

중년세대의 가사노동 변화 트렌드*

Trends in the change of household labor in the middle-aged

한국방송통신대학교 생활과학부
조교수 이 현 아**

Dept. of Human Ecology, Korea National Open University
Assistant Professor Lee, Hyun Ah

〈 목 차 〉

I. 서론	IV. 연구결과
II. 이론적 배경	V. 결론 및 논의
III. 연구방법	참고문헌

〈 초 록 〉

본 연구의 목적은 생애주기 한 가운데에서 역동적인 변화를 맞이하고 있는 중년세대의 가사노동 트렌드를 분석함으로써 이들이 변화에 어떻게 대처하고 적응해나가는지 살펴보는 것이다. 본 연구에서는 주목한 중년세대는 코호트별로 베이비붐세대나 X세대를 포함하고, 연령별로는 40-50대를 중심으로 하였다. 연구방법은 문헌연구로, 기본적으로 통계청의 생활시간조사자료를 통해 가사노동시간의 추이를 분석하고, 각종 시장조사자료, 연구보고서, 신문기사 검색을 통해 가사노동 트렌드를 분석하였다. 가사노동이란 가족원에 의해 가족원을 위해 수행되는 무보수의 활동으로 시장에서 재화나 용역을 구입함으로써 대체될 수 있는 활동이다. 본 연구는 기술과 산업의 발전에 따라 급속하게 성장한 가전시장과 가사대체 상품 및 서비스가 가사노동 효율화에 어떠한 영향을 미쳤는지에 초점을 맞추고 중년세대의 가사노동 변화 트렌드를 살펴보았다. 기존의 세대와 다른 특징을 가진 중년세대의 가사노동 트렌드 변화를 살펴보는 것은 향후 시장동향을 예측하고 중년세대의 삶의 질 향상을 지원하는 가족정책에 대한 시사점을 도출한다는 점에서 의의가 있다.

주제어 : 중년세대, 가사노동, 가사노동 트렌드, 가사노동시간, 가사노동 시장대체, 가사노동 사회화

〈 Abstract 〉

The purpose of this study is to analyze the trend of changes in household labor among middle-aged generations who are facing dynamic changes in the middle of their life cycle. The research method is a literature study that examines and analyzes related data. Specifically, it aims to analyze the basic characteristics of middle-aged generations and trends in household labor, which are revealed through Time Use Survey, market trend reports, newspaper articles, and books. From the perspective of family resource management, housework is an unpaid activity performed by and for family members, and is an activity that can be replaced by purchasing goods or services from the market. This study focuses on the rapid growth of the home appliance market that replaces housework with the development of technology after industrialization, and how the change of technology affected the efficiency of housework. In addition, the composition and characteristics of middle-aged generations greatly changed according to changes in family structure, form, and family value. Examining the current state of housework and changing trends of middle-aged generations, which have different characteristics from previous generations, is significant in that it can predict future market trends and suggest implications for family policies that support the improvement of the quality of life of middle-aged generations.

Key word : the middle-aged generation, household labor, trends in household labor, time for household labor, market replacement for household labor, housework outsourcing

*본 논문은 2020년 한국가족자원경영학회 온라인 추계학술대회 구두 발표 논문을 수정·보완한 것임.

**주저자, 교신저자: 이현아(leehyunah@knou.ac.kr)

I. 서론

생애주기 관점에서 볼 때, 중년기 세대는 가사노동 수행의 주축이 되는 세대일 뿐 아니라, 구매력을 갖춘 소비 주체이기도 하다. 최근 전형적인 기성세대를 대변하는 베이비붐세대와 더불어, 한때 신세대로 불렸던 X세대가 40대에 접어들면서 과거의 중년층과는 다른 특성을 지닌 새로운 중년층이 등장하였다. 과거 X세대로 불렸던 이들이 소위 '영포티(Young Forty)'라는 신조어를 탄생시키며 젊은 중년층으로 부상하였는데, 기성세대 가치관 대신 새로운 삶의 방식을 추구하는 이들은 트렌드에 민감하며 경제력을 바탕으로 새로운 소비주체로 주목받고 있다(산업통상자원부, 2017). 카드사 빅데이터 분석을 통해 2017년 '뉴노멀 중년(New Normal Middle Age)'이 소비트렌드의 하나로 전망될 정도로 40-50대가 새로운 소비 주역으로 주목을 받기 시작하였다(동아일보, 2016). 가족을 위해 돈을 쓰면서도 자신의 것은 소비할 줄 모르던 과거의 중년층과는 달리, 자신을 위해 시간과 돈을 아낌없이 투자하는 새로운 중년층인 '뉴노멀 중년'이 등장한 것이다(통계청, 2017).

이처럼 과거와는 다른 '뉴노멀 중년' 세대의 등장을 가족자원경영 관점에서 가사노동과 소비패턴의 변화로도 파악할 수 있다. 가사노동은 일상생활에서 가정의 기능을 유지시켜주는 활동으로 가정에서 가족원의 욕망을 충족시켜주기 위해 사회에서 생산된 재화와 용역을 가족원들이 실제로 사용할 수 있는 형태로 만들거나 가족이 직접 소비하기 위해 가정에서 재화와 용역을 생산하는 활동(문숙재, 1988)이다. 1930년대 리드(M. Reid)는 가사노동을 가계생산(household production)이라 하면서 가사노동을 '생산'으로 이해하고 가사노동의 대체가능성을 명백히 함으로써 사회적 생산과정에 편입될 수 있는 노동임을 처음으로 언급하였다(이기영·김외숙, 2009). 가사노동은 가족원이 원한다면 가정 외부의 상품과 서비스로 대체할 수 있는데, 여기서 '가사노동 사회화'의 개념이 도출된다. 일찍이 가족자원경영학 차원에서 가사노동을 상품과 서비스로 대체하는 가사노동 사회화에 주목하고 가사노동 사회화 현상과 그 결정요인에 대해 연구(이기영, 1987; 문숙재·홍성희, 1989; 문숙재·정지영, 1991; 이기영·구혜령, 1999)가 진행된 바 있다.

20세기 이후 기술공학분야 10대 사건 중 하나가 바로 '가사노동을 줄여준 해결사, 가전기기'라 할 수 있을 만큼(사이언스올, 2010), 과학기술의 발전으로 개발된 가전기기는 가사노동에 큰 변화를 초래하였다. 가장 큰 변화는 그동안 가사일을 담당해왔던 여성의 육체적 노동강도를 줄여준 것이다. 하지만 기술결정론적 기대와 달리 가전기기 사용이 가사노동시간을 크게 줄여주지는 못했다는 연구(김성희, 1996)도 있으며, '세탁기의 배신'이라는 책에서도 가전제품이 여성을 가사노동에서 해방시키지 못한 역설적인 현실을 기술하기도 한다(김덕호, 2020). 기대했던 만큼 가사노동시간 절감효과가 크지 않다하더라도, 과학기술 발전에 따라 가사 대체 가전 시장은 급격하게

성장하고 있다. 이런 관점에서 가사노동과 소비의 상호대체 관계는 기술과 산업 환경의 변화라는 맥락에서 파악해야 한다.

최근 코로나19의 장기화로 집에 있는 시간이 늘고, 비대면 경제가 활성화되는 등 삶의 모습이 크게 바뀌었다. 코로나19로 인해 집에 머무는 시간이 늘어난 만큼 가사노동의 부담도 커졌다. 보스턴컨설팅 그룹의 조사에 의하면, 코로나19 유행 이후 맞벌이부부의 가사노동과 자녀돌봄시간이 2배로 늘었고, 특히 여성의 부담이 상대적으로 더 많이 증가했다고 한다(연합뉴스, 2020). 연구를 통해서도 코로나19 확산 이후 가사노동과 자녀돌봄 시간이 증가하였고, 특히 남성보다는 여성에게 가사노동과 자녀돌봄의 부담이 더 큰 것으로 보고되었다(진미정 외, 2020). 이처럼, 코로나19 팬데믹과 같은 사건은 가사노동의 양상을 좌우하는 외부적 환경으로 작용한다.

본 연구는 생애주기 한 가운데에서 역동적인 변화를 맞이하고 있는 새로운 중년세대의 가사노동 변화 트렌드에 집중하고자 한다. 일반적으로 트렌드는 사회, 경제, 문화 등 특정 영역에서 어떤 흐름이 진행되고 있거나, 어떤 방향으로 가고 있는 동향, 추세, 유행 등을 의미한다(박준형·류범모·오효정, 2018). 트렌드분석은 당시 사회의 공통적인 관심이나 견해 등 '시대정신'을 나타내며, 어떤 특정 영역이나 분야에서 시간에 따라 변화하는 공통적인 주요 관심과 이슈를 파악하는 것(김종근, 2014)이기도 하고, 비즈니스 관점에서는 현재 소비자들이 원하는 스타일이나 라이프스타일에 영향을 주는 어떠한 현상을 말하는 것(김문기, 2014)이기도 하다. 트렌드는 일정범위의 소비자들이 일정기간동안 동조하는 변화된 소비가치에 대한 열망을 의미하며, 트렌드 분석(Trend Analysis)이란 시간에 따라 점차 변화하는 사회의 분위기와 환경에서, 특정 영역에 대해 당시 사람들에게 주목받거나 이슈가 되었던 트렌드를 분석하고 파악하는 것이다(김난도·권혜정·김희정, 2008). 즉, 과거와 현재의 현황을 파악하고 미래를 예측하고 전망하는 것이 트렌드 분석의 목적이라 할 수 있다.

본 연구는 새로운 중년세대의 등장에 주목하고 가족자원경영 관점에서 가족의 시간과 자원 관리가 어떻게 변화하고 있는지 가사노동 변화 트렌드를 중심으로 살펴보고자 한다. 가족자원경영 관점에서 가사노동 변화 트렌드는 가사노동 시간의 변화와 수행관리 행태의 변화를 통해서 파악할 수 있다. 특히 기술 및 시장의 발달로 가사노동의 대체 가능성이 더욱 커지는 만큼, 가사노동과 소비의 상호대체 관계를 중심으로 가사노동의 변화 트렌드를 볼 필요가 있다. 이에 본 연구는 가사노동에 대한 기본적 인식 변화와 기술 및 산업 발전, 코로나19 팬데믹과 같은 외부환경 변화 속에서 현재 중년세대에게서 나타나는 가사노동 변화 트렌드를 가사노동 시간의 변화와 가사노동 시장 대체 경향을 중심으로 탐색해보고자 한다. 이처럼 중년세대들의 가사노동 변화 트렌드를 살펴보는 것은 향후 시장의 흐름을 예측하고 중년세대 지원을 위한 가족정책에 시사점을 제시할 수 있다는 점에서 의의가 있다.

하기는 쉽지 않다는 것이다.

중년세대를 구체적인 연령대로 살펴보면, 연구자별로 중년 세대의 구체적인 연령대 정의에 다소 차이가 존재한다. 고정옥 과 김정숙(2009)의 연구에서는 중년기를 성인 후기의 개념에 맞추어 35~60세로 비교적 폭넓게 정의하였고, 차승은(2007)의 연구에서는 중년을 35세-59세로 정의하여 이들의 일상 생활시간을 보았다. 정성지(2013)의 연구에서는 중년 여성을 40세에서 65세로 보았다. 조희금 외(2014)의 연구에서는 중년기를 40대에서 60대까지로 보고 40대-60대 기혼남녀 대상 인터뷰를 실시한 바 있다. 이처럼 중년기에 대한 정의는 연구자별로 차이가 있으나, 연구자들의 정의를 종합하면 넓게는 35세에서 65세 사이, 좁게는 40세에서 59세 사이가 공통적으로 포함된 중년기로 볼 수 있다.

앞서 살펴본 바, 중년세대는 하나의 기준으로 명확하게 구분하는 것이 쉽지 않다. 이에 본 연구에서는 생애주기, 코호트 세대, 연령 기준을 통합적으로 고려하여 생애주기 관점에서 ‘중년기’로서, 코호트세대 기준으로 ‘베이비붐세대’와 ‘X세대’의 특성을 포함하고, 연령기준으로는 ‘40대’와 ‘50대’를 주축으로 하여 중년세대를 범주화하고자 한다.

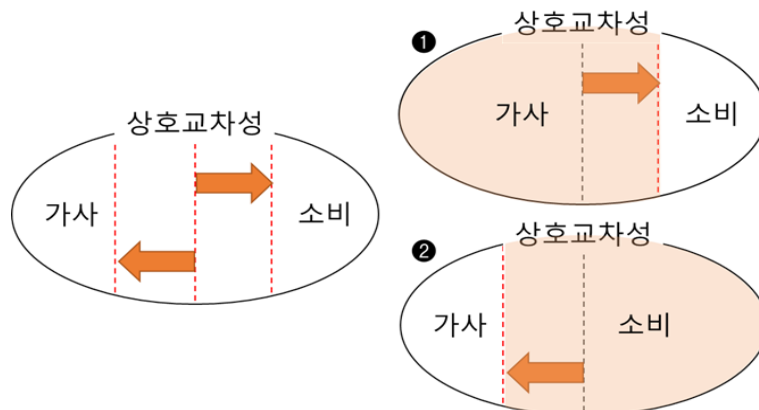
2. 가사노동과 소비의 관계: 가사노동 시장 대체

가사노동의 시장대체를 논의한 시초는 Reid(1934)의 가계생산이론(Household Production Theory)에서 찾아볼 수 있다. 그는 “가계생산이란 가족원에 의해, 그리고 가족원을 위해 수행되는 무보수의 활동으로서, 시장에서 재화를 구입함으로써, 또는 소득, 시장조건, 개인의 취향 등과 같은 제반 사항이 허용된다면 용역을 고용함으로써 대체될 수 있는 활동으로 구성된다”고 정의함으로써(이기영, 김외숙, 2002), 가사노동을 생산으로 이해하고, 시장에서 재화나 용역을 구입함으로써 대체할 수 있다고 보았다. 이러한 가계생산이론은 1960년대에 들어 Becker(1965)의 시간배분이론으로 발전하였다. 신고전학파의 경제이

론에 ‘시간’이라는 개념을 도입한 것이 시간배분이론인데, Becker(1965)는 가계를 기본단위로 해서 가족원의 시간이 시장노동과 비시장노동에 배분되는데, 비시장노동에 배분된 시간과 시장노동의 대가인 임금으로 구입한 시장재가 결합되어 효용의 직접적 원천이 되는 가계상품을 생산한다고 보았다. 이때 비시장노동에 배분된 시간이 가계생산시간으로서 개별가족원은 최대의 효용을 산출하는 방향으로 가계생산과 시장노동에 시간을 배분하게 되는 것이다(이기영·김외숙, 2002). 즉, 시간배분이론은 가계가 재화의 소비자이자 생산자이며, 가계 안에서 시간이라는 자원을 가계효용극대화의 방향으로 최적의 시간배분을 하는 일련의 매커니즘을 거친다고 보았다.

Reid(1934)의 가계생산이론과 Becker(1965)의 시간배분이론에 근거하여, 본 연구에서는 가사노동과 소비가 서로 상호교차되는 관계에 있다고 보았다. 가사노동을 통해 가정생산물을 생산하여 가족구성원의 욕구를 충족시킬 것인지, 아니면 가사노동을 대체할 가사상품이나 서비스를 소비함으로써 이를 해결할 것인지는 가계의 중요한 선택사항이 되는 것이다. 이러한 가사노동의 시장 대체 가능성은 본 연구에서 살펴볼 가사노동 변화 트렌드의 핵심 개념으로 <그림 1>과 같이 표현해 볼 수 있다. 즉, 가족의 욕구 충족을 위해 ①의 경우와 같이 가사노동시간을 늘리고 소비를 줄일 수도 있고, ②와 같이 가사노동시간은 줄이고, 대체할 가사 상품이나 서비스의 소비를 늘릴 수도 있다. 이처럼 가사노동과 소비는 상호교차되는 대체 가능성의 성격을 가진다.

오늘날 가정에서는 자원과 요구를 고려하여 어떤 영역의 가사노동을 시장에서의 소비로 어느정도 대체할 것인가를 의사결정한다. 가사노동과 소비의 대체에 관한 연구는 주로 ‘가사노동의 사회화’나 ‘가사노동과 상품 대체’ 등의 주제로 연구되어 왔다. 과거 선행연구들에서는 비교적 기술을 요하는 가사노동의 경우 상품의 품질이 좋기 때문에 상품 소비로 대체되는 경향이 있다고 밝혔다(이기춘 외, 1989; 이미숙, 1991). 예를 들면, 의복을 직접 수선하기보다는 전문 수선집을 이용하는 등



<그림 1> 가사노동과 소비의 상호교차성

전문적 기술을 요하는 가사노동의 경우 서비스 구매를 통해 해결하는 것이다. 그러나 2000년 이후에는 기술을 요하는 가사노동이 아니라고 할지라도 편의를 위해 가사노동을 소비로 대체하는 경우에 대한 연구가 진행되었다. 특히 식생활과 관련된 가사노동의 경우 편리하기 때문에 가사노동을 대체하는 시간 절약재화로 반조리식품 등의 상품을 소비하는 것으로 나타났다(구혜령·이기영, 2000). 한편, 2010년 이후에는 여성들의 유급 노동 참여가 점차 증가하면서 이에 따라 '가사노동의 시간 절약'을 위해 가사노동을 소비로 대체하는 경우가 많아져 그에 대한 연구가 진행되었다(차승은, 2015; 허수연·김한성, 2019). 여성들의 유급 노동 참여가 증대하면서 남성들의 가사노동 참여는 지체되는 가운데, 가사노동을 제3자에게 외주화하는 가사노동 사회화 현상이 나타난 것이다. 앞서 살펴본 바, 가사노동과 소비의 대체에 관한 연구가 시대적으로 경향이 다른데, 이는 그 당시 가사노동의 트렌드를 반영하는 것으로 이해할 수 있다.

한편, 가사노동과 산업의 관계를 연구한 김문태(2019)는 가구구조와 가치관의 변화로 가사노동의 효율화가 강조되면서 관련 산업의 상품, 채널, 노동 측면에서 변화가 나타나고 있다고 보고, 상품화, 온라인화, 외주화를 가사 비즈니스 사례로 제시했다. 즉, 가사의 상품화 차원에서 가사노동을 단축시키는 HMR, 신가전 등 상품의 판매가 호조세를 보이고, 가사의 온라인화 차원에서 오프라인 매장 방문의 번거로움이 온라인 채널로 대체되고 있고, 가사의 외주화 차원에서 중개플랫폼 투명화로 노동의 외주화가 확대되고 있다고 분석하였다. 이 연구는 가사노동이 시장에서 대체되는 형태를 상품과 채널, 노동 측면에서 관련 비즈니스 사례를 제시함으로써, 본 연구가 가사노동과 소비의 상호관계에서 가사노동의 시장 대체 경향을 분석하는 틀을 제시해주고 있다.

3. 가사노동과 소비에 영향을 미치는 요인

Becker(1965)는 가사노동에 시간을 분배하는 것의 가치가 가구구성원의 기호나 선호에 의해 영향을 받으며, 가사노동의 대체 여부나 어린 자녀 유무와 같은 가사노동에 대한 수요에 의해서도 영향을 받는다고 보았다. 특히 이러한 가사노동시간은 가구원의 수와 그 구성, 막내 자녀의 나이, 직업, 경제상태, 그 밖의 계절이나 생활지역 등 자연적 요인과 문화 정도 등의 사회적 요인에 따라 달라진다고 보았다.

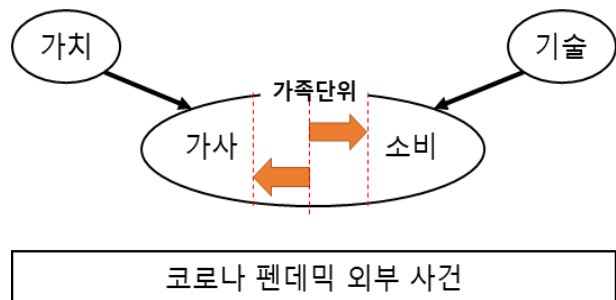
이처럼 가사노동과 소비간 배분에 영향을 미치는 요인으로 크게 1) 개인적 가치, 2) 기술의 발전, 그리고 3) 거시적 환경요인으로 나눌 수 있다. 우선 개인적 가치에 대해 살펴보면, 만약 전통적 가족 가치를 중시하는 가계라면, 가계에서 전통적인 성역할을 반영한 노동분담을 선호할 가능성이 높으며 어린 자녀의 존재와 같은 가사노동에 대한 요구를 증가시키는 상황들은 여성의 가사노동의 시간을 증가시키며, 동시에 소비나 노

동 참여에 대한 의사결정에는 부정적으로 영향을 미칠 수 있다(이승신 외, 2003). 또한 가족에 대한 전통적 가치·유교적 가치·성평등적 가치, 성역할태도 등이 중요한 영향요인이 될 수 있다(안옥희, 1993).

한편, 기술과 산업이 발전함으로써 가사노동과 소비 간의 시간배분이 달라지기도 한다. 20세기 초부터 대규모 공장이 세워지면서 산업현장에서 강조되던 생산성과 능률이 가정에게까지 확장되었고, 과학기술의 발달로 각종 가정기기와 설비, 소비상품의 도입이 증가하는 1960년대에는 보다 더 적극적으로 가사노동의 효율성이 강조되었다(김성희, 2002), 기술의 발전은 개인의 가사노동 시간의 가치를 낮추고, 이를 통해 여성의 노동 참여를 증가시키는 하나의 요인이 될 수 있다. 하지만, 산업화로 대량생산된 가정기기와 소비상품은 주부의 노동효율을 높여 가사노동 시간과 노력을 크게 절약시켜 줄 것이라는 기대와 달리, 실제 새로운 가사노동의 부가와 시장 대체 하였던 가사노동의 회귀, 남성의 일에서 여성의 일로의 전환, 가족의 생활표준의 향상 등으로 주부의 가사노동 절약효과는 크지 않았다(김성희, 2002)는 분석도 있다. 가전 기기가 가사노동시간을 줄여주는 효과가 있는지에 대해서는 논란이 있지만, 기술이 발전함으로써 가사노동을 효율적으로 도와주는 다양한 제품 및 서비스에 대한 소비가 증가한 것은 사실이다. 기능주의 가족사회학자인 탤컷 파슨스(Talcott Parsons)는 산업화가 가족체계로부터 많은 기능을 제거해버림으로써 결국에는 소비 기능만 가족체계에 남게 되었다고 주장하기도 하였다(김덕호, 2020).

마지막으로 가사노동과 소비 간의 시간배분에 있어 거시적 환경요인의 영향도 중요하다. 최근 코로나19 사태로 집에 머무르는 시간이 증가하다보니 자연스럽게 가사노동의 시간이 증가하고 이로 인해 가사노동의 어려움을 겪는 사람이 증가하기도 하였다(뉴스1, 2020). 이처럼 코로나19와 같은 거시적 환경 요인이 가사노동 시간의 증가와 감소에 영향을 미칠 수 있다.

이상의 논의를 종합하여 본 연구에서는 <그림 2>와 같이 가사노동과 소비의 의사결정에 영향을 미치는 요인을 3가지(가치, 기술, 코로나와 같은 외부사건)로 보고 가사노동 트렌드를 분석하고자 한다.



<그림 2> 가사노동과 소비의 의사결정 영향 요인

III. 연구방법

본 연구는 가족을 둘러싼 환경 변화 속에서 중년세대의 가사노동 양상이 어떻게 변화하고 있는지 그 트렌드를 살펴보는 것을 목적으로 한다. 즉, 가사노동을 둘러싼 환경으로 기본적인 인식 변화와 가사노동 관련 기술 및 산업 발전, 코로나19 팬데믹과 같은 외부환경 변화 속에서 가사노동과 소비의 상호 관계를 중심으로 현재 중년세대에게서 나타나는 가사노동 변화 트렌드를 살펴보고자 하는 것이다.

트렌드는 경향이나 동향, 추세 또는 단기간 지속되는 변화나 현상을 말하는 것이다. 기존의 트렌드 분석은 문헌조사, 설문조사, 전문가평가 등과 같은 방법을 사용하기 때문에 시간과 비용이 많이 소모된다는 한계점이 있는데, 최근 데이터마이닝과 같이 방대한 양의 데이터를 처리하는 빅데이터 기술의 발전으로 인해 빠르게 변화하는 시대에서 다양한 분야에 대한 트렌드를 분석하는데 자주 활용되고 있다(박준형 외, 2018). 트렌드는 지속되는 시간적인 길이에 따라 마이크로트렌드(Microtrend), 패드(Fad), 트렌드(Trend), 메가트렌드(Megatrend)로 구분할 수 있다. 보통 3-5년사이 지속되는 경우를 트렌드라고 한다(김난도 외, 2008). 본 연구는 이러한 트렌드 분석 방법과 트렌드 지속 기간을 고려하여 연구방법을 선정하였다.

앞서 제시한 트렌드 분석 기법 중에서 본 연구는 문헌조사 방법을 채택하여 중년세대 가사노동 변화 트렌드를 분석하였다. 연구자가 직접 데이터마이닝과 같은 기법으로 빅데이터를 처리하거나 직접 설문조사나 인터뷰를 실시하지는 않았지만, 트렌드 조사전문기관에서 발간한 자료나 관련 기업에서 발표한 트렌드 분석 자료, 관련 기사, 통계청 조사자료 등의 문헌 자료를 활용하여 2차적으로 분석하는 방식으로 트렌드를 추출하였다.

문헌자료를 분석함에 있어 우선, 중년세대는 생애주기 기준, 코호트세대 기준, 연령 기준으로 관련 자료를 선정하였다. 즉, 생애주기 기준으로는 ‘중년’, ‘중년세대’, ‘신중년’, ‘뉴노멀 중년’ 등을 키워드로 포함한 경우, 코호트세대 기준으로 ‘베이비붐세대’ 또는 ‘X세대’를 키워드로 포함한 경우를 검색하였고, 또한 연령을 기준으로 할 때는 ‘40대’와 ‘50대’를 중년세대로 보고 분석하였다.

한편, 가족자원경영 관점에서 가사노동 변화 트렌드를 가사노동 시간의 변화와 가사노동 수행 행태의 변화의 2가지 측면으로 나누어 보았다. 첫 번째 가사노동 시간의 변화는 통계청 국가통계포털의 생활시간조사 자료를 기본으로 1999년부터 2019년까지 20년간 데이터를 비교하여 그 추이와 경향성을 분석하였다. 두번째 가사노동 수행행태의 변화는 가사노동의 시장 대체 경향을 통해 살펴보았는데, 최근 3년간(1998년-2020년) 발표된 시장조사 분석자료, 연구보고서 및 신문기사 등을 검색하여 연구자료로 사용하였다.

본 연구는 문헌연구를 통해 중년세대의 가사노동 변화 트렌드를 파악하는 것으로, 이는 추후 양적 데이터 분석이나 질적 조사 연구를 진행하기 위한 기초자료를 제공한다는 점에서 연구의 의의를 가진다고 할 수 있다.

IV. 연구결과

1. 중년세대의 가사노동 시간의 변화

전통적인 성역할분담에 의해 가정에서 자녀양육과 가정관리 는 여성을 주축을 이루어져 왔다. 그러나 최근 여성의 경제활동이 증가함에 따라 가사노동의 인식에 대한 변화도 차츰 가능성을 보이고 있다. 실제로 2004년부터 2019년까지 5년 주기로 통계청 생활시간조사 결과에 따르면, ‘남자는 일, 여자는 가정’이라는 전통적인 남녀 성역할에 대해 반대하는 사람들의 비율이 꾸준히 증가하는 것으로 나타났다. 특히 전통적인 성역할에 반대하는 비중은 30대에서 가장 크게 증가한 것으로 나타났으며, 40대도 21.0% 증가하였고, 50대 19.6%, 60대 20.7%씩 증가한 것을 알 수 있다. 40대 이상 중년세대에서 전통적 성역할에 반대하는 비중이 두드러지게 증가하고 있다. 2019년 기준으로 모두 과반 이상이 ‘남자는 일 여자는 가정’이라는 성역할에 반대했다는 점은 눈여겨 볼만하다(통계청, 2020).

〈표 1〉 연령별 전통적 성역할 반대 비중

연령대	‘남자는 일, 여자는 가정’이라는 성역할에 대해 반대하는 비중				
	2004년	2009년	2014년	2019년	2004년과 비교
10대	77.3	78.2	79.3	87.9	10.6
20대	70.5	73.0	77.0	85.7	15.2
30대	57.8	62.0	68.4	81.6	23.8
40대	52.6	57.1	63.2	73.6	21.0
50대	47.6	51.8	57.6	67.2	19.6
60세 이상	36.4	45.3	49.2	57.1	20.7

* 출처: 통계청 생활시간조사 각 연도

성역할에 대한 인식이 점차 변화함에 따라 가사노동의 실제 시간도 변화한 것으로 나타났다. 1999년부터 2019년까지 기혼자의 성별 가사노동시간의 변화추이를 보면 다음 〈표 2〉와 같다. 전체적으로 기혼자의 가사노동시간은 1999년 160분에서 2019년 150분으로 10분 줄었다. 성별로 보면, 기혼여성의 가사노동시간은 271분에서 244분으로 줄어든 반면, 기혼남성의 가사노동시간은 36분에서 60분으로 늘었다. 조금 더 자세히 보면 가정관리영역의 가사노동 시간이 1999년 125분에서 2019년 115분으로 10분 줄어든 반면, 가족돌봄영역의 가사노동시간은 여전히 35분으로 크게 달라지지 않았다. 기혼자의 가사노

동시간의 변화는 가정관리영역을 중심으로 전반적인 감소추세 속에서 성별로는 여성의 가사노동시간이 크게 줄어든 반면, 남성의 가사노동시간은 증가하는 추세를 보이고 있다.

한편 가계생산 위성계정 개발을 위해 1999년부터 2014년까지 무급가사노동의 가치를 경제적으로 분석한 통계청(2019)의 연구결과를 통해 가사노동의 경제적 가치가 성별에 따라 어떻게 변화하였는지 파악할 수 있다(그림3). 전체적으로 남성의 평가액 비중은 1999년부터 계속 증가하고 있고(1999년 20.1% → 2014년 24.5%), 여성의 평가액 비중은 감소하고 있다(1999년 79.9% → 2014년 75.5%). 가사노동 행동분류별로 보았을 때, 특히 남성의 경우, 1999년 대비 2014년 음식준비가 가장 많이 증가한 반면 여성의 경우, 전통적인 여성 담당 영역인 의식주생활과 돌봄 영역에서의 가사노동시간이 줄고, 상품 및 서비스 구입 등의 시간이 늘어나는 등 가사노동 행태의 새로운 트렌드를 읽을 수 있다.

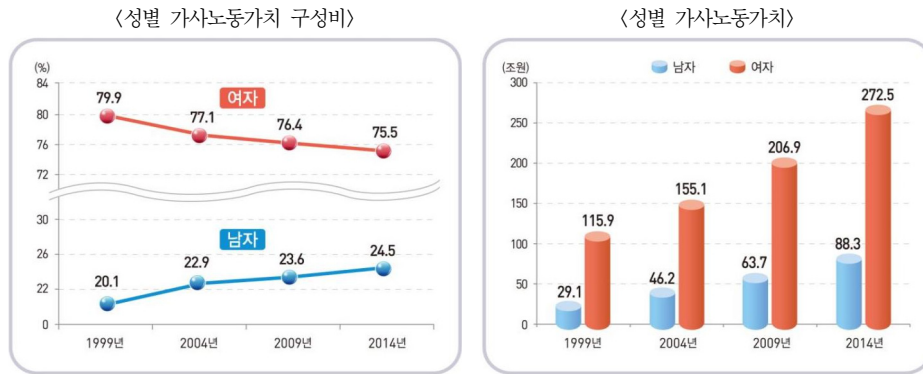
중년세대의 가사노동시간의 변화를 살펴보기 위해 통계청 생활시간조사 통계표에서 40대 이상 성별 가사노동시간의 변화를 연령대별로 추출해 보았는데, 우선 <표 3>에서 가사노동시간을 가정관리와 가족돌봄으로 분리하여 보면, 우선 가정관리시간은 40대의 경우 1999년 121분에서 2004년 113분, 2009년 108분, 2014년 106분, 2019년 111분으로 점차적으로 줄어주는 추세를 보인다. 반면 40대의 가족돌봄시간은 1999년 14분에서 2019년 31분으로 조금씩 늘어나는 추세를 보인다. 즉, 40대의 가사노동시간은 가정관리시간은 1999년 이후 지속적으로 줄어들고, 가족돌봄시간은 늘어나는 추세에 있음을 알 수 있다. 한편 50대의 경우에는 가정관리시간은 1999년(125분) → 2019년(112분)으로 줄어드는 추세에 있고, 가족돌봄시간 또한 1999년(15분) → 2019년(8분)으로 줄어드는 추세에 있다. 50대의 가사노동시간은 40대와 달리 가정관리와 가족돌봄 두 영역 모두에서 감소하는 추세를 보이는 것이 특징이다. 중년세대인

<표 2> 기혼자의 성별 일평균 가사노동시간의 변화

(단위: 분)

	1999			2004			2009			2014			2019		
	전체	남성	여성	전체	남성	여성	전체	남성	여성	전체	남성	여성	전체	남성	여성
전체	160	36	271	156	40	256	154	47	248	152	50	259	150	60	244
가정관리	125	25	214	119	27	199	118	33	193	115	34	199	115	43	190
가족돌봄	35	11	57	37	13	57	36	14	55	37	16	60	35	17	54

*출처: 국가발전지표, 가사노동시간 <http://www.index.go.kr/unify/idx-info.do?idxCd=4232>



<그림 3> 성별 가사노동가치의 변화

<표 3> 연령별 성별 일평균 가사노동시간의 변화

(단위: 분)

		1999			2004			2009			2014			2019		
		계	남	여	계	남	여	계	남	여	계	남	여	계	남	여
40~49 (40대)	가정관리	121	22	226	113	22	206	108	26	192	106	29	185	111	41	183
	가족돌봄	14	5	23	18	8	28	24	11	38	23	13	34	31	19	45
50~59 (50대)	가정관리	125	29	224	120	30	211	116	34	199	111	35	188	112	45	180
	가족돌봄	15	5	26	15	6	23	11	4	19	10	5	16	8	5	12
60세 이상	가정관리	122	43	183	126	45	184	127	49	187	133	58	192	128	62	183
	가족돌봄	18	12	22	16	12	20	13	9	17	10	8	12	9	6	12

*출처: 통계청 생활시간조사 통계표 (https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_2019_004_1TM1021X&conn_path=13)

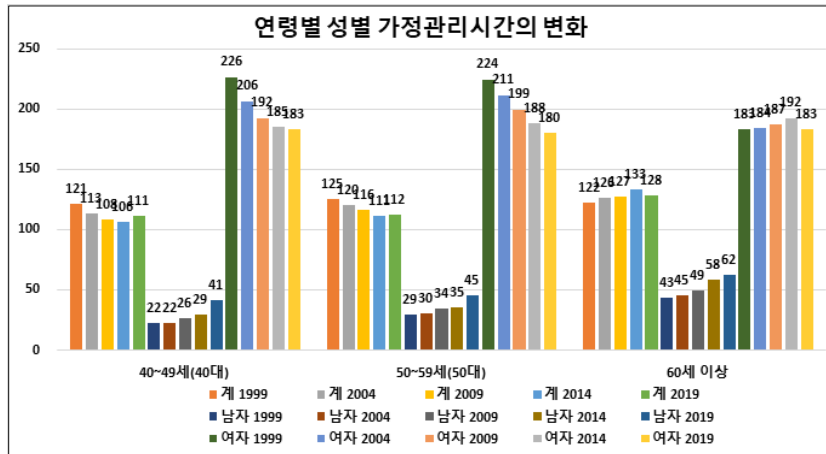
40대-50대와 비교할 때, 60세 이상 노년세대의 가사노동시간은 조금 다른 양상을 보인다. 1999년 60세 이상의 가정관리시간은 1999년(122분) → 2019년(128분)으로 조금씩 증가하는 추세에 있고, 가족돌봄시간은 1999년(18분) → 2019년(9분)으로 줄어드는 추세에 있다.

앞서 살펴본 바, 가사노동시간 변화의 추이가 가정관리시간과 가족돌봄시간에 따라 서로 다른 양상을 보이는 것을 알 수 있다. 가정관리시간과 가족돌봄시간을 분리하여, 연령별 성별 변화추이를 그래프로 살펴보았다. <그림 4>는 가정관리시간의 변화를 연령별, 성별로 본 것인데, 전반적으로 중년세대인 40대와 50대의 가정관리시간은 감소하는 추세이고, 노년 세대인 60대 이상은 증가하는 추세임을 알 수 있다. 이를 성별로 나누어 보면 남성은 40대, 50대, 60대 이상 모두 지난 20년간 가정관리시간이 증가하고 있는데 반해, 여성은 40대와 50대는 지난 20년간 40분 이상 줄어든 반면, 60대 이상은 큰 변화가 나타나지 않았다. 지난 20년간 가정관리시간의 변화 중 가장 두드러

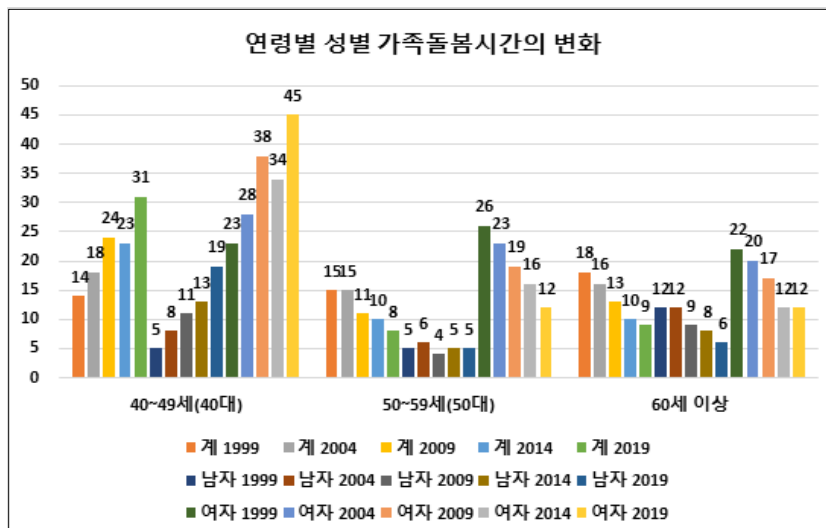
진 현상은 중년세대인 40대와 50대 여성의 가정관리시간이 급격하게 줄어들고 있다는 것이다.

<그림 5>는 가족돌봄시간의 변화를 연령별, 성별로 보여주고 있다. 가족돌봄시간은 중년세대 중 40대에서는 증가 추세를 보이고, 50대에서는 감소 추세를 보였다. 40대의 경우 돌봄이 필요한 자녀가 존재할 가능성이 크기 때문에 가족돌봄시간이 상대적으로 많은데, 과거에 비해 가족돌봄시간에 대한 수요가 더 커지는 양상이다. 반면 50대에서는 가족돌봄시간이 감소하고 있는데, 이는 자녀수 감소 등 가족돌봄에 대한 요구가 낮아지기 때문으로 추측된다. 60대 이상도 가족돌봄시간은 감소추세를 보인다. 성별에 따른 차이는 40대에서 남성, 여성 모두 자녀돌봄시간은 증가하는 추세에 있다는 것이 두드러진다.

앞서 살펴본 가사노동시간의 변화에서 가장 두드러진 것은 40대와 50대 중년세대 여성의 가정관리시간의 감소라 할 수 있는데, 이러한 추세를 보다 자세히 파악하기 위해 행동분류별 가정관리시간의 변화를 40대와 50대 중년세대를 중심으로 살



<그림 4> 연령별 성별 가정관리시간의 변화



<그림 5> 연령별 성별 가족돌봄시간의 변화

펴보았다(〈표 4〉, 〈표 5〉).

먼저 통계청 생활시간조사 통계표에서 40대의 행동분류별 가정관리시간의 변화를 추출해 보면, 다음 〈표 4〉와 같다. 40대의 가정관리시간은 지난 20년간 평균 121분(1999년)에서 111분(2019년)으로 총 10분 줄었고, 그 중에서도 여성의 가정관리시간이 226분(1999년)에서 183분(2019년)으로 43분이나 크게 감소하였다. 어느 영역에서 얼마나 감소하였는지 행동분류별로 자세히 들여다보면, 우선 음식준비시간이 125분(1999년)이던 것이 90분(2019년)으로 35분 줄어 전체 감소분에 기여가 가장 큰 영역이다. 그 다음으로 많이 감소한 영역은 청소 및 정리가 46분(1999년) → 38분(2019년)으로 8분 감소하였고, 섬유 및 신발관리가 28분(1999년) → 21분(2019년)으로 7분 감소하였다. 반면 여성의 상품 및 서비스 구입 시간은 19분(1999년)에서 25분(2019년)으로 6분 증가하였다. 즉, 40대 여성의 가정관리행동 중 음식준비, 의류관리, 청소정리 영역은 시간이 감소하고, 반대로 상품 및 서비스 구입 시간은 증가한 것을 알 수 있다. 한편 40대 남성의 가정관리시간은 전체 22분(1999년)에서 41분(2019년)으로 늘어나 행동분류별로도 조금씩 증가하는 추세를 보였다.

한편 50대의 행동분류별 가정관리시간의 변화를 보면, 우선 여성의 음식준비시간이 123분(1999년)이던 것이 91분(2019년)으로 32분 줄어 전체 감소분에 기여가 가장 큰 영역이라 할 수 있다. 그 다음으로 많이 감소한 영역은 청소 및 정리가 46분(1999년) → 36분(2019년)으로 10분 감소하였고, 섬유 및 신발관리가 28분(1999년) → 21분(2019년)으로 7분 감소하였다. 상품 및 서비스 구입 시간은 19분에서 20분으로 1분 증가하여 40대 여성만큼 크게 증가하지는 않았다. 50대 여성의 가정관리행동의 변화를 종합해보면, 음식준비, 의류관리, 청소정리 영역의 시간은 전반적으로 감소하고 있지만, 상품 및 서비스 구입 시간이 크게 증가하지는 않은 것을 알 수 있다. 50대 남성의 가정관리시간은 전체 29분(1999년)에서 45분(2019년)으로 16분 늘어났고, 행동분류별로도 조금씩 증가하는 추세를 보였다.

2. 중년세대의 가사노동 수행 행태의 변화: 가사노동 시장 대체

가사노동시간의 변화와 더불어 가사노동 수행 행태의 변화도 나타나고 있다. 본 연구에서는 가사노동의 행태 변화를 특히 가사노동과 소비의 상호관계 관점에서 가사노동 시장 대

〈표 4〉 40대 행동분류별 가정관리시간의 변화

행동분류	1999			2004			2009			2014			2019		
	요일평균			요일평균			요일평균			요일평균			요일평균		
	계	남	여	계	남	여	계	남	여	계	남	여	계	남	여
가정관리	121	22	226	113	22	206	108	26	192	106	29	185	111	41	183
음식준비	63	5	125	57	6	109	55	8	103	53	9	98	51	13	90
섬유 및 신발 관리	14	1	28	12	1	23	10	1	19	10	1	18	12	3	21
청소 및 정리	26	6	46	26	6	46	25	7	43	25	8	42	24	10	38
주거 및 가정용품 관리	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
차량 관리	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0
애완 동·식물 돌보기	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1	3	4	2	5
상품 및 서비스 구입	11	4	19	12	4	20	12	5	19	14	7	21	17	9	25
기타가정관리	5	3	6	5	3	7	5	3	7	2	1	3	2	1	2

* 출처: 통계청 생활시간조사 통계표 (https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_2019_004_1TMI021X&conn_path=13)

〈표 5〉 50대 행동분류별 가정관리시간의 변화

행동분류	1999			2004			2009			2014			2019		
	요일평균			요일평균			요일평균			요일평균			요일평균		
	계	남	여	계	남	여	계	남	여	계	남	여	계	남	여
가정관리	125	29	224	120	30	211	116	34	199	111	35	188	112	45	180
음식준비	63	6	123	62	8	117	59	11	107	56	11	102	54	16	91
섬유 및 신발 관리	14	1	28	12	1	23	11	2	21	10	2	18	12	3	21
청소 및 정리	27	9	46	27	8	45	27	9	44	26	10	42	24	11	36
주거 및 가정용품 관리	3	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
차량 관리	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0
애완 동·식물 돌보기	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	3	4	6	3	8
상품 및 서비스 구입	11	3	19	11	4	18	11	4	18	12	5	19	13	7	20
기타가정관리	6	6	6	7	6	8	7	6	8	2	2	3	3	2	3

* 출처: 통계청 생활시간조사 통계표 (https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=101&tblId=DT_2019_004_1TMI021X&conn_path=13)

체 경향을 중심으로 살펴보았다. 가사노동 시장 대체의 경향을 시장조사결과 및 트렌드분석 자료 등을 통해서 파악해 보았다.

먼저 음식준비 영역에서 가사노동 시장대체의 경향을 가정간편식(HMR : Home Meal Replacement)을 통해서 살펴보았다. 가정간편식은 바로 또는 간단히 섭취할 수 있도록 판매되는 가정식 스타일의 완전·반조리 형태의 제품으로, 식품공전 기준에 따라 즉석섭취식품, 즉석조리식품, 신선편의식품으로 분류된다. 한국농촌경제연구원에 따르면, 2018년 국내 가정간편식 출하액은 2017년보다 17.3% 많은 3조 2,164억 원 규모일 것으로 추정되며, 향후 2022년 출하액은 5조원을 상회할 것으로 전망된다(농림축산식품부·한국농수산물유통공사, 2019). 가정간편식 시장규모 증가 전망과 더불어 소비자들의 음식소비행태 또한 직접조리보다는 가정간편식을 활용한 방향으로 변화하고 있다. CJ제일제당의 조사에 의하면 우리나라 소비자들의 음식소비행태가 직접 조리는 2016년 45%에서 40.7%로 줄고, HMR 취식률은 같은 기간 12.4%에서 18.4%로 늘어났다고 한다(포춘코리아, 2020).

시장조사 전문기관의 가정간편식에 대한 인식조사(엠브레인 트렌드모니터, 2018)에 의하면, 대부분의 소비자가 가정간편식 이용 경험이 있고, 가정간편식 이용은 빠른 식사 준비가 가능하다(61%)는 점에서 가장 큰 매력을 느끼고 있는데, 이는 연령에 관계없이 모두 높았다고 한다. 같은 조사에서 소비자의 72.4%가 가정간편식 제품이 등장하면서, 집에서 밥을 해먹을 필요가 점점 줄어드는 것 같다고 느꼈는데, 특히 평소 밥을 직접 해먹는 비중이 높은 중장년층이 이런 변화를 젊은 세대보다 더 많이 체감하는(20대 68%, 30대 68.8%, 40대 75.2%, 50대 77.6%) 것으로 나타났다.

이와 같은 중장년층의 변화는 가정간편식 시장 트렌드 전망을 통해서도 나타나고 있다. 검색 및 SNS빅데이터를 통해서 가정간편식 시장의 트렌드를 분석한 결과(eMFORCE, 2019)에서 간편식 검색량의 변화추이를 연령별로 보면, 2019년 기준 3년간 평균 증가율이 25~29세(56.7%), 30~34세(52.5%), 35~39세(60.2%), 40~44세(61.85%), 45~49세(79.1%), 50~54세(82.5%), 55~59세(88.2%)로 50대에서 가장 큰 폭으로 증가하였다. 이는 검색 추이에 대한 데이터를 기준으로 한 것으로 20-30세대의 상대적 낮은 증가율은 실제 소비의 상대적 열위로 해석하기보다는 기존 즉석식품 시장의 주 고객층이었기 때문으로 해석하는 것이 타당하다. 반면, 간편식에 대해 상대적 수요가 낮았던 40대 및 50대의 증가폭이 커진 것이 두드러진다. 40대와 50대 중년세대는 아예 요리가 배제된 간편식을 선호하는 20-30대와 달리 '요리는 하되' 간편하게 할 수 있는 제품에 대한 관심이 높다. 40대의 경우 대중적인 레토르트 식품에서부터 관심을 보이기 시작하는데, 20-30대에게는 저관여로 인식되었던 냉동식품, 레토르트식품에 대한 검색량이 40대 이상부터 높아지는데, 이들은 기존의 요리 과정은 유지하면서 레토르트 식품 위주로

구입을 시도하는 Entry Group인 셈이다. 50대의 경우 간편식이 식생활에 적극적으로 반영되어 간편요리를 위한 가전 등 키워드를 통해 요리에 대한 니즈를 잘 보여주며, 전체 간편식 키워드 그룹과 가장 유사한 트렌드를 보이는 것으로 분석되었다. 이러한 결과는 40-50대 중년세대가 20-30대와는 달리 요리 기반 가정간편식의 소비층으로 새롭게 부각하고 있음을 시사해 준다.

간편식 시장 규모가 2022년에는 5조원을 넘어설 것으로 전망한 가운데, 지난해 초 메뉴 데이터 30만건, 전국 5000여 가구 가공식품 구매 기록과 5200만건 넘는 온라인 거래 등을 분석한 결과, 통념과는 달리 중장년층은 물론 노인도 간편식을 즐겨 먹는 것으로 나타났다(중앙일보, 2020). 이처럼 중년층의 HMR취식률의 증가는 음식준비에 소요되는 가사노동시간의 감소로 연결된다고 하겠다. 최근 CJ제일제당의 '2020 HMR Trend 전망' 중 하나가 '가시비(價時比)'인데, 가시비는 조리 시간을 절약해 개인 시간으로 활용하는 트렌드를 의미한다. 즉, 음식준비를 위한 가사노동시간을 줄여 이를 개인여가시간으로 활용한다는 트렌드로, 가정간편식 시장의 성장은 곧 가사노동시간의 변화로 귀결되는 것이다. 특히 코로나19는 식생활문화에 영향을 미쳐 가정간편식에 대한 성장세를 더욱 가속화시킨 측면이 있다. HMR은 세대를 불문하고 확대되고 있는 가운데 40~50대가 30대보다 더 많이 구매하는 것으로 드러났다(서울경제, 2020) 이처럼 가정간편식 시장은 꾸준히 성장 추세에 있고, 최근 코로나19 영향으로 가정간편식에 대한 기존 소비자의 소비량 증가는 물론, 중장년층과 같은 새로운 소비자층까지 유입되어 시장규모가 더 커지고 있다.

한편 가사대행 서비스에 대해서도 소비자의 인식과 시장규모가 급격하게 확대되고 있다. 우리나라 가사서비스 시장은 7조5000억원(2017년 기준·통계청)이고, 업계에서는 이보다 큰 약 12조원 규모로 추산하고 있다(현대카드·현대캐피탈 뉴스룸, 2019). 통계청에 따르면 우리나라 무급 가사노동의 경제적 가치 규모는 2014년 기준 360조7300억원 수준(통계청, 2019)으로, 이는 무급으로 이루어지고 있는 가사노동이 시장서비스로 대체될 경우 360조에 달하는 시장이 형성될 수 있다는 의미이다.

엠브레인 트렌드모니터(2020)에서 실시한 가사대행 서비스에 대한 인식조사결과를 보면, 전반적으로 가사대행 서비스에 대한 관심과 필요성도 증가하고 있는 것을 알 수 있다. 조사결과 10명 중 7명이 가사대행서비스가 바쁜 현대인들에게 꼭 필요한 서비스라고 응답했으며, 실제 가사대행서비스에 대한 이용 의향이 64.5%로 높게 나타났다. 연령별로는 20대 69.6%, 30대 72.4%, 40대 70.4%, 50대 74.8%로 모든 연령대에서 높은 수준이지만, 특히 50대에서 가장 높게 나타났다. 향후 이용 의향이 있는 서비스를 살펴보면 가정 내 대청소(61.8%) > 화장실 청소(47.8%) > 주방 청소(27.2%) > 가정 내 일상적 청소(26.2%) 순으로 나타났다. 또한 가사대행 서비스 향후 시장 전

망에 대해서는 응답자의 80% 이상이 향후 가사 대행 서비스 이용자가 증가할 것이라고 전망했다.

이러한 가사노동 시장 대체에 대한 소비자 인식 변화는 실제 시장에서의 소비 행동으로도 확인할 수 있다. 현대카드·현대캐피탈 뉴스룸(2019)이 가사서비스를 제공하는 가맹점들의 결제 데이터를 분석 결과, 결제건수 및 결제금액 모두에서 가사서비스 이용이 크게 증가하였다고 보고하였다. 2017년 5만6690건이었던 가사서비스 결제건수가 2019년 19만 42건으로 3.4배 가까이 증가했고, 같은 기간 결제금액 역시 3배 이상 증가했다고 한다. 여기서 가사서비스란 육아, 청소, 요리, 세탁을 모두 포함하는 것인데, 가장 두드러지는 성장세를 보이는 것은 요리와 육아 분야이다. 세대별로 보면 30대가 결제금액 기준으로 50%로 압도적으로 높은 비율을 차지하고, 40대(28%), 20대(9.89%), 50대(9.78%), 60대(2.29%) 순으로 나타났다. 하지만, 2017년 대비 2019년 가사서비스 이용 증가율을 보면, 결제건수와 결제금액 모두 50대에서 가장 높은 증가율을 보이고 있는 것으로 밝혀졌다. 50대는 육아 서비스를 사용 가능성이 매우 적음에도 불구하고 2017년 대비 2019년에 결제건수 400% 증가, 결제금액 381% 증가를 기록하고 있다는 점에서 육아를 제외한 청소·요리·세탁 관련 가사서비스 이용 비중이 높아지고 있다는 의미이다. 이는 향후 중년세대의 가사서비스 이용이 더욱 증가할 것이라는 예측을 가능하게 하는 근거가 된다.

앞서 조사 결과들을 종합하면, 전반적으로 가사노동 시장 대체 상품과 서비스에 대한 인식과 이용 의향이 긍정적으로 변화하는 경향이 우세한데, 이러한 경향은 중년세대에게도 예외는 아니며, 오히려 급증하는 경향이 젊은 세대보다 더 강력하게 나타난다는 특성을 보인다. 가정간편식을 이용해 집밥을 대체하거나, 가사대행 서비스를 이용해 가사노동 효율화를 추구하는 트렌드가 소위 밀레니얼 세대가 불리우는 젊은 층을 중심으로 확대될 것이라는 전망이 기존의 전망이었다면, 이제는 스마트폰 대중화로 이러한 경향이 중고령층으로 확대강화될 것(김문태, 2019)이라고 전망하거나, 가정간편식에 대한 수요가 상대적으로 낮았던 40대와 50대의 증가폭이 두드러지고(eMFORCE, 2019), 가사노동 외주화를 50대가 주도한다는 보고(현대카드·현대캐피탈 뉴스룸, 2019) 등을 통해서 중년세대의 가사노동 시장대체 가능성은 더욱 커질 것이라 전망할 수 있다.

이처럼 가정간편식을 이용하여 가사노동 시간을 줄이고, 가사 대행 서비스를 통해 가사노동을 외주화하는 현상을 트렌드 코리아 2020에서 ‘편리미엄’(김난도 외, 2019)이라 명명한 트렌드로 해석할 수 있다. 노동의 시간을 아끼고 편의성을 확보하기 위해 기꺼이 시장에서 비용을 지불하는 경향을 ‘편리미엄’ 트렌드라 정의하였는데, 현재 우리나라 가사노동과 소비의 관

계에서 나타나는 변화가 바로 ‘편리미엄’ 트렌드인 것이다. 편리미엄 트렌드의 가장 대표적인 예가 앞서 살펴본 바로 가정간편식과 가사서비스의 이용 증가이다. 트렌드 코리아 2020에서 노동의 시간과 양을 줄여주는 편리하면서도 프리미엄한 제품 및 서비스의 인기가 증가했음을 밝히며 이를 ‘편리미엄’ 트렌드라 정의했는데, 이러한 트렌드는 본래 온라인 이용이 자유롭고 개인 시간을 소중히 여기는 밀레니얼 세대가 주도했지만, 최근 밀레니얼 세대뿐 아니라 중년세대들에게까지도 편리미엄 트렌드가 확산되는 양상을 보인다. 코로나19의 확산을 계기로 집 안에 있는 시간이 늘어나면서 동시에 가사노동 시간도 함께 늘어나 중년층 사이에서도 편리미엄의 트렌드가 유입되기 시작하여 점차 전 연령층으로 확대된 것으로 해석하고 있다(김난도 외, 2020). 편리미엄 트렌드와 유사하게 국내 가전제품 시장에서 나타나는 ‘미코노미(Meconomy)’ 트렌드는 나(Me)와 경제(Economy)를 합친 합성어로 자신의 편리함과 여가를 위해선 돈을 아끼지 않는 소비 행태를 말하는데, 실제로 식기세척기를 포함해 바쁜 생활 속에서 내 시간을 아껴주는 가전제품이 최근 들어 폭발적인 인기를 끄는 것도 자신의 시간을 확보하려는 미코노미 현상으로 이해할 수 있다. 2019년 매출이 가장 많이 났던 제품은 식기세척기로 가사노동 시간을 줄여 나만의 시간을 확보하려는 소비자가 늘어난 결과로 분석하고 있다(매일경제, 2019). 실제 옥션·G마켓에서 2020년 1월 상품 판매 실적을 분석해 본 결과, 40-50대의 편리미엄 상품 구매가 두드러진 것으로 나타났다. 40-50대 소비자층의 음식물처리기 구매량이 70% 증가했고, 식기세척기 구매량은 633%, 로봇청소기 구매량은 384%로 급증했다. 설연휴를 앞두고 2030 세대는 여행에 관심을 두는 반면, 40-50 세대는 가사노동을 줄여주는 편리미엄 상품에 관심을 두는 것으로 대비되는 결과를 보였다. 음식물처리기와 식기세척기, 로봇청소기 등 편리함과 프리미엄을 결합한 이른바 ‘편리미엄’ 가전제품의 판매량이 40-50대 중년세대에서 큰 폭으로 증가한 것으로 나타났다(한국경제, 2020). 특히, 코로나19로 집에 있는 시간이 늘어나면서, 가사노동 시간을 줄이고 여가 시간을 늘릴 수 있는 생활 가전에 대한 관심이 높아지면서, 식기세척기, 무선청소기, 세탁기, 건조기 등의 가전들이 더욱 인기를 끌고 있다(디지털데일리, 2020).

앞서 여러 시장조사자료와 신문기사는 최근 중년세대에서 가사노동시간을 아끼고 편의성을 확보하기 위해 시장에서 가사 상품 및 서비스를 구매하는 ‘편리미엄’ 트렌드가 두드러지게 나타나고 있음을 보여주고 있다. 대표적으로 가정간편식의 이용, 식기세척기나 청소기, 건조기 등 가전제품 구입, 가사 대행 서비스 이용 등에서 40-50대 중년층의 존재감이 강하게 드러나 시장의 주목을 받고 있는 사실을 확인할 수 있다.

V. 결론 및 논의

본 연구는 생애주기 한 가운데에서 역동적인 변화를 맞이하고 있는 중년세대의 특징과 가사노동 트렌드를 분석함으로써 이들이 변화에 어떻게 대처하고 적응해나가고 있는지 살펴보고 있다.

본 연구에서는 주목한 중년세대는 베이비붐세대와 X세대의 코호트 특성을 고려하면서 연령별로 40대와 50대를 중심으로 한 것이다. 기본적으로 통계청의 생활시간조사자료를 통해 가사노동시간의 추이를 분석하고, 각종 시장조사자료, 연구보고서, 신문기사 검색을 통해 가사노동 트렌드를 분석하였다. 분석한 결과 다음과 같이 중년세대 가사노동 변화 트렌드를 추출하였다.

첫째, 가사노동 시간의 변화를 보면, 성역할 인식의 변화만큼 성별 차이가 사라진 것은 아니지만, 지난 20년간 여성의 가사노동시간은 줄고 남성의 가사노동시간은 늘어나는 추세를 보인다. 연령별, 성별 가사노동시간의 변화를 보다 자세히 보면, 40대와 50대 중년세대 여성의 가정관리시간이 지난 20년간 40분 이상 줄어들었다는 점이 두드러진다. 영역별로는 음식준비시간이 가장 많이 감소하였고, 그 다음으로 의류관리와 청소정리가 감소하였으며, 반대로 상품 및 서비스 구입시간은 증가하였다. 이처럼 음식준비와 세탁, 청소 등 전통적인 가사노동 시간이 줄고, 상대적으로 상품 및 서비스 구입시간이 늘어난 것은 가사노동 시장대체 경향의 확대를 해석할 수 있다.

둘째, 가사노동과 소비와의 관계에서 가사노동의 시장 대체에 대해서는 매우 긍정적이고 적극적인 태도를 보이고 있다. 밀레니얼 세대가 주도한 소위 '편리미엄 트렌드'(노동의 시간과 양을 줄여주는 편리하면서도 프리미엄한 제품 및 서비스를 선호)가 중년세대에게서도 강하게 나타나, 최근 시장에서는 40-50대 중년세대가 가사 상품 및 서비스 시장을 주도할 것이라는 예측이 나오고 있다. 앞서 살펴본 가정간편식 시장도 2022년 5조원을 상회할 것으로 전망되는 가운데, 특히 40-50대 중년세대는 새롭게 유입되는 소비층으로 주목을 받고 있다. 실제로 세대별 상품 판매 데이터를 분석해 보면 가사 상품 및 서비스 활용의 절대적인 비율은 30대가 가장 높으나 그 증가율은 40-50대 중년세대에서 큰 폭으로 상승하고 있는 추세를 보였다. 자신의 편리함과 여가를 위해 돈을 아끼지 않는 소비 트렌드가 젊은 층인 밀레니얼 세대를 시작으로 하여 중년세대까지 확대되고 있는 양상이다. 중년세대의 경제적 특성과 가치관에 따라서는 이러한 가사노동 시장 대체 트렌드가 오히려 젊은 세대보다 더 강력할 수도 있을 것이다.

셋째, 최근 코로나19의 확산을 계기로 집 안에 있는 시간과 동시에 가사노동 시간이 함께 늘어나게 되면서 가사 대체 시장으로의 중년세대 유입이 더욱 가속화되는 추세를 보이고 있다.

가정간편식의 주요 소비층이었던 20-30대와는 달리 40-50대는 요리 기반 가정간편식에 대한 수요가 큰데, 최근 코로나19 영향으로 그 성장세가 더욱 커지고 있다. 뿐만 아니라, 코로나19로 집에 있는 시간이 늘어나면서, 가사노동 시간을 줄여주는 생활가전에 대한 관심이 높아져, 식기세척기, 무선청소기, 세탁기, 건조기 등 생활가전에 대한 수요가 40-50대 중년세대에서 급증하고 있다. 세계 최대 가전·IT 전시회인 CES (Consumer Electronic Show :소비자가전쇼)가 코로나19로 인해 2021년에는 온라인으로 개최되었는데, 주요 테마는 바로 '코로나 뉴노멀'이었다. 우리나라 주요 가전회사의 테마 또한 코로나시대 홈라이프에 초점이 맞춰졌다(디지털타임스, 2021). 코로나19로 가사노동의 수고를 덜어주기 위한 생활가전이나 가정간편식에 대한 수요가 증가함에 따라 관련 시장의 매출도 급성장하는 추세가 여러 기사(연합인포맥스, 2021; 조선비즈, 2021)를 통해 보고되고 있는 가운데, 중년세대의 가사노동 시장대체 트렌드는 더욱 가속화될 전망이다.

이상에서 정리한 바, 중년세대의 가사노동 트렌드를 살펴보는 것은 향후 시장의 흐름을 예측하고 중년 세대 삶의 질 향상을 지원하는 가족정책에 시사점을 제시할 수 있다는 점에서 의미가 있다. 특히 가족자원경영관점에서 가사노동과 소비의 상호대체관계를 중심으로 중년세대의 가사노동 트렌드를 분석하는 것은 향후 새로운 중년세대의 생활설계 정책의 근거 자료를 제공하고, 지역사회 프로그램 개발의 기초 자료를 제공할 수 있어야 한다. 이런 관점에서 중년세대 가사노동 변화 트렌드를 분석할 때, 과연 기술과 산업의 발전으로 가사노동의 시간과 강도가 줄어 중년세대 가족의 삶의 질이 향상되었는지 평가해 볼 필요가 있다. 가사노동을 줄여주는 생활가전과 가사노동을 대체해주는 상품과 서비스가 개발되어 시장이 커지고 가사노동이 소비로 대체되면서, 그동안 가사노동을 담당해왔던 가족원의 부담이 줄어들고 삶이 보다 윤택해졌는가? 이런 질문에 대한 답을 통해 기술과 산업의 발전 방향을 제시하는 것이 가족자원경영학의 과제라 할 수 있다.

앞서 국민생활시간조사 결과와 각종 시장트렌드 분석 자료들을 종합해보면, 중년세대 가사노동의 변화 트렌드는 가사노동의 시장 대체를 통한 가사노동 효율화를 지향하고 있다는 것은 분명히 확인할 수 있다. 하지만, 통계청에서 국민생활시간 조사를 시작한 1999년 이후 2019년까지 20년간 중년세대 가사노동시간의 양은 크게 줄지 않았고, 40대의 경우 오히려 가족돌봄시간이 늘어 총 가사노동시간은 증가하기까지 하였다. 가족돌봄을 제외하고 가정관리시간만 보면, 40대와 50대 모두 총 시간이 조금씩 줄어들었지만 드라마틱한 변화는 보이지 않았다. 다행히 가사노동에 대한 인식은 양성평등한 방향으로 진보하고 있고, 시간 측면에서도 여성의 가사노동시간은 줄고, 남성의 가사노동시간은 작지만 점차 늘어가고 있는 추세를 보인다. 이는 점에서 긍정적이지만, 여전히 여성의 가사노동 부담이 크다는 데에는 변화가 없다. 20세기 눈부신 과학기술의 발전

에도 불구하고 ‘세탁기의 배신(김덕호, 2020)’이 나타난 것과 마찬가지로, 21세기에 가속화되고 있는 가사노동 시장 대체 트렌드 또한 성별, 세대별로 차별화된 형태로 나타나서는 안 될 것이다.

4차 산업혁명 시대 인공지능을 탑재한 기술 혁신이 가속화 되고, 코로나19 팬데믹 이후 ‘코로나 뉴노멀’ 이 일상이 되면서 그동안 상상하지 못한 형태로 기술의 발전이 예상되는 가운데, 가사노동을 둘러싼 기술과 시장 환경도 급속한 변화와 혁신이 전망된다. 이런 상황에서 가사노동의 혁신을 가져다줄 새로운 기술과 시장이 지향해야 할 가치와 관점에 대한 연구가 가족자원경영학적 관점에서 이루어질 필요가 있다. 또한 가사노동의 시장 대체만으로 가사노동의 부담이 사라지는 것은 아니라는 점에서 가족원들이 함께 가사노동의 역할을 분담하고 스스로 자기돌봄을 수행할 수 있도록 하는 생활설계교육도 병행될 필요가 있다.

본 연구는 문헌연구를 통해 중년세대의 가사노동 변화 트렌드를 파악하는 것으로, 이는 추후 양적 데이터 분석이나 질적 조사 연구를 진행하기 위한 기초자료를 제공한다는 점에서 연구의 의의를 가진다. 향후 국민생활시간조사의 원자료를 직접 분석하여 가사노동 영역별로 세분화된 특성과 영향요인을 분석하고, 실제 코호트별 연령으로 구분하여 중년세대 내 차별화된 세대 특성을 포착하는 작업을 통해 중년세대 가사노동의 트렌드를 보다 실증적으로 보여줄 수 있을 것이라 생각한다. 또한 중년 세대 가사노동 트렌드를 보다 심층적으로 파악하기 위하여 실제 중년세대 남성과 여성이 경험하는 가사노동의 일상과 수요를 질적인 연구방법으로 접근하는 연구도 진행될 필요가 있다.

참고문헌

- 1) 고정옥 · 김정숙(2009). 중년여성소비자의 라이프스타일과 노후생활 준비행동에 관한 연구. 소비자정책교육연구, 5:3, 17-39.
- 2) 구혜령 · 이기영(2000). 상품특성에 대한 태도와 가사노동 상품대체에 관한 연구. 한국가정관리학회지, 18(3), 39-51
- 3) 권정윤 · 김난도(2019). 소비자학 분야에서의 세대의 개념, 범주 및 특성에 관한 연구. 소비자학연구, 30(5), 77-99.
- 4) 김난도 · 권혜진 · 김희정 (2008). 트렌드코리아 2009, 서울: 미래의창.
- 5) 김난도 · 전미영 · 최지혜 · 이향은 · 이준영 · 김서영 · 이수진 · 서유현 · 권정윤(2019). 트렌드코리아 2020. 서울 : 미래의창.
- 6) 김난도 · 전미영 · 최지혜 · 이향은 · 이준영 · 이수진 · 서유현 · 권정윤 · 한다혜(2020). 트렌드코리아 2021. 서울 : 미래의창.
- 7) 김덕호(2020). 세탁기의 배신, 서울 : 뿌리와 이파리.
- 8) 김문기(2014). 디자인기획과 전략, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 9) 김문태(2019). 가사노동 효율화와 산업의 변화. 하나금융경영연구소 하나금융포커스, 9(21), 4-7.
- 10) 김선우(2013). 한국, 미국, 스웨덴의 소비문화 비교-성별, 세대별 차이를 중심으로. 소비자학연구, 24(3), 183-210.
- 11) 김성희(1996). 가정기기 도입에 따른 가사노동의 변화-현대과학기술에 의해 생산된 가정기기를 중심으로. 서울대학교 박사학위논문.
- 12) 김성희(2002). 한국여성의 가사노동과 경제활동의 역사. 서울 : 신정.
- 13) 김애순 역(1998). 여자가 겪는 인생의 사계절, Daniel J. Levinson(1996). The Seasons of a Woman's Life, 서울 : 세종연구원.
- 14) 김우성 · 허은정 (2007). 베이비붐세대, X세대, Y세대 소비자들의 소비관련 가치관과 라이프스타일의 비교. 소비문화연구, 10(4), 31-53.
- 15) 김정은 · 구혜경(2017). X 세대 기혼여성소비자의 생애사적 관점에서의 소비생활 탐색. 소비문화연구, 20(4), 19-49.
- 16) 김종근(2014). 대한민국 사회문화 트렌드 분석. 문화산업연구, 14(1), 45-56.
- 17) 농림축산식품부 · 한국농수산물유통공사(2019). 2019 가공식품 세분시장 현황보고서. 농림축산식품부.
- 18) 뉴스1(2020.10.13.). 코로나로 가족관계 나빠져, 경제적 어려움 자녀돌봄부담이유 <http://jeju.news1.kr/news/articleView.html?idxno=51059>
- 19) 동아일보(2016.11.30). 4050은 자기관리 ‘뉴노멀 중년’.. 30대는 여행즐기는 ‘얼리 힐링’ <https://www.donga.com/news/Economy/article/all/20161129/81589032/1>
- 20) 디지털데일리(2020.10.16.). ‘가시비(價時比)’가 뭐지?... 여가 시간 찾아주는 생활가전 ‘인기’ http://m.ddaily.co.kr/m/m_article/?no=203268
- 21) 디지털타임스(2021.1.14.). [CES 2021] ‘코로나 뉴노멀’ 홈라이프 초점... 소비자 건강 · 위생 맞춤 관리 http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2021011502100232781001
- 22) 매일경제(2015.1.8.) 다시 돌아온 X세대...우리 40대가 달라졌어요. <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2015/01/24173/>
- 23) 매일경제(2019.12.16.). “나를 위해선 아낌없이 쓴다”...올해 ‘미코노미’ 열풍 <https://www.mk.co.kr/news/home/view/2019/12/1053256/>
- 24) 문숙재(1988). 가정생산-가사노동의 생산성과 평가를 위한 접근. 서울 : 신평출판사.
- 25) 문숙재 · 정지영(1991). 가사노동 서비스 영역의 사회화와

- 그 만족 수준에 관한 연구. *Family and Environment Research*, 29(3), 131-152.
- 26) 문숙재 · 홍성희(1989). 생활양식 유형에 따른 가사노동 사회화에 관한 연구. *Family and Environment Research*, 26(3), 153-169.
- 27) 박준형 · 류범모 · 오효정(2018) 시계열 기반 국내 기록관리학 토픽 트렌드 분석. *한국기록관리학회지*, 18(1), 2018, 29-47.
- 28) 사이언스올(2010.6.28.). 기술공학분야 20세기 이후 10대 사건 4: 가사노동을 줄여준 해결사, 가전기기, <https://www.scienceall.com/가사노동을 줄여준 해결사 가전기기>
- 29) 산업통상자원부(2017.7.28). 젊은 40대, '나는 영포티일까?' 대한민국 정책브리핑. <https://www.korea.kr/news/cardnewsView.do?newsId=148840347>
- 30) 삼성경제연구소(2011). 뉴시니어세대의 3대 키워드, SERI 경영 노트 96호.
- 31) 서울경제(2020.3.22.). 올 HMR시장 키워드는 '가시비(價時比)' <https://www.secdaily.com/NewsView/1Z0AQWFLEU>
- 32) 안옥희(1993). 도시주부의 성역할 태도와 가정관리에 대한 가치의식이 가사노동 만족도에 미치는 영향. *대한가정학회지*, 31(4):1-23.
- 33) 엠브레인 트렌드모니터(2018). 가정 간편식(HMR) U&A 관련 조사. 마크로밀엠브레인.
- 34) 엠브레인 트렌드모니터(2020). 2020 가사노동 및 가사 대행 서비스 관련 인식조사. 마크로밀엠브레인.
- 35) 연합뉴스(2020.5.21.). 코로나19에 맞벌이부부 가사육아 시간 약2배로 증가 <https://www.yna.co.kr/view/AKR20200521124400009?input=1195m>
- 36) 연합뉴스포맥스(2021.1.15.). 집콕시대 가전호황 <https://news.einfomax.co.kr/news/articleView.html?idxno=4127461>
- 37) 이기영(1987). 가사노동의 상품대체에 관한 연구. 서울대학교 박사학위논문.
- 38) 이기영 · 구혜령(1999). 가사노동의 사회화와 결정요인에 관한 연구. *가정과삶의질연구*, 17(1), 167-178.
- 39) 이기영 · 김외숙(2002). 가사노동과 시간관리. 서울 : 방송대출판부.
- 40) 이기춘 · 이은영 · 이기영 · 황인경 · 김민자 · 김영옥(1989). 산업사회의 소비자행태연구. *대한가정학회지*, 27(2), 115-132.
- 41) 이미숙(1991). 가사노동 사회화에 관한 연구. 원광대학교 석사학위논문.
- 42) 이승신 · 김기옥 · 김경자 · 심영 · 정순희(2003). 가계경제 분석, 서울 : 신정.
- 43) 이은희 · 김경자 · 이성림 · 유현정 · 차경옥 · 이영애 · 이준영(2015). 세대별 가계경제구조 비교분석. 소비자정책교육연구, 11(2), 197-227.
- 44) 장은령(2000). 중년여성의 자아정체감과 우울에 미치는 변인 연구. 서울대학교 석사학위논문.
- 45) 정성지(2013). 중년 여성 소비자의 자아존중감과 신체만족도가 의복 만족도와 의복선택기준에 미치는 영향. *한국의류산업학회지*, 15(1), 84-94.
- 46) 조선비즈(2021.1.11.). 코로나로 온라인 가공식품 구매 3배 증가·주로 간편식 구입 https://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2021/01/11/2021011102348.html?utm_source=urlcopy&utm_medium=share&utm_campaign=biz
- 47) 조희금 · 김선미 · 이승미 · 성미애 · 진미정 · 이현아(2014). 중년기 기혼남녀의 100세 사회 가족생활 전망과 가족정책에의 함의점. *가정과삶의질연구*, 32(1), 151-166.
- 48) 중앙일보(2010.4.12.). 나는 없고 가족만 있는 베이비붐세대. <https://news.joins.com/article/4105825>
- 49) 중앙일보(2020.5.20.). 코로나로 판 키운 가정간편식...이번엔 '국·탕·찌개 전쟁' <https://news.joins.com/article/23781551>
- 50) 진미정 · 성미애 · 손서희 · 유재연 · 이재림 · 장영은(2020). 코로나19 확산에 따른 가족생활 및 가족관계의 변화와 스트레스. *Family and Environment Research*, 58(3), 447-461.
- 51) 차승은(2007). 생활시간자료를 통해 본 중년의 일상유형: 중년의 일, 가족, 여가시간과 시간압박. *한국인구학회:학술대회논문집*, 135-154.
- 52) 차승은(2015). 기혼여성의 취업여부에 따른 시간압박감과 관련요인의 차이. *한국가정관리학회지*, 33(5), 37-53
- 53) 통계청(2010.4.12.). 사회조사를 통해 본 베이비붐 세대의 특징. 통계청 보도자료.
- 54) 통계청(2010.5.7.). 통계로 본 베이비붐 세대의 어제, 오늘 그리고 내일. 통계청 보도자료
- 55) 통계청(2017.4.25.). 세상과 통하다 “지금은 아재시다, 대세는 영포티(Young Forty)” https://blog.naver.com/hi_nso/220991681211
- 56) 통계청(2019). 가계생산 위성계정 1999-2014. 통계청.
- 57) 통계청(2020). 2019년 생활시간조사 결과. 통계청.
- 58) 포춘코리아(2020.5.27.). CJ제일제당 “HMR, 코로나19 영향으로 성장에 날개” <http://www.fortunekorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=12480>
- 59) 한국경제(2020.01.16.). 설 연휴, 2030은 여행, 4050은 가사노동 줄여주는 상품관심 <https://www.hankyung.com/economy/article/202001161258Y>
- 60) 한국일보(2016.1.8.) 한국사회 변화의 열쇠 ‘영포티(Young Forty)’ 입력 2016.01.08. 04:40 <https://www.hankookilbo.com/News/Read/201601080484706045>
- 61) 허수연 · 김한성(2019). 맞벌이 부부의 가사노동 시간과 분담에 관한 연구. *한국가족복지학*, 64, 5-29.

- 62) 현대카드·현대캐피탈 뉴스룸(2019.11.20.). 집안일을 아웃 소싱하다: 현대카드 결제데이터로 본 가사서비스의 사회학 <https://newsroom.hcs.com/front/board/%EC%A7%91%EC%95%88%EC%9D%BC%EC%9D%84-%EC%95%84%EC%9B%83%EC%86%8C%EC%8B%B1%ED%95%98%EB%8B%A4>
- 63) eMFORCE(2019). 간편식 시장 트렌드 리포트. eMFORCE 데이터랩.
- 64) Reid, M.(1934). Economics of Household Production, New York: John Wiley and sons.
- 65) Becker, G.(1965). A Theory of the Allocation of Time. The Economic Journal, 75(299), 493-517.

- 투 고 일 : 2020년 12월 04일
- 심 사 일 : 2021년 01월 14일
- 계 재 확 정 일 : 2021년 01월 29일