

# 집값 오르면 애 안 낳는다... “1% 상승시 7년간 0.014명 하락”

## 국토연구원 박진백 부연구위원 분석 “집값 따른 출산율 하락반응 빨라져”

집값이 1% 상승하면 그 영향이 최장 7년까지 이어져 합계출산율이 약 0.014명 감소할 수 있다는 연구결과가 나왔다. 국토연구원 박진백 부연구위원은 2일 ‘주택가격 상승이 출산율 하락에 미치는 동태적 영향 연구’ 보고서를 통해 주택가격 상승과 출산율 하락의 상관관계를 분석했다. 보고서는 1992년 1월부터 2022년 9월까지 장기 시계열 자료를 시간가변모수 벡터자기회귀모형에 적용해 시점별 충격반응함수를

추정해 주택가격과 출산율의 구조 변화를 추정했다. 또 2009년부터 2021년까지 16개 광역지자체를 대상으로 동태패널모형과 국소투영법을 적용해 주택가격 상승이 합계출산율 하락에 미치는 영향의 크기와 지속기간을 추정했다. 분석 결과 주택가격 상승은 출산율 하락에 영향을 미치고, 주택가격 상승에 따른 출산율 하락 반응이 점점 빨라지는 것으로 나타

났다. 시기별로 보면 1990년대에는 주택가격 상승 충격이 발생하면 약 10개월 이상의 시차를 두고 출산율이 하락하는 것으로 분석됐다. 또 2000년대 들어서는 출산율 하락 반응이 4~5개월 빨라져 약 5~6개월 이후부터 출산율이 하락하는 것으로 나타났다. 2010년대 중반 이후부터는 주택가격 상승 충격 발생 이후 1~2개월 이내 출산율이 하락했다. 특히 주택가격 상승 충격이 발생하면 합계출산율 하락은 최장 7년 동안 지속되며, 1%의 가격 상승에 향후 7년간 합계출산율이 약 0.014명이 감소하는 것으로 분석됐다. 박진백 부연구위원은 주택가격이 출산율

에 미치는 영향이 커지는 것은 출산율 경제적인 이득 관점에서 바라보는 경향이 강화된 결과일 가능성이 있다고 지적했다. 자녀 출산은 그 자체로 많은 비용을 발생하지 않지만, 출산 이후 발생하는 양육, 보육, 교육 등에 발생하는 비용까지 고려해 의사결정을 하게 되기 때문이다. 통계청 국민이전계정의 생애주기적자 구조(2020년 기준)에 따르면 생애기간 중 27세에 후자(소득)소비로 전환되며, 26세까지 1명당 6억 1583만원이 지출되는 것으로 분석됐다. 자녀의 출산은 경제적 이득 관점에서 보는 경향이 강해질수록 주택과 같은 자산가격과 출산간의 경합관계는 강화될 수 있다는 계

백 부연구위원의 설명이다. 2021년 기준 우리나라 합계출산율은 0.81명이다. 전세계에서 가장 낮은 상황으로 출산율 감소에 따른 중장기적인 인구감소, 사회의 지속가능성 훼손 등을 극복하기 위해 저출산의 원인 진단과 극복 방안 마련이 시급한 상황이다. 그는 “저출산 현상을 극복하고 지속가능한 사회구조 마련을 위해서는 주택가격이 지불 가능한 수준에서 형성되고 변동성이 낮게 유지돼야 한다”며 “이를 위해 시장 수요자들이 부담가능한 수준의 주택이 지속적으로 공급돼야 한다”고 말했다.

최이슬기자

## 맞춤형 인테리어 제공한다...이케아, 디자인 서비스 출시

### PC·스마트폰으로 상담...낮은 가격대



이케아 코리아는 인테리어 디자인 서비스를 전 매장화 화상 상담이 가능한 원격 채널에서 출시한다고 2일 밝혔다. 이케아의 인테리어 디자인 서비스는 집뿐만 아니라 사무실, 카페, 레스토랑 등 소규모 비즈니스 공간을 위한 맞춤형 인테리어 솔루션을 제공한다. 이케아 인테리어 디자이너가 1대

1 상담을 바탕으로 가구, 홈 액세서리 등을 포함한 공간에 어울리는 제품의 조합·배치, 공간 활용 계획, 3D 도면을 포함한 공간 스타일링 등을 제안한다. 일반 주거 공간을 대상으로 하는 ‘인테리어 디자인 서비스’와 비즈니스 공간을 대상으로 하는 ‘비즈니스 인테리어 디자인 서비스’로 운

영된다. 각 서비스는 가구, 홈액세서리 등 만으로 공간을 꾸미고자 하는 고객을 위한 ‘베이직’, 마감재 등을 포함한 통합 인테리어 디자인 솔루션을 원하는 고객을 위한 ‘플러스’로 구분, 원하는 서비스 범위를 선택해 합리적인 가격으로 이용할 수 있다.

모든 서비스는 이케아 코리아 전 매장(광명점, 고양점, 기흥점, 동부산점)에서 운영된다. 이케아 코리아 공식 온라인몰 또는 각 매장 ‘이케아 포 비즈니스(IKEA for Business)’ 방문 예약 후 이용이 가능하다. 비즈니스 인테리어 디자인 플러스를 제외한 모든 서비스는 이케아의 원격 주문 서비스 ‘헤이오더(Hey Order)’를 통해서도 제공된다. 화면 공유 기능을 활용해 PC 또는 스마트폰을 통한 실시간 상담이 가능해 시간과 공간의 제약 없이 편리하게 서비스를 받을 수 있다. 이날부터 3월5일까지는 인테리어 디자인 서비스 출시 기념 이벤트도 열린다. 이케아 코리아 관계자는 “온·오프라인을 아우르는 편리한 서비스로 유휴공간을 강화해 더 많은 사람들이 꾸미는 공간을 만들 수 있도록 돕겠다”고 말했다.

김재환기자

## 새해, 가스값 인하...LPG 공급가 kg당 20원 ↓



국내 액화석유가스(LPG) 수입업체인 E1이 새해 첫달부터 LPG 공급가격을 내린다. 국내 LPG가격은 지난해 4월 사상 최고치를 찍은 뒤 9개월째 하락세다. E1은 1월 국내 LPG 공급가격을 kg당 20.55원 인하한다고 2일 밝혔다. 회사 측은 “국제 LPG 가격 인상에도 환율 하락 등 인화 요인도 발생했고, 동절기 소비자 부담 등을 고려했다”고 설명했다. 1월 가격 인하로 E1의 국내 LPG 공급가격은 프로판의 경우 가정·상업용 kg당 1325.25원, 산업용 1331.85원으로 책정됐다.

E1은 부탄 가격도 프로판과 동일하게 kg당 20.55원을 내렸다. 하지만 정부 부담 경감 조치로 한시적으로 적용됐던 판매부과금(kg당 20.55원) 인하 조치가 지난달로 끝나며 인하 효과가 사라지게 됐다. 이날 SK가스도 E1과 동일하게 프로판 가격을 kg당 20.55원 내린다. 이에 따라 SK가스의 가정·상업용 프로판 가격은 kg당 1324.81원으로 하향 조정됐다. 반면 부탄 가격은 지난달과 같은 1591.68원이다. 가정·상업용은 총전소 및 도시가스사에 공급해 일반 소비자가 취사·난방용으로 사용하는 프로판 가스를 뜻한다. 산업용은 산업체에서 연료 등으로 사용하는 프로판 가스다. 국내 LPG 공급가격은 사우디아라비아 국영 석유회사인 아람코에서 통보한 국제 LPG 가격을 기반으로 환율과 각종 세금, 유통 비용 등을 반영해 결정한다. 국내 가격은 중동 지역으로부터 한국까지 운송 시간을 고려해 전월 국제 LPG 가격 기준으로 정한다.

서선욱기자

## 부가부, 네덜란드 아티스트와 협업...한정판 유모차 출시

### ‘아트 오브 디스커버리’ 국내 공개

스트롤러 브랜드 부가부(Bugaboo)는 네덜란드 아티스트 ‘조르디 반 덴 뉴벤디크(Jordy van den Nieuwendijk)’와 협업해 ‘아트 오브 디스커버리(Art Of Discovery)’ 리미티드 에디션을 국내에 출시한다고 2일 밝혔다. 부가부의 한정판 아트 오브 디스커버리 에디션은 절충형 스트롤러 ‘부가부 비6’의 썬 캐노피 제품이다. 단색 캐노피의 단조로움에서 벗어나 유니크한 컬러와 디자인으로 제품의

소장 가치를 더했다. 썬 캐노피는 3단으로 확장 가능하고 UPF 50+의 자외선 차단과 발수 기능을 갖췄다. 여닫을 수 있는 피카부 윈도우가 있어 통풍성이 좋다. 주행 중에도 아이의 모습을 볼 수 있다. 조르디 반 덴 뉴벤디크는 호주에 기반을 두고 작업하는 네덜란드 그래픽 디자이너이자 일러스트레이터다. 이번 부가부 리미티드 에디션은 히로에라이 담긴 아이의 성장 과정 속 부모가 맞닥뜨리게 되는 여러 가지 상황에 영감을 받아 디자인됐다.   
유우나기자



## 쉐보레, 차종별 현금 지원 프로모션 실시

쉐보레가 새해를 맞아 차종별 현금 지원 프로모션을 실시한다고 2일 밝혔다. 쉐보레는 트래버스 구매 고객이 콤보 프로그램 선택 시 최대 400만원의 현금을 지원하며 6.0% 이율로 최대 72개월 할부 프로그램을 제공한다. 타호 구매 고객의 경우 보증 연장 서비스 ‘쉐보레 플러스 케어’를 2년 4km를 무상으로 제공하고 일시불로 구매하면 300만원을 자동차 등 록비로 지원한다. 콜로라도를 일시불 구매할 경우에도 200만원을, 콤보 프로그램을 통해 구

매할 때에는 100만원을 각각 자동차 등록비로 지원한다. Z71 모델을 선택한 고객에게는 스페셜 모델인 시그니처-X로 업그레이드할 수 있는 60만원 상당의 3종 액세서리 장착을 무상 지원한다. 이외에도 7년 이상 노후 차량을 보유한 고객이 말리부, 말리부, 트레일블레이저, 이퀴녹스, 트래버스, 콜로라도, 타호 구매 시 30만원, 스파크 구매 시 20만원을 추가로 지원한다.   
뉴스시

## 계묘년 새해 유통가 화두는 ‘고물가·불황 위기 극복’

### 롯데 높던 백화점도 ‘실속 세트’ 설 선물 준비

계묘년 새해 유통가에서 ‘고물가와 불황 위기 극복’이 화두로 떠오르고 있다. 2일 유통 업계에 따르면 경기 둔화로 소비 심리가 크게 위축된 탓에 국내 소매유통 시장에 가성비(가격 대비 성능)를 중시하는 분위기가 확산하고 있다. 유통업 중 변화가 가장 빠른 편의점 업계는 중저가 외식 수요를 흡수하고 나섰다. 편의점 이마트24는 올 한 해 최대 1년치 점심값을 제공하는 이벤트를 연다. 이달 한 달간 운세 엠 ‘점심’과 협업한 먹거리 상품 10종 중 3종을 구매할 고객을 대상으로 추첨을 통해 한 명에게 5000원 할인금액권 260매를 증정한다. 이마트24 관계자는 “이는 130만원에 상당하는 할인 쿠폰으로, 올해 말까지 260일 동안 전국 이마트24 매장에서 매일 5000원씩 할인을

받을 수 있다”며 “직장인의 경우 연평균 근로 일수 260일에 맞춰 1년치 점심값을 5000원씩 할인 받는 셈”이라고 설명했다. 이벤트 쿠폰은 5000원 이상 구매 시 사용할 수 있는 할인 쿠폰으로, 이벤트 상품인 떡볶이 치마요삼각김밥(1400원)과 새우에그샌드위치(3600원)를 구매할 경우 무료로 점심을 해결할 수 있다. 편의점 CU는 아침점 시장을 공략했다. 이달 한 달 동안 매일 오전 4시부터 11시까지 CU 자체 원두커피 브랜드 컷(GET)커피 라지사이즈(1500원)를 구매하면 모닝머신(2800원)이 포함된 ‘컷모닝 세트’를 정가가 대비 20% 할인된 3300원에 살 수 있다. CU 관계자는 “지난해부터 지속되고 있는 물가 상승 부담을 최소화 하고 가성비 높은 한 끼 메뉴로 올해 아침 식사 시장을 선점한다는

전략”이라며 “실제 샌드위치 등 주요 아침식사 상품의 지난달 오전 6~10시 시간대 매출은 전년 대비 24.8% 상승할 정도로 그 수요가 큰 폭으로 증가하고 있다”고 설명했다. 기존 프리미엄 설 선물을 선보여왔던 백화점 업계도 이번엔 ‘실속 세트’를 준비했다. 현대백화점은 10만원 대 소포장 한우 세트의 물량을 전년 대비 40% 확대 운영하고, 기존 프리미엄 한우인 ‘개군한우’로만 한정해 선보였던 AK플라자도 중저가 한우 상품군을 고객 스토로 구성해 구매할 수 있도록 했다. 유통업계 수장들도 올해 위기 상황에 대한 인식을 같이 했다. 대표적으로 정용진 신세계 그룹 부회장은 2023 신년사에서 고물가·고환율·고금리 ‘3고 시대’를 언급했다. 정 부회장은 “고객과의 접점이 큰 리테일 비즈니스는 더 큰 위기에 직면하게 될 것”이라며 “이럴 때일수록 기본으로 돌아가야 한다”고 주문했다.   
정승호기자

## 파리바게뜨, 계묘년 맞아 ‘토끼 케이크’ 2종 출시

파리바게뜨는 2023년 계묘년 새해를 맞아 귀여운 토끼를 모티브로 한 토끼 케이크 2종을 출시했다고 2일 밝혔다. 이번 케이크는 지혜와 번영을 상징하는 토끼를 모티브로 행복을 기원하는 메시지를 재치있게 담았다. 특히 지역 농가의 농산물을 수매하고 이를 활용한 제품을 출시해 농업의 미래성장을 지원하는 ‘행복상생 프로젝트’의 일환으로 제주 구좌당면 케이크도 선보여 더욱 특별한 의미를 더했다.   
이슬비기자

