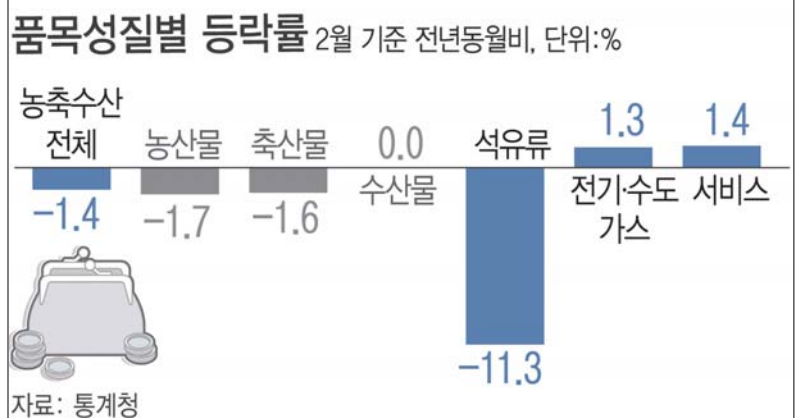


# 지난달 소비자물가 상승률 30개월 만에 최저치 기록

통계청, 0.5% 올라 두 달째 0%대...유가 11.3%↓·채솟값 15.1%↓



지난 2월 양호한 기상 여건에 채소류 가격이 예년보다 낮아져 소비자물가 상승률이 0%대를 기록했다. 국제 유가 하락, 유류세 인하 등 영향으로 석유류 가격도 떨어져 전체 물가를 낮추는 데 크게 기여했다.

5일 통계청이 발표한 '소비자물가 동향'에 따르면 지난 2월 소비자물가지수는 104.69(2015년=100)로 1년 전보다 0.5% 올랐다.

지난 1월 1년 만에 0%대 상승률을 기록한 이후 두 달째 이를 유지하고 있는 것이다. 상승률은 2016년 8월(0.3%) 이후 가장 낮은 수준이다.

품목 성질별로 보면 공업제품이 0.8% 하락하며 전체 물가를 0.25%p 끌어내렸다. 특히 석유류가 11.3% 떨어지며 물가 하락에 기여(-0.51%p)가 가장 컸다. 국내 유가의 하락 폭은 2016년 5월(-11.9%) 이후 33개월 만에 가장 컸다. 휘발유(-14.2%), 자동차용 LPG(-9.9%), 경유(-8.9%) 등이 모두 하락했고 상승률이 10%

대를 웃돌던 등유 가격도 3.4% 오르는 데 그쳤다.

국제유가가 국내 석유류 가격에 영향을 미치기까지는 4주 내외의 시차가 걸리는 것으로 통계청은 파악하고 있다. 한국석유공사에 따르면 지난 1월 미서부텍사스산원유(WTI) 가격이 배럴당 51.55달러, 브렌트유 가격이 배럴당 60.16달러, 두바이유 가격이 배럴당 58.98달러로 각각 지난해 평균(64.90달러, 71.69달러, 69.66달러)보다 낮은 수준이었다.

농축수산물(-1.4%)의 하락 폭도 컸다. 채소류 가격이 15.1% 크게 떨어져 전체 물가를 0.27%p 낮추는 데 기여했다. 품목별로 보면 배추(-42.5%), 무(-39.6%), 파(-32.8%), 인파(-32.3%), 호박(-27.3%), 딸기(-21.3%) 등의 하락 폭이 컸다. 농산물(-1.7%)과 축산물(-1.6%) 가격도 낮아졌으며 수산물 가격만 전년 대비 유사한 수준을 유지했다.

이에 생산, 해산물, 채소 과일 등 기상 조건이나 계절에 따라 가

격 변동이 큰 50개 품목의 물가를 반영하는 신선식품지수가 5.2% 하락했다. 지난해 7월(-1.3%) 이후 7개월 만에 하락세로 전환한 것이다.

김윤성 통계청 물가동향과장은 "석유류 가격 하락이 물가 상승률 하락에 가장 큰 영향을 미쳤다. 국제유가 하락과 유류세 인하가 복합적으로 작용했다"며 "지난 2월 한파 영향에 채소류 가격이 낮아졌지만, 지수의 수준 자체는 안정적인 편"이라고 설명했다.

지난 2월 채소류의 소비자물가지수는 113.29로 1년 전(133.42)이나 2017년(127.50), 2016년(126.81), 2015년(106.51)과 비교했을 때 안정적인 수준이라는 설명이다.

서비스 가격은 1.4% 올랐다. 휴대전화료(-2.9%), 국제항공료(-1.9%) 등 영향에 공공서비스는 -0.3% 하락했지만, 집세(0.1%)와 개인서비스(2.5%)가 올랐다. 공공서비스 중에선 인구가 많아 가격치가 높은 서울에서의 택시 요금이 6.9% 올랐다. 이에 서울 공공서비스 가격 상승률이 0.4%로 전국에서 가장 높게 나타났다.

개인서비스 중 외식 물가 상승률은 2.9%로 상승 폭이 소폭 둔화됐다. 생선회(1.5~0.6%), 해장국(3.9~8.9%) 등 품목을 중심으로 상승률이 축소됐다. 외식 물가는 지난 1월까지 10개월 연속 3%대 상승률을 유지했었다. 이밖에 공동주택관리비(6.4%), 가사도우미료(11.2%) 등도 상승 폭이 컸다.

귀금속과 지출 비중이 높은 14개 품목을 중심으로 체감 물가를 나타내는 생활물가지수는 1년 전 대비 큰 변화가 없었다.

계절적·일시적 요인을 제거하고 물가의 장기 추세를 파악하기 위해 작성되는 농산물및석유류제외지수(근원물가)는 1.3% 올랐다. 경제협력개발기구(OECD) 기준 근원물가인 식료품및에너지제외지수는 1.1% 상승했다.

지역별로 보면 울산(-0.4%)을 제외한 모든 지역에서 소비자물가가 올랐다. 상승률이 가장 큰 지역은 강원(0.9%)이었다.

뉴스스

## 최악의 미세먼지 속 공기청정기·마스크 매출↑

폐·기관지 건강제품 찾는 소비자도 늘어

최악의 미세먼지가 옛새째 광주·전남지역을 뒤덮고 있는 가운데 공기청정기 등 관련 제품의 판매가 크게 늘고 있다.

5일 광주 지역 이마트에 따르면 공기청정기 판매 전체 신장률은 전년 대비 2017년 52% 2018년 162% 지난 1월부터 이날 현재까지 271%(전년 동기 대비)에 이르는 등

급격한 신장세를 보이고 있다. 마스크의 전체 신장률 또한 2017년 62% 2018년 159% 올해 현재 328%를 기록하고 있다.

마스크는 미세먼지 방지 효과가 높은 KF80·KF94 사양 제품의 판매가 많다는 설명이다.

최근 인기 가전으로 떠오른 건조기 역시 2017년 11% 2018년 145%

올해 현재 71%의 신장세를 보이고 있다.

폐나 기관지 질환 예방 제품도 인기다. 광주신세계의 경우 지난 1월1일부터 전날까지 인삼과 도라지, 비타민 제품 등 관련 건강 상품의 매출이 6.8~27.1%까지 증가했다.

유통업계 한 관계자는 "연일 미세먼지가 기승을 부리면서 공기청정기나 마스크, 건강 제품을 찾는 소비자의 발길이 늘고 있다고 말했다."

신봉우 기자

## 2월 가계대출 증가세↑... '상여금' 효과 사라졌기 때문

전월 증가분비 2배 이상 늘어

지난달 가계대출 증가세가 석달 만에 다시 가라앉았다. 연말 연초 '상여금·성과급' 효과가 사라졌기 때문으로 분석된다.

5일 금융권에 따르면 KB국민·우리·신한·KEB하나·NH농협은행 등 주요 시중은행 5곳의 가계대출 잔액은 지난달 말 기준 573조9129억원으로 전월대비 2조5331억원 증가

했다.

전월 증가분 1조163억원 대비 2배 이상 늘어난 수치로 2개월 만에 다시 증가세로 돌아섰다.

가계대출이 갑자기 증가세로 돌아선 요인은 신용대출이다. 신용대출은 전월1조316억원 감소했지만 지난달 다시 88억원 증가한 100조 8109억원을 기록했다.

신용대출이 다시 증가한 건 연말과 연초 상여금과 성과급 효과가

줄어들었기 때문으로 보인다. 일반적으로 계절적 요인으로 인해 연말과 연초 상여금과 성과급 등이 나오면 신용대출도 함께 줄어드는 게 일반적이다.

주담대도 지난달 대비 소폭 증가했다. 가계 주담대는 전월 대비 원 2조3678억원 증가한 410조1227억원이다.

뉴스스



커피 품질은 높이고, 가격은 그대로! 5일 서울 서초구 드롭탑 강남아 이파크점에서 모델들이 최상급 스페셜티 블렌드 도입 원두를 소개하고 있다. 스페셜티 커피전문점 카페 드롭탑은 가격 변동 없이 최상급 스페셜티 블렌드 원두를 전국 매장에 도입한다고 밝혔다.

## "신용카드 소득공제 축소...실질적 증세"

신용카드 소득공제 축소는 근로자에게 실질적으로 증세하는 것이라는 주장이 제기됐다.

한국납세자연맹은 신용카드 소득공제 축소는 근로자에게 실질적으로 증세하는 것으로서 6일부터 '신용카드 소득공제 축소 반대 서명운동'을 시작하겠다고 5일 밝혔다.

납세자연맹은 "한국의 저하경제 비중이 국내총생산(GDP) 대비 20%를 넘어 주요 선진국의 3배에 이른다"며 "지형업자들의 과표양성화를 위해 도입한 애초 취지가 거의 달성됐다는 정부의 인식이 잘못됐다"고 주장했다. 그러면서 "높은 저하경제 비중 하에서 신용카드 소득공제 축소나 폐지는 있을 수 없다"며 반대 입장을 분명히 했다.

실제로 2018년 국제통계연보에 따르면 지난해 연말정산을 한 근로자 1800만명 중 968만명이 22조원의 신용카드 소득공제를 받은 것으로 집계됐다. 근로소득자들이 연말정산으로 환급받은 금액 중 가장 비중이 크다.

연맹은 "신용카드 소득공제 축소는 근로자에게 실질적으로 증세하는 것으로서 근로자가 이에 동의하려면 근로자의 담세능력뿐 아니라 공정한 과세, 세금이 낭비되지 않고 공동체를 위해 사용된다는 정부신뢰가 우선돼야 한다"고 지적했다.

**임산부 배려석, 누구를 위한 자리입니까?**

세상에 올 소중한 생명을 위해 마련된 자리  
따뜻한 마음으로 임산부와 아이에게 양보해주세요.  
당신의 작은 배려가 더 큰 배려로 돌아옵니다.

한국언론진흥재단