

발간등록번호

11-1240000-001813-01

『 소비자동향조사 』
2024년 정기통계품질진단 결과보고서

2024 Regular Assessment Report

한국통계진흥원

2024. 12.

본 보고서는 한국통계진흥원이 통계청으로부터 위탁을 받아 진단한 결과입니다. 보고서의 내용은 한국통계진흥원(연구진)이 진단한 내용이며, 통계작성기관의 확인을 거쳐 작성했습니다.

제 출 문

통계청장 귀하

본 보고서를 “『 소비자동향조사 』 2024년 정기통계품질진단” 과제의 최종보고서로 제출합니다.

2024 년 12 월 31 일

연 구 원 : 한국통계진흥원 박원란 연구위원

조사표·유사통계
연 구 원 : 한국통계진흥원 정미량

표 본 연 구 원 : 한국통계진흥원 이영민

M D 연 구 원 : 한국통계진흥원 정미량

목 차

결과보고서 요약문	1
정기통계품질진단 흐름도	2
제 1 장 진단대상통계 개요	3
제 2 장 통계품질진단 결과	5
제 1 절 통계작성절차별 진단결과	5
1. 통계작성 기획 진단결과	5
2. 통계설계 진단결과	7
3. 자료수집 진단결과	10
4. 통계처리 및 분석 진단결과	13
5. 통계공표, 관리 및 이용자서비스 진단결과	17
6. 통계기반 및 개선 진단결과	21
제 2 절 품질차원별 진단결과	23
1. 관련성	23
2. 정확성	24
3. 시의성/정시성	24
4. 비교성/일관성	24
5. 접근성/명확성	25
제 3 절 진단결과 종합표	26
제 3 장 개선과제별 개선방안	27

제 1 절 경기대응력 강화를 위한 조사항목 검토 및 개선	28
1. 현황 및 문제점	28
2. 세부 개선과제 내용	28
제 2 절 응답분위기 조성 및 관리	29
1. 현황 및 문제점	29
2. 세부 개선과제 내용	29
제 3 절 담당자의 전문성 향상	30
1. 현황 및 문제점	30
2. 세부 개선과제 내용	30
제 4 절 개선과제 요약	31
붙임1) 자료수집 체계 점검 결과	33
붙임2) 이용자 요구사항 반영실태 점검 결과	41
붙임3) 공표자료 오류 점검 결과	49
붙임4) 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검 결과	55
붙임5) 표본설계 점검 결과	63
붙임6) 마이크로데이터 품질 점검 결과	81
부 록. 통계품질진단 개요	91
1. 통계품질진단의 개념	91
2. 통계품질진단 체계	92
3. 통계품질 수준 측정	97

표 목 차

<표 1> 소비자동향조사(2024 기준) 개요	3
<표 2> 통계작성 기획 진단결과	6
<표 3> 통계설계 진단결과	8
<표 4> 자료수집 진단결과	11
<표 5> 통계처리 및 분석 진단결과	14
<표 6> 통계공표, 관리 및 이용자서비스 진단결과	18
<표 7> 통계기반 및 개선 진단결과	21
<표 8> 진단결과 종합표	26
<표 9> 개선과제 요약	31
<표 10> 과거 개선과제 이행 현황	32

그림 목 차

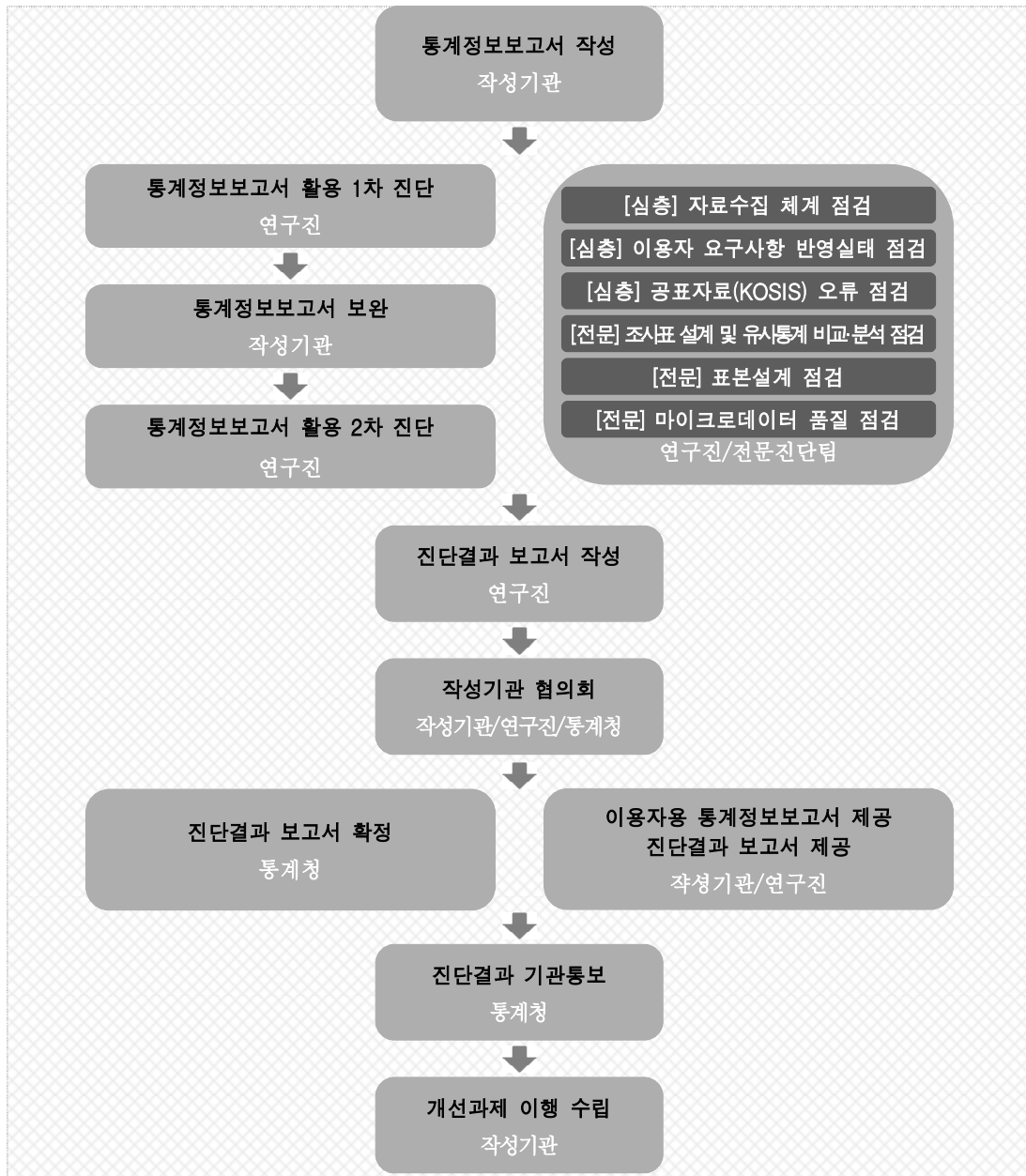
<그림 1> 통계품질진단 흐름도	2
<그림 2> 『소비자동향조사』 품질차원별 진단점수(방사형 그래프)	23

결과보고서 요약문

진단통계명	「소비자동향조사」 (한국은행)			
주 제 어	소비자심리지수, 기대인플레이션을			
진 단 기 간	2024. 2. ~ 2024. 12.			
진 단 기 관	통계청, 한국통계진흥원			
연 구 진	박원란, 정미량, 이영민			
점검기준년도	공표자료 오류 점검	2024년	조사표 설계 점검	2024년
	표본설계 점검	2024년	마이크로데이터 품질 점검	2024년
<p>이번 진단에서 활용한 통계는 2024. 4.24.에 공표된 2024년 4월 소비자동향조사 결과이다.</p> <p>본 진단은 소비자동향조사의 전반적인 품질 상태를 살펴보고, 본 조사를 통해 제공되는 국가통계에 대한 신뢰성을 제고할 수 있는 방안을 제시하기 위해 수행되었다. 통계품질진단은 통계작성기관에서 작성한 「통계정보보고서」를 기반으로 한 통계작성절차별 작성실태 점검, 자료수집 체계 점검, 이용자 요구사항 반영실태 점검, 공표자료 오류 점검, 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검, 표본설계 점검, 마이크로데이터 품질 점검을 근거로 종합적인 평가를 진행하였다.</p> <p>소비자동향조사에 대한 통계작성절차별 진단결과를 살펴보면, 통계작성 기획 5.0점, 통계설계 5.0점, 자료수집 4.7점, 통계처리 및 분석 5.0점, 통계공표, 관리 및 이용자서비스 4.3점, 통계기반 및 개선 4.5점으로 평가되었다. 전체적으로 4.7점 수준의 높은 통계수준을 보여주고 있다. 다만, 통계공표, 관리 및 이용자서비스에서 보도자료를 통한 공표 및 통계DB를 통한 공표 등 이용자를 위해 다양한 자료제공을 위해 노력하고 있으나, 마이크로데이터를 제공하지 않으므로 이용자서비스 측면의 점수에서 상대적으로 낮은 수준을 나타내었다.</p> <p>품질차원별 진단결과는 관련성 4.9점, 정확성 4.7점, 시의성/정시성 5.0점, 비교성/일관성 5.0점, 접근성/명확성 차원에서는 3.7점으로 나타났다. 특히 접근성/명확성 차원에서의 진단 결과가 낮게 평가되었는데 이는 앞에서 언급한 바와 같이 이용가능한 마이크로데이터를 제공하지 않았기 때문이다.</p> <p>품질점검 결과 단기적으로는 성실한 응답을 유도하는 응답분위기 조성 및 관리와 심리조사 담당자의 교류확대 및 최신 통계기법 습득을 위한 담당자의 전문성 향상이 도출되었다. 중장기적으로는 소비자동향지수의 경기대응력 향상을 위한 조사항목 검토 및 개선이 도출되었다.</p>				

정기통계품질진단 흐름도

정기통계품질진단은 하단의 진단절차에 따라 진행되며, 본 보고서는 진단 결과를 종합정리한 진단결과 보고서이다. 통계품질진단의 개념 및 체계, 수준 측정에 대한 자세한 설명은 보고서 마지막 부분의 부록을 통해 확인할 수 있다.



<그림 1> 통계 품질진단 흐름도

제 1 장 진단대상통계 개요

<표 1> 소비자동향조사(2024 기준) 개요

기본정보	작성유형	• 조사통계
	통계종류	• 일반통계
	승인번호	• 301020
	승인일자	• 1998년 8월 19일
	법적근거	• 한국은행법 제86조
	조사목적	• 소비자의 경제상황에 대한 판단과 향후 소비지출계획 등을 파악하여 경제현상 진단 및 전망에 활용하기 위함
	주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> • 최초조사 : 1995년 3/4분기 전국 16개 도시 2,500여 가구, 분기 조사로 시작 • 국가통계승인 : 1998년 • 기대인플레이션율 추가 : 2006년 • 조사주기 변경 : 분기조사 → 월간조사 (2008년 9월) • 최근표본개편 : 2022년
일반특성	조사주기	• 월간
	조사대상 범위	• 가구
	조사대상 지역	• 전국
	조사항목	<ul style="list-style-type: none"> • 총20개 항목 - 경제인식(2) : 현재생활형편, 현재경기판단 - 경제전망(4) : 생활형편전망, 향후경기전망, 취업기회전망, 금리수준전망 - 소비지출전망(3) : 가계소득전망, 소비지출규모전망, 소비지출전망 - 가계저축및부채(4) : 현재가계저축, 가계저축전망, 현재가계부채, 가계부채전망 - 물가(7) : 물가인식, 물가수준전망, 물가수준변동폭, 물가상승영향품목, 주택가격전망, 임금수준전망 등
	자료수집방법	• 자기기입식 전자조사 및 우편조사
	조사체계(위탁영역포함)	• 자체 조사
	조사대상기간/조사기준시점	• 6개월전 대비 현재, 현재 대비 6개월(1년) 후
	조사실시기간	• 매월 중순 중 1주일

결과공표	공표주기	• 월간
	공표시기	• 매월 하순
	공표범위	• 전국
	공표방법	• 한국은행 홈페이지에 보도자료 게시 • 책자 : 조사통계월보, 경제통계연보 • 통계DB : ECOS(한국은행 경제통계시스템), KOSIS(국가통계포털)
조사통계특성	전수/표본구분	• 표본
	모집단	• 전국 도시지역 일반가구
	표본추출틀	• 2019년 인구주택총조사 도시지역 일반가구
	추출단위	• 18개 행정구역층별로 2단계로 추출 - 1차추출 단위 : 지역층 내 조사구 - 2차추출 단위 : 조사구내 가구
	조사대상 규모	• 5900가구(본부 2500가구)
통계활용	마이크로데이터 보유	• 보유
	마이크로데이터 제공	• 미제공(표본규모의 과소화로 인한 오용 방지)
	행정자료 활용 여부	• 미활용
	KOSIS 제공 여부	• 제공
	국제기구제출 여부	• 미제출(OECD에서 발표된 자료를 활용)
	자료 이용시 주의사항	• 소비자동향지수는 소비자의 심리를 반영한 지표로 동 지수가 100이상(이하)이면 긍정(부정)적인 답변을 한 소비자가 부정(긍정)적인 답변을 한 소비자보다 많다는 의미 • 소비자심리지수는 6개 주요 구성지수의 수준 및 진폭을 표준화하여 합성한 지수임 - 소비자심리지수 100은 표준화구간(2003년~2018년) 중 장기평균을 의미 - 소비자심리지수가 100보다크면(작으면) 평균적인 경기 상황보다 나음(나쁨)을

제 2 장 통계품질진단 결과

제 1 절 통계작성절차별 진단결과

1. 통계작성 기획 진단결과

소비자동향조사는 소비자의 경제적 의사결정을 위한 심리를 파악하는 조사로, 조사자의 편의가 발생하지 않는 인터넷을 통한 전자설문방법의 자기기입식 조사방법을 주 조사로 채택하여 실시하고 있다. 조사는 매월 주기적으로 통계작성 단계별로 상세하게 구분된 일정에 의해 차질 없이 실시되고 있으며, 조사의 변화상을 볼 수 있는 조사연혁도 통계의 개발 배경과 함께 문항 변경 및 조정, 표본개편 등 통계의 변경 또는 개편 이력이 연도별로 잘 관리되고 있었다.

통계 작성목적이 명료하게 제시되어 있으며, 주요 이용자와 이용자별 활용 분야가 구체적으로 파악되어 있다.

또한 최초 설계 시 주요국의 작성사례를 구체적으로 비교 검토한 근거를 제시하고 있으며, 해당 통계들의 구성항목 및 편제방법 등을 제공하고 있어, 이용자들의 편의를 높이고 있다.

조사의 개선을 위해 이용자를 대상으로 연례적으로 만족도 조사를 실시하고, 이를 통해 개선이 필요사항을 파악하고 있으며, 주요 전문 이용자와의 간담회와 내·외 전문가들로부터의 구체적인 의견수렴 등 다양한 방식으로 의견을 수렴하고 제시된 의견을 검토하여 통계 개선을 위해 반영하고 있는 것으로 파악된다.

다만, 통계작성 기본계획 문서 없이 조사가 경상적으로 수행되고 있었다.

□ 시사점

이용자들을 대상으로 연례적인 의견 수렴을 통한 통계 개선 노력과 조사항목 개선 및 표본개편 등 조사변동사항에 대해서는 전문가의 의견을 적극 반영하고 있는 것으로 나타나 고무적이다.

이용자 요구사항 반영실태(FGI) 결과, 기획단계에서 소비자동향지수는 거의 모든 과정을 잘 수행하고 있는 것으로 평가되었으나, 지수의 경기대응력이 다소 약화되는 모습을 보임에 따라 조사항목에 대한 검토가 필요하다. 는 의견이다.

<표 2> 통계작성 기획 진단결과

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1. 조사방법 ~ 4. 통계작성 문서화 (관련성)		5/5
1. 조사방법	1/1	
2. 조사 및 공표주기	1/1	
3. 조사일정 및 일정별 수행업무 제시	3/3	
4-1. 통계작성 기본계획서 첨부	0/1	
4-2. 업무편람(직무편람) 첨부	1/1	
5. 통계연혁 (관련성)		5/5
5-1. 작성통계의 최초개발 시기 및 배경	2/2	
5-2. 통계의 변경 또는 개편이력 관리(최근 진단년도 이후부터)	3/3	
6. 통계의 작성목적 (관련성)		5/5
6-1. 통계작성 목적의 명확성	1/1	
6-2. 주된 활용분야에 대한 명시	3/3	
6-3. 국내 또는 해외 관련 통계, 유사 사례 사전 검토	2/2	
7. 유형별 주요 이용자 관리 ~ 8. 이용자 의견수렴 (관련성)		5/5
7-1. 유형별 주요 이용자 관리	2/2	
8-1. 실시 내용과 주요 결과 기록	2/2	
8-2. 요구사항 및 요구 반영 결과	3/3	
정성평가		0.0

※ 5점척도점수는 진단 지표에 대한 항목 점수

※ '해당없음'이 포함된 경우 5점척도점수의 구간기준이 변동될 수 있음

* 1.조사방법~4.통계작성문서화: 6점 이상(5), 5점(4), 3~4점(3), 2점(2), 1점 이하(1)

* 5.통계연혁: 5점(5), 4점(4), 2~3점(3), 1점(2), 0점(1)

* 6.통계의작성목적: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)

* 7.유형별주요이용자관리~8.이용자의견수렴: 6점 이상(5), 5점(4), 3~4점(3), 2점(2), 1점 이하(1)

* 정성평가: -0.5점 ~+0.5점

2. 통계설계 진단결과

소비자동향조사의 통계설계는 조사항목의 구성이 매우 구조적이며, 조사표 설계 및 변경, 표본설계 및 관리가 매우 체계적으로 이루어지고 있다.

먼저, 조사표는 조사용어에 대한 설명이 간단하게 표기되어 있고, 조사항목이 응답자 친화적으로 배열되어 있어 조사에 혼란을 최소화하고 있으며, 조사항목이 조사대상 목적에 따라 필요한 항목들로 체계적으로 구성되어 있다.

조사표 내용 변경은 구체적인 변경 절차에 따라 실시되고 있으며, 표본개편 주기에 맞춰 실시되는 경우가 많다. 조사 모집단 및 목표 모집단에 대한 정의가 명확하고 표본추출 또한 정확한 표본설계에 의해 이루어지고 있어 조사의 정확도와 결과에 대한 신뢰를 높이고 있다.

소비자동향조사는 소비자들의 경기에 대한 판단, 소비지출계획 등 경제상황에 대한 인식을 설문조사 하여 소비심리의 변화를 포착하는 통계로 국내·외적으로 통계에 적용할 수 있는 표준화된 분류체계가 존재하지 않으므로, 이에 따라 해외의 작성현황을 검토하여 이를 조사에 적극적으로 반영하고 있다

□ 시사점

소비자동향조사는 지역별, 연령별로 층화하여 계통추출 함에도 불구하고 30대 가구주 응답자 확보가 어려운 상황이다. 이에 따라 이용자 요구사항 반영실태(FGI)에서도 언급된 바와 같이 향후 표본개편 시 이의 반영을 높이기 위한 방안에 대한 검토가 필요하다는 결론에 도달하였다.

<표 3> 통계설계 진단결과

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1. 조사항목 ~ 2. 적용분류체계 (비교성)		5/5
1-1. 주요 용어 및 항목별 명확한 정의의 적절성	2/2	
1-2. 주요 용어의 정의나 개념 등에 대한 국내 또는 국제기준 비교	2/2	
1-3. 조사표 첨부	1/1	
1-4. 조사항목의 체계	2/2	
2-1. 통계에서 사용하는 분류체계 개요 및 내용의 적절성	해당없음	
2-2. 국내 또는 국제기준의 표준분류체계 사용 여부 또는 미사용 사유	해당없음	
3. 조사표 구성 (정확성)		5/5
3-1. 조사표 구성 관련 내·외부 전문가 회의 개최	1/1	
3-2. 조사표 구성 내·외부 전문가 회의 결과 반영 여부	3/3	
3-3. 첨부된 조사표에 수록된 사항의 수	5/5	
4. 조사표 설계 및 변경 절차 ~ 5. 조사표 변경이력 (관련성)		5/5
4-1. 조사표 설계, 변경 절차나 방법의 적절성	3/3	
5-1. 조사표 변경 이력 관리(최근 진단년도 이후부터)	2/2	
5-2. 조사표 변경 이유 기록·관리	1/1	
5-3. 변경승인일자 기록·관리	2/2	
6. 목표모집단과 조사모집단 (정확성)		5/5
6-1. 목표모집단 정의	3/3	
6-2. 조사모집단 정의	3/3	
7. 조사모집단(전수조사) 또는 표본추출틀(표본조사) (정확성)		5/5
7-1. 조사모집단 또는 표본추출틀로 사용되는 자료의 출처(통계명, 작성기관, 작성연도)	1/1	
7-2. 조사모집단 또는 표본추출틀로 선정한 이유	1/1	
7-3. 조사모집단 또는 표본추출틀의 구축(갱신) 과정, 내용, 주기 등 제시	3/3	
8. 표본설계 방법 및 결과(표본조사) ~ 9. 표본관리 (정확성)		5/5
8-1. 표본추출방법의 적절성	2/2	
8-2. 표본크기 결정의 타당성	2/2	
8-3. 표본추출 결과의 타당성	1/2	
8-4. 표본설계보고서 첨부	1/1	
8-5. 표본설계보고서에 모수 및 분산 추정방법	1/1	
9-1. 동일 대상을 연속 조사 하는 경우(패널조사, 동향 조사 등) 조사대상의 생멸, 전입, 전출 등 표본 내 변동이 발생한 경우, 수정·보완하는 방법	3/3	
추가진단항목		추가점수 (진단점수/배점점수)
1-5. 주요 항목의 조사목적		0.1/0.1
1-6. 부정확한 응답 가능성이 있는 조사항목 검토		0/0.1
3-4. 조사방법을 혼합하여 이용하는 경우 조사방법별로 조사표의 구성 내용 특징 및 설계 시 고려한 다양한 요소 검토		0/0.1

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
5-4. 응답자 유형별 응답 소요시간 등 검토	0/0.1	
6-3. 조사모집단의 과대표함, 과소포함 등 포함오차에 대한 분석 또는 검토	0/0.1	
7-4. 분류별, 지역별 기타 하위모집단별 추출단위 분포, 관련 통계량, 상관관계 등 기록 및 관리	0/0.1	
7-5. 조사모집단 또는 표본추출틀에 한계가 있는 경우 그 내용과 보완 등의 검토 또는 조치 결과	0/0.1	
정성평가	0	

- * 1.조사항목~2.적용분류체계: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- * 3.조사표구성: 8점 이상(5), 6~7점(4), 4~5점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- * 4.조사표설계및변경절차~5.조사표변경이력: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- * 6.목표모집단과조사모집단: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- * 7.조사모집단(전수조사) 또는 표본추출틀(표본조사): 5점(5), 4점(4), 2~3점(3), 1점(2), 0점(1)
- * 8.표본설계방법및결과~9.표본관리: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- * 정성평가: -1점~+1점

3. 자료수집 진단결과

소비자동향조사의 자료수집의 전반적인 과정은 매우 체계적이며 반복적으로 진행되고 있는 조사이다.

매월 통계의 작성주기에 맞춰 매월 조사표 및 전자설문 발송, 회수, 입력, 내용검토 등이 정해진 시기에 정확하게 시행되고, 조사원 운용, 조사표에 의한 조사과정 등이 체계적으로 설정된 루틴에 따라 원활하게 진행되고 있었다. 특히 조사 방법이 자기기입식 전자설문이 대다수를 차지하면서 조사가 단순화되고 자료수집을 효율적으로 할 수 있으며 필요 단계에 따라 소요 업무량에 대응한 적정 인력의 조사원을 채용 운용함으로써 효율적인 조사원 운용이 가능하도록 하고 있다. 또한 조사원 채용 기간이 짧아, 기간 중 조사원 유고 시 교체없이 진행되고 있으며, 현장조사를 실시하지 않고, 무응답 대처방식이나 표본의 대체도 사전에 준비된 절차를 통해 적절하게 처리되고 있는 것으로 진단되었다.

□ 시사점

소비자동향조사는 응답자가 직접 기입하는 자기 기입식 조사방법을 실시하면서 조사원 편의 발생을 불식시키고 응답자의 의견을 자유롭게 나타낼 수 있으나, 매월 반복적으로 하는 관례적 응답이 될 우려가 있어, 비 경기적 응답의 염려를 불식시키고 성실한 응답을 유도하기 위한 방안을 마련하고, 파라미터를 관리하여 응답자들의 응답패턴을 파악하는데 노력을 경주하여야 한다.

또한 마이크로데이터 점검시 도출된 것과 같이 최초 표본설계내역서에 제시된 층별 표본수와 실제 조사자료간 차이를 줄일 수 있도록 조사 수행 후 결과를 분석하여 표본 보완이 필요한지 여부를 판단하여야 한다.

<표 4> 자료수집 진단결과

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1. 조사방법 (정확성)		
1-1. 조사방법 선택에 대한 검토(조사비용, 조사인력, 조사기간, 조사체계 등)	2/2	5/5
1-2. 선택한 조사방법에 대한 조사과정의 적절성	3/3	
2. 조사원 채용 및 처우 ~ 4. 조사원 업무량 (정확성)		
2-1. 조사원 채용 방법 및 과정의 적절성	2/2	5/5
2-2. 조사원 자격요건, 지위, 급여수준, 지급방법, 부가혜택 등의 적절성	2/2	
3-1. 조사원 교육훈련에 대한 일정	2/2	
3-2. 조사원 교육훈련 내용의 적절성	2/2	
3-3. 교육시간의 적정성 검토	1/1	
3-4. 교육훈련 교재 첨부	1/1	
3-5. 조사기간 중 교체된 조사원에 대한 교육 실시	해당없음	
3-6. 조사원 대상 비밀보호 의무 교육 또는 서약서 작성	1/1	
4-1. 조사원 업무량 배정시 고려사항	2/2	
5. 조사업무 흐름도 ~ 6. 조사준비 및 준비조사 (정확성)		
5-1. 조사실시에 대한 조사업무 흐름도 관리의 적절성	2/2	4/5
6-1. 조사 홍보 실시 내용과 방법	1/1	
6-2. 응답자(조사대상) 사전 통지	1/1	
6-3. 조사구 확인 또는 조사명부 보완	0/2	
7. 조사항목별 조사 방법 (정확성)		
7-1. 주요 조사항목별 작성요령 및 유의사항의 적절성	3/3	5/5
7-2. 조사표 기입에 필요한 조사지침서 첨부	1/1	
8. 조사 관리 (정확성)		
8-1. 조사 관리 체계	1/1	4/5
8-2. 조사 관리 방법	2/2	
8-3. 조사 관리자 1인당 조사원수 등 관리	1/1	
8-4. 조사 관리자 역할의 적절성	2/2	
8-5. 조사 파라미터 기록·관리 여부	0/1	
8-6. 조사기간 중 작성기관이 조사위탁기관이나 조사원을 대상으로 실시지도(지도점검) 실시	0/1	
9. 조사 질의응답 체계 (정확성)		
9-1. 조사 질의 및 응답 체계 운영 방법의 적절성	3/3	5/5
9-2. 주요 질의 응답·오류사례 추적 및 관리	2/2	
9-3. 조사 사례집 첨부	0/1	
10. 조사(또는 응답)대상 ~ 12. 표본대체 (정확성)		
10-1. 적격 조사(또는 응답)대상의 지위, 지정 이유의 타당성	2/2	5/5
11-1. 항목 무응답 대처 방법	해당없음	
11-2. 단위 무응답 대처 방법	2/2	
12-1. 표본대체 허용 기준	2/2	
12-2. 표본대체 절차 및 방법	2/2	

필수진단항목 (품질차원)		진단결과	
		진단점수/ 배점점수	5점척도점수
	12-3. 표본대체 기준, 절차 및 방법의 적절성	1/1	
13.	사후조사 (정확성)		해당없음
	13-1. 조사 실시 후 사후조사(모니터링) 실시(시기, 내용, 방법 비율)	해당없음	
	13-2. 사후조사(모니터링) 수행 결과 분석 및 사후 조치 방안(결과, 활용)	해당없음	
14.	행정자료 활용 목적 및 내용 ~ 15. 활용 행정자료 특성 및 입수체계 (관련성)		해당없음
	14-1. 행정자료 활용에 대한 목적, 필요성, 활용 정도 파악	해당없음	
	14-2. 행정자료 이용 시 발생하는 이용제한 사항 및 사유 파악	해당없음	
	14-3. 활용하는 행정자료의 내용 및 항목 파악	해당없음	
	15-1. 활용하는 행정자료의 원래 수집 목적에 대한 파악 (관리/제공기관 기준)	해당없음	
	15-2. 활용하는 행정자료의 원래 수집과정 및 내용, 관리 기관에 대한 파악(관리/제공기관 기준)	해당없음	
	15-3. 행정자료 입수 방법 및 경로의 기록·관리(통계작성 기관 기준)	해당없음	
	15-4. 행정자료 입수주기 또는 갱신주기 및 정시성에 대한 기록·관리(통계작성기관 기준)	해당없음	
	15-5. 행정자료 활용 법적근거(통계작성기관 기준)	해당없음	
추가진단항목		추가점수 (진단점수/배점점수)	
1-3.	조사의 효율성, 정확성 등의 제고를 위하여 조사방법별 응답비율, 응답자 특성, 추정치에 미치는 영향 등 분석·검토	0/0.1	
2-3.	우수 조사원을 채용하기 위하여 적용한 방법이나 조치	0/0.1	
3-7.	조사원의 업무지식 숙지 정도에 대한 평가 및 평가 조치(재교육 실시 등)	0/0.1	
10-2.	기억응답과 관련된 검토 여부(조사대상 기간(또는 시점)과 조사시기 사이의 간격, 응답에 필요한 기록물(영수증, 장부 등) 활용가능성 등)	0/0.1	
정성평가		0	

- * 1.조사방법: 5점(5), 4점(4), 2~3점(3), 1점(2), 0점(1)
- * 2.조사원채용및처우~4.조사원업무량: 14점 이상(5), 11~13점(4), 5~10점(3), 2~4점(2), 1점 이하(1)
- * 5.조사업무흐름도~6.조사준비및준비조사: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- * 7.조사항목별조사방법: 4점(5), 3점(4), 2점(3), 1점(2), 0점(1)
- * 8.조사관리: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- * 9.조사질의응답체계: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- * 10.조사대상~12.표본대체: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- * 13.사후조사: 4점(5), 3점(4), 2점(3), 1점(2), 0점(1)
- * 14.행정자료활용목적및내용~15.활용행정자료특성및입수체계: 12점 이상(5), 9~11점(4), 5~8점(3), 2~4(2), 1점 이하(1)
- * 정성평가: -1점 ~+1점

4. 통계처리 및 분석 진단결과

소비자동향조사는 우편조사방법에 의해 약 15%, 전자설문에 의해 약 85%가 조사되어 자료가 수집되고 있다. 수집된 조사 자료는 조사방법에 따라 달리 처리되고 있다. 먼저 우편조사의 경우 우편으로 수집한 조사표의 내용을 서로 다른 두 명의 조사원이 동일 내용을 각각 입력하고, 서로 교차검증을 통해 입력오류를 확인한 후 프로그램 담당자가 전산검증 프로그램을 이용하여 내용검토과정을 거쳐 완료한다. 다음으로 전자설문에 의한 조사결과는 내검 프로그램이 내장되어 있는 전자설문시스템으로 입력되게 된다 이렇게 입력된 자료는 프로그램에 의해 범위 및 논리 내검을 거쳐 자료처리 과정에서 오류를 줄이고 있다.

동 조사의 조사항목은 5점의 리커트척도를 사용하고 있어, 응답자의 응답부담이 타 조사에 비해 항목무응답 발생이 적으며, 이를 전화조사 등으로 보완하고 있으며, 단위 무응답률 또한 10%를 유지하는 등 낮은 수준을 보여주고 있어 주기적으로 무응답이 지속된 응답자는 기 추출된 표본에서 유사 응답자로 일괄 교체하여 표본을 유지하고 있는 것으로 확인되었다.

소비자심리지수 등은 물가지수나 생산지수와 달리, 기준시점과 비교하는 것이 아니다. 현 상태와 비교시점의 상태를 비교하여 나아졌다고 생각하는 응답자수와 나빠졌다고 생각하는 응답자수를 비교하여 같으면 100, 좋아졌다고 생각하는 응답자가 많으면 100을 넘는 방식이다. 다만 소비자심리지수만 장기추세선이 100을 가리키도록 조정하여 사용하고 있다. 따라서 경기에 따라 지수가 변동이 생기므로 계절의 영향을 받는지 검토해 볼 것을 지난 2019년 품질진단에서 권고를 받아 실제 계절조정을 실시한 결과 계절성이 나타나지 않는 것으로 검토되었다.

□ 시사점

검토결과, 소비자동향지수들의 계절성은 나타나지 않고 있으나, 소비자동향조사는 우리나라의 민간소비의 동향을 선제적으로 파악할 수 있는 유일한 지표이므로 향후에도 지수들의 경기대응력과, 계절성 등에 대한 검토는 주기적으로 실시하는 것이 바람직하다.

<표 5> 통계처리 및 분석 진단결과

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1. 자료코딩 ~ 2. 자료입력 (정확성)		5/5
1-1. 자료 코드체계 및 코딩(부호화) 방법의 적절성	2/2	
2-1. 조사결과 자료의 전산입력 방법의 적절성	2/2	
2-2. 입력 시 오류 검출을 위해 적용한 방법의 적절성	2/2	
2-3. 입력매뉴얼(지침서) 첨부	1/1	
2-4. 자료 입력 교육 실시 여부와 교육 일정 및 방법	1/1	
3. 자료내검 (정확성)		5/5
3-1. 조사현장 내검 내용 및 방법, 오류자료 처리방법의 적절성	2/2	
3-2. 입력결과 내검 내용 및 방법, 오류자료 처리방법의 적절성	2/2	
3-3. 범위내검, 논리내검 적용대상 및 적용내용의 타당성	3/3	
3-4. 내검매뉴얼(지침서) 첨부	1/1	
4. 주요 항목무응답 실태 ~ 6. 단위무응답 실태 (정확성)		5/5
4-1. 주요 항목에 대하여 항목 무응답률 수치 제시	해당없음	
4-2. 주요 항목에 대하여 항목 무응답률 산출식	해당없음	
5-1. 주요 항목의 항목무응답을 대체하는 경우 대체방법의 적절성	해당없음	
6-1. 최초 단위무응답률 수치 제시	2/2	
6-2. 단위무응답률 산출식	1/1	
6-3. 주요 하위그룹별(성별, 연령별, 지역별, 산업별 등) 및 무응답 사유(불응, 접촉불가, 부적격 등)별 무응답률 검토	1/1	
7. 가중치 조정 ~ 8. 통계추정 산출식 및 내용 (정확성)		5/5
7-1. 설계가중치 산출	1/1	
7-2. 무응답 가중치 조정	해당없음	
7-3. 사후가중치 조정	1/1	
7-4. 설계가중치 구체적인 산출과정 및 방법의 적절성	2/2	
7-5. 무응답 가중치 구체적인 조정과정 및 방법의 적절성	2/2	
7-6. 사후가중치 구체적인 조정과정 및 방법의 적절성	2/2	
8-1. (표본조사)추정하고자 하는 주요 모수	1/1	
8-2. (표본조사)추정치를 계산하는 산출식의 적절성	2/2	
9. 표본오차 추정 방법 및 결과(표본조사) (정확성)		5/5
9-1. 주요 항목에 대한 분산, 표준오차 등의 추정 방법	2/2	

필수진단항목 (품질차원)		진단결과	
		진단점수/ 배점점수	5점척도점수
	9-2. 주요 항목에 대한 상대표준오차, 신뢰구간 등의 적절성	3/3	
	9-3. 주요 항목의 오차 특성과 이용 시 고려사항	1/1	
10.	지수 유형 및 산출식 ~ 11. 지수 가중치 및 갱신 (정확성)		해당없음
	10-1. 사용된 지수의 유형 및 지수의 장단점, 선정 이유의 타당성	해당없음	
	10-2. 사용된 지수의 산출식	해당없음	
	10-3. 지수작성 목적으로 조사대상 선정기준, 절차, 선정된 항목	해당없음	
	11-1. 지수작성 가중치 산출에 이용된 자료의 명칭 및 개요	해당없음	
	11-2. 가중치 산출식 및 과정, 갱신주기 및 이유	해당없음	
12.	지수개편 ~ 13. 디플레이터 (정확성)		해당없음
	12-1. 지수개편의 주기	해당없음	
	12-2. 지수개편의 목적 및 필요성, 방법, 절차, 내용의 적절성	해당없음	
	12-3. 과거자료 접속방법	해당없음	
	13-1. 디플레이터의 개요, 특성, 적정성	해당없음	
	13-2. 디플레이터의 불변화 방법	해당없음	
14.	계절조정 (비교성)		해당없음
	14-1. 계절조정의 의미와 필요성, 방법 및 버전	해당없음	
	14-2. 계절조정 과정, 과정보정 적용 방법, 내용, 산출물 등 관리	해당없음	
	14-3. 계절조정 시계열 보정의 주기, 이유, 보정의 내용, 방법	해당없음	
15.	행정자료의 매칭방법 (정확성)		해당없음
	15-1. 조사통계자료와 행정자료 간 매칭변수	해당없음	
	15-2. 조사통계자료와 행정자료 간 매칭방법	해당없음	
	15-3. 조사통계자료와 행정자료 간 매칭허용 한계 검토	해당없음	
	15-4. 조사통계자료와 행정자료 간 매칭비율 수치 파악	해당없음	
추가진단항목		추가점수 (진단점수/배점점수)	
3-5. 자료 내용검토(에디팅) 시스템 구축		0/0.1	
3-6. 확인된 오류의 유형, 내용, 원인 등에 대한 분석		0/0.1	
3-7. 이상치를 처리하는 경우, 이상치의 기준, 식별 및 처리 방법, 처리결과 등 기록·관리		0/0.1	
4-3. 항목특성별, 응답자 유형별 등 항목무응답 분포와 특징, 편향 발생 및 분산 증가 가능성 등 분석		0/0.1	
5-2. 항목 무응답 대체시 대체비율, 대체값의 추정치 기여도, 대체값의 자료 표기 방법 등 분석		0/0.1	
6-4. 단위무응답에 의한 편향 발생 및 분산 증가 가능성 검토		0/0.1	
6-5. 항목 또는 단위무응답 발생 시, 응답자와 무응답자의 성향으로 인해 발생할 수 있는 편향을 줄이기 위한 조치		0/0.1	
6-6. 측정 또는 처리오차에 대한 추정 또는 연구 사례 유무		0/0.1	
9-4. 마이크로데이터 이용자가 스스로 표본오차를 계산할 수 있도록 관련 방법을 제공하는 경우 이에 대한 사용방법		0/0.1	
15-5. 활용하는 행정자료를 점검 또는 보완하는 경우 내용, 방법, 결과 등의 기록·관리		0/0.1	
정성평가		0.0	

* 1.자료코딩~2.자료입력: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)

* 3.자료내검: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)

* 4.주요항목무응답실태~6단위무응답실태: 8점 이상(5), 6~7점(4), 4~5점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
* 7.가중치조정~8.통계추정산식및내용: 11점 이상(5), 8~10점(4), 5~7점(3), 2~4점(2), 1점 이하(1)		
* 9.표본오차추정방법및결과: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)		
* 10.지수유형및산출식~11.지수가중치및갱신: 12점 이상(5), 9~11점(4), 5~8점(3), 2~4점(2), 1점 이하(1)		
* 12.지수개편~13.디플레이터: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)		
* 14.계질조정: 8점 이상(5), 6~7점(4), 4~5점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)		
* 15.행정자료의매칭방법: 6점 이상(5), 5점(4), 3~4점(3), 2점(2), 1점 이하(1)		
* 정성평가: -1점~+1점		

5. 통계공표, 관리 및 이용자서비스 진단결과

소비자동향조사는 그달에 조사한 결과를 그달에 공표하는 통계로 신속한 결과공표가 단연 돋보인다. 작성이 완료되면 가장 먼저 보도자료가 작성되어 이를 통해 공표하고 있다. 보도는 전국결과와 지역본부의 결과를 별도로 공표하고 있으며, 공표일정은 전국 발표일자가 사전에 이를 공표하고 이일정에 따라 공표되고 있으며, 지역본부도 전국과 동시에 발표하거나, 하루, 이틀정도 차이를 두고 공표하고 있다. 공표되는 내용을 보면, 개별 소비자동향지수(Consumer Survey Index: CSI)와 그 중 6개의 주요 개별지수를 표준화하여 합성한 소비자심리지수(Composite Consumer Sentiment Index: CCSI), 기대인플레이션 관련 항목을 함께 공표하고 있다. 이와 함께 이들 지수의 개념과 산출방식을 별도의 부록으로 소개하여, 통계 이용자들의 이해를 돕고 있다. 또한 KOSIS를 비롯하여 ECOS 등의 통계DB를 통해 자료를 제공하고 있으며, 이때 제공되는 통계표의 종류는 4개표로 집중하고 있으며, 연령계층별 종사상지위별 주거형태별 등 다양한 통계표로 자료를 볼 수 있도록 잘 제공되고 있다.

다만, 사회가 다양화되고 변화의 속도가 심화되면서 통계이용자는 더 이상 정형화된 제공 자료에만 의존할 수 없는 시대를 맞이하게 되었다. 통계이용자가 목적에 따라 자료를 자유롭게 과학적인 방법으로 분석, 처리하기 위해 마이크로데이터의 제공이 필요하나, 마이크로데이터를 제공하지 못함에 따라 정성평가에서 -0.4점이 감점 되었다.

□ 시사점

동 조사는 사전 공표된 일정에 따라 신속하게 공표하고 있으며, 다양한 분석결과를 손쉽게 이용할 수 있도록 보도자료와 통계DB를 통해 잘 제공되고 있다. 통계에 대한 설명도 자료를 이용하면서 언제든지 접근가능한 부분에 제공되고 있어 이용이 편리하다. 다만, 최근 통계패키지 등의 이용이 용이해

지면서 마이크로데이터에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있는 상황에서 이의 제공 가능성을 검토해 볼 것을 권하고 싶다. 더불어 마이크로데이터의 체계적인 생성 및 관리시스템 구축으로 향후 필요 시 자료를 제공할 수 있는 여건을 조성하여야 한다.

<표 6> 통계공표, 관리 및 이용자서비스 진단결과

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1. 공표통계 해석방법 (관련성)		5/5
1-1. 주요 분류 수준별 세분화된 공표통계의 적절성	2/2	
1-2. 통계 공표범위의 적정성 제시(상대표준오차 등)	3/3	
1-3. 주요 통계표, 그래프	2/2	
1-4. 공표되는 통계의 해석방법 및 이용 시 유의사항	2/2	
1-5. 연도별(시계열) 통계결과 및 분석결과 관리	2/2	
2. 공표통계 일치성 (정확성)		5/5
2-1. 공표된 통계표 형식, 단위표기, 주석 등의 일치성	2/2	
2-2. 공표된 통계수치의 일치성	3/3	
3. 조사대상 기간/조사 기준시점과 공표 시기 (시의성)		5/5
3-1. 조사대상 기간/조사 기준시점과 통계 공표 시점 제시	1/1	
3-2. 조사과정별 소요되는 기간의 적절성	2/2	
3-3. 조사기준 시점과 통계결과의 최초 공표일 간의 차이	5/5	
4. 공표일정 (정시성)		5/5
4-1. 사전에 공개된 통계공표 일정과 공개방법	2/2	
4-2. 통계공표 일정을 작성기관 홈페이지에 예고	2/2	
4-3. 예고된 통계 공표일정 준수	5/5	
5. 통계 작성방법의 비교성 ~ 7. 국가 간 비교성 (비교성)		5/5
5-1. 통계의 개념 동일 여부	1/1	
5-2. 분류체계 동일 여부	1/1	
5-3. 조사 기준시점 동일 여부	1/1	
5-4. 조사 실시 시기 동일 여부	1/1	
5-5. 변경된 경우, 변경 전·후 비교분석 결과	해당없음	
6-1. 시계열 단절이 발생한 경우, 발생 원인과 변경된 자료 이용 시 고려사항 검토(최근 진단년도 이후부터)	2/2	
7-1. 작성통계와 동일한 목적을 갖는 외국 통계 명칭과 개요	1/1	
7-2. 작성통계와 동일한 목적을 갖는 외국통계와 직접 비교 가능한지 여부, 가능하지 않은 사유 및 이용 시 고려 사항 등에 대한 검토	1/1	
7-3. 통계자료를 국제기구에 제공하는 경우, 국제기구명, 제공항목 등 제시	1/1	
8. 동일영역 통계와 일관성~9. 잠정치와 확정치의 일관성 (일관성)		해당없음
8-1. 작성통계와 동일하거나 유사한 작성목적/대상/항목을 가진 통계의 명칭과 개요	해당없음	

필수진단항목 (품질차원)		진단결과	
		진단점수/ 배점점수	5점척도점수
8-2 동일영역 통계 간 작성목적/대상/항목 및 통계수치의 유사 차이점 및 이유, 이용 시 고려사항에 대한 검토		해당없음	
	9-1. 두 수치가 차이가 나는 요인 및 이용 시 고려사항 검토	해당없음	
10. 통계의 이용자 서비스 (접근성)			5/5
10-1. 통계공표 방법의 다양화	3/3		
10-2. 국가통계포털(KOSIS) 자료제공 여부	2/2		
11. 통계설명자료 제공 (명확성)			5/5
11-1. 통계설명자료(메타정보, 방법론 보고서, 품질보고서 등에 대한 소재 정보)	2/2		
11-2. 국가통계포털(KOSIS) 통계설명자료 제공(통계개요)	3/3		
11-3. 국가통계포털(KOSIS) 통계설명자료 제공(조사관리)	3/3		
11-4. 국가통계포털(KOSIS) 통계설명자료 제공(표본설계 / 표본조사, 통계추정·추계 및 분석)	3/3		
11-5. 국가통계포털(KOSIS) 통계설명자료 제공(지수편제)	해당없음		
11-6. 국가통계포털(KOSIS) 통계설명자료 제공(참고자료)	3/3		
11-7. 간행물 또는 작성기관 홈페이지 등에 통계설명자료 제공(KOSIS 설명자료 외)	3/3		
12. 마이크로데이터 생성·관리 (정확성)			3/5
12-1. 마이크로데이터 생성 방법	0/2		
12-2. 마이크로데이터 관리 방법	2/2		
13. 마이크로데이터 서비스 (접근성)			1/5
13-1. 마이크로데이터 제공	0/2		
13-2. 마이크로데이터에 대한 설명자료 제공 여부	해당없음		
13-3. 마이크로데이터 미제공 사유	1/3		
13-4. 마이크로데이터 제공/미제공 관련 내부 규정(지침)	0/1		
14. 마이크로데이터 일치율 (정확성)			10/10
14-1. 마이크로데이터 점검용 자료 제출	10/10		
14-2. 마이크로데이터 일치율 점검 결과	0/0		
15. 자료 수집, 처리 및 보관 과정의 비밀보호 ~ 17. 자료 보안 및 접근제한(관련성)			4/5
15-1. 자료 수집과정에서 응답자 비밀보호를 위한 지침(법령, 규정)이나 조치	2/2		
15-2. 자료 처리과정(입력, 전송, 처리)에서 응답자 비밀 보호를 위한 지침(법령, 규정)이나 조치	2/2		
15-3. 자료 보관과정에서 응답자 비밀보호를 위한 지침(법령, 규정)이나 조치	2/2		
16-1. 공표자료에서 응답자 비밀보호를 위하여 취한 조치나 방법	2/2		
16-2. 마이크로데이터 제공 과정에서 응답자 비밀보호를 위하여 취한 조치나 방법	해당없음		
17-1. 자료 유실, 유출, 훼손 등 예방하기 위한 자료보안 관련 지침(법령, 규정)이나 조치	0/2		
추가진단항목		추가점수 (진단점수/배점점수)	
1-6. 성인지와 관련하여 공표하는 관련 통계 항목 등		0/0.1	
3-4. 기간 단축 가능성 검토		0/0.1	

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
7-4. 주요 통계내용을 국가 간 비교하여 통계표, 그래프 등으로 제시		0/0.1
9-2. 잠정치와 확정치 차이를 줄이기 위한 연구 또는 검토		0/0.1
9-3. 통계 자료 공표 후 오류가 발견되어 수정한 경우, 내용, 사유, 조치과정, 결과 등 기록·관리		0/0.1
10-3. 통계서비스 경로별 이용자 접속횟수나 마이크로데이터 제공실적 등에 대한 모니터링 및 분석 결과		0/0.1
13-5. 이용자 맞춤형 통계산출 서비스를 제공하는 경우, 요구방법, 소요시간 및 비용 등 명시		0/0.1
정성평가		-0.4

- * 1.공표통계및해석방법: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- * 2.공표통계일치성: 5점(5), 4점(4), 2~3점(3), 1점(2), 0점(1)
- * 3.조사대상기간/조사기준시점과공표시기: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- * 4.공표일정: 8점 이상(5), 6~7점(4), 4~5점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- * 5.통계작성방법의비교성~7.국가간비교성: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- * 8.동일영역통계와일관성~9.잠정치와확정치와의일관성: 6점 이상(5), 5점(4), 3~4점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- * 10.통계의이용자서비스: 5점(5), 4점(4), 2~3점(3), 1점(2), 0점(1)
- * 11.통계설명자료제공: 18점 이상(5), 14~17점(4), 7~13점(3), 3~6점(2), 2점 이하(1)
- * 12.마이크로데이터생성·관리: 4점(5), 3점(4), 2점(3), 1점(1), 0점(1)
- * 13.마이크로데이터서비스: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- * 14.마이크로데이터일치율: 실제 측정점수 반영(0~10점)
- * 15.자료수집처리및보관과정의비밀보호~17.자료보안및접근제한: 11점 이상(5), 8~10점(4), 5~7점(3), 2~4점(2), 1점 이하(1)
- * 정성평가: -1점 ~ +1점

6. 통계기반 및 개선 진단결과

소비자동향조사 담당인력은 통계 전문성이 뛰어나고 경험 또한 풍부한 직원과, 연륜이 확보된 숙달된 직원, 현장을 관리하는 직원 등 전체적으로 조직이 잘 구성되어 있었으며, 업무수행이 모두 원활하게 수행되고 있었다.

또한 예산도 적절히 확보되어 정상적인 통계작성 및 분석에 지장을 주지않고 안정적인 운영이 가능하도록 배정되어 있어 통계 작성 인프라가 잘 조성되어 있다고 평가 된다.

□ 시사점

다만, 통계전문성이 확보된 상태이더라도 변화되는 사회속에서 통계의 변화를 파악하고 통계작성기관간 소통을 위해서 라도 전문교육은 주기적으로 이수하고, 각종 국제회의에도 적극 참여하여야 할 것이다.

<표 7> 통계기반 및 개선 진단결과

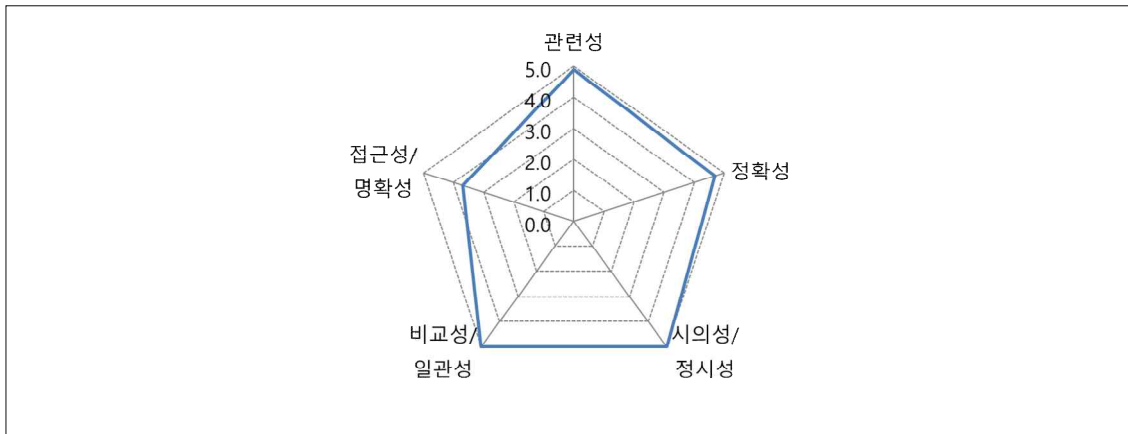
필 수 진 단 항 목 (품질차원)	진 단 결 과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1. 기획 및 분석 인력, 사업예산 (정확성)		4/5
1-1. 통계업무 담당 부서명, 업무별 담당인력 구성 및 통계업무 담당년수, 업무 관련 전공 여부 등의 기술	2/2	
1-2. 외부 위탁 또는 용역사업으로 통계 생산하는 경우, 수탁 기관의 관련 업무 인력구성 및 통계담당년수 등의 적절성	해당없음	
1-3. 최근 1년간 전문성 제고를 위하여 통계 관련 교육과정을 이수한 내역(교육구분, 과정명, 교육기관, 참여인원수)	0/1	
2. 통계위탁 조사 (정확성)		해당없음
2-1. 통계작성을 민간 위탁하여 작성하는 경우, 제안요청서, 제안서, 사업계획서 등 통계조사 민간위탁지침 반영	해당없음	
2-2. 조사기획서(사업계획서)	해당없음	
2-3. (표본조사의 경우)표본설계서 및 예비표본을 포함한 명부 일체, (전수조사의 경우) 모집단 명부 일체	해당없음	
2-4. 조사원 교육관련 사항(지침서, 사례집, 현장조사 수행지침 등)	해당없음	
2-5. 조사표 원본(또는 폐기 등에 관한 계획)	해당없음	

필수진단항목 (품질차원)		진단결과	
		진단점수/ 배점점수	5점척도점수
2-6. 조사결과 원자료(마이크로데이터) 파일, 파일설계서 2-7. 에디팅(내용검토) 요령서 2-8. 현장조사 평가보고서(현장조사 진행상황, 응답률 현황, 표본교체 현황, 조사과정상 문제점, 특이사항, 대응방안 등) 2-9. 자료처리 보고서(자료집계 및 분석 시 사용한 통계기법, 명령문, 변수에 대한 설명, 오류 유형별 원인 및 처리결과, 무응답에 대한 대체방법, 주요 항목의 정확성 지표 등) 2-10. 최종보고서(통계표 및 분석결과)	해당없음	5/5	
	해당없음		
	해당없음		
	해당없음		
	해당없음		
3. 통계 품질 관리 및 개선 (관련성)			
3-1. 통계품질제고 가능성에 대한 검토 결과나 개선 계획 또는 추진실적에 대한 기록·관리	2/2	5/5	
3-2. 최근 3년간 통계에 대한 학계, 언론, 국회 등 외부 지적 사례 내용, 관련 해명, 개선 등의 조치사항	해당없음		
3-3. 과거 정기(수시)통계품질진단 결과에 따른 개선 과제 관리 및 이행내역(중점관리과제)	1/1		
추가진단항목		추가점수 (진단점수/배점점수)	
1-4. 전체 및 주요항목, 활동별 사업예산 내역을 산출근거와 함께 제시 또는 예산 증액 필요성, 절감 가능성 등에 대한 분석·검토		0/0.1	
정성평가		0	

- * 1. 기획 및 분석 인력, 사업예산: 4점(5), 3점(4), 2점(3), 1점(2), 0점(1)
- * 2. 통계위탁조사: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- * 3. 통계 품질 관리 및 개선: 4점(5), 3점(4), 2점(3), 1점(2), 0점(1)
- * 정성평가: -0.5점 ~ +0.5점

제 2 절 품질차원별 진단결과

통계작성절차별 진단을 토대로 소비자동향조사의 품질차원별 점수를 도출한 결과, 관련성 척도 4.9점, 정확성 척도 4.7점, 시의성/정시성 척도 5.0점, 비교성/일관성 척도 5.0점, 접근성/명확성 척도 3.7점으로 진단되었다.



<그림 2> 「소비자동향조사」 품질차원별 진단점수(방사형 그래프)

1. 관련성

소비자동향조사는 국가경제의 3대 축 중의 하나인 소비자의 경제상황에 대한 판단과 향후 소비지출계획 등을 파악하여 현재의 경제상황 진단 및 향후 경기진단에 활용할 수 있도록 자료를 제공하는데 그 목적이 있다.

실제 정부, 중앙은행 및 경제연구소 등에서 경기판단에 유용하게 사용되고 있는 것으로 파악되었으며, 한국은행에서는 이용자 파악 및 이용자 들의 실 이용자료를 파악하여 이에 대응하고자 노력하고 있었다.

ECOS 등을 통해 이용자 실태조사를 실시하여 이를 조사에 반영하였고, 표본개편 및 조사항목 개편 시 전문가 들의 자문회의를 통한 전문가의 요구사항을 또한 조사에 반영하고 있는 것으로 검토되었다.

기타, 조사일정의 사전게시 등으로 이용자의 이용의 안정성을 높였다.

2. 정확성

통계조사의 핵심이라고도 보는 조사의 정확성 확보를 위한 과정이 잘 수행되고 있는 것으로 파악되었다. 표본으로 실시되는 소비자동향조사는 모집단 부터 조사모집단에 대한 파악, 조사목적에 맞는 적절한 표본 설계가 잘 수행되었다.

응답자 기입식 전자 설문방식의 오류를 줄이기 위한 이중 내검 방식의 도입과 조사관리자의 적절한 대응방식이 업무메뉴얼로 명확하게 제시되어 있고, 이의 차질없는 반영이 수행되고 있는 것으로 확인되었다.

다만, 자기기입식 조사로 인한 것으로 보이는 실사지도 및 조사사례집 등에 대한자료 및 조사의 파라미터 등이 다소 부족하였으며, 통계전문성이 확보된 직원들이라 하더라도 정기적인 통계관련 교육에 참여하여야 한다.

3. 시의성/정시성

국가통계 중 해당 월에 조사하여 해당 월에 공표하는 몇 안되는 통계 중 하나로 신속한 조사 결과의 처리 및 공표가 특히 돋보이는 통계이다. 사전에 통계 공표일이 한국은행 홈페이지에 게시되고 이에 맞춰 통계가 차질 없이 공표되고 있는 것으로 확인되었다.

4. 비교성/일관성

심리조사는 응답자의 성향에 따라 약간의 차이는 있을 수 있으나, 한국의 소비자동향조사는 해외사례에 대한 충분한 검토와 국민들의 성향에 맞는 조사표 구성으로 사실상 흐름의 비교가 가능하도록 구성되어 있다고 판단되며, 국내에는 유사통계가 없는 귀중한 통계이다.

5. 접근성/명확성

소비자동향조사 결과에 대한 이용자의 접근은 한국은행 홈페이지를 통한 보도자료 이용과 온라인 간행물 등 책자를 통해, 또 KOSIS, ECOS와 같은 통계DB를 통해 편리하고 신속하게 이용할 수 있다. 다만, 연구자들이나, 소비자의 심리조사의 행태 등의 파악을 위해서는 마이크로데이터가 필요하나, 이의 제공이 아직 이루어지고 있지 않아 향후 이에 대한 검토가 필요해 보이며, 이로 인해 이 부분의 점수가 낮게 평가되었다.

제 3 절 진단결과 종합표

『소비자동향조사』 통계정보보고서를 기반으로 6개 통계작성절차별 품질지표들을 진단하였고 이를 기반으로 5개 품질차원별 진단 결과도 함께 도출하였다. 최종 진단결과 종합 점수는 다음과 같다.

<표 8> 진단결과 종합표

작성 절차 / 품질 차원	1. 통계작성 기획	2. 통계설계	3. 자료수집	4. 통계처리 및 분석	5. 통계공표 관리 및 이용자서비스	6. 통계기반 및 개선	평점 (5점척도)
관련성	5.0	5.0	-		4.5	5.0	4.9
정확성		5.0	4.7	5.0	4.0	4.0	4.7
시의성/ 정시성					5.0		5.0
비교성/ 일관성		5.0		-	5.0		5.0
접근성/ 명확성					3.7		3.7
평점 (5점척도)	5.0	5.0	4.7	5.0	4.3	4.5	4.7
가중치 적용	8.2	16.7	19.0	23.9	22.4	5.1	95.3
추가점수 (정상평가 포함)	0.0	0.1	0.0	0.0	-0.4	0.0	-0.3
총계	8.2	16.8	19.0	23.9	22.0	5.1	95.0

* 평점은 세부진단항목에 대한 평균으로 작성절차별(또는 품질차원별) 평균과는 차이가 있으며, 가중치 적용 점수는 반올림 표기로 인해 합계수치와 차이가 발생할 수 있음

제 3 장 개선과제별 개선방안

지금까지 국가통계의 품질 향상 및 신뢰도 제고와 통계 이용자 친화적인 통계생산을 위하여 『소비자동향조사』에 대한 품질진단을 실시하였다. 품질진단은 관련성, 정확성, 시의성/정시성, 비교성/일관성, 접근성/명확성의 5개 차원에 대해 통계정보보고서 활용 점검, 자료수집 체계 점검, 이용자 요구사항 반영실태(FGI) 점검, 공표자료 오류 점검, 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검, 표본설계 점검, 마이크로데이터 품질 점검이라는 7가지 절차를 통해 수행하였다. 제3장에서는 각 진단에서 도출한 개별 개선과제에 대해 개선방안을 제시하고자 한다.

제 1 절 경기대응력 강화를 위한 조사항목 검토 및 개선

1. 현황 및 문제점

『소비자동향조사』는 경기 특히 민간소비 부문의 선제적인 경기진단을 위해 개발된 것이고 국내 유일의 자료로, 정부 및 학계에서 꾸준히 이 자료를 이용하고 있다. 따라서 지수의 경기대응력은 이 통계자료의 가장 중요한 지표이다. 그동안 작성기관에서 꾸준히 경기대응력을 측정하고 경기대응력 향상을 위해 노력한 흔적이 조사연혁을 통해 나타나고 있으나, 기대인플레이션율 등의 경기대응력이 미미하다는 이용자의 의견이 많이 개진되고 있는 상황이다. 이를 위해 개선방안을 도출할 필요가 있다.

2. 세부 개선과제 내용(실행방법 포함)

경기대응력 강화를 위하여 조사항목에 대한 경기대응력을 측정하고 경기대응력이 특히 떨어진 조사항목에 대해서 개선방안을 도출하고 이를 조사에 반영하여야 한다.

조사결과를 기존의 조사방법과 면밀히 비교·검토하여 이를 경상조사에 반영할지 여부를 결정하여야 하므로 이를 위해서는 일정기간이 소요되므로 단기과제로는 어려움이 있을 수 있으므로 장기과제가 적당할 것이다.

제 2 절 응답분위기 조성 및 관리

1. 현황 및 문제점

소비자동향조사는 자계식조사이므로 응답자의 응답자세가 조사결과에 미치는 영향이 크다. 표본이 교체됨이 없이 매월 반복적인 조사에 대한 응답은 응답자가 자칫 매너리즘에 빠질 우려가 있다. 이에 대한 대비를 하여야 조사의 질을 유지하고 경기변동이 잘 잡힐 수 있을 것이다.

2. 세부 개선과제 내용(실행방법 포함)

응답자들은 매월 같은 문항에 대한 같은 응답을 반복하게 되고, 이것이 응답자도 모르게 매너리즘에 빠질 수 있으므로 응답자의 주위를 환기시켜야 한다. 이를 위해 응답자의 응답패턴 등을 분석하여 조사가 잘 되고 있는 지 검토하고, 다양한 정보를 시기에 따라 제공하여 스스로 국가에 중요한 일에 협조하고 있다는 자부심을 느낄 수 있도록 하는 것도 응답분위기를 바꿀 수 있을 것이다. 예를 들어 “당신의 응답패턴”을 작성하여 제공하거나, 소비자동향조사 결과 등을 제공하여 통계결과에 자신의 응답이 기여하고 있음을 느끼게 하는 것도 좋은 방안으로 보이며, 이밖에 응답분위기를 쇄신하는 노력을 하여야 할 것이다.

제 3 절 담당자의 전문성 향상

1. 현황 및 문제점

소비자동향조사 담당자는 통계 및 경제 전문가로 구성되어 있어, 경제 및 통계 관련 지식이 훌륭하고 업무의 수행 또한 차질 없이 진행하는 등 업무수행 시스템을 잘 구축하여 운영하고 있다. 그러나, 코로나 등으로 인해 국제회의 및 교육 참석이 어려워지면서, 직원들이 정보교류에 취약할 수 있었다.

2. 세부 개선과제 내용(실행방법 포함)

통계 및 경제 전문가로 구성된 직원들이지만, 세월이 흐름에 따라 새로운 학문적 영역이 확대되고 이론이 발전됨에 따라 해당 분야의 전문성을 현행화시킬 필요가 있다. 이를 통해 최신의 통계기법 습득 및 통계 전문가와의 교류를 확대할 수 있을 것으로 기대된다. 따라서 이를 위해 향후 직원들의 적극적인 교육 참여 및 국제회의 참석이 요구된다.

제 4 절 개선과제 요약

지금까지 제시한 개선과제를 요약한 내용은 <표 9>와 같다.

<표 9> 개선과제 요약

단계	개선과제	실행방법	기대효과	관련 품질차원	출처	비고 (예상문제점 등)
단기	응답분위기 조성 및 관리	-응답자의 매너리즘 극복을 위한 조사결과 피드백 및 응답분위기 조성을 위한 자료 등 배포	-지난 달과 다른 느낌을 가지게 유도하여 응답 분위기를 쇄신	정확성	3. 자료수집	
	담당자의 전문성 향상	-업무담당자의 통계관련 교육참석 -CIRET 등 경기 관련 국제회의 참석	-최신의 통계기법 습득 및 통계 전문가와의 교류 확대 가능	정확성	6. 통계기반 및 개선	예산부족
장기	경기대응력 강화를 위한 조사항목 검토 및 개선	-기대인플레이션율 등 조사항목의 경기대응력 및 조사방법 검토 및 개선	-기대인플레이션율의 경기대응력 향상 및 유용성 제고	정확성	FGI, (4.통계처리 및 분석)	

※ 단기 : 1년 이내, 중기 : 1~2년, 장기 : 2년 이상

※ [참고] 과거 개선과제 이행 현황

<표 10> 과거 개선과제 이행 현황

연번	연도	구분	개선과제명	내 용	이행여부
1	2019	정기	소비자심리지수의 예측력점검	- 검토결과 예측력이 다소 약화되었으나, 개선을 할 사항이 아님을 확인 - 2020년 “소비자동향조사 예측력 제고방안관련 검토” 보고서 작성	완료
2	2019	정기	조사 문항의 대체 및 추가 검토	- 가구의 소비지출 관련 조사문항 대체를 검토하였으나, 현행유지가 최선임을 확인 - 2021년 소비자동향조사표 개선 관련 자문회의 개최	완료
3	2019	정기	지수의계절성검정	- 2008년 이후 자료에 대한 계절조정 결과 계절성이 없는 것으로 나옴 - “소비자심리지수의 계절성 검토” 보고서 작성	완료

* 2015년 이후의 정기, 수시통계품질진단 개선과제에 대한 현황임

붙임1

자료수집 체계 점검 결과 (조사통계용)

통 계 명	소비자동향조사
승 인 번 호	301020
작 성 기 관	한국은행
면 접 일 시	2024년 3월 27일
연 구 원	박원란
연구보조원	-

제1부 점검계획

1. 점검 방법

- 면담대상자 선정 : 조사기획자 1명, 상용조사원 2명 면담
- 면담자 선정사유 : 조사를 기획하는 조사기획 조사역과 현장에서 조사를 수행하고 있는 상용조사원과 면담
- 조사원 선발 및 교육 확인 : 실 게시물 및 교육자료 검토를 통해 조사원 선발 방법 및 교육 확인
- 조사과정 확인
 - 면담자와 면담과정에서 조사과정에 대한 상세한 설명을 들었고
 - 조사과정별 지시사항 등의 확인을 통해 조사 수행과정 등 확인

2. 점검 일정

일시	면담대상자	장소	주요 점검사항
'24.3.27.	한국은행 000	한국은행 인근 커피숍	채용, 조사과정 점검
	한국은행 000		채용, 조사과정 점검
	한국은행 000		기획, 채용, 조사과정 점검

제2부 점검 결과 요약

점검 자료목록	문제점	개선 의견
자료수집방법	우리나라의 경기 및 소비에 대하여 매월 응답자가 질문에 답을 하면서 느낌과 생각을 가지고 판단을 하여야 하나 매너리즘에 빠진 응답이 될 경우 경기의 흐름이 미미하게 포착될 수 있음	응답자가 경기 및 소비에 관심을 가지고 이해할 수 있도록 홍보물 및 정보 제공
응답자 관리	응답자의 특성이 응답결과에 영향을 많이 미치고 있으며, 응답율이 너무 낮으면 결과를 왜곡시킬 우려가 있음	표본추출 당시의 응답자의 특성과 표본의 응답자 특성을 지속적으로 비교 관리할 필요가 있음

제3부 자료수집 체계 점검 결과

1. 점검 개요 및 설계

가. 점검 개요

통계자료의 정확한 수집은 통계작성 목적을 직접 시현하는 과정으로 통계작성 과정 중 가장 중요한 단계이다. 이의 차질 없는 수행을 위해 자료수집이 기획 단계의 목적을 제대로 반영할 수 있도록 정확하게 실시되고 있는지 기획자, 조사관리자, 조사원을 대상으로 자료수집이 이루어지는 다양한 과정을 파악하고, 또한, 좀 더 나은 방향으로 자료수집이 수행되어 통계의 품질을 높일 수 있도록 개선방안을 도출하는 데 목적을 두었다.

나. 점검 설계

소비자동향조사의 기획내용이 자료수집과정에서의 반영을 점검하기 위해 조사를 기획하고 조사총괄을 담당하고 있는 기획조사담당자와 면담하였고, 자료수집에 직접 참여하고 현장 조사 총괄을 보조하는 조사관리자 2명을 면담하여 자료 입력 및 자료보완, 내용검토까지 전 과정을 점검하였다.

점검내용은 국가통계품질관리 매뉴얼의 관리체계점검 시 검토사항과 조사원 채용, 조사원 교육, 조사원의 역할 등 조사원의 역량과 관련된 내용을 점검하였고, 조사 준비, 조사 홍보, 조사표 회수률, 무응답률, 응답자 관리 및 대응, 조사표 및 원자료 관리 등 조사관리에 전반에 관한 내용을 검토하였으며, 기타 조사원 근무환경, 등에 대해서도 점검하였다.

2. 점검 결과

가. 현황 및 문제점

(1) 현황

① 자료수집방법

소비자동향조사는 월간 조사로 그 달 조사한 결과를 취합 분석하여 그 달에 공표하기 때문에 조사기간이 짧아 이의 차질없는 수행을 위해 자료수집체계는 매우 체계적으로 신속하게 진행되고 있었다.

조사는 우편 및 전자설문으로 응답자가 직접 응답내용을 기입하는 자기 기입식 조사방법을 채택하고 있으며, 무응답 및 단위무응답 발생 시 또는 내용검토 후 문제가 있을 경우 보조적으로 전화조사를 진행하여 이를 보완하고 있었다.

특정 조사 시점에 우편 및 전자설문 발송과 조사원 운용 및 무응답 처리 등이 진행과정의 누수 없이 원활하게 이루어지도록 구조화 하고 있었으며, 조사원의 교육에서도 필요한 절차에 대해 짧은 시간에 적절히 이루어지고 있었다.

자계식 조사가 대부분인 관계로 이에 걸맞게 조사표는 조사항목별 주요 개념에 대한 설명이 포함되어 있어, 누구나 쉽게 조사의 내용을 이해할 수 있게 구성되어 있어 응답오류를 줄이려는 노력을 하고 있었다.

② 조사원관리

조사원은 조사 유경험자로 조사관리자 2명을 채용하고 있으며, 이들과 기획자가 함께 조사 총괄을 맡고 있다. 매월 조사원을 신규로 채용함에 따라 조사원의 전문성 확보는 어려운 상황이다. 조사원들은 매월 우편발송에 10명, 조사표 회수에 22명의 조사원을 각각 운용하고 있으며, 일정학력 이상의 소유자를 대상으로 채용하고 조사담당, 코딩담당 등 2개 조로 나누어 운영하고 있다. 통상 우편발송에 1일, 조사표 회수에 4~5일간 진행된다.

조사원실이 있어 이들에 대해 수시 교육 및 점검이 이루어져 문제발생시 신속한 조치가 가능하다.

③ 응답자 관리

응답자는 변동 없이 매월 같은 응답자가 응답을 하고 있으며, 응답자 부재, 조사거부에 따른 불응, 입원 등이 무응답의 대부분의 사유인데 그 비율이 낮으며, 6개월 이상 무응답자 중 일정 기준에 해당되거나, 사망, 이민, 장기 입원 등 일신상의 이유로 조사가 불가능한 경우에 한해 제한적으로 표본을 대체하고 있다. 다만 표본 추출당시 응답자로 선정된 사람 중 실제 조사에 응하는 사람의 비율이 낮아 이로 인한 응답편향이 우려되는 바이다.

(2) 문제점

자기기입식 조사가 85% 이상 차지하는 등 대부분을 차지하고 있으며, 조사원은 매월 신규로 채용되고, 조사관리자의 경력 또한 1년을 넘지 못하는 상황으로 조사 전문가가 없고 응답자의 조사에 이해정도가 조사의 질을 결정하는 상황이다.

응답자의 조사에 대한 이해가 필요하고 좀더 심도있는 응답을 위해 연령, 직업 등의 특성에 따른 보충자료의 배포로 응답자의 조사이해도를 높일 필요가 있어 보인다.

3. 주요 개선의견

(1) 응답성향 파악분석 경상화

자기기입식 조사가 대부분을 차지하고 있는 상황에서 응답결과에 대한 일련의 검증과정을 수행하고 있으나, 항목별, 응답자별 응답현황 파악을 경상작업에 편입하여 조사완료 후 검증이 될 수 있도록 시스템을 구축하는 방안을 제안한다.

(2) 응답자 친화적 응답 참고자료 제공

우편조사 및 전자조사 모두 공문과 함께 조사항목의 기준 등에 대한 설명이 있는 홍보물 및 조사결과에 대한 최근 경기분석 등 응답자가 조사의 정도를 이해하는데 도움을 줄 수 있는 자료를 동봉하여 보내는 방법에 대한 검토가 필요하다.

※ [참고] 근거자료 확인목록

[매뉴얼 III.자료수집 진단항목	근거자료 목록	확인결과
1. 조사방법	<ul style="list-style-type: none"> · 조사 응답 비율, 응답자 특성 · 분석결과 자료 	<ul style="list-style-type: none"> -CSI 업무편람 -2022년 CSI표 본개편 및 시험조사 결과
2. 조사원 채용 및 처우	<ul style="list-style-type: none"> · 채용 과정 및 계획 문서 	<ul style="list-style-type: none"> -CSI 표본보강결과보고 -CSI 통계조사보조원모집공고 -준비과정 조사원모집(2024) CSI 업무매뉴얼
3. 조사원 교육훈련	<ul style="list-style-type: none"> · 조사원 교육자료 · 교육 세부일정 및 계획/결과 · 보안 교육 및 서약서 · 조사원 평가 결과 · 재교육 일정 등 	<ul style="list-style-type: none"> -(조사지침서)통계조사보조원 매뉴얼 -근로계약서
4. 조사원 업무량	<ul style="list-style-type: none"> · 응답소요시간, 조사난이도, 조사기간 등 참고자료 	<ul style="list-style-type: none"> -(자료내검-에디팅)2024 CSI 편제매뉴얼
5. 조사업무 흐름도	<ul style="list-style-type: none"> · 조사업무 흐름도 관리 	
6.조사준비 및 준비조사	<ul style="list-style-type: none"> · 홍보 내역 · 응답자 사전 통지서 · 조사구 또는 명부 보완내역 	<ul style="list-style-type: none"> - 협조공문 - 안내리플렛
7.조사항목별 조사방법	<ul style="list-style-type: none"> · 조사 지침서 · 문항별 응답 요령 · 항목별 내검지침(추가 확인) 	<ul style="list-style-type: none"> - 통계조사보조원 조사지침서 - CSI 코딩원 입력매뉴얼
8. 조사 관리	<ul style="list-style-type: none"> · 조사 관리 지침 · 조사 파라미터 세부자료 (방문 또는 접촉시도 횟수, 방문요일 및 시간대, 조사 성공실패 등) · 실사지도(지도점검) 결과자료 	<ul style="list-style-type: none"> - (조사원 교육자료) 상용 통계조사원 업무매뉴얼 - (조사지침서)통계조사보조원 매뉴얼
9. 조사 질의응답 체계	<ul style="list-style-type: none"> · 조사 질의 응답 체계 운영방법 · 주요 질의 응답, 오류사례 · 조사 사례집 	<ul style="list-style-type: none"> - (조사지침서) 통계조사원 매뉴얼
10. 조사(또는 응답) 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 기억응답에 활용된 참고자료 	없음
11. 무응답 대처	<ul style="list-style-type: none"> · 항목, 단위 무응답 대처 지침, 사례 	<ul style="list-style-type: none"> - (조사지침서) 통계조사원 매뉴얼
12. 표본대체	<ul style="list-style-type: none"> · 표본대체 기준 및 방법 · 표본대체 목록 현황 자료 	<ul style="list-style-type: none"> - CSI 표본보강결과보고
13. 사후조사	<ul style="list-style-type: none"> · 모니터링 실시 계획자료 	없음
14. 행정자료 활용 목적 및 내용	<ul style="list-style-type: none"> · 행정자료 활용 기획서 · 행정자료 연계현황 	없음
15. 활용 행정자료의 특성 및 입수체계	<ul style="list-style-type: none"> · 행정자료활용 기획서 (투입행정자료의 메타데이터) · 행정자료 입수내역 	없음

붙임2

이용자 요구사항 반영실태 점검 결과

통 계 명	소비자동향조사
승 인 번 호	301020
작 성 기 관	한국은행
면 접 일 시	2024년 4월 4일
연 구 원	박원란
연구보조원	-

제1부 회의 준비 및 진행

1. 회의 준비과정

참석자 선정

<ul style="list-style-type: none"> ● 참석자 선정방법 * 소비자동향조사 주 이용고객인 통계청과 연구자료로 이용 경험이 많은 교수를 선정 	<ul style="list-style-type: none"> ● 참석자 현황 - 상명대학교 경제금융학부 000 교수 - 단국대학교 경제학과 000 교수 - 통계청 산업동향과 000 사무관
<ul style="list-style-type: none"> ● 실시 장소 	<p>서울역회의실 KTX7</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● 소요 시간 	<p>2시간</p>

2. 회의 진행

<ul style="list-style-type: none"> * 사회자가 어떤 방법으로 회의를 진행하였는지 작성 (사전 인터뷰 가이드 이용 여부 등 제시) 	<ul style="list-style-type: none"> ● 사회자 : 박원란 ● 기록자 : 박원란 ● 관찰자 : 심주용 ● 녹음 · 녹화 여부 : ○
--	---

제2부 **점검 결과 요약**

작성절차별	이용자 요구사항	개선 의견
1. 통계작성 기획	조사항목이 많으면 특히 자계식 조사에서는 응답자의 성실한 응답을 유도하기 어려움	꼭 필요한 항목만 남기고 조사 항목을 정비하는 방안 검토 요청
2. 통계설계	표본추출로 인한 오차보다 추출된 표본의 응답율의 저하가 조사의 오차를 키우는 가장 큰 원인임	모집단의 분포와 표본의 분포간의 차이분석으로 조사의 신뢰성을 보여줄 필요가 있어 보임
3. 자료수집	경기의 흐름 신호가 너무 미약한 것은 조사항목에 대한 응답자의 고민이 없어 보임	매월 자기기입식으로 조사에 응하는 응답자 입장에서 고민이 없을 수도 있으니, 최근의 경기동향 관련 자료배포 검토 요청
4. 통계처리 및 분석	선행지표로 활용이 많이 되는 기대인플레이션의 경기대응력이 미약하여 이의 검토가 필요	명확한 경기신호 포착을 위해 기대인플레이션 관련 항목 검토 및 개선 필요
5. 통계공표, 관리 및 이용자서비스	신속한 공표, 편리한 자료제공과 실험통계에 대한 시도가 좋음	실험통계(뉴스심리지수)에 대한 자료관리 후 공식통계로의 편입을 잘 검토 바람
6. 통계기반 및 개선	심리조사는 다양한 분석이 가능한 통계로 적정인력의 확보가 필요함에도 담당인력이 2.5명으로 적음	작성기관의 여건이 허락한다면 기대인플레이션, 조사대상 등 다양한 분석과 조사가 병행할 수 있도록 인력의 총원이 필요해보임

제3부 이용자 요구사항 반영실태 점검 결과

1. 점검 개요 및 설계

가. 점검 개요

통계는 통계수요에 대응하여 개발되었고, 또한 통계이용자는 이용하는 통계로부터 기대하는 정보를 충분히 얻기를 원하기 때문에 품질진단을 위해서는 먼저 통계 이용자가 통계자료에 대해 얼마나 만족하는지 확인할 필요가 있다. 구체적 방안으로 통계이용자의 통계에 대한 만족수준과 요구사항 반영수준을 측정하기 위해서 통계를 정책수립 및 평가, 학술연구 등에 직접 활용한 경험이 있는 주요이용자를 대상으로 표적집단면접(Focus Group Interview)을 실시한다. 그 결과 이용자의 요구사항, 해당 통계의 문제점 및 개선 아이디어 등 사전 정보를 파악하여 향후 진단업무에서 어떤 사항을 중점적으로 검토할 것인지 여부에 대한 계획에 활용하게 된다

나. 점검 설계

표적집단면접(FGI)을 위해서 사전준비 단계로 토론의 전체적 방향을 제공하고 토론을 촉진할 수 있는 개방형 질문을 중심으로 인터뷰 질문을 준비한다. 토론 참가자를 선정함에 있어서 연구주제에 관심을 갖고 있는 주요 전문이용자(3명 이상)를 대상으로 참가자들에게는 사전에 모임의 목적, 주최자 및 주관자, 질문 내용, 결과의 용도 등을 안내하며 효율적인 토론을 위해서 해당 통계의 공표내용을 비롯한 관련 참고자료도 함께 제공한다. 인터뷰 내용은 인터뷰 과정에서의 발언 내용을 이용하여 결과를 분석한 후 분석결과를 요약 정리하여 주요 개선의견을 도출한다.

실제로 소비자동향조사를 주제로 한 표적집단면접에서는 진단 매뉴얼에 따라 사전에 작성한 FGI 가이드를 이용하여 회의를 진행하였다. 제한된 시간에 효율적인 토론을 위해 토의주제(질문지)를 미리 제공하였으며 토의는 통계 이용현황, 해당 통계에 대한 평가, 통계 이용 시의 불편한 점 또는 요구사항, 통계의 문제점 및 개선의견 순으로 진행하였다. 인터뷰 과정에서 개진된 의견들은 제기된 문제점(또는 개선사항)과 개선방향으로 구분하여 정리하였다.

2. 점검 결과

가. 현황 및 이용자 요구사항

(1) 현황

소비자동향조사는 경제심리지표 중 대표적인 지표로, 경제주체 중 소비자들이 국민경제에 중대한 영향을 미친다는 사실에 바탕을 두고, 소비자들의 경기에 대한 판단, 전망 및 계획 등을 설문조사를 통해 파악하고 이 결과로 전반적인 경기 동향을 파악하여 경제현상 진단 및 전망에 유용한 기초자료로 활용할 목적으로 작성되고 있다. 소비자동향지수, 기대인플레이션지표 등은 각종 실물지표의 선행지표로 신속한 경기파악에 기본이 되는 유일한 지표로, 경기종합지수, 경기순환시계, 경기심리지수(ESI) 등의 구성지표로 활용되고 있으며, 통계청, 금융통화위원회 등 정책당국의 경기판단 및 정책대응을 위한 기초자료로 이용되고 있다.

또한 민간 경제연구소와 학계 등에서는 경기, 민간소비, 심리지표 등과 관련한 연구 자료로 널리 활용하고 있다.

(2) 이용자 요구사항

소비자동향조사는 신속한 조사 및 통계처리로 이용자들이 원하는 시점에 최신의 자료를 제공하는 경기관련지표로 이용자들의 선호도가 높고 상황에 따라서는 아주 민감한 조사라 판단되다는 의견이 대다수 였다. 다만, 더 좋은 지표의 생산을 위해 몇가지 요청이 있었다. 이를 종합하여 정리하면 다음과 같다.

① 통계작성기획 부문

소비자동향조사는 85% 정도가 온라인 등을 통한 자기기입식 조사를 통해 자료가 수집되고 있으며, 응답자의 변동이 적어 매월 같은 응답자의 응답에 의존하고 있는 조사이다. 이에 따라 응답자의 성실한 응답이 요구되는 상황이나, 같은 항목에 대한 오랜 응답은 응답자를 매너리즘에 빠지게 할 염려가 있다. 이러한 현상을 최소화 시키기 위해 조사표의 조사항목을 검토하고, 필요하지 않은 항목이나, 반복적으로 응답해야 하는 내용을 조정하여 조사항목을 단순화 시킬 필요가 있다. 그러자면 항목별 필요성 및 경기대응력 등의 평가를 통해 해당 조사항목이 꼭 필요한 것인지, 현재 경기를 어느

정도 반영하고 있는지 주기적으로 파악할 필요가 있다. 조사에 영향을 주지 않는 항목이라면 조정하고, 조사항목의 형태를 검토하여 응답의 정도를 높일 수 있도록 유도하면 향후 경기대응력의 진폭이 어느정도 살아날 수 있을 것으로 기대된다.

② 통계설계

모집단 자료의 확보에 어려움이 있으나, 표본이 모집단을 잘 설명하기 위해 층화 계통 추출법에 의해 표본을 잘 추출하는 것으로 판단되고 있다. 그러나, 정렬기준이 너무 많아지면 오히려 체계적인 편향으로 인해 정렬이 안될 수도 있다는 것을 고려해 주시기 바란다라는 의견이 있었다.

더불어, 현재 소비자동향조사는 연령계층별 층화추출로 표본을 구성하였음에도 불구하고 연령계층별 자료 공표 시 대표적인 고용 및 주거 취약계층인 청년층 가구의 경기 및 생활형편에 대한 인식과 전망을 살펴보기 위해, 현재 “40세 미만 “으로 되어 있는 연령별 지수의 분류에 “30세 미만 “ 및 “30~40세 미만 “을 새로 추가하는 것이 바람직하나 30대 가구주 응답자를 확보하기 어려운 상황이므로, 향후 표본설계 시 좀 더 적극적인 연령계층별 표본 확보 방안에 대한 연구가 필요하다.

③ 자료수집

소비자전망지수 및 기대인플레이션 등은 GDP 민간소비, 소매판매 등 소비관련 실물지표의 선행지표로 활용되고 있으나, 경기의 흐름 신호가 너무 미약하여 불규칙적인 움직임과의 구별이 어려운 상황이다. 이는 조사시 응답자의 고민이 없어보인다. 그러므로 매월 자기기입식 조사가 대부분인 소비자동향조사의 응답자에게 경기에 관한 정보를 주는 것은 어떤가? 하는 제안이 있었다. 과거에 조사표에 전 월의 정보를 기입하여 배포하였던 적이 있는데 이것이 언론에서 문제가 되어 제외된 것으로 알고 있지만 일반적인 정보를 제공한다면 크게 문제 될 것이 없다는 의견이었다.

④ 통계처리 및 분석

통계의 오차는 표본추출로 인한 오차인 표본오차와 응답자에 의한 응답 오류가 있다. 소비자동향조사는 표본추출로 인한 오차보다 응답오류에 집중할 필요가 있어 보인다. 표본의 오차를 키우는 가장 큰 요인은 응답율이 아닌가 생각되다는 의견이 있었다. 이의 개선을 위해서는 모집단에서의 개체의 특성과 표본의 응답자의 특성을 비교하여 응답율의 저하로 인한 오차를 줄이는 노력이 필요해 보인다.

⑤ 통계공표관리 및 이용자서비스

신속한 공표, 편리한 자료제공과 실험통계에 대한 시도가 좋았다는 의견이 있었다. 실험통계(뉴스심리지수)에 대한 자료관리 후 공식통계로의 편입을 잘 검토해 주기 바란다.

⑥ 통계기반 및 개선

심리조사는 다양한 분석이 가능한 통계로 적정인력의 확보가 필요함에도 담당인력이 2.5명으로 적다는 의견이 있었다. 작성기관의 여건이 허락한다면 과거와 같이 기대인플레이션율의 별도 조사와 조사대상에 대한 다양한 분석도 시도 될 수 있을 것으로 기대된다, 조사의 정도를 높이기 위해서는 이러한 과정을 수행할 수 있는 적정인력이 있어야 한다는 의견이 있었다.

3. 주요 개선의견

(1) 응답자의 응답 매너리즘 해소방안 검토

매월 자기기입식으로 조사에 응하는 응답자가 매너리즘에 빠질 수 있고 경기 등에 대한 관심이 부족한 상태에서 응답을 할 수 있으므로 최근의 경기동향 관련 자료 등을 배포하여 응답자가 경기 등에 관심을 갖고 적극적으로 응답할 수 있도록 유도하는 방안에 대한 검토 요청

(2) 조사항목 검토 개선

선행지표로 많이 사용되는 소비자동향조사의 지수들 중 특히, 기대인플레이션율은 최근 경기의 흐름을 선행적으로 파악하기 위해 사용되지만, 명확한 경기의 시현이 어렵고 그 진폭이 미미하여 불규칙과 구별이 어려우므로 조사항목의 개선이 필요해 보인다.

붙임3

공표자료 오류 점검 결과

통 계 명	소비자동향조사
승 인 번 호	301020
작 성 기 관	한국은행
연 구 원	박원란
연구보조원	-

제1부 **점검 결과 요약**

1. KOSIS 통계표 점검

- 기준자료명: 소비자동향조사 보도자료
- 점검자료명: 소비자동향조사 KOSIS 데이터, ECOS 데이터
- 작성기준년도: 2024년

통계표명	점검결과	개선 의견	반영 여부
KOSIS 소비자동향조사 (전국, 월, 2008.9~)	2008.7월 이후 자료가 수록되어 있으나, 통계표명은 2008.9~로 표기	2008년 7월과 8월 자료에 대한 설명 추가	반영 예정
ECOS 6.2.1. 소비자동향조사 (전국, 월, 2008.9~)			

2. 국제기구 제공자료 점검

- 기준자료명: 소비자동향조사 간행물 / ECOS 데이터
- 국제기구명: OECD
- 작성기준년도: 2023년

국제기구명	통계표명	점검결과	개선 의견
OECD (국제협력개발기구)	CCI (소비자신뢰지수)	공표된 소비자동향 조사 결과를 이용한 가공 발표	소비자심리지수와 비교 분석하여 지수의 추이를 관리할 필요가 있음

제2부 공표자료 오류 점검 결과

1. 점검 개요

「통계정보보고서」의 공표 관련 내용을 검토하고, 국가통계포털(KOSIS) 공표자료 유무와 국제기구에 자료를 제공하는지 파악한다. 진단대상 통계의 기준자료(점검 시점을 기준으로 가장 최근에 발간된 보도자료, 통계보고서 등의 통계간행물 또는 통계표 입력 시 사용한 원본보고서)를 지정하고, KOSIS 통계표와 국제기구 자료를 대상으로 아래의 사항들을 점검한다.

(1) 통계표 형식 및 내용 점검

기준자료와 KOSIS 통계표의 형식 및 내용, 용어, 단위, 주석, 출처, 항목명 등을 점검한다.

(2) 통계표 수치자료 점검

기준자료와 KOSIS 통계표에 수록된 내용을 비교하여 수치를 점검한다. 단순오류나 오타뿐만 아니라 과거 시계열, 다른 통계표 등과 비교하여 논리적 타당성을 점검한다.

(3) 국제기구 자료 제공 일치 여부 점검

OECD, ILO, UN 등 국제기구에 통계자료를 제공하는 경우 국제기구 요구 자료 및 제공현황을 파악하고, 국제기구에 제출한 자료와 국제기구의 간행물이나 DB 등에 서비스되는 자료의 일치 여부를 비교하고 그 원인을 파악한다.

2. 점검 결과

(1) 통계표 형식 및 내용 점검

공표자료 오류점검 기준자료는 한국은행의 2024년 소비자동향조사 5월 보도자료의 결과표를 기준으로 ECOS 및 KOSIS 데이터 (소비자동향조사 전국편, 기대인플레이션, 소비자동향조사 지역편 등)를 점검하였다. ECOS 및 KOSIS 통계표 점검결과, 통계표의 제목이 “소비자동향조사 (전국, 월, 2008.9~)” 로 되어 있으나, 자료는 2008년 7월 자료부터 수록되어 있으므로 이용자가 이의 차이를 이해할 수 있도록 설명자료에 이에 대한 자료 추가를 제안하다.

(2) 통계표 수치자료 점검

점검기준자료와 한국은행의 ECOS와 KOSIS 입력 수치가 일치하고 있으며, 통계가 일치하지 않는 부분을 확인하지 못하였다. 다만, 일부 통계 즉 연령대별, 소득규모별 등의 경우 ECOS와 KOSIS만을 통해서 제공되고 있었다.

(3) 국제기구 자료 제공 일치 여부 점검

국제기구에 한국은행에서 제공하고 있는 심리지표는 없었다. 다만, OECD에서 공표 된 소비자동향조사 자료를 ECOS 등을 통해 자료를 수집하여 스스로 불규칙을 제거한 후 OECD 평균 수치와 비교 가능한 수준으로 조정하여 작성한 CCI (Consumer Confident Index)를 OECD 홈페이지를 통해 제공하고 있었다. 이 자료는 소비자심리지수와 흐름은 같았다.

3. 주요 개선의견

(1) 수록통계 설명추가

ECOS와 KOSIS에 공표되고 있는 “소비자동향조사(전국, 월, 2008,9~) 통계표가 제목과 자료 수록기간이 일치하지 않으므로 이에 대한 설명을 설명자료에 추가하기를 제안한다.

(2) OECD CCI 추적 비교 검토

OECD에 발표하는 CCI의 작성방법을 추적하고 CCI자료와 소비자심리지수(CCSI)를 경상적으로 비교 분석 할 것을 제안한다.

붙임4

조사표설계 및 유사통계 비교분석 점검

통 계 명	소비자동향조사
승 인 번 호	301020
작 성 기 관	한국은행
연 구 원	정미량
연구보조원	심주용

제1부 **점검 개요**

1. 점검 개요

- 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검 시 검토한 자료
 - 통계정보보고서
 - 조사표
 - 조사지침서
 - 통계자료(KOSIS, 보고서)
 - FGI 이용자 의견

2. 통계 개요

통 계 명	소비자동향조사	
작성기관명	한국은행	
작성주기	월	
작성기준년도	2024년	
전수/표본조사	전 수 ()	표 본 (●)
조사목적	○ 소비자의 경제상황에 대한 판단과 향후 소비지출계획 등을 파악하여 경제현상 진단 및 전망에 활용	
조사대상	○ 전국 도시지역의 일반 가구	
조사방법	○ 우편, 이메일, 문자메세지 등을 활용한 자기기입식 조사 - 전화, 팩스조사 등 병행	
주요조사항목	○ 경제인식(2) : 현재생활형편, 현재경기판단 ○ 경제전망(4) : 생활형편전망, 향후경기전망, 취업기회전망, 금리수준전망 ○ 소비지출전망(3) : 가계소득전망, 소비지출규모전망, 소비지출전망 ○ 가계저축 및 부채(4) : 현재가계저축, 가계저축전망, 현재가계부채, 가계부채전망 ○ 물가(8) : 물가인식, 물가수준전망, 물가수준변동폭, 물가상승영향품목, 주택가격전망, 임금수준전망 등	

제2부 점검 결과 요약

구 분	점검결과	개선 의견	비 고
주요 용어 및 항목별 정의	- 각 용어 및 항목에 대한 정의가 적절함	-	정량평가 (II-1-1. 주요 용어 및 항목별 정의의 적절성)
조사표 구성	- 조사표 수록사항 9개 중 9개 확인	-	정량평가 (II-3-3. 조사표 구성)
조사표 설계 및 변경 절차	- 조사표 설계 및 변경 절차가 적절함	-	정량평가 (II-4-1. 조사표 설계 및 변경 절차나 방법의 적절성)
조사항목의 적정성	- 조사항목 구성 및 질문 방식이 적절함	-	정성평가
응답항목 및 지시문의 적정성	- 응답항목 및 문항이동을 나타내는 지시문이 적절함	-	정성평가
기준시점의 적정성	- 조사항목별 기준시점이 적절함	-	정성평가
조사표 변경 이력 관리	- 조사표 변경 이력 관리가 적절함	-	정량평가 (II-5-1. 조사표 변경 이력 관리)
조사항목별 작성요령 및 유의사항	- 조사항목별 작성요령 및 유의사항이 적절함	-	정량평가 (III-7-1. 주요 조사항목별 작성요령 및 유의사항의 적절성)
동일영역 통계와 일관성	- 국민의 경제인식 및 동향을 파악하는 조사는 본 통계가 유일함	-	정량평가 (V-8. 동일영역 통계와 일관성)
유사통계항목 간 수치의 정확성	- 유사통계항목 간 수치가 유사함	-	정성평가

제3부 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검 결과

1. 점검 개요

「조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검」은 응답자의 응답 부담 경감, 이해도 제고를 위해 조사표 설계 과정에서 발생할 수 있는 측정오차를 점검하는 과정으로, 자료수집의 정확성 진단을 강화하기 위하여 점검하는 과정이다.

조사표는 조사목적에 부합하는 정보를 응답자로부터 얻기 위하여 고안된 질문들을 모아놓은 표이다. 조사표는 자료수집과정에서 아주 핵심적인 역할을 한다. 자료가 조사표의 질문에 근거하여 수집되기 때문에 조사표는 자료 품질에 직접적인 영향을 준다.

유사통계는 서로 다른 통계더라도 동일한 공표항목이 존재하는 통계를 말한다. 예를 들어 동일한 영역에서 조사통계 간 유사한 통계 항목이 존재할 수 있으며, 보고·가공통계에서 공표하고 있는 항목이 조사통계에서도 조사 후 공표되는 항목이 있을 수 있다. 통계마다 목적, 대상 범위, 표본설계가 다르므로 완벽하게 동일한 결과를 제공하지는 않는다. 그러나 유사한 내용을 공표하고 있다면 어느 정도 일관성이 있어야 이용자가 신뢰할 수 있다.

진단에서는 통계정보보고서를 기반한 절차적 점검과 조사표 항목 점검 및 유사통계 비교·분석 등을 실시하였다.

가) 조사표 설계 적정성 진단

통계정보보고서 및 기타 설명자료 등을 기반으로 주요 용어 및 항목별 정의, 조사표 구성, 조사표 설계 및 변경 절차, 조사표 변경 이력을 점검한다. 그리고 조사표 점검 및 FGI 의견을 토대로 조사항목 구성 및 질문 방식의 적정성, 응답항목 및 지시문의 적정성, 기준시점의 적정성, 조사항목별 작성요령 및 유의사항 등을 점검한다.

나) 유사통계 비교·분석 점검

점검대상이 공표하고 있는 통계 중 동일하거나 유사한 통계가 있는지 파악한다. 점검통계와 유사한 항목이 있는 통계 간의 작성기관, 작성목적, 작성대상 및 범위, 작성단위, 작성주기, 기준시점, 공표시기, 표본조사 여부, 작성규모를 비교하고 유사항목의 결과값 및 추이가 유사한지 파악한다.

2. 점검 결과

가. 조사표 설계 적정성 진단

(1) 주요 용어 및 항목별 정의

소비자동향조사는 응답자가 인지하고 응답할 수 있도록 ‘생활형편’, ‘가계저축’, ‘가계부채’ 등 조사항목별 주요 용어에 대한 설명을 조사표에 작성하는 것으로 확인하였다. 또한, 통계 이용자의 이해도 제고를 위해 본 통계에서 주로 사용되는 용어 정의와 소비자심리지수에 대한 설명을 통계정보보고서에 명시하고 있어 주요 용어 및 항목별 정의는 적절한 것으로 판단된다.

(2) 조사표 구성

조사표 수록사항인 조사명, 조사목적, 국가승인통계로고, 작성승인번호, 응답자 협조사항, 조사협조 감사인사, 조사기관, 응답자 비밀보호 정책, 문의사항 연락처 9가지 항목이 모두 수록된 것을 확인하였다.

(3) 조사표 설계 및 변경 절차

본 통계는 조사표 문항 설계와 관련하여 유관기관, 학계, 한국은행 등 행내외 전문가 자문회의를 실시하여 의견을 수렴하는 것으로 확인되었다. 조사항목이 변경될 경우, 설문 문항의 적절성, 응답자의 이해 및 해석상 오인지 문항 확인 등에 대한 시험조사를 실시하고, 결과의 시계열 추이 비교 및 내부 담당자 회의를 거쳐 최종 조사표를 확정하고 있어 본 통계의 조사표 설계 및 변경 절차는 적절하다고 판단된다.

(4) 조사항목의 적정성¹⁾

본 통계의 조사항목은 소비자의 경제 인식 및 경기상황, 전망·계획을 파악한다는 측면에서 조사목적과 부합하는 문항으로 적절하게 구성되어 있는 것으로 나타났다.

1) ‘(4) 조사항목의 적정성’에 작성된 의견은 한국통계진흥원 통계품질센터 연구진의 의견으로 통계청 견해가 아님

(5) 응답항목 및 지시문의 적정성²⁾

본 통계의 응답항목은 상호배타적이며, 문항 이동을 나타내는 지시문 또한 모든 조사항목에서 필요한 지시문이 명확하게 명시되어 있는 것으로 확인되어 응답항목 및 지시문은 적절한 것으로 판단된다.

(6) 기준시점의 적정성

본 통계의 기준시점은 ‘지난 6개월 전 대비 현재’, ‘현재 대비 6개월/1년 후’ 등 조사표 내 조사항목별 기준시점을 명시하고 있는 것으로 확인되었다. 조사기준시점이 설문조사 율의 조사기간 중 응답하는 날짜이나, 조사항목 특성상 응답자의 인식 수준 변화가 크게 변하지 않으므로, 조사기준시점은 적절한 것으로 판단된다.

(7) 조사표 변경 이력 관리

본 통계는 2008년 이후 조사표의 문항 전·후 변경 내용 및 사유를 이전 조사표와 비교한 사항을 문서화하여 관리하고 있는 것으로 나타났으며, 또한 통계이용자가 확인할 수 있도록 통계정보보고서에 수록하고 있는 것으로 확인되어 통계작성 변경이력에 대한 기록·관리가 적절히 이뤄지고 있는 것으로 나타났다.

(8) 조사항목별 작성요령 및 유의사항

본 통계는 우편, 이메일, 문자 등을 활용한 자기기입식 조사로, 응답자가 작성기준을 확인하여 응답할 수 있도록 조사표 내 세부항목별 응답 지침이 명시되어 있어 조사항목별 작성요령 및 유의사항은 적절한 것으로 판단된다.

2) '(5) 응답항목 및 지시문의 적정성에 작성된 의견은 한국통계진흥원 통계품질센터 연구진의 의견으로 통계청 견해가 아님

나. 유사통계 비교·분석 점검

(1) 동일영역 통계와 일관성

소비자동향조사는 우리나라 가구의 경제 상황에 대한 인식과 향후 소비지출 계획을 조사하고, 소비자 인식하는 경기 전망을 공표하는 통계는 본 통계가 유일하므로 해당 점검은 해당사항이 없다.

(2) 유사통계항목 간 수치의 정확성

소비자동향조사 공표항목 중 유사하거나 동일한 항목을 공표하고 있는 통계를 탐색하여 작성목적, 작성대상 및 범위 등을 검토한 결과, 사회조사(통계청), 부동산시장소비자심리조사(국토연구원)가 유사한 항목을 공표하는 것으로 확인되었다. 본 통계와 유사한 항목을 공표하는 통계 현황은 <표 1>, 유사 공표통계 간 유사항목은 <표 2>와 같다.

<표 1> 유사항목 통계 현황

구분	소비자동향조사	사회조사	부동산시장소비자심리조사
작성기관	한국은행	통계청	국토연구원
통계종류	조사통계	조사통계	조사통계
작성목적	소비자의 경제상황에 대한 판단과 향후 소비지출계획 등을 파악하여 경제현상 진단 및 전망에 활용	삶의 질과 관련된 국민의 사회적 관심사와 주관적 의식에 관한 사항을 파악하여 관련 정책의 수립 및 연구의 기초자료로 제공	부동산시장 소비자의 행태 변화 및 인지수준을 설문조사를 통해 파악하고, 부동산시장 분석을 위한 주요 기초자료로 활용하기 위함
작성대상 및 범위	전국 도시지역의 일반가구	전국에 거주하는 만 13세 이상 모든 가구원	수도권, 지방광역시 및 지방주요도시에서 영업 중인 부동산 중개업소 및 해당 지역에 거주 중인 일반가구
작성단위	가구	개인	가구, 사업체
작성주기	월	1년(각 부문별 2년) ※ 흡수해에 '소득과 소비' 부문 조사실시	월
공표시기	조사기준 월 말	조사기준년도 11월	조사기준 월 익월
표본/전수	표본조사	표본조사	표본조사
작성규모	- 본점 : 2,500가구 - 지역본부 : 5,900가구	약 18,576가구	- 일반가구 : 6,680가구 - 중개업소 : 2,338가구

<표 2> 유사 공표통계 간 유사항목

구분	소비자동향조사	사회조사	부동산시장소비자심리조사
유사항목	주택가격전망CSI	-	주택시장 소비심리지수
	6개월 후 가구소득 전망	가구 소득변화 (1년 전과 비교하여)	-
	6개월 후 가구의 생활형편	내년 가구의 재정상태	-
	6개월 전 대비 가계부채 규모(총잔액)	가구부채 변화 (1년 전과 비교하여)	-

먼저, 소비자동향조사와 사회조사(통계청)의 ‘소득변화’, ‘생활형편(재정상태)’, ‘가계부채 규모’ 항목이 유사한 것으로 확인되었다. 다만, 소비자동향조사는 소비자심리지수 형태로 공표하고 있어 통계산출 방법의 차이로 인해 유사항목 간 수치를 비교할 수 없었다.

다음으로, 소비자동향조사와 부동산시장소비자심리조사(국토연구원)의 ‘주택가격 소비자 심리지수’ 항목이 유사한 것으로 확인되어, 2023년 9월부터 2024년 1월까지의 수치를 비교하였다. 두 통계 간 수치 비교 결과, 통계 작성대상 및 목적 등이 다르므로 통계 간 수치는 동일할 수 없을 것으로 사료되나, 두 통계의 시계열 추이가 유사한 것으로 나타났다.

① 주택가격 전망 CSI

<표 3> 주택 관련 소비자동향/심리지수

(단위 : 소비자동향/심리지수)

통계명	항목	2023.09	2023.10	2023.11	2023.12	2024.01	2024.02
소비자동향조사	주택가격전망 CSI	110	108	102	93	92	92
부동산시장 소비자심리조사	주택시장 소비심리지수	102.1	98.7	94.8	92.9	96	103.3

통 계 명	소비자동향조사
승 인 번 호	301020
작 성 기 관	한국은행
연 구 원	이영민
연구보조원	김민경, 이가은

제1부 **점검 개요**

1. 점검 개요

- **표본설계 점검 시 검토한 자료**
 - 통계정보보고서
(통계작성 기획, 통계설계, 자료수집, 통계처리 및 분석)
 - 소비자동향지수의 분산추정에 관한 연구, 박인호, Quarterly National Accounts Review, 4th 2012
 - 소비자동향조사(CSI) 표본설계 및 표본추출 결과(2022.06), 한국은행
 - 2024년 05월 소비자동향조사 결과, 한국은행

2. 통계 개요

통 계 명	소비자동향조사	
작성기관명	한국은행	
작성주기	매월	
전수/표본조사	전 수()	표 본(●)
표본설계주체	자체설계(●)	외부용역()
조사목적	○ 소비자의 경제상황에 대한 인식 등을 설문조사하여 그 결과를 지수화한 통계자료로 경제정책의 수립·운영의 기초자료로 활용	
조사대상	○ 도시지역 일반가구	
조사방법	○ 인터넷(전자설문), 서면, 유선 등	

제2부 점검 결과 요약

구 분	점검결과	개선 의견	비 고
목표모집단과 조사모집단	- 목표모집단과 조사모집단 정의가 명확함	-	정량평가 (II-6-1~2. 목표모집단과 조사모집단)
표본추출틀	- 표본추출틀은 '19년 인구총조사 조사구리스트	-	정량평가 (II-7.조사 모집단 또는 표본추출틀)
표본설계 방법 및 결과	- 총화2단집락추출방법에 의한 표본배분 및 표본추출방법을 제시함	-	정량평가 (II-8-1~3. 표본설계 방법 및 결과)
무응답 대처	- 항목무응답, 단위무응답 대처 방법 제시함	-	정량평가 (III-11. 무응답 대처)
표본대체	- 표본 대체 허용 기준과 방법 및 절차 제시함	-	정량평가 (III-12. 표본대체)
주요 항목무응답 실태	- 항목무응답 허용안함으로 해당없음	-	정량평가 (IV-4.주요 항목 무응답 실태)
항목무응답 대체	- 해당없음	-	정량평가 (IV-5.항목 무응답 대체)
단위무응답 실태	- 최초 단위무응답률 제시함 - 단위무응답률 산출식 제시함 - 주요 하위그룹별 무응답률 제시함	-	정량평가 (IV-6.단위 무응답 실태)
가중치 조정	- 설계가중치, 사후가중치 산출식 제시함	-	정량평가 (IV-7.가중치 조정)
통계추정 산출식 및 내용	- 모수추정, 분산 추정식 제시함	-	정량평가 (IV-8.통계추정 산출식 및 내용)
표집오차 추정 방법 및 결과	- 상대표준오차 추정량 산식 제시함 - 주요항목에 대한 상대표준오차 제시함	-	정량평가 (IV-9.표본오차 추정 방법 및 결과)

제3부 표본설계 점검 결과

1. 점검 개요

소비자동향조사의 통계명, 승인번호, 작성기관, 조사목적, 조사대상, 조사방법은 다음과 같다.

- (1) 통 계 명 : 소비자동향조사(작성주기 : 매월)
- (2) 승인번호 : 제301020호
- (3) 작성기관 : 한국은행
- (4) 조사목적 : 소비자의 경제상황에 대한 인식 등을 설문조사하여 그 결과를
지수화한 통계자료로 경제정책의 수립·운영의 기초자료로 활용
- (5) 조사대상 : 2019년 인구주택총조사 기준 도시지역 일반가구
- (6) 조사방법 : 인터넷(전자설문), 서면, 유선 등
- (7) 표본설계연도 : 2022년

본 표본설계 진단은 2024년 5월 기준 「소비자동향조사」에 대하여 표본설계 진단 항목을 4개의 부문(모집단 및 표본추출틀 작성, 표본추출방법, 무응답처리 방법, 추정 방법)으로 구분하여 진단하였으며, 이는 통계작성기관에서 작성한 통계정보보고서, 표본설계내역서, 보도자료에 근거하여 실시하였다.

2. 점검 결과

가. 모집단 및 표본추출틀

(1) 현황

□ 목표모집단

- 2019년 인구주택총조사 결과에 따른 전국 도시지역 일반가구

□ 조사모집단

- 통계청의 「2019년 인구주택총조사」 결과 전체 373,335개 조사구의 20,891,348가구 중 다음 조건을 만족하는 317,277개 모든 조사구의 17,938,391가구
 - ① 조사구 특성 중 보통 조사구와 일반 조사구에 해당하는 모든 가구이며 섬, 기숙시설 및 사회시설 조사구 제외
 - ② 조사구 종류 중 전수조사구만 해당하며 빈집조사구 제외
 - ③ 표본조사구 추출시 개별 가구단위 정보 부재로 기존과 같이 주택 또는 오피스텔에 사는 일반가구로 한정하지 못하여 집단 및 외국인 가구도 일부 포함되며 다만 조사구별 외국인가구 비율 정보를 활용하여 동 비율이 20% 이상인 조사구 제외

<표 1> 2019년 인구주택총조사 조사모집단

내 용	모집단 조사구수	모집단 가구수
전체 모집단	373,335	20,891,348
(-) 사용여부가 "Y"인 조사구	18,936	1,058,463
(-) 섬(2),기타(9) 조사구	884	34,696
(-) 빈집, 비연계 조사구	297	82,247
(-) 외국인가구비율 20% 초과	8,646	490,975
(-) 조사구내 가구수 10개 미만인 경우	1,771	9,343
(-) 각 도의 군지역	25,524	1,277,233
최종 조사모집단	317,277	17,938,391

□ 표본추출틀

○ 통계청 2019년 등록센서스 자료

<표 2> 지역 및 가구주 연령대별 분포

지역	모집단		가구주 연령대별 가구 비중(%) ¹⁾					
	가구 수	조사구 수	30세미만	30대	40대	50대	60대	70대 이상
서울	3,896,389	64,759	11.2	17.4	19.6	21.5	16.7	13.6
부산	1,377,030	24,206	7.4	12.8	18.4	23.2	21.1	17.0
대구경북	1,842,335	31,318	7.3	13.3	19.8	24.4	18.7	16.5
(대구)	968,620	15,799	7.1	13.4	20.7	25.3	18.5	14.9
(경북)	873,715	15,519	7.4	13.2	18.8	23.4	18.9	18.2
광주전남	998,954	16,592	8.0	15.0	22.0	24.0	16.3	14.7
(광주)	587,159	9,483	9.2	15.7	22.9	23.8	15.4	12.9
(전남)	411,795	7,109	6.3	13.9	20.7	24.3	17.6	17.2
전북	601,878	10,179	7.8	12.6	20.1	23.1	17.9	18.5
대전충남	1,414,359	23,352	10.8	17.3	21.7	22.1	15.1	13.0
(대전)	609,043	9,865	12.5	15.7	20.9	23.0	16.0	12.0
(충남)	675,652	11,400	9.0	17.5	21.4	22.0	15.2	14.9
(세종)	129,664	2,087	11.9	24.0	26.8	18.2	11.0	8.0
충북	482,044	8,191	9.8	15.4	20.5	23.6	16.7	13.9
강원	466,319	7,912	8.5	12.8	19.6	23.6	18.4	17.2
(영동)	255,902	4,271	8.9	14.7	20.7	23.9	17.0	14.9
(영서)	210,417	3,641	7.9	10.5	18.3	23.1	20.1	20.1
인천	1,120,576	18,617	6.4	15.9	22.5	25.9	17.1	12.1
제주	253,716	4,665	6.0	15.0	23.4	24.5	16.4	14.7
경기	4,819,134	80,280	6.6	17.4	24.2	24.9	15.5	11.3
경남	1,117,256	19,617	5.6	15.4	22.6	25.1	17.9	13.5
울산	437,094	7,589	5.6	16.1	22.5	27.4	18.0	10.5
전국	18,827,084	317,277	8.1	15.9	21.5	23.8	17.0	13.7

주 : 1) KOSIS 2019년 등록센서스 기준, 도내 군지역 제외

(2) 점검결과

본 조사는 2019년 인구총조사(등록센서스) 자료의 조사구를 표본추출틀로 하며, 모집단과 표본추출틀의 현황을 구체적으로 잘 제시하고 있다.

나. 표본추출방법

(1) 현황

층화

- 지역(18개)

<표 3> 지역 층화

	일련 번호	행정코드
서울	1	11
부산	2	21
대구경북		
(대구)	3	22
(경북)	4	37
광주전남		
(광주)	5	24
(전남)	6	36
전북	7	35
대전충남		
(대전)	8	25
(충남)	9	34
(세종)	10	29
충북	11	33
강원		
(영서) ¹⁾	12	32010, 32020
(영동) ²⁾	13	32030, 32040, 32050, 32060, 32070
인천	14	23
제주	15	39
경기	16	31
경남	17	38
울산	18	26

1) 강원영서 : 춘천시, 원주시

2) 강원영동 : 강릉시, 동해시, 태백시, 속초시, 삼척시

- 연령대(6개) 30대 미만, 30대, 40대, 50대, 60대, 70대 이상
 - 각 지역별로 평균 가구주 연령대에 따라 층화한 후 본부조사 그룹과 지역본부조사 그룹으로 분리

- 활용 가능한 가구 정보 중 소비자동향조사 응답 항목들과 가장 상관성이 높을 것으로 판단되는 가구주 연령대를 기준으로 층화
- 30세 미만은 비중이 작으므로 표본추출후 30대와 통합하여 관리

□ 표본 크기

- 표본규모는 이전과 동일하게 본부 2,500가구, 대형 지역본부 600~700가구, 그 이외는 300~400가구로 결정, 표본확보의 어려움, 과거 의향조사 응답률 등을 감안하여 20배수인 총 128,400가구의 표본을 추출
- 본부조사 표본은 모집단 가구분포를 반영하여 지역별로 배분, 지역본부 조사 표본수는 전체 표본수에서 본부조사 표본수를 뺀 수
- 본부의 2,500개 표본 모비율 추정시 95% 신뢰수준 하에서 ±2.0%p의 허용오차를 갖는 수준
- 대전충남, 경기본부의 700개 표본은 ±3.8%p, 대구경북, 광주전남, 강원 본부의 600개 표본은 ±4.1%p, 부산, 전북, 충북, 인천, 경남, 울산본부의 400개 표본은 ±5.0%p, 제주본부의 300개 표본은 ±5.8%p 허용오차

<표 2> 지역별 표본크기

지역	본부 조사			지역본부 조사			추출표본 합계 (B+D)
	목표 표본수(A)	추출 표본수(B)	비중 (%)	목표 표본수(C)	추출 표본수(D)	최종 지역표본수 (A+C)	
서울	520	10,400	20.8	-	-	-	10,400
부산	180	3,600	7.2	220	4,400	400	8,000
대구경북	250	5,000	10.0	350	7,000	600	12,000
(대구)	130	2,600	5.2	170	3,400	300	6,000
(경북)	120	2,400	4.8	180	3,600	300	6,000
광주전남	130	2,600	5.2	470	9,400	600	12,000
(광주)	80	1,600	3.2	220	4,400	300	6,000
(전남)	50	1,000	2.0	250	5,000	300	6,000
전북	80	1,600	3.2	320	6,400	400	8,000
대전충남	190	3,800	7.6	510	10,200	700	14,000
(대전)	80	1,600	3.2	220	4,400	300	6,000
(충남)	90	1,800	3.6	210	4,200	300	6,000
(세종)	20	400	0.8	80	1,600	100	2,000

지역	본부 조사			지역본부 조사			추출표본 합계 (B+D)
	목표 표본수(A)	추출 표본수(B)	비중 (%)	목표 표본수(C)	추출 표본수(D)	최종 지역표본수 (A+C)	
충북	60	1,200	2.4	340	6,800	400	8,000
강원	60	1,200	2.4	540	10,800	600	12,000
(영동)	30	600	1.2	270	5,400	300	6,000
(영서)	30	600	1.2	270	5,400	300	6,000
인천	150	3,000	6.0	250	5,000	400	8,000
제주	30	600	1.2	270	5,400	300	6,000
경기	640	12,800	3.3	60	1,200	700	14,000
경남	150	3,000	6.0	250	5,000	400	8,000
울산	60	1,200	2.4	340	6,800	400	8,000
전국	2,500	50,000	100	3,920	78,400	5,900	128,400

□ 표본 추출

○ 1단계: 표본조사구 추출

- 지역별 평균 가구주 연령대별 층에서 모집단 가구수 분포를 기준으로 비례배분하여 표본조사구 추출
- 각 지역별 조사구 특성(아파트/일반), 중위주택공시가격, 평균 건물연면적, 핵심 생산가능인구(25~49세) 1인가구 비율, 자가소유가구 비율, 서비스판 매중사자 비율, 순서로 구간화하여 정렬한 후 계통추출
- 모집단 조사구의 평균 가구주 연령대 분포는 모집단 가구의 평균 연령대 분포와 차이가 있어 양 극단의 저연령대층과 고연령대층은 과다배분하여 추출
- 표본조사구 6,000개는 다시 본부조사 그룹 2,335개 조사구와 지역본부 조사 그룹 3,665개 조사구로 나누어 각각에서 표본가구를 추출

<표 3> 표본 조사구내 가구수

지역	표본 조사구 내 총 가구수	본부 조사			지역본부 조사		
		표본 조사구수	조사구 내 가구수	표본가구수	표본 조사구수	조사구 내 가구수	표본가구수
서울	25,517	486	25,517	10,400	-	-	-
부산	18,524	168	8,180	3,600	206	10,344	4,400
대구경북	29,739	233	12,518	5,000	327	17,221	7,000
(대구)	15,275	121	6,643	2,600	159	8,632	3,400
(경북)	14,464	112	5,875	2,400	168	8,589	3,600
광주전남	29,388	197	6,454	2,600	440	22,934	9,400
(광주)	15,353	75	4,025	1,600	206	11,328	4,400
(전남)	14,035	47	2,429	1,000	234	11,606	5,000
전북	19,914	75	4,104	1,600	299	15,810	6,400
대전충남	34,645	178	9,782	3,800	477	24,863	10,200
(대전)	15,406	75	4,235	1,600	206	11,171	4,400
(충남)	14,419	84	4,502	1,800	196	9,917	4,200
(세종)	4,820	19	1,045	400	75	3,775	1,600
충북	20,208	56	2,936	1,200	318	17,272	6,800
강원	28,484	56	2,734	1,200	504	25,750	10,800
(영동)	14,509	28	1,439	600	252	13,070	5,400
(영서)	13,975	28	1,295	600	252	12,680	5,400
인천	19,479	140	7,382	3,000	234	12,097	5,000
제주	12,615	28	1,318	600	252	11,297	5,400
경기	33,074	597	30,336	12,800	56	2,738	1,200
경남	18,390	140	6,720	3,000	234	11,670	5,000
울산	18,625	56	2,730	1,200	318	15,895	6,800
전국	308,602	2,335	120,711	50,000	3,665	187,891	78,400

○ 2단계: 표본가구 추출

- 표본조사구내 전체 324,106 가구 중 집단시설, 외국인 가구 등을 제외한 308,602가구를 대상으로 지역별 평균 가구주 연령대를 기준으로 층화하여 목표표본의 20배수인 128,400가구를 계통추출
- 각 층마다 가구구분(1인), 거처종류(단독/아파트/연립 등)와 같은 가구정보 및 중위주택공시가격, 평균 건물연면적, 자가소유가구 비율, 서비스판매 종사자 비율, 시군구와 같은 조사구정보 등으로 구간화하여 정렬한 후 계통추출

○ 3단계: 표본가구 재추출

- 본부조사와 지역본부조사 두 그룹으로 분리된 각 모집단 층별로 필요 표본수를 추출한 바, 조사 그룹에 따라 편의가 발생하지 않도록 추출 표본에서 계통추출로 재추출
- 모집단 가구 정보는 지역과 가구주 연령대만 제공되어 이를 기준으로 모집단과 유사하게 분포되도록 표본을 구축
- 제공되지 않는 지역별 모집단 가구 특성 정보는 2019년 인구총조사 결과를 참고하여 되도록 유사하게 표본을 구축

○ 본부 조사 연령대별 목표 표본수는 전국 기준 연령대 비중을 적용하여 산출

○ 지역본부는 본부 조사분을 포함하여 지역별로 배정된 표본수를 해당지역 연령대 비중을 적용하여 산출

<표 4> 지역별 가구주연령대별 목표 표본수

지역	표본수	가구주연령대					
		30세미만	30대	40대	50대	60대	70대 이상
서울	2,500	201	407	536	590	425	341
부산	400	29	53	73	93	84	68
대구경북	600	43	82	119	145	112	99
(대구)	300	21	42	62	76	55	44
(경북)	300	22	40	57	69	57	55
광주전남	600	46	92	130	143	99	90
(광주)	300	27	50	68	71	46	38
(전남)	300	19	42	62	72	53	52
전북	400	31	52	80	92	71	74
대전충남	700	76	125	153	153	105	88
(대전)	300	37	48	63	68	48	36
(충남)	300	27	53	64	66	46	44
(세종)	100	12	24	26	19	11	8
충북	400	39	63	82	94	67	55
강원	600	50	79	116	140	111	104
(영동)	300	27	45	62	71	51	44
(영서)	300	23	34	54	69	60	60
인천	400	26	64	90	103	69	48
제주	300	18	46	70	73	49	44
경기	700	46	122	170	174	108	80

지역	표본수	가구주연령대					
		30세미만	30대	40대	50대	60대	70대 이상
경남	400	22	61	90	101	72	54
울산	400	22	66	89	109	72	42

(2) 점검결과

표본추출방법은 층화계통추출방법을 사용하고 있으며 표본크기, 표본배분, 표본추출방법에 대해 구체적으로 제시하고 있다.

다. 무응답처리

(1) 현황

□ 무응답 대처

- 항목무응답 대처 방법
 - 항목무응답은 허용하지 않고 있으며 우편 조사표상 응답이 누락된 경우 전화번호로 연락하여 응답을 완성
- 단위무응답 대처 방법
 - 조사 종료일에 무응답자에 대해 전화설문을 실시하고, 매일 응답을 독려하고 있으며 응답자의 불만사항 등을 청취하여 최대한 반영하도록 노력
 - 전자설문의 경우 무응답자에 대해 조사기간중 최대 3회 재발송
 - 전체 미응답자에 대해 조사 종료일에 2회 이상 전화연결을 시도
 - 표본개편 시 응답률이 낮은 저연령층에게는 QR코드를 통해 전자설문 페이지에 접속할 수 있도록 하는 등 접근성을 개선하여 응답을 유도하였음

□ 표본 대체

- 표본대체 허용 기준
 - 6개월 이상 무응답자 중 전화 설득에도 거부 의사를 밝히는 경우
 - 6개월 이상 무응답자 중 착신거부, 전화번호 오류 등으로 연결이 안되는 경우
 - 가구주 사망, 이민, 장기입원 등 일신상의 이유로 조사가 불가능할 경우
- 표본대체 절차 및 방법
 - 반기별로 표본대체 대상자를 선정하여 표본을 교체
 - 교체표본은 교체대상 표본과 지역·연령 등 표본의 특성이 유사한 표본으로 선정
 - 교체표본 대상으로 사전에 소비자동향조사의 목적, 표본 선정 이유, 향후 조사 일정 등에 대한 안내문을 발송
 - 교체를 위한 예비표본 소진시 동일한 표본 추출 방법으로 표본을 추가 추출

□ 주요 항목무응답 실태

- 최초 항목무응답률
 - 문항이 5점(또는 9점) 척도로 이루어진 개인의 주관적 견해를 묻는 간편한 설문으로 특정 항목에만 무응답이 발생하는 경우가 거의 없으며, 이 경우에도 전화조사를 통해 쉽게 응답이 확보되기 때문에 항목무응답은 원칙적으로 허용하고 있지 않음

○ 항목무응답률 산출식

- 해당사항 없음

□ 항목무응답 대체

- 항목무응답을 허용하고 있지 않으므로 해당 없음

□ 단위무응답 실태

- 최근 단위무응답률

	2023.11월	12월	2024.1월	2월
단위무응답률(%)	5.0	7.3	4.8	6.8

○ 단위무응답률 산출식

$$\text{단위무응답률(\%)} = \frac{\sum \text{단위무응답가구수}}{\sum \text{전체조사대상가구수}} \times 100$$

○ 주요 하위그룹 및 무응답 사유별 무응답률

- 단위무응답 사유는 조사기간중 부재, 조사거부에 따른 불응, 입원 등 개인사정에 따른 무응답 등

(2) 점검결과

본 조사는 항목무응답을 허용하지 않고, 표본가구의 대체 절차와 방법에 대해 구체적으로 제시하고 있으며 표본대체와 표본관리가 잘 이루어지고 있는것으로 보인다.

라. 추정

(1) 현황

□ 가중치 산출

1) 설계가중치 산출

$$\text{표본가중치 } W_{ij} = W_{ij}^1 W_{ij}^2, \quad W_{ij}^1 = \frac{N_{ij}^1}{n_{ij}^1}, \quad W_{ij}^2 = \frac{N_{ij}^2}{n_{ij}^2}$$

여기에서 W_{ij}^1 : i 지역 j 평균 가구주 연령대의 조사구 가중치,

W_{ij}^2 : i 지역 j 평균가구주연령대의 가구 가중치,

N_{ij}^1 : i 지역 j 평균가구주연령대의 모집단 조사구수,

N_{ij}^2 : i 지역 j 평균가구주연령대의 모집단 가구수,

n_{ij}^1 : i 지역 j 평균가구주연령대의 표본 조사구수,

n_{ij}^2 : i 지역 j 평균가구주연령대의 표본 가구수

2) 무응답가중치 조정

- 내용 없음

3) 사후가중치 조정

- 레이킹比(raking ratio) 기법을 활용하여 모집단 지역·연령별 비중에 맞도록 사후가중치 부여
 - 연령별 비중을 고려하여 가중치를 부여한 뒤 지역별 비중을 맞추기 위해 가중치를 추가로 조정, 이 과정을 당월 응답자의 계층별 비중이 모집단의 계층별 비중과 일치할 때까지 계속해서 가중치를 조정하는 방식

□ 통계추정 산식 및 내용

- 추정하고자 하는 주요 모수 및 추정 산식
- 소비자동향지수 추정
 - 무응답 등을 고려한 표본가중치에 의한 지수는 다음과 같이 산출

$$\hat{C}_w^q = 100 \left(1 + \frac{\hat{Y}_{qw}}{\hat{N}_w} \right)$$

- 모집단 전체가구주들의 응답수준 점수 총합(total) 가중추정량

$$\hat{Y}_{qw} = \sum_i^I \sum_j^{n_i} \sum_k^{n_{ij}} w_{ijk}^{RK} y_{qijk}$$

- 모집단내 총 가구(주)수의 가중추정 $\hat{N}_w = \sum_i^I \sum_j^{n_i} \sum_k^{n_{ij}} w_{ijk}^{RK}$

$$W_{ijk}^{RK} = W_{ijk} W^R$$

- W_{ijk} : 표본가중치
- W^R : 사후가중치

$$y_{qijk} = \begin{cases} 1.0 & \text{매우긍정} \\ 0.5 & \text{다소긍정} \\ 0.0 & \text{보통} \\ -0.5 & \text{다소부정} \\ -1.0 & \text{매우부정} \end{cases}$$

○ 물가인식 및 기대인플레이션율

- 동일구간 내의 응답자 분포가 균일분포를 따른다고 가정하고 중위수 방식으로 산출

$$\hat{M} = LL + \left(\frac{\frac{1}{2}N - cf}{f_i} \right) \times i$$

여기서 M : 중위수, N : 조사대상자 수

LL : 중위수를 포함하는 구간의 하한값

cf : 중위수를 포함하는 구간 이전구간까지의 누적빈도

f_i : 중위수를 포함하는 구간의 빈도

i : 중위수를 포함하는 구간의 폭

○ 개별 CSI = {(매우긍정×1.0+다소긍정×0.5+비슷×0.0)

- (다소부정×0.5+매우부정×1.0) /전체 응답가구수} × 100 + 100

○ 소비자심리지수($CCSI_t$) = $\left(\frac{Z_t - \bar{Z}}{S_z} \right) \times 10 + 100$

- 단, Z_t 는 t 시점의 6개(현재생활형편, 생활형편전망, 현재경기판단, 향후경기전망, 소비지출전망, 가계수입전망) 개별 표준화 지수 합, \bar{Z} 는 Z_t 의 표준화구간 중 평균, S_z 는 Z_t 의 표준화구간 중 표준편차

□ 표본오차 추정 방법 및 결과

1) 분산, 표준오차 등의 추정방법

- 분산추정은 잭나이프 방식, 상대표준오차(CV)는 대략 0.4~1.8%

개별 CSI의 특성별 지수의 CV값은 대체로 5% 내외임

- 잭나이프(Jackknife) 방법

n 개의 자료로 이루어진 표본 $S = [X_1, X_2, \dots, X_n]$ 를 이용하여 모수 $\theta = \theta(S)$

를 추정한다면, 잭나이프 추정량 θ_{JK} 는 자료 중 한 개씩을 제거한 n 개

의 표본집합 $S^{(k)} = [X_1, X_2, \dots, X_{k-1}, X_{k+1}, \dots, X_n]$, $k = 1, \dots, n$ 을 이용하여

반복적으로 구하는 추정량임. 잭나이프추정량은 어떤 추정량이든 상관없이 적용할 수 있다는 것이 장점이며 평균과 분산은 다음과 같음
 $\theta^{(1)} = \theta[X_2, \dots, X_n], \dots, \theta^{(n)} = \theta[X_1, \dots, X_{n-1}]$ 일 때

$$\text{잭나이프 평균} : \bar{\theta}_{JK} = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^n \theta^{(k)},$$

$$\text{잭나이프 분산} : \hat{\sigma}_{JK}^2 = \frac{n-1}{n} \sum_{k=1}^n (\theta^{(k)} - \bar{\theta}_{JK})^2$$

$$\text{잭나이프 상대표준오차} : CV(\hat{\theta}_{JK}) = \frac{\sqrt{\hat{\sigma}_{JK}^2}}{(\bar{\theta}_{JK})}$$

2) 주요 항목들에 대한 상대표준오차, 신뢰구간

- 소비자동향조사(CSI) 변동계수(내부자료), 월별 산출

<표 9> 주요 소비자동향지수의 변동계수 추정결과

(%)

조사항목	2023.10월	11월	12월
현재 생활형편	0.78	0.79	0.75
생활형편전망	0.83	0.82	0.79
가계수입전망	0.69	0.69	0.71
소비지출전망	0.78	0.78	0.77
현재경기판단	0.92	0.92	0.92
향후경기전망	0.86	0.85	0.86
취업기회전망	0.94	0.98	0.96
금리수준전망	1.07	1.08	1.06
현재가계저축	0.79	0.81	0.79
가계저축전망	0.60	0.60	0.58
현재가계부채	0.90	0.94	0.92
가계부채전망	0.60	0.58	0.56
물가수준전망	0.50	0.52	0.53
주택가격전망	1.27	1.27	1.23
임금수준전망	1.20	1.18	1.11

(2) 점검결과

표본설계 점검결과, 모집단 및 표본추출틀이 잘 정의되어 있고, 조사목적에 맞게 층화 및 표본배분, 추출방법을 적절하게 사용하고 있다.

붙임6

마이크로데이터 품질 점검 결과

통 계 명	소비자동향조사
승 인 번 호	301020
작 성 기 관	한국은행
연 구 원	정미량
연구보조원	심주용

제1부 **점검 개요**

1. 점검 개요

- 마이크로데이터 품질점검 시 검토한 자료
 - 통계정보보고서(통계작성 기획, 통계설계, 통계처리 및 분석)
 - 통계보고서
 - 조사표, 조사지침서, 항목 및 코드집, 가중치
 - 통계승인사항
- 마이크로데이터 품질점검 내용
 - 관리 주체, 마이크로데이터 메타자료 현황 점검
 - 표본설계와의 일치성 점검
 - 공표자료와 마이크로데이터 집계치의 일치율 점검

2. 마이크로데이터 개요

통 계 명	소비자동향조사	
작성기관명	한국은행	
작성주기	월	
작성기준년도	2024년 3월	
전수/표본조사	전 수()	표 본(●)
조사대상	○ 전국 도시지역의 일반 가구	
주요조사항목	○ 경제인식(2) : 현재생활형편, 현재경기판단 ○ 경제전망(4) : 생활형편전망, 향후경기전망, 취업기회전망, 금리수준전망 ○ 소비지출전망(3) : 가계소득전망, 소비지출규모전망, 소비지출전망 ○ 가계저축 및 부채(4) : 현재가계저축, 가계저축전망, 현재가계부채, 가계부채전망 ○ 물가(8) : 물가인식, 물가수준전망, 물가수준변동폭, 물가상승영향품목, 주택가격전망, 임금수준전망 등	

제2부 점검 결과 요약

구 분	점검결과	개선 의견	비 고
마이크로데이터 생성·관리 현황	- 작성기관에서 본부(서울), 지역본부별로 생성·관리하고 있는 것으로 확인됨	- 체계적인 마이크로데이터 생성·관리 체계 검토	정량평가 (V-12. 마이크로데이터 생성·관리)
마이크로데이터 서비스 현황	- 마이크로데이터 미제공 사유에 따라 서비스가 어려울 것으로 판단됨	-	정량평가 (V-13. 마이크로데이터 서비스)
마이크로데이터 관련 메타자료 보유 현황	- 조사표, 코드집 및 파일설계서, 공표용 보고서 등의 메타자료를 보유하고 있는 것으로 확인됨	-	정성평가 (V. 통계공표, 관리 및 이용자 서비스)
일치율	- KOSIS 통계표와 마이크로데이터 간의 일치 여부 최종 점검 결과, 2개의 통계표 중 2개(100%)의 통계표가 일치함	-	정량평가 (V-14. 마이크로데이터 일치율)
표본설계와의 일치성	- 모수추정식에 따른 통계를 산출하고 있음	-	정성평가 (IV.통계처리 및 분석)
	- 표본 배분 결과와 마이크로데이터 건수가 다소 차이남	- 표본설계에 따른 조사수행 관리	정성평가 (III.자료수집)

제3부 마이크로데이터 품질 점검 결과

1. 점검 개요

마이크로데이터 품질점검은 통계작성기관이 보유 및 관리하고 있는 마이크로 데이터 및 관련 메타자료를 제공받아 기초점검 및 실질점검(일치율 점검)을 실시하였다.

기초점검은 관리기관 적합성과 메타자료 적정성(누락자료, 파일형태, 주요항목의 이상 여부)을 점검하며, 실질점검은 현재 공표된 통계표와의 수치비교를 통하여 마이크로데이터 정합성을 점검하는 것이다.

점검결과는 관리기관 적합성, 메타자료 적정성에 대하여 점검 의견으로 정리하였고, 마이크로데이터 오류에 대한 원인을 분석하였다. 그리고 마이크로데이터 품질점검 과정에서 도출된 문제점 및 개선요구사항 등을 종합하여 정리 및 분석하였다.

2. 점검 결과

(1) 마이크로데이터 생성·관리 현황

소비자동향조사 마이크로데이터는 작성기관인 한국은행에서 매월 생성하고, 관리하는 것으로 확인하였다. 다만, 작성기관에서 마이크로데이터의 생성·관리하는 구체적인 과정이 확인되지 않은 것으로 나타났다. 또한, 본 통계의 전체 마이크로데이터를 관리하는 것이 아닌 서울본부의 원자료만 보유·관리하고 있으며, 이 외 마이크로데이터는 각 지방본부에서 관리하고 있어 전체 마이크로데이터에 대한 관리가 필요한 것으로 판단된다. 따라서, 전체 마이크로데이터의 생성·관리 주체를 명확화하고, 체계적으로 관리될 수 있도록 이를 문서화하여 관리할 필요가 있다.

(2) 마이크로데이터 서비스 현황

현재 소비자동향조사는 일반이용자에게 마이크로데이터를 서비스하지 않는 것으로 확인되었다. 본 통계의 마이크로데이터는 개인정보(직업, 주거상황, 소득 등)를 포함하고 있어 개인정보보호를 위해 제공하지 않는 것으로 나타났다.

또한, 우리나라 소비자의 소비계획, 경기전망 등 사회적으로 민감한 통계로 향후 일반 이용자에게 마이크로데이터를 제공하기 어려울 것으로 판단된다.

(3) 마이크로데이터 관련 메타자료 보유 현황

통계이용자가 마이크로데이터를 제대로 활용하기 위해서는 마이크로데이터 뿐만 아니라 마이크로데이터에 대한 메타자료도 필요하다. 데이터를 이해하고 활용하는데 필요한 메타자료에는 조사표, 코드집 및 파일설계서, 공표용 보고서 등이 있다. 이 밖에도 조사지침서, 내검규칙, 집계표설계서 등의 참고자료가 있으며 경우에 따라 데이터 스크립트, 리코딩 방법, 가중치 산술식, 통계기법 설명자료 등이 필요하다. 소비자동향조사의 경우, 조사표, 항목 및 코드집, 공표용 보고서 등의 필수자료와 조사지침서 등을 보유하고 있는 것으로 확인하였다.

<점검용 자료 제출여부>

항목	상세	제출여부	비고
마이크로 데이터	KOSIS 집계표 기준 모든 변수 및 가중치 포함 (TXT, SPSS, SAS, XLSX 등 형식)	제출	-
필수 메타자료	조사표	제출	-
	코드집 및 파일설계서 (무응답 처리방법 포함)	제출	-
	공표용 보고서	제출	-

(4) 일치율³⁾

작성기관인 한국은행(서울본부)가 관리하는 마이크로데이터를 기준으로 KOSIS 통계표와 마이크로데이터를 통해 재현한 통계표 간 일치율 최종 점검 결과, 2개의 통계표 중 2개(100%)의 통계표가 모두 일치하는 것으로 나타났다.

KOSIS 공표 통계표 중 [소비자동향조사(지역, 월)]는 각 지역본부에서 별도로 마이크로데이터 관리 및 통계 수치 산출, 공표하고 있어 일치율 점검이 불가하였다.

3) 마이크로데이터 일치율 점검이 가능한 한국은행(서울본부)가 관리한 MD 기준으로 일치율 점검 진행(지역본부 제외)

<일치율 점검 결과>

계	점검 집계표 수(개)		일치율(%)
	일치 수	불일치 수	
2	2*	0	100

* 소수점 차이 포함(한 단위 이하)

(5) 표본설계와의 일치성⁴⁾

정확성 높은 통계를 생산하기 위해서는 표본설계에 따른 추정이 이뤄져야 한다. 이를 점검하기 위해 주요 모수를 대상으로 추정식과 동일하게 하고 있는지 여부, 표본 설계된 표본 크기 및 응답 표본 수와 마이크로데이터 건수 간 일치 여부를 점검하였다.

먼저, 본 통계의 모수 추정식을 마이크로데이터 및 통계프로그램을 활용해 검증한 결과, 표본층의 경우 <참고 1> 추정식과 동일하게 집계하고 있는 것을 확인하였다.

<참고 1>

모수 추정식

○ 소비자동향지수 추정

$$\hat{C}_w^q = 100 \left(1 + \frac{\hat{Y}_{qw}}{\hat{N}_w} \right) = 100 \left(1 + \frac{\sum_i \sum_j \sum_k w_{ijk}^{RK} y_{qijk}}{\sum_i \sum_j \sum_k w_{ijk}^{RK}} \right)$$

- \hat{Y}_{qw} : 모집단 전체가구주들의 응답수준 점수 총합(total) 가중추정량
- \hat{N}_w : 모집단내 총 가구(주)수의 가중추정량
- $W_{ijk}^{RK} = W_{ijk} W^R$ (W_{ijk} : 표본가중치, W^R : 사후가중치)
- y_{qijk} : 응답값 (1=매우긍정, 0.5=다소긍정, 0.0=보통, -0.5=다소부정, -1.0= 매우부정)

○ 물가인식 및 기대인플레이션율

$$\hat{M} = LL + \left(\frac{\frac{1}{2}N - cf}{f_i} \right) \times i$$

- (M : 중위수, N : 조사대상자 수, LL : 중위수를 포함하는 구간의 하한값,
- cf : 중위수를 포함하는 구간 이전구간까지의 누적빈도,
- f_i : 중위수를 포함하는 구간의 빈도, i : 중위수를 포함하는 구간의 폭)

4) 점검용 마이크로데이터에서 확인 가능한 변수로 점검한 결과임

다음으로 본 통계의 표본 배분 결과와 마이크로데이터 건수 간 일치 여부를 점검한 결과⁵⁾, <참고 2>와 같이 표본 배분 결과와 마이크로데이터 건수가 다소 차이 나는 것으로 확인되었다. 각 지역별 조사완료율은 85% 이상으로 조사가 적절히 관리되고 있는 것으로 판단되나, [강원(영서)] 지역의 조사완료율이 63.3%로 다소 낮은 것으로 확인되었다. 본 통계의 경우, 표본추출을 목표 표본수의 20배를 추출하고 있으므로, 조사완료 비율이 낮은 부분은 조사 관리가 필요한 것으로 판단된다.

<참고 2>

할당 표본 크기				마이크로데이터 건수	
지역	본부	지역본부	합계	지역	합계
서울	520	-	520	서울	480
부산	180	220	400	부산	174
대구	130	170	300	대구	132
경북	120	180	300	경북	107
광주	80	220	300	광주	80
전남	50	250	300	전남	48
전북	80	320	400	전북	72
대전	80	220	300	대전	71
충남	90	210	300	충남	91
세종	20	80	100	세종	23
충북	60	340	400	충북	59
강원(영동)	30	270	300	강원(영동)	26
강원(영서)	30	270	300	강원(영서)	19
인천	150	250	400	인천	133
제주	30	270	300	제주	30
경기	640	60	700	경기	595
경남	150	250	400	경남	128
울산	60	340	400	울산	67
전국	2,500	3,920	6,420	전국	2,335

* 본부의 MD 건수 기준

5) 표본설계와의 일치성 점검이 가능한 한국은행(서울본부)가 관리한 MD 기준으로 점검 진행(지역본부 제외)

3. 주요 개선의견

(1) 체계적인 마이크로데이터 생성·관리 체계 검토

소비자동향조사 마이크로데이터는 매월 생성하고, 관리하고 있으나, 생성·관리하는 방법이 구체적인 과정이 확인되지 않는다. 또한, 마이크로데이터의 관리 주체가 각 지역본부로 분산되어 있으므로 전체 마이크로데이터의 생성·관리 주체를 명확화하고, 체계적으로 관리될 수 있도록 이를 문서화하여 관리한다면 통계의 정확성을 제고 할 수 있을 것이다.

(2) 표본설계에 따른 조사수행 관리

표본설계 내역서에 제시된 층별 표본 수와 마이크로데이터 건수 간 비교 결과 다소 차이가 있는 것이 확인되었다. 이러한 차이를 줄이기 위해 향후 작성기관에서 표본설계에 따른 조사가 수행될 수 있도록 관리할 필요가 있다. 이를 통해 표본오차를 줄이고 통계의 정확성 향상 등 통계의 품질을 유지할 수 있을 것이다.

※ [참고] 점검 집계표 일치 여부

<점검 집계표별 일치 여부>

구분	통계 표명	일치여부
KOSIS	기대인플레이션율(전국, 월)	일치
(2개)	소비자동향조사(전국, 월, 2008.9~)	일치

부 록. 통계품질진단 개요

1. 통계품질진단의 개념

현대적 의미의 통계품질은 ‘통계가 이용자에게 얼마나 이용하기 적합하게 작성 및 제공되고 있는가를 나타내는 특성’으로서 통계품질관리는 ‘통계이용자들에게 통계를 사용하는데 적합하도록 생산하는 방법뿐만 아니라 이용자에게 만족을 주면서 가장 경제적인 방법으로 통계를 작성·보급·관리하기 위한 모든 수단을 통합하는 체계’를 말한다.

따라서, 통계품질진단이란 생산된 통계가 이용자에게 얼마나 유용하게 사용되고 있는지를 살펴보는 과정으로서 국가 정책 결정의 기초 자료로 이용되는 국가승인통계에 대한 품질수준을 진단하여 국가통계의 품질 향상 및 신뢰도 제고를 목적으로 한다.

통계청에서는 통계품질의 수준을 관련성, 정확성, 시의성/정시성, 비교성/일관성, 접근성/명확성이라는 5가지 차원으로 정의하고 있으며, 통계품질진단은 5가지 차원의 품질수준이 어느 정도인지를 측정하고 각 차원의 품질수준을 높이기 위해 통계를 어떻게 개선해야 하는지 그 방향을 제시하고자 하는 것이다.

또한, 통계청이 제시한 통계품질진단의 과정은 첫째, 통계정보보고서를 활용한 품질진단, 둘째, 자료수집 체계 점검, 셋째, 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검, 넷째, 표본설계 점검, 다섯째, 이용자 요구사항 반영실태 점검, 여섯째, 마이크로데이터 품질 점검, 일곱째, 공표자료 오류 점검으로 이루어지며, 이러한 과정을 통해 통계생산과정에 대한 품질관리에 기초한 보다 정확하고 신뢰성이 높은 우수한 통계를 생산함과 동시에 이렇게 생산된 통계가 향후 이용자의 요구를 충족시킬 수 있도록 하는데 통계품질진단의 필요성과 궁극적인 목적이 있다.

2. 통계품질진단 체계

가. 통계정보보고서 작성

통계의 중요성이 강조되고 이용이 활성화되면서 통계자료와 함께 해당 통계의 작성 방법 등의 정보 요구도 높아졌다. 그 동안의 품질진단에서는 통계 작성 절차에 따른 양적·질적 정보를 「통계정보보고서」로 작성하여 통계 이용자에게 제공하였다. 또한, 통계생산자가 통계생산의 기반자료로 활용하여 절차적 품질 수준을 향상하도록 하였다.

이에 새롭게 생산된 통계도 이용자용 가이드이자 생산자용 편람으로 사용하기 위한 「통계정보보고서」를 작성하여야 하며, 지속적으로 생산하는 통계는 기존에 작성된 「통계정보보고서」를 보완하여 활용하여야 한다.

나. 통계정보보고서 활용 진단

이용자의 정확한 이해와 활용, 통계제반과정 및 산출물에 대한 정보 등 각 과정에 대한 품질정보 제공을 위한 통계정보보고서는 총 6장으로 구성되어 있다. 진단에서는 「통계정보보고서」에 수록되어 있는 6개의 작성절차별로 품질지표를 구성하여 통계의 품질수준을 측정하며, 기본적인 통계작성절차를 준수하는지 여부도 점검한다.

(1) 제1장 통계작성 기획

통계 이용자의 입장에서 통계의 특성과 필요성 등 핵심적인 내용이 통계 개요에 수록되어 있는지 점검하고, 통계작성절차 전반에 대하여 진단한 결과를 작성한다. 또한 통계에 대한 작성목적이 명확한지, 통계의 주된 활용 분야가

무엇인지 등을 진단하고, 통계를 이용하는 이용자에 대한 관리 및 의견수렴 등에 대한 점검 결과를 기반으로 진단결과를 작성한다.

(2) 제2장 통계설계

통계는 작성목적에 맞게 조사내용 및 조사표를 설계하여야 하며, 응답자에게 조사목적에 부합하는 정보를 얻기 위해 노력하여야 한다. 이를 위해 응답자가 쉽게 응답할 수 있도록 용어나 분류 기준 등을 국내 또는 국제기준을 적용하는지 점검하고, 조사표의 기본 구성요소에 대한 수록 여부 등을 진단한다. 또한, 통계는 시대가 변함에 따라 진화하고 발전하여야 한다. 이에 따라, 조사표의 변경이력 등이 관리되고 있는지 진단한다.

또한, 조사를 위해서는 모집단과 표본추출틀에 대한 정의가 명확하게 설정되어야 하며, 특히 표본 조사의 경우 표본설계 및 모집단과 표본추출틀의 주기적인 갱신 등을 검토하고 진단결과를 작성한다.

(3) 제3장 자료수집

통계를 작성하기 위해서는 조사표를 이용하여 응답자로부터 응답을 받아내는 것이 가장 중요한 작업이다. 시대가 변함에 따라 자료를 수집하는 방식도 변화하고 있으며, 응답률 등을 고려하여 다양한 방식으로 조사를 실시하고 있다.

특히, 면접조사의 경우, 조사원의 채용 및 교육 등은 조사의 성공 여부를 좌우할 정도로 중요하다. 조사를 위한 업무, 조사준비, 홍보, 명부보완 등을 체계적으로 관리하고 있는지를 진단하고, 현장에서 발생할 수 있는 문제에 대한 관리방안 등이 마련되어 있는지도 진단한다. 그리고 무응답이 발생한 경우, 적절한 대체 방법이 강구되어 있는지를 점검하고, 사후조사 실시 여부 및 결과 조치방안을 확인한다. 위의 사항을 종합적으로 검토하여 진단결과를 작성한다.

또한 조사환경이 열악해짐에 따라 행정자료를 활용하여 다양한 방식으로 조사 자료의 보완 및 점검을 실시하고 있다. 이에 통계에 활용하는 행정자료의 활용 목적 및 내용, 특성 등을 파악하여 본 통계작성에 활용하는지에 대해 검토하고 진단 결과를 작성한다.

(4) 제4장 통계처리 및 분석

수집된 자료를 시스템적으로 검토하고 작성하기 위해, 코딩 및 코드체계 등이 정립되어 있는지와 입력된 자료를 기반으로 자료를 내검하는 방식과 무응답의 유형에 따른 실태 등을 점검한다. 수집된 자료 중 행정자료를 활용하는 경우, 행정자료의 매칭방법 등을 대해 검토하고 진단 결과를 작성한다. 즉, 통계로 작성되기 위해 사용되는 자료의 처리과정 전반에 대하여 점검한 후 진단 결과를 작성한다.

수집된 자료에 대한 기본적인 정제작업이 완료되면, 이것을 기반으로 통계를 추정하고 분석하게 된다. 통계추정을 위해선 표본설계 당시와 동일하게 조사되지 못한 부분을 가중치 조정 등을 통해 추정을 실시하고, 주요 항목들에 대한 변동계수 등이 기획의도와 동일하게 도출되고 있는지 등을 검토한다.

특히 지수를 작성하는 통계의 경우, 지수 유형 및 산식 등을 점검하고 개편 여부 등을 점검한다. 또한, 계절조정이 필요한 통계의 경우, 계절조정과정 및 내용에 대하여 점검한다. 이 모든 과정에 대하여 점검하고 진단결과를 작성한다.

(5) 제5장 통계공표, 관리 및 이용자서비스

통계가 작성되면 그 통계결과를 공표하여 이용자가 유용하게 활용할 수 있도록 해야 하고, 이용에 혼란을 줄 수 있는 사항은 사전에 공지하여 이용에 어려움이 없도록 조치하여야 한다. 따라서 공표일정, 통계설명자료 제공현황, 마이크로데이터 제공현황, 비밀보호 및 보안사항 등을 점검하고 진단결과를

작성한다. 또한 통계작성방법 유지, 시계열 단절 여부 등과 동일영역 통계와의 일관성 등도 점검하고 진단결과를 작성한다.

(6) 제6장 통계기반 및 개선

통계를 작성하는 환경에 대한 진단 또한 통계의 품질에 직접적인 영향을 미친다. 통계를 기획하고 분석하는 인력 현황과 위탁에 의해 작성되는 경우, 통계청에서 제시한 통계조사 민간위탁 지침의 준수여부와 통계품질향상을 위한 노력 등을 점검하고 진단결과를 작성한다.

다. 자료수집 체계 점검

자료수집체계 점검은 조사기획자, 조사관리자, 조사원 등 자료수집 과정에 직접적으로 관여하는 사람들을 대상으로 자료가 정확히 수집되었는지, 절차적 오류는 없는지 등을 점검한다. 특히, 자료수집 과정에서 나타날 수 있는 자료수집 오류의 가능성을 체계적으로 점검하고, 발생한 또는 발생 가능한 문제점을 찾아 개선방안을 도출하여 자료수집 과정에서의 품질을 개선하려는 과정이다.

라. 이용자 요구사항 반영실태 점검

통계 이용자는 이용하는 통계로부터 기대하는 정보를 충분히 얻기 원하므로, 품질이 우수한 통계는 이용자가 원하는 정보를 많이 제공할 수 있어야 한다. 따라서 통계 이용자가 해당 통계자료에 대해 얼마나 만족하는지를 살펴보는 것이 필요하다. 이를 위해 진단 대상통계와 관련하여 정책수립 및 평가, 학술연구 등에 직접 활용한 경험이 있는 전문 또는 일반이용자로 구성된 이용자 요구사항 반영실태 점검(FGI)을 실시하여 통계이용자의 통계에 대한 만족 수준과 요구사항 반영수준이 충분히 반영되는지를 진단한다.

마. 공표자료 오류 점검

작성절차에서는 오류가 없는 통계일지라도 공표되는 과정에서 오류가 발생한다면

통계품질을 떠나 잘못된 통계를 사용하게 된다. 공표자료 오류 점검에서는 통계서비스의 질을 향상시키기 위해 KOSIS에 제공되는 통계표에 대한 수치, 단위표기, 주석 등을 점검하고, 국제기구 제공 통계의 경우에는 기관에서 제공한 수치와 국제기구에서 보고서 및 DB를 통해 발표한 수치를 상호비교하여 불일치한 수치 유무를 점검한다.

바. 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검

조사표 설계 점검에서는 주요 용어 및 항목별 정의, 조사표 구성, 조사표 설계 및 변경 절차, 설문응답 지시문, 응답보기의 포괄성·상호배타성을 만족하는지 점검한다. 그 다음 각 항목별 기준시점에 일관성, 조사표 변경 이력, 조사항목별 작성요령 및 유의사항을 점검한다.

유사통계 비교·분석 점검은 공표하고 있는 통계 중 동일하거나 유사한 통계가 있는지 검토한다. 점검통계와 유사한 항목이 있는 통계간의 작성기관, 작성목적, 작성대상 및 범위, 작성단위, 작성주기, 기준시점, 공표시기, 표본조사 여부, 작성규모를 비교하고 유사항목의 결과값 및 추이가 유사한지 점검한다.

사. 표본설계 점검

표본설계 점검에서는 진단통계의 모집단, 표본추출틀, 표본추출방법, 목표오차, 표본규모, 가중치, 추정식, 주요 항목별 공표 범위 등 표본설계와 관련한 일련의 과정을 정밀 검토하여, 모집단을 잘 대표하는 통계자료가 생산되고 있는지 점검한다.

아. 마이크로데이터 품질 점검

이용자의 유용한 마이크로데이터 활용을 위하여 충분한 메타데이터(파일설계서, 코드북 등) 및 정확한 마이크로데이터 제공이 필요하다. 이를 위해 마이크로데이터 품질 점검에서는 데이터의 정확성 진단을 목적으로 마이크로데이터 관리체계 및 메타자료 점검, KOSIS 공표항목 기준 집계표 일치율을 점검한다.

3. 통계품질 수준 측정

(1) 관련성

관련성이란 이용자 관점에 초점을 둔 측면으로 통계의 포괄범위와 개념, 내용 등이 이용자 요구에 부합되는 정도를 의미한다. 즉, 통계이용자에게 얼마나 의미 있고 유용한 통계를 작성하여 제공하고 있는가와 관련된 개념이다. 여기서는 통계의 작성목적에 명확히 설정하고 이를 달성하기 위하여 이용자 파악, 전문가 자문회의, 이용자 만족도 조사 등 이용자 요구를 지속적으로 파악하여 통계에 반영하고 있는지와 관련한 사항을 중심으로 점검한다.

(2) 정확성

정확성이란 측정하고자 하는 모집단의 특성을 추정함에 있어 이 추정된 값이 미지의 참값에 얼마나 근접하는가의 정도를 의미한다. 정확성과 관련한 품질진단에서는 표본설계, 표본오차, 비표본오차, 자료수집방법, 면접소요시간 등을 중심으로 발생 가능한 표본오차 및 비표본오차의 크기와 발생원인 등을 탐색하고 오차를 최소화하기 위한 방안을 마련하고 있는지를 점검한다.

(3) 시의성 및 정시성

시의성은 작성기준시점과 결과공표시점간의 차이를 나타내는 통계의 현실 반영도와 관련된 개념으로서 작성기준시점과 결과발표시점이 근접할수록 시의성이 높은 통계이다.

정시성은 공표한 날짜와 사전에 계획된 공표 날짜 사이의 시간 지체 정도를 나타내며, 예고된 공표시기를 정확히 준수하는가에 대한 개념이다. 여기서는 통계작성주기, 작성기준시점과 공표일까지의 소요기간, 공표예정일과 실제공표일의 차이, 공표지연 사유 등을 중심으로 점검한다.

(4) 비교성 및 일관성

비교성은 시간 흐름과 영역에 따라 비교되는 정도를 의미한다. 즉, 시간이나 공간이 달라도 통계자료가 공통된 기준(통계개념, 측정도구, 측정과정 및 기초자료)으로 집계되어 서로 비교 가능한지를 진단하는 차원이다. 따라서 비교성에서는 지리적 및 비지리적 영역 또는 시간적 통계를 비교할 때 통계작성에 적용된 개념, 정의와 측정방법의 차이가 주는 영향 등을 중심으로 점검한다.

일관성이란 동일한 경제·사회현상에 대해 서로 다른 기초자료나 작성방법, 작성주기(공표주기)에 의해 작성된 통계자료들이 서로 얼마나 유사성을 지니는가에 대한 정도를 의미한다. 따라서 서로 다른 기초자료나 작성방법에 의해 작성되었더라도 동일한 현상을 반영하는 통계자료들은 서로 유사한 결과를 보여야 한다. 일관성에서는 잠정자료와 확정자료, 연간자료와 분기(월) 자료를 비교한 내적일관성 여부와 다른 통계자료와 유사한 결과를 보이는지 비교한 결과 등을 중심으로 점검한다.

* 비교성과 일관성은 유사한 개념이다. 일관성은 통계 간 결과가 유사한지 보는 것이고, 비교성은 통계에서 사용한 개념, 분류, 기준 등이 유사하여 비교가능한지를 보는 것이다.

(5) 접근성 및 명확성

접근성은 이용자가 통계자료에 대해 손쉽게 접근할 수 있는 정도를 말하며, 명확성은 통계가 어떻게 만들어졌는지에 대한 정보제공 수준을 말한다. 통계자료의 데이터베이스화, 간행물 및 보도자료 홈페이지 게시, SNS를 통한 속보 전송 등 다양한 방법으로 자료를 제공하고 이용자의 검색이 용이하도록 하는 것은 통계의 접근성을 높이는 활동이다. 여기서는 이용자들이 통계자료를 쉽게 이용할 수 있도록 이용자 친화적인 절차로 통계정보를 제공하고 있는지, 이용자를 위한 적절한 정보와 지원을 하고 있는지 등을 중심으로 점검한다.

2024년 정기통계품질진단 진단결과보고서

발 행 일 2024년 12월
발 행 인 통계청장 이형일
발 행 처 통계청 통계정책국 품질관리과
 대전시 서구 청사로 189
인 쇄 처 위드 나래



안 내

1. 연구보고서의 내용을 발표 또는 인용할 때에는 반드시 올바른 인용 및 출처표시 방법을 준수해야 합니다.
2. 연구보고서의 지식재산권은 통계청에 있습니다.