

GAON-LAB / FREE REPORT

2026 소비 변화 브리핑

경제와 생활 / 제1호



휴대전화 읽기용 PDF

A4판과 같은 내용을 휴대전화 화면에 맞춰 큰 글자로 다시 조판했습니다. 인쇄용 A4 PDF:
<https://gaon-lab.kr/downloads/reports/2026-consumption-change-brief-001-2026-10-11.pdf>

전면 개정판 v2.0 · 2026.10.11

2026 소비 변화 브리핑 · 제1호

같은 발표, 다른 숫자

전면 개정판 v2.0 · 2026.10.11

GAON-LAB · 전호재 · 무료 공개

먼저 읽기

같은 발표, 다른 숫자

2026년 2분기 가계동향조사를 읽는 열
가지 질문

이번 호의 결론

가구당 월평균 소비지출은 전년 같은 분기보다 명목 3.4%, 실질 0.4% 증가했습니다. 교통·운송의 -0.5%와 -10.1%도 서로 다른 기준으로 계산한 공표치입니다. 숫자를 비교하기 전에 기준부터 맞춰야 합니다. [1]

통계 기사에서 서로 다른 숫자를 만나면 어느 쪽이 맞는지부터 따지게 됩니다. 그러나 먼저 물어야 할 것은 그 숫자가 무엇을 재고 있는지입니다. 이번 호는 원문 표 한 장에서 출발해, 명목과 실질의 차이를 이해하고 내 생활과 사업에 적용할 수 있는 범위를 살펴봅니다.

두 기사가 서로 다른 숫자를 쓴 이유	5
-------------------------	---

명목·실질과 퍼센트포인트	11
---------------	----

12개 품목의 표와 그림	16-23
---------------	-------

평균·표본·원인 해석의 한계	26
-----------------	----

내 집과 내 가게에 적용하기	29-33
-----------------	-------

다음 기사를 읽는 확인표 / 출처	38 / 42
--------------------	---------

범위: 2026년 4-6월 지출을 2025년
4-6월과 비교합니다. 발표일은
2026.08.27, 자료 확인일은 2026.10.11
입니다. 이후 분기의 변화나 개별
가구·점포의 미래를 예측하지 않습니다.

01 · 원문으로 돌아가기

-0.5%와 -10.1%, 둘 다 맞습니다

항목은 같지만 명목과 실질이라는 기준이 다릅니다.

2026년 8월 27일 나온 아주경제와 뉴시스 기사에는 교통·운송 지출의 감소율이 서로 다르게 제시됐습니다. 아주경제의 -0.5%는 명목, 뉴시스의 -10.1%는 실질 증감률에 해당합니다. 같은 날 발표된 원문 표에 두 값이 모두 있습니다. [1-3]

항목

전체 소비지출

2025년 2분기

283.6만원

2026년 2분기

293.2만원

항목

교통·운송

2025년 2분기

34.0만원

2026년 2분기

33.8만원

**전년 같은 분기 대비
전체 소비지출**

명목 증감률
+3.4%

실질 증감률
+0.4%

**전년 같은 분기 대비
교통·운송**

명목 증감률
-0.5%

실질 증감률
-10.1%

자료: [1] 표 2, 인쇄 쪽수 3쪽(PDF
파일의 9번째 쪽). 금액은 가구당
월평균입니다. 금액과 증감률은 각각
반올림한 공표치를 옮겼으므로 표시

금액으로 다시 나눈 증감률과 조금 다를 수 있습니다.

어느 기사가 맞는가에서, 어느 기준인가로

명목은 해당 시점의 가격으로 평가한 지출입니다. 실질은 가격 변동의 영향을 조정한 지출입니다. 따라서 두 수치의 차이만으로 기사에 오류가 있다고 판단할 수 없습니다. 기사 제목이나 본문에 기준이 생략됐다면 보도자료의 명목·실질 열을 함께 확인합니다.

비교 기간도 맞추십시오

이번 증감률의 기준은 2025년 2분기입니다. 2026년 1분기와 비교한 값이 아닙니다. 전년 동분기 대비와 전분기 대비는 서로 다른 질문에 답합니다.

그림 1 · 01 · 원문으로 돌아가기 두 숫자를 만났을 때



1 기사의 숫자가 어느 기준인지 확인

2 원문 표의 명목·실질 열을 함께
확인

3 비교 기간을 맞춥니다

교통·운송 -0.5%는 명목, -10.1%는 실질
증감률이며 둘 다 2025년 2분기와 비교한
2026년 2분기 값입니다.

금액의 변화와 가격 조정 후 변화

실질지출은 구입한 물건의 개수와 같은 뜻이 아닙니다.

구분
명목

뜻
조사 시점 가격으로 평가한 지출

읽을 때 주의할 점
조사상의 지출 개념입니다. 은행 계좌의 모든 출금액과 일치하지 않습니다.

**구분
실질**

뜻
소비자물가지수로 가격 변동을 조정한
지출

읽을 때 주의할 점
옷의 벌 수, 자동차 대수, 이동 횟수를
직접 센 값이 아닙니다.

한 가지 물건만 사는 가상 장바구니

작년에는 개당 1만원인 물건을 10개
샀고, 올해는 같은 물건을 개당
1만1천원에 10개 샀다고
가정하겠습니다. 지출은 10만원에서
11만원으로 10% 늘었지만, 같은
가격으로 환산하면 구입량의 변화는
없습니다. 명목과 실질을 나누는 이유를
보여 주는 단순한 예입니다.

실제 가게 지출에는 여러 상품과 서비스가 섞여 있습니다. 품질과 구성도 달라질 수 있으므로 실질 증감률을 특정 물건의 개수 변화로 곧바로 번역하면 안 됩니다. 실질지출은 비교를 위한 조정 금액으로 이해하는 편이 정확합니다. [1]

그림 2 · 02 · 용어를 쉽게 읽기 가격과 지출을 나누어 보기



1 같은 품목을 비교

2 그때 지불한 금액을 확인

3 가격 영향을 조정해 읽습니다

한 가지 물건의 가상 예: 10개 × 1만원 →
10개 × 1만1천원. 지출은 10만원 →
11만원이지만 개수는 같습니다. 실제
통계의 실질지출을 물건 개수와 동일시하지
않습니다.

9.6%p의 차이는 가격 상승률이 아닙니다

교통·운송의 명목 -0.5%와 실질 -10.1%의 차이는 9.6

퍼센트포인트입니다. 두 증감률을 빼 값이며, 교통 가격이 9.6% 올랐다는 뜻은 아닙니다. 가격 지수와 산식을 별도로 확인해야 합니다.

%는 기준값에 대한 변화 비율입니다.

%p(퍼센트포인트)는 두 백분율의 차이입니다. 3.4%와 0.4%의 차이는 3.0%p로 씁니다.

03 · 숫자 전체 보기

전체 +0.4% 안의 서로 다른 움직임

모든 수치는 전년 동분기 대비, 단위는 %입니다.

품목

가정용품·가사서비스

명목

+17.9

실질

+15.2

품목

오락·문화

명목

+7.6

실질

+2.9

품목
보건

명목
+4.2

실질
+2.8

품목
교육

명목
+3.0

실질
+1.7

품목

식료품·비주류음료

명목

+2.8

실질

+1.5

품목

주거·수도·광열

명목

+3.0

실질

+1.2

품목

음식·숙박

명목

+3.5

실질

+0.8

품목

정보통신

명목

+2.4

실질

+0.7

품목

의류·신발

명목

+1.5

실질

-1.0

품목

기타상품·서비스

명목

+2.8

실질

-1.3

품목

주류·담배

명목

-2.2

실질

-2.5

품목

교통·운송

명목

-0.5

실질

-10.1

품목

소비지출 전체

명목

+3.4

실질

+0.4

전체는 12개 증감률의 단순평균이 아닙니다

전체 +0.4%는 전체 소비지출을
실질화해 비교한 공표치입니다. 각
품목의 비중과 실질화 방식이
반영되므로, 품목별 증감률을 모두
더해 12로 나눠 얻는 값과 다릅니다.

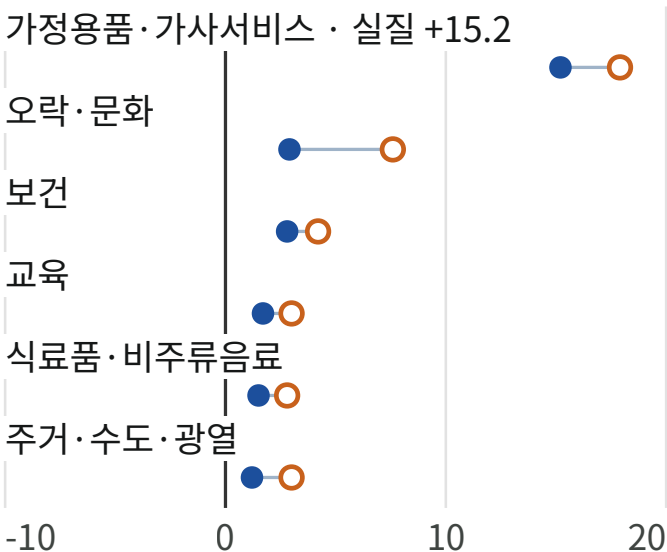
자료: [1] 표 2. 실질 증감률이 큰 순서로
재배열했습니다. 반올림한 수치를
그대로 사용했으며, 품목의 중요도나
전망 순위가 아닙니다.

04 · 그림으로 비교하기

지출액은 늘어도 실질은 줄 수 있습니다

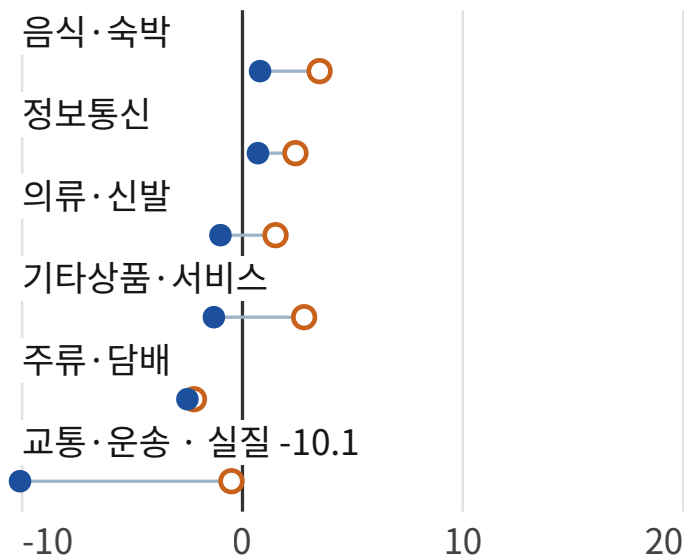
두 점은 같은 품목을 다른 기준으로 본 결과입니다.

● 실질 ○ 명목 단위: % · 1/2



● 실질 ○ 명목

단위: % · 2/2



점 그래프는 03절 표와 같은 공표치입니다. 가로축 단위 %, 세로 기준선은 0%입니다.

실질 증가율이 가장 높은 가정용품·가사서비스(+15.2%)와 가장 낮은 교통·운송(-10.1%) 사이의 차이는 25.3%p입니다. 전체 하나만 읽으면 품목 간 차이를 놓치게 됩니다.

의류·신발은 명목 +1.5%, 실질 -1.0%입니다. 기타상품·서비스도 명목 +2.8%, 실질 -1.3%로 방향이 갈립니다. “지출이 늘었다”라는 문장에는 어떤 기준인지가 함께 있어야 합니다.

다만 이 표와 그림만으로 옷을 몇 벌 덜 샀는지, 어느 가격이 얼마나 올랐는지, 어느 점포의 손님이 줄었는지는 알 수 없습니다. 그런 질문에는 품목별 세부 자료와 별도의 판매·가격 기록이 필요합니다.

자료: [1] 표 2, GAON-LAB 재구성.
가로축 단위 %, 세로 기준선은 0%입니다. 두 점 사이 선은 비교를 돕는 연결선이며 시간에 따른 이동을 뜻하지 않습니다.

평균은 우리 집의 처방이 아닙니다

조사 대상, 비교 기준, 원인 설명을 따로 확인합니다.

1. 쓰지 않은 가구도 평균에 들어갑니다

가상의 네 가구 중 두 가구가 각각 20만원과 40만원을 쓰고 두 가구는 쓰지 않았다면, 전체 가구 평균은 15만원입니다. 15만원을 쓴 가구가 실제로 없어도 평균은 성립합니다. 공표된 가구당 평균도 해당 항목에 지출이 없는 가구를 포함합니다. [1]

2. 가구 조사와 가게 조사는 다릅니다

조사는 매월 약 7,200개 표본가구의 소득과 지출을 바탕으로 합니다. 조사 대상에서 제외되는 음식·숙박 겸용주택 가구는 가구지출과 영업용 지출을 구분하기 어려운 경우입니다. 집과 가게가 붙어 있다는 이유만으로 모두 제외되는 것은 아닙니다. [1]

이 규정은 조사에 참여하는 가구의 범위에 관한 것입니다. 그 가게를 이용하는 손님의 소비까지 통계에서 빠진다는 뜻이 아니며, 점포 매출을 추정하는 기준으로 사용할 수 없습니다.

3. 증감률만으로 원인과 확실성을 판단하지 않습니다

교통·운송에는 자동차 같은 내구재 지출이 포함됩니다. 하지만 표 하나로 이번 감소의 원인을 연료 가격, 자동차 구매 시점 또는 표본 변동으로 나눠 확정할 수는 없습니다. 전년 동분기 대비 수치를 직전 분기의 “반작용”으로 단정하는 것도 적절하지 않습니다.

소비지출 금액의 목표 상대표준오차 1.5%를 변화율 +0.4%와 직접 비교해 통계적 유의성을 판단할 수는 없습니다. 변화율 자체의 표준오차나 신뢰구간 등 추가 정보가 필요합니다. 여기서는 공표된 증가율을 그대로 읽습니다. [1]

전국 평균에서 내 지출 기록으로

평균과의 차이를 성적표로 읽지 마십시오.

가구원 수, 주거 형태, 통근 거리와 자녀의 교육 단계가 다르면 지출 구성도 달라집니다. 전체 평균 293.2만원은 우리 집이 맞춰야 할 생활비가 아닙니다. 통계는 기록을 살펴볼 질문을 만드는 출발점입니다.

금액 → 구성 → 일회성 지출의 순서로 봅니다

확인할 것
같은 기간

우리 집에서 해 볼 일
가능하면 작년과 올해의 같은 3개월을
비교합니다. 비교 기준과 가구원 수
변화를 함께 적습니다.

확인할 것
우리 집 비중

우리 집에서 해 볼 일
교통비가 큰 집은 교통 항목을,
교육비가 큰 집은 교육 항목을 더
자세히 봅니다.

확인할 것

큰 물건 구입

우리 집에서 해 볼 일

자동차·가전 등 일회성 구입을 표시한
뒤 반복 지출의 변화를 따로
살펴봅니다.

가상 예: 지출 증가의 내용부터 확인하기

작년 같은 분기 900만원, 올해
1,080만원을 쓴 가구를 가정합니다.
올해만 구입한 가전 180만원을 별도로
표시하면 나머지 지출은
900만원입니다. 이는 항목을 나눠
보는 예일 뿐, 공식 실질지출을 계산한
것이 아닙니다.

내가 먼저 확인할 지출 한 가지 / 비교 기간 / 확인할 기록

기간 합계와 월평균을 섞지 마십시오.
가계부의 분류가 조사 분류와 다를 수
있으므로 완벽하게 일치시키기보다
차이를 기록하는 것이 먼저입니다.

매출은 손님 수와 구매 내용을 나눠 봅니다

전국 가구 지출은 점포 매출의 예측값이 아닙니다.

음식·숙박의 실질지출이 0.8% 늘었다고
내 식당 매출도 그만큼 늘어야 하는 것은
아닙니다. 전국 평균에는 지역, 업종 안의
세부 품목, 판매 채널과 고객층이 다른
지출이 함께 들어 있습니다. [1]

내 기록으로 다시 계산하는 가상 예

항목

거래 건수

비교 기간 A

1,000건

비교 기간 B

950건

항목

건당 평균 결제액

비교 기간 A

1만원

비교 기간 B

1만1천원

항목 매출액
비교 기간 A 1,000만원
비교 기간 B 1,045만원

매출은 4.5% 늘었지만 거래 건수는 5% 줄었습니다. 건당 결제액은 가격 조정뿐 아니라 비싼 메뉴 선택, 묶음 구매, 할인 종료 등으로도 달라집니다. 이 계산만으로 가격 인상이 매출 증가의 원인이라고 확정할 수 없습니다.

그림 3 · 07 · 내 가게에 적용하기 매출을 다시 나누어 보기



1 거래 건수

2 건당 결제액

3 판매 수량·가격·할인·영업일

매출의 변화는 거래 건수와 건당 결제액으로 나뉘 봅니다. 건당 결제액이 늘어도 가격 인상 때문인지는 판매 수량·가격·할인 기록을 함께 봐야 알 수 있습니다.

이번 달에는 네 기록을 함께 보십시오

같은 기간의 거래 건수, 건당 결제액, 실제 판매 수량, 가격·할인 변경 기록을 나란히 봅니다. 영업일 수, 휴업, 판매 채널과 단골·신규 고객 비중이 달라졌는지도 확인합니다.

통계는 내 기록과 다른 흐름이 보일 때 이유를 더 찾아보게 해 줍니다. 그러나 가계동향조사만으로 특정 지역이나 점포의 고객 수, 수익성, 앞으로의 매출을 알 수는 없습니다.

이 페이지의 점포 수치는 설명을 위한 가상 사례입니다. 거래 건수는 방문 고객 수와 다를 수 있습니다.

숫자 옆에 여섯 가지를 적어 보십시오

확인할 수 있는 사실과 아직 모르는 것을
구분합니다.

질문

무엇을 조사했나?

이번 호의 답

가구의 소비지출입니다. 점포 매출
조사가 아닙니다.

질문

누구의 숫자인가?

이번 호의 답

조사 대상 가구 전체의 가구당
월평균입니다.

질문

언제의 기록인가?

이번 호의 답

2026년 4-6월입니다. 발표일은 8월 27일입니다.

질문

무엇과 비교했나?

이번 호의 답

2025년 4-6월과 비교했습니다.

질문

명목인가, 실질인가?

이번 호의 답

교통·운송 -0.5%는 명목, -10.1%는 실질입니다.

질문

어디까지 알 수 있나?

이번 호의 답

공표된 평균의 변화입니다. 개인의 적정 지출이나 점포 매출 전망은 아닙니다.

숫자를 이해했다면 질문이 달라집니다

“소비가 늘었나 줄었나”에서 “어느 항목이, 어느 기준으로, 어느 기간에 달라졌나”로 질문을 좁힐 수 있습니다. 그다음 내 집의 가게부나 내 가게의 거래 기록을 대조하면, 전국 평균과 나의 상황을 섞지 않고 읽을 수 있습니다.

다음에 확인할 기사 또는 통계 / 아직 모르는 점

발표 일정은 국가데이터처의 현재 공표 일정을 확인하십시오. 이번 호의 자료만으로 2026년 3분기 이후의 소비 흐름을 설명하지 않습니다.

원문에서 다시 확인하는 길

제1호 · 자료 확인일 2026.10.11

[1] 국가데이터처 · 2026년 2/4분기 가계동향조사 결과

2026.08.27 발표. 표 2: 인쇄 3쪽 / PDF 9번째 쪽. 조사 개요: 인쇄 41쪽 / PDF 47번째 쪽. 명목·실질, 평균과 표본 관련 설명: 인쇄 44쪽 / PDF 50번째 쪽. 파일 전체는 61쪽입니다.

[2] 아주경제 · [2분기 가계부] 소득 늘어도 지갑은 닫았다…실질소비 0.4% 증가

2026.08.27 보도. 다음 뉴스 배포본.
교통·운송의 명목 증감률을 비교하는 데
사용했습니다.

[3] 뉴스 · 고물가에 쓸 돈이

없다…2분기 실질소비지출 0.4% 증가

2026.08.27 보도. 다음 뉴스 배포본.

교통·운송의 실질 증감률을 비교하는 데 사용했습니다.

표와 사례를 읽는 기준

공표 수치는 출처의 반올림 값을 유지했습니다. %p는 두 백분율의 차이입니다. 그림은 같은 데이터를 재구성했으며, 가계와 점포 사례는 이해를 돕기 위해 만든 가정입니다. 표와 그림의 숫자는 미래 예측값이 아닙니다.

이 판에서 고친 내용

명목·실질의 정의, 전체 증감률과 품목별 증감률의 관계, 비교 분기의 기준, 조사 대상의 범위와 통계적 해석을

바로잡았습니다. 가계·점포 적용 사례와
원문 연결을 보강했습니다.

집필·발행: 전호재 · GAON-LAB |
contact@gaon-lab.kr 전면 개정판
v2.0 · 2026.10.11 | 무료 공개. 통계
이해를 위한 자료이며 개인의 투자·사업
성과를 보장하거나 특정 선택을
권유하지 않습니다.