

‘1인가구’ 증가에 식료품 지출 반토막

하나금융연, ‘국내 인구구조 변화에 따른 소비 트렌드 변화’

식료품, 1990년 26.6%서 지난해 14%...20~30대 가구주 10.5%

비혼·출산율 감소 추세 지속 돼 교육비 비중 계속 줄어들어

과거 가구 소비에서 가장 큰 비중을 차지했던 식료품 지출이 절반 가까이 줄어든 것으로 나타났다. 이는 1인 가구 증가와 평균 가구원 수의 감소로 인한 것으로 분석된다.

17일 하나금융경영연구소가 펴

낸 ‘국내 인구구조 변화에 따른 소비 트렌드 변화’ 보고서에 따르면 전체 가구 소비 지출에서 식료품 구입 비용(비주류 음료 포함)은 1990년 26.6%로 가장 비중이 높았으나, 2018년에는 14.0%로 감소했다. 특히 20~30대 가구주의 경우

27.3%에서 10.5%로 급감했다.

반면 외식 및 숙박 지출 비중은 1990년 8.2%에서 2018년 14.0%로 증가했는데, 연구소 측은 이를 1인 가구 및 맞벌이 가구의 증가와 평균 가구원수의 감소 영향으로 분석했다.



이마트, 해외에서 직접 생산·공수한 유명 디저트 판매 17일 오전 서울 용산구 이마트 용산점에서 모델들이 피코코 인기 해외 디저트를 소개하고 있다. 이마트는 오는 27일까지 피코코 티라미수(680g), 피코코 헤이즐넛 프랄린 초콜릿(150g), 피코코 스위트 미카롱 24(288g) 등 디저트를 최대 30% 저렴하게 판매한다.

실제 지난 20년간 우리나라 인구의 평균 연령은 32.3세에서 41.7세로 높아졌으며, 65세 이상 고령 인구 비중이 14.3%로 유소년 인구 비중 12.8%를 초과하는 등 인구구조에 많은 변화가 있었다.

특히 △초저출산(가임여성 1인당 0.98명 출산) △만혼(평균 초혼 연령 남성 33세, 여성 31세) △가구규모 축소(평균 가구원수 2.4명) △1인 가구 급증(가구원수별 비중 1인)2인)3인)4인(2017년 기준)) 등의 변화도 있었다.

이에 따라 교육비 부담은 1990년 8.2%에서 2009년 13.8%까지 상승했다가 최근 7.2%까지 내려왔다. 연구소 측은 앞으로도 만혼·비혼과 출산율 감소 추세가 지속될 것으로 예상되기 때문에 교육비가 차지하는 비중이 계속 줄어들 것이라고 전망했다.

동시에 보건관련 지출 비중은 1990년 6.3%에서 2018년 7.3%로 증가했다. 특히 60대 이상에서는 7.1%에서 11.3%로 상승폭이 가장 컸다. 황선경 수석연구원은 “향후 60~70대 인구 비중이 증가함에 따라, 전체 소비 지출에서 의료 및 보건관련 지출 비중은 꾸준히 증가할 것”이라고 내다봤다.

한편 소비지출 변화 외에도 가구의 월소득 수준도 변화한 것으로 드러났다. 가구주 종사자별 월평균 경장소득 변화 추이를 분석한 결과, 1990년에는 자영업자 가구로 근로자 가구의 월평균 소득은 각각 89.2만원과 90.2만원으로 비슷한 수준이었으나 2019년 2분기에는 그 격차가 월 145만원까지 벌어졌다.

뉴스1



역대 최저 출산율에도 유·아동용품 매출↑

신세계백 “비싸더라도 아이 물건은 프리미엄 선호”

매년 역대 최저 출산율을 갈아 치우고 있지만 백화점의 유·아동용품 매출은 늘고 있는 것으로 나타났다.

17일 신세계백화점에 따르면 올해 1~10월 아동 관련 상품 매출은 전년 동기 6% 늘었다. 이 중 신생아 용품 매출은 11.4% 증가했다.

신세계백화점은 “아이의 피부에 닿거나 아이들이 입에 넣을 수 있는 물건은 아무리 비싸더라도 질 좋은 제품을 선호한다”며 “직접 보고 사야 마음이 편하다며 백화점을 찾는 고객도 늘었다”고 설명했다.

품질 좋은 소재로 인기 있는 ‘부

기부’ ‘스토캐’ 등 프리미엄 유모차 브랜드의 매출도 지속해서 증가하고 있다. 신세계백화점이 올해 5월 프리미엄 유아용 카시트 전문 브랜드 ‘사이벡스’의 첫 백화점 오프라인 직영 매장을 선보인 것도 이런 이유 때문이다.

박준호 신세계백화점 아동팀장(바이어)은 “출생률이 낮아지고 있는 건 사실이지만 오히려 프리미엄 신생아 용품 매출은 점점 오르는 추세”라며 “특히 아이의 몸에 맞는 제품들은 가격에 상관없이 가장 좋은 것으로 구매하는 고객들이 많다”고 말했다.

뉴스1

롯데마트, 전국 전통시장과 상생협력 나섰다

롯데마트는 오는 22일까지 전통시장 활성화와 시너지 효과를 위해 상생 협력 활동에 나선다고 17일 밝혔다.

롯데마트는 지난해부터 코리아 세일 페스타 기간에 전통시장 축제를 후원하고 있다. 올해도 전국 51개 매장과 결연한 시장을 대상으로 지원에 나섰다. 전통시장을 찾는 시민들과 관광객이 다양한 경험을 누릴 수 있을 것으로 보인다.

대표적으로 롯데마트 광주 광산구 수완점엔 월곡시장 안내 부스를 마련했다. 광주 전통시장과 상생 발전 방향을 모색하는 계기를 만들겠다는 의도다. 동두천점도 돌터수와 갑터수를 인근 전통시장에 후원한다.

임효섭 롯데마트 동반성장팀장은 “전통시장의 멋과 맛을 느낄 수 있는 행사로 자리매김하길 기대한다”고 말했다.

뉴스1

수위탁거래 정기 실태조사...“불공정거래 바로 잡는다”

정부가 수탁·위탁거래 과정에서 발생하는 불공정거래 행위를 바로 잡기 위해서 정기 실태조사를 진행한다.

중소벤처기업부는 18일부터 1만2000개 기업을 대상으로 2019년도 수탁·위탁거래 정기 실태조사'를 실시한다고 17일 밝혔다.

이번 정기 실태조사는 수탁·위탁거래 관계에 있는 기업을 대상으로 지난 2분기(2019년 4월~6

월) 거래 내역에 대한 납품대금 미지급, 약정서 미발급 등 기업 간 불공정거래 행위 전반에 대해 이뤄질 계획이다.

‘수탁·위탁거래 정기 실태조사’는 ‘대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률’(상생협력법) 제27조에 따라 지난 1996년부터 매년 정기적으로 실시했다.

조사 내용은 상생협력법 제21조부터 제25조에서 규정하고 있

는 위탁기업의 의무 및 준수사항으로 △약정서의 발급 △납품대금의 지급 △검사의 합리화 △부당한 납품대금감액 금지 △부당한 대금결정 금지 △부당한 기술자료 요구금지 등이다.

조사 방식은 △위탁기업을 대상으로 납품대금 지급현황 등에 대해 온라인 조사(1단계) △수탁기업을 대상으로 위탁기업의 약정서 발급여부 등에 대해 온라인

설문조사(2단계) △1·2단계 조사내용을 근거로 법 위반혐의가 있는 위탁기업에 대해 현장조사(3단계) 등 3단계에 걸쳐 진행될 예정이다.

중기부는 현장조사를 통해 법 위반이 확인된 기업에 대해 개선요구 조치와 벌점(2.0점)이 부과할 방침이다. 또 개선요구 사항을 미이행한 기업은 명단 공표와 함께 추가 벌점(3.1점)이 부과되며, 공공조달시장 참여가 제한될 수 있다.

서은홍 기자

세 885회차 당첨결과 (2019년 11월 16일 추첨)

1 3 24 27 39 45 + 31

순위	당첨개입수	1인당 당첨금액	당첨기준
1등	13	1,543,832,568원	당첨번호 6개 숫자 일치
2등	56	59,731,618원	당첨번호 5개 숫자 일치+보너스 숫자 일치
3등	2,279	1,467,737원	당첨번호 5개 숫자 일치
4등	111,832	50,000원	당첨번호 4개 숫자 일치
5등	1,869,359	5,000원	당첨번호 3개 숫자 일치

당첨금 지급기한: 지급개시일로부터 1년 휴일인 경우 익일일

광주, 대한민국! **미래로**

살기 좋고, 기업하기 좋은 **광주에 투자하십시오**

- 친환경 자동차·에너지·문화산업 육성
- 에어가전 및 공기산업 클러스터 구축
- AI 중심 산업융합 집적화 단지 조성
- 풍부한 우수인력 및 연구개발 적극 지원

GWANGJU