

# 「한국의 소비생활지표」 개선 연구

황은애



한국소비자원  
Korea Consumer Agency

정책연구 14-18

# 「한국의 소비생활지표」 개선 연구

황은애



한국소비자원

Korea Consumer Agency

## 머 리 말

공공정보의 개방과 공유, 소통과 협력을 증진코자 하는 현 정부 운영의 패러다임인 정부 3.0은 공공데이터의 부가가치를 높이고 새로운 가치 창출을 가능케 하는 등 공공정보가 지식정보의 원천으로 지탱되도록 하는 계기가 되고 있습니다.

정부 3.0의 근간이 되는 공공데이터가 각 분야에서 활발히 활용되기 위해서는 데이터의 생산과 제공이 원활히 이루어져야 하는 바, 본원이 생산하고 있는 다수의 공공데이터 중 「한국의 소비생활지표」는 매우 중요한 자료로 평가받고 있습니다.

현재 각 부처와 기관들은 국민생활의 분야별로 다양한 지표들을 발표하고 있고 특히 시대와 환경변화에 따라 기존의 지표를 수정하거나 새로운 지표를 개발하여 우리의 모습과 변화상을 파악하고 국가 정책의 기반 자료로 활용하여 그 결과를 데이터와 통계 등으로 제공하고 있습니다. 이에 본원은 2012년 「한국의 소비생활지표」를 개발하여 국민생활을 소비자 관점에서 바라보고 사회통계적인 관점에서 총체적으로 파악할 수 있도록 소비분야의 전문 지표를 만들었습니다. 또한 2013년 그 결과를 언론 등을 통해 발표하여 ‘소비생활 중산층 귀속율’과 ‘가계 소비의 경제적 부담 비목’ 등과 같은 주요 내용이 다수 보도된 바 있으며, 지표 데이터의 공개를 통해 민간 연구 분야에서도 활용될 수 있도록 하는 등 공공데이터의 개방과 가치 제고에 기여한 바 있습니다.

향후, 국민소비생활의 진단과 소비자정책 모니터링의 기본틀인 본 지표가 공공데이터로서 그 활용성과 부가가치를 높여 정부 3.0의 추진 방


향에 적극 부응하기 위해서는 정기적으로 해당 데이터와 통계를 생산하고 제공하는 것이 중요합니다. 이를 위해서는 최근 소비환경과 정책 기조 등을 재검토하고 미래 변화를 예측하여 본 지표에 반영하여 장기적으로도 지속가능한 지표로 자리매김하는 것이 필요합니다.

연구자는 이러한 연구 필요성에 기초하여 기존 지표의 체계는 유지하되, 지표의 대표성과 활용성을 보완하는 차원에서 개편 작업을 진행하였습니다. 본 연구과정을 통해 정교한 지표 개편이 가능하도록 연구 방법론을 적용하고 특히 지표 관련 전문가 그룹들과의 활발한 논의를 통해 그 결과를 적극 반영한 것으로 파악됩니다.

향후 개편된 「한국의 소비생활지표」에 따라 지속적으로 데이터와 통계 등을 생산, 제공하여 정책 당국 뿐 아니라 언론과 학계, 연구기관 등 이해관계자의 관심과 활용을 보다 더 높일 수 있을 것으로 기대됩니다.

어려운 여건에서도 연구를 수행해 준 연구자의 노고를 격려하며, 연구와 토론과정에 도움을 준 원내외 관계자 여러분들께도 감사의 뜻을 전합니다. 본 지표에 대한 연구자의 지속적인 연구와 검토를 통해 이 주제에 대한 논의가 보다 활발해지고 있는 가운데, 본 보고서가 관련 연구와 소비자정책적 활용 등을 위해 널리 참고되고 후속 연구로 이어질 수 있기를 희망합니다.

2014. 12.

한국소비자원  
원장 

## 국문요약

국민소비생활의 진단과 소비자정책 모니터링의 기본틀 마련을 위해 '12년 개발된 「한국의 소비생활지표」는 '13년 본 지표 발표를 통해 주요 내용이 언론 등을 통해 조명되었으나 정책적·연구적·정보적인 차원에서 활용성을 높이고 향후 보다 지속가능한 지표로서 기능하기 위하여 보완하고 개선해야할 부분이 존재하였다.

따라서, 지표 개선은 기 개발·발표된 「한국의 소비생활지표」의 개념과 범위 등 기본틀은 유지하되, 70개 개별지표의 구성과 내용의 적절성, 지표별 산식과 측정도구의 타당성 등을 중심으로 검토하고 활용성과 대표성 확보차원에서 지표 개선(안)을 마련하고 최종 점검·수정 후 지표 개편을 확정하였다. 지표 개선(안) 수립을 위한 연구방법은 한국의 소비생활지표 평가, 지표개선 요구도 의견조사, 국내외 관련지표의 분석 등을 수행하여 현 지표 평가와 지표개선 요구도 의견조사를 통해 유지, 수정, 삭제 지표를 선정하고 지표 체계의 적절성을 검토하였다. 지표개선 요구도 파악을 위한 의견조사와 국내외 관련 지표의 분석을 통해 새롭게 추가될 지표를 선정하였다. 개선(안) 지표의 최종 확정을 위한 연구방법은 전문가 자문회의, 소비자 설문조사 등을 수행하였다. 전문가 자문회의를 통해 개선(안) 지표의 타당성을 검토하고 소비자 설문조사를 통해 지표 작성을 위한 측정도구 및 데이터의 신뢰성을 점검하였다.

개편된 「한국의 소비생활지표」는 소비생활의 모습을 통해 소비자권의 수준과 현황을 파악하는 기본틀로 정의되는 바, 소비자의 관점에서 소비자정책을 평가하고 소비생활의 문제경험과 만족수준 등을 진단하는 도구로서 지표 체계는 소비생활의 주요 여건이 소비 경험에 영향을 미치는

관계를 구조화하였다. 소비생활의 주요 여건으로는 경제적 측면의 가계 소비와 소비자정책 평가 등의 두 부문으로, 소비생활에 따른 소비경험은 소비자문제 경험과 소비 만족 부문으로 구분하여 본 지표는 4개 부문, 8개 영역, 29개 하위영역, 70개 개별지표로 구성하였다. 지표의 작성방법으로, 소비자정책 평가 부문 정책 집행 영역의 22개 지표는 정책 추진 실적자료에 기반하여 통계를 작성하고, 이외에 48개 지표는 소비자를 대상으로 하는 「한국의 소비생활지표 조사」를 통해 작성된다.

금번 개편 작업은 소비환경과 정책 기조 변화를 반영하고 지표의 지속가능성을 제고하는 차원에서 수행된 바, 본 연구를 통해 개편된 지표 내용을 반영하여 지난 '13년 발표에 이어 향후 「2015 한국의 소비생활지표」 결과를 발표할 예정으로, 이를 통해 소비생활의 경험과 소비환경 개선의 측면에서 현황과 변화 동향, 향후 전망 등을 파악하고 소비자정책적 시사점 제시할 예정이다.

「한국의 소비생활지표」 소비자정책 과정에서 다소 소홀하기 쉬운 소비자의 입장에서 생활 속의 소비자문제와 경험을 진단하고 정책 성과에 대한 체감도를 파악할 수 있는 실증적(evidence-based) 정책평가 도구로서의 의의를 가진다. 특히 EU의 Consumer Conditions Index를 국내 지표에 적용하여 소비자정책 성과에 대한 종합적인 수준과 달성 정도를 파악하고 EU와의 비교 등을 통해 보다 객관적이고 상대적으로 진단할 수 있을 것으로 판단되므로, 지표의 신뢰성과 활용성 등의 제고 차원에서 지속적인 검토과정이 필요할 것으로 판단된다.

## 차 례

머리말 .....	1
국문요약 .....	3
<b>1. 연구의 개요 .....</b>	<b>13</b>
1) 연구의 배경 및 목적 .....	13
2) 연구의 대상 및 방법 .....	15
<b>2. 한국의 소비생활지표 평가 .....</b>	<b>19</b>
1) 지표 개요 및 평가 방법 .....	19
2) 지표 평가 결과 .....	24
<b>3. 지표 개선 요구도 파악을 위한 전문가 의견조사 .....</b>	<b>39</b>
1) 전문가 의견조사 개요 .....	39
2) 전문가 의견조사 결과 .....	40
3) 전문가 의견조사 결과요약 및 시사점 .....	52
<b>4. 소비생활관련 국내외 관련지표 분석 .....</b>	<b>57</b>
1) 국내외 관련지표 분석 개요 .....	57
2) 국내외 관련지표 분석 결과 .....	58
3) 국내외 관련지표 분석을 통한 시사점 .....	69

5. 소비생활지표 개선(안) 수립 .....	75
1) 소비생활지표 개선(안) 도출 .....	75
2) 소비생활지표 개선(안) 체계와 구성 .....	84
6. 소비생활지표 개선(안) 타당성 검토 .....	91
1) 전문가 자문회의 결과 .....	91
2) 소비자 설문조사 결과 .....	102
7. 「한국의 소비생활지표」의 개편 .....	127
1) 개편 지표의 체계와 구성 .....	127
2) 개편 지표의 개별지표 구성 .....	131
3) 개편 지표의 개별지표 설명 .....	134
8. 결 론 .....	159
1) 지표 개선 과정의 요약 .....	159
2) 지표 활용성 증대 방안 .....	160
참고문헌 .....	163
<b>부 록</b>	
<부록 1> 70개 개별지표 평가 결과 .....	165
<부록 2> 국내외 관련지표의 개요 .....	206
<부록 3> 전문가 의견조사용 질문지 .....	222
<부록 4> 한국의 소비생활지표 조사지 .....	233
Executive Summary .....	255

## 표 차례

<표 2-1> 지표 평가를 위한 요소와 기준 .....	22
<표 2-2> 지표 평가결과의 종합 .....	24
<표 2-3> 지표 평가결과의 요약 .....	31
<표 3-1> 전문가 의견조사의 개요 .....	40
<표 3-2> 소비자안전의 강화 하위영역의 대표성 평가 결과 ...	41
<표 3-3> 거래의 적정화 하위영역의 대표성 평가 결과 ....	41
<표 3-4> 교육 및 정보제공 하위영역의 대표성 평가 결과 ...	42
<표 3-5> 소비자피해구제 하위영역의 대표성 평가 결과 ...	43
<표 3-6> 소비자분쟁해결 하위영역의 대표성 평가 결과 ...	44
<표 3-7> 소비자참여 하위영역의 대표성 평가 결과 .....	44
<표 3-8> 소비자단체 하위영역의 대표성 평가 결과 .....	45
<표 3-9> 문제경험 영역의 활용성 평가 결과 .....	46
<표 3-10> 거래방식 영역 이용행태 하위영역의 활용성 평가 ...	47
<표 3-11> 거래방식 영역 문제경험 하위영역의 활용성 평가 ...	47
<표 3-12> 소비만족도 영역의 활용성 평가 .....	48
<표 3-13> 소비수준 부문의 활용성 평가결과(중복응답) ....	49
<표 3-14> 정책성과 지표 중 대표성이 낮게 평가된 지표 ...	52
<표 3-15> 문제경험 지표 중 활용성이 낮게 평가된 지표 ...	53
<표 3-16> 정책성과 지표 중 대표성이 높게 평가된 지표 ...	54
<표 3-17> 문제경험 지표 중 활용성이 높게 평가된 지표 ...	54
<표 4-1> 소비생활지표 체계에 따른 국내외 지표 평가 ....	58

<표 4-2> 소비수준 부문의 국내외 관련지표 내용 .....	59
<표 4-3> 소비경험 부문의 국내외 관련지표 내용 .....	62
<표 4-4> 소비환경부문의 국내외 관련지표 내용 .....	66
<표 5-1> 개별 지표 변경 원칙 .....	76
<표 5-2> 신규 지표 추가 기준 .....	77
<표 5-3> 현행지표와 지표 개선(안)의 비교 .....	78
<표 5-4> 지표 개선(안)의 체계 .....	84
<표 5-5> 문제경험 지표 개선(안)의 구성 .....	85
<표 5-5> 정책성과 지표 개선(안)의 구성 .....	87
<표 6-1> 전문가 자문회의 논의사항 .....	91
<표 6-2> 전문가 자문회의 반영 및 수정사항 .....	101
<표 6-3> 소비자조사의 설계 .....	103
<표 6-4> 소비자조사의 내용 .....	103
<표 6-3> 소비자조사를 통한 반영 및 수정내용 .....	123
<표 7-1> 개편 지표의 부문과 영역별 구성 .....	129
<표 7-2> 개편 지표의 개별지표 구성 .....	131
<표 7-3> 가계소비 여건 부문의 개별지표 설명 .....	134
<표 7-4> 소비자정책 여건 부문의 개별지표 설명 .....	138
<표 7-5> 소비자문제경험 부문의 개별지표 설명 .....	146
<표 7-6> 소비 만족 부문의 개별지표 설명 .....	154

## 그림 차례

<그림 1-1> 지표 개선 연구의 방법 및 과정 .....	15
<그림 2-1> 소비생활지표의 구성 .....	20
<그림 2-1> 지표 체계 상 영역 및 하부영역의 명칭변경(안) ...	35
<그림 5-1> 지표 개선안 도출 과정 .....	76
<그림 6-1> 지표작성 과정과 단계 .....	92
<그림 6-2> 주요 소득원천별 월평균세전소득 통계 결과 ...	104
<그림 6-3> 비지출의 증가한 경우, 요인별 비율 통계 결과 ...	105
<그림 6-4> 소비지출이 감소한 경우, 요인별 비율 통계 결과 ...	106
<그림 6-5> 기본 소비생활에 대한 박탈감 인식율 통계 결과 ...	107
<그림 6-6> 의생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 비율 통계 결과 .....	108
<그림 6-7> 주생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 비율 통계 결과 .....	110
<그림 6-8> 교육서비스의 소비자문제 유형별 비 통계 결과 ...	111
<그림 6-8> 경조사관련 소비자문제 유형별 통계 결과 ....	112
<그림 6-10> 통신서비스에 대한 소비자문제 유형별 비율 통계 결과 .....	113
<그림 6-11> 교통생활의 안전사고 불안감 인식 통계 결과 ...	114
<그림 6-12> 차량구매/수리서비스의 소비자문제 유형별 비율 통계 결과 .....	115

<그림 6-13> 여행/관람서비스의 소비자문제 유형별 비율 통계 결과 .....	116
<그림 6-14> TV홈쇼핑/인터넷쇼핑/해외직구 이용횟수 및 구매액, 소비자피해경험을 통계 결과 .....	117
<그림 6-15> 소비자보호법과 제도에 대한 소비자지식 수준 통계 결과 .....	118
<그림 6-16> 소비자중심경영 인증기업의 소비자신뢰율 통계 결과 .....	119
<그림 6-17> 소비자분쟁조정제도에 대한 소비자인지 및 용이성 인식을 통계 결과 .....	120
<그림 6-18> 기업/소비자단체/정부의 소비자참여활동 경험을 및 참여의사를 통계 결과 .....	121
<그림 6-19> 친환경·윤리소비 실천을 통계 결과 .....	122
<그림 7-1> 개편 지표의 체계 .....	128

# 1. 연구의 개요

1) 연구의 배경 및 목적

2) 연구의 대상 및 방법



## 1. 연구의 개요

### 1) 연구의 배경 및 목적

본원은 국민소비생활의 진단과 소비자정책 모니터링의 기본틀 마련을 위해 '12년 소비생활지표를 개발하고 데이터 생산 및 통계화 과정을 거쳐 '13년 「한국의 소비생활지표」를 발표하였다. 기 개발된 소비생활지표는 '91년~'97년까지 총 3회에 걸쳐 발간된 지표를 소비생활환경과 법·제도 변화에 기초하여 체계와 내용을 새롭게 구조화하였다. 또한 정책적 관점에서 소비자기초정보의 생산 및 활용코자 한 EU의 Consumer Condition Scoreboard, 일본의 Panel Survey of Consumers, OECD의 소비자불만지표 등을 반영, 지표화하여 소비자의 관점에서 평가한 정책 성과를 국제비교가 가능토록 개발하였다. 특히, 삶의 질과 직결된 소비생활의 모습을 사회통계적 정보로 제공하고 경제·사회·주거·교육·안전·환경·복지·문화 등 전 분야를 포괄하여 국민생활을 소비의 관점에서 바라보고 그 현 주소를 파악케 하는 전문 지표로 활용토록 작성하였다.

한편, '13년 9월 발표된 본 지표는 언론을 통해 주요 내용이 다수 보도되었고 최근까지도 분석기사와 전문가칼럼 등에 통계가 인용되었으며 '14년 3월 지표 데이터의 공개를 통해 민간 연구 지원 등 지표의 활용도를 다각화하고 있다. 신문·방송·인터넷매체·시사주간지 등을 통해 가장 많이 보도된 지표는 '소비생활 중산층 귀속율'로 현 정부의 중산층 복원정책 추진과 맞물려 소득기반 중산층지표의 정성적 보조지표로 조명되었으며 경제적 부담 지출 비목 지표에 대한 매체의 관심도 컸다. 이밖에, 소비생활 분야별 관련된 전문 매체들도 식품안전, 의료소비자 권리, 생협 이용만족도 등에 대한 주요 결과를 다루어 다양한 분야에 걸쳐 국민소비생활을 조망하는 소비지표로 인식되고 있다. 특히 공공데

이터의 민간 활용 제고 차원에서 지난 3월 ‘소비생활지표 활용 연구 공모사업’을 통해 전문연구자들에게 데이터를 제공하고 본 지표를 활용하여 소비자정책연구를 지원하였다.

그러나, 본원이 지속적·정기적으로 소비생활지표를 발표하고 정책적·연구적·정보적인 차원에서 보다 활용성을 높여 국민소비생활의 대표지표로 자리매김하기 위해서는 보완하고 개선해야 할 부분이 존재한다. 첫째, 일부 지표의 경우 명칭이나 설명이 모호하거나 측정내용이 명확치 않은 바, 이는 개별 지표별로 소비자정책 및 유관정책에 어떻게 활용될 수 있는지 그 목적이 명확히 제시되지 않은 측면으로, 각 지표의 활용성을 검토할 필요가 있다. 둘째, 정책 성과를 측정하는 지표의 경우, 그 대표성과 포괄성 등에 대한 이해당사자간 인식차이가 나타났고 특히 일부 실적 지표는 통계 해석과 지표생산의 지속성 등의 측면에서 재검토가 필요하다. 셋째, 일부 지표의 정의 및 산식, 측정방법 등에 문제가 나타나 지표의 근간이 되는 데이터 생성과 통계 산출, 의미해석 등에서 오류가 존재한다. 넷째, 지표가 소비생활의 현상과 변화를 효과적으로 진단하고 예측하는 도구로서 기능하기 위해서는 비교용이성과 방향성을 갖춘 지수화 통계 산출이 필요한 바, 현재는 일부 개별지표에만 국한되어 있는 실정이다. 다섯째, 지표 결과로 통계자료집 뿐 아니라 지표 간 연계분석과 추론분석 등에 기반한 분석보고서 발간을 통해 부가가치를 지닌 새로운 정보를 제공할 필요가 있는 바, 이를 고려해 볼 때 현행 지표의 개선 필요성이 나타나고 있다.

따라서, 지표 개선은 기 개발·발표된 「한국의 소비생활지표」 체계의 기본틀은 유지하되, 70개 개별지표의 구성과 내용의 적절성, 지표별 산식과 측정도구의 타당성 등을 중심으로 검토하고 활용성과 대표성이 확보된 지표 개선(안)을 마련하여 최종 점검·수정 후 지표 개편을 확정하였다.

## 2) 연구의 대상 및 방법

### (1) 연구의 대상과 내용

본 연구의 대상은 본원이 기 개발·발표한 「한국의 소비생활지표」 체계와 결과물 전체로 하되, 70개 개별지표의 구성과 내용의 적절성, 지표별 산식과 측정도구의 타당성 등을 중심으로 검토하고 지표의 활용성 증대 측면의 구체적 개선방안을 제시하였다.

지표 개선의 주요 내용은 70개 개별지표 중 유지, 수정, 삭제, 추가 대상 지표를 선정하고 지표 변경에 따른 체계와 구성, 지표 설명을 재정비한 후 지표 작성을 위한 산식 및 측정도구를 수정하였다.

### (2) 연구의 방법과 과정

이상의 연구 내용을 수행하기 위한 방법과 추진 과정은 아래 <그림 1-1>과 같다.



<그림 1-1> 지표 개선 연구의 방법 및 과정

먼저, 지표 개선(안) 수립을 위한 연구방법은 한국의 소비생활지표 평가, 지표개선 요구도 의견조사, 국내외 관련지표의 분석 등을 수행하였다. 현 지표 평가와 지표개선 요구도 의견조사를 통해 유지, 수정, 삭제 지표를 선정하고 지표 체계의 적절성을 검토하였고 지표개선 요구도 파악을 위한 의견조사와 국내외 관련 지표의 분석을 통해 새롭게 추가될 지표를 선정하였다.

다음으로, 개선안 지표의 최종 확정을 위한 연구방법은 전문가 자문회의, 소비자 설문조사 등을 수행하였다. 전문가 자문회의를 통해 개선안 지표의 타당성을 검토하고 소비자 설문조사를 통해 측정도구 및 데이터의 신뢰성 점검하였다.

## 2. 한국의 소비생활지표 평가

- 1) 지표 개요 및 평가 방법
- 2) 지표 평가 결과
- 3) 지표 평가결과 요약 및 시사점



## 2. 한국의 소비생활지표 평가

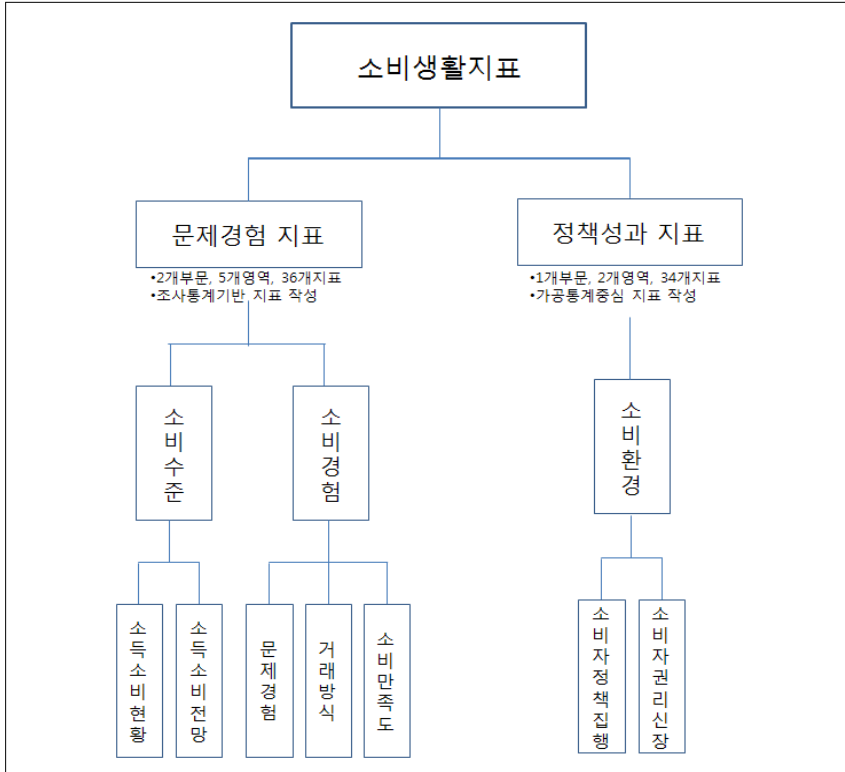
### 1) 지표 개요 및 평가 방법

#### (1) 현행 지표의 개요

현행 「한국의 소비생활지표」의 개념은 “소비생활의 문제경험과 소비자정책의 성과 모니터링을 통한 소비자권익 현황 파악을 위한 척도”로 정의하였다. 즉, 소비자의 관점에서 소비생활에 중요한 정책 성과와 소비경험 등을 파악하여 통계적으로 확인할 수 있도록 체계화한 도구이고 소비안정성과 시장에서의 문제경험, 소비자정책 성과 등을 종합적으로 파악하여 국민생활을 소비관점에서 조망케 하는 지표이다.

지표의 구성은 <그림 2-1> 같이 문제경험 지표와 정책성과 지표로 구성하였고 3개 부문, 7개 영역, 30개 하위영역, 70개 개별지표로 이루어져있다.

지표의 작성방법으로, 문제경험 지표는 소비생활조사에 기반하여 통계를 작성하였고 정책성과 지표의 경우 10개 지표는 조사통계로, 24개 지표는 가공통계로 작성하도록 구성하였다.



〈그림 2-1〉 소비생활지표의 구성

## (2) 지표 평가 방향 및 방법

본 연구에서 지표 평가는 현 지표 체계는 유지하되, 소비생활 환경 및 정책기조 변화를 반영하여 개별지표 각각에 대해 실시하였다. 먼저 문제경험 지표 평가 시, 소비생활 환경 변화를 얼마나 반영하고 있는지 평가하기 위하여 선행연구<sup>1)</sup>를 참고하여 서비스시장 성장, 가격민감 실

1) 이득연 외(2013), “제3차 소비자정책 기본계획 수립방향 연구”, 한국소비자원 정책연구보고

속소비, 소비자영향력 증대, 환경·에너지 위기 심화, 불황지속·가계부채 증대, 인구·가족구조의 변화, 소비시장 글로벌화, 정보통신 융합서비스 등장, 사회적 양극화 심화, 안전위기 심화 등 10대 소비자이슈를 반영하였다. 또한 정책성과 지표 평가 시, 소비자기본법 제21조에 명시된 소비자정책 목표와 제1, 2, 3차 소비자정책기본계획에 근거하여 정책수행의 지속성과 정책기조 변화 등을 반영하여 실시하였다.

개별지표 평가 시 적용할 중요 요소의 선정을 위해 선행연구를 검토<sup>2)</sup>한 후 문제제경험 지표와 정책성과 지표 각각의 평가틀을 적용하여 지표별 현행 ‘유지’, ‘수정’, ‘삭제’ 등으로 판단하였다. 먼저, 조사통계 기반인 문제제경험 지표의 평가요소는 활용성, 차별성, 지속성 등 3개 요소로 구성하였다. 다음으로, 가공통계 중심인 정책성과 지표의 평가요소는 본 연구시행계획보고 시 연구협의 의견<sup>3)</sup>을 반영하여 대표성, 포괄성, 지속성 등 3개 요소로 구성하였다. 지표의 평가요소별 기준과 판단은 <표 2-1>과 같다.

서, 배순영 외(2014), “제3차 소비자정책기본계획 수립연구”, 한국소비자원 정책연구보고서.

- 2) 한국사회과학자료원(2012), 「한국의 사회지표 체계개선 연구Ⅱ-소득과 소비영역」.에서는 지표개편 방향으로 개별지표가 갖는 목적, 선행 지표와의 중복성, 지표의 지속가능성 등을 제시하였다.
- 3) 정책성과를 측정하는 지표는 문제제경험 지표와 다른 평가요소를 적용하는 것이 필요하고 대표성과 포괄성 등을 적용할 것을 제안하였다.

〈표 2-1〉 지표 평가를 위한 요소와 기준

평가요소		평가 기준	판단
문제경험 지표	활용성	· 소비자 정책적 중요성과 활용성을 갖는 지표인가?	- 세 개 모두 유지일 경우, ‘ <u>유지</u> ’ - 한 개 이상 수정일 경우, ‘ <u>수정</u> ’ - 세 개 모두 삭제일 경우, ‘ <u>삭제</u> ’
	차별성	· 타 통계와 유사중복성이 낮고 고유성을 갖는 지표인가?	
	지속성	· 소비생활의 변화를 고려하여 향후 연속성을 가지는 지표인가?	
정책성과 지표	대표성	· 정책 목표별 중점적· 핵심적인 과제의 성과평가 지표인가?	
	포괄성	· 다수의 보편적인 소비자 대상 정책과제의 성과평가 지표인가?	
	지속성	· 향후 추진의 연속성을 가지는 정책과제의 성과평가 지표인가?	

조사통계 기반 지표는 기 발표 지표 데이터의 연속성 확보를 위해 유지가능성에 대해 재차 검토 후 판단하였다.

한편, 소비생활지표의 종합적 결과에 대한 정보제공을 위해 현행 지표 평가를 통해 종합지수의 작성가능성에 대해서도 검토하였는데, 이는 본 지표가 소비자권익 현황의 파악 도구임을 감안할 때, 개별지표의 정보 뿐 아니라 지표 체계 전체에 대한 종합적인 현황 파악이 가능한 통계를 제시할 필요가 있음이다. EU의 Consumer Conditions Scoreboard의 경우, 전체 지표 중 소비자조사에 기반한 지표 일부를 구조화하여 ‘Consumer Conditions Index’를 산출하고 있는 바, EU의 지수 모델을 본 지표에 적용 가능한 지 검토하였다.

이밖에, 지표가 내포하는 소비생활의 현상과 변화에 대한 효과적인 비교 및 통계 해석의 명확화를 위해 지표별 지수화 가능성을 살펴보았다. 개별지표별 현 측정도구를 바탕으로 지수화가 가능한 경우 가능한

한 지수로 전환하였다. 특히, ‘소비생활 중산층 귀속율’, ‘식품에 대한 위해불안감 인식율’, ‘소비생활 만족도’ 등 언론 및 사회의 관심도가 높은 지표의 경우 지수화가 필요하다.

또한 정책성과 지표의 경우, 국제비교 등을 위해 필요한 지표는 유지하는 방향으로 검토하였는데, 지표평가 결과 ‘수정’ 혹은 ‘삭제’ 필요성이 있는 지표라 할지라도 일본, EU 등 관련 통계를 생산하고 있어 국제비교가 가능할 경우 유지가능성에 대해 살펴보았다.

2) 지표 평가 결과

앞서 제시한 지표 평가 방법에 따라 70개 개별지표별 평가 결과(세)를 종합해 보면 <표 2-2>와 같다.

<표 2-2> 지표 평가결과와의 종합

부문	지표체계		현행 지표명	평가 결과	평가 근거
	영역	하위 영역			
소 비 수 준	소득 소비 현황	소비 규모	-가계 월평균 총소득 및 주요 소득 원천	수정	지표 차별성을 위해 '주요 원천별 가계 월 평균소득'으로 수정
			-소비생활 증산증 귀속율	수정	지표 활용성을 위해 '증산증 상하격차지수'로 변경
	소 비 수 준	소비 변화	-1년전과 비교한 소득 증감율	유지	
			-1년전과 비교한 소비지출 증감율	수정	지표 활용성을 위해 '소득-소비증감 격차지수'로 변경
			-소비지출이 증가한 경우, 그 이유	수정	지표 활용성을 위해 '소비지출이 증가한 경우, 요인별 비율'로 변경
			-소비지출이 감소한 경우, 그 이유	수정	지표 활용성을 위해 '소비지출이 감소한 경우, 요인별 비율'로 변경
			-최근 1년간 가계지출 중 경제적 부담이 큰 비목	유지	

4) 70개 개별지표 별 지표 평가 결과는 <부록 1>에 제시하였으며, '수정', '삭제'일 경우, 평가 근거를 명시하였다.

소비 진망	소득 소비 진망	소비 규모	-1년 후 소득수준 증감 전망을	유지	지표 활용성을 위해 '소득-소비증감전망 격차지수'로 변경	
		소비 변화	-1년 후 소비지출 증감 전망을	수정		
		전체	-1년 후 가계지출 중 경제적 부담이 늘어날 비목	수정	지표 활용성을 위해 '비목별 경제적부담 증가 예측 지수'로 변경	
	문제 경험	전체	전체	-소비자피해경험율	수정	지표 활용성을 위해 '소비자피해경험지수 및 분야별 소비자피해경험율'로 수정
			의생활	-평균 소비자피해액	유지	
			식생활	-의생활에서의 소비자문제 유형별 인식율	수정	지표 활용성을 위해 물품과 서비스로 구분 하여 문제 유형 파악
		문제 경험	의생활	-식품에 대한 위해 불안감 인식율	수정	지표 활용성을 위해 '식품에 대한 위해 불 안감지수'로 변경
			주생활	-주생활에서의 소비자문제 유형별 인식율	수정	지표 활용성을 위해 물품과 서비스로 구분 하여 문제 유형 파악
			의료	-의료소비자권리보장에 대한 인식율	유지	
		문제 경험	교육	-교육서비스의 소비자문제 유형별 인식율	수정	지표 활용성을 위해 사교육과 성인교육 서 비스로 구분하여 문제 유형 파악
			관혼 상제	-관혼상제관련 소비자문제 유형별 인식율	수정	지표 활용성을 위해 '경조사관련'(결혼식, 돌잔치, 회갑칠순잔치, 장례식 등)으로 변경
			통신	-통신비 부담에 대한 소비자문제 유형별 인식율	수정	지표 활용성을 위해 소비자문제 유형에 국 가 통신정책에 대한 소비자인식을 추가

소비 경험

지표체계	지표체계		현행 지표명	평가 결과	평가 근거	
	부문	영역				
소 비 경 험	문제 경험	하위 영역	교통 자동차  금융  여가 생활  녹색 생활  점포 거래 방식	-교통생활의 안전사고 불안감 인식율 -자동차관련 소비자문제 유형별 인식율 -금융소비자문제 경험율	삭제  수정  유지	지표 활용성, 차별성, 지속성 등 모든 평가요소에서 부적절  지표 활용성을 위해 신차구매/수리점검서비스로 구분하여 문제 유형 파악
				-여가생활의 안전사고 경험율 -여가생활의 소비자문제 유형별 인식율	수정  수정	지표 활용성을 위해 '여가생활 분야별 경험율 및 안전사고 경험지수'로 변경  지표 활용성을 위해 여가생활 중 '여행서비스의 소비자문제 유형별 인식율'을 파악할 수 있도록 변경
				-녹색생활 실천율 -녹색구매관련 소비자문제 유형별 인식율	수정  삭제	지표 활용성과 차별성을 위해 소비경험 부문 문제경험 영역에서 소비환경 부문 소비지역광강화 영역으로 지표 이동하고 '친환경·올리소비 실천율'로 변경  활용성, 차별성, 지속성 등 모든 평가요소에서 부적절
	거래 방식	점포 거래	-매월 점포거래 유형별 이용률 및 횟수 -점포거래 유형별 소비자피해 경험율	유지  유지		

			-특수판매 유형별 이용률 및 횟수	수정	지표 활용성을 위해 특수판매 유형 중 할부거래는 계속 할부거래로 수정
	특수 거래		-특수판매 유형별 소비자피해 경험률	수정	지표 활용성을 위해 특수판매 유형 중 할부거래는 계속 할부거래로 수정
	전자상거래		-매월 전자상거래 유형별 이용횟수 및 1회당 구매 금액	수정	지표 활용성을 위해 전자상거래 유형 중 해외 직점구매 추가
	기타 거래		-전자상거래 유형별 소비자피해 경험률	수정	지표 활용성을 위해 전자상거래 유형 중 해외 직점구매 추가
			-기타 거래 유형별 이용경험률	유지	
			-소비생활 만족도	유지	
소비만족도	소비생활		-소비생활영역량 만족도	수정	지표 활용성을 위해 소비경험 부문 소비만족도 영역에서 소비환경 부문 소비자역량 강화 부문으로 지표영역 이동. 자체 조사 통계 보다는 본원 소비자역량조사 통계를 활용하고 '소비지역량점수 및 분야별 역량 지수'로 수정
			-거래 유형별 만족도	유지	
소비환경	소비자정책의 집행	소비자 안전의 강화	-소비자위해 시정조치 건수 및 비율	수정	지표 대표성 확보를 위해 '소비자위해정보를 활용한 후속조치 건수 및 비율'로 수정
			-자발적 리콜비율	유지	

지표체계	지표체계		평가 근거		
	영역	하위 영역			
소 비 환 경	소비자 정책의 집행	소비자 안전의 강화	현행 지표명	평가 결과	평가 근거
			-식품안전정책 추진에 대한 소비자신뢰 수준	수정	지표 대표성 확보를 위해 '주요 식품안전 정책'에 대한 소비자신뢰지수'로 변경
			-수입물품 원산지표시 위반 시정 실적	삭제	소비자안전 강화 영역을 대표하는 지표로 부적절
		-제품안전모니터링을 통한 시정조치건수 및 비율	유지		
		-위해상품판매차단시스템 보급수	수정	지표 대표성 확보를 위해 '위해상품판매차단시스템 이용 소비자 수 및 증가율'로 변경	
		-불공정약관 시정조치 건수 및 비율	유지		
	거래의 적정화	거래의 적정화	-부당 표시·광고 시정조치 건수 및 비율	유지	
			-전자상거래 위반 시정조치 건수 및 비율	유지	
			-특수거래 자율분쟁조정에 의한 규제건수 및 보상 금액	수정	지표 대표성 확보를 위해 특수거래 적정화 성과 파악을 위한 다른 내용으로 변경
			-10세이상 인구 천명당 전자상거래 피해구제건수	유지	
			-소비자정책 추진에 대한 소비자인지율 및 평가	수정	지표 대표성 확보를 위해 소비자인지율을 고려한 '주요 소비자정책에 대한 소비자신뢰지수'로 변경
			-중요정보고시 위반행위 적발 건수	유지	

교육 및 정보 제공	-소비자리더대상 교육 참가자 수	유지				
	-취약계층 소비자교육 참가자 수	수정				지표 대표성 확보를 위해 '사회적 배려계층 소비자교육 참가자 수'로 변경
	-소비자관련 교과목 선택 고등학교 수 및 비율	수정				소비자관련 교과목을 선택한 중학교 수 및 비율까지 포함하여 파악하는 것으로 변경
	-생활품 가격정보(T-price)제공 품목 수 및 판매 점수	유지				
	-품질비교정보(비교공감) 제공건수 및 정보이용자수	유지				
	-10세이상 인구 천명당 소비자상담(1372) 건수	유지				
	-소비자피해구제 처리결과 현황 및 합의권고율	수정				지표 대표성 확보를 위해 부처별 피해구제 시스템의 처리건수를 모두 통합하여 작성하고 '10세이상 인구 천명당 소비자피해구제 처리건수'로 변경
	-소비자분쟁조정 건수 및 조정성립율	수정				본원 포함 8개 소비자관련 행정청 분쟁조정위원회의 처리건수 및 조정성립율의 합계를 파악하는 것으로 변경
	-소비자피해구제 이용 고객만족도	유지				
	-소비자중심경영(CCM) 중소기업 인증비율	유지				
소비자 피해 구제	-소비자중심경영(CCM) 소비자인증율	수정				지표의 대표성과 포괄성 확보를 위해 '소비자중심경영 인증기업에 대한 소비자인증률'로 변경

부문	지표체계		현행 지표명	평가 결과	평가 근거
	영역	하위 영역			
소 비 환 경		기타	-지자체 소비생활센터 보조금 지급액수	삭제	지표의 대표성과 포괄성, 지속성 등 모든 평가요소에서 부적절
			-사업자에게 이의제기하는 소비자비율	유지	
			-불만족 후 추가조치를 안한 소비자비율	수정	지표 대표성 확보를 위해 '기업대응 불만 시 증립기관에 의뢰경험 비율'로 변경
			-ADR 및 사업적 해결 용이성에 대한 인식율	수정	지표 대표성과 포괄성 확보를 위해 'ADR 참여 의사율'로 변경
	소비자 권리의 신장	소비자 참여	-소비자참여형 정보(소비자특독) 작성 건수	유지	
			-미디어의 영향으로 구매행동을 바꾼 소비자비율	유지	
			-소비자단체에 회원으로 참여하는 비율 및 기간	수정	대표성 확보를 위해 소비자단체 참여활동 비율로 변경
			-기업활동에 참여경험이 있는 소비자비율	수정	지표 대표성 확보를 위해 '기업·소비자단체·정부 등의 소비자참여활동 경험율'로 변경
		소비자 단체	-소비자단체 보조금 지원 액수	삭제	소비자권리의 신장 영역과 소비자단체 하위영역의 평가 지표로 대표성 측면에서 부적절
			-소비자단체에 대한 소비자인지율 및 신뢰율	유지	

지표를 평가한 결과, ‘유지’, ‘수정’, ‘삭제’, 각각에 해당하는 지표를 분류하여 요약해보면 <표 2-3>과 같다.

〈표 2-3〉 지표 평가결과의 요약

평가 결과 지표 체계	유지	수정	삭제
소득 소비 현황	-1년전과 비교한 소득 증감을 -최근 1년간 가계지출 중 경제적 부 담이 큰 비목	-가계 월평균소득 및 주요 소득 원천 -소비생활 중산층 귀속율 -1년전과 비교한 소비지출 증감을 -소비지출이 증가한 것으로 평가한 경우, 그 이유 -소비지출이 감소한 것으로 평가한 경우, 그 이유	
소비 수준	-1년 후 소득수준 증감 전망율	-1년 후 소비지출 증감 전망율 -1년 후 가계지출 중 경제적 부담이 늘어 날 비목	
소비 경험	-1인당 평균 소비자피해액 -의료·소비자권리 보장에 대한 인식율 -금융·소비자문제 경험율	-소비자피해경험율 -의생활에서의 소비자문제 유형별 인식율 -식품에 대한 위해불안감 인식율 -주생활에서의 소비자문제 유형별 인식율 -교육서비스의 소비자문제 유형별 인식율 -관혼상제관련 소비자문제 유형별 인식율	-녹색구매 관련 소비자문 제 유형별 인식율

평가 결과 지표 체계	유지	수정	삭제
문제 경험		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 교통생활의 안전사고 불안감 인식율</li> <li>- 자동차관련 소비자문제 유형별 인식율</li> <li>- 통신비 부담에 대한 소비자문제 유형별 인식율</li> <li>- 여가생활의 안전사고 경험율</li> <li>- 여가생활의 소비자문제 유형별 인식율</li> <li>- 녹색생활 실천율</li> </ul>	
	소비 경험		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 특수판매 유형별 이용율 및 횟수</li> <li>- 특수판매 유형별 소비자피해경험율</li> <li>- 전자상거래 유형별 이용횟수 및 1회당 구매금액</li> <li>- 전자상거래 유형별 소비자피해경험율</li> </ul>
소비 만족도	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 매일 점포거래 유형별 이용율 및 횟수</li> <li>- 점포거래 유형별 소비자피해경험율</li> <li>- 기타 거래 유형별 이용경험율</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자생활만족도</li> <li>- 거래유형별 만족도</li> </ul>	
	소비 환 경	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 자발적 리콜비율</li> <li>- 제품안전모니터링을 통한 시정조치 건수 및 비율</li> <li>- 불공정약관 시정조치 건수 및 비율</li> <li>- 부당 표시·광고 시정조치 건수 및 비율</li> <li>- 전자상거래 위반 시정조치 건수 및</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자위해 시정조치 건수 및 비율</li> <li>- 식품안전정책 추진에 대한 소비자신뢰 수준</li> <li>- 이해상품 판매차단시스템 보급수</li> <li>- 소비자정책 추진에 대한 소비자인지율 및 수행평가</li> <li>- 특수거래 자율분쟁조정제에 의한 구제건수</li> </ul>

		<p>비율</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-10세이상 인구 천명당 전자상거래 피해구제 건수</li> <li>-중요 정보고시 위반행위 적발 건수</li> <li>-소비자리더 대상 교육 참가자수</li> <li>-생활품 가격정보 제공 품목수 및 판매접수</li> <li>-품질비교정보 제공건수 및 정보이용자수</li> <li>-10세이상 인구천명당 소비자상담(1372) 건수</li> <li>-소비자피해구제 이용 고객만족도</li> <li>-소비자중심경영(CCM) 중소기업 인증비율</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>및 보상 금액</li> <li>-취약계층 소비자교육 참가자수</li> <li>-소비자피해구제 처리결과 현황 및 합의 권고율</li> <li>-소비자분쟁조정건수 및 조정성립율</li> <li>-소비자중심경영(CCM) 소비자인지율</li> <li>-소비자관련 교과목 선택 고등학교 수 및 비율</li> </ul>	
<p>소비자 권리의 신장</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>-사업자에게 이의제기하는 소비자비율</li> <li>-소비자참여형 정보(소비자특목) 작성 건수</li> <li>-미디어의 영향으로 구매행동을 바꾼 소비자비율</li> <li>-소비자단체에 대한 소비자인지율 및 신뢰율</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-불만족 후 추가조치를 안한 소비자비율</li> <li>-ADR 및 사법적 해결 용이성에 대한 인식율</li> <li>-기업활동에 참여 경험이 있는 소비자비율</li> <li>-소비자단체에 회원으로 참여하는 비율 및 참여기간</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-소비자단체 보조금 지원액수</li> </ul>
<p>합계</p>	<p>28(40.0%)</p>	<p>38(54.3%)</p>		<p>4(5.7%)</p>

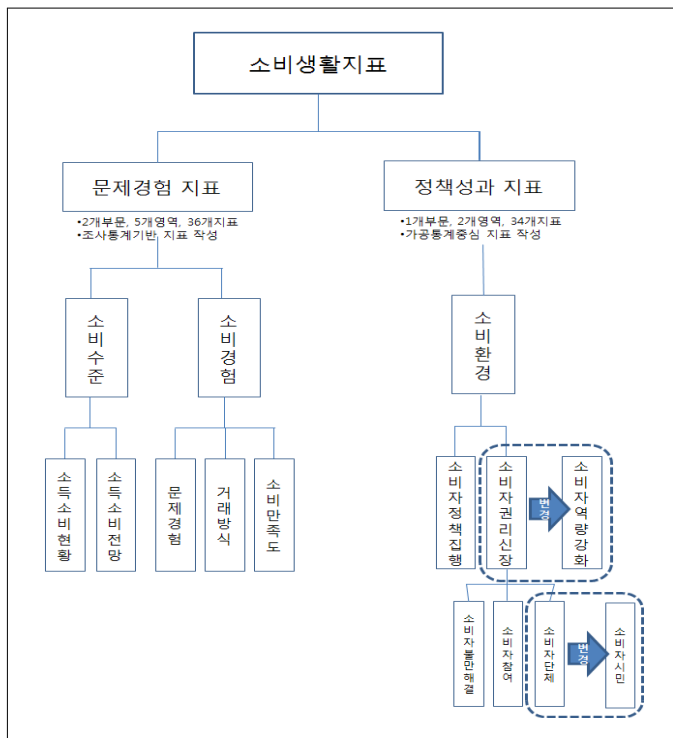
지표 평가 결과를 구체적으로 살펴보면, 전체 70개 지표 중 42개 지표 (60.0%)에 대한 수정, 삭제 등의 변경이 필요한 것으로 나타났다. 이중 28개 지표(40.0%)는 유지, 38개 지표(54.3%)는 수정, 4개 지표(5.7%)는 삭제로 집계되었다. 수정이 필요한 지표는 평가요소 중 활용성과 대표성 측면에서 보완이 필요한 경우가 많았고, 일부 지표는 정책적 활용성 제고를 위해 측정도구의 변경이 필요하였다. 수정 지표로 평가된 38개 지표 중 문제경험 지표 23개는 지표 평가요소 중 활용성의 측면에서, 정책성과 지표 15개는 지표 평가요소 중 대표성의 측면에서 개선이 요구되는 것으로 판단된다. 또한 23개 지표는 지표명과 정의 및 산식의 변경 등 비교적 단순 수정을 통해 13년에 발표된 소비생활지표 통계와의 연속성을 가질 수 있는 반면, 15개 지표는 소비자조사를 통해 통계가 작성되는 지표들로 측정도구의 변경이 요구되는 지표들로 나타났다.

삭제를 검토해야 하는 지표는 문제경험 지표에서 1개, 정책성과 지표에서 3개로 나타난 바, 특히 각 영역에 대한 대표성이나 포괄성 등이 부족하여 지표 체계 개선을 위해 삭제하고 신규 지표로 대체가 필요하였다. 해당 문제경험 지표는 ‘녹색구매관련 소비자문제 유형별 인식율’로, 소비자정책적 활용성이 낮고 타 기관에서 유사, 중복 통계를 생산하고 있으며 소비경험 부문의 지표 체계에 부합되지 않는 문제가 나타났다. 해당 정책성과 지표는 ‘수입물품 원산지표시 위반시정 건수’, ‘지자체 소비생활센터 보조금 지급 액수’, ‘소비자단체 보조금지원 액수’ 등 3개로, 해당 소비자정책 표를 대표하는 지표로 부적절하고 정책 성과를 측정하는 데 포괄성과 지속성에서도 적절치 않은 것으로 평가되었다.

‘녹색생활 실천율’과 ‘소비자역량만족도’는 지표 체계에서 영역 이동과 수정이 필요한 것으로 평가된 바, 지표 체계는 유지하되 일부 영역 및 하위영역의 명칭 변경을 검토할 필요가 있다. 또한 지표의 내용 평

가 결과, 개별지표가 수정 혹은 삭제되거나 지표 이동이 될 경우 체계 상 일부 명칭의 변경이 불가피하다. <그림 2-1>에서 제시한 바와 같이 정책 성과 지표의 영역인 ‘소비자권리의 신장’은 소비환경과 정책기조 변화를 반영하고 개별지표의 지속성 등을 감안할 때, ‘소비자역량 강화’로 변경하고 ‘소비자단체’ 하위영역을 ‘소비자시민’으로 변경이 필요하다.

이상과 같이 지표 체계상 명칭을 변경하고 ‘녹색생활 실천율’은 ‘친환경·윤리소비 실천율’로, ‘소비자역량 만족도’는 ‘소비자역량 개선율’로 수정하여 지표를 이동하는 것으로 평가하였다.



<그림 2-1> 지표 체계 상 영역 및 하부영역의 명칭변경(안)



### 3. 지표 개선 요구도 파악을 위한 전문가 의견조사

- 1) 전문가 의견조사 개요
- 2) 전문가 의견조사 결과
- 3) 전문가 의견조사 결과요약 및 시사점



### 3. 지표 개선 요구도 파악을 위한 전문가 의견조사

#### 1) 전문가 의견조사 개요

본 지표의 활용성과 신뢰성을 높이기 위해 소비자업무 전문가를 대상으로 지표 개선 요구도 파악을 위한 의견조사를 실시하였다. 특히, 정책성과 지표의 경우, 대표성과 포괄성 등에 대한 이해당사자간 인식차이가 존재하고 일부 실적 지표는 통계 해석과 지표생산의 지속성 등의 측면에서 재검토가 필요한 바, 본 지표의 수용도를 높이고 정책성과 평가에 대한 합의된 체계를 마련하기 위하여 본 조사를 실시하고 그 결과를 지표 개선에 반영하였다.

전문가 의견조사는 학계, 소비자단체, 공정위, 본원, 연구기관, 언론 등으로 구분하여 전문가조사 응답 가능자를 섭외하고 요청에 따른 승락을 득한 후, 이메일을 통한 응답지 자기기입 방식으로 실시하였다. 전문가 의견조사의 내용은 지표 개선요구도 파악을 위해 정책성과 지표에 대한 대표성 평가와 문제경험 지표에 대한 활용성 평가 부분으로 구성하였다.

먼저, 개선 요구도가 큰 정책성과 지표 의견조사는 7개 하위영역별 대표성이 높은 지표와 대표성이 낮아 개선이 필요한 지표를 파악하고 지표를 변경할 경우, 하위영역별 대표성을 가질 수 있는 신규지표 제안에 대한 의견을 수렴하였다. 또한, 문제경험 지표 의견조사는 소비경험 부문의 경우 4개 영역별 활용성이 높은 지표와 활용성이 낮아 개선이 필요한 지표를 파악하는 문항과 소비수준 부문의 경우, 활용성이 높은 지표를 파악하는 문항으로 구성하였다.

〈표 3-1〉 전문가 의견조사의 개요

구 분	내 용
조사대상	학계 9명(지표활용 연구공모사업 참가연구자 4명 포함), 소비자 단체 6명, 연구기관 3명, 공정위 2명, 본원 7명, 언론 3명 등 총 30명
조사내용 <sup>5)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 정책성과 지표               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 하위영역별 지표 대표성평가 14문항</li> <li>- 대표성 확보를 위한 지표 변경 시, 신규지표 제안 4문항</li> </ul> </li> <li>· 문제경험 지표               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 영역별 지표 활용성평가 10문항</li> </ul> </li> </ul>
조사방법	조사응답 수락 후, 이메일을 통한 응답지 자기기입 방식
조사기간	2014년 9월 1일~09월 12일
통계처리방법	SPSS/PC+에 의한 컴퓨터 통계처리

## 2) 전문가 의견조사 결과

### (1) 정책성과 지표의 개선 요구도

#### ① 소비자정책 집행 영역의 대표성 평가

먼저 소비자안전의 강화 하위영역에 대한 대표성 평가 결과, ‘소비자 위해 시정조치 건수 및 비율’ 지표가 56.7%로 대표성이 가장 높은 반면, ‘수입물품 원산지 표시위반 시정실적’ 지표가 30.0%로 대표성이 가장 낮게 평가되었다. 이 밖에 ‘식품안전정책 추진에 대한 소비자인지율 및 신뢰율’ 지표도 대표성이 높은 것으로 조사된 반면 ‘위해상품판매차단 시스템 보급수’는 ‘수입물품 원산지표시위반 시정 실적’ 다음으로 대표성이 낮은 지표로 나타났다.

5) 전문가 의견조사지는 <부록 3>에 제시하였다.

〈표 3-2〉 소비자안전의 강화 하위영역의 대표성 평가 결과

단위 : 명(%)

영역	하위 영역	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
소비자 정책의 집행	1. 소비자 안전의 강화	소비자위해 시정조치 건수 및 비율	17(56.7)	-
		자발적 리콜비율	4(13.3)	4(13.3)
		식품안전정책추진에 대한 소비자인지율 및 신뢰율	6(20.0)	5(16.7)
		수입물품 원산지표시위반 시정 실적	-	9(30.0)
		제품안전모니터링을 통한 시정조치건수 및 비율	2(6.7)	4(13.3)
		위해상품판매차단시스템 보급수	1(3.3)	8(26.7)
		전체	30(100.0)	30(100.0)

거래의 적정화 하위영역에 대한 대표성 평가 결과, ‘불공정약관 시정 조치 건수 및 비율’ 지표가 40.0%로 대표성이 가장 높은 반면, ‘특수거래 자율분쟁조정에 의한 구제건수 및 보상금액’ 지표가 40.0%로 대표성이 가장 낮게 평가되었다. 이 밖에 ‘소비자정책 추진에 대한 소비자인지율 및 성과 평가’ 지표는 대표성이 높음과 낮음 모두에서 23.3%로 비교적 높은 비중으로 나타나 지표 수정의 필요성을 신중히 검토할 필요가 있는 것으로 판단된다.

〈표 3-3〉 거래의 적정화 하위영역의 대표성 평가 결과

단위 : 명(%)

영역	하위 영역	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
소비자 정책의 집행	2. 거래의 적정화	불공정약관 시정조치 건수 및 비율	12(40.0)	1(3.3)
		부당·표시 광고 시정조치 건수 및 비율	4(13.4)	-
		전자상거래 시정조치 건수	1(3.3)	-
		특수거래 자율분쟁조정에 의한 구제건 수 및 보상금액	1(3.3)	12(40.0)

	10세이상 인구 천명당 전자상거래피해 구제건수	5(16.7)	5(16.7)
	소비자정책 추진에 대한 소비자인지율 및 성과평가	7(23.3)	7(23.3)
	중요정보고시 위반행위 적발 건수	-	5(16.7)
전체		30(100.0)	30(100.0)

교육 및 정보제공 하위영역에 대한 대표성 평가 결과, ‘품질비교정보 (비교공감) 제공점수 및 정보 이용자 수’ 지표가 40.0%로 대표성이 가장 높은 반면, ‘소비자리더대상 교육 참가자 수’ 지표가 50.0%로 대표성이 가장 낮게 평가되었다. 이 밖에 ‘소비자관련 교과목선택 고등학교 수 및 비율’ 지표와 ‘품질비교정보 제공 건수 및 정보 이용자 수’도 대표성이 높은 것으로 조사되었다.

〈표 3-4〉 교육 및 정보제공 하위영역의 대표성 평가 결과

단위 : 명(%)

영역	하위 영역	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
소비자 정책의 집행	3. 교육 및 정보제공	소비자리더 대상 교육 참가자 수	2(6.7)	15(50.0)
		취약계층 소비자교육 참가자 수	1(3.3)	4(13.3)
		소비자관련 교과목 선택 고등학교 수 및 비율	10(33.3)	3(10.0)
		생필품 가격정보(T-price) 제공 품 목수 및 판매점수	5(16.7)	6(20.0)
		품질비교정보 제공건수 및 정보 이용 자 수	12(40.0)	2(6.7)
전체			30(100.0)	30(100.0)

소비자피해구제 하위영역에 대한 대표성 평가 결과, ‘소비자피해구제 처리결과 현황 및 합의권고율’ 지표가 46.6%로 대표성이 가장 높은 반면, ‘지자체 소비생활센터 보조금 지급액수’ 지표가 50.0%로 대표성이 가장 낮게 평가되었다. 이 밖에 ‘소비자중심경영(CCM) 중소기업 인증 비율’과 ‘소비자중심경영(CCM) 소비자인지율’ 등 CCM 관련 지표는 비교적 대표성이 낮은 것으로 조사되어 지표의 수정이 필요할 것으로 판단되었다.

〈표 3-5〉 소비자피해구제 하위영역의 대표성 평가 결과

단위 : 명(%)

영역	하위 영역	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
소비자 정책의 집행	4. 소비자 피해구제	10세 이상 인구 천명당 소비자상담 (1372) 건수	5(16.7)	-
		소비자피해구제 처리결과 현황 및 합의권고율	14(46.7)	-
		소비자분쟁조정 건수 및 조정성립율	7(23.3)	-
		소비자피해구제 이용 고객만족도	2(6.7)	-
		소비자중심경영(CCM) 중소기업 인 증비율	-	9(30.0)
		소비자중심경영(CCM) 소비자인지율	2(6.7)	6(20.0)
		지자체 소비생활센터 보조금 지급액수	-	15(50.0)
전체			30(100.0)	30(100.0)

#### ② 소비자권리 신장 영역의 대표성 평가

먼저 소비자분쟁해결 하위영역에 대한 대표성 평가 결과, ‘거래 불만 시 사업자에게 이의제기하는 소비자비율’ 지표가 80.0%로 대표성이 가장 높은 반면, ‘불만족 후 추가조치를 안한 소비자비율’ 지표가 60.0%

로 대표성이 가장 낮게 평가되었다.

〈표 3-6〉 소비자분쟁해결 하위영역의 대표성 평가 결과

단위 : 명(%)

영역	하위 영역	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
소비자 권리의 신장	소비자 분쟁 해결	거래 불만시 사업자에게 이의제기 하는 소비자비율	24(80.0)	2(6.7)
		불만족 후 추가 조치를 안 한 소비자비율	2(6.7)	18(60.0)
		ADR 및 사법적 해결 용이성에 대한 인식률	4(13.4)	10(33.3)
전체			30(100.0)	30(100.0)

소비자참여 하위영역에 대한 대표성 평가 결과, ‘미디어를 통한 정보 습득으로 구매행동을 바꾼 소비자비율’ 지표가 50.0%로 대표성이 가장 높은 반면, ‘소비자단체에 회원으로 참여하는 비율 및 참여기간’ 지표가 43.3%로 대표성이 가장 낮게 평가되었다.

〈표 3-7〉 소비자참여 하위영역의 대표성 평가 결과

단위 : 명(%)

영역	하위 영역	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
	소비자 참여	소비자참여형 정보(‘소비자톡톡’) 작성 건수	6(20.0)	7(23.3)
		미디어를 통한 정보습득으로 구매행동을 바꾼 소비자비율	15(50.0)	5(16.7)
		소비자단체에 회원으로 참여하는 비율 및 참여기간	6(20.0)	13(43.3)
		체험단 등 기업활동에 참여 경험이 있는 소비자비율	3(10.0)	5(16.7)
전체			30(100.0)	30(100.0)

소비자단체 하위영역에 대한 대표성 평가 결과, 본 조사 응답자인 전문가 30인 모두 ‘소비자단체에 대한 소비자인지율 및 신뢰율’ 지표가 대표성이 높다고 응답하였다.

〈표 3-8〉 소비자단체 하위영역의 대표성 평가 결과

단위 : 명(%)

영역	하위 영역	현행 지표명	대표 지표
	소비자 단체	소비자단체 보조금 지원 액수	-
		소비자단체에 대한 소비자인지율 및 신뢰율	30(100.0)
전체			30(100.0)

## (2) 문제경험 지표의 개선 요구도

### ① 소비경험 부문의 지표 활용성 평가

소비경험 부문 중, 문제경험 영역에 대한 지표 활용성 평가 결과로 가장 활용성이 높은 지표와 가장 활용성이 낮은 지표 각각 3개를 선택하여 중복응답으로 처리하였다. 문제경험 영역 중 지표 활용성이 높게 나타난 것은 ‘소비자피해경험율’이 27.8%로 가장 높았고 식품에 대한 위해불안감 인식율 18.9%, ‘소비분야별 소비자피해액’ 16.7%, ‘금융소비자문제 경험율’ 16.7%의 순으로 조사되었다.

문제경험 영역 중 지표 활용성이 낮게 나타난 것은 ‘교통생활의 안전 사고 불안감 인식율’이 18.9%, ‘의생활에서의 소비자문제 유형별 인식율’ 17.8%, ‘녹색생활 실천율’ 16.7%, ‘녹색구매관련 소비자문제 유형별 인식율’ 11.1%의 순으로 파악되었다.

〈표 3-9〉 문제경험 영역의 활용성 평가 결과\*

단위 : 명(%)

\*중복응답 처리

영역	하위 영역	현행 지표명	활용성 높음	활용성 낮음	
문제 경험	전체	소비자피해경험율	25(27.8)	-	
		소비분야별 소비자피해액	15(16.7)	3(3.3)	
	의생활	의생활에서의 소비자문제 유형별 인식율	1(1.1)	16(17.8)	
	식생활	식품에 대한 위해 불안감 인식율	17(18.9)	1(1.1)	
	주생활	주생활에서의 소비자문제 유형별 인식율	-	4(4.5)	
	의료	의료소비자권리 보장에 대한 인식율	7(7.8)	1(1.1)	
	교육	교육서비스의 소비자문제 유형별 인식율	3(3.3)	2(2.2)	
	관혼 상제	관혼상제관련 소비자문제 유형별 인식율	-	7(7.8)	
	통신	통신비 부담에 대한 소비자문제 유형별 인식율	4(4.5)	-	
	교통· 자동차	교통생활의 안전사고 불안감 인식율	-	17(18.9)	
		자동차관련 소비자문제 유형별 인식율	-	3(3.3)	
	금융 보험	금융소비자문제 경험율	15(16.7)	-	
	여가 생활	여가생활의 안전사고 경험율	-	4(4.5)	
		여가·문화생활의 소비자문제 유형별 인식율	3(3.3)	7(7.8)	
	녹색 생활	녹색생활 실천율	-	15(16.7)	
		녹색구매관련 소비자문제 유형별 인식율	-	10(11.1)	
	전체			90(100.0)	90(100.0)

거래방식 영역 중 이용행태 하위영역에 대한 지표 활용성 평가 결과 활용성이 높은 지표는 ‘전자상거래 이용횟수 및 구매금액’이 50.0%로 가장 높았고 ‘특수거래 이용율 및 횟수’는 23.3%로 그 다음으로 나타난 반면, ‘기타거래 이용경험율’은 활용성이 낮은 비중에서 63.3%로 가장 다수로 집계되었다.

〈표 3-10〉 거래방식 영역 이용행태 하위영역의 활용성 평가

단위 : 명(%)

영역	하위 영역	현행 지표명	활용성 높음	활용성 낮음
거래 방식	이용 행태	점포거래(백화점/대형마트/편의점/재래시장) 이용율 및 횟수	6(20.0)	8(26.7)
		특수거래(다단계/방문판매/전화권유/계속할부) 이용율 및 횟수	7(23.3)	2(6.7)
		전자상거래(홈쇼핑/인터넷/소셜커머스) 이용횟수 및 구매금액	15(50.0)	1(3.3)
		기타거래(생산자-소비자직거래/생활협동조합) 이용경험율	2(6.7)	19(63.3)
전체			30(100.0)	30(100.0)

거래방식 영역 중 문제경험 하위영역에 대한 지표 활용성 평가 결과 활용성이 높은 지표는 ‘특수거래 이용 시 피해경험율’이 46.7%로 가장 높았고 ‘전자상거래 이용시 피해경험율’은 40.0%로 그 다음으로 나타난 반면, ‘점포거래 이용시 피해경험율’은 활용성이 가장 낮은 비중에서 70.0%로 가장 다수 응답으로 조사되었다.

〈표 3-11〉 거래방식 영역 문제경험 하위영역의 활용성 평가

단위 : 명(%)

영역	하위 영역	현행 지표명	활용성 높음	활용성 낮음
거래 방식	문제 경험	점포거래(백화점/대형마트/편의점/재래시장) 이용시 피해경험율	4(13.3)	21(70.0)
		특수거래(다단계/방문판매/전화권유/계속할부) 이용시 피해경험율	14(46.7)	5(16.7)
		전자상거래(홈쇼핑/인터넷/소셜커머스) 이용시 피해경험율	12(40.0)	4(13.3)
전체			30(100.0)	30(100.0)

소비만족도 영역에 대한 지표 활용성 평가 결과 활용성이 높은 지표는 ‘소비생활 분야별 만족도’가 73.3%로 가장 높았고 ‘소비자역량 분야별 만족도’는 지표 활용성이 낮은 비중에서 70.0%로 가장 높은 것으로 조사되었다.

〈표 3-12〉 소비만족도 영역의 활용성 평가

단위 : 명(%)

영역	하위 영역	현행 지표명	활용성 높음	활용성 낮음
소비 만족도	소비 생활	소비생활 분야별 만족도	22(73.3)	2(6.7)
		소비자역량 분야별 만족도	1(3.3)	21(70.0)
	거래	거래유형(점포/특수/전자상거래/기타거래)별 만족도	7(23.4)	7(23.3)
전체			30(100.0)	30(100.0)

## ② 소비수준 부문의 지표 활용성 평가

소비수준 부문은 해당 10개 지표에 대한 활용성이 높다고 평가되는 지표를 3개 선택하여 중복응답 처리한 결과, ‘가계 월평균 총소득 및 주요 소득 원천’이 22.2%로 가장 높았고 ‘1년 전과 비교한 소비지출 증감율’은 20.0%, ‘최근 1년간 가계지출 중 경제적 부담이 큰 비목’은 18.9%, ‘1년 후 소비지출 증감 전망율’ 10.0%의 순으로 조사되었다.

이밖에, ‘소비생활 증산층 귀속율’, ‘1년 전과 비교한 소득 증감율’은 비교적 활용성이 높은 지표로 나타난 반면, ‘소비지출이 증가 혹은 감소한 것으로 평가한 경우, 그 이유’는 활용성이 가장 낮은 지표로 조사되었다.

〈표 3-13〉 소비수준 부문의 활용성 평가결과(중복응답)

단위 : 명(%)

하부 영역	현행 지표명	중요 지표
소득· 소비 현황	가계 월평균 총소득 및 주요 소득 원천	20(22.2)
	소비생활 중산층 귀속율	8(8.9)
	1년 전과 비교한 소득 증감율	8(8.9)
	1년 전과 비교한 소비지출 증감율	18(20.0)
	소비지출이 증가한 것으로 평가한 경우, 그 이유	1(1.1)
	소비지출이 감소한 것으로 평가한 경우, 그 이유	1(1.1)
	최근 1년간 가계지출 중 경제적 부담이 큰 비목	18(18.9)
소득· 소비 전망	1년 후 소득 수준 증감 전망율	4(4.5)
	1년 후 소비지출 증감 전망율	9(10.0)
	1년 후 가계지출 중 경제적 부담이 늘어날 비목	4(4.5)
전체		90(100.0)

### (3) 정책성과 지표로 대표성을 가질 신규지표 제안

현행 소비생활지표 중 정책성과 지표를 각 영역별로 제시하고 제시된 지표 이외에 대표성을 가질 수 있는 내용을 직접 작성하도록 하여 의견을 수렴하였다.

소비자안전의 강화, 거래의 적정화, 교육 및 정보제공, 소비자피해구제 등 주요 소비자정책목표별 그 성과의 평가 시, 대표성을 가질 수 있는 내용에 대한 주요 의견을 아래에 각각 제시하였다.

가. ‘소비자안전의 강화’ 하위영역

- 위해상품 판매차단 시스템을 통한 차단 실적
- 소비자안전시책 추진에 따른 만족도
- 소비자안전 관련법 위반사항 개선 실적
- 소비자안전정책 추진성과 인식의 개선율
- 수입물품 위해 시정조치 건수 및 비율
- 강제 리콜 건수
- 시설안전점검 건수 및 개선율
- (식품 및 공산품) 안전사고 건수 및 처리결과
- 인구 10만명당 식품/의약품 안전사고 건수
- 소비자안전관련 미디어 홍보 건수
- (한국소비자원, 기표원 등) 소비자위해정보 감소율
- 상품의 안전기준마련(제, 개정) 건수
- 제조물책임법 적용 건수
- 식품 뿐 아니라 물품, 시설 등을 대상으로하는 안전정책에 대한 소비자신뢰율
- 식품원산지표시, 자동차리콜 등 대표적인 안전제도에 대한 소비자만족도

나. ‘거래의 적정화’ 하위영역

- 소비자거래관련법(전자상거래, 방문판매, 할부거래법 등) 위반사업자 정보공개 건수
- 사업자의 부당한 소비자거래행위에 대한 법집행 건수
- 온라인쇼핑몰 사업자의 부당행위에 대한 시정조치 건수
- 사업자의 불공정거래행위에 따른 소비자피해 구제건수 및 비율
- 시장구조적 문제(독과점 등)에 의한 소비자피해발생 건수
- 특수거래(할부, 방문판매, 전자상거래 등)에 대한 소비자지식점수
- 거래관련 소비자상담 건수
- 사업자의 불공정거래관련 미디어 홍보 건수
- 전자상거래 모니터링 및 시정조치 건수
- 사업자와의 거래에 의한 개인정보보호 침해 건수

다. ‘소비자교육 및 정보제공’ 하위영역

- 소비자교육프로그램 개발 건수
- 소비자업무분야 자격증 보유건수
- 품질비교정보, 가격정보 등의 제공에 따른 만족도
- 사업자의 부당한 소비자거래행위에 대한 법집행 건수

- 사업자의 소비자정보제공 및 캠페인 건수
- ‘스마트컨슈머’ 앱설치 소비자수 혹은 앱 이용자수
- 한국소비자원의 소비자교육 참가자수
- ‘소비자시대’ 구독자 수 및 기사 다운로드 건수
- 소비자교육을 통한 소비행동의 변화 인식율
- 온라인쇼핑몰 사업자의 부당행위에 대한 시정조치 건수
- 소비자교육과 정보제공관련 제도에 대한 소비자인지율
- 소비자관련 교과목 채택 중·고등학교수 및 비율
- 소비자교육 참가자 증가율
- 학교소비자교육 예산 규모
- 소비자속보 및 경보 제공건수
- 소비자단체가 시행하는 소비자교육 건수
- 비교공감과 T-price의 소비자인지율

#### 라. ‘소비자 피해구제’ 하위영역

- 집단분쟁조정 및 소비자단체소송 건수
- 소비자피해구제 결과, 사업자의 교환·수리·배상 건수
- CCM 인증기업의 소비자피해 감소율
- 소비자피해 유형별 신청건수
- 사업자 규모별 CCM 인증율
- PL센터의 상담건수 및 피해구제율
- 피해구제 주체별 상담건수 및 피해구제율
- 사업자가 제기하는 소비자민원건수

#### 마. 기타 의견

- 부처별 소비자감시단, 평가단 등 정책참여경험 소비자평가
- 소비자가 정책결정 등에 참여한 실적
- 주관적 지표의 중요성이 더욱 커지고 있으므로 각 부문별 주관적 지표를 체계화할 필요. 예를 들어, 소비수준은 박탈감 측정, 소비경험은 만족도 측정, 소비환경은 신뢰도 측정
- 시정조치 건수 등 정책당국의 업무결과를 지표로 활용하는 경우, 건수의 증가는 소비자문제가 더욱 심각해진 것이므로 정책성고가 아님, 행정력과 정책환경 변화 등의 외부변수에 따라 영향을 받음 vs 행정력의 증대는 소비환경 개선 효과로 이어지므로 정책성고로 적절

### 3) 전문가 의견조사 결과요약 및 시사점

이상으로 전문가 30인을 대상으로 지표개선 요구도에 대한 의견조사를 실시하고 정책성과 지표는 대표성 평가를, 문제경험 지표에 대해서는 활용성 평가를 실시하여 대표성이 낮거나 활용성에서 중요도가 낮게 조사된 지표는 수정 혹은 삭제 대상 지표로 분류하였다.

먼저 정책성과 지표에서 각 하위영역별 대표성이 낮은 것으로 집계된 지표는 아래 표와 같은 바, 이들 지표는 정책수행 환경변화나 행정력, 정책예산 등에 따라 영향을 받게 되므로 전문가들은 정책성과를 평가하는 지표로 부적절하다고 인식하는 것으로 예측해 볼 수 있다.

〈표 3-14〉 정책성과 지표 중 대표성이 낮게 평가된 지표

영역	하위영역	대표성 가장 낮은 지표(%)
소비자 정책 집행	소비자안전의 강화	- 수입물품 원산지표시위반 시정 실적(30.0)
	거래의 적정화	- 특수거래 자율분쟁조정예 의한 구제건수 및 보상금액(40.0)
	교육 및 정보제공	- 소비자리더대상 교육 참가자 수(50.0)
	소비자 피해구제	- 지자체 소비생활센터 보조금 지급액수(50.0)
소비자 권리 신장	소비자 불만해결	- 불만족 후 추가조치를 안한 소비자비율(60.0)
	소비자참여	- 소비자단체에 회원으로 참여하는 비율 및 참여기간(43.4)
	소비자단체	- 소비자단체 보조금 지원 액수(100.0)

다음으로, 문제경험 지표에서 각 영역별 활용성이 낮은 것으로 집계된 지표는 아래 표와 같은 바, 소비경험 부문은 소비자문제 진단의 필요성이 비교적 낮은 영역의 지표를, 소비수준 부문은 소비안정성과 적정성을 판단하는 데 중요성이 낮은 지표 등을 중심으로 선정되었다.

〈표 3-15〉 문제경험 지표 중 활용성이 낮게 평가된 지표

부문	영역	활용성 낮은 지표(%)
소비 경험	문제경험	- 교통생활의 안전사고 불안감 인식율(18.9) - 의생활에서의 소비자문제 유형별 인식율(17.8) - 녹색생활 실천율(16.7) - 녹색구매관련 소비자문제 유형별 인식율(11.1)
	거래방식	- 기타거래 이용경험율(63.3) - 점포거래 이용시 피해경험율(70.0)
	소비만족도	- 소비자역량 분야별 만족도(70.0)
소비 수준*	소득·소비현황	- 소비지출이 증가 혹은 감소한 것으로 평가한 경우, 그 이유
	소득·소비전망	- 1년후 소득수준 증감 전망율

\* 소비수준 부문은 활용성이 높은 지표를 파악하였으므로 그 비중이 가장 낮은 지표를 제시

한편, 전문가대상 지표 개선 요구도 조사에서 대표성과 활용성이 높게 나타난 지표의 경우, 소비생활지표의 핵심지표 선정 시 참고 가능하므로 정리해 보면 먼저, 정책성과 지표 중 대표성이 높게 나타난 지표는 아래 표와 같다.

〈표 3-16〉 정책성과 지표 중 대표성이 높게 평가된 지표

영역	하위영역	대표성 가장 높은 지표(%)
소비자 정책 집행	소비자안전의 강화	- 소비자위해 시정조치 건수 및 비율(56.7)
	거래의 적정화	- 불공정약관 시정조치 건수 및 비율(40.0)
	교육 및 정보제공	- 품질비교정보(비교공감) 제공건수 및 정보이용자수(40.0)
	소비자 피해구제	- 소비자피해구제 처리결과 현황 및 합의권고율(46.6)
소비자 권리 신장	소비자 불만해결	- 거래 불만시 사업자에게 이의제기하는 소비자비율(80.0)
	소비자참여	- 미디어를 통한 정보습득으로 구매행동을 바꾼 소비자비율(50.0)
	소비자단체	- 소비자단체에 대한 소비자인지율 및 신뢰율(100.0)

또한, 문제경험 지표에서 각 영역별 활용성이 높은 것으로 집계된 지표는 아래 표와 같이 나타났다<sup>6)</sup>.

〈표 3-17〉 문제경험 지표 중 활용성이 높게 평가된 지표

부문	영역	활용성 높은 지표(%)
소비 경험	문제경험	- 소비자피해경험율(27.8) - 식품에 대한 위해불안감 인식율(18.9) - 금융소비자문제 경험율(16.7) - 소비분야별 소비자피해액(16.7)
	거래방식	- 전자상거래 이용횟수 및 구매금액(36.7) - 특수거래 이용시 피해경험율(46.7)
	소비만족도	- 소비생활 분야별 만족도(73.3)
소비 수준	소득·소비현황	- 가계 월평균 총소득 및 주요 소득 원천(22.2) - 1년전과 비교한 소비지출 증감율(20.0) - 최근 1년간 가계지출 중 경제적 부담이 큰 비목(18.9)
	소득·소비전망	- 1년후 소비지출 증감 전망율(10.0)

6) '1년 후 소비지출 증감 전망율'과 같이 일부 지표는 응답율이 10% 내외로 낮으나 전문가 의견조사 시 각 영역별로 활용성 인식도를 파악하였고 영역에 포함되는 지표수가 상이함에 따라 응답율에 편차가 존재함.

## 4. 소비생활관련 국내외 관련지표 분석

- 1) 국내외 관련지표 분석 개요
- 2) 국내외 관련지표 분석 결과
- 3) 국내외 관련지표 분석을 통한 시사점



## 4. 소비생활관련 국내외 관련지표 분석

### 1) 국내외 관련지표 분석 개요

국내외 관련지표 분석을 위해 대상지표는 총 8개<sup>7)</sup>로, 2012년본 지표 개발을 위한 연구 수행 시 검토했던 24개 지표 중 본 지표 수립과 개별 지표 구성 시 참고자료로 활용하였던 주요 지표를 중심으로 재검토하였다. 분석 대상 지표는 <표 4-1>에 제시된 바와 같이 소비영역의 현황 파악을 목적으로 작성되고 있는 소비자동향지수, 가계동향조사, 가계금융·복지조사, 일본의 Japanese Panel Survey, EU의 Consumer Conditions Scoreboard 등 5개와 소비영역을 포함하여 국민생활의 현황 파악을 목적으로 작성되고 있는 사회지표, 희망서울생활지표, 농촌생활지표 3개 등이다.

분석대상 지표 검토 시, 소비생활지표 개발 이후 수정, 변경, 추가된 내용이 무엇인지 파악하고 지표 개선을 위해 수용가능한 지표에 대해 검토하였다.

국내외 지표 분석은 현 지표 체계에 근거하여 구체적으로 어떤 내용을 통계화하고 있는 지에 대해 분석한 결과, <표 4-1>과 같이 나타난 바, 본 지표 체계 및 내용과 가장 유사성을 갖는 EU의 Consumer Conditions Scoreboard, 사회지표, 희망서울생활지표 등을 더욱 중점적으로 분석하였다. 본 지표 체계 중 소비수준 부문의 소득·소비현황관련 내용은 8개 지표 모두에서 파악하고 있는 내용인 반면, 소득·소비전망 관련 지표는 소비자동향지수만 작성하였다. EU의 Consumer Conditions Scoreboard, 사회지표, 희망서울생활지표는 소득수준 뿐 아니라 소비경

7) 각 지표별 개요와 지표를 구성하는 전체 내용은 <부록 2>를 참조.

험과 소비환경 등 본 지표 부문과 관련한 내용을 다수 포함하고 있는 것으로 나타나 지표 개선을 위한 중요한 참고지표가 될 것으로 판단된다.

〈표 4-1〉 소비생활지표 체계에 따른 국내외 지표 평가

소비생활지표 체계		소비수준		소비경험			소비환경	
		소득·소비 현황	소득·소비 전망	문제 경험	거래 방식	소비 만족도	소비자 정책의 집행	소비자 권리의 신장
국내외 지표	소비자동향지수	○	○					
	가계동향조사	○						
	가계금융·복지조사	○						
	[일본] Japanese Panel Survey of Consumers	○		○		○		
	[EU] Consumer Conditions Scoreboard	○		○	○	○	○	○
	소비포함지표	○		○	○	○	○	○
소비포함지표	희망서울생활지표	○		○	○	○	○	○
	농촌생활지표	○		○	○	○		○

## 2) 국내외 관련지표 분석 결과

### (1) 소비수준 부문관련 국내외 지표 내용

소비수준 부문과 관련하여 분석대상 지표들이 포함하고 있는 내용은 현재 소득·소비 규모 파악과 소비 적정성을 측정하는 지표를 중심으로 하고 있고 소비포함 지표들의 경우, 저축, 부채, 조세, 물가 등 소비에 영향을 미치는 경제지표를 포함하고 있다. ‘현재 생활형편’, ‘현재 생활 수준’, ‘가구 월평균소비성향’ 등 대부분 지표에서 가계소비 적정성을

파악할 수 있는 내용들을 포함하고 있고 특히 EU Consumer Conditions Scoreboard에서는 ‘필수소비재화의 결핍율’을 신설하여 소비적정성 및 안정성에 대해 파악하였다. 소비자동향지수는 소비전망과 관련한 내용으로 ‘생활형편전망’ 뿐 아니라 ‘가계지출 항목별 소비전망’을 추가하고 소비분야에 대한 미래 전망지표를 세분화하였다.

〈표 4-2〉 소비수준 부문의 국내외 관련지표 내용

국내외 지표		소비수준	소득·소비 현황	소득·소비 전망
소비 측 정 지 표	소비자동향지수		-현재생활형편 -현재경기판단 -가구 총수입 -가계저축 및 부채	-생활형편전망 -가계수입전망 -가계지출 항목별 소비전망* -물가수준전망
	가계동향		-월 경상/비경상 가계소득 -비목별 월소비/비소비지출액	
	가계금융·복지조사		-가계 부동산 자산과 운용 -가계 금융 자산과 운영 -가계 부채와 상환능력 -원천별 가계 소득	
	[일본] Japanese Panel Survey of Consumers		-매월 소비/저축/대출상환액 -매월 소비지출항목 -월평균 소득/세금 -가계 보유예금 -저축목표액 -대출금 규모/대출금 부담 -현재 생활수준	
	[EU] Consumer Conditions Scoreboard		-가계 월평균소득 -필수소비재화의 결핍율*	

소비포함지표	사회지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 소득           <ul style="list-style-type: none"> <li>-국민처분가능소득</li> <li>-개인처분가능소득</li> <li>-월평균소득(전국/농가)</li> <li>-소득원천별 구성(전국/농가)</li> <li>-상대적 빈곤율</li> <li>-소득집중도</li> </ul> </li> <li>● 소비           <ul style="list-style-type: none"> <li>-GDP 대비 민간최종소비지출</li> <li>-1인당 민간최종소비지출액</li> <li>-재화형태별 국내소비지출 구성비</li> <li>-월소비지출액(전국/농가)</li> <li>-소비항목별 구성비(전국/농가)</li> <li>-가구 월평균소비성향</li> <li>-가구 월평균흑자율</li> </ul> </li> <li>● 저축           <ul style="list-style-type: none"> <li>-총저축율</li> <li>-민간저축율</li> <li>-<b>가계저축율*</b></li> <li>-정부저축율</li> </ul> </li> <li>● 조세           <ul style="list-style-type: none"> <li>-조세부담율</li> <li>-국세부담율</li> <li>-지방세부담율</li> </ul> </li> <li>● 물가           <ul style="list-style-type: none"> <li>-소비자물가지수</li> <li>-생활물가지수</li> </ul> </li> <li>● <u>65세이상 소득소비</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>-65세이상 인구의 생계수단</li> <li>-60세이상 생활비 마련방법</li> </ul> </li> </ul>	
	희망서울생활지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>-노인의 월평균소득</li> <li>-시민의 부동산 자산 비중</li> <li>-시민 가구부채 유형</li> <li>-1인당 개인소득</li> <li>-외국인이 느끼는 서울물가</li> <li>-자가주택비율</li> </ul>	

농촌생활지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>-월평균가구소득</li> <li>-농가소득구성</li> <li>-계층별 소득분포</li> <li>-가계비 지출내역</li> <li>-가장 부담되는 지출항목</li> <li>-조세부담율</li> <li>-저축 및 보험</li> <li>-저축용도 및 부채사유</li> <li>-용도별 부채금액</li> <li>-65세이상 수입원/평균소득</li> <li>-65세이상 한달 용돈</li> </ul>	-장래 소득에 대한 기대
--------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------

\* 2013년 이후 변경 혹은 추가된 지표

## (2) 소비경험 부문관련 국내외 지표 내용

소비측정지표 중 일본의 Japanese Panel Survey, EU의 Consumer Conditions Scoreboard 등은 ‘소비자문제 경험율’을 측정하고 있어 본 지표가 포함하고 있는 ‘1년간 구매상품·서비스 불만율’과 ‘소비자피해 경험율’ 등과 비교가능할 것으로 판단된다.

EU의 Consumer Conditions Scoreboard는 거래방식 영역과 관련하여 국경간 거래, 전자상거래, 국제 전자상거래 현황 파악을 위한 내용을 중심으로 하고 있고 특히 이러한 거래방식에 대한 소비자의식과 태도 파악을 신설한 것으로 파악되었다. 새롭게 추가된 지표는 ‘전자상거래 신뢰율’, ‘국제 전자상거래 태도’, ‘향후 국제 전자상거래 이용 의향’ 등이었다.

소비포함지표 중 본 지표체계에 근거하여 소비생활의 현황과 문제 경험 등과 관련된 내용으로는 아래 <표 4-3>과 같이 문화여가, 교육, 교통, 식생활, 주거, 의료 등의 분야에 걸쳐 다양하나 현재 소비생활지표의 소비경험 부문에서 다수 포함하고 있다.

한편, 최근 지표 작성 시 주관적 지표 파악의 중요성이 강조되고 있는 바, 분석대상 지표 역시 소비만족도 영역에서 이를 세분화하거나 중요 분야에 대한 문항을 추가하여 작성하고 있는 것으로 파악되었다. 일본의 Japanese Panel Survey는 소비만족도와 관련하여 현재 소비규모 만족도와 소비내용 만족도로 구분하여 작성하고 있고 사회지표와 희망생활지표, 농촌생활지표 등은 소비생활 전체 만족도 뿐 아니라 의료, 여가, 주거, 문화 등 주요 생활 영역에 대한 만족도로 세분화하였다.

〈표 4-3〉 소비경험 부문의 국내외 관련지표 내용

소비경험		문제 경험	거래 방식	소비 만족도
국내외 지표				
소비 측 정 지 표	소비자 동향지수	-	-	-
	가계동향	-	-	-
	가계금융·복지 조사	-	-	-
	[일본] Japanese Panel Survey of Consumers	-소비자문제경험여부 -육아서비스이용여부 -교육비지출액 부담 -토지구택 구매여부 -주택대출 부담정도 -1년간 구매상품/서비스에 대한 불만	-	-가계소득 만족도 -현재소비규모 만족도 -생활전반만족도 -소비내용만족도
	[EU] Consumer Condition Scoreboard	-제품구매 시 문제를 경험한 소비자 비율	-1개국 이상을 통해 상품 구매하는 소비자비율 -타 EU국에 상품판매 소매업자 비율 -전자상거래 이용율 -전자상거래 신뢰율* -전자상거래 소비자 불만* -전자상거래업자 비율 -국내외상품 구매비율	-전자상거래 만족도 -국제전자상거래 만족도

			<ul style="list-style-type: none"> <li>-국제 전자상거래 이용 비율</li> <li>-국제 전자상거래 이용의 장애물</li> <li>-국제 전자상거래 태도*</li> <li>-향후 국제전자상거래 이용 의향*</li> </ul>	
	사회지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>-학교급 및 특성별 사교육실태</li> <li>-가구당 교육비지출</li> <li>-교육비 부담에 대한 인식과 부담요인</li> <li>-여가활동방법</li> <li>-여가활동 불만이유</li> <li>-가구 여가활동 비용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-전자상거래 규모</li> <li>-인터넷쇼핑 이용율 및 이용빈도</li> <li>-인터넷쇼핑 구매품목</li> <li>-인터넷쇼핑 월평균 구매비용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-소득만족도</li> <li>-소비생활만족도</li> <li>-의료서비스만족도</li> <li>-여가활동만족도</li> <li>-생활전반만족도</li> <li>-주거환경만족도</li> <li>-대중교통만족도</li> </ul>
소비포함지표	희망서울 생활지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 문화예술                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-예술/영화/스포츠 관람율</li> </ul> </li> <li>● 교육                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-학생1인당 사교육비 지출현황</li> <li>-평생교육참가율</li> </ul> </li> <li>● 교통                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시내버스 교통사고 건수</li> <li>-어린이 교통사고 건수</li> <li>-택시승차거부 신고 건수</li> <li>-버스운행속도</li> <li>-어린이 보호구역내 사고건수</li> <li>-시민이 느끼는 도시위험도</li> </ul> </li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>-시민의 경제생활만족도</li> <li>-생활환경만족도</li> <li>-가정생활만족도</li> <li>-외국인 생활환경만족도*</li> <li>-전통시장이용 고객만족도*</li> <li>-문화환경만족도*</li> <li>-관광만족도</li> <li>-대중교통이용만족도</li> <li>-보행환경만족도</li> <li>-자전거이용만족도</li> <li>-거주지역 교육만족도</li> </ul>
	농촌생활지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 식생활                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-식품 구매장소 및 방법</li> <li>-가계비 중 음식물비 지출비율</li> <li>-인스턴트식품 구매</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-인터넷상거래여부</li> <li>-인터넷상거래 미이용 이유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-소비생활만족도</li> <li>-인터넷쇼핑만족도</li> <li>-소득만족도</li> <li>-여가만족도*</li> <li>-의료기관서비스만족도*</li> </ul>

	<p>빈도</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국민다소비식품 30순위</li> <li>- 가족외식빈도</li> <li>- 식품의 안전의식</li> <li>- 수입농산물구입태도</li> <li>● 주거             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주거비지출액</li> <li>- 주택 노후도</li> <li>- 무주택가구비율</li> </ul> </li> <li>● 소비환경             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비생활정보획득원</li> <li>- 생필품 구매장소</li> <li>- 상품구입 선택기준</li> <li>- 상품피해 대응방법</li> </ul> </li> <li>● 교육             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 교육비 지출액</li> <li>- <b>교육 미충족이유*</b></li> <li>- 학생1인당 사교육비 및 사교육행태</li> <li>- 사교육부담인식 및 요인</li> </ul> </li> <li>● 의료             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주활용 의료기관 및 이유</li> <li>- 의료기관 접근도 및 장애요인</li> <li>- 월평균 보건의료비</li> <li>- 의료서비스 개선을 위한 과제</li> </ul> </li> <li>● 여가생활             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 월 여가지출비용</li> <li>- 월평균 교양오락비</li> <li>- 여가활동 장애요인</li> <li>- 여행형태</li> </ul> </li> </ul>		<p>- 교육서비스만족도*</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------

\* 2013년 이후 변경 혹은 추가된 지표

### (3) 소비환경 부문관련 국내외 지표 내용

소비환경 부문과 관련한 내용을 통계로 산출하고 있는 주요 지표는 <표 4-4>와 같고 특히 EU의 Consumer Conditions Scoreboard는 소비자 정책의 집행과 소비자 권리의 현황 영역에 걸쳐 현행 소비생활지표와 국제비교가 가능한 내용을 다수 포함하고 일부 영역에서 새로운 지표 추가하였다. 소비자정책의 집행 영역과 관련하여 경제적 권리의 확보, 소비자안전, 소비자법령 이해 영역이 존재하고, 소비자권리의 신장 영역과 관련하여 소비자불만해결, 지속가능소비, 소비자단체의 하위 영역으로 구성되어 있다. 이중 현행 소비생활지표와 국제비교 가능한 지표는 ‘사업자에게 이의제기하는 소비자비율’ 등 7개 지표가 존재하였다. 최근 지표 개선을 통해 추가된 내용은 ‘소비자법규에 대한 소비자의지식’, ‘소비자법규에 대한 사업자지식’, ‘제품과 서비스의 친환경정보원’, ‘타사업자 제품의 친환경 정보에 대한 사업자신뢰율’ 등 4개 지표로 파악되었다.

한편, EU의 Consumer Conditions Scoreboard의 경우, 전체 지표 중 소비자조사에 기반한 지표 일부를 구조화하여 ‘Consumer Conditions Index’를 산출하고 있는 바, <표 4-4>에서 제시된 지표 중 12개 지표를 통해 종합지수를 산출하고 년도별 변화추이와 국가 간 비교 결과를 제시하고 있다. ‘Consumer Conditions Index’에 포함된 지표는 국가 전반의 소비자보호 체계에 대한 소비자신뢰율, 소비자정책당국에 대한 소비자신뢰율, 사업자에 대한 소비자신뢰율, 소비자단체에 대한 소비자신뢰율, 거짓·과장 광고나 사업자제안을 접한 경험이 있는 소비자비율, 기만광고나 사업자제안을 접한 경험이 있는 소비자비율, 사업자에게 이의제기하는 소비자비율, 불만처리에 만족하는 소비자비율, ADR을 통해 분쟁을 해결하는 소비자비율, 법원을 통해 분쟁을 해결하는 소비자비율

을, 상품이 불안전하다고 생각하는 소비자비율, 상품이 불안전하다고 생각하는 사업자비율 등이다.

이상과 같은 ‘Consumer Conditions Index’을 원용할 경우, 종합지수의 구성 영역은 본 지표 체계를 통해 활용가능하나 종합지수에 포함되는 일부 지표의 경우 본 지표에서 측정하지 않는 내용을 포함하고 있어 향후 신규지표의 반영 시 이를 고려하는 것이 필요하다.

희망서울생활지표의 경우, 시민생활 개선과 삶의 질 향상 차원에서 추진한 시책 및 제도와 관련하여 성과를 측정하기 위한 지표 중 소비자 정책 성과로 참고할 만한 내용은 <표 4-4>와 같은 바, 특히 시민건강과 안전, 참여행정 분야에서 소비생활지표 개선에 참고할 만한 내용이 존재하였다. ‘안심하고 먹을 수 있는 식품인증확대 개소수’, ‘음식물 위생 등급 평가업소수’, ‘안전관리 모범업소 인증율’ 등은 소비자안전과 관련한 영역의 성과평가 지표로 고려 가능하고 참여행정 분야의 ‘시민제안 정책반영건수’, ‘정책워크숍 참여시민 만족도’ 등은 소비자정책 참여를 지표화하는 측면에서 참고할 수 있다. ‘시민기부율’, ‘SNS이용율’ 등은 본 지표의 소비자역량강화 영역 소비자참여 하위영역에 포함시킬 수 있는 지표로 고려할 필요가 있다.

〈표 4-4〉 소비환경부문의 국내외 관련지표 내용

국내외 지표		소비환경	소비자 정책의 집행	소비자 권리의 신장
소비 측 정 지 표	소비자동향지수		-	-
	가계동향		-	-
	가계금융·복지조사		-	-
	[일본] Japanese Panel Survey of Consumers	-학교 소비자교육 여부		-에코백 사용여부

<p>[EU] Consumer Conditions Scoreboard</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <u>거래 적정성</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>-국가 전반의 소비자보호 체계에 대한 소비자신뢰율+</li> <li>-소비자정책당국에 대한 소비자신뢰율+</li> <li>-사업자에 대한 소비자신뢰율+</li> <li>-거짓·과장 광고나 사업자 제안을 접한 소비자비율+</li> <li>-기만광고나 사업자제안을 접한 소비자비율+</li> <li>-경쟁업체의 거짓·과장광고를 접한 사업자비율</li> <li>-경쟁업체의 기만광고를 접한 사업자비율</li> <li>-사업자의 소비자법령 준수에 대한 소비자신뢰율</li> <li>-사업자의 소비자법령 준수에 대한 사업자신뢰율</li> </ul> </li> <li>● <u>상품의 안전성</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>-식품이 안전하다고 생각하는 소비자비율</li> <li>-식품이외제품이 안전하다고 생각하는 소비자비율+</li> <li>-식품이 안전하다고 생각하는 사업자비율</li> <li>-식품이외제품이 안전하다고 생각하는 사업자비율+</li> <li>-당국에 의해 소비자안전을 점검받은 사업자비율</li> <li>-리콜을 명령받은 사업자비율</li> <li>-판매제품의 안전성을 테스트하는 사업자비율</li> <li>-제품안전관련 소비자불만을 접수받은 사업자비율</li> <li>-당국에 의해 제품안전정보 필요를 요청받은 사업자비율</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <u>소비자불만을</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>-사업자에게 이의 제기하는 소비자 비율+</li> <li>-불만처리에 만족한 소비자 비율+</li> <li>-ADR을 통한 해결용이성에 대한 소비자인식율+</li> <li>-사법적 해결 용이성에 대한 소비자인식율+</li> <li>-ADR을 이용한 사업자비율</li> </ul> </li> <li>● <u>지속가능한 소비</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>-환경을 고려하여 제품을 선택한 소비자비율</li> <li>-<b>환경을 고려한 제품 선택 시 주요 정보원*</b></li> <li>-<b>환경고려 제품 선택의 장애요인*</b></li> <li>-<b>타사업자 제품의 친환경정보에 대한 사업자 신뢰율*</b></li> </ul> </li> <li>● <u>소비자단체</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>-소비자단체를 신뢰하는 소비자 비율+</li> <li>-소비자단체 보조금 지원 액수</li> </ul> </li> </ul>
--------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<ul style="list-style-type: none"> <li>-식품안전 준수 모니터링에 대한 사업자신뢰율</li> <li>-식품이외 제품안전 준수 모니터링에 대한 사업자신뢰율</li> <li>● <u>소비자법규에 대한 인지</u></li> <li>-<b>소비자법규를 이해하고 있는 소비자비율*</b></li> <li>-<b>소비자법규를 이해하고 있는 사업자비율*</b></li> <li>-금지된 상업광고를 알고 있는 사업자비율</li> </ul>	
	사회지표	-소비자피해구제처리현황	-
소비포함지표	희망서울생활지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <u>시민건강</u></li> <li>-안심하고 먹을 수 있는 식품인증확대 개소수</li> <li>-농수축산물 안전성 수거검사 건수</li> <li>-음식물 위생등급 평가업소수</li> <li>● <u>안전</u></li> <li>-안전관리 모범업소 인증율</li> <li>-도로시설물 정밀안전진단 결과 정비율</li> <li>-안전서비스 지원가구수</li> <li>-안전리더 육성인원</li> <li>-저소득층 안전서비스 이용료 지원자수</li> <li>● <u>여성가족</u></li> <li>-어린이집 평가인증 시설수</li> <li>-어린이집 모니터링 시설수</li> <li>● <u>문화</u></li> <li>-문화예술지원건수 및 액수</li> <li>-문화소의 시민대상 문화나눔 추진횟수</li> <li>● <u>참여행정</u></li> <li>-서울시 홈페이지 방문자수</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-시민중 자원봉사자 비율</li> <li>-<b>시민기부율*</b></li> <li>-<b>SNS 이용율*</b></li> <li>-다문화 사회에 대한 태도</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-서울시 홈페이지 이용만족도</li> <li>-시민생활불편신고 처리율</li> <li>-서울특특 월방문자수*</li> <li>-민원처리 스피드지수</li> <li>-정보소외계층 스마트기기 체험활용 교육인원*</li> <li>-소비자상담결과 피해구제율</li> <li>-시민제안 정책반영건수*</li> <li>-120 다산콜센터이용만족도</li> <li>-정책워크숍 참여시민 만족도*</li> </ul>	
농촌생활지표	-	-

\* 2013년 이후 변경 혹은 추가된 지표

+ EU의 Consumer Conditions Index 작성에 포함 지표

### 3) 국내외 관련지표 분석을 통한 시사점

소비생활지표 개발 시 개별지표 작성에 참고한 8개 지표를 중심으로 본 지표 체계에 근거하여 주요 내용과 최근 개편 동향을 살펴본 결과, 현 지표에서 대부분 핵심 사항을 포함하고 있으나 지표 개선 시 반영을 고려해야 하는 부분 존재하였다.

2013년 이후 새롭게 추가된 지표들은 대부분 소비자의식과 태도를 파악하는 주관적 지표들로, 기존 지표를 세분화하거나 신규지표로 추가한 경향인 점을 볼 때, 본 지표 개선에서 신규 로 지표를 대체할 경우, 다음과 같은 지표를 고려할 필요가 있다. 먼저 소비안정성과 적정성을 파악하기 위하여 ‘필수소비재화의 박탈율’이나 ‘소비규모에 대한 만족도’ 등을 추가하고 향후 소비전망 파악을 위해 ‘소비항목별 전망’으로 세분화가 필요하고 소비만족도와 관련하여 전체만족도 뿐 아니라 주요 소비생활 분야별 만족도로 세분화하여 주관적 지표를 강화하고 있는

바, 현재 지표에서 ‘소비생활 분야별 만족도’의 세부 영역 재검토를 고려할 만 하다.

EU Consumer Conditions Scoreboard는 2013년 이후 새롭게 추가한 지표들 중 주목할 만한 내용은 전자상거래 및 국제 전자상거래 이용과 관련한 주관적 지표들로 지표 수정과 신규 지표로 대체 시 고려할 분야이다. 거래방식에 대한 이용률 뿐 아니라 ‘전자상거래 신뢰율’, ‘전자상거래 소비자불만율’, ‘국제 전자상거래 태도’, ‘향후 국제전자상거래 이용 의향’ 등과 같은 주관적 지표 강화가 필요하다. 희망서울생활지표는 정책성과를 측정하기 위한 내용 중 시민의 참여행정 분야에서 새로운 지표를 추가하고 그 성과를 측정하고 있는 바, 소비생활지표에서도 소비자의 정책참여에 대한 새로운 지표화를 검토해야 한다. 희망서울생활지표의 참여행정 분야에서의 새로운 지표는 ‘시민제안 정책반영 건수’, ‘정책워크숍 참여시민 만족도’ 등으로 본 지표에도 반영이 가능하다.

한편, 현행 한국의 소비생활지표는 소비자정책평가에 포함된 개별지표별로 시책 추진 결과와 성과를 파악할 뿐 종합적인 달성 수준과 지표 간 비교 등이 가능한 지수 작성이 이루어지지 못하는 상황에서 EU와 같이 Consumer Conditions Index를 국내 지표에 적용하고 이를 통한 국제 비교 시 활용가능한 가치가 존재할 것으로 판단된다. Consumer Conditions Index에 포함된 지표는 거래의 적정화에 대한 내용으로 구성된 경제적 권리 확보, 소비자안전, 소비자불만해결 등의 영역에 존재하는 지표를 통해 작성되고 있는 점을 고려할 때, 이상은 한국 지표에서도 공통으로 존재하는 영역이고 이를 구성하는 지표 중 소비자정책당국에 대한 소비자신뢰율, 사업자에게 이의제기하는 소비자비용, 사업자에게 이의제기를 통해 만족하는 소비자비용, ADR 및 사법적 해결 용이성에 대한 소비자인식율, 소비자단체에 대한 소비자신뢰율 등 6개 지표

는 한국 지표에도 존재하고 있어 양국 간 결과를 비교 가능하다. 이밖에, 현행 지표에 존재하지 않는 지표로는 소비자권익보호 전반에 대한 소비자신뢰율과 사업자에 대한 소비자신뢰율, 부당광고나 사업자제안을 접한 경험이 있는 소비자비율, 식품 및 제품 안전에 대한 소비자인식율 등으로, 우리나라 소비자정책 추진 성과 파악에 적용하기에도 적합할 것으로 판단된다.

향후, 한국의 소비생활지표 개편을 통해 **Consumer Conditions Index**를 국내 지표에 적용할 경우, 성과를 중심으로 한 소비자정책 수준을 종합적으로 파악하고 EU와의 비교 등을 통해 국내 정책 성과를 보다 객관적이고 상대적으로 진단할 수 있을 것으로 예측된다.



## 5. 소비생활지표 개선(안) 수립

- 1) 소비생활지표 개선(안) 도출
- 2) 소비생활지표 개선(안) 체계와 구성



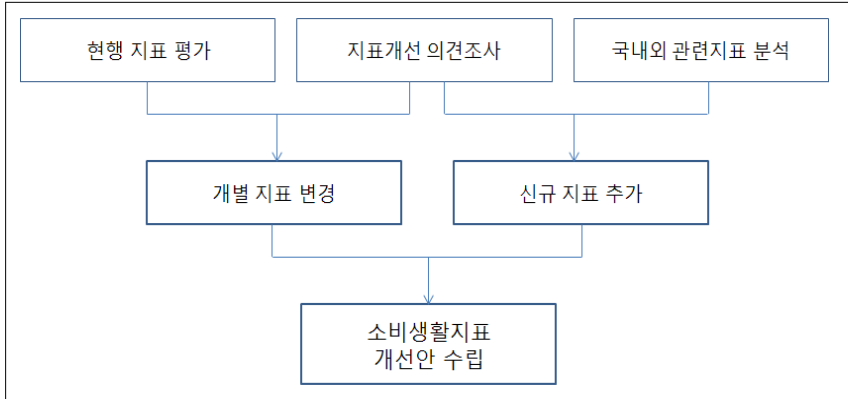
## 5. 소비생활지표 개선(안) 수립

### 1) 소비생활지표 개선(안) 도출

#### (1) 지표 개선(안) 도출 과정

지표 개선(안) 마련을 위해 <그림 5-1>과 같이 현행 지표의 평가와 지표 개선 의견조사에 기초하여 개별 지표를 변경하고 지표 개선 의견 조사와 국내외 관련지표 분석을 통해 신규 지표를 추가하는 과정으로 진행하였다.

먼저, 개별 지표 변경은 현행 지표의 평가와 전문가 의견조사에서 파악한 현행 지표의 대표성과 활용성 결과를 바탕으로 아래 <표 5-1>과 같은 기준에 따라 6가지 유형으로 변경하였다. 소비생활지표 개선(안) 수립에 반영된 개별 지표의 변경 유형과 지표 갯수는 현행 유지 29개, 지표이동 및 수정은 2개, 일부 수정은 6개, 대폭 수정은 18개, 지표 통합 및 수정은 1개, 지표 삭제는 4개 등으로 집계되었다. 이 중, 일부 수정 지표는 지표명과 정의 및 산식 등에서 부분 수정만 이루어지므로 '14년도 소비생활지표 통계와 연속성을 가질 수 있는 반면 대폭 수정은 지표명과 정의 및 산식 뿐 아니라 측정도구의 수정이 필요한 부분으로 개선 전 지표와의 비교 분석 등 연속성을 갖는데 일정부분 한계가 존재할 것으로 판단된다.



〈그림 5-1〉 지표 개선안 도출 과정

〈표 5-1〉 개별 지표 변경 원칙

변경 유형 (지표 수)	현행 지표평가 결과 (유지/수정/삭제 판단)	전문가 의견조사 결과 (대표성·활용성 파악)
현행 유지(29)	유지	높음
지표 이동 및 수정(2)	수정	낮음
일부 수정(6)	수정	높음
대폭 수정(18)	수정	낮음
지표 통합 및 수정(1)	수정	낮음
지표 삭제(4)	삭제	낮음

한편, 신규 지표의 추가 기준은 전문가 의견조사를 통해 신규 지표로 제안된 사항과 국내외 관련 지표 검토에서 최근 새롭게 추가된 지표 모두에 포함되어 있어 본 지표 개선에 반영 필요성이 높은 지표를 선정하여 조사 통계로 작성되는 지표 2개, 가공 통계로 작성되는 지표 2개 등 총 4개 지표를 제시하였다.

〈표 5-2〉 신규 지표 추가 기준

신규 지표 유형 (지표 수)	관련지표 검토 결과	전문가 의견조사 결과 (신규 지표 제안)
조사 통계(2)	최근 지표에 추가	전문가 제안
가공 통계(2)	최근 지표에 추가	전문가 제안

(2) 지표 개선(안) 결과 종합

앞서 제시한 지표 개선(안) 도출 과정을 통해 도출된 현행 지표의 변경 및 신규 지표의 작성 결과는 아래 <표 5-3>과 같다.

<표 5-3> 현행지표와 지표 개선(안)의 비교

부문	지표체계		현행 지표명	결과	변경/신규 지표명
	영역	하위 영역			
소 비 수 준	소득 소비 현황	소비 규모	-가계 월평균 총소득 및 주요 소득 원천	대폭 수정	주요 소득원천별 월평균 소득
			-소비생활 증산층 귀속율	일부 수정	소비생활 증산층 귀속율 및 증산층 상하 격차지수
			-1년 전과 비교한 소득 증감율	유지	
	소 비 변 화	소비 변화	-1년 전과 비교한 소비 증감율	일부 수정	1년 전과 비교한 소비증감율 및 소득-소비증감 격차지수
			-소비지출이 증가한 경우, 그 이유	대폭 수정	소비지출이 증가한 경우, 요인별 비율
			-소비지출이 감소한 경우, 그 이유	대폭 수정	소비지출이 감소한 경우, 요인별 비율
			-최근 1년간 가계지출 중 경제적 부담이 큰 비목	유지	
	소득 소비 전망	소비 규모	-1년 후 소득수준 증감 전망율	신규 추가	기본 소비생활에 대한 박탈감 인식율
			-1년 후 소비증감 전망율	유지	
			-1년 후 소비증감 전망율	일부 수정	1년 후 소비증감 전망율 및 소득-소비증감전망 격차지수

				1년 후 가계지출 비목별 경제적 부담 예 측 증가율	
소 비 경 험	문 제 경 험	소비 변화	-1년 후 가계지출 중 경제적 부담이 늘어날 비목	일부 수정	소비자피해경험지수 및 분야별 소비자피해 경험율
		진체	-소비자피해경험율	일부 수정	소비자피해경험지수 및 분야별 소비자피해 경험율
			-평균 소비자피해액	유지	분야별 소비자피해액
		의생활	-의생활에서의 소비자문제 유형별 인식율	대폭 수정	의생활 용품/서비스의 소비자문제 유형 별 인식율
		식생활	-식품에 대한 위해 불안감 인식율	일부 수정	식품위해 불안감 인식지수
		주생활	-주생활에서의 소비자문제 유형별 인식율	대폭 수정	주생활 용품/서비스의 소비자문제 유형 별 인식율
		의료	-의료소비자권리보장에 대한 인식율	유지	
		교육	-교육서비스의 소비자문제 유형별 인식율	대폭 수정	사교육/일반교육서비스의 소비자문제 유 형별 인식율
		관혼상제	-관혼상제관련 소비자문제 유형별 인식율	대폭 수정	경조사관련 소비자문제 유형별 인식율
		통신	-통신비 부담에 대한 소비자문제 유형별 인식율	대폭 수정	통신서비스에 대한 소비자문제 유형별 인식율
			-교통생활의 안전사고 불안감 인식율	대폭 수정	
		교통 자동차	-자동차관련 소비자문제 유형별 인식율	대폭 수정	차량구매/수리서비스의 소비자문제 유형 별 인식율

부문	지표체계		현행 지표명	결과	변경/신규 지표명	
	영역	하위 영역				
소 비 경 험	문제 경험	금융	-금융소비자문제 경험률	유지		
			여가 생활	-여가생활의 안전사고 경험률	일부 수정	여가생활 분야별 경험률 및 안전사고 경험지수
		-여가생활의 소비자문제 유형별 인식률		대폭 수정	여행/관광서비스의 소비자문제 유형별 인식률	
		녹색 생활		-녹색생활 실천률	지표 이동 및 수정	친환경·윤리소비 실천률
				-녹색구매관련 소비자문제 유형별 인식률	삭제	
		점포 거래	특수 거래	-매일 점포거래 유형별 이용률 및 횟수	유지	백화점/대형마트/재래시장/편의점 이용률 및 횟수
	-점포거래 유형별 소비자피해 경험률			유지	백화점/대형마트/재래시장/편의점 소비자피해경험률	
	거래 방식	특수 거래	-특수판매 유형별 이용률 및 횟수	대폭 수정	방문/다단계/전화권유/계속거래 이용률 및 횟수	
			-특수판매 유형별 소비자피해 경험률	대폭 수정	방문/다단계/전화권유/계속거래 소비자피해경험률	
		전자상거래	-매일 전자상거래 유형별 이용횟수 및 1회당 구매액	대폭 수정	TV홈쇼핑/전자상거래/해외직구 수 및 1회당 구매금액	
			-전자상거래 유형별 소비자피해 경험률	대폭 수정	TV홈쇼핑/전자상거래/해외직구 피해 경험률	

소비 만족도	기타 거래	-기타 거래 유형별 이용경험률	유지	직거래/생협 이용경험률
		소비 생활	유지	
			지표이동 및 수정	소비자시민역량 수준
	거래	-거래 유형별 만족도	유지	
		-소비자위해 시정조치 건수 및 비율	일부 수정	소비자위해정보를 활용한 후속조치 건수 및 비율
		-자발적 리콜비율	유지	
		-식품안전정책 추진에 대한 소비자신뢰 수준	일부 수정	주요 식품안전정책에 대한 소비자신뢰율
	소비자 안전의 강화	-수입물품 원산지표시 위반 시정 실적	삭제	
		-제품안전모니터링을 통한 시정조치건수 및 비율	신규 추가	수입물품 위해 시정조치 건수 및 비율
		-위해상품 판매차단시스템 보급수	유지	위해상품 판매차단시스템이용 소비자수 및 증가율
거래의 적정화	-불공정약관 시정조치 건수 및 비율	유지		
	-부당 표시·광고 시정조치 건수 및 비율	유지		
	-전자상거래 위반 시정조치 건수 및 비율	유지		
	-특수거래 자율분쟁조정제에 의한 구제건수 및 보상금액	일부 수정	특수거래 위반시정조치 건수 및 비율	
소비 환경	소비자 정책의 집행			

부문	지표체계		현행 지표명	결과	변경/신규 지표명
	영역	하위 영역			
소 비 환 경	소비자 정책의 집행	교육 및 정보 제공	기래의 적정화	유지	
			-10세이상 인구 천명당 전자상거래 피해구제건수	유지	
			-소비자정책 추진에 대한 소비자인지율 및 평가	일부 수정	주요 소비자정책에 대한 소비자인지율
			-중요 정보고시 위반행위 적발 건수	유지	
			-소비자리더대상 교육 참가자 수	유지	
			-취약계층 소비자교육 참가자 수	일부 수정	소비자교육 참가자수 및 사회적 배려계층 참가율
	소 비 환 경	교육 및 정보 제공	-소비자관련 교과목 선택 고등학교 수 및 비율	유지	
			-생필품가격정보(T-price)제공 품목수와 판매 점수	유지	
			-품질비교정보 제공건수 및 정보이용자수	유지	
				신규 추가	소비자속보 및 정보 제공건수
				신규 추가	소비자법규에 대한 소비자지식
				유지	
소 비 환 경	소비자 피해 구제	-10세 이상 인구 천명당 소비자상담(1372) 건수	유지		
		-소비자피해구제 처리결과 현황 및 합의권고율	일부 수정	소비자피해 처리건수 및 합의권고율	
		-소비자분쟁조정 건수 및 조정성립율	일부 수정	소비자관련 행정형 분쟁조정건수 및 조정 성립율	
			유지		
			유지		
		-소비자피해구제 이용 고객만족도	유지		

		-소비자증심경영(CCM) 증소기업 인증비율	유지	소비자증심경영(CCM) 인증기업의 소비자 신뢰율
		-소비자증심경영(CCM) 소비자인지율	대폭 수정	
	기타	-지자체 소비자생활센터 보조금 지급액수	삭제	
			신규 추가	국제 전자상거래 분쟁조정 건수
		-사업자에게 이의제기하는 소비자비율	유지	
	소비자 분쟁 해결	-불만족 후 추가조치를 인한 소비자비율	일부 수정	사업자대응 불만 시 중립기관에 분쟁의뢰 경험률
		-ADR 및 사업직 해결 용이성에 대한 인식율	대폭 수정	ADR 인식율
		-소비자참여형 정보(소비자특독) 작성 건수	유지	
		-미디어의 영향으로 구매행동을 바꾼 소비자비율	유지	
	소비자 참여	-소비자단체에 회원으로 참여하는 비율 및 기간	지표 통합 후 수정	
		-기업활동에 참여경험이 있는 소비자비율	대폭 수정	소비자단체/기업/정부의 소비자참여활동 경험률 및 참여 의사율
	소비자 단체	-소비자단체 보조금 지원 액수	삭제	
		-소비자단체에 대한 소비자인지율 및 신뢰율	유지	

소비자  
권리의  
신장

## 2) 소비생활지표 개선(안) 체계와 구성

## (1) 지표 개선(안) 체계

소비생활지표 개선(안)의 체계는 아래 <표 5-4>와 같은 바, 현행 지표와 비교해 볼 때, 정책성과 지표의 소비자권리 신장 영역이 소비자역량 강화 영역으로 변경되었고 그 하위 영역에서 소비자단체가 소비자시민으로 수정되어 지표수가 추가되는 등으로 일부 변경되었다.

&lt;표 5-4&gt; 지표 개선(안)의 체계

지표 (지표수)	부문 (지표수)	영역 (지표수)	하위 영역 (지표수)
문제 경험 (34)	소비수준 (11)	소득·소비 현황 (8)	소비규모(2)
			소비변화(6)
		소득·소비 전망 (3)	소비규모(2)
			소비변화(1)
	소비경험 (23)	문제 경험 (14)	소비생활 전체(2)
			의생활(1)
			식생활(1)
			주생활(1)
			의료서비스(1)
			교육서비스(1)
			경조사(1)
			통신(1)
			교통·자동차(2)
			금융·보험(1)
거래 방식 (7)	여가생활(2)		
	점포판매(2)		
	특수판매(2)		
	전자상거래(2)		
		기타 거래(1)	

정책성과 과 (36)	소비환경 (36)	소비만족도 (2)	소비생활 (1) 거래(1)
		소비자정책 집행 (27)	소비자안전의 강화(6)
			거래의 적정화(7)
			소비자교육 및 정보제공(7)
			소비자피해구제(7)
		소비자역량 강화 (9)	소비자분쟁해결(3)
			소비자참여(3)
			소비자시민(3)

(2) 지표 개선(안) 구성

① 문제경험 지표 구성

지표 개선(안) 중 문제경험 지표의 구성은 아래 <표 5-5>와 같다.

<표 5-5> 문제경험 지표 개선(안)의 구성

부문	지표 체계		번호	개별 지표명	작성 방법
	영역	하위 영역			
소비수준	소득 소비 현황	소비규모	1	주요 소득 원천별 월평균 소득	조사 통계
			2	소비생활 중산층 귀속율 및 중산층 상하격차지수	
		소비변화	3	1년 전과 비교한 소득 증감율	
			4	1년 전과 비교한 소비 증감율 및 소득소비 증감격차지수	
			5	소비가 지출이 증가한 경우, 요인별 비율	
			6	소비가 지출이 감소한 경우, 요인별 비율	
			7	최근 1년간 가계지출 중 경제적 부담이 큰 비목	
			8	기본 소비생활에 대한 박탈감 인식율	
	소득 소비 전망	소비규모	9	1년 후 소득 증감 전망율	
			10	1년 후 소비 증감 전망율 및 소득-소비증감전망 격차지수	
		소비변화	11	1년 후 가계지출 비목별 경제적 부담 예측 증가율	

소비 경험	문제 경험	전체	12	소비자피해경험지수 및 분야별 소비자피해경험율	조사 통계
			13	분야별 평균 소비자피해액	
		의생활	14	의생활용품/서비스의 소비자문제 유형별 인식율	
		식생활	15	식품 위해 불안감 인식지수	
		주생활	16	주생활용품/서비스의 소비자문제 유형별 인식율	
		의료	17	의료소비자권리 보장에 대한 인식율	
		교육	18	사교육/일반교육 서비스의 소비자문제 유형별 인식율	
		경조사	19	경조사관련 서비스의 소비자문제 유형별 인식율	
		통신	20	통신서비스의 소비자문제 유형별 인식율	
		교통· 자동차	21	교통생활의 안전사고 불안감 인식율	
			22	차량구매/수리서비스의 소비자문제 유형별 인식율	
		금융보험	23	금융소비자문제 경험율	
		여가생활	24	여가생활 분야별 경험율 및 안전사고 경험지수	
25	여행/관람서비스의 소비자문제 유형별 인식율				
거래방 식	점포거래	26	백화점/마트/재래시장/편의점 매월 이용율 및 횟수	조사 통계	
		27	백화점/마트/재래시장/편의점 소비자피해경험율		
	특수거래	28	방문/다단계/전화권유/계속거래 이용율 및 횟수		
		29	방문/다단계/전화권유/계속거래 소비자피해경험율		
	전자 상거래	30	홈쇼핑/전자상거래/해외직구 이용횟수 및 구매금액		
		31	홈쇼핑/전자상거래/해외직구 소비자피해경험율		
기타거래	32	직거래/생협 이용경험율			
소비 만족도	소비생활	33	소비생활만족도		
	거래방식	34	거래유형별 만족도		

## ② 정책성과 지표 구성

지표 개선(안) 중 문제경험 지표의 구성은 아래 <표 5-5>와 같다.

<표 5-5> 정책성과 지표 개선(안)의 구성

지표 체계		번호	개별 지표명	작성방법
영역	하위 영역			
소비자 정책 집행	소비자 안전의 강화	35	소비자위해 시정조치 건수 및 비율*	가공통계
		36	자발적 리콜비율	
		37	주요 식품안전정책에 대한 소비자신뢰율	조사통계
		38	수입물품 위해 시정조치 건수 및 비율	가공통계
		39	제품안전모니터링을 통한 시정조치건수 및 비율	
		40	위해상품판매차단시스템 보급수	
	41	불공정약관 시정조치 건수 및 비율		
	거래의 적정화	42	부당·표시 광고 시정조치 건수 및 비율	가공통계
		43	전자상거래 시정조치 건수	
		44	특수거래 위반 시정조치 건수 및 비율	
		45	10세 이상 인구 천명당 전자상거래피해구제건수*	조사통계
		46	주요 소비자정책에 대한 소비자신뢰율*	
		47	중요정보고시 위반행위 적발 건수	
	교육 및 정보 제공	48	소비자리더 대상 교육 참가자 수	가공집계
49		소비자교육 참가자 수 및 사회적 배려계층 참가율		
50		소비자관련 교과목 선택 고등학교 수 및 비율		
51		생활품 가격정보(T-price) 제공 품목수 및 판매점수		
52		품질비교정보 제공건수 및 정보 이용자 수		
53		소비자속보 및 소비자정보 제공 건수		
54		소비자법규에 대한 소비자지식		
소비자 피해	55	10세 이상 인구 천명당 소비자상담(1372) 건수	가공통계	
	56	소비자피해 처리건수 및 합의권고율		

	구제	57	소비자관련 행정형 분쟁조정건수 및 조정성립율	
		58	소비자피해구제 이용 고객만족도	
		59	소비자중심경영(CCM) 중소기업 인증비율	
		60	소비자중심경영(CCM) 인증기업의 소비자신뢰율	조사통계
		61	국제 전자상거래 소비자피해 처리건수 및 합의권고율	가공통계
소비자 역량 강화	소비자 분쟁 해결	62	사업자에게 이의제기 하는 소비자비율*	조사통계
		63	사업자대응 불만 시 중립기관에 분쟁의뢰 경험율*	
		64	ADR 이용 의사율*	
	소비자 참여	65	소비자참여형 정보(‘소비자톡톡’) 작성 건수	가공통계
		66	미디어의 영향으로 구매행동을 바꾼 소비자비율*	조사통계
	67	소비자단체/기업/정부의 소비자참여활동 경험율 및 참여의사율		
	소비자 시민	68	친환경·윤리소비 실천율	가공통계
		69	소비자시민역량 수준	
		70	소비자단체에 대한 소비자인지율 및 신뢰율*	조사통계

\* EU의 Consumer Conditions Scoreboard 제시된 지표로, 국제비교가 가능한 지표임.

## 6. 소비생활지표 개선(안) 타당성 검토

- 1) 전문가 자문회의 결과
- 2) 소비자 설문조사 결과



## 6. 소비생활지표 개선(안) 타당성 검토

### 1) 전문가 자문회의 결과

#### (1) 전문가 자문회의 개요 및 방법

도출된 지표 개선(안)에 대한 타당성 검토를 위해 아래 표에 제시된 바와 같이 분야별 전문가를 섭외하여 사전에 지표 개선(안) 작성 보고서와 타당성 검토 자료를 제공하고 주요 검토사항에 대해 서면으로 의견서를 작성하여 제출토록 한 후, 주요 논의사항을 선정하여 회의를 진행하였다. 전문가 자문회의를 통한 논의사항으로는 지표의 안정성 확보, 개별지표의 정교성 확보, 지표의 작성단위 구분 필요성, 지표 명칭 개선, 기본조사와 부가조사의 병행, 대표지표 선정과 지수 개발 등에 대해 검토하였다.

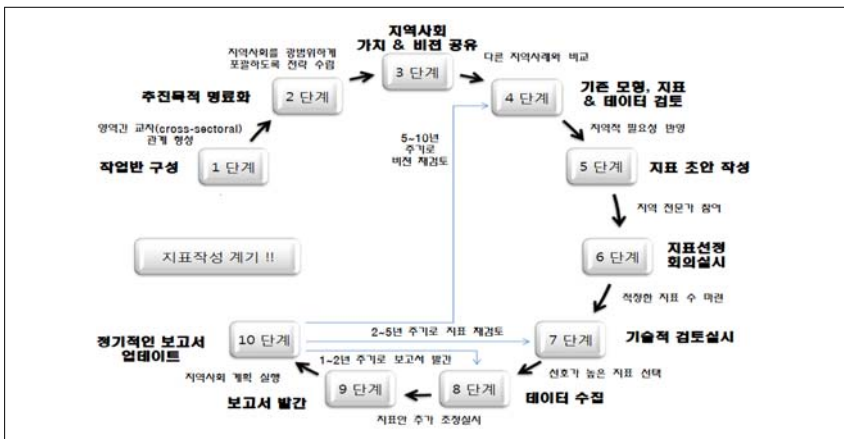
〈표 6-1〉 전문가 자문회의 논의사항

구분		내용
전문가 자문 대상		학계 5명, 정부부처 2명, 연구기관 2명, 소비자단체 1명
자문 내용	사전 서면 작성	-개선(안)의 활용성과 대표성 확보 여부 -개선(안) 체계와 개별지표 구성의 부합성 -70개 개별지표 설명의 타당성
	회의 논의 사항	-지표의 안정성 확보      -지표의 구성체계 개선 -개별지표의 정교성 확보   -지표의 작성단위 구분 필요성 -지표 명칭 개선   -기본조사와 부가조사의 병행 -지표 부문과 영역별 포함지표 조정 -대표지표 선정과 지수 개발

(2) 전문가 자문회의 주요 내용

① 지표의 안정성 확보

- 아래 그림에 제시된 지표 작성 과정에 근거하여 볼 때, 본 지표의 개편 절차는 체계적으로 진행되었으나, 지표 개편은 통상 5~10년 주기로 개편하는 것이 일반적으로, “한국의 사회지표”(통계청)는 통상 8년 전후로 개편작업을 추진하고 있으므로, 이번 개편 이후 시계열 지표자료의 안정적 축적이 중요하다.



\*출처 : Redefining Progress. 2002. Sustainability Starts in Your Community: A Community Indicators Guide

〈그림 6-1〉 지표작성 과정과 단계

- 본 지표 개편은 전문가 및 소비자 설문조사, 국내외 관련지표 분석을 통해 개선(안)이 마련되고 있다는 점에서 매우 긍정적이며, 특히 전문가의 의견을 실제로 파악하고 개선(안)에 반영하였다는 점에서 의미가 크다.

- 질문 문항을 변경할 경우 과거 데이터와의 연계성이 상실되는 것을 감안, 질문 변경에 신중을 기해야 하며, 이에 대한 득실 분석이 추가될 필요가 있다.
- 지표 데이터의 활용성을 높이기 위해 지표가이드를 보다 정교하고 상세하게 작성할 필요가 있다. 추후, 본 데이터는 연구 및 학술적인 목적 등으로 다양하게 사용될 것을 예상해 볼 때, 정확하고 일관된 사용을 위해서는 지표사용 가이드 작성에 역점을 두어야 한다.

## ② 지표의 구성체계 개선

- 현 지표를 구성하는 세 부문인 소비수준과 소비경험, 소비환경 간에는 서로 인과관계라 존재하는데, 소비수준과 소비환경 여건이 소비경험에 영향을 미칠 것으로 판단된다. 따라서, 지표의 체계를 전체 지표의 구성을 파악하는 측면에서 나아가 지표간 인과관계를 살펴볼 수 있도록 재정립하는 것이 필요하다.
- 소비경험 부문 내에 영역인 분야별 문제경험과 거래별 문제경험, 소비생활 만족 간에도 인과관계가 존재하는 바, 전체 70개 지표들을 부문별로 다시 재정리하고 인과관계를 살펴볼 수 있도록 체계를 구조화하는 것이 필요하다.

## ③ 개별지표의 정교화

- 지표49. “소비자교육 참가자수”는 한국소비자원 뿐만 아니라 소비자단체에서 실시하는 소비자교육도 의미가 있으므로 본 지표에 포함하는 것이 필요하다.

- 지표68. “친환경·윤리소비 실천율”의 명칭을 “지속가능소비 실천율”로 변경하고 하부 문항에 친환경소비와 윤리소비가 각각 포함되도록 하는 것이 적절하다.
- 지표51. “생필품 가격정보제공 품목수 및 판매점 수” 보다 T-price에 대한 소비자인지 정도를 파악하는 것을 검토하는 것이 필요한 바, 현재 소비자접근성이 매우 낮은 실정이다.
- 지표30. “전자상거래 이용횟수 및 구매금액”에서 모바일쇼핑도 포함하여 모바일거래 급증 현상을 파악하는 것이 중요하다.
- 지표7. “최근 1년간 가계지출 중 경제적 부담이 큰 비목”을 3 순위까지 선택하도록 조사하는데, 5순위까지로 늘여야 안정적인 데이터 확보가 가능할 것으로 판단된다.
- 지표7.과 지표11. 등 경제적 부담 비목을 측정하는 지표의 경우, 응답자가 가계 지출비중을 응답할 수도 있으므로 조사 시, 사전문항으로 가계지출 비중을 파악하던지, 아니면 질문 시 가계지출 비중이 아니라 부담 비목임을 명확하게 제시해야 바 이어스 되지 않을 것이다.
- 지표22. “차량구매/수리서비스의 소비자문제 유형별 비율”을 파악하기 위한 측정도구를 보면 차량구매에 신차와 중고차 모두 포함되어 있는데, 신차와 중고차의 소비자문제 유형이 매우 상이하므로 본 지표에 이를 구분하여 파악하던지, 아니면 신차구매로 한정하던지 판단하는 것이 필요하다.
- 지표61. “국제전자상거래 소비자피해 처리건수 및 합의권고율”은 우리원과 소비자단체 등을 통해 해당 데이터를 지속적으로 확보가능한 지에 대해 먼저 확인해야 한다.

- 지표2. “소비생활 중산층 귀속율 및 중산층 상하격차지수”에서 중산층 상하격차지수를 증상/중하 비율로 격차지수를 작성하는 것보다 양극화 문제를 다루기 위해서는 ‘하(하상, 하하)/상(상상, 상하)’로 ‘소비생활에 대한 주관적 격차지수’를 작성하는 것이 바람직하다.
- 지표5-6. “소비지출이 증가한 경우, 요인별 비율”은 통합하는 것이 적절한 바, 증가와 감소 비율을 동시에 제공하고 그 사유별 비율을 제시하는 것이 가독성이 높을 것이다.
- 지표12. “소비자피해경험지수 및 분야별 소비자피해경험율”에서 ‘최근 1년간’을 ‘가장 최근(1년 이내) 구매 시’로 변경할 경우, 2013~2015년의 소비자피해 경험률 추이 및 소비자 피해액 추이를 분석할 수 없게 될 우려가 존재한다.
- 소비자피해 경험률 및 피해액이 본 소비생활지표의 가장 중요한 질문 중 하나임을 감안할 때, 2013~2015년의 추이를 분석할 수 없다는 것은 손실이 매우 큰 것으로 판단된다. 반면 문구를 변경하면서 얻는 득은 그리 커 보이지 않는다.
- 지표43. “전자상거래 소비자보호법 위반 시정조치 건수”와 같이 단순히 건수로 표시한 지표들의 경우, 건수가 의미하는 것에 대한 해석에 주의를 기울여야 한다. 건수가 어느 정도일 때 ‘성과가 높다’라고 해석할 수 있는지, 혹은 이를 성과로 해석해야 하는지 아니면, 건수가 많은 만큼 전자상거래에 문제가 있다는 의미로도 해석할 수 있다.
- 지표23. “금융소비자문제 경험율”을 파악하기 위한 하부 문항 구성에 대해 재검토해 볼 필요가 있다. ‘금융상품 정보에 대한

이해부족'을 추가하는 것을 검토할 필요가 있다. 금융상품의 문제는 정보의 전문성 때문에 정보를 제공해 주어도 소비자는 금융기관 직원의 설명에 의존하는 많아 이에 대한 소비자문제를 파악하는 것이 필요하다. 또한 하부 문항 중 '금융상품의 불공정약관, 허위과장 표시광고를 접한 경우가 있다'를 '불완전판매(금융기관 직원의 거짓정보 제공)으로 손해를 본 적이 있다'로 변경하는 것을 고려해야 한다. 금융 소비자문제는 범위도 광범위하고, 문제가 발생하기 이전에 정책 마련이 중요한 이슈이므로, 문제 발생 사후에 해당하는 문제 경험을 외에 금융소비자문제 유형별 인식율, 불안감 인식율 등이 추가되는 것이 필요하다.

- 소비경험 부문의 문제경험 관련 지표들 중 각 소비생활 분야별로 소비자문제 유형별 인식율을 파악하는 지표들의 경우, 소비자문제 유형을 일관성있게 제시하는 것이 중요하다. 물론, 소비분야별로 특수한 문제가 존재할 수 있고 중요한 소비자문제로 파악될 경우에는 포함될 수 있으나 소비분야별 소비자문제의 비교 등을 감안할 때 어느 정도 통일된 유형을 제시하도록 수정할 필요가 있다.
- 소비경험 부문 문제경험 영역의 하위영역으로 현재 중요한 소비생활분야인 뷰티·헬스·헬스케어 관련 분야를 포함하는 것을 고려해야 한다. 소비지출 비중이 커질 뿐만 아니라 소비자문제가 다양하게 나타나고 있으며 지표 33. 소비생활만족도를 파악하는 분야에는 포함되어 있으므로 이를 반영하여 개별지표로 뷰티·헬스·헬스케어 관련 소비자문제 유형을 파악하는 문항을 추가하는 것이 필요하다.

## ④ 지표의 측정단위 구분과 명시

- 지표별 설명에서 소비자 개인으로 응답하는 문항인지 가계의 소비생활을 파악하는 문항인지 정확히 구별하여 제시하는 것이 지표 데이터 활용에 도움이 된다.
- 가계기반 지표일 경우, 조사 대상자 선정 시 가계 대표성을 지닌 응답자로 제한해야 한다. 예를 들어 가계구성원 중 대학생 자녀(20대)나 결혼한 자녀와 동거하는 부모(60대 이상)가 응답할 경우, 응답의 대표성을 갖기가 어렵다. 또한, 1인가구로 독립하여 생활하는 경우, 가계기반 지표의 질문에 대해 본인의 소비생활에 대해 응답할 수도 있고 가족의 소비생활을 염두에 두고 응답할 수 있어 바이어스가 우려된다.
- 조사 질문지에도 응답자가 명확히 인식하고 응답할 수 있도록 소비자 개인의 소비생활을 파악하는 문항인지 아니면 가계 소비생활에 기반하여 응답하는 문항인지 명확히 제시하는 것이 필요하다.

## ⑤ 지표 명칭 개선

- 하부지표 명칭 변경이 필요한 바, 특히 ‘문제경험 지표’의 명칭이 대표성을 가지고 그 의미를 충분히 전달하고 있는지 재검토해야 한다. 또한 문제경험 지표 안의 하부영역에 문제경험이 존재하고 있고 본 지표의 목적인 소비자권익 현황 파악에 보다 부합되어 지표 사용자들이 잘 활용할 수 있는 차원의 네이밍이 필요하다.
- 개별지표 명칭 변경이 필요한 바, 향후 언론 및 학계에서 관련 개별지표명을 따라 쓸 것으로 예상되어, 현재 제시한 개별지

표명이 이해가 어렵거나 지표의 측정내용을 효과적으로 전달하지 못하는 경우가 많아 체계적인 검토가 필요하다. 예로, ‘1년 전과 비교한 소비 증감율 및 소득소비 증감격차지수’ ⇒ ‘전년대비 가계소비의 증감에 대한 주관적 평가’, ‘소비생활 증산층 귀속율’ ⇒ ‘소비생활에 대한 증산층 귀속계층 비율’, ‘1년 전과 비교한 소득 증감율’ ⇒ ‘전년대비 가계소득 증감에 대한 평가’, ‘최근 1년간 가계지출 중 경제적 부담이 큰 비목’ ⇒ ‘부담이 되는 가계지출항목’, ‘식품에 대한 불안감 인식율’ ⇒ ‘식품에 대한 불안감 비율(수준)’, ‘교육서비스의 소비자문제 유형별 인식율’ ⇒ ‘사교육서비스 이용과정에서 경험한 소비자문제 유형별 비율’ 등으로 변경을 검토할 필요가 있다. 개별지표 명칭에 대한 재검토 방법은 언론인이나 학계전문가 집단의 자문 등을 통해 네이밍을 다시 해야 한다.

#### ⑥ 지표 부문과 영역별 포함지표 조정

- 소비환경 부문의 두 영역인 소비자정책의 집행과 소비자권리의 신장은 소비자정책 추진 결과와 추진 성과 각각을 평가할 수 있도록 영역화 한 것으로 판단되는데, 소비자정책의 집행 영역을 구성하는 지표에 정책 추진 성과를 파악하는 지표(예를 들어 주요 소비자정책에 대한 소비자신뢰율)가 포함되어 있고, 소비자권리의 신장 영역의 구성 지표에 정책 추진 결과를 파악하는 지표(예를 들어 소비자참여형 정보 작성 건수)가 포함되어 있어 지표 부문과 영역의 대표성 측면에서 문제가 있다.
- 소비환경 부문의 소비자권리 신장 영역은 소비자정책의 중요 성과를 소비자권리 신장으로 전제하고 이에 대한 지표를 중심

으로 구성한 것으로 파악되나, 소비자정책 집행 영역의 일부 지표를 이동할 것을 감안하면 해당 영역의 명칭을 소비자정책의 성과로 변경하는 것을 고려할 필요가 있다.

#### ⑦ 기본조사와 부가조사의 병행 실시

- 매번 질문하는 기본조사와 가끔씩 조사하는 부가조사로 구분하여 병행 실시하는 것을 고려할 필요가 있다. 예를 들어, 경제활동인구조사는 본조사(50문항 이내) 이외에도, 임금근로자에 대한 부가조사, 비임금근로자에 대한 부가조사, 청년층고령층 부가조사 등이 따로 있다. 최근 안전에 대한 관심과 요구가 높은 점을 감안, 소비생활지표에 포함되어 있는 안전과 관련한 기본조사와 연계하여 소비생활 전반에 안전문제를 보다 구체적으로 살펴보기 위하여 부가 조사를 동시에 실시한다면 소비생활지표의 효과를 극대화할 수 있다.
- 본 지표 체계와 틀에서는 벗어나기는 하나 소비자 현안이 존재할 경우, 부가조사를 함께 실시하는 것이 필요하다. 예를 들어 금융서비스에 대한 소비자보호의 중요성이 매우 강조되고 있는 현 시점에서는 지표 23.“금융소비자문제 경험율”을 보다 세분화하여 대출, 저축, 보험, 투자 등에 대해 각각 소비자문제를 파악하는 조사가 필요하다. 부가조사의 내용으로는 대출: 불합리한 대출관련 비용(예, 부동산 담보설정 및 해지에 따른 비용전가), 중도상환수수료, 대출이자 등에 대한 설명 부족, 대출서류에 대한 금융기관의 임의변경(대출기간 연장 혹은 고정금리를 변동금리로 변경하는 사례 등), 보험: 보장성 보험의 경우 가입시점에서 보장이 되는 경우에 대한 정보 불

충분으로 인한 보험금 혜택 받지 못함, 저축성 보험의 경우 장기성보험(10년 이상시 비과세)이 많은데, 중도해지로 인한 해약환급금이 지나치게 적음에 대한 소비자불만이 존재하므로, 공시이율에 대한 소비자이해의 부족으로 인한 보험사와의 갈등 등을 파악할 수 있는 부가조사를 기획할 필요가 있다. 투자: 투자상담사의 잘못된 권유로 인한 원금손실, 현재 자본시장 통합법에서 규정하고 투자상담사의 의무(적합성원칙, 적정성 원칙, 설명의무, 부당권유금지)를 이행하지 않아서 발생하는 문제 등이 존재한다.

#### ㉔ 대표지표의 선정 및 지수개발

- 전체 지표 중 대표지표의 선정이 필요한 바, 전체 70개 지표 중 소비자문제 현황과 소비자권익 향상 정도를 파악하는데 더욱 적합한 지표를 중심으로 대표지표를 선정하는 것이 지표에 대한 이해를 높일 수 있다. 대표지표 선정을 통해 소비생활에서 소비자가 경험하는 주요 문제와 그 정도를 통계적으로 확인하고 소비자권익의 개선 혹은 향상 정도를 파악할 수 있도록 한다면, 언론과 학계 모두 본 지표를 보다 더 잘 활용할 것으로 판단된다.
- 본 지표의 지수화 개발이 필요한 바, 한국소비자원의 대표적 상품으로 발전시키기 위해서는 지표 나열에 그치는 것이 아니라 그 지표를 이용하여 지수를 개발·발표할 필요가 있다. 2013년에 이어 2015년에 두 번째 조사가 이뤄질 경우, 각 지표의 2년간 변화를 고려하여 유의미한 지수를 구성할 수 있을 것으로 판단된다. ‘소비생활지수’(가칭)는 ‘소비경험지수’(소비기준+소비경험)와 ‘정책성과지수’(소비환경)로 구성하고, 각각은

다시 5~10개의 주요 지표로 구성할 수 있다. 지표를 지수화하기 위해서는 가중치를 부여하는 것이 핵심인데, 이때 한국소비자원의 추진 방향 및 정책 취지를 담아낼 수 있는 바, 예를 들어 소비자경험 및 소비자정책을 중시할 경우 소비수준 관련 지표의 비중을 낮출 수 있다.

- 본 지표가 문제경험지표와 정책성과지표로 구성되어 있음을 감안할 때, 소비자문제경험 정도와 소비자문제 해결 정도를 확인할 수 있도록 지수화하면 효과가 있다. 또한 지수의 명칭을 소비자문제 지수와 문제극복 지수 등 보다 이해가 쉽도록 제시하는 게 중요하다.

### (3) 전문가 자문회의 반영내용

이상과 같이, 전문가 자문회의를 통해 논의된 사항을 바탕으로 하여 지표 최종 확정에 반영한 내용을 아래 <표 6-2>와 같다.

<표 6-2> 전문가 자문회의 반영 및 수정사항

논의사항	반영 및 수정내용
지표의 안정화	- 개별지표별 상세한 설명 및 가이드 작성
지표의 체계 개선	- 지표 부문 간 인과관계를 살펴볼 수 있도록 변경
개별지표의 정교화	- 지표번호 2, 5, 6, 7, 12, 22, 23, 30, 43, 49 전문가 제안내용대로 수정 - 소비생활 분야별 소비자문제 유형 파악관련 지표의 경우, 소비자문제 유형을 통일하여 제시 - 문제경험 소비생활 분야 중 뷰티·헬스 영역 추가
지표의 측정단위 명시	- 지표명에 측정단위를 파악할 수 있도록 명시 - 조사 표본 선정 시, 가계 응답문항에 대한 대표성 여부를 사전 판단

	- 조사 질문내용에 응답 기준이 개인소비자인지 가계인지 명확히 제시
지표명칭 개선	- 개별지표 명칭은 본 연구를 통해 1차 수정 후, '15년도 지표 작성을 위한 2차 소비자조사 시행 전 지표명칭 점검 및 개선을 위한 전문가자문 등을 통해 2차 수정
지표 부문과 영역별 포함지표 조정	- 소비환경 부문을 '소비자정책 집행'과 '소비자정책 성과' 영역으로 변경하고 정책 추진 결과는 '소비자정책 집행' 영역으로, 정책 추진 성과는 '소비자정책 성과' 영역으로 분류하여 지표를 조정
기본조사와 부가조사 병행	- '15년도 2차 소비자조사부터 적용 예정
대표지표 선정과 지수 개발	- '15년도 2차 소비자조사전 하부지표별로 대표지표 선정 - '소비자정책 성과' 영역의 지표를 중심으로 소비자정책성과지수를 작성

## 2) 소비자 설문조사 결과

### (1) 소비자조사 개요 및 방법

본 조사는 도출된 지표 개선(안)에 근거하여 변경 혹은 추가된 지표 중, 소비자조사에 기반하여 통계를 작성하게 되는 지표에 대해 측정도구의 타당성 및 데이터의 안정적 확보 등의 점검을 위해 실시하였다. 즉, 지표 개편으로 소비생활조사 내용의 변경에 따라 조사도구의 타당성 확보를 위한 예비조사의 성격으로, 전체 지표 70개 중 수정 및 신규 작성되는 18개 지표의 조사통계 결과를 파악하고자 하였다.

본 조사는 변경된 조사도구의 타당성 점검 차원으로 수행되고 있는 바, 소비생활조사의 대상이 되는 전국에 거주하는 20세 이상 성인 남녀 소비자를 대상으로 하되, 연령 혹은 지역 분포에 따른 표본할당 없이 56개의 표본을 조사하여 최종 분석에 사용하였다.

〈표 6-3〉 소비자조사의 설계

항 목	내 용
모집단	서울 거주 20대 이상 70대 이하 성인 남·녀 소비자
표본크기	56명 (유효 표본기준)
표본추출방법	임의할당표본
조 사 방 법	조사원을 통한 면접조사
조 사 일 정	2014년 11월 12일 ~ 11월 19일
자료수집도구	구조화된 설문지

본 조사 내용은 소비생활지표 각 부문별 수정 혹은 신규 추가되는 지표 통계의 안정적 확보 차원에서 예비조사가 필요한 내용을 중심으로 구성하였고 구체적인 사항은 아래 <표 6-3>과 같으며, 총 18개 문항과 하부문항으로 작성하였다.

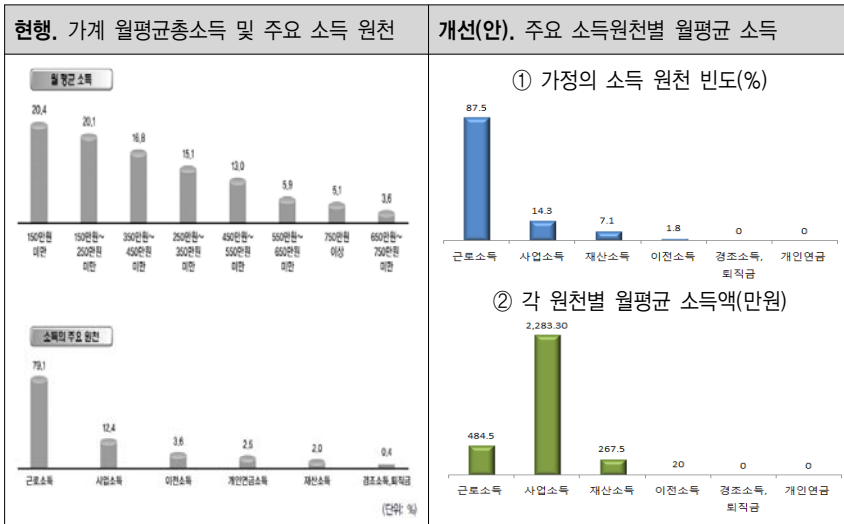
〈표 6-4〉 소비자조사의 내용

하부 지표	조사 내용(개선(안) 지표 번호)
소비 수준	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 소득원천별 월평균세전소득(지표1)</li> <li>• 소비지출이 증가한 경우, 주요 이유(지표5)</li> <li>• 소비지출이 감소한 경우, 주요 이유(지표6)</li> <li>• 기본 소비생활에 대한 박탈감 인식율(지표8)</li> </ul>
문제 경험 지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 의생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표14)</li> <li>• 주생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표16)</li> <li>• 사교육서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표18)</li> <li>• 경조사관련 서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표19)</li> <li>• 통신서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표20)</li> <li>• 교통생활의 안전사고 불안감 인식(지표21)</li> <li>• 개인차량 구매/서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표22)</li> <li>• 여행/문화관광서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표25)</li> <li>• TV홈쇼핑/인터넷쇼핑/해외직구 이용횟수 및 구매액(지표30)</li> <li>• TV홈쇼핑/인터넷쇼핑/해외직구 소비자피해경험률(지표30)</li> </ul>
정책 성과 지표	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자보호법과 제도에 대한 소비자지식 수준(지표54)</li> <li>• 소비자중심경영(CCM) 인증기업에 대한 소비자신뢰수준(지표60)</li> <li>• 소비자분쟁조정제도에 대한 소비자인지 및 용이성 인식(지표64)</li> <li>• 기업/소비자단체/정부의 소비자참여활동 경험(지표67)</li> <li>• 친환경·윤리소비 실천수준(지표68)</li> </ul>

(2) 소비자조사 결과

본 조사는 분석의 대상이 되는 18개 개선(안) 지표에 대해 기존 현행 지표 통계와 비교를 통해 현상 파악의 적정성, 통계 분포의 적정성, 추가된 조사 항목 통계값의 유의미성, 시계열 분석의 적정성, 기존지표 대비 통계적 안정성 등을 중심으로 파악하여 수정 및 보완사항을 파악하였다.

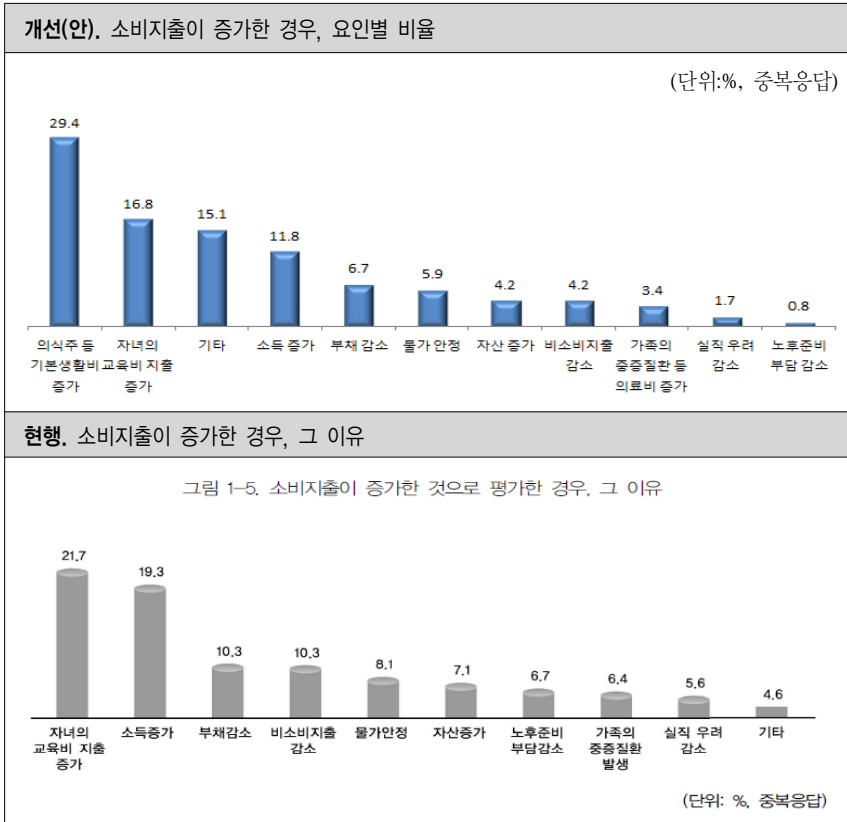
① 주요 소득원천별 월평균세전소득(개선(안) 지표1)



〈그림 6-2〉 주요 소득원천별 월평균세전소득 통계 결과

개선(안) 지표 ‘주요 소득원천별 월평균소득’ 통계를 산출한 결과, 현행 지표에 비해 소득 원천에 따른 월평균소득 규모 차이를 파악할 수 있고 소득 구간이 아니라 구체적인 액수 파악이 가능한 것으로 평가되었다.

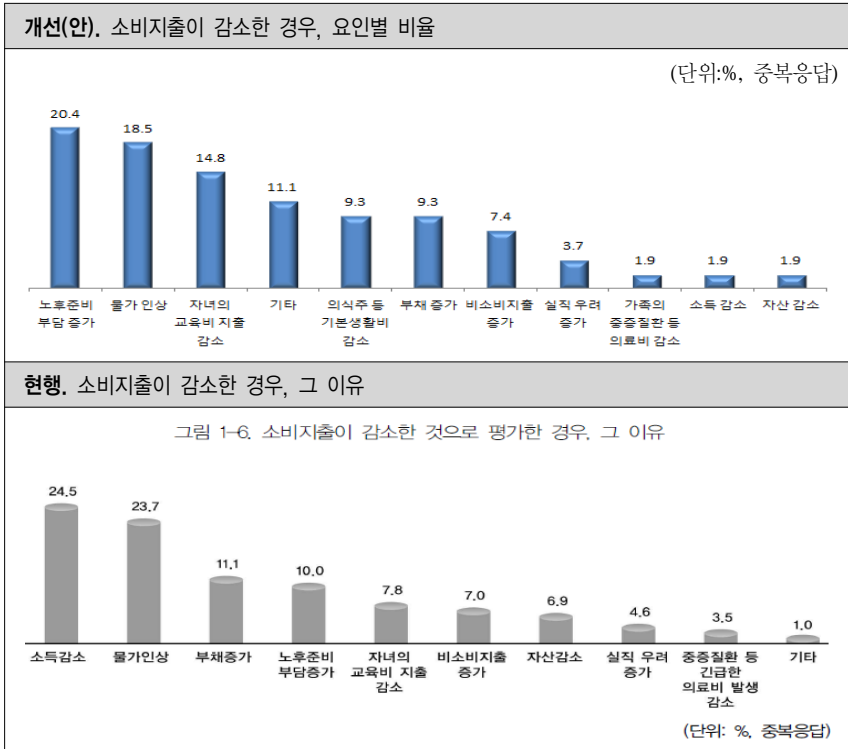
② 소비지출이 증가한 경우, 주요 이유(지표5)



<그림 6-3> 비지출의 증가한 경우, 요인별 비율 통계 결과

개선(안) 지표 ‘소비지출이 증가한 경우, 요인별 비율’ 통계를 산출한 결과, 새로 추가한 항목인 의식주 등 기본생활비 증가에 대한 응답 비중이 가장 높은 것으로 나타나 개선(안) 대로 변경하는 것이 적절하나, 현행 지표에 비해 기타의 응답비중이 15.1%로 높아 보완이 필요하다.

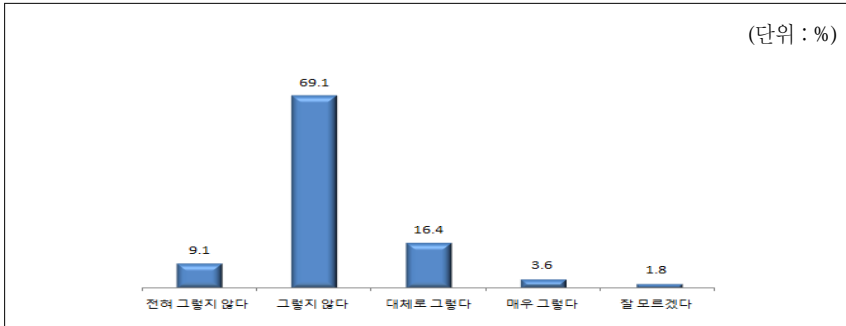
③ 소비지출이 감소한 경우, 주요 이유(지표6)



〈그림 6-4〉 소비지출이 감소한 경우, 요인별 비율 통계 결과

개선(안) 지표 ‘소비지출이 감소한 경우, 요인별 비율’ 통계를 산출한 결과, 새로 추가한 항목인 의식주 등 기본생활비 증가에 대한 응답 비중이 9.3%로 비교적 높게 나타나 개선(안) 대로 변경하는 것이 적절하나, 현행지표에 비해 기타의 응답비중이 11.1%로 높아 보완이 필요하다.

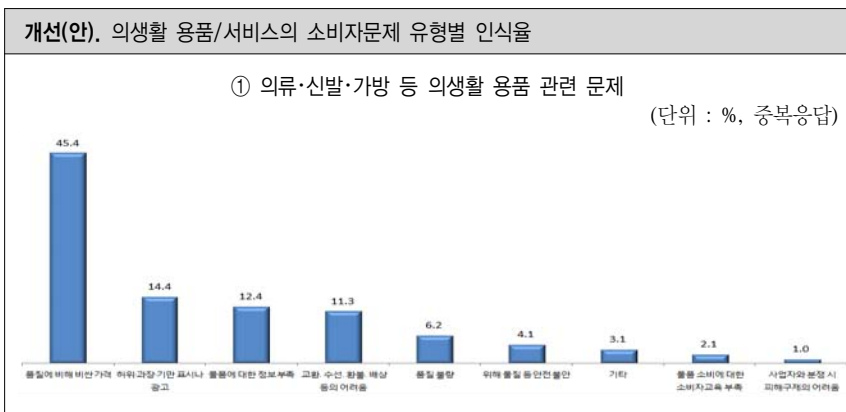
## ④ 기본 소비생활에 대한 박탈감 인식율(지표8)

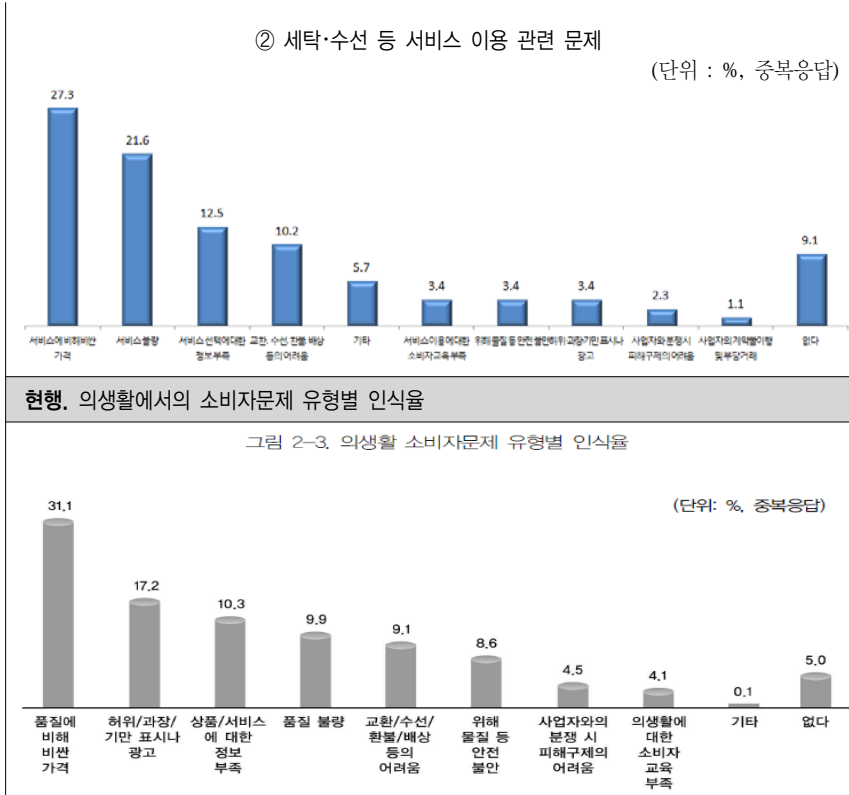


〈그림 6-5〉 기본 소비생활에 대한 박탈감 인식율 통계 결과

개선(안) 지표 ‘기본 소비생활에 대한 박탈감 인식율’ 통계를 산출한 결과, 항목별 응답 분포가 현상을 반영할 수 있도록 적절히 나타났고 잘 모르겠다는 응답 비중이 낮아 지표값 산출도 안정적으로 가능할 것으로 판단되어 신규 지표로 추가 가능한 것으로 판단되었다.

## ⑤ 의생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표14)

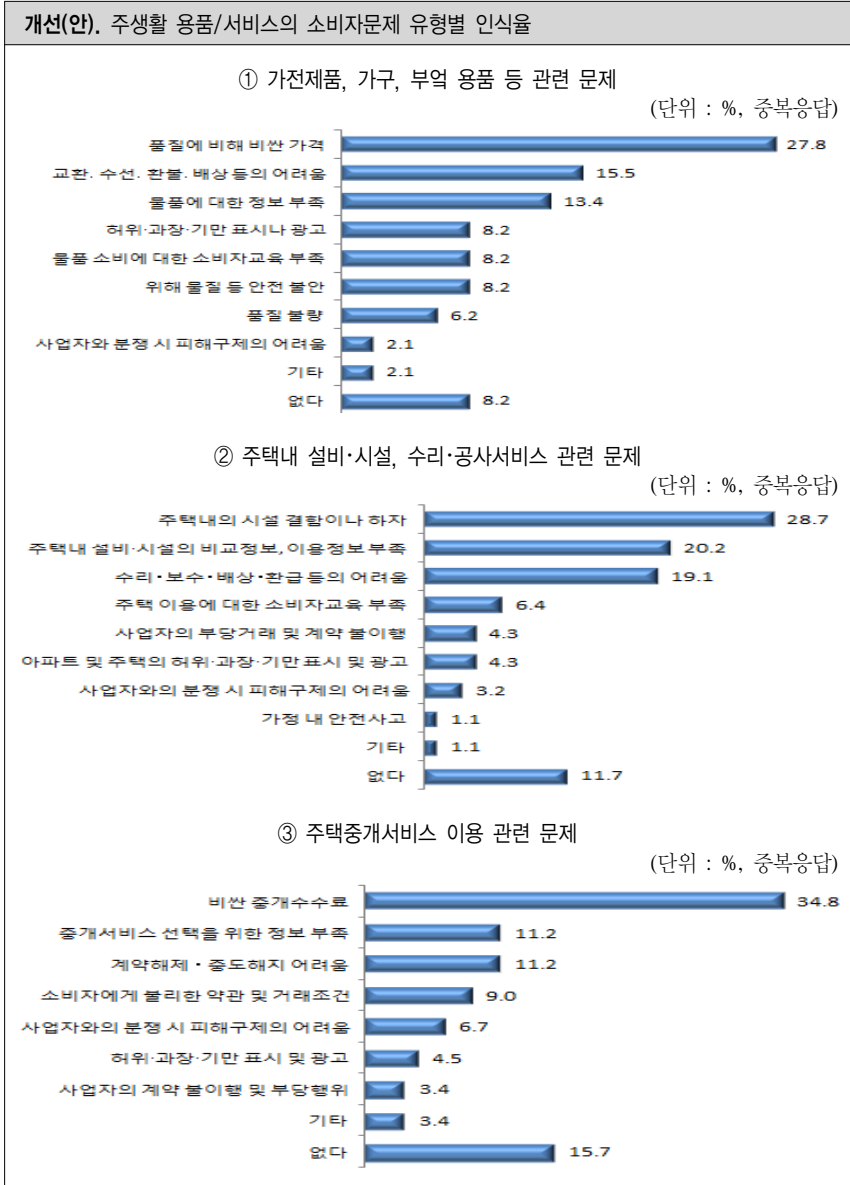


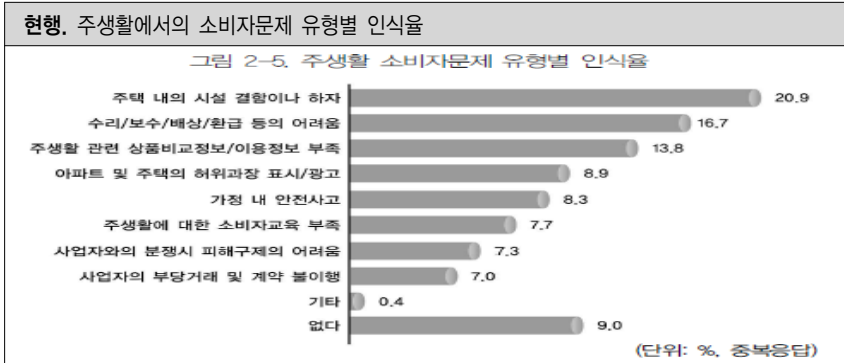


〈그림 6-6〉의생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 비율 통계 결과

개선(안) 지표 ‘의생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 인식율’ 통계를 산출한 결과, 현행 지표와 달리 용품과 서비스 각각 소비자문제 유형별 비율에 상이함이 많은 것으로 나타났다. 따라서 두 영역을 따로 조사하는 것이 타당하며, 용품과 서비스 모두 기타 응답이 현행 지표에 비해 많아 응답 항목을 보다 세분화할 필요가 있는 것으로 평가되었다.

⑥ 주생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표16)

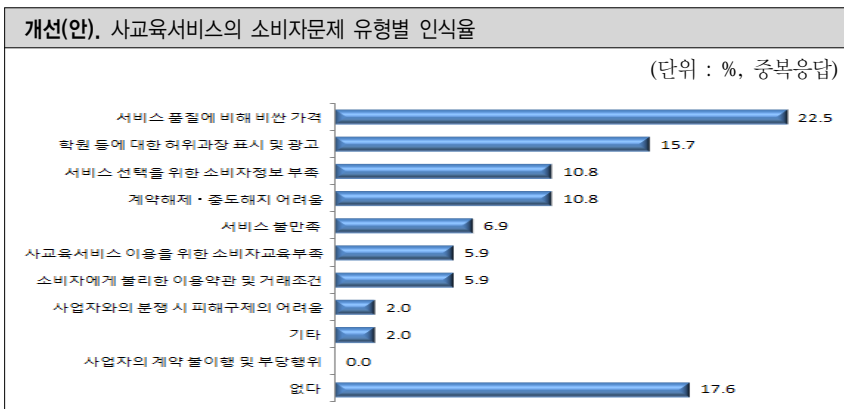


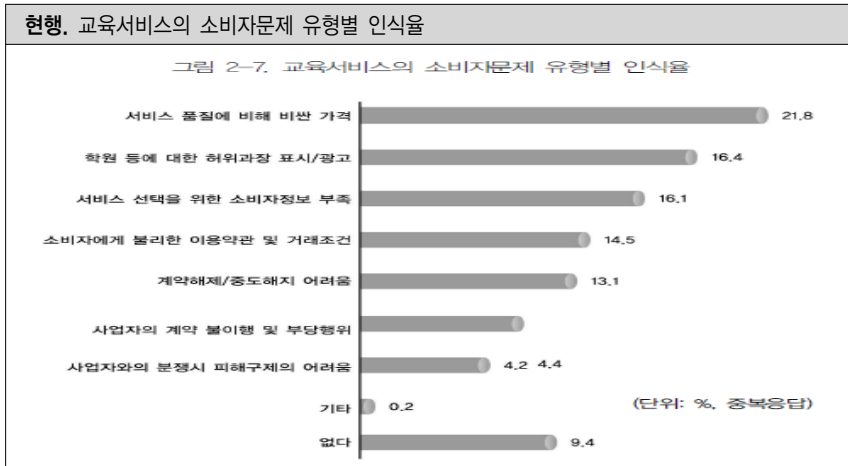


〈그림 6-7〉 주생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 비율 통계 결과

개선(안) 지표 ‘주생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 인식율’ 통계를 산출한 결과, 주생활 분야를 세 영역으로 구분하여 나타난 소비자 문제 유형별 비율에 상이함이 많은 것으로 나타나 이를 반영하여 최종 지표를 개선할 예정이며, 현행 지표에 비해 기타 응답이 높게 나타난 부분에 대한 보완이 필요하다.

⑦ 사교육서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표18)

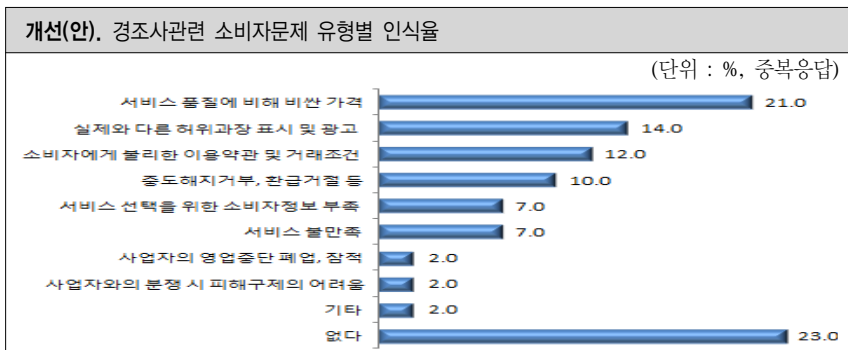


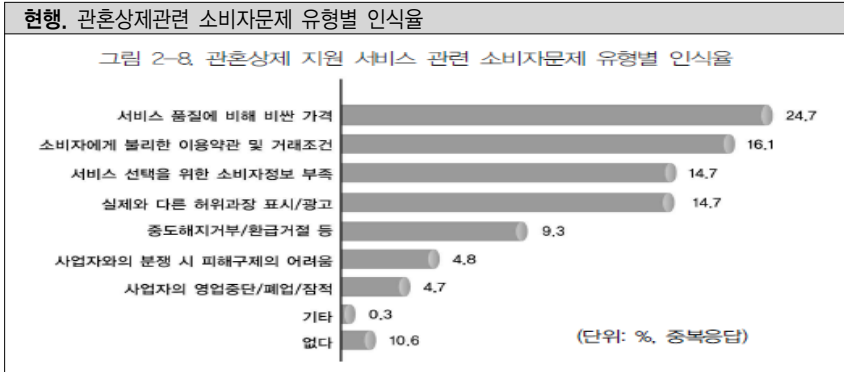


〈그림 6-8〉 교육서비스의 소비자문제 유형별 비 통계 결과

개선(안) 지표 ‘사교육서비스의 소비자문제 유형별 인식율’ 통계를 산출한 결과, 현행 지표와 비슷한 응답 통계 경향을 나타내고 있으나 새로 추가한 항목인 서비스 불만족의 응답 비중이 6.9%로 비교적 높게 나타나 이를 반영하는 것이 필요하다.

⑧ 경조사관련 서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표19)

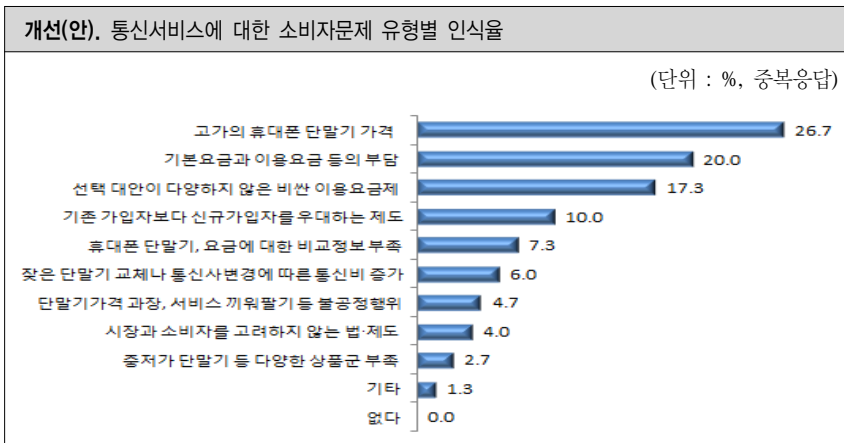


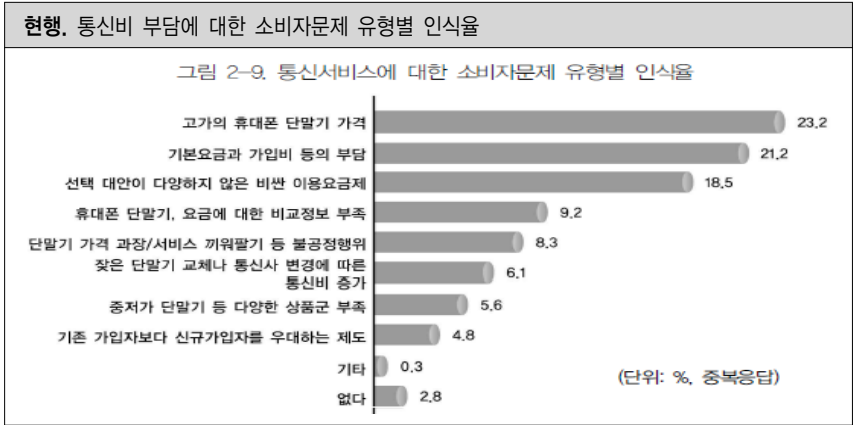


〈그림 6-8〉 경조사관련 소비자문제 유형별 통계 결과

개선(안) 지표 ‘경조사관련 소비자문제 유형별 인식율’ 통계를 산출한 결과, 새로 추가한 항목인 서비스불만족의 응답 비중이 7.0%로 나타나 개선(안) 대로 해당 항목 추가가 필요하다.

⑨ 통신서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표20)

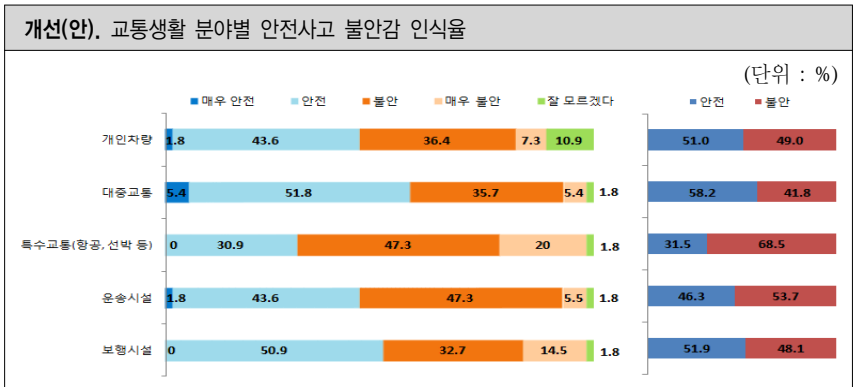


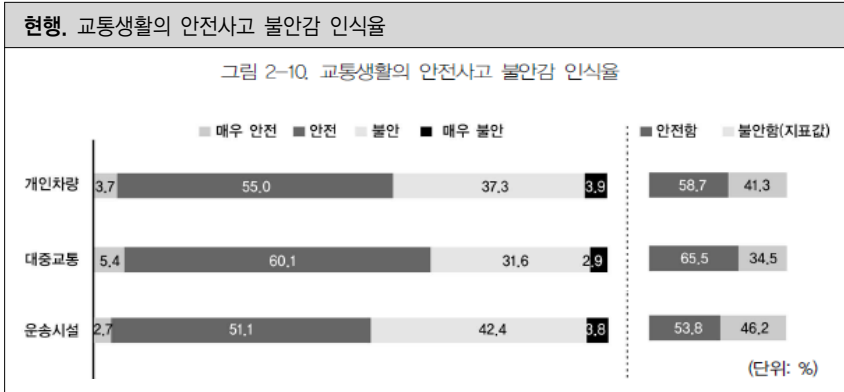


〈그림 6-10〉 통신서비스에 대한 소비자문제 유형별 비율 통계 결과

개선(안) 지표 ‘통신서비스에 대한 소비자문제 유형별 인식율’ 통계를 산출한 결과, 새로 추가한 항목인 시장과 소비자를 고려하지 않는 법과 제도에 대한 응답이 4.0%로 나타나 소비자문제 파악을 위한 항목으로 추가되는 것이 타당한 것으로 판단된다.

⑩ 교통생활의 안전사고 불안감 인식(지표21)

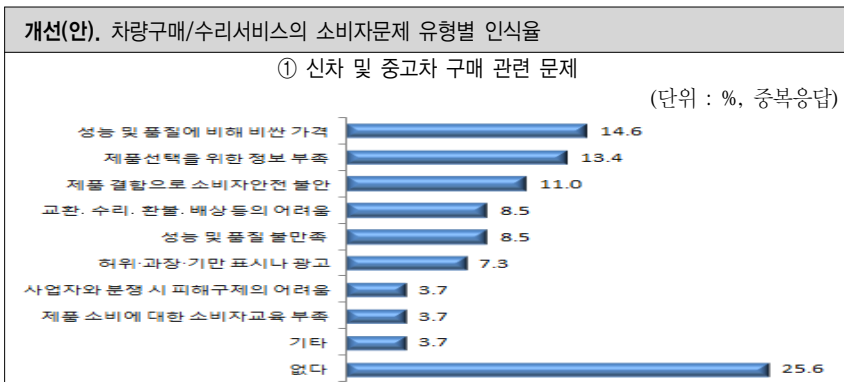


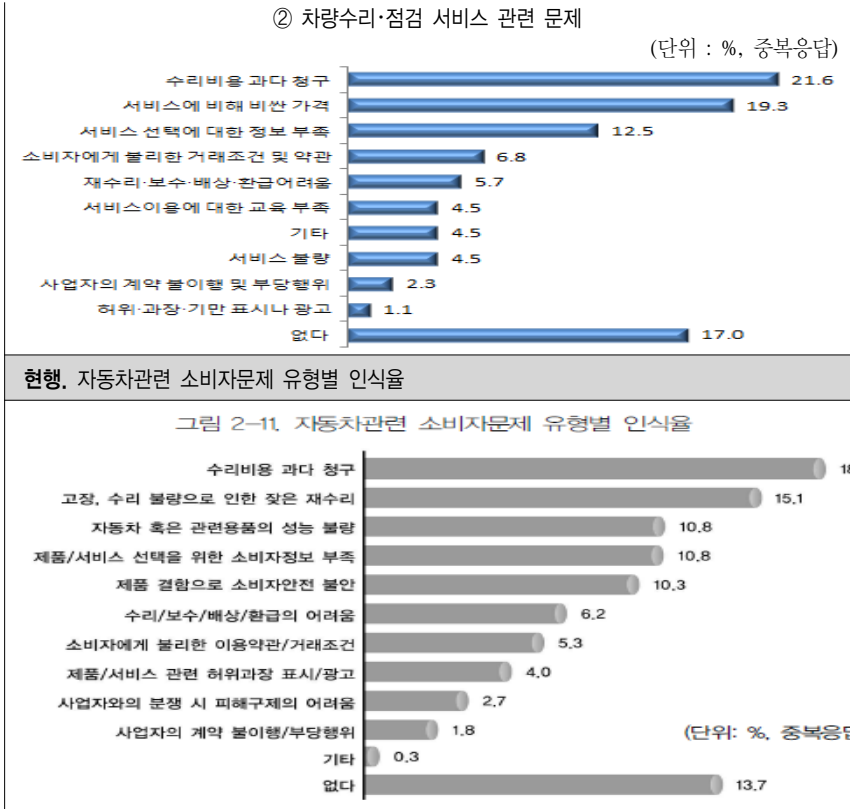


〈그림 6-11〉교통생활의 안전사고 불안감 인식 통계 결과

개선(안) 지표 ‘교통생활 분야별 안전사고 불안감 인식율’ 통계를 산출한 결과, 새로 추가한 영역인 특수교통과 보행시설에 대한 응답 분포가 적절하고 현행 지표의 영역에 비해 안전사고 불안감도 높은 것으로 나타나 새롭게 추가하는 것이 타당한 것으로 판단된다.

① 개인차량 구매/서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표22)

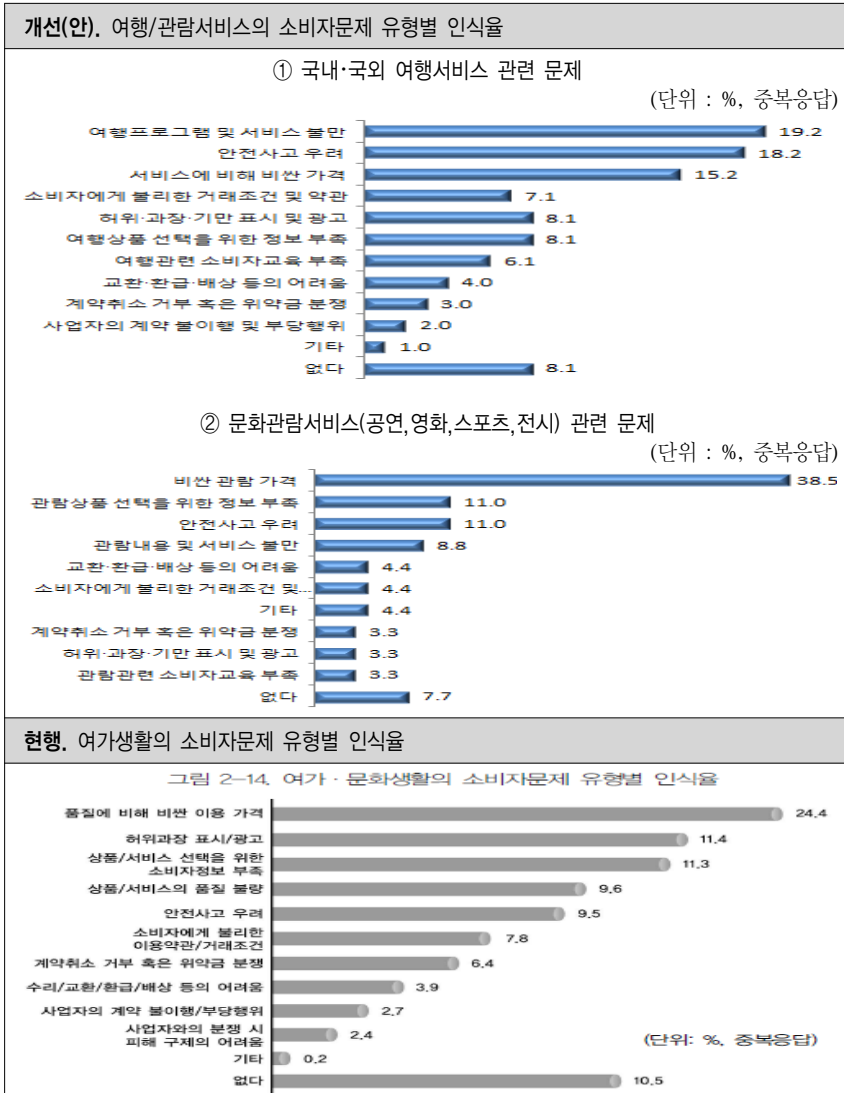




〈그림 6-12〉 차량구매/수리서비스의 소비자문제 유형별 비율 통계 결과

개선(안) 지표 ‘차량구매/수리서비스의 소비자문제 유형별 인식율’ 통계를 산출한 결과, 현행 지표에 비해 차량구매와 차량서비스의 소비자 문제 유형이 상이한 것으로 나타나 구분하여 파악하는 것이 적절하나, 두 영역 모두 기타의 응답 비중이 비교적 높아 응답 항목의 추가 혹은 세분화에 대한 점검이 필요하다.

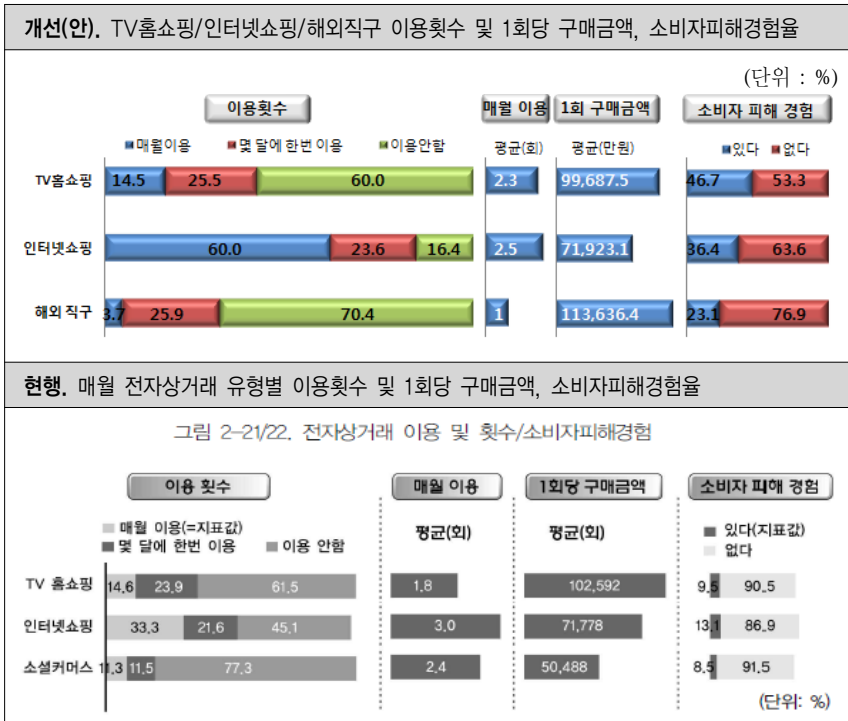
⑫ 여행/문화관람서비스의 소비자문제 유형별 인식(지표25)



〈그림 6-13〉 여행/관람서비스의 소비자문제 유형별 비율 통계 결과

개선(안) 지표 ‘여행/관람서비스의 소비자문제 유형별 인식율’ 통계를 산출한 결과, 현행 지표에 비해 국내외 여행서비스와와 문화관광서비스에 대한 소비자문제 유형이 상이한 것으로 나타나 구분하여 파악하는 것이 적절하나, 특히 문화관광서비스의 경우 기타 응답비중이 다른 응답에 비해 높아 응답 항목의 추가 혹은 세분화에 대한 점검이 필요하다.

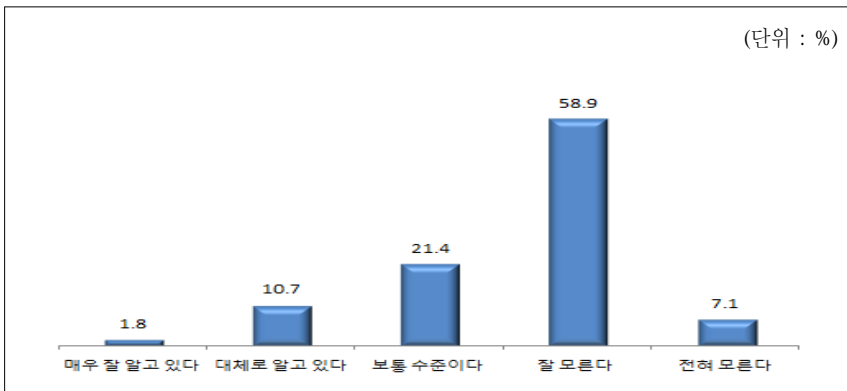
③ TV홈쇼핑/인터넷쇼핑/해외직구 이용횟수 및 구매액, 소비자피해 경험률(지표30, 31)



〈그림 6-14〉 TV홈쇼핑/인터넷쇼핑/해외직구 이용횟수 및 구매액, 소비자피해경험률 통계 결과

개선(안) 지표 ‘TV홈쇼핑/인터넷쇼핑/해외직구의 이용횟수 및 1회당 구매금액, 소비자피해경험율’ 통계를 산출한 결과, 새로 추가된 영역인 해외 직구의 매월 이용횟수가 홈쇼핑과 인터넷쇼핑에 비해서는 낮으나 1회당 구매금액에서는 더 크고 소비자피해경험율도 비교적 높게 나타나 전자상거래의 이용현황 파악 영역으로 추가되는 것이 적절한 것으로 판단된다.

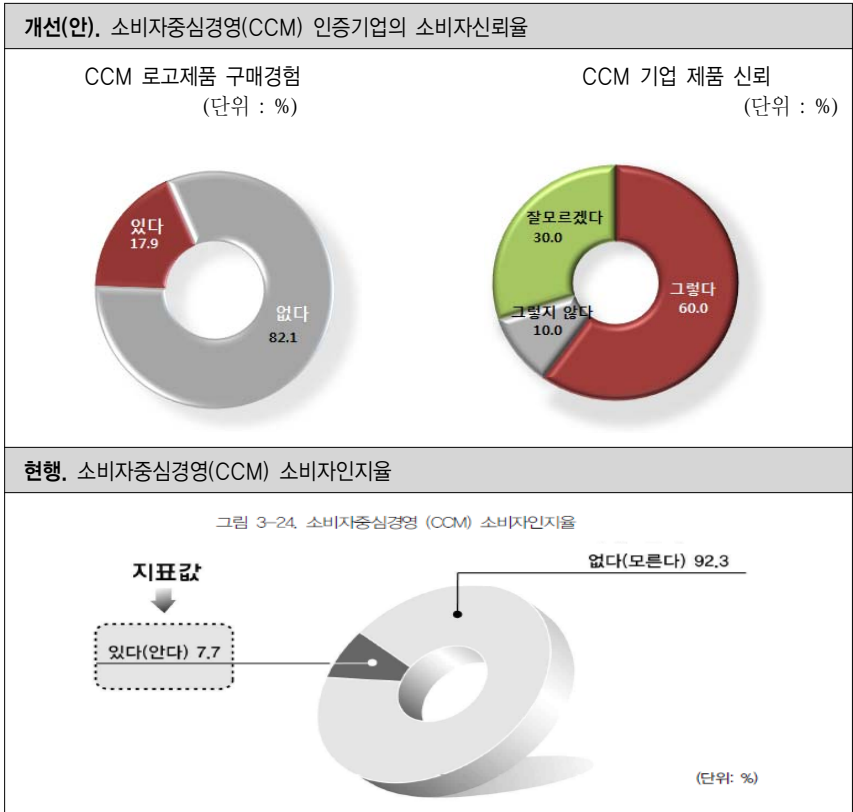
⑭ 소비자보호법과 제도에 대한 소비자지식 수준(지표54)



〈그림 6-15〉 소비자보호법과 제도에 대한 소비자지식 수준 통계 결과

개선(안) 지표 ‘소비자 법규에 대한 소비자지식 수준’ 통계를 산출한 결과, 응답 항목별 분포가 골고루 나타나고 있으나 보통 수준에 응답한 비중이 상대적으로 높게 나타나 신규 지표화 하는데 추가검토가 필요할 것으로 판단된다.

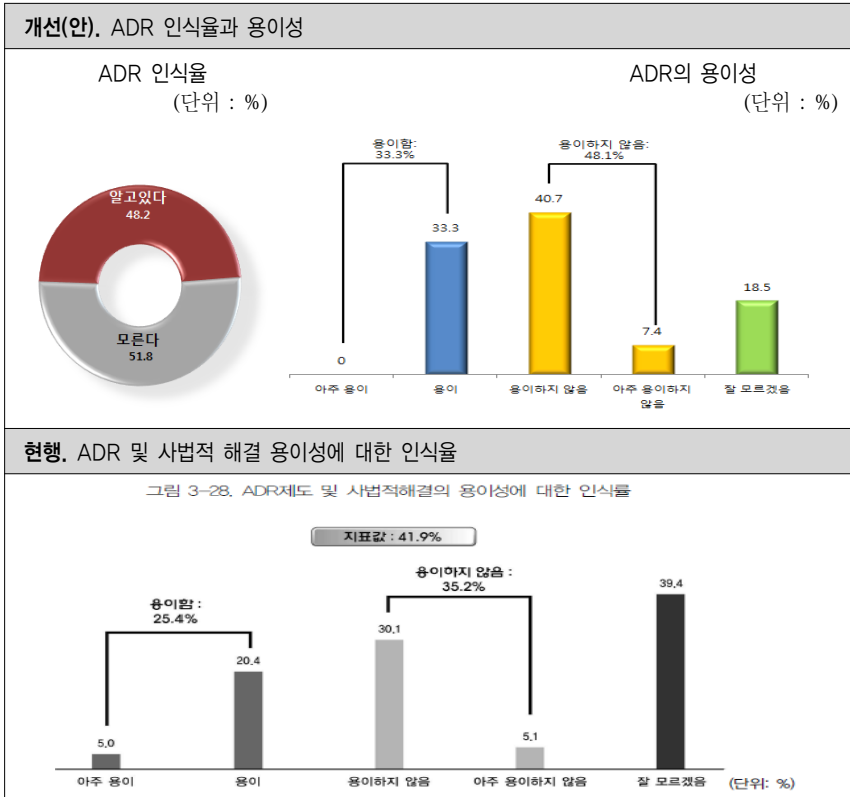
⑮ 소비자중심경영(CCM) 인증기업에 대한 소비자신뢰수준(지표60)



〈그림 6-16〉 소비자중심경영 인증기업의 소비자신뢰율 통계 결과

개선(안) 지표 ‘소비자중심경영 인증기업의 인지율과 신뢰율’ 통계를 산출한 결과, 현행 지표인 ‘소비자중심경영 소비자인지율’ 보다 해당 지표의 목적을 보다 더 잘 나타내는 통계치로 판단되고 응답 분포가 더 안정적이며 시계열분석 등을 통해 해당 지표 변화를 파악하는 데에도 더 유용하게 활용 가능할 것으로 판단된다.

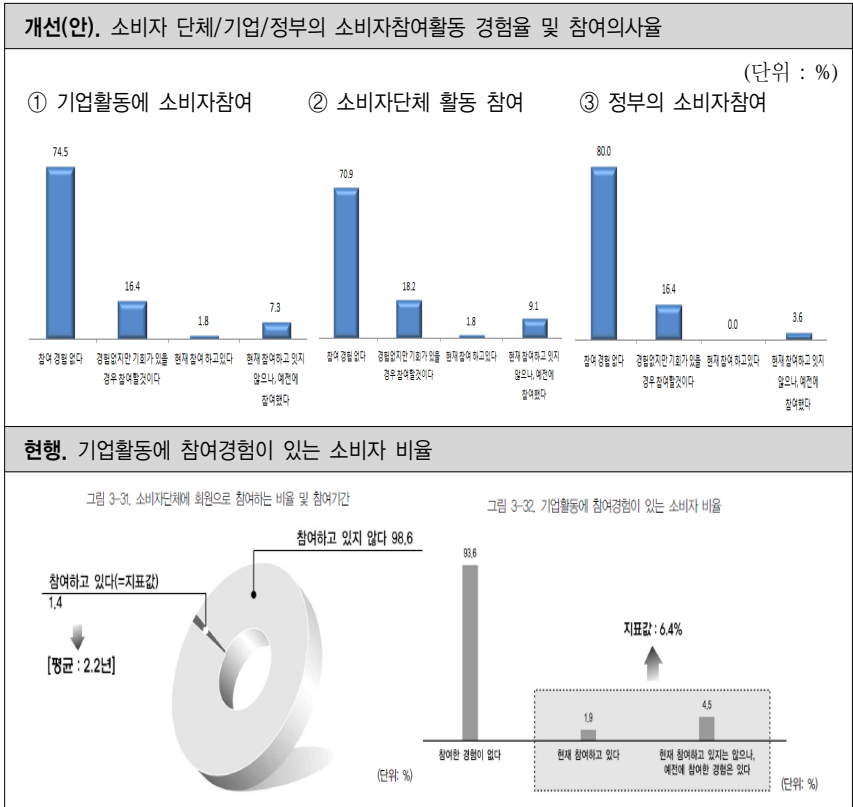
⑩ 소비자분쟁조정제도에 대한 소비자인지 및 용이성 인식(지표64)



<그림 6-17> 소비자분쟁조정제도에 대한 소비자인지 및 용이성 인식을 통계 결과

개선(안) 지표 ‘소비자분쟁조정제도에 대한 인지율과 용이성 인식’ 통계를 산출한 결과, 현행 지표인 ‘ADR 및 사법적 해결용이성에 대한 인식율’을 통해 ADR과 사법적 해결방법을 함께 조사하여 파악한 통계에 비해 인지율은 더 높아지고 잘 모르겠다는 응답 비중이 18.5%로 매우 낮아져 현행보다 안정적인 통계를 확보할 수 있는 것으로 나타났다.

⑰ 기업/소비자단체/정부의 소비자참여활동 경험(지표67)

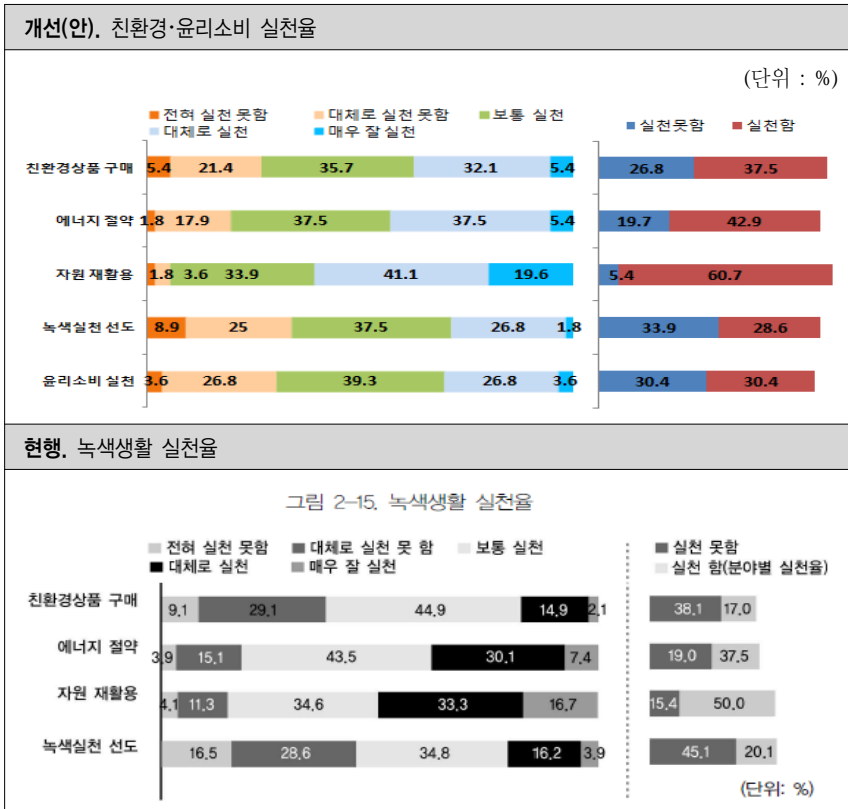


〈그림 6-18〉 기업/소비자단체/정부의 소비자참여활동 경험을 및 참여의사율 통계 결과

개선(안) 지표 ‘소비자단체/기업/정부의 소비자참여활동 경험을 및 참여의사율’ 통계를 산출한 결과, 현행 지표인 ‘소비자단체 회원으로 참여하는 비율 및 참여기간’과 ‘기업활동에 참여경험이 있는 소비자비율’ 보다 응답 분포가 보다 안정적으로 나타났다. 특히, 소비자단체의 경우

회원활동에 한정하여 파악할 때 보다 참여활동 범위를 넓혀 살펴본 결과, 참여율이 더 높았고 소비자단체와 기업, 정부 각각 참여율을 비교할 수 있으며 응답 항목 중에 경험이 없으나 기회가 있을 경우 참여할 것 이다의 응답 비중이 높아 개선(안)과 같이 측정도구를 변경하는 것이 타당할 것으로 판단된다.

⑱ 친환경·윤리소비 실천수준(지표68)



〈그림 6-19〉 친환경·윤리소비 실천율 통계 결과

개선(안) 지표 ‘친환경·윤리소비 실천율’ 통계를 산출한 결과, 새로 추가된 영역인 윤리소비 실천율의 응답 분포가 골고루 나타나고 있고 실천율과 비실천율의 비중이 동일하여 향후 지속적으로 변화치를 파악 하는데 유용할 것으로 판단되어 개선(안) 측정도구대로 변경하는 것이 적절한 것으로 평가되었다.

### (3) 소비자조사를 통한 반영내용

이상과 같이, 소비자조사를 통해 개선(안) 지표의 측정도구에 대한 타당성을 검토하여 최종 지표 확정을 위한 반영사항은 <표 6-3>과 같다.

<표 6-3> 소비자조사를 통한 반영 및 수정내용

개선(안) 지표명	반영 및 수정내용
- 주요 소득원천별 월평균 세전소득	개선(안)대로 반영
- 소비지출이 증가한 경우, 주요 이유	개선(안)에서 ‘기타’ 응답비중 낮추도록 세분화
- 소비지출이 감소한 경우, 주요 이유	개선(안)에서 ‘기타’ 응답비중 낮추도록 세분화
- 기본 소비생활에 대한 박탈감 인식율	개선(안) 반영
- 의생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 인식	개선(안)에서 ‘기타’ 응답비중 낮추도록 세분화
- 주생활 용품/서비스의 소비자문제 유형별 인식	개선(안)대로 반영
- 사교육서비스의 소비자문제 유형별 인식	개선(안)에서 ‘기타’ 응답비중 낮추도록 세분화
- 경조사관련 서비스의 소비자문제 유형별 인식	개선(안)에서 ‘기타’ 응답비중 낮추도록 세분화
- 통신서비스의 소비자문제 유형별 인식	개선(안)대로 반영

- 교통생활의 안전사고 불안감 인식	개선(안)대로 반영
- 개인차량 구매/서비스의 소비자문제 유형별 인식	개선(안)에서 '기타' 응답비중 낮추도록 세분화
- 여행/문화관광서비스의 소비자문제 유형별 인식	개선(안)대로 반영
- TV홈쇼핑/인터넷쇼핑/해외직구/모바일쇼핑 이용 횟수 및 구매액	개선(안)대로 반영
- TV홈쇼핑/인터넷쇼핑/해외직구/모바일쇼핑 소비자 피해경험율	개선(안)대로 반영
- 소비자보호법과 제도에 대한 소비자지식수준	재검토
- 소비자중심경영 인증기업에 대한 소비자신뢰수준	개선(안)대로 반영
- 소비자분쟁조정제도에 대한 소비자인지 및 용이성 인식	개선(안)대로 반영
- 기업/소비자단체정부의 소비자참여활동 경험	개선(안)대로 반영
- 친환경·윤리소비 실천수준	개선(안)대로 반영

## 7. 「한국의 소비생활지표」의 개편

- 1) 개편 지표의 체계와 구성
- 2) 개편 지표의 개별지표 구성
- 3) 개편 지표의 개별지표 설명



## 7. 「한국의 소비생활지표」의 개편

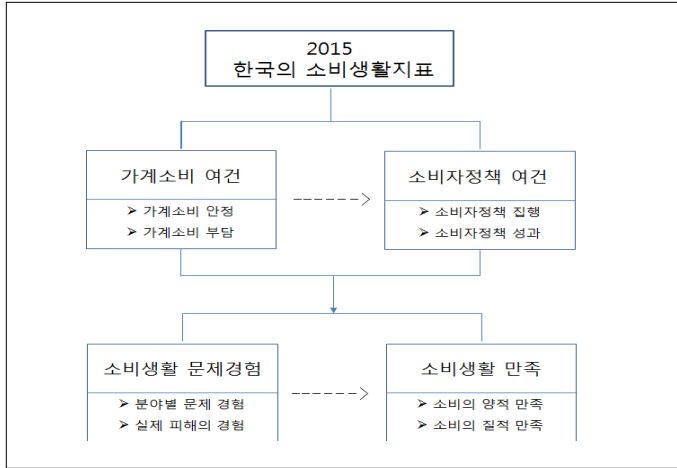
### 1) 개편 지표의 체계와 구성

#### (1) 개편 지표의 체계

개편 지표는 합목적성과 정교성, 대표성 등을 제고하여 현행 지표의 개념과 범위는 유지하되 체계와 구성, 내용을 변경하여 <그림 7-1>과 같이 작성하였다.

「한국의 소비생활지표」는 소비생활의 모습을 통해 소비자권의 수준과 현황을 파악하는 기본틀로, 소비자의 관점에서 소비자정책을 평가하고 소비생활의 문제경험과 만족수준 등을 진단하는 도구로서 지표 체계는 소비생활의 주요 여건이 소비 경험에 영향을 미치는 관계를 구화하였다. 소비생활의 주요 여건으로는 경제적 측면의 가계소비와 소비자정책 평가 등의 두 부문으로 구성하였고 소비생활에 따른 소비경험은 소비자문제 경험과 소비 만족 부문으로 체계화하였다.

이상과 같은 개편 지표를 구성하는 네 부문은 소비자권의 수준과 현황을 파악하는 주요 측면으로 고려할 수 있다.



〈그림 7-1〉 개편 지표의 체계

## (2) 개편 지표의 구성

개편 지표는 총 4개 부문, 8개 영역, 29개 하위영역, 70개 개별지표로 구성하였다.

가계소비 여건 부문은 현재와 미래 소비의 안정성과 부담 정도 등을 파악하기 위하여 가계소비 안정과 가계소비 부담 영역으로 구분하여 총 10개 지표로 구성하였다. 소비자정책 여건 부문은 소비자정책의 평가를 위해 정책 추진 결과와 성과 두 측면에서 살펴볼 수 있도록 소비자정책 집행과 소비자정책 성과 영역으로 구분하여 총 38개 지표로 구성하였다. 특히 소비자정책 성과 평가는 소비자의 관점에서 정책 집행의 효과를 살펴볼 수 있는 도구로서, 정책 성과에 대한 소비자체감도를 파악할 수 있도록 지표를 구성하고 해당 지표들을 종합화하여 소비자정책성과지수를 작성함으로써 정책 성과의 종합적인 수준을 파악할 수 있도록 하였다.

소비자문제경험 부문은 생활 유지를 위해 소비자들이 지속적이고 반복적으로 소비하는 주요 분야별로 소비자피해와 문제 경험을 파악하기 위하여 실제 피해 경험과 분야별 문제 경험 영역으로 하여 총 19개 지표로 구성하였다. 특히 분야별 문제 경험에서는 주요 소비 분야를 의생활, 식생활, 주생활, 의료서비스생활, 교육서비스생활, 경조사지원서비스생활, 통신서비스생활, 교통·자동차생활, 금융서비스생활, 뷰티·헬스 서비스생활, 여가서비스생활로 구분하였고 특히 소비생활을 위한 중요한 거래방식인 전자상거래 분야를 하부 영역으로 구성하였다. 소비 만족 부문은 소비의 양과 소비의 질 영역으로 구분하여 총 3개 지표로 구성하였다. 소비의 질 영역은 소비생활 만족도와 소비자역량 만족도 각각을 살펴볼 수 있도록 하였다.

〈표 7-1〉 개편 지표의 부문과 영역별 구성

부문 (지표수)	영역 (지표수)	하위 영역 (지표수)
가계소비 여건 (10)	가계소비 안정 (7)	현재 소비 안정(5)
		미래 소비 안정(2)
	가계소비 부담 (3)	현재 소비 부담(2)
		미래 소비 부담(1)
소비자정책 여건 (38)	소비자정책 집행 (22)	소비자거래 적정화(6)
		소비자안전 확보(5)
		소비자교육 및 정보제공(6)
		소비자피해구제(5)
	소비자정책 성과* (16)	소비자보호 신뢰성(6)
		소비자안전 인식(2)
		소비자 불만해결(5)
		소비자참여(3)
소비자 문제경험	실제 피해경험 (2)	소비자피해경험(1)
		소비자피해액(1)

부문 (지표수)	영역 (지표수)	하위 영역 (지표수)
(19)	분야별 문제경험 (17)	의생활(1)
		식생활(2)
		주생활(1)
		의료서비스생활(2)
		교육서비스생활(1)
		경조사지원서비스생활(1)
		통신서비스생활(1)
		교통·자동차생활(2)
		금융서비스생활(1)
		뷰티·헬스생활(1)
		여가생활(2)
		전자상거래생활(2)
소비 만족 (3)	소비의 양(1)	소비규모(1)
	소비의 질(2)	소비생활(1)
		소비지역량(1)

\* 본 영역 지표 중 12개 지표를 종합화하여 소비자정책성과지수 작성

## 2) 개편 지표의 개별지표 구성

개편 지표의 70개 개별지표의 구성은 <표 7-2>와 같다.

개편 전 지표와 유사·동일 지표는 57개이고 신규지표는 13개로, 지표 중 81.4%는 개편 전과 연속성을 가질 수 있을 것으로 판단된다. 또한 소비자정책 성과 영역에서 소비자보호 신뢰성, 소비자안전 인식, 소비자불만해결 하위 영역의 12개 지표는 소비자정책성과지수 작성에 반영되는 지표이다.

각 지표의 작성방법으로, 소비자정책 집행 영역의 22개 지표는 정책 추진 실적자료에 기반하여 통계를 작성하고 이외에 48개 지표는 소비자를 대상으로 하는 「한국의 소비생활지표 조사」를 통해 작성된다.

<표 7-2> 개편 지표의 개별지표 구성

부문	지표 체계		번호	개별 지표명	개편 전 지표	정책 성과 지수*	작성 방법	
	영역	하위 영역						
가계 소비 여건	가계 소비 안정	현재 소비 안정	1	가계소득 원천별 월평균소득	○		조사 통계	
			2	가계소비 증류증 귀속율 및 소비생활 격차지수	○			
			3	전년대비 가계소득 증감율	○			
			4	전년대비 가계소비 증감율 및 소득-소비 증감격차지수	○			
			5	가계 상대적 소비 박탈감지수				
	미래 소비안정	6	1년 후 가계소득 증감 전망율	○				
		7	1년 후 가계소비 증감 전망율 및 소득-소비 증감전망 격차지수	○				
		가계 소비 부담	현재 소비 부담	8	최근 1년간 부담이 되는 가계지출 비목	○		
				9	가계소비 증가 혹은 감소 시, 요인별 비율	○		
			미래 소비 부담	10	1년 후 부담이 늘어날 가계지출 비목 및 비목별 부담 증가율	○		
소비자 정책 여건	소비자거래 정책 강화	11	불공정약관 시정조치 건수 및 비율	○		실적 통계		
		12	부당 표시·광고 시정조치 건수 및 비율	○				
		13	전자상거래 소비자보호법 위반 시정조치 건수 및 비율	○				
		14	방문판매법 위반 시정조치 건수 및 비율	○				

소비자	소비자안전 확보	15	중요정보고시 위반행위 적발 건수 및 비율	○		
		16	소비자증심경영(CCM) 중소기업 인증비율	○		
		17	소비자위해 시정조치 건수 및 비율	○		
		18	품목별 자발적 리콜 비율	○		
		19	수입물품 위해 시정조치 건수 및 비율			
		20	제품안전 모니터링을 통한 시정조치 건수 및 비율	○		
		21	위해상품 판매차단시스템 이용 소비자수 및 증가율	○		
	소비자교육 및 정보제공	22	소비자교육 참가자 수 및 취약계층 참가율	○		
		23	소비자관련 교과목 선택 고등학교 수 및 비율	○		
		24	생필품 가격정보 제공 품목 수 및 판매점 수	○		
		25	소비자선택정보 제공 건수 및 정보 이용자 수	○		
		26	소비자피해주의보 제공 건수			
		27	소비자평가정보(소비자톡톡) 작성 건수	○		
	소비자 피해구제	28	10세 이상 인구 천명당 소비자상담(1372) 건수	○		
		29	소비자피해구제 건수 및 합의권고율	○		
		30	소비자분쟁조정 건수 및 조정성립율	○		
		31	전자상거래 피해구제 건수 및 합의권고율	○		
		32	소비자피해구제 이용 고객만족도	○		
	소비자 정책 성과	소비자보호 신뢰성	33	소비자보호 전반에 대한 소비자신뢰율		○
			34	소비자정책당국에 대한 소비자신뢰율	○	○
			35	사업자에 대한 소비자신뢰율		○
			36	소비자단체에 대한 소비자신뢰율	○	○
			37	거짓·과장광고나 제안 등의 경험이 있는 소비자비율		○
			38	기만광고나 제안 등의 경험이 있는 소비자비율		○
		소비자안전 인식	39	식품이 '안전'하다고 평가하는 소비자비율		○
			40	식품이외 제품이 '안전'하다고 인식하는 소비자비율	○	○
			41	소비자문제 경험 시 이의제기하는 소비자비율	○	○
		소비자불만 해결	42	사업자에게 이의제기를 통해 만족하는 소비자비율	○	○
			43	ADR 소비자인지율 및 이용용이성 인식율	○	○
			44	사법적해결 소비자인지율 및 이용용이성 인식율	○	○
			45	소비자증심경영(CCM) 인지율 및 소비자신뢰율	○	
		소비자 참여	46	소비자단체/기업/정부의 소비자활동 참여경험 및 참여의사율	○	
47			지속가능소비 전체 실천율 및 분야별 실천율	○		
48	직거래/생활협동조합 이용율 및 이용횟수		○			

조사 통계

부문	지표 체계		번호	개별 지표명	개편 전 지표	정책 성과 지수	작성 방법		
	영역	하위 영역							
소비자 문제 경험	실제 피해 경험	소비자피해경험	49	소비자피해경험지수 및 소비분야별 소비자피해경험율	○		조사 통계		
		소비자피해액	50	소비분야별 평균 소비자피해액(추정)	○				
	소비분야별 문제경험	의생활	의생활(용품/서비스)의 소비자문제 유형별 비율	51	의생활(용품/서비스)의 소비자문제 유형별 비율	○			
			식생활	식생활(식품/외식)의 소비자문제 유형별 비율	52	식생활(식품/외식)의 소비자문제 유형별 비율			
				식품위해 불안감 지수	53	식품위해 불안감 지수		○	
		주생활	가계 주생활(용품/수리/중개)의 소비자문제 유형별 비율	54	가계 주생활(용품/수리/중개)의 소비자문제 유형별 비율	○			
			의료서비스생활	의료서비스생활(진료/의약품)의 소비자문제 유형별 비율	55	의료서비스생활(진료/의약품)의 소비자문제 유형별 비율			
				의료소비자권리 보장에 대한 소비자인식율	56	의료소비자권리 보장에 대한 소비자인식율		○	
		교육서비스생활	교육서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	57	교육서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	○			
		경조사서비스생활	가계 경조사지원서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	58	가계 경조사지원서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	○			
		통신서비스생활	가계 이동통신서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	59	가계 이동통신서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	○			
		교통·자동차생활	가계 자동차생활(신차/수리)의 소비자문제 유형별 비율	60	가계 자동차생활(신차/수리)의 소비자문제 유형별 비율	○			
				교통·운송수단 이용 시 안전사고 불안감 비율	61	교통·운송수단 이용 시 안전사고 불안감 비율		○	
		금융서비스생활	금융서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	62	금융서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	○			
		뷰티·헬스생활	뷰티·헬스생활(뷰티/헬스)의 소비자문제 유형별 비율	63	뷰티·헬스생활(뷰티/헬스)의 소비자문제 유형별 비율				
		여가·문화생활	여가·문화생활(여행/문화)의 소비자문제 유형별 비율	64	여가·문화생활(여행/문화)의 소비자문제 유형별 비율	○			
				여가시설 이용경험지수 및 안전사고 경험율	65	여가시설 이용경험지수 및 안전사고 경험율		○	
		전자상거래생활		전자상거래 유형별(휴소평/온라인/모바일/해외직구)이용율 및 평균 구매금액	66	전자상거래 유형별(휴소평/온라인/모바일/해외직구)이용율 및 평균 구매금액		○	
				전자상거래생활의 소비자문제 유형별 비율	67	전자상거래생활의 소비자문제 유형별 비율			
	소비 만족	소비의 양	소비규모	68	가계 소비규모 만족도				
소비의 질		소비생활	69	소비생활 전체만족도 및 소비분야별 만족도	○				
		소비지역량	70	소비지역량만족도 및 분야별 만족도	○				

3) 개편 지표의 개별지표 설명<sup>8)</sup>

개편 지표의 70개 개별지표별로 구체적인 정의와 작성단위, 작성유형, 작성산식 및 출처 등에 대한 설명은 지표 체계의 부문별로 살펴보면 다음과 같다.

(1) 가계소비 여건 부문

<표 7-3> 가계소비 여건 부문의 개별지표 설명

지표 영역	지표 체계 하위 영역	번호	개별 지표명	설명
가계 소비 안정	현재 소비 안정	1	가계소득 원천별 세전소득 월평균	① 가계의 주요 소득원천별 월평균 세전 소득 ② 가계 ③ 주요 소득원천: 근로, 사업, 재산, 이전소득, 경조 및 퇴직금, 개인연금 ④ 주요 소득원천별 비중, 월평균소득금액 작성
		2	가계소비 증류증 귀속율 및 소비생활 격차지수	①-증류증 귀속율:가계 현재 소비생활 수준이 증상 혹은 중하인 증류증이라고 인식하는 소비자비율 -소비생활 격차지수:가계 소비생활의 양극화 정도를 파악하기 위하여 계층 귀속이 상인 집단에 대한 계층귀속이 하인 집단의 비중으로, 지수가 1보다 낮을수록 소비생활의 격차는 큰 것으로 해석

\* 범례: ① 정의 ② 작성단위 ③ 작성유형 ④ 작성산식 및 출처

8) 개별지표의 설명에 근거하여 조사통계를 통해 작성되는 지표의 경우, 「한국의 소비생활지표 조사」에 기반하여 통계가 작성되며 조사지의 구체적인 내용은 <부록4>를 참고.

		<p>② 가계</p> <p>③ 계층구속 :상상, 상하, 중상, 중하, 하하 등 6개 집단 분류</p> <p>④ -중류층 귀속율:(중상, 중하 응답/전체 응답)*100 -소비생활 격차지수:(하상+하하)/(상상+상하)</p>
3	전년대비 가계소득 증감율	<p>① 1년 전과 비교한 가계 소득이 증가 혹은 감소했다고 인식하는 소비자비율</p> <p>② 가계</p> <p>③ 5점 척도 :크게 증가, 약간 증가, 동일, 약간 감소, 크게 감소</p> <p>④ 증가, 감소 각각의 비율</p>
4	전년대비 가계소비 증감율 및 소득-소비증가 격차지수	<p>① -전년대비 가계소비 증감율:1년 전과 비교한 가계소비가 증가 혹은 감소했다고 인식하는 소비자비율</p> <p>-소득소비증가 격차지수:전년대비 소득증감 정도에 비해 소비증감 정도의 대한 비중으로, 1보다 작을수록 소득증가보다 소비증가 폭이 더 큰 것으로 해석</p> <p>② 가계</p> <p>③ 5점 척도 :크게 증가, 약간 증가, 동일, 약간 감소, 크게 감소</p> <p>④ -가계소비 증감율: 증가, 혹은 감소 각각의 비율 -소득소비 증감격차지수:소득증가율/소비증가율</p>
5	가계 상대적 소비박탈감 지수	<p>① 가계 소비생활 수준이 이웃과 지인 등과 비교할 때 상대적으로 낮다고 인식하는 소비자의 비중으로, 1보다 높을수록 상대적 소비 박탈감을 느끼는 소비자가 많은 것으로 파악</p> <p>② 가계</p> <p>③ 5점 척도 :매우 높다, 약간 높다, 동일, 약간 낮다, 매우 낮다</p> <p>④ (매우 낮다+약간 낮다)/(약간 높다+매우 높다)</p>
미래 소비	1년 후 가계소득 증감 전망율	<p>① 앞으로 1년 후 가계소득이 증가 혹은 감소 할 것이라고 인식하는 소비자비율</p> <p>② 가계</p>

				<p>⑤ 5점 척도 : 크게 증가, 약간 증가, 동일, 약간 감소, 크게 감소</p> <p>④ 증가(크게 증가+약간 증가), 감소(약간 감소, 크게 감소) 각각의 비율</p> <p>① -가계소비 증감 전망율:앞으로 1년 후 가계 소비지출이 증가 혹은 감소할 것이라고 인식하는 소비자비율</p> <p>-소득소비증가전망 격차지수:1년후 소득증가 예상 정도에 비해 소비증가 예상 정도의 대한 비중으로, 1보다 작을수록 소득증가보다 소비증가 예상 폭이 더 큰 것으로 해석</p> <p>② 가계</p> <p>③ 5점 척도 :크게 증가, 약간 증가, 동일, 약간 감소, 크게 감소</p> <p>④ -가계소비 증감전망 전망율: 증가(크게증가+약간증가), 감소(약간 감소+크게 감소) 각각 비중</p> <p>-소득소비증가전망 격차지수:가계소득증가예상율/가계소비증가예상율</p>
			<p>① 지난 1년간 가계지출 중 소비지출과 비소비지출 18개 비목 중 경제적인 부분이 컸다고 판단되는 비목(3순위까지 선택)</p> <p>② 가계</p> <p>③ 가계지출 비목</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 소비지출 : 의생활비, 식생활비, 주생활비, 의료비, 교육비, 가족행사비, 정보통신비, 교통자통차유지비, 여가여행비, 공공서비스비, 보건위생비, 내구재구입비</li> <li>· 비소비지출 : 경조사비, 저축투자금, 개인연금·보험, 국민연금·사회보험, 건강·비경상조세, 원리금상환</li> </ul> <p>④ 중복응답 처리후 비목별 비중</p>	<p>① 지난 1년간 가계의 소비지출이 증가 혹은 감소한 경우, 경제적·비경제적 요인별 응답 비율(중복 응답)</p> <p>② 가계</p> <p>③ 증가시)-경제적 요인 : 소득증가, 자산증가, 부채감소, 물가인정, 노후준비</p>
<p>안정</p>	<p>7</p>	<p>1년 후 가계소비 증감 전망율 및 소득-소비 증감전망 격차지수</p>	<p>① 지난 1년간 가계의 소비지출이 증가 혹은 감소한 경우, 경제적·비경제적 요인별 응답 비율(중복 응답)</p> <p>② 가계</p> <p>③ 증가시)-경제적 요인 : 소득증가, 자산증가, 부채감소, 물가인정, 노후준비</p>	
<p>현재 소비 부담</p>	<p>8</p>	<p>최근 1년간 부담이 되는 가계지출 비목</p>	<p>① 지난 1년간 가계의 소비지출이 증가 혹은 감소한 경우, 경제적·비경제적 요인별 응답 비율(중복 응답)</p> <p>② 가계</p> <p>③ 증가시)-경제적 요인 : 소득증가, 자산증가, 부채감소, 물가인정, 노후준비</p>	
<p>가계 소비 부담</p>	<p>9</p>	<p>가계소비 증가 혹은 감소 시, 요인별 비율</p>	<p>① 지난 1년간 가계의 소비지출이 증가 혹은 감소한 경우, 경제적·비경제적 요인별 응답 비율(중복 응답)</p> <p>② 가계</p> <p>③ 증가시)-경제적 요인 : 소득증가, 자산증가, 부채감소, 물가인정, 노후준비</p>	

			<p>부담감소, 소비비지출(세금, 4대보험 이차비용 등)감소, 실직우려감소</p> <p>-비경제적 요인 : 의식주 등 기본생활비 증가, 자녀교육비 지출증가, 가족의 중증질환 발생, 기타</p> <p>감소시)-경제적 요인 : 소득감소, 자산감소, 부채증가, 물가인상, 노후준비부담증가, 소비비지출(세금, 4대보험, 이차비용 등)증가, 실직우려증가</p> <p>-비경제적 요인 : 의식주 등 기본생활비 감소, 자녀교육비 지출감소, 가족의 중증질환 등 긴급 의료비 발생 감소, 기타</p> <p>④ 각 요인별 응답비중, 요인별 순위</p>
			<p>① -부담이 늘어날 가계지출 비목: 앞으로 1년 후 18개 가계비목 중 경제적 부담이 증가할 것으로 예상되는 비목(3순위까지 선택)</p> <p>-1년간1년후 비목별 부담증가격차지수:각 비목별로, 최근 1년간 경제적 부담 증가에 비해 앞으로 1년 후 경제적 부담 증가율이 차지하는 비중으로, 1보다 클수록 1년후 부담이 더욱 증가하는 것으로 해석</p> <p>② 가계</p> <p>③ 가계지출 비목 : 의생활비, 식생활비, 주생활비, 의료비, 교육비, 노인돌봄·영유아보육비, 정보통신비, 교통자동차유지비, 여가여행비, 경조사비, 공공서비스비, 보건위생비, 저축투자금, 개인보험, 내구재구입비, 경상비경상조세, 연금사회보험, 원리금상환</p> <p>④ -부담이 늘어날 가계지출 비목:중복응답 처리후 비목별 비중</p> <p>-1년간1년후 부담증가격차지수:1년후 경제적 부담에 대한 각 비목별 비중 /1년간 경제적 부담에 대한 각 비목별 비중</p>
미래 소비 부담	10	1년 후 부담이 늘어날 가계지출 비목 및 부담 증가율	

(2) 소비자정책 여건 부문

〈표 7-4〉 소비자정책 여건 부문의 개별지표 설명

지표 체계 영역	지표 체계 하위 영역	지표 번호	개별 지표명	설명
소비자 정책 집행	소비자 거래 적정화	11	불공정약관 시정조치 건수 및 비용	① 공정거래위원회가 약관을 심사하여 불공정약관으로 판단하여 시 정조치한 건수 및 비용 ④ 출처: 공정거래위원회, 공정거래백서
		12	부당 표시·광고 시정조치 건수 및 비용	① 공정거래위원회가 부당한 표시·광고 행위에 대하여 시정조치를 부과한 건수 및 조사건수 대비 비율 ④ 출처: 공정거래위원회, 공정거래백서
		13	전자상거래 소비자보호법 위 반 시정조치 건수 및 비용	① 공정거래위원회가 2011년에 전자상거래소비자보호법 위반으로 행정처분한 건수 ④ 출처: 공정거래위원회, 공정거래백서
		14	방문판매법 위반 시정조치 건수 및 비용	① 방문판매, 다단계판매, 전화권유판매 등 방문판매법 위반에 따른 시정조치를 내린 건수 및 조사건 수 대비 비율 ④ 출처: 공정거래위원회, 공정거래백서
		15	중요정보고시 위반행위 적발 건수 및 비용	① 중요정보고시제도를 위반하여 적발된 건수 ④ 출처: 공정거래위원회, 공정거래백서
		16	소비자중심경영(CCM) 중소 기업 인증비용	① 소비자중심경영(CCM) 인증을 받은 기업 중 중소기업이 차지하 는 비율 ④ 출처: 한국소비자원, 업무자료

\* 범례: ① 정의 ② 작성단위 ③ 작성유형 ④ 작성산식 및 출처

17	소비자위해 시정조치 건수 및 비율	<p>① CISS(Consumer Injury Surveillance System: 소비자위해 감시시스템)를 통해 수집된 위해정보 중 사업자에게 시정조치를 내린 건수와 전체 위해정보 중 시정조치 건수의 비율</p> <p>④ 출처: 한국소비자원, 2011 기관운영 및 사업추진실적</p>
18	품목별 자발적 리콜 비율	<p>① 총 리콜건수 중 품목별로 사업자가 자발적으로(자진리콜) 수거·파기·수리·교환·환급한 건수 비율</p> <p>④ 출처: 공정거래위원회, 통합리콜실적 분석 보고서</p>
19	수입물품 위해 시정조치 건수 및 비율	<p>① 관세청 수입물품 단속을 통해 시정조치를 내린 건수 및 단속건수 대비 비율</p> <p>④ 출처: 관세청 기획심사팀 업무자료</p>
20	제품 안전 모니터링을 통한 시정조치 건수 및 비율	<p>① 민간기관·소비자단체 등을 중심으로 소비자 안전모니터링단을 구성하여 분야별 유통 제품에 대한 모니터링 중 사업자에게 시정조치를 행한 건수와 전체 건수 대비 비율</p> <p>④ 출처: 기술표준원, 기술표준백서</p>
21	위해상품 판매자단시스템 이용 소비자수 및 증가율	<p>① 환경부, 식약청, 기술표준원의 제품 안전성 검사결과를 유통업체에 제공하여 바코드 인식을 통해 판매를 자동으로 차단하는 '위해상품 판매자단시스템'을 이용한 소비자의 수와 전년대비 이용 증가율</p> <p>④ 출처: 대한상공회의소 유통물류진흥원 업무자료</p>
22	소비자교육 참가자 수 및 취약계층 참가율	<p>① 한국소비자원과 소비자단체가 실시하는 소비자교육의 연간 전체 참가자 수 및 결혼이주민, 노인, 농어촌민 등 취약계층의 소비자교육 참가 비율</p> <p>④ 한국소비자원, 소비자단체협의회와의 기관운영 및 사업추진 실적</p>
23	소비자관련 교과목 선택 고등학교 수 및 비율	<p>① 소비자교육 관련 교과목을 선택한 고등학교수 및 전체 학교에서 차지하는 비율</p> <p>④ 출처: 교육과학기술부, 교육통계연보</p>

24	생활품 가격정보 제공 품목 수 및 판매점 수	① 한국소비자원 '참가력'을 통해 가격정보를 제공하고 있는 품목수 및 판매점수 ④ 한국소비자원, '참가력' 홈페이지
25	소비자비교정보 제공 건수 및 정보 이용자 수	① 한국소비자원 '스마트퀵슈머' 홈페이지를 통해 비교정보를 제공하고 있는 건수 및 정보이용자 수 ④ 한국소비자원, '스마트퀵슈머' 홈페이지
26	소비자피해예방주의보 제공 건수	① 한국소비자원 홈페이지 '소비자뉴스'를 통해 제공하는 소비자피해 예방주의보의 년간 제공 건수 ④ 한국소비자원 홈페이지 '소비자뉴스'
27	소비자평가정보(소비자특특) 작성 건수	① 한국소비자원 '스마트퀵슈머' 홈페이지 소비자특특 서비스인 소비자 평가, 소비자특 기업특, 소비자갤러리, 소비자수요조사에 소비자가 참여하여 작성한 건수 ④ 출처: 한국소비자원 '스마트퀵슈머' 홈페이지
28	10세 이상 인구 천명당 소비자상담(1372) 건수	① 년간 1372를 통해 접수된 소비자상담 건수를 10세 이상 인구 천명당 건수로 전환 ④ -산식 : 년간 1372 점수 건수/10세 이상 인구/1,000 -출처: 공정거래위원회, 공정거래백서
29	소비자피해구제 건수 및 합의권고율	① 한국소비자원에서 처리한 소비자피해구제 건수의 총합 및 합의권고율의 총합 ④ 출처: 한국소비자원, 소비자피해구제연보 및 사례집
30	소비자분쟁조정 건수 및 조정성립율	① 소비자분쟁조정위원회를 통해 수행된 분쟁조정 건수의 총합 및 조정성립율의 총합 ④ 출처: 한국소비자원, 소비자피해구제연보 및 사례집
31	진자상거래 피해구제 건수 및 합의권고율	① 한국소비자원에서 처리한 진자상거래 관련 피해구제 건수의 총합 및 합의권고율 ④ 출처: 한국소비자원, 소비자피해구제연보 및 사례집

소비자  
피해  
구제

		소비자피해구제 이용고객 만족도	32	<p>① 한국소비자원 소비자피해구제 이용고객을 대상으로 조사한 만족도 점수</p> <p>④ 출처: 한국소비자원, 기관운영 및 사업추진 실적</p>
		소비자보호 진반에 대한 소비자신뢰율	33	<p>① 우리나라 소비자보호 체계 전반에 대해 신뢰하는 지에 대한 소비자의 주관적 인식으로, 신뢰하는 소비자의 비율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ 4점 척도 : 매우 그렇다, 그렇다, 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다, 잘 모르겠다</p> <p>④ (매우 그렇다+그렇다)/전체 응답</p>
	소비자 보호 신뢰성	소비자정책당국에 대한 소비자신뢰율	34	<p>① 우리나라 소비자정책 총괄 부처인 공정거래위원회의 소비자보호 업무에 대해 신뢰하는 지에 대한 소비자의 주관적 인식으로, 신뢰하는 소비자의 비율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ 4점 척도 : 매우 그렇다, 그렇다, 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다, 잘 모르겠다</p> <p>④ (매우 그렇다+그렇다)/전체 응답</p>
		사업자에 대한 소비자신뢰율	35	<p>① 상품과 서비스 구매 시 거래 상대방인 사업자(판매자)에 대해 신뢰하는 지에 대한 소비자의 주관적 인식으로, 신뢰하는 소비자의 비율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ 4점 척도 : 매우 그렇다, 그렇다, 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다, 잘 모르겠다</p> <p>④ (매우 그렇다+그렇다)/전체 응답</p>
		소비자단체에 대한 소비자신뢰율	36	<p>① 우리나라 소비자단체의 소비자보호활동에 대해 신뢰하는 지에 대한 소비자의 주관적 인식으로, 신뢰하는 소비자의 비율</p>

		<p>② 개별소비자                  ③ 4점 척도 : 매우 그렇다, 그렇다, 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다, 잘 모르겠다                  ④ (매우 그렇다+그렇다)/전체 응답</p>
	거짓·과장광고나 사업자제안을 접한 경험이 있는지에 대한 소비자의 주관적 인식으로, 경험이 있는 소비자의 비율	<p>① 상품과 서비스 구매 시 거짓·과장광고나 사업자제안을 접한 경험이 있는지에 대한 소비자의 주관적 인식으로, 경험이 있는 소비자의 비율                  ② 개별소비자                  ③ 4점 척도 : 매우 그렇다, 그렇다, 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다, 잘 모르겠다                  ④ (매우 그렇다+그렇다)/전체 응답</p>
	거짓·과장광고나 사업자제안을 접한 경험이 있는 소비자 비율	<p>① 상품과 서비스 구매 시 축소하거나 은폐하는 등 기만광고나 사업자제안을 접한 경험이 있는지에 대한 소비자의 주관적 인식으로, 경험이 있는 소비자의 비율                  ② 개별소비자                  ③ 4점 척도 : 매우 그렇다, 그렇다, 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다, 잘 모르겠다                  ④ (매우 그렇다+그렇다)/전체 응답</p>
	37	
	기만광고나 사업자제안을 접한 경험이 있는 소비자 비율	<p>① 평소 식생활에서 구매 식품이 전반적으로 '안전하다고 생각하는'지에 대한 소비자의 주관적 인식으로, '안전하다고 응답한 소비자의 비율                  ② 개별소비자                  ③ 4점 척도 : 매우 그렇다, 그렇다, 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다, 잘 모르겠다                  ④ (매우 그렇다+그렇다)/전체 응답</p>
	38	
	식품이 '안전'하다고 인식하는 소비자 비율	<p>① 평소 식생활에서 구매 식품이 전반적으로 '안전하다고 생각하는'지에 대한 소비자의 주관적 인식으로, '안전하다고 응답한 소비자의 비율                  ② 개별소비자                  ③ 4점 척도 : 매우 그렇다, 그렇다, 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다, 잘 모르겠다                  ④ (매우 그렇다+그렇다)/전체 응답</p>
	39	
소비자안전 인식		

			<p>① 평소 일상생활에서 접하는 식품외 제품이 전반적으로 '안전하다고 생각하는데 대한 소비자의 주관적 인식으로, '안전하다고 응답한 소비자의 비율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ 4점 척도 : 매우 그렇다, 그렇다, 그렇지 않다, 전혀 그렇지 않다, 잘 모르겠다</p> <p>④ (매우 그렇다+그렇다)/전체 응답</p>
	40	식품외 제품이 '안전하다고 인식하는 소비자비율	<p>① 최근 1년간 상품·서비스 구매후 결함이나 하자 등이 있었던 경우, 사업자에게 공식적으로 이의를 제기한 경험에 있는 소비자 비율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -결함 혹은 하자 경험 여부 : 있다, 없다 -이의제기 응답 유형(결함혹은 하자 경험있는 소비자) : 이의제기 하였다, 이의제기 하지 않았다</p> <p>④ (이의제기 하였다 응답/전체 응답)*100</p>
	41	소비자문제 경험 시 사업자에게 이의제기하는 소비자비율	<p>① 상품·서비스 구매후 결함이나 하자 등에 대해 사업자에게 이의를 제기한 경우, 만족한 소비자 비율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ 만족, 불만족</p> <p>④ 만족한다고 응답한 소비자비율</p>
소비자 불만 해결	42	사업자에게 이의제기를 통해 만족하는 소비자비율	<p>① 소비자분쟁으로 인해 사업자와 합의되지 않을 때, 소비자분쟁조정제도를 통해 해결하는 방법에 대해 알고 있는 소비자비율과 ADR 이용이 용이하다고 평가하는 소비자비율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -ADR 소비자인지: 알고 있다, 모른다 -ADR 이용용이성(4점척도):아주 용이, 용이, 용이하지 않음, 아주 용이하지 않음, 잘 모르겠다</p>
	43	ADR 소비자인지 및 이용 용이성 인식율	

		<p>④ -인지율: (알고 있다 응답/전체 응답)*100          -이용용이성:(아주 용이+용이)/전체응답*100</p> <p>① 소비자분쟁으로 인해 사업자와 합의되지 않을 때, 사법적 해결(법원소송)을 통해 해결하는 방법에 대해 알고 있는 소비자비율과 ADR 이용이 용이하다고 평가하는 소비자비율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -사법적해결 소비자인지: 알고 있다, 모른다          -사법적해결 이용용이성(4점척도):아주 용이, 용이, 용이하지 않음, 아주 용이하지 않음, 잘 모르겠다</p> <p>④ -인지율: (알고 있다 응답/전체 응답)*100          -이용용이성:(아주 용이+용이)/전체응답*100</p>
	<p>44</p> <p>사법적 해결 소비자인지율          및 이용용이성 인식율</p>	<p>① 소비자중심경영(CCM) 인증제도를 알고 있는 소비자비율과 인증 기업 및 제품에 대해 신뢰하는 지에 대한 소비자비율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -CCM 인지:알고있다, 모른다          -소비자신뢰율 : 신뢰한다, 신뢰하지 않는다, 잘 모르겠다</p> <p>④ -인지율: 알고있다는 응답한 비중          -신뢰율: 신뢰한다에 응답한 비중</p>
<p>소비자 참여</p>	<p>45</p> <p>소비자중심경영(CCM) 인지율 및 소비자신뢰율</p>	<p>① 소비자단체, 기업, 정부 각각 소비자활동에 참여한 경험이 있는 소비자비율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -응답 유형 : 참여경험 없다, 참여경험 있으나 기회가 있으면 참여할 것이다, 현재 참여하고 있다, 현재 참여하고 있지 않으나 예전에 참여한 적이 있다</p> <p>-소비자참여활동 유형: 1) 기업활동 참여(음부즈만, 프로슈머,</p>
	<p>46</p> <p>소비자단체/기업/정부의 소비자활동 참여경험을 및 참여의사율</p>	

<p>제품테스트단, 모니터링 등) 2) 소비자단체활동(회원가입, 케펨인 혹은 행사동참, 정기/비정기 소비자교육 참여 등) 3) 정 부활동의 소비자참여(부처별 정책평가단, 정책프로슈머, 정책 제안, 민원제기 등)</p> <p>④ -소비자참여활동 경험율:(현재 참여, 예전에 참여한적 있다 응답 /전체응답)*100</p> <p>-소비자참여활동 의사율:(기회가 있으면 참여할 것이다 응답/전 체응답)*100</p>		
<p>① 최근 1년 이내 지속가능소비 생활의 실천정도에 대한 소비자의 주관적 인식율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -실천정도(5점 척도) : 매우 잘 실천, 대체로 실천, 보통 실천, 대체로 실천 못함, 전혀 실천 못함</p> <p>-실천 유형: 1) 친환경상품 구매 2) 에너지절약 3) 자원 재활용 4) 녹색실천 선도 5) 윤리적 소비실천</p> <p>④ -전체소비자실천율:(분야별 실천율의 합)/5</p> <p>-분야별 실천율:(매우 잘 실천+대체로 실천)/전체응답 *100</p>	<p>지속가능소비 전체 실천율</p> <p>및 분야별 실천율</p>	47
<p>① 최근 1년 이내 직거래, 생활협동조합 등을 통해 제품을 구입한 경 험이 있는 소비자의 비율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -유형: (1)생산자-판매자 직거래, (2)생활협동조합(생활 회원으 로 가입하여 구매한 경우에 해당)</p> <p>-이용경험: 있다(있을 경우 횟수 파악), 없다</p> <p>④ -이용율: (있다/전체 응답)*100</p> <p>-평균 이용 횟수 : 회</p>	<p>직거래/생활협동조합 이용율</p> <p>및 이용횟수</p>	48

(3) 소비자문제경험 부문

〈표 7-5〉 소비자문제경험 부문의 개별지표 설명

지표 체계 영역	지표 번호	개별 지표명	설명
실제 피해 경험	49	소비자피해경험지수 및 소비자분야별 피해경험율	* 범례: ① 정의 ② 작성단위 ③ 작성유형 ④ 작성산식 및 출처 ① -소비자피해경험지수: 최근 1년간 11개 주요 소비생활 분야에 걸쳐 상품·서비스 구매와 이용 시 소비자피해를 전혀 경험하지 않은 소비자에 비해 소비자피해를 경험한 소비자의 비중으로, 1보다 크면 년간 소비자피해경험 소비자가 그렇지 않은 소비자에 비해 더 많은 것으로 해석 -분야별 소비자피해경험율: 최근 1년간 11개 소비생활 분야별로 전체 소비자 중 1회 이상 소비자피해를 경험한 소비자의 비중 ② 개별 소비자 ③ 소비생활분야: 의생활, 식생활, 주생활, 의료서비스, 교육서비스, 정보통신, 자동차, 금융, 경조사, 보건위생, 여가문화, 공공서비스, 소비자피해없음 ④ -소비자피해경험지수: 소비자피해경험 유/소비자피해경험 무 -분야별 소비자피해경험율:(1회 이상 소비자피해경험/전체 응답)*100
			① 최근 1년간 11개 소비생활 분야별 상품·서비스 구매와 이용 과정에서 소비자피해를 입은 경우, 피해액을 경제적으로 추정한 금액 ② 개별소비자 ③ 소비생활분야: 의생활, 식생활, 주생활, 의료서비스, 교육서비스, 정보통신, 자동차, 금융, 경조사, 보건위생, 여가문화, 공공서비스, 소비자피해없음 ④ 피해제품의 구매금액*구매금액 대비 적절하다고 생각하는 배상율
	50	소비분야별 평균 소비자 피해액(추정)	

소비 분야 별	의생활	51  의생활(제품/서비스)의 소비자문제 유형별 비율	<p>① 최근 1년 이내 의생활을 위해 제품(의류, 신발, 가방 등)과 서비스(세탁, 수선 등) 각 이용과정에서 소비자가 경험한 문제 유형별 인식율(중복응답)</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -제품의 소비자문제 유형 : (1) 품질불량 (2) 품질에 비해 비싼 가격 (2) 위해물질 등 안전 불안 (4) 제품선택을 위한 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 교환, 수선, 환불, 배상 등의 어려움 (8) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (9) 기타 (10) 문제 경험 없다</p> <p>-서비스의 소비자문제 유형 : (1) 서비스불만족 (2) 서비스에 비해 비싼 가격 (2) 위해물질 등 안전 불안 (4) 서비스선택에 대한 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 소비자에게 불리한 거래조건 (8) 사업자의 계약불이행 및 부당행위 (9) 교환, 수선, 환불, 배상의 어려움 (10) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (11) 기타 (12) 문제 경험 없다</p> <p>④ 소비자문제 유형별 비중(%) 산출</p>
문제 경험	식생활	52  식생활(식품/외식)의 소 비자문제 유형별 비율	<p>① 최근 1년 이내 식생활을 위해 식품과 외식서비스 이용과정에서 소비자가 경험한 문제 유형별 인식율(중복응답)</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -식품의 소비자문제 유형 : (1) 품질불량 (2) 품질에 비해 비싼 가격 (2) 위해물질 등 안전 불안 (4) 제품선택을 위한 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 교환, 수선, 환불, 배상 등의 어려움 (8) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (9) 기타 (10) 문제 경험 없다</p> <p>-서비스의 소비자문제 유형 : (1) 서비스불만족 (2) 서비스에 비해 비싼 가격 (2) 위해물질 등 안전 불안 (4) 서비스선택에 대한 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 소비자에게 불리한 거래조건 (8) 사업자의 계약불이행 및 부당행위 (9) 교환, 환불, 배상의 어려움 (10) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (11) 기타 (12) 문제 경험 없다</p> <p>④ 소비자문제 유형별 비중(%) 산출</p>

		<p>53</p> <p>식품에 대한 위해불안감 지수</p>	<p>① 식품의 종류 및 판매장소별 식품 위해 발생 가능성에 대해 불안함을 느끼지 않는 소비자의 비중을 비해 불안감을 느끼는 소비자의 비중을 대한 비율로, 1보다 클수록 위해불안감은 높은 것으로 해석</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -위해불안감 정도(4점 척도) : 매우 불안, 약간 불안, 약간 안심, 매우 안심          -식품종류 및 판매장소: (1)국산농산물 (2)국산수산물 (3)국산축산물 (4)수입농산물 (5)수입수산물 (6)수입 축산물 (7)가공식품 (8)즉석간편 (9)우유·유가공품 (10)빵·과자 (11)생수·음료 (12)건강식품 (13)학교 앞 판매 (14)단체급식 (15)휴게소 (16)일반음식점</p> <p>④ (매우불안+약간불안)/(약간안심+매우안심)</p>
<p>주생활</p> <p>54</p>		<p>가계 주생활(제품/수리서비스)의 소비자문제 유형별 비율</p>	<p>① 최근 1년 이내 주생활을 위해 제품(가전제품, 가구, 부엌용품 등)과 서비스(수리, 인테리어 등) 각 이용과정에서 소비자가 경험한 문제 유형별 인식율 (중복응답)</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -제품의 소비자문제 유형 : (1) 품질불량 (2) 품질에 비해 비싼 가격 (2) 위해물질 등 안전 불안 (4) 제품선택을 위한 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 교환, 수선, 환불, 배상 등의 어려움 (8) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (9) 기타 (10) 문제 경험 없다</p> <p>-서비스의 소비자문제 유형 : (1) 서비스불만족 (2) 서비스에 비해 비싼 가격 (2) 위해물질 등 안전 불안 (4) 서비스선택에 대한 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 소비자에게 불리한 거래 조건 (8) 사업자의 계약불이행 및 부당행위 (9) 수리, 보수, 환불, 배상의 어려움 (10) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (11) 기타 (12) 문제 경험 없다</p> <p>④ 소비자문제 유형별 비중(%) 산출</p>

	의료 서비스 생활	55 의료서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	<p>① 최근 1년 이내 본인 및 가족의 의료서비스(의료기관 진료, 의약품이용 등) 이용과정에서 소비자가 경험한 문제 유형별 인식율(중복응답)</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ (1) 서비스불만족 (2) 서비스에 비해 비싼 가격 (2) 환자 안전 불안 (4) 서비스 선택 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 소비자에게 불리한 거래조건 (8) 의료기관의 계약불이행 및 부당행위 (9) 취소, 환불, 배상의 어려움 (10) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (11) 기타 (12) 문제 경험 없다</p> <p>④ 소비자문제 유형별 비중(%) 산출</p>
	의료 서비스 생활	56 의료소비자권리보장에 대한 소비자인식율	<p>① 최근 1년 이내 본인 및 가족의 의료서비스 이용 시, 의료소비자권리가 보장되는 지에 대한 소비자의 주관적 인식율</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -권리보장수준(4점 척도) : 매우 잘 보장, 대체로 보장, 보장 미흡, 보장 매우 미흡</p> <p>-의료소비자권리 유형: (1)의료서비스 선택을 위한 비교정보 제공 (2)의사-환자간 충분한 의사소통을 통한 치료결정 (3) 의료서비스·진료비·약제비 등에 대한 알권리 (4)의료기관 이용·의약품 복용 시 안전 확보 (5)의료소비자피해에 대한 배상 및 분쟁해결</p> <p>④ 전체 인식율 : 각 유형별 보장인식율(매우 잘 보장+ 대체로 보장)의 합/5</p>
교육 서비스 생활	교육 서비스 생활	57 교육서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	<p>① 최근 1년 이내 본인 및 자녀의 (사)교육서비스 이용과정에서 소비자가 경험한 문제 유형별 인식율(중복응답)</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ (1) 서비스불만족 (2) 서비스에 비해 비싼 가격 (3) 계약해제, 중도해지 어려움 (4) 서비스 선택 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 소비자에게 불리한 거래조건 (8) 사업자의 계약불이</p>

			<p>행 및 부당행위 (9) 피해 시 환불, 배상의 어려움 (10) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (11) 기타 (12) 문제 경험 없다</p> <p>④ 소비자문제 유형별 비중(%) 산출</p>
경조사 서비스 생활	58	경조사지원서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	<p>① 최근 1년 이내 본인 및 가족의 경조사지원서비스(결혼식, 장례식, 회갑, 돌잔치 등) 이용과정에서 소비자가 경험한 문제 유형별 인식율(중복응답)</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ (1) 서비스불만족 (2) 서비스에 비해 비싼 가격 (3) 시설 안전사고 우려 (4) 서비스 선택 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 소비자에게 불리한 거래조건 (8) 사업자의 계약불이행 및 부당행위 (9) 피해 시 환불, 배상의 어려움 (10) 계약해제, 중도해지 어려움 (11) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (12) 기타 (13) 문제경험 없다</p> <p>④ 소비자문제 유형별 비중(%) 산출</p>
통신 서비스 생활	59	이동통신서비스생활의 소비자문제 유형별 비율	<p>① 최근 1년 이내 본인 및 가족의 이동통신서비스 이용과정에서 소비자가 경험한 문제 유형별 인식율(중복응답)</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ (1) 서비스불만족 (2) 서비스에 비해 비싼 가격 (3) 소비자안전 우려 (4) 서비스 선택 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 소비자에게 불리한 거래조건 (8) 사업자의 계약불이행 및 부당행위 (9) 피해 시 환불, 배상의 어려움 (10) 계약해제, 중도해지 어려움 (11) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (12) 기타 (13) 문제경험 없다</p> <p>④ 소비자문제 유형별 비중(%) 산출</p>
교통·자동차 생활	60	자동차생활(신차/수리서비스)의 소비자문제 유형별 비율	<p>① 최근 본인 및 가족의 자동차(신차)구매와 수리(점검)서비스 이용과정에서 소비자가 경험한 문제 유형별 인식율(중복응답)</p> <p>② 개별소비자</p>

			<p>③ -자동차 구매 소비자문제 유형 : (1) 품질 불량 (2) 품질에 비해 비싼 가격 (3) 차량 결함 등 안전 불안 (4) 차량 선택 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 소비자에게 불리한 거래조건 (8) 사업자의 계약불이행 및 부당행위 (9) 수리, 보수, 교환, 환불, 배상의 어려움 (10) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (11) 기타 (12) 문제 경험 없다</p> <p>-수리서비스 소비자문제 유형 : (1) 서비스불만족 (2) 서비스에 비해 비싼 가격 (3) 소비자안전 우려 (4) 서비스 선택 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 소비자에게 불리한 거래조건 (8) 사업자의 계약불이행 및 부당행위 (9) 피해 시 환불, 배상의 어려움 (10) 계약해제, 중도해지 어려움 (11) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (12) 기타 (13) 문제경험 없다</p> <p>④ 소비자문제 유형별 비중(%) 산출</p>
61	<p>교통·운송수단 이용 시 안전사고 불안감 비율</p>		<p>① 최근 1년 이내 교통생활을 위한 운송수단 및 시설의 이용 과정에서 안전사고나 위해 발생 가능성에 대한 불안감 인식율(중보응답)</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -불안감 정도(4점 척도) : 매우 안전, 안전, 불안, 매우 불안, 잘 모르겠다</p> <p>-교통·운송수단 유형: (1)개인차량, (2)대중교통, (3)특수교통(항공, 선박 등) (4) 운송시설(승강기, 에스컬레이터 등) (5) 보행시설(일반보도, 횡단보도, 지하도 등)</p> <p>④ (불안, 매우 불안 응답/전체 응답)*100</p>
금융서비스생활지표	62	<p>금융서비스생활의 소비자문제 유형별 비율</p>	<p>① 최근 1년 이내 저축, 투자, 대출, 보험 등 금융서비스를 이용하기 전과 후, 소비자문제 유형별 경험 정도</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -경험정도(4점척도) : 매우 자주 경험, 가끔 경험, 거의 경험 없다, 전혀 경험 없다, 잘 모르겠다</p>

			<p>-소비자문제 유형: (1)상품 중요정보에 대해 설명을 듣지 못했거나, 잘못 된 내용을 전달받았다 (2) 금융상품의 불공정약관, 거짓과장 표시광고를 접한 경우가 있다 (3) 은행이용 수수료나 대출금리 등에 대해 금융사업자 간 사전 담합행위 의혹이 있다 (4) 보이스피싱, 파밍, 스미싱 등에 의한 금융 사기를 당할까 걱정된다 (5) 금융상품 정보가 무슨 내용인지 이해하기 어렵 다 (6) 금융상품을 이용하는게 불안하고 믿음이 가지 않는다 (7)나에게 맞 는 금융상품 선택을 위한 비교정보가 부족하다 (8) 금융소비자피해를 당한 경우 피해배상 및 사업자와의 분쟁해결이 어렵다</p> <p>④ 각 유형별 (매우 자주경험+가끔 경험)/전체 응답*100</p>
<p>부티· 헬스 생활</p>	<p>63</p>	<p>부티· 헬스생활의 소비자문제 유형별 비율</p>	<p>① 최근 1년 이내 본인 및 가족의 부티· 헬스서비스 이용과정에서 소비자가 경험한 문제 유형별 인식율(중복응답)</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ (1) 서비스불만족 (2) 서비스에 비해 비싼 가격 (3) 시설 안전사고 우려 (4) 서비스 선택 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와 광고 (7) 소비자에게 불리한 거래조건 (8) 사업자의 계약불이행 및 부당 행위 (9) 피해 시 환불, 배상의 어려움 (10) 계약해제, 중도해지 어려움 (11) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (12) 기타 (13) 문제경험 없다</p> <p>④ 소비자문제 유형별 비중(%) 산출</p>
<p>여가· 문화 생활</p>	<p>64</p>	<p>여가· 문화생활(여행/문화관광)의 소비자문제 유형별 비율</p>	<p>① 최근 1년 이내 본인 및 가족의 여행서비스(국내외)와 문화관광서비스(공연, 영화, 스포츠, 전시 등) 이용과정에서 소비자가 경험한 문제 유형별 인식율(중복응답)</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ (1) 서비스불만족 (2) 서비스에 비해 비싼 가격 (3) 안전사고 우려 (4) 서 비스 선택 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와</p>

		<p>광고 (7) 소비자에게 불리한 거래조건 (8) 사업자의 계약불이행 및 부당 행위 (9) 피해 시 환불, 배상의 어려움 (10) 계약해제, 중도해지 어려움 (11) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (12) 기타 (13) 문제경험 없다</p> <p>④ 소비자문제 유형별 비중(%) 산출</p> <p>① 최근 1년간 본인 및 가족의 여가생활을 위한 각종 시설과 장소의 이용정도와 안전사고 및 위해의 경험정도</p> <p>② 가계</p> <p>③ 여가생활 분야: (1)스포츠관람시설, (2)문화관광시설, (3)놀이시설, (4)체력단련시설, (5)공원, (6)국내여행지, (7)국외여행지</p> <p>④ -이용지수:경험 유/경험 무(1보다 크면 경험한 이용시설을 경험한 소비자 수가 그렇지 않은 소비자보다 더 많음) -분야별 안전사고 경험율:(분야별 경험 유/전체 응답)*100</p>
	65	<p>여가시설 이용경험지수 및 안전사고 경험율</p> <p>① 전자상거래 방식을 통해 제품을 구입하는 경우, 매월 이용하는 비율과 평균 1회당 구매금액</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -전자상거래 유형: (1)TV홈쇼핑 (2)인터넷쇼핑 (3)해외직구 (4)모바일쇼핑 -이용정도: 매월이용(매월이용시 횟수 파악), 몇 달에 한번 이용, 이용안함</p> <p>④ -이용율: (매월 이용/전체 응답)*100 -평균 1회당 구매금액: 원</p>
전자상거래 생활	66	<p>전자상거래 유형(홈쇼핑/온라인/모바일/해외직구) 이용율 및 구매금액</p> <p>① 최근 1년 이내 전자상거래 이용과정에서 소비자가 경험한 문제 유형별 인식율(중복응답)</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ (1) 구매제품 품질 불량 (2) 품질에 비해 비싼 가격 (3) 소비자안전 우려 (4) 제품 선택 정보 부족 (5) 소비자교육 부족 (6) 거짓, 과장, 기만 표시와</p>
	67	<p>전자상거래 생활의 소비자문제 유형별 비율</p>

			광고 (7) 소비자에게 불리한 거래조건 (8) 사업자의 계약불이행 및 부당 행위 (9) 교환, 반품, 환불, 배상의 어려움 (10) 계약취소, 계약해제 어려움 (11) 분쟁 시 피해구제의 어려움 (12) 배송지연, 오류 (13) 개인정보 유출 우려 (14) 기타
			④ 소비자문제 유형별 비중(%) 산출

#### (4) 소비 만족 부문

〈표 7-6〉 소비 만족 부문의 개별지표 설명

지표 영역	체계 하위 영역	번호	개별 지표명	설명
소비 의 양	소비 규모	68	가계 소비규모 만족도	* 범례: ① 정의 ② 작성단위 ③ 작성유형 ④ 작성산시 및 출처 ① 최근 1년 동안 가계의 소비지출 규모에 대해 주관적으로 인식하는 만족 수준 ② 가계 ③ 4점 척도 : 매우 만족, 대체로 만족, 대체로 불만족, 전혀 불만족, 잘모르겠다 ④ 만족점수*25(100점 만점)
소비 의 질	소비 생활	69	소비생활 전체 만족도 및 소비분야별 만족도	① 최근 1년 이내 소비생활에 대한 소비자 스스로 인지하는 주관적 만족도와 12개 분야별 만족도 ② 개별소비자 ③ -만족도(4점 척도) : 매우 만족, 대체로 만족, 약간 불만족, 매우 불만족, 잘 모르겠다 -소비생활 분야: (1)의생활, (2)식생활, (3)주생활, (4)의료서비스, (5)교육서비스, (6)정보통신, (7)자동차, (8)금융, (9)경조사, (10)보건위생,

				<p>(11)문화·여가, (12)공공서비스</p> <p>④ -전체 만족도: <math>\{(분야별\ 만족점수 * 소비생활분야의\ 중요도\ 가중치) + 12\}</math> 개 분야의 합 / 12,  -분야별 만족도 : 분야별 만족점수*25(100점 만점)  -가중치: 삶에서 가장 중요한 소비분야 3개 선택하여 중요도 비중에 따라 분야별 가중치 적용</p>
소비자 역량	70	소비자역량만족도 및 분야별 만족도	<p>① 금융역량, 거래역량, 시민역량 등 소비생활을 위해 필요한 소비자역량에 대해 소비자가 주관적으로 인식하는 만족 정도</p> <p>② 개별소비자</p> <p>③ -만족도(5점 척도) : 매우 만족, 대체로 만족, 보통, 약간 불만족, 매우 불만족</p> <p>-소비자역량: (1)금융역량 (2)거래역량 (3)시민역량</p> <p>④ -전체 만족도: <math>\{(분야별\ 만족점수 * 중요도\ 가중치) + 3\}</math>개 분야합 / 3  -분야별 만족도 : 분야별 만족점수*25(100점 만점)  -가중치: 소비생활을 위해 필요한 소비자역량 중 가장 중요한 요소를 1개 선택하여 중요도 비중에 따라 분야별 가중치 적용</p>	



## 8. 결 론

- 1) 지표 개편 과정 및 결과 요약
- 2) 지표 활용성 증대 방안



## 8. 결론

### 1) 지표 개선 과정의 요약

국민소비생활의 진단과 소비자정책 모니터링의 기본틀 마련을 위해 '12년 개발된 「한국의 소비생활지표」는 '13년 본 지표 발표를 통해 주요 내용이 언론 등을 통해 조명되었으나 정책적·연구적·정보적인 차원에서 활용성을 높이고 향후 보다 지속가능한 지표로서 기능하기 위하여 보완하고 개선해야할 부분이 존재하였다.

따라서, 지표 개선은 기 개발·발표된 「한국의 소비생활지표」의 개념과 범위 등 기본틀은 유지하되, 70개 개별지표의 구성과 내용의 적절성, 지표별 산식과 측정도구의 타당성 등을 중심으로 검토하고 활용성과 대표성 확보차원에서 지표 개선(안)을 마련하고 최종 점검·수정 후 지표 개편을 확정하였다. 지표 개선(안) 수립을 위한 연구방법은 한국의 소비생활지표 평가, 지표개선 요구도 의견조사, 국내외 관련지표의 분석 등을 수행하여 현 지표 평가와 지표개선 요구도 의견조사를 통해 유지, 수정, 삭제 지표를 선정하고 지표 체계의 적절성을 검토하였다. 지표개선 요구도 파악을 위한 의견조사와 국내외 관련 지표의 분석을 통해 새롭게 추가될 지표를 선정하였다. 개선(안) 지표의 최종 확정을 위한 연구방법은 전문가 자문회의, 소비자 설문조사 등을 수행하였다. 전문가 자문회의를 통해 개선(안) 지표의 타당성을 검토하고 소비자 설문조사를 통해 지표 작성을 위한 측정도구 및 데이터의 신뢰성을 점검하였다.

개편된 「한국의 소비생활지표」는 소비생활의 모습을 통해 소비자권의 수준과 현황을 파악하는 기본틀로 정의되는 바, 소비자의 관점에서

소비자정책을 평가하고 소비생활의 문제경험과 만족수준 등을 진단하는 도구로서 지표 체계는 소비생활의 주요 여건이 소비 경험에 영향을 미치는 관계를 구조화하였다. 소비생활의 주요 여건으로는 경제적 측면의 가계소비와 소비자정책 평가 등의 두 부문으로, 소비생활에 따른 소비경험은 소비자문제 경험과 소비 만족 부문으로 구분하여 본 지표는 4개 부문, 8개 영역, 29개 하위영역, 70개 개별지표로 구성하였다. 지표의 작성방법으로, 소비자정책 평가 부문 정책 집행 영역의 22개 지표는 정책 추진 실적자료에 기반하여 통계를 작성하고, 이외에 48개 지표는 소비자를 대상으로 하는 「한국의 소비생활지표 조사」를 통해 작성된다.

## 2) 지표 활용성 증대 방안

금번 개편 작업은 소비환경과 정책 기조 변화를 반영하고 지표의 지속가능성을 제고하는 차원에서 수행된 바, 본 연구를 통해 개편된 지표 내용을 반영하여 지난 '13년 발표에 이어 향후 「2015 한국의 소비생활지표」 결과를 발표할 예정으로, 이를 통해 소비생활의 경험과 소비환경 개선의 측면에서 현황과 변화 동향, 향후 전망 등을 파악하고 소비자정책적 시사점 제시할 예정이다.

「한국의 소비생활지표」 소비자정책 과정에서 다소 소홀하기 쉬운 소비자의 입장에서 생활 속의 소비자문제와 경험을 진단하고 정책 성과에 대한 체감도를 파악할 수 있는 실증적(evidence-based) 정책평가 도구로서의 의의를 가진다. 특히 EU의 Consumer Conditions Index를 국내 지표에 적용하여 소비자정책 성과에 대한 종합적인 수준과 달성 정도를 파악하고 EU와의 비교 등을 통해 보다 객관적이고 상대적으로 진단할 수 있을 것으로 판단되므로, 지표의 신뢰성과 활용성 등의 제고

차원에서 지속적인 검토과정이 필요할 것으로 판단된다.

향후 본 개편 지표가 정책당국 뿐 아니라 언론, 학계, 연구기관 등 이해관계자의 관심과 활용을 보다 높이기 위해서 추후 다음과 같은 사항을 점검하고 반영할 필요가 있다.

### (1) 지표 명칭 개선

지표 결과가 발표되면 언론 및 학계에서 관련 개별 지표명을 인용하여 사용할 것으로 예상되어 개편과정을 통해 지표명을 점검하고 전면 수정하였으나 지표 이용자의 관점에서 이해가 어렵거나 지표의 측정내용을 효과적으로 전달하지 못하는 측면이 여전히 존재하고 있는 바, 향후 지표 네이밍 전문가 등과의 논의를 통해 지표명이 보다 쉽고 간결하게 표현될 수 있도록 개선하는 것이 필요하다.

### (2) 대표지표의 선정과 전체 지표의 지수화

전체 지표 중 소비자문제 현황과 소비자권의 향상정도를 파악하는데 더욱 적합한 지표를 중심으로 대표 지표를 선정하여 지표의 주목도를 높이고 활용성을 제고하는 것이 필요하므로 향후 개편 지표가 조사되어 발표되기 전 대표 지표의 선정 작업 수행이 이루어져야 한다. 또한 개편 지표가 보다 종합적이고 체계적인 정보로서 기능하기 위해서는 전체 지표에 대한 지수화가 필요한 바, 각 부문별 지수와 이를 종합화한 단일 지수화를 고려해야 하고 각 지수를 산출하기 위한 가중치 부여는 본 지표의 정체성을 결정짓는 중요한 영역이므로 이에 대한 후속 연구의 수행이 필요하다.

### (3) 기본 조사와 부가 조사의 병행 실시

본 지표는 향후 장기적으로도 소비생활의 현황과 변화를 파악하기 위한 기본틀로 기능하기 위하여 수정·보완되었으나 소비생활의 변화와 소비자현안에 대한 시의성있는 수용에는 한계가 있는 바, 지표 체계에 근거하여 정기적인 기본조사 이외에 기본조사와 관련이 있는 소비자현안을 파악하여 부가조사를 병행 실시하는 것이 지표의 활용성을 높이는 방안으로 판단된다.

따라서, '15년 시행 예정인 소비생활조사에 앞서 기존 조사에 부가하여 좀 더 구체적이고 세분화된 조사가 필요한 주제를 발굴하여 시의성 있는 부가조사를 시행하여 발표하는 것이 필요하다.

### (4) 지표 결과와 정책 개발과의 연계

본 지표 개편 체계에 기반하여 지표가 생산되면 이에 기반하여 정책적 활용을 위한 다양한 후속 조치가 요구하며 지표 생산을 통한 정책모니터링 결과를 실제 정책 수립에 반영한 국내외 사례를 검토하여 국내 지표의 활용성 제고에 참고하는 것이 필요하다. EU는 2013년 발표한 **Consumer Conditions Scoreboard** 결과에서 소비자 열명 중 네 명 이상이 거짓·과장광고를 경험하고, 세 명 중 한 명은 기만광고에 노출되었으며 특히 인터넷을 사용하는 소비자 두 명 중 한 명이 부당광고를 경험한 것으로 나타난 부당광고를 접한 소비자비율 증가에 주목하고 이상의 결과에 근거하여 2014년 말까지 부당광고 관행 규제를 위한 회원국 간 협력기구를 설치하고 보다 강화된 광고 감시 계획을 수립·발표 하였다.

## 【참고문헌】

- 농촌진흥청(2013), 「2012 농촌생활지표 조사보고서」.
- 서울시(2014), 「서울사람들의 희망나침반 생활지표 100가지」, 희망서울 생활지표 분석보고서.
- 이득연 외(2013), 「제3차 소비자정책 기본계획 수립방향 연구」, 한국소비자원 정책연구보고서,
- 배순영 외(2014), 「제3차 소비자정책기본계획 수립연구」, 한국소비자원 정책연구보고서.
- 황은애·송순영·김민아(2012), 「소비생활지표 개발을 위한 연구」, 한국소비자원, 정책연구보고서.
- 황은애·손지연(2013), 「2013 한국의 소비생활지표」, 한국소비자원.
- 한국소비자원(2013), “식생활비 부담 크게 느끼지만 여가문화생활 만족도 높아-한국소비자원 2013 한국의 소비생활지표 발표”, 9월6일자 보도자료.
- 한국소비자보호원(1991), 「한국의 소비생활지표」.
- \_\_\_\_\_ (1994), 「한국의 소비생활지표」.
- \_\_\_\_\_ (1997), 「한국의 소비생활지표」.
- 한국사회과학자료원(2013), 「한국의 사회지표 체계개선 연구Ⅱ-소득과 소비영역」.
- 통계청(2014), 「2013 한국의 사회지표」.
- 통계개발원(2014), 「2013 한국의 사회동향」.
- EU(2013), 「The Consumer Conditions Scoreboard-Consumers at home in

the single market」, 9th edition.

서울시 희망서울생활지표 <http://socialindex.seoul.go.kr/mainIdx/mainIdx.do>

국가통계포털 <http://kosis.kr/>

한국은행 <http://www.bok.ok.kr>

국가통계포털 KOSIS. <http://kosis.kr/>

통계청 가계금융·복지조사 <http://www.kostat.go.kr/survey/hopas/index.action>

일본 내각부 가계생활연구소 <http://www.kakeiken.or.jp/jp/index.html>

EU [http://ec.europa.eu/dgs/health\\_consumer/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/dgs/health_consumer/index_en.htm)

### 〈부록 1〉 70개 개별지표 평가 결과

지표1. 가계 월평균소득 및 주요 소득 원천

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성	○			불황 장기화에 따른 가계소득 변화 추이를 파악하고 소득 원천에 따른 가계소득 규모의 차이를 확인하여 자영업 가계 등 소득이 낮은 계층의 소비생활 지원 방안 마련
차별성		○		주요 소득 원천을 파악하는 것은 주로 소득 구성비율을 파악하고 있는 기존 지표에 비해 차별성이 있으나, 개인이 아닌 가계 단위 측정이므로 최소 2개 유형 이상 선택할 수 있어야 정확한 파악 가능
지속성	○			향후 가계 소득원천이 더욱 다양해지고 원천별 소득 규모를 파악하는 것이 중요한 바, 지속가능성이 큰 지표
종합		◎		가계의 주요 소득원천을 2개 이상 선택하고 원천에 따른 월평균소득 규모를 파악할 수 있도록 수정=> 지표명, 정의 및 산식, 측정도구 개선

지표2. 소비생활 중산층 귀속율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		중산층 귀속율은 국가경제와 국민소비 안정성을 파악할 수 있는 중요지표로, 소득기반 중산층지표의 정성적 보조지표로 활용, 소비에 기반한 중산층 귀속율의 정도는 향후 소비 전망을 파악하기 위한 선행지표로 유용. 그러나 중산층 규모 변화를 예측하여 소비 전망을 효과적으로 파악하기 위해서는 중산층 내의 상, 하 구성비를 파악하여 중산층의 방향성을 예측할 수 있도록 보완
차별성	○			“중산층”에 대한 학술적, 정책적 정의가 명확하지는 않으나 주로 소득에 기반한 중산층 평가에 비해 본 지표는 소비생활에 대한 주관적 인식을 통해 중산층을 파악하고 있는 바, 내수 촉진과 소비진작 측면에서 갖는 중산층의 중요성을 고려할 때, 소비에 기초한 중산층 파악은 차별화된 중요 지표
지속성	○			중산층 귀속율은 정책적 활용성 뿐 아니라 사회, 경제, 문화, 정치 전반의 걸쳐 중요한 함의를 갖는 지표로 지속적인 측정과 시계열적 검토가 필요한 지표
종합		◎		소비생활 중산층 귀속율과 함께 중산층상 하격차지수를 파악할 수 있도록 수정=> 지표명, 정의 및 산식 수정

지표3. 1년전과 비교한 소득 증감율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성	○			본 지표는 체감소득 변화율로, 향후 실질 소비 증감의 방향을 예측할 수 있는 지표
차별성	○			향후 주관적 경기전망이나 소비전망지표보다 실질 소비 증감을 더 효과적으로 파악할 수 있도록 하는 지표
지속성	○			불황의 장기화, 가계부채 증대가 지속될 것으로 예측되고 있는 바, 소비의 안정성을 파악하는 것은 매우 중요한 정책지표로 향후 지속적으로 측정 필요
종합	◎			

지표4. 1년 전과 비교한 소비지출 증감율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		본 지표는 체감소비 변화율로, 가계 소비규모 변화를 통한 경기에 대한 소비자의 인식을 파악하고 소비안정성을 살펴볼 수 있는 지표이나, 소득탄력성에 기반한 보다 실질적인 소비안정성을 파악하기 위해서는 '소득-소비증감격차지수' 등을 보완할 필요
차별성	○			향후 주관적 경기동향이나 소비동향지표보다 실질 소비 증감을 더 효과적으로 파악할 수 있도록 하는 지표
지속성	○			불황 장기화, 가계부채 증대가 지속될 것으로 예측되고 있는 바, 소득증감율을 고려한 소비지출 증감을 파악은 향후 가계부채 증가경향을 파악할 수 있는 중요한 정책지표로 향후 지속적으로 측정 필요
종합		◎		소비지출 증감율을 산출하고 지표3.을 활용하여 '소득-소비증감 격차지수'를 파악할 수 있도록 수정=>지표명 수정, '소득-소비증감 격차지수'의 정의 및 산식 작성

지표5. 소비지출이 증가한 것으로 평가한 경우, 그 이유

평가 결과 평가요소	평가 결과			평가 근거
	유지	수정	삭제	
활용성		○		본 지표는 소비증가가 경제여건 개선과 소비 자원 증대에 기인하는 정도를 파악하여 소비건전성을 살펴볼 수 있는 지표. 이와 함께 최근 가계소비 증가의 비경제적요인이 다양해지고 있어, 그 경향을 파악하기 위해서는 자녀의 교육비 증가나 가족의 중증질환 발생 이외 비경제적 요인을 세분화하고 파악하도록 수정 필요
차별성	○			소비건전성 뿐 아니라 비경제적 요인이나 가계의 필요가 소비증가에 미치는 정도와 경향을 파악할 수 있도록 하는 지표
지속성	○			불황의 장기화, 가계부채 증대 등 가계소비 환경의 악화요인이 지속될 것으로 예측되고 있는 바, 향후 소비건전성 정도와 소비 증가의 비경제적요인을 파악하고 장기적인 측면에서 변화추이를 살펴보는 것이 필요
종합		◎		소비증가의 요인을 크게 경제적, 비경제적 요인으로 구분하고 특히 비경제적 요인을 세분화하여 요인별 변화추이를 파악할 수 있도록 수정=>지표명, 측정도구 수정(지표명은 ~요인별 비율)

지표6. 소비지출이 감소한 것으로 평가한 경우, 그 이유

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		본 지표는 소비감소가 경제여건 악화와 소비 자원 감소에 기인하는 정도를 파악하여 소비적정성을 살펴볼 수 있는 지표. 이와 함께 인구·가족구조의 변화와 같은 비경제적 요인이 소비지출 감소에 영향을 미치는 경향을 파악하기 위해 비경제적 요인을 세분화하고 파악하도록 수정 필요
차별성	○			소비적정성 뿐 아니라 비경제적 요인이나 가계의 필요가 소비감소에 미치는 정도와 경향을 파악할 수 있도록 하는 지표
지속성	○			불황의 장기화, 가계부채 증대 등 가계소비 환경의 악화요인이 지속될 것으로 예측되고 있는 바, 향후 소비적정성 정도와 소비감소의 비경제적요인을 파악하고 장기적인 측면에서 변화추이를 살펴보는 것이 필요
종합		◎		소비감소의 요인을 크게 경제적, 비경제적 요인으로 구분하고 특히 비경제적 요인을 세분화하여 요인별 변화추이를 파악할 수 있도록 수정=>지표명, 측정도구 수정(지표명은 ~요인별 비율)

지표7. 최근 1년간 가계지출 중 경제적 부담이 큰 비목

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성	○			본 지표는 가계지출 배분의 균형과 소비생활의 안정을 저해하는 요인을 파악하여 소비안정성 확보를 위해 주거, 의료, 교육, 복지 등 다른 분야 정책 검토 시 참고자료.
차별성	○			소비지출 뿐 아니라 가계소득이 배분되는 비소비지출과 저축 등을 모두 포함하여 가계 부담 비목을 파악할 수 있도록 하는 지표
지속성	○			본 지표는 사회경제적 상황 뿐 아니라 소비환경의 변화를 파악할 수 있는 지표로, 경제적 부담비목의 변화추이를 살펴보는 것이 중요한 바, 향후 지속적인 모니터링 필요
종합	◎			

지표8. 1년 후 소득수준 증감 전망을

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성	○			본 지표는 개인소비 전망에 대한 정성적 보조지표로 활용가능
차별성	○			국가 전체 경기전망이 아니라 개인소득과 소비에 대한 예측지표로서의 차별성 존재
지속성	○			소득 증감전망의 변화추이를 살펴보는 것이 중요한 바, 향후 지속적인 모니터링 필요
종합	○			

지표9. 1년 후 소비지출 증감 전망을

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		본 지표는 체감소비 전망율로, 가계 소비전망을 통한 경기에 대한 소비자의 인식을 파악하는 지표이나, 소득탄력성에 기반한 소비 전망을 파악하기 위해서는 '소득-소비증감전망 격차지수' 등을 보완할 필요
차별성	○			향후 주관적 경기전망이나 소비전망지표보다 실질적인 소비 전망을 효과적으로 파악할 수 있도록 하는 지표
지속성	○			불황의 장기화, 가계부채 증대가 지속될 것으로 예측되고 있는 바, 소득증감 전망율을 고려한 소비지출 증감 전망율의 파악은 향후 가계부채 증가의 지속 여부를 파악할 수 있는 중요한 정책지표로 향후 지속적으로 측정 필요
종합		◎		소비지출 증감 전망율을 산출하고 지표8.을 활용하여 '소득-소비증감 격차지수'를 파악할 수 있도록 수정=>지표명 수정, '소득-소비증감전망 격차지수'의 정의 및 산식 작성

지표10. 1년 후 가계지출 중 경제적 부담이 늘어날 비목

평가 결과 평가요소	평가 결과			평가 근거
	유지	수정	삭제	
활용성		○		본 지표를 통해 소비의 안정성을 파악하기 위해서는 부담 비중이 높은 비목과 부담이 증가하는 비목 모두를 살펴볼 수 있어야 하는 바, 경제적 부담 증가 비목과 그 정도를 파악하기 위해 지표7.을 활용하여 현재 경제적 부담 비목 대비 향후 경제적 부담예측 비목을 산출하여 경제적 부담 증가지수 파악 필요
차별성	○			소비지출 뿐 아니라 가계소득이 배분되는 비소비지출과 저축 등을 모두 포함하여 가계 부담예측 비목을 파악할 수 있도록 하는 지표
지속성	○			본 지표는 사회경제적 상황 뿐 아니라 소비 환경의 변화를 파악할 수 있는 지표로, 경제적 부담예측 비목의 변화추이를 살펴보는 것이 중요한 바, 향후 지속적인 모니터링 필요
종합		◎		비목별 경제적부담증가 지수 추가=>지표명, 정의 및 산식 수정

지표11. 소비자피해경험율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		‘소비자피해 감소’는 소비자정책의 중요한 목표인 바, 전체 소비자의 소비자피해경험율의 변화와 분야별 경험율의 비교 통계는 정책점검을 위한 중요한 기반자료. 다만, 거래 횟수를 동일하게 하여 소비자피해경험 유무를 파악하기 위해서는 최근 1년간 → 가장 최근(1년 이내) 구매 시로 변경하고 일상적, 지속적인 국민 소비생활 분야가 누락되지 않도록 재분류
차별성	○			소비자상담이나 피해구제 통계가 아닌 소비자피해경험 정도를 파악할 수 있는 통계로서 차별성 존재.
지속성	○			소비자피해구제는 소비자정책의 핵심 영역으로 향후에도 지속적인 모니터링과 분석 필요
종합		◎		소비자피해경험 응답 시 그 기준을 동일하게 하고 소비생활분야를 재분류 => <u>지표명(소비자피해경험지수 및 분야별 소비자피해경험율), 정의 및 산식, 측정도구 수정(분야별 경험유, 경험무, 1년 이내 구매경험없음)</u>

지표12. 1인당 평균 소비자피해액

평가 결과 평가요소	평가 결과			평가 근거
	유지	수정	삭제	
활용성	○			소비자피해액은 소비자후생을 직접적으로 감소시킴을 감안할 때, 실제 감소정도를 추정하기 위해서는 거래금액과 소비자피해액 합계를 모두 파악하여 거래금액대비 피해액 정도를 가늠할 수 있도록 측정도구를 작성한 측면에서 소비자피해액을 보다 현실적으로 추정 가능
차별성	○			실제 소비자피해액이 아닌 소비자가 평가한 추정치이기는 하나, 이를 통해 소비자피해로 인한 소비자후생 감소를 가늠할 수 있다는 점에서 차별성 존재
지속성	○			거래금액과 소비자피해액은 변화 추이를 지속적으로 살펴보는 것이 중요
종합	◎			

지표13. 의생활에서의 소비자문제 유형별 인식율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		의생활 관련 소비는 소비자피해 다발 분야로 피해의 원인과 문제 진단이 필요하나, 의생활을 위한 소비가 다양하고 소비자문제가 상이함을 감안할 때, 대표 물품과 서비스인 의류·신발·가방/세탁서비스로 구분하여 문제 유형별 인식율을 파악하도록 수정 필요
차별성	○			의생활의 주요 소비분야별 소비자문제 파악 통계 부재
지속성	○			의생활의 주요 소비분야별 문제의 지속적 모니터링 필요
종합		◎		의생활의 주요 소비물품과 서비스로 구분하여 문제 파악=> 정의 및 산식, 측정도구 수정

지표14. 식품에 대한 위해 불안감 인식율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		식품의 분야별 비교와 년도별 위해 불안감 인식 변화추이를 정확히 파악하기 위해서는 '불안하지 않음' 대비 '불안함' 비율을 통한 식품 위해 위해불안감 지수로 변경하는 것이 적절
차별성		○		한국농촌경제연구원의 “식품소비행태조사”에서도 가공식품을 중심으로한 유사통계를 생산하고 있는 바, 차별성 확보를 위해 위해불안감지수로 전환 검토
지속성	○			
종합		◎		지표의 활용성과 차별성 확보를 위해 지표 명을 '식품 위해 불안감지수'로 변경하고 정의 및 산식 수정

지표15. 주생활에서의 소비자문제 유형별 인식율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		본 지표 조사 시 주생활분야에 대한 예시를 제시하고 있으나, 주생활관련 물품 및 서비스가 다양하여 응답에 어려움이 있고 소비자문제 유형 통계도 유의미성을 갖기 어려워, 주생활분야의 대표적인 소비자상담 다발 분야인 부동산중개서비스/주택내 설비·시설공사로 세분화하고 소비자문제 유형도 분야별 특성을 고려하여 측정도구 수정
차별성	○			
지속성	○			
종합		◎		주생활분야를 부동산중개서비스와 주택내 설비·시설공사 두가지로 세분화하고 측정도구를 수정하여 각각 소비자문제 유형을 파악할 수 있도록 변경

지표16. 의료소비자권리보장에 대한 인식율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성	○			
차별성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표17. 교육서비스의 소비자문제 유형별 인식율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		본 지표 조사 시 교육서비스 분야에 대한 예시를 제시하고 있으나, 교육서비스가 다양하여 응답에 어려움이 있고 소비자문제 유형 통계도 유의미성을 갖기 어려워, 교육 서비스 분야의 대표적인 소비자상담 다발 분야인 사교육/성인교육으로 세분화하고 소비자문제 유형도 분야별 특성을 고려하여 측정도구 수정
차별성	○			
지속성	○			
종합		◎		교육서비스 분야를 사교육과 성인교육 두 가지로 세분화하고 측정도구를 수정하여 각각 소비자문제 유형을 파악할 수 있도록 변경

지표18. 관혼상제관련 소비자문제 유형별 인식율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		결혼식, 장례식과 같은 관혼상제 서비스 뿐 아니라 최근 돌, 회갑칠순잔치와 같은 경조사를 위한 준비나 지원서비스관련하여 소비자민원이 다발하고 있는 바, 본 지표를 경조사관련 소비자문제 유형별 인식율로 변경하고 측정도구도 이에 맞게 수정
차별성	○			
지속성	○			
종합		◎		지표명을 '경조사관련 소비자문제 유형별 인식율'로 변경하고 측정도구 수정

지표19. 통신비 부담에 대한 소비자문제 유형별 인식율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		최근 단통법의 시행과 같이 국가 통신정책은 이동통신서비스의 소비자후생에 큰 영향을 미치므로 통신정책의 변화에 대해 소비자들이 어떻게 인식하고 있는지 파악할 수 있도록 소비자문제 유형에 추가하는 것이 필요. 또한 통신비 부담이 중요한 소비자문제이기는 하나 지표명을 '이동통신서비스에 대한 소비자문제 유형별 인식율'로 변경하는 것이 더 적절
차별성	○			
지속성	○			
종합		◎		지표명을 '이동통신서비스에 대한 소비자문제 유형별 인식율'로 변경하고 소비자문제 유형에 통신정책에 대한 소비자인식을 파악할 수 있도록 추가

지표20. 교통생활의 안전사고 불안감 인식율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		본 지표는 소비자안전 분야 뿐 아니라 교통 안전이나 공중안전과도 관련이 있고 사회 안전정책 분야에서 구체적인 통계를 작성하고 기초자료를 생산하고 있으나, 최근 교통안전을 저해하는 사고들이 계속 발생되고 있어 교통생활의 분야를 더욱 세분화하여 항공·선박 등 특수교통과 일반보도·횡단보도·지하도 등 보행시설 등을 추가하여 교통생활의 안전사고 불안감에 대해 보다 구체적으로 파악할 필요
차별성		○		통계청 사회조사의 '안전 및 환경부문'과 서울시 희망서울생활지표의 '안전, 교통분야'에서 유사지표 생산하고 있어 보행시설 등을 새롭게 추가할 필요
지속성	○			
종합		◎		평가요소 중 활용성과 차별성 측면의 보완을 위해 교통생활 분야에 특수교통, 보행시설 등을 추가하여 측정도구 수정

지표21. 자동차관련 소비자문제 유형별 인식을

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		본 지표 조사 시 자동차관련 분야에 대한 예시를 제시하고 있으나, 자동차관련 소비 분야가 다양하여 응답에 어려움이 있고 소비자문제 유형 통계도 유의미성을 갖기 어려워, 자동차관련 분야의 대표적인 소비자상담 다발 분야인 신차구매/수리점검서비스 분야로 세분화하고 소비자문제 유형도 분야별 특성을 고려하여 측정도구 수정
차별성	○			
지속성	○			
종합		◎		자동차관련 분야를 신차구매와 수리점검서비스 두 가지로 세분화하고 측정도구를 수정하여 각각 소비자문제 유형을 파악할 수 있도록 변경

지표22. 금융소비자문제 경험을

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성	○			
차별성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표23. 여가생활의 안전사고 경험율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		여가생활 분야별 비교와 년도별 안전사고 경험율의 변화추이를 정확히 파악하기 위해서는 '최근 1년내 여가생활 경험정도'와 '안전사고 경험 없음'을 모두 반영한 비율인 여가생활경험 및 안전사고경험지수로 변경 필요
차별성	○			
지속성	○			
종합		◎		지표명을 '여가생활경험 및 안전사고 경험 지수'로 변경하고 정의 및 산식 수정

지표24. 여가생활의 소비자문제 유형별 인식율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		본 지표 조사 시 여가생활 분야에 대한 예시를 제시하고 있으나, 여가관련 소비분야가 다양하여 응답에 어려움이 있고 소비자 문제 유형 통계도 유의미성을 갖기 어려워, '13년도 한국의 소비생활지표 결과 여가생활의 이용경험이 높은 분야인 여행서비스/문화관광서비스 분야로 세분화하고 소비자 문제 유형도 분야별 특성을 고려하여 측정 도구 수정
차별성	○			
지속성	○			
종합		◎		여가생활 분야를 여행서비스와 문화관광서비스 두 가지로 세분화하고 측정도구를 수정하여 각각 소비자문제 유형을 파악할 수 있도록 변경

지표25. 녹색생활 실천율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		본 지표는 소비경험 부문 문제경험 영역의 지표로 그 중요성이 낮고 소비환경 부문의 소비자권리 신장 영역을 소비자역량 강화 영역으로 변경할 경우, 소비자참여 하위영역으로 이동하는 것이 지표 체계와 활용성을 높이는 데 더 적절
차별성		○		본 지표의 녹색생활 실천율 중 친환경상품 구매와 에너지절약, 자원재활용 등 3개 영역은 통계청 '녹색생활지표'를 통해 보다 세분화하여 관련통계를 산출하고 있는 바, 본 지표를 '친환경·윤리소비생활 실천율'로 변경하고 기존 4개 영역에다 윤리소비 분야를 추가하여 5개 영역의 실천율을 파악하는 것으로 수정
지속성	○			
종합		◎		본 지표의 활용성과 차별성 확보를 위해 소비환경부문 소비자역량 강화 영역 소비자참여 하위영역으로 이동하고 '친환경·윤리소비생활 실천율'로 지표명을 변경하여 하위영역을 5개로 세분화하는 것으로 측정도구를 수정

지표26. 녹색구매 관련 소비자문제 유형별 인식율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성			○	본 지표가 포함된 하위영역인 녹색생활이 상위영역인 문제경험에 적절치 않고 녹색 제품을 구매하는 소비자 비중이 낮아 관련 소비자문제 유형을 파악하여 통계화하는 것이 정책적 기초자료로서 그 활용성이 낮을 것으로 판단
차별성			○	통계청 녹색생활지표에서 '친환경제품 구매 방해 요인' 조사가 있는 바, 본 지표와 유사 중복 통계 존재
지속성	○			
종합			◎	평가요소 중 활용성과 차별성 측면에서 유용성이 낮은 바 본 지표의 삭제 검토

지표27. 매월 점포거래 유형별 이용율 및 횟수

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성	○			
차별성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표28. 점포거래 유형별 소비자피해경험율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성	○			
차별성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표29. 특수판매 유형별 이용율 및 횟수

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		특수판매 유형 중 할부거래는 계속 할부거래만을 대상으로 하는 것으로 측정도구 수정
차별성	○			
지속성	○			
종합		◎		특수판매 유형 중 할부거래는 계속 할부거래로 변경하고 측정도구 수정

지표30. 특수판매 유형별 소비자피해경험율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		특수판매 유형 중 할부거래는 계속 할부거래만을 대상으로 하는 것으로 측정도구 수정
차별성	○			
지속성	○			
종합		◎		특수판매 유형 중 할부거래는 계속 할부거래로 변경하고 측정도구 수정

지표31. 매월 전자상거래 유형별 이용횟수 및 1회당 구매금액

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		전자상거래 유형 중 소셜커머스는 인터넷 쇼핑으로 통합하고 해외 직접구매를 추가하여 조사하는 것으로 측정도구 수정
차별성	○			
지속성	○			
종합		◎		전자상거래 유형 중 소셜커머스는 인터넷 쇼핑으로 통합하고 해외 직접구매를 추가하여 조사하는 것으로 측정도구 수정

지표32. 전자상거래 유형별 소비자피해경험율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성		○		전자상거래 유형 중 소셜커머스는 인터넷 쇼핑으로 통합하고 해외 직접구매를 추가하여 조사하는 것으로 측정도구 수정
차별성	○			
지속성	○			
종합		◎		전자상거래 유형 중 소셜커머스는 인터넷 쇼핑으로 통합하고 해외 직접구매를 추가하여 조사하는 것으로 측정도구 수정

지표33. 기타 거래 유형별 이용경험율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성	○			
차별성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표34. 소비생활만족도

평가 결과 평가요소	평가 결과			평가 근거
	유지	수정	삭제	
활용성	○			
차별성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표35. 소비생활역량 만족도

평가 결과 평가요소	평가 결과			평가 근거
	유지	수정	삭제	
활용성		○		소비환경 부문 소비자권리신장 영역을 소비자역량 강화 영역으로, 소비자단체 하위영역을 소비자시민 하위영역으로 변경할 경우, 정책적 활용성 제고를 위해 본 지표를 이동하는 것이 적절하고 소비자역량만족도 보다 소비자역량 개선율로 변경 검토
차별성			○	본원 '소비자역량조사' 사업이 존재하고 최근 14년도 그 결과가 발표되었으며 주기적 조사가 예정되어 있는 바, 소비생활지표를 통해 조사하는 것은 중복데이터생산으로 불필요
지속성	○			
종합		◎		본 지표를 소비환경 부문 소비자역량강화영역 소비자시민 하위영역으로 이동하고 지표명을 '소비자역량 개선율'로 변경하되, 본원 소비자역량조사 데이터를 활용하여 해당 지표 통계를 가공

지표36. 거래유형별 만족도

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
활용성	○			
차별성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표37. 소비자위해 시정조치 건수 및 비율\*

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성		○		소비자위해감시시스템(CISS)의 구축·운영·활용은 안전한 소비환경구축을 평가할 수 있는 기본적이고 중요한 정책과제로, 소비자안전강화 측면에서 보다 대표성을 갖기 위해서는 사업자시정권고와 시정조치건수 뿐 아니라 제도개선건의, 소비자정보제공 등을 모두 포함하도록 “소비자위해정보를 활용한 후속조치 건수 및 비율”로 수정필요
포괄성	○			
지속성	○			
종합		◎		본 지표명을 “소비자위해정보를 활용한 후속조치 건수 및 비율”로 변경하고 정의 및 산식도 수정

지표38. 자발적 리콜비율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표39. 식품안전정책 추진에 대한 소비자신뢰 수준

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성		○		식품리콜제도와 HACCP, 농수축산물/수입식품의 원산지표시는 식품안전분야의 핵심 정책이나 소비자의 인지율은 큰 차이가 있는 바, 각 정책에 대한 인지율을 고려한 소비자신뢰율을 산출하여 본 지표를 지수화는 것이 보다 대표성 있는 지표로 인식
포괄성	○			
지속성	○			
종합		◎		'주요 식품안전정책에 대한 소비자신뢰지수'로 지표명 변경하고 정의 및 산식 수정

지표40. 수입물품 원산지표시 위반 시정 실적

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성			○	수입물품 원산지표시 위반의 86%는 공산품으로, 공산품 원산지표시제도는 소비자 안전보다는 알권리 충족 차원의 중요성이 더 큰 것으로 판단되어 소비자안전 강화 영역을 대표할 수 있는 지표로 부적절
포괄성	○			
지속성	○			
종합			◎	평가요소 중 대표성 측면에서 부적절한 지표로 판단되어 본 지표를 삭제하고 신규 지표로 대체 검토

지표41. 제품안전모니터링을 통한 시정조치건수 및 비율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표42. 위해상품판매차단시스템 보급수

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성		○		식품 판매업소의 경우 '13년 본 시스템 설치율이 30%에 달하고 보급률이 증대되어 종 시스템을 이용하여 상품의 위해성여부를 파악하는 소비자가 늘어남에 따라 보다 실질적인 정책성과 측정을 위해서는 '위해상품판매차단시스템 이용 소비자수 및 증가율'로 변경
포괄성	○			
지속성	○			
종합		◎		지표를 '위해상품판매차단 시스템 이용소비자수 및 증가율'로 변경하고 정의 및 산식 수정

지표43. 불공정약관 시정조치 건수 및 비율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표44. 부당 표시·광고 시정조치 건수 및 비율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표45. 전자상거래 위반 시정조치 건수 및 비율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표46. 특수거래 자율분쟁조정에 의한 구제건수 및 보상 금액

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성		○		특수거래 분야의 소비자피해가 다발하고 있으나 전체 거래분야 피해 중 그 비중이 매우 낮고 구제에 따른 보상금액이 비교적 작은 액수이며 2008년 이후 금액이 감소하는 추세이므로 자율분쟁조정에 의한 구제 건수 및 보상금액을 파악하기 보다 특수거래 적정화의 정책 성과를 파악할 수 있는 다른 정책지표로 대체 필요
포괄성		○		특수거래 이용 소비자중 자율분쟁조정을 받은 일부 소비자를 대상으로 하는 지표로, 포괄성의 측면에서 재검토 필요
지속성	○			
종합		◎		대표성과 포괄성을 갖기 위해 특수거래 적정화를 파악할 수 있는 다른 정책지표로 대체

지표47. 10세이상 인구 천명당 전자상거래 피해구제 건수\*

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표48. 소비자정책 추진에 대한 소비자인지율 및 수행평가\*

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성		○		소비자상담전화 '1372', 소비자품질비교정보 '비교공감', 소비자피해주의보 발령 등은 공정위가 추진하는 대표적인 소비자정책이나 소비자인지율이 낮고 정책간 인지율에 큰 차이가 있는 바, 각 정책에 대한 인지율을 고려한 수행평가를 산출하여 본 지표를 지수화는 것이 보다 대표성 있는 지표로 인식
포괄성	○			
지속성	○			
종합		◎		'주요 소비자정책에 대한 소비자의 신뢰지수'로 지표명 변경하고 정의 및 산식 수정

지표49. 중요정보고시 위반행위 적발 건수

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표50. 소비자리더 대상 교육 참가자수

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표51. 취약계층 소비자교육 참가자 수

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성		○		본 지표는 노인, 어린이, 결혼이민자, 장애인, 새터민 등을 대상으로 하는 소비자교육 참가자 수로, 3차 소비자정책기본계획에서는 '사회적 배려계층'이라고 표현하여 본 지표명을 사회적 배려계층 소비자교육 참가자 수로 변경할 필요
포괄성	○			
지속성	○			
종합		◎		지표명을 '사회적 배려계층 소비자교육 참가자 수'로 변경

지표52. 소비자관련 교과목 선택 고등학교 수 및 비율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성		○		소비자관련 교과목을 선택한 중학교 수와 비율도 파악할 필요
지속성	○			
종합		◎		지표명을 '소비자관련 교과목 선택 중·고등학교 수 및 비율'로 변경하고 해당 중학교 수와 비율에 대한 통계 반영

지표53. 생필품 가격정보(T-Price) 제공 품목수 및 판매점수

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표54. 품질비교정보 제공건수 및 정보 이용자 수

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표55. 10세 이상 인구 천명당 소비자상담(1372) 건수

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표56. 소비자피해구제 처리결과 현황 및 합의권고율

평가 결과 평가요소	평가 결과			평가 근거
	유지	수정	삭제	
대표성		○		현재 소비자피해구제업무는 8개부처의 14개 공공기관 28개 시스템을 통해 개별 서비스로 진행되고 있으므로, '소비자피해의 원활한 구제'에 대한 성과 파악지표로 대표성을 가지기 위해서는 부처별 피해구제시스템을 통한 처리건수를 모두 파악하고 10세 이상 인구 천명당 처리건수를 작성하는 것이 더욱 적절
포괄성		○		본원 소비자피해구제시스템을 통해 처리된 피해구제는 특히 금융, 의료, 여행, 방송통신, 교통 등 전문서비스분야별 마련된 피해구제시스템을 통해 피해구제서비스를 이용하는 소비자를 포괄하지 못함
지속성	○			
종합		◎		지표명을 '10세이상 인구천명당 피해구제 처리건수'로 변경하고 부처별 피해구제시스템의 처리건수를 모두 통합하여 건수를 파악할 수 있도록 정의 및 산식 변경

지표57. 소비자분쟁조정건수 및 조정성립율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성		○		현재 소비자관련 행정형 분쟁조정위원회는 본원 이외 8개(13년도 현재)로, ‘소비자피해의 원활한 구제’에 대한 성과 파악지표로 대표성을 가지기 위해서는 각 분쟁조정위원회의 처리건수 및 조정성립율을 모두 파악하고 합계를 집계하여 작성하는 것이 더욱 적절
포괄성		○		본원 소비자분쟁조정위원회들을 통해 처리된 분쟁조정은 특히 금융, 의료, 방송통신, 환경 등 전문서비스분야별 마련된 분쟁조정시스템을 통해 서비스를 이용하는 소비자를 포괄하지 못함
지속성	○			
종합		◎		본원 포함 8개 소비자관련 행정형 분쟁조정위원회의 처리건수 및 조정성립율의 합계를 파악할 수 있도록 정의 및 산식 변경

지표58. 소비자피해구제 이용 고객만족도

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표59. 소비자중심경영(CCM) 중소기업 인증비율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표60. 소비자중심경영(CCM) 소비자인지율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성		○		'13년도 소비생활지표 조사결과, CCM 인증제도에 대한 소비자인지율은 7.7%로 나타나 소비자피해구제 영역의 대표지표로 부적절하고, '소비자중심경영 인증기업에 대한 소비자신뢰율' 등으로 수정 필요
포괄성		○		대부분의 소비자가 본 제도에 대해 모르고 있는 바, 소비자피해구제의 성과를 평가하는 지표로서 부적절
지속성	○			
종합		◎		지표명을 '소비자중심경영 인증기업에 대한 소비자신뢰율'로 변경하고 정의 및 산식, 측정도구 수정

지표61. 지자체 소비생활센터 보조금 지급액수

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성			○	지방소비자활성화가 중요한 소비자정책목표이고 그 성과를 측정하는 것이 필요하나 소비생활센터 보조금 지급액수는 지자체의 정책방향과 예산배정 등에 따라 변동이 가능성이 있으므로 지방소비자권익향상을 파악하기 위한 대표 지표로 부적절
포괄성			○	
지속성			○	지자체 소비생활센터 보조금 지급의 지속 가능성 불투명
종합			◎	지방소비자행정 활성화의 성과를 측정하기 위한 대표성과 지속성 결여

지표62. 사업자에게 이의제기하는 소비자비율\*

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			국제비교 가능 지표
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표63. 불만족 후 추가 조치를 안한 소비자비율\*

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성		○		불만족 후 추가 조치를 안한 소비자비율보다 '기업대응 불만 시 중재기관에 의뢰경험 비율'로 변경하여 소비자불만해결을 위해 적극적이고 주도적으로 대응하는 소비자 비율을 파악하는 지표로 변경
포괄성	○			
지속성	○			
종합		◎		지표명을 '기업대응 불만 시 중립기관에 의뢰경험 비율'로 변경

지표64. ADR 및 사법적 해결 용이성에 대한 인식율\*

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성		○		EU 지표와 국제비교가 가능하나, 소비자 피해에 대한 사법적 해결은 소비자정책의 대상 영역이 아니므로 제외하는 것이 적절. 또한 본 지표는 소비자주체적인 불만해결 정도를 파악하기 위한 것으로, ADR에 대한 인식율보다는 사업자와의 분쟁해결을 'ADR 참여 의사율'로 변경하는 것이 적절
포괄성	○			
지속성	○			
종합		◎		지표명을 'ADR 참여 의사율'로 변경하고 정의 및 산식, 측정도구 수정

지표65. 소비자참여형 정보(‘소비자톡톡’) 작성 건수

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표66. 미디어의 영향으로 구매행동을 바꾼 소비자비율\*

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

지표67. 소비자단체에 회원으로 참여하는 비율 및 참여기간

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성			○	'13년도 소비생활지표 조사 시 1.4%만이 소비자단체에 회원으로 참여하고 있는 것으로 나타났고 응답 표본수도 30명 미만으로 조사통계로 부적절하므로, 회원참여 비율만 파악하기 보다 소비자단체활동 전반의 참여비율 파악이 더 적절
포괄성	○			
지속성	○			
종합		◎		소비자단체 회원활동을 포함한 전반적인 참여활동을 파악할 수 있도록 측정도구 수정

지표68. 기업활동에 참여경험이 있는 소비자비율

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성		○		소비자 참여 영역 지표로 대표성을 높이기 위해, 기업활동 뿐 아니라, 소비자(시민)단체, 정부 등의 소비자참여활동 경험율로 확대하여 서포터즈, 감시단, 프로슈머 등의 활동경험을 파악하는 지표로 수정하는 것이 적절
포괄성	○			
지속성	○			
종합		◎		지표명을 '기업·소비자단체·정부 등의 소비자참여활동 경험율'로 변경하고 정의 및 산식, 측정도구 수정

지표69. 소비자단체 보조금 지원 액수\*

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성			○	'소비자권리의 신장' 영역과 '소비자단체'의 성과를 평가하는 지표로 대표성이 낮고 공정위의 예산에 따라 소비자단체 보조금 지원규모가 달라지므로 본 지표를 통해 소비자단체의 위상이나 소비자권리의 신장 정도를 측정하는 데는 부적절
포괄성	○			
지속성	○			
종합			◎	'소비자권리의 신장' 영역과 '소비자단체' 하위영역을 평가하는 지표로 대표성이 낮음

지표70. 소비자단체에 대한 소비자인지율 및 신뢰율\*

평가 결과 평가요소	유지	수정	삭제	평가 근거
대표성	○			
포괄성	○			
지속성	○			
종합	◎			

## 〈부록 2〉 국내외 관련지표의 개요

### 1. 소비측정지표

#### ① 소비자동향지수

소비자동향지수는 한국은행이 1995년부터 소비자동향조사에 기초하여 발표하기 시작하였다. 본 지수는 소비자들이 느끼는 경기, 소비지출 계획, 생활형편 등 경제에 대한 전반적인 인식을 조사함으로써 소비 및 경기를 파악하는 지표로 활용하기 위하여 작성되었는데, 소비자를 대상으로 설문조사하여 그 결과를 지수화한 통계자료로 경제현상 진단 및 전망에 대한 기초자료로 제공되고 있다. 조사주기는 월별 시행되고 조사대상은 전국 56개 도시 약 2,200여개의 가구를 대상으로 하고 있으며 조사방법은 자계기입방식에 의한 우편조사를 원칙으로 하고 조사표 미회수가구에 대해서는 전화조사를 병행한다.

본 지수의 구성은 가계의 소비심리, 경제상황 인식, 자산가치 전망 등 세 개 영역에 걸쳐 총 17개 하위지수로 되어 있다. 먼저 가계의 소비심리 파악을 위해 현재 생활형편, 생활형편전망, 가계수입전망, 가계지출전망을 측정하였고 특히 가계지출전망은 목적별 소비지출로 내구재, 의류비, 외식비, 국내·해외여행비, 교육비, 의료·보건비, 교양·오락 및 문화생활비, 교통·통신비 등과 같은 가계의 주요지출 항목별로 향후 6개월 후의 지출증가 정도를 조사하여 지수화하였다.

경제상황 인식은 현재경기판단, 향후경기전망, 취업기회전망, 물가수준전망, 금리수준전망 등의 하위지수로 구성하여 6개월 전과 비교한 현재 국내경기, 향후 6개월 후의 경기, 취업기회, 물가, 금리 등에 대한 인식수준을 파악하였다.

자산가치 전망은 가계저축 및 부채와 자산항목별 가치 등을 하위지수로 구성하였는데, 가계저축 및 부채는 6개월 전과 비교한 현재의 가계저축 및 부채, 6개월 후의 가계저축 및 부채 전망 등을 파악하는 지수로 구성하였다. 자산항목별 가치에서는 주택·상가, 토지·임야, 금융저축, 주식 등으로 구분하여 현재와 비교한 향후 6개월 후의 자산가치 전망을 파악하였다. 이상의 17개 하위지수 중 현재생활형편, 생활형편전망, 가계수입전망, 소비지출전망, 향후경기판단, 향후경기전망 등 6개 개별지수의 평균치를 통해 소비자심리지수를 산출하고 있다.

영역	항목
가계의 소비심리	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 현재생활형편</li> <li>· 생활형편전망</li> <li>· 가계수입전망</li> <li>· 가계지출전망(내구재, 의류비, 외식비, 국내·해외여행비, 교육비, 의료·보건비, 교양·오락 및 문화생활비, 교통·통신비)</li> </ul>
경제상황 인식	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 현재경기판단</li> <li>· 향후경기전망</li> <li>· 취업기회전망</li> <li>· 금리수준전망</li> <li>· 물가수준전망</li> </ul>
자산가치 전망	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 가계저축 및 부채(현재가계저축, 가계저축전망, 현재가계부채, 가계부채전망)</li> <li>· 자산항목별 가치(주택·상가가치전망, 토지·임야가치전망, 금융저축가치전망, 주식가치전망)</li> </ul>

\*출처 : 한국은행 <http://www.bok.ok.kr>

## ② 가계동향조사

본 조사는 통계청이 1963년부터 실시한 조사로서, 가구에 대한 가계수지 실태를 파악하여 국민의 소득과 소비 수준변화의 측정 및 분석 등

에 필요한 자료를 제공하는 것을 목적으로 한다. 구체적으로 소비자물가지수의 가중치산정, 각종 경제 및 사회정책 입안, 소득분배지표 작성, 국민계정 등 총량 추정 등을 위한 기초자료 생산, 주거 이전비 산정, 취약계층 지원, 근로자 임금기준의 결정 등을 위한 기준제공을 위해 실시되고 있다. 본 조사의 주기는 매월 시행되고 있고 조사대상은 전국에 거주하는 일반가구(1인가구 포함)로서 전국 약8,700개의 표본 가구를 대상으로 가구에서 가계부를 직접 기입하는 방법을 이용하여 조사하고 있다.

본 조사의 구성 및 내용은 월단위의 가계 소득과 지출을 파악하기 위하여 크게 가계소득 영역과 가계지출 영역으로 되어 있다. 먼저 가계소득은 가구 자산의 실질적인 증가를 가져온 일체의 현금 및 현물을 대상으로 하여 근로소득과 사업소득, 재산소득, 이전소득 등 매월 정상적으로 발생하는 정상소득과 경조사소득이나 퇴직수당 등 비정기적으로 발생하는 비정상소득으로 구분하여 파악한다. 가계지출은 가구 자산의 실질적인 감소를 가져오는 지출로 소비지출과 비소비지출로 구성하여 파악한다. 소비지출은 생계 및 생활 유지를 목적으로 12개 소비분야별 월 소비지출액을 파악한다. 비소비지출은 경상/비경상조세, 공적연금, 사회보험, 가구간이전, 기부금을 위한 비영리단체이전 등의 항목들을 포함한다.

영역	항목
가계소득	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 월 경상소득 (근로소득, 사업소득, 재산소득, 이전소득)</li> <li>· 월 비경상소득</li> </ul>
가계지출	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 월 소비지출액 (식료품·비주류음료, 주류·담배, 의류·신발, 주거·수도·광열, 가정용품·가사서비스, 보건, 교통, 통신, 오락·문화, 교육, 음식·숙박, 기타상품·서비스)</li> <li>· 월 비소비지출액 (경상조세, 비경상조세, 연금, 사회보험, 이자비용, 가구간이전지출, 비영리단체로이전)</li> </ul>

\*출처: 국가통계포털 KOSIS. <http://kosis.kr/>

### ③ 가계금융·복지조사

본 조사는 통계청과 금융감독원, 한국은행이 공동으로 실시하여 작성하는 통계로, 2006년 가계자산조사로 시작하였다. 가구의 실물 및 금융자산, 부채 등의 규모, 구성과 분포를 파악하여 각종 경제·사회·금융정책이나 학문연구의 기초자료로 제공하고 가계부문의 미시적 재무건전성을 주기적으로 파악하여 정부와 금융당국의 재정 및 부동산 정책, 통화 및 금리 정책, 가계신용 관리 등을 위한 기본정보로 활용되고 있다.

2010년부터 매년 조사를 시행하고 있는데, 조사대상은 전국 동읍면에 거주하는 1인 이상의 일반가구로, 임시조사원이 면접과 인터넷조사를 병행하여 조사하고 있다.

본 조사는 크게 9개 영역에 걸쳐 실시되고 있다. <표 4-4>에 제시된 바와 같이, 실물자산, 부동산운용, 금융자산, 금융자산운용, 부채, 부채상환능력, 소득, 가계지출, 노후생활 등의 영역으로 구분하여 가계금융의 규모 및 현황, 금융상품 선택과 관련한 소비자인식 및 실태 등을 구

체적으로 파악하기 위한 내용으로 구성되어 있다.

한편, 노후를 위한 생활비 규모와 준비상황, 생활비마련 방법 등 노후생활을 위한 경제적 준비와 관련하여 지속적으로 조사하고 있다.

영역	항목
실물자산	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 부동산자산 (거주주택 종류, 주거용 면적, 입주형태, 현재시가, 임대보증금, 월세, 거주주택 외 보유 부동산, 부동산구입 계약·중도금 등)</li> <li>· 기타자산 (자동차, 회원권, 귀금속 등)</li> </ul>
부동산 운용	1년 후 주택가격 변화, 여유자금의 부동산 투자 여부, 부동산 투자 목적, 부동산 운용 방법
금융자산	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 금융자산 (입출금이 자유로운 저축, 적립식 저축펀드, 저축성 보험 및 보장성 보험, 예치식 저축펀드, 주식 및 채권, 권리금)</li> <li>· 기타 금융자산 (빌려준 돈, 입차보증금 및 깃돈, 공적연금, 퇴직금 및 퇴직연금)</li> </ul>
금융자산 운용	여유자금 운용, 금융자산 투자목적, 금융자산 운용방법 및 고려사항
부채	담보대출, 신용대출(마이너스통장 포함), 신용카드 관련 대출, 외상 및 할부구입
부채상환 능력	부채규모 변화, 부채 증가 사유 및 상환방법, 납부기일 경과 여부 및 사유, 원리금 상환의 생계부담 정도 및 가계지출 절감 여부, 부채상환 능력
소득	근로소득, 사업소득, 재산소득(금융소득, 임대수입), 공적이전소득, 사적이전소득
가계지출	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 소비지출(비목별 지출액)</li> <li>· 비소비지출 (세금, 공적연금 및 사회보험료, 가구간 이전, 비영리단체 이전)</li> <li>· 향후 소득 및 가계지출 전망</li> </ul>
노후생활	은퇴여부, 향후 은퇴연령, 은퇴 후 최소 및 적정 생활비, 노후 준비상황 정도, 은퇴 연령, 은퇴 후 생활비 마련 정도 및 방법

\*출처: 통계청 가계금융·복지조사 <http://www.kostat.go.kr/survey/hopas/index.action>

#### ④ Japanese Panel Survey of Consumers(일본)

일본 경제성 산하 가계경제연구소에서 1993년부터 시행해오고 있는 본 조사는 일본의 젊은 여성을 대표하는 패널표본 구성원을 대상으로 생활실태에 대해 현재까지 추적조사하고 있는 종단조사이다. 젊은 여성의 생활 실태를 수입·지출·저축, 취업 활동, 가족 관계 등 여러 측면에서 조사하고 세대 간 차이, 라이프 스타이지의 이행 과정에서 변화, 특별한 사건에 직면한 변화 등 생활상의 다양한 변화와 차이를 발생시키는 요인과 문제점을 파악하여 국민 생활에 관련된 정책적 대안마련을 위해 시행되고 있다.

본 조사는 패널 조사 방법을 통해 매년 시행되고 있는데 1993년 이후 24~34세의 젊은 층의 여성 1,500명을 전국 규모로 추출하여 조사를 실시하고 있다. 1997년부터는 24~27세, 2003년부터는 24~29세를, 2008년부터는 24~28세 대상자를 새롭게 조사에 추가하였다.

조사의 구성 및 내용은 <표 4-8>에 제시된 바와 같이, 소비와 관련하여 직접적인 지출과 실태 뿐 아니라 가족 및 인적관계, 가족상황, 직업 활동, 시간사용 등 여성의 생활 전반에 걸쳐 현황과 변화추이를 파악하여 소비에 영향을 미치는 생활요소 및 환경까지 살펴볼 수 있는 특성이 있다. 총 21개 영역으로 구성되어 있고 이중 가족구성, 1년간 생활변동, 직업생활, 배우자의 직업생활, 생활행동, 자녀, 교우관계 등의 영역은 소비에 영향을 미치는 개인적 생활환경의 특성을 파악하는 항목들을 중심으로 파악되고 있다.

수입관리형태, 가계 관리, 부모와의 경제적 관계, 자녀양육, 저축과 자산, 주거상황, 주택대출, 기타 대출, 신용카드 이용, 가전제품·애완견, 자기계발, 생활만족도, 일상생활습관, 소비생활 등과 같은 영역의 조사

항목들은 소비생활속의 구체적인 활동들인 획득, 분배, 구매, 사용 처분 등에 걸쳐 소비규모와 행태를 구체적으로 파악할 수 있는 문항으로 구성되어 있다.

영역	항목
가족구성	가족의 수, 가족관계 및 가족의 성별, 나이, 학력, 동거여부
1년간 생활변동	가족변동, 출산여부, 초등학교 자녀 유무, 가족사망, 부모사망 여부, 자신에게 생긴 일, 정신질환 여부, 소비자문제 경험 여부, 이사여부, 가족에게 생긴 일
직업생활	현재 경제활동상태, 복수직업종사여부, 현재종사일, 기업규모, 근무지의 업종, 직무, 급여계산방식, 주당 노동시간, 야근시간, 1년간 실제근무일, 회사창립시기, 1년간유급휴가일수, 회사의 육아휴직제도존재여부, 회사의 간병휴가제도존재여부, 고용보험가입여부, 업무관련강연회참석여부, 신입직원이 본인의 일을 할 정도로 되는데 소요되는 시간, 1년전 직업존재여부, 직업변동여부, 1년전과 동일회사여부
배우자의 직업생활	배우자의 경제활동상태, 배우자의 복수직업종사여부, 배우자의 직업, 배우자의 기업규모, 배우자 근무지의 업종, 배우자의 직무, 배우자의 급여계산방식, 배우자의 주당 노동시간, 배우자의 야근시간, 배우자의 1년간 실제근무일, 회사창립시기, 배우자의 1년간유급휴가일수, 배우자의고용보험가입여부, 배우자의 일을 할 정도로 되는데 소요되는 시간, 배우자의 1년전 경제활동상태, 직업변동여부, 1년전과 동일회사여부
생활행동	본인과 배우자의 생활시간, 휴가일수, 휴무요일, 여행여부
자녀	향후 자녀선호 여부, 향후 자녀교육 정도
교우관계	친구의 수
수입관리	수입관리형태
가계 관리	1달간 지출·저축·대출상황금액, 1달간 지출항목, 소득, 세금, 의료보험가입형태, 실제 수입, 부모의 경제적 지원 여부
부모와의 경제적 관계	부모의 1년간 수입, 배우자 부모의 1년간 수입, 부모로부터 받은 자산, 상속여부, 배우자의 부모로부터 받은 자산, 본인·배우자 부모에게 경제적 지원 여부 및 간호여부

영역	항목
자녀 양육	교육비, 자녀교육비 통장 명의, 배우자가 자녀양육과 관련정도, 본인이외의 자녀양육, 자녀양육관련 상담가능한 사람의 존재여부, 육아서비스 이용여부
저축과 자산	가계의 예금, 저축목표액, 보험료
주거 상황	현재주거형태, 주거소유관계, 부모와의동거형태, 부모의 주거형태, 향후 부모와 동거 여부, 배우자부모의 주거형태, 향후 배우자부모와 동거 여부, 토지·주택구매여부 등
주택대출	주택대출차입여부, 부담정도
기타 대출	차입여부, 부담정도
신용카드 이용	식당 및 쇼핑관련 신용카드이용 수준
가전제품·애완견	보유하고 있는 가전제품, 애완견수
자기계발	강의수강여부 및 형태
생활만족도	생활전만에 만족여부, 건강상태, 자신의 신체건강정도, 생활수준, 가계수입의 만족여부, 현재소비액에 만족여부, 소비내용의 만족여부, 부부관계의 만족여부, 행복여부
일상생활습관	심경변화, 흡연여부, 음주 운동빈도수
소비생활	1년간 구매한 상품 및 이용한 서비스에 대한 불만, 학교에서 소비자교육 여부, 가계부 작성, 에코백 사용여부

\*출처: 일본 내각부 가계생활연구소 <http://www.kakeiken.or.jp/jp/index.html>

### ⑤ Consumer Conditions Scoreboard(EU)

EU 보건·소비자정책위원회는 2008년에 Consumer Scoreboard를 처음으로 도입하여 발표하고 있는데 시장의 소비지지향성, 단일시장의 통합정도, 국가별 소비자동향의 파악 등을 목적으로 작성되고 있다. 특히 소비자 구입행태, 분쟁조정 및 소비자신뢰 등 소비측면에서 EU 단일시장이 제대로 작동되고 있는지를 측정하여 제대로 작동하지 않는 곳을 발견하여

정부의 개입이 필요한 곳을 탐색하기 위한 도구로 기능하고 있다. 본 지표는 Consumer Conditions Scoreboard와 Consumer Market Scoreboard로 구성되어 있다. 이중 Consumer Conditions Scoreboard는 단일 시장의 통합과 전자상거래 모니터링, 소비자정책의 평가와 소비자권한 달성정도 등 소비자관점의 시장현황 파악 차원에서 시행되고 있다.

본 지표 생산을 위해 기본적으로 소비자조사에 기초하고 있으나 일부 항목은 국가기관에 의해 제공받은 자료 분석에 의해 수치를 산출하고 있다. 소비자조사의 대상은 EU가입국 51개의 시장에 대해 18세 이상의 500여명의 소비자이고 전체 총 650,000여명에 걸쳐 전화인터뷰를 통해 조사를 시행하고 있다.

Consumer Conditions Scoreboard는 크게 네 영역으로 구분되어 있는데 먼저 국경간 거래 수준과 전자상거래 현황과 만족도 영역은 EU 단일시장 및 전자상거래 모니터링을 목적으로 구성되어 있다. 다음으로, 소비자정책 집행과 소비자권한 영역은 Consumer Conditions Index를 구성하는 지수로서 EU 회원국 간 비교평가를 목적으로 하여 작성되고 있다. 소비자정책 집행의 세부적인 항목은 거래적정성과 상품의 안전성, 소비자법규에 대한 소매업체의 인지도로 구성되어 있고 소비자권한은 소비자불만을, 분쟁해결을, 전환, 미디어, 지속가능소비, 소비자기관&정보 등의 항목으로 구성하고 이를 측정하기 위한 구체적인 하위 문항들을 통해 지수화하고 있다.

2012년 이후 최근 개편된 내용을 포함하여 본 지표의 구성 내용은 다음과 같다.

영역		항목
단일시장 통합	국경간 거래 수준	1개국 이상을 통해 상품을 구매하는 소비자비율, 다른 EU국에 상품을 판 소매업자의 비율
	전자상거래 현황과 만족도	이용 소비자, 판매하는 소매업체, 국내의 상품 구매비율, 국제 전자상거래를 통한 상품구매, 소비자 만족, 해외 쇼핑의 장애물, 전자상거래 신뢰율, 국제 전자상거래 이용태도, 향후 국제 전자상거래 이용 의향
소비자정책 여건	소비자정책 집행 (Enforcement)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 소비자의 경제적 권리 확보 (국가 전반의 소비자보호 체계에 대한 소비자 신뢰율, 소비자정책당국에 대한 소비자신뢰율, 사업자에 대한 소비자신뢰율, 거짓·과장 광고나 제안을 접한 경험이 있는 소비자비율, 기만광고나 제안을 접한 경험이 있는 소비자 비율, 경쟁업자의 오도·기만적 광고를 접한 사업자비율, 경쟁업자의 과장광고를 접한 사업자비율, 사업자의 소비자법령 준수에 대한 소비자신뢰율, 사업자의 소비자법령 준수에 대한 사업자신뢰율, 소비자법령 준수 모니터링에 대한 사업자신뢰율)</li> <li>• 상품의 안전성 (식품이 안전하다고 생각하는 소비자비율, 식품이외 제품이 안전하다고 생각하는 소비자비율, 식품이 안전하다고 생각하는 사업자비율, 식품이외 제품이 안전하다고 생각하는 사업자 비율, 당국에 의해 소비자안전을 점검받은 사업자비율, 리콜을 명령받은 사업자비율, 판매 제품의 안전성을 테스트하는 사업자비율, 제품안전관련 소비자불만을 접수받은 사업자비율, 당국에 의해 제품안전정보 필요를 요청받은 사업자비율, 식품안전 준수 모니터링에 대한 사업자신뢰율, 식품이외 제품안전 준수 모니터링에 대한 사업자신뢰율)</li> <li>• 소비자법규에 대한 이해 (소비자법령을 이해하고 있는 소비자비율, 소</li> </ul>

영역	항목
	비자법령을 이해하고 있는 사업자비율, 금지된 상업광고를 알고 있는 사업자비율)
소비자권한 (Consumer Empowerment)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 소비자불만해결                (사업자에게 이의제기 하는 소비자비율, 사업                자에게 이의제기를 통해 만족하는 소비자비                율, ADR을 통한 해결 용이성에 대한 소비자                인식율, 사법적 해결 용이성에 대한 소비자인                식율, ADR을 이용한 사업자비율)</li> <li>· 지속가능한 소비                (환경을 고려하여 제품을 선택한 소비자비율,                환경 고려 제품 선택 시 주요 정보원, 환경 고                려 제품 선택의 장애요인, 경쟁 제품의 환경관                려 정보에 대한 사업자신뢰율)</li> <li>· 소비자단체 &amp; 정보에 대한 신뢰                (소비자단체를 신뢰하는 소비자 비율, 소비자                단체에 대한 국가 지원규모)</li> </ul>

\*출처: European commission(2013), The Consumer Conditions Scoreboard-Consumer at home in the Single Market, 9th editions, Health and Consumer.

## 2. 소비포함지표

### ① 사회지표

사회지표(Social Indicators)는 정치, 경제, 사회의 변화 속에서 현재의 사회적 상태를 종합적이고 집약적으로 나타냄으로써 사회구성원들의 삶의 질을 전반적으로 파악할 수 있는 척도이다. 본 지표는 통계청에서 1979년부터 매년 발표하고 있는데, 국민의 삶의 질과 복지정도 등을 양적인 측면은 물론 질적으로도 파악할 수 있도록 하고 현 사회상태를 종합적·체계적·균형적으로 알 수 있게 하는 지표의 역할을 하며, 사회구조

변화나 관심 분야를 파악하여 각종 사회개발정책의 수립이나 정책결정 및 효과측정에 유용한 기초자료로 활용되고 있다.

지표는 통계청과 각급 통계 작성기관에서 작성한 기존 통계자료를 재분류하거나 가공하여 작성하고 있고 주관적 의식이나 사회적 관심사에 관해서는 사회조사를 통해 자료를 수집하여 발표하고 있다.

사회지표는 인구, 가구와 가족, 소득과 소비, 노동, 교육, 보건, 주거와 교통, 정보와 통신, 환경, 복지, 문화와 여가, 안전, 정부와 사회참여 등 총 13개 영역에 걸쳐 지표를 구성하고 있으며 이중 소비와 관련된 영역인 소득과 소비 뿐 아니라 가구와 가족, 교육, 보건, 주거와 교통, 정보통신, 환경, 복지, 문화와 여가 등의 영역에서도 소비관련 측정항목이 존재하였다.

사회지표에 나타나고 있는 소비 측정 항목들은 <표 4-20>에 제시된 바와 같이, 크게 소득과 소득원천, 지역내 총생산, 소비규모, 소비지출, 저축 및 투자수준, 분배구조, 분배상태, 조세부담, 소득의 안정, 물가, 소비, 교육재정, 전자상거래, 환경관리지출, 의료보장, 노인복지, 여가활용 및 조건 등으로 구분할 수 있으며 구체적인 항목들은 아래 표와 같다.

영역	항목
소득	GDP, GNI 및 GDP 디플레이터, 1인당 GNI, 국민처분가능소득, 개인처분가능소득, 가구 월평균소득, 농가 월평균 소득, 전국가구, 농가의 평균소득 비율
소득원천	소득 원천별 구성(전국 가구, 농가)
지역내 총생산	지역내 총생산(GRDP), 1인당 GRDP, 지역별 생산구조
소비규모	GDP대비 민간최종소비지출, 1인당 민간최종소비지출액
소비지출	재화형태별 국내소비지출 구성비, 가구소비지출 항목별 구성비, 가구 월평균 소비지출액, 농가 소비지출 항목별 구성비, 농가 월평균 소비지출액, 가구의 평균소비성향, 가구의 월평균혹자율

영역	항목
저축 및 투자수준	총저축률, 민간저축률, 가계저축율, 정부저축률, 총투자율, 국내총투자율, 국외투자율, 투자재원 자립도
분배구조	노동소득분배율, 국민총처분가능소득의 구성
분배상태	상대적 빈곤율, 소득집중도(5분위배율, 지니계수)
조세부담	조세부담률, 국세부담률, 지방세부담률, 사회보장 부담률
소득의 안정	소득만족도
물가	소비자물가지수, 생활물가지수, 공공서비스지수, 수출입물가지수,
소비	소비자피해구제현황, 소비생활 만족도
사교육 부담실태	학교급 및 특성별 사교육실태, 가구당 교육비 지출률, 교육비 부담에 대한 인식 및 부담요인
전자상거래	전자상거래 규모, 인터넷쇼핑 이용률 및 이용빈도, 인터넷쇼핑 구매품목, 인터넷쇼핑 구매비용(월평균)
환경관리지출	1인당 환경보호 지출액, GDP대비 환경보호 지출액
의료보험 부담실태	사회보험료 부담에 대한 인식, 1인당 건강보험부담액, 1인당 건강보험급여액
노인생활 실태·복지	65세이상 인구의 생계수단, 60세이상 인구의 생활비(용돈) 마련 방법, 60세이상 인구의 받고 싶은 복지서비스, 60세이상 인구의 향후 자녀와 동거여부, 60세이상 인구의 향후 장래 살고 싶은 곳
여가활용 실태·조건	주말이나 휴일의 여가활용방법, 주말이나 휴일의 여가활동 함께하는 사람, 여가활용 만족도, 여가활용 불만이유, 평균 여가시간, 가구 여가활동 비용

\*출처: 통계청(2013), 한국의 사회지표.

## ② 희망서울생활지표

2012년부터 서울시에서 공개하고 있는 희망서울생활지표는 시민복지, 주거안정, 시민건강, 여성가족, 경제, 문화관광, 교육, 도시재생, 환

경, 교통, 안전, 마을공동체, 참여행정, 재정, 시민일반 등 15개 분야별로 총 300개 지표로 구성된 시민생활과 직결된 서울시정 정보의 총체로서, 본 지표를 통해 시민들에게 서울시 정보를 투명하게 공개하고 시민 삶의 질이 향상되도록 지표를 정책에 활용하는 것을 목적으로 추진하고 있다.

본 지표는 크게 ① 서울의 객관적인 정보를 제공하는 통계성 지표 ② 기존의 시정 사업의 성과를 보여주는 지표 ③ 새로운 서울시 역점사업을 보여주는 지표 3개 파트로 구성되어 있다.

300개 지표 중 서울 시민의 소비생활의 현상을 파악할 수 있는 지표와 해당 지표를 포함하는 영역을 정리해보면 아래와 같다.

영역	항목
시민복지	노인의 월평균 소득
주거안정	인구천명당 주택수, 주택보급율, 자가주택비율, 생활환경만족도, 전월세보증금 지원센터 상담건수
시민건강	안심하고 먹을 수 있는 식품인증 확대 개소수, 농수산물 축산물 안정성 수거검사 건수, 음식물 위생등급 평가 업소수
여성, 가족	어린이집 평가인증 시설수, 가정생활만족도, 자녀 보육방법, 어린이집 만족도, 어린이집 모니터링 시설수, 외국인 생활환경 만족도
경제	외국인이 느끼는 서울시 물가수준, 시민의 생활환경만족도, 부동산 자산 비중, 서울시민 가구부채유형, 1인당 개인소득, 전통시장이용고객 만족도, 외국인 서울생활만족도, 협동조합 설립수, 사회적 기업 만족도
문화	예술관람율, 영화관람율, 스포츠경기 관람율, 공연건수 및 전시 횟수, 문화예술지원 건수 및 액수, 문화환경 만족도, 관광만족도, 문화소외 시민대상 문화나눔 추진 횟수,
교육	학생 1인당 사교육비 지출 현황, 거주지역 교육만족도, 평생교육 참가율
환경	1인당 전력소비량, 1인1일당 물소비량, 생활폐기물 재활용율, 에코마일리지 참여가구수, 에코마일리지 단체참여수,

교통	시내버스 교통사고 건수, 어린이 교통사고건수, 대중교통이용 만족도, 보행환경만족도, 자전거 이용환경 만족도, 택시승차거부 신고건수, 버스운행속도, 교통정보 이용 인원수, 어린이 보호구역 내 사고건수,
안전	시민이 느끼는 도시위험도, 안전관리 모범업소 인증율, 도로시설물 정밀안전진단 결과 정비율, 안전서비스 지원가구수, 안전리더 육성인원, 저소득층 안전서비스 이용료 지원자 수
참여행정	시민중 자원봉사자 비율, 시민기부율, SNS 이용율, 서울시 홈페이지 방문자 수, 서울시 홈페이지 이용자 만족도, 시민생활불편 신고 처리율, 서울톡톡 홈페이지 월 방문수, 민원처리 스피드지수, 정보소외계층 스마트기기 체험활용교육인원, 소비자상담결과 피해구제율, 시민제안 정책반영 건수, 120 다산콜이용 만족도, 정책워크숍 참여자 만족도, 다문화사회에 대한 태도, 시민중 자원봉사자 비율, 시민기부율, SNS 이용율

\*출처: 희망서울생활지표 홈페이지 [http:// socialindex.seoul.go.kr](http://socialindex.seoul.go.kr).

### ③ 농촌생활지표

본 지표는 농촌진흥청이 농촌생활 실태 및 변화에 대한 객관적, 체계적 분석과 연구·지도사업과 각종 정책에 필요한 기초자료 생산 및 제공을 목적으로 하여 2000년 이후부터 측정하고 있다. 즉, 농촌 주민의 생산적 복지 및 삶의 질 향상을 위하여 농촌생활 수준을 정확히 파악할 수 있는 국가 기초통계자료를 생산하고 농촌·농업인의 생활 변동에 대한 지속적인 모니터링 및 신뢰성 높은 지표 생산으로 지역균형개발 촉진 및 농업인의 삶의 질 수준 평가 차원에서 시행되고 있다.

전국 200개 읍면의 2,000가구를 대상으로 하여 매년 8~9월에 조사원이 표본가구를 직접 방문하여 면접조사를 시행한 후 분석을 통해 지표를 산출하고 있다.

농촌생활지표는 크게 인구 및 가구, 식품산업 및 영양, 주거 및 생활

환경, 생산 및 소비, 지역개발, 교육, 안전 및 건강생활, 여가문화, 사회 복지, 사회참여 및 농촌공동체 등 총 10개 영역으로 구성되어 있다. 이 중 소비와 관련한 측정항목들은 <표 4-22>에 제시된 바와 같이, 식생활, 주거유형, 소득, 지출, 농업 및 가사노동, 소비생활, 정보화, 교육환경, 의료서비스, 여가활동조건, 노인여가 등으로 구분하여 살펴볼 수 있다.

영역	항목
식생활	식품구매장소 및 방법, 가계비 중 음식물비 지출비율, 인스턴트 식품 섭취빈도, 국민다소비 식품 30순위, 가족외식빈도, 식품의 안전 의식, 수입농산물구입태도
주거유형	주택마련 방법 및 기간, 빈집비율, 주택보급률, 주거비 지출액, 주택의 노후도, 무주택 가구 비율
소득	월평균가구소득, 농가소득구성, 계층별 소득분포, 소득만족도, 장래소득에 대한 기대, 연간 농산물 판매금액
지출	가계비 지출내역, 가계잡비 지출내역, 가장 부담되는 지출항목, 조세부담률, 농가의 저축 및 보험, 저축용도 및 부채사유, 농가의 용도별 부채금액
소비생활	소비생활만족도, 소비생활 정보 획득원, 생필품 구매장소, 상품 구입시 선택기준, 상품피해 대응방법
정보화와 전자상거래	인터넷 상거래 여부, 인터넷쇼핑을 이용하지 않는 이유, 정보화 교육경험, 가구 월평균 정보화 지출비용, 인터넷쇼핑 만족도
교육환경	교육비지출액, 학생의 학교생활 만족도, 교육기회 미충족도/미충족 이유, 거주지역 교육 만족도, 교육서비스에 대한 만족도, 전국의 계별 사설학원수, 학생 1인당 사교육비 및 사교육 형태, 교육비 부담에 대한 인식 및 부담요인
의료서비스	주활용의료기관 및 활용이유, 의료기관 접근도 및 접근 장애요인, 가정방문 진료서비스 이용의향, 의료서비스에 대한 만족도 및 불만이유, 월평균 보건의료비, 의료서비스 개선을 위한 과제
여가활동조건	월평균 여가생활 지출비용, 가구당 교양오락비 지출액, 여가생활만족도, 의향여가활동, 여가활동 장애요인, 여행형태
노인여가	노인의 취업이유, 노인의 수입원, 노인의 평균소득, 노인(65+)의 한달용돈, 노인(65+)의 용돈조달 방법, 노인의 여가활동

### 〈부록 3〉 전문가 의견조사용 질문지

## 소비생활지표 개선을 위한 전문가 의견조사

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 불구하고 소비생활지표 개선을 위한 전문가 의견조사에 협조해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

한국소비자원에서는 국민 소비생활의 진단과 소비자정책 모니터링을 위해, “한국의 소비생활지표”를 개발하여 2013년 그 결과를 발표하였고, 현재는 지표의 활용성과 신뢰성을 높이기 위해 “소비생활지표 개선을 위한 연구”를 진행 중에 있습니다.

따라서 본 조사는 소비생활지표 구성과 내용의 보완 및 수정을 위해 소비자전문가 분들의 의견을 듣고자 수행되오니, 바쁘시더라도 응답해 주시기를 간곡히 부탁드립니다.

2014년 9월

#### ◆ 전문가 의견조사 개요

- 조사 목적 : 소비생활지표 구성 및 내용 개편을 위한 의견 수렴
- 조사 일정 : 2014년 9월 1일~
- 조사 답례 : 도서 1권 (6종 중 선택)

〈참고〉 소비생활지표의 개요

\* 소비생활지표 개념

소비자권의 증진을 위한 소비자정책의 효과적인 모니터링을 위해 소비생활에 중요한 영향을 미치는 정책에 대한 성과와 소비 경험, 소비 수준 등을 소비자의 관점에서 파악하여 통계적으로 확인한 수 있도록 체계화한 도구

\* 소비생활지표 체계

3개 부문, 7개 영역, 70개 개별지표

\* 소비생활지표 구성

소비환경 : 소비자정책 수행에 따른 성과 진단  
 소비경험 : 거래주체로서 소비자의 시장경험과 문제 진단  
 소비수준 : 소비자의 경제적 측면에서의 소비안정성 진단

\* 소비생활지표 통계작성 방법

소비환경 : 조사통계와 가공통계 병행, 소비경험·소비수준 : 조사통계

※ 개별지표별 구체적인 설명은 첨부파일 참조

**소비환경(소비자정책 수행에 따른 성과 진단) 부문 지표개선 의견**

※ “소비환경” 부문 지표는 소비자정책의 집행과 소비자권리의 신장 영역으로 구성되어 있습니다. 이 중 소비자정책의 집행은 소비자안전의 강화, 거래의 적정화, 교육 및 정보제공, 소비자피해구제 등 소비자정책의 주요 분야별 성과를 파악하기 위한 내용입니다.

1. 소비자정책의 집행 영역 중 소비자안전 강화의 추진 성과를 잘 대표할 수 있는 지표와 대표성이 낮은 지표는 무엇입니까? 각각 택 1하여 √표해 주시기 바랍니다.

영역	하위 영역	번호	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
소비자 정책의	1. 소비자 안전의	①	소비자위해 시정조치 건수 및 비율		
		②	자발적 리콜비율		

집행	강화	③	식품안전정책추진에 대한 소비자인지율 및 신뢰율		
		④	수입물품 원산지표시위반 시정 실적		
		⑤	제품안전모니터링을 통한 시정조치 건수 및 비율		
		⑥	위해상품판매차단시스템 보급수		

2. 위 문항에 제시된 개별 지표 이외, 소비자안전정책 추진 성과를 잘 평가할 수 있는 내용은 무엇이라고 생각하십니까? 자유롭게 작성해 주시기 바랍니다.

3. 소비자정책의 집행 영역 중 거래 적정화의 추진 성과를 가장 잘 대표할 수 있는 지표와 대표성이 낮은 지표는 무엇입니까? 각각 택 1하여 √표해 주시기 바랍니다.

영역	하위영역	번호	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
소비자 정책의 집행	2. 거래의 적정화	①	불공정약관 시정조치 건수 및 비율		
		②	부당·표시 광고 시정조치 건수 및 비율		
		③	전자상거래 시정조치 건수		
		④	특수거래 자율분쟁조정예 의한 구제건수 및 보상금액		
		⑤	10세이상 인구 천명당 전자상거래피해 구제건수		
		⑥	소비자정책 추진에 대한 소비자인지율 및 성과평가		
		⑦	중요정보고시 위반행위 적발 건수		

4. 위 문항에 제시된 지표 이외 거래 적정화의 추진 성과를 잘 평가할 수 있는 내용은 무엇이라고 생각하십니까? 자유롭게 작성해 주시기 바랍니다.

5. 소비자정책의 집행 영역 중 소비자교육 및 정보제공의 추진 성과를 가장 잘 대표할 수 있는 지표와 대표성이 낮은 지표는 무엇입니까? 각각 택 1하여 √표 해 주시기 바랍니다.

영역	하위 영역	번호	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
소비자 정책의 집행	3.교육 및 정보제공	①	소비자리더 대상 교육 참가자 수		
		②	취약계층 소비자교육 참가자 수		
		③	소비자관련 교과목 선택 고등학교 수 및 비율		
		④	생필품 가격정보(T-price) 제공 품목 수 및 판매점수		
		⑤	품질비교정보 제공건수 및 정보 이용자 수		

6. 위 문항에 제시된 지표 이외 소비자교육 및 정보제공의 추진 성과를 잘 평가할 수 있는 내용은 무엇이라고 생각하십니까? 자유롭게 작성해 주시기 바랍니다.

7. 소비자정책의 집행 영역 중 소비자피해구제의 추진 성과를 가장 잘 대 표할 수 있는 지표와 대표성이 낮은 지표는 무엇입니까? 각각 택 1하여 √표 해 주시기 바랍니다.

영역	하위 영역	번호	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
소비자 정책의 집행	4. 소비자 피해구제	①	10세 이상 인구 천명당 소비자상담 (1372) 건수		
		②	소비자피해구제 처리결과 현황 및 합의권고율		
		③	소비자분쟁조정 건수 및 조정성립율		
		④	소비자피해구제 이용 고객만족도		
		⑤	소비자중심경영(CCM) 중소기업 인증비율		
		⑥	소비자중심경영(CCM) 소비자인지율		
		⑦	지자체 소비생활센터 보조금 지급액수		

8. 위 문항에 제시된 개별 지표 이외 소비자피해구제의 추진 성과를 잘 평 가할 수 있는 내용은 무엇이라고 생각하십니까? 자유롭게 작성해 주시 기 바랍니다.

※ “소비환경” 부문 중 소비자권리의 신장 영역은 소비자불만해결, 소비자 참여, 소비자단체 등의 하위영역으로 구성되어 있습니다.

9. “소비자권리의 신장” 영역 중 **소비자불만해결**을 가장 잘 대표할 수 있는 지표와 대표성이 낮은 지표는 무엇입니까? 각각 택 1하여 √표 해 주시기 바랍니다.

영역	하위 영역	번호	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
소비자 권리의 신장	소비자 불만 해결	①	거래 불만시 사업자에게 이의제기 하는 소비자비용		
		②	불만족 후 추가 조치를 안 한 소비자비용		
		③	ADR 및 사법적 해결 용이성에 대한 인식률		

10. 소비자권리의 신장 영역 중 **소비자참여**를 가장 잘 대표할 수 있는 지표와 대표성이 낮은 지표는 무엇입니까? 각각 택 1하여 √표 해 주시기 바랍니다.

영역	하위 영역	번호	현행 지표명	대표성 높음	대표성 낮음
	소비자 참여	④	소비자참여형 정보(‘소비자톡톡’) 작성 건수		
		⑤	미디어를 통한 정보습득으로 구매행동을 바꾼 소비자비용		
		⑥	소비자단체에 회원으로 참여하는 비율 및 참여기간		
		⑦	체험단 등 기업활동에 참여 경험이 있는 소비자비용		

11. 소비자권리의 신장 영역 중 **소비자단체활동 정도**를 파악하기 위해 더 중요 지표는 무엇이라고 생각하십니까?

영역	하위 영역	번호	현행 지표명	중요 지표
	소비자 단체	⑧	소비자단체 보조금 지원 액수	
		⑨	소비자단체에 대한 소비자인지율 및 신뢰율	

**소비경험(거래주체로서의 시장경험과 문제 진단) 부문 지표개선 의견**

※ “소비경험” 부문 지표는 문제경험, 거래방식, 소비만족도의 세 영역으로 구성되어 있습니다.

11. 문제경험 영역은 국민 다소비 분야와 관심 소비 분야의 소비자문제 현황을 파악키 위한 지표입니다. 문제경험 영역에서 **중요한 지표**와 **중요성이 낮은 지표**는 무엇이라고 생각하십니까? 각각 3개를 선택하여 √표 해 주시기 바랍니다.

영역	하위 영역	번호	현행 지표명	중요성 높음	중요성 낮음
문제경험	전체	①	소비자피해경험율		
		②	소비분야별 소비자피해액		
	의생활	③	의생활에서의 소비자문제 유형별 인식율		
	식생활	④	식품에 대한 위해 불안감 인식율		
	주생활	⑤	주생활에서의 소비자문제 유형별 인식율		
	의료	⑥	의료소비자권리 보장에 대한 인식율		
	교육	⑦	교육서비스의 소비자문제 유형별 인식율		
	관혼상제	⑧	관혼상제관련 소비자문제 유형별 인식율		
	통신	⑨	통신비 부담에 대한 소비자문제 유형별 인식율		
	교통·자동차	⑩	교통생활의 안전사고 불안감 인식율		

		⑪	자동차관련 소비자문제 유형별 인식율		
	금융보험	⑫	금융소비자문제 경험율		
	여가생활	⑬	여가생활의 안전사고 경험율		
		⑭	여가·문화생활의 소비자문제 유형별 인식율		
	녹색생활	⑮	녹색생활 실천율		
		⑯	녹색구매관련 소비자문제 유형별 인식율		

※ 개별지표별 구체적인 설명은 첨부자료 참조.

12. 거래방식 영역은 소비생활을 위해 이용하는 거래 유형별 이용행태와 문제경험을 파악키 위한 지표입니다. 이용행태를 구성하는 지표 중 소비생활에 **중요한 지표와 중요성이 낮은 지표는** 무엇이라고 생각하십니까? 각각 1개를 선택하여 √ 표 해 주시기 바랍니다.

영역	하위영역	번호	현행 지표명	중요성 높음	중요성 낮음
거래 방식	이용 행태	①	점포거래(백화점/대형마트/편의점/재래시장) 이용율 및 횟수		
		②	특수거래(다단계/방문판매/전화권유/계속할부) 이용율 및 횟수		
		③	전자상거래(홈쇼핑/인터넷/소셜커머스) 이용횟수 및 구매금액		
		④	기타거래(생산자-소비자직거래/생활협동조합) 이용경험율		

13. 거래방식 영역에서 문제경험을 구성하는 지표 중 소비생활에 **중요한 지표와 중요성이 낮은 지표는** 무엇이라고 생각하십니까? 각각 1개를 선택하여 √표 해 주시기 바랍니다.

영역	하위 영역	번호	현행 지표명	중요성 높음	중요성 낮음
거래 방식	문제 경험	①	점포거래(백화점/대형마트/편의점/재래시장) 이용시 피해경험율		
		②	특수거래(다단계/방문판매/전화권유/계속할부) 이용시 피해경험율		
		③	전자상거래(홈쇼핑/인터넷/소셜커머스) 이용시 피해경험율		

14. 소비만족도 영역은 소비생활 분야별, 소비자역량 분야별, 거래유형별 만족수준의 파악을 위한 지표입니다. 소비생활의 현황 파악 차원에서 **중요한 지표와 중요성이 낮은 지표는** 무엇이라고 생각하십니까? 각각 1개를 선택하여 √표 해 주시기 바랍니다.

영역	하위 영역	번호	현행 지표명	중요성 높음	중요성 낮음
소비 만족도	소비 생활	①	소비생활 분야별 만족도		
		②	소비자역량 분야별 만족도		
	거래	③	거래유형(점포/특수/전자상거래/기타거래)별 만족도		

**소비수준(경제적 측면의 소비안정성 진단) 부문 지표개선 의견**

15. 아래 구성 중 개별 소비자의 소비수준을 측정하는 데 중요한 지표는 무엇이라고 생각하십니까? 3개를 선택하여 √표 해 주시기 바랍니다.

하부 영역	번호	현행 지표명	중요 지표
소득·소비 현황	①	가계 월평균 총소득 및 주요 소득 원천	
	②	소비생활 중산층 귀속율	
	③	1년 전과 비교한 소득 증감율	
	④	1년 전과 비교한 소비지출 증감율	
	⑤	소비지출이 증가한 것으로 평가한 경우, 그 이유	
	⑥	소비지출이 감소한 것으로 평가한 경우, 그 이유	
	⑦	최근 1년간 가계지출 중 경제적 부담이 큰 비목	
소득·소비 전망	⑧	1년 후 소득 수준 증감 전망율	
	⑨	1년 후 소비지출 증감 전망율	
	⑩	1년 후 가계지출 중 경제적 부담이 늘어날 비목	

성명		소속기관	
요청 도서명			
도서발송 주소			

- 응답해 주셔서 감사합니다 -

〈부록 4〉 한국의 소비생활지표 조사지

〈부록 2〉

Survey

‘한국의 소비생활지표 조사’

- 본 조사에 응답하신 모든 내용은 통계목적 이외에는 절대 사용할 수 없으며, 통계법(제13조, 제14조)에 의거하여 비밀이 보장되고 있습니다.

안녕하십니까? 한국소비자원입니다.

한국소비자원에서는 국민 소비생활의 현황을 파악하여 건전한 소비생활 향상을 위한 제도 마련을 위해 본 설문조사를 실시하고 있습니다. 본 설문에 대한 정답은 없으며 평소 생각하시는 대로 편하게 말씀하여 주십시오. 귀하께서 응답해주신 내용은 통계 처리를 위한 자료로만 활용되므로 바쁘시더라도 많은 협조 부탁드립니다.

본 설문은 여론조사 전문기관인 (주) 에서 대행하고 있습니다. 궁금하신 점은 언제든지 연락 주십시오. 감사합니다.

2015. .

시행처 : 한국소비자원

대행처 :

\* 통계처리를 위한 일반사항입니다. 꼭 기재하여 주시기 바랍니다.

1. 직업	: ① 직장인(임금근로자)    ② 자영업자    ③ 전문직 ④ 공무원(공공기관 종사자) ⑤ 주부    ⑥ 기타/무직
2. 가족 생애주기	: ① 독신기    ② 부부가족    ③ 자녀 양육기    ④ 자녀 독립기    ⑤ 은퇴기
3. 가구 구성	: ① 1인가구    ② 다인가구    ③ 기타
4. 학력	: ① 중졸 이하    ② 고졸    ③ 대졸(전문대 포함)    ④ 대학원졸 이상
5. 결혼상태	: ① 미혼    ② 기혼    ③ 기타(사별 등)

지표1. 현재 귀 닥(1인가구는 본인) 소득의 주요 원천은 어떠합니까? 해당 되는 유형을 모두 선택하여 √ 표시해 주시고, 각 원천별 월평균 세 전소득액을 적어 주시기 바랍니다.

현재 가정의 소득 원천	해당 유형	월평균 소득액
근로소득		_____ 만원
사업소득(자영업 포함)		_____ 만원
재산소득(이자, 배당금, 임대료 등)		_____ 만원
이전소득(정부보조금, 사회보험 연금 등)		_____ 만원
경조소득, 퇴직금		_____ 만원
개인연금		_____ 만원

지표2. 현재 귀 닥(1인가구는 본인)의 소비생활 수준을 비교해 볼 때, 대략 어디에 속한다고 생각하십니까?

상류층		중류층		하류층	
상	하	상	하	상	하

지표3. 지난 1년 전과 비교할 때, 귀 댁(1인가구는 본인)의 소득 변화정도는 어떠하십니까?

- ① 크게 감소    ② 약간 감소    ③ 동일    ④ 약간 증가    ⑤ 크게 증가

지표4. 지난 1년 전과 비교할 때, 귀 댁(1인가구는 본인)의 소비규모 변화 정도는 어떠하십니까?

- ① 크게 감소    ② 약간 감소    ③ 동일    ④ 약간 증가    ⑤ 크게 증가

지표5. 지난 1년간 귀 댁(1인가구는 본인)의 상황을 감안할 때, 소비생활 수준은 이웃과 지인, 동료에 비해 상대적으로 어느 정도라고 생각하십니까?

- ① 매우 높다    ② 약간 높다    ③ 비슷하다    ④ 약간 낮다    ⑤ 매우 낮다

지표6-7. 1년 후 귀 댁(1인가구는 본인)의 소득 및 소비는 어떻게 변할 것이라고 예측하십니까?

질 문	크게 감소	약간 감소	변화 없음	약간 증가	크게 증가
1) 소득 변화 예측					
2) 소비 변화 예측					

지표8. 최근 1년간 귀 댁(1인가구는 본인)의 지출 중, 경제적 부담을 느낀 항목은 무엇입니까? 가장 부담을 느낀 항목을 순서대로 3개를 선택해 주십시오.

1순위 :                   , 2순위 :                   , 3순위 :

- ① 의생활비           ② 식생활비           ③ 주생활비
- ④ 의료비            ⑤ 교육비             ⑥ 노인돌봄·영유아보육비
- ⑦ 정보통신비       ⑧ 교통·자동차유지비 ⑨ 여가·여행비
- ⑩ 경조사비         ⑪ 공공서비스비     ⑫ 보건위생비
- ⑬ 저축·투자금     ⑭ 개인보험          ⑮ 내구재구입비
- ⑯ 경상·비경상조세 ⑰ 연금·사회보험   ⑱ 원리금상환

지표9. 지난 1년 전과 비교할 때 귀 닻(1인가구는 본인)의 소비 규모가 증  
가하였다면, 그 주된 이유는 무엇입니까? 가장 중요한 이유를 3개  
를 선택해 주십시오.

1순위 :                   , 2순위 :                   , 3순위 :

- ① 소득 증가                   ② 자산 증가                   ③ 부채 감소
- ④ 물가 안정                   ⑤ 노후준비 부담 감소
- ⑥ 비소비지출 감소(세금, 보험, 이자 등) ⑦ 의식주 등 기본생활비 증가
- ⑧ 자녀의 교육비 지출 증가       ⑨ 가족의 중증질환 등 의료비 증가
- ⑩ 실직 우려 감소               ⑪ 기타

지표9. 지난 1년 전과 비교할 때, 귀 닻(1인가구는 본인)의 소비규모가 감  
소하였다면, 그 주된 이유는 무엇입니까? 가장 중요한 이유를 3개  
를 선택해 주십시오.

1순위 :                   , 2순위 :                   , 3순위 :

- ① 소득 감소                   ② 자산 감소
- ③ 부채 증가                   ④ 물가 인상
- ⑤ 노후준비 부담 증가       ⑥ 비소비지출(세금, 보험, 이자 등) 증가
- ⑦ 의식주 등 기본생활비감소

- ⑧ 자녀의 교육비 지출 감소                      ⑨ 중증질환 등 긴급의료비 감소
- ⑩ 실직우려 증가                                      ⑪ 기타

지표10. 1년 후 귀 댁(1인가구는 본인)의 가계지출 중 경제적 부담이 더욱 늘어날 항목은 무엇입니까? 순서대로 3개를 선택해 주십시오.

1순위 :                      , 2순위 :                      , 3순위 :

- ① 의생활비                      ② 식생활비                      ③ 주생활비
- ④ 의료비                              ⑤ 교육비                              ⑥ 노인돌봄·영유아보육비
- ⑦ 정보통신비                      ⑧ 교통·자동차유지비              ⑨ 여가·여행비
- ⑩ 경조사비                              ⑪ 공공서비스비                      ⑫ 보건위생비
- ⑬ 저축·투자금                      ⑭ 개인보험                              ⑮ 내구재구입비
- ⑯ 경상·비경상조세                      ⑰ 연금·사회보험                      ⑱ 원리금상환

※ 최근 1년간 귀하의 소비생활을 고려하여 아래 질문에 대해 응답해 주십시오.

품목	매우 그렇다	그렇다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	잘 모르겠다
지표 33. 우리나라의 소비자권익보호는 잘 이루어진다					
지표 34. 소비자보호당국이 수행하는 정책을 신뢰한다					
지표 35. 소비자단체의 소비자보호활동을 신뢰한다					
지표 36. 사업자(판매업자)는 소비자권리를 존중한다					
지표 37. 거짓·과장 광고나 사업자 제안을 받은 경험이 있다					
지표 38. 축소·은폐 광고나 사업자 제안을 받은 경험이 있다					
지표 39. 평소 식생활의 섭취 식품들은 안전하다					
지표 40. 평소 일상생활에서 접하는 제품들은 안전하다					





지표47. 최근 1년간 귀하는 지속가능소비 생활을 위해 각 분야별로 어느 정도로 실천하셨는지 해당하는 곳에 √ 표시해 주십시오.

분야	전혀 실천 못함	대체로 실천 못함	보통 실천	대체로 실천	매우 잘 실천
1) 친환경상품 구매 (농수축산물, 식품, 생활용품, 공산품, 가전제품 등)					
2) 에너지 절약 (자원 절약, 전기기기 사용 절감, 대중교통이용 등)					
3) 자원 재활용 (쓰레기 중 재활용 물품분리, 피복류·폐휴대폰·폐가전제품 재활용 등)					
4) 녹색실천 선도 (가족·지인에게 실천독려, 정부시책 참여노력, 지역·단체의 캠페인참여)					
5) 윤리소비 실천 (공정무역 제품구매, 비윤리 기업제품 불매 등)					

지표48. 귀하는 최근 1년 이내 아래와 같은 거래 방식을 통해 제품을 구입한 경험이 있으십니까?

거래 방식	구입 경험 및 횟수	
1) 생산자, 판매자와의 직거래	① 있다( )회	② 없다
2) 생활협동조합을 통한 구매	① 생협 회원 ( )	② 생협 비회원( )
	① 있다( )회	② 없다

지표49. 최근 1년간 귀하가 소비자피해를 경험한 분야는 무엇입니까? <보기>에서 해당하는 분야 번호를 모두 표시해 주십시오.

- ① 의생활      ② 식생활      ③ 주생활      ④ 의료서비스  
 ⑤ 교육서비스   ⑥ 정보통신   ⑦ 교통·자동차   ⑧ 금융서비스  
 ⑨ 경조사서비스   ⑩ 뷰티·헬스   ⑪ 문화·여가  
 ⑬ 소비자 피해 없음

지표50. 아래 각 소비분야 중 가장 최근 피해를 경험한 적이 있는 해당 제품(서비스)의 구매 금액, 적절하다고 생각하시는 배상율을 기재하여 주십시오.

소비생활 분야	피해 제품(서비스)의 구매금액	구매금액 대비 적절하다고 생각하시는 배상율
1) 의생활	(        )원	(        )%
2) 식생활	(        )원	(        )%
3) 주생활	(        )원	(        )%
4) 의료서비스	(        )원	(        )%
5) 교육서비스	(        )원	(        )%
6) 정보통신서비스	(        )원	(        )%
7) 교통·자동차	(        )원	(        )%
8) 금융서비스	(        )원	(        )%
9) 경조사서비스	(        )원	(        )%
10) 뷰티·헬스서비스	(        )원	(        )%
11) 문화·여가서비스	(        )원	(        )%

지표51. 최근 1년간 의생활에서 귀하가 주로 경험하는 소비자문제는 무엇  
 입니까? 아래 각각 해당하는 곳에 두 가지씩 선택해 √ 표시해 주  
 십시오.

<p>1) 의류·신발·가방 등 구매</p>	<p>① 품질 불량                      ② 품질에 비해 비싼 가격                      ③ 위해 물질 등 안전 불안                      ④ 제품 선택 정보 부족                      ⑤ 소비자교육 부족                      ⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고                      ⑦ 교환·수선·환불·배상 어려움                      ⑧ 분쟁 시 피해구제의 어려움                      ⑨ 기타                      ⑩ 없다</p>
<p>2) 세탁·수선서비스 이용</p>	<p>① 서비스 불만족                      ② 서비스에 비해 비싼 가격                      ③ 위해 물질 등 안전 불안                      ④ 서비스 선택 정보 부족                      ⑤ 소비자교육 부족                      ⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고                      ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건                      ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위                      ⑨ 교환·수선·환불·배상 어려움                      ⑩ 분쟁 시 피해구제의 어려움                      ⑪ 기타                      ⑫ 없다</p>

지표52. 최근 1년간 식생활에서 귀하가 주로 경험하는 소비자문제는 무엇  
 입니까? 아래 각각 해당하는 곳에 두 가지씩 선택해 √ 표시해 주  
 십시오.

1) 식품 구매	① 품질 불량 ② 품질에 비해 비싼 가격 ③ 위해 물질 등 안전 불안 ④ 제품 선택 정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고 ⑦ 교환·수선·환불·배상 어려움 ⑧ 분쟁 시 피해구제의 어려움 ⑨ 기타 ⑩ 없다
2) 외식서비스 이용	① 서비스 불만족 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 위해물질, 시설 등 안전 불안 ④ 서비스 선택 정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고 ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 취소·환불·배상 어려움 ⑩ 분쟁 시 피해구제의 어려움 ⑪기타 ⑫ 없다

지표53. 아래 식품을 구입하거나 음식을 섭취할 때, 귀하는 위해가 발생할  
까 어느정도나 불안하십니까?

품목/장소		전혀 불안하지 않다	별로 불안하지 않다	약간 불안한 편이다	매우 불안한 편이다	잘 모름
식품	국산	1) 농산물				
		2) 수산물				
		3) 축산물				
	수입	4) 농산물				
		5) 수산물				
		6) 축산물				
		7) 가공식품				
		8) 즉석·간편 식품				
		9) 냉동·포장식품				
		10) 우유·유가공품				
		11) 빵·과자류				
		12) 생수·음료				
		13) 건강식품				
장소	14) 학교 앞 판매					
	15) 단체급식					
	16) 휴게소					
	17) 일반 음식점					

지표54. 최근 1년간 주생활에서 귀하 및 가족이 주로 경험하는 소비자문제는 무엇입니까? 아래 각각 해당하는 곳에 두 가지씩 선택해 √ 표시해 주십시오.

<p>1) 가전제품, 가구, 부엌용품 등 구매</p>	<p>① 품질 불량                  ② 품질에 비해 비싼 가격                  ③ 위해 물질 등 안전 불안                  ④ 제품 선택 정보 부족                  ⑤ 소비자교육 부족                  ⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고                  ⑦ 교환·수선·환불·배상 어려움                  ⑧ 분쟁 시 피해구제의 어려움                  ⑨ 기타                  ⑩ 없다</p>
<p>2) 수리·공사서비스 이용</p>	<p>① 서비스 불만족                  ② 서비스에 비해 비싼 가격                  ③ 위해 물질 등 안전 불안                  ④ 서비스 선택 정보 부족                  ⑤ 소비자교육 부족                  ⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고                  ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건                  ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위                  ⑨ 수리·보수·환불·배상 어려움                  ⑩ 분쟁 시 피해구제의 어려움                  ⑪ 기타                  ⑫ 없다</p>

지표55. 최근 1년 간 귀하 및 가족이 의료서비스 이용 시 경험하는 소비자문제는 무엇입니까? 해당하는 곳에 모두 √ 표시해 주십시오 .  
(최대 3가지만)

- |             |                   |
|-------------|-------------------|
| ① 의료서비스 불만족 | ② 의료서비스에 비해 비싼 가격 |
| ③ 환자 안전 불안  | ④ 의료서비스 선택 정보 부족  |





	<ul style="list-style-type: none"> <li>④ 차량 선택 정보 부족</li> <li>⑤ 소비자교육 부족</li> <li>⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고</li> <li>⑦ 소비자에게 불리한 거래조건</li> <li>⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위</li> <li>⑨ 수리·보수·환불·배상 어려움</li> <li>⑩ 분쟁 시 피해구제의 어려움</li> <li>⑪ 기타</li> <li>⑫ 없다</li> </ul>
<p>2) 차량수리·점검 서비스 이용</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 서비스 불만족</li> <li>② 서비스에 비해 비싼 요금, 가격</li> <li>③ 소비자안전 우려</li> <li>④ 서비스 선택 정보 부족</li> <li>⑤ 소비자교육 부족</li> <li>⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고</li> <li>⑦ 환자에게 불리한 거래조건</li> <li>⑧ 사업자의 계약불이행, 부당행위</li> <li>⑨ 피해 시 환불·배상의 어려움</li> <li>⑩ 계약해제, 중도해지 어려움</li> <li>⑪ 분쟁 시 피해구제의 어려움</li> <li>⑫ 기타</li> <li>⑬ 없다</li> </ul>

지표61. 최근 1년간 아래와 같은 교통·운송 수단을 이용하시면서 안전사고나 위해에 대한 귀하의 불안감은 어느 정도였습니까? 아래 문항별 각각 해당하는 곳에 √ 표시해 주십시오.

분야	매우 안전	안전	불안	매우 불안	잘 모름
1) 개인차량(자동차, 오토바이, 자전거 등)					
2) 대중교통(버스, 지하철, 기차 등)					
4) 특수교통(항공, 선박 등)					
3) 운송시설(승강기, 에스컬레이터 등)					
5) 보행시설(일반보도·횡단보도·지하도등)					

지표62. 최근 1년간 저축, 투자, 대출, 신용카드, 보험 등의 금융상품을 거래하시면서 귀하가 경험한 문제에 대해 응답해 주시기 바랍니다.

품목	매우 그렇다	그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	잘 모르겠다
1) 중요정보 설명을 듣지 못했거나 잘못된 내용을 들었다						
2) 불공정약관, 허위과장 표시광고를 접한 경우가 있다						
3) 수수료나 금리 등의 사전 담합행위의 의혹이 있다						
4) 보이스피싱, 파밍 등 금융사기를 당할까 걱정된다						
5) 금융상품 정보가 무슨 내용인지 이해하기 어렵다						
6) 금융상품을 이용하는게 불안하다						
7) 상품 선택에 도움이 될 만한 비교정보가 부족하다						
8) 피해를 당한 경우 배상 및 분쟁해결이 어려웠다						

지표63. 최근 1년간 뷰티·헬스 서비스 이용과 관련하여 귀하가 주로 경험하는 소비자문제는 무엇입니까? 해당하는 곳에 모두 √ 표시해 주십시오. (최대 3가지만)

- |                   |                     |
|-------------------|---------------------|
| ① 서비스 불만족         | ② 서비스에 비해 비싼 요금, 가격 |
| ③ 소비자안전 우려        | ④ 서비스 선택 정보 부족      |
| ⑤ 소비자교육 부족        | ⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고    |
| ⑦ 환자에게 불리한 거래조건   | ⑧ 사업자의 계약불이행, 부당행위  |
| ⑨ 피해 시 환불·배상의 어려움 | ⑩ 계약해제, 중도해지 어려움    |
| ⑪ 분쟁 시 피해구제의 어려움  | ⑫ 기타                |
|                   | ⑬ 없다                |

지표64. 최근 1년간 여가생활과 관련하여 귀하가 주로 경험하는 소비자문제는 무엇입니까? 아래 각각 해당하는 곳에 두 가지씩 선택해 √ 표시해 주십시오.

<p>1) 국내·국외 여행서비스 이용</p>	<p>① 서비스 불만족 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 우려 ④ 서비스 선택 정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고 ⑦ 환자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자의 계약불이행, 부당행위 ⑨ 피해 시 환불·배상의 어려움 ⑩ 계약해제, 중도해지 어려움 ⑪ 분쟁 시 피해구제의 어려움 ⑫ 기타 ⑬ 없다</p>
<p>2) 문화관람서비스 이용 (공연, 영화, 스포츠, 전시)</p>	<p>① 서비스 불만족 ② 서비스에 비해 비싼 가격 ③ 소비자안전 우려 ④ 서비스 선택 정보 부족 ⑤ 소비자교육 부족 ⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고 ⑦ 환자에게 불리한 거래조건 ⑧ 사업자 계약불이행, 부당행위 ⑨ 피해 시 환불·배상의 어려움 ⑩ 계약해제, 중도해지 어려움 ⑪ 분쟁 시 피해구제의 어려움 ⑫ 기타 ⑬ 없다</p>

지표65. 최근 1년간 아래와 같은 여가생활을 위한 시설이나 장소 이용 시 안전사고나 위해를 경험한 적이 있으십니까?

시설분야	안전사고 경험 있다	안전사고 경험 없다	최근 이용 경험 없음
1) 스포츠관람시설(야구/축구/농구/배구 등)			
2) 문화관람시설(전시장/영화관/연극·음악공연 등)			
3) 놀이시설(테마파크, 놀이공원, 유원지 등)			
4) 체력단련시설(헬스장, 골프장, 스포츠연습장 등)			
5) 공원(시민공원, 국·공립공원 등)			
6) 국내여행지(자유여행, 여행사 상품 등)			
7) 국외여행지(자유여행, 여행사 상품 등)			

지표66. 귀하가 매월 전자상거래를 이용하는 횟수와 1회당 구매금액은 어느 정도입니까? 가장 최근 이용 시 소비자피해를 경험한 적이 있으면 √ 표시해주십시오.

전자상거래 유형	이용 횟수			1회당 평균 구매금액	피해 경험 (이용경험 있는 경우만 응답)
	매월 이용	몇 달에 한번 이용	이용 안함		
1) TV홈쇼핑	( )회			( )원	
2) 인터넷쇼핑	( )회			( )원	
3) 해외 직구	( )회			( )원	
4) 모바일쇼핑	( )회			( )원	

지표67. 최근 1년간 전자상거래를 이용하시면서 귀하가 주로 경험하는 소비자문제는 무엇입니까? 해당하는 곳에 모두 √ 표시해 주십시오. (최대 3가지만)

- |                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| ① 구매 제품 품질 불량      | ② 품질에 비해 비싼 가격     |
| ③ 소비자안전 우려         | ④ 제품 선택 정보 부족      |
| ⑤ 소비자교육 부족         | ⑥ 거짓·과장·기만 표시 광고   |
| ⑦ 소비자에게 불리한 거래조건   | ⑧ 사업자의 계약불이행, 부당행위 |
| ⑨ 교환·반품·환불·배상의 어려움 | ⑩ 계약취소, 계약해제 어려움   |
| ⑪ 분쟁 시 피해구제의 어려움   | ⑫ 배송지연, 오류         |
| ⑬ 개인정보 유출 우려       | ⑭ 기타               |

지표68. 최근 1년 동안 귀 댁(1인가구는 본인)의 소비지출 규모에 대해 얼마나 만족하십니까?

- |           |          |
|-----------|----------|
| ① 매우 만족   | ② 대체로 만족 |
| ③ 대체로 불만족 | ④ 전혀 불만족 |
| ⑤ 잘 모르겠다  |          |

지표69. 다음 소비생활 중 귀하의 삶에 가장 중요한 소비분야는 무엇이라고 생각하십니까? 중요한 순서대로 3개를 선택해 주십시오.

1순위 :                      , 2순위 :                      , 3순위 :

- |            |            |            |
|------------|------------|------------|
| ① 의생활      | ② 식생활      | ③ 주생활      |
| ④ 의료서비스    | ⑤ 교육서비스    | ⑥ 정보통신서비스  |
| ⑦ 교통·자동차   | ⑧ 금융서비스    | ⑨ 경조사지원서비스 |
| ⑩ 뷰티·헬스서비스 | ⑪ 문화·여가서비스 |            |

지표69. 최근 1년 이내 귀하가 경험하신 소비생활에 대한 만족 정도를 아래에 표시해 주십시오.

소비생활 분야	매우 불만족	불만족	어느 정도 만족	매우 만족	잘 모름
1) 의생활(의류신발가방 구매, 세탁서비스 이용 등)					
2) 식생활(식료품, 기호식품, 건강식품, 음식점 이용 등)					
3) 주생활(주택거래, 설바시살가구가전제품이용 등)					
4) 의료서비스(병원이용, 의약품 구입 등)					
5) 교육서비스(학원 강습, 학습 교재 구매 등)					
6) 정보통신(정보통신기기 구매, 인터넷·휴대폰 이용 등)					
7) 교통·자동차(차량구매, 수리점검 서비스 이용 등)					
8) 금융서비스(저축, 투자, 대출, 카드, 보험 이용 등)					
9) 경조사서비스(결혼식, 돌잔치, 회갑, 관혼상제서비스 등)					
10) 뷰티·헬스(피부관리, 아미용 서비스, 건강관리활동 등)					
11) 문화여가(스포츠, 레저, 도서, 음반, 여행 등)					

지표 70. 소비생활을 위해 필요한 역량에 대해 귀하 스스로 평가하는 만족 정도를 표시해 주십시오.

역량 영역	매우 불만족	불만족	보통	어느 정도 만족	매우 만족
1) 금융역량 (재무설계, 자산부채관리, 위험대비 등)					
2) 거래역량 (소비자정보의 이해와 활용, 구매의사결정, 사용 및 분쟁해결 등)					
3) 시민역량 (소비자권리 주장, 소비자책임 수용, 소비자사회 적용 등)					

지표 70. 귀하는 소비생활을 위해 필요한 소비자역량 중 가장 중요한 요소는 무엇이라고 생각하시는지 1가지만 선택해 주십시오.

- ① 금융역량                      ② 거래역량                      ③ 시민역량

▨▨▨▨ 바쁘신 가운데 설문에 응해 주셔서 감사합니다. ▨▨▨▨

## Executive Summary

“Consumption Life Indicators in Korea” were developed in 2012 as basic framework for diagnosing Korean people’s consumption life and monitoring consumer policies, and received spotlight through media when its first result was released in 2013. However, in order to enhance the usability, representation and long-term sustainability, it seems necessary that Consumption Life Indicators in Korea be complemented and improved.

Therefore, through this study, the improvement plan for Consumption Life Indicators in Korea has been prepared by reexamining the composition, adequacy of the contents and validity of its 70 individual indicators while maintaining the basic framework of existing Indicators, and confirmed through final review and revision process.

The process for reorganizing the Indicators was conducted through two steps, i.e., Establishment of the Indicator Improvement Plan and Final Confirmation on the Revised Indicators, which can be summarized into the following diagram. Basically, (1) Assessment on the existing Consumption Life Indicators in Korea, (2) Survey on Request for Indicator Improvement, and (3) Analysis on Relevant Indicators both at Home and Abroad have been performed for the Establishment of the Indicator Improvement Plan,, and (4) Consultation with Experts and (5) Consumer Survey have been carried out for the Final Confirmation on the Revised Indicators.

The concept of “Consumption Life Indicators in Korea” revised through this improvement process is a standard used for understanding the current status of consumer empowerment, and has been defined as a tool for diagnosing the problem experiences in consumption life and assessing the level of improvement in consumer policy environment.

While the basic framework of existing Consumption Life Indicators in Korea was maintained, some indicators have been revised, and some sub-area names have been modified and structured as follows.

Based on these improvement efforts, the existing Consumption Life Indicators in Korea have been revised, and its 2nd result will be published in 2015 following the publication of the 1st result in 2013 in away to figure out the current status, trend of change and future outlook in terms of consumption life experience and consumption environment improvement, and to provide consumer policy-related implications.

In order for the revised indicators to draw more interest from both government authorities and broader stakeholders and to increase the usage by them in such area as media, academy, and research, it is important to go through review process and implementation steps, which include changing the names of individual indicators, selecting representative indicators, establishing composite index, and conducting basic survey and complementary survey in parallel.

---

정책연구 14-18

---

「한국의 소비생활지표」 개선 연구

---

인 쇄 / 2014년 12월  
발 행 / 2014년 12월  
발행인 / 한국소비자원 원장 정 대 표  
인쇄인 / 전우용사촌(주) ☎ 426-4415

---

발 행 / 한국소비자원  
369-8111  
충청북도 음성군 맹동면 용두로 54(두성리 600)  
전 화 / (043)880-5500  
등 록 / 제3-348호(1991년 5월 17일)

---

ISBN 979-11-5649-067-8

---

본 연구의 내용은 개인의 견해이며 본원의  
공식 견해가 아닙니다.

