

연구보고 2013-18

KICCE 육아물가지수 기초 연구

최윤경 박진아 이세원

육아정책연구소
Korea Institute of Child Care and Education

머 리 말

본 연구는 확대일로에 있는 보편적 육아지원이 영유아가구와 시장에 어떠한 효과를 갖는지 살펴보기 위한 정책효과 분석의 일환으로, 현행 소비자물가지수를 보조하는 영유아가구 고유의 ‘육아물가지수’를 산출하였다. 기존 CPI식 고정라스파이레스 산출방법 외 실제 부모가 경험하는 다양한 육아물가수준을 반영하는 지수의 산출을 시도함으로써, 물가변동과 함께 소비자 부모가 체감하는 물가수준과 변동을 고려한 지표를 산출하고자 하였다. 이로써 영유아가구 고유의 육아물가의 변동과 추이를 파악하고 시장에서 육아물가가 어떠한 등락을 보이는지 물가관리 모니터링 기능을 함으로써, 육아지원정책의 목적 달성 및 물가관리 정책의 기초자료를 제공하였다.

육아물가지수 산출 결과, 기존 소비자물가지수의 제한된 육아품목에 의한 지수에 비해 다양한 가격대의 육아품목군을 고려한 육아 고유의 육아물가지수가 육아물가 등락을 보다 잘 반영한 것으로 나타났다. 따라서 지수산출의 측면에서 육아물가 고유의 지표를 산출한 필요성이 제기되었으며, 이는 또한 영유아가구의 육아비 체감지표 및 심리지수와 함께 제시될 필요가 있음이 논의되었다.

서울지역에 국한된 시장가격조사이긴 하나, 통계청에서 수행하는 물가조사를 다양한 유통채널과 제품군, 가격대를 고려하여 산출함으로써, 체감도와 물가추이의 반영이 좋은 지표와 지수의 산출을 시도한 점에서 연구진의 노력을 높이 평가한다. 앞으로 육아지원의 확대가 양적인 비용지원 확대에만 머무르지 않고, 실질적인 영유아가구의 양육부담 완화와 서비스 및 상품의 질 수혜로 이어질 수 있도록 육아물가관리의 방안도 함께 마련될 필요가 있다. 이로써 육아물가지수 산출과 그 시사점이 육아지원정책의 효과 제고에 기여할 것으로 기대한다.

2013년 11월

육아정책연구소

소장 이 영

차 례

요 약	1
I. 서론	7
1. 연구의 필요성 및 목적	7
2. 연구내용	9
3. 연구방법	10
4. 연구의 제한점	11
II. 육아물가지수의 기초	13
1. 소비자물가지수의 산출방식	13
2. 육아대표품목의 선정 및 가중치 작업	14
3. 육아물가조사 설계	28
III. 육아물가지수 산출 및 육아물가 동향	36
1. 소비자물가지수를 활용한 육아물가지수(I)	36
2. 육아물가조사 결과	41
3. 물가조사를 통한 육아물가지수(II, III-1, III-2)	50
4. 육아물가지수 비교 및 육아물가동향 파악	55
5. 육아체감물가지수	62
IV. 결론 및 향후 정책과제	74
1. 육아물가지수 산출을 통해서 본 육아물가에 대한 논의	74
2. 육아물가지수 산출을 통해서 본 육아지원정책의 효과	76
3. 육아물가지수 산출 측면에서의 제언	78
4. 육아물가관리의 정책적 측면에서의 제언	81
참 고 문 헌	86
Abstract	87
부 록	89

1. 부모대상 온라인체감물가 조사결과	91
2. KICCE 육아물가조사(오프라인) 지침서	95
3. KICCE 육아물가조사(오프라인) 조사표	105
4. 체감물가조사 설문지(웹설문)	106
5. 품목별 유통채널별/권역별 기초통계	117

표 차례

〈표 II-2- 1〉	2012년 육아대표품목의 선정(1안)	16
〈표 II-2- 2〉	육아대표품목 조정	19
〈표 II-2- 3〉	육아대표품목 가중치 산출	23
〈표 II-2- 4〉	육아대표품목(1개) 상세규격	26
〈표 II-3- 1〉	육아물가조사 매장 분포 - 오프라인조사	30
〈표 II-3- 2〉	육아물가조사 기관 분포 - 전화조사, 인터넷조사	30
〈표 II-3- 3〉	서비스가격 전화조사대상 기관 특성	32
〈표 II-3- 4〉	온라인 체감물가조사의 영유아부모 응답자 특성	33
〈표 II-3- 5〉	소비자동향조사 대비 육아체감물가조사 항목 비교	34
〈표 III-1- 1〉	연도별 12개 육아품목 소비자물가지수 (2010년=100)	36
〈표 III-1- 2〉	2013년 연내 월별 추이 및 육아물가지수(I)	40
〈표 III-2- 1〉	2013년 5, 7, 9월 육아품목 가격조사 결과 1) - CPI방식(지수II) ..	43
〈표 III-2- 2〉	2013년 5, 7, 9월 가격조사 결과 2) - 고가·베스트·저가 상품군 통합방식(지수 III-1)	46
〈표 III-2- 3〉	2013년 5, 7, 9월 육아품목 가격조사 결과 3) - 베스트 상품군 통 합방식(지수 III-2)	48
〈표 III-3- 1〉	육아물가지수(II) - CPI 방식	50
〈표 III-3- 2〉	육아물가지수(III-1)- KICCE 통합상품군	52
〈표 III-3- 3〉	육아물가지수(III-2) - KICCE 베스트상품군	54
〈표 III-4- 1〉	육아물가지수(5개) 및 소비자물가지수 비교	55
〈표 III-4- 2〉	3개 육아물가지수 품목별 비교	57
〈표 III-4- 3〉	비목별 육아물가지수	59
〈표 III-5- 1〉	영유아 주요 소비재 구입처	62
〈표 III-5- 2〉	영유아 주요 내구재 구입처	63
〈표 III-5- 3〉	육아 소비재 가격체감	65
〈표 III-5- 4〉	육아 소비재 가계부담	65
〈표 III-5- 5〉	육아 소비재 가격변동체감	66
〈표 III-5- 6〉	육아 내구재/서비스 가격체감	67

〈표 Ⅲ-5- 7〉 육아 내구재/서비스 가계부담	68
〈표 Ⅲ-5- 8〉 육아 내구재/서비스 가격 변동체감	69
〈표 Ⅲ-5- 9〉 비용지원 및 서비스 체감만족도(5~9월)	70
〈표 Ⅲ-5-10〉 본인이 인식하는 가구 소득수준과 현재 육아물가 인식-5월기준 ...	71
〈표 Ⅲ-5-11〉 현재 및 향후 생활형편 및 육아물가/지출 전망	72

그림 차례

[그림 II-2-1]	KICCE 육아물가조사 품목 선정	18
[그림 II-3-1]	KICCE 육아물가조사 조사 설계	29
[그림 III-1-1]	연도별 소비자물가 및 육아상품물가 추이	39
[그림 III-1-2]	연도별 소비자물가 및 육아서비스물가 추이	39
[그림 III-5-1]	본인이 인식하는 가구 소득수준과 현재 육아물가 인식	71
[그림 III-5-2]	현재 및 향후 생활형편 및 육아물가/지출 전망	72

부록 표 차례

〈부록 표 5-1〉	품목별 유통채널별 기초통계(5월조사 기준)	117
〈부록 표 5-2〉	품목별 유통채널별 기초통계(7월조사 기준)	118
〈부록 표 5-3〉	품목별 유통채널별 기초통계(9월조사 기준)	119
〈부록 표 5-4〉	품목별 권역별 기초통계(5월조사 기준)	120
〈부록 표 5-5〉	품목별 권역별 기초통계(7월조사 기준)	121
〈부록 표 5-6〉	품목별 권역별 기초통계(9월조사 기준)	123

부록 그림 차례

[부록 그림 1-1]	소비재 상품(9개) 구입여부	91
[부록 그림 1-2]	소비재 상품(9개) 구입장소	91
[부록 그림 1-3]	소비재 상품(9개) 가격평가, 가계부담정도, 가격변동체감 ·	92
[부록 그림 1-4]	내구재(5개)/서비스(6개) 구입/이용 여부	93
[부록 그림 1-5]	내구재(5개)/서비스(6개) 구입 장소	93
[부록 그림 1-6]	내구재(5개)/서비스(6개) 가격평가, 가계부담정도, 가격변동체감 ·	94

요 약

1. 서론

가. 연구의 필요성 및 목적

- 육아지원의 확대는 전국 가구의 2012~2013 소비자물가상승을 연간 1~2%대로 유지하는데 기여, 공공지원의 확대로 물가관리가 이루어지는 정책효과를 가짐.
 - 그러나 소비자물가지수는 실제 영유아 가구 개별 가정에서 체감하는 높은 수준의 양육물가와 변동을 제대로 반영하지 못한다는 비판이 제기됨.
- 육아지원의 확대로 전반적인 소비자물가 상승을 끌어내리는 역할을 한 보육료·교육비 및 양육수당 지원이 영유아 가구에는 실질적으로 어느 정도의 육아물가 하방효과와 체감을 낳는지 영유아가구 고유의 '육아물가지수'의 산출을 통해 살펴볼 필요가 있음.
 - 이로써 보육료·교육비 및 양육수당 지원이 실제 영유아가구의 양육부담 완화로 이어지는지 그 정책적 효과와 추이를 검토할 수 있음.
 - 본 연구는 확대일로에 있는 육아지원이 영유아가구와 시장에 어떠한 효과를 갖는지 살펴보기 위해, 현행 소비자물가지수를 보조하는 영유아가구 고유의 '육아물가지수'를 산출하고자 함.

나. 연구내용

- 2012년 서울거주 영유아가구의 육아생계비 조사(최윤경·유해미·김성숙·송신영, 2012)를 통해 산출된, 육아대표품목과 가중치에 대해 재검토함. 보정작업을 통해 보다 타당한 육아대표품목과 가중치를 구성함.
 - 육아품목의 동일규격에 대한 지속적인 조사와 산출이 가능한 육아물가조사 진행방법과 표본설계(안)을 마련함.
- 기존 소비자물가지수 산출 방식 외 새로운 육아물가지수 산출을 시도함.

— 육아물가지수 산출을 통해 육아물가의 동향과 변동을 파악함.

- ☐ 영유아부모가 실제 체감하는 가격수준 및 변동을 반영하기 위해 부모체감지표를 제시함. 물가지수 산출을 통해 2013년 육아지원정책에 대한 효과분석 및 육아물가 추이를 분석하고, 육아물가관리와 육아지원정책 다양화에 대해 제언함.

다. 연구방법

- ☐ 문헌고찰 및 통계자료 분석
- ☐ 육아물가 시장조사(온·오프라인 시장가격조사)
- ☐ 전문가 자문회의

라. 연구의 특성 및 제한점

- ☐ 본 과제는 육아물가지수의 산출이라는 연구목적을 가지고 수행한 것으로, 통계청의 절차와 과정에 견주어 지수의 산출과 물가조사의 설계에 있어 정확성과 대표성, 안정성에 제한이 있음.

2. 육아대표품목의 선정 및 가중치 작업

- ☐ 2012년 연구에서 1차적으로 선정한 89개 품목에 대해 재검토하여 2013년 육아물가지수 산출을 위한 대표품목 53개로 축소하고, 가중치를 조정함.
 - 본 과제에서 최종 선정한 53개 육아품목의 월평균 지출 총액은 약 90여만 원으로 산출됨.
- ☐ 육아물가 시장조사의 안정적 수행과 지속적인 물가추이의 파악을 위해 선정된 육아품목의 대표 브랜드와 용량 등 상세규격을 조사, 규정함. 육아물가조사 설계를 통해 조사의 목적, 조사방법과 시기, 조사지역 및 대상처를 선정함.

3. 육아물가지수의 산출 및 육아물가 동향

가. 소비자물가지수를 활용한 육아물가지수(Ⅰ)

- ☐ 통계청 소비자물가지수 산출에 포함된 481개 품목 중, 영유아자녀양육의 육아물가를 나타내는 품목은 12개(상품 9개, 서비스 3개)임. 이에 대한 육아물

가지수 산출 결과, 전국 도시가구의 소비자물가지수보다 육아품목만을 고려한 육아물가지수가 2010년 기준가격 대비 전반적으로 더 하락하였음.

- 2012년 12월과 2013년 1월 대비, 어린이집과 유치원이 새학기를 맞이한 5월의 육아품목 지수가 94에서 85수준으로 더 떨어짐.
- 2013년 5, 7, 9월 기준, 영유아 교육·보육지원의 효과가 전국 도시가구의 소비자물가지수에 비해 육아품목에 한정된 육아물가지수를 통해 반영된 것으로 보임. 영유아가구의 소비지출 가중치를 적용한 경우가 상대적으로 큰 가격하락과 낮은 육아물가 수준을 보임.

나. 육아물가지수(Ⅱ, Ⅲ-1, Ⅲ-2)와 육아체감지수의 산출 및 비교

□ 53개 육아품목을 고려하여 2013년 5월, 7월, 9월의 3개 시점 4개월간의 영유아가구 고유의 육아물가지수 산출 결과, 대체로 상승한 것으로 나타남.

- 이는 동기간 전국 도시가구의 소비자물가지수(100.0, 100.1, 100.6)와 비교하여 상승폭이 좀 더 크며, CPI 내 12개 육아품목의 지수 상승을 가중평균한 것(100.0, 99.9, 100.1)보다도 큼.

〈표〉 육아물가지수(5개) 및 소비자물가지수 비교

비목		5월	7월	9월
육아물가지수(Ⅱ, Ⅲ-1, Ⅲ-2) ¹⁾	CPI(Ⅱ)	100.00	99.59	101.10 ↑
	KICCE_전체상품(Ⅲ-1)	100.00	100.20	100.65 ↑
	KICCE_베스트상품군(Ⅲ-2)	100.00	100.97	100.80 ↑
*소비자물가지수	전국 도시가구 481개 품목	100.00	100.09	100.56 ↑
*소비자물가지수 내 육아품목	1) CPI 가중치적용	100.00	99.89	100.12 ↑
	2) KICCE가중치적용	100.00	99.52	100.08 ↑

- 그러나 전반적으로 소비자물가 및 육아물가의 상승률은 높지 않은 수준임.

□ 영유아 부모 체감조사 결과, 육아물가에 대한 평가와 향후 전망은 높다/오를 것이다/더 많이 지출하게 될 것이라는 부담 가중에 대한 응답이 많아, 육아물가 체감의 측면에서 상당히 부정적임.

1) 한 개 대표품목의 가격추이에 해당하는 CPI 방식은 해당제품의 가격 변동을 그대로 반영함. 반면, 소비자 부모가 접하는 다양한 가격대의 상품군에 대한 KICCE 방식은 7월과 9월의 영유아가구 소비패턴과 계절성, 그리고 구입처(유통채널)의 시즌별 가격정책까지 반영한 결과로 보임.

- 현재 육아물가수준에 대한 인식이 영유아부모의 체감도 조사에서 가장 높게 나타남. 이는 현재 및 향후 경기 평가와 전망보다 더 높은 부담과 부정적 응답률을 보이는 것으로, 현재 영유아자녀를 키우는 부모의 육아물가와 양육비에 대한 부담감이 큼을 알 수 있음.
- 어린이집·유치원의 비용 하락과 육아지원에 대한 정책적 체감이 어린이집과 유치원 개별 품목의 가계부담 체감에 일정부분 반영됨. 그러나 영유아부모의 육아물가와 가계 육아비 지출 전반에 대한 체감까지는 반영되지 못함.

4. 육아물가지수 산출을 통해서 본 육아지원정책의 효과 및 육아물가에 대한 논의

가. 육아물가지수 산출 결과 논의

- 육아물가지수(I, II, III-1, III-2)를 통해 2013년 육아물가의 추이를 검토한 결과, CPI내 육아물가지수의 경우 2013년 만 3, 4세까지의 육아지원 확대로 2012년 12월 대비 약 10 포인트 이내의 지수하락을 보였음(94점 → 85점).
- 그러나 본 연구에서 조사한 5월, 7월, 9월까지 4개월간의 육아물가 추이를 살펴본 결과, 유치원과 어린이집 비용의 완만한 하락세에도 불구하고 다른 품목의 지속적인 가격 상승으로 인해, 53개 품목을 고려한 영유아가구의 육아물가지수는 모두 상승세를 보임.
 - 이는 전체 소비자물가지수보다 상대적으로 큰 상승폭임. 영유아가구의 자녀 양육으로 인한 소비지출과 가계부담을 나타내는 지표로는 영유아가구 고유의 품목과 가중치를 적용한 지수의 산출이 필요함을 보여줌.
- 영유아부모가 체감하는 육아물가의 수준과 가격변동에 대한 체감지수를 경기변동에 대한 전망과 비교한 결과, 영유아부모가 체감하는 육아물가와 육아비지출에 대한 전망이 상대적으로 가장 부정적(증가예상)임.
 - 5월에서 9월로 시간이 지날수록 영유아부모가 체감하는 육아품목의 가격 수준과 가계부담, 가격상승의 부정적 체감은 더 커지는 추이를 보임.
 - 내구재/서비스 품목 중 어린이집과 유치원에 대한 가계부담과 변동의 체감이 상대적으로 적음. 육아지원의 효과가 부모의 개별 체감지수에 일정부

분 반영된 것으로 보이나, 이는 전반적으로 부담이 된다는 부정응답률이 우세한 가운데 나타난 결과로 육아지원의 효과가 영유아가구가 실질적으로 부담하는 육아품목 바스켓 총량의 물가와 체감에는 유의한 효과를 낳지 못함. 이미 높아진 가격수준에 대한 부담으로 인해 육아물가에 대한 체감지수가 영유아가구의 높은 부담률을 보여줌.

- 주기적으로 구입 지출해야하는 ‘소비재’에 대한 가격체감과 부담보다 ‘내구재/서비스’에 대한 부정적 체감이 큼.
 - － 개별 품목별로 ‘산후조리원’, ‘돌/앨범’, ‘완구류’, ‘교재교구/책’, ‘유모차’의 순으로 부담이 나타남.
- 부모의 어린이집·유치원 서비스 이용 만족도와 가격 하락의 실질적 체감이 지속되기 위해서는 육아지원 확대와 함께 어린이집과 유치원의 질 관리와 부모교육, 그리고 육아물가 전반에 대한 관리가 병행되어야 함.
 - － 학부모 만족도 조사와 소비자 모니터링, 육아물가조사의 주기적 수행과 이를 통한 육아물가지수 및 체감지수의 공표가 필요함.

나. 물가지수 및 물가관리 제언

- 육아물가관리의 대상과 내용을 서비스 위주에서 상품 품목으로 확대할 필요가 있음.
 - － 육아지원정책에 비용지원과 함께 물가관리 정책을 구체화하여 병행함으로써 비용지원의 정책효과를 높임. 예를 들어 육아품목에 대한 부가가치세 면제가 가격상승으로 이어지지 않도록 지속적으로 모니터링 함.
 - － 최소한 영유아가 먹고 마시는 육아필수재에 대해서는 국가가 지정 관리하는 품목을 제시, 지속되는 가격 상승의 시장압력으로부터 벗어난 제품군을 확보할 필요가 있음(예: 분유, 카시트).
 - － 이후 설계되는 육아지원의 확대는 취약계층 영유아에 대한 육아필수재의 품목 지원에서부터 시행될 필요가 있음.
- 중장기 표준보육료와 표준유아교육비 및 육아지원비용(양육수당)의 산출 시 연간 인상률을 적용하여 적정액을 주기적으로 산출할 수 있음. 이 경우 현행 CPI의 전국 도시가구 물가인상률을 적용하는 대신, 영유아가구 고유의 육아

물가 인상률과 영유아 서비스인력의 인건비 상승률을 산출하여 반영토록 함.

□ 유치원과 어린이집 비용 관리를 ① 가격 정보의 제공과 ② 가격상한제의 적용 ③ 가격 인상시 상승률에 대한 관리의 세 가지로 구분하여 시행함. 가격이 오르지 않도록 관리하는 영역과 일정 비율 가격이 인상되더라도 새로운 프로그램과 전문적인 인력, 다양한 질 제고가 이루어지도록 관리하는 영역으로 구분할 수 있음.

- (기관비용 인상에 대한 양적 관리) 육아물가관리 정책의 일환으로, 평균 소비자물가상승률 및 육아물가상승률 이상의 비용인상을 하는 기관에 대한 관리와 별도의 정보공시가 필요함. 예: 연간비용인상률, 비용수준분위 등
- (기관비용 인상에 대한 질적 관리) 물가상승률 이상의 인상을 피하는 기관의 경우, 그것이 일정부분 질 개선과 아동발달과 부모수혜로 돌아가는지 확인하여 가격인상의 적정성을 판단함. 예를 들어, 정원 대비 정규직 및 경력 교사의 수와 교사 인건비 준수, 인건비상승률과 같은 질 관련 지표와 연동하여 판단함.
- 즉, 앞으로의 육아물가관리는 가격의 인상이 학부모와 아동이 이용하는 서비스 및 상품의 수준(질)과 관련될 수 있도록, 수요자 영유아와 부모에게 가격 수준과 인상분에 해당하는 수혜가 돌아가도록 하는 기제가 필요함.

□ 육아체감지수에서 출산 후 신생아기/영아기 서비스인 산후조리원과 돌/앨범비, 영유아 사교육비와 영유아 승용물 내구제에 대한 가계부담이 상당히 큼.

- 증가하는 영유아기 선행 사교육에 대해 적절한 정보의 제공과 부모교육, 양질의 공 보육·교육을 제공하는 지속적인 노력이 필요함.
- 시장가격 규제 정책적 범주 안에 기타 사교육(학원, 교재교구)을 포함하여 사교육의 가격인상과 가격수준을 모니터링 할 필요가 있음. 육아지원의 확대가 사교육으로 이어져 양육비 체감효과가 저해되지 않도록 함.
- 공공 산후조리원의 설치, 산후조리원 부가가치세 면제에 대한 지속적인 가격모니터링, 상품화된 육아서비스에 대한 합리적인 육아소비지출을 하도록 하는 부모의 소비역량 제고와 정보의 제공이 필요함.

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

2012년부터 확대 시행되는 영아 무상보육 및 3~5세 누리과정 지원으로 한국의 육아정책은 보편적 무상보육·교육 지원의 토대를 마련하였다. 저출산 대응정책의 일환으로 부모 양육부담완화를 목표로 한 육아지원정책의 설계가 서비스 및 현금 지원의 부모선택권 확보로 내용면에서도 다양성을 확보하는 등 육아지원의 발전기를 맞고 있다.

이러한 육아지원의 확대는 물가정책의 일환이기도 해 2012~2013년 전국 가구의 소비자물가 상승을 연간 목표를 밑도는 1~2%대로 유지하는데 기여하였다(통계청, 2013b, 2013c). 이로써 공공정책의 지원 확대로 물가관리 목표가 달성되는 긍정적 정책효과를 낳았다. 그러나 소비자물가지수는 국가수준의 물가지수로 긍정적 지표를 산출하였음에도 불구하고, 실제 개별 가정에서 체감하는 높은 수준의 물가와 변동을 제대로 반영하지 못한다는 비판에 종종 직면한다.

비등하는 소비자물가지수의 한계에 대한 지적으로 통계청에서는 물가지수 품목 및 가중치 조정의 개편 주기를 5년에서 3년으로 단축한다고 공표하였으며 2013년 가중치를 조정하였다(통계청, 2012, 2013c). 2013년 소비자물가지수 가중치 개편을 통해 식품과 의류, 주택/연료 등의 가중치는 증가하고 반면 유치원과 어린이집 비용이 포함된 교육과 기타상품·서비스 부문의 가중치는 감소하였다. 영유아기 보육·교육 지원의 확대로 가격이 하락한 유치원과 어린이집 비용이 전체 소비자물가의 상승률을 억제하고 있다는 판단에 기인한 것이다. 전국 가구의 소비자물가 전체를 볼 때에 이러한 가중치의 조정은 타당한 조치이나, 과거 육아품목의 가격 상승 추이를 돌이켜볼 때(통계청, 2013b; SBS 뉴스, 2009), 분유, 기저귀, 산후조리원에 대한 부가가치세 면제와 같은 육아지원의 확대가 해당 육아품목의 시장가격의 상승을 억제하는 데에는 제한적이었음을 상기할 필요가 있다.

한편 한국은행에서는 소비자물가지수의 보완지표로 연쇄 가중치의 탄력적 적용으로 체감물가를 반영하는 지표 ‘민간소비지출가격지수(PCEPI2): Personal

Consumption Expenditure Price Index)’를 개발하고 있다(한국은행, 2012). 이는 소득분위에 따른 소비지표와 실제 소비 비중 등을 고려하여, 매 산출마다 연속적으로 명목 민간소비지출 비중으로 가중평균하여 산출하는 물가지수이다(김영환, 2005). 이러한 연쇄지수는 고정지수에 비해 수요자 편의의 물가변동을 좀 더 반영하는 것으로 논의되나, 이 또한 계량적으로 축적된 데이터에 대한 연속 산출로, 실제 개별가정의 소비주체가 체감하는 물가수준과 변동을 얼마나 반영하는 지에 대해서는 아직 논의가 충분하지 않다.

한국은행에서는 소비자동향조사를 통해 소비자심리지수(CSI)를 구성하여 국민이 소비자로서의 갖는 체감지수를 공표하고 있다(한국은행 보도자료, 2013. 2. 27). 이는 경기전반과 해당 가구의 소비형편에 대한 소비자기대지수(경기, 생활형편, 소비지출)와 소비자평가지수(경기, 생활형편)를 체감항목으로 구성하여, 매 월 소비자심리지수를 공표하는 것이다. 이로써 소비자 국민이 실제 느끼고 체감하는 경기 및 생활형편, 수입과 소비지출, 그리고 물가수준에 대한 전망과 심리적 인식을 비교가능한 지수로 제공하고 있다.

이렇듯 보조지표의 생성과 지수산출방법의 개편을 통해 개별 가정의 체감을 반영하고 물가관리를 지속하고자 하는 정책적 노력이 영유아자녀를 양육하는 영유아 가구에는 어떻게 적용되는지 살펴볼 필요가 있다. 육아지원의 재정 확대로 전반적인 소비자물가 상승을 끌어내리는 역할을 한 보육료·교육비 및 양육수당 지원이 영유아 가구에는 실질적으로 어느 정도의 육아물가 하방효과와 체감을 낳는지 영유아가구 고유의 ‘육아물가지수’의 산출을 통해 살펴볼 필요가 있다. 이로써 보육료·교육비 및 양육수당 지원이 실제 영유아가구의 양육부담 완화로 이어지는지 정책적 효과와 추이를 검토할 수 있으며, 육아물가지수라는 하위물가지수 산출을 통해 육아물가의 모니터링과 육아지원이 육아물가와 양육비 상승으로 이어지지 않도록 하는 가격억제의 기능도 가능하다.

유치원알리미와 같은 정보공시제도의 도입을 통해 유치원 비용이 공개되기 시작했으며(교육부, 2013), 어린이집의 특별활동 비용도 공개될 예정이다(보건복지부, 2013). 이는 육아지원이 영유아가구의 부담 완화로 나타나고 시장가격의 상승으로 이어지지 않도록 하는 조치로, 실제 비용부담의 추이에 대한 지속적인 조사와 모니터링이 필요하다. 그러나 소비자물가지수 체감도를 높이기 위한 개편작업에서 유치원과 어린이집의 가중치를 줄인 점은 사립·민간기관이 우위인

2) PCEPI¹⁾: Personal Consumption Expenditure Price Index)는 ‘개인소비지출가격지수’로도 불림.

육아지원서비스 시장의 현황과 추가비용의 구조를 간과한 것으로, 이는 영유아 자녀를 양육하는 가구의 지출 관점에서는 적절치 못하다. 소비자물가지수의 산정에서 영유아 육아품목의 선정과 삭제, 가중치의 조정에는 실제 시장 가격과 부모의 부담수준을 반영하여 신중히 이루어져야겠다. 또한 양육부담으로 저출산 기조가 확대되는 현 시점에서 영유아가구의 양육부담을 반영하는 고유한 지표와 육아물가지수의 산출이 보다 중요한 이유이다. 기준점 대비 물가수준의 높고 낮은 변동(만)을 제시하는 물가지수의 특성 때문에 실제 영유아 부모가 체감하는 육아물가체감의 보조지표를 필요로 한다.

따라서 본 연구는 확대일로에 있는 육아지원이 영유아가구와 시장에 어떠한 효과를 갖는지 살펴보기 위해, 현행 소비자물가지수를 보조하는 영유아가구 고유의 ‘육아물가지수’를 산출하고자 한다. 기존 CPI식 고정 라스파이레스 산출방법 외, 실제 부모가 경험하는 다양한 육아물가수준을 반영하는 육아물가지수의 산출을 시도함으로써, 물가변동과 함께 소비자 부모가 체감하는 물가수준과 변동을 고려한 지표를 산출하고자 하였다. 또한 지수산출 작업을 통해 실제 시장에서의 육아물가가 어떠한 등락을 보이는지 물가관리 모니터링 기능을 함으로써, 육아지원정책의 목적 달성 및 물가관리 정책의 기초자료를 제공하는데 그 목적이 있다.

2. 연구내용

2차년도 육아물가 과제로서 KICCE 육아물가지수 기초 연구에서 다루는 주요 내용은 다음과 같다³⁾.

첫째, 2012년 서울거주 영유아가구의 육아생계비 조사를 통해 산출된, 육아물가지수 산출에 필요한 육아대표품목의 선정과 가중치 산정에 대해 재검토하였다. 지수산출의 제 과정에 대한 보정작업을 통해 보다 타당한 육아대표품목과 가중치를 구성하였다. 서울지역 영유아가구의 육아지출에 가장 근접한 형태로서, 육아품목의 동일규격에 대한 지속적인 조사와 산출을 가능하게 하기 위해 육아물가조사 진행방법과 표본설계(안)을 마련하였다.

둘째, 지속적으로 논의되고 있는 소비자물가지수의 제한점과 향후 개편방안

3) 1차년도 과제는 「영유아 양육물가현황과 지수화 방안」(최윤경·유해미·김성숙·송신영, 2012)임.

을 고려하여 기존방식 외 새로운 방식의 육아물가지수의 산출을 시도하였다.

셋째, 다양한 방식의 육아물가지수 산출을 통해 전반적인 물가동향 대비 육아물가의 동향과 변동을 분석하고, 지수 결과와 산출방법으로서의 특징을 비교하였다.

넷째, 육아물가지수의 산출과 함께 영유아부모가 실제 체감하는 가격수준 및 변동에 대한 보조지표의 산출을 통해 부모체감지표를 제시한다. 이로써 시장가격으로서의 육아물가와 부모가 체감하는 가격으로서의 체감물가를 함께 고려하는 방안을 제시하였다.

물가지수 산출을 통해 2013년 육아지원정책에 대한 효과분석 및 육아물가 추이를 분석하고, 육아물가관리 및 육아지원정책 다양화への 정책을 제언하였다.

3. 연구방법

가. 문헌연구 및 통계자료 분석

물가지수 관련 통계청 자료를 분석하여 기존 소비자물가지수 육아 품목의 소비자 가격의 실태와 추이를 파악하였다. 또한 물가지수 지표와의 비교 분석을 통해, 기존 소비자물가지수 지표 대비 육아물가지수의 물가변동을 비교하였다.

나. 육아물가 시장조사(온·오프라인 시장가격 조사)

자녀양육에 소요되는 육아물가지수를 2013년 1년간 총 3회(5월, 7월, 9월)⁴⁾ 산출하여, 2013년 육아 물가변동 및 연간 추이를 분석하였다. 육아물가 현황 파악을 위한 연 3회 시장조사는 1차년도 과제(최윤경 외, 2012)의 육아생계비 조사와 마찬가지로 서울지역 5개권역에 대해 유통채널별(대형마트, 소형마켓, 백화점, 인터넷, 전문매장) 온·오프라인 가격조사를 실시하였다. 서비스 품목(어린이집, 유치원, 예방접종, 산후조리원, 영어학원, 미술학원, 태권도 학원 등)의 경우, 해당기관에 전화하여 조사하였다(자세한 사항은 조사설계 참조).

4) 과제가 갖는 연구기간(2013. 2 ~ 2013. 11)의 특성상, 육아물가조사 시점을 5-7-9월로 구성함.

다. 부모 설문조사(부모체감물가 온라인조사)

육아물품 소비자인 부모 대상 체감물가에 대한 온라인 조사를 병행하여 육아물가지수 보조지표로 활용, 물가지수 산출의 타당도와 체감도를 높이하고자 하였다. 구체적으로 영유아 자녀를 양육하고 직접 육아 상품 및 서비스를 구매하는 부모 소비자(818명) 대상으로 육아품목에 대한 체감물가를 5-7-9월 동일시점 온라인 설문조사를 실시하였다. 이를 통해 부모체감지표를 산출하고, 육아물가지수와의 비교를 통해 육아물가동향에 대한 이해를 제고하고자 하였다.

라. 전문가 자문회의

육아물가지수 산출 및 해석에 대해, 그리고 부모가 체감하는 육아물가조사 결과 도출 및 해석에 대해 연구진 자문회의를 실시하였다. 또한 작년 육아생계비조사(최윤경 외, 2012)를 통해 선정된 육아품목에 대한 검토와 시장조사 및 표본설계, 가중치 적용, 조사원 매뉴얼 등 구체적인 지침 마련에 대해 전문가 및 영유아부모 회의를 실시하여 반영하였다.

4. 연구의 제한점

물가지수의 산출은 통계청에서 산출하는 주요 국가통계로, 가계동향조사에서 실시하는 전국 2만여가구 대상 매월 가계부 기장조사에 근거하여 엄격한 조사 품목 및 대상처 관리에 의해 산출되고 있다. 본 과제는 육아물가지수의 산출이라는 연구목적을 가지고 수행되었으나, 통계청의 절차와 과정에 견주어 지수 산출과정과 물가조사 설계에 있어 정확성과 대표성, 안정성에 제한점이 있다.

첫째, 물가지수는 기준연도에 결정되는 조사대상 대표품목과 가중치에 의해 해당연도에 물가조사가 수행되어, 선정된 품목과 가중치의 기준년도 기준가격이 동일연도에 산출된다. 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. 본 과제는 2012년 육아품목 지출의 비중이 2013년의 가계 지출비중과 동일할 것이라는 가정을 가지고 검토하여 2013년 육아대표품목 기준

가격을 산출하였다.

둘째, 활용할 수 있는 가계동향조사 데이터의 제한으로, 우리나라 영유아자녀를 양육하는 가구 전체의 육아품목에 대한 소비 및 지출 총량에 대해 가용한 실태자료가 없다. 영유아 가구의 육아고유의 품목 지출에 대한 총량규모가 파악되지 않는 상황에서, 2012년에 실시된 표본조사 결과에 기초하여 서울지역의 조사를 진행한 제한점을 갖고 있다.

셋째, 조사의 설계와 조사대상처의 선정 및 유지 관리에도 불구하고, 육아물가 시장조사 수행의 특성상, 응답의 누락과 변용, 거부와 같은 데이터 관리를 벗어난 것에 대한 관리에 한계가 있었다. 따라서 본 조사를 통해 수합된 가격 자료는 연구자료로서 전체 대표치의 일반적인 경향과 가능성을 파악하는 데에는 유용하나, 실제 시장가격을 반영한 사실적(factual) 데이터로서는 한계가 있음을 명시한다.

II. 육아물가지수의 기초

1. 소비자물가지수의 산출방식

“소비자물가지수(CPI: Consumer Price Index)는 전국 모든 가구에서 일상생활을 영위하기 위해 구입하는 상품과 서비스의 가격변동을 측정하기 위하여 산출하는 지수이다. 이는 재화와 서비스의 가격을 조사하여 최종 소비단계에서 나타나는 물가수준을 종합적으로 측정하는 지표이다.”(통계청, 2013a; 최윤경 외, 2012, 7p에서 재인용) 현재 물가지수는 기준연도 2010년의 물가지수를 100으로 하여 비교하여 계산한 수치이다. “소비자물가지수는 도시 소비자 가구가 구입하는 상품 및 서비스 가격의 변동을 측정하여, 경상가격으로 구입할 수 있는 일정량의 상품 및 서비스 비용의 변동을 나타낸다. 구체적으로 서울을 포함한 전국 주요도시에서 매월 481개 상품(327개) 및 서비스(154개) 품목의 가격을 조사하여 ‘라스파이레스식(Laspeyres formula)’⁵⁾ 산출방식에 의한다”(통계청, 2013a; 최윤경 외 2012, 7p에서 재인용).

우리나라는 소비자물가 지수계산식으로 기준시점 고정 가중산술평균 방법인 라스파이레스산식을 사용하고 있는데, 이 산식은 시간이 흐르면서 품목별 상대가격 변동에 의해 발생하는 품목간 대체구매에 따른 비용의 변동(가중치)을 반영하지 않아 상형편의(upward bias)가 발생하는 것으로 알려져 있다. 라스파이레스(Laspeyres)산식 외에 적용되는 방식으로는 파셰(Paasche)산식, 피셔(Fisher)산식, 톨크비스트(Tornqvist) 산식 등 총 4개의 지수산식이 있다(김대유, 2012; 한국은행, 2009).

김대유(2012) 연구에 의하면, 2005~2009년 기간 동안의 소비자물가지수를 산식별로 비교한 결과, 고정방식 라스파이레스산식의 물가지수는 연평균 물가상승률(3.05%)이 가장 크고, 피셔와 톨크비스트, 파셰 산식에 의한 물가지수는 상대

$$5) \text{ 라스파이레스 산식 } L_{0,t} = \frac{\sum(P_t \times Q_0)}{\sum(P_0 \times Q_0)} \times 100 = \frac{\sum(\frac{P_t}{P_0} \times W_0)}{\sum W_0} \times 100$$

※ L = 지수, P : 가격, Q : 수량, 0 및 t : 시점, $W_0 = P_0 \times Q_0$

적으로 낮은 상승률(2.9~2.7%)을 보이는 등, 지수산식 구성에 따른 물가지수 상승폭의 차이를 보여준 바 있다.

지수산식에 의한 논의는 아니나, 고정식과 연쇄식의 물가지수 산출 외에, 실제 소비자가 느끼는 체감물가지수에 대한 요구도가 크다. 저성장 경기침체가 지속되는 상황에서 물가의 변동 폭만을 나타내는 지수물가와 체감물가사이의 괴리가 큰 점은 지속적으로 문제제기가 되어왔다. 물가 변동 외 물가 수준 자체에 대한 체감을 반영한 물가지수를 반영하고자 하는 노력은 한국은행의 소비자심리지수(CCSI)와 연쇄 가중치를 적용하는 민간소비지출가격지수(PCEPI) 산출 노력에서도 나타나고 있다(김영환, 2005; 한국은행, 2013). 물가지수를 보조하는 체감지표의 역할과 개발에 대한 논의가 좀 더 필요하다 하겠다.

이러한 지수산출방식의 특징과 제한점을 바탕으로 소비자물가지수 작성방법에 대한 논의가 활발하다. 첫째, 현재 대표품목과 가중치에 대한 개편주기 단축이 계획되었고 2013년 12월 가중치 조정이 이루어졌다(기획재정부·통계청, 2013; 통계청, 2013c), 둘째, 현행 고정방식의 물가지수 산식을 연쇄방식으로 변경하는 안, 셋째, 다른 지수산식에 의한 소비자물가지수를 계산하여, 품목간 대체 효과(substitution bias)로 인한 영향 등 다른 관련 요인을 고려한 다양한 지표의 필요성이 있다(김영환, 2005).

또한 할인점과 인터넷 등 가격이 저렴한 구입장소로 이동하는 유통채널 효과를 반영하지 못하는 편의(outlet bias), 상품의 품질변화를 반영하지 못하는 편의(quality bias), 새로운 상품 출현에 따른 편의(new product bias)에 대해서도(김대유, 2012) 물가지수 산출시 고려가 부족한 것으로 논의되고 있다. 소비자물가지수는 작은 편이에도 큰 영향을 받으므로 보다 정확한 최신의 측정을 위해 작성방법 및 조사과정에 대한 지속적인 연구와 검토가 이루어져야 할 것이다.

2. 육아대표품목의 선정 및 가중치 작업

1) 육아대표품목의 선정

소비자물가조사의 조사대상 품목은 전국 가계동향조사 결과에서 1인 이상 전국가구(농어가 제외)의 월평균 소비 지출액 비중이 소비지출총액의 10,000분의

1(월평균 212원) 이상이고, 동종 상품군의 가격을 대표할 수 있으며 시장에서 계속적으로 조사가 가능한 품목이다(통계청, 2013a).

KICCE 육아물가조사 설계는 위와 같은 소비자물가조사 설계와 유사한 방법을 지향하나, 동일하게 적용하기에는 제한점이 있다. 가계동향조사의 활용에 관한 것으로, 상기한대로 첫째, 가계동향조사는 전국 가구를 대상인 관계로 영유아 육아관련 품목이 일부(약12개)만 포함되어있는 제한점이 있다. 또한 가계동향조사 데이터로는 영유아 가구의 육아 고유의 소비에 대한 지출특성을 면밀히 파악하기 어렵다. 특히 가계동향조사 데이터는 일반 사용자들이 지역별 데이터를 열람할 수 없어, 본 조사의 대상 지역인 서울지역만의 영유아가구 소비특성을 파악하는 데에는 한계가 있다. 이러한 이유로 본 과제의 KICCE 육아물가조사에서는 가계동향조사 대신 2012년 육아정책연구소 연구(최윤경 외, 2012)에서 수행한 서울지역 중산층 위주 유의표본의 육아생계비조사 결과를 활용하였다⁶⁾.

둘째, 소비자물가조사에서는 소비지출총액의 10,000분의 1 이상이라는 지출비중 기준을 일괄 적용하여 품목을 선정하나, 영유아자녀 양육을 위한 ‘육아’관련 대표품목 조사이기 때문에 소비자물가조사에서의 소비지출총액 기준보다 상향 조절될 필요가 있었고, 단순히 지출총액만을 기준으로 하지 않고 영유아자녀 양육과 관련된 대표성 있는 주요 품목이라는 육아 관련 전문가 및 실수요자(부모)들의 의견이 정성적으로 반영되어야 한다고 판단하였다(최윤경 외, 2012).

따라서 2013 KICCE 육아물가조사에서는 다음의 2단계에 따라 품목을 (재)선정하는 작업이 수행되었다. 우선 일차적으로, 2012년 육아생계비조사의 지출비중에 따라 육아대표품목 선정 결과를 참고하였다. 선정기준 1안(소비율 5%, 10% 초과 또는 가계소비지출비중 1/1000, 1/100 이상)에 따르면 상품 72개, 서비스 17개로 총 89개 품목이며, 선정기준 2안(소비율 10% 초과이면서 동시에 가계소비지출비중 1/100 이상)에 따르면 상품 52개, 서비스 11개로 총 63개 품목으로 선정되었다(최윤경 외, 2012, 130p, 142p). 이는 소비자물가지수에 구성되

6) 2012년 육아생계비 조사 개요(최윤경·유해미·김성숙·송신영(2012). 영유아 양육 물가 현황과 지수화 방안)

조사	2012 영유아 상품·서비스 지출 설문조사
대상	영유아자녀만을 양육하는 서울거주 450가구
표집	임신후기~취학전 만 5세 연령별 유의할당.
특성	월 평균소득 389만원(중위350만원). 소득수준 중층 84.2% 표집 (한계점) 유의표집. 특정 한 달(6월)을 조사기간으로 회상한데서 오는 과소추정의 가능성

어 있는 총 12개 품목보다 많은 것으로, 특히 상품, 그 중에서도 영아 위주의 내구재 구성이 많았다.

소비자물가지수의 육아품목과 달리 육아물가지수 산출을 위한 상품 및 서비스 품목의 내역이 다르게 구성됨을 알 수 있다. 육아지원정책 변화의 주요내용인 어린이집·유치원 비용이 국가비용지원의 대상이 되는 순수비용 외 특별활동 등의 추가 비용이 육아물가지수의 대표품목으로 구성되었다.

〈표 II-2-1〉 2012년 육아대표품목의 선정(1안)

지출목적별 품목 구분	소비자물가지수 (통계청)	육아물가조사(육아정책연구소)	
	육아고유품목	육아대표품목(89)	
		상품(72)	서비스(17)
식료품 및 관련서비스	분유, 이유식	빵, 떡, 우유, 두유, 치즈, 요구르트/요거트, 분유, 과자, 아이스크림, 이유식, 과채즙스(11)	햄버거, 피자, 자녀외식비(3)
의류/신발 및 관련서비스	유아복, 아동화	배냇저고리/배냇가운, 바디슈트/우주복, 외투류, 긴소매상의, 짧은 소매상의, 긴 바지, 짧은 바지, 여아용 치마, 여아용 원피스, 내의-상의, 내의-하의, 임부복-상의, 임부복-하의, 임부복-원피스, 임부복-속옷, 턱받이, 가제수건, 양말, 모자, 운동화, 구두, 샌들/슬리퍼(22)	-
주택/수도/ 전기/연료 및 관련서비스	-	침대, 서랍장, 책장, 두꺼운 이불, 얇은 이불, 요, 베개, 걸싸개, 속싸개, 방수요(10)	-
가정용품 및 가사서비스	-	젓병, 젓꼭지, 소독기, 아기전용 세탁세제(4)	-
의료품 및 보건 서비스	종이거저귀	처방약품-복용약, 비타민 등 영양제류, 건강보조제품/보약, 유산균, 아기거저귀, 아기 물티슈, 삼푸(비누), 로션, 욕조/목욕통, 유축기(10)	영유아 예방접종비, 머리컷트/손질(2)
오락/문화 용품 및 관련서비스	장난감 어린이승용물	카시트, 유모차, 아기띠/슬링, 보행기, 모빌, 인형, 자동차, 블록, 놀이방매트, 자전거(10)	돌/성장앨범, 문화시설 이용료, 돌백일위탁비용 놀이공원(4)
교육용품 및 교육서비스	유아학습용교재 유치원납입금	영유아 교재, 영유아 책, 영유아 CD, 영유아 교구, 종이 문구류(5)	유치원 순수교육비, 유치원 특기활동, 운동 학원, 방문학습지(4)

(표 II-2-1 계속)

지출목적별 품목 구분	소비자물가지수 (통계청)	육아물가지조사(육아정책연구소)	
	육아고유품목	육아대표품목(89)	
		상품(72)	서비스(17)
기타상품 및 서비스	유모차, 보육시설 이용료 산후조리원 이용료	-	산후조리원, 어린이집 순이용료, 어린이집 추가비용, 영유아민간보험(4)

주: 굵은글씨 표기는 간략안(2안)의 64개 품목(상품 52개, 서비스 12개)을 나타냄.

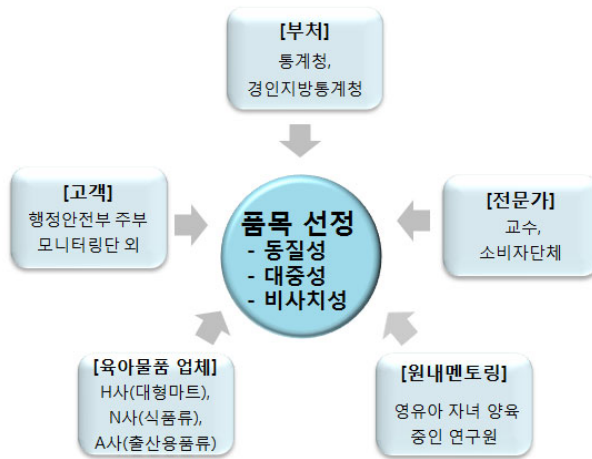
자료: 최윤경·유해미·김성숙·송신영(2012). 영유아 양육물가현황과 지수화 방안. p 142

지수산출을 위한 품목의 선정에는 조사의 지속성과 안정성을 확보할 수 있는 품목과 선정된 품목의 구체적인 상세규격(브랜드, 용량, 포장형태, 수량 등)을 검토, 선정하는 작업이 필요하다. 2012년에 선정된 89개(1안), 64개(2안) 품목을 물가지수 산정을 위한 조사품목으로 선정하기에 앞서 연구진은 다방면의 정성적 판단과 전문가 자문 등을 거쳐 최종 육아품목의 선정에 신중을 기하였다.

이러한 육아대표품목 (재)선정 작업을 위해 가계소비지출 기준을 보완하는 정성적인 판단이 다음과 같이 추가적으로 이루어졌다. 1) 소비자물가지수의 관찰 부처인 통계청, 2) 관련 학과 교수 및 소비자단체, 3) 육아용품 및 서비스의 실 수요자인 주부를 대표하여 안전행정부 주부모니터링단, 4) 육아물품 관련 업체의 동향 파악을 위해 H사(대형마트), N사(식품류), A사(출산용품류) 실무자, 5) 실수요자이자 전문가인 원내 영유아자녀를 양육중인 연구원들과의 연속 협의회를 통해 최종적인 품목 선정이 이루어졌다. 본 협의회에서 설정한 KICCE 육아물가지수의 범위 및 원칙은 다음과 같다.

- ◆ 범위: 임신 및 출산 시기는 제외하고 출산 이후부터 포함. 만 0~5세 영유아기
- ◆ 원칙: 품목 선정에 있어 조사품목의 동질성, 대중성, 비(非)사치재

육아물가지조사에 임신 및 출산 시기를 제외한 이유는 임신·출산 시기가 육아의 시작시기라고는 볼 수 있으나, 자녀에게 직접적으로 들어가는 비용보다 어머니에게 해당하는 비용이 임신 및 출산시기에서 많은 부분을 차지하는 것은 진료비나 분만비와 같은 의료비용에 편중된다고 판단하였기 때문이다. 그러나 자녀출생후 지출하는 산후조리비용과 출산준비용품 비용은 본 조사에 포함시켰다.



[그림 II-2-1] KICCE 육아물가조사 품목 선정

또한 품목 선정에 있어 동질성, 대중성, 비사치재의 원칙을 수립하고 실사과정 중에 이를 준수하기 위한 노력을 기울였다. 동질성의 원칙이란 한 품목당 가능한 하나의 상품만을 지정하여 조사하는 것을 의미하는 것으로, 이 원칙은 상품 변화로 인한 물가의 변동을 막기 위한 최소한의 원칙이자 통계청 CPI에서도 중요시되고 있는 점이다. 둘째, 대중성의 원칙이란 수요자에게 가장 널리 일반적으로 구입되고 있는 상품을 선정해야 함을 의미하는 것으로, 이를 확보하기 위한 노력으로는 각 업체 담당자와의 면담, 시장점유율 자료 확보, 대형마트가 운영하고 있는 온라인마트에서의 베스트상품, 실제 구매자와의 면담 등 다양한 자료를 통해 각 품목에 대해 최대한 대중성이 확보된 상품을 선정하였다. 셋째, 비사치재의 원칙이란 육아물품 및 서비스의 가격 범위의 폭이 매우 큼을 고려할 때, 그 중에서도 사치재에 포함되지 않는 것을 선정하는 것을 의미한다. 그러나 필수재의 원칙이라고 하지 않은 이유는 육아물품 및 서비스의 특성과 관련이 있다. 전문가와 영유아 자녀를 양육하고 있는 어머니들과의 면담 결과, ‘육아’의 영역은 본인의 소득과는 상관없이 반드시 필요한 물품 및 서비스(필수재)만을 구입하고 있지는 않으며, 그 이상을 지출할 수 있는 소비행태를 파악할 수 있었다. 동일한 품목일지라도 가격의 편차와 변동폭이 크며, 또한 육아 소비패턴의 변화와 트렌드가 시시각각 변하기 때문에, 이러한 특성을 가진 육아품목의 경우, 어떠한 것이 육아필수재인지 아닌지를 판단하기가 쉽지 않았다. 따라서 본 조사에서는 품목 및 상품을

필수재로만 제한하지는 않으나, 사치재는 포함되지 않도록 하였다.

이러한 절차를 통해 선정된 육아품목은 가계동향 8개 대분류의 총 53개품목(상품 44개, 서비스 9개)이다(표 III-2-3).

〈표 II-2-2〉 육아대표품목 조정

2012년 육아대표품목(1안) ^{주2)}	2013년 가중치 품목
식료품 및 관련 서비스	
우유	우유
두유	두유
치즈(달걀)	치즈
요구르트/요거트	요거트
분유	분유
이유식	이유식
과자	시리얼
빵	
떡	
과자(초콜릿)	
아이스크림	
과채쥬스	
햄버거	
피자	
자녀외식비	
기타 식품 및 식품관련서비스	
의류/신발 및 관련 서비스	
배넛저고리/배넛가운	배넛저고리(배넛가운, 바디슈트, 우주복)
바디슈트/우주복	
짧은 소매 상의	겉옷-상의(짧은 소매 상의, 긴 소매 상의)
긴 소매 상의	
짧은 바지	겉옷-하의(짧은 바지, 긴 바지)
긴 바지	
외투류	외투류
여아용 치마	외출복((여아용원피스, 드레스, 남아정장)
여아용 원피스(드레스)	
남아용 정장	
내의 - 상의	내의(내의-상의, 내의-하의)
내의 - 하의	
임부복-상의	
임부복-하의	

(표 II-2-2 계속)

2012년 육아대표품목(1인) ^{※2)}	2013년 가중치 품목
임부복-속옷 텍반이(기저귀 커버 밴드) 가제수건 양말(손발싸개) 모자(장갑) 운동화 구두(방한화/장화) 샌들/슬리퍼(실내화) 기타 의류 및 의류서비스 주택/수도/전기 및 주거서비스	신발(운동화, 구두, 샌들/슬리퍼, 실내화, 방한화/장화)
침대 서랍장(옷장) 책장(의자, 소파) 두꺼운 이불 얇은 이불 요(담요) 겹싸개 속싸개 방수요 기타 섬유 및 관련 서비스	침대 아기식탁의자 이불(두꺼운 이불, 얇은 이불, 요, 담요) 겹싸개 속싸개
가정용품 및 가사서비스 젓병 젓꼭지(술, 컵, 수저, 그릇, 물통) 소독기(아기전용 세탁기, 이유식 제조기, 아기전용 가습기, 아기전용 공기청정기) 아기전용 세탁세제(젓병용 세제, 섬유유연제)	젓병 젓꼭지 소독기 아기전용 세탁세제
기타 의료용품 및 관련 서비스 처방약품-복용약 비타민 등 영양제류(임산부용 영양제) 건강보조제품/보약 유산균 아기기저귀 아기 물티슈 샴푸(유아치약, 유아치솔) 로션(선블록) 욕조/목욕통 유축기 영유아 예방접종비(병원비) 체온계 머리컷트/손질	비타민(건강보조제품/보약, 유산균) 기저귀 물티슈 샴푸 치약 칫솔 로션(선블록, 기타 피부관리 용품) 욕조 유축기 예방접종비 체온계

(표 II-2-2 계속)

2012년 육아대표품목(1인) ^{주2)}	2013년 가중치 품목
오락/문화용품 및 관련서비스	
카시트 유모차 아기띠/슬링 보행기 쏘서 바운서 인형 자동차 공 블록 기타장난감(신규생성) 자전거 놀이방매트 돌/성장앨범 돌/백일 위탁비용(자녀용 생일파티) 문화시설 입장료(공연관람) 놀이공원 기타 여행서비스	카시트 유모차 아기띠 보행기 장난감(인형, 자동차, 공, 블록, 기타장난감) 자전거 놀이방매트 돌/성장앨범
교육용품 및 교육서비스(9)	
영유아 책 영유아 교재 영유아 교구 영유아 CD 종이문구류(연필, 회화용구) 유치원 순수교육비 유치원 특기활동 등 추가 비용 방문학습지 운동학원(영유아 전문학원/놀이학교, 외국어 학원, 음악학원, 미술학원)	영유아책 영유아교재교구(영유아교재, 영유아교구) 유치원순교육비 유치원추가비용 영유아학습지 영유아 영어학원(영유아 전문학원/놀이학교) 시간제 학원(미술학원, 운동학원)
기타상품 및 서비스(4)	
영유아 대상 보험 어린이집 순 이용료(보육도우미, 혈연에 의한 보육료) 어린이집 추가비용 산후조리원	어린이보험 어린이집보육료 어린이집추가비용 산후조리원

주: 1) (괄호) 안의 품목은 유사품목으로 간주되어 가중치가 합산되었음.

2) 최윤경 외(2012). 영유아 양육물가현황과 지수화 방안. p142

2) 육아대표품목의 조정 및 가중치 산정

2012년 연구에서 1차적으로 선정한 품목에 대해 재검토하여 2013년 육아물가지수 산출을 위한 대표품목 53개(상품 44개, 서비스 9개)로 조정하였다. 2012년 연구에서 선정된 품목들 중 영유아를 양육함에 있어 최소한 필요로 하는 공통 품목 위주로 정리하였으며, 유사한 분류로 묶일 수 있는 항목을 묶으면서 가중치는 합쳐지도록 하였다.

2013년 조사를 위해 추려진 육아대표품목과 품목별 가중치를 다음 <표 III-2-3>에 제시하였다. 전체 육아물가지수는 조사대상 가계 전체소비지출의 47.5%를 차지하고 있었다. 1,000점으로 계산하고 있는 소비자물가지수와 마찬가지로 육아소비지출을 1,000으로 하여 산정하였으며, 가중치 1은 영유아자녀 고유의 육아 소비지출을 1,000으로 하였을 때 차지하는 각 육아품목의 월 지출비중을, 가중치 2는 영유아자녀 양육 가구의 총 가계소비지출을 1,000으로 하였을 때 차지하는 각 육아품목의 지출비중을 의미한다(최윤경 외, 2012 재인용).

소비지출비목별 가중치 1과 가중치 2를 살펴보면, 카시트, 유모차, 돌앨범비 등이 포함된 오락/문화용품 및 관련서비스 비목의 가중치(가중치 1= 280.99, 가중치 2= 133.59)가 가장 높았다. 교육용품 및 교육서비스 비목의 가중치 1은 191.13, 가중치 2는 90.87로 두 번째로 높았다. 어린이집 보육료와 산후조리원 이용료 등이 포함된 기타상품 및 서비스 비목의 가중치(가중치 1= 183.11, 가중치 2= 87.50) 또한 높은 수준이었다.

육아고유품목의 가중치 2를 기준으로 볼 때, 식료품 비목에서는 우유(11.61), 분유(9.24)가, 주택/수도/전기·주거서비스에서는 침대(19.42), 이불(10.64)이, 그리고 의료용품 및 보건서비스에서는 기저귀(13.58)가, 오락/문화용품·관련서비스 비목에서는 카시트(19.90), 유모차(36.42), 돌/성장앨범(43.12)이, 교육용품 및 교육서비스 비목에서는 영유아교재교구(35.95), 영유아책(26.99), 기타상품 및 서비스 비목에서는 산후조리원(49.37)이 높게 산정되었다. 각 품목별로 가중치의 순위를 보면 산후조리원(49.37), 돌/성장앨범(43.12), 유모차(36.42), 영유아교구교재(35.95) 순으로 나타나, 지속적 구매를 요하는 상품/서비스보다는 1회성 내구재와 행사 상품/서비스의 지출 비중이 영유아가구 지출에서 상당 부분을 차지하는 것으로 나타났다.

2012년 육아생계비 조사결과에 의한 가중치를 검토한 결과, 6월 한달의 한정된 기간 동안의 설문조사 방법으로 인해 내구재의 가중치 비중이 높게 나타난

경향을 파악하였다. 이 점을 보완하기 위해 2012년 육아생계비 조사의 변수들을 활용하여 추가적으로 가중치를 산출하였다. 내구재와 소비재의 비중 산출을 위해 내구재 품목마다 다른 내구 연한을 적용하는 것이 맞으나, 빠르게 변하는 육아품목 시장의 소비 경향을 반영하여 영유아 가구에서 내구재 품목의 내구 연한은 1년으로 가정하였다. 따라서 내구재 지출 비용은 1년간의 소비지출로 간주하고 소비재의 경우는 가구당 월평균 비용을 계산하였다. 2012년 조사에서 나타난 품목별 구매시기, 구매빈도, 구매수량들을 다양하게 고려하여 소비재 품목의 연간 총 지출로 추정된 후 품목별 가중치를 다시 산출하였다(표 II-2-3).

소비지출비목별 '연간'가중치를 살펴보면 기타상품 및 서비스 비목이 268.11로 가장 높고 교육용품 및 교육서비스 비목이 219.97로 두 번째로 높은 가중치를 나타낸다. 1회성 내구재 상품/서비스의 지출 비중이 높게 나타나는 가중치 1, 가중치 2와 비교하여 매달 정기적으로 지출하는 품목들의 연간 가중치가 월 가중치로 산출한 2012년 가중치에 비해 상대적으로 높게 조정되었다. 분유와 우유 등이 포함된 식료품 및 관련 서비스 비목의 연간가중치는 193.83, 기저귀, 예방접종비 등이 포함된 의료용품 및 보건 서비스 비목의 연간가중치는 177.04로 높은 수준이었다. 특히 영유아 가구에서 구매 빈도가 높은 식료품 및 관련 서비스 비목의 가중치가 가중치 1, 가중치 2보다 높게 산출되었다.

가중치 조정 결과, 유치원, 어린이집, 학습지와 같은 지출비용이 상대적으로 높은 비중을 갖는 점은 조정 전의 2012 가중치 특성과 유사하다. 그러나 전국 도시가구의 소비자물가지수 가중치와 비교하였을 때 전체 품목 구성의 차이로 인해 비중의 차이가 발생한다. 전문가 자문과 영유아부모의 검토, 연구진 회의를 통해 조정한 가중치가 육아지출 비중으로 타당한 지 내용적으로 논의하였다.

〈표 II-2-3〉 육아대표품목 가중치 산출

품목	가중치 1 (월 육아소비지출 =1000)	가중치 2 (월 소비지출 =1000)	연간 가중치	CPI가중치	
				서울	전국
소비자 물가지수			1,00.0		
육아물가지수	1,000.00	475.41	1,000.00		
식료품 및 관련 서비스	76.68	36.45	193.83	8.2	8.7
1 우유	24.42	11.61	38.49	5.4	5.8
2 두유	5.12	2.43	16.15	0.6	0.8
3 치즈	8.82	4.19	27.80	0.5	0.5
4 요거트	6.39	3.04	20.15	-	-
5 분유	19.44	9.24	61.29	0.9	0.8

(표 II-2-3 계속)

품목	가중치 1 (월 육아소비지출 =1000)	가중치 2 (월 소비지출 =1000)	연간 가중치	CPI가중치	
				서울	전국
6 이유식	3.53	1.68	11.12	0.1	0.1
7 시리얼	8.96	4.26	18.83	0.7	0.7
의류/신발 관련 서비스	86.00	40.88	36.60	0.7	1.0
8 배넷저고리	11.22	5.34	2.95	-	-
9 상의	17.93	8.52	8.72	-	-
10 하의	13.87	6.59	6.63	-	-
11 외투류	9.19	4.37	4.83	-	-
12 외출복	6.84	3.25	3.59	-	-
13 내의	10.68	5.08	5.61	-	-
14 신발	16.26	7.73	4.27	0.7	1.0
주택/수도/전기 및 주거서비스	75.62	35.95	21.25	-	-
15 침대	40.85	19.42	10.73	-	-
16 아기식탁의자	2.29	1.09	1.20	-	-
17 이불	22.38	10.64	6.66	-	-
18 겹싸개	6.54	3.11	1.72	-	-
19 속싸개	3.56	1.69	0.94	-	-
가정용품 및 가사서비스	14.81	7.04	9.37	-	-
20 젖병	5.54	2.63	2.91	-	-
21 젖꼭지	1.94	0.92	2.04	-	-
22 소독기	3.16	1.50	1.09	-	-
23 아기전용세탁세제	4.16	1.98	3.32	-	-
의료용품 및 보건서비스	91.67	43.58	177.04	7.3	7.7
24 비타민	11.97	5.69	9.74	0.6	0.6
25 기저귀	28.57	13.58	90.06	1.9	2.1
26 물티슈	8.56	4.07	26.98	-	-
27 샴푸	5.86	2.79	3.08	0.9	1.0
28 치약	0.87	0.41	2.75	0.3	0.3
29 칫솔	1.78	0.84	5.60	0.4	0.4
30 로션	7.72	3.67	2.03	2.0	2.0
31 욕조	2.82	1.34	1.48	-	-
32 유축기	6.23	2.96	1.64	-	-
33 체온기	7.20	3.42	1.89	0.2	0.3
34 예방접종비	10.09	4.79	31.80	1.0	1.0
오락/문화용품 및 관련서비스	280.99	133.59	73.82	2.2	2.4
35 카시트	41.85	19.90	11.00	-	-
36 유모차	76.62	36.42	20.13	0.8	0.8
37 아기띠	16.50	7.84	4.33	-	-
38 보행기	11.08	5.27	2.91	-	-
39 블록(장난감)	14.63	6.95	3.84	1.3	1.5
40 자전거	11.66	5.54	3.06	0.1	0.1

(표 II-2-3 계속)

품목	가중치 1 (월 육아소비지출 =1000)	가중치 2 (월 소비지출 =1000)	연간 가중치	CPI가중치	
				서울	전국
41 놀이방매트	17.95	8.53	4.72	-	-
42 돌앨범	90.71	43.12	23.83	-	-
교육용품 및 교육서비스	191.13	90.87	219.97	16.2	16.6
43 영유아학습지	9.20	4.37	29.01	6.5	8.4
44 영유아책	56.77	26.99	14.91	-	-
45 영유아교재교구	75.62	35.95	19.87	0.9	1.3
46 유치원순교육비 ⁷⁾	26.71	12.70	84.21	8.8	6.9
47 유치원추가비용	6.19	2.94	19.51	-	-
48 영유아영어학원	6.14	2.92	19.35	-	-
49 시간제학원	10.50	4.99	33.11	-	-
기타상품 및 서비스	183.11	87.05	268.11	7.7	10.5
50 어린이보험	37.41	17.79	72.69	-	-
51 어린이집보육료 ⁷⁾	14.19	6.75	117.95	6.9	10.0
52 어린이집추가비용	27.67	13.15	44.74	-	-
53 산후조리원	103.84	49.37	32.74	0.8	0.5

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

본 과제에서 최종 선정한 53개 육아품목의 월평균 지출 총액은 약 90여만으로 산출되었다. 이는 2012년 전국 출산력조사(김승권 외, 2012)에서 보고된 영유아가구의 총 양육비용(전국 평균 월 119만)과 본 연구의 기초가 된 2012년 서울지역 육아생계비 조사에서 육아품목(160개)의 소비지출총액으로 파악된 1,217,869원의 약 75% 수준에 해당한다. 선정된 해당품목이 영유아 가구 공통의 기본 육아품목임을 고려할 때, 적절한 총액 규모를 가진 것으로 판단하였으며 선정된 개별품목이 유사한 품목의 가중치를 반영하도록 합산과 조정의 작업을 지속적으로 실시하였다.

3) 육아대표품목 상세규격

육아물가조사 수행의 안정성과 지속성, 조사대상 품목의 동질성 관리를 위해서는 선정된 육아대표품목의 상세규격(브랜드, 용량, 포장형태, 수량, 모델명 등)

7) 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 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.

을 확정하여 유지 또는 업데이트 시키는 작업이 중요하다. 영유아부모 및 소비자단체 전문가 간담회와 시장조사를 통해 선정한 KICCE 육아물가지조사 대표품목의 상세규격은 다음과 같다. 필요에 따라 대표품목을 상품(군)으로 복수로 선정할 수 있으나, 브랜드와 상세규격에 따른 별도의 세밀한 가중치 작업이 요구되는 등의 이유로 통계청의 현행 물가지수 산출에서는 복수의 대표상품군을 주요하게 고려하고 있지 않다.

그러나 본 과제에서 대안적으로 시행된 KICCE 육아물가지수의 산출에서는, 통계청의 물가지수 산출방식 외에 다양한 베스트상품(군)과 저가-고가의 가격수준별 상세규격을 고려하여 복수의 품목에 대한 평균값을 적용하는 방식을 고려하였다.

〈표 II-2-4〉 육아대표품목(1개) 상세규격

번호	품목	대표품목 상세규격
식료품 및 관련 서비스		
1	우유	○○우유 1000ml
2	두유	○식품○○○토들러프리미엄2단계190ml*16
3	치즈	○○○○치즈유기농우리아이첫치즈2단계180g
4	요거트	○○○○○○플레인85g*4
5	분유	○○유업○○○○분유XOSOLUTION3단계800g
6	이유식	○○쿡중기(4주매일, 24일)
7	시리얼	○○○로그○푸로스트600g
의류/신발 관련 서비스		
8	배넛저고리	○○방
9	내의	○○방
10	겂옷_상의 24개월용	○○방
	겂옷_상의 48개월용	○○방
11	겂옷_하의 24개월용	○○방
	겂옷_하의 48개월용	○○방
12	겂옷_ 점퍼/외투 24개월용	○○방
	겂옷_ 점퍼/외투 48개월용	○○방
13	돌복女 원피스	○○방
	4세아女 원피스	
	돌복남아 수트	○○방
14	운동화 size 130	○○방
	운동화 size 170	○○키
주택/수도/전기 및 주거서비스		
15	침대 (아기 원목침대)	-
	렌탈침대	○○큐티(범퍼,모빌대)3개월

(표 II-2-4 계속)

번호	품목	대표품목 상세규격
16	아기식탁의자	○○○구리식탁의자
17	출산용품 영아이불세트	○○방
18	겉싸개	○○방
19	속싸개	○○방
20	유아 이불	○○○데○프린세스낫잠이불90*120(대)
가정용품 및 가사서비스		
21	젖병	○○하트○유실감ppSU240ml
22	젖꼭지	○○하트○유실감1단계*2
23	젖병 소독기	○○젖병소독기
24	아기전용 세탁세제	○○○○드섬유세제1800ml용기
의료용품 및 보건서비스		
25	비타민	○○○스○린이를위한멀티비타민60정
26	아기거저귀	○○○○리○○스프리미어중형남아72p
27	아기 물티슈	○○○○리○○스도토했물티슈순수(캡형)70매*3
28	삼푸	○○○○슨○○○베이비워시앤삼푸354ml
29	치약	○G○리오안심키즈치약청포도80g
30	칫솔	○G○리오키즈엄마는2단계(3-5세)*2
31	로션	○○○○리그린펑거순환자연보습로션320ml
32	욕조/목욕통	○○방
33	유축기	○○○라전자동
34	체온계	○○운
35	예방접종비	폐렴구균
오락/문화용품 및 관련서비스		
36	카시트	○○방
37	유모차	-
38	아기띠	-
38	보행기	-
40	블록	○○10555○플로크리에이티브버킷
41	놀이방매트	○○○매트130*190*1.2
42	자전거	○코
43	돌앨범 스튜디오	-
교육용품 및 교육서비스		
44	영유아 학습지	○○○○지○비4단계(6개월분)
45	영유아 책	○진○술○리그림책꼬마
46	영유아 교재교구	○○벨○중지능은물
47	유치원순교육비	-
48	유치원추가비용	-
49	영유아영어학원	-
50	시간제교육(미술학원)	-
	시간제교육(태권도학원)	-

(표 II-2-4 계속)

번호	품목	대표품목 상세규격
	기타상품 및 서비스	
51	어린이집보육료	-
52	어린이집추가비용	-
53	어린이보험	○○○상○엔○어린이CI보험(H:1304)
54	산후조리원	-

3. 육아물가조사 설계

가. 육아물가조사 개요

1) 조사목적

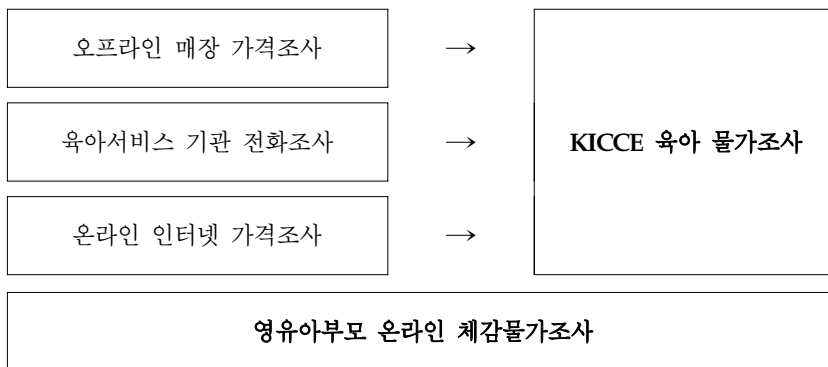
본 과제에서 수행한 KICCE 육아물가 조사는 영유아 자녀(0~만 5세)를 양육하는 가구의 육아관련 소비물가지수 산출 및 관련 기초자료를 제공하기 위한 것으로, 이를 통해 영유아 자녀를 양육하는 가구의 육아로 인한 경제적 부담의 체감과 육아지원정책의 효과를 시장가격의 관점에서 모니터링 하고자 하는 목적이 있다. 그리고 육아물가지수라는 특수목적의 하위지수 산출을 통해 저출산 시대 육아비 부담에 대한 모니터링 정례화에 대해 제언하여, 양육비용 부담의 저출산 기저요인을 파악하는데 기여하고자 함이다.

2) 조사방법과 시기

KICCE 육아물가 조사는 크게 네 가지 조사 방법에 의해 수행되었다. 첫번째는 오프라인조사로서, 대형마트·소형마트·백화점·유아편집샵(유아전문매장)에서 조사가 수행되어 조사원이 유통채널별 점포를 찾아가 관찰 조사하는 방식으로 이루어졌다. 두번째는 전화조사로서 매장방문조사가 어려운 유치원·어린이집·소아과·산후조리원·영어학원·미술학원·태권도학원에 대해 전화를 통해 서비스 비용을 확인하였다. 세번째는 인터넷조사로서 상기 품목에 대한 온라인상의 시장가격을 검색하기 위해 최저가검색사이트에서 조사가 수행되었으며, 어린이보험과 문화센터, 돌앨범스튜디오 비용도 인터넷조사로 이루어졌다. 네 번째로 부모

가 체감하고 경험하는 물가체감조사를 위해 웹조사시스템을 통해 이루어졌는데, 조사용역회사의 패널 중 영유아자녀를 양육하고 있는 어머니 800여명을 대상으로 시행하였다.

물가 조사는 2013년 5월, 7월, 9월 총 3회로 실시하였으며, 이 결과를 바탕으로 2013년 5월 기준가격을 도출하였다.



[그림 II-3-1] KICCE 육아물가조사 조사 설계

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 분포될 수 있도록 하였고¹⁰⁾, 지속성을 고려하여 향후 계속적으로 조사가 가능한 대상처를 유의추출하여 선정하였다.

육아물가조사 매장 분포는 <표 II-3-1>과 같다.

8) 조사지역을 ‘서울’로 한정한 이유는, 물가지수 산출의 근거가 되는 육아품목과 가중치 산정을 위한 기초조사를 2012년 서울지역에서 실시한 관계로(최윤경 외, 2012), 전년도 기초조사와 지수산출의 연계, 조사수행의 안정성을 확보하기 위함임.

9) 동부(동대문구, 중랑구), 서부(서대문구, 은평구, 마포구), 남부(구로구, 영등포구, 금천구), 북부(노원구, 도봉구), 중부(종로구, 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 따라 해당권역에 대한 조사선정이 이루어지지 못한 곳도 있음.

〈표 II-3-1〉 육아물가조사 매장 분포 - 오프라인조사

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

오프라인 육아물가조사는 서울소재 내 대형마트·소형마트·백화점·유아편집샵에서 이루어졌는데, 대형마트는 22곳, 소형마트 11곳, 백화점 8곳, 유아편집샵(유아전문매장) 6곳에서 조사가 수행되었다. 이는 2012년, 2013년 학부모 조사와 면담, 시장전문가 회의를 통해 고려한 육아품목의 구입채널 비중을 반영한 표집설계이다.

또한 육아서비스 기관 전화조사 및 인터넷조사는 서울 소재 유치원 148개원, 어린이집 160개소, 소아과 41곳, 산후조리원 75곳, 영어학원 30곳, 미술학원 31곳, 태권도학원 33곳, 미술학원 31곳, 돌앨범스튜디오 11곳, 문화센터 15곳으로, 총 518개 기관에서 수행되었다. 유치원과 어린이집의 국공립·사립/민간 기관유형의 비중을 고려하여 표집하였으며, 학원과 기타 서비스 기관도 지역별로 균등할당되도록 하여 서울지역 가격의 대표성을 확보하고자 하였다. 조사대상처와 온라인부모조사는 5월 1차조사 대비 약 80% 이상 패널조사로 유지되었으며, 가격자료는 패널자료로 산출하였다.

〈표 II-3-2〉 육아물가조사 기관 분포 - 전화조사, 인터넷조사

	유치원	어린이집	소아과	산후 조리원	영어 학원	미술 학원	태권도 학원	문화센터	돌앨범 스튜디오	전체
강남구	6	7	0	7	2	2	1	1	2	25
강동구	6	6	2	5	1	2	1	1	-	23
강북구	6	7	0	2	1	1	1	-	-	18

(표 II-3-2 계속)

	유치원	어린이집	소아과	산후 조리원	영어 학원	미술 학원	태권도 학원	문화센터	돌앨범 스튜디오	전체
강서구	6	7	2	5	1	2	1	0	0	24
관악구	6	7	2	3	1	1	3	0	0	23
광진구	6	6	2	5	1	2	1	1	1	23
구로구	6	5	2	3	1	1	2	1	0	20
금천구	6	8	2	3	0	1	1	1	1	21
노원구	5	7	2	4	1	1	2	1	0	22
도봉구	5	8	2	4	1	1	1	0	1	22
동대문구	6	8	2	3	0	0	1	1	1	20
동작구	6	6	2	3	1	2	1	0	0	21
마포구	6	6	2	0	3	0	2	1	1	19
서대문구	6	5	2	2	2	1	1	0	0	19
서초구	6	6	2	3	1	2	2	0	0	22
성동구	6	8	1	1	2	1	1	0	0	20
성북구	6	7	2	3	2	1	1	1	0	22
송파구	6	8	1	2	1	1	1	2	1	20
양천구	6	6	2	4	2	1	1	0	1	22
영등포구	6	6	1	5	3	1	1	2	1	23
용산구	6	4	1	0	1	1	1	0	0	14
은평구	6	6	2	4	0	3	2	1	0	23
종로구	6	5	2	0	0	1	1	0	1	15
중구	6	4	1	2	1	1	2	1	0	17
중랑구	6	7	2	2	1	1	1	0	0	20
전체	148	160	41	75	30	31	33	15	11	518

4) 서비스가격 조사개요

가) 조사대상 서비스기관 특성

매장 대상 오프라인·온라인 가격조사 외, 전화조사와 온라인웹조사로 실시된 서비스기관과 영유아부모의 특성을 살펴보면 다음과 같다. 매장방문조사로 가격조사를 실시하지 않는 전화조사대상 서비스 기관은 7개 기관 총 518곳으로, 서울 4개권역 25개구별로 고르게 유의할당하였다.

유치원과 어린이집은 대표적인 영유아기 보육·교육기관으로, 소아과는 기본 예방접종 가격을 알아보기 위해, 그리고 영어·미술·태권도 학원은 어린이집과 유치원 외 영유아기 시간제 사교육기관의 대표가격을 알아보기 위해 조사하였다. 어린이집과 유치원의 경우, 국공립과 사립/민간의 비중을 유치원 1:2, 어린

이집 1:3으로 유의할당하였으며, 규모면에서도 고려를 하였다. 영유아예방접종 가격의 경우, 대형병원과 동네 소아과를 함께 조사대상처로 선정하였다.

〈표 II-3-3〉 서비스가격 전화조사대상 기관 특성

단위: %

항목	사례수(개소)	비율	항목	사례수(개소)	비율
전체	(518)	100.0	전체	(518)	100.0
기관분류			기관 유형(유치원)		
유치원	(148)	28.6	국공립	(49)	33.1
어린이집	(160)	30.9	사립	(99)	66.9
소아과	(41)	7.9	기관 유형(어린이집)		
산후조리원	(75)	14.5	국공립/법인/직장	(40)	25.0
영어학원	(30)	5.8	민간	(80)	50.0
태권도학원	(33)	6.4	가정	(40)	25.0
미술학원	(31)	6.0			
지역(권역분류)			기관 규모(유치원)		
서울 북동권	(167)	32.2	100명 미만	(91)	61.5
서울 북서권	(107)	20.7	100명 이상	(57)	38.5
서울 남동권	(90)	17.4			
서울 남서권	(154)	29.7			
지역(구)			기관 규모(어린이집)		
종로구	(15)	2.9	50명 미만	(93)	58.1
중구	(17)	3.3	50명 이상	(67)	41.9
용산구	(14)	2.7	기관 규모(의료기관)		
성동구	(20)	3.9	대형종합병원	(5)	12.2
광진구	(23)	4.4	소아과	(36)	87.8
동대문구	(20)	3.9			
중랑구	(20)	3.9			
성북구	(22)	4.2			
강북구	(18)	3.5			
도봉구	(22)	4.2	금천구	(21)	4.1
노원구	(22)	4.2	영등포구	(23)	4.4
은평구	(23)	4.4	동작구	(21)	4.1
서대문구	(19)	3.7	관악구	(23)	4.4
마포구	(19)	3.7	서초구	(22)	4.2
양천구	(22)	4.2	강남구	(25)	4.8
강서구	(24)	4.6	송파구	(20)	3.9
구로구	(20)	3.9	강동구	(23)	4.4

5) 학부모 온라인 조사개요

5월, 7월, 9월에 걸쳐 진행된 온라인 체감물가조사의 응답자인 영유아 부모의 응답자 특성을 제시하면 다음과 같다. 조사에 참여한 매 차수별 표본수는 고정 표본(539명)과 변동표본(279명)을 합친 818명의 사례수를 유지하였다. 이 중 1, 2, 3차에 지속적으로 참여한 패널표본은 539명으로, 도시지역의 참여율이 (고정 표본 기준) 91.8%의 다수를 이루고 있었으며, 상대적으로 자녀가 2명, 서울/경기권, 취업모 집단에서 조사참여율이 다소 높았다. 2012 전국보육실태조사에 의한 전국의 영유아부모 특성과 비교하면 다음과 같다(표 II-3-4).

〈표 II-3-4〉 온라인 체감물가조사의 영유아부모 응답자 특성

항목	1차(5월)		2차(7월)		3차(9월)		1~3차 패널표본		2012 보육실태조사
	(수)	비율	(수)	비율	(수)	비율	(수)	비율	
전체	(818)	100.0	(818)	100.0	(818)	100.0	(539)	65.9	
지역규모									
대도시	(348)	42.6	(341)	42.6	(342)	42.6	(220)	40.8	41.4
중소도시	(418)	51.2	(409)	51.2	(411)	51.2	(275)	51.0	40.7
읍면지역	(51)	6.2	(50)	6.2	(50)	6.2	(44)	8.2	17.9
지역									
서울	(197)	24.1	(187)	23.3	(179)	22.3	(125)	23.2	14.0
경기권	(312)	38.1	(300)	37.5	(292)	36.3	(202)	37.5	28.4
충청/강원권	(83)	10.1	(76)	9.5	(87)	10.8	(56)	10.4	10.8
경상권	(151)	18.5	(164)	20.5	(172)	21.4	(107)	19.9	38.7
전라권	(75)	9.1	(74)	9.3	(74)	9.2	(49)	9.1	8.0
자녀 수									
1명	(450)	55.0	(419)	52.3	(427)	53.1	(278)	51.6	71.7
2명	(316)	38.6	(332)	41.5	(331)	41.2	(228)	42.3	26.6
3명 이상	(52)	6.4	(49)	6.1	(46)	5.7	(33)	6.1	1.7
영유아 자녀수									
1명	(591)	72.3	(551)	68.9	(558)	69.4	(371)	68.8	
2명	(213)	26.1	(237)	29.6	(234)	29.1	(159)	29.5	
3명 이상	(13)	1.6	(12)	1.5	(12)	1.5	(9)	1.7	
모 취업률									
취업모	(421)	51.5	(354)	44.2	(365)	45.4	(291)	54.0	38.3
미취업모	(397)	48.5	(446)	55.8	(439)	54.6	(248)	46.0	61.7
모 근무형태									
시간제	(75)	17.9	(65)	18.3	(84)	23.0	(52)	9.6	
전일제	(346)	82.1	(289)	81.7	(281)	77.0	(239)	44.3	

(표 II-3-4 계속)

	1차(5월)		2차(7월)		3차(9월)		1~3차 패널표본		2012
항목	(수)	비율	(수)	비율	(수)	비율	(수)	비율	보육실태조사
모 연령									
29세이하	(95)	11.6	(105)	13.2	(117)	14.5	(56)	10.4	
30~39세	(665)	81.3	(639)	79.8	(627)	77.9	(440)	81.6	
40~49세	(58)	7.1	(56)	7.0	(61)	7.6	(43)	8.0	
월평균 가구소득									
하층(199만원 이하)	(60)	7.3	(49)	6.1	(56)	7.0	(28)	5.2	10.9
중층(200~499만원)	(584)	71.4	(521)	65.2	(534)	66.4	(342)	63.5	66.5
상층(500만원 이상)	(174)	21.2	(230)	28.7	(214)	26.6	(169)	31.4	22.7
이용자특성1									
유치원·어린이집 이용	(39)	4.7	(35)	4.4	(32)	4.0	(26)	4.8	
유치원·양육수당 이용	(21)	2.6	(22)	2.7	(45)	5.6	(37)	6.9	
어린이집·양육수당 이용	(65)	7.9	(78)	9.8	(74)	9.2	(46)	8.5	
양육수당수령자	(224)	27.4	(244)	30.5	(246)	30.6	(139)	25.8	
어린이집이용자	(335)	40.9	(304)	38.1	(317)	39.4	(231)	42.9	
유치원이용자	(103)	12.6	(84)	10.5	(62)	7.8	(41)	7.6	
비해당자	(30)	3.7	(32)	4.0	(28)	3.5	(19)	3.5	
이용자특성2									최연소아동기준
유치원이용자(전체)	(163)	20.7	(141)	18.3	(139)	17.9	(104)	19.3	19.8
어린이집이용자(전체)	(440)	55.8	(419)	54.5	(431)	55.5	(308)	57.1	41.2
양육수당수령자(전체)	(311)	39.5	(345)	44.9	(365)	47.0	(222)	41.2	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.

한편, 부모의 육아 체감물가조사를 위한 문항은 현재 한국은행과 통계청에서 실시하고 있는 소비자심리지수와 소비자기대지수의 문항을 활용 및 응용하여 구성하였다(표 II-3-5, 부록4).

〈표 II-3-5〉 소비자동향조사 대비 육아체감물가조사 항목 비교

구분		(한국은행) 소비자동향조사	본 조사
대상		전국 도시 2,200가구 (응답 2,011가구)	영유아부모 816명 (고정패널 539명)
조사주기		매월 중순	5월, 7월, 9월
조사내용 및 항목	<경제인식> 현재생활형편 현재경기판단	6개월전과 비교한 현재 //	(좌동) (좌동)

(표 II-3-5 계속)

구분		(한국은행) 소비자동향조사	본 조사
조사내용 및 항목	<경제전망> 생활형편전망 향후경기전망	// //	(좌동) (좌동)
	<소비지출전망> 소비지출전망	현재 대비 6개월 후 전망	육아소비지출전망-현재 대 비 6개월 후 육아소비전망
	<물가인식·전망> 물가수준전망 물가(수준)인식	현재 대비 1년 후 전망 지난 1년간 소비자물가상 승률에 대한 인식	-지난 6개월간 육아물가수준 -현재 육아물가수준 -6개월 후 육아물가 전망

자료: 한국은행(2013), 소비자동향조사(2013. 2월) 개요

Ⅲ. 육아물가지수 산출 및 육아물가 동향

육아물가지수(Ⅰ, Ⅱ, Ⅲ-1, Ⅲ-2)와 부모의 체감물가지수를 산출하고 비교함으로써 2013년 육아물가의 동향과 추이(5-7-9월)에 대해 검토하였다. 이를 통해 최우선적으로 첫째, 육아물가지수 산출의 필요성을 제언하고자 함이며, 둘째 육아지수 산출 시 유의점/고려사항에 대해서도 구체적으로 논의할 수 있다. 상기한 지수 관점의 논의 외에, 셋째, 축적된 월별 자료와 산출된 지수 분석을 통해 육아물가의 동향과 특성을 살펴보고, 넷째, 이로써 영유아자녀 양육가구의 양육비 부담이 어떠한지, 2013년 무상보육교육 지원의 원년에 드러나는 육아지원정책의 효과가 시장가격의 측면에서 어떠한 지 논의하고자 한다.

1. 소비자물가지수를 활용한 육아물가지수(Ⅰ)

통계청 소비자물가지수 산출에 포함된 481개 품목 중, 영유아자녀양육의 육아물가를 나타내는 품목 12개(상품 9개, 서비스 3개)에 대한 연도별 지수는 <표 Ⅲ-1-1>과 같다.

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

연도	상품									서비스		
	분류	이유식	유아복	아동화	종이 기저귀	장난감	어린이 승용물	유아용 학습교재	유모차	유치원 납입금	산후 조리원 이용료	보육 시설 이용료
1975	23.3	-	-	-	-	38.8	6.8	-	-	1.3	-	-
1976	24.3	-	-	-	-	44.8	7.6	-	-	2.4	-	-
1977	25.5	-	-	-	-	45.9	9.7	-	-	3.0	-	-
1978	28.7	-	-	-	-	48.8	12.0	-	-	3.5	-	-
1979	33.7	-	-	-	-	66.0	15.9	-	-	4.2	-	-
1980	42.9	17.4	-	-	-	71.1	21.5	-	-	5.0	-	-
1981	49.4	18.4	-	-	-	73.7	27.0	-	-	6.9	-	-
1982	51.9	19.5	-	-	-	73.7	31.6	-	-	8.1	-	-
1983	51.5	19.6	-	-	-	72.7	32.4	-	-	8.7	-	-
1984	51.4	20.1	-	-	-	72.6	33.1	-	-	9.1	-	-

(표 III-1-1 계속)

연도	상품									서비스		
	분유	이유식	유아복	아동화	종이 기저귀	장난감	어린이 승용물	유아용 학습교재	유모차	유치원 납입금	산후 조리원 이용료	보육 시설 이용료
1985	51.5	20.0	-	-	-	72.4	33.5	-	-	9.5	-	-
1986	53.0	19.8	-	-	-	73.6	33.8	-	-	10.0	-	-
1987	56.4	19.7	-	-	-	73.4	34.4	-	-	10.8	-	-
1988	56.9	19.7	-	-	-	85.2	35.9	-	-	12.0	-	-
1989	62.4	20.5	-	-	-	87.6	37.5	-	-	13.7	-	-
1990	65.9	21.6	-	47.2	-	87.8	38.9	-	-	17.8	-	-
1991	68.1	21.6	-	50.9	-	87.6	43.2	-	-	20.5	-	-
1992	69.3	22.1	-	57.0	-	90.4	46.8	-	-	22.6	-	-
1993	75.3	30.1	-	60.8	-	90.9	48.5	-	-	24.6	-	-
1994	75.6	36.3	-	64.2	-	94.1	49.8	-	-	27.7	-	-
1995	75.5	36.3	63.1	64.1	71.6	95.2	54.4	-	-	32.8	-	53.6
1996	75.1	39.2	64.7	64.1	74.3	95.3	60.8	-	-	37.6	-	56.7
1997	75.0	39.0	65.7	64.1	74.4	95.3	65.1	-	-	41.1	-	59.4
1998	85.8	47.8	65.9	71.7	82.7	96.0	78.6	-	-	42.8	-	60.3
1999	83.5	48.2	67.7	71.7	83.1	99.0	78.4	-	-	43.2	-	57.1
2000	92.7	65.2	70.6	70.5	81.5	94.0	78.0	-	-	45.9	67.0	57.2
2001	93.1	63.3	72.7	73.4	82.3	92.0	78.0	-	-	50.3	70.5	59.4
2002	92.2	73.1	73.5	76.8	83.8	91.9	77.6	-	-	55.0	72.5	61.5
2003	92.0	84.4	76.2	83.5	83.7	91.5	77.4	-	-	59.3	74.2	64.4
2004	92.7	84.1	79.4	92.3	87.5	90.5	79.8	-	-	64.1	79.3	68.0
2005	93.7	84.1	83.2	93.9	91.7	91.6	84.7	-	-	69.4	82.4	75.1
2006	94.9	84.0	87.9	93.9	96.0	92.3	86.1	-	-	75.3	86.9	80.1
2007	95.1	84.0	90.2	93.9	96.4	93.1	86.9	-	-	82.2	95.7	87.0
2008	94.6	92.8	94.5	100.4	97.6	92.5	91.2	-	-	89.2	98.8	93.0
2009	98.5	98.9	98.3	101.7	99.4	98.9	98.4	-	-	94.5	98.2	97.5
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
15년 평균	1.63	4.25	2.46	2.39	1.89	0.32	3.04			4.48	1.5	3.09
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
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
2013	108.4	101.5	112.1	106.4	105.0	101.9	112.2	105.2	94.9	74.5	109.3	56.6

주: 15년평균 - 본격적인 육아지원의 확대 이전으로 볼 수 있는 1995~2010년(CPI 기준년도)까지 15년간의 품목별 연간 평균 물가상승률임.

자료: 통계청 소비자물가지수 (1975~2012, 2013.1~9월)

전국 도시가구의 소비자물가지수 내 12개 육아품목 지수의 추이를 연도별로 살펴본 결과, 2010년을 기준으로 2013년(9월까지) 육아상품 중에서는 '어린이 승

용물'과 '유아복', 그 다음으로 '분유'와 '아동화'의 상승폭이 가장 컸으며, 서비스 중에서는 '산후조리원'의 가격 상승이 가장 컸다. 저출산 대응의 일환으로 분유와 기저귀, 산후조리원 등의 육아품목에 대해 부가가치세가 면제된 점을 고려할 때, 해당품목의 가격추이에 대한 모니터링과 정책적 효과에 대한 논의가 보다 적극적으로 이루어질 필요가 있다.

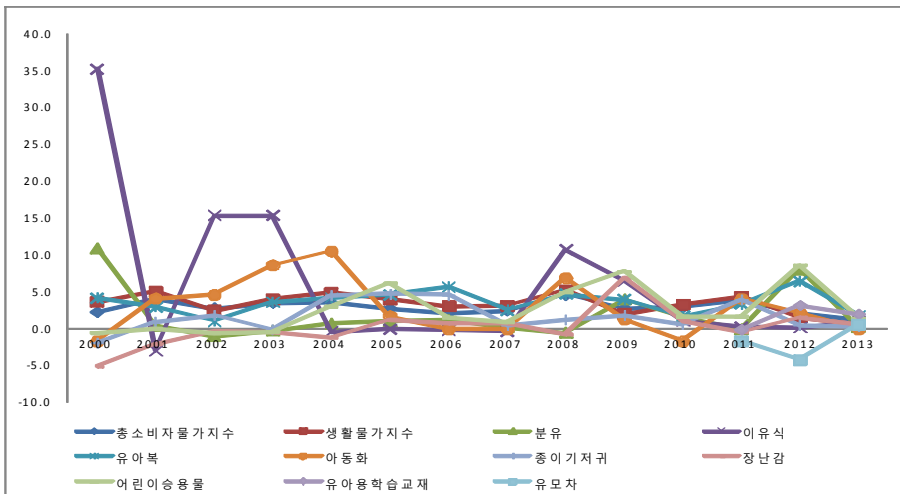
2012년 누리과정과 영아무상보육의 시행으로 유치원과 어린이집의 비용이 2010년 대비 지속적으로 낮아지는 추세를 보인다. 동 기간 유치원에 비해 어린이집 비용의 하락폭이 더 크다. 2012-2013년 전국 소비자물가상승률이 1~2%대에 머문 것에, 그리고 영유아가구의 육아부담 완화에 유의한 영향을 미친 것으로 보인다.

그러나 2010년 이전에는 유치원과 어린이집 비용의 상승이 다른 품목에 비해 상대적으로 높은 상승폭을 보였음을 함께 고려할 필요가 있다. 1995년을 기준으로 2010년까지 약 15년간의 가격 추이를 볼 때, '유치원'과 '이유식'의 가격 상승이 가장 커 해당기간 1995년 대비 2010년까지 유치원은 3.1배(연간 평균 4.5%씩 인상), 이유식은 2.8배(연간 평균 4.3%씩 인상)의 가격 상승을 보였다. '어린이집'과 '어린이승용물'의 가격 상승도 적지 않아, 어린이집의 경우 과거 15년간 1.9배 인상(매년 평균 3.1%씩 인상)하였으며, 어린이승용물은 과거 15년간 1.8배 인상(매년 평균 3.0%씩 인상)하였다. 현재와 같은 저출산 기조에 주요 육아품목과 서비스의 가격상승이 유의한 영향을 미쳤음을 짐작케 한다. 특히 어린이집과 유치원의 경우, 어린이집은 보육료상한제를 실시하였음에도 평균 물가상승률 수준의 비용 상승이 꾸준히 이루어졌음을 알 수 있고, 비용상한이 없는 유치원은 보다 큰 폭의 가격상승을 보였다. '이유식'의 경우 과거 가정내 양육을 통해 이루어지던 영유아 식품이 시장의 서비스 품목으로 상품화된 대표적인 경우로, 이 경우 누적된 가격상승의 폭이 적지 않아 육아 가계에 부담이 될 수 있다. 산후조리원의 경우 부가가치세 면세 품목임에도 2000~2010년 약 10년간 1.5배의 가격상승을 보여 연간 평균 3.3%의 상승률을 갖는다. 사회화, 상품화되는 육아 품목과 서비스가 증가되는 상황에서 이러한 가격의 상승이 바로 영유아 가구의 양육부담으로 이어지는 기제에 대해 보다 심도 있는 논의와 대응이 필요하다. 육아지원정책의 확대 기조 속에 반드시 논의되어야 할 부분이다.

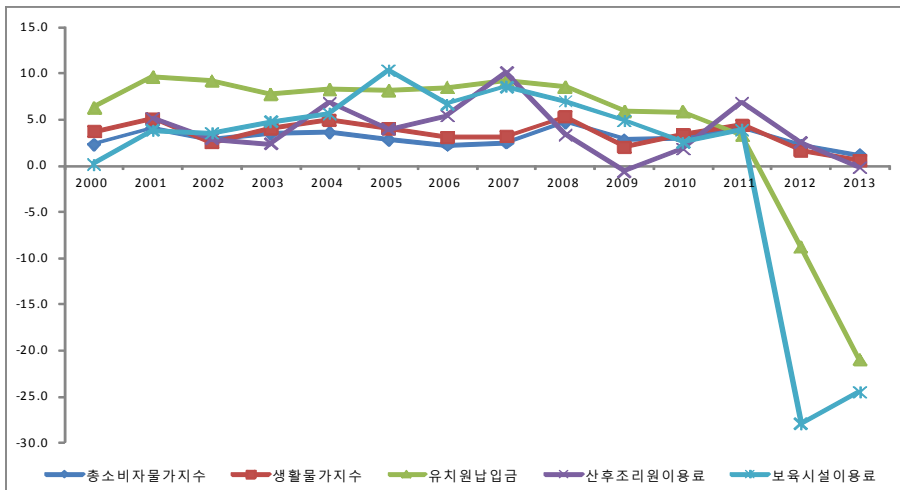
한편 2010년 이후에 '유모차'의 가격은 떨어진 것으로, '이유식'은 크게 오르지 않은 것으로 나타났다. [그림 III-1-1]을 통해 가격의 등락률에 의한 육아품목

의 연간 가격 추이를 살펴보면, 상품의 경우 2011년 이후 2012년을 기준으로 분류(△)와 이유식(△), 그리고 유모차(▽)의 등락이 눈에 띈다. 서비스의 경우 어린이집과 유치원이 2011년까지는 매년 0~10% 포인트 범위내의 가격상승폭을 지속해왔다면, 2012년 이후 -20~30% 포인트의 가격 하락을 보인다.

1) 육아품목간 등락을 비교



[그림 III-1-1] 연도별 소비자물가 및 육아상품물가 추이



[그림 III-1-2] 연도별 소비자물가 및 육아서비스물가 추이

2) 육아물가지수(1)

2012년 5세 누리과정과 만 0~2세 영아 무상보육으로부터 2013년 만 0~5세 지원으로 확대된 육아지원의 정책적 효과를 2013년 연내 소비자물가지수 내 육아품목의 물가지수 산출을 통해서도 살펴볼 수 있다.

2012년 12월 이후 12개 육아품목의 가격 추이를 살펴보면, 12년 12월 대비 유치원(-22.9)과 어린이집(-16.0), 산후조리원(-1.2)까지 포함하여 서비스의 비용이 하락하였으며, 상품 중에서는 유모차(-0.8)가 다소 하락하였으나 거의 변화가 없는 수준이다. 한편 유아복(+3.0)과 장난감(+2.3)의 상승폭이 상대적으로 크며 분유(+1.3) 가격도 상승했다. 아동화와 기저귀, 유아학습교재는 가격 변화가 없었다. 유치원과 어린이집의 개별 품목 지수는 12년 말과 13년 초에 비해 13년 중반 이후 5월, 7월, 9월에 걸쳐 가격 변동이 없는 것으로 즉 하향안정세인 것으로 조사되었다. 어린이집에 대한 특별점검과 유치원알리미서비스와 같은 지도 감독과 정보공시의 정책적 노력이 영향을 준 결과로 보인다.

〈표 III-1-2〉 2013년 연내 월별 추이 및 육아물가지수(1)

구분	가중치		2012년 12월	1월	5월	7월	9월
소비자물가지수			106.7	107.3	107.3	107.4	107.9
CPI 가중치 육아물가지수	CPI	육아	94.3	94.3	85.0	84.9	85.1
KICCE 가중치 육아물가지수			93.3	93.3	85.0	84.6	85.1
분유	0.9	61.3	107.5	108.2	108.4	108.2	108.8
이유식	0.1	11.1	101.1	101.6	101.7	101.3	101.9
유아복	3.0	29.4	110.4	110.4	113.4	113.4	113.4
아동화	0.7	4.3	106.4	106.4	106.4	106.4	106.4
종이기저귀	1.9	90.1	105.9	105.3	105.7	103.2	106.0
장난감	1.3	3.8	101.1	101.1	101.2	103.0	103.4
어린이승용물(자전거,보행기)	0.1	6.0	112.0	112.0	112.3	112.2	112.2
유아학습교재(학습지,책,교구)	7.4	63.8	105.2	105.2	105.2	105.2	105.2
유모차	0.8	20.1	90.7	90.7	90.2	89.7	89.9
유치원납입금	8.8	103.7	92.3	92.3	69.4	69.4	69.4
산후조리원이용료	0.8	32.7	109.7	109.9	108.9	109.0	108.5
어린이집이용료	6.9	162.7	69.0	69.0	53.0	53.0	53.0
합계	32.7	589.0					

자료: 통계청 물가지수자료 (2012년 12월, 2013년 1-9월)

제시된 육아 품목별 CPI 지수를 이용하여, 12개 품목 가격만으로 구성된 육아물가지수를 전국도시가구의 소비지출비중(CPI 가중치)을 적용한 것과, 서울

영유아가구의 소비지출비중(KICCE 육아가중치)을 적용한 것을 산출하였다. 전국 도시가구의 소비자물가지수보다 육아품목만을 고려한 육아물가지수가 2010년 기준가격 대비 가격이 전반적으로 하락하였음을 보여준다. 전국 소비자물가지수가 2012년 12월 대비 2013년 9월 1.2 포인트 상승한데 비해, 육아품목 12개에 의한 육아물가지수는 모두 8.2~9.2 포인트 하락한 것으로 나타났다. 유치원과 어린이집 비용의 하락이 가장 주요한 영향을 미친 결과이다. 특히 2012년 12월과 2013년 1월 대비, 어린이집과 유치원이 본격적으로 새학기를 맞이하는 연초 이후의 5월 육아품목 지수가 94에서 85수준으로 더 떨어졌음을 알 수 있다. 2013년 만 3~4세 무상보육·교육의 확대가 반영된 결과로 보인다. 통계청 CPI가중치를 적용한 경우가 (서울지역) 영유아가구의 육아지출 가중치를 적용한 것에 비해 하락폭이 좀 더 컸다. 이로써 영유아 교육·보육 지원의 효과가 전국 도시가구의 소비자물가지수에 비해 육아품목에 한정된 육아물가지수를 통해서 보다 정확히 파악될 수 있다.

2. 육아물가조사 결과

앞서 살펴본 CPI 지수를 이용한 육아물가지수가 12개 품목에 국한되어 제한된 품목의 소비지출과 시장가격만이 반영되는 한계가 있으므로, 본 과제에서는 53개의 영유아 대표품목을 선정하여 영유아가구 고유의 가중치를 적용, 육아물가지수를 산출하였다. 다만 앞서 논의한대로, 이 가격조사 자료는 연구의 일환으로 진행한 서울지역 조사대상처 표본 조사결과에 의하므로 전반적인 시사점 도출에 유의하나, 현재의 시장가격을 100% 반영한 자료로 보기에는 제한점이 있으므로 제시된 데이터를 시장가격의 전체로서의 실체(fact)라기 보다는 일정부분 경향성을 보여주는 자료로 주지할 필요가 있겠다.

본 과제에서 수행한 육아물가지수의 산출을 위한 조사과정과 가중치 산출, 지수 산출의 과정을 제시하면 다음과 같다. 물가지수의 작성은 지수산식 선택, 가중치 작업, 표본추출, 가격자료 수집, 품질변화 조정, 자료수준점검, 계절품목 조정, 신상품 반영, 기준가격 산정, 지수산출 등 많은 과정을 거치고 있다. 물가지수 산출은 일반적으로 두 단계로 나누어 수행되는데, 첫 번째 단계는 분류의 가장 하위단계로 비교적 동질적인 상품 및 서비스 집합으로 정의되는 품목(elementary aggregates)별 물가지수를 산출하는 것이고, 두 번째는 품목별 물가지수에 지출액

비중인 가중치를 적용하여 총 지수 등 상위단계수준의 물가지수를 계산하는 것이다(통계청, 2013b; 최윤경 외, 2012). 본 연구에서는 육아품목별지수와 육아물가지수의 산출을 위해 다음과 같은 가격 자료를 사용하였다.

가. 육아물가지수 산출에 필요한 가격조사 결과

우선 1단계로 품목별 지수를 산정하는데 필요한 기준가격을 육아물가조사 결과를 통해 다음과 같이 두 가지 방식의 계산에 의해 제시하였다.

지수(Ⅱ)는 통계청의 물가지수 산출과정을 그대로 적용하여 대표품목 1개를 선정하여 해당 품목의 동질성을 유지한 가운데 조사한 가격으로, 영유아가구의 대표적인 구입채널(대형마트, 소형마트, 백화점, 전문매장, 인터넷 등)을 품목별로 고려하여 평균 가격으로 산출하였다.

한편 지수(Ⅲ)는 대체상향편의를 완화하고, 실제 영유아부모가 구매시 다양한 가격대와 물건 그리고 구입경로를 활용하는 구매행태를 고려하여, 1개 품목에 한정하지 않고 베스트상품군(1~2개)과 저가와 고가 상품(1~2개)의 최빈품목군의 최빈가격을 산술평균한 값을 5, 7, 9월 가격으로 기입하였다(지수 Ⅲ-1). 또한 각 품목 중 베스트 상품만을 고려한 기준가격도 5, 7, 9월 가격으로 산출하였다(지수 Ⅲ-2)¹¹⁾.

나. CPI 방식을 적용한 육아물가조사(지수Ⅱ) 결과

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 오차 없이 동일하게 추적 조사 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, 영유아 자녀 양육에 필요한 주요 품목의 브랜드와 주 구입방식, 용량, 그리고 최근 구

11) 지수방식에 따라 품목별 조사규격이 다르게 적용된 경우가 있어, 이에 따른 기준가격에 차이가 있을 수 있다. (예: ‘이불’의 경우, CPI방식에서는 다른 섬유류(의류)와 기준을 맞춰 출산용품 영아이불세트의 가격을 기준가격으로 한 반면, KICCE방식에서는 대형마트의 낮잠이불 위주의 기준가격으로 차이가 있음.) 품목별 구입채널의 고려도 달리 하였다.

매 트렌드의 변화와 수요에 대해 파악하여 육아대표품목을 선정한 바 있다.

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

<표 III-2-1> 2013년 5, 7, 9월 육아품목 가격조사 결과 1) - CPI방식(지수Ⅱ)

품목	5월 (기준)가격	7월 가격	9월 가격	2013년 평균가격
식료품 및 관련 서비스				
1 우유	2,343	2,340	2,556 ↑	2,411
2 두유	14,977	15,210	14,228	14,802
3 치즈	5,333	5,334	5,334	5,334
4 요거트	2,540	2,542	2,543	2,542
5 분유	25,100	25,024	25,038	25,052
6 이유식	196,800	196,800	177,600 ↓	190,400
7 시리얼	5,887	5,723	5,998 ↑	5,858
의류/신발 관련 서비스				
8 배넛저고리	17,000	18,000	17,000	17,333
9 상의	23,000	29,000	29,000 ↑	27,000
10 하의	35,000	35,000	29,000 ↓	33,000
11 외투류	55,000	55,000	79,000 ↑	63,000
12 외출복	66,500	66,500	65,000	66,000
13 내의	22,867	21,969	23,865	22,976
14 신발	48,000	38,000	48,000	44,667
주택/수도/전기 및 주거서비스				
15 침대	49,000	49,000	49,000	49,000
16 아기식탁의자	52,833	50,333	55,000	52,300
17 이불	335,706	346,643	316,000 ↓	332,609
18 겹싸개	94,450	100,778	98,571 ↑	97,847
19 속싸개	26,700	25,048	29,955 ↑	27,286
가정용품 및 가사서비스				
20 젓병	25,519	24,324	25,054	24,970
21 젓꼭지	11,578	10,417	11,530	11,186
22 소독기	146,400	147,400	154,000 ↑	148,717
23 아기전용세탁세제	9,089	9,118	8,813	8,992
의료용품 및 보건서비스				
24 비타민	33,091	32,146	32,740	32,641
25 기저귀	26,564	26,227	28,879 ↑	27,273
26 물티슈	9,900	9,757	9,829	9,825
27 샴푸	18,348	18,219	17,891	18,161
28 치약	3,955	3,959	3,982	3,966

(표 III-2-1 계속)

품목	5월 (기준)가격	7월 가격	9월 가격	2013년 평균가격
29 칫솔	5,200	5,083	5,273	5,195
30 로션	25,483	25,440	27,432 ↑	26,302
31 욕조	53,143	55,526	55,773 ↑	55,018
32 유축기	91,333	88,000	89,375 ↓	89,640
33 체온계	110,910	120,576	121,324 ↑	117,953
34 예방접종비	129,512	131,177	130,938	
오락/문화용품 및 관련서비스				
35 카시트	364,462	388,933	385,867 ↑	380,465
36 유모차	475,364	453,467	396,000 ↓	441,658
37 아기띠	112,692	124,250	122,263 ↑	120,333
38 보행기	121,667	125,750	119,122	121,800
39 블록(장난감)	34,900	34,900	35,400	35,067
40 자전거	89,759	89,753	89,813	89,768
41 놀이방매트	190,900	241,538	233,714 ↑	232,359
42 돌앨범	461,222	514,490	492,890 ↑	490,510
교육용품 및 교육서비스				
43 영유아학습지	38,000	38,000	38,000	38,000
44 영유아책	670,000	670,000	670,000	670,000
45 영유아교재교구	528,000	528,000	528,000	528,000
46 유치원순교육비	59,789	57,073	57,025 ↓	57,962
47 유치원추가비용	124,311	113,771	115,118 ↓	117,733
48 영유아영어학원	711,800	636,000	655,181 ↓	667,660
49 시간제학원(미술, 태권도 학원)	128,333	126,970	127,404 ↓	127,569
기타상품 및 서비스				
50 어린이보험	57,340	57,340	57,340	57,340
51 어린이집보육료	5,724	5,821	5,821	5,789
52 어린이집추가비용	96,488	92,001	91,652 ↓	93,380
53 산후조리원	2,412,533	2,456,508	2,439,153	2,436,065

주: 2013년 평균가격은 조사된 5-7-9월 가격의 평균임.

현행 CPI 조사방식에 의한 육아품목 가격조사 결과를 살펴보면, 대체로 각 품목내 가격의 변동의 크지 않은 것으로 보인다. 우유, 시리얼의 경우 5월 대비 9월에 다소 오른 것으로 나타났으며, 이유식의 가격은 떨어졌다. 식료품의 경우, 분유, 치즈, 요거트는 가격 변화가 거의 없다. ‘분유’의 경우 영유아부모의 인터넷 구매가 증가하는 등, 다양한 구입채널을 고려한 결과로 보인다.

의류와 신발 제품은 계절에 따라 제품의 변화가 큰 품목으로 육아물가조사를 진행해보니 사실상 1개의 대표품목을 정하는 것이 영유아 품목의 경우 거의 불가능했다. 계절에 따라 그리고 시즌별 유행과 선계약한 해당 기간 원자재 가격

에 따라 출시되는 의류와 신발 제품의 규격이 지속적으로 변하기 때문에, 고정된 한 제품을 추적하는 것은 상당히 어려운 작업이었다. 최대한 대표브랜드와 주요 구입채널, 그리고 생산업체 및 시장전문가의 자문을 통해 가장 보편적이고 일관된 규격을 갖는 제품의 가격을 추적하였다. 그 결과 계절적 요인에 의해 여름에 해당하는 7월의 가격은 떨어지고, 가을/겨울 제품으로 바뀌는 9월에는 부분적으로 가격이 오르는 양상을 보였다.

의료/위생용품의 경우, 기저귀와 로션은 5월 대비 9월 가격이 다소 올랐다. 내구재 상품에서 유축기는 가격이 내리고, 체온계는 올랐다.

대표적인 육아내구재 상품이 많은 오락문화 비목의 경우, 카시트와 아기띠는 다소 오르고, 유모차는 다소 떨어졌다. 유모차와 같은 내구재 상품의 경우, 연말로 갈수록 내년도 신상품 출시이전에 해당 제품의 가격이 점차 떨어지는 추세가 반영된 것으로 보인다. 한편 아이들 놀이방매트와 돌앨범과 같은 서비스 가격은 5월 대비 오른 것으로 조사되었다.

다. 다양한 물가수준을 반영한 육아물가조사(지수 III-1) 결과

실제 소비자 부모가 접하는 육아품목은 제품의 특성과 가격수준이 매우 다양하다. 소비자 부모는 일관된 품목을 지속적으로 선호하기도 하지만, 가격 할인 행사와 트렌드 등의 기호 변화와 가격 등락에 따라 브랜드와 가격수준을 다양하게 시도하는 구매를 하게 된다. 사업체 또한 동종 상품내에서 동일규격의 제품만이 아닌 유사한 규격의 다양한 가격분포의 상품들을 출시하여, 동일 육아품목의 경우도 시점에 따라 유통채널에 따라 용량과 규격이 다양하게 제공되고 있었다. 이렇게 영유아 부모 소비자가 실제 접하는 다양한 물가수준을 고려하여 프리미엄의 특성을 지닌 고가 상품군과 가장 대중적으로 많이 구매되는 베스트 상품군, 저가 상품군을 부모면담과 시장조사를 통해 선정하였다. 복수의 대표품목군의 가격을 조사하여 평균한 결과가 지수 III-1로 다양한 물가수준을 고려한 방식이다.

다양한 수준의 상품(군) 가격을 평균한 결과, 대체로 5-7-9월의 가격 추이가 큰 변동은 없는 가운데 그러나 다소 상승하는 경향을 보인다. 앞서 살펴본 CPI 식 가격 추이와 크게 상반되지는 않으나 다른 경향들을 보였다. 이는 소비자 부모가 자녀를 위한 제품을 구입할 때 접하는 다양한 특성과 가격대의 품목에서, 저가 상품군의 가격이 올라 가격 상승이 될 수 있고, 혹은 고가 상품군의 가격

이 떨어져 다른 상품의 가격상승을 상쇄할 수 있으며, 주요 유통채널과 판매사의 가격정책이 변화할 수 있는 등 다양한 영향력이 동시에 반영된 결과라 할 수 있다.

의류/신발의 가격이 여름에 내리고 가을/겨울에 오르는 패턴과 지속적으로 완만히 오르는 양상을 보인다. 분유에는 별 변화가 없고, 기저귀 가격이 다소 오른 것이 유사하게 나타났다. 유모차와 유축기, 아이들 매트와 돌엘범의 가격이 유사하게 하락한 경향을 보였다. 유치원과 어린이집의 경우 추가비용 위주로 하락한 것으로 조사되었으며, 학원 비용도 근소하지만 하락한 경향을 보였다.

〈표 III-2-2〉 2013년 5, 7, 9월 가격조사 결과 2) - 고가·베스트·저가 상품군
통합방식(지수 III-1)

품목	5월 기준가격	7월 가격	9월 가격	2013년 평균가격
식료품 및 관련 서비스				
1 우유	2,846	2,815	2,784 ↓	2,814
2 두유	13,574	14,063	13,177	13,600
3 치즈	5,145	5,148	5,144	5,146
4 요거트	2,776	2,837	2,844	2,821
5 분유	30,968	30,888	30,345	30,733
6 이유식	153,400	153,800	127,800	145,000
7 시리얼	6,203	6,401	6,171	6,296
의류/신발 관련 서비스				
8 배넛저고리	18,094	18,033	18,586	18,238
9 상의	23,282	28,182	26,530 ↑	25,916
10 하의	35,159	35,621	38,628 ↑	36,693
11 외투류	53,612	56,797	80,961 ↑	65,381
12 외출복	67,652	68,967	84,791 ↑	75,300
13 내의	22,365	21,995	26,906 ↑	23,984
14 신발	45,303	45,096	46,192 ↑	45,554
주택/수도/전기 및 주거서비스				
15 침대	83,000	83,000	83,000	83,000
16 아기식탁의자	51,714	50,333	55,000	51,636
17 이불	33,614	38,622	40,517 ↑	38,853
18 겹짜개	111,380	113,511	112,990	112,636
19 속짜개	28,692	29,196	30,290 ↑	29,406
가정용품 및 가사서비스				
20 젖병	20,313	20,726	21,248 ↑	20,748
21 젖꼭지	9,952	9,700	9,917	9,857
22 소독기	154,478	167,882	160,167	160,709
23 아기전용세탁세제	9,541	11,028	11,004	10,576

(표 III-2-2 계속)

	품목	5월 기준가격	7월 가격	9월 가격	2013년 평균가격
의료용품 및 보건서비스					
24	비타민	29,902	31,787	31,989	31,307
25	기저귀	25,946	26,809	27,920 ↑	26,885
26	물티슈	11,533	11,597	11,710	11,617
27	샴푸	16,638	15,813	15,896	16,112
28	치약	3,450	3,499	3,502	3,484
29	칫솔	5,435	5,238	5,300	5,336
30	로션	18,961	18,180	18,435	18,506
31	욕조	71,277	63,813	62,780 ↓	65,330
32	유축기	136,635	137,016	127,635 ↓	133,939
33	채운기	95,882	100,757	105,393	100,841
34	예방접종비	129,512	131,177	130,938	13,542
오락/문화용품 및 관련서비스					
35	카시트	422,274	422,704	428,429	424,651
36	유모차	710,921	680,606	678,610 ↓	688,056
37	아기띠	109,571	121,000	121,190	118,000
38	보행기	132,321	131,878	127,007	130,390
39	블록(장난감)	40,568	43,330	39,198	41,104
40	자전거	213,179	205,734	219,504	212,869
41	놀이방매트	70,492	67,553	79,569 ↑	72,581
42	돌앨범	767,842	839,090	815,390 ↑	808,112
교육용품 및 교육서비스					
43	영유아학습지	92,000	92,000	92,000	92,000
44	영유아책	580,000	580,000	580,000	580,000
45	영유아교재교구	648,750	648,750	648,750	648,750
46	유치원순교육비	59,789	57,073	57,025	57,962
47	유치원추가비용	124,311	113,771	115,118 ↓	117,733
48	영유아영어학원	711,800	636,000	655,181 ↓	667,660
49	시간제학원	128,333	126,970	127,404	127,569
기타상품 및 서비스					
50	어린이보험	46,393	46,393	46,393	46,393
51	어린이집보육료	5,724	5,821	5,821	5,789
52	어린이집추가비용	96,488	92,001	91,652 ↓	93,380
53	산후조리원	2,412,533	2,456,508	2,439,153	2,436,065

이로써 다양한 제품 특성과 가격대를 포괄하는 상품군의 평균 가격으로서의 물가조사도 가격의 추이를 드러내는 유용한 방법인 것으로 보인다. 육아품목의 다른 가격특성을 드러낸다.

라. 가장 많이 구매하는 베스트상품(군) 육아물가조사(지수 III-2) 결과

대중적으로 가장 잘 팔리고 알려진 베스트 상품군의 가격을 평균한 결과이다. 이 조사를 통해서도 근소한 경향의 차이가 보였으나, 대체로 크게 상반되는 경향은 드러나지 않았다. 따라서 베스트 상품군의 선정을 통해 평균값으로서의 가격을 추적하는 물가조사의 방식도 유의하나, 반영된 가격의 의미는 앞서 살펴본 한 브랜드 한 제품의 것과 다양한 가격대의 상품군의 것과 다를 것이다. 베스트 상품군에 의한 지수 III-2에서는 의류/신발류에서 5~9월에 대체로 지속적인 완만한 증가세를 보여, 앞서 나타난 계절성에 의한 여름 품목의 가격하락이 나타나지 않은 점이다.

〈표 III-2-3〉 2013년 5, 7, 9월 육아품목 가격조사 결과 3) - 베스트 상품군
통합방식(지수 III-2)

	품목	5월 기준가격	7월 기준가격	9월 기준가격	2013년 평균가격
식료품 및 관련 서비스					
1	우유	2,361	2,364	2,465 ↑	2,397
2	두유	13,574	14,063	13,177	13,600
3	치즈	5,145	5,148	5,144	5,146
4	요거트	2,776	2,837	2,844	2,821
5	분유	26,868	27,083	26,139	26,696
6	이유식	153,400	153,800	127,800	145,000
7	시리얼	5,706	5,676	5,541	5,644
의류/신발 관련 서비스					
8	배넛저고리	17,866	17,349	18,429	17,881
9	상의	23,418	27,109	26,157	25,368
10	하의	30,879	33,812	38,294	34,546
11	외투류	50,792	54,866	74,036	60,906
12	외출복	72,060	71,282	87,040	77,891
13	내의	20,657	21,589	25,791	22,919
14	신발	47,398	45,440	46,436	46,401
주택/수도/전기 및 주거서비스					
15	침대	49,000	49,000	49,000	49,000
16	아기식탁의자	52,400	48,000	55,000	51,143
17	이불	37,500	38,083	36,897	37,390
18	겉싸개	108,222	114,106	107,800	109,987
19	속싸개	26,914	28,371	30,800	28,695
가정용품 및 가사서비스					
20	젓병	20,313	20,726	21,248	20,748

(표 III-2-3 계속)

품목	5월 기준가격	7월 기준가격	9월 기준가격	2013년 평균가격
21 젓꼭지	9,952	9,700	9,917	9,857
22 소독기	154,478	167,882	160,167	160,709
23 아기전용세탁세제	9,541	11,028	11,004	10,576
의료용품 및 보건서비스				
24 비타민	29,902	31,787	31,989	31,307
25 기저귀	24,969	26,261	27,978	26,383
26 물티슈	11,533	11,597	11,710	11,617
27 샴푸	16,638	15,813	15,896	16,112
28 치약	3,450	3,499	3,502	3,484
29 칫솔	5,435	5,238	5,300	5,336
30 로션	18,961	18,180	18,435	18,506
31 욕조	74,483	65,484	61,513	66,836
32 유축기	136,635	137,016	127,635	133,939
33 체온기	95,882	100,757	105,393	100,841
34 예방접종비	129,512	131,177	130,938	130,542
오락/문화용품 및 관련서비스				
35 카시트	419,724	428,785	424,319	424,911
36 유모차	680,219	718,940	692,604	699,740
37 아기띠	107,714	125,833	117,300	116,609
38 보행기	128,212	130,692	126,935	128,706
39 블록(장난감)	40,568	43,330	39,198	41,104
40 자전거	213,179	205,734	219,504	212,869
41 놀이방매트	70,492	67,553	79,569	72,581
42 돌앨범	461,222	514,490	492,890	490,510
교육용품 및 교육서비스				
43 영유아학습지	92,000	92,000	92,000	92,000
44 영유아책	711,800	636,000	655,181	667,660
45 영유아교재교구	580,000	580,000	580,000	580,000
46 유치원순교육비	59,789	57,073	57,025	57,962
47 유치원추가비용	124,311	113,771	115,118	117,733
48 영유아영어학원	648,750	648,750	648,750	648,750
49 시간제학원	128,333	126,970	127,404	127,569
기타상품 및 서비스				
50 어린이보험	57,340	57,340	57,340	57,340
51 어린이집보육료	5,724	5,821	5,821	5,789
52 어린이집추가비용	96,488	92,001	91,652	93,380
53 산후조리원	2,412,533	2,456,508	2,439,153	2,436,065

제시된 가격조사 결과의 비교를 통해 육아품목의 가격분포와 특성에 대해 살펴보면, 우선 가격수준에서 가장 비싼 것은 산후조리원의 2주 기본요금인 240여

만원이다. 그 다음으로 영유아 영어학원과 교재교구, 책으로 나타나 교육 용품 및 서비스 비목의 가격수준이 상당히 높음을 알 수 있다. 그 다음으로는 영유아 용품의 내구재 상품이 많이 포함된 오락문화용품 비목으로 돌앨범, 유모차, 카시트의 순으로 나타났다. 그 다음으로는 놀이방매트, 4주 주문식 이유식, 젖병소독기, 예방접종비, 아기띠, 보행기, 체온기, 유축기의 순으로 가격수준이 높았다. 영유아 양육가구에 부담이 되는 내구재 및 서비스 품목이라 할 수 있겠다.

3개 조사결과 비교를 통해 조사방법의 특성에 대해 논의하는 것은 어렵다. 그러나 드러난 전반적인 특성에 의하면, 품목별로 대표품목의 선정에 따라 가격의 편차가 존재하므로 육아대표품목의 선정이 매우 어렵고 중요한 작업임을 알 수 있다. 3개 조사가격 중, 대체로 고가-저가-베스트의 상품군으로 구성하여 평균을 구한 지수 III-1에서 가격이 가장 높은 경우가 많았다. 고가상품의 높은 가격수준이 반영된 결과로, 다양한 가격대를 고려한 상품군의 조사가격에 의한 지수 산출은 다른 특성을 가짐을 알 수 있다.

3. 물가조사를 통한 육아물가지수(Ⅱ, Ⅲ-1, Ⅲ-2)

2절에서 구한 월별 기준가격을 바탕으로 5월을 기준으로 하는 품목별 지수를 산출하고 품목별 가중치를 적용하여 라스파이레스 방식으로 총 지수를 3개 방식으로 산출하였다. 우선 CPI 방식을 적용한 육아물가지수를 제시하면 다음과 같다. 가격수준을 고려하지 않고 기준 시점(5월) 대비 오르고 내리는 변화만 반영된 결과이다.

〈표 III-3-1〉 육아물가지수(Ⅱ) - CPI 방식

품목	5월	7월	9월
총지수	100.00	99.59	101.10
식료품 및 관련 서비스			
1 우유	100.00	99.89	109.08
2 두유	100.00	101.56	95.00
3 치즈	100.00	100.02	100.02
4 요거트	100.00	100.06	100.09
5 분유	100.00	99.70	99.75
6 이유식	100.00	100.00	90.24
7 시리얼	100.00	97.21	101.89

(표 III-3-1 계속)

	품목	5월	7월	9월
의류/신발 관련 서비스				
8	배넛저고리	100.00	105.88	100.00
9	상의	100.00	126.09	126.09
10	하의	100.00	100.00	82.86
11	외투류	100.00	100.00	143.64
12	외출복	100.00	100.00	97.74
13	내의	100.00	96.07	104.37
14	신발	100.00	79.17	100.00
주택/수도/전기 및 주거서비스				
15	침대	100.00	100.00	100.00
16	아기식탁의자	100.00	95.27	104.10
17	이불	100.00	103.26	94.13
18	겉싸개	100.00	106.70	104.36
19	속싸개	100.00	93.81	112.19
가정용품 및 가사서비스				
20	젓병	100.00	95.32	98.18
21	젓꼭지	100.00	89.97	99.59
22	소독기	100.00	100.68	105.19
23	아기전용세탁세제	100.00	100.32	96.96
의료용품 및 보건서비스				
24	비타민	100.00	97.14	98.94
25	기저귀	100.00	98.73	108.71
26	물티슈	100.00	98.56	99.28
27	샴푸	100.00	99.30	97.51
28	치약	100.00	100.09	100.67
29	칫솔	100.00	97.74	101.40
30	로션	100.00	99.83	107.65
31	욕조	100.00	104.49	104.95
32	유축기	100.00	96.35	97.86
33	체온기	100.00	108.71	109.39
34	예방접종비	100.00	101.29	101.10
오락/문화용품 및 관련서비스				
35	카시트	100.00	106.71	105.87
36	유모차	100.00	95.39	83.30
37	아기띠	100.00	110.26	108.49
38	보행기	100.00	103.36	97.91
39	블록(장난감)	100.00	100.00	101.43
40	자전거	100.00	126.53	122.43
41	놀이방매트	100.00	99.99	100.06
42	돌앨범	100.00	111.55	106.87
교육용품 및 교육서비스				
43	영유아학습지	100.00	100.00	100.00

(표 III-3-1 계속)

품목	5월	7월	9월
44 영유아책	100.00	100.00	100.00
45 영유아교재교구	100.00	100.00	100.00
46 유치원순교육비	100.00	95.46	95.38
47 유치원추가비용	100.00	91.52	92.61
48 영유아영어학원	100.00	89.35	92.05
49 시간제학원	100.00	98.94	99.28
기타상품 및 서비스			
50 어린이보험	100.00	100.00	100.00
51 어린이집보육료	100.00	101.69	101.69
52 어린이집추가비용	100.00	95.35	94.99
53 산후조리원	100.00	101.82	101.10

고가-베스트-저가 가격수준별 통합 산출인 육아물가 III-1과 베스트상품군의 가격 III-2를 품목별로 제시하면 다음과 같다(표 III-3-2~3). 구체적인 비교 논의는 4절의 <표 III-4-2>에 제시하였다.

<표 III-3-2> 육아물가지수(III-1)- KICCE 통합상품군

품목	5월	7월	9월
총지수	100.00	100.20	100.65
식료품 및 관련 서비스			
1 우유	100.00	98.91	97.85
2 두유	100.00	103.60	97.07
3 치즈	100.00	100.06	99.99
4 요거트	100.00	102.19	102.45
5 분유	100.00	99.74	97.99
6 이유식	100.00	100.26	83.31
7 시리얼	100.00	103.19	99.48
의류/신발 관련 서비스			
8 배넷저고리	100.00	99.66	102.72
9 상의	100.00	121.05	113.95
10 하의	100.00	101.32	109.87
11 외투류	100.00	105.94	151.01
12 외출복	100.00	101.94	125.33
13 내의	100.00	98.35	120.31
14 신발	100.00	99.54	101.96
주택/수도/전기 및 주거서비스			
15 침대	100.00	100.00	100.00
16 아기식탁의자	100.00	97.33	106.35
17 이불	100.00	114.90	120.53
18 겹싸개	100.00	101.91	101.45

(표 III-3-2 계속)

	품목	5월	7월	9월
19	속싸개	100.00	101.76	105.57
	가정용품 및 가사서비스			
20	젓병	100.00	102.04	104.60
21	젓꼭지	100.00	97.47	99.64
22	소독기	100.00	108.68	103.68
23	아기전용세탁세제	100.00	115.59	115.34
	의료용품 및 보건서비스			
24	비타민	100.00	106.30	106.98
25	기저귀	100.00	103.33	107.61
26	물티슈	100.00	100.55	101.53
27	샴푸	100.00	95.04	95.54
28	치약	100.00	101.43	101.50
29	칫솔	100.00	96.39	97.52
30	로션	100.00	95.88	97.22
31	욕조	100.00	89.53	88.08
32	유축기	100.00	100.28	93.41
33	채온기	100.00	105.08	109.92
34	예방접종비	100.00	101.29	101.10
	오락/문화용품 및 관련서비스			
35	카시트	100.00	100.10	101.46
36	유모차	100.00	95.74	95.46
37	아기띠	100.00	110.43	110.60
38	보행기	100.00	99.67	95.98
39	블록(장난감)	100.00	106.81	96.62
40	자전거	100.00	96.51	102.97
41	놀이방매트	100.00	95.83	112.88
42	돌앨범	100.00	109.28	106.19
	교육용품 및 교육서비스			
43	영유아학습지	100.00	100.00	100.00
44	영유아책	100.00	100.00	100.00
45	영유아교재교구	100.00	100.00	100.00
46	유치원순교육비	100.00	95.46	95.38
47	유치원추가비용	100.00	91.52	92.61
48	영유아영어학원	100.00	89.35	92.05
49	시간제학원	100.00	98.94	99.28
	기타상품 및 서비스			
50	어린이보험	100.00	100.00	100.00
51	어린이집보육료	100.00	101.69	101.69
52	어린이집추가비용	100.00	95.35	94.99
53	산후조리원	100.00	101.82	101.10

〈표 III-3-3〉 육아물가지수(III-2) - KICCE 베스트상품군

	품목	5월	7월	9월
	총지수	100.00	100.97	100.80
	식료품 및 관련 서비스			
1	우유	100.00	100.11	104.41
2	두유	100.00	103.60	97.07
3	치즈	100.00	100.06	99.99
4	요거트	100.00	102.19	102.45
5	분유	100.00	100.80	97.29
6	이유식	100.00	100.26	83.31
7	시리얼	100.00	99.48	97.11
	의류/신발 관련 서비스			
8	배넛저고리	100.00	97.11	103.15
9	상의	100.00	115.76	111.70
10	하의	100.00	109.50	124.02
11	외투류	100.00	108.02	145.76
12	외출복	100.00	98.92	120.79
13	내의	100.00	104.51	124.85
14	신발	100.00	95.87	97.97
	주택/수도/전기 및 주거서비스			
15	침대	100.00	100.00	100.00
16	아기식탁의자	100.00	91.60	104.96
17	이불	100.00	101.56	98.39
18	겉싸개	100.00	105.44	99.61
19	속싸개	100.00	105.41	114.44
	가정용품 및 가사서비스			
20	젓병	100.00	102.04	104.60
21	젓꼭지	100.00	97.47	99.64
22	소독기	100.00	108.68	103.68
23	아기전용세탁세제	100.00	115.59	115.34
	의료용품 및 보건서비스			
24	비타민	100.00	106.30	106.98
25	기저귀	100.00	105.17	112.05
26	물티슈	100.00	100.55	101.53
27	샴푸	100.00	95.04	95.54
28	치약	100.00	101.43	101.50
29	칫솔	100.00	96.39	97.52
30	로션	100.00	95.88	97.22
31	욕조	100.00	87.92	82.59
32	유축기	100.00	100.28	93.41
33	체온기	100.00	105.08	109.92
34	예방접종비	100.00	101.29	101.10
	오락/문화용품 및 관련서비스			
35	카시트	100.00	102.16	101.09

(표 III-3-3 계속)

품목	5월	7월	9월
36 유모차	100.00	105.69	101.82
37 아기띠	100.00	116.82	108.90
38 보행기	100.00	101.93	99.00
39 블록(장난감)	100.00	106.81	96.62
40 자전거	100.00	96.51	102.97
41 놀이방매트	100.00	95.83	112.88
42 돌앨범	100.00	111.55	106.87
교육용품 및 교육서비스			
43 영유아학습지	100.00	100.00	100.00
44 영유아책	100.00	100.00	100.00
45 영유아교재교구	100.00	100.00	100.00
46 유치원순교육비	100.00	95.46	95.38
47 유치원추가비용	100.00	91.52	92.61
48 영유아영어학원	100.00	89.35	92.05
49 시간제학원	100.00	98.94	99.28
기타상품 및 서비스			
50 어린이보험	100.00	100.00	100.00
51 어린이집보육료	100.00	101.69	101.69
52 어린이집추가비용	100.00	95.35	94.99
53 산후조리원	100.00	101.82	101.10

4. 육아물가지수 비교 및 육아물가동향 파악

2013년 5월, 7월 9월의 3개 시점 4개월간의 육아품목 가격 추이를 조사한 결과, 대체로 상승한 것으로 나타났다. 이는 전국 도시가구의 동기간 소비자물가지수(100.0, 100.1, 100.6)와 비교하여 그 상승폭이 더 크며, CPI 내 12개 육아품목의 지수 상승을 가중평균한 것(100.0, 99.9, 100.1)보다도 크다.

〈표 III-4-1〉 육아물가지수(5개) 및 소비자물가지수 비교

비목		5월	7월	9월
육아물가지수(Ⅱ, Ⅲ-1, Ⅲ-2) ¹²⁾	CPI(Ⅱ)	100.00	99.59	101.10 ↑
	KICCE_전체상품(Ⅲ-1)	100.00	100.20	100.65 ↑
	KICCE_베스트상품군(Ⅲ-2)	100.00	100.97	100.80 ↑
*소비자물가지수	전국 도시가구 481개 품목	100.00	100.09	100.56 ↑
*소비자물가지수 내 육아품목	1) CPI 가중치적용	100.00	99.89	100.12 ↑
	2) KICCE가중치적용	100.00	99.52	100.08 ↑

4개월내 3개 시점의 제한된 조사로 지수의 유용성에 대해 논의하는데 무리가 있겠으나, 본 조사 결과로 나타난 지수간 상승폭의 차이를 통해 현재의 소비자물가지수는 저출산의 위기 속에 양육부담을 갖는 영유아가구의 육아물가 변동을 반영하는데 영유아가구의 육아고유 품목과 가중치를 적용한 것에 비해 물가의 상승폭이 덜 반영되는 것으로 이해할 수 있다.

소비자물가지수 방식과 동일한 방법을 적용한 CPI 방식의 육아물가지수(II)는 CPI자료의 12개 품목지수를 이용해 산출한 것과 마찬가지로 7월에 다소 떨어졌다가 9월에 오름으로써, 5월보다 가격수준이 상승한 패턴을 보였다. 한 가지 상품을 조사하여 산출한 CPI의 경우 품목의 계절성 등이 1개 품목의 가격을 통해 고스란히 반영된 때문으로 보인다.

반면 KICCE 방식의 두 가지 상품범위 모두 7월, 9월 모두 5월 대비 지속적으로 상승하였다. 5월 대비 9월의 전체 품목의 상승폭은 (결과적으로) 1개 대표 품목을 선정한 CPI 방식에서 가장 컸으며, 그 다음으로 베스트 상품군의 평균 가격을 반영한 지수 III-2, 고가-베스트-저가의 다양한 가격대 상품군의 평균가격을 반영한 지수 III-1의 조사기간 내 지수 상승폭이 적었다. 상대적으로 다양한 가격대를 고려하여 반영한 품목수가 많은 물가지수의 산출이 전체로서의 지수 상승폭은 낮은 것으로 산출되었다. 가격변동에 대한 소비자의 대체편의가 반영된 것으로 해석된다.

복수의 상품군으로 구성하지 않은 교육용품 및 교육서비스와 기타상품 및 서비스의 지수는 동일하고 그 외 각 품목별 움직임은 상이하다. 3가지 방식으로 산출한 5월(100기준) 대비 9월 육아물가지수를 비교하고, 각 비목 내 육아 품목별 추이를 상세히 살펴보면 다음과 같다.

식품비목의 경우, 우유는 CPI 방식(II)과 베스트상품군(III-2)의 가격 추이에서는 상승하였으나, 고가-베스트-저가 통합 상품군 지수(III-)에서는 하락하였다. 치즈는 지수 3개간에 유사하게 나타났으며, 두유와 요거트는 상품군으로서의 가격 추이(III-1, III-2)가 CPI 방식보다 오른 것으로, 분유와 시리얼은 상품군으로서의 가격추이(III-1, III-2)가 CPI 방식보다 다소 내린 것으로 조사되었다. 다양한 가격수준을 고려한 상품군으로서의 가격추이가 전반적으로 CPI 방식과 다름을 알

12) 한 개 대표품목의 가격추이에 해당하는 CPI 방식은 해당제품의 가격 변동을 그대로 반영함. 반면, 소비자 부모가 접하는 다양한 가격대의 상품군의 가격으로서의 KICCE 방식은 7월과 9월의 영유아가구 소비패턴과 계절성, 그리고 구입처(유통채널)의 시즌별 가격정책까지 반영한 결과로 보임.

수 있다. 상품군 지수 내에서는 대체로 동일한 가격 증감의 추이를 보였으나 우유¹³⁾와 같이 통합지수와 베스트상품지수간에 차이가 있는 경우가 있었다.

의류/신발 비목의 경우, 상품군 지수에 의하면 영유아 상의를 제외하고는 모두 가격이 5월 대비 오른 것으로 나타났다. 반면 CPI 방식 지수에 의하면 대체로 상품군 가격지수에 비해 가격이 덜 오른 것으로 나타난 가운데, 영유아 하의와 외출복은 5월 대비 가격이 떨어진 것으로 나타났다. 의류의 경우 영유아부모가 실제 접하는 다양한 가격대를 고려할 때 영유아자녀 의류 가격이 많이 오른 것으로 보인다. 이는 9월로 접어든 추동복의 계절적 특성도 반영된 결과일 것으로, 이를 상품군으로서의 지수가 좀 더 잘 반영하는 것으로 보인다.

〈표 III-4-2〉 3개 육아물가지수 품목별 비교

품목	CPI방식 (지수 II)	KICCE-통합 (지수 III-1)	KICCE-베스트 (지수 III-2)
총지수	101.10	100.65	100.80
식료품 및 관련 서비스			
1 우유	109.08	97.85	104.41
2 두유	95.00	97.07	97.07
3 치즈	100.02	99.99	99.99
4 요거트	100.09	102.45	102.45
5 분유	99.75	97.99	97.29
6 이유식	90.24	83.31	83.31
7 시리얼	101.89	99.48	97.11
의류/신발 관련 서비스			
8 배넛저고리	100.00	102.72	103.15
9 상의	126.09	113.95	111.70
10 하의	82.86	109.87	124.02
11 외투류	143.64	151.01	145.76
12 외출복	97.74	125.33	120.79
13 내의	104.37	120.31	124.85
14 신발	100.00	101.96	97.97
주택/수도/전기 및 주거서비스			
15 침대	100.00	100.00	100.00
16 아기식탁의자	104.10	106.35	104.96
17 이불	94.13	120.53	98.39
18 겹싸개	104.36	101.45	99.61
19 속싸개	112.19	105.57	114.44

13) 우유의 경우, 올 하반기에 대체로 가격이 올랐으나, N사의 경우 소비자문제가 제기되어 일시적으로 가격하락 정책을 지속한 것이 통합상품군(지수 III-1)에 반영된 것으로 보인다.

(표 III-4-2 계속)

품목	CPI방식 (지수 II)	KICCE-통합 (지수 III-1)	KICCE-베스트 (지수 III-2)
가정용품 및 가사서비스			
20 젖병	98.18	104.60	104.60
21 젖꼭지	99.59	99.64	99.64
22 소독기	105.19	103.68	103.68
23 아기전용세탁세제	96.96	115.34	115.34
의료용품 및 보건서비스			
24 비타민	98.94	106.98	106.98
25 기저귀	108.71	107.61	112.05
26 물티슈	99.28	101.53	101.53
27 샴푸	97.51	95.54	95.54
28 치약	100.67	101.50	101.50
29 칫솔	101.40	97.52	97.52
30 로션	107.65	97.22	97.22
31 욕조	104.95	88.08	82.59
32 유축기	97.86	93.41	93.41
33 체온계	109.39	109.92	109.92
34 예방접종비	101.10	101.10	101.10
오락/문화용품 및 관련서비스			
35 카시트	105.87	101.46	101.09
36 유모차	83.30	95.46	101.82
37 아기띠	108.49	110.60	108.90
38 보행기	97.91	95.98	99.00
39 블록(장난감)	101.43	96.62	96.62
40 자전거	122.43	102.97	102.97
41 놀이방매트	100.06	112.88	112.88
42 돌앨범	106.87	106.19	106.87
교육용품 및 교육서비스			
43 영유아학습지	100.00	100.00	100.00
44 영유아책	100.00	100.00	100.00
45 영유아교재교구	100.00	100.00	100.00
46 유치원순교육비	95.38	95.38	95.38
47 유치원추가비용	92.61	92.61	92.61
48 영유아영어학원	92.05	92.05	92.05
49 시간제학원	99.28	99.28	99.28
기타상품 및 서비스			
50 어린이보험	100.00	100.00	100.00
51 어린이집보육료	101.69	101.69	101.69
52 어린이집추가비용	94.99	94.99	94.99
53 산후조리원	101.10	101.10	101.10

통합상품군의 가격지수(III-1)가 오른 것은 다양한 가격대의 제품 가격이 전반

적으로 오른 것이며, CPI 방식(Ⅱ)과 베스트상품군(Ⅲ-2)의 지수는 특정 업체의 제품과 영유아부모 소비자가 가장 많이 찾는 제품의 가격이 오른 것을 의미한다. 품목별 가격 추이가 지수산출의 제품(군)에 따라 다른 양상을 보였다.

주택/주거 비목에 해당하는 육아품목의 경우, 아기식탁의자와 이불은 통합상품군의 지수에서 가격상승폭이 가장 컸으며, 겹싸개는 CPI 방식 지수에서, 속싸개는 베스트상품군 지수에서 가장 높게 나타났다. 아기침대는 인터넷 가격조사의 동일한 방법을 채택한 관계로 지수방식간에 가격변동의 차이가 없다.

가정/가사 비목에 해당하는 육아품목의 경우, 젖병과 아기전용세탁세제는 상품군 지수에서 CPI 방식 지수보다 오른 것으로, 젖꼭지 제품은 유사한 것으로, 소독기의 경우 CPI 방식의 지수에서 좀 더 오른 것으로 나타났다.

의료/보건 비목의 경우, 비타민과 물티슈, 치약은 CPI 방식보다 상품군 지수에서 가격이 더 오른 것으로 나타난 반면, 삼푸와 칫솔, 로션, 아기목욕욕조, 유축기는 상품군 지수에서 가격이 더 떨어진 것으로 조사되었다. 예방접종비는 전화조사에 의한 산술평균의 동일 방식을 취한 관계로 지수 방식에 따른 가격변동의 차이가 없다. 기저귀는 베스트 상품군의 가격상승이 가장 컸던 것으로 나타났다.

오락/문화 비목의 경우, 카시트와 유모차, 보행기, 장난감블록, 자전거는 상품군으로서의 지수에서 가격 상승폭이 더 적어 상품 전체로 봐서는 가격상승폭이 상대적으로 적게 나타났으며, 아기띠와 놀이방매트는 상품 전반적으로 가격상승폭이 오른 것을 나타낸다.

교육과 기타상품서비스의 경우, 예방접종비와 돌앨범에서와 마찬가지로 전화조사에 의한 산술평균의 동일 방식을 취한 관계로 지수 방식에 따른 가격변동의 차이가 없다.

〈표 III-4-3〉 비목별 육아물가지수

비목	구분	5월	7월	9월
총지수	CPI	100.00	99.59	101.10 ↑
	KICCE_전체상품	100.00	100.20	100.65 ↑
	KICCE_베스트상품군	100.00	100.97	100.80 ↑
식료품 및 관련 서비스	CPI	100.00	99.75	100.94 ↑
	KICCE_전체상품	100.00	100.56	97.94 ↓
	KICCE_베스트상품군	100.00	100.78	98.79 ↓
의류/신발 관련 서비스	CPI	100.00	103.66	109.32 ↑
	KICCE_전체상품	100.00	105.89	117.89 ↑
	KICCE_베스트상품군	100.00	106.40	119.04 ↑

(표 III-4-3 계속)

비목	구분	5월	7월	9월
주택/수도/전기 및 주거 서비스	CPI	100.00	101.02	99.28 ↓
	KICCE_전체상품	100.00	104.75	107.16 ↑
	KICCE_베스트상품군	100.00	100.69	100.38(↑)
가정용품 및 가사서비스	CPI	100.00	96.45	98.77 ↓
	KICCE_전체상품	100.00	106.51	107.11 ↑
	KICCE_베스트상품군	100.00	106.51	107.11 ↑
의료용품 및 보건서비스	CPI	100.00	99.23	104.69 ↑
	KICCE_전체상품	100.00	102.11	104.47 ↑
	KICCE_베스트상품군	100.00	103.03	106.68 ↑
오락/문화용품 및 관련 서비스	CPI	100.00	105.30	99.96 ↓
	KICCE_전체상품	100.00	102.39	102.21 ↑
	KICCE_베스트상품군	100.00	106.61	104.13 ↑
교육용품 및 교육서비스	CPI	100.00	96.41	96.77 ↓
	KICCE_전체상품	100.00	96.41	96.77 ↓
	KICCE_베스트상품군	100.00	96.41	96.77 ↓
기타상품 및 서비스	CPI	100.00	100.19	100.05(↑)
	KICCE_전체상품	100.00	100.19	100.05(↑)
	KICCE_베스트상품군	100.00	100.19	100.05(↑)

각 비목별 지수를 살펴보면 KICCE(통합)과 KICCE(베스트)의 지수 움직임은 비슷한 가운데, 모든 육아물가지수(Ⅱ, Ⅲ-1, Ⅲ-2)가 동일한 추이를 보인 것은 의류/신발과 의료/보건, 교육 및 기타상품서비스의 4개 비목으로 나타났다. 대체로 의류/신발의 섬유류 관련 육아품목의 가격 상승폭이 (지수간 동일하게) 가장 컸다. 의류/신발 관련 서비스 품목에서 내의, 신발은 계절적 요인으로 인해 7월에는 5월 대비 지수가 떨어지는 경향이 있었다. 춘추복으로 제품이 바뀌는 9월의 경우 계절성을 고려하여도, 영유아 자녀 양육시 의류비 지출에 부담이 될 것으로 보인다.

그 다음으로 비타민, 기저귀, 물티슈, 치약, 칫솔, 예방접종비 등으로 구성된 의료/보건 비목의 경우가 육아품목 상승폭이 5월 대비 9월에 컸다. 기저귀와 체온계, 비타민의 가격상승폭이 컸고, 샴푸, 칫솔, 로션, 유축기의 가격은 떨어진 것으로 조사되었다.

교육 및 기타상품서비스에 해당하는 어린이집, 유치원 학원, 학습지 등의 품목은 다양한 가격대의 상품군 선정이 어려워 대표상품으로 종류와 수를 최대한 제한한 결과이다. 그 결과, 3개 방식의 지수가 동일한 추이를 보였다. 유치원과 어린이집, 학원 등의 비용이 5월 상반기 대비 다소 감소한 것으로 나타나 전체

적으로 가격이 떨어진 것으로 조사되었다. 기타 상품 및 서비스의 가격에서도 3개지수가 동일한 추이를 보였다.

식료품과 주택/수도/전기, 가정용품/가사서비스, 오락/문화용품서비스에서는 CPI와 KICCE의 산출 방식에 따라 지수의 방향성이 다르게 나타났다. 식료품 및 관련 서비스의 경우 CPI 방식 지수는 7월은 5월과 비교하여 떨어지고 9월은 상승하였으나, KICCE(통합), KICCE(베스트) 방식의 지수는 5월 대비 7월은 오르고 9월은 감소하는 추이를 보이고 있다.

앞서 살펴본 대로 '우유'의 경우 CPI 방식에서는 해당 상품의 가격 변동에 의해 9월의 지수 변동이 KICCE(통합), KICCE(베스트상품군) 방식보다 상승폭이 컸다. 다양한 가격대의 여러 상품을 고려한 KICCE(통합) 방식은 우유의 지수가 5월과 비교하여 7월, 9월 모두 떨어졌다.

CPI 방식에서 오락/문화용품 및 관련서비스의 대표적인 육아 품목인 유모차는 5월에 비해 7월, 9월의 지수가 하락하였는데 이는 연말로 갈수록 다음해 신상품 출시를 앞두고 있어 당해 연도 상품의 가격을 낮추고 있는 것으로 판단된다. 또한 어린이보험, 침대(렌탈침대 기준), 영유아 학습지, 교재교구, 영유아 책(전집) 등은 당해 정해진 가격은 변동이 없음을 알 수 있다. 그 외에 유치원 순교육비와 추가비용, 어린이집 추가비용은 5월과 비교하여 7월, 9월 모두 감소하였다. 산출 방식에 따라 포함하고 있는 상품이 상이하여 품목별 5월, 7월, 9월의 가격에서 일관성 있는 움직임을 찾기는 쉽지 않으나, 다양한 상품군의 전반적인 가격의 추이를 알아보고자 하였다.

이로써 2013년 5월~9월 4개월간의 육아물가지수의 추이를 살펴본 결과, 유치원과 어린이집의 가격 하락이 유지되고 있어, 영유아기 보육·교육 서비스 지원 및 이후 관리감독의 정책 효과가 시장가격의 측면에서 나타나고 있다. 그러나 영유아자녀를 양육하는데 드는 총 비용에 해당하는 육아물가의 측면에서는 전국 가구의 물가상승보다 높은 상승폭을 보임을 알 수 있다. 이는 의류, 기타 내구재 공산품에 해당하는 육아품목의 가격이 상승한 결과로, (의류의 계절성을 고려하더라도) 육아지원정책이 영유아가구의 전반적인 양육부담 완화로 이어지기 위해서는 다른 품목에 대한 가격관리 정책과 병행되어야 함을 알 수 있다.

지수산출의 방식에 있어서도, 식품과 같이 대체할 수 있는 상품군과 가격대가 다양한 경우를 제외하고는, 현행 CPI방식보다 다양한 가격대의 상품군의 가격을 고려한 경우가, 소수의 대표품목을 추적 조사한 경우보다 해당품목의 가격

상승을 나타내는 경우가 많았다. 따라서 영유아가구가 체감하고 부담하는 가격으로서의 물가지수를 산출할 경우, 보다 다양한 구입채널의 상품군을 고려할 필요가 있겠다. 왜냐하면 영유아 자녀를 위한 투자와 소비지출을 아끼지 않는 부모의 양육특성 상, 고소득층이 아니더라도 고가의 제품과 서비스에 대한 수요와 지출이 일정수준 유지되기 때문이다(예: 그림 III-5-1). 육아물가지수 산출방식의 다변화와 시장가격 추이에 대한 보다 세밀한 분석이 요구된다.

5. 육아체감물가지수

가. 영유아부모의 육아소비 패턴

1) 영유아 주요 소비재의 구입 특성

영유아부모 조사를 통해, 육아대표품목 중 상품(소비재, 내구재)과 서비스로 구분하여 주요 품목을 선정, 품목별 구입채널과 구입비용에 대해 조사하여 물가지수 산출 및 조사처 구성의 정보로 활용하였다.

우유, 분유 등과 같은 주요 생필품과 옷과 같은 소비재의 구입장소를 조사한 결과, 대체로 품목별로 ‘대형마트’와 ‘인터넷’ 구입이 가장 많았다. 의류의 경우 백화점과 전문매장에서, 비타민의 경우 인터넷 직접구입과 공동구입, 그리고 기타 약국과 판매원을 통해 구입하기도 하는 것으로 조사되었다. 영유아 물품과 서비스의 구입장소는 물가지수 조사와 산출에 중요한 요인이라 할 수 있다.

〈표 III-5-1〉 영유아 주요 소비재 구입처

단위: %

	대형 마트	백화점	소형 마트	재래 시장	인터넷	직구 공구	박람회	전문 매장	기타	계(수)
<u>5~9월 평균</u>										
1) 우유	62.7	0.5	22.1	0.2	4.1	1.3	0.0	1.9	7.2	100.0(599)
2) 분유	28.6	0.8	2.0	0.2	62.7	2.8	0.7	0.9	1.3	100.0(223)
3) 이유식	36.4	2.1	3.4	2.3	41.2	3.4	1.3	5.5	4.4	100.0(132)
4) 기저귀	12.4	0.1	1.0	0.0	83.5	1.8	0.5	0.0	0.8	100.0(522)
5) 비타민	16.8	2.9	0.9	0.2	36.5	19.3	0.7	7.8	14.9	100.0(388)
6) 물티슈	19.8	0.2	2.4	0.1	76.1	0.8	0.4	0.2	0.1	100.0(712)

(표 III-5-1 계속)

	대형 마트	백화점	소형 마트	재래 시장	인터넷	직구 공구	박람회	전문 매장	기타	계(수)
7) 내의류	29.6	13.0	0.6	2.1	37.6	4.1	1.3	10.5	1.2	100.0(638)
8) 겉옷	18.8	17.3	0.6	3.0	34.8	8.5	0.3	14.2	2.5	100.0(695)
9) 완구류	39.1	1.6	1.7	0.6	45.5	3.4	0.9	5.0	2.2	100.0(672)

2) 영유아 주요 내구재의 구입 특성

카시트, 유모차와 같은 영유아용 내구재는 ‘인터넷’을 통해 가장 많이 구입하였으며, 그 다음으로 전문매장, 대형마트의 순으로 조사되었다. 또한 영유아용품 박람회와 인터넷 직구/공구를 통해서도 구입하는 것으로 나타나, 내구재 상품에 대한 구입채널이 다양하게 발전하고 있음을 알 수 있다. 영유아 교재교구와 전집 책의 구입은 인터넷에서 구입하는 경우가 과반 이상으로 가장 많았으며, 그 다음으로 전문매장과 기타 판매원 등의 구입 경로를 이용하는 것으로 조사되었다. 영유아부모의 육아품목에 대한 인터넷 구입이 많아짐에 따라 구입채널로서의 온라인매장 인터넷의 중요성 뿐 아니라, 관련 정보의 제공 즉 가격 및 품질 정보와 같은 건전한 소비자 정보 제공의 장으로서 인터넷 공간의 중요성이 더욱 커진다고 하겠다. 육아품목 관련하여 소비자단체와 영유아부모 커뮤니티의 보다 활발한 육아품목 대상 가격과 품질 모니터링이 이루어질 필요가 있겠다.

〈표 III-5-2〉 영유아 주요 내구재 구입처

단위: %

	대형 마트	백화점	소형 마트	재래 시장	인터넷	직구 공구	박람회	전문 매장	기타	계(수)
<u>5~9월 평균</u>										
1) 카시트	8.0	10.7	0.1	0.0	47.0	4.1	8.4	14.5	7.0	100.0(539)
2) 유모차	12.6	13.5	0.4	0.2	38.5	4.8	7.3	17.1	5.6	100.0(602)
3) 아기띠	5.7	9.6	0.2	0.4	54.7	3.6	6.1	13.2	6.5	100.0(585)
4) 매트	16.1	0.8	0.3	0.3	73.2	2.1	3.4	1.7	2.2	100.0(587)
5) 자전거	16.4	2.1	0.7	0.5	47.8	5.2	1.1	20.1	6.0	100.0(418)
8) 교재교구/책	3.0	0.3	0.1	0.0	53.5	9.3	2.9	15.1	15.8	100.0(542)

주: 교재교구/책은 관련 교육서비스의 제공을 포함하기도 함.

나. 영유아부모 체감조사결과 및 지수¹⁴⁾

소비자물가지수의 체감도 부족에 대한 지적에 따라 체감물가지수의 산출 및 산출방식에 대한 논의가 활발히 진행되고 있다(예: 조지성, 2013; 통계청, 2013c; 한국은행, 2012). 본 과제는 영유아자녀를 둔 가구의 부모를 대상으로 육아지출 가격 등에 대한 의견과 체감을 조사하는 방식으로 육아물가 체감지수를 산출하였다. 물가지수 산출과는 다른 방법으로, 한국은행의 소비자동향조사 및 소비자심리지수 조사에 근거한 방법을 택하였다.

온라인조사에 응답한 전국 영유아가구의 경기 및 생활형편 현재와 향후 전망은 대체로 부정적으로 응답한 가구가 긍정적으로 응답한 가구수보다 많은 것으로 나타났다. 또한 향후(6개월 후) 육아소비지출전망과 육아품목의 물가수준에 대해서는 육아물가수준이 오르고 육아관련 지출이 더 많아질 것이라는 전망을 하였다(표 III-5-11, 그림 III-5-2 참조). 일례로 지난 (1년간) 육아품목의 물가상승은 5월 조사 기준, 부정적(많이 올랐다)으로 응답한 가구수가 55.2%인 반면 그렇지 않은 가구수(많이 내렸다)는 2.3%로, 지난 1년간 육아물가의 상승을 많은 영유아가구에서 체감하고 있는 것으로 나타났다.

1) 영유아 주요 물품(소비재)에 대한 가격 체감

영유아부모 대상 설문조사를 통해 9개 주요 소비재 품목에 대한 가격수준 체감과 가격부담, 그리고 가격변동에 대한 체감을 조사한 결과를 지수화하여 제시하면 다음과 같다.

우선 주요 소비재에 대한 5월~9월 체감도를 평균한 결과(표 III-5-3), 대체로 소비재 품목의 가격수준이 부담이 된다는 응답을 한 가구수가 부담이 되지 않는다는 가구수보다 모두 높게 나타났다. 지수화 한 가격체감도를 살펴본 결과, 육아소비재 중에서 '완구류'와 '분유'에 대한 가격부담이 가장 컸으며, '겉옷'과 '이유식', '기저귀'에 대한 가격부담도 높게 나타났다. 상대적으로 '물티슈'와 '내의류', '우유'에 대한 가격부담은 적었다.

14) 통계청 소비자동향지수(CSI)의 개별동향지수 계산법 적용

: 영유아가구 소비동향지수(CCSI)개별지수가 100보다 높은 경우, 부정적으로 응답한 가구수가 긍정적으로 응답한 가구수보다 많음을, 100보다 낮은 경우에는 그 반대의 의미를 나타냄. 지수산출 방식이 CPI와 달라 육아 물가지수와 체감지수간의 직접적인 비교는 어려움.

〈표 III-5-3〉 육아 소비재 가격체감

단위: %(명), 점

	평균점수			월별지수			평균지수	계(수)
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5~9월	
1) 우유	3.4	3.5	3.7	119.1	123.9	136.1	126.3	100.0(599)
2) 분유	3.8	3.9	4.0	140.4	147.4	150.1	146.0	100.0(223)
3) 이유식	3.8	3.8	3.9	138.3	141.0	144.4	141.2	100.0(132)
4) 기저귀	3.7	3.8	3.8	136.7	140.3	141.7	139.6	100.0(522)
5) 비타민	3.4	3.6	3.6	121.7	128.5	129.9	126.7	100.0(388)
6) 물티슈	3.1	3.3	3.3	107.2	114.0	115.6	112.2	100.0(712)
7) 내의류	3.3	3.4	3.4	116.5	118.2	122.4	119.0	100.0(638)
8) 겔옷	3.8	3.9	3.9	142.3	143.1	146.8	144.1	100.0(695)
9) 완구류	4.1	4.1	4.2	154.6	157.5	161.4	157.8	100.0(672)
체감지수				131.9	136.6	140.2	136.2	

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점척도 응답을 평균한 값임.

2) 지수=((매우부정*1.0+다소부정*0.5+비슷*0.0+다소긍정*0.5+매우긍정*1.0)/전체응답가구수*100)+100

9개 품목 육아소비재에 대한 5점척도 체감 응답을 5, 7, 9월별 추이로 살펴본 결과, 시간이 지날수록 영유아부모의 가격수준 체감이 부담이 된다고 응답한 가구수가 많아지는 것으로 나타났다. 계절성으로 인한 가격인상을 고려하더라도 (예: 내의류, 겔옷), 전반적으로 육아소비재에 대한 가격체감에 대한 부담이 가중되는 양상임을 알 수 있다(표 III-5-3).

〈표 III-5-4〉 육아 소비재 가격부담

단위: %(명), 점

	평균점수			월별지수			평균지수	계(수)
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5~9월	
1) 우유	2.8	2.9	3.2	92.1	97.0	108.8	99.3	100.0(599)
2) 분유	3.7	3.8	3.7	136.8	137.6	137.1	137.1	100.0(223)
3) 이유식	3.5	3.5	3.5	126.2	125.9	126.6	126.2	100.0(132)
4) 기저귀	3.7	3.7	3.7	135.8	134.3	133.5	134.5	100.0(522)
5) 비타민	3.2	3.3	3.3	109.5	113.8	116.4	113.2	100.0(388)
6) 물티슈	3.0	3.0	3.1	99.3	102.3	104.9	102.2	100.0(712)
7) 내의류	3.2	3.2	3.4	111.5	110.0	117.7	113.1	100.0(638)
8) 겔옷	3.8	3.8	3.9	140.0	140.9	144.1	141.6	100.0(695)
9) 완구류	4.0	4.0	4.0	151.1	150.3	151.5	150.9	100.0(672)
체감지수				124.9	125.8	127.9	126.2	

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점척도 응답을 평균한 값임.

2) 지수=((매우부정*1.0+다소부정*0.5+비슷*0.0+다소긍정*0.5+매우긍정*1.0)/전체응답가구수*100)+100

소비재 9개 품목의 가격이 가계에 얼마나 부담이 되는지 조사한 결과, ‘우유’를 제외하고는 가계에 부담이 된다고 응답한 가구의 수가 부담이 되지 않는다고 응답한 가구 수보다 많았다. 가격체감에서와 유사하게 ‘완구류’와 ‘겂옷’에 대한 가계부담이 가장 컸으며, 그 다음으로 ‘분유’와 ‘기저귀’, ‘이유식’의 순으로 나타났다. 상대적으로 ‘비타민’, ‘물티슈’, ‘내의류’에 대한 가계부담은 적었다(표 III-5-4).

〈표 III-5-5〉 육아 소비재 가격변동체감

단위: %(명), 점

	평균점수			월별지수			평균지수	계(수)
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5~9월	
1) 우유	3.9	3.9	4.2	144.5	143.3	160.2	149.3	100.0(589)
2) 분유	4.0	3.9	4.0	150.3	144.6	151.2	148.7	100.0(205)
3) 이유식	4.0	3.9	3.8	147.9	143.4	142.2	144.5	100.0(117)
4) 기저귀	3.9	3.9	4.0	142.5	144.2	147.6	144.7	100.0(494)
5) 비타민	3.6	3.6	3.7	129.6	132.2	132.7	131.5	100.0(368)
6) 물티슈	3.5	3.6	3.6	127.2	127.5	127.9	127.5	100.0(681)
7) 내의류	3.7	3.6	3.7	133.9	131.6	135.1	133.5	100.0(611)
8) 겂옷	4.0	4.0	4.1	150.8	149.9	152.4	151.0	100.0(662)
9) 완구류	4.2	4.2	4.2	158.8	158.9	158.1	158.6	100.0(638)
체감지수				143.5	142.4	147.8	144.6	

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점척도 응답을 평균한 값임.

2) 지수=(매우부정*1.0+다소부정*0.5+비슷*0.0+다소긍정*0.5+매우긍정*1.0)/전체응답가구수*100+100

소비재 9개 품목의 가격‘변동’에 대한 체감을 지수화 한 결과, 가격이 올랐다고 응답한 가구수가 떨어졌다고 응답한 가구수보다 많았다. 가격이 올랐다는 응답 가구수가 가장 많았던 품목은, 즉 가격변동 체감도가 가장 높은 품목은 ‘완구류’와 ‘겂옷’이었으며, 그 다음으로 ‘우유’와 ‘분유’, ‘기저귀’와 ‘이유식’의 순이었다. 연중 인상된 우유가격 인상에 대한 체감이 반영된 결과로 보인다. ‘물티슈’의 가격변동 체감은 상대적으로 가장 적었다(표 III-5-5).

영유아가구의 육아 소비재에 대한 가격체감과 가계부담, 가격변동에 대한 체감은 5월, 7월 대비 9월의 부정적 체감이 늘어난 높은 수준을 보였다.

2) 영유아 주요 내구재/서비스에 대한 가격 체감

영유아 내구재와 서비스의 현재 가격수준에 대한 5월~9월 체감도를 지수화

한 결과, 대체로 내구재와 서비스 품목에서도 가격이 부담이 된다고 응답한 가구수가 부담이 되지 않는다는 가구보다 많았다. 그 중에서도 ‘산후조리원’과 ‘돌/앨범’에 대한 가격수준 체감이 가장 컸으며, 그 다음으로 ‘교재교구/책’, ‘유모차’, ‘매트’, ‘학원’의 순으로 응답되었다. 상대적으로 가격체감에 대한 부정응답률이 제시된 내구재/서비스 품목 중에서 ‘어린이집’과 ‘유치원’에서 가장 낮았다.

개별품목별로 봤을 때, 육아지원의 효과가 어린이집과 유치원의 가격수준에 대한 부모체감도에서도 나타남을 알 수 있다. 그러나 이는 모두 가격수준이 높다는 부정응답률이 많은 가운데 나타난 상대적 비교의 결과이다(표 III-5-6).

〈표 III-5-6〉 육아 내구재/서비스 가격체감

단위: %, 점

	평균점수			월별지수			평균지수 5~9월	계(수)
	5월	7월	9월	5월	7월	9월		
1) 카시트	3.8	3.8	3.8	140.8	141.8	142.1	141.5	100.0(539)
2) 유모차	4.0	4.0	4.0	149.6	151.9	148.9	150.1	100.0(602)
3) 아기띠	3.7	3.8	3.8	136.9	141.2	139.2	139.1	100.0(585)
4) 매트	3.9	4.0	4.0	144.4	147.7	147.9	146.7	100.0(587)
5) 자전거	3.8	3.9	3.9	142.0	143.7	145.7	143.8	100.0(418)
6) 돌/앨범	4.4	4.4	4.4	168.8	170.5	169.7	169.6	100.0(551)
7) 산후조리원	4.4	4.5	4.5	172.2	175.5	174.4	174.0	100.0(397)
8) 교재교구/책	4.0	4.1	4.0	152.3	153.9	150.4	152.2	100.0(542)
9) 학습지	3.7	3.8	3.8	137.4	137.9	138.1	137.8	100.0(327)
10) 학원	3.9	4.0	3.9	144.1	148.0	144.5	145.5	100.0(129)
11) 어린이집	3.5	3.6	3.6	126.8	130.3	128.5	128.5	100.0(440)
12) 유치원	3.6	3.5	3.7	128.6	123.8	132.9	128.4	100.0(163)
13) 보험	3.8	3.9	3.9	140.7	143.6	143.1	142.5	100.0(621)
체감지수				138.5	139.8	140.4	139.6	

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점척도 응답을 평균한 값임.

2) 지수=((매우부정*1.0+다소부정*0.5+비슷*0.0+다소긍정*0.5+매우긍정*1.0)/전체응답가구수*100)+100

내구재/서비스 품목의 가격이 가계에 얼마나 부담이 되는지 조사한 결과(표 III-5-7), 대부분의 품목에서 가계에 부담이 된다고 응답한 가구의 수가 부담이 되지 않는다고 응답한 가구보다 많았다. 가격체감에서와 마찬가지로 ‘산후조리원’과 ‘돌/앨범’에 대한 가격수준 체감이 가장 컸으며, 그 다음으로 ‘교재교구/책’, ‘유모차’, ‘학원’, ‘카시트’의 순으로 응답되었다. 가격체감에서와 마찬가지로 제시된 품목 중 ‘어린이집’과 ‘유치원’에 대한 가계부담이 가장 낮았다. 유치원에 비해 어린이집에 대한 가계부담이 좀 더 낮았다. 5월에서 9월까지 4개월간 내구

재/서비스 육아품목에 대한 가계부담에 큰 변화는 없었다. 육아소비재의 가계부담에 비해 육아서비스와 내구재에 대한 가계부담도가 더 큰 가운데, 그 중에서도 출산 후 신생아기와 영아기 서비스인 산후조리원과 돌앨범비, 영유아 사교육비와 유모차, 카시트 등의 내구재 마련에 대한 부담이 큼을 알 수 있다(표 III-5-7).

〈표 III-5-7〉 육아 내구재/서비스 가계부담

단위: %, 점

	평균점수			월별지수			평균지수	계(수)
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5~9월	
1) 카시트	3.9	3.8	3.9	143.6	142.3	145.3	143.7	100.0(539)
2) 유모차	3.9	4.0	4.0	146.4	149.1	148.0	147.8	100.0(602)
3) 아기띠	3.5	3.6	3.6	124.3	129.2	128.7	127.4	100.0(585)
4) 매트	3.7	3.7	3.7	133.4	134.3	136.6	134.8	100.0(587)
5) 자전거	3.6	3.7	3.7	130.6	134.1	135.5	133.4	100.0(418)
6) 돌/앨범	4.3	4.3	4.4	165.2	167.4	169.6	167.4	100.0(551)
7) 산후조리원	4.5	4.6	4.6	176.7	179.2	179.7	178.5	100.0(397)
8) 교재교구/책	4.0	4.0	4.0	150.7	150.2	148.9	149.9	100.0(542)
9) 학습지	3.6	3.6	3.6	128.3	129.7	130.0	129.3	100.0(327)
10) 학원	3.9	3.9	4.0	144.6	143.8	147.6	145.3	100.0(129)
11) 어린이집	3.4	3.5	3.4	120.5	123.5	120.3	121.4	100.0(440)
12) 유치원	3.6	3.4	3.6	129.5	122.5	129.2	127.0	100.0(163)
13) 보험	3.7	3.8	3.8	137.0	137.5	138.0	137.5	100.0(621)
체감지수				135.4	135.5	136.1	135.7	

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점척도 응답을 평균한 값임.

2) 지수=(매우부정*1.0+다소부정*0.5+비슷*0.0+다소긍정*0.5+매우긍정*1.0)/전체응답가구수*100+100

내구재/서비스의 지난 6개월간 가격변동 체감에 대해 질문한 결과(표 III-5-8), 대체로 가격이 올랐다고 응답한 가구가 더 많은 가운데, ‘산후조리원’과 ‘돌앨범’의 가격이 올랐다고 응답한 가구수가 가장 많았다. 그 다음으로 ‘유모차’, ‘교재교구/책’, ‘보험’, ‘카시트’, ‘학원’의 순으로 유사하게 높았다. 영유아 보험의 가계부담도가 높게 응답되었음에 유의할 필요가 있겠다. 한편 ‘어린이집’과 ‘유치원’, ‘학습지’에 대한 가격변동의 체감은 상대적으로 적었다. 그러나 변동체감도 130이상의 높은 수준에서의 상대적 비교 결과이다.

〈표 III-5-8〉 육아 내구재/서비스 가격 변동체감

단위: %, 점

	평균점수			지수			평균지수	계(수)
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5~9월	
1) 카시트	3.9	3.9	3.9	145.2	144.8	145.0	145.0	100.0(499)
2) 유모차	4.0	4.0	4.0	150.6	151.1	148.7	150.1	100.0(563)
3) 아기띠	3.8	3.8	3.8	139.5	140.1	140.1	139.9	100.0(515)
4) 매트	3.8	3.9	3.9	138.3	144.3	142.4	141.6	100.0(534)
5) 자전거	3.8	3.9	3.9	141.3	146.4	145.8	144.5	100.0(380)
6) 돌/앨범	4.2	4.2	4.2	157.9	159.6	159.7	159.0	100.0(519)
7) 산후조리원	4.4	4.4	4.4	167.8	168.9	169.2	168.6	100.0(378)
8) 교재교구/책	3.9	4.0	3.9	145.6	147.4	146.7	146.6	100.0(522)
9) 학습지	3.8	3.8	3.8	138.0	141.4	137.8	139.0	100.0(313)
10) 학원	3.9	3.9	3.9	142.4	145.6	146.3	144.8	100.0(125)
11) 어린이집	3.7	3.7	3.6	134.1	133.1	131.4	132.9	100.0(408)
12) 유치원	3.7	3.7	3.7	136.1	134.4	135.7	135.4	100.0(163)
13) 보험	3.9	3.9	3.9	143.2	146.5	146.7	145.4	100.0(621)
체감지수				141.4	141.8	141.3	141.5	

주: 1) 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점척도 응답을 평균한 값임.

2) 지수=(매우부정*1.0+다소부정*0.5+비슷*0.0+다소긍정*0.5+매우긍정*1.0)/전체응답가구수*100+100

산출한 비목별 육아물가체감지수를 비교하면(표 III-5-3~8), 가격체감과 가계부담 면에서 육아 소비재보다는 내구재와 서비스가, 그 중에서도 내구재보다는 서비스가 높음을 알 수 있다. 서비스 품목 중에서도 산후조리원과 돌/앨범 등, 신생아기/영아기 서비스에 해당하는 품목의 가격체감과 가계부담이 가장 컸다.

개별품목별로 봤을 때, 가계부담도 면에서 ‘산후조리원’, ‘돌/앨범’, ‘완구류’, ‘교재교구/책’, ‘유모차’의 순으로 나타나 현재 영유아가구의 가계부담이 가장 큰 품목으로, 산후조리원, 영유아 사교육, 부피가 있는 장난감과 유모차와 같은 승용물 내구재의 장만으로 구분됨을 알 수 있다. 내구재/서비스 품목 중 어린이집과 유치원에 대한 가격체감 및 가계부담, 변동의 체감이 가장 적었다. 여전히 어린이집과 유치원 비용에 대한 부정적 체감을 하는 영유아가구가 절대적으로 많은 상황이나, 다른 품목에 비해 상대적으로 부정적 체감이 적은 점에서 육아 지원의 효과가 부모의 체감지수에도 일정부분 반영된 것으로 보인다.

전반적으로 가격 자체에 대한 체감과 가계부담도 보다는 가격이 올랐다는 ‘변동’에 대한 체감이 가장 컸으며, 대체로 5~9월 시간이 지날수록 부정적 체감은 증가하는 양상을 보였다. 단 내구재/서비스의 가격변동 체감 평균에는 5~9월간 변화가 없었다.

3) 기관서비스, 비용지원 만족도

한편, (가격 외에) 영유아 부모에게 유치원과 어린이집의 서비스 이용과 비용 지원에 대한 만족도를 질문한 결과, 전반적으로 '보통이상'의 수준으로 부정응답률보다 긍정응답률이 높았다.

〈표 III-5-9〉 비용지원 및 서비스 체감만족도(5~9월)

단위: %(명), 점

구분	매우 불만족	대체로 불만족	보통	약간 만족	매우 만족	계(수)	평균
유치원 비용 지원	4.4	16.9	34.3	26.0	18.4	100.0(473)	3.37
어린이집 비용 지원	2.6	14.3	29.3	34.2	19.6	100.0(1513)	3.54
양육수당 지원	6.4	18.8	39.0	26.7	9.1	100.0(1075)	3.13
유치원 서비스 이용	1.9	7.8	33.4	35.9	20.9	100.0(473)	3.66
어린이집 서비스 이용	1.2	8.1	28.0	43.4	19.3	100.0(1513)	3.71
학원 서비스 이용	0.9	8.1	42.2	41.1	7.8	100.0(806)	3.47

주: 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점척도 응답을 평균한 값임.

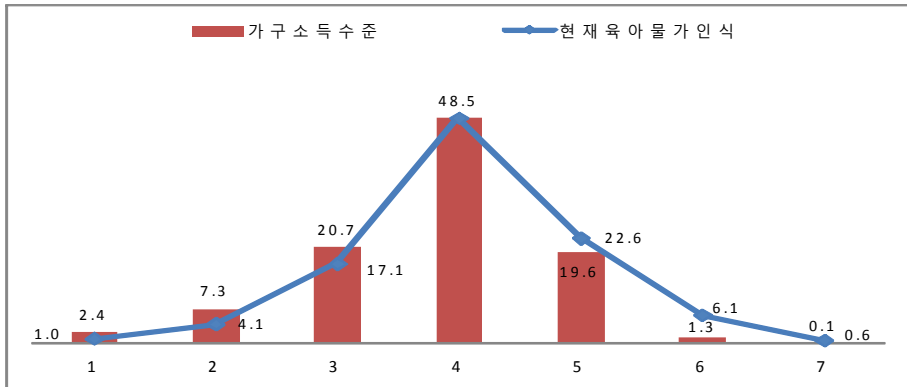
유치원·어린이집의 기관서비스 '실제 이용' 만족도가 유치원·어린이집 및 양육수당의 '비용 지원'에 대한 만족도보다 높음이 특징적이다. 비용지원 중에서는 양육수당의 지원만족도가, 서비스이용 중에서는 학원 만족도가 상대적으로 낮았다. 비용지원과 실제 서비스이용 면에서 어린이집에 대한 만족도가 상대적으로 높았다. 이는 유치원과 어린이집, 학원 서비스를 이용하는 가구의 사회경제적 특성과도 상관이 있는 것으로 보인다.

4) 가구소득 대비 육아물가 수준 인식

한편 본인이 인식하는 가구 소득수준 대비 현재 지출하는 육아물가의 수준이 어떠한지 비교하여 7점 척도로 평정하도록 하였다. 온라인조사에 응한 전국 영유아가구의 가구 소득수준 체감과 영유아 물품 및 서비스의 구매가격수준에 대한 체감을 질문한 결과, 전반적으로 현재 가구의 소득수준보다 실제 구입하고 지출하는 육아품목의 물가 수준이 좀 더 높다고 인식하는 것으로 나타났다. 이는 가구 소득수준이 높을수록 상대적으로 높은 가격의 육아물품을 구입, 이용하는 경향도 드러난 것으로 보인다. 이러한 소비패턴은 중산층 이상 영유아가구의 육아물가 체감에도 영향을 미칠 것으로 보인다.

〈표 III-5-10〉 본인이 인식하는 가구 소득수준과 현재 육아물가 인식-5월기준

구분	단위: %						
	1	2	3	4	5	6	7
가구 소득수준	2.4	7.3	20.7	48.5	19.6	1.3	0.1
현재육아물가인식	1.0	4.1	17.1	48.5	22.6	6.1	0.6



〔그림 III-5-1〕 본인이 인식하는 가구 소득수준과 현재 육아물가 인식

다. 영유아가구 경제 인식 및 육아물가 전망

소비자동향조사의 소비자심리지수는, 소비자들의 경제상황에 대한 심리를 종합적으로 나타내기 위해 총 6개의 개별지수의 평균과 표준편차를 이용하여 표준화 한 후 합성하여 산출한다(한국은행, 2013). 본 연구에서는 ① 현재생활형편 ② 현재경기판단 ③ 생활형편전망 ④ 향후경기전망의 소비자동향 항목에 ⑤ 육아소비지출전망 ⑥ 현재육아물가지수인식 ⑦ 향후육아물가수준 전망으로 추가 구성하여 항목별로 제시하였다.

한국은행 소비자동향조사 결과 양식에 준하여 정리하면 다음과 같다(표 III-5-11). 육아물가체감의 측면에서 생활형편과 경기 전반에 대한 인식보다 부정적인 체감이 더 많았다¹⁵⁾. 영유아가구의 경우, 향후 전반적인 생활형편과 경기에

15) 통계청 소비자동향지수(CSI)의 개별동향지수 계산법 적용

: 영유아가구 소비동향지수(CCSI)개별지수가 100보다 높은 경우, 부정적으로 응답한 가구수가 긍정적으로 응답한 가구수보다 많음을, 100보다 낮은 경우에는 그 반대의 의미를 나타냄. 지수산출 방식이 CPI와 달라 육아 물가지수와 체감지수간의 직접적인 비교는 어려움.

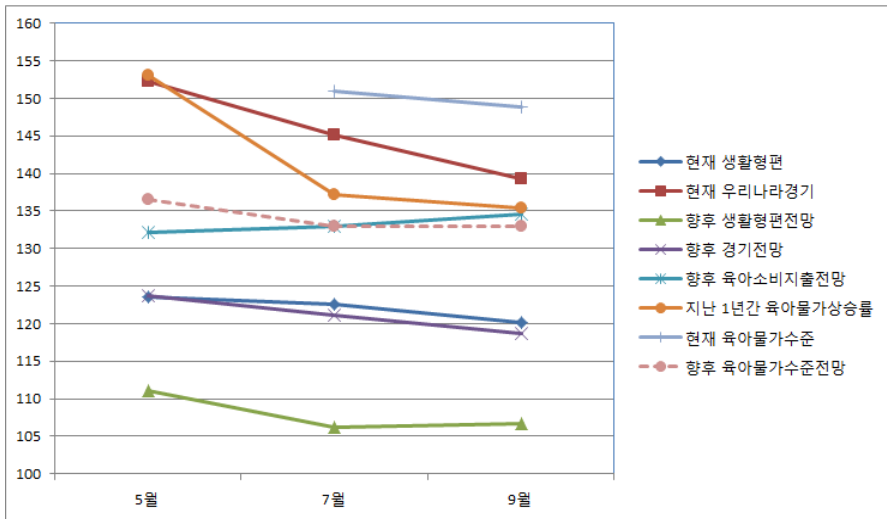
대한 전망에 비해 육아 관련 소비지출과 육아물가수준에 대한 전망이 더 부정적인 것으로 나타났다. 그 가운데, 지난 1년과 현재에 비해 향후 전망에 대한 부정응답률이 다소 감소하여 미래의 육아지출과 육아물가에 대한 영유아부모의 긍정적 전망이 일부 반영된 것으로 보인다.

〈표 III-5-11〉 현재 및 향후 생활형편 및 육아물가/지출 전망

단위: 점

	평균점수			부모체감지표				계(수)
	5월	7월	9월	5월	7월	9월	5~9월	
현재 생활형편	2.5	2.5	2.6	123.5	122.6	120.1	122.0	100.0(818)
현재 우리나라경기	2.0	2.1	2.2	152.2	145.1	139.3	145.5	100.0(818)
향후 생활형편전망	2.8	2.9	2.9	111.0	106.2	106.7	107.9	100.0(818)
향후 경기전망	2.5	2.6	2.6	123.7	121.1	118.7	121.1	100.0(818)
지난 1년간 육아물가상승률	2.5	3.7	3.7	153.0	137.2	135.4	141.9	100.0(800)
현재 육아물가수준	-	4.0	4.0	-	150.9	148.8	149.9	100.0(800)
향후 육아소비지출전망	3.6	3.7	3.7	132.1	133.0	134.6	133.2	100.0(818)
향후 육아물가수준전망	3.7	3.9	3.9	136.6	133.0	133.0	134.2	100.0(818)

주: 제시된 평균 점수는 각 차수별 5점척도 응답을 평균한 값임.



[그림 III-5-2] 현재 및 향후 생활형편 및 육아물가/지출 전망

* 지수=((매우부정*1.0+다소부정*0.5+비슷*0.0+다소긍정*0.5+매우긍정*1.0)/전체응답가수*100)+100

제시된 현재 경기/물가 평가와 향후 전망에 대한 체감 조사에서, 현재 육아물가수준에 대한 평가가 영유아부모의 체감도 조사에서 가장 부정적으로 나타났다. 이는 현재 및 향후 경기 평가와 전망보다 높은 부담과 부정적 응답률을 보이는 것으로, 현재 영유아자녀를 키우는 부모의 육아물가와 양육비에 대한 부담감이 큼을 알 수 있다. 요약하면, 서울지역 영유아가구의 지난 1년과 현재, 그리고 향후 육아물가수준에 대한 평가와 전망은 높다/올랐다/오를것이다/더 많이 지출하게 될 것이라는 부담 가중에 대한 응답이 많은 것으로 나타났다.

IV. 결론 및 향후 정책과제

1. 육아물가지수 산출을 통해서 본 육아물가에 대한 논의

육아물가지수를 통해 2013년 5~9월 4개월간의 육아물가 추이를 검토한 결과, CPI내 육아품목지수의 경우 2013년에 만 3, 4세까지의 육아지원 확대로 2012년 12월 대비 약 10 포인트 이내의 지수하락을 보였다(94점 → 85점). 그러나 본 연구에서 조사한 육아물가 추이를 살펴본 결과, 유치원과 어린이집 비용의 완만한 하락세에도 불구하고 다른 품목의 지속적인 가격 상승으로 인해, 53개 품목을 고려한 영유아가구의 육아물가지수는 모두 상승세를 보이고 있다. 2013년 소비자물가의 상승폭이 1%대로 적은 가운데, 본 조사를 통해 산출한 육아물가지수의 상승률이 전국 도시가구의 동기간 소비자물가지수보다 더 크다. 육아지원의 확대 기조 속에서도 영유아자녀를 양육하는 가구의 육아물가 부담과 상승률이 전국 도시가구의 소비자물가보다 큼을 알 수 있다.

개별 품목별로 살펴봤을 때에는 2013년 어린이집과 유치원의 가격이 2012년 말 대비 눈에 띄는 하락세를 보였으며, 2013년 5~9월에도 하향안정세를 유지했다. 2013년 5~9월 가격수준에서 가장 비싼 것은 산후조리원(240여만원)이었으며, 그 다음으로 영유아 영어학원과 교재교구, 책으로 나타나 영유아자녀에게 지출하는 교육 용품 및 서비스 비목의 가격수준이 상당히 높음을 알 수 있다. 그 다음으로는 영유아용품의 내구재 상품이 많이 포함된 오락문화용품 비목으로 돌앨범, 유모차, 카시트의 순으로 나타났다. 놀이방매트, 이유식, 젖병소독기, 예방접종비, 아기띠, 보행기, 체온기, 유축기의 순으로 가격수준이 높았다. 영유아 양육가구에 부담이 되는 품목으로 서비스와 내구재 품목의 수가 많고 가격이 상당히 높은 수준임을 알 수 있다. 이러한 가격조사의 결과는 영유아부모의 육아물가체감지수를 통해서도 동일하게 나타났다. 일상적으로 구입하는 육아 소비재 보다는 내구재와 서비스가 상대적으로 컸는데, 그 중에서도 산후조리원 및 돌앨범비와 같은 신생아기/영아기 대체서비스의 가격체감과 가계부담이 컸다.

품목별 가격 동향을 살펴보면, 2013년 5~9월 의류/신발의 가격은 여름에 내리고 가을/겨울에 오르는 패턴과 지속적으로 완만히 오르는 양상을 보였다. 분

유에는 별 변화가 없고, 기저귀 가격이 다소 오른 것이 지수 간에 유사하게 나타났다. 유모차와 유축기, 아이들 매트와 돌앨범의 가격이 유사하게 하락한 경향을 보였다. 유치원과 어린이집의 경우 추가비용 위주로 하락한 것으로 조사되었으며, 학원 비용도 근소하지만 하락한 경향을 보였다.

기간 설정을 달리하여, 소비자물가지수 내 12개 육아품목 지수를 통해 2010년 이후 최근 3년간의 추이를 살펴보면 육아상품 중에서는 ‘어린이 승용물’과 ‘유아복’, 그리고 ‘분유’와 ‘아동화’의 상승폭이 가장 컸으며, 서비스 중에서는 ‘산후조리원’의 상승이 가장 컸다. 연간 추이에서도 2012년 누리과정과 영아무상보육의 시행으로 유치원과 어린이집의 비용이 2010년 대비 지속적으로 낮아지는 추세를 보인다. 동 기간 유치원에 비해 어린이집 비용의 하락폭이 더 크다.

그러나 2010년 이전에는 유치원과 어린이집 비용의 상승이 다른 품목에 비해 상대적으로 높은 상승폭을 보였다. 과거 15년간(1995~2010년)의 가격 추이를 볼 때, ‘유치원’과 ‘이유식’의 가격 상승이 가장 커 해당기간 유치원은 3.1배(연간 평균 4.5%씩 인상), 이유식은 2.8배(연간 평균 4.3%씩 인상)의 가격 상승을 보였다. ‘어린이집’과 ‘어린이승용물’의 가격 도 각 1.9배, 1.8배 인상하였다. 현재와 같은 저출산 기조에 주요 육아품목과 서비스의 가격상승이 유의한 영향을 미쳤음을 확인할 수 있다.

어린이집은 보육료상한제를 실시하였음에도 평균 물가상승률 수준의 비용 상승이 꾸준히 이루어졌음을 알 수 있고, 비용상한이 없는 유치원은 보다 큰 폭의 가격상승을 보였다. 이유식의 경우 과거 가정내 양육을 통해 이루어지던 영유아 식품이 시장의 서비스 품목으로 상품화된 대표적인 경우로, 이 경우 누적된 가격상승의 폭이 적지 않아 육아 가계에 부담이 될 수 있다. 산후조리원의 경우 부가가치세 면세 품목임에도 2000~2010년 약 10년간 1.5배의 가격상승을 보여 연간 평균 3.3%의 상승률을 갖는다. 사회화, 상품화되는 육아 품목과 서비스가 증가되는 상황에서 이러한 가격의 상승이 바로 영유아 가구의 양육부담으로 이어지는 기제에 대해 보다 심도 있는 논의와 대응이 필요하다. 육아지원정책의 확대 기조 속에 반드시 논의되어야 할 부분으로, 부모의 역량제고와 지역사회육아지원서비스의 확대가 필요하다.

한편 2010년 이후만을 보았을 때에는 ‘유모차’의 가격은 떨어진 것으로, ‘이유식’은 크게 오르지 않은 것으로 나타났다. 2012년 12월 이후 2013년에는 유치원과 어린이집, 그리고 산후조리원도 하락세를 보였으나, 유아복과 장난감의 상승

폭이 상대적으로 컸다. 본 연구의 5~9월 물가조사 결과에 의하면 기저귀 가격은 다소 오르고, 유모차는 떨어지며, 분유는 큰 변화가 없는 것으로 나타났다.

즉 영유아가구에 부담이 되는 품목의 선정과 이슈화가 중요한 역할을 하며, 이 때 육아물가의 '변화' 뿐 만 아니라 (높은) 가격 '수준' 자체에 대한 논의가 함께 이루어져야한다. 또한 과거 20~30여 년간의 누적된 연간 추이와 가격 상승의 패턴을 분석하여 가격상승률을 지표로 산출하여(예: 20년간 연간 평균 상승률, 기준연도 대비 가격상승비율 등) 육아물가의 추이를 다양한 시점과 기간을 고려하여 모니터링 할 필요가 있다.

2. 육아물가지수 산출을 통해서 본 육아지원정책의 효과

영아보육과 3~5세 누리과정과 같은 육아지원의 확대는 2012~2013년 전국 가구의 소비자물가 상승을 연간 목표를 밑도는 1~2%대로 나타난 것에 기여하였으며, 특히 유치원과 어린이집의 가격이 하락하고 하향안정세를 유지하는데 기여하였다(통계청, 2013b, 2013c). 즉, 육아지원의 공공정책으로 물가관리 목표가 달성되는 긍정적 정책효과를 낳았으며, 영유아가구의 육아부담 완화에 유의한 영향을 미친 것으로 보인다. 그러나 이는 과거 20여년간 상대적으로 가격 상승폭이 컸던 육아지원기관의 높아진 가격수준을 지원하는 것으로, 향후 육아지원정책이 실질적 효과를 유지, 담보하기 위해서는 물가관리 등의 다양한 부가적인 노력이 반드시 병행되어야 한다.

본 연구를 통해 2013년 5월~9월 4개월간의 육아물가지수의 추이를 살펴본 결과, 유치원과 어린이집의 가격 하락이 유지되고 있는 것으로 나타났으며, 이는 영유아기 보육·교육 서비스 지원 외에도 이와 관련된 특별지도점검의 관리감독과 유치원알리미, 어린이집 특별활동비 공개와 같은 정보공시의 정책 효과가 함께 반영되어 시장가격의 측면에서 잘 나타나고 있는 것으로 보인다. 그러나 영유아자녀를 양육하는데 드는 '총 비용'에 해당하는 육아물가 전반의 측면에서는 전국 가구의 물가상승보다 높은 상승폭을 보였다.

5~9월 육아물가지수의 상승은 이는 2013년 의류, 기타 내구재 공산품에 해당하는 육아품목의 가격이 상승한 결과로, (의류의 계절성을 고려하더라도) 육아지원정책이 영유아가구의 전반적인 양육부담 완화로 이어지기 위해서는 다른

품목에 대한 가격관리 정책과 병행되어야 함을 알 수 있다.

물가조사를 통한 육아물가지수와는 별도로 영유아부모가 체감하는 육아물가의 수준과 가격변동에 대해 ‘체감지수’를 산출한 결과, 부모가 체감하는 현재의 육아물가가 ‘비싼 편’에 속하며, 이미 많이 ‘올랐고’, 향후 물가전망도 ‘지속적으로 오를 것’이라는 부정적 응답이 많았다. 2013년 조사기간 동안, 5월에서 9월로 시간이 지날수록 영유아부모가 체감하는 육아품목의 가격수준과 가계부담, 가격상승의 부정적 체감은 대체로 커지는 추이를 보였다. 육아물가체감의 측면에서 실제 시장가격의 상승 추이보다도, 생활형편과 경기 전반에 대한 인식보다 부정적인 체감이 큰 것으로 보인다.

한편, 내구재/서비스 품목 중 어린이집과 유치원에 대한 가격체감 및 가계부담, 변동의 체감이 적었다. 여전히 어린이집과 유치원 비용에 대한 부정적 체감을 하는 영유아가구가 절대적으로 많은 상황이나, 다른 품목에 비해 상대적으로 부정적 체감이 적은 점에서 육아지원의 효과가 부모의 체감지수에도 일정부분 반영된 것으로 보인다. 그러나 영유아가구가 실질적으로 부담하는 다양한 품목과 서비스의 육아품목 바스켓 총량의 물가 증가에는 유의한 효과를 낳지 못했으며 이와 관련하여 영유아부모의 체감지수는 상당히 부정적으로 나타났다. 이미 높아진 가격수준에 대한 부담으로 인해 육아물가에 대한 체감지수가 영유아가구의 높은 부담률을 보여주고 있다.

개별 품목별로 살펴봤을 때 육아물가체감지수의 경우, ‘산후조리원’, ‘돌/앨범’, ‘완구류’, ‘교재교구/책’, ‘유모차’의 순으로 나타나, 육아 소비재와 내구재보다는 서비스가, 가격 자체에 대한 체감보다는 가격이 올랐다는 변동에 대한 체감이, 어린이집보다는 유치원이, 유치원보다는 학원과 같은 사교육에 대한 가계부담 체감이 더 큰 것으로 나타났다. 그 중에서도 출산 후 신생아기와 영아기 서비스인 산후조리원과 돌앨범비, 영유아 사교육비와 유모차, 카시트 등의 내구재 마련에 대한 부담이 큰 것으로 나타났다. 이는 본 연구의 육아물가조사와 유사한 경향을 보인다.

한편 비용지원의 만족도와 구체적 서비스(현물)에 대한 만족도가 양호한 가운데, 비용지원 대비 이용서비스에 대한 만족도가 높아, 실제 영유아가구에서 이용하는 어린이집과 유치원 서비스 수혜의 체감이 양호한 것으로 보인다. 이는 기관서비스 이용 및 가정내양육 지원의 육아지원정책이 내용적으로 긍정적 정책효과를 갖는 것으로 볼 수 있다. 이로써 기관이용 바우처와 양육수당으로 이

루어진 만 0~5세 대상 육아지원의 정책적 효과는 물가지수와 서비스 만족도 조사를 통해 일정부분 확인된 것으로 보인다.

이후 이러한 서비스 이용 만족도와 가격 하락의 체감이 지속될 수 있도록 어린이집과 유치원의 질 관리와 물가(비용)관리의 노력이 지속적으로 병행되어야 실질적인 영유아부모의 양육비 부담에 기여할 것이다. 학부모 만족도 조사와 모니터링이 지속되어, 육아물가지수의 물가지수 및 체감지수와 함께 공표될 필요가 있다. 이로써 가계지출로서의 양육비용과 시장가격으로서의 가격, 체감, 내용과 질에 대한 만족도의 제 지표가 고려되어, 육아지원정책의 효과를 제고하고 그 추이를 파악하는 것이 필요하다.

3. 육아물가지수 산출 측면에서의 제언

2013년 5, 7, 9월 4개월간의 육아품목 가격 추이를 조사한 결과, 대체로 상승한 것으로 나타났다. 이는 전체 소비자물가지수보다 상대적으로 큰 상승폭으로, 영유아가구의 자녀 양육으로 인한 소비지출과 가계부담을 나타내는 지표로는 영유아가구 고유의 품목과 가중치를 적용한 지수의 산출이 필요함을 보여준다.

영유아부모의 육아비 부담은 어린이집과 유치원 등 일부 품목에 국한되는 것이 아니므로, 육아품목을 전체적으로 반영한 육아물가지수의 산출이 필요하다. 구체적으로 CPI내 12개 육아품목에 의한 지수에는 미처 반영되지 않았던 육아물가 전반의 상승이 영유아가구의 고유한 53개 품목에 대한 육아물가지수를 통해서 더 잘 드러났다. 또한 물가지수와 체감지수 모두에서 CPI 가중치를 적용한 경우보다 육아비 가중치를 적용한 경우가 가격에 대한 체감부담률과 가격상승률이 보다 잘 반영되었다.

산출한 3개 지수(Ⅱ, Ⅲ-1, Ⅲ-2)의 비교를 통해 조사방법의 특성에 대해 논의하는 것은 어렵다. 그러나 드러난 전반적인 특성에 의하면, 품목별로 대표품목의 선정과 그 수에 따라 가격의 편차가 존재하므로 육아대표품목의 선정이 매우 어렵고 중요한 작업임을 알 수 있다. 3개 조사가격 중, 대체로 고가-저가-베스트의 상품군으로 구성하여 평균을 구한 지수 Ⅲ-1에서 2013년 가격이 가장 높은 경우가 많았다. 고가상품의 높은 가격수준이 반영된 결과로, 다양한 가격대를 고려한 상품군의 조사가격에 의한 지수 산출은 다른 특성을 갖는다.

지수산출의 방식에 있어서도, 식품과 같이 대체할 수 있는 상품군과 가격대가 다양한 경우를 제외하고는, 현행 CPI방식보다 다양한 가격대의 상품군의 가격을 고려한 경우가 소수의 대표품목을 추적 조사한 경우보다 해당품목의 가격 상승을 나타내는 경우가 많았다. 따라서 영유아가구가 체감하고 부담하는 가격으로서의 물가지수를 산출할 경우, 보다 다양한 구입채널의 상품군을 고려할 필요가 있겠다. 이는 영유아 자녀를 위한 투자와 소비지출을 아끼지 않는 부모의 양육특성 상, 고소득층이 아니더라도 고가의 제품과 서비스에 대한 수요와 지출이 나타나는 육아소비문화와도 관련이 있는 것으로 지수산출시 이러한 구매행태가 반영될 필요가 있다. 육아물가지수 산출방식의 다변화와 시장가격 추이에 대한 보다 세밀한 분석이 요구된다.

본 조사 결과로 나타난 지수간 상승폭의 차이를 통해 현재의 소비자물가지수는 저출산의 위기속에 양육부담을 갖는 영유아가구의 육아고유 품목과 가중치를 적용한 것에 비해 가격의 상승이 덜 반영되는 것으로 이해할 수 있다. 구체적으로 소비자물가지수 방식과 동일한 방법을 적용한 CPI 방식의 육아물가지수(II)는 CPI자료의 12개 품목지수를 이용해 산출한 것과 마찬가지로 7월에 다소 떨어졌다가 9월에 오름으로써, 5월보다 가격수준이 상승한 패턴을 보였다. 한 가지 상품을 조사하여 산출한 CPI의 경우 품목의 계절성 등이 1개 품목의 가격을 통해 고스란히 반영된 때문으로 보인다.

반면 KICCE 방식의 두 가지 상품범위 모두 7월, 9월 모두 5월 대비 지속적으로 상승하였다. 5월 대비 9월의 전체 품목의 상승폭은 (결과적으로) 1개 대표품목을 선정한 CPI 방식에서 가장 컸으며, 그 다음으로 베스트 상품군의 평균가격을 반영한 지수 III-2, 고가-베스트-저가의 다양한 가격대 상품군의 평균가격을 반영한 지수 III-1의 조사기간 내 지수 상승폭이 지수 III-2보다 적었다. 다양한 가격대를 고려하여 반영한 품목수가 많은 물가지수의 산출이 전체로서의 지수 상승폭은 낮은 것으로 산출되었다. 가격변동에 대한 소비자의 대체편의가 반영된 것으로 해석된다.

영유아부모의 체감지수에 의하면, 가계부담이 가장 큰 것이 서비스의 경우 ‘학원’과 ‘유치원’, ‘산후조리원’이었으며, 상품에서는 ‘이유식’과 ‘분유’이었다. 그러나 이 품목들은 동기간 육아물가지수에서는 가격이 내리거나 별 변화가 없는 것이었다. 그러나 오랜 기간 누적된 높은 가격의 비용 부담으로 인해 가계부담이 큰 것으로 나타났으며, 체감지수의 월별 추이를 살펴본 결과 시간이 지날수

록 영유아부모의 가격수준 체감이 부담이 된다고 응답한 가구수가 많아지는 것으로 나타났다. 실제 물가변동을 나타내는 육아물가지수와 함께 부모의 체감지수가 함께 고려될 필요가 있음이다.

이상의 논의내용을 토대로 지수 관련한 정책 제언을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 현재 통계청에서 산출하는 물가지수의 하위지표로 영유아가구 고유의 육아품목에 대한 지출비중을 고려하여 육아가중치를 산출, 제시한 50여개의 육아품목에 대한 가격조사를 실시하여 ‘육아물가지수’를 산출할 것을 제언한다.

영유아가구 고유의 육아물가지수의 산출은 통계청의 2013년 가중치 개편 작업을 고려할 때 더욱 필요하다. 소비자물가지수 체감도를 높이기 위한 개편작업에서 유치원과 어린이집의 가중치를 줄인 점은 사립·민간기관이 우위인 육아지원서비스 시장의 현황과 추가비용의 구조를 간과한 것으로, 이는 전국 가구의 소비자물가 관점에서는 적절하나 영유아자녀를 양육하는 가구의 육아비 지출측면에서는 부적절하다. 소비자물가지수의 산정에서 영유아 육아품목의 선정과 삭제, 가중치의 조정에는 실제 시장 가격과 부모의 부담수준을 반영하여 신중히 이루어져야겠다. 또한 양육부담으로 저출산 기조가 확대되는 현 시점에서 영유아가구의 양육부담을 반영하는 고유한 지표와 육아물가지수의 산출이 보다 요구된다 하겠다.

덧붙여, 본 과제에서는 영유아가구의 육아품목으로 한정된 관계로 다루지 않았으나, 출산 전과 임신 이전의 출산 관련 비용에 대한 항목이 많고 가격 부담이 크므로, 출산 항목의 지출비중과 이용률도 고려하는 작업이 필요하겠다. 육아물가지수의 산출과 육아대표 품목의 구성만으로도 유의한 물가관리와 모니터링의 긍정적 효과를 낼 것으로 본다.

둘째, 현재 한국은행과 통계청에서 산출하는 소비자심리/기대지수의 작업에서 영유아부모의 육아체감지수 항목을 추가하여, 하위항목으로 함께 산출할 것을 제언한다. 이는 미래 출산을 전망을 예기하는 선행지표의 하나로 편성될 수 있을 것이다. 본 연구결과, 시장가격의 추이와 체감지표가 반드시 일치하지는 않으므로, 구체적으로 어떠한 항목에서 왜 부담이 크고 지원의 확대에도 개선되지 않는지 정책적 누수의 지점을 파악할 수 있을 것이다. 또한 앞서 제시한 육아물가지수의 공표에 품목별로 누적된 연간 평균 물가상승률과 상승의 패턴과 같은 가격 인상 기제가 반영된 보조지표를 함께 반영할 필요가 있다.

셋째, 어린이집과 유치원 비용의 정보공시 체계를 통일하여, 기본 보육료·교육비와 추가비용을 구분하여 매월 수납과 분기별로 수납하는 비용 항목을 구분, 모두 반영하여 산출할 필요가 있다¹⁶⁾. 이번 조사를 통해 나타난 바대로 기본비용과 추가비용이 다른 변동을 나타내는 경우를 파악할 수 있도록 정부의 육아지원이 이루어지는 품목의 경우 가격조사 단계에서부터 비용항목을 세분화하고 이에 따른 지출비중을 구체화하는 노력이 필요하다.

장기적으로는 유치원알리미, 어린이집 특별활동비용 공개와 같은 정보공시제도의 확대를 통해, 주요 육아품목에 대해서도 별도의 시장가격조사를 시행하지 않고도 육아물가 데이터를 활용할 수 있는 시스템의 마련이 가능하다. 보다 정확한 시장가격 실체로서의 정보의 정확성을 위해, 학부모 모니터링과 체감만족도를 함께 반영하여 제시할 필요성이 있다.

넷째, 상기한 4가지의 육아물가지수의 산출방식과 결과를 통해 논의한 대로, (물가조사의 지속성과 연속성이 저해되지 않는 범위에서) 보다 다양한 가격대의 상품군을 포함하는 대표품목의 선정을 통해 소수로 제한된 대표품목의 추적조사로부터 오는 대체편의와 가격변동의 미반영을 최소화하도록 한다. 이는 조사대상처의 선정에 있어서도 지역적 특성을 고려하여 보다 많은 대상처 수를 확보하여 시장의 특성을 반영하는 노력과 병행되어야 할 것이다.

이러한 물가조사 자료의 다변화, 대량화의 제언은 다양한 유통채널별, 지역별 가격이 동일 제품에 대해서도 시간과 지역, 구입장소별로 큰 편차를 보이고 이러한 가격분포에 대응하는 소비자의 노력이 다양한 채널을 통해 이루어지는 것에 근거한 것이다. 장기적으로 물가조사가 시스템으로 자리잡은 빅데이터의 산출을 통해 직접 조사 외에 데이터를 제공받아 대체하는 항목이 늘어날 것이다. 시시각각 변동하는 지출비중을 반영한 연쇄지수로서의 변동가중치를 반영한 새로운 육아물가지수의 산출에도 활용될 수 있을 것이며, 중장기적으로 이러한 연쇄변동지수로서의 물가지수 산출이 육아물가지수에도 필요하다.

16) 유치원의 경우, 2012년부터 유치원알리미 정보공시를 통해 입학경비, 교육과정교육비, 방과후 과정비로 나누어 공표하고 있음. 어린이집도 정보공시제 시행 예정임.

4. 육아물가관리의 정책적 측면에서의 제언

물가지수는 물가의 변동을 나타내는 지표로, 엄밀히 말해 영유아부모가 체감하는 높은 육아물가수준에 대한 체감은 반영되지 않는다. 지수산출 작업을 통해 비교 산출한 결과, 소비자 부모는 물가수준의 체감을 물가(변동)지수에 연동하여 기대하는 것으로, 물가변동의 폭과 실제 높은 물가수준의 구분이 모호함에서 오는 체감의 괴리가 있다. 물가지수가 물가변동을 나타내는 지표임을 보다 적극적으로 홍보함과 동시에, 물가수준에 대한 소비자의 체감을 나타내는 지표를 함께 제시할 필요가 있다.

부모체감조사를 통해 드러난 대로, 향후 경기전망과 생활형편의 체감이 전반적으로 부정적인 상황에서, 앞으로 육아물가는 더 오를 것이며, 육아비 지출은 더 늘어날 것이라는 부정적 전망이 우세한 영유아가구의 심리적 지표를 간과해서는 안 될 것이다. 이는 만 0~5세 모든 아동을 대상으로 하는 육아지원의 정책적 효과를 상쇄함과 동시에, 향후 출산력 회복의 여부를 가늠하기 어려운 부정적 선행지표로 볼 수 있다. 따라서, 영유아부모의 체감지표를 개선하는 정책적 노력이 병행되도록 육아지원정책의 영역과 내용을 보다 확장할 필요가 있다.

육아지원의 확대가 영유아가구의 실질적인 부담 경감과 체감으로 이어져 출산을 회복과 연관되도록 하기 위해서는 육아지원의 확대가 육아물가관리 정책의 수행과 함께 진행되어야 할 것이다. 어린이집과 유치원 품목 외에 다른 주요 육아품목에 대한 가격관리 정책과 병행되어야 한다. 구체적으로 육아품목 물가관리제 도입하여 지출비중이 큰 육아필수 소비재, 부가가치세 면세 대상 육아품목, 육아지원 대상 품목에 대한 물가관리부터 도입하도록 한다. 이 경우 연간목표상승 상한을 두어 모니터링하고 관리하도록 한다.

물가관리에 관한 구체적 제언은 크게 유치원과 어린이집 비용 관리의 측면과, 육아품목 전반에 대한 논의로 나눌 수 있다.

우선 육아품목 전반에 대한 제언으로, 첫째, 육아물가관리의 대상과 내용을 서비스 위주에서 상품 품목으로 확대할 필요가 있다. 육아지원정책을 통해 이루어진 어린이집과 유치원에 대한 (표준화를 통한) 서비스 질 관리와 비용지원 및 비용규제의 정책적 노력을 영유아 가구에서 일상적으로 사용하고 지출하는 상품 품목으로 확대하여 적용하도록 한다.

고위험사회의 양육환경에서 지속되는 프리미엄, 친환경 제품의 출시는 한 두

자녀를 키우는 영유아부모에게 다양한 가격대의 선택지 활용을 제한하고 있다. 본 조사를 통해서도 나타난 대로, 중산층 이상의 영유아가구에서 가구소득수준보다 높은 고가의 프리미엄 제품을 구매하는 경향이 있다. 소득계층간 육아품목의 소비지출에 차이가 있는 가운데 대체로 과도하게 비싼 고가의 육아 제품에 대한 사회문화적 압력이 있는 것으로 보인다.

따라서 영유아가 최소한으로 먹고 마시는 육아필수재에 대해서는 국가가 지정 관리하는 품목을 제시하여, 지속되는 가격 상승의 시장압력으로부터 벗어난 제품군을 확보할 필요가 있다. 이것은 ‘분유’, ‘카시트’와 같은 필수항목으로부터 적용할 수 있다. 이러한 품목에 대해서는 제조사별로 표준제품을 제시하도록 권장하여, 가격상승률 상한제의 적용을 받도록 하고 지속적으로 품질관리를 인증받는 절차를 제공, 소비자 영유아부모가 일정 수준 이상의 안전한 먹거리와 필수품목을 자녀에게 제공할 수 있도록 한다.

지난 2012년 연구에서도 제언한 대로, 이후 설계되는 육아지원의 확대는 취약 계층 영유아에 대한 육아필수재의 지원에서부터 시행될 필요가 있다.

둘째, 육아필수재로 지정된 품목과 제품에 대해서는 세금 면제를 통해 보다 직접적인 가격 하락을 유도할 필요가 있다. 다만, 소비자에게 이에 대한 정보를 공개하여 부가가치세 면제에도 불구하고 일정수준 이상의 가격과 일정비율 이상의 가격 상승을 피하지 못하게 하는 영유아부모 소비자의 모니터링의 노력이 필요하며, 정부의 육아물가관리제가 병행되어야 한다. 또한 업체의 과도한 신제품의 출시로 근거 없는 가격상승을 피하는 경우 등에 대해 영유아부모와 소비자단체 등 시장의 자발적인 감시 기능이 이루어지도록 해야 한다.

어린이집과 유치원, 유모차와 카시트 등을 포함하여 육아 품목의 가격 상승은 향상된 질과 서비스, 기능을 반영하는 것이다. 합당한 질의 향상과 새로운 기능의 도입에 근거한 가격 상승은 물가관리와 규제의 대상이 아닐 것이다. 이러한 가격 순기능의 전제 하에, 어린이집과 유치원의 비용이 상승하는 것 자체에 대한 규제보다는 그러한 기관비용의 상승이 어디에서 연유했는지를 검토하는 관리체계의 마련이 필요하다.

따라서, 셋째, 평균 물가 상승률 이상의 인상을 피하는 기관의 경우, 그것이 일정부분 질 개선과 아동발달과 부모수혜의 제고로 돌아갈 수 있도록 정원 대비 정규직 교사와 경력교사의 수, 교사 인건비 상승률과 같은 질 관련 지표와 연동하도록 관리하는 것이 필요하다. 자산기준 50%로 출발하는 어린이집과, 비

용자율화인 유치원의 경우 비용이 어떻게 쓰이는가에 대한 관리감독이 중요하다. 기관의 시설설비 환경, 교직원 인건비, 급간식의 양과 질, 교재교구 생활비 품의 활용 등, 서비스의 질을 나타내는 주요 지표에 대한 지출내역과 비용과의 연관성을 파악할 수 있도록 재무회계 지표에 상기한 비목의 지출비중과 인상폭을 제시할 필요가 있다. 이로써 어린이집과 유치원 비용의 상승여부에만 국한되지 않고, 일정 비용의 유지 또는 상승이 이에 상응하는 적절한 교사 인건비와 시설환경/교재교구 투자, 급간식 등 질 관련 필수항목의 지출수준과 비중, 증감에 의한 것인지를 확인할 필요가 있다.

비용의 인상, 가격의 문제는 학부모와 영유아가 이용, 수혜하는 서비스에 대한 정당한 지불이어야 하므로, 기관 평가에 시설과 서비스 질에 대한 평가 기능을 강화하고, 학부모 만족도와 모니터링을 반영하는 체계를 마련한다. 비용과 가격이 학부모와 아동이 이용하는 서비스의 수준과 관련될 수 있도록 하고, 수요자 영유아와 부모에게 비용의 수준과 인상분에 해당하는 수혜가 돌아가도록 하는 기제의 마련을 필요로 한다.

즉, 유치원과 어린이집 비용 관리의 정책 영역을 ① 가격 정보의 제공과 ② 가격상한제의 적용, ③ 가격 인상시 상승률에 대한 관리의 세 가지로 구분하여, 가격이 오르지 않도록 규제하는 영역과 일정 비율 가격이 인상되더라도 새로운 프로그램과 전문적인 인력, 다양한 질 제고가 이루어지도록 관리하는 영역으로 구분할 수 있을 것이다. 상기한 세 가지 영역에 충실한 기관에게 평가 점수를 부여하여 기관지원과 연계하는 방안이 가능하다.

인상률 자체 뿐 만 아니라, 현재의 비용 수준도 중요한 지표이므로, 해당 지역(권역)별로 기관비용의 대표값(평균, 중위값 등) 기준과 범주(평균비용 $\pm$ x%)를 마련하여, 이후 지자체별 지역의 비용 분포를 일정 수준에서 모니터링 하도록 한다(예: 비용수준과 인상률의 2가지 지표를 통해 비용이 높은 기관의 비중, 비용인상이 일정비율 이상인 기관의 비중을 지역별로 모니터링 함). 비용인상 시설의 경우, 정원 증가와 변경인가, 관리감독 시 검토해야할 항목으로 마련할 수 있다.

넷째, 체감지수를 통해 가장 가계부담이 큰 품목이 출산 직후 신생아기(산후 조리원)과 영아기(돌/앨범) 서비스에 있었으므로, 출생이전 임신·출산기부터 육아지원이 이루어지도록 육아지원의 시기와 내용을 확장할 필요가 있다.

또한 가정내에서 이루어지던 서비스가 시장의 상품화된 서비스로 대체된 품

목들이 높은 가격수준을 보이는 것과 관련하여 합리적 수준의 육아소비지출이 이루어지도록 부모의 소비역량과 균형잡힌 정보와 지식을 얻을 수 있도록 육아 정보체계를 제공하고 소비자단체와 영유아부모 커뮤니티의 모니터링을 활성화할 필요가 있다. 즉 가장 중요한 것은 다양한 가격과 품질의 육아품목을 구입, 지출하는 영유아 부모의 소비자로서의 역량으로, 균형 있는 육아품목을 지출하는 부모에게 가장 필요한 것은 신뢰할 수 있는 제품에 대한 정보와 품질일 것이다. 대체 상품과 서비스로 고급화된 육아 상품의 서비스의 구매 지출에 있어, 영유아부모의 합리적인 소비와 지출을 돕는 부모역량 강화의 부모교육의 제공이 지속적으로 이루어져야 하며, 이를 지원하는 육아품목에 대한 품질 및 가격 비교의 소비자모니터링이 지속적으로 제공되어야 할 것이다. 따라서, 다섯째, 기관 평가 정보의 제공, 소비자단체의 지속적인 품질 모니터링, 육아필수재로 지정된 품목의 가격인상에 대한 논의의 과정 등을 마련한다. 이를 통해 미래 예비부모로 하여금 고가의 프리미엄 제품과 육아품목의 지속적인 가격 상승이라는 부정적 전망으로부터 벗어나도록, 심리문화적 측면의 사회적 지지체계를 마련할 필요가 있다.

이는, 여섯째, 현재 진행중인 육아종합지원센터, 유아교육진흥원과 같은 지역 사회 전달체계의 육아품목 및 서비스 지원과도 연관된 것으로 1회성 혹은 고가의 내구재 품목일 경우, 대여와 교환을 통해 육아비 부담을 낮출 수 있는 공동체의 장이 활성화 될 필요가 있다. 지역사회 육아종합지원센터의 지원 서비스와 품목, 내용이 보다 확장되어 공동체 양육지원의 역할을 강화할 필요가 있다.

일곱째, 학부모의 현재 소득수준 대비 육아물가 지출 수준에 대한 결과에서 나타난 바대로, 중산층 이상 영유아가구의 고가의 프리미엄 제품의 대한 구매패턴이 현재 영유아가구의 육아물가 체감을 부담이 되게 하는 것으로 나타났다. 또한 돌/앨범과 같은 1회성 행사에 지출하는 비용이 상당수준인 것으로 나타났다. 제품에 대한 정확한 정보의 공유와 함께, 고가의 외국제품의 브랜드와 교재교구, 그리고 자녀의 생일행사를 화려하게 치르고자 하는 사회문화적 압력에 종속되는 육아 지출행태에 대한 개선의 노력이 필요하다. 균형 잡힌 소비자교육과 부모교육의 제공이 필요하다. 영유아기 양질의 육아와 창의성 교육, 자녀의 친구관계는 부모-자녀 간 관계의 질에 기초하며 적정수준의 실리적인 제품과 서비스를 구매할 수 있도록 할 필요가 있다.

육아체감지수에서 ‘학원’과 학습지, 교재교구의 가격수준과 부담에 대한 체감

이 상당히 컸다. 따라서 과도하게 확대되고 있는 영유아기 선행 사교육에 대해 적절한 정보의 제공과 부모교육, 그리고 무엇보다 시장가격 규제의 정책적 범주 안에 기타 사교육을 포함하여 육아지원의 확대가 사교육의 구매로 이어지지 않도록 할 필요가 있다. 이는 영유아의 건강한 성장발달이 충분한 놀이와 휴식, 수면, 자유로운 개인활동, 그리고 부모와의 애착관계에 의해 형성됨에 대한 지속적인 부모교육의 제공과도 연계되어야 할 것이다. 육아지원의 확대에 따른 부모교육 이수의 의무화를 정책적으로 고려할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 교육부(2013). 유치원알리미 정보공시사이트. <http://e-childschoolinfo.mest.go.kr>
- 기획재정부·통계청(2013). 소비자물가지수 개편 논의. 한국경제기사 재인용.
- 김대유(2012). 소비자물가지수 작성방법에 관한 연구 - 물가지수 지수산식을 중심으로. 고려대학교 석사학위논문.
- 김영환(2005). 미국 개인소비지출가격지수(PCEPI)의 특징과 유용성. 한국은행 계간 국민경제리뷰(National Quarterly Bulletin) 2005년 제4호 통권 23호.
- 김승권·김유경·김혜련·박종서·손창균·최영준·김연우·이가은(2012). 전국 출산력 및 가족보건복지실태조사. 한국보건사회연구원.
- 보건복지부(2013). 어린이집 상세정보 공개로 부모선택권 강화 - 보도자료(2013. 10. 2)
- 서문희 외(2012). 2012 전국보육실태조사 가구조사보고서. 보건복지부·육아정책연구소.
- 조지성(2013). 소비자체감물가지수 산정에 관한 연구 - 가공식품을 중심으로. 서울대학교 석사학위논문.
- 최윤경·민정원·김기환·이세원(2013년 발간예정). 미래 육아지원정책 수요 전망 연구. 육아정책연구소.

- 최윤경·유해미·김성숙·송신영(2012). 영유아 양육물가현황과 지수화 방안. 육아 정책연구소.
- 통계청(2012). 경제활동인구조사.
- 통계청(2013a). 국가통계포털. 소비자물가지수 자료. <http://kosis.kr>
- 통계청(2013b). 통계청물가동향 매월 보도자료.
- 통계청(2013c). 통계청 보도자료 - 「2012년 기준 소비자물가 가중치」 개편 결과 (2013. 12. 19).
- 파이낸셜뉴스(2012). 소비자물가상승률 녀 달째 1%대라는데(2012. 3. 5일자 기사)
- 한국경제신문(2013). 못 믿을 소비자물가 뜯어고친다(2013. 3. 4일자 기사).
- 한국은행(2009). 연쇄가중 경제성장률의 이해. 한국은행 경제통계국.
- 한국은행(2012). 보도자료참고자료 - 민간소비지출가격지수 개발 관련 알려드립니다(2012. 10. 9).
- 한국은행(2013). 2013년 2월 소비자동향조사 결과 (보도자료(2013. 2. 27). 공보 2013-2-32호.

Abstract

Studies of Korean Childrearing Price Index (CPI)

Choi, Yoon Kyung Park, Jina Lee, Sewon

This study exploratively tried the computation of CPI(Childrearing Price Index) for the household of young children 0~5 year olds in Seoul city. The acute product items were carefully selected based on the 2012 childrearing cost survey data, and the expenditure weight were re-adjusted for 2013 year. The market price survey module was designed by 4 kinds of studies - Offline market price survey, Online market price survey, Parental online sensory survey of the level and the fluctuation of childrearing prices, and the Phone survey of ECEC and related services for young children.

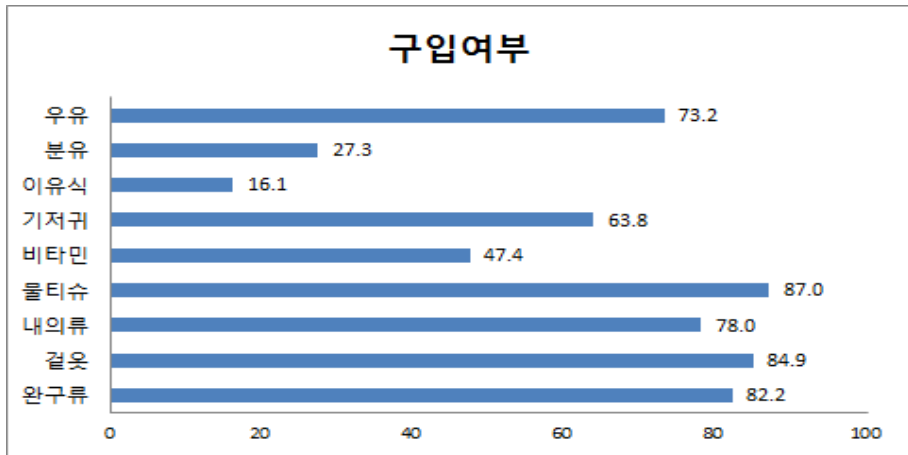
Four kinds of CPI were designed and computed: the CPI uniquely for the household of 0~5 year old children, were confirmed. Also the necessity of young parents' sensory price index(CSI) - i. e., childrearing consumer are confirmed and need to be provided together with the market price index of CPI.

부 록

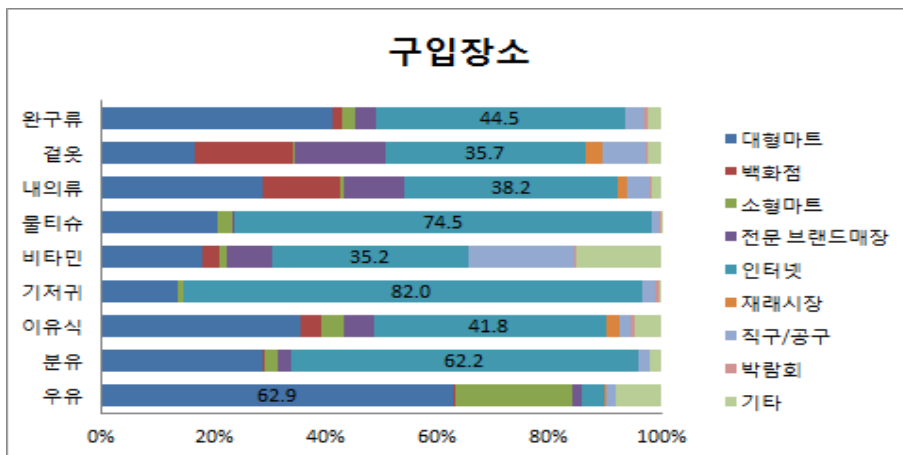
1. 부모대상 온라인체감물가 조사결과
2. KICCE 육아물가조사(오프라인) 지침서
3. KICCE 육아물가조사(오프라인) 조사표
4. 체감물가조사 설문지(웹설문)
5. 품목별 유통채널별/권역별 기초통계

부록 1. 부모대상 온라인체감물가 조사결과

1) 영유아가구의 소비재 주요품목 소비율 및 구입채널

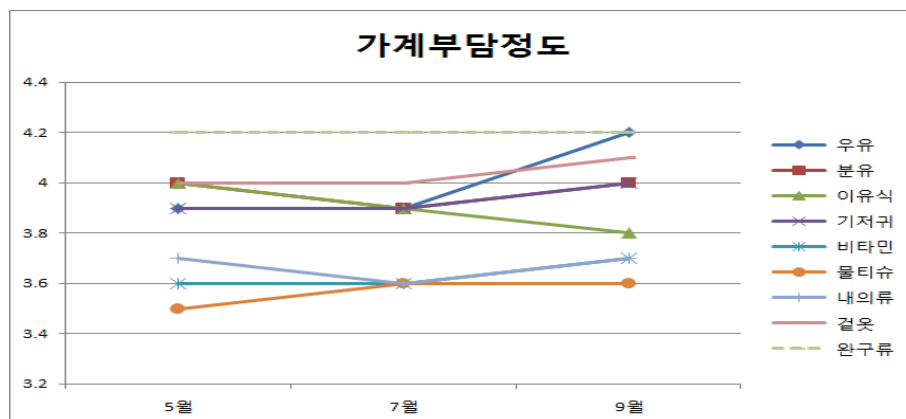
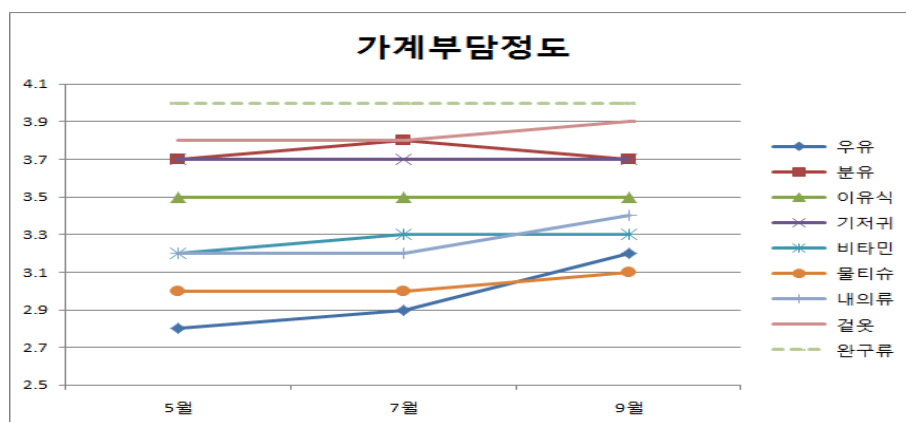
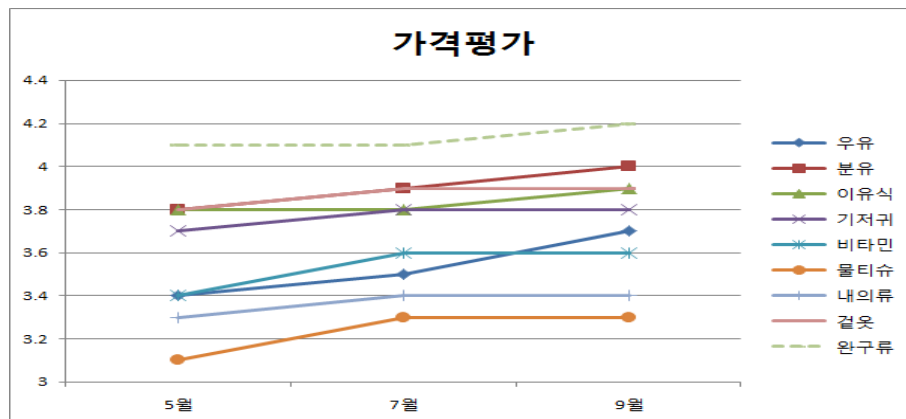


[부록 그림 1-1] 소비재 상품(9개) 구입여부



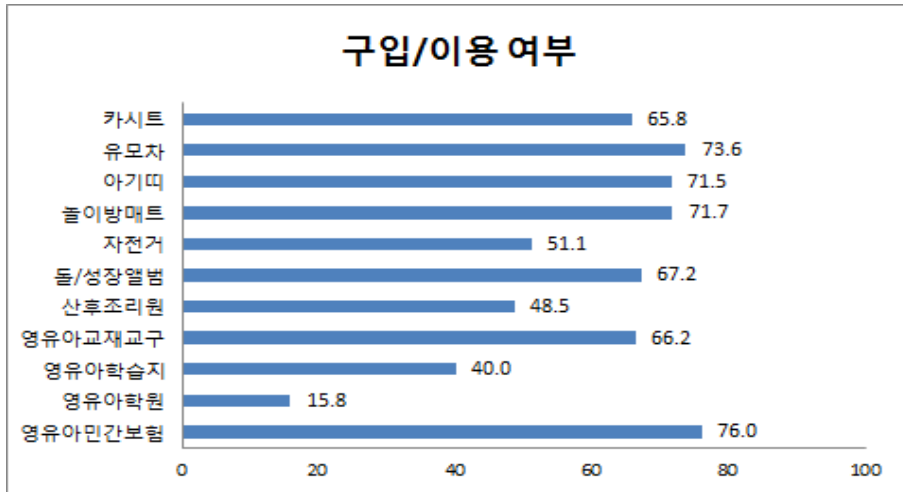
주: 우유만 대형마트, 나머지 인터넷에서 가장 많이 구입

[부록 그림 1-2] 소비재 상품(9개) 구입장소

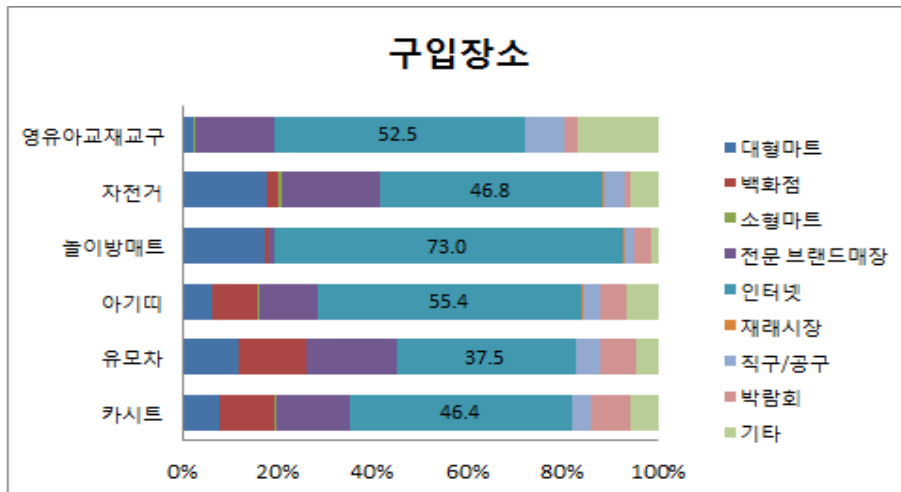


[부록 그림 1-3] 소비재 상품(9개) 가격평가, 가계부담정도, 가격변동체감

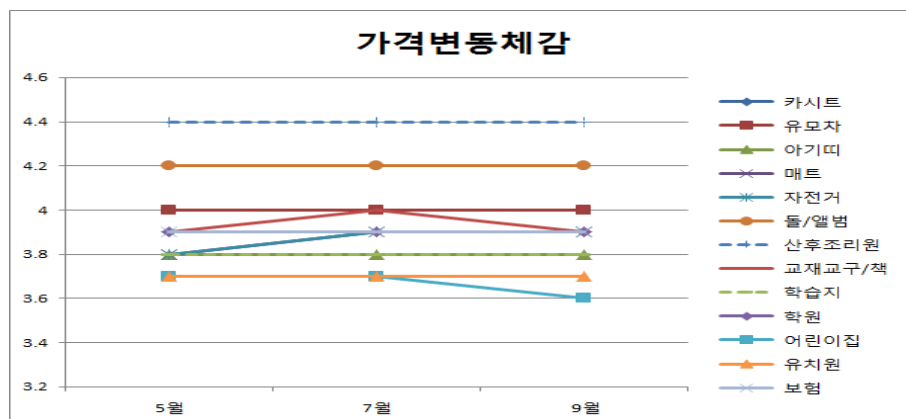
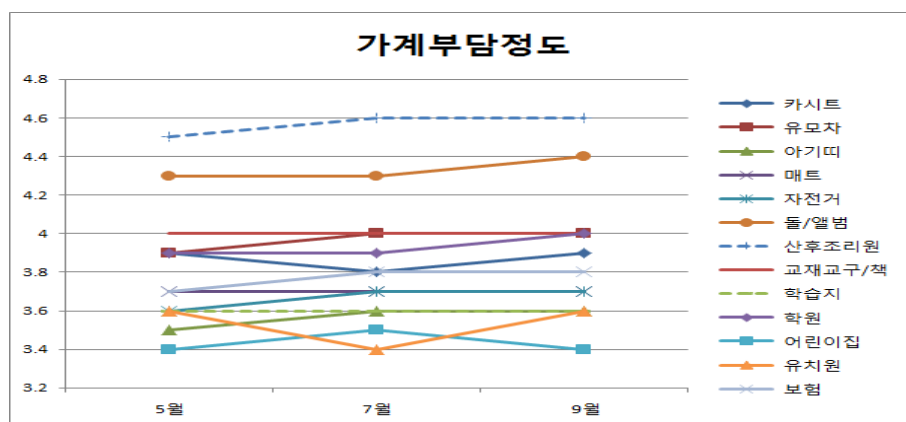
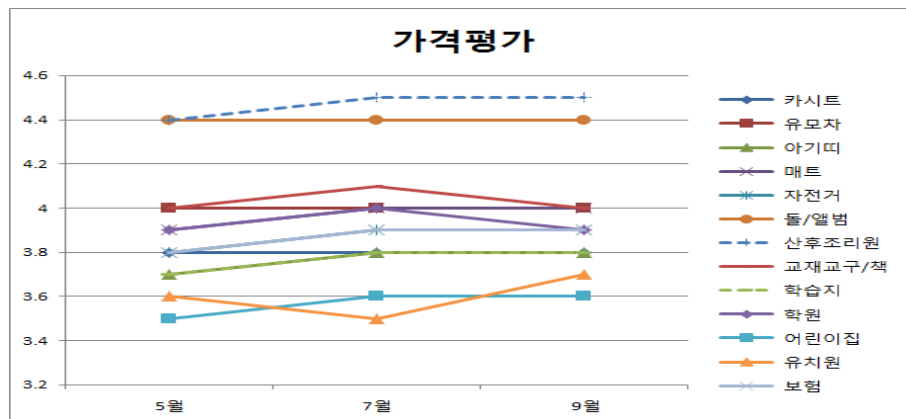
2) 영유아가구의 내구재/서비스 주요품목 소비율 및 구입채널



[부록 그림 1-4] 내구재(5개)/서비스(6개) 구입/이용 여부



[부록 그림 1-5] 내구재(5개)/서비스(6개) 구입 장소



[부록 그림 1-6] 내구재(5개)/서비스(6개) 가격평가, 가계부담정도, 가격변동체감

부록 2. KICCE 육아물가조사(오프라인) 지침서

KICCE 육아물가지수 조사¹⁷⁾

▣ 조사의뢰기관 : 육아정책연구소

▣ 조사진행기관 : (주)○○리서치

▣ ○○리서치 연락처

연 구 부 : 000 (Tel. 02-3014-0000)
000 (Tel. 02-3014-0000)

자료조사부 : 000 (Tel. 02-3014-0000)
000 (Tel. 02-3014-0000)

2013. 5.



17) 본 보고서에서는 실제 업체명이나 상품명을 익명 처리함.

I. 조사 개요

1. 조사의 이해

1) 육아정책연구소 소개

국가인적자원 육성을 위한 육아정책연구를 종합적·체계적으로 수행하고,
유아교육과 보육의 발전을 위한 합리적 정책방안을 제시함으로써
우리나라 육아선진국으로 도약하는데 기여함을 목적으로 함.

[관련근거] 육아정책연구소 설치 및 운영을 위한 양해각서

주요기능

- 01 육아 관련 현안 및 정책 방안 연구
- 02 육아 지원 프로그램 및 교재개발
- 03 육아 지원 인력의 자격제도의 관리 및 교육훈련
- 04 육아 정책 관련 국내·외 정보의 공유 및 관리
- 05 기타 육아 정책 관련 주요 사항 연구



- 2005.08.17 국정현안정책조정회의(국무총리주재 제118차 회의) 논의 확정
- 2005.09.29 경제인문사회연구회와 3개 기관
(한국교육개발원, 한국보건사회연구원, 한국여성정책연구원)간 육아정책개발센터 설치·
운영을 위한 양해각서 체결
- 2005.10.05 육아정책개발센터 운영관련 규정 제정
- 2005.11.09 육아정책개발센터 초대 이목 소장 선임
- 2005.12.28 보육시설평가인증 업무 위탁(여성가족부)
- 2006.12.28 보육종사자 자격 관리 업무 위탁(여성가족부)
- 2008.09.05 육아정책개발센터 설치·운영 규정 개정으로 협력기관 2개로 조정
(한국여성정책연구원 제외)
- 2008.10.31 육아정책개발센터 제 2대 조복희 소장 선임
- 2009.03.04 보육시설안전공제회 업무 위탁(보건복지가족부)
- 2009.10.27 보육시설안전공제회 업무 위탁 종료
- 2009.12.28 기관명 개칭(제91차 이사회) 육아정책개발센터에서 육아정책연구소로 개칭
- 2009.12.31 보육시설평가인증, 보육종사자 자격 관리 업무 위탁 종료
- 2010.01.26 교육과학기술부 유아교육선진화사업지원단 업무 위탁
- 2011.10.31 육아정책연구소 3대 이명 소장 선임

2) 조사목적

- 육아물가조사는 영유아 자녀(0~만 5세)를 양육하는 가구의 육아관련 소비물가지수 산출 및 관련 기초자료를 제공하기 위함.
- 육아물가지수 산출 및 육아물가조사를 통해 영유아 자녀를 양육하는 가구의 육아로 인한 경제적 부담의 체감과, 육아지원정책의 효과를 시장가격의 관점에서 모니터링 하고자 함.
- 육아물가지수는 영유아 가구에서 영유아 자녀를 양육하기 위해 구입/사용하는 육아 상품과 서비스의 평균적인 가격변동을 측정하는 지수로, 2013년 기준시점의 지수 100과 비교하여 계산함¹⁸⁾. (일부 렌탈가격도 조사-예: 신생아 원목침대)

2. 조사 설계

1) 조사대상

기관유형	대상처	표본수
대형마트	· E대형마트 · H대형마트 · L대형마트	22개
대형마트내 유아전문매장	· E대형마트 내 유아전문매장 · H대형마트 내 유아전문매장 · L대형마트 내 유아전문매장	22개
백화점	· L백화점 · 신세계 백화점 · H백화점	7개
소형마트	· <u>해당 권역별 5월, 7월, 9월까지 점포가 유지되며, 조사품목이 포함되어 있는 매장 선정</u> · 기업형(SSM) 제외: 하나로 마트, E대형마트에브리데이, H대형마트 익스프레스, GS 슈퍼마켓, 롯데슈퍼마켓 <예시> · 체인화된 대형슈퍼마켓 : ○마트(○원유통), ○모닝마트(○S유통), ○○니마트(○S유통), ○M마트(○M유통), F○○ 마트(○M유통), ○○마트(○협중앙회), ○라마트(한라○&d)○D · 소형슈퍼 및 동네가게	11개
유아편집샵	· 백화점이나 대형마트내에 입점되어 있지 않고 유아물품만 전문적으로 판매하는 브랜드 복합매장	5개
인터넷 쇼핑몰	· ○○○닷컴에서 조사	-

18) 가중치 및 대표품목의 선정은 2012년에 수행된 육아생계비 조사(최윤경·유해미·김성숙·송신영, 2012)에 근거함.

2) 조사방법

면접원이 유통채널별 점포를 찾아가 관찰조사함.

3) 조사내용

- ① 식료품 및 관련 서비스
- ② 의류/신발 관련서비스
- ③ 주택/수도/ 전기 및 주거서비스
- ④ 가정용품 및 가사서비스
- ⑤ 의료용품 및 보건서비스
- ⑥ 오락/문화용품 및 관련서비스
- ⑦ 교육용품 및 교육서비스

4) 조사품목(총 53개 항목)

구분	상품 품목
식료품 및 관련서비스	우유
	두유
	치즈
	요거트
	분유
	이유식
	시리얼
의류/신발 관련서비스	배넛저고리
	내의
	겂옷_상의 24개월용
	겂옷_상의 48개월용
	겂옷_하의 24개월용
	겂옷_하의 48개월용
	겂옷_점퍼/외투 24개월용
	겂옷_점퍼/외투 48개월용
	돌복女 원피스
	4세아女 원피스
	돌복남아수트
	4세남아정장(2차조사부터 조사)
주택/수도/ 전기 및 주거서비스	운동화 size130
	운동화 size170
	침대(아기원목침대)
	침대(유아캐릭터침대)
	렌탈침대
	아기식탁의자
	영아 이불
	유아 이불

구분	상품 품목
가정용품 및 가사서비스	겉싸개
	속싸개
	젖병
	젖꼭지
	젖병 소독기
	아기전용 세탁세제
의료용품 및 보건서비스	비타민
	아기거저귀
	아기 물티슈
	샴푸
	치약
	칫솔
	로션(선블록)
	욕조/목욕통
	유축기
오락/문화용품 및 관련서비스	체온계
	카세트
	유모차
	아기띠
	보행기
	블록
	놀이방매트
	자전거
교육용품 및 교육서비스	돌앨범 스튜디오
	영유아 학습지
	영유아 책
	영유아 교재교구
	문화센터 어린이보험

5) 조사일정

- ① 본조사 면접원 교육
- 2013년 5월 22일
- ② 본 조사 실시
- 2013년 5월 22일 ~ 2013년 5월 25일

6) 조사 시점

- ① 1차 조사 : 5월
- ② 2차 조사 : 7월
- ③ 3차 조사 : 9월

Ⅱ. 조사 진행

1. 조사절차 및 진행요령

1) 조사절차

조사는 다음의 절차로 진행됩니다.

- ① 조사대상처 방문
- ② 조사처의 특이사항 보고 후 조사 시작
- ③ 녹음 시작
- ④ 조사 종료
- ⑤ 녹음 종료
- ⑥ 자택에 돌아가 녹취한 가격을 당일 엑셀파일에 입력
- ⑦ 다음날 오전에 슈퍼바이저에 전달

2) 조사 준비물

- ① 종이설문지
- ② 조사지침서
- ③ 조사지점 정보 및 위치도
- ④ 조사지점 내 브랜드명
- ⑤ 녹음기
- ⑥ 필기구

3) 조사대상처별 조사브랜드 정보

- ▶ 조사브랜드 1 : 신생아 ~ 24개월 용품까지 모두 조사
- ▶ 조사브랜드 2 : 48개월 기준으로 되어 있는 상품 조사

연번	상호명	지점	조사브랜드1	조사브랜드2
12	E대형마트	000	000	000
13	L대형마트	000	000	000
14	H대형마트	000	000	000
15	H대형마트	000	000	000
16	H대형마트	000	000	000
17	H대형마트	000	000	000
18	E대형마트	000	000	000
19	H대형마트	000	000	000

연번	상호명	지점	조사브랜드1	조사브랜드2
20	H대형마트	000	000	000
21	H대형마트	000	000	000
22	L대형마트	000	000	000
23	E대형마트	000	000	000
24	H대형마트	000	000	000
25	L대형마트	000	000	000
26	E대형마트	000	000	000
27	H대형마트	000	000	000
28	H대형마트	000	000	000
29	E대형마트	000	000	000
30	L대형마트	000	000	000
31	H대형마트	000	000	000
32	E대형마트	000	000	000
33	H대형마트	000	000	000
34	L백화점	000	000	000
35	L백화점	000	000	000
36	H백화점	000	000	000
37	H백화점	000	000	000
38	S백화점	000	000	000
39	S백화점	000	000	000
40	L백화점	000	000	000

2. 조사 원칙

1) 조사 브랜드 확인

- ① 정해진 마트 및 백화점별 조사 브랜드를 확인하여 다른 브랜드를 조사하지 않도록 주의함.
- ② 조사 브랜드에서 조사해야 하는 상품이면 다른 브랜드가 있더라도 해당 브랜드 상품으로 조사해야 함(승용물은 제외).

2) 조사원칙

- ① 정해진 상품이 있는 경우 그 상품의 가격을 조사하고, 정해진 상품이 없는 빈 셀에는 베스트 상품, 고가상품, 저가상품을 확인하여 조사함.
- ② 조사품목 개수는 설문지에 표시되어 있는 것을 기준으로 함.

- 상품별 베스트상품, 고가 상품, 저가 상품 조사 개수가 다름.

③ 할인행사를 할 경우 할인가격과 정상가격을 모두 기입해야 함.

- 1+1이나 증정 행사를 할 경우 금액이 정상가격이라면, 정상가격만 기입하고 비교란에 증정내용에 대해 구체적으로 기입.

③ 예시 : 베스트 상품으로 정해진 상품 3개가 모두 있는 경우 순서대로 2개만 조사하고, 2개 밖에 없는 경우 2개 상품을 조사하고, 1개 또는 하나도 없는 경우 점원에게 문의하여 베스트 상품을 빈칸에 입력함.

우유	베스트상품 (2개 조사)	OO_우유_1000ml
		OO_OOO우유OO_1000ml
		OO_OOO우유_1000ml
	고가상품 (1개)	OOOO 우유_900ML
		OO_OOOOOOO우유_1L
		OOOOO_OOO우유_1L
	저가상품 (1개)	

3) 조사 품목 선정 원칙

① 설문지에 아이템이 명시되어 있는 경우 브랜드와 품목 이름, 규격을 정확히 확인하여 동일 제품을 조사함.

② 동일 아이템이 있으나 용량과 개수가 다를 경우 용량과 개수의 변동사항을 적고 가격을 기입함.

③ 동일 아이템이 없는 경우 다음 기준에 따라 대체 상품을 조사함.

▶ 1순위 : 브랜드명, 비슷한 아이템 계열

▶ 2순위 : 용량, 개수

※ 상품별 대체 상품 기준은 다르므로 지침서를 참고함.

④ 조사항목이 정해지지 않은 경우는 조사원이 브랜드명+품목명+규격 정보를 기입하고 가격을 조사

⑤ 의류/신발의 경우 계절에 맞는 상품을 선정하며, 이월상품은 제외함.

※ 유아편집샵은 베스트, 최고, 저가 상품을 조사할 경우 신상품만을 대상으로 조사해야 함.

4) 입력 원칙

① 조사처 정보 기입

[리스트 정보]

연번	ID	유형	상호명	지점명	조사지역_구	조사지역_동
1	SM311	소형마트			동대문 중랑	
2	DE041	대형마트	이마트	왕십리점	성동구	행당동
3	BL241	백화점	롯데백화점	잠실점	송파구	잠실동
4	UH121	유아편집샵	해피랜드 F&C	불광 해피랜드(복합)	은평구	대조동

[설문지 조사처 정보기입]

일련 번호	유형	상호명	지점명	조사지역_구	조사지역_동	조사일시 (년/월/일/ 시/분)	조사원 이름	조사원 연락처

- ▶ 일련번호 : 리스트에 적힌 ID를 그대로 기입
- ▶ 유형 : 조사대상처 유형 기입(대형마트, 대형마트내 유아전문매장, 백화점, 소형마트, 유아편집샵)
- ▶ 상호명 : 조사대상처 유형의 상호명을 기입.
- E대형마트, L대형마트, S백화점, 원마트, JH마트, 넥스트맘
- ▶ 점포명 : 용산점, 본점 정보를 기입
※ 소형마트의 경우 점포명은 구와 동이름을 입력
- ▶ 조사일시 : 2013년 5월 20일 5시 30분(시작시점을 입력)
- ▶ 조사원 이름, 연락처를 기입

② 상품 입력 원칙

- ▶ Dcode ~ Icode까지 열은 절대 수정, 변경해서는 안됨. 편집할 수 없도록 막아놓았음.
- ▶ 동일 상품의 용량, 개수 정보가 다른 경우 정상가 가격에 가격을 기입하고

변경된 용량과 개수를 기입

- ▶ 할인상품이라면 정상가격과 할인가격을 모두 기입하고 비교란에 할인정보에 대해 입력
- ▶ 1+1이나 덤 행사를 한 경우 가격이 변동이 없으면 그대로 정상가 가격을 기입하고 비교란에만 행사 내용을 기입함.
- ▶ 조사품목이 할인행사를 할 경우 비교란에 할인행사가 1+1인 것인지, 추가 증정인지 자세하게 기입해야 함.

예시)

비고
(1+1행사,세일상품의경우상세정보기입)
4560원할인;5/2~5/15
54g덤
54g*2덤
가격할인;5/9~5/15
가격할인;5/9~5/15
가격할인;4/9~
디어소오스종합비타민미네랄100g60정
/36000원/골드회원가28800원

- ▶ 대체 상품 또는 정해진 상품이 없어 새로 입력할 경우
 - 브랜드명+품목명+용량정보 순으로 아이템명을 기입해야 함.
 - 예시 : 빙그레모닝우유1000ml
 - 상품 중 의류 및 신발과 같이 모델명이 따로 없는 경우는 브랜드만 기입
- ▶ 소형마트의 경우 대체상품이 충분하지 않을 경우

대체 상품 개수	기입칸
1개	베스트 상품칸에 입력
2개 이상	고가상품, 저가 상품칸에 각각 기입 (단, 비교란에 특이사항에 대해 기입)

- ▶ 띄어쓰기를 하지 않는다
 - OOOOOO딸기90g*2
- ▶ 용량에 관한 수치는 모두 소문자로 입력한다
 - ml, g 등

③ 파일명 입력 방법

- ▶ 설문지 맨 앞 조사처 정보에 기입한 일련번호를 기입함.
- ▶ 예시) DE041.xls

부록 3. KIOE 육아물가조사(오프라인) 조사표

일련번호	유형	상호명	점포명	조사지역_구	조사지역_동	조사일시(년/월/일/시/분)	조사원 이름	조사원 연락처	패널유지여부 1.예 2.아니오

Dcode	Grade	Scode	Icode	상품분류	상품유형	ITEM	정상가 가격	용량/개수가 단위별 경우		할인가 가격	비고 (1.1항목내 상품단위 세정표기함)	지침	대형마트	대형마트 내 유아매장	백화점	소형마트	유아편점	인터넷	
								용량	개수										
10	1	1	1	유유	베스트상품 (2개조사)	000유 1000ml													
10	1	1	2			0000000001000ml													
10	1	1	3			00000유유 1000ml													
10	1	1	1																
10	1	1	1																
10	1	2	4					0000000000000유유900ml											
10	1	2	5	유유	고가상품 (1개)	00000000000유유1000ml													
10	1	2	6			00000000000유유1000ml													
10	1	2	2																
10	1	2																	
10	1	3																	
10	1	3																	
10	2	1	7	두유	베스트상품 (2개조사)	000000000000002단계190ml*16													
10	2	1	8			000000000000002단계180ml*16													
10	2	1																	
10	2	1																	
10	3	1	9					000000002단계180g											
10	3	1	10					0000000000000002단계180g											
10	3	1		치즈	베스트상품 (2개조사)														
10	3	1																	

부록 4. 체감물가조사 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 참여해 주십시오.

2013년 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	만 _____세
둘째 자녀	만 _____세
셋째 자녀	만 _____세
넷째 자녀	만 _____세
다섯째 자녀	만 _____세

 만 0세~5세 자녀가 없으면 면접 중단

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 0~만 5세 초등학교 취학전 자녀만을 떠올리며 응답해주세요.

문1. 귀하의 자녀는 다음 중 어느 기관에 다닙니까? 혹은 서비스를 이용하고 있습니까? 이용하는 기관이 여러개일 경우 모두 응답해주세요.

※ 취학 전 0~만 5세 자녀 중	유치원	어린이집	영어유치원 (영어학원)	미술학원	문화센터 등 기타 사교육	주기적으로 다니는데 없음	양육수당 수령여부 (수령시 V표)
첫째 자녀(만__세)	①	②	③	④	⑤	⑦	☐
둘째 자녀(만__세)	①	②	③	④	⑤	⑦	☐
셋째 자녀(만__세)	①	②	③	④	⑤	⑦	☐
넷째 자녀(만__세)	①	②	③	④	⑤	⑦	☐
다섯째 자녀(만__세)	①	②	③	④	⑤	⑦	☐

문1-1 (①유치원/②어린이집 응답자만) 매달 유치원 및 어린이집에 내는 비용이 얼마입니까?
자녀별로 응답해주시요.

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

※ 취학 전 0~만 5세 자녀 중	기본보육료· 교육비	(오후) 방과후 활동비/종일반비	특성화 활동비/ 특별활동비	기타비용
첫째 자녀	_____원	_____원	_____원	_____원
둘째 자녀	_____원	_____원	_____원	_____원
셋째 자녀	_____원	_____원	_____원	_____원
넷째 자녀	_____원	_____원	_____원	_____원
다섯째 자녀	_____원	_____원	_____원	_____원

※ 각 항목에 모름/무응답 추가하고, 한 항목이라도 모름/무응답이 나오면 총 추가 지불비용이 나오도록 함.

※ 취학 전 0~만 5세 자녀 중	정부 지원액을 제외한 월 총 추가 지불비용
첫째 자녀	_____원
둘째 자녀	_____원
셋째 자녀	_____원
넷째 자녀	_____원
다섯째 자녀	_____원

문2. 현재 취학전 0~만 5세 아동에 대한 육아지원은 어린이집·유치원 비용지원 또는 양육수당 지급으로 이루어집니다. 귀 닥의 자녀별 해당 비용지원정책 및 어린이집·유치원 서비스에 대한 만족도를 표시해주시요.

2-1. 어린이집·유치원 비용 지원에 대한 만족도(문1의 ①, ②응답자만)

※ 취학 전 0~만 5세 자녀 중	① 매우 불만족한다	② 대체로 불만족한다	③ 보통이다	④ 약간 만족한다	⑤ 매우 만족한다
첫째 자녀	①	②	③	④	⑤
둘째 자녀	①	②	③	④	⑤
셋째 자녀	①	②	③	④	⑤
넷째 자녀	①	②	③	④	⑤
다섯째 자녀	①	②	③	④	⑤

2-2. 유치원 서비스 만족도(문1의 ① 응답자만)

※ 취학 전 0~만 5세 자녀 중	① 매우 불만족한다	② 대체로 불만족한다	③ 보통이다	④ 약간 만족한다	⑤ 매우 만족한다
첫째 자녀	①	②	③	④	⑤
둘째 자녀	①	②	③	④	⑤
셋째 자녀	①	②	③	④	⑤
넷째 자녀	①	②	③	④	⑤
다섯째 자녀	①	②	③	④	⑤

2-3. 어린이집 서비스 만족도(문1의 ② 응답자만)

※ 취학 전 0~만 5세 자녀 중	① 매우 불만족한다	② 대체로 불만족한다	③ 보통이다	④ 약간 만족한다	⑤ 매우 만족한다
첫째 자녀	①	②	③	④	⑤
둘째 자녀	①	②	③	④	⑤
셋째 자녀	①	②	③	④	⑤
넷째 자녀	①	②	③	④	⑤
다섯째 자녀	①	②	③	④	⑤

2-4. 사교육기관 서비스 만족도(문1의 ③~⑤ 응답자만)

※ 취학 전 0~만 5세 자녀 중	① 매우 불만족한다	② 대체로 불만족한다	③ 보통이다	④ 약간 만족한다	⑤ 매우 만족한다
첫째 자녀	①	②	③	④	⑤
둘째 자녀	①	②	③	④	⑤
셋째 자녀	①	②	③	④	⑤
넷째 자녀	①	②	③	④	⑤
다섯째 자녀	①	②	③	④	⑤

2-5. 양육수당 만족도(문1의 양육수당 체크 응답자만)

※ 취학 전 0~만 5세 자녀 중	① 매우 불만족한다	② 대체로 불만족한다	③ 보통이다	④ 약간 만족한다	⑤ 매우 만족한다
첫째 자녀	①	②	③	④	⑤
둘째 자녀	①	②	③	④	⑤
셋째 자녀	①	②	③	④	⑤
넷째 자녀	①	②	③	④	⑤
다섯째 자녀	①	②	③	④	⑤

영유아 물품 및 서비스 지출 현황

문3. 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) 비타민	①	②
6) 멀티슈	①	②
7) 내의류	①	②
8) 겹옷	①	②
9) 완구류	①	②

문4. 주로 어디에서 구입하셨습니까? 가장 많이 또는 자주 구입하는 곳 한 곳을 응답해주시시오. 가장 많이 또는 자주 구입하는 곳 한 곳을 응답하기 어려우시면, 가장 최근에 구입한 곳으로 응답해주시시오. (로직 구현 : 문3에서 구입한 적이 있다는 품목만 응답)

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	⑧
2) 분유	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑧
3) 이유식	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑧
4) 기저귀	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑧
5) 비타민	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑧
6) 멀티슈	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑧
7) 내의류	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑧
8) 겹옷	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑧
9) 완구류	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑧

문5. 귀하께서 구입하신 품목들의 가격이 품질 및 성능을 고려할 때 싸다고 생각하십니까? 비싸다고 생각하십니까? (로직 구현 : 문3에서 구입한 적이 있다는 품목만 응답)

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) 비타민	①	②	③	④	⑤
5) 기저귀	①	②	③	④	⑤

6) 멀티슈	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. 다음 각 품목들이 귀 닥의 가게에 부담이 어느 정도 되십니까? (로직구현 : 문3에서 구입한 적이 있다는 품목만 응답)

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) 비타민	①	②	③	④	⑤
5) 기저귀	①	②	③	④	⑤
6) 멀티슈	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. 다음 각 품목들의 지난 1년간 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) 비타민	①	②	③	④	⑤	⑥
5) 기저귀	①	②	③	④	⑤	⑥
6) 멀티슈	①	②	③	④	⑤	⑥
7) 내의류	①	②	③	④	⑤	⑥
8) 겔옷	①	②	③	④	⑤	⑥
9) 완구류	①	②	③	④	⑤	⑥

문8. 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

문9. 구입한 곳은 주로 어디입니까? 가장 많이 또는 자주 구입하는 곳을 응답해주시요. 가장 많이 또는 자주 구입하는 곳 한 곳을 응답하기 어려우시면, 가장 최근에 구입한 곳으로 응답해주시요. (로직구현 : 문7에서 구입한 적이 있다는 품목만 응답)

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) 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

문10-1. 다음 각 품목들의 가장 최근에 구입한 가격과 개수, 구입시기를 기입해주세요. 정확한 금액을 모르실 경우 대략적인 금액을 기입해주세요. (로직구현 : 문7에서 구입한 적이 있다는 품목만 응답)

구분	최근 1회 구입 비용	최근 1회 구입 개수	구입 시기
1) 카시트	_____원	_____개	① 1년 이내 ② 2~3년 전 ③ 4~5년 전
2) 유모차	_____원	_____개	① 1년 이내 ② 2~3년 전 ③ 4~5년 전

문10-2. 다음 각 품목들의 가장 최근에 구입한 가격과 해당 자녀수, 구입 시기를 기입해주세요. 정확한 금액을 모르실 경우 대략적인 금액을 기입해주세요. (로직구현 : 문7에서 구입한 적이 있다는 품목만 응답)

구분	최근 1회 구입 비용	지출 해당 영유아 자녀수	구입 시기
6) 돌/성장 앨범	_____원	_____명	① 1년 이내 ② 2~3년 전 ③ 4~5년 전
7) 산후조리원	_____원	_____명	① 1년 이내 ② 2~3년 전 ③ 4~5년 전
8) 영유아교재교구 /전집(책)	_____원	_____명	① 1년 이내 ② 2~3년 전 ③ 4~5년 전

문10-3. 다음 각 품목들의 매월 총 비용과 지출한 품목에 해당되는 자녀수를 기입해주세요. 정확한 금액을 모르실 경우 대략적인 금액을 기입해주세요. (로직구현 : 문7에서 구입한 적이 있다는 품목만 응답)

	매월 총 비용	지출 해당 영유아 자녀수
9) 영유아 학습지	월 _____원	_____명
10) 영유아 학원	월 _____원	_____명
11) 영유아 민간보험	월 _____원	_____명

문11. 귀하께서 구입하신 품목들의 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

문12. 각 품목들이 귀 닥의 가계에 어느 정도 부담이 되십니까?

구분	① 전혀 부담 안됨	② 별로 부담 안됨	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 학원	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

문13. 다음 각 품목들의 지난 1년간 가격변동을 어떻게 체감하고 계십니까?

구분	① 많이 떨어짐	② 약간 떨어짐	③ 비슷함	④ 다소 올랐음	⑤ 많이 올랐음	⑥ 잘 모르겠음
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

문14. 귀 댁에서 0~만 5세 취학전 자녀에게 들어가는 총 비용은 평균적으로 한 달에 얼마입니까?
정확한 금액을 모를 경우 대략의 추정치로 말씀해주시면 됩니다.

문12에서 묻는 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.

_____만원

문15. 0~만 5세 취학전 자녀에게 들어가는 총 비용을 (문14 응답)원이라고 기입하셨는데, 그 비용은 가구 소득 대비 %를 차지합니까?

_____%

문16. 귀 댁의 가계소득수준을 고려할 때, 영유아자녀를 위한 육아 용품 및 서비스의 지출 수준은 대체로 어떻다고 생각하십니까?

- 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
- ③ 소득보다 다소 낮은 가격수준의 육아용품 및 서비스를 구입한다
- ① 소득에 비해 매우 낮은 가격수준의 육아용품 및 서비스를 구입한다

문17. 귀댁의 가구소득은 1에서 7사이 점수 중 어디에 해당된다고 생각하십니까?

매우 낮음						매우 높음
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

문18. 귀댁의 영유아 물품 및 서비스 구입가격 수준은 어느 정도라고 생각하십니까?

매우 낮음						매우 높음
①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

경제 인식 및 물가 전망

문19. 현재 귀댁의 생활형편은 6개월 전에 비해 어떻다고 생각하십니까?

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

문20. 현재 우리나라 경기는 6개월 전에 비해 어떻다고 생각하십니까?

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

문21. 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

문22. 6개월 후 우리나라 경기는 현재와 비교하여 어떠할것이라고 생각하십니까?

- ① 많이 나빠질 것이다 ② 약간 나빠질 것이다 ③ 비슷할 것이다
④ 약간 나아질 것이다 ⑤ 많이 나아질 것이다

문23. 6개월 후 귀댁의 영유아자녀 관련 육아비 지출규모는 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

※ 육아 용품 및 보육·교육 서비스 지출규모를 묻는 것으로,
육아용품은 분유, 기저귀, 유모차, 옷과 같은 영유아 자녀 고유의 상품을,
보육·교육 서비스는 유치원 및 어린이집, 사교육 기관 이용에 필요한 비용을 의미합니다.

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

문24. 6개월 후 육아 용품 및 서비스와 관련한 육아물가 수준은 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

※ 육아용품은 분유, 기저귀, 유모차, 옷과 같은 영유아 자녀 고유의 상품을, 보육·교육 서비스는 유치원 및 어린이집, 사교육 기관 이용에 필요한 비용을 의미합니다.

- ① 크게 하락할 것이다 ② 약간 하락할 것이다 ③ 비슷할 것이다
④ 약간 상승할 것이다 ⑤ 크게 상승할 것이다

문25. 지난 6개월간 육아 용품 및 서비스 관련 물가상승률은 어땠다고 생각하십니까?

- ① 육아 용품 및 서비스의 물가상승률이 전반적인 소비자물가상승률보다 낮았다
② 전반적인 소비자물가상승률과 육아 용품 및 서비스 물가상승률은 비슷했다
③ 육아 용품 및 서비스의 물가상승률이 소비자물가상승률보다 더 높았다

문26. 육아 용품과 서비스 중 어느 것이 물가상승이 더 컸다고 생각하십니까?

- ① 용품
② 서비스
③ 비슷하다

문 27. 현재 시장에서의 영유아 물품 및 서비스 가격 수준은 어느 정도라고 생각하십니까?

- 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. 귀 닥의 월평균 가구 소득은 대략 어느 정도인가요? 근로소득 외 이자소득과 연금소득도 포함하여 말씀해주세요.

- ① 100만원 미만 ② 100~199만원 ③ 200~299만원
④ 300~399만원 ⑤ 400~499만원 ⑥ 500~599만원
⑦ 600~699만원 ⑧ 700만원 이상

배문3. (선문5의 ①응답자-취업모만) 귀하의 월평균 소득은 대략 어느 정도인가요?

- ① 100만원 미만 ② 100~199만원 ③ 200~299만원
④ 300~399만원 ⑤ 400~499만원 ⑥ 500~599만원
⑦ 600~699만원 ⑧ 700만원 이상

부록 5. 품목별 유통채널별/권역별 기초통계

〈부록 표 5-1〉 품목별 유통채널별 기초통계(5월조사 기준)¹⁹⁾

유통채널	전체평균	대형마트			백화점			소형마트			유아관집삼			인터넷		
		N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차
식품 및 관련 서비스																
우유	2,846	79	2,836	1,387	28	3,538	2,157	38	2,356	535						
두유	13,574	42	13,453	1,773	4	17,400	2,561	8	12,300	1,099						
치즈	5,145	42	5,071	323	14	5,170	428	21	5,276	390						
요거트	2,776	37	2,796	330	14	2,807	350	20	2,718	291						
분유	30,811	75	30,952	16,002	15	34,040	13,154	31	29,519	9,373				4	26,075	14,889
이유식	153,400													2	153,400	61,377
시리얼	6,203	59	6,265	1,010	7	6,314	2,263	13	5,862	635						
의류/신발 관련 서비스																
배넛저고리	18,180	63	15,497	4,036	21	23,429	3,828				24	20,275	8,117	2	22,450	21,991
겔옷_상의24개월용	21,742	48	14,206	8,657	14	35,643	5,315				12	31,792	15,020	3	37,233	54,368
겔옷_상의48개월용	26,215	47	17,381	5,993	18	47,444	10,788							3	37,233	54,368
겔옷_하의24개월용	31,362	41	16,912	9,218	13	54,154	8,591				6	37,467	14,370	3	117,867	190,641
겔옷_하의48개월용	44,242	39	30,626	10,025	15	78,733	14,275							3	48,800	59,930
겔옷_점퍼/외투24개월용	46,211	46	35,776	15,487	8	70,250	8,259				16	54,500	20,429	3	97,900	86,549
겔옷_점퍼/외투48개월용	65,227	44	38,825	13,324	16	136,438	24,036							3	72,667	69,867
4세아여아원피스	70,221	48	49,706	19,693	20	114,150	38,334							3	105,600	166,660
돌복남아수트	60,733	55	52,745	10,941	7	107,000	29,246				8	72,875	19,737	3	66,833	37,035
돌복여원피스	71,397	65	64,269	15,858	4	134,250	72,482				16	89,625	34,951	3	44,800	44,871
내의	22,889	55	17,542	5,955	14	39,500	8,046				13	25,462	6,411	3	32,267	35,964
운동화size130	43,575	58	38,776	5,085	6	68,167	9,642				13	45,538	9,614	3	78,667	69,745
운동화size170	48,207	70	43,549	18,038	16	68,125	6,365							3	50,667	60,484
주방/수도/전기 및 주거 서비스																
렌탈침대	83,000													3	83,000	66,836
침대(아기원목침대)	1,148,156				2	1,319,500	338,704				4	1,360,000	635,925	3	751,467	1,036,340
아기식탁의자	51,714	7	51,714	4,271												
유아아블	40,276	14	33,614	8,315										3	71,367	83,179
출산용품영아아블세트	372,478	38	273,447	84,358	17	545,588	141,052				14	431,071	172,590			
겔싸개	110,765	60	89,133	22,594	20	169,300	62,538				23	118,000	47,026	3	97,700	139,945
속싸개	29,186	62	26,740	8,912	18	32,611	8,899				24	31,458	11,333	3	41,000	58,924
가정용품 및 가사 서비스																
젓병	20,554	63	19,408	7,456	6	25,817	4,364				12	24,842	7,313	2	15,150	6,152
젓꼭지	9,871	81	9,800	2,313	10	9,950	1,423				16	10,463	1,565	2	7,600	1,414
젓병소독기	155,362	1	139,000		7	155,286	17,260				11	153,964	17,217	2	171,500	24,749
아기전용세탁세제	9,537	42	9,427	1,244	7	10,200	0	3	6,117	941	3	14,700	1,253	2	6,900	4,243
의료용품 및 보건 서비스																
비타민	29,736	36	29,572	6,284	9	31,222	6,888							2	26,000	5,657
아기기저귀	25,826	79	26,478	6,535	16	26,473	7,176	23	23,753	3,948				3	21,107	5,386
아기물티슈	11,292	25	11,768	1,937	5	11,680	2,378	2	8,225	2,510				1	3,600	
삼부	16,588	42	17,517	1,325	14	18,214	3,970	8	9,263	5,516				2	15,000	3,677
치약	3,467	30	3,933	75	14	3,593	681	18	2,533	921				2	3,985	686
칫솔	5,439	42	5,464	368	4	5,775	386	3	4,567	1,007				2	5,550	495
로션	18,956	36	21,653	5,638	12	19,608	3,304	14	11,486	5,363				2	18,800	5,798
욕조/목욕통	71,973	42	57,262	20,614	12	97,417	51,676				15	84,467	35,643	4	103,250	108,270
유축기	134,884	35	112,600	33,841	8	257,125	87,781				11	125,909	44,673	2	85,250	14,496
채운계	94,518	39	94,567	30,163	8	113,250	18,668				10	86,740	43,566	2	57,530	4,200
오락/문화용품 및 관련 서비스																
카세트	423,050	45	367,156	77,248	10	554,600	118,320				22	466,045	206,505	3	507,667	536,317
유모차	746,202	53	522,547	230,891	10	1,370,500	434,565				17	817,000	466,639	4	1,848,000	2,777,496
아기띠	110,647	13	107,308	29,001							4	121,500	35,000			
보행기	130,348	50	120,560	23,655	12	170,417	31,364				23	137,957	27,023	4	88,750	78,129

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

(부록 표 5-1 계속)

유통채널	전체평균	대형마트			백화점			소형마트			유아편집샵			인터넷		
		N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차
식품																
블록	40,016	40	34,900	12,673	4	97,250	17,037							2	27,860	5,600
자전거	210,900	20	167,670	93,921	8	326,950	98,472							2	179,000	84,853
놀이방매트	69,207	39	70,492	18,974										2	44,150	20,294
돌앨범스튜디오	767,842													19	767,842	555,196
교육용품 및 교육 서비스																
영유아학습지	92,000													3	92,000	91,804
영유아책	580,000													3	580,000	79,373
영유아교재교구	648,750													4	648,750	146,523
어린이보험	46,393													6	46,393	24,819

주: 전체평균: 품목별기초통계(0619) 고가, 베스트, 저가 상품의 평균

〈부록 표 5-2〉 품목별 유통채널별 기초통계(7월조사 기준)

유통채널		대형마트			백화점			소형마트			유아편집샵			인터넷		
		N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차
식품																
식료품 및 관련 서비스																
우유	2,815	82	2,937	1,383	25	3,217	1,558	44	2,357	547						
두유	14,063	44	13,541	1,712	6	18,600	1,820	4	13,000	1,641						
치즈	5,148	44	5,058	164	14	5,233	374	22	5,275	428						
요거트	2,837	44	2,852	494	14	2,800	356	22	2,832	308						
분유	30,738	90	30,414	15,337	13	37,769	12,702	30	29,328	8,213				4	25,725	14,787
이유식	153,800													2	153,800	60,811
시리얼	6,146	47	6,443	1,559	10	7,237	2,375	28	5,258	1,288						
배애플고리	17,990	66	15,621	4,468	21	23,333	5,400				21	20,405	6,651	3	15,783	19,368
의류/신발 관련 서비스																
겔옷_상의24개월용	22,325	36	15,375	6,784	13	36,323	12,984				9	28,722	11,718	3	25,873	38,215
겔옷_상의48개월용	33,943	37	25,789	24,209	20	50,170	11,956							3	26,333	41,284
겔옷_하의24개월용	28,430	41	16,695	9,699	17	50,594	14,388				10	37,000	19,805	3	34,650	47,986
겔옷_하의48개월용	48,620	35	32,149	9,429	19	68,702	17,586							3	113,600	185,730
겔옷_잠퍼/외투24개월용	49,032	38	30,284	10,715	18	71,378	17,236				16	64,688	20,713	3	68,933	93,976
겔옷_잠퍼/외투48개월용	71,318	32	41,184	11,838	15	131,360	32,174							3	92,540	141,165
4세아여아원피스	64,220	53	44,987	19,824	19	113,284	37,317							3	93,267	148,746
돌복남아수트	65,100	65	55,905	17,065	22	89,559	38,717				16	68,500	19,671	3	66,833	37,035
돌복여원피스	78,530	52	62,787	18,399	18	108,600	54,073				16	95,313	40,038	3	81,493	104,622
내의	22,155	59	18,381	5,888	14	33,829	10,923				17	26,088	8,903	3	19,600	24,641
운동화size130	41,946	66	36,459	6,429	10	60,800	6,529				14	46,071	10,065	3	80,567	103,451
운동화size170	50,950	95	44,708	17,935	21	65,190	7,346							3	148,933	229,052
주매/수도/전기 및 주거 서비스																
렌탈침대	83,000													6	83,000	59,780
침대(아기원목침대)	1,116,833					41,421,000	235,770				8	1,111,250	551,555	3	726,167	984,061
침대(유아캐릭터침대)	1,078,000					21,365,000	304,056							3	886,667	1,301,925
아기식탁의자	163,490	8	92,950	92,804	2	195,000	21,213				7	252,929	150,761	3	121,900	154,510
유아아볼	39,572	50	38,622	10,381										3	55,413	66,574
출산용품영아아볼세트	375,646	44	311,955	61,904	18	535,056	153,006				3	353,333	102,997			
겔싸개	113,611	62	94,032	29,671	21	153,571	49,445				21	129,219	47,726	3	129,267	190,392
속싸개	29,401	67	25,313	7,544	21	37,095	9,246				22	34,136	10,134	3	32,100	36,804
가정용품 및 가사 서비스																
젓병	20,942	62	20,573	6,267	2	21,000	0				11	24,191	5,971	1	8,000	
젓꼭지	9,600	83	9,406	2,349	9	9,756	1,101				15	11,067	3,222	2	5,980	3,847
젓병소독기	161,250	2	108,500	98,288	5	195,400	77,229				12	156,417	48,099	1	154,000	
아기전용세탁세제	10,943	45	9,460	988	7	16,757	9,148	7	7,836	1,392	7	19,086	7,145	2	6,350	4,879
의료용품 및 보건 서비스																
비타민	31,532	39	31,433	5,947	13	32,846	3,648							2	24,925	4,349
아기거저귀	26,588	79	26,816	7,369	19	29,469	8,283	23	24,588	4,327				4	19,910	7,493
아기물티슈	11,415	31	12,126	1,995	3	12,100	3,637	9	9,607	3,536				1	3,600	

(부록 표 5-2 계속)

유통채널	전체평균	대형마트			백화점			소형마트			유아편집샵			인터넷		
		N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차
식품																
삼푸	15,677	43	17,374	1,007	12	17,417	4,470	12	8,613	4,298				2	11,140	339
치약	3,464	29	3,917	394	12	3,367	839	19	2,945	957				2	2,420	113
칫솔	5,238	30	5,259	355	3	5,033	1,060									
로션	15,946	37	18,427	5,807	10	20,380	5,442	22	10,100	3,287				2	12,195	1,124
욕조/목욕통	64,082	64	52,922	21,511	14	84,486	35,757				16	86,338	63,089	4	82,200	112,389
유축기	135,385	43	120,791	38,597	9	203,333	91,469				11	146,545	25,213	2	82,000	9,899
제온계	98,923	42	98,593	29,865	8	107,625	24,337				10	103,000	24,463	2	50,650	3,889
오락/문화용품 및 관련 서비스																
카세트	411,621	66	363,320	78,229	15	617,133	166,285				24	456,333	164,128	20	363,229	203,014
유모차	725,185	72	467,319	124,538	18	1,351,667	423,615				23	758,565	475,870	24	996,931	1,254,138
아기띠	120,196	15	118,600	42,813							5	125,000	31,305	4	120,175	29,130
보행기	129,679	70	124,350	25,695	13	170,308	30,839				25	132,992	26,471	12	109,848	56,775
블록	42,769	43	36,802	12,433	7	83,429	14,501							2	28,750	7,990
자전거	205,702	36	180,953	92,190	8	317,250	60,234							2	205,000	28,284
놀이방매트	67,320	38	67,553	19,577										2	62,900	38,325
돌앨범스튜디오	839,090													20	839,090	576,658
교육용품 및 교육 서비스																
영유아학습지	92,000													3	92,000	91,804
영유아책	580,000													3	580,000	79,373
영유아교재교구	648,750													4	648,750	146,523
어린이보험	46,393													6	46,393	24,819

주: 전체평균: 품목별기초통계(0619) 고가, 베스트, 저가 상품의 평균

〈부록 표 5-3〉 품목별 유통채널별 기초통계(9월조사 기준)

유통채널		전체평균	대형마트			백화점			소형마트			유아편집샵			인터넷			
			N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	
식품 및 관련 서비스																		
식료품	2,784	89	2,812	1,226	26	3,130	1,268	44	2,525	534								
우유	13,177	44	13,038	1,811	4	16,440	5,680	8	12,313	1,538								
치즈	5,144	44	4,995	257	11	5,242	419	21	5,405	472								
요거트	2,844	44	2,853	351	13	2,923	496	21	2,776	284								
분유	30,156	91	29,818	14,504	7	37,371	12,882	29	30,305	9,714					4	24,140	13,276	
이유식	127,800															2	127,800	70,428
시리얼	6,171	39	6,579	1,861	6	5,903	2,172	20	5,455	1,141								
배냇저고리	18,428	69	16,514	4,256	21	25,762	5,665				18	18,111	3,740	3	13,003	15,503		
의류/신발 관련 서비스																		
겔옷_상의24개월용	24,516	53	17,509	7,557	16	43,813	7,350				14	23,393	9,556	3	50,633	80,093		
겔옷_상의48개월용	31,415	62	21,934	9,172	21	52,381	11,651							3	80,583	113,410		
겔옷_하의24개월용	34,318	46	22,413	10,432	16	63,375	9,266				17	39,706	23,703	3	31,360	37,766		
겔옷_하의48개월용	42,291	60	32,138	14,306	19	75,000	26,245							3	38,200	54,213		
겔옷_점퍼/외투24개월용	74,858	54	47,150	20,925	18	137,500	48,606				18	92,033	39,666	3	94,700	116,503		
겔옷_점퍼/외투48개월용	93,126	57	63,211	20,697	19	165,421	66,580							3	203,640	282,785		
4세남아정장	103,405	42	86,305	26,707	10	177,600	72,929				3	148,667	17,898	3	50,237	40,436		
4세아여아원피스	71,885	57	48,467	15,079	19	138,368	41,897							3	95,780	135,883		
돌복남아수트	90,162	70	77,933	30,574	19	132,158	42,770				25	97,280	36,115	3	50,237	40,436		
돌복여원피스	76,606	67	61,443	18,378	18	113,611	36,850				23	91,913	33,250	3	75,873	98,733		
내의	26,842	63	21,746	7,935	21	39,524	12,956				22	30,105	10,578	3	21,170	26,547		
운동화size130	43,551	69	39,504	9,769	10	63,600	10,967				20	45,325	16,442	3	57,960	67,152		
운동화size170	51,135	93	45,772	19,235	20	63,700	5,814							3	133,607	186,155		
주제/수동/전기 및 주저 서비스																		
렌탈침대	83,000														3	83,000	66,836	
침대(아기원목침대)	1,143,248				5	1,288,600	292,180				9	1,310,000	399,093		3	434,073	523,286	
아기식탁의자	55,000	1	55,000															
유아이불	41,822	51	40,517	15,359											3	64,018	77,866	

(부록 표 5-3 계속)

유통채널	전체평균	대형마트			백화점			소형마트			유아편집상			인터넷		
		N	평균	표준차	N	평균	표준차	N	평균	표준차	N	평균	표준차	N	평균	표준차
출산용품영아이블세트	373,450		48,306,490	104,883	16	516,563	141,617				6,527,500	207,382				
겉싸개	112,419	67	90,522	22,735	20	181,400	68,099				21	117,667	49,871	3	104,847	150,411
속싸개	30,617	68	27,941	7,750	21	40,095	11,811				21	28,905	11,379	3	36,917	44,265
가정용품 및 가사 서비스																
젖병	21,250	57	20,963	5,765	4	23,475	2,090				13	22,685	7,180	1	10,030	
젖꼭지	9,807	85	9,709	2,259	10	10,370	1,582				17	10,476	1,748	2	5,435	3,472
젖병소독기	155,427	2	123,000	77,782	7	174,857	46,927				11	150,818	32,037	2	145,200	12,445
아기전용세탁세제	11,193	40	9,550	3,311	10	19,470	10,862	8	7,356	1,871	6	14,117	8,005	2	9,250	3,182
의료용품 및 보건 서비스																
비타민	31,697	41	31,937	6,675	14	33,357	6,570				1	15,000		2	23,525	2,369
아기거저귀	27,696	77	27,389	7,083	11	32,956	4,159	28	27,401	4,174				4	21,191	14,101
아기물티슈	11,710	29	11,717	2,394	4	13,225	2,439	6	10,663	3,669						
삼투	15,611	41	17,280	1,608	11	18,327	4,217	11	8,305	4,367				2	6,645	3,048
치약	3,501	35	3,922	226	13	3,446	717	18	2,725	804				2	3,490	3,748
칫솔	5,300	44	5,341	326				1	3,500							
로션	18,324	38	22,201	7,615	12	21,492	8,123	22	10,263	3,348				2	14,325	1,888
욕조/목욕통	63,951	67	56,051	28,167	14	73,143	22,104				20	82,550	42,213	4	71,118	98,102
유축기	126,252	38	116,000	45,673	8	171,750	50,689				8	131,000	45,274	2	120,045	39,534
체온계	103,598	40	101,100	25,273	9	117,556	39,408				15	109,067	23,295	2	49,745	4,066
오락/문화용품 및 관련 서비스																
카세트	417,942		67,388,701	74,731	14	567,643	121,236				20	454,800	186,815	23	379,949	266,212
유모차	717,116		67,421,773	188,906	12	161,700	430,584				22	891,500	557,502	24	931,570	1,270,897
아기띠	120,902		18,110,667	24,660							6	152,333	74,333	4	119,813	25,752
보행기	124,568		66,119,448	24,808	12	167,333	35,801				17	128,588	24,794	11	102,421	53,496
블록	39,135	43	36,002	11,632	3	85,000	9,644							2	37,685	14,036
자전거	215,242		38,201,005	59,913	8	307,375	35,213							2	117,200	53,457
놀이방매트	79,293	39	79,569	36,927										2	73,910	29,713
돌엘벌스튜디오	815,390													20	815,390	506,110
교육용품 및 교육 서비스																
영유아학습지	92,000													3	92,000	91,804
영유아책	580,000													3	580,000	79,373
영유아교재교구	648,750													4	648,750	146,523
어린이보험	46,393													6	46,393	24,819

주: 전체평균: 품목별기초통계(0619) 고가, 베스트, 저가 상품의 평균

〈부록 표 5-4〉 품목별 권역별 기초통계(5월조사 기준)

단위: 원																
유통채널	전체평균	도심권			동북권			동남권			서북권			서남권		
		N	평균	표준차	N	평균	표준차	N	평균	표준차	N	평균	표준차	N	평균	표준차
식품 및 관련 서비스																
우유	2,846	7	3,357	2,277	54	2,904	1,559	31	2,770	1,313	4	2,425	676	49	2,790	1,389
두유	13,574	1	15,200		20	13,150	1,771	10	13,371	1,942				23	13,961	2,388
치즈	5,145	4	5,165	377	27	5,150	246	16	5,167	540	2	4,950	0	28	5,139	377
요거트	2,776	4	2,863	275	27	2,838	353	13	2,715	301	1	2,500		26	2,740	308
분유	30,811	4	34,150	14,567	49	29,763	12,745	19	31,453	15,056	4	28,400	5,430	45	32,020	16,110
이유식	153,400															
시리얼	6,203	1	6,480		35	6,194	1,179	14	6,345	1,004				29	6,136	1,129
의류/신발 관련 서비스																
배넛저고리	18,180	3	23,333	3,512	30	17,077	5,488	23	17,957	5,200	3	23,000	15,716	43	18,153	6,385
겉옷_상의24개월용	21,742	2	34,000	1,414	20	19,845	12,869	16	22,438	13,676				30	20,150	15,045
겉옷_상의48개월용	26,215	3	53,000	8,544	23	26,457	13,771	14	22,950	15,652				25	23,284	14,986
겉옷_하의24개월용	31,362	3	55,000	11,269	17	21,088	15,245	12	26,825	20,874				22	26,673	19,215
겉옷_하의48개월용	44,242	2	85,000	4,243	16	45,175	24,994	13	41,362	24,194				23	41,083	23,023
겉옷_점퍼/외투24개월용	46,211	1	79,000		19	37,368	20,589	15	48,547	21,766	2	38,500	707	31	44,371	19,128
겉옷_점퍼/외투48개월용	65,227		3144,667	15,275	24	61,646	43,899	12	65,367	49,794				21	56,829	42,023

단위: 원

(부록 표 5-4 계속)

유통채널	전체평균	도심권			동북권			동남권			서북권			서남권		
		N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차
4세아여아원피스	70,221		2108,000	28,284	27	66,374	43,341	16	67,775	32,706				23	68,539	40,364
돌북남아수트	60,733				23	59,304	19,743	10	65,300	26,433	1	72,000		30	59,400	25,347
돌북여원피스	71,397				25	75,120	38,828	16	76,375	23,977	2	87,000	31,113	36	69,347	26,882
내의	22,889	2	41,000	5,657	25	20,316	9,416	15	23,393	9,374	2	26,500	4,950	32	21,594	11,466
운동화size130	43,575	1	65,000		22	43,477	11,915	16	40,281	9,675	1	38,000		31	40,839	9,455
운동화size170	48,207	2	69,000	8,485	31	47,852	18,484	20	50,880	19,378				33	45,436	19,528
주택/수도/전기 및 주거 서비스																
렌탈침대	83,000															
침대(아기원목침대)	1,148,156							3	150,667	679,289	1	150,000		2	120,500	501,339
아기식탁의자	51,714				3	49,333	5,132	1	55,000					3	53,000	3,464
유아이불	40,276							2	39,900	0				12	32,567	8,563
출산용품영아이불세트	372,478		2,560,500	88,388	20	337,800	146,205	15	405,600	204,664	3	386,000	133,671	29	364,897	163,609
겉싸개	110,765		3155,667	58,774	27	96,148	46,457	20	125,050	53,859	3	83,000	23,065	44	113,977	50,912
속싸개	29,186	3	36,000	8,185	27	28,330	9,840	22	27,727	8,790	3	40,667	18,583	43	27,698	9,450
가정용품 및 가사 서비스																
젓병	20,554	1	33,900		25	19,520	6,437	16	18,281	7,817	2	30,000	12,728	31	19,958	6,561
젓꼭지	9,871	2	9,750	1,768	32	10,184	2,015	22	10,209	2,026	1	11,000		44	9,734	2,328
젓병소독기	155,362		1139,000		2	162,000	9,899	6	154,167	20,064	1	138,600		7	159,286	16,540
아기전용세탁세제	9,537	1	10,200		19	9,116	1,338	12	9,813	2,309				21	9,498	1,418
의료용품 및 보건 서비스																
비타민	29,736	1	35,000		13	30,385	7,489	11	30,845	5,481				20	28,815	6,263
아기거저귀	25,826	4	26,545	4,849	43	25,057	6,120	22	27,176	6,331	3	24,276	2,750	46	26,246	6,671
아기물티슈	11,292	1	10,000		9	10,567	1,572	9	12,633	1,862				13	11,558	2,469
삼푸	16,588	2	18,000	4,243	27	15,770	5,088	13	16,408	3,989				22	17,714	1,692
치약	3,467	3	3,533	351	25	3,542	776	11	3,531	651	2	2,175	530	21	3,407	1,005
칫솔	5,439	3	4,967	1,286	17	5,447	409	9	5,500	409				20	5,465	380
로션	18,956	3	10,767	5,279	24	20,123	8,157	12	17,454	5,623				23	19,604	4,524
육조/목욕통	71,973		3132,333	96,459	16	63,188	20,193	13	85,769	39,281	1	73,000		28	65,321	25,268
유축기	134,884		1320,000		13	118,385	68,602	11	155,364	85,580	2	135,500	10,607	23	129,913	59,328
세은개	94,518		1120,000		17	102,300	28,733	8	106,500	23,940	2	110,000	14,142	25	86,176	36,820
오락/문화용품 및 관련 서비스																
카시트	423,050		2,472,500	109,602	20	407,800	90,645	16	508,438	215,064	3	324,000	126,996	28	397,250	138,133
유모차	746,202		2,1240,000	353,553	16	638,438	484,682	19	794,895	457,979				33	703,727	366,841
아기띠	110,647					5,114,400	30,213							6	102,500	26,756
보행기	130,348		1,128,000		21	126,000	32,862	15	133,533	29,386	3	130,667	25,325	37	135,703	32,099
블록	40,016				15	35,713	13,571	10	48,440	30,770				19	40,258	22,602
자전거	210,900				13	155,046	93,960	4	343,225	108,226				11	234,591	110,792
놀이방매트	69,207				15	70,153	17,750	8	69,738	21,531				16	71,188	20,018
돌앨범스튜디오	767,842		2,650,000	70,711	6	626,333	389,061	4	1,347,500	822,005	2	350,000	70,711	5	688,200	469,470
교육용품 및 교육 서비스																
영유아학습지	92,000															
영유아책	580,000															
영유아교재교구	648,750															
어린이보험	46,393															

주: 전체평균: 품목별기초통계(0619) 고가, 베스트, 저가 상품의 평균

〈부록 표 5-5〉 품목별 권역별 기초통계(7월조사 기준)

단위: 원

유통채널	전체평균	도심권			동북권			동남권			서북권			서남권		
		N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차
식료품 및 관련 서비스																
우유	2,815	7	2,679	809	56	2,653	1,077	32	2,931	1,356	7	2,737	1,351	49	2,953	1,457
두유	14,063				20	13,841	1,937	11	14,442	3,062	2	13,525	2,369	21	14,127	2,417
치즈	5,148	4	5,275	206	28	5,134	235	16	5,194	417	4	5,225	401	28	5,107	318
요거트	2,837	4	2,838	309	28	2,874	561	16	2,773	305	4	2,775	340	28	2,846	359

(부록 표 5-5 계속)

품목	전체 평균	유동채널			도심권			동북권			동남권			서북권			서남권		
		N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차
분유	30,738	4	34,150	14,567	51	30,016	13,099	22	33,082	16,748	8	29,375	11,574	48	30,791	14,055			
이유식	153,800																		
시리얼	6,146	3	6,310	581	33	6,042	1,147	19	6,745	2,692	4	5,570	2,051	26	5,911	1,408			
배냇저고리	17,990	3	21,800	6,391	30	15,967	6,749	24	19,375	4,942	6	16,833	5,981	39	18,644	6,091			
의류/신발 관련 서비스																			
겔옷_상의24개월용	22,325	3	34,333	1,155	18	22,361	13,027	11	23,564	13,634				24	19,229	12,975			
겔옷_상의48개월용	33,943	3	62,667	17,474	24	35,600	31,323	10	29,620	14,137				20	30,950	13,877			
겔옷_하의24개월용	28,430	3	56,667	8,021	23	30,739	20,508	12	27,967	21,431				28	22,571	16,487			
겔옷_하의48개월용	48,620	3	68,000	17,321	22	40,483	19,605	8	49,500	25,117				21	44,757	22,088			
겔옷_점퍼/외투24개월용	49,032	3	70,000	17,088	23	43,261	26,701	11	57,609	27,929	5	46,400	24,450	30	46,663	20,714			
겔옷_점퍼/외투48개월용	71,318	3	144,667	15,275	16	61,700	46,589	9	68,200	52,235				19	65,963	40,045			
4세아여아원피스	64,220	3	109,333	33,546	28	61,586	37,833	14	63,843	37,803	3	37,367	12,937	24	61,600	42,939			
돌복남아수트	65,100	4	53,000	12,702	27	65,974	22,063	20	54,615	37,681	4	76,250	20,871	46	68,685	25,494			
돌복여원피스	78,530	3	82,000	12,124	27	78,444	37,187	23	67,991	25,069	6	99,333	44,657	23	86,735	50,432			
내의	22,155	3	37,667	2,309	25	21,880	8,992	12	23,550	10,743	6	22,833	7,960	38	19,632	8,638			
운동화size130	41,946	1	65,000		22	36,468	9,273	16	38,938	10,668	6	45,833	10,147	39	42,359	10,888			
운동화size170	50,950	3	67,000	7,211	41	45,068	17,741	23	53,604	16,873				49	47,644	19,057			
주매/수도/전기 및 주거 서비스																			
렌탈침대	83,000																		
침대(아기원목침대)	1,116,833				1	1,599,000		3	1,576,667	633,430				8	1,030,625	366,025			
침대(유아캐리터침대)	1,078,000								1	1,150,000				1	1,580,000				
아기식탁의자	163,490				5	159,600	113,017	5	333,200	76,806				7	62,871	29,608			
유아이불	39,572							20	37,650	9,590	9	47,467	14,867	2	23,400	9,192	19	37,058	4,984
출산용품영아이블세트	375,646		3,582,000	72,746	21	337,143	118,502	13	403,692	152,497	3	302,667	13,279	25	377,400	139,248			
겔싸개	113,611		3,146,000	59,733	30	106,300	38,387	22	121,864	50,100	5	108,600	53,585	38	113,411	48,632			
속싸개	29,401	3	33,000	6,083	30	27,867	10,160	24	31,167	10,137	6	33,333	13,823	41	27,780	9,057			
가정용품 및 가사 서비스																			
젓병	20,942				25	18,800	5,804	16	21,350	6,475	3	22,267	2,369	25	20,904	4,969			
젓꼭지	9,600	2	10,150	1,202	32	9,400	2,342	22	10,104	2,003	6	10,733	606	39	9,623	2,995			
젓병소독기	161,250					1,139,000			6,175,500	54,643		1,154,000		7	184,429	57,352			
아기전용세탁세제	10,943				19	9,032	933	16	15,103	9,069	4	10,875	2,794	25	9,820	1,483			
의료용품 및 보건 서비스																			
비타민	31,532	2	32,500	3,536	17	31,059	6,590	11	31,218	4,627	2	38,500	7,778	20	31,975	4,794			
아기거치귀	26,588	3	30,849	5,943	41	26,805	7,633	23	28,146	6,522	8	25,775	5,758	46	26,060	7,358			
아기물티슈	11,415	1	10,000		18	11,271	3,002	7	13,057	2,289	2	11,900	2,828	15	11,372	2,361			
샴푸	15,677	2	17,800	3,960	24	15,769	3,967	15	15,873	4,822	2	17,150	636	24	15,542	4,693			
치약	3,464	3	3,067	1,115	21	3,567	684	10	3,467	987	4	3,055	1,064	22	3,589	819			
칫솔	5,238	1	3,900		14	5,126	329	6	5,442	395	2	5,175	35	10	5,420	379			
로션	15,946	3	15,100	9,270	25	15,986	6,767	15	17,520	8,084	4	13,900	1,826	22	15,656	5,478			
욕조/목욕통	64,082	3	101,333	81,095	32	57,484	23,706	15	86,887	65,379	3	70,333	4,619	33	56,891	22,474			
유축기	135,385		1,320,000		17	131,941	60,560	13	129,615	38,279	4	136,000	49,820	24	137,000	54,800			
채운계	98,923		1,119,000		16	93,869	33,514	12	111,583	21,454	2	99,000	42,426	25	99,920	27,240			
오락/문화용품 및 관련 서비스																			
카시트	411,621		1,472,000			19,394,347	107,260		26,500,288	230,985		3,401,667	74,218		48,396,271	94,064			
유모차	725,185	4	1,620,000	150,111		20,643,300	413,913		32,800,594	492,892		6,488,333	111,385		43,582,628	291,474			
아기띠	120,196					4,156,000	59,543		2,139,000	0					8,101,000	22,866			
보행기	129,679		1,128,000			18,138,944	33,902		27,130,481	30,542		6,127,000	13,943		48,130,694	30,960			
블록	42,769					18,39,756	16,576		10,51,600	25,229		2,35,000	16,829		20,43,245	21,892			
자전거	205,702					17,176,794	60,204		7,290,129	145,825					20,200,795	101,122			
놀이방매트	67,320					16,72,213	18,585		4,69,600	22,865		1,89,800			17,61,376	19,242			
돌앨범스튜디오	839,090		2,650,000	70,711		6,648,967	384,222		4,144,730	957,266					8,724,750	368,845			
교육용품 및 교육 서비스																			
영유아학습지	92,000																		
영유아책	580,000																		
영유아교재교구	648,750																		
어린이보험	46,393																		

주: 전체평균: 품목별기초통계(0619) 고가, 베스트, 저가 상품의 평균

〈부록 표 5-6〉 품목별 권역별 기초통계(9월조사 기준)

품목	유통채널	전체평균	도심권			동북권			동남권			서북권			서남권		
			N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차
식품 및 관련 서비스																	
우유		2,784	8	2,744	718	56	2,797	1,202	32	2,762	999	9	2,907	1,249	54	2,771	1,101
두유		13,177				23	13,186	2,535	10	13,026	1,957	2	13,525	2,369	21	13,206	2,469
치즈		5,144	4	5,165	377	27	5,141	237	13	5,381	511	4	5,225	401	28	5,023	426
요거트		2,844	4	2,875	260	28	2,816	344	14	2,818	335	4	2,775	340	28	2,891	418
분유		30,156	4	34,150	14,567	48	30,246	12,818	20	32,010	14,765	8	29,375	11,772	47	29,580	14,235
이유식		127,800															
시리얼		6,171	2	6,490	693	26	6,086	921	10	5,867	1,316	4	5,995	1,380	23	6,402	2,624
배냇저고리		18,428	3	24,000	5,000	30	19,100	6,138	24	19,083	4,934	3	13,333	5,132	42	17,940	5,980
의류/신발 관련 서비스																	
겔옷_상의24개월용		24,516	2	42,000	0	27	22,426	15,324	18	26,194	11,826	2	19,900	14,284	28	20,418	11,023
겔옷_상의48개월용		31,415	3	57,667	2,309	29	28,328	14,636	16	34,731	10,758	3	27,000	1,732	32	25,897	19,133
겔옷_하의24개월용		34,318	3	62,000	3,464	18	23,278	15,672	20	46,900	24,493				32	31,406	19,517
겔옷_하의48개월용		42,291	3	83,333	25,403	30	39,173	24,388	18	55,761	23,338	3	49,000	12,124	25	31,096	21,422
겔옷_겔퍼/외투24개월용		74,858	3	159,333	21,362	19	83,763	56,317	21	76,790	55,227	5	63,000	38,904	36	61,850	38,447
겔옷_겔퍼/외투48개월용		93,126	3	125,667	40,415	25	88,220	59,441	16	92,244	63,043	3	87,000	6,928	29	83,676	59,710
4세남아정장		103,405				15	94,400	46,172	17	103,871	27,616				23	115,870	68,883
4세아여아원피스		71,885	3	149,000	51,962	29	68,062	47,679	16	71,788	41,180				28	65,079	41,060
돌북남아수트		90,162				30	80,667	31,702	25	106,560	49,951	7	78,714	29,848	46	91,420	37,666
돌북여원피스		76,606	3	109,667	9,238	29	73,241	28,513	24	74,892	27,434	6	67,933	20,225	40	79,893	41,059
내의		26,842	3	38,000	13,892	30	26,533	12,768	23	30,957	12,305	5	27,280	12,266	39	23,638	10,695
운동화size130		43,551	1	69,000		25	41,800	10,916	22	45,105	17,782	6	37,000	3,406	39	42,308	13,534
운동화size170		51,135	3	67,000	7,211	33	46,664	18,941	27	47,911	21,689				50	49,926	17,455
주방/수도전기 및 주거 서비스																	
렌탈침대		83,000															
침대(아기원목침대)		1,143,248				3	1,234,667	330,243	3	1,506,667	679,289	1	1,250,000		7	1,237,000	227,046
아기식탁의자		55,000													1	55,000	
유아이불		41,822				16	35,958	11,212	10	36,622	9,724	2	53,400	23,335	23	44,262	18,310
출산용품영아이불세트		373,450				27	329,574	124,934	15	418,067	178,703				28	391,857	169,308
겔싸개		112,419	3	180,000	20,000	28	110,321	65,732	23	115,826	41,986	6	127,333	74,864	42	107,310	48,395
속싸개		30,617	3	38,667	13,503	30	31,200	8,628	24	32,958	12,034	6	22,500	6,834	41	28,171	10,454
가정용품 및 가사 서비스																	
젓병		21,250				22	21,214	4,537	15	21,833	4,052	4	22,075	2,687	27	20,407	5,652
젓꼭지		9,807	2	10,100	1,273	35	9,651	2,515	20	10,645	986	5	10,480	1,406	44	9,805	2,113
젓병소독기		155,427	2	193,500	64,347	1	185,000		5	153,800	22,152				8	162,000	33,730
아기전용세탁세제		11,193	2	9,950	354	15	10,233	5,530	11	8,814	1,543	3	9,500	608	29	11,910	7,455
의료용품 및 보건 서비스																	
비타민		31,697	2	37,000	2,828	20	31,140	6,126	10	32,800	6,957	2	40,000	7,071	22	31,209	7,680
아기기저귀		27,696	1	29,800		44	27,006	6,934	22	30,249	5,436	7	27,114	6,174	42	27,747	6,405
아기물티슈		11,710	2	12,450	3,465	17	11,235	2,316	7	13,100	2,310	1	9,900		12	11,598	3,158
삼푸		15,611	2	21,050	5,728	25	16,246	4,380	14	15,921	5,033	2	17,150	636	20	14,800	4,250
치약		3,501	3	3,767	231	24	3,479	758	14	3,292	839	3	2,733	1,037	22	3,728	603
칫솔		5,300	1	3,500		16	5,291	265	8	5,375	357	2	5,175	35	15	5,389	383
로션		18,324	4	18,725	11,899	25	18,276	9,077	15	19,476	9,621	4	16,843	8,650	24	18,167	7,447
욕조/목욕통		63,951	3	67,000	32,909	28	56,750	20,814	19	68,579	23,517	6	66,833	15,905	39	61,036	25,087
유축기		126,252	2	139,000	12,728	15	123,267	52,418	10	132,900	33,258	2	133,500	64,347	21	129,571	55,740
체온계		103,598	1	129,000		16	104,813	25,225	14	107,071	24,920	4	123,000	7,118	23	101,000	32,040
오락/문화용품 및 관련서비스																	
카시트		417,942	3	568,000	92,828	29	420,207	100,315	9	507,778	210,299	8	378,750	67,281	46	421,652	127,655
유모차		717,116		31,323,333	288,675	22	571,091	402,342	16	1,263,563	620,674	7	486,000	113,813	47	544,102	418,197
아기띠		120,902				8	106,000	22,797	2	193,500	147,785				8	118,625	23,170
보행기		124,568	2	126,000	0	29	131,379	29,627	7	126,000	16,432	7	115,000	20,486	44	125,968	34,394
블록		39,135				17	39,594	16,899	8	34,800	9,703	2	35,000	16,829	19	41,137	19,474
자전거		215,242				14	205,271	45,964	9	223,289	69,656	2	202,900	21,072	21	228,952	84,898
놀이방매트		79,293				16	76,981	34,894	8	64,000	14,642	2	84,850	7,000	13	91,523	48,342
돌엘범스튜디오		815,390	2	650,000	70,711	6	637,967	381,890		41,247,500	717,652				8	773,750	475,573

단위: 원

(부록 표 5-6 계속)

품목	유통채널	전체평균	도심권			동북권			동남권			서북권			서남권		
			N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차	N	평균	표준편차
교육용품 및 교육서비스																	
영유아학습지		92,000															
영유아책		580,000															
영유아교재교구		648,750															
어린이보험		46,393															

주: 전체평균: 품목별기초통계(0619) 고가, 베스트, 저가상품의 평균

연구보고 2013-18

KICCE 육아물가지수 기초연구

발행일 2013년 11월

발행인 이 영

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 금풍문화사 02) 2264-2306

보고서 내용의 무단 복제를 금함.

ISBN 978-89-97492-50-3 93330