

소비자전망지수의 유용성 검토

박 원 란¹⁾

요 약

경제적성과는 생산자, 소비자, 정부 등과 같은 경제주체들이 생산, 투자, 소비 등의 활동을 얼마나 유기적이며 효율적으로 잘 하느냐에 달려있고, 소비자전망조사는 경제주체 중 소비자의 향후 경기 및 소비에 대한 심리를 조사하고 이를 지수화하여 소비 및 경기 예측자료로 활용하는데 그 목적이 있다.

이렇게 작성된 소비자기대지수와 소비자평가지수는 서로 높은 상관관계를 가지고 움직이며, 이들의 차는 동행지수 순환변동치보다 3개월 정도 선행하는 것으로 나타났다.

또한 소비자기대지수는 계절성 검토결과 계절성이 있으며, 원계열보다 계절조정계열이 움직임이 뚜렷하며, 동행지수 순환변동치와 비교결과 선행성도 더 큰 것으로 나타났다. 이외에도 소비자기대지수는 소비관련 지표인 GDP 민간소비와 가계소비지출과도 서로 상관관계가 있는 것으로 나타나 정보변수로서의 유용성이 있는 것을 확인하였다.

주요용어 : 소비자전망지수, 소비자기대지수, 소비자평가지수

1. 서론

한 나라의 경제적 성과는 생산자와 소비자, 정부 등과 같은 경제주체들이 생산, 투자, 소비 등의 활동을 얼마나 유기적이며 효율적으로 잘 하느냐에 달려있다. 왜냐하면, 각 경제주체들은 욕망충족, 이익추구 등과 같이 경제활동의 목적이 서로 다를지라도 각각 독립적인 활동이 아니라 서로 종속적이면서 연쇄적인 활동을 하기 때문이다. 예를 들면 소비자의 소비활동이 활발하면 소비재를 생산하는 기업과 소비재 생산에 필요한 기계장치, 설비 등을 생산하는 기업 그리고 이들을 유통시키는 기업의 경제적 활동이 크게 신장되며, 이에 따라 정부의 조세수입도 증가하고, 또한 소비활동의 가장 근본이 되는 근로소득도 기업의 경제활동이 확대되면 증가할 것이며, 근로소득이 증가하면 소비자의 소비활동도 더욱 활발하게 될 것이다.

이 경제주체들은 자기 자신이나 다른 경제주체들의 현재와 미래 경제활동 정도나 성향을 가늠해 보면서 현재와 미래의 소비량이나 생산량 또는 판매목표 등을 결정한다. 그러나 각 경제주체들이 미래에 행할 경제활동의 정도나 예상 또는 기대되는 변화에 대해서는 계량적으로 측정하기는 어렵다. 왜냐하면 아직 경제활동이 실현되지도 않았을 뿐만 아니라 각 경제주체별로 인식하는 예상 또는 기대정도도 동일한 기준에 의해 이루어지는 것이 아니기 때문이다. 이러한 어려움에도 불구하고 제한적이거나 미래에 대한 경제지표를 작성하는 방법이 몇가지 있다.

첫째, 현재 또는 과거의 경제활동 패턴을 통계자료를 이용하여 모형화한 후 이 모형을 통해 향후 경제상태를 예측하는 방법이 있고, 둘째, 특정 경제활동에 앞서 일어나는 경제활동지표들을 수집하여 선행종합지수를 작성하는 방법이 있다.

1) 통계청, 대전 서구 둔산동 정부3청사 3동 1504호

셋째, 각 경제주체들에게 소비 또는 생산 등과 같은 경제활동에 대해 미래의 계획이나 전망을 조사하여 전망지표를 작성하는 방법이 있다.

전망조사는 조사대상에 따라 크게 가구조사와 기업조사로 구분된다. 가구를 대상으로 한 전망조사는 소비지출의 주체인 소비자들의 경제적 행동변화 또는 의식변화를 파악하기 위해 실시되며, 기업을 대상으로 한 전망조사는 기업활동의 실적, 계획을 파악하기 위해 실시된다.

가구조사는 소비자들의 소비지출에 대한 성향을 알 수 있을 뿐만 아니라 경제적 생활형편의 변화에서부터 물가와 경기흐름에 대한 판단에 이르기까지 경제일반에 대한 소비자의 의식을 파악할 수 있다. 경제주체로서 소비자의 의식 변화가 경제전체의 활동수준에 영향을 미칠 뿐만 아니라 경제활동에 대한 소비자들의 판단이 상당히 정확하다는 사실은 여러 조사분석 결과를 통해서 이미 확인된 바 있다.

그러나 이 방법은 각 경제부문 또는 경제주체별로 미래의 경제활동 수준을 가늠해 볼 수 있는 지표를 작성할 수 있는 장점이 있으나, 계량적으로 정확하게 예측할 수는 없으며 표본이 많을수록 조사비용이 커지는 단점이 있다.

소비자전망조사는 상기의 전망조사 중 가구조사로 민간소비의 주체인 소비자의 향후 소비 등에 대한 기대심리를 조사하여 소비부문의 동향을 사전에 파악하기 위한 조사이다.

본 논문에서는 이러한 전망조사를 거쳐 작성된 소비자전망지수와 실물 거시지표들과의 상관관계를 비교·분석하여 소비자전망지수가 얼마나 정보변수로서의 유용성을 가지고 있는지 검토하는 한편, 소비자기대지수의 계절성여부를 검토하고, 지수산출 및 해석상의 한계와 그 해결방안을 모색함으로써 향후 소비자전망조사의 발전을 도모하고자 한다.

2. 관련지표와의 비교·분석

2.1 소비자전망지수 개요가구를 대상으로 한 소비자전망조사는 1946년 미국 미시간대학에서 개발되어 현재는 미국, 일본, 독일, 프랑스 등 약 20개국에서 조사를 실시하고 있다.

우리나라도 삼성경제연구소가 1991년부터 1000명을 대상으로 분기별로 소비자태도조사를 실시하고 있으며, 1995년부터 한국은행 등에서도 소비자동향조사를 실시하고 있다.

통계청에서는 국민경제에서 가장 큰 비중을 차지하는 민간소비 부문의 동향을 파악하기 위하여 소비자전망조사를 1998년 12월부터 매월 전국의 2000가구에서 실시하고 있다. 조사항목은 경기, 생활형편, 소비지출 등 19개 항목이며 각 항목은 5개 응답등급으로 나누어 응답등급에 따라 가중치를 주고 이를 가중 평균하는 방식으로 경기기대지수 등 13개 개별지수가 작성되며 이 중 6개월후의 기대를 묻는 개별지수를 종합하여 소비자기대지수를 작성하고 현재를 6개월전과 비교하는 현재의 평가를 묻는 개별지수를 종합하여 소비자평가지수를 작성하고 있다.

2.2 소비자기대지수의 계절성검토

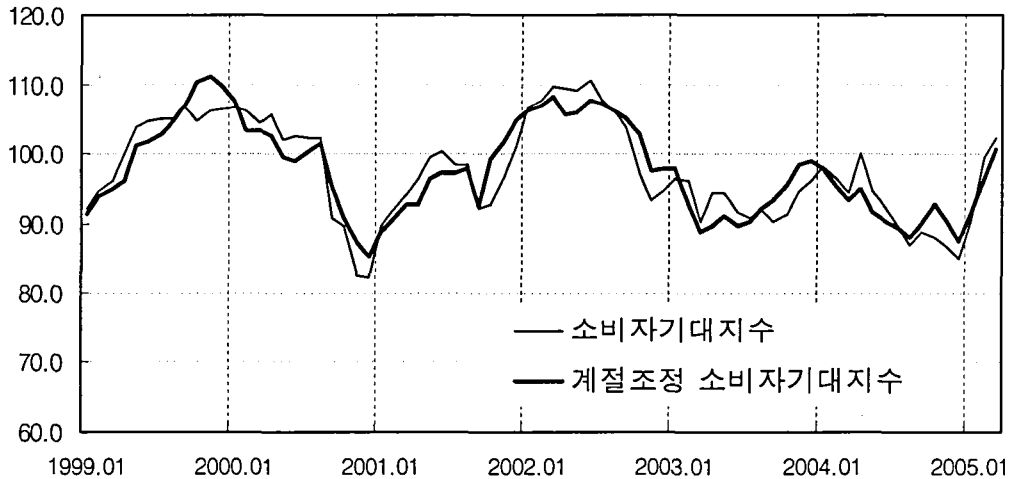
먼저 지수의 유용성 검토를 위하여 소비자기대지수의 계절성을 검토하였다. 소비자기대지수는 회귀분석결과 추석 및 설의 t값이 -4.02, 7.03으로 명절에 영향을 받는 것으로 나타나 이를 조정후 X-12 ARIMA방식으로 계절조정하였다. 산출된 계절조정계열은 Lothian과 Morry (1978)에 의하여 제안된 통계량인 $M_1 \sim M_{11}$ 및 Q-통계량 모두 1이하로 나타났으며, 스펙트럼분석결과 요일효과 및 계절효과가 효과적으로 제거되어 계절조정이 잘된 것으로 나타났다.

이렇게 산출된 계절조정계열의 유용성을 확인하기 위하여 관련지표와 움직임을 비교·분석하

고자 한다.

<u>Q</u> 원계열	<u>M1</u> 0.299	<u>M2</u> 0.174	<u>M3</u> 0.000	<u>M4</u> 0.717	<u>M5</u> 0.010
<u>M6</u> 0.088	<u>M7</u> 0.418	<u>M8</u> 0.690	<u>M9</u> 0.693	<u>M10</u> 0.611	<u>M11</u> 0.598

<표 1> 소비자자기대지수의 M-통계량 및 Q-통계량



<그림 1> 소비자자기대지수 원계열과 계절조정계열

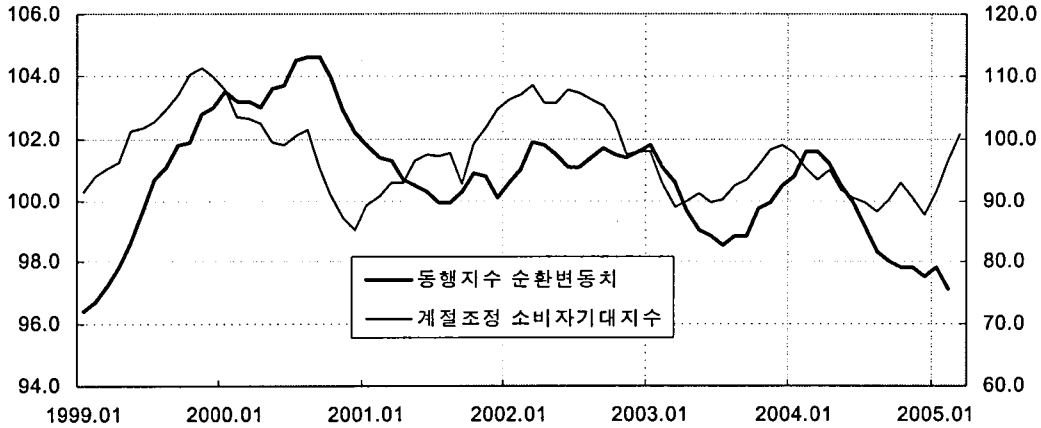
경기종합지수는 국민경제의 각 부문을 대표하고 경기대응성이 높은 각종 경제지표들을 선정 한 수 이를 가공 종합하여 매월 통계청에서 작성공표하고 있다. 경기종합지수는 다시 기준순환 일(경기전환점)에 대한 시차정도에 따라 선행, 동행, 후행 종합지수의 3개 군으로 구분되며 이 중 동행지수 순환변동치는 현재의 경기동향을 파악할 수 있는 자료이다.

소비자기대지수 원계열과 동행지수 순환변동치와 시차분석한 결과 두 자료의 상관계수는 0.3853으로 낮게 나타났으나, 계절조정계열과의 상관계수는 0.4322로 상관관계가 개선되었을 뿐 만아니라, 선행성 또한 원계열은 선행시차가 2개월이 가장높은 0.5027로 나타났으나, 계절조정계열은 3개월이 가장 높은 0.5746으로 나타나 계절조정계열이 원계열보다 선행시차도 좀더 큰 것으로 나타나 자료의 유용성이 좋은 것으로 나타났다.

	<u>t-1</u>	<u>t-2</u>	<u>t-3</u>	<u>t-4</u>	<u>t-5</u>
원계열	0.4929	0.5027	0.4831	0.4431	0.4124
계절조정계열	0.5404	0.5652	0.5746	0.5304	0.4727
	<u>t-6</u>	<u>t-7</u>	<u>t-3</u>	<u>t-9</u>	<u>t-10</u>
원계열	0.4082	0.3871	0.3609	0.3082	0.2232

계절조정계열	0.4221	0.3708	0.3329	0.2848	0.2144
--------	--------	--------	--------	--------	--------

<표 2> 원계열과 계절조정계열의 시차상관계수



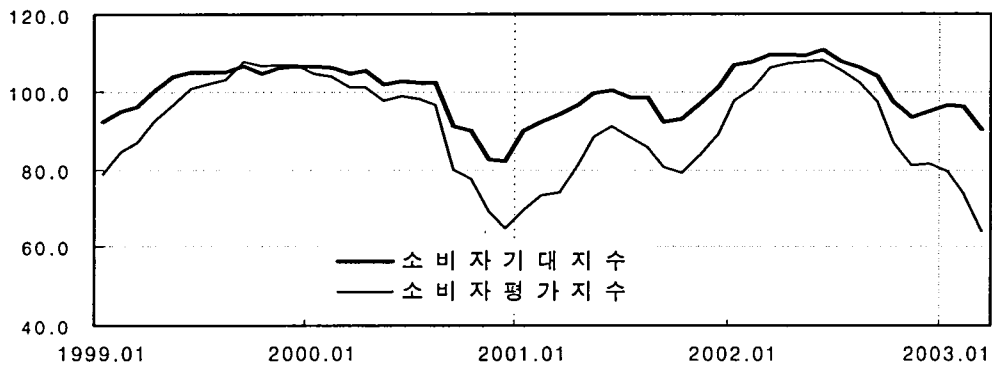
<그림 2> 동행지수 순환변동치와 계절조정 기대지수 추이

2.3 소비자대지수와 평가지수

6개월후의 소비자의 경기, 생활형편, 소비지출 등에 대한 기대의 종합지수인 소비자대지수와 현재의 경기 및 생활형편에 대한 평가지수의 종합지수인 소비자평가지수는 0.9124의 높은 상관계수를 가지고 있으나, 시차없이 동행하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 소비자평가지수와 소비자대지수의 차는 동행지수 순환변동치와 0.4890의 상관관계가 있으며, 3개월정도 선행하는 것으로 나타났다.

상관계수	t-1	t-2	t-3	t-4
0.9124	0.8591	0.7587	0.6412	0.5037
t-5	t-6	t-7	t-8	t-9
0.3667	0.2552	0.1354	0.0448	-0.0415

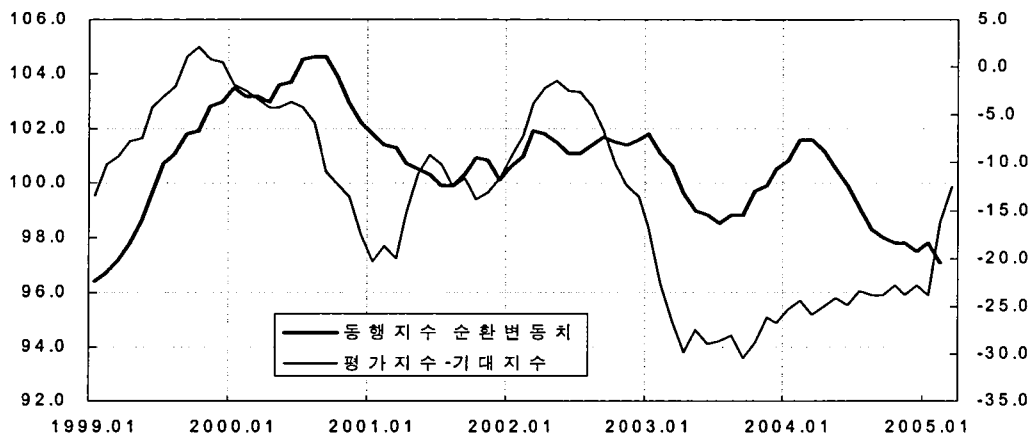
<표 3> 소비자대지수와 평가지수의 시차상관계수



<그림 3> 소비자기대지수와 소비자평가지수

상관계수	t-1	t-2	t-3	t-4
0.4890	0.5729	0.5918	0.5970	0.5798
t-5	t-6	t-7	t-8	t-9
0.5469	0.4979	0.4437	0.3836	0.3260

<표 4> 소비자평가지수-기대지수와 동행지수 순환변동치의 시차상관계수



<그림 4> 소비자평가지수와 기대지수의 차와 동행지수 순환변동치

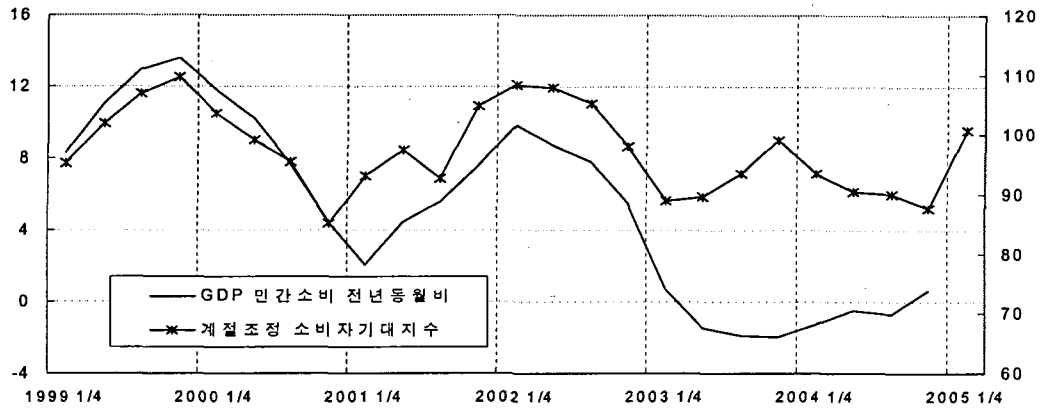
2.4 소비관련 지표와의 비교

GDP 민간소비와 소비자기대지수는 0.7544의 높은 상관관계를 가지고 있으며, 1분기까지는 상관관계수가 0.6718로 선행이 있는 것으로 나타났다.

t-0	t-1	t-2	t-3
0.7544	0.6718	0.3786	0.1170

<표 5> GDP 민간소비와 계절조정 소비자기대지수

소비자전망지수의 유용성 검토

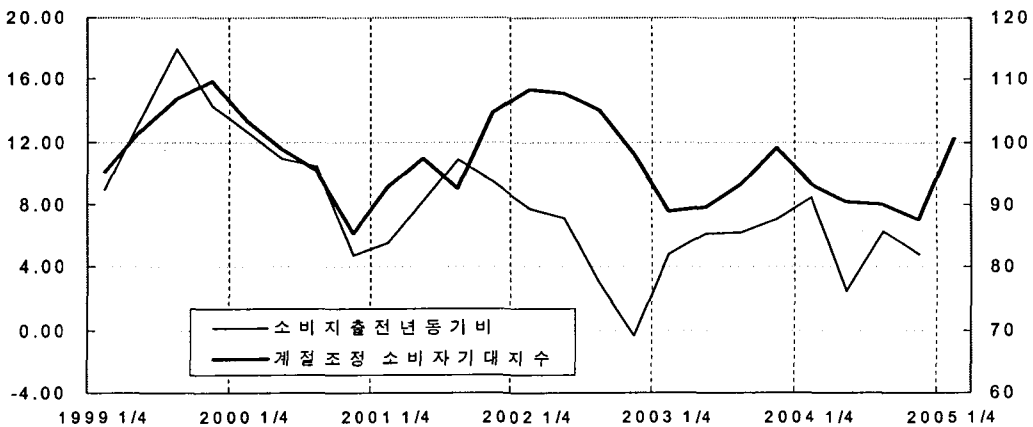


<그림 5> GDP 민간소비와 계절조정 소비자대지수 추이

도시가계소비지출과의 상관관계는 0.4975로 상관관계가 있는 것으로 나타났으나, 소비지출이 소비자대지수에 선행하는 성향이 더 강해 IMF 이후 소비지출이 경기하강시 경기에 선행하는 것으로 나타난다는 이금희(2001)의 내용을 확인하였다.

t-0	t-1	t-2	t-3
0.7544	0.6718	0.3786	0.1170

<표 6> 도시근로자 소비지출과 계절조정 소비자대지수



<그림 6> 도시근로자 소비지출과 계절조정 소비자대지수 추이

3. 결론

본 연구에서 통계청의 소비자전망지수의 움직임을 분석해본 결과 소비자대지수는 경기동행 지수 순환변동치, GDP 민간소비, 도시근로자 소비지출 등 경기관련 지표들과 일정한 상관관계를 가지고 있으며, 동행지수 순환변동치에는 3개월정도 선행하는 등 그 역할을 수행하고 있었으나, 소비자대지수가 도시근로자 소비지출에 오히려 후행하는 것으로 나타나 소비자가 소비

지출시 경기에 민감하게 반응하므로 소비지출부문의 선행성 확보를 위하여 조사방법에 대한 연구가 계속되어야 할 것이며, 시계열이 6년이상 누적되었고 소비자대지수의 계절성 검정결과 명절요인과 계절요인이 있으므로 정확한 경기진단을 위해 계절조정계열을 작성이 필요하다.

참고문헌

- 이궁희 (2001), “최근 민간소비변동의 특징과 시사점”, 보도자료, 한국은행.
- 이상호 (2001), “경기실사지수의 유용성 및 제고방안에 관한 연구”, 전경련, CER-2001-30, 전국경제인연합회.
- 이승희, 김현권 (2003), “미국 소비자신뢰지수의 유용성 논란과 시사점”, 한국은행 해외경제포커스 제2003-14호.
- 통계연수원 (1997), 「X-12-ARIMA의 계절조정방법」.
- 한국은행 (2000), 「“알기쉬운 경제지표해설”」.