데이터융복합·소비자리서치 전문 연구기관

컨슈머인사이트 보도자료

기 관	컨슈머인사이트	이 메 일	kimmh@consumerinsight.kr
문 의	김민화 연구위원	연 락 처	02) 6004-7643
배 포 일	2024년 9월 25일(수) 배포	매 수	총 5매

뛰는 물가에 식비 줄이는 여행, 바가지 논란 필연적

컨슈머인사이트, '17년~24년 상반기 국내여행 지출 추이 비교

- **지난 3년 여행 총경비와 식음료비 줄이는 초긴축 여행 번져**
- **코로나 이후 식재료 물가 상승률이 여행 식음료비의 두 배**
- **현실적으로 만족할 만한 음식, 주기도 어렵고 찾기도 어려워**
- **식당 운영자와 소비자 모두 피해자...뉴노멀 만들어 가야**

이 리포트는 컨슈머인사이트가 9월 25일 발간한 '월간 국내·해외 여행동향 보고('24년 8월)'의 별첨으로 작성된 '이달의 토픽'입니다.

정규 '월간 국내·해외 여행동향 보고'는 당 조사의 플랫폼(컨슈머인사이트 월간여행동향)에서 열람, 확인할 수 있으며 의견을 남기실 수도 있습니다.

○ 국내 숙박여행의 초긴축 트렌드가 심화돼 소비자는 여행비도 식음료비도 계속 줄이고 있다. 반면 식료품 물가는 여행 식음료비의 두 배 속도로 올라 음식값의 인상은 불가피한 현실이다. 만족할 만한 음식은 주기도 어렵고 찾기도 어려워 음식 바가지 논란은 계속될 것이다.

□ 여행 리서치 전문기관 컨슈머인사이트가 2015년부터 수행하는 '주례 여행 행태 및 계획 조사'(매주 500명, 연간 2만6000명)에서 '17년 이후 연도별(상반기 기준)로 국내여행자가 지출한 총경비와 항목별 지출금액 추이를 비교했다. 명목상의 지출금액과 함께 그동안의 물가상승률을 고려한 실 지출금액의 추이도 비교했다.

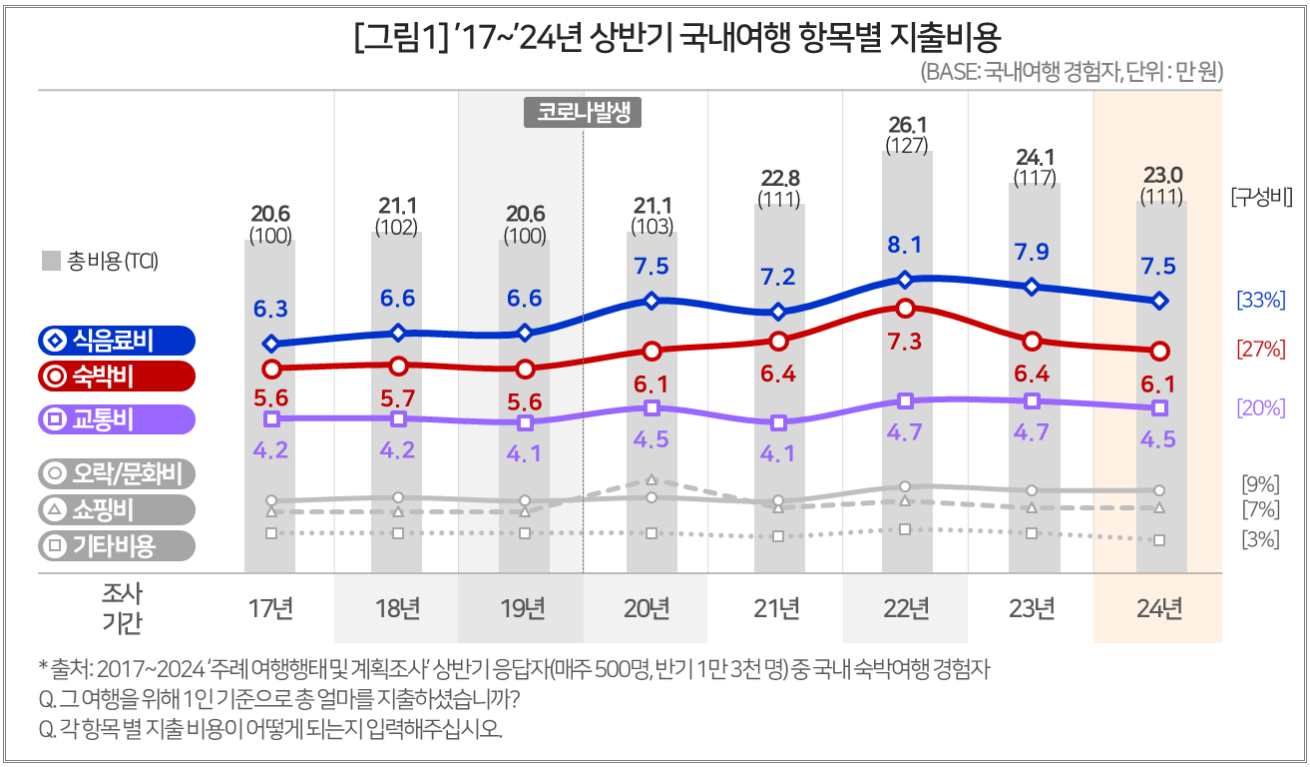
□ 컨슈머인사이트의 데이터는 한국지능정보사회진흥원(NIA)의 빅데이터센터구축사업을 통해, 한국문화정보원 문화빅데이터플랫폼 마켓C www.bigdata-culture.kr에서도 공개되고 있다.

■ 1회 여행 총경비 '22년 26만원에서 올해 23만원으로

○ '24년 상반기 국내숙박여행자가 1회 여행에서 지출한 총경비는 23.0만원이었다. 코로나 이후 계속 상승해 최고치(26.1만원)를 찍었던 '22년과 비교하면 작년 2.0만원, 올해 1.1만원 하락해 2년 사이에 3.1만원 감소했다**[그림1]**. 코로나전 '19년 상반기와 비교하는 TCI로 보면 '22년 127까지 올랐다가 올해 111로 내려왔다(13% 감소).

□ TCI는 여행 행태의 코로나 전후 변화를 직관적으로 비교할 수 있도록 컨슈머인사이트가 개발한 지수로, 비교 시점의 결과값을 '19년 결과값으로 나눈 백분율[(비교 시점/'19년 결과값)x100]이다. TCI가 100보다 작으면 '19년 동기보다 감소했고 크면 그만큼 증가했음을 뜻한다.

[그림1] '17~'24년 상반기 국내여행 항목별 지출비용



*출처: 2017~2024 '주례 여행행태 및 계획조사' 상반기 응답자(매주 500명, 반기 1만 3천 명) 중 국내 숙박여행 경험자
Q. 그 여행을 위해 1인 기준으로 총 얼마를 지출하셨습니까?
Q. 각 항목 별 지출 비용이 어떻게 되는지 입력해주십시오.

■ 식음료비 지출도 2년 연속 감소

○ 국내 숙박여행비 지출 중 가장 비중이 큰 항목은 식음료비다. 식음료비 비중은 올해 33%에 달했는데, 이는 '17년 30.7%에서 2.4%p 증가한 수치다. 그러나 최근 2년을 보면 실제 지출비용은 지난 '22년 상반기 8.1만원에서 연속 감소해 '24년 7.5만원이 됐다. 식료품 물가가 상승했음에도 여행 식음료비가 감소했다는 것은 초긴축 여행이 일반화되었음을 보여준다. 식도락은 국내여행의 큰 즐거움의 하나다(참고. 심해지는

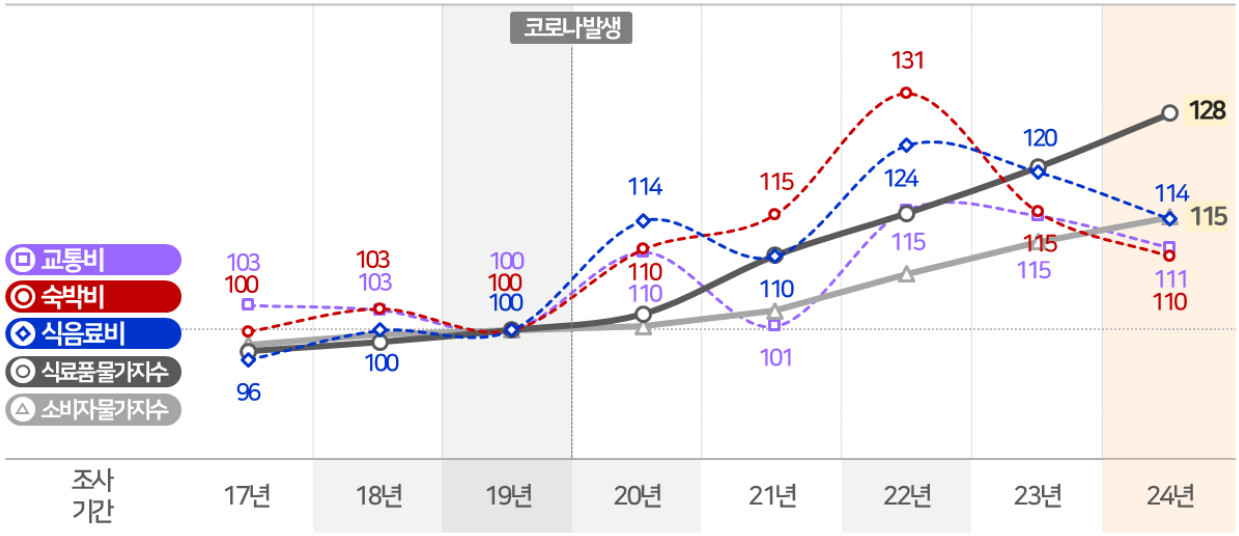
긴축여행, '줄인 것' '줄일 것' 1위는 식비 '24.03.26). 식음료비의 감소는 여행의 목적과 즐거움을 포기한 결과다.

■ 소비자물가지수 상승률이 여행비 증가율 앞서

○ 물가 상승을 고려하면 식음료비의 지출은 역대 최저 수준이다. 식음료비의 '24년 TCI는 114로 교통비(111)나 숙박비(110)보다 높다. 그러나 통계청 소비자물가지수를 토대로 환산한 '종합소비자물가지수'의 TCI가 115, '식료품 및 비주류음료 물가지수'(이하 식료품물가지수)의 TCI가 128인 것을 고려하면 식음료비의 지출은 사실상 감소했다**[그림2]**.

[그림2] '17~'24년 상반기 국내여행 항목별 지출비용 TCI

(BASE: 국내여행 경험자, 단위 : TCI)



* 출처: 2017~2024 '주례 여행행태 및 계획조사' 상반기 응답자(매주 500명, 반기 1만 3천 명) 중 국내 숙박여행 경험자
** TCI(Travel Corona Index 여행 코로나 지수)는 '각 연도별 상반기' 결과값을 '코로나 발생 전년('19년) 상반기' 결과값으로 나눈 수치임
Q. 그 여행을 위해 1인 기준으로 총 얼마를 지출하셨습니까?
Q. 각 항목 별 지출 비용이 어떻게 되는지 입력해주십시오.

특히 식료품물가지수 TCI가 128에 달한 것은 요식업자들이 지난 몇 년 엄청난 원가인상의 압박을 받았음을 반영한다. 여행소비자는 식료품비를 줄이지 않을 수 없는 압박을, 요식업자는 가격 인상의 불가피성을 절감할 수밖에 없었다. 이런 압박의 어긋남이 커다란 논란(여행지의 바가지)으로 비화하는 사건이 수차 발생했고, 앞으로도 재발 가능성은 항상 열려 있다.

■ 새로운 소비-공급 문화 절실

○ 여행은 가장 실행률도 높고 만족도도 높은 여가 문화생활이다(참고. 여가활동 만족도 1위 '운동·스포츠하기' 그 중 1위는 '요가·필라테스' 24.09.23). 그러나 초긴축 상태에서 이를 온전히 즐기기는 쉽지 않다. 절약이 절실한 상황에서 부당하거나 과도하다고 생각되는 지출이 발생하면 실망하는 것은 당연하다. 특히 음식만큼 소비자가 많이 알고 경험하고 평가에 능한 상품은 없다는 점에서 큰 논란으로 발전할 가능성이 항상 있다.

○ 소비자물가조사는 음식공급자가, 여행조사는 여행소비자가 얼마나 어려운 상황인지 잘 보여주고 있다. 이는 어느 한 편의 변화나 개선으로 해결될 수 있는 과제가 아니다. 둘 사이의 접점을 찾아 여행 소비문화의 뉴노멀을 만들어 가야 한다.

[첨부] '17~'24년 상반기 국내 숙박여행 항목별 지출 비용

(BASE: 국내여행 경험자, 단위 : 만 원, (TCI))

	연도							
				코로나발생				
	'17년	'18년	'19년	'20년	'21년	'22년	'23년	'24년
사례수 (숙박여행 경험자)	(6,972)	(6,564)	(6,384)	(5,577)	(5,478)	(6,443)	(7,380)	(7,047)
국내여행 총 경비	20.6 (100)	21.1 (102)	20.6 (100)	21.1 (103)	22.8 (111)	26.1 (127)	24.1 (117)	23.0 (111)
식음료비	6.3 (96)	6.6 (100)	6.6 (100)	7.5 (114)	7.2 (110)	8.1 (124)	7.9 (120)	7.5 (114)
숙박비	5.6 (100)	5.7 (103)	5.6 (100)	6.1 (110)	6.4 (115)	7.3 (131)	6.4 (115)	6.1 (110)
교통비	4.2 (103)	4.2 (103)	4.1 (100)	4.5 (110)	4.1 (101)	4.7 (115)	4.7 (115)	4.5 (111)
쇼핑비	1.6 (101)	1.6 (102)	1.6 (100)	2.5 (162)	1.7 (110)	1.9 (123)	1.7 (108)	1.7 (106)
오락/문화비	1.9 (103)	2.0 (106)	1.9 (100)	2.0 (108)	1.9 (100)	2.3 (121)	2.2 (119)	2.2 (115)
기타 비용	1.0 (104)	1.0 (106)	1.0 (100)	1.0 (102)	0.9 (94)	1.1 (115)	1.0 (100)	0.8 (79)
1일 당 총 경비	6.9 (97)	7.3 (102)	7.1 (100)	7.0 (98)	7.4 (104)	8.4 (118)	8.1 (114)	7.7 (108)
1박 당 숙박비	2.8 (95)	3.0 (102)	2.9 (100)	3.0 (103)	3.1 (105)	3.4 (117)	3.2 (110)	3.1 (104)
1일 당 식음료비	2.1 (93)	2.3 (100)	2.3 (100)	2.5 (109)	2.3 (103)	2.6 (115)	2.7 (117)	2.5 (111)
평균 여행 일수	3.0 일	2.9 일	2.9 일	3.0 일	3.1 일	3.1 일	3.0 일	3.0 일
소비자물가지수 (2019 = 100)	98	99	100	100	102	107	111	115
식료품 및 비주류 음료 물가지수 (2019 = 100)	97	98	100	102	110	115	121	128

* 출처: 2017~2024 '주례 여행행태 및 계획조사' 상반기 응답자(매주 500명, 반기 1만 3천 명) 중 국내 숙박여행 경험자
** TCI(Travel Corona Index 여행 코로나 지수)는 '각 연도별 상반기' 결과값을 '코로나 발생 전년('19년) 상반기' 결과값으로 나눈 수치임
Q. 그 여행을 위해 1인 기준으로 총 얼마를 지출하셨습니까?
Q. 각 항목 별 지출 비용이 어떻게 되는지 입력해주십시오.

컨슈머인사이트는 **비대면조사**에 **효율적**인 **대규모 온라인패널**을 통해 **자동차, 이동통신, 쇼핑/유통, 관광/여행, 금융** 등 다양한 산업에서 요구되는 **전문적이고 과학적인 리서치 서비스**를 제공하고 있습니다. **다양한 빅데이터**를 **패널 리서치 데이터**와 **융복합 연계**하여 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있습니다. 특히 최근에는 **100% 모바일 기반**으로 **전국민 표본 대표성**을 가진 **조사 플랫폼 '국대패널'**을 **론칭**하고 **조사업계 누구나 사용할 수 있도록 개방**했습니다.

이 결과는 (주)컨슈머인사이트 소비자동향연구소가 매주 여행소비자 500명(연간 2만 6000명 조사)을 대상으로 수행하는 '주례 여행 행태 및 계획 조사'를 바탕으로 9월 25일 발간하는 '월간 국내·해외 여행동향 보고('24년 8월)'의 핵심 내용을 분석한 것입니다. 매주 조사 결과와 월간 보고서 전문은 컨슈머인사이트의 여가여행 홈페이지 https://www.consumerinsight.co.kr/leisure-travel/에서 볼 수 있으며 무료 다운로드도 가능합니다. 해당 데이터는 한국지능정보사회진흥원(NIA)의 빅데이터센터구축사업을 통해, 한국문화정보원 문화빅데이터플랫폼 마켓C www.bigdata-culture.kr에서도 공개되고 있습니다.

Copyright ⓒ Consumer Insight. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 (주)컨슈머인사이트에 있으며 언론사의 직접 인용 보도 외의 목적으로 사용할 수 없습니다. 그 밖의 인용 및 재배포는 컨슈머인사이트와 사전 협의를 거쳐 서면 승낙을 받은 경우에 한합니다.

For-more-Information

김민화 연구위원/ph.D	kimmh@consumerinsight.kr	02)6004-7643
이상현 대리	leesh@consumerinsight.kr	02)6004-7624