

『소비자물가조사』

통계정보보고서

2025. 1.

본 이용자용 통계정보보고서는 정기통계품질진단 수행과정에서 통계작성기관이 작성한
보고서로 작성기준 시점에 따라 현재의 통계작성 정보와 다소 차이가 날 수 있습니다.

작성일자: 2025.08.20.



국가데이터처

Ministry of Data and Statistics

〈차 례〉

I . 통계작성 기획	1
II . 통계설계	8
III . 자료수집	24
IV . 통계처리 및 분석	44
V . 통계공표, 관리 및 이용자서비스	63
VI . 통계기반 및 개선	85

◆ 보고서 개요 ◆

이 보고서는 「소비자물가조사」통계를 생산하기 위하여 국가데이터처에서 수행하는 업무를 설명한 것이다. 보고서의 작성목적은 조사의 배경, 연혁, 이용자 및 용도와 통계에서 이용되는 개념과 방법론에 대하여 심층적으로 알고자 하는 통계작성 담당자(통계 전문이용자, 품질진단자 또는 승인담당자)에게 통계과정 전반에 대하여 포괄적이고 상세한 정보를 제공하는 것이다. 여기에는 통계작성 기획, 통계설계, 자료수집, 통계처리 및 분석, 통계공표, 관리 및 이용자서비스, 통계기반 및 개선 등에 대한 설명이 수록되어 있다.

I. 통계작성 기획

☐ 통계개요

- 통계명(승인번호 : 제101007호)
- 통계작성기관/부서명
 - 국가데이터처/물가동향과

1. 조사방법

☐ 표본조사

- 소비재를 판매하는 전국의 모든 매장을 조사(전수조사)하는 것이 아니라, 표본으로 선정된 매장을 조사. 도시별 인구수, 매출액 등을 고려해 40개 도시를 선택 후 지리적 경계 및 상권 분포 등을 고려해 40개 도시를 155개 조사권역으로 세분화. 조사지역 상황을 잘 아는 조사담당자가 이용자 수, 인지도 등을 고려해 조사권역 내에서 모집단을 잘 대표할 수 있다고 판단되는 대상처를 선정(유의표본, Purposive Selection)

☐ 조사담당자

- 본청(물가동향과) 및 각 지방통계청(사무소)의 조사담당 공무원 및 공무원직 근로자

☐ 자료수집방법

- 조사대상처를 직접 방문하여 실시하는 면접조사를 원칙으로 하고 있으며, 조사 품목의 특성에 따라 전화·팩스·인터넷조사 가능
- 전국적으로 단일가격이 형성되는 품목은 본청(물가동향과)에서 면접, 전화, 인터넷 등을 통해 중앙조사 실시
- 전자기기(태블릿)를 사용하여 가격조사와 동시에 입력

2. 조사 및 공표주기

☐ 조사주기

- 농축수산물, 석유류 : 월 3회 조사(초순, 중순, 하순에 각 1일)
- 공업제품 : 월 1회 조사(중순)
- 전기·가스·수도 : 월 1회 조사(하순)
- 서비스 : 월 1회 조사(하순)
- 집세 : 월 1회 조사(초순)

☐ 공표주기 : 월

3. 조사 일정 및 일정별 수행업무

□ 경상 조사 일정

기간	내용
매월 1일~10일	▶ 소비자물가동향 보도자료 배포·브리핑 및 홈페이지 공표 - 국가데이터처(https://kostat.go.kr), 국가통계포털(https://kosis.kr) ▶ 소비자물가지수 월보 발간 ▶ 농축 1순기 조사 및 내검 (1일) - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 ▶ (중앙조사 품목) 석유류 조사 (1일) ▶ 조사대상처 및 조사규격 변경 처리 - 지방청 변경보고 요청에 대한 검토 및 지수 처리 ▶ 조사규격 변경에 대한 심의회 개최 - 예비조사 품목에 대한 품질조정 방법 및 지수처리 방법 결정
↓	
11일~20일	▶ 농축 2순기 조사 및 내검 (1일) - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 ▶ (중앙조사 품목) 석유류 조사 (1일) ▶ 공업제품 조사 및 내검 (중순 3일간) - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 ▶ 공업제품 예비조사 예정 품목 선정 - 조사율, 제품의 생멸 등 검토 후 익월 예비조사 예정 품목 선정
↓	
21일~25일	▶ 농축 3순기 조사 및 내검 (1일) - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 ▶ (중앙조사 품목) 석유류 조사 (1일) ▶ 서비스 조사 및 내검 (하순 2일간) - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 ▶ (중앙조사 품목) 전가·가스·수도 조사 (하순 2일간) ▶ 중앙조사 조사규격 변경에 대한 심의회 개최 - 조사규격 변경 시 심의회를 통해 품질조정 방법 및 지수처리 방법 결정 ▶ 중앙조사 가격 및 지수 변동처리 ▶ 품목별 심층분석 실시 - 미출회 · 장기 가격무변동 · 전국지수와 편차가 큰 품목 및 도시에 대한 시계열 자료 검토, 등락요인 분석
↓	
26일~30일	▶ 예비조사 품목 확정 및 예비조사 실시 - 제조사 문의, 상품판매처 방문 등을 통한 조사상품 확정 - 지방청 예비조사 실시, 본청 내용검토 결과 지방청 질의조회 ▶ 월별 집계 결과 검토 - 담당 품목에 대한 지수 수준 검토 ▶ 지수 확정 및 보도자료(안) 검토 - 주요 증감사유 분석, 결과보고, 사전 제공 등

☐ 수시 추가 일정

- (1월) 조사대상처 협조공문 발송
- (5월) 소비자물가조사 연보 발간
- (12월) 조사지침서 및 조사규격집 보완

4. 통계연혁

4-1 작성통계의 최초 개발 시기 및 배경

☐ 최초 개발 시기

- 1936년 경성 상공회의소에서 처음 실시

☐ 개발 배경

- 국민의 소비생활에 관한 주요 지표인 소비자물가지수 작성을 위한 기초자료 제공
 - (1936년) 경성상공회의소에서 처음 실시
 - (1945년) 한국은행의 전신인 조선은행으로 이관
 - (1947년) 「서울소매물가지수」를 1936년 기준지수와 1945년 기준지수로 병행하여 작성·발표
 - (1949년) 품목별 가중치를 처음으로 사용하여 1947년 기준 「전국소매물가지수」 발표
 - 1955년 기준 「서울소비자물가조사」부터 서비스요금 포함
 - (1965년) 경제기획원 조사통계국으로 이관하여 전국의 주요 도시를 포함하는 「전 도시 소비자물가지수」 작성·공표
 - (1990년) 조사통계국이 통계청으로 승격됨에 따라 통계청에서 소비자물가조사 담당

4-2 통계의 변경 또는 개편 이력 관리

☐ 주요 변경 및 개편 이력

- (1992년) 1990년 기준 지수부터 기본분류지수 외에 상품성질별지수, 신선식품지수 등 4가지 특수분류별지수 작성
- (1997년) 1995년 기준 지수부터 자가주거비용 포함(자기소유주택의 주거비용을 귀속 임대료 방식으로 물가지수에 포함) 지수를 작성하여 보조지표로 활용
- (2000년 2월) 일시적인 외부충격에 따른 물가변동분을 제외한 장기 기초물가인 농산물및석유류제외지수 작성
- (2006년 12월) 소비지출에 대한 기본분류체계를 유엔통계처(UNSD)가 권고한 국제 표준 소비지출 분류체계인 COICOP(Classification of Individual Consumption according to Purpose) 체계로 개편
 - * 목적: 국제적으로 통일된 소비지출 분류체계를 국내에 적용하여 국제 비교가능성 제고
 - ** COICOP 분류구조: 대분류 12개, 중분류 47개, 소분류 117개로 구성
 - ⇒ 소비자물가지수 분류구조: 대분류 12개, 중분류 38개, 소분류 69개로 재분류
- (2011년 12월) 2008년 제정된 한국표준 목적별 개별소비지출분류(COICOP-K)에

- 따라 기본분류체계를 개편하고, 품목성질별 분류에서도 전기·수도·가스를 별도로 분류, 가중치 모집단을 1인 이상 도시 가구에서 1인 이상 전국 가구(농어가 제외)로 확대, 식료품및에너지제외지수(OECD 방식) 작성 및 조사품목(481개)
- * COICOP-K 제정 목적: UN 분류에 기반하여 가계동향조사, 소비자물가조사, 국민계정(SNA) 등 국가 기본통계 작성을 위한 국내 소비지출 분류기준 마련
 - ** COICOP-K 분류구조: 대분류 12개, 중분류 47개, 소분류 118개로 구성
 ⇒ 소비자물가지수 분류구조: 대분류 12개, 중분류 41개, 소분류 72개로 재분류
- **(2013년 12월)** 소비자물가지수와 체감물가 간 괴리현상을 축소하여 현실 반영도 높은 통계 작성을 위해 가중치 개편주기를 단축(2~3년)
- * '09년 하반기 경제운용 방향에서 “소비자물가 가중치 조정주기 단축을 2010년 기준년 개편 이후 검토”를 포함하여 보고(기획재정부)
- **(2016년 12월)** 2015년 기준 개편 하위단계(품목) 지수 계산 시 품목 내 상품의 비동질성, 품목 간 대체 등에 적합한 기하평균식* 적용, 조사지역(38개 도시) 및 조사품목(460개) 조정
- * 국제노동기구(ILO)는 최하위 단계 계산식으로 산술평균보다 기하평균 계산식을 권고, 미국, 캐나다, 프랑스, 영국, 호주 등 주요 국가들은 기하평균식 사용
- **(2018년 12월)** 가중치 기준연도 변경(2015년=>2017년), 계절농수산물의 미출회 기간 처리방법 개선(이월=>대체)
- * 이월: 미출회 기간 중의 지수를 출회 기간의 마지막 달 지수와 동일하게 처리
 - ** 대체: 미출회 계절품목을 제외한 실제 거래되는 계절 품목군 지수 변동률을 미출회 계절품목에 적용
- **(2021년 12월)** 2020년 기준 가중치 모집단을 1인 이상 농림어가 포함 전국 가구로 확대, 조사지역(40개 도시) 및 조사품목(458개) 조정
- * 소비자물가 가중치 모집단인 ‘가계동향조사’가 2017년부터 대상가구를 확대함에 따라 농림어가를 포함한 전체 가구의 소비지출액을 바탕으로 가중치 작성
- **(2023년 12월)** 가중치 기준연도 변경(2020년=>2022년), 국제 비교가능성 및 활용성 등을 고려하여 근원물가지수의 순서 변경(식료품및에너지제외지수^{OECD 방식}, 농산물 및석유류제외지수 순)

5. 통계의 작성 목적

5-1 통계 작성 목적

- 가구에서 일상생활을 영위하기 위해 구입하는 상품과 서비스의 평균적인 가격변동을 종합적으로 측정하여 정부의 정책 수립 및 평가, 사회보장수혜금 및 임금 조정, 실질금액 환산 등의 기초자료 제공
- 소비자물가지수는 국내총생산(GDP)과 더불어 핵심적인 거시경제 지표로서 개인이나 가구가 구입하는 상품과 서비스의 전반적인 물가 상승(Price Inflation)에 대한 평균적인 측정값 제공

5-2 주된 통계활용 분야 파악

- **(통화정책 운용)** 한국은행은 물가안정목표제를 운영하며, 중기적인 물가안정 목표 달성을 평가하고 금리 및 유동성 조절 등의 정책을 수립하는 데 핵심 지표로 활용
- **(경제 분석 및 전망)** 인플레이션 동향을 분석하고 향후 물가 변화 예측에 활용되어 경제정책 수립 및 거시경제 연구의 기초 자료로 사용
- **(임금·소득 정책)** 실질임금 조정, 사회보장수혜금 조정 및 각종 연금·최저임금 인상 기준 마련 등에 활용되어 노동시장 및 복지 정책 수립의 근거 제공
- **(정부 재정 및 복지 정책)** 공공요금 조정, 세제 개편, 복지 급여 조정 등에 활용되어 정책의 실효성 제고
- **(기업 경영 전략 수립)** 가격 결정, 원가 관리, 장기 투자 계획 수립 등의 기업 경영 전략 수립에 참고
- **(가계 경제활동 및 계약 조정)** 가계가 생활비 계획을 수립하고, 장기 임대료 계약, 연금, 보험료 등 다양한 경제적 계약에서 인플레이션 조정 기준으로 활용
- **(실질 가치 측정)** 우리나라의 주요 경제지표*에서 현재의 금액을 과거 일정시점 기준의 금액으로 환산하기 위한 디플레이터(Deflator)로 활용
 - * 가계동향조사의 가계수지, 국민계정과 지역계정에서 가계의 최종소비지출, 소매판매액통계, 서비스업생산지수 등

5-3 국내·외 관련 통계 또는 유사 사례에 대한 사전 검토 사항

□ 국내·외 관련 통계

- 우리나라 주요 물가지수 비교

구분	소비자물가지수	생산자물가지수	GDP디플레이터*
작성기관	국가데이터처	한국은행	한국은행
작성대상	가구가 소비하는 상품 및 서비스의 가격수준	국내생산자가 국내시장에 출하하는 상품 및 서비스의 가격수준	국가경제의 전반적인 물가 수준
대상품목	458개 품목	884개 품목	모든 경제활동을 대상
품목 선정기준	가계동향조사 소비지출액의 1/10,000 이상인 품목	국내출하액의 1/10,000 이상인 상품 및 1/2,000 이상인 서비스 품목	-
지수 기준연도	2020년	2020년	2020년
조사가격	소비자 구입가격	기초가격	-
지수산식	라스파이레스식	연쇄가중로우식	명목GDP÷실질GDP

* 명목GDP를 실질GDP로 나눈 값으로 실질 GDP의 추계에는 생산자물가, 소비자물가, 수출입물가, 임금, 환율 등 각종 가격지수를 종합적으로 이용

- (HICP, Harmonized Index of Consumer Prices) 유로 지역 국가들간의 비교가능성 제고를 위해 단일의 공통기준을 적용하여 작성한 소비자물가지수로 유럽중앙은행(ECB)의 통화정책 및 유로 편입을 위한 마스트리히트 조약에서 요구되는 물가 동조화 평가지표로 활용

6. 유형별 주요 이용자 관리

□ 주요 이용자 관리

- (이용자협의체 운영) 관계부처, 학계, 단체, 연구원들이 포함된 이용자협의체를 구성. 연 1회 이상 소비자물가조사 개선 방안 등에 대한 회의 실시
- (고객 만족도 조사) 연 1회 소비자물가동향 자료 이용자들을 대상으로 고객만족도 조사 실시

□ 주요 이용자와 이용자 유형별 용도

- (기획재정부) 거시경제 정책 운용(경제 전망, 예산 편성), 조세 정책(소득세 과세 표준 조정) 등 물가안정 정책 수립 및 평가의 기초자료로 활용
- (한국은행) 물가안정목표제, 기준금리 결정 및 통화신용정책의 기초자료로 활용
- (보건복지부) 기초연금 기준연금액의 인상률 결정요인, 사회보장급여(국민기초생활보장 제도의 생계·주거·교육 급여 등)의 선정 기준 및 급여액 조정의 근거자료로 활용
- (국민연금, 공무원연금, 사학연금, 군인연금 관리공단) 연금지급액 산정 등의 기초 자료로 활용(국민연금법 제51조, 공무원연금법 제35조, 사립학교교직원 연금법 제35조, 군인연금법 제14조)
- (국민건강보험공단) 의료비 본인부담액 상한액 결정
- (교육부) 대학 등록금 산정 기준 기초자료로 활용(고등교육법 제11조)
- (농림축산식품부) 농축수산물가격 안정 정책에 기초자료로 활용
- (최저임금위원회) 최저임금 조정의 근거자료로 활용
- (중앙선거관리위원회) 국고보조금 계상단가 산정(정치자금법 제25조)
- (법령 활용) 다수의 법령에서 소비자물가상승률, 물가지수 등 직접 인용
 - 고용보험법 시행령 제68조
 - 공공주택 특별법 제49조 및 민간임대주택에 관한 특별법 제44조
 - 국가를 당사자로 하는 계약에 관한 법률 제19조
 - 국가유공자 등 예우 및 지원에 관한 법률 시행령 제25조, 제34조의2
 - 국가재정법 시행령 제21조, 제22조
 - 국세징수법 시행규칙 제78조
 - 국민기초생활 보장법 제2조
 - 유아교육법 제25조

- 자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률 시행령 제12조
- 장애인연금법 제4조, 제6조
- 주택법 제58조, 제63조
- 소득세법 제104조의2, 상속세 및 증여세법 시행령 제23조, 제32조의3
- 뉴스통신 진흥에 관한 법률 제19조
- 대기환경보전법 시행령 제26조, 물환경보전법 시행령 제49조
- 산림자원의 조성 및 관리에 관한 법률 시행규칙 제6조
- 산업재해보상보험법 제36조
- 석면피해구제법 시행령 제14조
- 우체국예금·보험에 관한 법률 시행규칙 제6조의 2
- 임금채권보장법 시행령 제6조 등
- (학술계, 연구원 등) 각종 정책연구 및 논문 작성 등에 활용

7. 이용자 의견수렴

□ 의견수렴 유형 및 방법

- 소비자물가조사 개선을 위해 청내 전문가 회의, 설문조사(정부부처, 공공기관 등 자료 이용자 대상), 유관기관 회의, 국민 의견수렴, 조사담당자 회의 등을 수시 개최
- 상기 의견수렴을 통해 조사지역 확대 및 조정, 조사 품목 조정, 지수산식 변경 등을 검토
- 만족도 조사(연 1회) 및 자료 제공 시스템 개선 요구사항 등을 반영하여 국가통계 포털과 소비자물가지수 홈페이지 개선

□ 주요 결과

- '22년 1분기 이후 코로나19 상황 완화에 따른 소비패턴 변화 발생 등을 고려한 '22년 기준 가중치 개편 기준액 적용 방안 마련('23.12월)
- '24년부터 외식배달비지수(실험적통계) 분기별 공표 방안 마련
- '25년 기준 지수개편을 위한 1차 추가예상 품목 및 규격 선정안 마련('24.12월)

II. 통계설계

1. 조사항목

1-1 조사항목의 체계 및 조사목적

□ 조사항목 체계

- 공통항목: 조사대상처 상호명, 조사대상처 유형부호, 응답자명, 응답자 전화번호
- 특성항목: 조사규격(기본규격, 세부규격, 조사단위) 및 가격

□ 조사목적

- 소비자물가조사는 국민의 소비생활에 관한 중요한 지표인 소비자물가지수 작성을 위한 기초자료를 제공하기 위하여 실시함
- 소비자물가지수는 가구에서 일상생활을 영위하기 위해 구입하는 상품과 서비스의 평균적인 가격변동을 종합적으로 측정하는 지수로서 기준시점(현재 2020년)의 지수(100.0)와 비교하여 계산한 수치로 나타내며 다음과 같은 기능을 수행함

소비자물가지수의 활용

- ① **(통화정책 운영)** 물가안정 목표 달성 평가 및 금리 및 유동성 조절 등의 정책을 수립하는 데 핵심 지표로 활용
- ② **(경제 분석 및 전망)** 인플레이션 동향을 분석하고 향후 물가 변화 예측에 활용되어 경제 정책 수립 및 거시경제 연구의 기초자료로 사용
- ③ **(임금·소득 정책)** 실질임금 조정, 사회보장수혜금 조정 및 각종 연금·최저임금 인상 기준 마련 등에 활용되어 노동시장 및 복지 정책 수립의 근거 제공
- ④ **(정부 재정 및 복지 정책)** 공공요금 조정, 세제 개편, 복지 급여 조정 등에 활용되어 정책의 실효성을 제고
- ⑤ **(기업의 경영 전략 수립)** 기업이 가격 결정, 원가 관리, 장기 투자 계획 수립 등의 경영 전략을 수립하는 데 참고
- ⑥ **(가계의 경제활동 및 계약 조정)** 가계가 생활비 계획을 수립하고, 장기 임대료 계약, 연금, 보험료 등 다양한 경제적 계약에서 인플레이션 조정 기준으로 활용
- ⑦ **(실질 가치 측정)** 우리나라의 주요 경제지표*에서 현재의 금액을 과거 일정시점 기준의 금액으로 환산하기 위한 **디플레이터(Deflator)**로 활용

* 가계동향조사의 가계수지, 국민계정과 지역계정에서 가계의 최종소비지출, 소매판매액통계, 서비스업생산지수 등

1-2 주요 용어 및 항목별 정의

□ 통계에 사용되는 주요 개념

○ 가격 [Price]

- 소비자가 상품, 서비스 구입 시 실제 지불하는 가격

○ 지수 [Index Number]

- 어떤 현상에 대한 수준의 추이를 살피거나 몇 개의 현상에 대한 추이를 서로 대비하기 위해 직접 측정할 수 없는 가격 및 수량의 변동을 기준시점의 값에 대한 상대값으로 나타낸 값

○ 소비자물가지수 [Consumer Price Index: CPI]

- 가구에서 일상생활을 영위하기 위하여 구입하는 상품과 서비스의 가격변동을 측정하기 위하여 작성하는 지수

○ 기여도

- 개별 품목의 변동이 총지수의 변동률에 기여하는 정도를 나타내는 지표

$$\cdot \text{기여도}(\%p) = \frac{\text{비교시점 품목지수} - \text{기준시점 품목지수}}{\text{기준시점 총지수}} \times \frac{\text{품목가중치}}{\text{전체가중치}} \times 100$$

* 2022년 1월 이후 지수의 기여도는 연환지수(2022=100) 계열을 이용하여 계산

(예) 2024년 11월 휘발유 값이 전년동월(2023.11월) 보다 3.4% 하락한 경우 이것이 소비자물가 전체에 미치는 영향(기여도)

$$\begin{aligned} & \frac{(\text{휘발유 2024.11월지수} - \text{휘발유 2023.11월 지수}) \times \text{휘발유 가중치}}{2023.11월 총지수 \times \text{총지수 가중치}} \times 100 \\ &= \frac{(89.84 - 93.00) \times 24.1}{104.61 \times 1000} \times 100 = -0.07 \end{aligned}$$

⇒ 여기에서 기여도(-0.07)의 의미는 휘발유 값의 하락(-3.4%)으로 2024년 11월 총지수의 전년동월대비 변동률(1.5%)이 0.07%p만큼 낮아졌다는 뜻이므로 만일 휘발유 값이 전혀 변동되지 않았다면 총지수는 $[1.5\% + 0.07\% = 1.57\%]$ 상승한 것으로 나타남

○ 전월(년)비

- 금월(년)의 물가수준이 전월(년)에 비해 어느 정도 변동되었는가를 나타내는 지표

$$\cdot \text{전월(년)비}(\%) = \frac{\text{금월(년)지수} - \text{전월(년)지수}}{\text{전월(년)지수}} \times 100$$

○ 전년동월비

- 금월의 물가수준이 전년도 같은 달에 비하여 어느 정도 변동되었는가를 나타내는 지표

$$\cdot \text{전년동월비}(\%) = \frac{\text{금월지수} - \text{전년동월지수}}{\text{전년동월지수}} \times 100$$

○ 전년누계비

- 금년 1월부터 금월까지의 평균 물가수준이 전년의 같은 기간의 평균 물가수준에 비하여 어느 정도 변동되었는가를 나타내는 지표

□ 주요 용어 개념

- **조사품목**: 소비자가 일상생활을 영위하기 위하여 구입하는 상품과 서비스 458개
- **조사규격**
 - 가격변동을 보다 정확하게 측정하기 위하여 조사품목의 구체적인 크기, 모양, 중량, 상표 등의 품질규격에 따라 기본규격, 세부규격, 조사단위 등 지정
 - * 사례: 기본규격(포장, 밀폐형 국산 콩두부), 세부규격(000 단단한 부침두부), 조사단위(1모, 300~380g)
 - 상품의 변동(생산중단, 포장 및 중량 등)에 따라 세부규격은 달라질 수 있음
- **조사품목(규격)별 가격**
 - 품목별 지정된 조사규격에 대하여 소비자가 구입 시 실제 지불하는 가격을 조사
 - 하루 미만의 초단기 염가 세일가격, 제한된 사람만을 대상으로 한 가격차별, 폐업 혹은 재고처리 성격의 특별 할인 행사가격 등은 조사 제외
- **조사권역**
 - 조사권역은 도시 내 조사품목별 조사가격의 대표성을 높이기 위하여 조사지역을 지리적 특성(區경계, 洞경계, 지형지물 경계 등)에 따라 구분
 - 조사권역수는 선정된 도시의 인구를 기준으로 3개~13개 배정
 - (특별시·광역시) 인구 100만 미만은 3~4개 권역, 100만~200만 미만은 5개 권역, 200만 이상은 인구 100만명당 1개 권역 추가
 - (도내 일반시) 인구 50만 미만은 3개 권역, 50만 이상은 4개 권역
 - * 인구 규모가 큰 경기도는 100만 미만은 3개 권역, 100만 이상은 4개 권역
 - 위 기준에 의해 2020년은 155개 조사권역을 선정
- **조사대상처**
 - 조사권역 내 상권, 매출액 규모 등을 감안하여 그 지역의 가격을 대표할 수 있으며, 계속적으로 조사 가능한 대상처를 유의추출
 - 농축수산물 및 가공식품은 소매업태별(백화점, 대형마트, 슈퍼마켓, 전통시장 등) 구입액비중에 비례하도록 조사품목의 대상처를 선정
 - 공산품과 서비스는 도시 내의 상권분포 등을 고려하여 그 지역의 가격 대표성을 높일 수 있도록 선정
 - 농축수산물 및 가공식품에 한해 대상처 유형조정을 실시하고 다른 품목은 유형조정을 실시하지 않으나, 가급적 도시 내 같은 유형의 대상처가 포함되지 않도록 유의
- 1개 권역에서 1개 품목 조사가 원칙이므로, 도시별로 소비자들이 가장 많이 이용하고 계속적인 조사가 가능하도록 선정
 - 단, 해당 권역에 조사대상처가 없거나 대표성을 상실한 경우에는 도시 내 다른 권역에서 선정(예: 각종 학원비, 영화 관람료, 납입금, 골프장이용료 등)

1-3 주요 용어의 정의나 개념 등에 대한 국내 또는 국제기준 비교

□ 국제 매뉴얼(Consumer Price Index Manual : Concepts and Methods, 2020)

주요 내용

- 표본추출(Sampling / ch01. INTRODUCTION, OVERVIEW, AND BASIC STEPS FOR THE CONSUMER PRICE INDEX DEVELOPMENT & ch04. SAMPLING)
 - (1.72) The 2003 ILO Resolution states that probability sampling techniques are to be preferred, it goes on to say that “where appropriate sampling frames are lacking and it is too costly to obtain them, samples of outlets and products have to be obtained from non-probability methods” and that “statisticians should use available information and apply their best judgement to ensure that representative samples are selected.” (4.21) In many circumstances, detailed sampling frames are not available, and nonprobability sampling techniques are applied, because they do not necessarily rely on sampling frames. Moreover, such techniques allow, to a certain extent, more control over the samples than random approaches. For example, the costs and the feasibility of price collection play a key role when designing samples for a CPI, especially given that the sample has to be priced continuously over the next periods.
- 조사규격(Specification / A GLOSSARY OF MAIN TERMS)
 - A description or list of the characteristics that can be used to identify an individual sampled variety to be priced. A tight specification is a fairly precise description of an item intended to narrow the range of varieties from which a price collector might choose, possibly reducing it to a unique variety, such as a particular brand of television set identified by a specific code number. A loose specification is a generic description of a range of items that allows the price collector some discretion as to which particular variety or model to select for pricing, such as color television sets of a particular size.
- 가격 조사(Price Collection / ch05. PRICE COLLECTION AND VALIDATION)
 - (5.13) Given that the aim of the CPI is to measure price inflation, prices are defined according to what consumers pay in the marketplace (that is, the actual transaction prices of goods and services purchased by the consumer, including all taxes). (5.16) Transaction prices may differ from advertised prices, for example, if at time of purchase a discount is offered. In practice, however, discriminatory discounts, which are available only to a restricted group of households (as opposed to non-discriminatory discounts that are available to all), are generally excluded on principle.

1-4 부정확한 응답 가능성이 있는 조사항목

- 조사항목이 조사품목명, 단위, 조사가격으로 단순·명확하여 부정확한 응답 가능성 없음

2. 적용 분류체계

2-1 통계에서 사용하고 있는 분류체계 개요 및 내용

□ 통계의 수집과 집계에 적용하고 있는 분류체계 개요와 내용

- 목적별 개별 소비지출분류(COICOP-K) 사용
 - * Classification of Individual Consumption According to Purpose - Korea
- (개요) 가구에서 상품이나 서비스를 구입하는 품목의 사용 목적에 따라 분류하는 체계
- (목적) 소비지출에 대해 다양한 분석을 가능하게 함으로써 통계 활용성을 제고하고, 국가 간 비교가능성 확보
- (내용) UN, OECD, ILO 등 국제기구에서 가계지출조사 및 소비자물가조사의 소비지출 분류를 위해 표준안으로 사용. 12개 하위분류로 구분
 - * 소비자물가지수는 현재 COICOP-K(2008)을 사용하고 있으며, 2025년 기준년 개편에 COICOP-K(2019)를 반영한 분류체계로 개편 예정

[참고] 목적별 개별 소비지출분류(COICOP-K) 연혁

- 유엔통계처(UNSD)가 권고한 1993 SNA에서 분류 구조가 처음으로 제시
- 1999년 UNSD와 OECD가 공동으로 분류체계 재구조화 등 COICOP 1차 개정
- 2008년 COICOP 1999를 기초하여 COICOP-K(2008) 제정
- 2018년 UNSD는 국제 소비시장 변화를 반영한 COICOP 2차 개정
- 2019년 국제 분류(COICOP) 이행 및 국내 소비동향 변화를 반영한 COICOP-K(2019)로 개정
 - 중분류 12개→13개로 세분 등

2-2 국내 또는 국제기준의 표준분류체계 사용 여부 또는 미사용 사유

□ 국제기준 적용

- 소비자물가지수의 국제비교성 제고를 위해 국제기구(ILO)에서 권고하고 있는 COICOP(The Classification of Individual Consumption by Purpose)분류체계를 적용한 목적별 개별소비 지출분류(COICOP-K) 사용

COICOP		COICOP-K	
01	식료품 및 비주류음료	01	식료품 및 비주류음료
02	주류 및 담배	02	주류 및 담배
03	의류 및 신발	03	의류 및 신발
04	주택, 수도, 전기, 가스 및 기타 연료	04	주택, 수도, 전기, 가스 및 기타 연료
05	가구, 가사 비품 및 기타 생활용품	05	가구, 가사 비품 및 기타 생활용품
06	보 건	06	보 건
07	운 송	07	운 송
08	정보통신	08	정보통신
09	오락, 스포츠 및 문화	09	오락, 스포츠 및 문화
10	교육 서비스	10	교육 서비스
11	음식점 및 숙박 서비스	11	음식점 및 숙박 서비스
12	보험 및 금융 서비스	12	보험 및 금융 서비스
13	개인 미용, 사회복지 및 기타 상품	13	개인 미용, 사회복지 및 기타 상품

- 다만, COICOP-K는 국내 특성을 반영하여 COICOP와 일부 다름

- 국내 소비지출 관심 영역인 사교육비 등 측정을 위해 3개 세분류로 세분
- 통계를계열 반영 등을 위해 18개 세세분류 신설
- 국제분류 대비 국내 가계소비지출 비중이 낮고, 조사에 어려움이 있는 5개 세세분류는 통합하여 구성
- * 소비자물가지수는 현재 COICOP-K(2008)를 사용하고 있으며, 2025년 기준년 개편에 COICOP-K(2019)를 반영한 분류체계로 개편 예정

3. 조사표 설계 및 구성

3-1 조사표 설계 및 변경 절차나 방법

□ 조사표 항목 배열 검토

- 조사원이 휴대용 태블릿을 활용해 조사와 동시에 조사결과를 시스템에 직접 입력* 하고, 소매점에서 실제 판매하는 가격만을 조사하므로 조사항목이 단순, 명확함
- * 태블릿 입력 주요 항목 : 판매가격, 등락코드, 수량, 단위, 대상처 및 응답자 기본정보 등
- (비상용 조사표) 전자기기 활용 불가 시 임시적으로 사용할 비상용 조사표 구비
- (판매가격만을 조사) 비상용 조사표도 소비자 판매가격 한 개 항목만을 조사하는 소비자물가지수 특성상 조사표 설계 등은 불필요

□ 조사표 항목(조사품목/규격) 변경 검토

- 조사원은 태블릿을 통해 가격조사를 실시하게 되는데, 조사표 입력화면은 조사품목(규격)별 조사가격을 입력하도록 구성
- 5년 주기의 소비자물가지수 개편 시 조사품목 변경을 위한 내부 및 외부 의견수렴 및 외부 전문가 회의를 개최하여 관련 의견을 조사품목 선정 등에 반영
- 2020년 기준 개편 시 품목수 조정 내역(460개 => 458개)

□ 조사표 변경 일반 절차

- (통계 작성 및 변경 승인 절차) 새로운 통계 작성 시 승인받은 조사표 등을 변경하고자 하는 경우 통계작성기관의 장은 미리 국가데이터처장의 승인을 받아야 함 (통계법 제18조, 동법 시행령 제25조 등)
- 자료수집 시작 20일 전까지 변경신청서를 국가데이터처 경제통계심사조정과로 제출
- 경제통계심사조정과는 보완 요구 이행 등의 과정을 통해 요건 심사 후 승인 여부 결정 후 요청기관에 결과 통보

3-2 조사표 구성 관련 내·외부 전문가 회의 개최

- 조사표 구성이 단순하여 관련 내·외 전문가 회의 개최 없음

3-3 조사표 첨부



소비자물가조사표 (20 년 월분)

1. 농축수산물 2. 공업제품 3. 서비스

작성기관 : 통계청

· 이 조사는 우리나라의 소비자물가지수를 작성하기 위해 실시하는 국가자경통계(101007호)입니다. 따라서 조사에 붙음하는 경우 통계법 제41조에 의해 100만원 이하의 과태료가 부과될 수 있습니다.
· 또한 조사된 자료는 통계법에 따라 통계 목적으로만 사용되고, 기업체 또는 사업체의 비밀은 엄격히 보호되오니 귀 업체의 적극적인 협조를 부탁드립니다.

순기	조사권역번호	행정구역분류부호	조사 대상처	상호명 : 응답자 :	유형부호 : 전화번호 :

조 사 품 목		단위	조사가격(원)		가격변동 사유부호	비 고 (세부조사규격 등)
일련번호	품 목 명		전순(월)	금순(월)		

가격변동 사유 부호

01 자체인하	11 산지출하증가	43 품목대표결상실
02 자체인상	12 산지출하감소	81 규격변경(인하)
91 세일가격반영	51 중량증가	82 규격변경(인상)
92 세일가격환원	52 중량감소	83 규격변경(보합)
93 세일가격계속	70 대표성상실	A1 대상처변경(인하)
94 세일가격의 결실이 고착	71 대상처폐업	A2 대상처변경(인상)
21 수요감소	72 대상처휴업	A3 대상처변경(보합)
22 수요증가	73 대상처업종변경	A0 가격보합
61 출고가인하	74 대상처장소이전	C0 인접도시차용
62 출고가인상	75 대상처조사거부	D1 품목탈락
B1 도매가인하	41 품목업종축소등	D2 품목추가
B2 도매가인상	42 품목업종확대등	77 기타

조사대상처 유형 부호

1 백화점	2 대형마트	3 슈퍼마켓
4 편의점	5 전통시장내 소매점	6 기타

※ 조사담당자

소속 : _____ 지방청 _____ 사무소
성명 : _____
전화번호 : _____
사무실 : _____
이동전화 : _____

◎귀중한 시간을 내어 조사에 협조하여 주셔서 대단히 감사합니다.



【작성시 유의사항】

■ 농축수산물 : 초순, 중순, 하순별로 조사

1. 곡물

- 지정된 단위로 조사하고 지정된 단위가 불가능한 경우에는 가장 근접한 단위를 조사하여 단위 및 가격을 PDA에 입력
- 품의 경우는 품기에 따라 가격차이가 심하므로 동일한 품기를 유지

2. 축산물

- 품류의 가격조사시 등급제(등급별, 부위별 판매)와 적정한 대상처의 선정 및 관리가 매우 중요
- 조사대상처의 판매방법 및 형태를 정확히 파악, 일관성 있는 조사가 이루어 질 수 있도록 유의

3. 수산물

- 생선은 종류 및 산지(국내산, 수입산), 길이, 신선도, 중량, 보관상태(냉동, 생물 등)에 따라 가격차이가 있으며 지역간에도 가격차이가 심하므로 항상 조사규격(길이, 중량, 품 및 무게 등)에 유의
- 생선의 상태가 냉동인지 생물인지 등 규격기록부에 언급되지 않은 부분에 대해서도 일관성 있게 조사를 수 있도록 하여야 하며, 변경시에는 물가동향과에 변동보고
- 전장기준으로 조사하나 칼치, 오징어는 체장기준 조사
 - 전장 : 머리 끝 ~ 꼬리 지느러미 끝
 - 체장 : 머리 끝 ~ 팔록한 부분

4. 채소

- 채소류는 신선도 및 품종, 조사시점 등에 따라 가격차이가 심하므로, 그 지역에서 많이 유통되는 것을 지정하여 조사 (구체적인 세부규격내역은 각 지방청이나 사무소에서 자체적으로 관리)
- 특히 신규로 유통되는 품종은 품질이 현재 조사규격과 유사한지 확인하고 그 유통량을 감안하여 조사

■ 공업제품 : 중순에 조사

1. 가구제품 및 가사용품

- 소비자의 소비성향이 고급화 추세로 변화함에 따라 다양한 규격이 생산·판매되고 있으며, 조사대상 규격의 생산·판매기간 (life-cycle)도 짧음
- 조사품목의 규격을 정확히 숙지하여 조사할 때마다 제품이 실제 있는지 직접 확인한 후에 조사
- 조사품목의 생산중단, 취급중단 등 변동사항 발생시 즉시 물가동향과에 보고

2. 일반 가전제품

- 매년 모델변화가 변경되어 생산, 출고되고 있으므로 용량, 모양, 기능 등에 항상 유의하여 지정 규격을 조사하고, 미출회시에는 즉시 물가동향과(품목담당자)에 보고하여 책기에 규격을 대체할 수 있도록 함
- 유동경로(전도대리점, 백화점, 대형마트 등)에 따라 모델변화를 달리하여 판매하고 있는 경우가 있으므로 가격조사시 모델변화를 확인하여 착오가 없도록 주의
- 각 판매처에서 수시로 배포되는 제품 카탈로그를 수집하여 조사시 참고
- 신제품 구입대금의 일부로 중고품을 내놓는 보상판매는 가격조사에서 제외

※ 단, 석유류는 초순, 중순, 하순별로 조사

■ 서비스 : 하순에 조사

1. 외식

- 외식의 조사대상처를 선정할 때는 사람들이 많이 이용하는 대상처를 선정하고 너무 고급스럽거나 협소한 곳은 제외
- 조사대상처 변경시 대체하는 대상처의 가격변동 현황(최근 1년간)을 반드시 파악하여 변동보고서의 변동사유란에 기재
 - 지방자치단체의 지도로 인하여 조사대상처만 가격이 변동될 경우 물가동향과에 그 상황을 보고하고 대표성이 있는 다른 대상처로 변경을 검토
- 도시 내에서 같은 품목의 조사대상처로 같은 체인점이 중복 선정되지 않도록 하여야 함

2. 공공 서비스

- 상수도, 도시가스, 쓰레기봉투 등 공공요금에 대해서는 정확한 변동가격과 시점이 중요하므로 반드시 매월 확인
 - 가격산출방법이 다소 복잡하므로 이를 위한 설명서류(고지서 및 영수증 등)는 필히 확보하고 물가동향과에 송부

3. 개인서비스 품목

- 놀이시설이용료, 이삿짐운송료 등은 설수가비수기에 따라 요금차이가 있을 수 있으므로 유의하여 조사
- 외식비, 학원비 등 개인서비스요금은 소비자가 실제 지출하는 실제거래(또는 납부) 요금을 기준으로 조사하여야 하므로 행정지도가격 또는 신고가격으로 조사되는 사례가 없도록 주의

※ 단, 접세는 초순에 조사

3-4 첨부된 조사표에 수록된 사항

☐ 조사표 수록 사항

- 국가승인통계 마크 및 승인번호
- 조사명, 작성기관, 조사목적, 응답자 비밀보호정책
- 조사대상처 현황(상호명, 유형부호, 응답자, 전화번호), 조사항목(조사품목명, 단위, 조사가격, 가격변동 사유 부호, 비교) 등
- 가격변동 사유 부호, 조사대상처 유형부호, 조사담당자(소속, 성명, 전화번호)
- 작성 시 유의사항

3-5 조사방법별 특성을 고려한 조사표 설계 여부 및 검토 요소

- 조사대상처를 직접 방문하여 실시하는 면접조사를 원칙으로 하고 있으며, 전자 기기(태블릿PC)를 사용하여 가격조사와 동시에 입력
- 조사품목의 특성에 따라 전화·팩스·인터넷조사 가능

3-6 응답 유형별 응답 소요시간

- 2020년 지방청 업무량 측정 용역 최종 보고서에 의하면, 대상처당 면접조사 소요 시간은 '조사준비-이동(휴식대기 포함)-기입지도-면접조사-조사표정리-입력 및 전산 내검'을 1일에 조사를 완료했을 경우를 가정한 시간임
- 위 결과에서 면접조사 시간이 평균 6.9분으로 분석됨

조사 주기	대상처당 면접조사 소요시간(분)							[참고] 대상처당 비면접조사 전자조사율(%)
	조사 준비	이동 (대기포함)	기입 지도	면접 조사	조사표 정리	입력 및 전산내검	계	
순기	1.7	3.9	-	6.9	2.2	2.8	17.4	0.111

* 2020년 지방청 업무량 측정 용역 최종 보고서(2020)

4. 조사표 변경 이력 관리

☐ 조사표 변경 이력

- 조사항목이 상품 판매가격으로 단순, 명확하여 별도 조사표 구성 등에 대한 검토가 불필요하며 조사표 변경 사항도 없음

5. 목표모집단과 조사모집단

5-1 목표모집단의 정의

☐ 목표모집단의 정의

- 소비용 상품 및 서비스를 판매하는 국내 소매점 및 서비스업체

5-2 조사모집단의 정의

☐ 조사모집단의 정의

- 소비자물가조사 대상 40개 도시의 458개 대표품목을 판매하는 소매점 및 서비스업체

5-3 조사모집단의 과대표함, 과소포함 등 포함오차에 대한 분석 또는 검토

☐ 모집단 간의 차이

- 조사모집단은 시 지역에 한정되므로 군 단위 지역이 제외되고는 있으나, 양 지역의 가격변동 추이는 유사하므로(양 지역의 절대가격 차이는 소비자물가지수 작성 시 중요하지 않음) 조사모집단이 목표모집단을 충실히 대표하고 있음

6. 표본추출틀(표본조사)

6-1 표본추출틀로 사용되는 자료의 출처

☐ 표본추출틀 자료

- (조사지역) 2020년 기준 인구주택총조사, 사업체조사(서비스업부문조사 포함) 결과
- (품목) 2020년 기준 가계동향조사 세부 지출 내역, 유관 기관 및 협회의 내수 판매 현황 자료
- (조사대상처 유형) 서비스업동향조사, 농식품소비자패널조사의 식품 구입처 현황 자료 등
- (집세 조사) 2020년 기준 인구주택총조사 결과

6-2 표본추출틀로 선정한 이유

☐ 표본추출틀 선정 이유

- (조사지역) 인구주택총조사의 도시별 인구, 가구 수 현황 및 사업체 조사의 도시별 사업체 수, 매출액 현황 등 파악할 수 있어 조사지역 선정에 적합
- (품목) 가계동향조사는 소비자가 일상생활을 영위하기 위하여 구입하는 상품과 서비스 지출액을 파악할 수 있어 조사품목을 선정하는데 적합
- (조사대상처 유형) 서비스업동향조사, 농식품소비자패널조사는 백화점, 대형마트, 편의점 등 식료품 조사대상처 비중을 파악하는데 적합
- (집세 조사) 인구주택총조사는 인구, 가구 부문에 대한 전수조사로 가구 주거유형별 조사대상처를 선정하는데 적합

6-3 표본추출틀의 구축(갱신) 주기, 방법 및 절차, 결과 등

□ 표본추출틀 갱신 과정, 내용, 주기 등

- 전국 소비자물가변동률을 측정하기 위해 조사지역, 조사품목, 조사대상처 유형 등에 대한 표본추출틀을 선정 후 조사대상처 선정은 조사원이 유의추출하고 있음

□ 주기적 개편 절차 및 내용

- (개편 주기) 5년(조사지역, 품목, 가중치 등), 2~3년(가중치, 규격)

연도	1930년대	1950년대	1960년대	1990년대	2000년대	2010년대	2020년대	
주요 내용	1936년 기준 서울 생활필수품 소매물가지수 작성	1955년 기준 서울 소비자물가지수 작성 시 서비스요금을 포함	1965년 기준 전국 소비자물가지수 작성	1990년 기준 생활물가, 자가주거비용 포함지수 추가	2005년 기준 가중치 모집단을 도시가구에서 전국가구로 변경	2013년 가중치 개편주기를 2~3년으로 변경	2020년 기준 가중치 모집단을 농림어가포함으로 변경	
조사 도시	1936년 1	1955년 1	1965년 9	1990년 32	2005년 38	2010년 37	2015 38	2020 40
품목수	1936년 52	1955년 154	1965년 284	1990년 470	2005년 489	2010년 481	2015 460	2020 458

- (2020년 기준 지수 개편) 0, 5자인 해를 기준으로 지수의 기준시점 변경, 인구 및 상권변화에 의한 조사도시 개편 및 가계의 소비지출구조 변화 반영을 위해 대표품목, 가중치, 작성방식 등을 종합적으로 개편
 - (지수·가중치 기준년) 2015년에서 2020년으로 변경
 - (조사도시 및 조사권역) 도시별 인구 및 상권 변화에 의한 조정(38개 시^{15년} → 40개 시^{20년})
 - (대표품목 및 가중치) 소비지출 변화에 의한 품목 추가, 탈락 등 대표품목 조정 (460개^{15년} → 458개^{20년}) 및 '20년 기준 소비지출액에 따른 가중치 개편
 - (통계작성방법 개선) 온라인 거래가격 조사품목 확대, 계절품목 상위분류 변동률 대체방식 적용
- (2022년 기준 가중치 개편) 소비지출구조의 현실반영도를 높이기 위해 품목 개편 없이 가중치 변경하는 것으로, 5년 주기 정기 개편 사이에 끝자리가 2, 7자인 해를 기준으로 실시하며, '12년, '17년 기준에 이어 세 번째 가중치 개편임
 - (가중치 기준년) 2020년에서 2022년으로 변경
 - (조사규격) 1,049개^{20년} → 1,057개^{22년}

< 최근 지수 개편 및 가중치 개편 비교 >

구 분	2020년 기준년 개편 (‘21.12월 완료)	2022년 가중치 개편 (‘23.12월 완료)
지수 기준시점 변경	2015년 → 2020년	해당 없음
조사지역 조정	38개 시 → 40개 시 (화성시, 양산시 추가)	해당 없음
대표품목 개편 (조사규격)	460개 → 458개 (999개 → 1,049개)	해당 없음 (1,049개 → 1,057개)
가중치 기준시점 갱신 (가중치 기초자료)	2017년 → 2020년 (2020년 가계동향조사)	2020년 → 2022년 (2022년 가계동향조사)

- **(개편 절차)** 개편 기준년(T년) 1년 전에 조사도시, 품목 조정안 마련 후 기준년부터 시험조사 실시. 시험조사 결과 등을 바탕으로 외부 전문가 회의 및 국가통계위원회 심의를 거쳐 확정

6-4 분류별, 지역별 기타 하위모집단별 추출단위 분포, 관련 통계량, 상관관계 등 기록 및 관리

- 비확률표본추출방법 중 유의표본추출로 해당 없음

6-5 표본추출틀의 한계의 내용과 보완 등의 검토 또는 조치 결과

□ 표본추출틀 한계 관련 검토 및 조치 결과

- 소비자물가조사 대상 품목 및 조사 상품별 사업체 목록을 구비하기 어려운 관계로 국제 권고안에서도 인정하고 있는 유의표본추출법을 사용

(출처: ILO 소비자물가지수 매뉴얼)

1장 서론 및 개요

(표본설계 1.72.) 본 매뉴얼은 실제로 비확률적 표본추출을 수행해야 하는 경우가 있음을 인지하고 있다. 마찬가지로 2003년 ILO 결의안은 확률적 표본추출 기법을 선호한다고 명시하고 있지만, “적절한 표본추출 체계가 부족하고 이를 얻기에 비용이 너무 많이 드는 경우에는 매장 및 상품의 표본을 비확률적 방법으로 구해야 하며, 통계전문가들은 가용 정보를 이용하고 대표 표본을 선택하도록 최선의 판단을 해야 한다.”고 명시하고 있다.

4장 표본추출

(서문 4.4.) 확률표본추출을 위해 필요한 표본추출틀을 이용할 수 없는 경우, 물가통계 전문가들은 다른 표본추출틀을 생산하거나 비확률표본추출법을 사용한다. 이러한 이유로, 비확률추출법은 일반적으로 CPI에서 가격 수집을 위한 표본을 추출하는 데 사용한다.

(비확률표본추출 기법 4.21.) 많은 상황에서 상세한 표본추출틀을 사용할 수 없으며, 그에 따라 표본추출틀에 의존할 필요가 없는 비확률표본추출기법을 사용한다. 또한 이 기법은

무작위 접근법보다 어느 정도 더 많은 표본을 통제할 수 있다. 예를 들어 **CPI를 위한 표본을 설계할 경우, 특히 향후 상당 기간에 걸쳐 지속적으로 표본 가격을 조사해야 한다는 점을 감안하면 가격 수집의 비용 및 타당성이 주요 역할을 한다.** CPI맥락에서 종종 활용하는 비확률표본추출기법의 예로는 **절사표본추출, 할당표본추출 및 대표품목 방법**이 있다.

- 그러나 백화점, 대형마트, 전통시장, 기타소매점 등 대상처의 유형별 구조를 반영하기 위해 품목별 조사대상처의 유형 비중을 반영하여 표본 선정

7. 표본설계 방법 및 결과(표본조사)

7-1 표본추출방법

□ 표본설계 방법 및 과정

- 유의표본추출 방식을 사용하며 표본조사의 정도 및 효율성 제고를 위해 조사도시, 조사권역 및 조사대상처 선정기준 등의 기본틀을 활용
- **(조사도시)** 군부지역을 제외하고, 전국의 40개 주요 도시를 가구수 및 지역상권의 분포 고려
- **(조사권역)** 도시 내 조사품목별 조사가격의 대표성을 높이기 위하여 조사지역을 지리적 특성(區경계, 洞경계, 지형지물 경계 등)에 따라 구분하여 관리
- **(대표품목)** 2020년의 가계동향조사 결과 월평균 소비지출액이 총소비지출액(가중치 모집단)의 1/10,000 이상이 되는 항목 중 해당 항목의 상품군의 가격을 대표할 수 있고, 시장에서 가격조사를 지속적으로 수행할 수 있는 상품을 조사품목으로 선정
 - 하나의 조사품목이 해당 지출항목을 대표하기 어려운 경우에는 2개 이상의 조사품목을 채택
- **(조사대상처)** 조사권역 내에서 상권, 매출액 규모 등을 감안하여, 해당 지역의 가격 대표성을 높일 수 있도록 유의 추출하여 선정하되 농축수산물 및 가공식품은 소매업태별(백화점, 대형마트, 슈퍼마켓, 전통시장 등) 구입액의 비중을 비례하도록 조사품목의 대상처를 선정

< 대상처 유형의 특징과 분류 기준 >

대상처 유형	코드	정 의	비고
백화점	1	다양한 상품판매시설과 소비자편의시설이 설치된 매장면적 3,000㎡ 이상 대형종합소매점 (예시) 롯데백화점00점, 신세계백화점00점 등	
대형마트	2	백화점을 제외한 매장면적 3,000㎡ 이상인 기타대형종합소매점 (예시) 이마트00점, 홈플러스00점, 하나로클럽00점 등	
슈퍼마켓	3	백화점 및 대형마트를 제외한 종합소매점 * 전통시장내 위치한 슈퍼마켓은 제외	165㎡(50평)이하 소형슈퍼마켓

대상처 유형	코드	정 의	비고
		- 기업형(SSM) : 하나로마트00점, 이마트에브리데이00점, 홈플러스익스프레스00점, GS슈퍼마켓00점 등 - 체인화된 대형슈퍼마켓 : 탑마트(서원유통), 굿모닝마트(CS유통), 하모니마트(CS유통), SM마트(SM유통), FRESH마켓(SM유통), 바다마트(수협중앙회), 한라마트(한라M&D) 등 - 소형슈퍼 및 동네가게	포함
편의점	4	24시간 판매하는 체인화된 편의점 (예시) CU, GS25, 세븐일레븐 등	
전통시장 내 소매점	5	전통시장 권역내에 위치한 각종 소매업체(슈퍼마켓포함) (예시) 양곡가게, 채소가게, 정육점, 생선가게 등	
기타	6	위의 1~5번을 제외한 전문소매점 및 서비스업체 - 농축수산물 및 가공식품 : 전통시장 권역 외 야채·과일가게, 정육점 등 - 가공식품 외 공업제품 : 약국, 전자제품(대리)점 등 전문소매점 - 서비스 : 음식점, 이발소, 미용실 등 서비스제공 업체	

< 품목성질별 구체적인 대상처 선정 기준 >

상 품 구 분	대상처 선정 기준
농·축·수산물 가 공 식 품	대상처 유형에 따라 대표성이 있고, 계속 조사가 가능한 매장
가구·가전제품	전문대리점, 양판점, 백화점, 대형마트의 매장 등에서 조사 가능하나, 대상처의 대표성 및 조사의 지속성을 고려하여 선택
섬 유 제 품	전문대리점 또는 백화점, 대형마트 등 섬유제품 매장
의 약 품	병원 인근의 대형약국
화 장 품	전문점 또는 백화점, 대형마트의 화장품 매장
비 내 구 재	시내 중심가에서 사람들이 많이 찾는 장소에 위치한 상점
외 식	한식, 중식, 일식, 양식, 분식 등 업종별로 가장 대표성(매장매출액 규모를 고려) 있는 업체
공 공 서 비 스	시·구청 등 공공기관의 서비스 관리부서
개 인 서 비 스	시·구청 등 개인 서비스업체 관리부서의 협조를 얻거나 매장규모 및 종업원수, 수강생수 등을 고려하여 대표적인 업체 선정

7-2 표본크기 결정

- 대표품목 458개에 대한 조사 가능하도록 가격 대표성이 있는 조사대상처를 선정 (유의추출)하므로 표본크기를 정하지 않음
- 품목별 대표할 수 있는 규격(22년 기준 1,057개) 조사가 가능한 26,000여 개 대상처 수 유지

7-3 표본배분 방법

- 비확률표본추출방법 중 유의표본추출로 표본배분 방법 없음
- 다만, 식료품(농축수산물, 가공식품) 부문은 소매업체별 소비자 구입액의 비중*을 고려하여 대상처 유형별 기준을 설정**하고, 기준에 맞게 대상처 조정
- * 서비스업동향조사, 농식품소비자패널조사의 식품구입처 현황자료 등 활용
- ** 지수 개편(5년 주기) 시 유형별(백화점, 대형마트, 슈퍼마켓, 전통시장, 편의점, 기타) 조정

7-4 표본추출 결과

□ 2024년 소비자물가조사 표본추출 결과

- (조사도시·권역 수) 인구주택총조사의 도시별 인구, 가구 수 현황 및 사업체조사의 도시별 사업체 수, 매출액 현황 등을 반영해 도시(40개) 및 권역(155개) 선정
- (조사대상처 수) 매월 조사규격 품질 등에 따른 대상처 대체가 발생함에 따라 대상처 수는 26,000여 개 수준에서 약간씩 변동됨
 - * ('22.12월) 25,552개 → ('23.12월) 25,369개 → ('24.12월) 25,450개

7-5 표본설계보고서에 모수 및 분산 추정방법

- 소비자물가조사는 비확률추출방법 중 유의표본추출로 분산의 추정 불가
 - 소비자물가조사의 모수는 소비자가 구입하는 상품과 서비스의 평균적인 가격변동을 종합적으로 측정하는 지수이므로 모수 추정 산식은 다음과 같음

< 모수 추정 산식 >

- '20년 1월 ~ '21년 12월 지수 ('20년 가중치 적용)

$$: L_{2020,t}^{2020=100} = \frac{\sum (P_i^t Q_i^{2020})}{\sum (P_i^{2020} Q_i^{2020})} \times 100 = \sum W_i^{2020} \left(\frac{P_i^t}{P_i^{2020}} \right) \times 100, \quad W_i^{2020} = \frac{(P_i^{2020} Q_i^{2020})}{\sum (P_i^{2020} Q_i^{2020})}$$

- '22년 1월 이후 지수 ('22년 가중치 적용)

$$: L_{2022,t}^{2022=100} = \frac{\sum (P_i^t Q_i^{2022})}{\sum (P_i^{2022} Q_i^{2022})} \times 100 = \sum W_i^{2022} \left(\frac{P_i^t}{P_i^{2022}} \right) \times 100, \quad W_i^{2022} = \frac{(P_i^{2022} Q_i^{2022})}{\sum (P_i^{2022} Q_i^{2022})}$$

- '22년 기준 지수를 '20년 기준으로 변경 : $L_{2020,t}^{2020=100} = L_{2022,t}^{2022=100} \times \frac{L_{2020,2022}^{2020=100}}{100}$

* L: 지수, P: 가격, Q: 수량, W: 가중치, t: 시점, i: 품목

8. 표본관리(종단조사)

8-1 패널 관리 전략 및 목표 패널 유지율

□ 패널 관리

- (조사대상처 관리) 물가수준의 변동 측정이라는 조사목적을 달성할 수 있도록 조사권역 내에서 소비자들의 이용이 가장 많은 대표적인 소매업체 및 서비스업체를 선정하여 관리
 - 조사대상처 선정기준(대표성, 계속성 등)에 적합하지 않은 경우* 제외
 - * 도·소매업체로서 도매를 주로 하는 업체, 지나치게 영세하거나 영업매출이 저조한 업체, 중고품 판매점
- (조사규격 관리) 조사품목 가격과 밀접한 관계를 가지므로 항상 동일한 규격인지 확인

8-2 패널의 속성 변화 현황

□ 주요 패널의 속성 변화 관리

- (식료품 부문) 농축수산물 및 가공식품 품목별 대상처 속성 변화*에 대해 5년 주기로 설정하는 대상처 유형별 기준**에 따라 도시 및 품목별 조사대상처 조정
 - * 6가지 소매업체 유형(백화점, 대형마트, 슈퍼마켓, 전통시장, 편의점, 기타)의 구성비
 - ** 서비스업동향조사, 농식품소비자패널조사의 식품구입처 등 소매업체 비중 자료 활용
- (외식 부문) 한식, 중식, 양식, 분식 등 외식 품목별 대상처 속성 변화*에 대해 '25년 실시 중인 외식특별조사 결과**를 활용하여 '26년 조사규격별 대상처 조정 예정
 - * 현행 조사규격의 해당 업종이 대상처의 대표 업종이 아니거나 지침서상 “가급적 전문점 조사”로 명시된 품목이 전문점에서 조사하고 있지 않은 경우 등
 - ** 기존 대상처 중 중복업종 규격 조사 또는 단일 규격이라도 대표 업종이 아닌 경우 신규 대상처 조사

8-3 조사대상의 표본 내 변동이 발생한 경우 수정 보완하는 방법

□ 표본 내 변동 발생 시 수정 · 보완 방법

- (조사대상처 변경 신청) 조사대상처의 폐업, 업종 변경 등으로 조사가 어려워 대상처 변경이 필요하다고 판단된 경우 조사담당자는 가급적 이전 대상처와 같은 유형의 대상처를 선정함과 동시에 물가시스템 「변경보고」를 통해 변경신청

- 대표성 상실 : 조사대상처가 소비자의 소비형태 및 상권 변화, 이용자 감소 등으로 조사품목의 가격을 대표하지 못하게 된 경우
- 폐업 : 사업을 정리하여 더 이상 영업을 계속하지 않는 경우
- 장기 휴업 : 1개월 이상 장기간 영업을 하지 않는 경우
- 장소 이전 : 다른 장소(다른 상권 등 원거리)로 옮겨 영업함으로써 그 이용자가 크게 달라진 경우
- 업종 변경 : 같은 장소에서 (같은 대표자가) 다른 업종으로 변경하여 계속 영업하는 경우
- 조사거부 : 조사대상처의 대표자 등이 조사에 대한 협조를 계속 거부하는 경우
- 취급 중단 : 조사품목(현 조사규격)을 취급하지 않게 된 경우
- 기타 : 계속 조사를 할 수 없는 기타 사유가 발생한 경우

- (조사규격 변경 신청) 조사품목이 생산 중단 등으로 구매가 불가능해지거나 출회가 적어 대표성을 상실하는 등 조사규격으로서 부적합해진 경우 조사담당자는 기존 조사규격을 새로운 조사규격으로 변경신청

- 대표성 상실 : 현 조사규격의 상품 또는 서비스의 출회 또는 공급이 적어졌거나 소비자의 수요가 많이 감소하여 가격대표성을 상실한 경우
- 생산 중단 : 현 조사규격의 상품 또는 서비스의 생산 또는 공급이 중단된 경우(출회 중단 시 관련 업체에 확인 필요)
- 취급 중단 : 조사대상처에서 다른 규격의 제품 또는 서비스만을 판매 또는 제공하는 경우(백화점, 대형마트의 경우 자체 규격의 제품을 판매하는 경우가 많음)
- 기타 : 현 조사규격의 공통성 상실 또는 출회 제품에 특별한 변경이 있는 경우 등 (디자인 변경이나 단위 변경으로 인한 가격변동)

Ⅲ. 자료수집

1. 조사방법

1-1 조사방법 선택에 대한 검토

☐ 조사방법

- 조사담당자
 - 본청(물가동향과) 품목별 담당자
 - 각 지방통계청(사무소)의 현장조사 담당 공무원 및 공무원직 근로자
- 자료수집방법
 - 조사대상처를 직접 방문하여 실시하는 면접조사를 원칙으로 하되, 조사품목의 특성에 따라 전화·팩스·인터넷조사 허용
 - (ILO 소비자물가지수 매뉴얼) 소비자가 구입한 상품과 서비스의 실제 거래 가격의 변화를 정확하게 측정하기 위해, 조사원은 상품에 표시되거나 할당된 가격을 직접 방문하여 조사해야 하며, 조사원이 상품 종류 선정(변경)을 위해 해당 상품이 장기간 적절하게 가격조사에 이용할 수 있는지를 고려해야 함
 - 전국적으로 단일가격이 형성되는 품목은 국가데이터처 물가동향과에서 면접, 전화, 인터넷 등을 통해 중앙조사 실시

1-2 선택한 조사방법에 대한 조사과정

☐ 조사과정

- 면접(방문)조사
 - 지방청(사무소)의 조사담당자는 지역적으로 가격형성이 다른 품목의 가격에 대하여 원칙적으로 조사대상처를 직접 방문하여 응답자 면접방식을 통하여 조사
 - 전자기기(태블릿PC)를 사용하여 가격조사와 동시에 입력
- 전화·팩스·인터넷조사
 - 공업제품과 서비스 품목 중 정확한 가격조사가 가능한 범위 안에서 조사자의 책임하에 전화조사 가능(※ 농축수산물 등 제외)
 - 조사품목의 특성을 고려하여 물가동향과에서 지정한 서비스 품목에 한해 팩스·인터넷 조사 가능
 - 단, 전화·팩스·인터넷 조사 시에는 반드시 분기 1회 이상 조사대상처를 직접 방문하여 조사대상처 및 조사규격 등의 변동 여부 및 적정성 파악

2. 조사원 채용 및 처우

2-1 조사원 채용 방법 및 과정

☐ 물가조사 조사원

- 소비자물가조사 담당 공무원 또는 공무원직 근로자
 - 일반직(행정직, 통계직) 공무원: 지방청 및 사무소 총괄, 자료 내검, 조사지원, 현장조사 등
 - 수요조사 → 공고 → 원서접수 → 선발시험 → 합격자 발표 → 임용추천 → 기본교육 (인사혁신처 주관 일괄 채용시험 실시)
 - 통계조사관(공무직): 현장조사, 조사표 작성 및 내용검토, 자료입력 등
 - 홈페이지 채용공고 → 공무직 모집 → 채용 → 권역 배정 등 시행(지방청 상황에 맞게 지방청에 위임)

2-2 조사원 자격요건, 지위, 급여수준, 지급방법, 부가혜택 등

□ 자격요건 및 급여수준 등

- 지방청(사무소) 경제조사과에 근무하는 공무원 및 공무원직 근로자 중 경제통계조사 유경험자 위주 선발
- 여타 공무원 및 공무직과 동일한 수준의 급여 및 부가혜택 제공

2-3 우수 조사원 채용을 위하여 적용한 방법이나 조치

□ 우수 조사원 관리

- 소비자물가조사는 국가데이터처 정규 직원이 담당하므로 임시 기간제 채용 절차는 없음
- 소비자물가조사의 국가 경제 및 일상생활에 미치는 중요성을 고려해 국가데이터처 정규 직원 중 경제통계조사 유경험자 위주 선발

3. 조사원 교육

3-1 조사원 교육에 대한 일정

□ 조사원 정규 교육 실시

- 매월(2~7월, 9~11월) 통계교육원 사이버 교육 과정으로 운영
 - 교육대상: 소비자물가조사 담당자 및 신규 담당자*
 - * 조사원 교체에 따른 신규 담당자는 사이버 교육 사전 이수 의무화
 - 교육방법: 통계교육원 e-learning 센터(<https://shi.kostat.go.kr>)를 통해 수강신청 및 교육 참여
- 경제통계의 이해, 지수이론 및 실제 등 통계교육원 정규과정 운영

□ 조사원 수시 교육 실시

- 추가 과정: 업무 토론회를 통한 대면 교육 및 업무시스템 등을 활용한 사안별 수시 교육
- 교육훈련 시 “물가조사 지침서” 등을 활용

□ 신규 담당자 대상 교육 실시(사이버 교육 사전 이수 의무화)

- (현장조사 운영지침 제12조) 지방통계(지)청장은 조사행정팀장, 조사팀장, 조사별 총괄자를 활용하여 현장조사 담당자를 대상으로 다음 각 호에 해당하는 교육을 연 1회 이상 실시하여야 한다.
 - 현장조사 담당자가 통계조사를 신규 담당하게 되는 경우 현장조사 수행 전 통계 조사기법 및 해당 조사지침서에 대한 교육
- 소비자물가지수(사이버) 교육 이수 인원 : 총 190명(2024년 1월 ~ 12월)
 - 사이버교육 각 차시 내용학습과 시험 완료 시 모든 과정 수료
 - * 총 3회의 응시기회 제공하여 차시별 총 3문제를 만점 받을 경우 다음 차시 학습 가능 (만점을 받지 못할 경우 해당 차시 재학습 후 재응시)

3-2 조사원 교육내용 및 교육시간의 적절성

□ 조사원 교육내용

- 교육훈련 종류: 사이버교육(e-러닝), 집합교육
 - 통계교육원 소비자물가지수 사이버교육(e-러닝)과정 연중 운영
 - 물가동향과에서 토론회, 실사지도 시 담당자 집합교육 실시, 지방청별 전달 교육 병행 실시
- 교육훈련 내용
 - 소비자물가지수 작성 방법 안내(품목, 산식, 이론적 배경, 작성방식 등)
 - 2025년 기준 소비자물가지수 개편 일정 및 방법 설명
 - 조사내용 검토 및 시스템 입력방법
 - 착오사례별 내검 및 처리방법 등

□ 조사원 교육시간의 적절성

- 토론회는 연 1회(1박2일) 실시하며, 소비자물가지수 작성 이론, 조사 품목별 (농축, 공업, 서비스) 현장조사 착오사례 위주의 교육 실시
- 실사지도 및 현장교육은 연 1회 물가동향과 품목 담당자가 지방청(과/사무소) 방문하여 직접 교육 실시
- 사이버교육(e-러닝)은 연중 운영하며 수료 기준은 학습 진도율 달성으로 교육 이수 여부를 결정함
 - 학습 진도율은 총 10차시로 구성되었고, 진도율 100%를 이수 기준으로 운영

3-3 조사기간 중 교체된 조사원에 대한 교육 실시

- 신규채용 및 보직 변경 시 조사대상처 및 조사규격 등에 대한 업무 인수인계 및 교육 실시
 - 조사대상처 위치 및 동선(조사순서) 확인, 휴·폐업 등 대상처 현황 인수인계

- 조사품목의 정확한 조사규격 및 유사품목에 대한 상품정보 등 조사지침 교육
- 신규 담당자의 소비자물가조사 사이버교육(e-러닝) 이수 의무화

3-4 조사원 대상 비밀보호 의무 교육 또는 서약서 작성

□ 조사원의 비밀보호 의무

- (통계종사자 등의 의무) 통계종사자, 통계종사자이었던 자 또는 통계작성기관으로부터 통계 작성 업무의 전부 또는 일부를 위탁받아 그 업무에 종사하거나 종사하였던 자는 직무상 알게 된 사항을 업무 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공하여서는 아니 된다.
- (보안서약서) 모바일을 통한 자료입력 등과 관련해 모든 조사원은 보안서약서를 제출

3-5 조사원의 업무지식 숙지 정도에 대한 평가 및 평가 조치

- 소비자물가 사이버교육(e-러닝) 차시별 업무지식 숙지 정도 평가 및 평가 조치
 - 사이버교육 각 차시 내용학습과 시험 완료 시 모든 과정 수료
 - * 총 3회의 응시기회 제공하여 차시별 총 3문제를 만점 받을 경우 다음 차시 학습 가능 (만점을 받지 못할 경우 해당 차시 재학습 후 재응시)
- 소비자물가 업무 숙지 정도에 따른 맞춤형 매뉴얼 제작 및 교육 실시
 - 팀장, 조사 총괄담당, 권역담당용 교육자료 활용한 교육
 - 신규자용 교육교재(소비자물가 신규자 길라잡이) 개발 및 활용

4. 조사원 업무량

4-1 조사원 업무량 배정 시 고려사항

□ 조사대상처

- 소비자물가(지방)조사 대상처 총 26,000여 개, 조사담당자 155명
- 업무량 분산을 위해 품목군별 조사 기준시점 및 기간 상이
 - 공업제품은 중순, 서비스는 하순에 조사하나 가격변동이 심한 농축수산물은 순기별(3회) 조사
- 조사원 1인이 1개 권역 전담하여 조사
 - (조사권역 선정) 도시 내 조사품목별 조사가격의 대표성을 높이기 위하여 지역을 지리적 특성(區경계,洞경계,지형지물 경계 등)에 따라 구분

< 품목성질별 조사품목 수 >

구 분	계	상 품				서 비 스			
		소 계	농 축 수산물	공업 제품	전기·가스·수도	소 계	집 세	공 공	개 인
품목수(개)	458	310	78	228	4	148	2	30	116

- 지방청 조사담당자, 권역 및 조사대상처 수

- 조사 담당자(권역) 수: 155명(155개 권역)
- 조사대상처 수: 26,000여 개

□ 대상처 변경 등에 따른 소요시간

- 조사상품 판매 중단, 대상처 휴업 등에 따라 조사대상처 변경 사유 발생 시 신규 대상처 발굴을 위한 시장 조사 및 응답자 설득(표본 교체를 위해 대상처 방문 횟수 평균 2.3회) 등에 소요시간 추가 발생

5. 조사업무 흐름도

5-1 조사실시에 대한 조사업무 흐름도

매월	단계별 수행사항
1일~10일	▶ 소비자물가동향 보도자료 배포·브리핑 및 홈페이지 공표 ▶ 소비자물가지수 월보 발간 ▶ 농축 1순기 조사 및 내검 - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 ▶ 조사대상처 및 조사규격 변경 처리 - 지방청 변동보고 요청에 대한 검토 및 지수 처리 ▶ 조사규격 변경에 대한 심의회 개최 - 예비조사 품목에 대한 품질조정 방법 및 지수처리 방법 결정
11일~20일	▶ 농축 2순기 조사 및 내검 - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 ▶ 공업제품 조사 및 내검 - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 ▶ 공업제품 예비조사 예정 품목 선정 - 조사율, 제품의 생멸 등 검토 후 익월 예비조사 예정 품목 선정
21일~25일	▶ 농축 3순기 조사 및 내검 - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 ▶ 서비스 조사 및 내검 - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 ▶ 중앙조사 가격 및 지수 변동처리 - 조사규격 변경 시 심의회를 통해 품질조정 방법 및 지수처리 방법 결정 ▶ 품목별 심층분석 실시 - 미출회 · 장기 가격무변동 · 전국지수와 편차가 큰 품목 및 도시에 대한 시계열 자료 검토, 등락요인 분석
26일~30일	▶ 예비조사 품목 확정 및 예비조사 실시 - 제조사 문의, 상품판매처 방문 등을 통한 조사상품 확정

	- 지방청 예비조사 실시, 본청 내용검토 결과 지방청 질의조회 ▶ 월별 집계 결과 검토 - 담당 품목에 대한 지수 수준 검토 ▶ 지수 확정 및 보도자료(안) 검토
--	--

6. 조사준비 및 준비조사

6-1 조사실시 홍보 내용과 방법

□ 조사실시 홍보

- (조사 대상의 계속성) 매월 동일한 조사대상처의 동일 품목에 대해 조사하므로, 전월 조사된 사업체의 경우 조사 홍보의 필요성이 낮으나 신규조사대상 사업체이거나 조사 불응 사업체의 경우 홍보 및 조사협조 유도
 - 조사대상처 장기 휴업 및 조사상품 취급 중단 등으로 대상처 변경이 필요한 경우 신규 대상처를 물색하여 실제 변경시점 1~2개월 전에 향후 조사대상처 포함 예정 등을 고지. 조사 홍보 및 협조 부탁. 가격 시계열 기초자료 수집을 위해 가격조사 사전 실시(예비조사)
- 소비자물가조사 신규 대상처 및 불응사업체 설득을 위한 협조공문 작성 및 배부 (매년 1월)
- 통계조사 리플릿 제작·배포
 - 통계조사의 목적, 필요성, 활용분야 등을 포함한 리플릿 제작, 배포
- 고객접점 확대를 통한 조사실시 홍보
 - 홍보 동영상 제작·배포, 온라인 퀴즈 이벤트(2회), 카드뉴스 SNS 채널 게시 등

6-2 응답자(조사대상) 사전 통지

- 현장조사 원활한 업무 추진을 위한 협조요청 공문을 작성하여 배부하며, 조사 목적과 수집자료 활용 등의 설명을 통해 조사 협조를 유도하고 있음
- 응답자의 원활한 협조를 구하기 위해 가구 방문 안내 스티커 및 홍보용 리플릿을 사전 배부
 - 홍보 리플릿 이미지



6-3 조사구 확인 또는 조사명부 보완

□ 조사구 확인 및 조사명부 보완

- 소비자물가조사는 가구수 및 지역상권 분포 등을 고려하여 40개 도시를 선정 후 도시 내 조사지역을 지리적 특성에 따라 3개~13개의 조사권역으로 세분
 - (조사도시) 서울, 부산 등 7개 특별·광역시, 세종특별자치시, 9개 도의 중소도시를 포함하여 총 40개 도시 선정

< 40개 도시 리스트 >

광역시도	도시	광역시도	도시
특별시	서울	충청남도	천안, 아산, 서산
광역시	부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산	전라북도	전주, 군산, 익산
특별자치시	세종	전라남도	목포, 여수, 순천
경기도	수원, 성남, 의정부, 안양, 부천, 용인, 화성, 안산, 고양	경상북도	포항, 경주, 안동, 구미
강원특별자치도	춘천, 원주, 강릉	경상남도	진주, 창원, 김해, 양산
충청북도	청주, 충주	제주특별자치도	제주+서귀포

- **(조사구 확인)** 조사권역 담당 조사원이 상권, 매출액 등을 감안하여 그 지역의 가격을 대표할 수 있으며, 계속적인 조사가 가능한 대상처를 조사권역 내에서 유의 추출하되,
 - 농축수산물 및 가공식품은 소매업태별(백화점, 대형마트, 슈퍼마켓, 전통시장 등) 구입액 비중에 비례하도록 조사품목의 대상처를 선정
- **(조사명부 보완)** 조사명부 변경 및 보완 필요사항이 발생한 경우 조사담당자는 「소비자물가조사나라통계시스템」을 통해 변경 신청
 - 조사대상처의 폐업, 업종변경 등으로 대상처 변경이 필요한 경우 조사권역내 소매업태별 기준을 준수하여 신규 조사대상처를 선정한 후 변경 신청
 - 조사품목이 생산중단 등으로 구매가 불가능해지거나 출회가 적어 대표성을 상실하는 등 조사규격으로서 부적합해진 경우 변경 신청

□ 소비행태 변화 반영한 대상처 유형 조정

- 식료품 소비행태 분석을 통해 조사도시별 대상처유형(6개)에 따른 대상처 비중 재설정(조사대상처 변경)

7. 조사항목별 조사 방법

□ 조사가격의 개념

- 실제거래가격 조사
- 조사담당자는 반드시 지정된 조사대상처에서 소비자들이 조사규격에 해당하는 상품과 서비스를 직접 구입 또는 이용하면서 지급하는 가격, 즉 실제거래가격(세금 포함)을 조사
- 외식비, 학원비 등 개인서비스요금은 소비자가 실제 지출하는 실제거래(또는 납부)요금을 기준으로 조사하여야 하므로 행정지도가격 또는 신고가격으로 조사되는 사례가 없도록 주의
- 비정상적인 가격은 조사에서 제외
 - 천재지변 등에 의한 일시적인 비정상 가격
 - 외상이나 할부판매 또는 대량거래 가격 등

□ 상시 또는 정기 할인가격

- 할인/염매/특별공급 가격¹⁾(Discounted/Sale/Special Offer Price) 중 가격조사에 포함되는 경우
 - 불특정 다수의 소비자가 조건 없이 일반적으로 할인 또는 염매, 특별공급가격으로 구입(또는 이용)할 수 있는 경우
 - 조사품목이 조사지정일을 포함하여 일정기간(농축수산물 1일, 공업제품 및 서비스 품목 7일) 이상 할인 또는 염매, 특별공급가격으로 판매 또는 제공하는 경우 할인된 가격을 반영
- 가격할인권 : 조사에 미반영
 - 가격할인권은 미래의 구매에 대한 것으로서 소비자들이 원하지 않거나 사용하지 않을 수 있으므로 가격조사 제외
 - 매장 내 비치된 즉석쿠폰은 기획의도가 광고 및 가격 민감 소비자층 대상 마케팅임을 감안해 일반할인가격으로 보지 않고 가격조사 제외
- 보상판매 가격 : 조사에 미반영
 - 신제품 구입대금의 일부로 중고품을 내놓는 보상판매는 관습상 본질적으로 중고품과 업체에서 상품을 사고파는 데 드는 서비스 요금 간의 “거래” 등으로 간주할 수 있으므로 가격조사 제외

1) 국제노동기구(ILO) 및 선진국에서는 할인가격(Discounted Price)과 염매/특별공급가격(Sale/Special Offer Price)을 구분하고 있으나 우리나라는 의미상 큰 구분 없이 할인행사 또는 세일, 바겐세일 등으로 통용하여 사용하고 있으므로 본 지침서에서도 구분하지 않고 통용하여 사용하고자 함

- 폐업 또는 품질 직전 할인하는 경우
 - 할인가격으로 처리하지 말고 품질로 처리함
 - 폐업이나 품질 확인이 어려운 상태에서 할인가격 반영 후, 2개월 이상이 되면 정상가격으로 환원 처리하고 물가동향과와 협의 후 대상처 변경 처리

□ 조사단위 환산품목 가격 처리방법

- 농축수산물 및 공업제품 중 일부 품목은 무게 또는 용량 등이 다양하여 지정된 조사단위와 동일한 상품 선정이 어려운 경우가 있음
 - 공업제품은 조사단위에 가장 근접한 단위의 상품을 선정하여 지정된 조사단위로 환산하고, 조사상품 변경 시 변동보고를 통해 규격변경 후 조사
 - 농축수산물의 경우 단위당(100g, 1kg 등) 가격으로 판매되는 경우 지정된 조사단위로 환산 조사

□ 계절품목 가격 처리방법(공업제품)

- (보합기간) 조사규격이 출회되면 반드시 조사가격을 입력하여 해당 품목의 출회 상황을 알 수 있도록 함
- (조사기간) 재고품이 아닌 신상품을 기준으로 조사

□ 품질품목 가격 처리방법

- (조사규격이 영구품질인 경우) 해당 권역의 전월(순기) 가격과 동일하게 입력하고, 등락코드는 반드시 “품목영구출회중단”으로 입력 후 규격 또는 대상처 변동보고 요청
 - 공업제품 중 전국지정 품목은 제조업체의 생산중단 등으로 더 이상 조사가 안 될 경우 조사규격 변경을 위해 예비조사 실시
- (조사규격이 일시품질인 경우) 해당 권역의 전월(순기) 가격과 동일하게 입력하고, 등락코드는 반드시 “품목일시출회중단”으로 입력
 - 미출회가 지속되면 영구품질로 간주하여 영구품질 처리방법으로 처리

□ 기타 유의사항

- 농축수산물 조사 시 조사규격 중 “개당~g 정도”에서 “정도”의 범위는 $\pm 20\%$ 이내 범위
- 상수도료, 도시가스료, 쓰레기봉투료 등 공공요금에 대해서는 정확한 변동가격과 시점이 중요하므로 반드시 매월 확인
 - 가격 산출방법이 다소 복잡하므로 이를 위한 증빙서류(고시자료, 고지서 및 영수증 등)는 필히 확보하고 물가동향과에 송부
- 조사대상처와 규격변경, 예비조사 시 일시적인 세일가격을 조사하지 않도록 주의
 - 변경 당시 일시적인 세일가격이 조사되었더라도 순기조사 시 발견되면 물가동향과에 알려 처리할 수 있도록 함(상시세일 가격은 상관없음)

8. 조사 관리

8-1 조사 관리 체계

☐ 현장조사 관리 체계

- (도시별 총괄자) 소비자물가조사 40개 도시별 총괄자 1명 지정
 - 도시별 권역수에 따라 조사담당자 3~13명 관리
- (지방청별 총괄자) 5개 지방청별 내검 총괄자 1명 지정

8-2 조사 관리 방법

☐ 현장조사 관리 방법

- (도시별 총괄자) 인사이동에 따른 신규 조사담당자 자체 교육, 대상처 및 조사규격 변경 자체 검토 등 실시
- (지방청별 총괄자) 지방청 가격 자료 내검(월 5회) 및 내검(수준 분석 및 비교검증) 등을 실시한 후 결과 보고

☐ 현장조사 파라미터 수집

- 소비자물가조사는 월간 조사로 매월 정해진 날짜에 동일 조사대상처를 계속 조사하고 있어 재방문 사례가 극히 드물며, 조사항목도 소비자가격 하나로 단순하여 관련 파라미터 수집이 무의미하기 때문에 별도의 파라미터 수집은 하지 않고 있음

8-3 조사 관리자 1인당 조사원수 등 관리

- 사무소 단위의 소비자물가조사의 조사원, 조사 총괄자, 팀장으로 구성됨
 - 사무소별 권역 수가 다르며, 권역 수에 따라 조사원 수는 3~13명임
- 사무소, 지방청 현황에 따라 소비자물가조사 업무를 담당하는 인원이 다름

8-4 조사 관리자 역할

- 관리자는 부서의 팀장 및 조사 총괄자로 대상처 관리, 조사한 내용에 대한 내검, 불응 대상처에 대한 설득 지원 역할

8-5 조사기간 중 조사원을 대상으로 실사지도(지도점검) 실시

☐ 실사지도

- 조사대상처 선정의 타당성, 대표성 여부 및 조사가격 무변동이 장기간 지속되는 상품의 조사 정확성 확인 등을 위해 조사현장 방문을 매년 1회 실시

9. 조사 질의응답 체계

9-1 조사 질의 및 응답체계 운영 방법

□ 조사 질의 방법

- 조사관련 질의는 1차 각 지방청 및 사무소별 팀장 또는 조사 총괄자를 통해서 이루어지며, 2차는 본청 물가동향과 담당자와 협의하도록 지침서에 명시되어 있음

□ 조사원 조사 관련 질의응답 체계 및 운영 방법

- (조사원) 문의 및 특이사항 발생 시 품목 담당자와 통화를 통해 조사 애로사항 해결
- (품목 담당자) 조사결과 검토 시 확인 필요사항이 발생할 경우 내부 업무망을 통해 서면 질의 및 답변 제출
 - (내검결과 질의) 조사일 익일 품목담당자가 업무연락(메모보고 등)을 통해 내검 사항 송부, 지방청(사무소) 조사담당자는 질의에 대한 답변 제출 및 물가시스템에 입력사항 수정

< 주요 내검 사항 >

내검 코드	내검 내용	필수 여부
PR_C001	농축 품목인데, 전순기 대비 도시 지수등락률이 $\pm 30\%$ 이상 차이나는 경우	
PR_C002	공업 품목인데, 전순기 대비 도시 지수등락률이 $\pm 25\%$ 이상 차이나는 경우	
PR_C003	서비스 품목인데, 전순기 대비 도시 지수등락률이 $\pm 20\%$ 이상 차이나는 경우	
PR_C004	(농축)지수가 전국 평균 대비 ± 2 시그마 이상입니다.	
PR_C005	(농축)지수가 전국 평균 대비 ± 3 시그마 이상입니다.	
PR_C006	대상처유형(대형마트에 한함) 및 대형마트코드(계열사코드)가 동일한 품목에서, 가격 분포가 다른 경우(※ 즉, 최빈값에서 벗어나는 품목의 도시, 권역 찾기) * 대형마트 중 최빈값이 1개만 존재할 때 내검규칙 적용	
IM_C001	자료처리구분(churi_gbn)이 1(전국광역권), 2(5+2광역권) 아닌 품목 중 도시 전체 권역에서 가격이 미입력(가격=0) 되었는데, 해당 연월 인접도시 설정이 되어 있지 않은 경우	필수
PR_E004	대상처 연결 품목 중 전순기에 비해 가격이 인상되었는데, 인상관련 코드(02,12,22,32,52,62,77,82,92,93,A2,B2,D1,D2,41,42,43,C0)가 아닌 경우	필수
PR_E005	대상처 연결 품목 중 전순기에 비해 가격이 인하되었는데, 인하관련 코드(01,11,21,31,51,61,77,81,91,93,A1,B1,D1,41,42,43,C0)가 아닌 경우	필수
PR_E006	가격변동이 없는데, 보합관련 코드가 아닙니다.	필수
PR_E019	농축 품목인데 전순기 대비 가격이 $\pm 100\%$ 이상 차이나는 경우	
PR_E020	공업 품목인데 전월 대비 가격이 $\pm 50\%$ 이상 차이나는 경우	
PR_E021	서비스 품목인데 전월 대비 가격이 $\pm 30\%$ 이상 차이나는 경우	

9-2 주요 질의응답 · 오류사례 수집 및 관리

□ 주요 질의응답 · 오류사례 추적 및 관리 방법

- 조사지침서 부록에 약 40개의 주요 사례별 처리 방법을 명시하고 있음
 - 조사지침 일반, 품목 특성 및 조사방법, 대상처 선정 및 변동처리, 가격 및 가격조사방법, 주요 품목별 조사 예시 등이 정리되어 있음

< 주요 사례별 처리 방법 >

사례 1: 학원비, 외식비 등의 경우 지역 한 곳에 상권이 집중되어 있어 해당 권역 안에서 조사가 불가능한 경우 어떻게 조사해야 하는가?

⇒ 품목별 상권이 한곳에 집중되어 다른 권역에서는 조사가 불가능하거나 대표성이 떨어지는 경우는 도시 전체에서 조사권역 수만큼 대표적인 대상처를 선정하여 조사할 수 있음

사례 2: 조사대상처의 전화번호만 변경이 된 경우에도 대상처 변동보고서를 작성 하여야 하는가?

⇒ 대상처의 특성에는 변화가 없고 전화번호, 매장면적, 종업원 수 등만 변동된 경우에는 대상처 변동보고서를 제출하지 않고 대상처 원부에서 전화번호, 매장면적, 종업원수를 직접 수정 가능함

사례 3: 대상처가 공공기관인 경우 대표자명 기입 시 기관장 성명을 반드시 확인하여 작성해야 하는가?

⇒ 조사대상처가 공공기관인 경우의 대표자명은 교장, 구청장 등과 같이 기관장 직위를 기입하며, 실제 응답해주는 사람은 대상처 원부의 응답자란에 기입

사례 4: 조사대상처를 대체하면서 조사규격이 변경되었을 경우 변경보고 방법은?

⇒ 조사대상처와 함께 조사규격도 변경되었을 경우, 규격이동&가격변경과 규격변경에 동시 신청해야 함

사례 5: 기본규격에 “250g 정도” 등으로 정해진 품목이 있는데 이 “정도”란 어느 정도의 범위를 말하는가?

⇒ 농축수산물 조사 시 조사규격 중 정상출회 “정도”의 범위는 최대 $\pm 20\%$ 까지 허용

사례 6: 일부 대상처에서 특별할인 등을 붙여 염매 또는 특별 공급가격으로 판매하고 있는 경우 이상가격으로 보고 조사에서 제외해야 할 것과 할인가격으로 조사에 포함해야 할 것을 어떻게 구별하는가?

⇒ **가격조사 포함** : 불특정 다수의 소비자가 조건없이 할인 또는 염매, 특별공급 가격으로 구입할 수 있는 경우, 조사지정일 포함 농축 1일 이상, 공업·서비스 7일 이상 할인 또는 염매, 특별공급가격으로 할인된 경우

⇒ **가격조사 제외** : 제한된 집단(사람)만이 할인 또는 염매, 특별공급가격으로 구입할 수 있는 경우, 하루 미만의 초단기적인 염매가격, 폐업 등 업체정리 성격의 특매가격, 계절성으로 인해 재고처리 성격이 강한 일부 품목(계절상품, 유행상품 등)에 대한 특매가격

사례 7: 보합품목일 경우 보합기간에 출회되었다면 조사를 해야 하는가?

⇒ 보합품목이라도 보관기술의 발달로 연중 출회기간이 늘어나고 있음. 보합기간 여부와 관계없이 품목의 조사규격이 출회가 된다면 조사가격을 입력해야 함

사례 8: 수산물 일부품목(갈치, 명태)의 경우 생선원형 그대로 판매하지 않고, 손질한 상태(토막낸 것)로만 판매하는 경우 조사방법은?

⇒ 조사대상처별로 손질한 상태(토막낸 것) 중량을 사전에 파악한 후 파악한 중량을 기준으로 조사(단, 손질한 상태의 중량은 손질 이전의 조사규격이 동일한 생선원형에서 머리, 꼬리 부분을 제거한 상태의 중량임)

사례 9: 고등어와 마늘 등의 수입산 조사가 가능한지?

⇒ 고등어의 경우 국내산 조사를 원칙으로 하되, 권역 내에서 2개월 이상 미출회 되어 조사가 어려울 경우 “조사규격 변경보고” 후 수입산(일본, 노르웨이, 캐나다 등) 조사가 가능함(단, 수입산 조사 시에는 국내산과 동일한 조사규격을 유지해야 함)

⇒ 마늘(깐마늘)의 경우 국내산 조사를 원칙으로 하되, 권역내에서 수입산이 많아 대표성을 상실했을 경우 “조사규격변경보고” 후 수입산(중국산) 조사가 가능함(단, 수입산 조사 시에는 국내산과 동일한 조사규격을 유지해야 함)

사례 10: 수입포도 조사에서 유의사항

⇒ 수입산 씨 없는 포도는 원산지 (미국산, 칠레산 등) 및 품종(톰슨시드리스, 레드글로브 등)에 상관없이 조사가 가능하나 품질 차이가 큰 경우 변경보고

사례 11: 가전제품은 판매가 조사가 원칙이나, 기존 출고가로 조사되다가 판매가 조사로 바뀐 경우 가격 처리 방법은?

⇒ 실제 가격 변동이 아닌 대상처 응답에 따른 가격 변동이므로 변경보고를 통해 가격 처리

사례 12: 환산품목(칫솔, 치약 등) 조사 시 묶음 단위가 변경되어 환산 가격이 차이가 날 경우 처리기준 설정은?

⇒ 원칙적으로 묶음 단위 변경에 따른 가격변동은 반영하지 않으므로, 묶음 변경 시 변경보고 처리 후 가격 반영해야 함

사례 13: 대상처에서 진열 공간 부족 등의 이유로 조사규격이 진열되어 있지 않지만, 소비자가 요구했을 때 판매할 수 있는 경우 온라인, 카탈로그 상 조사가 가능한지?

⇒ 온라인 거래가 활성화되어 상품을 미리 검색하고 상점에서 구매하는 경우에 조사규격이 진열되어 있지 않더라도 가격 형성이 되어 있고 소비자가 구입할 수 있다면 가격조사에 반영할 수 있으며, 이때 가격은 카탈로그에 기재된 가격이 아닌 대상처에서 취급하여 판매할 수 있는 가격임

사례 14: 공업제품 계절품목의 경우 보합기간 중 가격조사 방법은?

⇒ 품목 규격 출회가 되지 않으면 전월 가격으로 보합 처리하고 출회가 계속되는 경우는 가격조사를 해야 하며, 재고가격이 반영되지 않도록 유의해야 함

사례 15: 대형마트의 경우 쿠폰을 매장에 두어서 소비자가 할인을 받는 경우도 있는데 가격반영은 어떻게 해야 하는지?

⇒ 할인쿠폰은 원칙적으로 적용하지 않음

사례 16: 외식비, 초·중·고 학원비 등 개인서비스요금 조사 시 대상처에 게시된 가격이 있는데도 꼭 응답자와 면접 및 전화조사를 해야만 하는가?

⇒ 개인서비스요금은 행정지도가격 또는 신고가격이 아닌 실제거래(납부)요금을 기준으로 조사하여야 하므로 게시된 가격이 소비자가 실제 부담하는 가격인지 확인이 꼭 필요함

사례 17: 치킨, 스테이크, 스파게티 등 외식비 조사 시 도시 내 동일 계열의 체인점으로 조사가 가능한가?

⇒ 패밀리 레스토랑, 커피전문점 등 동일 계열의 체인점은 가격흐름이 유사하기 때문에 권역별 대상처 선정 시 중복되지 않도록 해야 함(산후조리원이용료, 외국어학원비도 동 지침 준용)

사례 18: 상수도료 등 공공서비스 조사 시 실제 고지서 가격 납부시점과 취득시점이 있는데, 어떤 시점을 기준으로 가격반영을 하여야 하나?

⇒ 공공서비스의 가격반영 시점은 실제 고지서에 따른 요금 납부시점(지불시점) 기준이 아닌 개정조례 시행일(서비스 취득시점) 기준이므로 가격반영 시 유의해야 함

사례 19: 택배이용료의 경우, 배송지역, 방문여부에 따라 가격이 다양하고, 같은 택배 기사라도 그날그날 가격이 다른 경우가 있는데, 어떤 가격을 조사해야 하는지?

⇒ 조사지역에서 타지역으로 배송하는 것을 기준으로 하며, 택배기사가 직접 물품을 수거하는 것을 기준으로 조사함. 재량가격(택배기사 재량으로 같은 물품의 가격을 다양하게 받는 경우)이 존재하는 경우 “거래가격(A원, B원) 중 높은 가격”을 조사하고 세부규격을 기입(예: 거래가격(4천원, 5천원) 중 높은 가격)

사례 20: 학교기숙사비 가격반영시기가 정해져 있는지? 기숙일수가 변경되어 가격이 변동된 경우 어떻게 반영하는지?

⇒ 기숙일수가 변경되었을 경우, 가격 반영 이전(2월말, 8월말)에 미리 변경보고 신청 완료하고 신학기가 시작하는 3월, 9월에 가격 반영

10. 조사 대상

10-1 적격 조사 대상의 지정 이유

☐ 적격 응답자의 지위 및 지정 이유

- (적격 응답자) 조사대상처의 대표자 및 조사품목 관리담당자 등 책임 있는 관계자
- (지정 이유) 책임 있는 관계자와의 직접 면담 및 전화 통화 등을 통하여 조사 정확성 확보

10-2 기억응답과 관련된 검토 결과

☐ 기억응답과 관련된 검토 결과

- 소비자물가조사는 조사원 방문시점에 판매되고 있는 가격을 조사하므로 기억에 의한 응답이 발생할 수 없으며, 관련 검토작업 불필요

11. 무응답 대처

11-1 항목무응답 대처 방법

☐ 조사 불응 등에 대한 대처

- 조사 불응 대상처란 조사 비협조 사업체를 2회 이상 더 설득했음에도 불구하고, 명확한 조사거부 의사를 표시한 경우를 의미
- 조사 불응 발생 시 지방통계청장은 현장조사 직원의 통계조사 협조요청이나 설득 등에도 불구하고 조사 대상처가 면접거부나 응답기피 등 조사에 불응하는 경우 다음의 조치를 취하여야 한다
 - 경제조사과장이나 사무소장, 담당 팀장 또는 설득 경험이 많거나 설득에 소질이 있는 다른 직원 등의 설득 지원
 - 설득에도 불구하고 조사에 불응하는 경우 통계조사 불응 인정 기준, 조사지침서, 표본대체지침 등에 따른 조치

☐ 조사대상처 변경 시 유의 사항

- 조사대상처 변경 시 조사대상처 선정기준인 대표성, 계속성 등을 고려하여 대상처를 선정
- 농축수산물 및 가공식품은 대상처 유형을 고려하여 동일 품목군 내 유형별 총대상처 수 기준에 맞게 대상처를 변경하되 부득이하게 기준과 일치하지 않는 경우 물가동향과와 사전 협의
- 가급적 변경 전 대상처 특성(유형, 상권, 가격수준, 가격흐름 등)과 유사한 대상처로 변경하도록 하나, 변경 전 대상처 가격이 시장의 전반적인 가격 동향을 제대로 반영하지 못한 경우는 예외로 함

11-2 단위무응답 대처 방법

☐ 결측치 및 무응답 처리

- 소비자물가조사 항목은 “상품 가격” 뿐이므로 항목 무응답과 단위 무응답의 경우가 동일
- 일시적으로 가격 조사가 안 되는 경우 전월 가격으로 대체하거나, 도시 내 타 권역의 평균가격변동률을 반영하여 가격 대체

12. 표본대체

12-1 표본대체 허용 기준

☐ 단위무응답(불응, 부재 등)에 따른 표본대체 허용 여부

- 조사 불응, 부재 등 발생 시 조사담당자는 조사권역내 소매업태별 기준을 준수하여 신규 조사대상처를 선정 후 「소비자물가조사나라통계시스템」에 변경 신청

12-2 표본대체 절차 및 방법

☐ 변경 신청 및 처리 기간

품목 유형	신청 기간(조사 담당자)	처리 기간(본청 물가동향과)
농축수산물	하순(농축수산물 조사일) + 2일 이내	익월 초순 농축수산물 조사일 전일까지
공업제품	중순(공업제품 조사일) + 7일 이내	익월 중순 공업제품 조사일 전일까지
서비스	하순(서비스 조사일) + 7일 이내	익월 하순 서비스 조사일 전일까지

12-3 표본대체 기준, 절차 및 방법

☐ 표본대체시점에 발생한 가격변동 처리 방법

- (지수 접속법) 신·구 표본의 가격 차이가 품질 차이로 인한 경우 표본 대체시점의 지수를 무변동 처리(신규 표본의 기준시점 가격을 추정하여 구 표본의 기준가격으로 의제)
- (직접 대체법) 신·구 표본 사이에 실질적인 품질 차이가 없다고 판단되는 경우 두 표본을 동일한 것으로 보고 두 표본 간의 가격차액 전부를 물가지수에 반영(신규 표본의 가격 상승)
- (일부 반영) 신·구 표본의 최근 가격추세, 도시 및 전국의 가격추세를 확인하여 변동된 가격의 일부만을 반영

13. 조사 실시 결과

13-1 조사방법별 응답비율

- 지방청(사무소)의 조사담당자는 지역적으로 가격 형성이 다른 품목의 가격에 대하여 원칙적으로 조사대상처를 직접 방문하여 응답자 면접방식을 통하여 조사
 - 태블릿PC를 사용하여 CAPI(Computer Assisted Personal Interviewing) 방식으로 조사(해당없음)

13-2 조사방법별 응답 결과 차이 분석 · 검토

- 원칙적으로 응답자 면접방식으로 조사하고 있음(해당없음)

13-3 조사 파라미터 기록 · 관리 여부

- 소비자물가조사는 매월 정해진 조사일에 조사대상처를 방문하여 태블릿PC로 가격조사와 동시에 입력하고 있어 파라미터 기록·관리 불필요(해당없음)

14. 사후조사

14-1 조사 실시 후 사후조사(모니터링) 실시(시기, 내용, 방법, 비율 등)

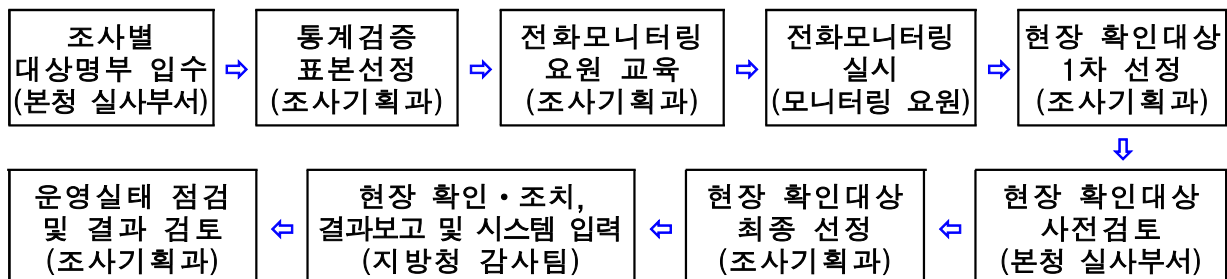
☐ 사후조사(모니터링) 실시 여부

- 연 1회 실시

현장조사운영지침 제30조(국가데이터처 훈령 제613호)

제30조(조사 확인점검) ① 지방통계(지)청장과 조사기획과장은 현장조사가 완료된 이후에 조사내용의 정확성 여부를 점검할 수 있다.
② 조사기획과장은 통계조사검증(이하 “검증”이라 한다)을 실시하고, 이상이 있는 경우에 본청 소관부서의 장으로부터 의견을 청취하고 지방통계청장에게 재확인(이하 “현지확인점검”이라 한다)을 요청할 수 있다.
③ 지방통계(지)청장은 소속 현장조사 담당자를 대상으로 현장조사에 대한 확인점검(이하 “자체확인점검”이라 한다)을 연 1회 이상 실시한다.
④ 지방통계(지)청장은 제2항 또는 제3항에 따른 현지확인점검 또는 자체확인점검을 실시한 때에는 그 결과를 별표 4에 따라 기록·보관하고, 조사기획과장이 요청하는 경우 그 결과를 제출하여야 한다.

- 추진체계



□ 2024년 사후조사(모니터링) 결과

- 모니터링 주체 : 국가데이터처 조사기획과에서 위탁 계약 체결한 별도 용역업체
- 기간 : 2024년 4월~5월
- 방법 : 전화 질의 및 현지 확인
- 검증 표본 수 : 493건
- 오류 확인 수 : 확인된 오류건수는 1건으로 나타나 정확도 99.8% 기록

14-2 사후조사(모니터링) 수행에 대한 결과 분석 및 사후조치 방안(결과, 활용)

- (교육실시) 모니터링 요원 업무 및 소양(친절) 교육 강화
- (검증실시) 응답자의 기억오차에 따른 검증오류 최소화를 위해, 현장조사 완료 후 1개월 이내에 전화모니터링 실시하고 있음

15. 행정자료의 수집 및 관리

15-1 행정자료 활용에 대한 목적

□ 행정자료 활용

- 행정자료란 통계등록부 및 통계자료를 제외한 것으로서 공공기관이 직무상 작성, 취득하여 관리하고 있는 문서·대장 및 도면과 데이터베이스 등 전산자료를 의미(통계법 제3조)

15-2 행정자료 목록 및 활용 현황 파악

< 주요 행정자료 활용 현황 >

행정자료명	제공기관	활용 목적	활용 내역
유류 판매가격	한국석유공사	가격조사 대체	조사대상처 방문조사 대체(휘발유, 경유, 등유, 자동차용LPG, 취사용LPG)
해당 월 적용 약가	건강보험심사평가원		조사대상처 방문조사 대체(병원약품, 조제약, 치료재료)
선택약정 가입자 수	과학기술정보통신부	품목지수 산정	휴대전화료(품목) 지수 산정 시 활용
해당 월 사용량별 전기요금	한국전력공사		전기료(품목) 지수 산정 시 활용
요양기관별 점수당 단가	건강보험심사평가원		외래진료비, 한방진료비, 약국조제료, 치과진료비, 입원진료비(5개 품목) 지수 산정 시 활용
요양급여 청구액	건강보험심사평가원	품목 가중치 산출	보건서비스의 품목별 가중치 작성에 활용
전기요금 부과 가구 수 및 전력량	한국전력공사		전기료 품목의 가중치 작성에 활용

- 한국석유공사의 유류 판매가격 자료를 이용해 석유류 관련 5개 품목의 가격조사를 대체
- 건강보험심사평가원의 해당 월의 약가 자료를 이용하여 병원약품, 조제약, 치료재료

3개 품목의 가격조사를 대체

- 선택약정 가입자 수, 해당 월의 사용량별 전기요금, 요양기관별 점수당 단가 자료를 활용하여 품목의 지수 산출
- 요양급여 청구액 및 전기요금 부과 가구 수·전력량 자료를 이용해 관련 품목의 가중치(지출액) 산출

15-3 통계작성 항목에 활용하는 행정자료의 포괄범위

- (유류 판매가격) 주소, 사업체명, 유종을 매칭코드로 활용해 해당 조사지역(도시)의 유종별 판매가격을 대체
- (해당 월 적용 약가) 약품코드 등 매칭코드로 활용해 해당 약품의 판매가격을 대체
- (선택약정 가입자 수) 선택약정 가입자 수 정보를 활용해 휴대전화료 품목과 연계
- (해당 월 사용량별 전기요금·전기요금 부과 가구 수·전력량) 전국 평균 자료를 산출하면 되므로 별도 매칭 작업 불필요
- (요양기관별 점수당 단가·요양급여 청구액) 급여항목 정보를 활용해 관련 소비자 물가조사 품목과 연계

15-4 행정자료 입수주기 또는 갱신주기 및 정시성 [통계작성기관 기준]

- (유류 판매가격) 당월 기준 자료를 매월 초순, 중순, 하순 3번 입수하여 가격조사 대체에 활용하고, 익월 초 보도자료에 공표
- (해당 월 적용 약가) 당월 기준 자료를 매월 중순 입수하여 가격조사 대체에 활용하고, 익월 초 보도자료에 공표
- (선택약정 가입자 수) 2개월 전 자료 기준으로 매월 중순 입수하여 품목지수 산정에 활용하고, 익월 초 보도자료에 공표
- (해당 월 사용량별 전기요금) 당월 기준 자료를 매월 하순 입수하여 품목지수 산정에 활용하고, 익월 초 보도자료에 공표
 - (전기요금 부과 가구 수·전력량) 전년 기준 자료를 가중치 개편 주기(2~3년)*로 입수하여 품목 가중치 작성에 활용하고, 그해 12월 중순 개편 결과 공표
- * 지수 및 가중치 개편 기준년(0, 2, 5, 7자년) 익년
- (요양기관별 점수당 단가) 전년 기준 자료를 매년 1월 하순 입수하여 품목지수 산정에 활용하고, 익월 초 보도자료에 공표
 - (요양급여 청구액) 전년 기준 자료를 가중치 개편 주기(2~3년)*로 입수하여 품목 가중치 작성에 활용하고, 그해 12월 중순 개편 결과 공표
- * 지수 및 가중치 개편 기준년(0, 2, 5, 7자년) 익년

15-5 행정자료 활용 관련 보완, 비밀보호를 위한 지침(법령, 규정) 및 조치

- 미공표 행정자료를 이용하는 것이 아니라, 공표된 자료의 평균 및 합계값 등을

사용하는 것이므로 별도 점검 및 보완 작업은 불필요

Ⅳ. 통계처리 및 분석

1. 자료코딩

1-1 자료 코드체계 및 코딩(부호화) 방법

☐ 458개 조사대상 품목 부호화

○ (품목 코드) 지출목적별 분류(COICOP)체계에 따라 품목 코드 부여

< 품목 코드 부여 사례 >

코드	분류 및 품목명	코드	분류 및 품목명	코드	분류 및 품목명
A	식료품 및 비주류음료	B	주류 및 담배	C	의류 및 신발
A01	식료품	B01	주류	C01	의류
A011	빵 및 곡물	B011	주류	C011	남자의류
A011010	쌀	B011010	소주	C011010	남자외의
A011020	현미	B011020	과실주	C011020	남자상의
A011030	잡쌀	B011030	맥주	C011030	남자하의

- (품목가격 코딩) 각 품목의 가격 응답 기본단위는 '원'이며, 응답값 그대로 입력
 - 지정된 조사단위로 환산하는 품목의 경우, 조사량과 조사가격을 입력하면 시스템에서 자동으로 계산된 가격이 적용됨
 - 중량 환산 등으로 발생하는 10원 미만은 품목성질에 따라 아래와 같이 처리
 - 농축수산물, 공업제품 및 개인서비스 품목: 1원 단위로 입력(1원 미만은 반올림)
 - 공공요금: 해당요금 가격처리 방법에 따름

2. 자료입력

2-1 조사결과 자료의 전산입력 방법

☐ 조사자료 입력 방법

- 조사원에게 지급된 태블릿을 활용해 조사와 동시에 조사대상처 정보 및 조사가격을 입력(개별 부여된 사용자 ID와 PW 사용해 시스템 로그인)
 - 도시 및 권역별로 매월 순기에 조사한 품목의 가격을 물가시스템에 입력

< 조사가격 입력 화면 >

2-2 입력 시 오류 검출을 위한 방법

□ 오류 점검

- (조사가격 입력 시) 자료 저장과 동시에 이전 조사가격 등과 비교해 입력오류 가능성이 있는 경우 재확인 요청 메시지가 나타나게 됨
- (조사원 내검) 자료 저장 후 논리적 이상치(입력된 가격과 관련 코드 불일치, 입력항목 누락 등), 가격수준 검토(조사가격 이상 변동, 미입력 등) 실시, 조사 권역별 내검 수행률 100%가 되어야 본청으로 자료 제출 가능
- (본청 내검) 도시별 가격 변동률, 자료 시계열 등을 추가 검토 후 조사원에게 재확인 요청

2-3 자료입력 교육 실시 여부와 교육 일정 및 방법

□ 입력 시스템 사용자 교육

- 소비자물가조사는 조사담당자가 매월 동일한 시스템을 사용하므로 수시 경상적 입력교육은 불필요
- 다만, 인사이동에 따른 신규자 발생과 시스템 개선 내용 전파 등을 위해 연 1회 지방청 순회 교육 실시

3. 자료내검

3-1 조사현장 내검 내용 및 방법, 오류자료 처리방법

- (3단계 확인) 조사된 가격자료의 정확성 점검은 크게 3단계에 걸쳐 진행
 - (가격입력 단계) 조사원이 조사가격을 태블릿 입력 시 전산 내검 자동 실시, 오류 발생 시 조사원이 현장에서 재확인 후 정정(개별 가격 자료 점검)

시스템 메뉴	내 용
1.2.4. 지방조사 가격입력	- 가격 및 코드를 입력 - 주요 입력 사항 · 변동사유별 정확한 코드 입력(자체요인과 시장변동요인 구분) · 세일의 경우 비교란에 반드시 세일기간 기입 · 환산 품목의 경우 조사량 입력버튼을 클릭하여 팝업화면을 활용하면 지방조사가격 입력 화면에 조사량, 조사가격 입력 시 가격이 자동으로 입력됨 - 변경보고와의 비교를 통하여 가격 차이에 대한 사유 파악

- (지방청 내검 단계) 사무소, 지방청별 조사관리자가 조사원 자료 입력 후 생성된 해당 도시의 품목지수 변동률을 기초로 특이값에 대한 정확성 점검 실시(도시의 시계열 수준 분석)

시스템 메뉴	내 용
1.3.2. 지방청 내검수행	- 품목, 년, 월, 순기 확인 후 검색을 누른 후 내검수행 팝업화면에서 내검실행 - 내검실행이 완료되면 검색을 눌러 내검수행 결과 확인 - 필수 내검은 상세보기 버튼 클릭하여 필수내검에 안걸리게 자료 수정 · (필수)PR_E001: 대상처가 없는데 가격이 입력된 경우 금월가격은 '0' 으로 입력 · (필수)PR_E003: 등락코드 미입력된 경우로 등락코드 입력

시스템 메뉴	내 용
	· (필수)PR_E006: 가격이 포함인데 가격보합관련코드가 아닌 경우로 A0코드 등 입력 - (검토)PR_E002, R_E004~5, PR_E007~23: 검토사유코드로 내용 확인 후 사유 저장
1.2.7. 입력완료	- 내검수행 완료 후 권역별 입력완료 처리 후 도시별 입력완료 처리 * 내검수행 완료 처리되어야 권역별 도시별 완료 처리가능
1.2.8. 질의조회표	- 순기의 전품목 가격 및 등락코드, 내검코드 등을 조회 - 도시 관점에서 시장별 등락을 비교를 통한 내검이 가능 - 주요 내검 사항 · 변동률이 추세와 반대 · 추세는 유사하나 변동률이 큰 품목 · 도시 평균 가격과 차이 큼 · 타 지역은 변동이 있으나 해당 대상처에는 변동이 없는 품목과 장기무변동인 품목
1.2.B. 평균가격 현황	- 도시평균과 권역별 가격의 비교를 통하여 이상치 검토

- (본청 내검 단계) 전국 수준 및 도시별 품목 지수 변동률을 기초로 도시 간 품목 지수 변동률 차이 타당성 점검(도시 간 횡단면 수준 분석)

시스템 메뉴	내 용
1.2.9. 전국가격검토표	각 규격에 대해 6개월(농축은 6분기) 간의 가격 변동을 조회하여 수준 측정
1.2.8. 질의조회표	- 도시의 가격 변동이 있는 권역에 대해 규격 조회 * 등락코드 앞에 내검코드(PR_E018 등)가 보이도록 표시하여 내검사항 확인 가능
1.3.2. 본청 내검수행	- 가격 및 등락사유에 대한 다양한 내검 실시
1.2.B. 평균가격 현황	- 규격에 대한 권역별 가격 조회, 개별 규격 조회 가능
1.2.C. 도시/품목별 시계열	- 전 품목의 권역별 가격을 최대 36기간까지 조회 가능
1.2.D. 권역별 시계열	- 규격에 대한 최대 36개월간(농축은 36분기)의 가격, 등락 사유, 비교 사항 조회 가능
1.2.E. 가격무변동 현황	- 규격별 가격의 무변동 기간 조회, 메뉴 하단의 필터를 이용하여 원하는 기간 조회
1.7.7. 변경처리 결과 현황	- 변경보고 가격과 실제 조사가가격이 다를 경우 그 원인을 찾아 확인

3-2 입력결과 내검 내용 및 방법, 오류자료 처리방법

- (입력결과 검토) 조사담당자는 가격 및 변동사유 입력 후 미입력 품목 여부, 입력내용 오류 여부 등에 대해 자체 내용검토 실시
 - 가격이 조사되지 않은 대상처의 경우 즉시 추가조사 실시
 - 입력가격 및 변동사유 등 오류가 발생한 경우에는 즉시 수정
 - 품목 지수 변동률을 기초로 특이값 발견 시 담당자별 자체 오류 수정조치 및 비교사항에 등락 사유 기입
- (본청 내검 질의) 본청 담당자가 가격 및 등락 사유에 대한 다양한 검토 실시 후 지방청에 내검 질의
 - 업무 연락을 통해 물가동향과의 질의사항을 접수하면 해당 내용에 대한 사실을 확인하여 보고하고, 가격 오류 등 수정 사항 발생 시 즉시 시스템에 해당 내용을

수정하고 수정내역을 제출해야 함

- (본청 품목별 내검체계 강화) 중앙조사 품목 중 가중치가 크고, 착오·누락 가능성이 높은 품목을 대상으로 중점 관리
- (단계별 검토) 처리 단계별 담당자를 지정하고 교차 검토·확인 후 최종 보고

3-3 범위내검, 논리내검의 적용 대상 및 내용

- 사전에 응답 값의 범위를 정한 후 응답이 범위를 벗어나는지 점검(유형: 논리)과 문항의 특성상 논리적으로 나올 수 없는 응답이 있는지 점검(유형: 범위)

< 유형별(논리/범위) 주요 전산 내검 내용 >

유형	코드	내검 내용
논리	PR_E001	해당 연월에 인접도시 설정 품목이 아니면서, 대상처가 없는데 가격이 입력된 경우
논리	PR_E002	대상처가 있는데 가격이 0인 경우(전세, 월세, 납입금 품목 제외)
논리	PR_E003	대상처가 있는데, 등락코드가 입력되지 않은 경우
논리	PR_E004	대상처 연결 품목 중 전순기에 비해 가격이 인상되었는데, 인상 관련 코드
논리	PR_E005	대상처 연결 품목 중 전순기에 비해 가격이 인하되었는데, 인하 관련 코드
논리	PR_E006	대상처 연결 품목 중 전순기와 가격이 동일한데, 보합 관련 코드가 아닌 경우
논리	PR_E007	대상처 연결 품목 중 해당 연월에 변경보고 또는 예비조사 승인 처리되었는데, 변경보고 관련 코드 또는 미출회 코드가 입력되지 않은 경우
논리	PR_E008	대상처 연결 품목 중 해당 연월에 변경보고 또는 예비조사에서 신규 추가되었는데, 품목추가 코드가 아닌 경우
논리	PR_E009	대상처 연결 품목 중 해당 연월에 변경보고 또는 예비조사가 처리된 적 없는데, 변경보고 관련 코드 코드가 입력된 경우
범위	PR_E010	변경보고(대상처 또는 규격) 또는 예비조사 가격과 차이나는 경우
범위	PR_E011	변경보고(대상처 또는 규격) 가격과 차이가 있으면서, 전순기와 가격이 동일한 경우
논리	PR_E012	전순기 세일 관련 코드이었는데, 이번 순기 세일 관련 코드 또는 변경 관련 코드 관련이 아닌 경우
논리	PR_E013	6개월간 등락코드가 세일 관련 코드인데, 가격이 동일하지 않았음에도 불구하고 당월 등락코드가 입력된 경우
논리	PR_E014	해당 연월 보합 품목이 아니면서, 미출회 3개월 이상
논리	PR_E015	미출회 관련 코드 2개월 이상 후 변경보고 또는 예비조사 없이 가격보합(A0) 코드가 입력된 경우
논리	PR_E016	대상처 휴폐업 관련 코드가 3개월 이상 계속 입력되는 경우
논리	PR_E017	전순기 대상처 폐업(71)이었는데, 대상처 변경보고 또는 예비조사 없이 가격변경 코드가 입력된 경우
범위	PR_E018	전순기(전월)대비 가격 자리수가 2자리 이상 차이나는 경우
범위	PR_E019	농축 품목인데 전순기 대비 가격이 $\pm 100\%$ 이상 차이나는 경우
범위	PR_E020	공업 품목인데 전월 대비 가격이 $\pm 50\%$ 이상 차이나는 경우
범위	PR_E021	서비스 품목인데 전월 대비 가격이 $\pm 30\%$ 이상 차이나는 경우
범위	PR_E022	가격변동이 있는 품목인데, 6개월(6순기) 이상 가격변동이 없는 경우
범위	PR_E023	공동주택관리비 입력 메뉴의 조사가가격과 지방조사 가격입력의 공동주택관리비 가격이 다른 경우
논리	CH_E001	규격 변경보고가 중복인 경우(담당구역 내 동일 규격이 2개 이상 대상처에서 신청된 경우)
논리	CH_E003	농축수산물 품목인데, 도시 내 같은 대상처 유형에서 기타를 제외한 계열사코드가 이미 존재

유형	코드	내검 내용
논리	CH_E004	농축수산물, 가공식품에 한해 대상처 변경 전·후의 대상처 유형이 다른 경우
범위	CH_E005	동일 대상처 유형인데, 변경 전·후 가격이 50% 이상 차이나는 경우
논리	CH_E006	신규 대상처 추가 시 주소 입력이 누락된 경우(주소, 상세주소 컬럼 모두 빈 상태)
논리	CH_E007	변경 대상처에서 신규 대상처를 추가하였는데, 변경 신청한 것이 없는 경우 - 변경 대상처에 신규 대상처 추가하고, 규격이동&가격변경, 규격변경에서 규격관련 신청되지 않은 경우
논리	CH_E008	품목 신규추가 시 규격이동&가격변동 탭에서 저장하고, 규격변경은 신청하지 않은 경우 확인
논리	YB_E001	기존 대상처가 없는데, 대상처 변경하지 않고 가격이 입력된 경우
범위	YB_E002	가격이 0으로 입력된 경우
논리	YB_E003	신대상처가 담당권역의 조사지역이 아닌 경우
논리	CH_001	대상처 변경보고 시 신대상처 가격이 입력되지 않은 경우
논리	CH_002	규격 변경보고 시 새로운 가격이 입력되지 않은 경우
논리	CH_003	대상처유형에 따른 계열사 코드가 입력되지 않은 경우
논리	CH_004	대상처 신규추가 또는 기존 대상처에서 품목 신규추가 시 변경후 가격이 0인 경우
범위	PR_C001	농축 품목인데, 전분기 대비 도시 지수등락률이 $\pm 30\%$ 이상 차이나는 경우
범위	PR_C002	공업 품목인데, 전분기 대비 도시 지수등락률이 $\pm 25\%$ 이상 차이나는 경우
범위	PR_C003	서비스 품목인데, 전분기 대비 도시 지수등락률이 $\pm 20\%$ 이상 차이나는 경우
범위	PR_C004	권역별 가격 등락률이 전국 평균 등락률 대비 ± 2 표준편차 이상 차이나는 경우
논리	PR_C006	대상처 유형(대형마트에 한함) 및 대형마트 코드(계열사 코드)가 동일한 품목에서 가격분포가 다른 경우
논리	IM_C001	자료처리 구분이 전국광역시권, 5+2광역시권 아닌 품목 중 도시 전체 권역에서 가격이 미입력 되었는데, 해당 연월 인접도시 설정이 되어 있지 않은 경우

3-4 자료 내용 검토(에디팅) 시스템 구축

- 각 권역 담당자가 조사 후 각 지방청(사무소) 사무실에서 나라통계시스템에 접속하여 내용검토 수행
 - 내검수행 후 확인이 필요한 자료는 필수내검과 검토내검으로 나누어 짐
 - 필수내검 사항은 자료 수정이 필수적이며, 검토내검 사항은 자료 수정 혹은 사유를 입력하고 저장하면 내검이 완료됨
 - 도시의 권역별 내검수행결과가 완료되면 해당 도시 완료율이 100%로 표시되며, 완료율이 100%일 때만 도시에서 입력완료 처리가 가능함

3-5 확인된 오류의 유형, 내용, 원인 등에 대한 분석

□ 조사현장 내검 주요 체크리스트

번호	확인 필요 사항	조사 대상
1	세금이 포함된 실제 거래가격인지	세금포함 가격을 조사
2	외식비, 학원비 등 개인서비스요금의 경우 행정지도 가격 또는 신고가격은 아닌지	실제 거래(납부) 가격을 조사
3	제한된 집단(사람)에게만 적용되는 할인, 특별공급가격은 아닌지	일반 소비자가 지불하는 가격을 조사
4	하루 미만의 초단기 할인가격은 아닌지	농축수산물(1일), 공업제품 및 서비스품목(7일) 이상 할인 행사인 경우만 할인가격 조사
5	폐업 혹은 계절성으로 인한 재고처리를 위한 특매가격은 아닌지	특매가격은 조사 제외
6	도매업자에게 판매하는 가격은 아닌지	소비자에게 판매하는 가격을 조사
7	가격할인 쿠폰이 적용된 가격은 아닌지	일반 할인가격이 아니므로 쿠폰이 적용되지 않은 가격을 조사

- 품목별 가격수준 또는 확인된 오류의 유형, 내용, 원인 등에 대한 분석을 아래와 같은 시스템 메뉴를 통해 실시·관리하고 있음

3-6 이상치를 처리하는 경우 이상치의 기준, 식별 및 처리방법, 처리결과 등

- 품목지수 변동률을 기초로 특이값 발견 시 담당자별 자체 오류 수정조치 및 비고사항에 등락 사유 기입
 - 각 지방청(사무소)에서 시스템 내검 코드에 의한 내검수행 결과가 완료되지 않으면, 권역별, 도시별 조사입력 완료 처리가 불가능함
 - 지방청과 본청 내검 시 특이값에 대한 내검 코드는 동일하며, 지방청에서 입력한 사유 검토 후 메모보고 질의를 통해 오류 수정 또는 처리결과의 적절성 판단

< 특이값 내검 사항 >

내검 코드	내검 내용	필수 여부
PR_C001	농축 품목인데, 전순기 대비 도시 지수등락률이 $\pm 30\%$ 이상 차이나는 경우	
PR_C002	공업 품목인데, 전순기 대비 도시 지수등락률이 $\pm 25\%$ 이상 차이나는 경우	
PR_C003	서비스 품목인데, 전순기 대비 도시 지수등락률이 $\pm 20\%$ 이상 차이나는 경우	
PR_C004	(농축)지수가 전국 평균 대비 ± 2 시그마 이상입니다.	
PR_C005	(농축)지수가 전국 평균 대비 ± 3 시그마 이상입니다.	
PR_C006	대상처유형(대형마트에 한함) 및 대형마트코드(계열사코드)가 동일한 품목에서, 가격 분포가 다른 경우(※ 즉, 최빈값에서 벗어나는 품목의 도시, 권역 찾기) * 대형마트 중 최빈값이 1개만 존재할 때 내검규칙 적용	
IM_C001	자료처리구분(churi_gbn)이 1(전국광역권), 2(5+2광역권) 아닌 품목 중 도시 전체 권역에서 가격이 미입력(가격=0) 되었는데, 해당 연월 인접도시 설정이 되어 있지 않은 경우	필수
PR_E004	대상처 연결 품목 중 전순기에 비해 가격이 인상되었는데, 인상관련 코드	필수

내검 코드	내검 내용	필수 여부
	(02,12,22,32,52,62,77,82,92,93,A2,B2,D1,D2,41,42,43,C0)가 아닌 경우	
PR_E005	대상처 연결 품목 중 전순기에 비해 가격이 인하되었는데, 인하관련 코드 (01,11,21,31,51,61,77,81,91,93,A1,B1,D1,41,42,43,C0)가 아닌 경우	필수
PR_E006	가격변동이 없는데, 보험관련 코드가 아닙니다.	필수
PR_E019	농축 품목인데 전순기 대비 가격이 ±100% 이상 차이나는 경우	
PR_E020	공업 품목인데 전월 대비 가격이 ±50% 이상 차이나는 경우	
PR_E021	서비스 품목인데 전월 대비 가격이 ±30% 이상 차이나는 경우	

* 13가지 내검 내용 중 「필수」로 걸러지는 사항은 심각한 오류일 수 있으므로 내검 시 더욱 주의 요함

4. 주요 항목무응답 실태

4-1 주요 항목에 대하여 항목무응답률 수치

- 소비자물가조사는 조사지정일에 대상처를 직접 방문하여 단일 조사항목인 가격만 파악하는 구조이므로 대상처 조사거부로 인한 항목무응답률(불응률)이 거의 없음
 - 소비자물가는 조사 특성상 응답자를 면담하지 않아도 조사대상 품목의 가격이 매뉴판(진열대 등)에 기재되어 있어, 항시 가격조사가 가능하므로 무응답 발생이 거의 일어나지 않음
- 조사 대상처의 항목무응답 0.012%

	2025. 1월 기준
월 조사 가격자료수(개)	101,798
무응답(일시적 휴업)	12
무응답률(%)	0.012

4-2 주요 항목에 대하여 항목무응답률 산출식

- 항목 무응답의 산출식은 아래와 같으나, 전월자료 보합처리(항목 무응답 비허용)

$$\text{항목무응답률} = \frac{\text{무응답수}}{\text{월조사가격자료수}} \times 100$$

4-3 항목특성별, 응답자 유형별 등 항목무응답 분포와 특징, 편향 발생 및 분산 증가 가능성

- 항목무응답 발생 시 표본대체를 실시하여 항목무응답 발생률이 낮으며, 무응답이 발생한 해당 월은 전월자료로 보합처리를 하여 항목무응답에 의한 편향 및 분산 발생 가능성은 미미함
 - 일시적 휴업 등으로 무응답이 발생하는 경우가 있으나 '25년 1월 기준 무응답수는 12개이며, 무응답 분석에 필요한 최소 표본이 30개 이상이어야 하므로 무응답 편향에 대한 통계적 분석은 무의미함

5. 항목무응답 대체

5-1 항목무응답 대체방법

□ 결측치 및 무응답 처리

- 일시적으로 표본대체 등 아래와 같은 사유로 가격 조사가 안 된 경우 전월 가격으로 대체하거나, 도시 내 타 권역의 평균가격변동률, 인접도시 가격 등을 반영하여 가격 대체
 - 품목의 조사규격이 유통이 안되어 출회 중단하거나 대표성 상실 등
 - 조사대상처의 대표성 상실, 휴·폐업, 업종변경, 장소이전, 조사거부
 - 조사도시 내에 품목(조사규격)을 조사할 대상처가 없는 경우
- 출회 시마다 무게 또는 용량 등의 단위가 자주 변동되어 지정된 조사단위로 조사가 어려운 경우 농축수산물 및 공업제품 중 일부 품목은 가장 근접한 단위의 품목 조사 후 환산

□ 표본대체 시점에 발생한 가격변동 처리 방법

- (지수 접속법) 신·구 표본의 가격 차이가 품질 차이로 인한 경우 표본 대체시점의 지수를 무변동 처리
- (직접 대체법) 신·구 표본 사이에 실질적인 품질 차이가 없다고 판단되는 경우 두 표본을 동일한 것으로 보고 두 표본간의 가격차액 전부를 물가지수에 반영
- (중첩법) 신·구 표본의 출회시기가 겹치는 시기의 가격을 조사하여 그 가격 차이를 품질 차이로 간주, 구표본의 가격변동을 신표본의 가격변동으로 대체
- (기타) 신·구 표본 사이의 생산비 차이를 제외한 나머지만을 가격변화로 반영(생산비 접근법), 회귀모형을 이용해 상품 특성의 변화가 가격에 미치는 영향을 객관적으로 파악(헤도닉 기법, 컴퓨터, 모니터 등에 적용)

6. 단위무응답 실태

6-1 단위무응답률 수치

- 조사 대상처의 단위무응답 0.012%

	2025.01월 기준
월 조사 가격자료수(개)	101,798
무응답(일시적 휴업)	12
무응답률(%)	0.012

6-2 단위무응답률 산출식

- 단위 무응답의 산출식은 아래와 같으나, 전월자료 보합처리(단위 무응답 비허용)

$$\text{단위무응답률} = \frac{\text{무응답수}}{\text{월조사가격자료수}} \times 100$$

6-3 주요 하위그룹 및 무응답 사유별 무응답률

- 조사별(농축, 공업, 서비스) 무응답률

(2025.1월 조사자료 기준)

번호	총합계	농축	공업	서비스
월 조사 가격자료수(개)	101,798	44,634	37,853	19,311
무응답(일시적 휴업)	12	-	5	7
무응답율(%)	0.012	-	0.013	0.036

- 일시적 휴업에 의한 무응답 단일 사유로 사유별 무응답률은 해당 없음

6-4 단위무응답에 의한 편향 발생 및 분산 증가 가능성

- 단위무응답 발생 시 표본대체를 실시하여 단위무응답 발생률이 낮으며, 무응답이 발생한 해당 월은 전월자료로 보합처리를 하여 단위무응답에 의한 편향 및 분산 발생 가능성은 미미함
- 일시적 휴업 등으로 무응답이 발생하는 경우가 있으나 '25년 1월 기준 무응답수는 12개이며, 무응답 분석에 필요한 최소 표본이 30개 이상이어야 하므로 무응답 편향에 대한 통계적 분석은 무의미함

6-5 항목 또는 단위 무응답 발생 시, 응답자와 무응답자의 성향으로 인해 발생할 수 있는 편향을 줄이기 위한 조치

☐ 무응답 발생 여부

- 대상처 조사거부로 무응답이 발생하나 무응답율은 매우 낮음(0.012%^{2025.1월기준})

☐ 표본대체에 따른 오차 최소화 방법

- 가격조사가 안 된 경우 전월 가격으로 대체하거나, 도시 내 타 권역의 평균가격 변동률, 인접도시 가격 등을 반영하여 가격 대체
- 표본대체 시점에 발생한 가격변동은 국제기준을 준용해 지수 접속, 직접 대체 등의 방법을 적용하여 최소화

6-6 측정 또는 처리오차에 대한 추정 또는 연구 사례 유무

- 무응답 대응 매뉴얼에 따라 표본대체를 실시하여 측정 또는 처리오차에 대한 추정 또는 별도의 연구 사례는 없음

7. 가중치 조정

□ 가중치 기준액

- 소비자물가지수의 가중치는 선정된 대표품목의 월평균 소비지출액 비중을 말하며, 가중치 모집단은 개편 기준년 가계동향조사 월평균 소비지출액(농어가 포함 1인 이상 전국 가구)을 기초로, 전·월세 보증금의 월세 평가액을 추가하고 중고차 구입비를 제외한 금액으로 산출함
- **(전·월세 보증금의 월세 평가액 추가)** 가계동향조사의 소비지출액은 의제주거비(자가 보유비, 전·월세 보증금의 평가액)가 제외되나, 현실에 부합하는 집세(전세, 월세) 지수 산출을 위해 가계동향조사의 월세지출액 외에 전·월세 보증금은 관련 자료*를 활용하여 월세 평가액으로 변환 후 기준액에 반영
- * 인구주택총조사 자료(점유형태별 가구수, 임차료), 한국부동산원의 전월세 전환율
- **(중고차 구입비 제외)** 중고차의 가중치는 월평균 순소비지출액(구입액 - 판매액)을 포착해야 하며, 중고차 구입비 중 통상적인 중고차 중개수수료율 2.2%만 기준액에 포함

< 2022년 기준 가중치 산출 과정 >

	내 용	비 고
2022년 기준 품목	· 전국, 17개 시도(8개 특광역시, 9개 도), 도내 31개 도시 · 시도별 455~458개 품목	도시 간 품목 수 차이 발생 (지역난방비, 도시철도료, 도로통행료)
↓		
17개 시도의 항목별 가중치 기준액 조정	· 시도별, 항목별 자료 이상치 점검	2개 항목은 2개년('22년, '23년) 각 1분기 평균값 적용 내구재 등 일부 항목은 3개년('20년~'22년) 평균값 적용
↓		
가계조사 항목 연계 및 소비지출액 품목 간 배분	· 가계동향조사 항목별 소비지출액과 소비자물가 품목 연계 · 관련 기관 및 협회 자료 이용	1:1(多:1), 1:多 등 관계 분석
↓		
전국 및 17개 시도별 가중치 모집단 산출	(+)전세금평가액과 보증금평가액 (-) 중고차구입비(2.2%만 반영)	세종은 대전과 세종의 평균 값을 적용
↓		
전국 및 17개 시도별 1차 품목별 지출액 산출	· 가중치 모집단으로 품목별 지출액 산출 · 17개 시도 배분 비율을 전국과 동일하게 적용(관련 협회, 기타 통계자료 활용)	지역난방비, 항공료 등은 시도별로 적용
↓		
전도시 및 17개 시도별 소분류별 가중치 기준액	· 품목별 지출액으로 소분류별 지출액 산출	한국표준지출목적별 분류 기준
↓		
17개 시도별 품목별 가중치 기준액 산출	· 소분류별 지출액을 전도시 소분류 내 품목별 구성비로 배분	가스 및 기타연료(D052, D053), 운송서비스 일부(G033), 주택임차료(D011)는 시도별 별도 산출 자료 적용
↓		
31개 도시별 품목별	· 8개 도별(제주도 제외) 기준액과	지역별 미채택 품목의

	내 용	비 고
가중치 기준액 조정 및 산출	· 동일하게 적용 · 미채택 항목, 지역특성 등을 고려한 일부 품목의 소비지출액 조정 · 지역별 최소치(1/10,000) 보정	지출액은 관련 품목에 재배분
↓		
전국, 17개 시도, 31개 도시별 가중치 최종 산출	· 도시별 가구당 평균소비지출액에 가구 수를 반영해 소비지출총액 산출	도내 비채택도시의 가구 수는 채택도시의 가구 수에 배분
↓		
품목별 가중치 산출	· 각 도시에 있어서의 455~458개 품목 간의 구성비 · 천분비(1,000)	소수점 한자리로 고정하고, 합계 1,000이 되도록 계산
↓		
품목의 도시 간 가중치 산출	· 각 품목의 도시 간 구성비 · 천분비(1,000)	소수점 한자리로 고정하고, 합계 1,000이 되도록 계산
↓		
자가주거비용 가중치 산출	· 자가보유비(가계동향조사)를 총소비 지출액 비율로 자가주거비용 가중치 산출	인구총조사의 자가점유율 등을 활용하여 보정

□ 2022년 기준 품목별 가중치 조정

- 2022년 가계동향조사의 소비지출액을 기초로 품목별 가중치 조정
 - 지출한 가구 비중이 작아 지역별·연도별 편차가 큰 승용차 등 내구재, 설비수리비 등 일부 서비스 품목의 경우 가계동향조사 직전 3개년('20년~'22년) 평균 사용
 - 코로나19 영향에 따른 '22.1분기 소비지출의 불규칙 양상이 크게 나타난 해외 단체여행비, 국제항공료 품목에 대해서는 1분기 지출액으로 '22.1분기와 '23.1분기의 평균을 적용

8. 지수 유형 및 산출식

8-1 지수의 유형 및 지수의 장단점, 선정 이유

□ 지수 종류

- (측정 대상) 수량지수(가격 고정, 수량 변화 측정), 물가지수(수량 고정, 가격 변화 측정), 금액지수(금액변화 측정)
- (가중치 고정 여부) 고정방식(일정기간 가중치 고정), 연쇄방식(매년 혹은 매월 가중치 변동)

□ 지수 산식

- (Laspeyres Formula) 기준시점의 가중치 적용
 - (Lowe Formula) 기준시점의 가중치를 가격 기준월까지의 가격변동을 반영(혼합가중치)해 수정
 - (Young Formula) 기준시점의 가중치를 가격 기준월부터 수정없이 그대로 사용
- (Paasche Formula) 비교시점의 가중치 적용

□ 각 지수의 장단점

지수 산식	장점	단점
Laspeyres	지수 계산이 간편	기준시점에서 멀어질수록 상향편의(Bias) 발생 우려. 개편에 따라 과거 자료 소급 수정 발생
Lowe	월 중첩 연쇄지수 작성 시 과거 자료 소급 수정 불필요	품목 간 대체탄력성 1을 가정
Young		품목 간 대체탄력성 영(0)을 가정
Paasche	상향편의 해소	적시성 확보 불가(가중치 산출에 약 2년 소요)

□ 소비자물가지수 산출 방식

- 소비자물가지수는 기준시점고정 가중산술평균법인 라스파이레스 산식(Laspeyres' Formula)을 사용, 2~3년간 가중치 고정
- 매월 조사된 가격자료에 기초해 도시별 품목지수 산출 ⇒ 기준연도 품목 가중치를 적용해 도시별 분류지수 산출(가중산술평균), 품목의 도시 간 가중치를 적용해 전국 및 도의 품목지수 산출

8-2 지수의 산출식

□ 도시별 및 전국 지수 산출

- 도시별 지수 산출 방법

$$\begin{aligned} \cdot \text{품목별 지수} &= \frac{P_t}{P_o} \times 100 \\ \cdot \text{분류별지수} &= \frac{\sum \frac{P_t}{P_o} W_c}{\sum W_c} \times 100 \end{aligned}$$

- 전국 및 도별 지수 산출 방법

$$\begin{aligned} \cdot \text{품목별 지수} &= \frac{\sum \frac{P_t}{P_o} W_e}{\sum W_e} \times 100 \\ \cdot \text{분류별지수} &= \frac{\sum \left[\frac{\sum \frac{P_t}{P_o} W_e}{\sum W_e} \right] W_a}{\sum W_a} \times 100 \end{aligned}$$

P_o : 도시의 품목별 기준시 가격
 P_t : 도시의 품목별 비교시 가격
 W_c : 도시의 품목별 가중치
 W_e : 품목의 도시별 가중치
 W_a : 전도시 및 도의 품목별 가중치

□ 가중산술평균 방식(라스파이레스 산식)

- '20년 1월 ~ '21년 12월 지수 ('20년 가중치 적용)

$$\therefore L_{2020,t}^{2020=100} = \frac{\sum (P_i^t Q_i^{2020})}{\sum (P_i^{2020} Q_i^{2020})} \times 100 = \sum W_i^{2020} \left(\frac{P_i^t}{P_i^{2020}} \right) \times 100, \quad W_i^{2020} = \frac{(P_i^{2020} Q_i^{2020})}{\sum (P_i^{2020} Q_i^{2020})}$$

○ '22년 1월 이후 지수 ('22년 가중치 적용)

$$: L_{2022,t}^{2022=100} = \frac{\sum (P_i^t Q_i^{2022})}{\sum (P_i^{2022} Q_i^{2022})} \times 100 = \sum W_i^{2022} \left(\frac{P_i^t}{P_i^{2022}} \right) \times 100, \quad W_i^{2022} = \frac{(P_i^{2022} Q_i^{2022})}{\sum (P_i^{2022} Q_i^{2022})}$$

○ '22년 기준 지수를 '20년 기준으로 변경 : $L_{2020,t}^{2020=100} = L_{2022,t}^{2022=100} \times \frac{L_{2020,2022}^{2020=100}}{100}$

* L: 지수, P: 가격, Q: 수량, W: 가중치, t: 시점, i: 품목

8-3 지수작성 목적으로 선정한 조사대상의 기준, 절차, 항목

□ 조사항목 선정 기준, 절차 등

○ 조사항목 선정(조정) 배경

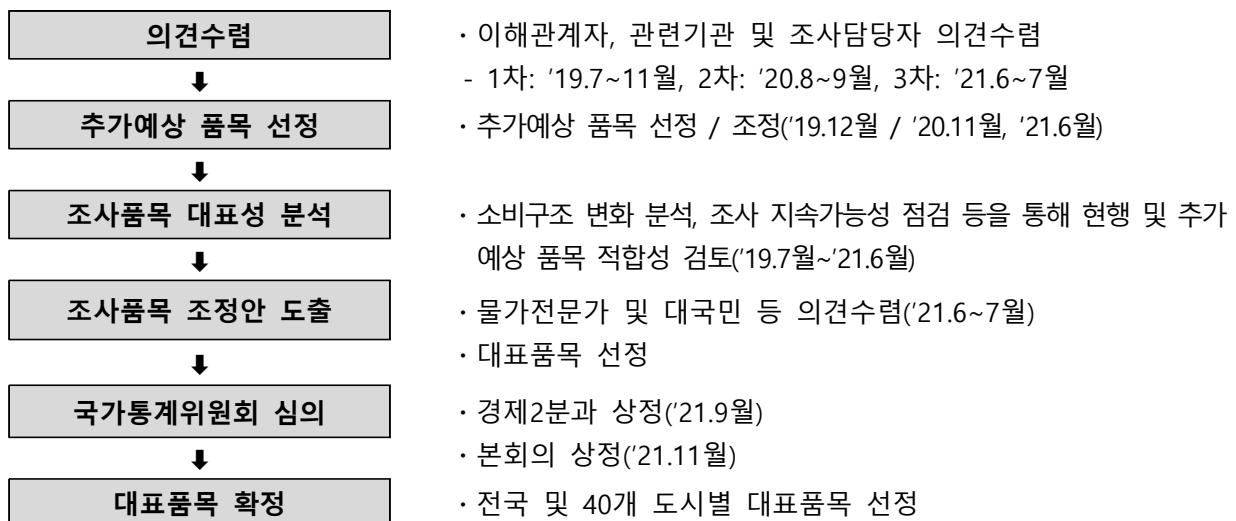
- 소비자물가지수 산출을 위해 소비자들이 주로 구입하는 재화와 서비스를 조사항목으로 선정, 현실반영도 제고를 위해 지출 비중이 높은 품목 추가, 낮은 품목 제외 등 조사항목 조정(5년 주기)

< 기준연도별 대표품목수 >

	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020
품목수	338	349	394	411	470	509	516	489	481	460	458
조사규격					591	611	712	876	954	999	1,049

○ 2020년 기준 대표품목 선정 과정

- 물가통계 이용자 의견수렴, 국가통계위원회 심의 등을 거쳐 2020년 기준 소비자물가지수의 대표품목 선정



○ 대표품목 선정 기준

- 가계동향조사에서 가구의 월평균 소비지출액 비중이 소비지출 총액의 10,000분의 1 이상이 되는 항목으로서, 그 항목에 해당하는 상품군의 가격을 대표할 수 있고 시장에서 가격조사를 지속적으로 수행할 수 있는 품목을 선정

9. 지수 가중치 및 갱신

9-1 지수작성 가중치 산출에 이용된 자료의 명칭

□ 가중치 기초자료 : 가계동향조사의 항목별 소비지출액

9-2 가중치 산출식 및 과정, 갱신주기 및 이유

□ 품목 가중치 산출 과정

- 소비자물가 조사대상 458개 품목의 가격변동을 종합할 때 단순평균하게 되면 소비생활에 미치는 영향이 품목마다 서로 다르다는 점이 무시된다. 예를 들어 쌀가격이 10% 상승했을 때와 콩나물가격이 10% 상승했을 때 가계의 소비생활에 미치는 영향이 같을 수 없다는 의미이다. 따라서 개개 품목의 월평균 소비지출비중을 기초로 품목별 가중치를 작성하여 가중평균함으로써 소비지출규모에 비례하는 영향이 소비자물가지수에 반영되도록 하고 있음
- (가중치 모집단) 가중치 모집단은 2022년 가계동향조사 결과 중 소비지출액을 기초로 중고차구입비를 제외하고 전·월세 보증금의 월세 평가액을 추가한 금액임

$$\text{2022년 기준 가중치 모집단} = \text{소비지출액} - \text{중고차구입비}(97.8\%) + \text{전월세 보증금의 월세평가액}$$
$$(2,796,230\text{원}) = 2,645,679\text{원} - 20,597\text{원} + 171,147\text{원}$$

- (가중치 산출과정) 가계동향조사 항목(358개) 소비지출총액(가중치모집단)을 1,000.0으로 하고 소비자물가지수의 개별 품목(458개)이 차지하는 구성비를 그 품목의 가중치로 함
 - 항목과 품목이 1:1(多:1)로 대응되는 경우 해당 지출액으로 적용
 - <예1> (가계) 참쌀 → (물가) 참쌀
 - 항목과 품목이 1:多로 대응되는 경우에 대해서는 관련 기관, 협회 등의 통계자료 (매출액 등)를 이용하여 배분
 - <예2> (가계) 감귤류 → (물가) 귤, 오렌지
 - 항목이 품목과 대응되지 않는 경우는 유사품목에 포함시키거나 해당항목이 포함된 분류 내 품목에 비례 배분
 - <예3> (가계) 버터 및 기타 유지류 → (물가) 참기름, 식용유
- (가중치 유형) 서울과 제주의 물가변동이 우리나라의 물가변동에 동일한 영향을 주지 않음. 마찬가지로 쌀과 콩의 가격변화가 동일하더라도 물가에 미치는 영향은 서로 다르므로 이러한 차이를 고려하여 소비자물가지수를 지역단위와 품목의 유형별로 편제할 수 있도록 『도시의 품목별 가중치』와 『품목의 도시별 가중치』로 구분하여 가중치를 작성

- **(도시의 품목별 가중치)** 각 도시의 가중치 모집단에 대한 품목별 지출액이 차지하는 비중으로서, 도시의 가중치 모집단에 대한 품목별 지출액 구성비를 1,000분비로 나타내며, 이는 동일한 지역내에서 지출목적별분류지수는 물론 각종의 특수분류지수를 집계할 때 적용하는 가중치임. 따라서 도시의 품목별 가중치는 물가지수를 작성하는 개개의 도시단위 또는 광역자치단체 단위로 각각 작성됨

$$\text{도시의 품목별 가중치} = \frac{\text{도시의 품목별 지출액}}{\text{도시의 가중치 모집단}} \times 1,000$$

< 도시의 품목별 가중치 >

	전국	서울	부산	대구	...	경기	전북	경북	...	제주
총 지 수	1,000.0	1,000.0	1,000.0	1,000.0	...	1,000.0	1,000.0	1,000.0	...	1,000.0
쌀	4.2	3.8	4.5	4.5	...	4.0	4.5	4.5	...	4.3
담배	9.3	7.9	11.0	11.0	...	7.9	7.5	11.5	...	11.5
전세	54.2	100.8	36.4	37.8	...	63.7	25.9	21.0	...	21.6
월세	44.9	66.2	38.0	43.8	...	42.9	36.1	33.5	...	85.4
:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
치과진료비	6.1	5.0	7.0	5.7	...	5.9	7.0	7.6	...	5.0
휘발유	24.1	13.4	21.1	26.4	...	24.6	32.0	34.2	...	26.8
휴대전화료	29.8	27.7	28.0	30.5	...	29.3	32.7	32.3	...	30.3
서적	1.5	1.6	1.6	1.6	...	1.5	1.3	1.2	...	1.5
:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
사립대학교납입금	8.6	9.3	10.2	7.7	...	9.4	4.8	5.7	...	6.0
맥주(외식)	4.8	4.6	5.2	5.0	...	4.8	4.5	4.8	...	5.1
미용료	7.3	6.7	9.2	7.4	...	6.8	7.1	7.2	...	7.4
보육시설이용료	0.7	0.6	0.7	0.7	...	0.7	0.8	0.8	...	0.8

- **(품목의 도시별 가중치)** 전국 품목별 지출총액에 대하여 해당 지역의 품목지출액이 차지하는 비중으로 전국 품목별 소비지출총액에 대한 각 도시의 해당 품목 소비지출총액을 천분비로 나타낸 것이다. 품목의 도시별 가중치는 각 품목의 개별도시 가격변동을 종합하여 전국 평균가격변동을 계산할 때 이용되는 가중치로서 품목별로 작성된다.

$$\text{쌀의 도시별 가중치} = \frac{\text{개별도시 쌀의 소비지출액}}{\text{전국 쌀 소비지출총액}} \times 1,000$$

$$【 = \frac{\text{도시별 해당품목의 가구당 평균소비지출액} \times \text{도시별 가구수}}{\sum (\text{도시별 해당품목의 가구당 평균소비지출액} \times \text{도시별 가구수})} \times 1,000】$$

< 품목의 도시별 가중치 >

	전국	서울	부산	대구	...	경기	전북	경북	...	제주
총 지 수	1,000.0	199.5	64.7	45.4		279.7	28.6	44.6		13.1
쌀	1,000.0	182.4	69.1	48.5		267.0	30.9	47.4		13.5
담배	1,000.0	170.6	76.5	53.8		239.4	23.3	55.2		16.2
전세	1,000.0	370.8	43.4	31.7		328.7	13.6	17.3		5.2
월세	1,000.0	294.4	54.8	44.3		267.1	22.9	33.3		25.0
：	：									
치과진료비	1,000.0	166.2	74.5	42.7		273.2	32.8	55.7		10.8
휘발유	1,000.0	110.9	56.7	49.6		285.0	37.9	63.2		14.6
휴대전화료	1,000.0	185.0	60.7	46.4		274.8	31.3	48.2		13.3
서적	1,000.0	223.3	72.5	49.1		281.2	24.6	38.0		13.6
：	：									
사립대학교납입금	1,000.0	214.3	76.8	40.7		306.5	15.9	29.5		9.2
맥주(외식)	1,000.0	190.1	69.4	47.1		276.7	26.8	43.9		13.7
미용료	1,000.0	184.0	81.8	46.4		260.4	28.0	44.1		13.5
보육시설이용료	1,000.0	160.2	66.1	42.6		261.8	30.8	51.6		14.0

□ 품목 가중치 갱신주기 및 이유

- (갱신 필요성) 소비자물가 품목 가중치는 과거 기준시점의 소비지출액 비중이 현재도 유지된다는 가정하(기준시점 고정 라스파이레스 산식)에서 사용되고 있으므로, 가중치 자료가 현실과 괴리가 발생하지 않도록 주기적인 갱신이 필요함
- (갱신주기) 2010년까지는 5년 주기의 지수 개편 시 품목 가중치를 갱신하였으나, 가중치의 현실반영도 제고를 위해 2012년부터는 2~3년 주기로 가중치를 갱신하고 있음
- (가중치 개편 결과)

< 지출목적별 가중치 현황 >

	가중치				차이		
	'15년	'17년	'20년	'22년	'17년-'15년	'20년-'17년	'22년-'20년
총 계	1,000.0	1,000.0	1,000.0	1,000.0	0.0	0.0	0.0
식료품·비주류음료	137.7	137.6	154.5	142.0	-0.1	16.9	-12.5
주류·담배	15.5	15.8	16.5	15.8	0.3	0.7	-0.7
의류·신발	61.4	61.1	48.6	49.6	-0.3	-12.5	1.0
주택·수도·전기·연료	170.2	165.9	171.6	171.6	-4.3	5.7	0.0
가정용품·가사서비스	41.7	44.2	53.9	45.6	2.5	9.7	-8.3
보건	68.7	69.8	87.2	84.0	1.1	17.4	-3.2
교통	111.0	112.6	106.0	110.6	1.6	-6.6	4.6
통신	54.8	53.5	48.4	46.6	-1.3	-5.1	-1.8
오락·문화	57.2	61.2	57.5	62.9	4.0	-3.7	5.4
교육	97.0	89.6	70.3	73.9	-7.4	-19.3	3.6
음식·숙박	129.4	131.8	131.3	144.7	2.4	-0.5	13.4
기타상품·서비스	55.4	56.9	54.2	52.7	1.5	-2.7	-1.5

< 품목성질별 가중치 현황 >

	가중치				차이		
	'15년	'17년	'20년	'22년	'17년-'15년	'20년-'17년	'22년-'20년
상 품	448.1	448.5	466.6	447.6	0.4	18.1	-19.0
농축수산물	77.9	77.1	83.8	75.6	-0.8	6.7	-8.2
농 산 물	41.9	40.9	43.8	38.4	-1.0	2.9	-5.4
축 산 물	24.1	24.5	27.6	26.4	0.4	3.1	-1.2
수 산 물	11.9	11.7	12.4	10.8	-0.2	0.7	-1.6
공 업 제 품	325.8	333.1	348.4	338.3	7.3	15.3	-10.1
가공식품	70.1	71.9	86.8	82.7	1.8	14.9	-4.1
내 구 재	64.8	74.2	84.9	73.0	9.4	10.7	-11.9
섬유제품	54.6	54.2	43.6	43.8	-0.4	-10.6	0.2
출 판 물	6.2	5.8	4.9	4.2	-0.4	-0.9	-0.7
석 유 류	46.6	43.0	39.4	46.6	-3.6	-3.6	7.2
의 약 품	14.0	14.4	15.9	15.9	0.4	1.5	0.0
화 장 품	12.1	13.0	10.9	11.1	0.9	-2.1	0.2
기타 공업제품	57.4	56.6	62.0	61.0	-0.8	5.4	-1.0
전기·가스·수도	44.4	38.3	34.4	33.7	-6.1	-3.9	-0.7
서 비 스	551.9	551.5	533.4	552.4	-0.4	-18.1	19.0
집 세	93.2	93.7	98.3	99.1	0.5	4.6	0.8
공공서비스	145.1	142.5	127.3	120.0	-2.6	-15.2	-7.3
개인서비스	313.6	315.3	307.8	333.3	1.7	-7.5	25.5
외 식	125.8	126.6	126.7	138.0	0.8	0.1	11.3
외식제외	187.8	188.7	181.1	195.3	0.9	-7.6	14.2

10. 지수개편

10-1 지수개편의 주기

☐ 기준년 개편 주기 : 5년

10-2 지수개편의 목적 및 필요성, 방법, 절차, 내용

☐ 기준년 개편 필요성

- 일반적으로 기준시점 가중치 고정 산식인 “라스파이레스 산식”은 기준연도에서 멀어질수록 현실반영도가 떨어지는 문제점이 있으므로 이를 보완하기 위해 5년마다 기준연도를 변경

☐ 기준년 개편 방법, 절차, 내용

○ (품목 선정)

- 품목 선정은 일차적으로 현행 소비자물가지수의 기준연도인 2020년의 가계동향 조사 결과 월평균 소비지출액이 총소비지출액(가중치모집단)의 1/10,000 이상이 되는 항목을 바탕으로
- 이 중 해당 항목에 포함되는 상품군의 가격을 대표할 수 있고, 시장에서 가격조사를 지속적으로 수행할 수 있는 상품을 조사품목으로 선정
- 다양한 상품이 시장에 출회되어 하나의 조사품목이 해당 지출항목을 대표하기 어려운 경우에는 2개 이상의 조사품목을 채택

< 2020년 기준 소비자물가 품목 선정내역 >

(단위: 개)

지출목적별	2015년	2020년					
			추가	탈락	통합	세분	증감
총 계	460	458	14	-13	-6(11->5)	3(3->6)	-2
· 식료품 및 비주류음료	133	140	6			1(1->2)	7
· 주류 및 담배	7	7					0
· 의류 및 신발	30	25		-4	-1(2->1)		-5
· 주택, 수도, 전기 및 연료	16	15		-1			-1
· 가정용품 및 가사 서비스	49	50	2	-1			1
· 보건	32	34	3	-1			2
· 교통	32	33	1		-1(2->1)	1(1->2)	1
· 통신	6	6					0
· 오락 및 문화	55	47		-4	-4(7->3)	0(1->1)	-8
· 교육	20	20		-1		1(0->1)	0
· 음식 및 숙박	44	44	1	-1			0
· 기타 상품 및 서비스	36	37	1				1

○ (가중치 산출) 가계동향조사의 소비지출액 자료를 기초로 산출

10-3 과거자료 접속방법

□ 기준년 개편 시 지수접속 방법

- 소비자물가지수는 5년 주기(품목조정을 포함한 전반적인 지수개편)로 개편하므로 과거 계열과 새로운 계열의 접속이 요구
 - 이때 접속 방법으로는 계열별로 단순 비례방식이 적용
 - 2020년 기준을 예로 들면 2020년 이전의 과거 계열이 아래와 같은 방법으로 접속
- $$\text{'20년기준 과거 시계열} = \text{'15년기준 시계열} \times \frac{100}{\text{'15년기준 '20년도의 연평균지수}}$$
- * 이때 '20년도의 연평균지수는 소수점 이하 반올림을 하지 않은 값을 사용

11. 계절조정

11-1 계절조정의 의미 및 필요성, 방법 및 버전

□ 계절조정의 의미 및 필요성

- 기후변동이나 설·추석과 같은 사회적 관습 및 제도 등으로 인해 1년을 주기로 반복하여 움직이는 변동현상(계절변동, Seasonality)의 효과를 통계적 기법을 이용하여 원자료에서 제거하는 절차

□ 계절조정 방법 및 버전

- 세계적으로 가장 널리 이용되는 계절변동 조정방법으로는 미국 센서스국에서

개발한 X-12-ARIMA와 스페인 중앙은행에서 개발하여 유럽통계청에서 주로 사용하는 TRAMO-SEATS가 있으며, 이후 미국 센서스국에서 X-12-ARIMA와 TRAMO-SEATS를 함께 이용할 수 있는 X-13ARIMA-SEATS를 공개함에 따라 국가데이터처, 한국은행 등에서는 이 방법을 사용하고 있음

11-2 계절조정 과정, 과정별 적용 방법, 내용, 산출물 등 관리

- 소비자물가지수는 전년동월비를 주요 분석도구로 사용하며 이 경우 계절성은 상당부분 자동 상쇄되는 효과가 있음
- 소비자물가지수는 계절적 요인에 의해 변동이 심한 농축수산물과 에어컨 등 일부 공업제품의 경우 계절적 요인을 제거하기 위해 유사 품목의 가격변동률로 대체하거나 변동없음 처리
- 근원 물가지수인 “식료품및에너지제외지수”, “농산물및석유류제외지수”의 경우 계절성이 있는 농산물 등을 제외하고 작성되고 있어 별도 계절조정지수를 미작성

V. 통계공표, 관리 및 이용자서비스

1. 공표통계 해석방법

1-1 주요 분류 수준별 세분화된 공표통계

- (지역) 전국/시도별/40개 도시
- (항목) 특수목적별/지출목적별분류/품목성질별/품목별

1-2 통계 공표범위의 적정성

- 소비자물가조사는 비확률 표본추출방식을 사용하므로 상대표준오차 산출 불가

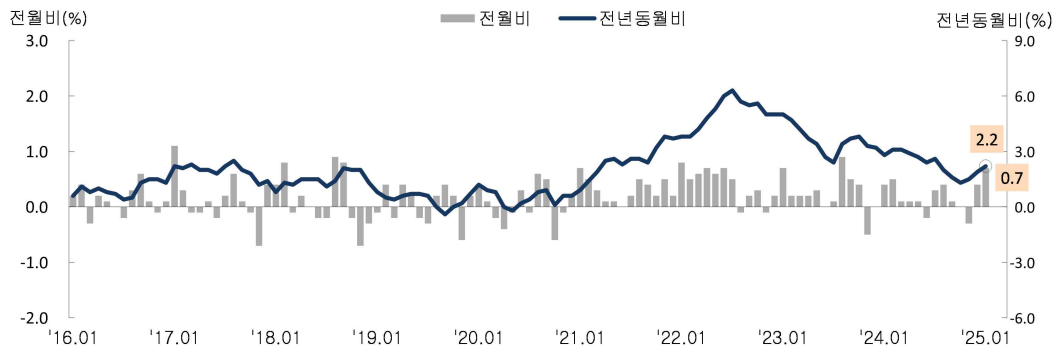
1-3 주요 통계표, 그래프

< 최근 소비자물가 동향 >

(2020=100, %)

	연간			월간							
	2022	2023	2024	'24.6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	'25.1월
지 수	107.72	111.59	114.18	113.84	114.13	114.54	114.65	114.69	114.40	114.91	115.71
전 월 비	-	-	-	-0.2	0.3	0.4	0.1	0.0	-0.3	0.4	0.7
전년(동월)비	5.1	3.6	2.3	2.4	2.6	2.0	1.6	1.3	1.5	1.9	2.2
전년누계비	5.1	3.6	2.3	2.8	2.8	2.7	2.6	2.4	2.3	2.3	2.2

< 소비자물가지수 등락률 추이 >



< '25년 1월 지출목적별 동향 및 기여도 >

(2020=100, %, %p)

지출목적별 부문	품목수	가중치	지수	등락률		기여도	
				전월비	전년동월비	전월비	전년동월비
< 총 지 수 >	458	1,000.0	115.71	0.7	2.2	0.69	2.24
식료품 및 비주류음료	140	142.0	125.13	1.2	2.4	0.18	0.35
주류 및 담배	7	15.8	104.61	0.0	0.2	0.00	0.00
의류 및 신발	25	49.6	115.46	0.0	1.6	0.00	0.08
주택, 수도, 전기 및 연료	15	171.6	115.87	0.2	1.8	0.03	0.31
가정용품 및 가사서비스	50	45.6	116.17	0.3	2.1	0.01	0.10
보 건	34	84.0	105.42	0.8	1.4	0.07	0.11
교 통	33	110.6	115.62	1.1	3.3	0.12	0.33
통 신	6	46.6	101.34	0.0	0.1	0.00	0.00
오락 및 문화	47	62.9	109.63	0.9	2.1	0.06	0.13
교 육	20	73.9	107.17	0.4	2.1	0.03	0.15
음식 및 숙박	44	144.7	122.65	0.4	3.0	0.06	0.44
기타 상품 및 서비스	37	52.7	123.00	2.7	3.9	0.15	0.21

< '25년 1월 소비자물가지수 지역별 동향 >

(2020=100, %)

	지 수	등 락 률			지 수	등 락 률	
		전월비	전년동월비			전월비	전년동월비
전 국	115.71	0.7	2.2	경 기	115.71	0.7	2.4
서 울	114.90	0.6	2.0	강 원	117.31	0.8	2.4
부 산	115.75	0.7	2.3	충 북	116.37	0.8	2.3
대 구	115.57	0.6	2.1	충 남	116.15	0.7	2.1
인 천	116.46	0.8	2.4	전 북	115.94	0.8	2.4
광 주	115.94	0.7	2.2	전 남	116.62	0.9	2.3
대 전	115.33	0.7	2.1	경 북	116.36	0.8	2.2
울 산	115.43	0.8	2.2	경 남	115.78	0.7	2.2
세 종	115.81	0.8	2.7	제 주	115.17	0.7	1.8

□ 지수의 종류

- (식료품및에너지제외지수) 계절적인 요인이나 일시적인 충격에 의한 물가변동분을 제외하고 장기적인 추세를 파악하기 위해 식료품(140개) 및 에너지(9개) 관련 품목을 제외한 309개 품목으로 작성한 OECD 방식의 근원 소비자물가지수로 국제 비교 용이(1990.1월~)
- (농산물및석유류제외지수) 곡물 제외 농산물, 도시가스, 석유류 품목을 제외한 401개 품목으로 작성한 우리나라 방식의 근원 소비자물가지수(1975.1월~)
- (생활물가지수) 체감물가를 설명하기 위해 구입 빈도가 높고 지출비중이 높아 가격변동을 민감하게 느끼는 144개 품목으로 작성한 지수
- (신선식품지수) 신선 어개·채소·과실 등 기상조건이나 계절에 따라 가격변동이 큰 55개 품목으로 작성
- (지출목적별분류지수) 소비지출의 목적에 따라 분류하여 작성한 지수(12개 대분류)
- (품목성질별지수) 조사대상 품목의 특성에 따라 상품(310개)과 서비스(148개)로 구분하여 작성
- (자가주거비포함지수) 자가주거비*를 소비자물가지수에 포함한 지수
 - * 자신의 소유주택을 주거 목적으로 사용하여 얻는 서비스에 대한 지불비용으로 소유주택과 유사한 주택을 임차할 경우 지불할 것으로 예상되는 비용을 측정

1-4 공표되는 통계의 해석방법 및 이용 시 유의사항

- 현재 소비자물가지수의 지수 기준연도는 2020년, 가격 및 가중치 기준연도는 2022년임
 - 따라서 품목별 지수와 가중치를 이용하여 상위 단계 지수 계산한 결과와 공표하는 지수는 일치하지 않음에 유의
- 소비자물가지수는 가격변동을 측정하는 것으로 가격의 절대수준이 아님
 - 따라서 지역별로 기준시점(2020년=100)의 가격수준이 다르기 때문에 지역별 소비자물가지수를 이용하여 지역 간 상대적인 물가수준 차이를 비교하는 것은 부적절

- 일반적으로 소비자물가변동 추이 및 국가 간 비교는 1년 전 대비 물가 변동인 전년 동월비를 주로 이용하지만, 단기간의 변동인 전월비도 참고할 수 있음
- 소비자물가지수는 2019년 이전은 소수점 이하 3자리, 2020년 이후는 소수점 이하 2자리로 작성
- 통계표에 사용된 “-” 부호의 뜻은 “해당 숫자 없음”을 의미
- 본문에 수록된 자료는 국가데이터처 홈페이지(<http://kostat.go.kr>) 및 국가통계포털(<http://kosis.kr>)을 통해 이용 가능함
 - 또한 소비자물가지수에 대한 일반적인 설명은 『소비자물가지수 이해 홈페이지』*를 통해 제공함

* <https://kostat.go.kr/cpi> 또는 국가데이터처 홈페이지>통계조사>통계이해>소비자물가지수

수

1-5 연도별(시계열) 통계결과 및 분석결과 관리

- 1965년 1월부터 소비자물가지수 시계열을 관리하고 있음
- 5년 주기의 기준년 개편 시에는 최근 기준 지수(개편 기준연도=100)로 과거 계열이 소급 변경되며, 2~3년 주기 가중치 개편(2012년 기준부터 실시) 시에는 가중치 개편 기준시점부터 신지수로 소급 변경됨
- 연쇄방식 소비자물가지수는 2002년 전국 연쇄지수 처음 작성발표 후 2006년부터 지출목적별 전국 연쇄지수를 KOSIS에 제공 중임

< 국가통계포털(KOSIS) 제공자료 현황 >

명칭	공표내용	지역	주기	시작년(월)
소비자물가지수	총지수	전국	월, 분기, 년	1965년 1월
연도별 소비자물가 등락률	총지수, 생활물가, 신선식품, 농산물및석유류제외, 식료품및에너지제외지수의 전년비 등락률(%)	전국	년	총지수(1966년), 생활물가(1996년), 신선식품(1991년), 농산물및석유류제외지수(1976년), 식료품및에너지제외지수(1991년)
월별 소비자물가 등락률	총지수, 생활물가, 신선식품, 농산물및석유류제외, 식료품및에너지제외지수의 전월비, 전년동월비, 전년누계비 등락률(%)	전국	월	총지수(1965년 2월), 생활물가(1996년 1월), 신선식품(1991년 1월), 농산물및석유류제외지수(1976년 1월), 식료품및에너지제외지수(1991년 1월)
지출목적별 소비자물가지수	지출목적별 분류 및 품목 지수	전국, 17개 시도	월, 분기, 년	총지수(1965년 1월), 상위분류(1985년 1월), 품목(1975년 1월)
품목성질별 소비자물가지수	품목성질별 분류지수	전국, 17개 시도	월, 분기, 년	1985년 1월 (단, 전가가스수도는

명칭	공표내용	지역	주기	시작년(월)
				2010년 1월)
품목별 소비자물가지수(품목 성질별)	품목성질별 분류 및 품목 지수	전국, 17개 시도	월,분기,년	총지수(1965년 1월) 품목(1975년 1월)
생활물가지수	생활물가 분류 및 품목지수	전국, 17개 시도	월,분기,년	생활물가지수(1995년 1월), 분류지수(2005년 1월), 품목지수(1975년 1월)
신선식품지수	신선식품 분류 및 품목지수	전국, 17개 시도	월,분기,년	1990년 1월
식료품 및 에너지제외지수	식료품및에너지제외지수, 식료품및에너지지수	전국	월,분기,년	식료품및에너지제외 지수(1990년 1월), 식료품및에너지지수 (2010년 1월)
농산물 및 석유류제외지수	농산물및석유류제외지수, 농산물및석유류지수	전국	월,분기,년	1975년 1월
자가주거비포함 소비자물가 지수	자가주거비포함지수, 자가주거비	전국	월,분기,년	1995년 1월
특수분류 소비자물가지수	주거비, 주거비 제외 서비스, 에너지	전국	월,분기,년	2015년 1월
연도별 지출목적별 소비자 물가지수	지출목적별 분류지수	전국, 9개 도 39개 시	년	총지수(1975년), 분류지수(1985년)
연도별 품목성질별 소비자 물가지수	품목성질별 분류지수	전국, 9개 도 39개 시	년	1985년
연쇄방식 소비자물가지수	지출목적별 연쇄지수	전국	년	2006년

1-6 성인지 관련 공표 통계 항목

- 소비자 구입 상품 및 서비스 가격만을 조사하므로 성인지 대상 통계가 아님

1-7 통계 자료 공표 후 오류 발생 시 조치과정

- 통계 자료 공표 후 통계오류 발생 시 보도자료 및 통계월보·연보, 국가통계포털(KOSIS) 등록 정정 및 국가데이터처 홈페이지에 관련 공지사항을 게시하여 알림

2. 조사대상 기간/조사 기준시점과 공표 시기

2-1 조사대상 기간/조사 기준시점과 통계공표 시점

☐ 조사대상 시점(또는 기간)과 공표시기

- 조사대상 기간 : 매월
- 조사실시 기간

품 목	조 사 실 시 기 간(조사기준일, 조사대상기간)
농축수산물	- 매월 3회 조사(초순, 중순, 하순에 1일씩, 약 10일 간격 유지)
공 업 제 품	- 매월 1회 조사(중순에 3일간) * 석유류(농축수산물 조사기간과 동일)
전기가스·수도	- 매월 1회 조사(하순에 2일간)
서 비 스	- 매월 1회 조사(하순에 2일간) ※ 단, 집세는 매월 5일부터 주중 5일간(토·일·요일 제외) - 대학(원) 및 고등학교 납입금은 매년 2, 5, 8, 11월 하순에 조사 (분기 1회, 익월에 반영) * 반기(또는 분기)별로 납입하는 납입금의 특성을 고려 * 납입금이 미확정되거나 잠정적으로 결정된 학교는 확정될 때까지 매월 조사

※ 물가동향과에서 별도의 지시가 없는 경우, 실제 조사하는 날이 조사기준일 및 조사대상기간이 됨

○ 공표시기 : 조사 익월 초

2-2 조사과정별 소요되는 기간

○ 업무처리 일정(매월)

업무내용	일정(기간)	비고
조사대상처 및 조사규격 변경처리	초순 1일	심의회 개최(품질조정)
집세 조사	초순 1일	내검·분석 및 지방청 질의
농축수산물, 석유류 조사	1순기 1일	
공업제품 품목 조사	중순 3일간	
농축수산물, 석유류 조사	2순기 1일	
2순기 자료 결과 보고	2순기 조사 마감 후 다음일	2순기 석유류 입력 후 보고
서비스, 전기·가스·수도 조사	하순 2일간	내검·분석 및 지방청 질의
농축수산물, 석유류 조사	3순기 1일	
중앙조사품목 조사규격 변경처리	21~25일경 1일	심의회 개최(품질조정)
집세 결과 보고	21~25일경 1일	
잠정자료 결과 보고	3순기 조사 마감 후 다음일	3순기 석유류 입력 후 보고
확정자료 결과 보고	자료 확정일(23~25일경)	
보도자료 작성 및 증감분석	자료 확정 후 3~4일	
소비자물가동향 결과 보고	통계 공표일 2~3일 전	주요 증감 등
소비자물가동향 결과 사전 제공	통계 공표일 1일 전	통계정책관리시스템으로 제공

2-3 조사 기준시점과 통계결과의 최초 공표일 간의 차이

- 2025년 1월 조사 기준시점: 2025. 1. 31.(월간)
- 2025년 1월 조사 공표시기: 2025. 2. 5.

2-4 통계작성 및 공표 기간 단축 가능성

- 조사대상 기준시점과 공표시점 차이가 월평균 5일 이내로 매우 짧음

3. 공표일정

3-1 사전에 공개된 통계공표 일정과 공개방법

☐ 사전 계획 및 공개된 통계공표 일정

○ 소비자물가동향 2025년 공표 일정

보 도 자 료 명	공 표 일 자
2025년 1월 소비자물가 동향	2월 5일(수)
2025년 2월 소비자물가 동향	3월 6일(목)
2025년 3월 소비자물가 동향	4월 2일(수)
2025년 4월 소비자물가 동향	5월 2일(금)
2025년 5월 소비자물가 동향	6월 4일(수)
2025년 6월 소비자물가 동향	7월 2일(수)
2025년 7월 소비자물가 동향	8월 5일(화)
2025년 8월 소비자물가 동향	9월 2일(화)
2025년 9월 소비자물가 동향	10월 2일(목)
2025년 10월 소비자물가 동향	11월 4일(화)
2025년 11월 소비자물가 동향	12월 2일(화)
2025년 12월 및 연간 소비자물가 동향	12월 31일(수)

○ 공개 방법 : 소비자물가동향 보도자료 부록, 국가데이터처 홈페이지 공개(매년 초)

- 소비자물가지수 홈페이지(<https://kostat.go.kr/cpi>) > 동향 > 보도자료 > 공표일정

3-2 통계공표 일정을 작성기관 홈페이지에 예고

☐ 홈페이지 보도계획 예고

○ 국가데이터처 홈페이지 > 새소식 > 보도계획 > 월별 보도일자 및 보도자료명 공개

새소식

보고자료

보고영상

언론보고설명

보고계획

공지사항

공모전

채용정보

소식편지

보고계획

2025년 02월 보고계획

2월

조회

2025년 물가, 고용, 산업활동 보고계획

다운로드

PDF 다운로드

보고일자	보고시간	보고자료명	담당과	비고
02.03.(월)	08:00	2024년 12월 및 연간 산업활동동향	산업동향과/서비스업동향과	
02.04.(화)	12:00	2024년 12월 및 연간 온라인쇼핑동향	서비스업동향과	
02.05.(수)	08:00	2025년 1월 소비자물가동향	물가동향과	
02.06.(목)	12:00	'2025 경제학 공동학술대회' 통계청 특별세션 개최	연구총조사과	
02.07.(금)	12:00	2025년 전국사업체조사 실시	경제총조사과	
02.12.(수)	12:00	2024년 4분기 기업특성별 무역통계 결과(잠정)	기업통계팀	

3-3 예고된 통계 공표일정 준수

- 2024년 1~12월 및 연간 소비자물가동향의 공개된 공표일정과 실제 공표시기가 일치하여 예고된 통계공표 일정을 준수하고 있음

4. 통계 작성방법의 비교성

4-1 통계의 개념 동일 여부

- 소비자물가조사에 대한 조사통계의 개념이 매월 동일하게 적용됨

4-2 분류체계 동일 여부

- 소비가물가지수의 기본분류인 지출목적별 분류지수는 한국표준 목적별 개별소비 지출분류(COICOP-K)를 활용하여 작성
 - 지출목적분류(COICOP-K 2019) 개정 및 가계동향조사 조사항목 분류 개편(2025년)에 따라 '25년 기준 지수개편 시 재분류 추진 중

4-3 조사 기준시점 동일 여부

- 매월 말일 기준으로 조사 기준시점 동일

4-4 조사 실시 시기 동일 여부

- 매월 조사 실시 시기 동일
 - 농축수산물(초순, 중순, 하순 각 1일, 약 10일 간격), 공업제품(중순 3일간), 전기·가스·수도(하순 2일간), 서비스(하순 2일간)

4-5 변경된 경우 변경 전·후 비교분석 결과

- 2008년 국가데이터처가 제정한 표준 목적별소비지출(COICOP-K)를 2010년 기준 소비자물가지수의 분류체계에 적용하면서 분류체계를 개편함에 따라, 일부 중·소분류 통합·조정 및 2005년 기준 지수 품목에 대해 1985년 기준 지수부터 소급하여 신분류로 재분류함
- 업무용통계DB시스템에 과거 기준시점별 통계표들(신·구지수)이 모두 등록·관리됨
- 2010년 기준 소비자물가지수 개편 결과 중 일부

< 개편 효과 >

□ 금년의 경우, 물가지수개편으로 2011년 10월 전년동기비는 2005년 기준 4.4%에서 2010년 기준 4.0%로 0.4%p 하락하였음

- * 하락요인별 추정효과 : ① 금반지 개편효과 : -0.25%p ② 품목 및 가중치 조정 효과 : -0.12%p
③ 기하평균 적용 : -0.02%p

< 품목성질별 신·구 등락률 차이 >

(10월 기준, 전년동기대비, %, %p)

품목성질별		2005년 기준(A)		2010년 기준(B)		차이(B-A)	
		동기비	기여도	동기비	기여도	동기비	기여도
품목성질별	계	4.4	4.40	4.0	4.01	-0.4	-0.39
	· 농축수산물	9.7	0.88	10.1	0.78	0.4	-0.1
	· 공업제품	6.2	1.94	4.8	1.53	-1.4	-0.41
	· 서비스	2.7	1.62	2.8	1.70	0.1	0.08
	· 전기·수도·가스	-	-	4.2	0.20	-	-
	· 그 외 서비스	2.7	1.62	2.7	1.51	-	-

* 전기·수도·가스는 05년에는 서비스로 분류했으나, 10년부터는 COICOP 기준에 따라 상품으로 별도 분류

< 지출목적별 신·구 등락률 차이 >

(10월 기준, 전년동기대비, %, %p)

지출목적별		2005년 기준(A)		2010년 기준(B)		차이(B-A)	
		동기비	기여도	동기비	기여도	동기비	기여도
계		4.4	4.40	4.0	4.01	-0.4	-0.39
· 식료품 및 비주류음료		8.4	1.25	8.4	1.14	0.0	-0.11
· 주류 및 담배		0.7	0.01	0.7	0.01	0.0	0.00
· 의류 및 신발		2.7	0.16	2.9	0.18	0.2	0.02
· 주택, 수도, 전기 및 연료		4.7	0.78	4.2	0.71	-0.5	-0.07
· 가정용품 및 가사 서비스		3.8	0.16	3.7	0.14	-0.1	-0.02
· 보건		2.5	0.12	1.7	0.12	-0.8	0.00
· 교통		7.3	0.82	6.9	0.75	-0.4	-0.07
· 통신		-1.5	-0.07	-1.2	-0.07	0.3	0.00
· 오락 및 문화		2.0	0.10	1.7	0.09	-0.3	-0.01
· 교육		1.7	0.20	1.8	0.21	0.1	0.01
· 음식 및 숙박		3.4	0.45	4.2	0.51	0.8	0.06
· 기타상품 및 서비스		7.2	0.44	3.3	0.18	-3.9	-0.26

5. 시계열 비교성

5-1 시계열 단절이 발생한 경우, 발생 원인과 변경된 자료 이용 시 고려사항

□ 시계열 단절 발생

- 기준연도 또는 가중치 개편 시 조사지역, 품목, 가중치 변경 등이 발생하나 지수는 연간중첩법을 적용해 시계열을 유지하며, 개편 전·후 조사방법 변화 등의 효과는 보도자료를 통해 공개하고 있음

□ 2022년 기준 가중치 개편 후 보도자료 Q&A 공지

Q2> 이번 가중치 개편으로 신·구지수 차이가 발생하는 이유는 무엇인가요?

- 458개 품목의 가중치 변경 영향으로 신지수의 소비자물가상승률('23.11월 전년누계비)은 약 0.1%p 낮아졌으며, 기여도로 보면 3.67에서 3.63으로 0.04%p 하락한 것으로 나타났습니다.
- 일반적으로 각종 경제지수 개편 시, 대표품목, 가중치 개편 등으로 신·구지수 증감률에 차이가 발생하며,
 - 가중치를 최근 시점 자료로 갱신할 경우, 일반적으로 품목 간 대체효과*로 지수가 하락하게 됩니다.
 - * 상호 대체할 수 있는 품목 간에는 가격이 상승한 품목은 지출이 감소하고, 하락한 품목은 지출이 증가하므로 기준년에서 멀어질수록 대체 편의 발생
- 가중치 개편으로 신·구지수의 소비자물가상승률(11월 전년누계비) 차이는 다음과 같습니다.
 - ('13년*) 0.1%p, ('18년) -0.1%p, ('23년) -0.1%p
 - * '13년('12년 기준 개편)은 무상보육과 무상급식 확대에 따른 품목 가중치 감소로 지수 상승

- 2022년 기준 소비자물가지수 가중치 개편 보도자료(2023.12.19) 중 일부

III. 개편 결과

2. 개편 효과

- 가중치 개편으로 '23년 11월 전년누계비는 '20년 가중치 기준 3.7%에서 '22년 가중치 기준 3.6%로 0.1%p 하락
- '23년 11월 전년누계비 기여도는 0.04%p 하락

< 개편연도별 신·구지수 등락률 비교 >

(11월 전년누계비, %, %p)

	'01년	'06년	'11년	'13년*	'16년	'18년*	'21년	'23년*	기여도
신지수(개편 후)	4.1	2.2	4.0	1.3	0.9	1.5	2.4	3.6	3.63
구지수(개편 전)	4.4	2.4	4.5	1.2	1.0	1.6	2.3	3.7	3.67
차 이(신 - 구)	-0.3	-0.2	-0.5	0.1	-0.1	-0.1	0.1	-0.1	-0.04

* 가중치 개편에 해당됨

< 지출목적별 등락률 및 기여도 비교 >

(11월 전년누계비, %, %p)

지출목적별	2020년 기준 가중치 적용(A)		2022년 기준 가중치 적용(B)		차이(B-A)	
	누계비	기여도	누계비	기여도	누계비	기여도
총지수	3.7	3.67	3.6	3.63	-0.1	-0.04
식료품·비주류음료	5.2	0.84	5.4	0.77	0.2	-0.07
주류·담배	0.8	0.01	0.9	0.01	0.1	0.00
의류·신발	7.0	0.33	6.8	0.33	-0.2	0.00
주택·수도·전기·연료	5.5	0.93	5.3	0.90	-0.2	-0.03
가정용품·가사서비스	5.5	0.30	5.5	0.25	0.0	-0.05
보건	1.7	0.14	1.6	0.14	-0.1	0.00
교통	-3.5	-0.41	-3.7	-0.41	-0.2	0.00
통신	0.9	0.04	1.1	0.05	0.2	0.01
오락·문화	3.2	0.18	3.8	0.24	0.6	0.06
교육	1.9	0.13	2.0	0.15	0.1	0.02
음식·숙박	6.3	0.84	6.2	0.89	-0.1	0.05
기타상품·서비스	6.4	0.35	6.0	0.31	-0.4	-0.04

< 품목성질별 등락률 및 기여도 비교 >

(11월 전년누계비, %, %p)

품목성질별	2020년 기준 가중치 적용(A)		2022년 기준 가중치 적용(B)		차이(B-A)	
	누계비	기여도	누계비	기여도	누계비	기여도
총지수	3.7	3.67	3.6	3.63	-0.1	-0.04
농축수산물	2.4	0.21	2.6	0.20	0.2	-0.01
공업제품	2.7	0.96	2.7	0.90	0.0	-0.06
전기·가스·수도	21.2	0.74	21.1	0.70	-0.1	-0.04
서비스	3.4	1.77	3.3	1.83	-0.1	0.06

< 특수분류별 등락률 비교 >

(11월 전년누계비, %, %p)

특수분류별	2020년 기준 가중치 적용(A)	2022년 기준 가중치 적용(B)	차이(B-A)
총지수	3.7	3.6	-0.1
농산물및석유류제외지수	4.2	4.1	-0.1
식료품및에너지제외지수	3.6	3.5	-0.1
생활물가지수	4.0	3.9	-0.1
신선식품지수	5.6	6.2	0.6
자가주거비포함총지수	3.1	3.0	-0.1

6. 국가 간 비교성

6-1 동일한 목적을 갖는 외국 통계 명칭과 개요

☐ 해외 동일 목적 작성 통계의 명칭과 개요

	한 국	일 본	미 국	독 일	영 국	프 랑 스
작성기관	국가데이터처 (Statistics Korea)	총무성 통계국 (Statistics Bureau of Japan)	노동부 노동통계국 (Bureau of Labor Statistics)	연방통계청 (Federal Statistical Office)	통계청 (Office of National Statistics)	국립통계 경제연구소 (INSEE)
조사지역	40개 도시	167개 시정촌	2,500명 이상 도시	188개 지방단체	150개 지역	100여 개 도시지역
대상처수	26,000	27,000	23,000	20,000	20,000	30,000
품 목 수	458개	582개	211개	650여 개	700여 개	357개
대상품목 선정기준	가계지출조사를 토대로 품목별 소비 지출액이 큰 품목	가계지출조사를 토대로 품목별 소비 지출액이 큰 품목	가계지출조사와 구입처 조사결과를 토대로 품목별 소비 지출액이 큰 품목	가계지출조사를 토대로 품목별 소비 지출액이 큰 품목	가계최종금융소비 지출을 토대로 품목별 소비지출액이 큰 품목	가계최종금융소비 지출을 토대로 품목별 소비지출액이 큰 품목
가 중 치 기초자료	가계지출 조사자료	가계지출 조사자료	가계지출 조사자료	가계지출 조사자료	가계최종금융소 비지출(HFMCE)	가계최종금융소 비지출(HFMCE)
조사주기	· 월 1회 (공업·서비스) · 농축수산물:월3회	· 월 1회 · 농축수산물:월3회	· 월 1회 (일부지역 일부품목: 격월)	· 월 1회	· 월 1회	· 월 1회
지수산식	Laspeyres	Laspeyres	Lowe C-CPI-U(Tömqvist)	Laspeyres	Lowe	Chained Laspeyres
개편주기	5년 ¹⁾	5년	1년	5년	1년	1년
기준연도	2020	2020	1982-84 (C-CPI-U:1999.12)	2020	2015	2015

(출처: IMF DSBB(Dissemination Standards Bulletin Board))

주 1) 가중치는 2, 3년 주기로 변경

6-2 동일한 목적을 갖는 외국 통계와의 직접 비교 가능 여부, 가능하지 않은 경우 사유 및 이용 시 고려사항 등에 대한 검토

□ 국가 간 통계 비교 가능성

- 소비자물가지수는 국제 매뉴얼에 따라 조사, 작성되며 분류체계 또한 국제기준을 준수하고 있어 국가 간 직접 비교 가능하며 OECD 등에서는 국가 간 소비자물가지수 등락률을 비교할 수 있는 사이트를 운영 중

□ 주요 국가 소비자물가지수 동향 : 매월 소비자물가동향 보도자료 발표 시 제공

6-3 통계자료를 국제 기구에 제공하는 경우 국제기구명, 제공항목 등

□ 국제기구 자료 제공 현황

- (OECD) 소비자물가지수 기본(지출목적별)분류, 식료품 및 에너지 제외, 에너지(Energy), 주거비(Housing) 지수 제공(매월)

- (제공 방법) OECD에서 개발한 SDMX(Statistical Data and Metadata eXchange)*를 활용

* 통계작성기구 간 다양한 형태의 통계자료를 교환하고 공유하기 위한 XML 기반의 표준화된 자료제공 서비스

** 통계표명: Consumer Price Indices (CPIs, HICPs), COICOP 1999

(링크주소: [https://data-explorer.oecd.org/?fs\[0\]=Topic%2C1%7CEconomy%23ECO%23%7CPri](https://data-explorer.oecd.org/?fs[0]=Topic%2C1%7CEconomy%23ECO%23%7CPri))

6-4 국가 간 주요 통계 내용을 비교한 통계표, 그래프

□ 보도자료 통계표 수록

< 주요 국가 소비자물가지수 동향 >

(전년(동월)비, %)

연 월	한 국	OECD	미 국	일 본	중 국	영국	EU	독일	프랑스
2017	1.9	2.3	2.1	0.5	1.6	2.6	1.6	1.7	1.2
2018	1.5	2.6	2.4	1.0	2.1	2.3	1.8	1.9	2.1
2019	0.4	2.1	1.8	0.5	2.9	1.7	1.4	1.4	1.3
2020	0.5	1.4	1.2	0.0	2.5	1.0	0.7	0.4	0.5
2021	2.5	4.0	4.7	-0.2	0.9	2.5	2.9	3.2	2.1
2022	5.1	9.5	8.0	2.5	2.0	7.9	9.2	8.7	5.9
2023	3.6	6.9	4.1	3.2	0.2	6.8	6.4	6.0	5.7
2024	2.3	-	2.9	2.7	0.2	3.3	2.6	2.5	2.3
2023. 1	5.0	9.2	6.4	4.3	2.1	8.8	10.0	9.2	7.0
2	4.7	8.9	6.0	3.3	1.0	9.2	9.9	9.3	7.3
3	4.2	7.8	5.0	3.2	0.7	8.9	8.3	7.8	6.7
4	3.7	7.5	4.9	3.5	0.1	7.8	8.1	7.6	6.9
5	3.4	6.6	4.0	3.2	0.2	7.9	7.1	6.3	6.0
6	2.7	5.8	3.0	3.3	0.0	7.3	6.4	6.8	5.3
7	2.4	6.1	3.2	3.3	-0.3	6.4	6.1	6.5	5.1
8	3.4	6.7	3.7	3.2	0.1	6.3	5.9	6.4	5.7
9	3.7	6.5	3.7	3.0	0.0	6.3	4.9	4.3	5.7
10	3.8	5.9	3.2	3.3	-0.2	4.7	3.6	3.0	4.5
11	3.3	5.8	3.1	2.8	-0.5	4.2	3.1	2.3	3.9
12	3.2	6.0	3.4	2.6	-0.3	4.2	3.4	3.8	4.1
2024. 1	2.8	5.7	3.1	2.2	-0.8	4.2	3.1	3.1	3.4
2	3.1	5.7	3.2	2.8	0.7	3.8	2.8	2.7	3.2
3	3.1	5.8	3.5	2.7	0.1	3.8	2.6	2.3	2.4
4	2.9	5.7	3.4	2.5	0.3	3.0	2.6	2.4	2.4
5	2.7	5.9	3.3	2.8	0.3	2.8	2.7	2.8	2.6
6	2.4	5.6	3.0	2.8	0.2	2.8	2.6	2.5	2.5
7	2.6	5.4	2.9	2.8	0.5	3.1	2.8	2.6	2.7
8	2.0	4.7	2.5	3.0	0.6	3.1	2.4	2.0	2.2
9	1.6	4.4	2.4	2.5	0.4	2.6	2.1	1.8	1.4

연 월	한 국	OECD	미 국	일 본	중 국	영국	EU	독일	프랑스
10	1.3	4.5	2.6	2.3	0.3	3.2	2.3	2.4	1.6
11	1.5	4.5	2.8	2.9	0.2	3.5	2.5	2.4	1.7
12	1.9	-	2.9	3.6	0.1	3.5	2.7	2.8	1.8
2025. 1	2.2	-	3.0	4.0	0.5	3.9	2.8	2.8	1.8

* 자료 : OECD, Eurostat(EU, 독일, 프랑스), 각국 통계기관 홈페이지

7. 유사통계와 일관성

7-1 동일하거나 유사한 통계의 명칭과 개요

☐ 항목별 국내 유사 및 관련 통계

- 국가데이터처 소비자물가조사와 한국은행 생산자물가지수 및 GDP디플레이터 비교

구 분		소비자물가지수 (국가데이터처)	생산자물가지수 (한국은행)	GDP디플레이터 (한국은행)
통계명		- 소비자물가조사 지정통계 제101007호	- 생산자물가조사 지정통계 제301002호	- 국민계정 지정통계 제301009호
작성유형		- 조사통계	- 조사통계	- 가공통계
작성대상 범위		- 가계가 소비하는 상품 및 서비스의 가격수준 · 458개 품목(상품: 308개, 서비스: 150개)	- 국내생산자가 국내시장에 출하하는 상품 및 서비스의 가격수준 · 884개 품목(상품: 777개, 서비스: 107개)	- 국내의 가계, 기업, 정부 등 경제활동을 수행하는 모든 경제주체
표본	표본설계	- 전국 소매점포 및 서비스업체 · 유의표본추출	- 국가데이터처 사업체 리스트 · 절차표본추출법	- 해당없음
	표본설계 지역	- 40개 도시(가구수 및 지역 상권 분포 고려) - 155개 권역(도시인구수 기준 도시별 3~13개 배정)	- 조사항목별로 거래 비중이 높은 조사대상업체 순차적 선정(3개사 이상)	- 해당없음
	표본수	- 약 26,000개 소매점포 및 서비스 업체 * (집세) 약 12,000개 전월세 가구	- 2,000여 개 사업체(6,000여 개 규격 조사)	- 해당없음
조사 (작성) 방법	조사주기	- 매월	- 매월	- 분기
	조사 기준일	- 매월 조사실시일	- (상품) 매월 15일이 속한 주의 수요일, (서비스) 매월 15일이 속한 주의 금요일	- 분기
	조사기간	- 농축수산물 및 석유류(초, 중, 하순 1일씩), 공업제품(중순 3일), 서비스(하순 2일)	- 해당 월 25일 ~ 익월 5일	- 분기속보및잠정(분기익월~익익월), 연간잠정(해당연도 종료 후 1~6개월), 연간확정(익익년 1월~6개월)
	조사 (작성) 내용	- 지정된 품목 458개 및 조사 상품(규격) 1,057개의 실제 거래가격	- 사업체개요, 품질규격, 최근 가격동향, 가격변동 요인 * 생산자가 실질적으로 수취하는 기초가격, 농림수산물은 도매 시장의 경락가격 또는 유통가격	- 종합계정(국내총생산과지출, 국민처분소득과처분, 자본 거래, 국외거래) - 제도부문별 생산계정, 소득 계정, 자본계정 등
	조사방법	- 조사대상처 방문 면접조사(전화팩스인터넷 조사 병행)	- 전화, 팩스, 이메일 및 온라인 조사(일부품목 방문조사)	- UN이 발표하는 국민계정 작성기준(SNA)에 의거 기초 통계자료 가공·작성
지수 작성	기준시점	- 2020년 = 100.0 * 가중치 기준연도는 2022년	- 2020년 = 100.0	- 2020년 = 100.0
	지수산식	- 하위단계(품목): 제본스(Jevons) 산식 - 상위분류: 라스파이레스(Laspeyres) 산식	- 연쇄가중로우(Lowe) 산식	- GDP디플레이터: 명목GDP를 실질GDP로 나누어 산출 * 비교년 가중치를 취하는 파셰(Paasche) 산식에 의한 물가지수 개념
공표	공표시기	- 익월 초	- 익월 20일경 * 잠·확정체제로 금월지수는 익월 지수 발표 시 확정	- 작성기준 분기 익월(속보), 작성기준 분기 익익월(잠정), 작성기준연도 익년 6월(잠정), 작성기준연도 익익년 6월(확정)
	공표범위	- 전국 및 17개 시도(매월), 40개 도시(연간)	- 전국	- 전국

□ 통계간 차이가 나는 내용, 정도, 이유 등과 이용 시 고려사항 검토 결과

- 소비자물가지수, 생산자물가지수, GDP디플레이터는 사용목적과 작성방법이 상이함에 따라 그 결과가 다르게 나타남
 - (소비자물가지수) 가구가 소비하는 상품 및 서비스의 종합적인 가격수준을 측정하여 지수화한 반면,
 - (생산자물가지수) 국내생산자가 국내(내수)시장에 출하하는 상품 및 서비스의 종합적인 가격수준을 측정하여 지수화함
 - (GDP디플레이터) 국민계정 추계결과 사후적으로 계산되는 물가지수로, 명목 GDP를 실질GDP로 나누어 산출되는 잠재적 물가지수(Implicit Price Deflator)로서 비교년 가중치를 취하고 있는 파슈(Paasche) 산식에 의한 물가지수와 같은 개념임. 부가가치의 합인 국민총생산을 이용하여 산출되므로 기술구조의 변화나 생산성의 변화에 의해서도 실제 영향을 받음
- * GDP 추계 시에는 생산자물가지수(PPI)나 소비자물가지수(CPI)뿐만 아니라 수출입 물가지수, 임금, 환율 등 각종 가격지수가 종합적으로 이용

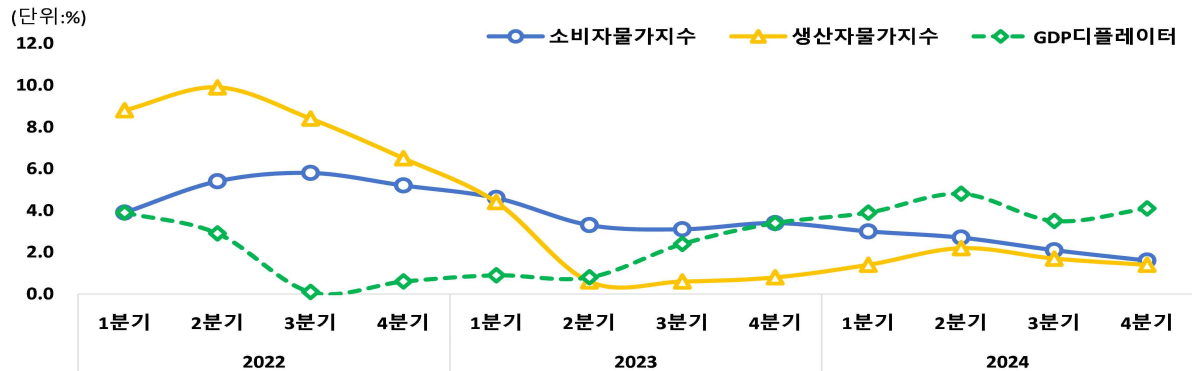
7-2 공표항목과 타통계 유사·동일 항목간 통계 수치 비교·검토

□ 소비자물가지수, 생산자물가지수, GDP디플레이터 통계 차이

시점	소비자물가지수 (2020=100.0)			생산자물가지수 (2020=100.0)			GDP디플레이터* (2020=100.0)		
	지수	전분기비	전년비	지수	전분기비	전년비	지수	전분기비	전년비
2022.1/4	105.46	1.6	3.9	111.96	2.1	8.8	105.32	1.7	3.9
2/4	107.51	1.9	5.4	115.86	3.5	9.9	104.92	-0.4	2.9
3/4	108.73	1.1	5.8	116.63	0.7	8.4	105.89	0.9	0.1
4/4	109.16	0.4	5.2	116.72	0.1	6.5	104.11	-1.7	0.6
2023.1/4	110.31	1.1	4.6	116.88	0.1	4.4	106.31	2.1	0.9
2/4	111.02	0.6	3.3	116.59	-0.2	0.6	105.76	-0.5	0.8
3/4	112.14	1.0	3.1	117.35	0.7	0.6	108.42	2.5	2.4
4/4	112.89	0.7	3.4	117.61	0.2	0.8	107.60	-0.8	3.4
2024.1/4	113.63	0.7	3.0	118.52	0.8	1.4	110.44	2.6	3.9
2/4	113.98	0.3	2.7	119.21	0.6	2.2	110.81	0.3	4.8
3/4	114.44	0.4	2.1	119.37	0.1	1.7	112.26	1.3	3.5
4/4	114.67	0.2	1.6	119.21	-0.1	1.4	111.96	-0.3	4.1
2022	107.72	-	5.1	115.29	-	8.4	105.05	-	1.8
2023	111.59	-	3.6	117.11	-	1.6	107.04	-	1.9
2024	114.18	-	2.3	119.08	-	1.7	111.38	-	4.1

* 국민계정 추계결과 사후적으로 계산, $GDP디플레이터 = \frac{명목 GDP}{실질 GDP} \times 100$

< 유사통계 간 전년비 추이 비교 >



8. 잠정치와 확정치의 일관성

☐ 소비자물가지수는 잠정치 공표하지 않음

9. 통계의 이용자 서비스

9-1 통계공표 방법

☐ 통계 이용자서비스 경로, 경로별 제공자료 유형

- KOSIS(국가통계포털) : 통계 DB
 - <https://www.kosis.kr>
- 국가데이터처 홈페이지 : 보도자료
 - <https://kostat.go.kr>
- 소비자물가 이해 홈페이지 : 보도자료 및 소비자물가 관련 자료
 - <https://kostat.go.kr/cpi>
- 마이크로데이터 판매실적 : 소비자물가조사는 마이크로데이터를 제공하지 않음

9-2 국가통계포털(KOSIS) 자료 제공 여부

- 통계 DB : 소비자물가지수 DB
 - 경로 : KOSIS > 국내통계 > 주제별통계 > 물가 > 소비자물가조사
- 통계보고서 : 소비자물가지수 월보, 소비자물가지수 연보
 - 경로 : KOSIS > 온라인간행물 > 주제별 > 임금/물가 > 소비자물가지수 월보, 연보

9-3 통계서비스 경로별 이용자 접속횟수나 마이크로데이터 제공실적 등에 대한 모니터링 및 분석 결과

- KOSIS(국가통계포털)
 - 최근 5개년 접속 건수 : '20년(66만 건), '21년(92만 건), '22년(120만 건), '23년(138만 건), '24년(175만 건)

10. 통계 이용자 활용

10-1 통계활용 분야(정책, 학술, 언론)별 이용자 통계활용 현황

□ 정책 분야

- 기획재정부
 - 거시경제 정책 운용(경제 전망, 예산 편성), 조세 정책(소득세 과세표준 조정) 등 물가안정 정책 수립 및 평가의 기초자료로 활용
- 한국은행
 - 물가안정목표제, 기준금리 결정 및 통화신용정책의 기초자료로 활용
- 보건복지부
 - 기초연금 기준연금액의 인상률 결정요인, 사회보장급여(국민기초생활보장제도의 생계·주거·교육 급여 등)의 선정 기준 및 급여액 조정의 근거자료로 활용
- 공무원연금관리공단, 국민연금관리공단, 사학연금관리공단, 군인연금관리공단
 - 연금지급액 산정 등의 기초자료로 활용
- 국민건강보험공단
 - 의료비 본인부담액 상한액 결정
- 교육부
 - 대학 등록금 산정 기준의 기초자료로 활용
- 농림축산식품부
 - 농축수산물가격 안정 정책의 기초자료로 활용
- 최저임금위원회
 - 최저임금 조정의 근거자료로 활용
- 중앙선거관리위원회
 - 국고보조금 계상단가 산정

□ 학술 분야

- 논문, 학술지, 연구보고서
 - ("21년 1월) "최저임금이 물가에 미치는 영향"(한국외국어대학교, 전병힐 외 2명)
 - ("23년 11월) "전세가격의 비용화와 소비자물가지수: 소비자물가지수 자가주거비 반영을 중심으로"(KDI JEP, 명지대학교 오지윤)
 - ("23년 12월) "실손의료보험료의 물가지수가중치 개선방안"(성균관대학교, 이경아 외 2명)
 - ("24년 9월) "ARE 시계열 모형을 이용한 소비자물가지수 예측 연구"(서경대학교, 안창호 외 2명)
 - ("24년 12월) "소비자의 식품 물가에 대한 체감이 식품 소비행태에 미치는 영향"(고려대학교, 이재현 외 1명)
 - ("25년 2월) "기초연금 선정방식 개편 방향(KDI FOCUS, 김도현 외 1명)
- * 한국학술지인용색인(Korea Citation Index) 등에서 발췌

□ 언론 분야

- 기획재정부 보도자료
 - (24.12.3.) “채감물가 안정 및 기업환경 개선 노력 지속”
- 농림축산식품부 보도자료
 - (24.12.31.) “농식품부, 농축산물 소비자물가 안정세를 유지할 수 있도록 수급관리 강화”
- 한국은행 보도자료
 - (24.10.11.) “통화정책 방향” 및 참고자료(한국은행 기준금리를 하향 조정하게 된 배경)
 - (24.10.11.) “경제상황 평가(2024년 10월)”

기획재정부 보도자료 정부는, 동행하는 경제! 기업과 국민이 함께 성장하는 사회를 만듭니다. 보도시점 2024. 12. 3.(화) 09:30 배포 2024. 12. 3.(화) 09:30 채감물가 안정 및 기업환경 개선 노력 지속 - 겨울철 유통비·난방비 부담 완화, 무·당근·고코야두 등 할당관세 지속 시행 - 규제개선을 제감할 수 있도록 현장 중심의 규제개선 방안 마련 김범석 기획재정부 1차관은 12.3(화) 8:00 정부서울청사에서 「제48차 경제관계차관회의 겸 물가관계차관회의」를 주재하여 11월 소비자물가동향 및 주요 특징, 12월 농축산물 가격동향 및 전망, 12월(美) 대선 후 통상 환경 변화와 대응 방향, 12월 세계은행 기업환경평가 현황 및 대응방안 등을 논의했다. * 참석부처 및 기관: 외교부, 법무부, 농식품부, 산업부, 환경부, 해수부, 중기부, 공정위, 금융위, 관세청, 통계청, 특허청, 법원행정처, 대외경제정책연구원 등	농림축산식품부 보도 참고자료 정부는, 동행하는 경제! 기업과 국민이 함께 성장하는 사회를 만듭니다. 보도시점 2024. 12. 31.(화) 배포 시 배포 2024. 12. 31.(화) 농식품부, 농축산물 소비자물가 안정세를 유지할 수 있도록 수급관리 강화 • 전년 동월 대비 농축산물 상승률 : (5월) 9.8% → (6월) 7.3% → (7월) 6.2% → (8월) 2.5% → (9월) 2.2% → (10월) 1.1% → (11월) 0.8% → (12월) 2.4% - 무 정부비축물량 확보, 갑골 유통 물량 확대 등 수급안정 도모 - 가축전염병 방역관리를 강화하는 등 수급에 미치는 영향을 최소화 - 가공식품 세제 및 자금 지원 등을 통해 식품 물가가 안정 도모
--	---

□ 기타

- 공공요금 조정(예: 택시 운임·요금) 등에 소비자물가지수를 근거로 활용
- 주요 경제지표(예: 가계동향조사)에서 소비자물가지수를 디스플레이로 활용

11. 통계설명자료 제공

11-1 통계설명자료에 대한 소재 정보

□ 통계설명자료 소재 정보

- 통계설명자료 DB : <https://www.k-stat.go.kr/metasvc>
- KOSIS(국가통계포털, <https://www.kosis.kr>) > 통계설명자료

11-2 간행물 또는 작성기관 홈페이지 등에 통계설명자료 제공(KOSIS 통계설명자료 외)

□ 소비자물가지수 보도자료, 월보 및 연보

- (보도자료) 일러두기, 부록(개요, 자주 하는 질문)
- (월보) 일러두기, 소비자물가지수 개요(p.61~p.64)
- (연보) I장 소비자물가지수 개요(p.7~p.52)

□ 물가이해 누리집(<https://kostat.go.kr/cpi/>)

- 소비자물가지수 알아보기: 개요, 대표품목, 가격조사, 가중치, 계산방법, 이용 현황 등
- 체감물가와 공식물가의 차이원인
- 공식물가의 현실 반영도를 높이는 방법
- 소비자물가지수에 대한 오해 및 오용 사례 등

< 물가이해 누리집 통계설명자료 화면 >

이해

소비자물가지수 알아보기

- 소비자물가지수 개요
- 대표품목
- 가격조사
- 가중치
- 계산식 및 계산방법
- 소비자물가지수 이용
- 인포그래픽

채감물가와 공식물가의 차이원인

- 채감물가와 공식물가의 차이는 해소될 수 있나요?
- 차이 원인 ① 포괄범위의 차이
- 차이 원인 ② 가중치 차이
- 차이 원인 ③ 채감물가 인식에 영향을 미치는 요인

공식물가의 현실 반영도를 높이는 방법

소비자물가지수에 대한 오해 및 오용 사례

- 유일한 인플레이션(물가상승률) 측정 수단이다?
- 집값이 오르면 소비자물가지수도 상승한다?
- 지수가 높으면 가격도 높다?
- 소비자물가지수는 생계비를 나타낸다?

인포그래픽

전체 6건 페이지 1 / 1

제목
검색할 내용을 입력하세요
검색

소비자물가지수는 이렇게 만들어집니다

소비자물가지수 개념

대표품목

가격수집

지수계산방법

지수개편

12. 마이크로데이터 생성·관리

12-1 마이크로데이터 생성 방법

□ 마이크로데이터 생성 방법

- 가격 조사원이 태블릿으로 입력한 가격자료는 전산망을 통해 본청 물가동향과의 나라통계시스템으로 전송되며 동 시스템에 관련 자료가 DB로 구축됨
- 구축된 마이크로데이터를 활용해 생성된 지수는 내부 통계시스템에 저장되며 외부 제공을 위해 국가통계포털을 통해 매일 관련 지수를 공표하고 있음

12-2 마이크로데이터 관리 방법

□ 마이크로데이터 관리 방법

- 소비자물가조사의 마이크로데이터는 국가데이터처 마이크로데이터과에서 품질점검을 실시하여 이상 유무를 확인한 후, 표준화된 DB형태로 영구보존 및 관리하고 있음

13. 마이크로데이터 서비스

13-1 마이크로데이터 제공여부

- 미제공

13-2 마이크로데이터 미제공 사유

□ 미제공 사유

- (이용자 혼란 발생) 소비자물가조사 품목별 조사대상처의 가격자료(원자료)만으로는 소비자물가지수를 산정할 수 없어 가격자료 비공개
 - 조사품목의 가격은 품질변동으로 인한 가격변동분까지 포함되나, 소비자물가지수는 품질변동으로 인한 가격변동분을 제외한 순수 가격변동만을 측정해야 하므로, 조사가격 제공 시 조사가격 변동과 공표된 지수 변동 간의 불일치로 인해 이용자들의 불필요한 혼란 야기 우려
 - (예시) 신제품 출시에 따라 TV 조사규격을 변경 시, 조사가격이 상승하는데 이는 순수 가격변동이 아닌 품질변동으로 인한 가격변동임. 화면 종류, 화질 등 두 제품 간 사양 차이가 뚜렷하여 직접적인 품질 비교가 어려우므로 모든 가격 차이는 품질 차이에서 기인한다고 보아 접속법을 이용하여 지수를 접속 처리함. 즉, 가격은 올랐으나 지수는 변동이 없는 것으로 처리됨
- (조사 대상 식별가능성) 공개되고 있는 규격 일반정보에 더해 구체적인 조사가격까지 추가 제공 시 소비자물가 조사대상처 및 상품을 추정할 수 있어 효과적인 조사 수행 곤란

14. 자료수집, 처리 및 보관 과정의 비밀보호

14-1 자료수집 과정에서 응답자 비밀보호를 위한 지침(법령, 규정)이나 조치

□ 관련 법령

- 통계법 제33조(비밀의 보호)

- ① 통계의 작성 과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

- 통계법 제34조(통계종사자 등의 의무)

통계종사자, 통계종사자이었던 자 또는 통계작성기관으로부터 통계 작성업무의 전부 또는 일부를 위탁받아 그 업무에 종사하거나 종사하였던 자는 직무상 알게 된 사항을 업무 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공하여서는 아니 된다.

- 통계법 시행령 제50조(비밀의 보호를 위한 조치)

- ① 통계작성기관의 장은 법 제33조에 따라 통계작성과정에서 수집된 개인 또는 법인이나 단체 등의 비밀에 속하는 사항이 보호될 수 있도록 조사표 또는 보고서식이나 이를 수록한 전산 매체, 그 밖의 관계 자료의 관리에 필요한 조치를 하여야 한다.
- ② 통계청장은 법 제37조제2항에 따라 통계등록부 자료 또는 통계자료의 제공을 위임하거나 위탁하는 경우에는 다음 각 호의 사항에 필요한 제한이나 절차를 정하고 통계등록부 자료 또는 통계자료의 제공을 위임받거나 위탁받은 기관으로 하여금 이를 지키도록 해야 한다.
- ③ 통계작성기관의 장은 통계자료의 처리 또는 제공을 다른 통계작성기관 또는 관련 기관에 위임하거나 위탁하는 경우에는 다음 각 호의 사항에 필요한 제한이나 절차를 정하고 통계자료의 처리를 위임받거나 위탁받은 기관으로 하여금 이를 지키도록 하여야 한다.
- ④ 제2항과 제3항의 경우에 통계청장 또는 통계작성기관의 장은 통계등록부 자료 또는 통계자료의 처리나 제공을 위임받거나 위탁받은 기관에 대하여 통계등록부 또는 통계자료의 처리현황, 통계등록부 자료 또는 통계자료의 파일 및 입출력 내역의 관리 등에 관한 기록과 실태를 수시로 점검해야 한다.

□ 관련조치

- 조사에 앞서 조사원들은 자료수집 과정에서 알게 된 사실들에 대한 보안유지 서약서를 제출해야 함

14-2 자료처리 과정에서 응답자 비밀보호를 위한 지침(법령, 규정)이나 조치

□ 관련법령

- 통계법 제33조(비밀의 보호)

- ① 통계의 작성 과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 아니 된다.

- 통계법 제34조(통계종사자 등의 의무)

통계종사자, 통계종사자이었던 자 또는 통계작성기관으로부터 통계 작성업무의 전부 또는 일부를 위탁받아 그 업무에 종사하거나 종사하였던 자는 직무상 알게 된 사항을 업무 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공하여서는 아니 된다.

□ 관련조치

- 매달 보도자료 작성 관련 보안교육 실시

14-3 자료보관 과정에서 응답자 비밀보호를 위한 지침(법령, 규정)이나 조치

- 통계법 제34조(통계종사자 등의 의무)

통계종사자, 통계종사자이었던 자 또는 통계작성기관으로부터 통계 작성업무의 전부 또는 일부를 위탁받아 그 업무에 종사하거나 종사하였던 자는 직무상 알게 된 사항을 업무 외의 목적으로 사용하거나 다른 자에게 제공하여서는 아니 된다.

○ 통계법 시행령 제50조(비밀의 보호를 위한 조치)

- ① 통계작성기관의 장은 법 제33조에 따라 통계작성과정에서 수집된 개인 또는 법인이나 단체 등의 비밀에 속하는 사항이 보호될 수 있도록 조사표 또는 보고서식이나 이를 수록한 전산 매체, 그 밖의 관계 자료의 관리에 필요한 조치를 하여야 한다.
- ② 통계청장은 법 제37조 제2항에 따라 통계등록부 자료 또는 통계자료의 제공을 위임하거나 위탁하는 경우에는 다음 각호의 사항에 필요한 제한이나 절차를 정하고 통계등록부 자료 또는 통계자료의 제공을 위임받거나 위탁받은 기관으로 하여금 이를 지키도록 해야 한다.
- ③ 통계작성기관의 장은 통계자료의 처리 또는 제공을 다른 통계작성기관 또는 관련 기관에 위임하거나 위탁하는 경우에는 다음 각호의 사항에 필요한 제한이나 절차를 정하고 통계자료의 처리를 위임받거나 위탁받은 기관으로 하여금 이를 지키도록 하여야 한다.
- ④ 제2항과 제3항의 경우에 통계청장 또는 통계작성기관의 장은 통계등록부 자료 또는 통계자료의 처리나 제공을 위임받거나 위탁받은 기관에 대하여 통계등록부 또는 통계자료의 처리현황, 통계등록부 자료 또는 통계자료의 파일 및 입출력 내역의 관리 등에 관한 기록과 실태를 수시로 점검해야 한다.

15. 공표자료의 비밀보호

15-1 공표자료에서 응답자 비밀보호를 위하여 취한 조치나 방법

☐ 해당 사항 없음

- 소비자물가조사 결과는 지수화 처리되어서 공표되므로 마스킹 처리 불필요

15-2 마이크로데이터 제공 과정에서 응답자 비밀보호를 위하여 취한 조치나 방법

☐ 해당 사항 없음

- 소비자물가조사는 마이크로데이터를 제공하지 않으므로 마스킹 처리 불필요

16. 자료 보안 및 접근제한

☐ 자료 수집, 처리 및 보관 과정의 유실, 유출, 훼손 등 관련 규정

- 통계법 제50조(비밀의 보호를 위한 조치) 제1항

- ① 통계작성기관의 장은 법 제33조에 따라 통계작성과정에서 수집된 개인 또는 법인이나 단체 등의 비밀에 속하는 사항이 보호될 수 있도록 조사표 또는 보고서식이나 이를 수록한 전산 매체, 그 밖의 관계 자료의 관리에 필요한 조치를 하여야 한다.

Ⅶ. 통계기반 및 개선

1. 기획 및 분석 인력, 사업예산

1-1 통계 기획 및 분석 인력

☐ 업무를 담당하는 부서명과 업무별 담당인력 구성

○ 부서명 : 국가데이터처 물가동향과

○ 담당인력 구성 : 공무원 16명(평균 근속연수 15.8년), 공무원직 근로자 2명

구 분	주 요 업 무	비 고
물가동향과장	· 물가동향과 업무 총괄	
<u>물가지수/개편</u> (4명)	· 소비자물가지수 업무 총괄 · 소비자물가지수 동향 파악 및 분석 · 소비자물가지수 개편 및 개선(대표품목 선정, 가중치 산출 등) · 보도자료, 물가월(연)보, 지수개편 보고서 발간 · 소비자물가 연쇄지수 및 가구특성별 지수 작성 · 국내 및 국제기구(IMF, UN, OECD 등) 자료제공	
<u>조사기획/농축수산</u> (3명)	· 소비자물가조사 총괄(현장지도, 지침서, 교육 등) · 농축수산물 가격조사 및 분석, 개선 · 식품품 온라인거래가격조사 및 OECD-PPP 가격조사 · 명절 특별물가조사 실시 및 자료 제공 · 모바일 조사장비 유지보수 및 관리 · 행정업무(예산, 성과, 물가부처회의, 월·주간, 서무 등)	
<u>공업제품</u> (4명) (공무직 근로자 2명)	· 공업제품 가격조사 및 분석, 개선 · OECD-PPP 가격조사 총괄 · 공업제품 온라인거래가격조사 및 OECD-PPP 가격조사 · 헤도닉 품질조정 반영 및 연구 · 중앙조사 품목 조사 및 관리	
<u>집세/서비스</u> (4명)	· 서비스 품목 가격조사 및 분석, 개선 · 중앙집계(집세, 납입금) 결과분석 · OECD-PPP 서비스/집세 가격조사 · 전·월세지수 작성방법 개선 · 주요 서민생활물가 23개 품목 자료제공 총괄	

1-2 최근 1년간 통계 관련 교육과정 이수 내역

☐ 2024년 통계 관련 교육 총 17개 과정 이수(인원 12명)

2. 통계 품질관리 및 개선

2-1 통계품질제고 가능성에 대한 검토 결과나 개선계획 또는 추진 실적

- POS데이터 및 인터넷 가격을 활용한 소비자물가지수 개선방안 연구(통계개발원, 2020.1.)
 - 마이크로데이터과에서 구매 계약 체결('24.12.)한 유통판매 데이터*를 입수하여 '25년 스캐너데이터 활용 소비자물가지수 작성 가능성을 검토 예정
 - * 롯데멤버스(롯데마트)와 하나로마트의 물품별 판매 내역
- 자가주거비지수 산정방식 개선 및 주지표 전환 연구용역(한국부동산분석학회, 2023.12.)
 - 우리나라에 적합한 자가주거비지수 개선방안 기반 마련
 - 정확하고 국민이 체감하는 행정자료 기반 주거비지수 개발을 위해 연구용역 결과에서 제안한 방법을 적용하여 주거비지수 시산 및 결과검토 추진
 - 행정자료* 기반 주거비지수 작성방안 보고('24.6.13.)
 - * 국토교통부 전·월세 신고자료(약 20만 건)
 - 2024년 행정자료 기반 주거비지수 시범 시산결과 보고('24.12.31.)
- 행정자료 활용 소비자물가의 주거비지수 작성 및 적용방안 연구(통계개발원, 2024.12.)
 - '25년 1월부터 행정자료 활용 주거비지수 기준가격 설정을 위해 매월 지수 시산, 가중치 산출(지역·주택유형별), 신·구지수 연계방안 등을 검토 예정
 - '25년~'26년 행정자료를 활용하여 현행 집세지수 개선 계획
 - * 외부 전문가회의('24.11.22.)에서 주거비지수 개발 관련 의견수렴 내용 반영

2-2 최근 3년간 통계에 활용 가능한 행정자료의 검토

- (가격 대체) 동 조사는 조사권역 내에서 대표성과 계속성을 가진 소매업체 및 서비스업체 등을 지정하여 월별 변동되는 품목 가격을 직접 조사하므로 행정자료 활용 불가
 - 단, 일부 석유류(휘발유, 등유, 경유 등)는 한국석유공사의 가격자료 활용
- (통계 개선) 정확하고 국민이 체감하여 소비자물가지수 작성을 위한 주거비지수 개발 계획에 국토교통부 전·월세 자료 활용 검토
 - 행정자료 기반 집세지수 개선을 위해 전·월세 실거래 자료*(매월 약 20만 건) 입수 활용
 - * 국토교통부 임대차 신고제 시행('21.6월) 이전·이후 자료로 구성

2-3 최근 3년간 통계 지적사례 및 조치결과

- '22년 국정감사에서 소비자물가지수와 체감물가 간의 차이를 언급하며 소비자물가조사 논쟁을 줄일 수 있는 다양한 보조지표 개발 등 국민 실생활 현실을 반영한 통계작성 추진을 요구
 - (가구특성별 물가지수 공표) 이용자 작성 요구에 적극 대응하여 가구특성별* 물가지수(실험적통계) 작성 및 공표('23.6.), 소비자물가지수의 현실체감 개선 및 이용자 적합성 제고
 - * 가구원수, 가구주 연령, 근로자여부, 균등화소득·소비지출 등 다양한 특성 반영

- (외식배달비 지수 공표) 외식물가와 별도로 외식배달비의 변동을 살펴볼 수 있도록 외식배달비지수(실험적통계) 개발 및 공표('23.12.), 처음으로 외식배달비를 조사하여 체감도 높은 물가통계 제공

2-4 전주기 통계품질진단 결과에 따른 개선과제 이행내역 및 이행률(중점관리과제)

○ 2020년 정기품질진단 중점개선과제(4건) 기 이행완료(100%)

단계	개선과제	실행방법	기대효과	이행내역	완료일자
단기	국가통계포털 통계설명자료 보완	-KOSIS에 제공되는 통계설명자료 누락사항을 보완	-통계 이용 편의 제고	-국가통계포털(KOSIS)의 통계설명자료 항목 중 전수/표본관리, 조사업무흐름도, 조사원규모, 조사원교육훈련, 현장조사지도, 무응답대처, 개편주기, 개편내용 등에 대한 설명 추가	2021. 4.
	최초 표본의 무응답률 파악 관리	-최초 표본의 무응답률 현황 및 사유파악, 문서화	-통계 정확성 제고	-조사 대상처 표본의 무응답 및 변경 현황 등을 체계적으로 관리하기 위해 최근 4년간의 관련 현황 파악	2021. 7.
	조사원 교육시간의 적절성 검토	-조사원 교육시간 적절성 검토	-통계 정확성 제고	-조사원 교육시간의 적절성 등을 검토하기 위해 설문조사 실시('21년 3월) 결과 응답자의 85%가 현재 교육시간이 적절하다고 응답. 시스템 사용과 관련된 교육시간 확대 요청에 따라 관련 교육 확대	2021. 3.
중기	통계공표 항목 확대 검토	-소득계층별, 가구형태별 등 공표 검토	-통계 활용도 제고	-가구특성별(소득, 지출, 연령별 등) 소비자물가지수 작성 검토 방안 마련('22년 6월) 후 실험적 통계로 최초 공표('23년 6월)	2022. 6.

※ 단기: 1년 이내, 중기: 1~2년, 장기: 2년 이상