

소비자물가 안정의 중요성과 물가감시운동

2024.09.30.

김은경
(경기연구원)

목 차

1. 물가에 대한 이해
2. 소비자물가 안정의 중요성
3. 물가감시운동의 필요성
4. 향후 방향

물가와 관련된 기본 개념

- **물가**

- 시장에서 거래되는 개별 상품의 가격을 경제생활에서 차지하는 중요도 등을 고려하여 평균한 종합적인 가격수준

- **물가지수**

- 물가의 움직임을 알기 쉽게 지수화한 경제지표

- **지수 분류**

- **지출목적별 지수:** 식료품 및 비주류 음료, 의류 및 신발, 교육, 통신, 오락 및 문화 등 지출목적에 따라 분류하는 기본 분류
- **품목성질별 지수:** 농축수산물, 공업제품, 전기 · 가스 · 수도, 서비스 등 품목의 성질이 유사한 것을 묶어 분류

물가지수의 종류

- **소비자물가지수(CPI, 총지수)**

- 대표적인 인플레이션 지표로 소비자가 일상 소비생활에서 구입하는 상품과 서비스의 가격 변동을 조사하여 도시가계의 평균적인 생계비나 화폐의 구매력 변동을 측정하는 물가지수

- **근원물가지수**

- 일시적 외부 충격에 의한 물가변동이 심한 품목을 제외한 지수
- 식료품 및 에너지 제외 지수와 농산물 및 석유류 제외 지수 공표

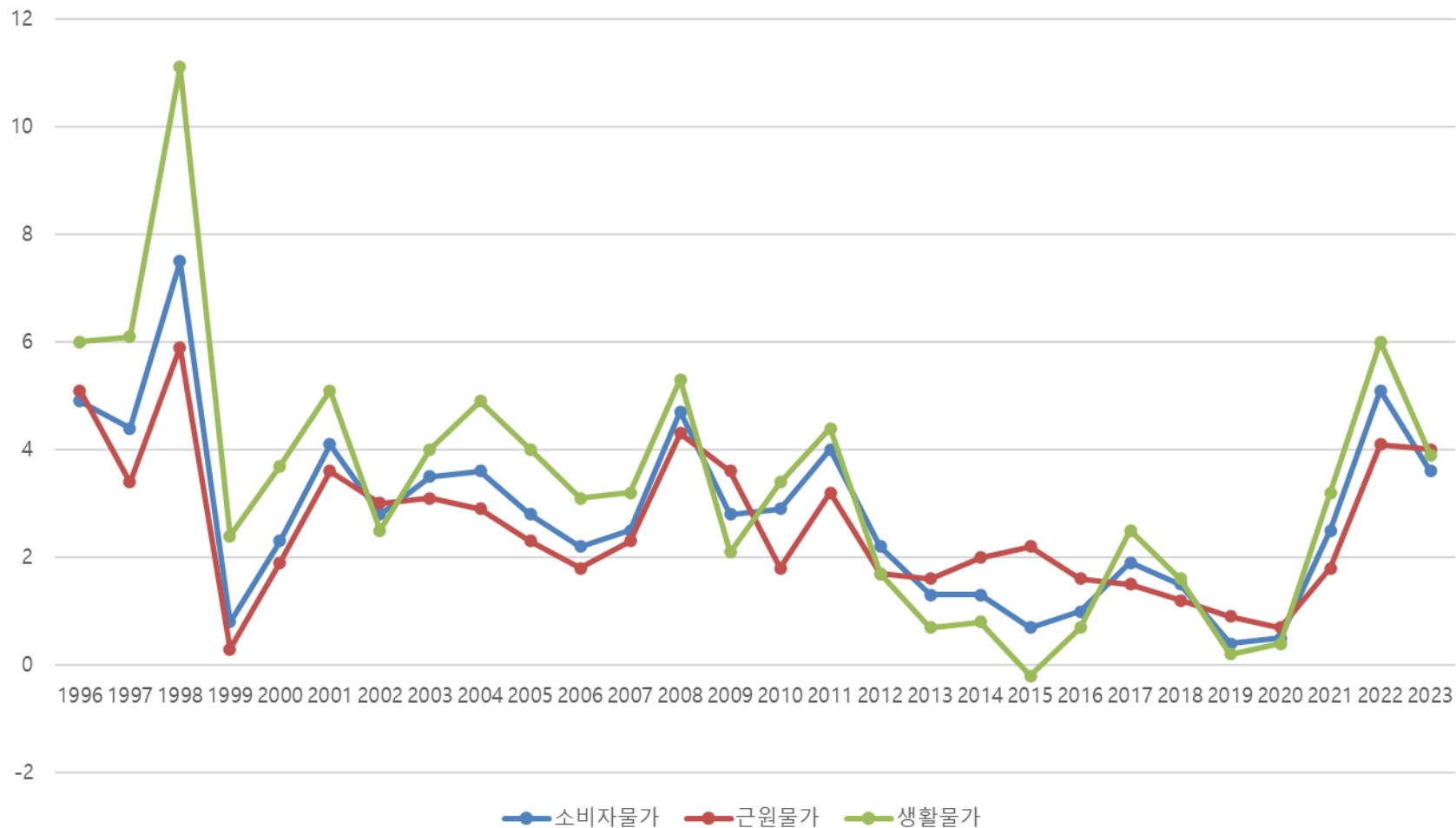
- **생활물가지수**

- 소비자물가 조사품목 중 소비자의 구입빈도 및 지출비중이 높아 가격변동을 민감하게 느끼는 품목으로 작성한 지수로 기본 생필품 144개 (2020년 기준)를 선정하여 품목의 평균적인 가격변동 지수화

- **신선식품지수**

- 신선어류나 조개류·채소·과실 등 기상조건이나 계절에 따라 가격변동이 큰 품목으로 2020년 기준 총 55개 품목

물가지수별 변동 추이

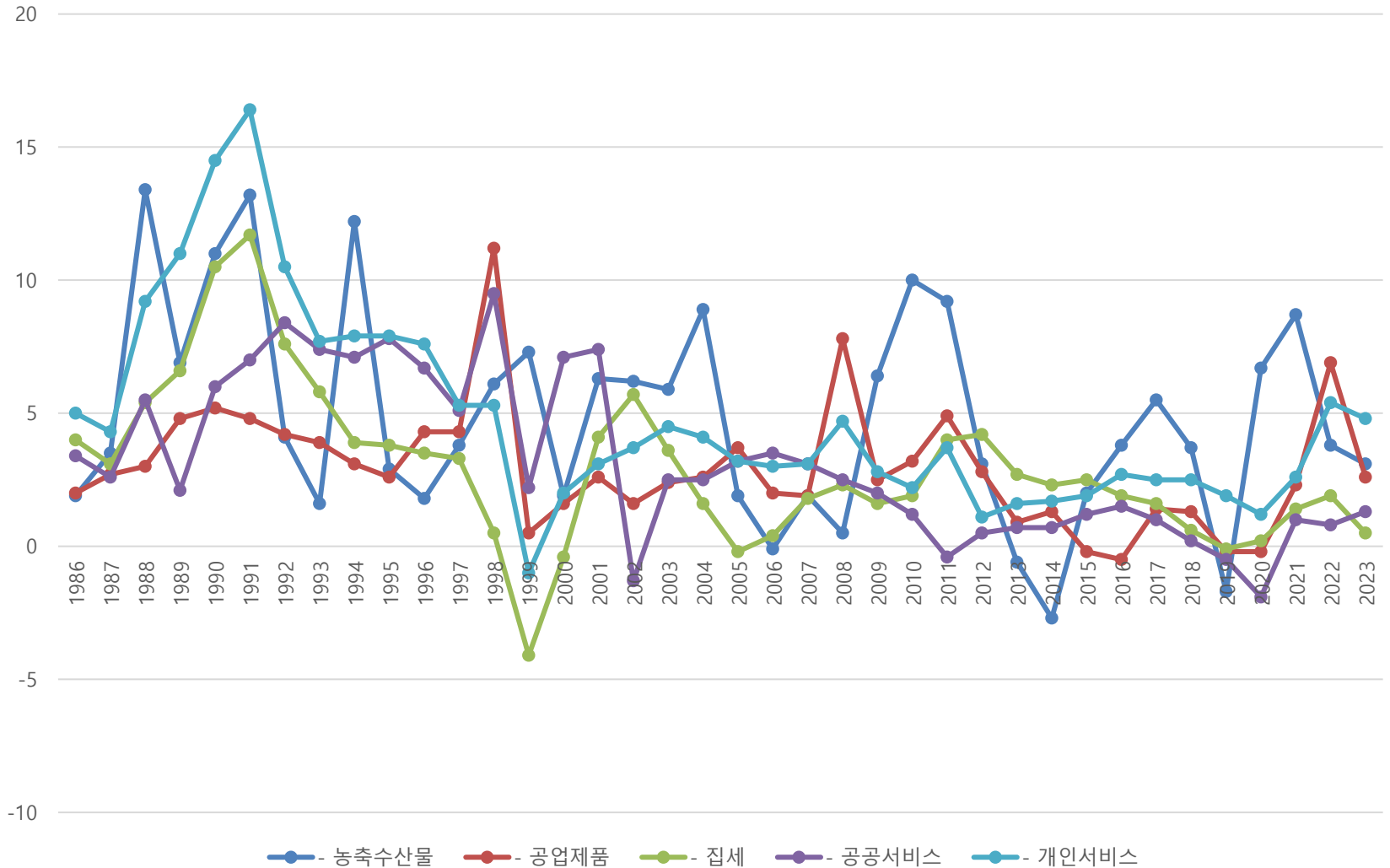


자료: 통계청

소비자물가지수 개요

- 소비자물가지수는 각 가정이 생활을 위해 구입하는 상품과 서비스의 가격 변동을 알기 위해 작성하는 통계
 - 2020년 기준 458개 상품 및 서비스 품목이 대상이며 5년 주기로 지수 개편
 - 대표품목 선정기준은 ① 전국 가구의 월평균 소비지출액이 일정비율 이상, ② 동종 품목군의 가격 대표, ③ 시장에서 계속적으로 가격조사가 가능 품목
 - 전통시장, 대형마트, 슈퍼마켓, 음식점, 학원 등 을 방문하여 실제 소비자판매가격을 조사하고 각 품목별로 평균가격을 계산하여 지난달과의 가격 변동을 계산
 - 대표 품목들의 개별 가격 변동을 종합하여 소비자물가지수 통계
 - 총 소비지출에서 각 품목이 차지하는 지출비중을 가중치로 가중 평균하여 소비자물가 작성
- 소비자물가상승률 = $\{(\text{당해 년도 연간소비자물가지수} \div \text{직전 연간소비자물가지수}) - 1\} \times 100$

주요 품목성질별 변동 추이



자료: 통계청

주요 품목별 소비자물가상승률

	1986	1990	2000	2010	2020	2021	2022	2023
소비자물가 총지수 (2020=100)	30.4	38.5	63.2	86.4	100.0	102.5	107.7	111.6
소비자물가상승률(%)	2.8	8.6	2.3	2.9	0.5	2.5	5.1	3.6
식료품 · 비주류음료	2.2	9.9	0.8	6.4	4.4	5.9	5.9	5.5
주류 및 담배	2.6	5.3	0.8	0.4	0.3	0.4	2.2	1.0
의류 및 신발	2.3	9.8	1.5	2.9	0.7	0.6	3.1	6.7
주택 · 수도 · 전기 및 연료	2.6	7.7	3.7	2.4	0.5	1.6	5.5	5.0
가정용품 및 가사 서비스	2.4	6.1	-2.5	0.4	0.0	1.9	4.8	5.4
보건	3.8	7.4	7.3	1.7	1.5	-0.1	0.8	1.6
교통	1.6	2.6	4.4	4.9	-1.8	6.3	9.7	-3.4
통신	5.9	6.6	-2.3	-0.9	-2.1	-0.9	0.9	1.0
오락 및 문화	2.1	4.7	-1.0	0.9	-1.0	0.4	2.8	3.7
교육	4.4	13.2	5.1	2.3	-2.1	0.9	1.3	2.0
음식 및 숙박	4.6	13.8	0.9	2.3	0.9	2.7	7.6	6.0
기타 상품 및 서비스	4.5	3.5	1.3	3.5	2.0	2.0	6.1	5.8

자료: 통계청

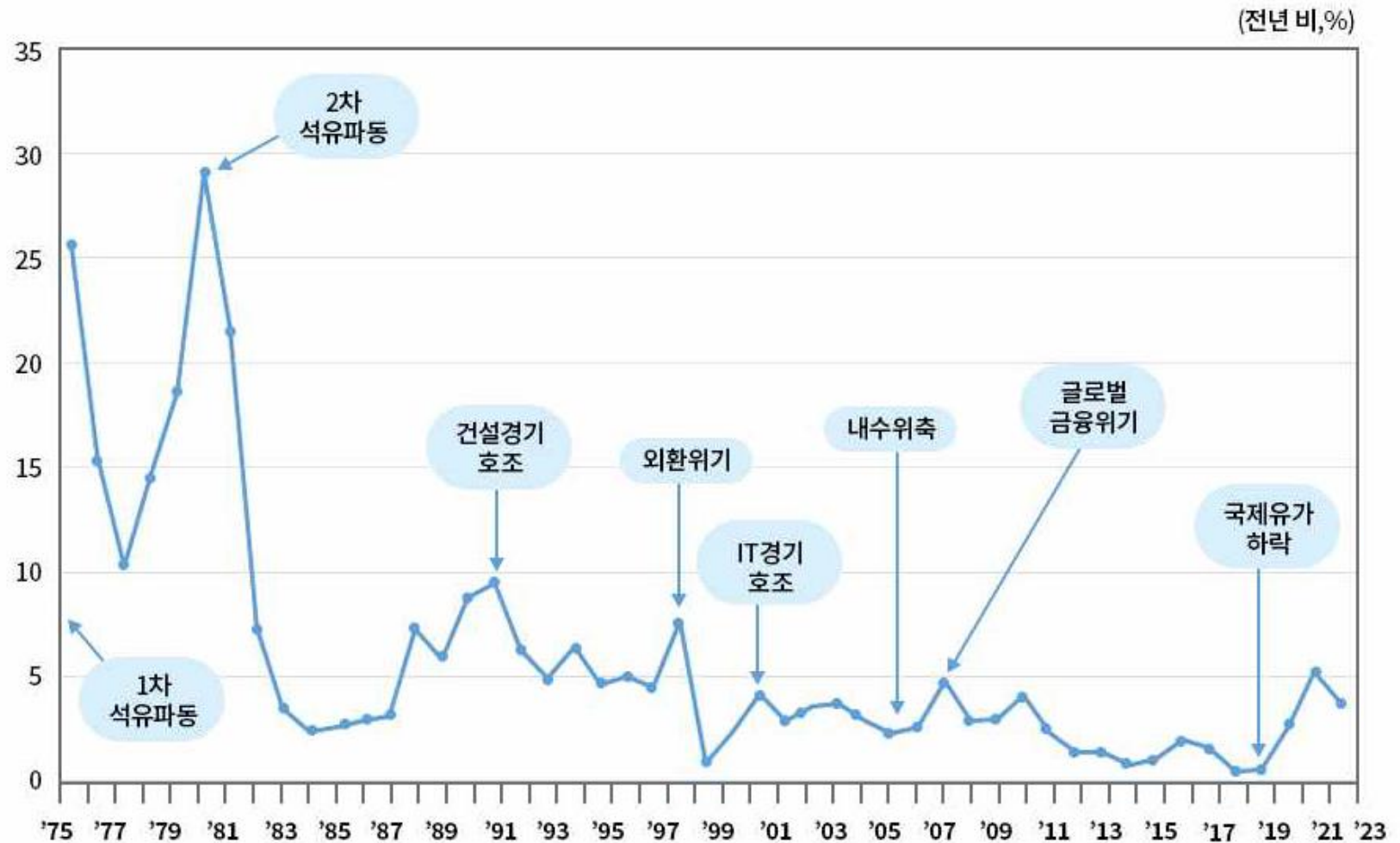
지역별로 물가는 달라

2024년 8월 기준 소비자물가지수(전국 114.54)



자료: 통계청

물가는 경기변동을 반영



자료: 통계청

왜 물가는 오르나

- **인플레이션은 물가가 지속적으로 올라가는 것을 의미하며, 수요증가와 원가상승이 두 가지 주요 원인**

1) 가계, 기업, 정부, 해외수요 등 각 부문에서 수요가 증가하는데 공급이 수요만큼 증가하지 못하면 물가상승 유발

- 총수요 > 총공급: GDP 증가를 동반하여 경제성장 과정에서 일어나는 물가상승으로 수요견인 인플레이션
- 경제가 성장하면서 물가가 상승하기 때문에 적정한 인플레이션은 경제 성장을 나타내는 지표

2) 비용상승 인플레이션은 유가 등 국제원자재 가격이나 근로자 임금의 상승으로 인해 발생

- 높은 인플레이션은 근로자들에게 더 많은 임금상승을 요구하게 만들고 임금상승이 인플레이션을 가중시켜 임금과 물가의 악순환 초래
- 1970년대 오일쇼크, 스태그플레이션(불경기(stagnation)+물가상승(inflation)) 등

인플레이션의 악순환

- **미래에 인플레이션이 발생할 것으로 예상하면 인플레이션 기대심리가 가수요를 자극하여 현실에서 인플레이션 유발**
 - 부동산이나 주식의 가격이 급등할 것으로 예상되면 사람들은 기대 수익을 얻기 위해 자산구입을 늘려 인플레이션 야기
 - 부동산이나 자산에 대한 투기적 수요가 커지는 경우 정책당국이 시장에 물가가 지속적으로 안정될 것이라는 신호를 보내주는 것이 매우 중요
- **과도하게 높거나 예측 불가능한 인플레이션은 경제에 부정적 효과**
 - 인플레이션이 과도하면 소비자들이 물가상승에 대비하여 생필품 사재기

물가 상승의 영향

- **인플레이션의 영향**

- **빈부 격차 심화:** 실물자산 소유자의 실질 소득 증가, 봉급생활자, 금융 자산 소유자의 실질 소득 감소 → 빈부격차 심화, 부동산 투기성행
- **국민 경제의 건전한 성장 저해 :** 화폐 가치 하락 → 저축 감소 → 기업의 투자 위축
- **국제수지의 악화:** 국내 상품의 가격 상승 → 수출 감소, 수입 증가 → 국제 수지 악화

- **물가가 계속 오르면 가계는 돈의 가치가 하락할 것으로 예상하여 저축 축소**

- 저축이 줄어들면 저축기관의 금리가 인상되어 투자비용이 높아지기 때문에 기업은 투자 축소
- 기업도 생산에 투자하기보다는 부동산 투기에 전념하게 되어 경제 전체의 생산능력이 저하되고 일자리가 축소

물가 상승의 영향

- **소비자물가상승은 국가 경제 뿐만 아니라 특히 개인의 소득과 소비생활에 영향**
 - 급격한 물가상승은 화폐의 구매력을 떨어뜨리고 불확실성을 높여 경제활동 위축
 - 소비재 가격 상승에 따라 소비자는 제품과 서비스를 구입하지 못해 생활의 질 하락
- **안정적인 물가상승은 국가의 지속적인 발전과 개인의 경제활동 유지에 반드시 필요**
- **다양한 경제주체별 대책**
 - 정부는 재정지출을 줄여 총수요를 직접적으로 줄이거나 공공요금 인상을 억제하여 물가상승폭 축소
 - 한국은행은 통화량 축소
 - 기업은 효율적인 기업경영과 기술개발을 통해 생산성 향상 노력
 - 노동자들의 경우 노동생산성을 초과하지 않는 범위 내에서 임금 인상을 요구하고, 기술력 향상 노력
 - 소비자들은 건전하고 합리적인 소비 지향

인플레이션 vs. 디플레이션

• 인플레이션은 소득재분배에 영향

- 인플레이션으로 인해 자산소유자의 재산은 증가되는 반면 봉급생활자는 상대적으로 더 가난하게 되어 부의 격차 심화
- 근로자들의 근로의욕은 저하되고 예금, 채권 등 금융자산의 가치가 하락하므로 금융자산 보유자는 손해이지만 채무자는 실질 부채부담이 줄어들어 이익

• 디플레이션은 선제적인 예방이 중요

- 소비자들은 디플레이션이 지속될 것으로 예상하면 미래에 더 낮은 가격으로 소비하기 위해 현재의 소비를 줄이고, 재고가 쌓인 기업은 생산량을 줄이거나 근로자들을 해고하므로 실업이 증가하고 소비자들의 수요를 더 위축시켜 경기침체가 심화되는 악순환 가속화
- 실질금리를 상승시키는 효과가 있기 때문에 실질적인 부채부담이 늘어나면 투자를 감소시키고 생산 활동을 위축시켜 기업과 가게는 파산하고 채권자인 은행의 부실을 야기하므로 은행은 대출을 줄이게 되고 이로 인해 투자가 줄고 불황은 심화

소비자 이익 보호가 필요

- **개별 소비자들은 기업에 비해 정보도 취약하고 조직화된 힘이 부족하여 소비자 운동이 필요**
 - 소비자 운동은 소비자 보호를 촉진하기 위한 노력을 하는 사회운동으로 제품과 서비스를 소비자에게 제공하는 기업, 정부 및 기타 조직의 행동이 소비자 권리를 침해할 때 소비자권리 옹호
 - 소비자 운동은 정책적 기관에 소비자를 대표
- **소비자 물가는 소비자의 실생활 및 삶의 질과 직접 관련되므로 물가 상승에 대한 감시가 필요**
 - 소비자 물가를 구성하는 주요 제품은 소비자들의 실생활과 직결
 - 부적절한 물가 상승은 소비자의 소비 수준을 떨어뜨리고 필요한 소비 수준을 위축
 - 물가 상승은 소비자들의 소비 여력을 축소
 - 전체 소비자의 양적, 질적 소비를 위해 물가상승에 대한 소비자 관점에서의 물가감시가 필요

물가감시운동은 국가경제의 안정에 기여

- **물가수준에 따라 구매력이 달라지므로 물가수준은 소비에 중요한 영향**
 - 물가감시운동은 일반 소비자들의 후생 증진에 기여
 - 소비는 거시경제의 지속적인 성장을 위해 반드시 촉진되어야 하며 안정적인 물가에 기반한 소비 증가가 필요
- **물가감시운동은 국가경제의 안정에 기여**
 - 물가수준의 급격한 변동은 경제 전체에 부정적 영향을 미치기 때문에 물가의 안정적 유지는 국가경제의 안정에 기여
- **물가감시운동은 지역균형발전을 위해 필요**
 - 지역 차원에서 부적절한 물가 상승을 예방하고 감시하여 모든 지역에서 모든 주민들이 적절한 수준의 소비를 누릴 수 있도록 보장
- **물가감시운동은 기업의 사회적 책임 강화에 기여**
 - 기업이 이윤 추구만이 아니라 사회구성원의 일원으로 사회에 기여하도록 견인

물가감시운동은 물가정책에 기여

- **물가지수를 작성하는 방법의 한계로 인해 공식적으로 발표되는 물가와 체감물가의 차이가 발생**
 - 가구의 소비구조 변화, 품목간 상대적인 지출액 변화 등이 원인
 - 5년 마다 지수개편을 하며 그 사이에 가중치를 별도로 개편
 - 일상생활의 소비가 급격하게 바뀔 경우 이를 제때에 반영하지 못하는 경우 발생
- **물가감시운동을 통해 부적절하거나 과도한 물가상승을 예방하여 물가정책에 기여**
 - 정기적인 물가감시를 통해 물가지수의 현실 부적합성 극복
 - 현장 기반 물가감시는 현실 기반 물가정책의 수립과 실행에 기여

디지털 플랫폼 경제의 대두

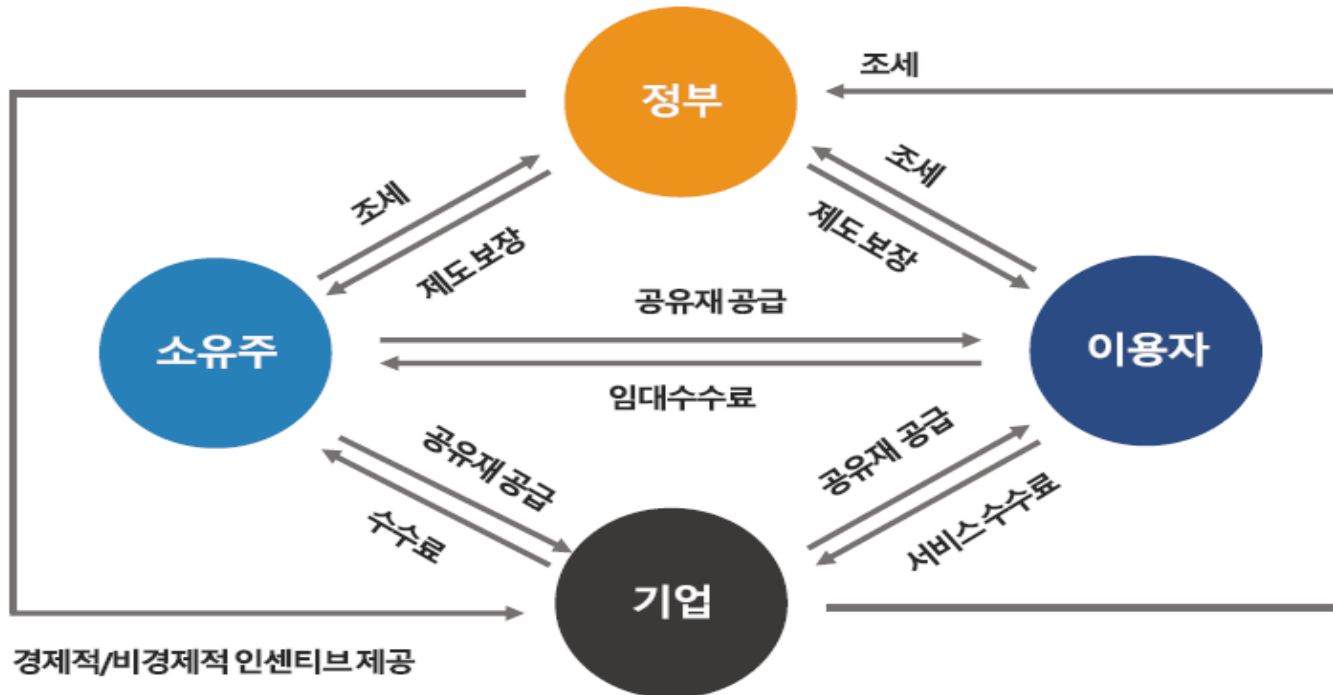
- **(디지털 혹은 온라인) 플랫폼 경제는 플랫폼을 통해 경제적·사회적 활동이 촉진되는 경제**
 - 플랫폼 경제는 거래비용을 축소하고 편익을 증대시키는 디지털 플랫폼에 기반
 - 디지털 플랫폼은 특정 서비스의 제공자들과 이용자들이 서비스를 제공하고 이용하기 위해서 방문하는 사이버 공간으로 온라인 중개자가 활동
 - 플랫폼 기업은 제품이나 서비스를 생산하기보다 제품이나 서비스 공급자와 이를 소비하는 제품/서비스 이용자들의 연결을 통해 가치 창출
- **물가감시운동도 디지털 경제라는 사회경제적 변화에 맞게 활동의 범위와 내용을 조정하는 것이 필요**
 - 3X(DX, GX, AX)의 발전으로 인해 디지털 경제는 더욱 급속하게 확산될 것으로 예상

가격 형성 방식에 대한 감시 필요

- **플랫폼 경제의 확대로 인해 경쟁력이 높은 플랫폼 기업들은 시장에서 독과점적 지위 확보**
 - 독과점적 지위의 의미는 가격 결정권을 가지는 것을 의미
 - 플랫폼은 알고리즘에 기반하기 때문에 실제 가격결정 메커니즘이 불투명
 - 플랫폼은 실시간 가격변동, 소비자 맞춤형 가격 설정, 가격 차별, 다면시장 등이 가능하기 때문에 물가감시운동에 있어서 새로운 도전
- **플랫폼의 생활화는 물가감시방식의 변화를 요구**
 - 온라인 구매의 확대로 오프라인 시장의 축소
 - 오프라인과 온라인 시장 간 가격 차별
 - 물가 조사시점의 선택
 - 평균적인 제품의 선택
 - 원가 개념의 설정
 - 제조보다 서비스의 역할 강화 등

물가감시운동 대상의 변화

- 플랫폼경제에서는 대표적인 경제주체가 기존의 소비자, 생산자, 정부에서 기업, 소유자, 이용자, 정부로 변화
- 기존 경제에서는 생산과 소비가 주요 구성요소였지만 플랫폼 경제에서는 기업이 소유와 이용을 중심으로 중개하는 방식의 경제적 관계 형성



오프라인을 넘어 온라인으로 확장

- **온라인 시장의 발전으로 인해 물가감시운동은 온라인 소비자물가 감시를 확대하는 것이 시급**
 - 인터넷 시장에서의 소비자물가에 대한 관심
 - 동일한 제품(군)의 오프라인과 온라인 가격 비교
 - 서비스 가격(예: 배달, 택배, 가사서비스, OTT 등)에 대한 감시 확대
 - 온라인 플랫폼을 활용한 서비스가 증가하고 있으므로 온라인 플랫폼 간 가격 비교 등
- **가격 결정 메커니즘의 투명성 제고 운동도 필요**
 - 갈수록 불투명해지는 가격 결정 방식으로 인한 소비자 피해를 예방하기 위해 기업들이 가격 결정을 투명하게 공개하도록 강제하는 것이 필요
 - 온라인 플랫폼 가격 변동과 가격 차별화의 근거를 투명하게 공개하도록 제도화 등

감사합니다!