

팬데믹 이후 한국의 칩플레이션(Cheapflation)과 인플레이션 불평등*

조 강 철** · 위 승 현***

논문초록 팬데믹 이후 국내에서도 주요국과 마찬가지로 저가 상품의 가격이 고가 상품보다 더 크게 오르는 칩플레이션(Cheapflation) 현상이 나타났다. 대한상공회의소의 스캐너 데이터를 활용하여 상품 가격수준별로 물가지수를 산출해 본 결과, 2020년 1월 ~2023년 9월 기간 중 1분위 저가 상품 가격은 16.4% 상승하였으나 4분위 고가 상품의 가격은 5.6% 상승에 그쳤다. 이는 수입 원자재가격 급등으로 인한 비용 전가(공급 요인)와 저가 상품으로의 소비 전환(수요 요인)에 기인한 것으로 분석된다. 칩플레이션은 가계 소득계층 간 실효물가의 격차를 확대시켜 인플레이션 불평등을 심화시켰는데, 이는 인플레이션이 높은 시기에 물가안정 유지와 중·저가 상품 중심의 가격안정 정책이 필요하다는 점을 시사한다.

핵심 주제어: 칩플레이션, 스캐너, 인플레이션 불평등

경제학문헌목록 주제분류: E3, D3, D4

투고 일자: 2025. 11. 17. 심사 및 수정 일자: 2025. 12. 9. 게재 확정 일자: 2025. 12. 29.

* 본고는 한국은행 BOK이슈노트 제2024-32호 『팬데믹 이후 칩플레이션(Cheapflation)과 인플레이션 불평등』을 수정·보완한 연구입니다. 본고의 내용은 한국은행의 공식견해가 아니라 집필자 개인의 견해라는 점을 밝힙니다. 따라서 본고의 내용을 인용할 경우에는 집필자명을 반드시 명시하여 주시기 바랍니다. 본문에 남아있는 오류는 저자의 책임입니다.

** 제1저자 및 교신저자, 한국은행 차장, e-mail: kangchuljo@bok.or.kr

*** 공동저자, 한국은행 조사국 물가동향팀 조사역, e-mail: shwi@bok.or.kr

1. 서론

팬데믹 이후 장기간 지속된 높은 인플레이션으로 가계의 후생이 크게 감소하였다. 특히 2022년 7월에는 소비자물가 상승률이 2000년 이후 최고 수준인 6.3% (전년동월 대비) 까지 오르면서 인플레이션이 가계의 후생에 미친 부정적 영향에 대한 관심이 한층 높아졌다(〈그림 1〉 참조).

일반적으로 개별 가계의 실제 체감물가는 각 가계가 주로 구매하는 상품 구성 (basket) 이 이질적 (heterogeneity) 이기 때문에 대표성이 있는 특정 상품만을 대상으로 발표되는 공식 물가지수와는 차이가 있다. 이에 더하여 가격의 이질성도 체감물가에 영향을 미칠 수 있다. 같은 품목일지라도 다양한 브랜드와 용량의 상품이 있으므로 각 가계가 주로 구매하는 상품 브랜드·용량의 가격 수준 및 상승률이 상이하다면 체감물가에도 격차가 생기게 된다. 예를 들어, 소시지류 품목 내에서 브랜드 및 판매점별 가격수준과 상승률 간에는 음의 상관관계가 관찰되었다(〈그림 2〉 참조). 그렇기 때문에 인플레이션의 부정적 영향을 정확히 분석하기 위해서는 가격의 이질성을 충분히 고려할 필요가 있다.

〈그림 1〉 소비자물가 및 기대인플레이션

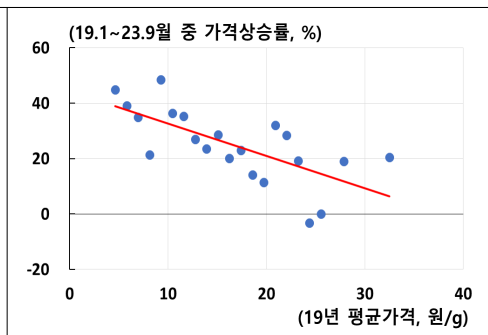


주: 1) 전년동월대비 기준

2) 향후 1년 기준

자료: 통계청, 한국은행

〈그림 2〉 소시지류(햄 포함) 세부 상품·판매점별¹⁾ 가격 수준²⁾ 및 평균 가격 상승률



주: 1) 2019.1월부터 2023.9월까지 계속해서 매출이 발생하였던 상품·판매점 대상, 25개 구간으로 구분

2) 상·하위 1% 극단치는 제거

자료: 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료,

저자 작성

동일한 품목 내에서 세부상품별 가격 수준 또는 상승률의 분포를 살펴보기 위해서는 스캐너 데이터와 같은 미시자료의 활용이 필수적이다. 공식적인 가격지수 산출 시에는 규격화된 항목에 대해 가격 정보를 조사하여 품목별로 한 개의 물가지수만을 공표하는 반면, 스캐너 데이터는 극도로 세분화된 상품 및 판매점별 가격 데이터를 포함하고 있어 가격의 이질성을 분석하기에 적합하다.

이러한 장점으로 인해 그동안 스캐너 데이터를 활용한 연구가 활발하게 진행되었다. 특히 최근에는 Cavallo and Kryvtsov (2024), Chen, Levell, and O'Connell (2024) 등이 스캐너 데이터를 이용하여 팬데믹 이후 주요국에서 저렴한 상품의 가격이 더욱 크게 상승한 칩플레이션(Cheapflation) 현상을 발견하였다. <그림 2>에서 보듯이 국내에서도 팬데믹 이후 저렴한 소시지 상품의 가격이 비싼 소시지의 상품 가격에 비해 크게 상승했는데, 다른 품목에서도 이러한 칩플레이션 현상이 나타났을 가능성이 높다.

이에 본고에서는 대한상공회의소의 스캐너 데이터를 이용하여 물가지수를 구축한 후 팬데믹 이후 인플레이션이 높았던 기간 동안 우리나라에서 상품의 가격수준별 상승률이 어떤 차이를 보였는지 분석하였다. 그 결과 우리나라에서도 칩플레이션이 발생하였음을 확인할 수 있었는데, 이는 수입 원자재가격 급등, 저렴한 상품으로의 수요 전환(expenditure switching), 판매점의 수익성 악화 등에 주로 기인한 것으로 판단된다. 또한 이러한 칩플레이션으로 인해 가계의 소득분위 간 인플레이션 불평등(inflation inequality)이 확대된 것으로 나타났다.

본고는 크게 두 가지 측면에서 기존 연구에 기여한다. 첫째, Cavallo and Kryvtsov (2024)가 처음으로 발견하고 명명한 팬데믹 이후의 칩플레이션 현상이 국내에서도 발생하였다는 사실을 확인하고 그 원인을 더욱 자세하게 분석하였다. 그동안 스캐너 데이터를 이용하여 각 가구의 체감 인플레이션(Kaplan and Schulhofer-Wohl, 2017), 소비자의 행동 변화가 전체 경기순환에 미치는 영향(Jaimovich, Rebelo, and Wong, 2019), 팬데믹 이후 가격 조정 행태(Karadi *et al.*, 2023; Bilyk, Khan, and Kostyshyna, 2024) 등을 분석한 연구가 다수 존재하였다. 상당한 정도로 세분화되어 있는 스캐너 데이터의 특성(granularity)을 이용하여 소득집단별 가격지수 구축에 초점을 맞춘 연구(Argente and Lee, 2021; Faber and Fally, 2022; Ampudia, Ehrmann, and Strasser, 2024)도 많았다. 그러나 팬데믹 이후 가격지수의 급상승이 소비자 후생에 미친 영향을 스캐너 데이터를 활용하여 분석한 연구는 찾아보기 어려웠다. 이러한 상황에서 Cavallo and Kryvtsov (2024)는 판매점·품목 내 세부상품별 가격 차이에 주목하여 팬데믹 이후 10개국에서 저가 세부상품의 가격이 더 크게 오르

는 칩플레이션이 발생하였음을 보였다. 이들 논문의 분석대상국가에는 우리나라가 포함되지 않았는데 본고에서는 국내 스캐너 데이터를 활용하여 우리나라도 팬데믹 이후 인플레이션 급등기의 칩플레이션에서 예외가 아니었음을 밝혔다. 또한 Cavallo and Kryvtsov (2024)가 칩플레이션의 원인을 제시할 때 기존 논문의 가설을 언급하는 수준에 그친 데 반해 본고는 국내에서 칩플레이션이 발생한 원인을 수요, 공급 및 판매점 차원에서 이용 가능한 통계 자료를 통해 더욱 자세히 분석하였다.

둘째, 본고는 국내 데이터를 활용하여 팬데믹 이후 인플레이션 불평등이 소득계층 간 소비품목 구성의 차이 외에 소득계층 간 구매상품의 가격수준 차이와 칩플레이션 현상에 의해서도 확대되었음을 보였다. Chen, Levell, and O'Connell (2024)은 영국의 가구별 스캐너 데이터를 이용하여 칩플레이션이 소득계층 간 인플레이션 불평등 확대의 원인으로 작용했음을 확인한 바 있다. 본고에서는 이와 비슷한 방식으로 농촌진흥청의 「농식품 소비정보 데이터」를 이용하여 국내 소득계층별로 구매상품의 가격수준 분포를 도출한 후 팬데믹 기간 중 소득계층 간 체감 인플레이션의 차이가 칩플레이션에 의해 얼마나 확대되었는지를 추산하였다. 국내에서는 미시자료를 바탕으로 소득계층별 저가 및 고가 상품 구매 비중의 분포를 실증적으로 추정할 선행연구가 없었는데 본고는 이러한 분석을 최초로 시도하였다는 점에서 의의가 있다.

본고의 구성은 다음과 같다. II장에서는 분석에 활용된 스캐너 데이터와 이를 이용한 물가지수의 구축 방법을 소개하였다. III장은 국내 칩플레이션의 현황과 원인을 살펴보았으며, IV장에서는 칩플레이션이 인플레이션 불평등에 미친 영향을 분석하였다. 마지막으로 V장은 연구 내용을 요약하고 정책적 시사점을 제시하였다.

II. 스캐너 데이터 및 물가지수

1. 스캐너 데이터

분석에 활용한 대한상공회의소의 스캐너 데이터는 조사대상 판매점들의 주별 판매 기록을 텍스트 형태로 저장하며 각 매출이 발생한 주 마지막 날(일요일)의 날짜, 상점, 상품의 바코드, 품목, 상품명, 판매 수량 및 금액을 포함하고 있다. 즉, 스캐너 데이터의 각 관측치는 주별·판매점별·상품별 매출 정보를 나타낸다. 데이터에서 '품목'은 우유, 라면 등 제품의 일반적인 분류명을, '상품'은 독립적인 바코드가 부여된 특정 상표(brand) 및 특정 용량의 제품을 의미¹⁾한다. 판매점의 경우 백화점, 대

형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 업태가 포함되었다. <표 1>은 스캐너 데이터의 한 행을 예시로 보여주고 있다.

<표 1> 스캐너 데이터(예시)

판매시점	상점 코드	바코드	품목 코드	품목	상품명	판매 수량	판매 금액
20230910	11**HB	8801045***310	010101	식초	A 사과식초 900mL - PET BOTTLE	2	5,800

자료: 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료

분석대상 기간은 팬데믹 전후 기간을 모두 포함할 수 있도록 2019년 1월부터 2023년 9월까지²⁾로 정하였으며, 분석대상은 전체 180개 품목 중 가공식품에 속하는 81개 품목으로 한정³⁾하였다. 가공식품은 팬데믹 이후 기간 중 특히 높은 가격 상승률을 보인 품목 중 하나인 데다 전체 스캐너 데이터 매출액에서도 70% 이상을 차지⁴⁾하고 있다. 또한 품목 다양성이 높아 가격분위별 차이를 살펴보기에 적합하고, 규격화가 용이하여 단위가격을 쉽게 산출할 수 있다는 장점도 있다. 분석대상 기간 중 대한상공회의소 스캐너 데이터의 가공식품 매출액은 민간소비 식료품 및 비주류 음료품 지출액(GDP)의 약 2.5%에 해당한다.

대용량 데이터의 분석 과정에서 자료 처리 부담을 줄이고자 무작위로 전체 상품 중 약 10%를 추출한 표본집단을 분석에 이용⁵⁾하였다. 분석대상 기간 중 데이터 모집단 및 표본집단의 주요 통계량⁶⁾을 살펴보면 표본집단의 관측치는 3,865만 개(모집단의

- 1) 표본데이터에서 각 품목에는 평균 96.6개의 상품이 속해 있다(품목 81개, 상품 7,823개).
- 2) 2023년 10월 이후 기간에 대해서는 스캐너 데이터를 구매·입수하지 못했는데 2023년 하반기 이후 우리나라(III장 참조)뿐만 아니라 주요국(Cavallo and Kryvtsov, 2024)의 침플레이션이 안정된 모습을 보이고 있어 해당 기간에 대한 데이터 추가 입수의 실익이 크지 않은 것으로 판단하였다.
- 3) 가공식품 이외에도 건어물, 해조류 등 일부 수산물, 곡물, 계란, 담배, 위생용품, 주방용 기구, 세탁세제, 완구류, 가전제품 등이 스캐너 데이터에 포함된다. 참고로 과일, 채소, 육류 등 신선 식품은 바코드 부여 및 규격화가 어려워 스캐너 데이터에서 제외되었다.
- 4) 스캐너 데이터상 전체 매출액 대비 가공식품 매출액 비중(%)

전 기간	2019	2020	2021	2022	2023. 1~9월
71.9	71.8	72.9	70.4	71.5	72.1

자료: 대한상공회의소 스캐너 데이터

- 5) Karadi *et al.* (2023)도 자료 처리 부담 완화를 위하여 5% 무작위 표본집단을 사용하였다.
- 6) 자세한 통계는 <부록 A> 「스캐너 데이터의 연도별 통계량」을 참조하기 바란다.

9.6%), 거래액은 1조 5,207억 원(10.0%), 상품 수는 7,823개(8.7%) 다⁷⁾ (<표 2> 참조).

<표 2> 주요 통계량(2019.1월~2023.9월)

	관측치 수	거래액(억 원)	상품 수	판매점 수
모집단	404,042,220	152,372	89,460	3,035
표본집단	38,652,822	15,207	7,823	2,953
(비중, %)	(9.6)	(10.0)	(8.7)	(97.3)

자료: 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료

2. 스캐너 물가지수 구축 방법

가공식품 스캐너 데이터를 이용한 물가지수(이하 ‘스캐너 물가지수’)를 구축하기 위하여 Cavallo and Kryvtsov(2024)와 Karadi *et al.* (2023)의 방법론을 활용하였다. 우선 각 상품의 판매점별·주별 단위가격(unit price)을 산출하였다. 이는 동일한 상품도 판매점, 제조업체, 용량, 묶음 상품 여부 등에 따라 가격 차이가 발생할 수 있음을 감안한 것이다. 단위가격은 각 상품의 판매점별·주별 판매금액을 판매량과 용량⁸⁾의 곱으로 나누어 계산하였다.

다음으로 각 상품의 단위가격에서 정규가격(regular price)을 추출⁹⁾하였다. 정규가격은 원 가격(original price)에서 일시적인 가격 할인(sale)을 제거한 가격이다.

-
- 7) 스캐너 물가지수 구축 과정에서 2개월 연속으로 데이터에 포함되지 않은 상품의 경우 표본에서 제외하였다.
- 8) 각 상품의 용량에 대한 정보는 상품명에 포함되어 있는데, 크게 무게, 부피 및 개수의 세 종류로 구분된다. 따라서 상품의 단위가격은 G당(무게), mL당(부피), 개당(개수) 가격으로 표시된다. 81개 품목 중 70개 품목에서 전 기간 매출액의 90% 이상이 동일한 단위로 표시된 상품에서 발생하였다. 이는 각 품목 내에서 대부분의 상품이 같은 용량 단위로 표시되는 경향이 있음을 의미한다.
- 9) 기존 문헌에서는 정규가격을 추출하기 위하여 Nakamura and Steinsson(2008)에서 제안한 V자형 필터(V-shape filter)를 주로 이용하였다. 이들은 가격 할인 여부를 관측할 수 없는 스캐너 데이터에서 일정 기간 내에 가격이 내려갔다가 이전 수준 이상으로 오르는 경우 가격이 내려갔던 기간을 세일기간으로 보았다. 이 방법론을 적용하기 위해서는 균형 패널(balanced panel, 각 상품 및 판매점에 대해 모든 주의 단위가격 관측치가 존재)에 가까운 수준의 데이터가 필수적이지만, 본고에 사용된 스캐너 데이터는 불균형 패널(unbalanced panel)이다. 따라서 본고에서는 Nakamura and Steinsson(2008)과 개념상 유사하지만 불균형 패널에도 적용할 수 있는 Karadi *et al.* (2023)의 방법론이 더욱 적절하다고 판단하였다.

예를 들어 어떤 상품의 단위가격이 3주 동안 낮아졌다가 이전 수준으로 회복된다면 3주 동안 일시적인 가격 할인이 있었던 것으로 볼 수 있다. 이 경우 정규가격은 원 가격이 하락하였던 3주 동안에도 그대로 유지된다.

원 가격 대신 정규가격을 분석에 이용한 것은 기초적인 가격의 움직임을 포착할 수 있는 정규가격이 원 가격보다 장기간의 물가 추이와 그에 따른 후생의 변화를 파악하기에 적합한 지표로 평가¹⁰⁾되기 때문이다. 가격 할인 행사는 실시 기간과 폭을 체계적으로 예측하기 어려운데 원 가격에는 세일가격이 포함되어 있어 불규칙 요인의 영향이 나타나게 된다. 이러한 이유로 Karadi *et al.* (2023), Cavallo and Kryvtsov (2024) 등의 기존 연구도 원 가격이 아닌 정규가격을 기준으로 상품 가격분위를 구분하였다.

주별 정규가격은 Karadi *et al.* (2023)의 방법론을 따라 해당 주와 전후 6주를 포함한 총 13주 기간(이전 6주, 해당 주 및 이후 6주) 중 가장 빈도가 높게 나타나는 단위 가격으로 정의¹¹⁾하였다. 단위가격 산출 과정에서 정규가격과 원 가격의 조정 시점을 일치시키기 위하여 Kehoe and Midrigan (2015)이 제시한 알고리즘을 활용¹²⁾하였다. 월별 정규가격은 각 월에 해당하는 주별 정규가격 중 최빈값(mode)으로 정의하였다.

마지막으로 각 품목의 전월대비 정규가격 상승률을 가중평균한 지수를 산출하였다. 가중치로는 대상 기간 전체 판매액에서 각 상품·판매점별 매출액이 차지하는 비중¹³⁾을 사용하였다. 구체적으로 월별 정규가격 상승률(π_t^R)을 아래 식을 이용하여 계산하였다.

-
- 10) 분석의 강건성(robustness)을 위하여 정규가격 대신 원 가격을 이용하여 가격분위별 물가상승률을 구해 보아도 팬데믹 이후 우리나라에서 침플레이션이 발생하였다는 사실에는 변함이 없었다. 자세한 내용은 <부록 B> 『원 가격 기준 국내 침플레이션 추이』를 참조하기 바란다.
 - 11) Karadi *et al.* (2023)은 2주 연속 같은 방향으로 가격이 변화하였을 경우 첫 주의 원 가격을 보정한 후 정규가격을 산출하였다. 이는 첫째 주 중간에 가격 변화가 있었을 경우 평균 단위가격의 변화가 첫 주에는 일부만 반영되고 둘째 주에는 전부 반영되기 때문이다.
 - 12) 정규가격이 원 가격의 최빈값으로 정의되기 때문에 특정 시점에 원 가격이 변화하지 않더라도 정규가격은 변화하는 등 두 가격의 조정 시점에 차이가 발생하는 경우가 있는데 이를 맞추기 위한 것이다.
 - 13) 2개월 연속으로 데이터에 포함되어 전월대비 단위가격 상승률을 계산할 수 있는 상품·판매점 조합을 기준으로 하였다. CPI 지수 산출방식과 같이 기준연도의 매출액 비중을 가중치로 사용할 경우 물가지수에 상향 편이가, 비교연도의 매출액 비중을 가중치로 할 경우 하향 편이가 발생할 수 있어 Cavallo and Kryvtsov (2024)의 방식대로 전 기간 매출액 비중을 가중치로 활용하였다. 다만 2개월 연속으로 데이터에 포함된 상품·판매점 조합에 대하여 2019년 매출액 비중을 가중치로 사용하더라도 분석 결과가 크게 달라지지는 않았다.

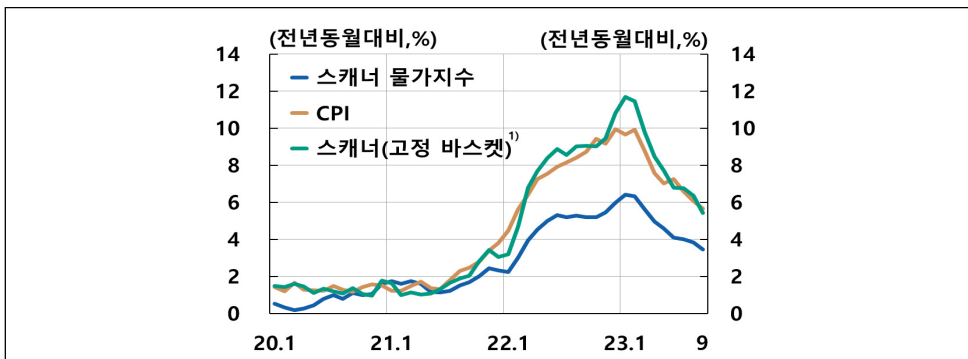
$$\text{정규가격 상승률: } \pi_t^R \equiv \sum_i \omega_i^R (\ln P_{i,t}^R - \ln P_{i,t-1}^R)$$

여기서 ω_i^R 은 2019.1월~2023.9월 중 상품·판매점 조합 i 의 매출액 비중을, $P_{i,t}^R$ 은 t 월 상품·판매점 조합 i 의 정규가격을 의미한다. 이러한 방식으로 산출된 상승률을 이용하여 2020.1월 지수가 100이 되도록 하는 스캐너 물가지수를 도출하였다.

3. 스캐너 물가지수와 소비자물가지수

팬데믹 이후 스캐너 물가지수(〈그림 3〉 파란선)는 가공식품 소비자물가지수(CPI)와 비슷한 추이를 보였다. 스캐너 물가지수의 전년동월대비 상승률은 2021~2022년 중 소비자물가지수 상승률의 급격한 확대와 2023년 초반 이후 둔화 추세의 방향과 비슷한 움직임을 나타내고 있다. 다만, 스캐너 물가지수의 상승률 수준은 소비자물가지수에 비해 낮은 편인데 이는 지수 계산 시 포함되는 상품, 가중치 산출방식 등의 차이에 기인한다. 소비자물가지수와 유사하게 분석 기간 중 계속해서 매출이 발생하였던 상품·판매점을 대상으로 시작연도인 2019년의 매출액 가중치를 적용하여 시산한 ‘고정 바스켓 스캐너 물가지수’(〈그림 3〉 녹색선)의 경우 소비자물가지수 상승률과 유사한 수준을 보였다.

〈그림 3〉 스캐너 물가지수와 소비자물가지수(가공식품)



주: 스캐너(고정 바스켓) 물가지수의 경우 2019.1월부터 2023.9월까지 계속해서 매출이 발생하였던 상품·판매점을 대상으로 2019년 가중치를 적용하여 시산
 자료: 통계청, 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료, 저자 작성

III. 팬데믹 이후 국내 칩플레이션 현황과 원인

1. 국내 칩플레이션 추이

팬데믹 이후 저가 상품과 고가 상품 간 가격 상승률의 격차를 알아보기 위하여 2019년 평균 정규가격을 기준으로 상품 가격집단을 1~4분위로 구분하였다. 상품 가격분위는 크게 두 가지 방식으로 선정하였다¹⁴⁾. 「가격분위 A」는 한 품목 내에서 각 상품의 가격을 기준으로 1~4분위 상품을 구분¹⁵⁾하였다. 예를 들어, G당으로 단위가격이 매겨지는 라면 품목에는 (판매점 1, A라면), (판매점 2, A라면), (판매점 1, B라면), (판매점 3, C라면) 등의 상품·판매점 조합이 포함되는데 이들 조합 중 가격이 가장 낮은 조합(하위 25%)이 가격 1분위로, 가격이 가장 높은 조합(상위 25%)이 가격 4분위로 분류된다(〈표 3〉 참조). 「가격분위 B」의 경우 한 상품 내에서 각 판매점의 가격을 기준으로 가격분위를 선정하였다. 예를 들어, 특정 브랜드인 A라면은 판매점 1, 판매점 2, 판매점 3 등 여러 판매점에서 팔리는데 이들 중 가격이 가장 낮은 판매점은 가격 1분위에, 가격이 가장 높은 판매점은 가격 4분위에 속하게 된다(〈표 3〉 참조).

〈표 3〉 가격분위 선정 방식(예시)

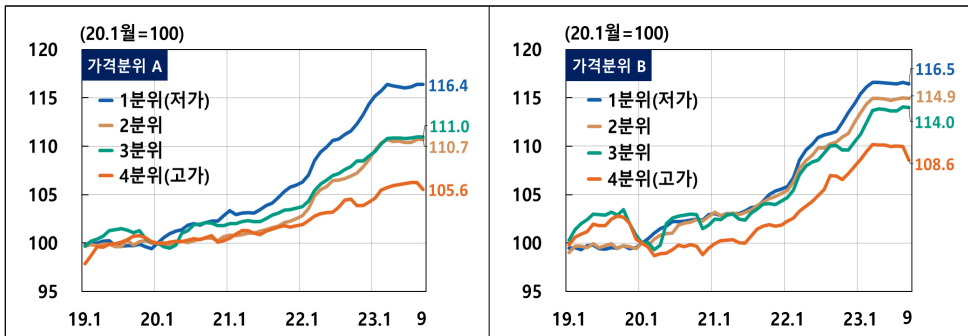
「가격분위 A」			「가격분위 B」		
품목·단위	상품·판매점	분위	상품	판매점	분위
라면, G	A라면×판매점 1	1	A라면	판매점 1	1
	A라면×판매점 2	2		판매점 2	1
	B라면×판매점 1	2		판매점 3	2
	C라면×판매점 3	4		⋮	⋮
	⋮	⋮		⋮	⋮
우유, mL	D우유 500mL×판매점 2	1	B라면	판매점 1	1
	D우유 500mL×판매점 4	3		판매점 3	3
	E우유 200mL×판매점 1	4		⋮	⋮
	F우유 200mL×판매점 3	4	D우유 500mL	판매점 2	1
	⋮	⋮		판매점 3	2
	⋮	⋮		⋮	⋮

14) Cavallo and Kryvtsov (2024)는 같은 품목·판매점·단위 내에서 상품별 가격 차이를 바탕으로 가격집단을 구분하였을 경우 주요국에서 칩플레이션이 발생하였음을 확인하였다. 대한상공회의소 스캐너 데이터는 품목, 판매점, 단위를 함께 통제할 경우 상품의 종류가 다양하지 않아 본고에서는 동일 품목·단위 내에서의 상품·판매점별 가격 차이와 동일 상품 내에서의 판매점별 가격 차이를 활용하였다.

15) 각 품목의 전체 매출에서 비중이 10% 미만인 단위로 표시된 상품은 분석에서 제외하였다. 예를 들어, 햄·소시지의 경우 단위가격이 'G' 및 '개수'로 표시된 상품의 매출 비중이 각각 92.0% 및 8.0%였는데 이 경우 '개수'로 표시된 상품은 분석에서 제외된다.

가격분위별 스캐너 물가지수를 산출한 결과, 팬데믹 이후 우리나라에서 저가 상품의 가격 상승률이 더욱 높게 나타나는 칩플레이션이 발생하였음을 확인할 수 있다 (<그림 4> 참조). 2020.1월~2023.9월 기간 중 누적 상승률을 보면 「가격분위 A」 구분 방식의 경우 같은 품목 내에서 가격이 가장 저렴한 1분위 상품의 가격이 16.4% 상승하였으나 가격이 가장 비싼 4분위 상품의 가격은 5.6% 상승에 그쳤다. 「가격분위 B」에 의한 분위별 상승률의 경우에도 같은 기간 중 1분위 판매점의 가격은 16.5% 상승한 반면 4분위 판매점의 가격은 그보다 크게 낮은 8.6%의 상승률을 기록하였다. 이는 상품 및 판매점 단위에서 모두 가격분위별로 가격 상승률의 격차가 상당한 수준이었음을 의미한다.

<그림 4> 가격분위별 스캐너 물가지수



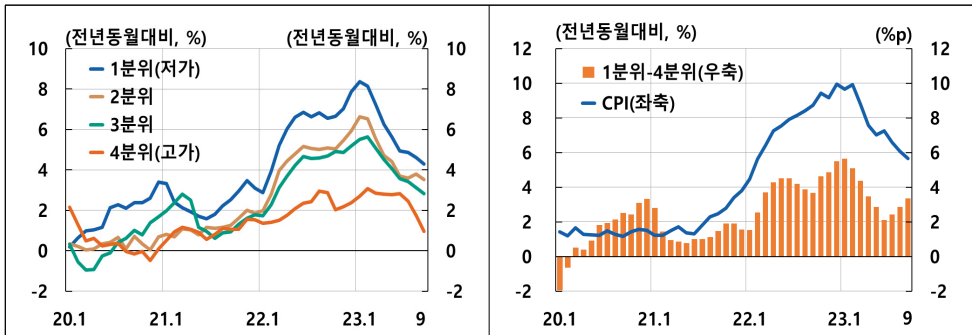
주: 「가격분위 A」는 동일한 품목·단위 내에서 상품별 가격 차이를, 「가격분위 B」는 동일한 상품 내에서 판매점별 가격 차이를 바탕으로 집단을 구분
 자료: 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료, 저자 작성

스캐너 물가지수의 전년동월대비 상승률을 보면, 팬데믹 이후 모든 분위에서 상승률이 2023년 초까지 상승 추세를 보이다가 이후 둔화되었다(<그림 5> 참조). 그러나 가격분위별로 보면 1분위 저가 상품의 가격 상승률이 대부분의 기간에서 여타 분위 상품에 비해 지속적으로 높은 수준을 나타내고 있다.

시기별로 보면 스캐너 물가지수의 상승률이 정점에 도달했던 2023년 초에 1분위 상품의 상승률은 8%를 웃돌았던 반면 4분위 상품의 가격은 3%대 초반의 낮은 상승률을 보였다. 정점 이후에는 모든 분위에서 가격 상승률이 둔화되었는데, 4분위 상품의 가격 상승률이 2023년 하반기에 1%를 하회하는 수준까지 떨어졌으나 1분위 저가 상품은 여전히 4%대 초반의 높은 상승률을 나타냈다. 다만 가격 상승률 둔화의 속도는 그간 상승률이 높았던 1분위 상품에서 빨랐다.

이처럼 칩플레이션은 인플레이션 급등 기간에 뚜렷하게 나타났다. 1분위와 4분위 간 물가상승률 격차를 보면 팬데믹 이후부터 가공식품 소비자물가지수 상승률이 정점을 기록한 2022년 12월까지 확대되다가 이후 디스인플레이션이 진전되면서 점차 줄어드는 추세이다(〈그림 6〉 참조).

〈그림 5〉 가격분위별 스캐너 물가지수 상승률¹⁾ 〈그림 6〉 소비자물가지수(가공식품) 상승률 및 가격분위 간 상승률의 격차²⁾



주: 1) 「가격분위 A」 기준
 2) 1분위 상승률-4분위 상승률, 「가격분위 A」 기준
 자료: 통계청, 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료, 저자 작성

2. 칩플레이션의 원인

국내 칩플레이션은 주로 ① 수입 원자재가격의 급격한 상승(공급요인), ② 저렴한 상품으로의 지출 전환(수요요인), ③ 판매점의 수익성 악화 등에 기인한 것으로 분석된다.

(1) 공급(상품): 수입 원자재가격의 급격한 상승

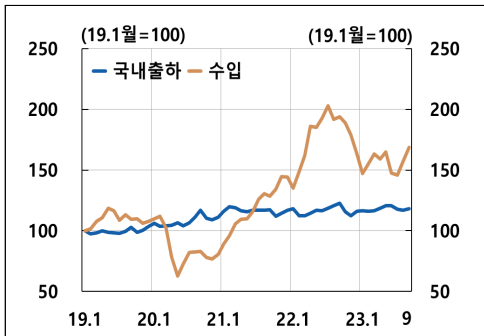
공급 측면에서는 팬데믹 이후 수입 원자재가격의 급등으로 저렴한 상품의 가격 상승률이 더 높았던 것으로 추정된다. 저가 상품을 생산하는 기업은 제조 과정에서 원재료 조달 비용을 낮추기 위하여 국내산 재료보다는 가격이 상대적으로 낮은 수입 원자재를 사용하는 경향이 있어 해외 공급 충격에 취약한 편이다. 실제 주요 국내산 식자재의 가격이 수입산 재료에 비해 높으며¹⁶⁾, 다수의 식품 기업이 수입 원료를 구매

16) 수입산 가격을 100으로 보았을 때 국내산 밀 가격은 220, 콩은 159, 들깨는 153 수준이다 (2021. 7월~2023. 6월 중 평균, 자료: 우리밀세상을여는사람들, 한국농수산식품유통공사).

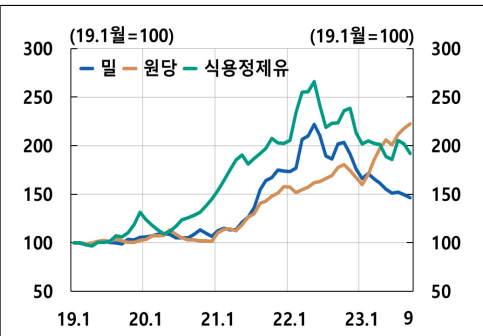
하는 이유로 국내산 재료의 높은 원가를 제시¹⁷⁾하였다.

하지만 팬데믹 이후 글로벌 공급 병목, 러시아-우크라이나 전쟁 등으로 인해 수입 제조용 원재료의 국내공급물가가 국내출하 원재료에 비해 급격하게 상승하였다(〈그림 7〉 참조). 특히 가공식품 제조에 주로 사용되는 원자재인 밀, 원당, 식용정제유 등의 수입가격이 크게 오르면서 2022년 중에는 팬데믹 이전 대비 1.5~2.5배 상승하였다(〈그림 8〉 참조). 저가 상품의 경우 보통 마진이 작아 비용충격에 대한 흡수력이 낮은데 수입 원자재가격이 급등하게 되면 저가 상품의 판매가격에 상당 부분 전가될 가능성이 높다. 이는 수입 원자재에 대한 의존도가 높은 1분위 상품¹⁸⁾의 가격을 더 크게 상승시키는 요인으로 작용한 것으로 보인다.

〈그림 7〉 국산·수입 제조용 원재료의 국내공급물가



〈그림 8〉 주요 식료품 원자재의 수입물가



자료: 한국은행 국내공급물가지수, 수입물가지수

17) 한국농수산식품유통공사의 『2023 식품산업 원료소비 실태조사』에 따르면 식품 기업의 64.7%가 수입 원료를 구매하는 이유로 국내산 재료의 높은 원가를 들었다.

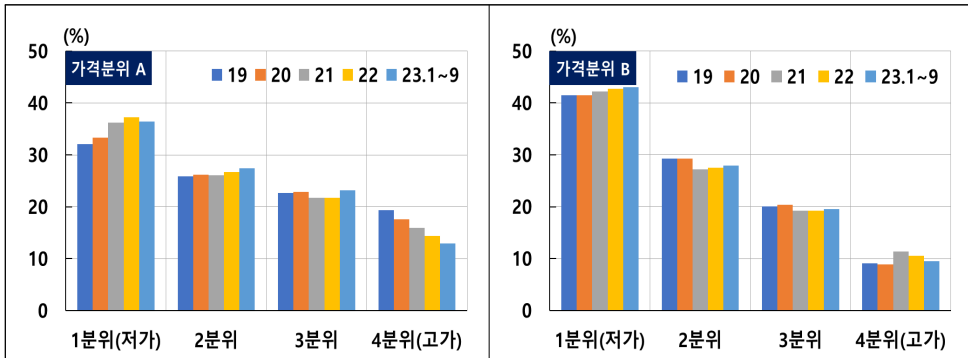
18) 스캐너 데이터에 나타난 가격 1분위 및 4분위 상품의 원료 구성(예시)

품목	바코드	상품명	가격분위	주요원료
된장	8801007***161	G 재래식된장 1KG*2	1	대두(외국산), 소맥분(밀: 미국산, 호주산)
	8809559***319	H 토종된장영농조합법인 한식된장 2.8KG	4	메주(국내산 100%), 정제염(국내산 100%)
햄/소시지	8801074***967	I 마늘햄 160G	1	돼지고기(외국산 72.95%, 국산 27.05%)
	8803712***403	J 슬라이스햄 100G	4	돼지고기(국산 90.9%)
과일/채소류 음료	8809069***090	K 파인애플 200mL*3	1	파인애플(필리핀산 100%)
	8809509***179	L 감귤 한라봉 100% 340mL	4	감귤착즙액(제주산) 94%, 한라봉착즙액(제주산) 5%

(2) 수요: 저렴한 상품으로의 지출 전환(expenditure switching)

인플레이션이 높은 상황에서 저가 상품으로 수요가 전환된 점도 수요 측면에서의 칩플레이션 요인이다. 일반적으로 가계는 인플레이션이 높은 시기에 실질소득 감소에 따른 부담을 줄이기 위해 이전에 소비하던 상품과 비슷하지만 더 싼 상품을 구매하거나 같은 상품이라도 더 싸게 판매하는 곳에서 구매하는 행태를 보인다. 실제 연도별로 가격분위별 매출액 비중을 살펴보면 저가 1분위 상품의 매출비중은 늘어난 반면 고가 4분위의 매출비중은 줄었다(〈그림 9〉 참조). 이렇듯 저가 상품 또는 판매점으로 수요가 몰리면서 해당 상품 가격이 더 높아진 요인으로 작용하였다¹⁹⁾.

〈그림 9〉 가격분위별 연평균 매출액 비중



자료: 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료, 저자 작성

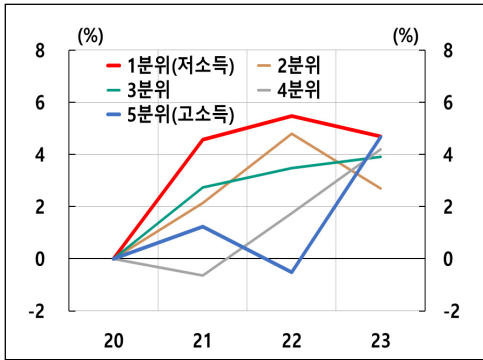
이와 함께 저렴한 상품을 주로 소비하는 저소득층의 소비지출이 상대적으로 양호했던 점도 영향을 미친 것으로 보인다. 2019년 이후 소득 1분위 가계의 소비지출 누적 증가율이 여타 가계에 비해 높게 나타났다(〈그림 10〉 참조). 이는 팬데믹 이후 정부의 직접일자리 정책 및 확장적 재정정책으로 저소득층의 근로소득과 공적이전소득이 상대적으로 높은 상승률을 보인 데 주로 기인한 것으로 판단된다(〈그림 11〉 참조).

19) 팬데믹 이후 가격이 저렴한 PB(Private Brand) 상품의 매출 비중이 상승*하는 가운데 유통업체들이 PB 상품의 고급화·차별화 노력을 지속한 것도 1분위 상품의 수요를 증대시킨 요인으로 보인다.

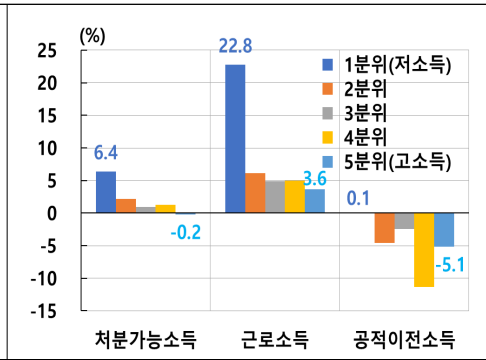
* PB매출 비중(%): '20년 3.1 → '21년 3.5 → '22년 4.0 → '23년 4.1.

자료: 식품산업통계정보 소매POS 데이터

〈그림 10〉 소득분위별 실질소비지출
누적 증가율



〈그림 11〉 소득분위별 실질소득 증가율
(2020~2023년)

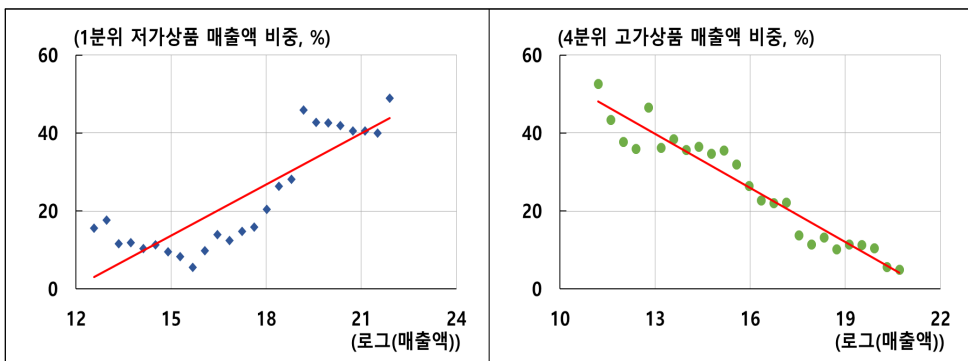


주: 실질소득은 연도별 평균 실질소득 기준
자료: 통계청 가계동향조사

(3) 판매점 수익성 악화

규모가 큰 판매점일수록 저렴한 가격의 상품을 많이 파는 경향이 있다. 대규모 판매점은 대량으로 상품을 구매하여 매입비용을 절감하는 데다 묶음판매 등 대용량으로 상품을 판매함으로써 최종 소비자가격을 상대적으로 낮게 설정할 수 있다. 스캐너 데이터에서도 점포별 매출액 규모와 가격 1분위 상품이 각 점포 매출에서 차지하는 비중 간에는 양의 상관관계가, 반대로 점포별 매출액과 가격 4분위 상품 매출 비중 간에는 음의 상관관계가 나타난다(〈그림 12〉 참조).

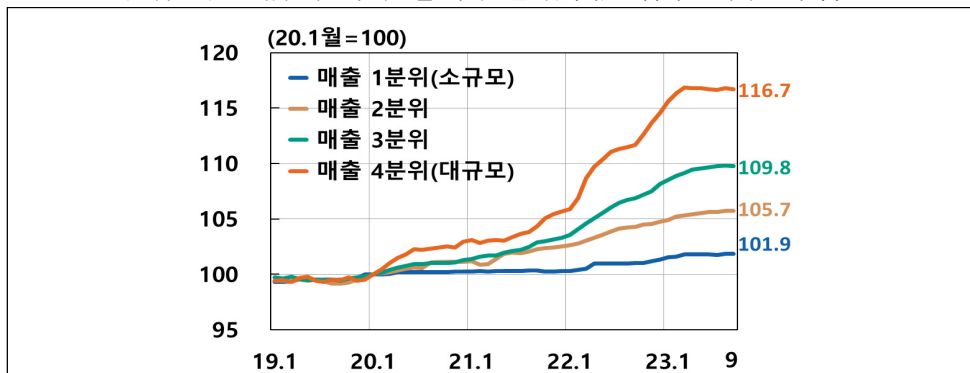
〈그림 12〉 판매점 규모 및 가격분위별 평균 매출액 비중



주: 판매점 규모는 상·하위 1% 극단치를 제거한 후 25개 구간으로 구분
자료: 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료, 저자 작성

팬데믹 이후에는 사회적 거리두기 등의 영향으로 대규모 판매점의 수익성이 악화되었는데, 이는 가격이 저렴한 1분위 상품의 가격이 더 크게 상승한 요인으로 작용하였을 가능성이 있다. 코로나19 이후 도소매업 부문의 기업 규모별 수익성을 보면 대기업 및 중견기업의 수익성이 중소기업에 비해서도 낮았으며, 이는 여타 산업에서 규모가 큰 기업의 수익성이 높았던 것과도 대비²⁰⁾ 되는 모습이다. 보통 대규모 판매점들은 저가 상품을 많이 파는데 저가 상품은 해외 공급 충격에 취약하기 때문에 납품가격이 크게 오르고 이에 따라 1분위 상품의 가격상승폭이 더 컸던 것으로 판단된다. 실제 스캐너 데이터에서도 대규모 판매점들의 저가 1분위 상품 가격 상승률이 소규모 판매점들에 비해 높았는데(〈그림 13〉 참조), 이는 수익성 부진에 대응하기 위한 목적이었을 가능성이 높다.

〈그림 13〉 판매점 매출액 규모별 가격 1분위(저가) 상품의 스캐너 물가지수



주: 판매점 매출액 규모는 총 4개 분위로 구분

자료: 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료, 저자 작성

또한 팬데믹 이후 소규모 판매점의 폐업률이 높은 수준에서 유지되면서 4분위 상품의 인플레이션이 상대적으로 정체된 것으로 추정된다. 매출액 1억 원 이상인 도소매

20) 기업규모별 수익성(매출액세전순이익률 기준, %)

	도소매업			전산업		
	대기업	중견기업	중소기업	대기업	중견기업	중소기업
- 2010~2019년 평균*	3.1	4.1	2.4	5.3	5.4	2.9
- 2020~2022년 평균	2.6	2.7	2.9	5.8	6.5	3.8

* 중견기업은 2017~2019년 평균 기준

자료: 한국은행 기업경영분석

업 업체의 폐업률이 팬데믹 이후 하락하였음에도 불구하고 매출액 1억 원 미만인 도소매업 업체의 폐업률은 팬데믹 이후에도 20%를 상회²¹⁾하였다. 만약 이들 업체가 영업활동을 계속하였다면 규모가 작은 판매점일수록 4분위 상품의 매출 비중이 높다는 점을 감안할 때 4분위 상품의 인플레이션을 더 높이는 요인으로 작용하였을 것으로 예상된다.

3. 온라인 거래 상품의 칩플레이션

본고에서 활용한 대한상공회의소 스캐너 데이터에 온라인 판매점은 포함되어 있지 않다. 팬데믹 이후 온라인으로의 소비 전환이 증가하였음²²⁾을 감안할 때, 본고의 분석 결과를 해석하는 데 있어 이에 유의할 필요가 있다.

온라인 거래 상품의 칩플레이션이 오프라인 거래 상품에 비해 더욱 크게 나타났는지 여부는 향후 온라인 거래 데이터를 포함한 분석이 가능해질 경우 실증적으로 확인할 수 있을 것이다. 다만, 현 단계에서는 이론적으로 몇 가지 가능한 경로를 생각해 볼 수 있다.

우선 온라인 거래를 주로 하는 소비자들이 오프라인 거래를 주로 하는 소비자에게 비해 수요의 가격 탄력성이 높다면 온라인에서 저가 제품의 가격이 오프라인에 비해 더 낮게 유지되면서 칩플레이션의 정도가 더 작게 나타났을 가능성이 있다. 반면, 일반적으로 온라인 거래에서 저가 상품으로의 지출 전환 비용이 더 작기 때문에 오프라인 거래보다 수요 전환이 더욱 활발하게 일어날 것으로 보이고 이에 따라 온라인 거래에서 칩플레이션이 더욱 두드러지게 나타났을 가능성도 있다. 또한 온라인 판매점의 저가 상품이 오프라인 매장의 저가 상품에 비해 상대적으로 가격이 낮고 공급 요인이 온라인과 오프라인 상품의 가격에 비슷한 영향을 미쳤다면 온라인 거래 상품의

21) 도소매업 매출액 규모별 폐업률* (%)

	1억 원 미만	1~10억 원	10억 원 이상
- 2012~2019년 평균	20.7	6.1	2.7
- 2020~2022년 평균	20.7	4.6	1.5

* 소멸업체 수/전년도 활동업체 수. 2022년은 국세청의 도소매업 전체 폐업 업체수 증가율을 이용하여 추정

자료: 통계청 기업생멸행정통계

22) 소매판매액 대비 온라인쇼핑 거래액 비율(통계청 서비스업동향조사 및 온라인쇼핑동향조사, %) : 2020년 11.7 → 2021년 13.8 → 2022년 15.7 → 2023년 16.7

칩플레이션 정도가 더 컸을 수도 있다.

IV. 칩플레이션과 인플레이션 불평등(Inflation inequality)

이러한 칩플레이션은 가계 소득계층 간 실효 물가의 격차를 확대시킴으로써 인플레이션 불평등을 심화시키는 요인이다.

일반적으로 가계별 소비품목의 구성 (consumption basket) 이 다르기 때문에 각 가계가 실제로 경험하는 물가에도 차이가 있다. 정동재 외(2024)에 따르면 2019. 4/4분기~2023. 3/4분기 중 하위 20% 저소득층(소득분위 5분위 중 1분위)의 누적 실효 물가상승률이 상위 20% 고소득층(5분위)에 비해 상당폭(1.1%p) 높은 것으로 나타났다. 이는 저소득층일수록 가격 상승률이 높았던 음식료품 및 에너지의 소비 비중이 높았던 데 주로 기인한다.

이러한 소득분위별 실효 물가상승률의 격차는 칩플레이션에 의해 확대될 수 있다. 저소득층과 고소득층의 소비품목 구성이 완전히 동일하더라도 각 소득계층이 주로 구입하는 상품의 가격수준에 따라 실효 물가가 달라질 수 있기 때문이다.

이를 추정하기 위하여 연도별 소득계층의 상품 가격분위별 지출 비중 분포를 산출한 후 앞서 도출한 가격분위별 스캐너 물가지수의 상승률 데이터를 결합하였다. 각 소득계층의 상품 가격분위별 지출 비중 분포는 농촌진흥청의 「농식품 소비정보 데이터」를 이용²³⁾하여 구했다. 농촌진흥청은 2009년 이후 매년 1,000가구 이상의 소비자패널²⁴⁾이 신선 농축산물, 가공품, 배달 및 포장품목 등을 구입한 내역을 기록한 미시 데이터를 공개하고 있다. 이 데이터에는 각 가구의 소득구간과 결제내역별 상품명, 상품 용량, 구입액 등이 포함되어 있다. 앞선 분석과의 일관성을 위하여 소득분위는 5개²⁵⁾로, 가격분위는 단위가격을 기준으로 4개로 구분²⁶⁾하였다.

23) 이 데이터를 소개해 주신 한국노동연구원 강동우 선임연구위원께 감사드린다.

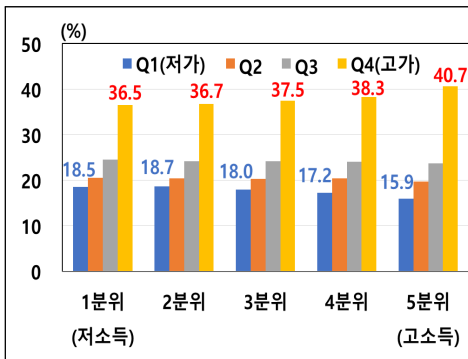
24) 2009년 1,000가구 → 2015년 1,500가구 → 2017년 2,050가구 → 2021년 2,300가구 → 2022년 1,500가구 → 2024년 1,380가구

25) 가구별 소득구간이 100만원 단위로만 제공(200만원 미만, 200~299만원, 300~399만원 등)되어 이를 5분위로 구분하기 위하여 분위별 인원내 맞도록 각 분위에 해당하는 소득구간의 표본을 무작위로 추출하였다.

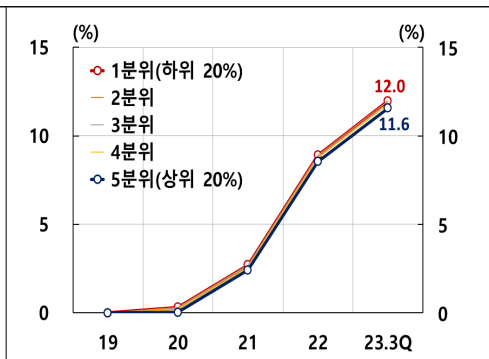
26) II장, III장에서와 마찬가지로 분석대상품목은 가공식품으로 제한하였으며 각 결제내역의 지출액을 용량으로 나누어 단위가격을 산출하였다. 또한 각 품목(데이터의 소분류 상품명)의 전체 매출에서 비중이 10% 미만인 단위로 표시된 상품은 분석에서 제외하였다. 아울러 스캐너 판매점(대형마트, 백화점, 전통시장, 슈퍼마켓, 편의점, 전문점)에서 판매된 상품만을 대상으로 비

추정 결과 실제 하위 20% 저소득층은 1분위 저가 상품에 대한 지출 비중이, 상위 20% 고소득층은 4분위 고가 상품에 대한 지출 비중이 상대적으로 높게 나타났다(〈그림 14〉 참조). 이에 따라 2019. 4/4분기~2023. 3/4분기 중 하위 20% 저소득층의 누적 실효 물가상승률은 12.0%로 상위 20% 고소득층(11.6%)에 비해 0.4%p 높았다(〈그림 15〉 참조)²⁷⁾. 이는 칩플레이션으로 가격이 더 빠르게 상승했던 저가 상품에 대한 지출 비중이 저소득층에서 상대적으로 더 컸기 때문이다. 칩플레이션 효과에 의한 격차(0.4%p)는 같은 기간 중 소득계층별 소비품목 구성의 차이에 따른 물가상승률 격차(1.1%p)의 약 36% 수준이다. 또한 약 4년 동안 발생한 격차임을 고려할 때 한국경제인협회(2025)가 산출한 2014~2024년 중 소득분위별 체감 물가상승률 격차(2.6%p)에 비해서도 무시할 수 없는 수준으로 평가된다. 이렇게 소득계층별 지출 바스켓 차이로 인한 체감 물가상승률 격차에 칩플레이션 효과까지 더해지게 되면 가계 소득분위별 인플레이션 불평등은 더욱 심화된다.

〈그림 14〉 연평균(2019~2023년) 각 소득계층의 상품 가격분위별 지출비중 분포



〈그림 15〉 소득분위별 누적 실효 물가상승률¹⁾ (상품 간 가격의 이질성(칩플레이션) 고려 시²⁾)



주: 1) 2019. 4/4분기 대비 각 연도 4/4분기 기준(2023년 제외)

2) 소비자물가지수 전체 품목에 가공식품과 비슷한 정도의 이질성이 존재하는 경우를 가정. 「가격분위 A」 기준

자료: 농촌진흥청 농식품 소비정보 데이터 원자료, 통계청 가계동향조사, 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료, 저자 작성

중을 구하였으나 전체 판매점으로 확대하여도 결과가 크게 달라지지는 않았다. 가격분위는 각 연도별로 소분류 상품명(detail)과 단위 내에서 각 결제내역의 단위가격을 기준으로 구하였다.

27) 이 수치는 소비자물가지수 전체 품목에 가공식품(스캐너 물가지수에 포함된 품목)과 비슷한 정도의 이질성이 존재하는 경우를 가정한 것이다. 가공식품 이외의 분류에서 상품 간 가격의 이질성이 가공식품에 비해 작다면 체감 인플레이션의 격차는 이보다 줄어들 수 있다.

또한 칩플레이션의 요인 중 하나였던 지출 전환²⁸⁾은 저소득층에 추가적인 부담으로 작용하였을 것으로 판단된다. 인플레이션이 높은 시기에 이전보다 더 저렴한 상품을 구매한 소비자들은 이전이라면 선택하지 않았을 상품을 구매하였기 때문에 효용에 손실을 입게 된다. 또한 가격이 싼 판매점으로 구매처를 이동한 소비자들의 경우 지출 전환 과정에서 저렴한 판매점을 탐색하고 구매를 위해 이동해야 하는 거리가 늘어나면서 탐색비용과 운송비용을 추가로 부담하게 된다. 소득이 낮을수록 지출 전환을 통해 인플레이션 부담을 줄이려 했을 가능성이 높다는 점에서 지출 전환도 저소득층의 인플레이션 부담을 높인 것으로 평가된다.

V. 결론

2019년 1월부터 2023년 9월까지의 스캐너 데이터를 통해 가격분위별 인플레이션의 격차를 분석해 본 결과, 팬데믹 이후 우리나라에서는 주요국과 마찬가지로 저가 상품의 가격이 더욱 크게 상승하는 칩플레이션이 발생하였다. 칩플레이션 현상은 저가 상품이 수입 원자재가격 급등에 따른 충격에 특히 취약했던 공급 요인과 인플레이션 부담을 완화시키기 위해 저가 상품으로 지출이 전환된 수요 요인이 맞물리면서 나타난 것으로 분석되었다. 이와 같은 칩플레이션은 각 소득계층의 상품 가격분위별 지출 비중 차이를 통해 실효 물가상승률의 격차를 확대시켜 소득계층 간 인플레이션 불평등을 악화시키는 요인으로 작용했다.

이러한 분석 결과로부터 두 가지 교훈을 생각해 볼 수 있겠다. 첫째, 인플레이션이 높은 시기에 통화정책을 통해 전체적으로 물가안정 기조를 유지하는 것이 인플레이션 불평등 개선 측면에서도 중요하다. 팬데믹 이후 인플레이션 급등기에 칩플레이션이 나타났다는 점을 감안할 때 저소득층 등 취약계층이 더 큰 인플레이션 비용을 감내했던 것으로 평가된다. 하지만 2023년 이후 디스인플레이션이 진전되면서 가격분위별 상승률 격차도 상당폭 축소되었다는 점에서, 디스인플레이션의 혜택 또한 취약계층에서 컸다고 볼 수 있다.

둘째, 정부 정책 측면에서는 향후 인플레이션이 높은 시기에 저소득층의 인플레이션 부담을 완화시킬 수 있는 정책적 노력이 요구된다. 예를 들어, 수입 원자재가격

28) 반면 세일상품으로의 지출 전환은 실효 물가상승률을 낮춰 인플레이션 불평등을 완화시키는 방향으로 작용한 것으로 평가된다. 자세한 내용은 <부록 C> 『세일상품으로의 지출 전환이 인플레이션 불평등에 미치는 영향』을 참조하기 바란다.

충격을 완화하기 위한 할당관세가 칩플레이션 완화에 효과적이라고 판단된다. 또한 가격이 급등한 품목에 대해 할인지원을 하는 경우에도 동 품목 전반에 걸쳐 할인지원을 하는 것보다는 중·저가 상품에 집중하여 선별 지원하는 것이 더 바람직한 것으로 평가된다. 다만, 할당관세나 일부 품목에 대한 할인지원은 최종 소비자 가격에 완전하게 반영되지 않는 경우 해당 품목에 대한 보조금과 같은 성격으로 변질될 가능성이 있다. 이러한 왜곡을 최소화하기 위해서는 할당관세 및 할인지원 정책의 목적을 일시적 충격에 대응하는 용도로 재정립하고 엄밀한 품목 선정 기준을 사전에 마련하는 한편 명확한 종료 시점 및 조건을 규정화함으로써 객관적인 기준에 의해 정책을 운영할 필요가 있다.

본 연구에 존재하는 한계점은 다음과 같다. 우선 본 연구는 오프라인 매장의 가공식품만을 활용하여 스캐너 물가지수를 산출하였다. 향후 온라인 및 가공식품 이외 품목에 대해서도 데이터가 보강된다면 더욱 포괄적인 범위의 스캐너 물가지수를 산출할 수 있을 것으로 기대된다. 또한 저가 및 고가 제품을 생산하는 제조업체의 수익 및 비용 구조에 대한 데이터를 구할 수 있다면 공급 측면에서 칩플레이션의 원인을 더 정확하게 분석할 수 있을 것이다. 아울러 상품별 원료의 원산지 등에 대한 데이터가 결합된다면 수입 원자재가격 상승이 칩플레이션에 미친 영향을 더욱 직접적으로 살펴볼 수 있을 것이며, 각 상품별로 표준적인 용량이 어떻게 변화하였는지를 추적하여 데이터에 추가한다면 인플레이션 급상승기에 문제가 되었던 쉬링크플레이션(Shrink-flation)에 대해서도 분석할 수 있을 것이다.

■ 참고 문헌

1. 김용대 · 이영환 · 백규승 · 김성현, “스캐너 데이터 기반 물가 변동 분석,” 『한국은행 국민계정리뷰』, 2021년 제2호, 2021, pp. 1-40.
2. 손원 · 이혜영 · 이상호, “스캐너 데이터의 유용성 및 향후 과제,” 『한국은행 국민계정리뷰』, 2018년 제2호, 2018, pp. 59-67.
3. 정동채 · 이규환 · 정선영 · 이승주 · 이영재 · 이동재, “고물가와 소비: 가계의 소비바스켓과 금융 자산에 따른 이질적인 영향을 중심으로,” 『한국은행 경제전망보고서』, 2024년 5월호, 2024, pp. 43-59.
4. 한국경제인협회, “소득분위별 소비자 체감물가 추이 분석,” 보도자료, 2024. 4. 2.
5. 한국농수산식품유통공사, “2023 식품산업 원료소비 실태조사,” 2024.
6. Ampudia, M., M. Ehrmann, and G. Strasser, “Shopping Behavior and the Effect of Monetary Policy on Inflation Heterogeneity along the Income Distribution,” *Journal of Monetary Economics*, Vol. 148, 2024.
7. Argente, D. and M. Lee, “Cost of Living Inequality during the Great Recession,” *Journal of the European Economic Association*, Vol. 19, No. 2, 2021, pp. 913-952.
8. Bilyk, O., M. Khan, and O. Kostyshyna, “Pricing Behaviour and Inflation during the COVID-19 Pandemic: Insights from Consumer Prices Microdata,” *Bank of Canada Staff Analytical Note*, 2024-6, 2024.
9. Cavallo, A. and O. Kryvtsov, “Price Discounts and Cheapflation during the Post-pandemic Inflation Surge,” *Journal of Monetary Economics*, Vol. 148, 2024.
10. Chen, T., P. Levell, and M. O’Connell, “Cheapflation and the Rise of Inflation Inequality,” *Institute for Fiscal Studies working paper*, 24/36, 2024.
11. Faber, B., and T. Fally, “Firm Heterogeneity in Consumption Baskets: Evidence from Home and Store Scanner Data,” *Review of Economic Studies*, Vol. 89, No. 3, 2022, pp. 1420-1459.
12. Jaimovich, N., R. Rebelo, and A. Wong, “Trading Down and the Business Cycle,” *Journal of Monetary Economics*, Vol. 102, 2019, pp. 96-121.
13. Kaplan, G. and S. Schulhofer-Wohl, “Inflation at the Household Level,” *Journal of Monetary Economics*, Vol. 91, 2017, pp. 19-38.
14. Karadi, P., J. Amann, J. Sánchez Bachiller, P. Seiler, and J. Wursten, “Price Setting on the Two Sides of the Atlantic - Evidence from Supermarket Scanner Data,” *Journal of Monetary Economics*, Vol. 140, 2023, pp. 1-17.
15. Kehoe, P., and V. Midrigan, “Prices are Sticky After All,” *Journal of Monetary Economics*, Vol. 75, 2015, pp. 35-53.
16. Nakamura, E. and J. Steinsson, “Five Facts about Prices: A Reevaluation of Menu Cost Models,” *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 123, No. 4, 2008, pp. 1415-1464.

〈부 록〉

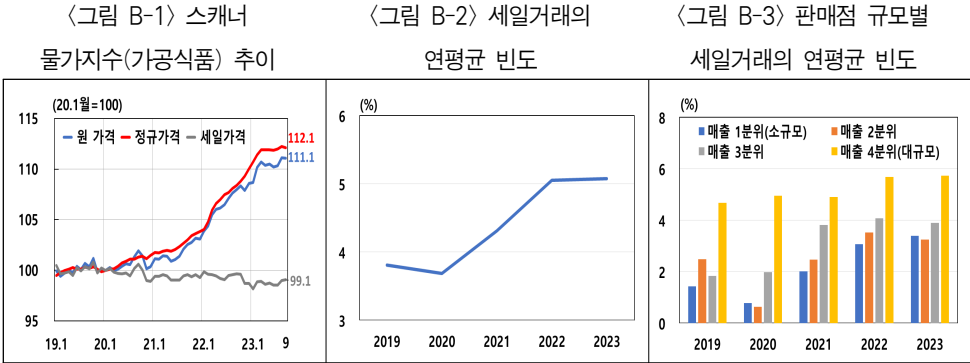
A. 스캐너 데이터의 연도별 통계량

	관측치 수	거래액(억 원)	상품 수	판매점 수
2019년				
모집단	126,488,728	47,954	81,736	2,316
표본집단	11,924,809	4,787	7,118	2,259
(비중, %)	(9.4)	(10.0)	(8.7)	(97.5)
2020년				
모집단	96,908,208	41,624	56,077	1,505
표본집단	9,460,137	4,248	5,710	1,479
(비중, %)	(9.8)	(10.2)	(10.2)	(98.3)
2021년				
모집단	70,556,188	23,794	56,077	1,796
표본집단	6,749,977	2,387	5,072	1,754
(비중, %)	(9.6)	(10.0)	(9.0)	(97.7)
2022년				
모집단	63,973,032	22,189	48,572	1,613
표본집단	6,169,535	2,201	4,282	1,588
(비중, %)	(9.6)	(9.9)	(8.8)	(98.5)
2023. 1~9월				
모집단	46,116,064	16,811	42,926	1,650
표본집단	4,348,364	1,584	3,871	1,610
(비중, %)	(9.4)	(9.4)	(9.0)	(97.6)

B. 원 가격 기준 국내 칩플레이션 추이

스캐너 데이터의 원 가격, 정규가격 및 세일가격에 대해 각각 물가지수를 산출²⁹⁾하여 추이를 살펴본 결과, 우리나라에서 팬데믹 이후의 가격 상승은 주로 정규가격의 상승에 기인한 것으로 나타났다. 2020.1월~2023.9월 기간 중 원 가격은 11.1% 상승하였는데, 정규가격은 12.1% 상승한 반면 세일 가격은 0.9% 하락하였다. 이는 팬데믹 이후 주요 10개국에서 인플레이션의 급등이 주로 정규가격의 상승에서 발생하였으며 세일가격의 인플레이션에 대한 영향력은 크지 않았다는 Cavallo and Kryvtsov (2024)의 분석결과에 부합한다. 세일거래의 연평균 빈도는 2020년 다소 하락한 이후 상승 추세를 보였으며 특히 대규모 판매점에서 세일거래의 빈도가 높게 나타났다. 이는 세일가격의 소폭 하락이 대형 판매점을 중심으로 정규가격을 인상하면서도 가격 상승에 따른 수요 전환을 최소화하고 시장 점유율을 유지 및 확대하기 위한 전략의 결과일 가능성을 시사한다.

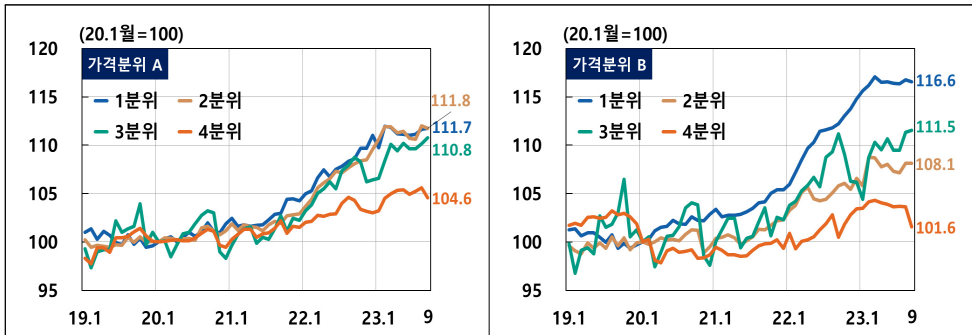
29) 세일가격 상승률은 원 가격 상승률에서 정규가격 상승률을 뺀 것으로 정의하였다.



자료: 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료, 저자 작성

원 가격 기준으로 가격분위별 스캐너 물가지수를 구해 보아도 팬데믹 이후 저가 상품의 인플레이션이 더 높았던 경향에는 변화가 없었다. 「가격분위 A」의 경우 2020.1월~2023.9월 기간 중 2분위 상품의 누적 가격 상승률이 1분위 상품에 비해 다소 높았으나 두 가격분위 모두 4분위에 비해서는 누적 인플레이션이 높았다. 「가격분위 B」 방식의 경우에도 1분위 판매점의 가격이 16.6% 상승한 반면 4분위 판매점의 가격 상승률은 이보다 크게 낮은 1.6%에 그쳤다. 원 가격에는 불규칙적인 세일가격의 영향이 반영되어 있어 스캐너 물가지수의 변동성이 정규가격에 비해 높은 편이지만, 정규가격 스캐너 물가지수와 마찬가지로 가격이 저렴한 1~2분위 상품의 인플레이션이 가격이 비싼 4분위 상품에 비해 높게 나타나는 현상을 확인할 수 있었다.

〈그림 B-4〉 가격분위별 스캐너 물가지수(원 가격 기준)



주: 「가격분위 A」는 동일한 품목·단위 내에서 상품별 가격 차이를, 「가격분위 B」는 동일한 상품 내에서 판매점별 가격 차이를 바탕으로 집단을 구분
 자료: 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료, 저자 작성

C. 세일상품으로의 지출 전환이 인플레이션 불평등에 미치는 영향

본문에서 살펴본 대로 인플레이션 상승기에는 더욱 가격이 저렴한, 낮은 가격분위의 상품으로 수요가 이동하는데, 이러한 지출 전환은 가격이 싼 세일상품으로도 이루어진다. 이를 감안하여 Cavallo and Kryvtsov (2024)가 제안한 대로 세일상품으로의 지출 전환이 실효 물가지수에 미치는 영향을 산출할 수 있다.

세일상품으로의 지출 전환을 감안한 변동 스캐너 물가지수는 아래와 같은 방식으로 계산하였다.

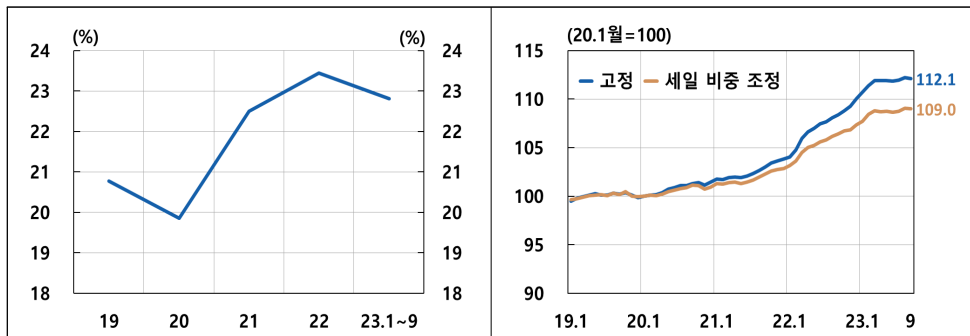
$$\hat{\pi}_t = \left(1 - \frac{\omega_t^{Sales} + \omega_{t-1}^{Sales}}{2}\right)\pi_t^R + \frac{\omega_t^{Sales} + \omega_{t-1}^{Sales}}{2}\pi_t^{Sales}.$$

여기서 ω_t^{Sales} 는 t 월 세일거래 매출액 비중을, π_t^R 은 정규가격지수 상승률을, π_t^{Sales} 는 세일가격지수 상승률을 의미한다.

변동 스캐너 물가지수 산출 결과 가격이 싼 세일상품으로의 지출 전환은 2020년 1월 이후 소비자들이 체감하는 물가지수를 3.1%p 하락시킨 것으로 나타났다. 2020.1월~2023.9월 기간 중 고정 가중치를 이용한 정규가격 스캐너 물가지수는 12.1% 상승한 반면 증가하는 세일 비중을 감안한 물가지수는 9.0% 상승하였다. 이는 소비자들이 높은 인플레이션에 대응하여 가격 할인 상품을 더 많이 구입함으로써 이득을 보았음을 의미한다. 고소득층보다는 저소득층이 세일상품으로 지출을 이동하였을 가능성이 높으므로, 세일상품으로의 지출 전환은 인플레이션 불평등을 낮추는 방향으로 작용했을 것으로 보인다.

<그림 C-1> 연평균 세일거래 매출액 비중

<그림 C-2> 고정 및 변동 가중치(세일 비중) 스캐너 물가지수



자료: 대한상공회의소 스캐너 데이터 원자료, 저자 작성

Cheapflation and Inflation Inequality in Korea after the Pandemic*

Kangchul Jo** · Seung Hyun Wi***

Abstract

This study identifies the emergence of ‘cheapflation’ in Korea after the pandemic, whereby prices of low-priced goods rose larger than those of high-priced goods. Using scanner data from the Korea Chamber of Commerce and Industry, we find that between January 2020 and September 2023, prices of products in the lowest quartile increased by 16.4%, while those of the highest quartile rose by 5.6%. This divergence reflects cost pressures from surging import prices and a consumer shift toward cheaper goods. ‘Cheapflation’ has exacerbated inflation inequality across income groups, highlighting the need for price stabilization policies focused on low- and mid-priced goods.

Key Words: Cheapflation, Scanner, Inflation Inequality

JEL Classification: E3, D3, D4

Received: Nov. 17, 2025. *Revised:* Dec. 9, 2025. *Accepted:* Dec. 29, 2025.

* This paper is a revised and expanded version of the Bank of Korea (BOK) Issue Note No. 2024-32, “Cheapflation after the Pandemic and Inflation Inequality.” The views expressed in this paper are those of the authors and do not necessarily represent the official views of the Bank of Korea. Accordingly, when citing this paper, please make sure to clearly indicate the authors’ name. Any remaining errors in the paper are the sole responsibility of the authors.

** First and Corresponding Author, Senior Economist, Bank of Korea, 39 Namdaemun-ro, Jung-gu, Seoul, 04531, Republic of Korea, e-mail: kangchuljo@bok.or.kr

*** Joint Author, Junior Economist, Research Department, Bank of Korea, 39 Namdaemun-ro, Jung-gu, Seoul, 04531, Republic of Korea, e-mail: shwi@bok.or.kr