



차례상 한 번 차리는 데 30만3002원, 일본·동남아 1박 비용이나 '도긴개긴'

올해는 못 가요...어머니 사과 드려요

들썩이는 추석 물가...“고향 대신 해외로”

추석 차례상에 올라가는 과일 중에 빠지지 않는 것이 바로 사과입니다. 색깔이 선명하고 묵직한 사과는 배·감 등과 함께 대표적인 차례상 과일로 꼽히죠. 그런데 최근 추석을 앞두고 이 사과 가격에 시선이 집중됐습니다. 봄철 저온 피해, 여름철 집중호우 등으로 작황이 부진한 탓에 가격이 전년 동월 대비 무려 41%나 올라서입니다. 지난해부터 품목을 가리지 않고 먹거리 가격 인상 이슈가 지속되고 있는데요. 민족 최대의 명절인 추석의 차례상마저 일부 소비자들에게는 부담으로 다가오는 실정입니다.

**작년보다 사과 41%·배추 112.7% 올라
대충 차릴 수도 없고 상 차리기 부담
국민 10명 중 7명 “고향 안 가”**

**최장 12일 황금연휴 ‘추캉스’ 기회
해외여행 예약 수요 급증
“귀성 대신 부담 없는 동남아로”**

농림수산물 등 생산자물가 오름세

지난 20일 한국은행이 발표한 8월 생산자물가지수는 121.16(잠정치)으로 전월 대비 0.9% 올랐습니다. 생산자물가지수는 지난 7월(0.3%)에 이어 2개월 연속 상승 중입니다. 특히 이번에는 지난해 4월(1.6%) 이후 16개월 만에 최대 폭의 상승을 기록했습니다. 전년 동월 대비로도 1.0% 오르며 3개월 만에 상승 전환했습니다. 특히 농림수산물, 서비스의 생산자물가 오름세가 두드러졌습니다. 농림수산품의 경우 전월 대비 7.3% 올랐는데요. 폭우와 폭염으로 타격을 입은 농산물이 한 달 새 13.5%, 축산물이 1.5% 상승한 탓입니다. 구체적으로 보면 배추(112.7%), 시금치(56.7%) 등 농산물 가격이 전월 대비 큰 폭 올랐고 앞서 언급했던 사과는 전년 동월 대비 41% 올랐습니다. 쌀 또한 14.4% 큰 폭으로 상승했습니다.

공산품 중에서는 경유가 전월 대비 17.4% 올랐고 서비스 물가는 호텔이 7.3%, 휴양콘도가 18.2% 올랐습니다. 유가 상승으로 인해 생산자물가 상승세는 앞으로 이어질 수 있다는 전망이 나옵니다. 생산자물가 상승은 시차를 두고 소비자물가 상승으로 이어지기 때문이죠. 추석을 앞둔 소비자들의 마음은 무거워질 수밖에 없습니다. 정부는 우선 추석 성수품 공급 안정을 위해 20대 성수품 공급을 역대 최대 규모로 확대할 계획입니다.

올해 추석 상차림 평균 비용은 30만3002원

정부의 이러한 노력에도 불구하고 소비자들 사이에서는 차례상 한 번 차리기도 부담된다는 불멘소리가 끊이지 않습니다. 그렇다면 올해 추석 차례상을 차리는 데에는 얼마나 돈이 들까요? 이달 초 한국농수산식품유통공사(aT)가 발표한 바에 따르면 올해 추석 상차림 평균 비용은 30만3002원으로 예상됩니다. 명절이 다가오면 성수품을 전통시장에서 구매할지 대형마트에서 구매할지도 고민되죠. aT는 전국 16개 전

통시장과 34개 대형유통업체를 대상으로 추석 성수품 28개 품목의 가격을 조사했는데, 올 추석이 전통시장에서 성수품을 구매하면 대형유통업체에서 사는 것보다 약 23% 저렴한 것으로 나타났습니다. 전통시장은 26만3536원, 대형유통업체는 34만2467원이 들 것으로 예상됩니다.

품목별 가격 변화를 살펴보면 재료 수입 단가의 상승 영향으로 약과, 강정, 계맛살 등 가공식품의 가격이 지난해보다 올랐습니다. 전통시장 가격 기준 계맛살 가격은 지난해보다 21.8% 올랐고, 약과와 산자의 가격은 각각 22.6%, 19.7% 상승했습니다. 여행량 감소로 참조기 가격도 높은 편인데, 전통시장 가격 기준 지난해보다 20.9% 올랐습니다. 밤 가격도 전통시장에선 지난해보다 22.1% 높고 대형유통업체 기준으로 27.4% 상승했습니다. 다행인 건 금액 비중이 높은 소고기(양지·우둔) 가격이 한우 사육 수 증가에 따라 전년보다 하락했다는 점입니다. 소고기 우둔살 가격은 전통시장 기준 지난해보다 11.2% 낮아졌고 양지 가격은 11.0% 떨어졌습니다.

달라지는 추석 풍경... 귀성 의향 31.6%

올해 추석 풍속도는 어떻게 달라졌는지도 한번 살펴볼까요. aT가 지난달 1일부터 10일까지 만 19세 이상 국내 소비자 3025명을 대상으로 ‘추석 성수품 및 선물 세트 구매 의향 조사’를 실시한 결과, 올해 추석 귀성 의향을 내비친 이는 전체의 31.6%로 집계됐습니다. 대다수가 귀성길에 오르려 하던 과거와 달리 10명 중 7명은 이번 추석에 고향을 찾지 않는다는 의미죠. 지난 설(43.8%)과 비교해도 12.2%포인트 하락한 수치입니다. 고향을 방문하지 않는 이유는 ‘업무 및 생업’이 30.8%로 가장 많았고, ‘여가 등 다른 계획’(16.6%)이 뒤를 이었습니다. 직접 고향에 방문해서 가족·친지를 만나는 대신 좋은 선물 세트를 사 보내려는 이들도 많은데요. 인기 구매 품목으로는 소

고기(21.4%), 건강기능식품(16.8%), 사과·배 혼합세트(12.2%) 등이 꼽혔습니다. 구매처의 경우 대형마트(41.2%), 온라인·모바일(17.2%), 중소형 슈퍼마켓(10.3%) 순으로 선택받았습니다.

10월 2일이 임시공휴일로 지정되면서 올 추석은 고향 대신 해외로 떠나는 여행객이 급증할 것으로도 예상됩니다. 휴가를 사용할 경우 한글날까지 최장 12일을 쉴 수 있는 황금연휴가 된 덕입니다. 코로나19로 장기간 침체를 겪었던 여행업계는 연일 함박웃음을 짓고 있습니다. 안 그래도 엔데믹과 함께 하늘길이 열리면서 해외여행 수요가 급증했는데, 이번에는 추석 황금연휴까지 도와주는 셈입니다. 국내 주요 여행사 중 한 곳이 최근 예약데이터를 분석해보니 올 추석 연휴 기간(9월27일~30일) 해외여행 출발(해외 항공권·패키지 합산) 고객은 총 1만5986명으로 코로나19 발생 이전인 2019년보다 260% 증가했다고 합니다. 올 여름 성수기(7월28일~30일)와 비교해도 약 40% 늘어난 수준입니다.

추석 황금연휴 기간 한국인 여행객들이 즐겨 찾는 인기 여행지로는 가깝고 저렴한 일본과 동남아가 꼽혔습니다. 특히 일본은 ‘노 재팬 현상’이 사그라들고 엔저현상이 지속되면서 부담 없이 갈 수 있는 여행지로 자리 잡았습니다. 물론 장기간 연휴를 앞둔 만큼 유럽과 미주지역 등으로 멀리 떠나는 이들도 많고요. 여행업계는 너도나도 음식, 콘서트, 골프 등 다양한 테마를 중심으로 한 패키지를 구성하며 소비심리 공략에 집중하고 있습니다. 해를 거듭할수록 달라지는 추석 풍속도, 내년과 내후년에는 또 어떤 추석을 보내게 될지 궁금해집니다.



추석 연휴를 사흘 앞둔 25일 오전 인천국제공항 1터미널 출국장이 여행객들로 북적이고 있다. 연합뉴스



필자 류영상은 매경닷컴 기자로 금융감독원과 한국은행을 비롯해 은행, 보험, 카드사와 같은 금융권 현장 소식과 재테크와 관련한 기사를 취재해 독자들에게 전하고 있다.