

꺾이는 인플레이션 심리... 소비자심리지수 2개월 연속 상승

기대인플레이션, 전월 대비 0.2%포인트 ↓
주택전망지수 5개월 연속 ↑ ...“회복 심리”

4월 소비자심리지수가 지난달보다 3.1포인트 상승한 95.1로 나타난 가운데 기대인플레이션율은 전월 대비 하락한 것으로 나타났다.

26일 한국은행이 발표한 '2023년 4월 소비자자동조사 결과'에 따르면 소비자심리지수(CCSI)는 95.1로 전월대비 3.1포인트 상승했다. 한은은 지난 11일부터 18일까지 2500가구를 대상으로 소비자심리지수 조사를 실시했다.

이 지표는 지난 2003년 1월부터 현재까지의 장기평균치 기준값을 100으로 설정한 뒤 100보다 크면 장기평균치보다 낙관적인 것으로, 100보다 작으면 비관적인 것으로 해석한다. CCSI는 지난해 6월 96.7로 100 이하로 내려선 후 11개월째 해당 100선을 밑돌고 있어 부정적 시각이 우세하다는 의미를 나타낸다.

황희진 경제통계국 통계조사팀 팀장은 "CCSI는 경기부진 우려에도 불구하고 인플레이션 둔화 흐름 지속과 인축에 대한 우려 완화

로 상승했다"며 소비자심리지수가 2개월 연속 하락세를 보인 데에는 물가 상승 폭이 둔화되면서 오락·문화 부문의 소비가 늘거나 물가 관련 부담이 줄어든 데에서 기인한다고 밝혔다. 다만 "국제유가의 움직임이 상승세를 보이거나 공공요금의 인상 등 불확실성은 여전히 다수 존재한다"고 덧붙였다.

CCSI를 구성하는 6개 지표 중 현재생활환경CSI는 87으로 전월대비 4포인트 증가했고 생활환경전망CSI는 90으로 전월보다 3포인트 상승했다. 가계수입전망과 소비지출전망은 각각 96.110으로 모두 지난달과 같은 수준이었으며 현재경기판단지수는 58로 전월보다 6포인트, 향후경기전망은 68로 전월 대비 5포인트 상승했다.

이 외에 금리수준전망CSI는 물가상승률 둔화와 금융부담 리스크 증대, 경기 하방 위험으로 기준금리가 연속 동결되는 등 추가 긴축 기대가 완화되면서 9포인트 하락했다. 물가수준전망CSI는 석유류 가격 하락폭 확

대와 가공식품 가격 오름세 둔화 영향 등으로 3포인트 하락했다.

기대인플레이션율은 전월보다 0.2%포인트 하락한 3.7%로 집계돼 2개월 연속 하락세를 보였다. 기대인플레이션은 기업과 가계 등의 경제주체들이 현재 알고 있는 정보를 바탕으로 예상하는 향후 1년 후의 물가상승률을 뜻한다. 응답 분포를 보면 6.0% 이상이라고 답한 비중이 12%로 전월보다 0.5%포인트 감소했다. 4~5%라고 답한 이들은 16.8%로 지난달(19.5%)보다 2.7%포인트 내렸다.

향후 1년간 소비자물가 상승에 영향을 미칠 주요 품목으로는 공공요금 77.6%로 가장 많은 비중을 차지했다. 이후 석유류 제품은 35.3%, 농축수산물 28.8%로 뒤를 이었다. 다만 석유류제품의 응답비중은 전월 대비 11.9%포인트 증가한 반면 공공요금과 공업제품은 각각 3.5%포인트, 3.0%포인트 하락했다.

지난 1년간의 소비자물가에 대한 체감 상승률을 뜻하는 '물가 인식'은 지난달(6.1%)보다 0.2%포인트 하락한 4.9%로 집계돼 지난해 8월 이후 9개월만에 4%대로 들어섰다.

이 외에도 향후 1년 뒤 집값전망을 보여주는 주택가격전망지수는 전월보다 7포인트



오른 87로 집계돼 5개월 연속 상승세를 이었다. 해당 지수는 기준치인 100보다 높으면 1년 후 집값이 오를 것이라는 전망이 많고, 낮으면 내릴 것이라는 전망이 우세하다는 뜻이다. 주택가격전망은 주택가격 하락폭이 축소되고 주택매매 거래량도 반등함에 따라 상승했다.

향 전망은 "금매매 위주로 거래량이 많아지고 하락 폭도 축소돼 시장 회복 심리가 다소 있는 것으로 보인다"며 "(기준)금리도 2회 연속 동결되면서 금리가 안정된 데 이어 인플레이션 심리가 발생했기 때문"이라고 설명했다.

김재환기자

2월 출생아 수, 1.9만명 '역대 최소'...인구 40개월 연속 감소

"2월 기준 출생아 수, 2만명 아래는 처음"

지난 2월 출생아 수가 2만명 아래로 떨어지면서 2월 기준 역대 최저 수준을 기록했다. 저출산·고령화 현상이 지속되면서 우리나라의 인구는 3년 4개월째 자연 감소했다.

통계청이 26일 발표한 '2023년 2월 인구동향'에 따르면 지난 2월 출생아 수는 1만9939명으로 1년 전보다 3.7%(766명) 감소했다. 출생아 수는 계절 등의 영향을 받기 때문에 통상 같은 달끼리 비교한다.

월 출생아 수는 2015년 12월부터 7년 3개월 연속으로 전년 같은 달과 비교해 감소세를 지속하고 있다. 출생아 수가 2만명 아래로 떨어진 것은 2월 기준으로 처음이다.

인구 1000명당 출생아 수를 뜻하는 조출생률은 5.1명으로 동월 기준 통계 작성 이래 가장 낮았다.

임영일 통계청 인구동향과장은 "2월 기준으로는 2만명 아래로 떨어진 것은 처음"이라며 "1981년 이래 월간 통계했는데 역대 최저 수준"이라고 설명했다.

2월 사망자 수는 2만7390명으로 전년보다 6.5%(1905명) 감소했다.

인구 1000명당 사망자 수를 뜻하는 조사망률은 7.0명으로 1년 전보다 0.5명 줄었다.

출생아 수 대비 사망자 수 2월 자연증가(출생아-사망자)는 -7452명으로 나타났다. 이러

한 인구 자연감소 현상은 2019년 11월(-1685명)부터 3년4개월째 이어지고 있다.

2월 혼인 건수는 1만7846건으로 지난해 같은 기간보다 16.6%(2541건) 증가했다. 코로나 19로 지연됐던 혼인이 이뤄진 영향이다.

2월 이혼 건수는 7228건으로 전년보다 1.3%(92건) 증가했다.

임 과장은 "혼인은 전년도 8월부터는 코로나 이후 지연된 혼인 늘어나면서 8월부터 증가 추이가 이어지고 있다"며 "이혼이 살짝 증가했는데 혼인이 늘면서 이혼이 늘어난 부분도 있겠지만, 평일이 이틀정도 늘어나면서 신고인수가 늘어난 영향도 있는 것 같다"고 말했다.

이슬비기자



SK매직 '에코클린 음식물처리기' 출시

SK매직이 2023년형 '에코클린 음식물처리기'를 이달 1일 출시한다고 26일 밝혔다.

에코클린 음식물처리기는 지난달 4일 한국산업기술시험원(KTL)로부터 우수한 건조 기능과 안전성 등을 인정받아 K마크를 획득하고, 지방자치단체 음식물처리기 설치 보조금 지원 사업 대상 제품으로 선정됐다. 한국경영인협회 주관 '2023 그린스타'에서 음식물처리기 부문 1위로 선정되기도 했다.

신제품은 기존 사용자의 페인 포인트(고객이 불편함을 느끼는 지점)를 분석해 품질을 대폭 강화했다. 공기 중 습기를 물로 바꾸는 제습기 원리를 적용해 미세한 냄새까지 99.9% 차단한다.

제품 내부 소재는 오염과 부식에 강한 스테인리스를 적용했다. 단열성을 높여 겨울철 한파에도 결빙 없이 사용 가능하다. 최대 5년 무상 보증되는 핵심 부품 컴프레서는 사계절 내내 편차 없이 건조 가능하도록 성능을 한층 개선했다.

색상은 ▲릴리 화이트 ▲미스티 베이지 ▲미스티 그린 ▲미스티 블루 ▲미스티 코랄 총 5종이다.

신제품의 일일시 판매가는 89만원이다. 렌탈 서비스 이용 시, 월 렌탈료는 3만4900원(의무사용기간 5년 기준)이다. 전문적인 방문관리 서비스, 안심OK서비스를 12개월 단위로 제공한다.

서선욱기자

라엘 뷰티 '논나노 선크림' 출시



라엘은 클린 뷰티 브랜드 '라엘 뷰티'로 변경하고 민감 피부를 위한 '미라클 클리어 스킨핏 무기자차 선크림'을 출시한다고 26일 밝혔다.

이 제품은 자외선 차단 성분이 피부에 흡수될 가능성을 줄인 논나노(Non-Nano) 선크림이다. 물리적으로 자외선을 차단하는 100% 무기자차 제형으로 민감한 피부도 사용할 수 있다.

오유나기자

기준금리 3%p 오를 동안 20대 年 소비 90만원 줄었다

신용 낮을수록 타격 커...저신용층 소비 162만원 줄어

기준금리가 3%포인트(p) 인상될 동안 20대 청년이 연간 90만원의 소비를 줄였다는 국제연구기관의 분석 결과가 나왔다.

한국개발연구원(KDI)은 26일 이 같은 내용을 담은 '금리인상에 따른 청년층의 부채상환 부담 증가와 시사점'을 담은 분석 결과를 발표했다.

김미루 KDI 경제전망실 연구위원의 분석에 따르면 지난 2021년 이후 기준금리가 3%p 오를 동안 20대의 연간 소비가 89만 6000원(3.96%) 줄어든 것으로 추정된다.

같은 기간 30대는 61만3000원(2.4%)만큼 연간 소비가 감소했다.

금리 1%p 인상으로 따지면 20대는 29만 9000원(1.3%), 30대는 20만4000원(0.8%)의

연간 소비 감소를 보였다.

중장년층에 비해 소득이 작고, 부채 상환 부담이 큰 청년층은 자산 처분이나 추가 차입을 통해 기존 소비 수준을 유지하기는 어려웠던 것으로 풀이된다. 그 결과 2030세대는 최후의 보루인 소비를 줄이는 선택을 했다.

특히 부채가 많고 소득이나 신용등급이 낮은 청년일수록 금리인상에 따른 소비 감소 폭이 크게 나타났다.

청년층 내에서 부채 상위 50%의 소비 감소폭(26만4000원·1.1%)은 부채가 없는 경우(2만4000원·0.1%)의 소비 감소폭의 약 11배에 달했다.

이 가운데서도 저신용층(신용점수 700점

이하)은 기준금리 1%p 인상으로 연간 소비가 무려 53만9000원(2.2%) 감소한 것으로 나타났다. 금리 3%p 인상으로 따지면 연간 162만원가량 소비를 줄였다.

김 연구위원은 "당분간 기준금리가 유지될 가능성이 높다. 경기 둔화가 동시에 진행 중이라 청년층의 소득 여력도 여전히 부족하다. 부채상환부담도 한동안 이어져 현재와 같은 상황이 지속될 것으로 보인다"고 전망했다.

그러면서 "한계상황에 직면한 청년 차주에게 기존 채무를 장기 분할상환 대출로 전환할 기회를 확대해 단기 상환부담을 경감하고 장기간에 걸쳐 상환할 수 있도록 보조할 필요가 있다"고 제언했다.

최이슬기자

삼성전자, 창문형 에어컨 신제품...‘무풍 냉장’ 도입



삼성전자가 직바람 없는 2023년형 창문형 에어컨 '비스포크 무풍에어컨 윈도우핏(WindowFit)'을 출시한다고 26일 밝혔다.

창문형 최초, '비스포크' 출시

슬린 무풍 냉방을 처음 적용했다. 제품 전면에 약 2만1000개의 미세한 구멍에서 직바람 없이 냉기를 뿜는다. 윈도우핏에 적용된 무풍 냉방 기능은 최대(MAX) 냉방 모드 대비 소비 전력을 최대 74% 절감할 수 있다. 삼성전자는 무풍 에어컨을 스탠드형, 벽걸이형, 천장형에 이어 창문형까지 전 제품군으로 확장했다.

이번 신제품은 냉방 팬을 17% 키웠고, 냉방 용량은 기존 제품 대비 3.3㎡ 확대했다. '빅 블레이드' 크기도 더 커졌고, 회전 각도는 기존 35도에서 50도로 넓혔다. 이를 통해 바람을 더 강력하고 멀리, 넓고 고르게 내보낸다. 소음은

저소음 모드 사용 시 32dB(데시벨) 수준으로 줄었다.

친환경 기능도 대거 탑재했다. 기존 R410A 냉매 보다 지구 온난화 지수가 약 33% 수준인 친환경 냉매 R32를 적용했으며, 에너지 소비 효율 1등급을 획득했다. 스마트싱스 에너지 서비스의 'AI 절약 모드'를 활용하면 소비 전력을 최대 20% 추가로 절감 가능하다.

출고가는 109만원이다. 4가지 색상으로 출시되며, 패널 교체도 가능하다.

삼성전자는 내달 31일까지 전국 삼성스토어에서 2023년형 무풍에어컨을 구매하면 다양한 혜택을 제공하는 '무풍당당 에너지 페스타'도 진행한다.

뉴스