 육아지원정책 수요 전망 연구. 육아정책연구소.
- 최윤경·유해미·김성숙·송신영(2012). 영유아 양육물가현황과 지수화 방안. 육아정책연구소.

- 최윤경·박진아·이세원(2013). KICCE 육아물가지수 기초 연구. 육아정책연구소.
- 최지형(2009). 소비자 물가통계의 계절조정방법 연구. 한남대학교 석사학위논문.
- 통계청(2012). 경제활동인구조사.
- 통계청(2013). 소비자물가 가중치 개편 보도자료(2013.12.19.)
- 통계청(2014a). 소비자물가동향 분석 보도자료(2014.2.4.), (2014.3.4.), (2014.4.1.), (2014.5.1.), (2014.6.3.), (2014.8.1.) (2014.10.1.)
- 통계청(2014b). 통계청 빅데이터를 본격적으로 활용하기 시작, 보도자료 (2014.2.17)
- 통계청(2014c). 국가통계포털-국내통계-주제별통계-소비자물가지수<http://kosis.kr/>
- 한국은행(2014a). 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(2014b). 2014년 생산자물가지수 자료.
- 황성혁·이정희(2014), 인터넷쇼핑의 성장이 소비자 물가에 미친 영향, 한국중소기업학회, 17, 19-30.

Abstract

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

Choi, Yoon Kyung Park, Jinah Choi, Jonghwa

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

2014 Childrearing Price Index(CPI) stays low compared to 2013 index 100, showing -0.03, -2.45% of annual decrease. This is resulted from the immunization price decrease due to expanded governmental supports for the infants and toddlers' shots. It is also understood the policy impacts of universal child care supports were sustained and reflected to the 2014 CPI.

However, looking into the individual CPIs of childrearing items, such as kindergarten, child care center, English private tutoring, clothes, and powdered formula for infants, the inflation rates of them were higher than other products and the annual increase rate of Consumer Price Index.

2014 Parents' Perception index of Childrearing Costs got worse slightly, compared to 2013's. Specifically the negative prospects of childrearing costs and the market price inflation of childrearing items, were high among diverse Consumer Satisfaction index factors.

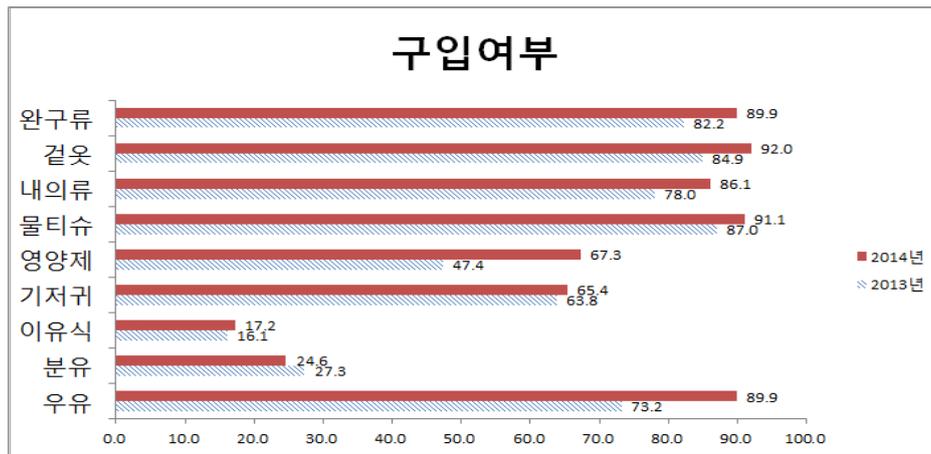
Based on the 2014 Childrearing Price index and Parent Perception index of childrearing cost, current childrearing support policy needs to go along with price policy such as price monitoring and control for the key childrearing products and services. The perception index of parents also need to be announced and reviewed periodically.

부록

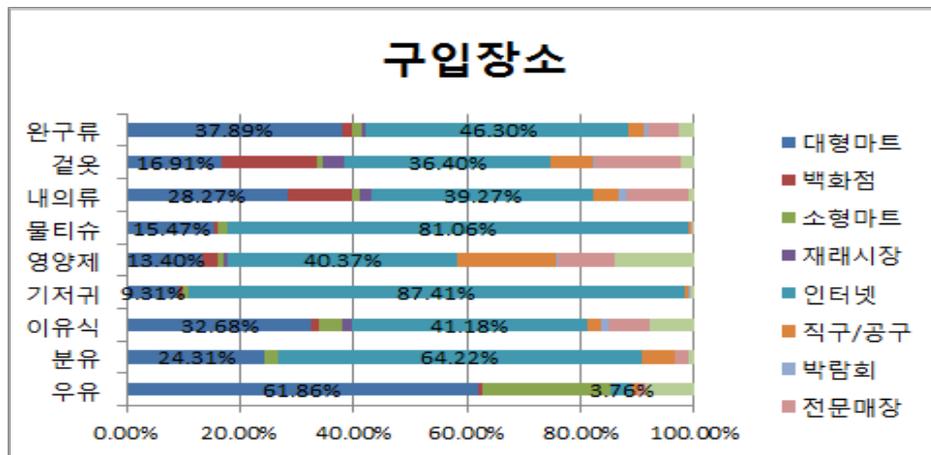
1. 부모대상 온라인체감물가 조사결과
2. 영유아가구 소득계층별 육아소비지출
3. KICCE 육아물가조사 오프라인 조사표
4. 부모 대상 육아체감물가 조사 설문지(웹설문)
5. 품목별 유통채널별/권역별 기초통계

부록 1. 2014년 부모대상 온라인체감물가 조사결과

가) 영유아가구 육아소비재 주요품목(9개) 소비율 및 구입채널



[부록 그림 1-1] 2013-2014 육아 소비재 구입여부

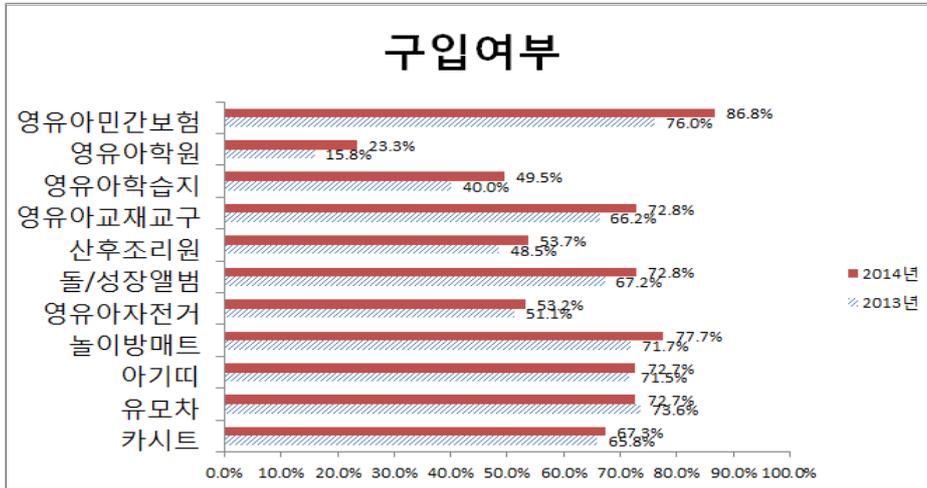


[부록 그림 1-2] 2014 육아 소비재 구입장소

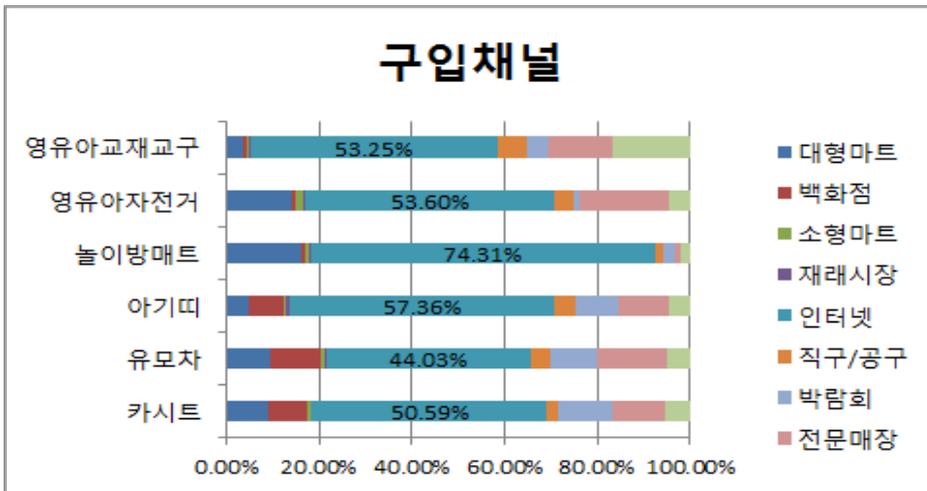
<부록 표 1-1> 소비재 인터넷 구매빈도 비교

구분	우유	분유	이유식	기저귀	영양제	물티슈	내의류	겉옷	완구류
2013년	4.10	62.2	41.8	82.0	35.2	74.5	38.2	35.7	44.5
2014년	3.76	64.2	41.2	87.4	40.4	81.0	39.3	36.4	46.3

나) 영유아가구 육아 서비스/내구재 주요품목(11개) 소비율 및 구입채널



[부록 그림 1-3] 2013-2014 육아 서비스/내구재 구입여부

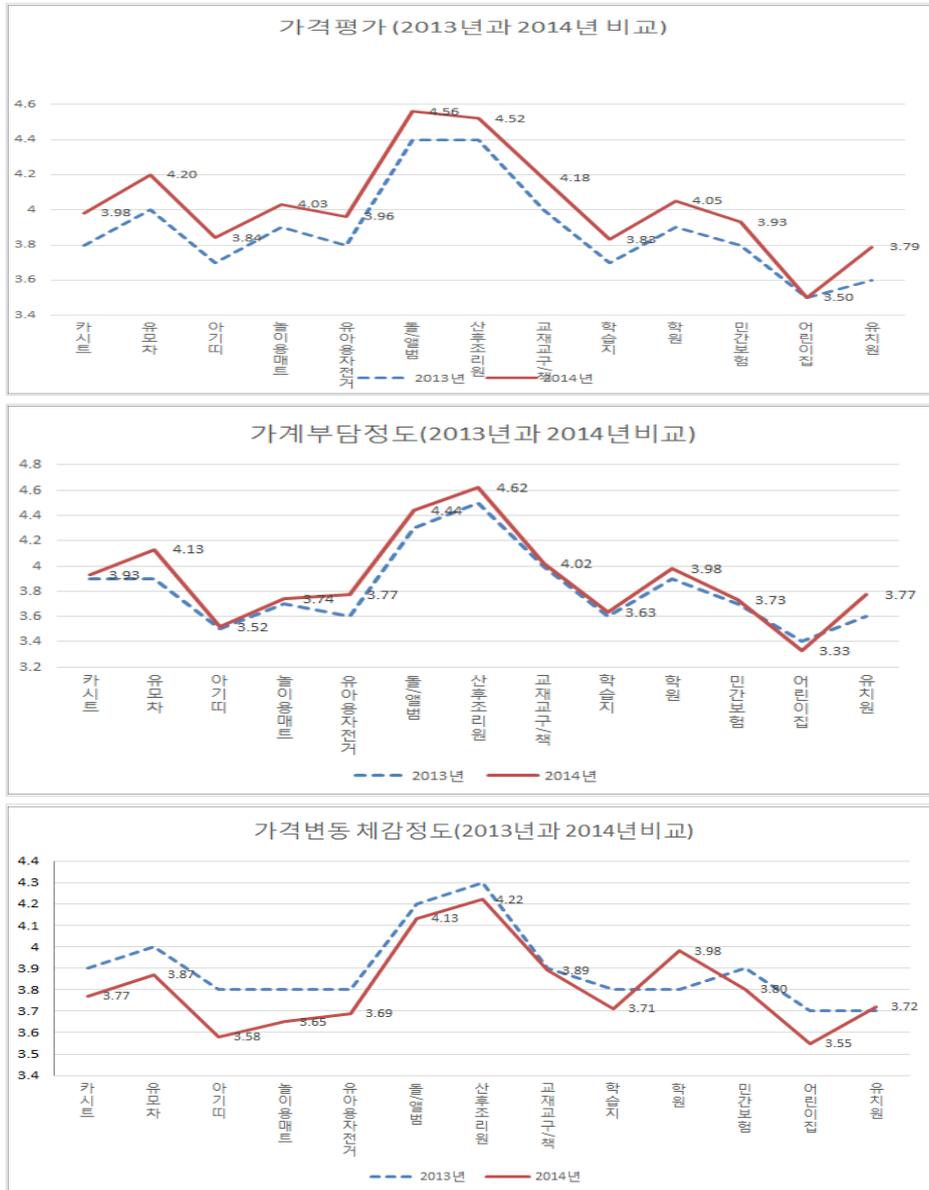


[부록 그림 1-4] 2013-2014 육아 서비스/내구재 구입장소

<부록 표 1-2> 내구재 인터넷 구매빈도 비교

구분	카시트	유모차	아기띠	놀이방매트	영유아자전거	영유아교재교구/책
2013년	47.0	38.5	54.7	73.2	47.8	53.5
2014년	50.6	44.0	57.4	74.3	53.6	53.2

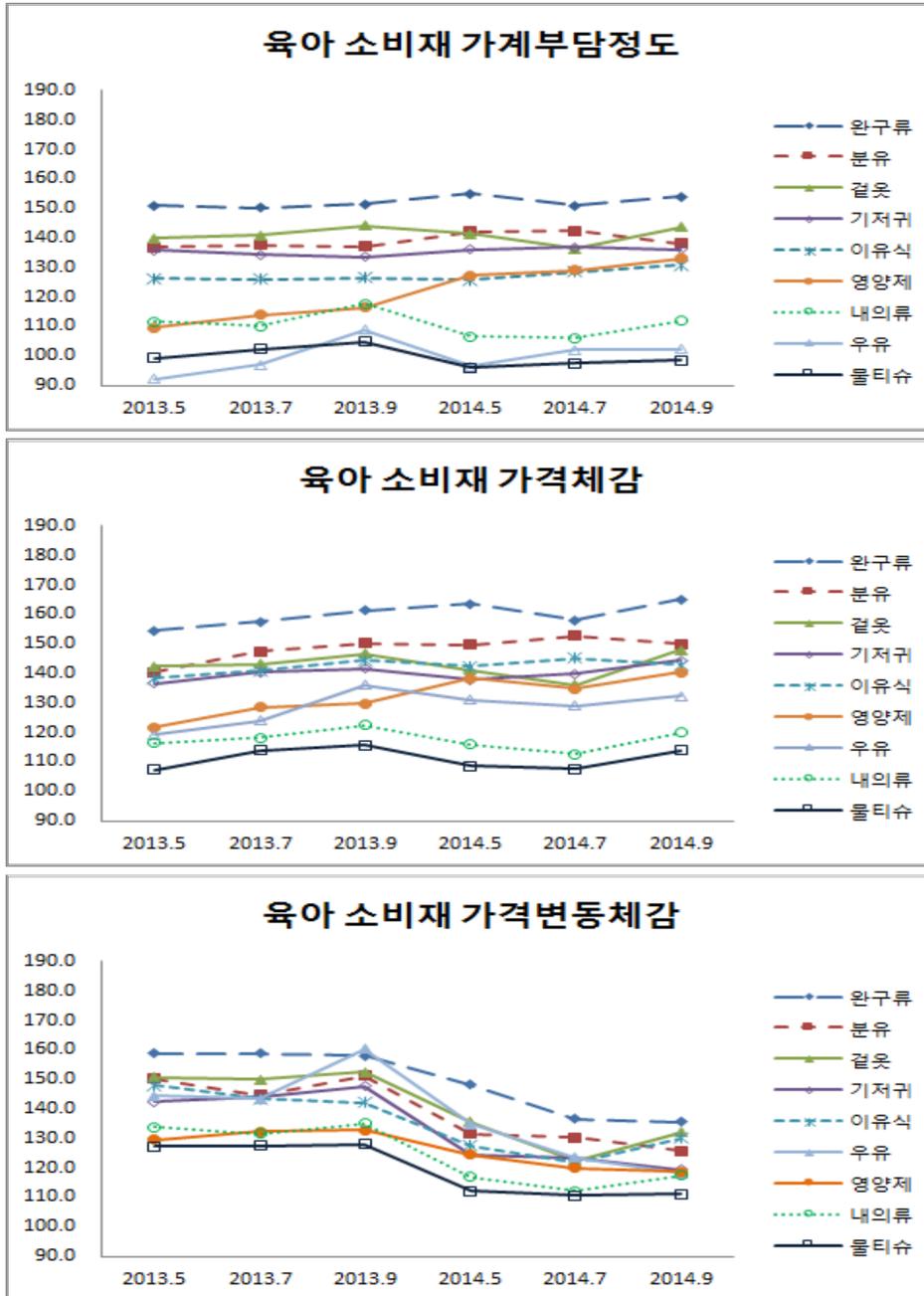
다) 2013-2014 영유아가구 육아물가체감지수 추이 -서비스/내구재



자료 : 1) 최윤경·박진아·이세원(2013), KICCE 육아물가지수 기초연구, p.94.
 2) 2013-2014 영유아부모 온라인 체감물가조사

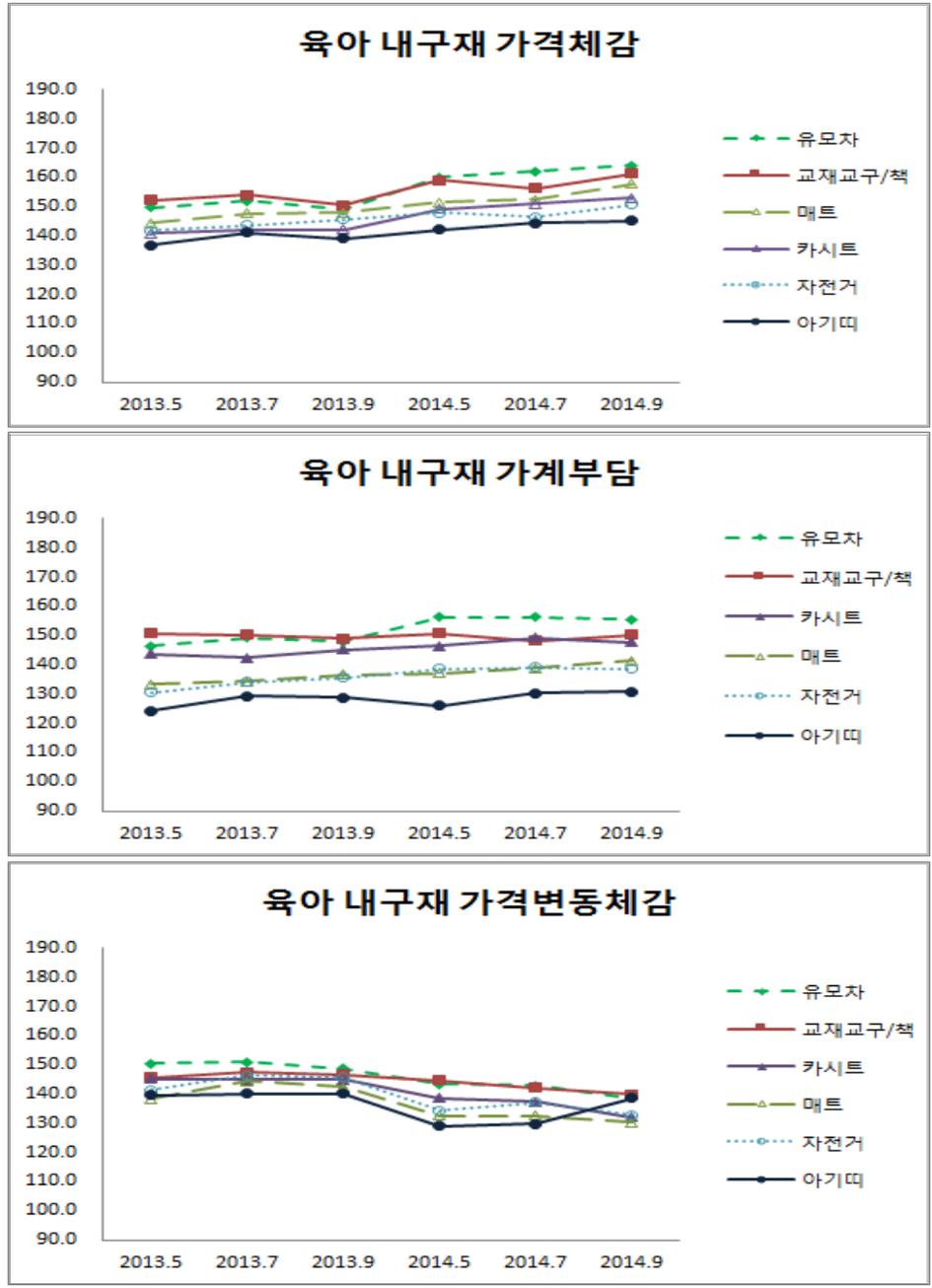
[부록 그림 1-5] 2013-2014 육아 서비스/내구재 육아품목 체감 비교

라-1) 육아 소비재 육아물가체감지수(3개) 비교



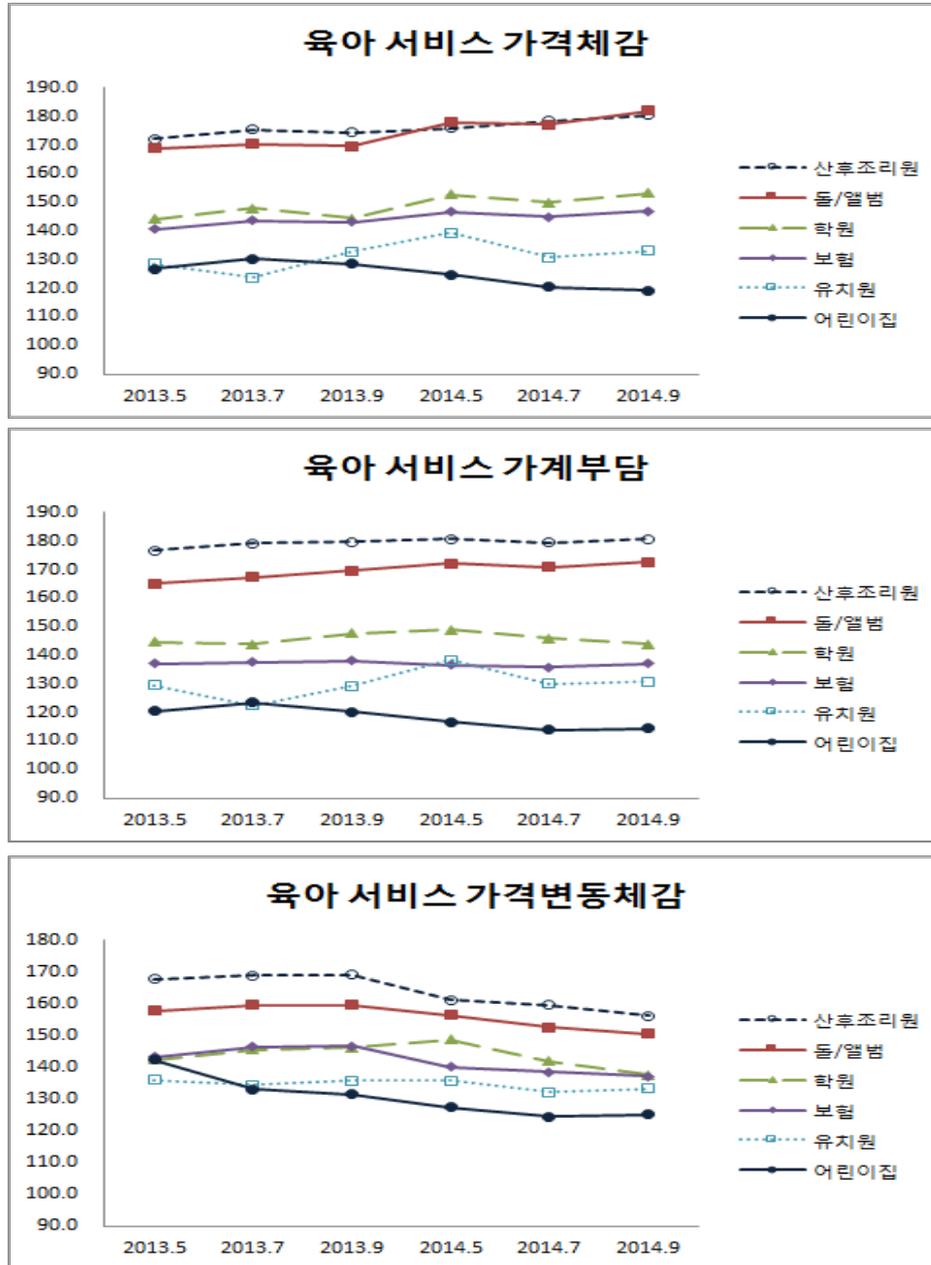
[부록 그림 1-6] 육아소비재 품목별 체감지수 비교

라-2) 육아 내구재 육아물가체감지수(3개) 비교



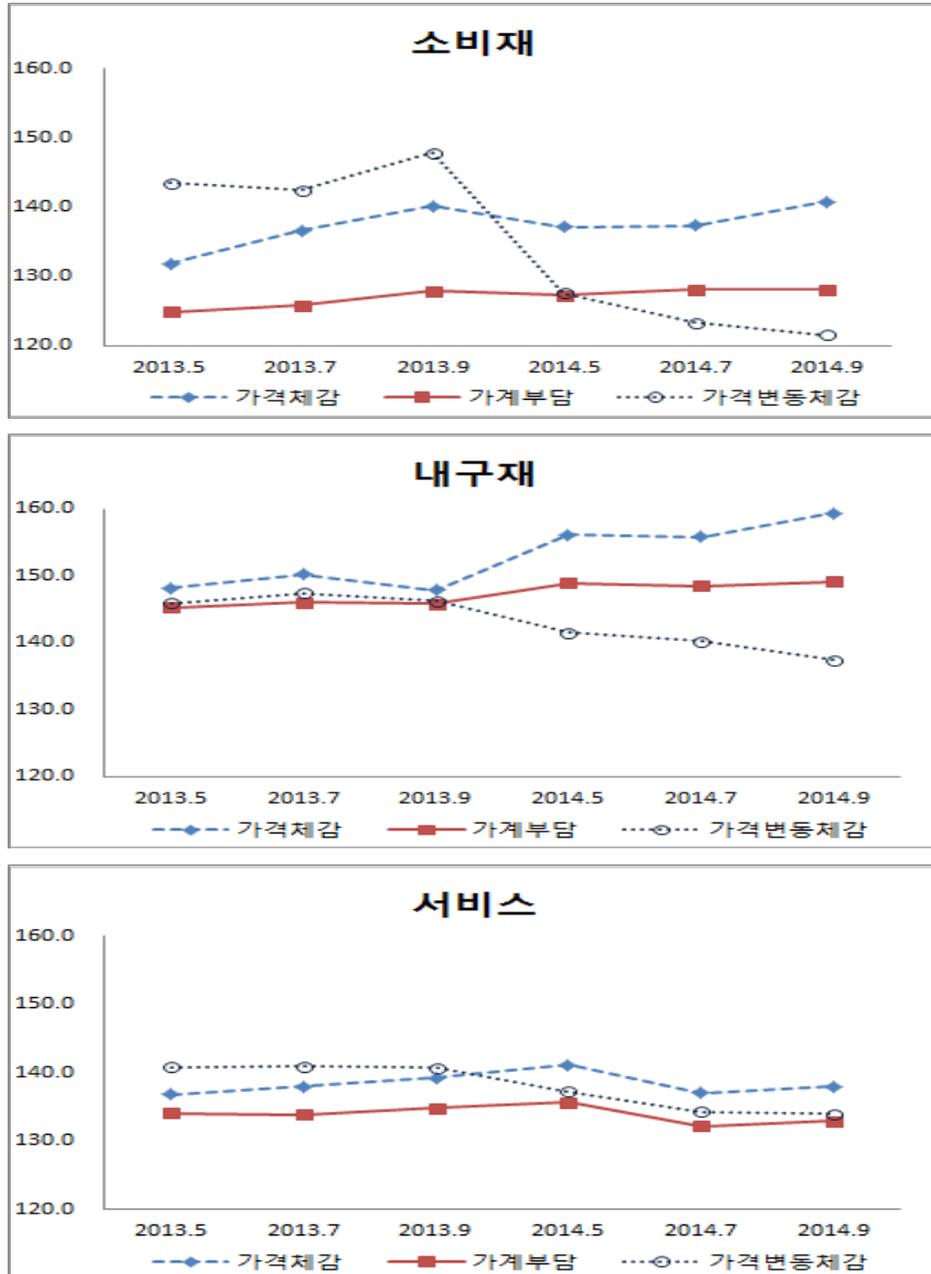
[부록 그림 1-7] 내구재 품목별 체감지표 추이비교

라-3) 육아 서비스 육아물가체감지수(3개) 비교



[부록 그림 1-8] 서비스재 품목별 체감치표 추이비교

마) 소비재-내구재-서비스 품목별 체감지수



[부록 그림 1-9] 소비재-내구재-서비스 품목별 체감지수 추이

부록 2. 영유아가구 소득계층별 육아소비지출

영유아가구의 소득계층에 따른 육아물가지수의 산출을 위해, 가용한 본 연구 자료를 활용하여 소득계층별 비중 산출과 육아품목의 선정을 시도하였다. 영유아가구의 소득수준에 따른 전반적인 차이를 파악하고, 소득수준별 품목의 구성과 가중치의 산출이 어떻게 나타나는지 알아보기 위해 월 지출비용의 기초통계를 산출하였다. 그러나 고소득층과 저소득층의 표본수가 적어, 일반적인 소득계층에 따른 영유아 가구를 대표하기에 제한점이 있었다(하층: 월 소득 230만원 미만, 상층: 월 소득 580만원 이상으로 분류함)²¹⁾.

다음 <부록 표 II-1>은 소득계층에 따른 육아품목지출 기초통계이고 <부록 표 II-2>는 소득수준에 따른 가구 소비지출/소득 현황이다.

<부록 표 II-1> 소득계층별 육아품목지출 기초통계

단위: 가구, 원

가중치 품목	2012년 육아대표품목	하층		중층		상층	
		가구수	평균지출	가구수	평균지출	가구수	평균지출
식료품							
우유	우유	13	41,831	133	30,788	33	28,891
두유	두유	5	20,000	53	22,670	12	23,750
치즈	치즈	16	7,671	126	12,888	27	16,338
요거트	요구르트/요플레	17	10,858	92	12,396	21	10,790
분유	분유	8	86,463	75	108,079	9	139,789
이유식	이유식(총합) (신규생성)	3	40,333	20	73,835	5	96,100
시리얼	과자	16	15,031	110	11,774	26	13,935
의류/신발							
배넛저고리	배넛저고리/배넛가운	7	37,094	60	43,313	4	21,708
	바디슈트/우주복	8	31,406	57	39,176	5	28,067
상의	짧은소매(민소매) 상의	13	11,381	124	21,689	29	20,032
	긴소매 상의	5	45,817	73	24,290	13	15,840
하의	짧은바지	12	12,590	110	16,322	22	18,201
	긴바지	5	17,833	80	16,990	15	13,833
외투류	외투류	8	31,833	63	34,808	8	62,500
외출복	여아용 원피스	5	9,267	45	25,311	14	42,917
	여아용 드레스	1	1,250	7	45,131	4	69,167
	남아용 정장	0	0	1	7,917	2	4,354

21) 통상 기준의 가구소득 상-중-하 집단으로 구분하기에는 2012년 조사(N=450)의 해당계층 사례수가 적어, 본 고에서 산출한 가구소득 수준별 구분은 상대적으로 가구소득이 낮은 또는 높은 집단으로 볼 수 있음.

(부록 표II-1 계속)

가중치 품목	2012년 육아대표품목	하층		중층		상층	
		가구수	평균지출	가구수	평균지출	가구수	평균지출
내의	내의 - 상의	13	31,082	105	17,200	17	9,946
	내의 - 하의	13	26,415	98	15,576	16	9,885
신발	운동화	9	17,996	86	23,279	20	39,075
	구두	3	15,361	19	17,886	7	26,726
	샌들/슬리퍼	11	10,470	74	6,903	15	17,944
	실내화	1	667	5	2,433	3	3,750
	방한화/장화	1	2,750	10	8,983	2	12,708
주거관련							
침대	침대(렌탈)	2	345,000	25	434,890	4	537,500
아기식탁의자	의자(식탁의자)	4	40,500	15	46,911	3	79,000
이불	두꺼운 이불	1	50,000	26	142,753	1	90,000
	얇은 이불	9	33,241	61	59,371	9	39,127
	담요	0	0	14	49,381	1	18,000
	요	2	20,750	24	48,774	2	26,042
겉싸개	겉싸개	6	45,778	43	65,490	2	30,750
속싸개	속싸개	6	23,944	44	35,305	2	7,667
가정/가사 용품							
젓병	젓병	5	48,733	68	34,908	8	38,958
젓꼭지	젓꼭지	4	24,250	50	16,528	6	15,556
소독기	소독기	1	154,000	14	87,490	4	116,250
아기전용세탁세제	아기전용 세탁세제	10	17,048	84	15,264	9	9,767
의료/보건							
비타민	비타민 등 영양제류	2	21,167	30	20,281	12	49,146
	건강보조제품/보약	1	30,000	9	25,463	3	19,889
	유산균	4	18,458	13	49,513	3	148,333
기저귀	아기기저귀	17	60,471	151	70,091	13	52,794
물티슈	아기 물티슈	14	13,511	167	18,713	24	20,016
샴푸	샴푸(비누)	10	10,598	138	13,833	22	9,072
치약	유아치약	9	1,089	84	2,277	15	1,979
칫솔	유아칫솔	11	1,319	98	2,993	22	2,994
로션	로션	15	9,274	146	14,369	25	11,069
	선블록	5	4,098	35	9,554	11	7,789
	기타 피부관리용품	1	1,250	9	5,263	1	30,000
욕조	욕조/목욕통	3	31,917	24	50,572	1	73,000
유축기	유축기	1	110,000	23	111,723	1	19,000
체온계	체온계(의료기기)	8	53,250	41	56,870	2	67,000
예방접종비	영유아 예방접종비	11	9,129	97	35,474	15	71,694
오락/문화							
카시트	카시트	1	340,000	43	361,372	10	487,500
유모차	유모차	8	509,625	72	447,770	9	526,444
아기띠	아기띠/슬링	6	98,750	57	119,439	6	167,167
보행기	보행기	1	100,000	28	90,785	5	88,000
	쏘서	1	35,000	8	103,125	1	100,000
	바운서	2	42,500	20	76,975	3	41,667

(부록 표II-1 계속)

가중치 품목	2012년 육아대표품목	하층		중층		상층	
		가구수	평균지출	가구수	평균지출	가구수	평균지출
블록(장난감)	인형	1	32,000	16	23,947	5	24,380
	자동차	3	56,667	21	18,321	1	20,000
	공	3	8,000	18	11,207	0	
	블록	0	0	20	73,042	1	100,000
	기타장난감 (신규생성)	0	0	7	114,400	0	
자전거	3	42,056	15	109,967	4	167,000	
놀이방매트	놀이방매트	5	60,227	51	125,563	7	197,143
돌앨범	돌/성장앨범	5	817,000	38	896,645	6	958,333
교육							
영유아학습지	방문학습지	4	47,250	9	50,000	10	71,500
영유아책	영유아 책	7	152,369	48	213,076	15	389,333
영유아교재교구	영유아 교재	1	16,667	45	364,311	12	274,150
	영유아 교구	2	33,000	13	123,468	2	350,525
유치원순교육비	유치원 순수교육비	0	0	0	0	8	546,250
유치원추가비용	유치원 추가 비용	0	0	1	52,000	5	80,000
영유아영어학원	영유아 전문학원/놀이학교	2	76,500	7	78,429	1	100,000
	외국어 학원	0	0	1	50,000	2	525,000
사교육	음악학원	0	0	1	70,000	2	120,000
	미술학원	0	0	0	0	1	150,000
	운동학원	1	100,000	0	0	2	125,000
기타상품 및 서비스							
어린이보험	영유아 대상 보험	8	72,875	90	63,251	20	80,400
어린이집보육료	어린이집 순 이용료	7	67,143	37	136,252	9	149,259
어린이집추가비용	어린이집 추가비용	5	101,000	24	81,424	5	162,000
산후조리원	산후조리원	1	141,667	22	209,091	5	266,667

〈부록 표 II-2〉 소득계층별 영유아가구 소비지출/소득 현황

구분	단위: 원		
	하층	중층	상층
월평균 소비지출	1,378,387	2,041,451	2,920,000
월평균 지출총액	1,962,581	2,991,029	4,582,308
월평균 소득총액	1,955,806	3,670,422	7,559,487
월평균 육아품목지출총액(육아품목=160)	906,065	1,400,356	1,966,892
월평균 육아대표품목 지출총액	725,173	668,425	1,495,443

소득계층에 따라 육아품목 지출 통계와 소비지출 등을 살펴보면 계층에 따른 지출의 차이가 뚜렷이 나타났다. 이를 바탕으로 한 소득계층별 육아품목 가중치 산출 결과는 다음 <부록 표II-3>과 같다.

〈부록 표 II-3〉 소득계층별 육아품목 가중치 산출

연번	품목	연간 가중치	CPI가중치		가중치 추가 산출		
			서울	전국	하층	중층	상층
	육아물가지수	1,000.00					
	식료품 및 관련 서비스	193.83	8.2	8.7	245.19	233.17	156.88
1	우유	38.49	5.4	5.8	40.35	29.00	21.93
2	두유	16.15	0.6	0.8	14.84	17.02	13.11
3	치즈	27.80	0.5	0.5	18.21	23.00	20.30
4	요거트	20.15	-	-	27.39	16.16	10.43
5	분유	61.29	0.9	0.8	102.65	114.83	57.89
6	이유식	11.12	0.1	0.1	17.96	20.92	22.11
7	시리얼	18.83	0.7	0.7	23.79	12.23	11.11
	의류/신발 관련 서비스	36.60	0.7	1.0	51.35	42.08	27.42
8	배넛저고리	2.95	-	-	6.32	5.70	0.87
9	상의	8.72	-	-	8.32	9.45	4.60
10	하의	6.63	-	-	6.71	6.93	3.92
11	외투류	4.83	-	-	6.30	5.18	3.83
12	외출복	3.59	-	-	1.18	3.45	6.80
13	내의	5.61	-	-	18.49	7.87	2.51
14	신발	4.27	0.7	1.0	4.04	3.49	4.89
	주택/수도/전기 및 주거서비스	21.25	-	-	22.54	30.51	12.32
15	침대	10.73	-	-	8.53	12.83	8.24
16	아기식탁의자	1.20	-	-	4.01	1.66	1.82
17	이불	6.66	-	-	4.83	10.86	1.96
18	겉싸개	1.72	-	-	3.40	3.32	0.24
19	속싸개	0.94	-	-	1.78	1.83	0.06
	가정용품 및 가사서비스	9.37	-	-	21.16	17.01	6.95
20	젓병	2.91	-	-	6.03	5.60	2.39
21	젓꼭지	2.04	-	-	4.80	3.90	1.43
22	소독기	1.09	-	-	1.90	1.45	1.78
23	아기전용세탁세제	3.32	-	-	8.43	6.05	1.35
	의료용품 및 보건서비스	177.04	7.3	7.7	218.86	272.08	127.84
24	비타민	9.74	0.6	0.6	6.12	6.18	16.10
25	기저귀	90.06	1.9	2.1	152.56	149.93	31.58
26	물티슈	26.98	-	-	28.07	44.27	22.10
27	샴푸	3.08	0.9	1.0	2.62	4.51	1.53
28	치약	2.75	0.3	0.3	1.45	2.71	1.37
29	칫솔	5.60	0.4	0.4	2.15	4.16	3.03
30	로션	2.03	2.0	2.0	1.99	2.93	1.50
31	욕조	1.48	-	-	2.37	2.87	0.56
32	유축기	1.64	-	-	1.36	3.03	0.07
33	체온기	1.89	0.2	0.3	5.27	2.75	0.51
34	예방접종비 ²²⁾	31.80	1.0	1.0	14.90	48.75	49.48

(부록 표II-3 계속)

품목	연간 가중치	CPI가중치		가중치 추가 산출		
		서울	전국	하층	중층	상층
오락/문화용품 및 관련서비스	73.82	2.2	2.4	123.27	123.78	74.08
35 카시트	11.00	-	-	4.20	18.34	18.69
36 유모차	20.13	0.8	0.8	50.42	38.06	18.17
37 아기띠	4.33	-	-	7.33	8.04	3.85
38 보행기	2.91	-	-	2.72	5.79	2.55
39 블록(장난감)	3.84	1.3	1.5	2.79	3.81	0.93
40 자전거	3.06	0.1	0.1	1.56	1.95	2.56
41 놀이방매트	4.72	-	-	3.72	7.56	5.29
42 돌앨범	23.83	-	-	50.52	40.22	22.05
교육용품 및 교육서비스	219.97	16.2	16.6	79.81	49.91	372.43
43 영유아학습지	29.01	6.5	8.4	28.05	6.37	32.90
44 영유아책	14.91	-	-	13.19	12.07	22.39
45 영유아교재교구	19.87	0.9	1.3	1.02	21.25	15.30
46 유치원순교육비 ²³⁾	84.21	8.8	6.9	0.00	0.00	201.07
47 유치원추가비용	19.51	-	-	0.00	0.74	18.40
48 영유아영어학원	19.35	-	-	22.71	8.49	52.91
49 시간제학원	33.11	-	-	14.84	0.99	29.45
기타상품 및 서비스	268.11	7.7	10.5	237.81	231.47	222.08
50 어린이보험	72.69	-	-	72.10	67.20	61.66
51 어린이집보육료	117.95	6.9	10.0	69.75	71.42	61.81
52 어린이집추가비용	44.74	-	-	74.94	27.68	37.27
53 산후조리원	32.74	0.8	0.5	21.02	65.16	61.35

저소득층일수록 전체 소비지출에서 필수재로 구분할 수 있는 우유, 분유, 젖병, 기저귀 등의 비중이 다른 계층에 비해 매우 높게 나타났고, 유효 표본에 따른 영향이 일부 반영되긴 하였으나 카시트의 비중은 낮고 유모차, 돌앨범 등의 비중은 높게 나타났다. 서비스의 경우 소득수준 중층-하층 가구에서는 유치원을 이용하는 가구는 (거의) 없었기 때문에 유치원의 비중이 0으로 나타났고, 이 서비스 품목은 고소득층으로 갈수록 높아지는 경향을 보였다. 또한 어린이집의 경

22) 폐렴구균 예방접종의 경우, 국가에서 지원하는 무료예방접종으로 변경되었으나 일부 현장에서 는 일정수준의 비용을 받고 접종하는 경우와 관련 품목이 있었음. 2014년 조사대상 품목에 지속 반영하였음.

23) 어린이집과 유치원 가중치 관련하여, 가중치 산출에 기준이 된 2012년 이후 만 3~4세 지원까지 확대됨에 따라 가구의 기관서비스 비용 지출 감소분을 비중에서 반영하고자 하였으나 작년 조사를 기준으로 가중치를 조정할 수 있는 객관적인 자료를 확보하지 못하였고, 2013년 영유아가구의 부담 비용은 줄었으나 지원의 확대로 어린이집·유치원 이용자 빈도는 늘어나는 추세를 보이므로(최윤경·민정원·김기환·이세원, 2013) 작년 대비 영유아 가구의 기관서비스 이용 비용에 큰 차이가 없을 것으로 판단하여 작년과 동일하게 비중을 가져감.

우 추가비용의 비중을 보면 소득수준 저소득층에서 가장 높게 나타났다.

영유아가구의 소득수준에 따른 육아지출 패턴의 차이를 이해하는데 유의한 시사점이 있겠으나, 해당 사례수가 적어 이를 근거로 하여 소득계층별 육아물가지수의 하위지수 산출은 어려운 것으로 판단하였다.

부록 4. 부모대상 육아체감물가 조사 설문지(웹설문)

영유아학부모 온라인 체감물가조사

안녕하십니까?

육아정책연구소는 육아 및 유아교육·보육 정책 연구를 수행하기 위해 설립된 국무총리실 산하 경제·인문사회연구회 소속 국책 연구기관입니다.

본 조사는 영유아 자녀를 양육하는 가구의 양육비 현황 및 육아물가에 대한 수요자 체감도를 파악하고자 합니다. 본 조사는 5월, 7월, 9월 총3번에 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.

2014년 5월

육아정책연구소 소장 이 영

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
첫째 자녀	_____세
둘째 자녀	_____세
셋째 자녀	_____세
넷째 자녀	_____세
다섯째 자녀	_____세

 **7세 이하(미취학) 자녀가 없으면 면접 중단**

* 선문1, 선문1-1 : 2차, 3차에는 1차 응답값 보여주고 변동 여부만 묻습니다.

선문2. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남자 면접 중단 ② 여자

선문3. 귀하는 평소 장보기를 직접 하십니까?

- ① 예 면접 계속 ② 아니오
 면접 중단

선문4. 귀하가 현재 살고 계시는 지역은 어디입니까?

_____ (시도) _____ (시군구)
 (예, 서울시 강남구/ 충청북도 청원군)

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 취학전 자녀만을 떠올리며 응답해주세요요.

문1. 귀 닻의 취학전 자녀(들)는 다음 중 어느 기관에 다닙니까? 혹은 서비스를 이용하고 있습니까? 해당하는 기관/서비스 항목이 여러 개일 경우 모두 체크해주세요요.

※ 취학 전 7세 자녀 중	유치원	어린이집	영어학원 (영어 유치원)	미술 학원	문화 센터등 기타 사교육	주기적 으로 다니는 데 없음
첫째 자녀(__ 세)	①	②	③	④	⑤	⑦
둘째 자녀(__ 세)	①	②	③	④	⑤	⑦
세째 자녀(__ 세)	①	②	③	④	⑤	⑦
넷째 자녀(__ 세)	①	②	③	④	⑤	⑦
다섯째 자녀(__ 세)	①	②	③	④	⑤	⑦

문1-1. (문1의 ③~⑦ 응답자만) 유치원 및 어린이집에 다니진 않는 자녀의 경우 양육수당을 수령하고 계십니까?

※ 취학 전 7세 자녀 중	예	아니오
첫째 자녀(___세)	①	②
둘째 자녀(___세)	①	②
세째 자녀(___세)	①	②
넷째 자녀(___세)	①	②
다섯째 자녀(___세)	①	②

문2. (①유치원/②어린이집/③영어학원 응답자만) 매달 유치원 및 어린이집, 영어학원(영어유치원)에 내는 비용이 얼마입니까? 해당기관에 다니는 자녀별로 응답해주시십시오.

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

※ 취학 전 7세 자녀 중	유치원	어린이집	영어학원 (영어유치원)
첫째 자녀(___세)	_____원	_____원	_____원
둘째 자녀(___세)	_____원	_____원	_____원
세째 자녀(___세)	_____원	_____원	_____원
넷째 자녀(___세)	_____원	_____원	_____원
다섯째 자녀(___세)	_____원	_____원	_____원

문2-1. 7세 이하 취학전 아동에 대한 육아지원은 크게 어린이집·유치원 비용지원 또는 양육수당 지급으로 이루어집니다. 귀 닻에서 받는 해당 비용지원정책 및 이용기관의 비용에 대한 만족도를 표시해주세요.

2-1-1. 어린이집 비용 지원에 대한 만족도(문1의 ①응답자만)

※ 취학 전 7세 자녀 중	① 매우 불만족한다	② 대체로 불만족한다	③ 보통 이다	④ 약간 만족한다	⑤ 매우 만족한다

2-1-2. 유치원 비용 지원에 대한 만족도(문1의 ②응답자만)

※ 취학 전 7세 자녀 중	① 매우 불만족한다	② 대체로 불만족한다	③ 보통 이다	④ 약간 만족한다	⑤ 매우 만족한다

2-1-3. 양육수당 지급에 대한 만족도(문1의 양육수당 체크 응답자만)

※ 취학 전 7세 자녀 중	①	②	③	④	⑤
	매우 불만족한다	대체로 불만족한다	보통 이다	약간 만족한다	매우 만족한다

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

※ 취학 전 7세 자녀 중	①	②	③	④	⑤
	매우 불만족한다	대체로 불만족한다	보통 이다	약간 만족한다	매우 만족한다

2-1-5. 기타 사교육기관/서비스 비용에 대한 만족도(문1의 ④~⑤ 응답자만)

※ 취학 전 7세 자녀 중	①	②	③	④	⑤
	매우 불만족한다	대체로 불만족한다	보통 이다	약간 만족한다	매우 만족한다

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

2-2-1. 어린이집 서비스 만족도(문1의 ① 응답자만)

※ 취학 전 7세 자녀 중	①	②	③	④	⑤
	매우 불만족한다	대체로 불만족한다	보통 이다	약간 만족한다	매우 만족한다

2-2-2. 유치원 서비스 만족도(문1의 ②응답자만)

※ 취학 전 7세 자녀 중	①	②	③	④	⑤
	매우 불만족한다	대체로 불만족한다	보통 이다	약간 만족한다	매우 만족한다

2-2-3. 영어학원(영어유치원) 서비스 만족도(문1의 ③응답자만)

※ 취학 전 7세 자녀 중	①	②	③	④	⑤
	매우 불만족한다	대체로 불만족한다	보통 이다	약간 만족한다	매우 만족한다

2-2-4. 기타 사교육기관 서비스 만족도(문1의 ④~⑤ 응답자만)

※ 취학 전 7세 자녀 중	①	②	③	④	⑤
	매우 불만족한다	대체로 불만족한다	보통 이다	약간 만족한다	매우 만족한다

영유아 물품 및 서비스 지출 현황

다음은 영유아자녀를 양육하는 가구에서 지출하는 주요 육아품목을 소비재와 내구재, 서비스재로 나누어 구매패턴과 시장가격 동향, 그리고 가격체감을 묻는 질문입니다.

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

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

문4. [소비재-구입채널] (문3의 응답 품목만) 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 곳으로 응답해주시시오.

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

문5. [소비재-가격체감] (문3의 응답 품목만) 귀하께서 구입하신 품목들의 가격이 품질 및 성능을 고려할 때 싸다고 생각하십니까? 비싸다고 생각하십니까?

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

문6. [소비재-가계부담] (문3의 응답 품목만) 다음 각 품목들이 귀댁의 가계에 부담이 어느 정도 되십니까?

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

문7. [소비재-가격변동] (문3의 응답 품목만) 다음 각 품목들의 최근 3개월간 가격변동을 어떻게 체감하고 계십니까?

구분	① 많이 떨어짐	② 약간 떨어짐	③ 비슷함	④ 다소 올랐음	⑤ 많이 올랐음	⑥ 잘 모르겠음
1) 우유	①	②	③	④	⑤	⑥
2) 분유	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 이유식	①	②	③	④	⑤	⑥
4) 기저귀	①	②	③	④	⑤	⑥
5) 영양제	①	②	③	④	⑤	⑥

6) 멀티슈	①	②	③	④	⑤	⑥
7) 내의류	①	②	③	④	⑤	⑥
8) 겹옷	①	②	③	④	⑤	⑥
9) 완구류	①	②	③	④	⑤	⑥

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

* 문8 : 2차, 3차에는 "5월/7월 조사 이후 구입한 적이 있으십니까?"

문9. [내구재/서비스재-구입채널] (문8의 응답 품목만) 구입한 곳은 주로 어디입니까? 가장 많이 또는 자주 구입하는 곳을 응답해주시시오. 가장 많이 또는 자주 구입하는 곳 한 곳을 응답하기 어려우시면, 가장 최근에 구입한 곳으로 응답해주시시오.

구분	① 대형마트	② 백화점	③ 소형마트	④ 재래시장	⑤ 인터넷	⑥ 직구 / 공구	⑦ 박람회	⑧ 전문 브랜드 매장	⑨ 기타
1) 카시트	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
2) 유모차	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
3) 아기띠	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
4) 놀이방매트	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
5) 영유아자전거	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨
8) 영유아교재교구/전집(책)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨

문10. [내구재/서비스재-가격체감] (문8의 응답 품목만) 귀하께서 구입하신 품목들의 그 당시 가격이 품질 및 성능, 사용기간, 보장성 등을 고려할 때 싸다고 생각하십니까? 비싸다고 생각하십니까?

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

문11. [내구재/서비스재-가계부담] (문8의 응답 품목만) 각 품목들이 구입했을 당시 귀댁의 가계에 어느 정도 부담이 되셨나요?

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

문12. [내구재/서비스재-가격변동] (문8의 응답 품목만) 각 품목들의 지난 1년간 가격변동을 어떻게 체감하고 계십니까?

구분	① 많이 떨어 짐	② 약간 떨어 짐	③ 비슷 함	④ 다소 올랐 음	⑤ 많이 올랐 음	⑥ 잘 모르겠 음
1) 카시트	①	②	③	④	⑤	⑥
2) 유모차	①	②	③	④	⑤	⑥
3) 아기띠	①	②	③	④	⑤	⑥
4) 놀이방매트	①	②	③	④	⑤	⑥
5) 영유아 자전거	①	②	③	④	⑤	⑥
6) 돌/성장 앨범	①	②	③	④	⑤	⑥
7) 산후조리원	①	②	③	④	⑤	⑥
8) 영유아 교재교구/전집(책)	①	②	③	④	⑤	⑥
9) 영유아학습지	①	②	③	④	⑤	⑥
10) 영유아 학원	①	②	③	④	⑤	⑥
11) 어린이집 비용	①	②	③	④	⑤	⑥
12) 유치원 비용	①	②	③	④	⑤	⑥
13) 영유아 민간보험	①	②	③	④	⑤	⑥

문13-1. 귀 닥의 월평균 가구 소득은 얼마입니까? 가구주 포함 세대내 모든 가족의 수입으로, 근로소득 외 이자소득과 연금소득도 포함하여 말씀해주세요.

월 _____만원

문13-2. 귀 닥의 월평균 가구 지출은 얼마입니까? 가구주 포함 세대내 모든 가족의 지출을 말씀해주세요.

월 _____만원

문13-3. 귀 닥에서 만0~5세 취학전 자녀에게 들어가는 총 육아비용은 평균적으로 한 달에 얼마입니까? 정확한 금액을 모를 경우 대략의 추정치로 말씀해주시면 됩니다.

※ 만 0~5세 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

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 유치원 및 어린이집, 사교육 기관 이용에 필요한 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 생활형편은 6개월 전에 비해 어떻다고 생각하십니까?

- ① 많이 나빠졌다 ② 약간 나빠졌다 ③ 비슷하다
- ④ 약간 나아졌다 ⑤ 많이 나아졌다

문16. 현재 우리나라 경기는 6개월 전에 비해 어떻다고 생각하십니까?

- ① 많이 나빠졌다 ② 약간 나빠졌다 ③ 비슷하다
- ④ 약간 좋아졌다 ⑤ 많이 좋아졌다

[경제전망 조사]

문17. 6개월 후 귀댁의 생활형편은 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 경기는 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 닥의 가계수입은 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 닥의 소비지출은 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 귀 닥의 영유아자녀 관련 육아비 지출규모는 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

※ 육아비 지출에는 분유, 기저귀, 유모차, 옷과 같은 영유아 자녀 고유의 상품 구매에 드는 비용, 유치원 및 어린이집 비용, 사교육 기관 이용 비용 등이 포함됩니다.

- ① 크게 감소할 것이다 ② 약간 감소할 것이다 ③ 비슷할 것이다
- ④ 약간 증가할 것이다 ⑤ 크게 증가할 것이다

문22. 6개월 후 귀 닥의 육아품목별 지출규모는 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

구분	① 크게 감소함	② 약간 감소함	③ 비슷할 것임	④ 약간 증가함	⑤ 크게 증가함	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 어떠할 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 어떠할 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, 보육·교육 서비스는 유치원 및 어린이집, 사교육 기관 이용에 필요한 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, 보육·교육 서비스는 유치원 및 어린이집, 사교육 기관 이용에 필요한 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, 보육·교육 서비스는 유치원 및 어린이집, 사교육 기관 이용에 필요한 비용을 의미합니다.

- ① 매우 낮다 ② 약간 낮은 편이다 ③ 중간이다
④ 조금 높은 편이다 ⑤ 매우 높다

배경문항

배문1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

만_____세

배문2. (선문5의 ① 취업모만 응답) 가구 소득이 아닌 본인 소득은 월평균 대략 어느 정도인지 기입해주세요.

월평균_____만원

☆ 설문에 응해주셔서 감사합니다, 소중한 자료로 사용하겠습니다. ☆

부록 5. 품목별 유통채널별/권역별 기초통계

〈부록 표 V-1〉 품목별 유통채널별 기초통계(2014년 5월조사 기준)²⁴⁾

단위: 원

품목	유통채널	전체 평균	대형마트		백화점		소형마트		유아권집합		인터넷						
			N	평균	표준차	N	평균	표준차	N	평균	표준차	N	평균	표준차			
식품 및 관련 서비스																	
우유		3,034	44	3,092	1,608	28	3,909	2,142	81	2,700	688						
두유		14,047	20	13,816	2,224	2	22,400	0	8	12,535	699						
치즈		4,943	22	4,925	429	14	5,173	430	34	4,861	765						
요거트		2,904	21	2,935	338	14	3,054	377	31	2,815	567						
분유		30,448	44	31,077	14,733	11	35,745	11,732	38	33,141	11,044	31	24,373	11,713			
이유식		120,300										4	120,300	66,164			
시리얼		5,786	30	6,059	1,174	16	4,922	1,757	60	5,880	1,600						
의류/신발 관련 서비스																	
배넛저고리		25,081	19	17,747	9,613	16	44,500	6,890				12	26,167	11,653	23	17,063	11,098
겔웃_상의24개월용		26,913	62	19,903	6,917	19	48,000	10,323							27	28,171	22,495
겔웃_상의48개월용		33,434	20	19,710	9,522	15	66,533	12,351	9	37,278	19,788				27	23,931	15,606
겔웃_하의24개월용		42,951	58	31,764	10,832	18	68,500	17,817							23	51,167	53,012
겔웃_하의48개월용		49,599	57	33,186	13,622	19	87,158	24,366	21	61,024	36,700				29	48,978	17,009
겔웃_겔퍼/외투24개월용		60,764	54	39,074	11,358	17	118,294	23,803							25	68,492	80,645
겔웃_겔퍼/외투48개월용		176,449	7	114,386	37,372	15	344,880	62,434							20	71,849	18,831
4세 남아 정장		73,312	58	49,829	17,015	21	113,952	45,471							24	94,500	81,820
4세아여이원피스		67,640	62	52,384	12,946	19	107,579	38,402	19	73,053	28,571				20	71,849	18,831
돌북남아수트		74,482	56	57,641	20,688	21	131,300	36,498	23	64,817	28,549				20	73,091	28,856
돌북여원피스		25,723	66	22,758	6,999	21	46,886	9,775	23	22,574	8,463				27	19,193	18,691
내의		48,568	64	36,095	4,844	17	68,824	10,495	20	49,950	12,505				17	73,640	116,304
운동화size130		60,880	58	48,491	21,793	19	71,526	7,567							22	84,347	121,651
운동화size170																	
주택/수도/전기 및 주거 서비스																	
렌탈침대		92,846													13	92,846	54,228
침대(아기원목침대)		719,666				7	1,407,000	421,710				7	1,202,857	629,860	20	309,982	305,002
침대(유아캐릭터침대)		779,616				9	1,602,111	464,225							15	286,119	181,184
아기식탁의자		229,814	6	192,833	151,704	12	367,333	143,631	10	234,200	147,059				20	156,205	211,529
유아이불		52,511	21	46,952	17,201										22	57,817	13,761
출산용품영아이불세트		348,892	63	287,341	79,696	21	499,952	168,232	22	380,955	137,833						
겔싸개		117,826	66	91,742	26,362	21	188,857	57,462	24	136,333	44,163				29	110,438	99,992
속싸개		27,840	66	24,545	7,798	20	38,250	12,481	18	29,778	10,519				27	26,891	21,302
가정용품 및 가사 서비스																	
젓병		24,822	54	23,744	9,399	13	30,292	6,537				16	24,925	11,027	21	24,131	8,861
젓꼭지		10,350	59	9,900	2,607	13	9,838	1,338				16	9,194	2,814	33	11,915	8,960
젓병소독기		153,747				8	218,000	53,498				13	159,600	51,045	20	128,431	39,744
아기전용세탁세제		10,070	22	9,412	820	13	15,954	9,480	19	6,750	2,458	13	14,869	7,515	18	6,662	3,125
의료용품 및 보건 서비스																	
비타민		29,149	21	31,881	7,742	13	31,615	3,641							22	25,084	16,353
아기기저귀		22,982	44	25,487	8,189	19	24,511	2,542	35	20,447	4,211				20	20,456	5,617
아기물티슈		9,625	22	10,836	2,482	8	15,613	3,082	14	11,173	2,688				18	4,281	2,847
삼쿠		14,537	22	16,864	896	13	19,415	3,725	19	9,769	5,596				15	12,934	6,142
치약		3,601	21	4,738	1,575	13	3,869	1,048	35	2,530	911				22	4,061	3,641
칫솔		4,604	21	5,577	313	2	5,600	566	5	5,730	249				18	3,047	3,669
로션		17,944	22	23,723	8,929	12	19,442	3,118	33	11,280	5,357				17	22,342	7,433
욕조/목욕통		69,796	67	57,485	17,084	16	82,100	48,976				25	92,994	45,280	20	72,197	87,327

24) 부록의 유통채널별, 권역별 가격은 인터넷 조사를 포함한 가격으로 본문의 기준가격과 차이가 있음.

(부록 표 V-1 계속)

유동채널 품목	전체 평균	대형마트		백화점		소형마트		유아편집샵		인터넷				
		N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	
유축기	213,540	35	140,400	23,511	11	188,727	59,000		17	149,253	37,869	29	348,910	669,060
채운계	91,250	42	99,476	24,879	7	119,857	24,190		15	104,227	24,067	22	57,594	35,157
오락/문화용품 및 관련 서비스														
카시트	451,502	74	390,945	97,948	19	679,421	186,330		26	536,154	198,051	28	378,280	242,687
유모차	840,083	68	494,290	123,272	19	1,316,211	423,091		22	1,002,757	615,221	17	1,480,591	1,829,999
아기띠	141,668	74	106,139	26,482	21	194,238	48,710		26	177,385	65,390	27	163,761	116,961
보행기	126,939	81	127,633	22,026	10	150,700	23,622		24	142,458	30,217	29	103,963	46,282
발목	49,481	21	24,976	6,232	5	88,200	14,906					22	64,072	24,497
자전거	197,317	19	178,658	64,200	8	305,250	80,967					22	174,184	116,364
놀이방매트	88,694	22	78,432	23,588								20	99,982	119,063
들앨범스튜디오														
교육용품 및 교육 서비스														
영유아학습지	92,000											6	92,000	82,112
영유아책	580,000											6	580,000	70,993
영유아교재교구	818,750											8	818,750	253,561
어린이보험	36,822											12	36,822	18,472

주: 전체평균은 2014년 5월 조사된 품목별 기초통계의 고가, 베스트, 저가 상품가격의 평균

<부록 표 V-2> 품목별 권역별 기초통계(5월조사 기준)

품목	지역구분	전체 평균	도심권		동북권		동남권		서북권		서남권						
			N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차			
			단위: 원														
식품/문화용품 및 관련 서비스																	
우유		3,034	13	3,227	1,622	50	3,056	1,575	36	3,179	1,478	14	2,859	1,288	40	2,876	1,129
두유		14,047				9	13,436	1,353	10	14,132	3,111	2	12,300	707	9	14,951	4,142
치즈		4,943	3	5,087	383	25	4,973	632	16	4,954	397	7	4,729	1,179	19	4,952	557
요거트		2,904	4	3,125	435	24	2,878	577	18	2,798	388	5	2,800	374	15	3,048	403
분유		32,473	3	35,833	17,465	33	32,200	12,943	22	33,611	13,989	10	28,890	11,500	25	32,860	12,871
이유식																	
시리얼		5,786	7	5,010	1,737	37	5,954	1,516	23	5,807	1,369	12	5,628	1,622	27	5,809	1,703
의류/신발 관련 서비스																	
배넛저고리		18,563	6	22,167	4,401	30	18,833	7,391	24	19,000	5,349	6	13,000	4,382	45	18,411	5,414
겔웃 상의24개월용		29,004	6	33,167	12,922	16	24,769	13,959	6	33,150	17,293	1	29,000		18	30,000	16,179
겔웃 상의48개월용		26,494	3	54,667	5,774	27	26,522	12,470	16	26,213	14,903	3	24,833	7,489	32	24,125	14,135
겔웃 하의24개월용		39,266	3	38,333	12,342	16	33,813	24,957	8	49,625	20,969	1	23,000		16	40,731	27,649
겔웃 하의48개월용		40,464	1	52,000		28	37,968	16,988	12	41,550	24,247	3	34,433	13,125	32	42,447	22,334
겔웃 점퍼/외투24개월용		49,785	6	73,000	31,254	25	44,228	32,492	18	47,494	26,551	6	43,083	17,656	42	51,714	32,989
겔웃 점퍼/외투48개월용		58,042	3	131,333	20,817	26	46,646	30,379	12	56,817	38,067	3	41,267	8,429	27	63,281	37,174
4세 남아 정장		271,541	3	319,667	79,877	4	253,925	174,910	7	292,257	113,785	3	136,733	11,489	5	308,640	123,930
4세아여아원피스		66,875	3	138,000	36,056	29	65,803	38,311	15	66,907	47,611	3	60,500	39,271	29	61,231	30,751
돌북남아수트		66,798	5	106,600	57,934	24	59,433	19,256	22	70,545	35,643	6	92,233	40,495	43	60,814	24,348
돌북여원피스		74,760	5	95,600	41,058	27	81,389	52,587	21	77,205	30,310	6	71,700	34,488	41	67,049	33,537
내의		27,325	6	38,550	11,284	30	26,567	12,497	24	26,554	11,685	6	22,333	8,501	44	27,414	12,756
운동화size130		44,348	5	63,400	16,517	28	42,500	14,022	22	46,786	17,642	6	42,833	8,010	40	42,145	12,274
운동화size170		54,175	3	75,667	5,774	19	45,758	23,146	24	52,400	22,146	1	69,000		30	58,283	19,629
주택/수도/전기 및 주거 서비스																	
렌탈침대																	
침대(아기원목침대)		1,304,929	1	1,150,000		1	1,150,000		6	1,648,333	611,896	3	840,000	103,923	3	1,186,333	355,894
침대(유아캐릭터 침대)		1,602,111				2	1,220,000	523,259	3	1,910,000	658,179				4	1,562,250	18,980
아기식탁의자		282,393	1	295,000		7	208,429	122,241	12	330,250	144,202	1	55,000		7	305,000	206,135
유아이불		46,952				5	44,360	20,285	6	38,067	7,295	1	39,900		9	55,100	18,877
출산용품영아이블세트		348,892	6	359,833	127,951	30	330,700	144,265	23	358,065	143,810	6	292,667	74,535	41	363,683	149,213
겔짜개		119,757	6	144,000	49,497	30	108,367	61,451	24	130,667	54,213	6	105,333	26,341	45	120,222	50,085
속짜개		28,087	6	33,500	9,834	30	25,633	9,279	23	30,174	9,114	6	29,333	14,583	39	27,718	11,916

(부록 표 V-2 계속)

품목	지역구분	전체 평균	도심권		동북권		동남권		서북권		서남권						
			N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차			
가정용품 및 가사 서비스																	
젓병		24,997	5	27,820	12,860	20	23,505	9,492	19	24,997	8,720	5	19,160	5,570	34	26,318	9,983
젓꼭지		9,763	5	8,720	3,498	24	9,225	2,435	21	9,843	1,941	5	9,460	2,259	33	10,306	2,722
젓병소독기		177,857	4	158,500	84,698	2	184,500	77,075	6	210,167	49,861	1	154,000		8	164,625	56,586
아기전용세탁세제		10,985	6	12,717	8,397	17	9,659	5,454	18	11,150	6,825	5	8,180	4,791	21	12,091	6,948
의료용품 및 보건 서비스																	
비타민		31,779	2	32,500	3,536	11	31,182	6,145	10	31,980	5,359	2	34,000	1,414	9	31,633	9,302
아기기저귀		23,498	2	26,200	990	33	22,553	6,415	30	23,639	5,902	8	26,129	7,198	25	23,517	7,448
아기물티슈		11,812	1	20,100		15	11,273	2,733	15	12,538	3,142	2	8,400	2,121	11	11,423	2,808
삼푸		14,982	1	24,500		20	13,219	5,872	15	15,046	5,105	3	13,517	6,309	15	16,927	4,482
치약		3,454	6	2,550	1,102	23	3,587	1,514	18	3,508	1,483	5	2,730	1,053	17	3,750	1,767
칫솔		5,606	3	5,567	404	9	5,591	298	9	5,663	362	2	5,510	85	5	5,590	344
로션		16,827	4	11,900	4,616	23	17,100	9,187	18	16,877	8,611	4	15,925	10,107	18	17,725	8,537
욕조/목욕통		69,351	7	93,857	79,583	22	58,432	20,255	28	77,450	39,777	8	65,375	19,777	43	66,415	26,379
유축기		151,227	5	147,800	80,518	13	146,462	37,863	14	146,571	35,158	4	159,000	20,000	27	155,419	36,379
채운계		102,819	4	109,500	30,392	16	104,000	25,298	14	107,357	23,147	4	114,250	18,464	26	96,862	26,257
오락/문화용품 및 관련 서비스																	
카세트		468,730	7	581,286	230,828	30	368,217	103,624	30	551,053	205,474	4	500,500	121,824	48	461,038	160,671
유모차		740,187	7	1,065,429	665,306	28	564,277	364,264	20	1,134,470	520,521	6	508,333	73,598	48	660,068	395,754
아기띠		136,738	7	187,714	74,242	32	119,759	45,343	32	153,719	74,665	7	109,571	21,102	43	132,860	41,537
보행기		132,733	4	124,250	31,637	27	126,604	25,794	27	131,519	24,192	6	140,500	16,355	51	136,373	25,769
블록		37,135				9	29,389	22,758	8	38,988	23,684	1	24,200		8	45,613	34,700
자전거		216,167				7	248,414	117,627	8	188,000	84,277	2	163,000	48,083	10	226,760	78,066
놀이방매트		78,432				8	81,600	15,076	6	70,000	18,139	2	89,800	0	6	78,850	39,195
들앨범스튜디오																	
교육용품 및 교육 서비스																	
영유아학습지																	
영유아책																	
영유아교재교구																	
어린이보림																	

주: 전체평균은 2014년 5월 조사된 품목별 기초통계의 고가, 베스트, 저가 상품가격의 평균

연구보고 2014-13

KICCE 육아물가지수 연구(II)

발행일 2014년 11월

발행인 우남희

발행처 육아정책연구소

주 소 서울시 종로구 율곡로 33 안국빌딩 7층, 8층, 10층, 11층

전화: 02) 398-7700

팩스: 02) 730-3313

<http://www.kicce.re.kr>

인쇄처 삼신인쇄 02) 2285-5756

보고서 내용의 무단 복제를 금함.

ISBN 978-89-97492-90-9 93330

