

EC-OECD공동주관
기업/소비자전망조사의 국제적 발전에 관한
워크숍 참가결과 보고

2003년 12월

경제통계국 통계분석과

< 목 차 >

I. 출장개요	1
1. 출 장 자	1
2. 출장목적	1
3. 출장기간	1
4. 출장지역	1
5. 워크샵 목적	1
II. 워크샵 주요내용	2
1. 제1세션 (최근 진행되어온 논의)	2
2. 제2세션 (자료의 생산·보도·공표)	3
3. 제3세션 (조사 결과의 Harmonization)	4
4. 제4세션 (기업/소비자 전망자료의 활용)	5
5. 제5세션 (결론 및 향후 작업)	7
III. 대표단 발언내용	8
IV. 워크샵 참가 소감	11

I. 출장개요

1. 출 장 자 : 통계청 경제통계국 통계분석과 민경삼
(한국은행 통계조사국 통계개발과 황인용 참석)
2. 출장목적 : 기업/소비자전망조사의 국제적 발전에 대한 워크샵 참가
3. 출장기간 : 2003. 11. 19. ~ 11. 23. (20-21일 워크샵 참가)
4. 출장지역 : 벨기에 브뤼셀(Charlemagne Building, Room S1)
5. 워크샵 목적
 - 기업전망조사(Business Tendency Survey)와 소비자전망조사(Consumer Tendency Survey) 분야에서
 - EU멤버국과 OECD 멤버국 대표들간의 협력 뿐만 아니라
 - EU 멤버국 및 후보국과 비EU OECD멤버국 및 비OECD 경제대국간의 협력을 증진
 - 또한 조사자료의 수집과 공표시에 적합한 가이드라인과 권고사항을 논의하고 국제적으로 비교가능한 기업/소비자 조사자료의 발전을 도모
 - 아울러 포럼(forum)을 통해 조사를 일치시키려는(harmonization) 노력, 단기 모니터링을 위한 조사결과의 분석 및 해석, 신뢰 또는 태도지수의 작성 등에 대한 경험을 공유
 - 회의주관 : EC와 OECD의 공동주관
 - 의장 : Jürgen Kröger (EC)
- ※ 41개국(7개 비EU OECD회원국, 비OECD Big6국, 15개 EU회원국, 4개 EU후보국 및 기타 9개 유럽국)과 4개 국제기구(OECD, ECFIN, ESTAT, ECB)에서 104명이 참석하였음

II. 워크샵 주요내용

1. 제1세션 (최근 진행되어온 논의, 의장 : Jürgen Kröger, EC)

- 세션에서 논의될 주요 주제에 대한 간단한 내용을 설명하고 아울러 EC와 OECD의 최근 진행된 작업에 대해 보고
 - 2002년 11월 EU 전문가회의 이후 EU멤버국과 후보국들에서 진행된 내용을 설명(전문가회의는 2001년 4월과 11월에도 개최되었음)
 - 전날 이루어진 EU멤버국 국가들 내부의 워크샵 결과를 요약하여 설명하였고, 또한 제출된 paper들 중에서 아쉽게 발표되지 못하는 것들에 대한 제목과 내용을 간단하게 소개
- 중앙유럽 및 동유럽, 아시아 및 태평양지역, 라틴아메리카 지역 비멤버국가들에서의 OECD 노력을 소개
 - OECD는 EC와 공동으로 Harmonized Business Tendency Survey System을 개발하여 왔고, 비멤버국 협력센터의 후원하에 유럽의 시장 전환국과 비멤버국들에서 이러한 Harmonized Survey System 적용을 독려하여 왔음
 - 이러한 경험(분석보고서, 워크샵 자료, 기타 소개자료 등)을 바탕으로 2003년에 BTS(Business Tendency Survey)에 대한 핸드북을 발간하였으며, 이에 대한 내용(조사표 설계, 표본선정, 조사의 신뢰성 확보, 조사 자료의 처리 및 보고서 발간, 자료의 이용 등)을 간략히 소개
- 한편 기업/소비자 전망조사에 대한 연구의 하나로 OECD와 CIRET(the Centre for International Research on Economic Tendency Surveys)이 공동으로 Journal of Business Cycle Measurement and Analysis를 2003년 가을에 창간
 - 저널의 목적은 경기순환의 이론과 분석 연구에 대한 지식과 정보를 교환하기 위한 것임

2. 제2세션 (자료의 생산·보도·공표, 의장 : Richard McKenzie, OECD)

- 자료 보도와 관련된 최근의 추이와 주요 이슈 그리고 공표 문제와 통계적/방법론적 이슈들을 제시하고
 - 국가별 비교를 용이하기 위해 자료 보도 방법을 논의하고, OECD의 BTS와 CTS 데이터베이스 내용(포괄하는 부문과 지표, 원자료의 발간 또는 계절조정된 자료, 메타데이터 등)을 확대하겠다는 제안에 대해 토론
- 조사에 대해 최근 개별 국가들에서의 발전을 소개 : 브라질, 캐나다, 일본, 인도, 남아프리카공화국
 - 브라질에서는 CTS(Consumer Tendency Survey)를 2002년 10월부터 분기별로 실시하고 있으며, 캐나다는 제조업종에 한해 1976년부터 조사하고 있는 BCS(Business Conditions Survey)를 농림어업, 교통서비스업, 도소매업 등으로 확대하는 작업을 추진중에 있으며, 일본은 EWS(Economy Watchers Survey)를 새로 개발하여 실시하고 있고, 인도는 BES(Business Expectations Survey)를 1991년부터 분기별로 실시하고 있으며, 남아프리카공화국은 1975년 백인에 대해 실시하던 소비자조사(Consumer Survey)를 1994년 전 인구그룹으로 확대하였음
- 아울러 자료의 공표와 통계적 방법론 주제에 대해 국가별 경험을 발표하고 토론 : 덴마크, 핀란드, 노르웨이, 영국
 - 덴마크는 News, Statistical News, 인터넷 데이터베이스, 기타 간행물 형태로 자료를 공표하고 있으며, 핀란드는 월별/분기별로 방송국과 신문에 보도를 한 후 표와 그래프를 수록한 통계자료를 발간하고 있으며, 노르웨이는 ICI(Industrial Confidence Indicator)의 선행성 분석 자료를 보고하였고, 영국은 FSS(Financial Services Survey)를 개발하여 활용하고 있음을 발표함

- 이어서 OECD 통계국(Ronny Nilsson)이 BTS/CTS에 대한 자료를 수집하고 있는데, 현재 35개 국가(EU 15개국, EU후보국가 4개국, OECD 비EU국가 10개국, 비OECD Big 6개국)에 대한 현황을 소개하였음
- 그리고 BTS를 제조업종에서 건설, 소매, 서비스업종으로 확대하고 있고 CTS까지도 확대하려고 하고 있음을 설명

3. 제3세션 (조사 결과의 Harmonization, 의장 : Denis Ward, OECD)

- EC의 일치된 조사체계를 제시하고 유럽 이외의 지역에 대한 OECD의 Harmonization 노력을 설명
- Harmonization이 더 요구되는가/바람직한가 라는 관점에서 paper가 발표되고 계속되어 논의가 진행됨
- 더욱 높은 Harmonization을 달성하기 위한 제안/의견, 그리고 다음과 같은 내용에 대한 가이드라인과 권고사항 등을 개진
 - 내용(질문의 형태와 형식, 기간, 분류 등)
 - 조사의 빈도 및 시기
 - 방법론(표본방법, 자료의 유효성, 추정기법 등)
- 개별국가에서의 Harmonization에 대한 경험과 진전사항을 발표하고 토의를 진행함
- 중국은 Business Survey에서 EU가 제시한 13개 핵심 문항중 12개를 포함하고 있고 나머지 문항도 2004년에 추가할 예정임을 발표하였고, 인도네시아는 ADB, ESCAP, OECD가 추진하는 개발도상국 Harmonized Business Tendency Survey에 참가하고 있고 이 프로그램을 계속 추진할 것임을 발표하였음

- 이탈리아는 대부분의 조사를 EU의 Harmonized Program내에서 수행하여 왔고 최근 서비스부문의 조사 확대, 표본설계와 분류 문제 등에서 개선이 이루어졌음을 발표하였으며, 폴란드는 조사표가 Harmonized 문항과 국가 내부적인 문항으로 구성되어 있고 현재 모든 산업부문의 조사를 확대하고 있으며 2004년부터는 EU의 모든 문항을 조사할 예정임을 발표하였고, 헝가리는 1996년부터 EU조사표를 이용하여 매월 조사하고 있으며 소비자조사도 1993년부터 EU조사표를 이용하여 조사하고 있음을 발표하였음
- OECD의 통계국(Ronny Nilsson)은 BTS의 Harmonization을 위해 검토해야 할 사항들을 설명하였음
- 특히 Harmonization의 첫 단계에서 표준 핵심문항이 적용되어야 하는데 이에 대한 각국의 현황들을 검토하고 보고하였음

4. 제4세션 (기업/소비자 전망자료의 활용, 의장 : Peter Weiss, EC)

- 경제적 분석을 위한 조사결과의 활용 특히 신뢰 또는 태도지표의 작성 및 활용에 초점을 둔 경기순환분석과 그런 지표의 국가간 비교성을 향상시키는 방법을 토론
- 특히 논의와 토론이 국제적으로 비교하는데 필요한 신뢰지표의 형태에 집중
- 예를 들어 다음과 같은 주제에 대한 접근방법의 선택과 권고사항의 개진 등과 같이 국제적 비교성을 확대시키는 의견에 초점을 맞춤
 - 신뢰 또는 태도지표의 형태
 - 경기 또는 경제상태에 대한 일반적인 조사표 질문/변수의 선정
 - 지표의 작성(구성항목, 표준화 및 가중치)

- 신뢰 또는 태도지수의 작성과정에서 각 국의 관행을 발표하고 토론하였음
 - 호주는 여러 신뢰지표들을 종합하여 Barometer를 작성하고 이를 호주의 경기순환 분석에 적용하였음을 발표하였고, 한국은 가중평균방법에 의한 소비자전망지표의 작성과정을 자세히 발표하였으며, 러시아는 여러 가지 조사지표들의 요인분석(주성분 알고리즘)을 통해 종합지수를 작성하는 방법을 소개하였고, 이탈리아는 4개 부문의 지수들로 작성되는 CAI(Composite Aggregate Indicator)를 가지고 경기순환적 변동을 모니터하고 있음을 발표하였으며, 남아프리카공화국에서는 새로운 조사를 통해 PMI(Purchasing Managers Index)를 작성하여 활용하고 있음을 소개하였음

- 이어서 BTS/CTS 자료를 사용하는데 있어서의 국가별 경험과 주요 이슈들을 발표하고 토론함
 - 네덜란드는 최근 새로운 경기순환 분석 시스템을 개발하였는데 12개 지표중 4개가 이러한 조사자료이며 이 자료들은 전환점 인식과 선행성이 양호한 것으로 나타났다고 발표하였으며, 독일은 단기이자율의 예측에 기존의 GDP Gap과 가동률(Capacity Utilization) 뿐만 아니라 서비스업 조사자료도 포함하여 새롭게 작성한 신가동률(CU*)을 활용하고 있다고 보고하였고, 프랑스는 1 ~ 2분기 앞서 GDP를 예측하는데 제조업과 서비스업에 대한 BTS조사자료가 특별한 정보를 가지고 있음을 발표하였으며, 미국은 거시모형에 소비자전망자료를 이용할 때 총지표를 이용할 경우의 단점들을 설명하고 미시적 차원에서 개별 소비행태의 분석에는 연령별 또는 소득계층별 또는 지역별 지표를 이용해야 할 것임을 강조하여 발표하였음

- OECD의 통계국(Ronny Nilsson)은 제조업부문에 대한 BSI(Business Survey Index)와 종합지표를 작성하려는 계획을 소개하였음

- 또한 나라별 지표와 EU멤버국, EU이외의 OECD멤버국 등의 통합지표를 소개하고 비교하였음

5. 제5세션 (결론 및 향후 작업, 의장 : Peter Weiss(EC), Denis Ward(OECD))

- 2-4세션의 논의 내용을 간략히 소개하고 국가 대표들과 협력하여 EC와 OECD의 향후 가능한 활동에 대해 논의
 - 앞으로 다음과 같은 것을 포함하여 특별한 활동이나 프로젝트에 대한 인식을 할 필요가 있음을 논의
 - 제조업 이외 부문으로의 OECD 데이터베이스 확대
 - 비EU 국가들간의 Harmonization
 - 관련된 연구작업
- 의장단은 Harmonization에 대한 인식을 같이 하고 앞으로 다음과 같은 방향에서 공동 노력할 것을 제의
 - 소그룹(small group) 모임과 Working Group : 조사 내용과 일반적인 관심사항들, Account 문제 등을 향후 토의
 - 공표 방법에 대한 다양한 경험을 공유 : 인터넷 공표시의 영문 자료 포함여부, 발간물 형태의 통일 등
 - Harmonization Standard에 대한 논의를 더욱 진행 : EU국가와 비EU 국가들간에 많은 comment가 이루어지기를 기대
 - 다른 특별한 작업을 계속 추진 : 자료의 접근성, 응답률 제고, 포괄범위의 확대, 적합한 용어의 사용, 예측시의 메타데이터의 활용 등
- ※ 아울러 관심있는 사람들이 공유할 수 있도록 연구된 작업들을 CIRET에 기고하여 주기 바라며, 향후 포럼도 준비할 계획임

Ⅲ. 대표단 발언내용

- 한국 대표단(통계청)은 제4세션에서 ‘한국에서의 소비자전망지표의 작성’이란 주제로 한국의 지표 작성과정을 자세히 발표하였으며, 발표내용을 요약하면 다음과 같음
 - 소비자전망조사는 1998년 12월부터 월별로 실시되고 있으며, 조사규모는 2000가구이고 지방사무소를 통한 면접방식으로 매월 22일이 포함된 주일에 조사되고 있음
 - 조사표는 14개 문항으로 구성되어 있는데, 경기관련 문항이 2개, 생활형편관련 문항이 2개, 소비지출관련 문항이 3개이며, 이 7개 문항의 조사 자료를 이용하여 종합지수를 작성하고 있고, 이 이외에 고용과 물가 및 가계수입 관련 문항이 각각 1개, 자산평가와 저축 및 부채 문항, 월평균 소득과 생활수준평가 문항이 각각 1개 있음
 - 각 문항에서 응답등급별 2 ~ 0 점의 점수를 부여하여 개별지수를 작성하는 방법과 7개의 개별지수로 소비자평가지수 및 소비자기대지수를 작성하는 방법(산술평균방법과 가중평균방법)을 설명
 - 특히 소비자기대지수를 작성하는 과정에서 소비지출과 관련된 문항의 개별지수에 대해 가중치가 다른 이유를 설명(전체 소비지출액이 내구재 소비지출액과 외식문화오락관련 소비지출액을 모두 포함하고 있으므로 동일한 가중치를 사용할 경우 이러한 소비지출액의 과도한 움직임에 소비자기대지수가 너무 민감하게 되는 단점을 보완하기 위함)
 - 매월 보고서가 조사완료 후 3주째 화요일 경에 발표되고 있으며, 발표되는 지표로는 6개 소득그룹별/5개 연령대별 소비자기대지수, 소비자평가지수 그리고 이들의 구성지표, 자산평가지수와 가계수입평가지수가 포함되어 있으며, 보도자료는 통계청 홈페이지(www.nso.go.kr)에서 볼 수 있음

- 2000년 1월부터 2003년 9월까지의 소비자평가지수(CPSI)와 소비자기대지수(CEI)의 XY그래프로 한국의 경기순환 상태를 설명
- 소비자평가지수(CPSI) 및 소비자기대지수(CEI)를 경기동행지수 순환변동치와 비교하면서 소비자전망지표의 선행성을 강조하여 설명

○ 이어 이어진 각국 대표의 질문에 대해 다음과 같이 답변하였음

- 왜 기혼자를 조사하는가? -> 기혼자가 가계 단위의 소비에서 소비행태를 결정하기 때문이라고 설명
- 면접조사에서 부담은 크지 않은가? -> 조사원이 동일 가구에 대해 여러 가지 조사(경제활동인구조사, 가계조사 등)를 병행하고 있으며, 다목적 표본에 대해 조사를 실시하고 있고, 소비자전망조사는 경제활동인구조사의 32,580 대표가구중 2000가구의 도시거주자를 표본으로 선정하고 있다고 설명
- Business Condition에서 어떻게 질문하는가? -> Q1. 6개월 전과 비교하여 현재 경기를 어떻게 생각하는가? Q2. 현재와 비교하여 6개월 후의 경기를 어떻게 생각하는가? 많이 나아짐, 약간 나아짐, 비슷, 약간 나빠짐, 많이 나빠짐 이라고 설명
- 소비자기대지수를 작성할 때 가중평균하여 계산하는 이유는? -> 발표시에 설명한 대로 이유를 설명하고 결과적으로 세 구성지표의 가중치는 각각 0.25 그리고 나머지 두 지표의 가중치는 각각 0.125가 됨을 설명

○ 아울러 발표 이전의 토론 시간에 한국 소비자전망조사의 기준기간(Reference Period)이 6개월인 점을 다음과 같이 강조하여 설명

- 소비지출 등에 대한 응답자의 기억은 단기에는 강한 편이나 장기에는 희미하기 때문에 기준기간이 짧으면 짧을수록 응답자의 응답부담은 작을 것이며, 과거의 변화에 대해서는 프랑스의 생활형편 및 가격 문항에서도 6개월을 사용하고 있음
- 기대지표들이 경기조절 정책에 유용하게 사용되기 위해서는 최소한 3개월 이상의 선행성을 가지고 있어야 하며, 이런 면에서 미국 Conference Board와 독일 IFO의 Business Climate에서도 기대와 관련된 문항에 6개월을 사용하고 있음
- 기준기간이 문항마다 다르면 응답자의 선택에 혼란을 초래하여 응답자의 오류를 초래할 수 있기 때문에 과거 변화와 기대에 관련된 문항에서 동일한 기준기간이 설정되어야 함
- 한국에서는 시험조사 시기에 6개월과 12개월의 기준기간을 고려하였는데, 이상의 세가지 이유와 여러 가지 사정을 감안하여 6개월의 기준기간이 적합한 것으로 판단하였음

IV. 워크샵 참가 소감

- 이번 EC-OECD공동 워크샵은 OECD의 데이터베이스 구축과 통합지표 개발이라는 차원에서 EU에서 먼저 구축된 기업전망 및 소비자전망에 대한 Hnarmozized Survey를 비EU지역에까지 확산시키려는 움직임에서 시작된 것으로
 - 이러한 조사를 담당하는 실무자들이 조사에서부터 분석에 이르기까지의 경험을 공유할 수 있었다는 점에서 향후 소비자전망조사의 개선작업에 큰 도움이 될 것으로 판단됨
 - Harmonization과 관련해서는 이제까지 고려하지 않았던 문항에 대해서 검토할 필요가 있으며, 또한 EU의 핵심 문항이면서 공표되지 않고 있는 항목(고용 및 물가)에 대해서도 공표여부를 검토할 필요가 있는 것으로 판단됨
- 특히 이러한 전망 조사 및 연구 분야에서 이제까지 경험을 공유하여 오고 있는 CIRET의 Conference에도 앞으로 적극 참여하여 보다 나은 기법들을 도입하고 배울 기회를 가지는 것이 바람직할 것으로 생각됨
- 아울러 한국에서 기업전망조사는 은행과 협회를 중심으로 13개 기관에서 매월 또는 매분기마다 실시되고 있는데
 - 조사방법과 조사대상업종이 다르기는 하나 일부는 대상업종이 중복되고 있고 조사결과가 상이한 방향으로 나타날 경우 경기동향 또는 경제예측시에 혼란을 초래할 가능성이 있으므로
 - EU의 Harmonized Survey System처럼 동일한 조사표로 또는 핵심 문항을 포함한 조사표로 각 기관이 특화된 업종별로 조사한 후 조사자료를 데이터베이스로 통합함으로써 통합된 기업전망지표를 작성하는 것이 바람직할 것으로 생각됨