

현안과 과제

통계로 본 10년간 추석의 경제·사회상 변화

목 차

■ 통계로 본 10년간 추석의 경제·사회상 변화

Executive Summary	i
1. 개요	1
2. 10년간 추석의 경제·사회상 변화	2
3. 시사점	8

본 보고서에 있는 내용을 인용 또는 전재하시기 위해서는 본 연구원의 허락을 얻어야 하며, 보고서 내용에 대한 문의는 아래와 같이 하여 주시기 바랍니다.

총 괄 : 주 원 이 사 대 우 (2072-6235, juwon@hri.co.kr)

동 향 분 석 팀 : 김 천 구 연 구 위 원 (2072-6211, ck1009@hri.co.kr)

Executive Summary

< 요 약 >

■ 개요

우리의 삶이 빠르게 변화해 가는 것처럼 추석의 경제·사회적 모습도 과거와 비교하여 상당부분 변해가고 있다. 추석은 소득, 소비, 물가 등 경제적 측면에서 큰 영향을 미친다. 추석연휴는 오랜만에 친인척들이 만나는 기회이자 여름휴가 시기와 더불어 가족 간 여행을 나설 기회이기도 하다. 소득의 향상, 새로운 기술의 등장, 인구구조의 변화, 추석을 대하는 사회적 인식의 변화 등으로 점차 추석의 모습도 달라지고 있다. 이에 본 연구에서는 지난 10년 동안 경제·사회적 측면에서 추석의 모습이 얼마나 변하였는지 살펴보았다. 추석과 관련된 통계 지표들은 약 10년 전인 2006년과 현재 시점(2016년 또는 2017년)과의 비교를 통해 변화상을 유추하였다.

■ 10년간 추석의 경제·사회상 변화

지난 10년간 추석의 경제·사회상 변화를 살펴보면 **첫째, 추석 상여금 지급액은 늘어나고 있으나 상여금을 지급하는 기업의 비율은 줄어들었다.** 추석상여금 지급액은 금융위기 영향에서 벗어난 2012년 이후부터 비교적 빠르게 늘어나며 2016년 104.4만원, 2017년 105.1만원을 기록하였다. 다만 추석 상여금을 지급하는 기업의 비중은 2013년까지 증가세를 보이다 최근에 줄어들었다.

둘째, 소비측면에서는 모바일, 인터넷 등을 활용한 온라인 소비 확산으로 추석 선물이나 성수품의 구매편의가 증대되었다. 과거에는 백화점, 슈퍼마켓, 전문소매점 등에서 추석 관련 소비가 주로 이루어졌다. 최근에는 모바일, 인터넷 등 온라인 쇼핑을 활용해 추석 선물이나 성수품을 구매하는 경우가 크게 늘어났다.

셋째, 주요 성수품들의 가격이 10년 전 보다 큰 폭으로 올라 가계의 추석 장바구니 부담이 늘어났다. 추석 기간에는 배, 사과, 소고기, 견과류 등 농축수산물의 수요가 급증한다. 10년 전인 2006년 추석 기간과 비교하여 2016년 주요 성수품들의 가격은 농산물 40.7%, 축산물 46.8%, 수산물 54.6% 올라 동 기간 소비자물가지수 상승폭인 25.8%를 크게 상회하였다.

넷째, 1인 가구 증가, 고령화 시대 진입 등으로 나홀로 추석 즐기기가 늘어나고 있으며 명절 기간 고령층들의 사회적 고립 등 사회적인 문제가 대두되고 있다. 1인 가구의 비중이 급증하며 나홀로 가구가 대세가 되었으며 고령화가 빠르게 진행되고 있다. 2006년에는 4인 가구가 일반적인 가구형태였지만 최근에는 1인 가구가 가장 일반적인 가구 형태이다.(1인가구 비중 2006년 20.7%→2016년 27.9%) 가구주 평균연령

역시 지속적으로 높아지는 추세며 60세 이상 고령 가구 비중은 2006년 15.1%에서 2016년 19.8%로 4.7%p 증가하였다. 만혼과 비혼의 일상화, 명절스트레스, 명절지출부담 등의 이유로 고향에 가지 않고 명절 연휴를 혼자서 보내는 사람들이 늘어나고 있다. 노인 1인 가구가 빠르게 늘어나고 이혼의 증가, 노인 부양에 대한 사회적 인식 변화 등으로 추석 기간에 사회적 고립과 소외 등을 느끼는 고령층들이 증가하고 있다.

다섯째, 추석 당일 귀성 귀경이 늘어나는 추세며 귀성·귀경 시에는 비행기, 고속열차 등 교통수단 이용이 늘어났다. 2016년의 경우 추석당일 귀성객 비중은 51.8%로 2006년 27.7% 보다 크게 높았다. 귀경객의 경우 2016년은 추석 당일과 추석 하루 후 이동한 비중은 67.0%로 2006년 60.7% 보다 늘어났다. 추석 기간 중 교통수단 이용은 10년 전과 비교하여 자가용, 일반열차, 시외버스 이용은 줄어든 반면 고속열차, 비행기 이용은 늘어났다.

여섯째, 교통 정보를 얻기 위해 내비게이션, 스마트폰 등을 적극적으로 활용하며 고속도로 주요구간 최대 소요시간이 줄어드는 추세다. 과거에는 도로 정체 등 교통 관련 정보를 얻기 위해 TV, 라디오 등에 크게 의존하였다. 최근에는 교통상황 안내 정보를 얻기 위해 스마트폰, 내비게이션 등을 적극적으로 활용한다. 서울/부산 소요시간은 귀성길의 경우 2006년 8시간 40분에서 2017년 6시간으로 줄어들었으며 귀경길의 경우 동 기간 9시간 50분에서 7시간 20분으로 짧아졌다.

일곱째, 추석 기간에 해외로 여행을 떠나는 사람들이 크게 늘어나고 있다. 추석 기간 중 해외여행을 나간 비중은 2006년 1.2%에서 2016년 3.1%로 늘어났다. 추석이 속해있는 9월과 10월 내국인 출국은 지난 10년간인 2006~2016년 연평균 7.0% 증가하였다. 과거 사례에 비추어 보면 추석 연휴가 길 경우 추석이 포함된 월의 내국인 출국자수가 크게 늘어나는 모습이다.

■ 시사점

최장 10일에 달하는 이번 추석 연휴 기간을 국내 경제의 활성화 기회로 삼는 동시에 추석 기간 소외되는 계층에 대해 더욱 관심을 기울일 필요가 있다. 이를 위해서는 **첫째**, 변화하는 추석 소비 패턴을 분석하고 가구 특성에 맞는 상품과 서비스 개발에 주력해야 한다. **둘째**, 가계의 부담이 늘어나고 있는 추석 성수품의 가격 안정을 위해 노력해야 한다. **셋째**, 여행객들의 수요에 맞는 관광 기반을 갖추어 추석 기간 해외로 유출되고 있는 여가 관련 소비를 국내로 돌리려는 노력이 필요하다. **넷째**, 노인들의 사회적 고립을 방지하고 고령층의 여가 욕구를 충족시킬 수 있는 산업을 육성 및 활성화해야 한다.

1. 개요

○ 우리의 삶이 빠르게 변화해 가는 것처럼 추석의 경제·사회적 모습도 과거와 비교하여 상당부분 변해가고 있음

- 추석은 소득, 소비, 물가 등 경제적 측면에서 큰 영향 미침
 - 추석 기간에 성수품, 선물 등 구매가 늘어나며 가계 소비지출이 늘어나고 일부 기업들은 추석 상여금을 지급
 - 일부 품목의 경우 추서에 수요가 급증하며 일시적으로 가격이 급등하는 현상이 나타남
- 추석연휴는 오랜만에 친인척들이 만나는 기회이자 여름휴가 시기와 더불어 가족 간 여행을 나설 기회이기도 함
 - 정부는 10월 2일을 임시공휴일로 지정하며 이번 추석 연휴 기간은 9월 30일부터 10월 9일로 최장 10일까지 늘어남
 - 올해 추석 기간은 역대 최장인 10일로 사람들은 연휴 동안 다양한 경제, 문화적 활동을 계획하고 있음
 - 늘어난 추석 연휴만큼 올해는 국내 및 해외여행 등 여가활동이 늘어나고 가계의 씬씀이도 보다 커질 것으로 예상
- 한편 추석의 경제·사회적 모습도 과거와 비교하여 상당 부분 변화해 가고 있음
 - 소득의 향상, 새로운 기술의 등장, 인구구조의 변화, 추석을 대하는 사회적 인식의 변화 등으로 과거와 추석의 모습이 달라지고 있음

○ 본 연구에서는 지난 10년 동안 경제·사회적 측면에서 추석의 모습이 얼마나 변하였는지 살펴봄

- 추석과 관련된 경제·사회 지표들 약 10년 전인 2006년과 현재 시점(2016년 또는 2017년)과의 비교를 통해 변화상을 유추
 - 추석 기간 동안 나타나는 소득, 소비 그리고 물가 등 경제적 측면과 인구구조 변화로 인한 사회적 변화, 해외여행 증가 등의 변화상 살펴봄

2. 10년간 추석의 경제·사회상 변화

○ 추석 상여금 지급액은 늘어나고 있으나 상여금을 지급하는 기업의 비율은 줄어들었으며 소비측면에서는 온라인 소비를 활용한 추석 성수품 구매가 확산

- 추석 상여금 지급액은 증가세를 유지하고 있으나 추석 상여금을 지급하는 기업의 비중은 감소

- 추석상여금 지급액은 금융위기 영향에서 벗어난 2012년 이후부터 비교적 빠르게 늘어나며 2016년 104.4만원, 2017년 105.1만원을 기록
- 다만 추석 상여금을 지급하는 기업의 비중은 2013년까지 증가세를 보이다 최근에 줄어들음

- 모바일, 인터넷 등을 활용한 온라인 소비가 확산되며 추석 선물이나 성수품의 구매편의가 증대

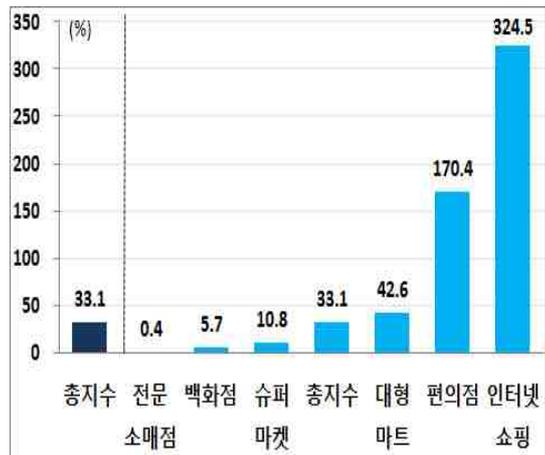
- 추석이 있었던 월인 2006년 10월 대비 2016년 9월 전체 소매판매액지수는 33.1% 늘어난 것에 비하여 인터넷 쇼핑은 324.5% 급증
- 동 기간 대형마트(42.6%) 판매량도 비교적 큰 폭으로 증가하였으나 백화점(5.7%), 슈퍼마켓(10.8%), 전문소매점(0.4%) 등의 판매는 크게 늘지 않음
- 인터넷, 택배 등의 발달로 인터넷 쇼핑으로 추석 선물이나 성수품 구매를 하는 경우가 크게 늘어남¹⁾

< 추석 상여금 추이 >



자료 : 한국경영자총협회.

< 10년간 업태별 소매판매액지수 증감 >



자료 : 통계청 자료를 이용하여 현대경제연구원 계산.

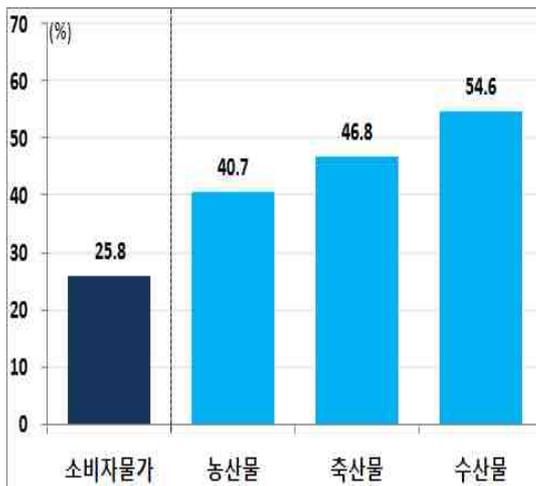
주 : 추석이 있었던 달인 2006년 10월과 2016년 9월 비교.

1) 추석 선물 구매처에서 전체 응답자 중 67%가 온라인에서 구매한다고 응답. 나머지 구매처 비중은 대형마트(21%), 백화점(7%), 전문오프라인매장(4%), 전통시장(1%), G마켓 설문조사 인용(2017.9).

○ 주요 성수품들의 가격이 10년 전 보다 큰 폭으로 올라 가계의 추석 장바구니 부담이 늘어남

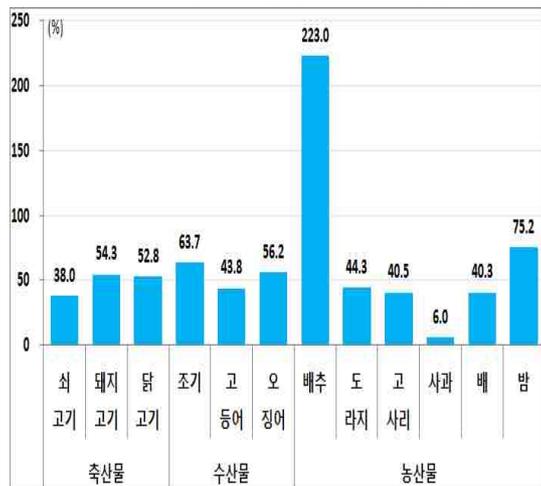
- 추석 기간에는 배, 사과, 소고기, 견과류 등의 수요가 급증
 - 추석의 경우 주요 과일류의 수확기여서 설 보다 소비변동이 더욱 큼
 - 추석 소비량의 경우 평상시보다 배는 946.1%, 사과 246.7%, 견과류 96.0%, 소고기 140.1%, 돼지고기 32.6% 늘어나는 것으로 나타남²⁾
- 주요 성수품 중 농산물, 축산물, 수산물 등 가격이 크게 올라 가계의 추석 장바구니 물가 부담이 커짐
 - 10년 전인 2006년 추석 기간과 비교하여 2016년 주요 성수품들의 가격은 농산물 40.7%, 축산물 46.8%, 수산물 54.6% 올라 동 기간 소비자물가지수 상승폭인 25.8%를 크게 상회
 - 2006년과 비교하여 2016년 추석기간 배추는 223.0%, 밤 75.2%, 도라지 44.3%, 고사리 40.5%, 배 40.3%, 사과 6.0% 가격이 오름
 - 추석기간 수산물은 2006년 대비 2016년 조기는 63.7%, 오징어 56.2%, 고등어 43.8% 올랐으며 축산물인 쇠고기는 38.0%, 돼지고기 54.3%, 닭고기 52.8% 오름

< 10년간 농축수산물 물가상승 >



자료 : 통계청 자료를 이용하여 현대경제연구원 계산.
 주 : 추석이 있었던 달인 2006년 10월과 2016년 9월 비교.

< 10년간 주요 성수품 물가상승 >



자료 : 통계청 자료를 이용하여 현대경제연구원 계산.
 주 : 추석이 있었던 달인 2006년 10월과 2016년 9월 비교.

2) “농식품 판매 전략 수립을 위한 트렌드 분석 연구”, 농림축산식품부(2016.1).

○ 1인 가구 증가, 고령화 시대 진입 등으로 나홀로 추석 즐기기가 늘어나고 있으며 명절 기간 고령층들의 사회적 고립 등 사회적인 문제가 대두

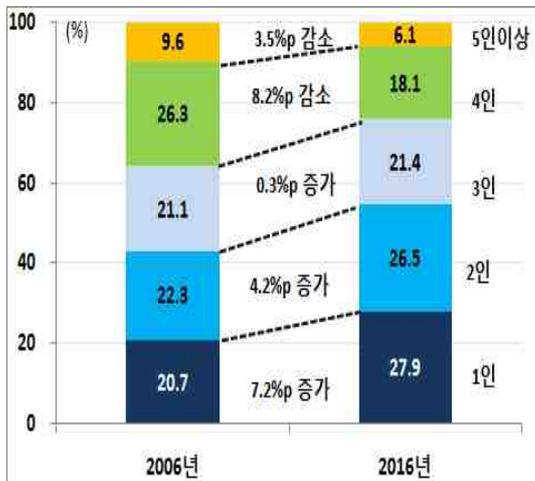
- 1인 가구의 비중이 급증하며 나홀로 가구가 대세가 되었으며 고령화가 빠르게 진행

- 평균 가구원수는 10년 전인 2006년 2.94명에서 2016년 2.58명으로 약 0.36명 감소
- 2006년에는 4인 가구가 가장 일반적인 가구형태였지만 최근에는 1인 가구가 보다 일반적인 가구 형태
- 가구주 평균연령은 2006년 48.4세에서 2016년 53.2세로 4.8세 높아졌으며 전체 가구 중 60세 이상 고령 가구 비중은 2006년 15.1%에서 2016년 19.8%로 4.7%p 증가

- 나홀로 추석 즐기기가 늘어나고 있으며 명절 기간 노인들의 사회적 고립 등 사회적 문제가 대두

- 만혼과 비혼의 일상화, 명절스트레스, 명절지출부담 등의 이유로 고향에 가지 않고 명절 연휴를 혼자서 보내는 사람들이 늘어나고 있음
- 노인 1인 가구가 빠르게 늘어나며 추석 등 명절 기간에 사회적 고립과 소외 등을 느끼는 고령층들이 늘어남
- 65세 이상 고령자들의 이혼 건수가 남녀 모두 증가하고 있으며 부모 부양은 부모 스스로 해결해야 한다고 생각하는 사람이 계속 증가³⁾

< 10년간 가구원수별 가구 비중 변화 >



자료 : 통계청.

< 가계 가구원수 및 가구주연령 추이 >



자료 : 통계청.

3) “2017 고령자 통계”, 통계청(2017.9).

○ 추석 당일 귀성 귀경이 과거대비 늘어나고 있으며 추석 기간 중 비행기, 고속열차 등 교통수단 이용이 크게 늘어남

- 추석 당일 귀성, 귀경이 늘어남

- 2016년의 경우 추석당일 귀성객 비중은 51.8%로 2006년 27.7% 보다 크게 증가
- 귀경객의 경우 2016년은 추석 당일과 추석 하루 후 비중이 67.0%로 2006년 60.7% 보다 증가

- 귀성·귀경 시 자가용, 일반열차, 시외버스 등의 활용은 줄고 비행기, 고속열차 등 이용은 늘어남

- 추석 기간 이용한 교통수단은 10년 전(2006년→2016년)과 비교하여 고속열차(1.6%→2.5%), 비행기(1.3%→5.1%) 등이 크게 늘어남
- 반면 자가용(85.2%→83.9%), 일반열차(4.2%→1.8%), 시외버스(2.3%→1.0%) 등의 이용은 줄어들음
- 다만 자가용은 여전히 추석 귀성·귀경 시 가장 중요한 교통수단임

< 10년간 출발일 귀성, 귀경객 변화 비교 >

	2006년		2016년	
	귀성	귀경	귀성	귀경
D-2	18.6	6.2	3.6	0.2
D-1	35.0	11.9	13.8	1.3
추석 당일	27.7	34.3	51.8	34.0
D+1	4.3	26.4	26.9	33.0
D+2	0.5	13.6	3.2	15.5

자료 : 한국교통연구원.

< 10년간 추석 기간 중 이용 교통수단 변화 >

	2006년	2016년	증감
자가용	85.2	83.9	-1.3
고속버스	4.2	4.7	0.5
시외버스	2.3	1.0	-1.3
일반열차	4.2	1.8	-2.4
고속열차	1.6	2.5	0.9
비행기	1.3	5.1	3.8
기타	1.2	1.0	-0.2

자료 : 한국교통연구원.

○ 교통 정보를 얻기 위해 내비게이션, 스마트폰 등을 적극적으로 활용하며 고속도로 주요구간 최대 소요시간이 줄어드는 추세

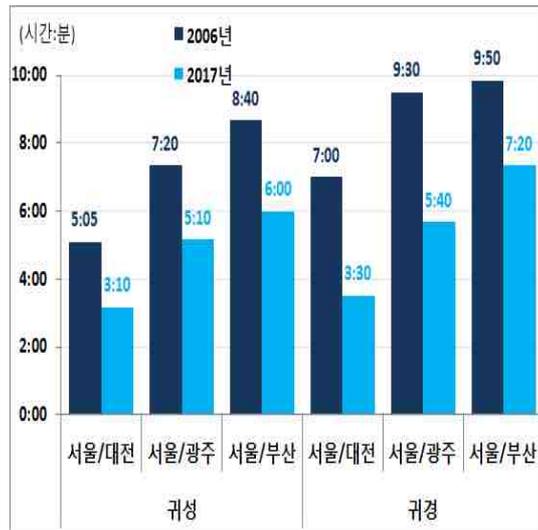
- 과거에는 교통 정보를 얻기 위해 TV, 라디오 등에 크게 의존하였으나 최근에는 내비게이션, 스마트폰 등을 적극적으로 활용
 - 10년 전인 2006년에는 추석 기간 도로 정체를 파악하기 위해 라디오(28.4%), TV(55.7%) 등에 크게 의존하였음
 - 최근인 2016년에는 교통상황 안내정보를 얻기 위해 핸드폰 및 스마트폰 (63.1%), 내비게이션(8.1%) 등을 적극적으로 활용
- 고속도로 주요구간의 소요시간은 줄어드는 추세
 - 교통정보 제공능력의 향상, 도로망 확충, 정부의 특별교통대책 시행 등으로 도로의 정체가 과거보다 줄어들음
 - 귀성길의 경우 서울/대전 소요시간은 2006년 5시간 5분에서 2017년 3시간 10분으로 서울/부산 소요시간은 동 기간 8시간 40분에서 6시간으로 줄어듦
 - 귀경길의 경우 서울/대전 소요시간은 2006년 7시간에서 2017년 3시간 30분으로 서울/부산 소요시간은 동 기간 9시간 50분에서 7시간 20분으로 줄어듦

< 10년간 추석 기간 교통상황 안내정보 수신처 변화 >

	2006년	2016년	증감 (%)
내비게이션	-	8.1	-
인터넷	4.7	8.7	4.0
핸드폰, 스마트폰	1.5	63.1	61.6
라디오	28.4	12.3	-16.1
TV	55.7	7.1	-48.6
정보안내판	0.7	0.2	-0.5

자료 : 한국교통연구원.
주 : 출발 전 기준.

< 10년간 추석 기간 교통 소요시간 변화 >



자료 : 국토교통부.

○ 추석 기간에 해외로 여행을 떠나는 사람들이 크게 늘어나고 있음

- 추석 연휴 기간 동안 해외여행은 꾸준히 늘어남

- 교통연구원에 따르면 추석 기간 중 해외여행을 나간 비중은 2006년 1.2%에서 2016년 3.1%로 급증
- 추석이 일반적으로 속해있는 9월과 10월 내국인 출국자수는 지난 10년간인 2006~2016년 연평균 7.0% 늘어났음
- 금융위기로 경제가 위축된 2008년, 2009년 역성장을 하였으나 2010년 이후부터 해외여행이 다시 급증하고 있음

- 특히 추석 연휴가 길 경우 추석이 포함된 월의 내국인 출국자수가 급증

- 지난 10년간 추석이 3일이었던 해의 추석이 속한 달의 내국인 출국자수 증가율은 전년동기대비 약 2.7%
- 추석이 3일 이상이었던 해의 추석이 속한 달의 내국인 출국자수 증가율은 전년동기대비 약 10.0%
- 올해의 경우 추석 연휴 기간이 최장 10일에 육박하여 어느 해보다 해외여행이 많을 것으로 예상

< 추석 기간 중 해외여행 비중 >



자료 : 한국교통연구원.

< 9~10월 내국인 출국자수 추이 >



자료 : 한국관광공사.

3. 시사점

- **최장 10일에 달하는 이번 추석 연휴 기간을 국내 경제의 활성화 기회로 삼는 동시에 추석 기간 소외되는 계층에 대해 더욱 관심을 기울일 필요**

첫째, 변화하는 추석 소비 패턴을 분석하고 가구 특성에 맞는 상품과 서비스 개발에 주력해야 한다

- 새로운 기술 발달로 명절 선물, 추석 성수품 등의 구매처가 오프라인에서 온라인으로 빠르게 이동
 - 가구들의 추석 관련 소비 패턴 및 쇼핑 시간 등을 파악하기 위해 빅데이터 정보를 관리하고 분석
- 변화해 가는 추석 수요에 맞는 상품과 서비스 개발에 나설 필요
 - 나홀로 추석을 보내는 1인 가구가 늘며 솔로 이코노미와 관련된 상품과 서비스에 대한 수요가 증가할 것으로 예상
 - 1인 가구가 중요하게 생각하는 소용량 제품, 간편식품 등 시간절약형 소비, 합리적인 가격과 디자인, 실용성 등을 갖춘 가성비 상품 개발
 - 자신의 취미나 자기계발에는 돈을 아끼지 않는 젊은 1인 가구의 특성을 파악하여 문화, 여가 상품 등을 개발

둘째, 가계의 부담이 늘어나고 있는 추석 성수품 가격 안정을 위해 노력해야 한다

- 반복되는 추석 물가 급등을 방지하기 위해 가계 생필품에 대한 유통 구조 효율화 등을 지속적으로 추진
 - 농축수산물 유통의 3대 과제인 높은 유통비용, 큰 가격변동성, 산지-소비자 가격 비연동 등 문제 해결을 정부가 지속적으로 추진
 - 추석기간 농축수산물 가격 상승에 편승하여 공산품 및 서비스 가격이 덩달아 오르는 것을 관리하고, 가격 담합에 대한 모니터링과 단속을 강화

- 다양한 유통 주체의 성장을 지원하여 경쟁 구조를 구축하고 농축수산물의 저장성을 높일 수 있도록 저온 저장시설을 확대
 - 직거래, 로컬푸드, 생활협동조합 등 다양한 유통 주체의 성장을 지원하여 시장 내 경쟁 구조를 구축해야 함
 - 유통 단계별 이윤율에 대한 보다 상세한 정보를 제공하고 가격 규제 기능을 정비하는 등 유통업체의 이윤율에 대한 시장 감시 기능을 강화해야 함
 - 과일이나 채소 등을 신선하게 보관할 수 있는 저장시설을 확대 보급하여 비성수기에 물량을 비축함으로써 명절 성수기에 저렴한 가격으로 공급

셋째, 여행객들의 수요에 맞는 관광 기반을 갖추어 추석 기간 해외로 유출되고 있는 여가 관련 소비를 국내로 돌리려는 노력이 필요하다

- 국내 관광지의 개발, 인프라 시설에 대한 투자 등을 통해 국내 관광 경쟁력을 높여 해외여행수요를 국내관광으로 전환시킬 수 있어야 할 것임
 - 다양한 국내 가계의 니즈에 걸맞은 국내 관광 인프라를 확충하고 고급 리조트와 골프장 등 가계의 수요에 맞는 관광 시설에 대한 투자를 확대하여 해외 관광 수요를 국내로 전환시키는 노력과 지원이 강화되어야 함
 - 또한 낙후된 국내 관광 시설을 개선하고, 관광 명소와 맛집, 전통 유적 등 여행정보를 제공하는 시스템과 어플리케이션 등을 개발하여 국내 여행 편의를 개선

넷째, 노인들의 사회적 고립을 방지하고 고령층의 여가 욕구를 충족시킬 수 있는 산업을 육성 및 활성화 해야 한다

- 노인의 사회적 고립을 예방하고 고령층들의 건강하고 활력 있는 노후생활을 지원하기 위해서 정부의 보다 적극적인 정책적 개입이 필요
 - 고령층들의 여가 욕구를 충족시키기 위해 민간영역에서 노인 여가산업이 활성화될 수 있는 여건 조성 및 제도적 기반 마련을 위해 노력
 - 노인 여가복지 욕구를 적절하게 파악하고 중장기 노인여가복지를 향상시키

기 위한 정책의 기본방향을 재점검해 볼 필요

- 현재 TV시청 등 소극적 여가활동에 머물러 있는 노인들의 시간 활용을 노인의 친목단체활동 강화, 평생교육프로그램 참여 등으로 유도

김천구 연구위원 (2072-6211, ck1009@hri.co.kr)