

『소비자물가조사』

통계정보보고서

2023. 12.

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

작성일자: 2024.03.22.



◆ 보고서 개요 ◆

이 보고서는 소비자물가지수를 생산하기 위하여 통계청 물가동향과에서 수행하는 소비자물가 조사 업무를 설명한 것이다. 보고서의 작성목적은 조사의 배경, 연혁, 조사에서 사용되는 개념과 방법론 등에 대하여 심층적으로 알고자 하는 통계작성 담당자(통계 전문이용자, 품질진단자 또는 승인담당자)에게 통계과정 전반에 대한 포괄적이고 상세한 정보를 제공하는 것이다. 여기에는 통계작성 기획, 통계설계(조사표개발, 표본설계 등), 자료수집, 통계처리 및 분석, 통계공표·관리 및 이용자서비스, 통계기반 및 개선 등에 대한 설명이 수록되어 있다.)

I. 통계작성 기획

1. 통 계 명

- 소비자물가조사(승인번호 : 제101007호)

2. 통계작성기관/부서명

- 통계청/물가동향과

3. 법적근거

- 통계법 제17조(지정통계의 지정 및 지정취소) 및 제18조(통계작성의 승인)에 따른 지정통계
- 통계법 제26조(실지조사 등)에 따른 조사실시
- 통계법 제32조(통계응답자의 성실응답의무) 및 제33조(비밀의 보호)에 의거하여 응답의무가 있으며, 응답한 내용은 통계목적으로만 사용됨

4. 조사방법

- 표본조사
 - 소비재를 판매하는 전국의 모든 매장을 조사(전수조사)하는 것이 아니라, 표본으로 선정된 매장을 조사. 도시별 인구수, 매출액 등을 고려해 40개 도시를 선택 후 지리적 경계 및 상권 분포 등을 고려해 40개 도시를 155개 조사권역으로 세분화. 조사지역 상황을 잘 아는 조사담당자가 이용자 수, 인지도 등을 고려해 조사권역 내에서 모집단을 잘 대표할 수 있다고 판단되는 대상처를 선정(유의표본, Purposive selection)
- 조사담당자
 - 본청(물가동향과) 및 각 지방통계청(사무소)의 조사담당 공무원 및 공무원 근로자
- 자료수집방법
 - 조사대상처를 직접 방문하여 실시하는 면접조사를 원칙으로 하고 있으며, 조사품목의 특성에 따라 전화·팩스·인터넷조사 가능

- 전국적으로 단일가격이 형성되는 품목은 본청(물가동향과)에서 면접, 전화, 인터넷 등을 통해 중앙조사 실시
- 전자기기(태블릿)를 사용하여 가격조사와 동시에 입력

5. 조사 및 공표주기

○ 조사주기

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

○ 공표주기 : 월

6. 통계작성과정 개관

□ 경상 조사 일정

매월	내용
1일~10일	<ul style="list-style-type: none"> ▸ 소비자물가동향 보도자료 배포/브리핑 및 온라인(국가통계포털, https://kosis.kr) 자료 제공 ▸ 소비자물가지수 월보 발간 ▸ 농축 1순기 조사 및 내검 ▸ 조사대상처 및 조사규격 변경 처리 ▸ 조사규격 변경에 대한 심의회 개최
↓	
11일~20일	<ul style="list-style-type: none"> ▸ 농축 2순기 조사 및 내검 ▸ 공업제품 조사 및 내검 ▸ 공업제품 예비조사 예정품목 선정
↓	
21일~25일	<ul style="list-style-type: none"> ▸ 농축 3순기 조사 및 내검 ▸ 서비스 조사 및 내검 ▸ 중앙조사 가격 및 지수 변동처리 ▸ 품목별 심층분석 실시
↓	
26일~30일	<ul style="list-style-type: none"> ▸ 예비조사 품목 확정 및 예비조사 실시 ▸ 월별 집계 결과 검토 및 분석 ▸ 지수 확정 및 보도자료(안) 검토

□ 수시 추가 일정

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

7. 통계연혁

□ 최초 개발 시기

- 1936년 경성 상공회의소에서 처음 실시

□ 개발배경

- 국민의 소비생활에 관한 주요 지표인 소비자물가지수 작성을 위한 기초자료 제공

□ 주요 변경 및 개편 이력

- (1936년) 경성상공회의소에서 처음 실시
- (1945년) 한국은행의 전신인 조선은행으로 이관
- (1947년) 「서울소매물가지수」를 1936년 기준지수와 1945년 기준지수로 병행하여 작성·발표
- (1949년) 품목별 가중치를 처음으로 사용하여 1947년 기준 「전국소매물가지수」 발표
- 1955년 기준 「서울소비자물가지조사」부터 서비스요금 포함
- (1965년) 경제기획원 조사통계국으로 이관하여 전국의 주요 도시를 포함하는 「전 도시 소비자물가지수」 작성·공표
- (1990년) 조사통계국이 통계청으로 승격됨에 따라 통계청에서 소비자물가지조사 담당
- (1990년) 기본분류지수 외에 상품성질별지수, 신선식품지수 등 4가지 특수분류별지수 작성
- (1995년) 자가주거비용 포함(자기소유주택의 주거비용을 귀속임대료 방식으로 물가지수에 포함) 지수를 작성하여 보조지표로 활용
- (2000년) 일시적인 외부충격에 따른 물가변동분을 제외한 장기 기초물가인 농산물 및석유류 제외지수 작성
- (2005년) 기본분류체계를 국제분류기준인 COICOP 분류체계로 개편
- (2010년) 한국표준목적별 지출분류에 따라 기본분류체계를 개편하고, 품목성질별 분류에서도 전기·수도·가스를 별도로 분류, 가중치 모집단을 1인 이상 도시가구에서 1인 이상 전국가구(농어가제외)로 확대, 식료품 및 에너지 제외지수(OECD 방식) 작성, 481개 품목 조사
- (2012년) 지수의 현실 반영도를 높이기 위해 가중치 개편주기를 단축(2~3년)
- (2015년) 하위단계(품목) 지수 계산시 기하평균식 적용, 조사지역(38개 도시) 및 조사품목(460개) 조정
- (2017년) 가중치 기준연도 변경(2015년=>2017년), 계절농수산물의 미출회 기간 처리방법 개선 (이월=>대체)
 - * 이월 : 미 출회 기간 중의 지수를 출회기간의 마지막 달 지수와 동일하게 처리
 - ** 대체 : 계절품목을 제외한 실제 거래되는 계절 품목군 지수 변동률을 계절품목에 적용
- (2020년) 가중치(2017년) 및 지수(2015년) 기준연도를 모두 2020년으로 변경. 가중치 모집단을 1인 이상 농어가포함 전국가구로 확대
- (2022년) 가중치 기준연도 변경(2020년=>2022년), 근원물가지수의 수록 순서 변경(식료품및 에너지제외지수, 농산물및석유류제외지수 순)

8. 통계의 작성목적

□ 통계의 작성 목적

- 가구에서 일상생활을 영위하기 위해 구입하는 상품과 서비스의 평균적인 가격변동을 종합적으로 측정하여 정부의 정책 수립 및 평가, 사회보장수혜금 및 임금 조정, 실질금액 환산 등의 기초자료 제공

□ 주된 활용분야

- 거시경제지표로서 가구부문 전체의 물가상승(price inflation)에 대한 평균적인 측정값 제공
- 국민연금, 공무원연금 등의 사회보장수혜금(social security benefits)과 그 밖의 사회수혜금(social benefits), 그리고 임금을 조정하기 위해 사용
- 우리나라의 주요 경제지표*에서 현재의 금액을 과거 일정시점기준의 금액으로 환산하기 위한 디플레이터(deflator)로 활용
 - * 가계동향조사의 가계수지, 국민계정과 지역계정에서 가계의 최종소비지출, 소매판매액통계, 서비스업생산지수 등
- 가구부문만이 아닌 경제 전 부문에 대한 총체적인 물가상승(general inflation)을 모니터링 하는데 사용되기도 하고, 정부에서 공공요금을 조정하거나 재정정책 및 통화정책, 무역 및 환율정책을 수립하고 평가하는데 사용

□ 국내·외 관련 통계

- 우리나라 주요 물가지수 비교

구분	소비자물가지수	생산자물가지수	수출입물가지수
작성기관	통계청	한국은행	한국은행
작성대상	가계가 소비하는 상품 및 서비스의 가격수준	국내생산자가 국내시장에 출하하는 상품 및 서비스의 가격수준	수출 및 수입 상품의 가격수준
대상품목	458개 품목	894개 품목	수출 213개, 수입 237개 품목
품목 선정기준	가계동향조사 소비지출액의 1/10,000 이상인 품목	국내출하액의 1/10,000이상인 상품 및 1/2,000 이상인 서비스 품목	전체 수출액 및 수입액의 1/2,000 이상인 품목
지수 기준연도	2020년	2015년	2015년
조사가격	소비자 구입가격	기초가격	수출입 계약가격
지수 산식	라스파이레스식	로우식	로우식

- **(GDP deflator)** 명목GDP를 실질GDP로 나눈 값으로 실질 GDP의 추계에는 생산자물가, 소비자물가, 수출입물가, 임금, 환율 등 각종 가격지수를 종합적으로 이용
- **(HICP, harmonized index of consumer prices)** 유로 지역 국가들간의 비교가능성 제고를 위해 단일의 공통기준을 적용하여 작성한 소비자물가지수로 유럽중앙은행(ECB)의 통화정책 및 유로 편입을 위한 마스트리히트 조약에서 요구되는 물가 동조화 평가지표로 활용

9. 주요 이용자 및 용도

□ 주요 이용자 관리

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

□ 주요 이용자와 이용자 유형별 용도

- (기획재정부, 한국은행) 물가안정 정책 수립에 기초자료로 활용
 - 기획재정부의 물가안정 정책 수립 및 평가
 - 한국은행의 물가안정목표제 및 기준금리 결정
- (공무원연금, 국민연금 관리공단) 연금지급액 산정 등의 기초자료로 활용
- (교육부) 대학등록금 산정 기준 기초자료로 활용
- (농림축산식품부) 농축수산물가격 안정 정책에 기초자료로 활용
- (보건복지부) 최저생계비의 결정

10. 이용자 의견수렴

□ 의견수렴 유형 및 방법

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

II. 통계설계

1. 조사내용 및 조사표 설계

1-1 조사 항목

□ 조사항목 체계

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

□ 통계에 사용되는 주요 개념

- 가격 [Price]
 - 소비자가 상품, 서비스 구입 시 실제 지불하는 가격
- 지수 [Index number]
 - 어떤 현상에 대한 수준의 추이를 살펴거나 몇 개의 현상에 대한 추이를 서로 대비하기 위해 직접 측정할 수 없는 가격 및 수량의 변동을 기준시점의 값에 대한 상대값으로 나타낸 값
- 소비자물가지수 [Consumer price index : CPI]
 - 가구에서 일상생활을 영위하기 위하여 구입하는 상품과 서비스의 가격변동을 측정하기 위하여 작성하는 지수
- 기여도
 - 하위분류의 변동이 상위분류의 변동에 어느 정도의 영향을 주는지를 나타내는 수치이며, 단위는 「퍼센트 포인트(%p)」
- 전월(년)비
 - 금월(년)의 물가수준이 전월(년)에 비해 어느 정도 변동되었는가를 나타내는 지표
 - . $\text{전월(년)비}(\%) = \frac{\text{금월(년)지수} - \text{전월(년)지수}}{\text{전월(년)지수}} \times 100$
- 전년동월비
 - 금월의 물가수준이 전년도 같은 달에 비하여 어느 정도 변동되었는가를 나타내는 지표
 - . $\text{전년동월비}(\%) = \frac{\text{금월지수} - \text{전년동월지수}}{\text{전년동월지수}} \times 100$
- 전년누계비
 - 금월까지의 평균 물가수준이 전년도 같은 달까지의 평균 물가수준에 비하여 어느 정도 변동되었는가를 나타내는 지표

□ 주요 용어 개념

- 조사품목 : 소비자가 일상생활을 영위하기 위하여 구입하는 상품과 서비스 458개
- 조사규격
 - 가격변동을 보다 정확하게 측정하기 위하여 조사품목의 구체적인 크기, 모양, 중량, 상표 등의 품질규격에 따라 기본규격, 세부규격, 조사단위 등 지정
 - * 사례 : 기본규격(포장, 밀폐형 국산 콩두부), 세부규격(000 단단한 부침두부), 조사단위(1모, 300~380g)
 - 상품의 변동(생산중단, 포장 및 중량 등)에 따라 세부규격은 달라질 수 있음
- 조사품목(규격)별 가격
 - 품목별 지정된 조사규격에 대하여 소비자가 구입 시 실제 지불하는 가격을 조사
 - 하루 미만의 초단기 염가 세일가격, 제한된 사람만을 대상으로 한 가격차별, 폐업 혹은 재고 처리 성격의 특별 할인 행사가격 등은 조사 제외
- 조사권역
 - 조사권역: 도시 내 조사품목별 조사가격의 대표성을 높이기 위하여 조사지역을 지리적 특성(區경계, 洞경계, 지형지물 경계 등)에 따라 구분
 - 조사권역수는 선정된 도시의 인구를 기준으로 3개 ~ 13개 배정
 - (특별시·광역시) 100만~200만은 5개 권역, 200만 이상은 인구 100만명당 1개 권역 추가
 - (도내 일반시) 인구 50만 미만은 3개 권역, 50만 이상은 4개 권역
 - * 인구규모가 큰 경기도는 100만 미만은 3개 권역, 100만 이상은 4개 권역
 - 위 기준에 의해 2022년은 155개 조사권역을 선정
- 조사대상처
 - 조사권역 내 상권, 매출액 규모 등을 감안하여 그 지역의 가격을 대표할 수 있으며, 계속적으로 조사 가능한 대상처를 유의추출
 - 농축수산물 및 가공식품은 소매업체별(백화점, 대형마트, 슈퍼마켓, 전통시장 등) 구입액 비중에 비례하도록 조사품목의 대상처를 선정
 - 공산품과 서비스는 도시 내의 상권분포 등을 고려하여 그 지역의 가격 대표성을 높일 수 있도록 선정
 - 농축수산물 및 가공식품에 한해 대상처 유형조정을 실시하고 다른 품목은 유형조정을 실시하지 않으나, 가급적 도시 내 같은 유형의 대상처가 포함되지 않도록 유의
- 1개 권역에서 1개 품목 조사가 원칙이므로, 도시별로 소비자들이 가장 많이 이용하고 계속적인 조사가 가능하도록 선정
 - 단 해당 권역에 조사대상처가 없거나 대표성을 상실한 경우에는 도시 내 다른 권역에서 선정(예: 각종 학원비, 영화 관람료, 납입금, 골프장이용료 등)

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

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

□ 조사표

- 소비자물가조사는 판매가격만을 조사하며, 조사원이 휴대하고 있는 태블릿을 통해 현장에서 입력하므로 일반적인 조사표는 불필요. 다만, 통신망 문제 발생시를 대비해 비상 조사표를 구비

1-2 적용 분류체계

□ 통계의 수집과 집계에 적용하고 있는 분류체계 개요와 내용

- 목적별 개별 소비지출분류(COICOP-K) 사용
 - * Classification of Individual Consumption According to Purpose - Korea
- (개요) 가구에서 상품이나 서비스를 구입하는 품목의 사용 목적에 따라 분류하는 체계
- (내용) UN, OECD, ILO 등 국제기구에서 가계지출조사 및 소비자물가조사의 소비지출 분류를 위해 표준안으로 사용. 12개 하위분류로 구분

□ 국제기준 적용

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

지출목적별 부문		지출목적별 부문	
01	식료품 및 비주류음료	07	교 통
02	주류 및 담배	08	통 신
03	의류 및 신발	09	오락 및 문화
04	주택, 수도, 전기 및 연료	10	교 육
05	가정용품 및 가사서비스	11	음식 및 숙박
06	보 건	12	기타상품 및 서비스

1-3 조사표 구성

□ 조사표 항목 배열 검토

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

□ 조사표 항목(조사품목/규격) 변경 검토

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

1-4 조사표 설계 및 변경 절차

☐ 조사표 변경 일반 절차

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

1-5 조사표 변경이력

☐ 조사표 변경이력

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

2. 모집단 및 표본틀

2-1 목표모집단과 조사모집단

☐ 목표모집단의 정의

- 소비용 상품 및 서비스를 판매하는 국내 소매점 및 서비스업체

☐ 조사모집단의 정의

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

☐ 모집단 간의 차이

- 조사모집단은 시 지역에 한정되므로 군단위 지역이 제외되고는 있으나, 양 지역의 가격 변동 추이는 유사하므로(양 지역의 절대가격 차이는 소비자물가지수 작성시 중요하지 않음) 조사모집단이 목표모집단을 충실히 대표하고 있음

2-2 표본추출틀(표본조사)

☐ 표본추출틀로 사용되는 자료의 출처 및 사용 이유

- (조사 지역) 2020년 기준 인구주택총조사, 사업체조사(서비스업부문조사 포함) 결과
 - 인구주택총조사의 도시별 인구, 가구 수 현황 및 사업체 조사의 도시별 사업체 수, 매출액 현황 등을 반영해 조사지역 선정
- (품목) 2020년 기준 가계동향조사 세부 지출 내역, 유관 기관 및 협회의 내수 판매 현황 자료
 - 소비자가 일상생활을 영위하기 위하여 구입하는 상품과 서비스 지출 비중을 반영해 조사상품 결정

- **(조사 대상처 유형)** 서비스업동향조사, 농식품소비자 패널조사의 식품 구입처 현황 자료 등
- 백화점, 대형마트, 편의점, 전통시장 등 식료품 조사대상처 비중 조정
- **(집세 조사)** 2020년 기준 인구주택총조사 결과
- 인구주택총조사는 인구, 가구 부문에 대한 전수조사로 가구 주거유형별 조사 대상처 선정

□ 표본추출틀 갱신 과정, 내용, 주기 등

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

□ 주기적 개편 절차 및 내용

- **(개편 주기)** 5년(조사지역, 품목), 2~3년(조사대상처 유형 및 선정)
- **(개편 절차)** 개편 기준년(T년) 1년 전에 조사도시, 품목 조정안 마련 후 기준년부터 시험조사 실시. 시험조사 실시결과 등을 바탕으로 외부 전문가 회의 및 국가통계위원회 심의를 거쳐 확정

□ 표본추출틀 한계 관련 검토 및 조치 결과

- 소비자물가조사 대상 품목 및 조사 상품별 사업체 목록을 구비하기 어려운 관계로 국제 권고안에서도 인정하고 있는 유의 표본추출법을 사용
- 그러나 백화점, 대형마트, 전통시장, 기타소매점 등 대상처의 유형별 구조를 반영하기 위해 품목별 조사대상처의 유형 비중을 반영하여 표본 선정

3. 표본설계 및 관리(표본조사)

3-1 표본설계 방법 및 결과

□ 표본설계방법 및 과정

- 유의표본추출 방식을 사용하며 표본조사의 정도 및 효율성 제고를 위해 조사도시, 조사권역 및 조사대상처 선정기준 등의 기본틀을 활용
- **(조사도시)** 군부지역을 제외하고, 전국의 40개 주요 도시를 가구수 및 지역상권의 분포 고려
- **(조사권역)** 도시내 조사품목별 조사가격의 대표성을 높이기 위하여 조사지역을 지리적 특성(區경계, 洞경계, 지형지물 경계 등)에 따라 구분하여 관리
- **(대표품목)** 2020년의 가계동향조사 결과 월평균 소비지출액이 총소비지출액(가중치모집단)의 1/10,000 이상이 되는 항목 중 해당 항목의 상품군의 가격을 대표할 수 있고, 시장에서 가격 조사를 지속적으로 수행할 수 있는 상품을 조사품목으로 선정
- 하나의 조사품목이 해당 지출항목을 대표하기 어려운 경우에는 2개 이상의 조사품목을 채택

- (조사대상처) 조사권역 내에서 상권, 매출액 규모 등을 감안하여, 해당 지역의 가격 대표성을 높일 수 있도록 유의 추출하여 선정하되 농축수산물 및 가공식품은 소매업태별(백화점, 대형마트, 슈퍼마켓, 전통시장 등) 구입액의 비중에 비례하도록 조사품목의 대상처를 선정

< 대상처 유형의 특징과 분류 기준 >

대상처 유형	코드	정 의	비고
백화점	1	다양한 상품판매시설과 소비자편익시설이 설치된 매장면적 3,000㎡ 이상 대형종합소매점 (예시) 롯데백화점00점, 신세계백화점00점 등	
대형마트	2	백화점을 제외한 매장면적 3,000㎡ 이상인 기타대형종합소매점 (예시) 이마트00점, 홈플러스00점, 하나로클럽00점 등	
슈퍼마켓	3	백화점 및 대형마트를 제외한 종합소매점 * 전통시장내 위치한 슈퍼마켓은 제외 <ul style="list-style-type: none"> 기업형(SSM) : 하나로마트00점, 이마트에브리데이00점, 홈플러스익스프레스00점, GS슈퍼마켓00점 등 체인화된 대형슈퍼마켓 : 탑마트(서원유통), 굿모닝마트(CS유통), 하모니마트(CS유통), SM마트(SM유통), FRESH마켓(SM유통), 바다마트(수협중앙회), 한라마트(한라M&D) 등 소형슈퍼 및 동네가게 	165㎡(50평)이하 소형슈퍼마켓 포함
편의점	4	24시간 판매하는 체인화된 편의점 (예시) CU, GS25, 세븐일레븐 등	
전통시장 내 소매점	5	전통시장 권역내에 위치한 각종 소매업체(슈퍼마켓포함) (예시) 양곡가게, 채소가게, 정육점, 생선가게 등	
기타	6	위의 1~5번을 제외한 전문소매점 및 서비스업체 <ul style="list-style-type: none"> 농축수산물 및 가공식품 : 전통시장 권역 외 야채·과일가게, 정육점 등 가공식품 외 공업제품 : 약국, 전자제품(대리)점 등 전문소매점 서비스 : 음식점, 이발소, 미용실 등 서비스제공 업체 	

< 품목성질별 구체적인 대상처 선정 기준 >

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

3-2 표본관리

□ 표본 내 변동 발생 시 수정·보완 방법

○ (조사대상처 변경 사유)

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

○ (조사대상처 변경 신청)

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

○ (조사규격 변경 사유) 조사품목이 생산중단 등으로 구매가 불가능해지거나 출회가 적어 대표성을 상실하는 등 조사규격으로서 부적합해진 경우 조사담당자는 기존 조사규격을 새로운 조사규격으로 변경신청

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

Ⅲ. 자료수집

1. 조사방법

□ 조사방법

- 조사담당자
 - 본청(물가동향과)
 - 각 지방통계청(사무소)의 조사담당 공무원 및 공무원 근로자
- 자료수집방법
 - 조사대상처를 직접 방문하여 실시하는 면접조사를 원칙으로 하되, 조사품목의 특성에 따라 전화·팩스·인터넷조사 허용
 - 전국적으로 단일가격이 형성되는 품목은 통계청 물가동향과에서 면접, 전화, 인터넷 등을 통해 중앙조사 실시

□ 조사과정

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

2. 조사원

2-1 조사원 채용 및 처우

□ 물가조사 조사원

- 소비자물가조사 담당 공무원 또는 공무원 근로자

□ 자격 요건 및 급여수준 등

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

□ 우수 조사원 관리

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

2-2 조사원 교육훈련

□ 조사원 정규 교육 실시

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

□ 조사원 수시 교육 실시

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

□ 신규 담당자 대상 교육 실시(사이버 교육 사전 이수 의무화)

- (현장조사 운영지침 제12조) 지방통계(지)청장은 조사행정팀장, 조사팀장, 조사별 총괄자를 활용하여 현장조사 담당자를 대상으로 다음 각 호에 해당하는 교육을 연 1회 이상 실시하여야 한다.
 - 현장조사 담당자가 통계조사를 신규 담당하게 되는 경우 현장조사 수행 전 통계조사기법 및 해당 조사지침서에 대한 교육
- 소비자물가조사(사이버) 교육 이수 인원 : 총 175명(2023년 1월 ~ 12월)
 - 사이버교육시 평가점수 60점 초과시에만 수료 처리됨

□ 조사원의 비밀보호 의무

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

2-3 조사원 업무량

□ 조사대상처

- 소비자물가(지방)조사 대상처 총 26,000여 개, 조사담당자 155명

□ 대상처 변경 등에 따른 소요시간

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

3. 조사 실시

3-1 조사업무 흐름도

매월	단계별 수행사항
1일 ~ 10일	<ul style="list-style-type: none"> · 소비자물가동향 보도자료 배포.브리핑 및 홈페이지 공표 · 소비자물가지수 월보 발간 · 농축 1순기 조사 및 내검 <ul style="list-style-type: none"> - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 · 조사대상처 및 조사규격 변경 처리 <ul style="list-style-type: none"> - 지방청 변동보고 요청에 대한 검토 및 지수 처리 · 조사규격 변경에 대한 심의회 개최 <ul style="list-style-type: none"> - 예비조사 품목에 대한 품질조정 방법 및 지수처리 방법 결정
11일 ~ 20일	<ul style="list-style-type: none"> · 농축 2순기 조사 및 내검 <ul style="list-style-type: none"> - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 · 공업제품 조사 및 내검 <ul style="list-style-type: none"> - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 · 공업제품 예비조사 예정 품목 선정 <ul style="list-style-type: none"> - 조사율, 제품의 생멸 등 검토 후 익월 예비조사 예정 품목 선정
21일 ~ 25일	<ul style="list-style-type: none"> · 농축 3순기 조사 및 내검 <ul style="list-style-type: none"> - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 · 서비스 조사 및 내검 <ul style="list-style-type: none"> - 도시별 품목별 가격 수준 검토 및 지방청 질의조회 · 중앙조사 가격 및 지수 변동처리 <ul style="list-style-type: none"> - 조사규격 변경 시 심의회를 통해 품질조정 방법 및 지수처리 방법 결정 · 품목별 심층분석 실시 <ul style="list-style-type: none"> - 미출회.장기 가격무변동.전국지수와 편차가 큰 품목 및 도시에 대한 시계열 자료 검토, 등락요인 분석
26일 ~ 30일	<ul style="list-style-type: none"> · 예비조사 품목 확정 및 예비조사 실시 <ul style="list-style-type: none"> - 제조사 문의, 상품판매처 방문 등을 통한 조사상품 확정 - 지방청 예비조사 실시, 본청 내용검토 결과 지방청 질의조회 · 월별 집계 결과 검토 <ul style="list-style-type: none"> - 담당 품목에 대한 지수 수준 검토 · 지수 확정 및 보도자료(안) 검토

3-2 조사준비 및 준비조사

□ 조사홍보 및 응답자 사전 통지

- (조사 대상의 계속성) 매월 동일한 조사대상처의 동일 품목에 대해 조사하므로, 전월 조사된 사업체의 경우 조사 홍보의 필요성이 낮으나 신규조사대상 사업체이거나 조사 불응 사업체의 경우 홍보 및 조사협조 유도
 - 조사 대상처 장기 휴업 및 조사상품 취급 중단 등으로 대상처 변경이 필요한 경우 신규 대상처를 물색하여 실제 변경시점 1~2개월 전에 향후 조사대상처 포함 예정 등을 고지. 조사 홍보 및 협조 부탁. 가격 시계열 기초자료 수집을 위해 가격조사 사전 실시(예비조사)
- 소비자물가조사 신규 대상처 및 불응사업체 설득을 위한 협조공문 작성 및 배부(매년 1월)
- 통계조사 리플릿 제작·배포(매년 11월)
 - 통계조사의 목적, 필요성, 활용분야 등을 포함한 리플릿 제작, 배포

□ 조사구 확인 및 조사명부 보완

- 소비자물가조사는 가구수 및 지역상권 분포 등을 고려하여 40개 도시를 선정 후 도시 내 조사지역을 지리적 특성에 따라 3개 ~ 13개의 조사권역으로 세분
- (조사구 확인) 조사권역 담당 조사원이 상권, 매출액 등을 감안하여 그 지역의 가격을 대표할 수 있으며, 계속적인 조사가 가능한 대상처를 조사권역 내에서 유의 추출하되,
 - 농축수산물 및 가공식품은 소매업태별(백화점, 대형마트, 슈퍼마켓, 전통시장 등) 구입액 비중에 비례하도록 조사품목의 대상처를 선정
- (조사명부 보완) 조사명부 변경 및 보완필요 사항이 발생한 경우 조사담당자는 「소비자 물가조사나라통계시스템」을 통해 변경 신청
 - 조사대상처의 폐업, 업종변경 등으로 대상처 변경이 필요한 경우 조사권역내 소매업태별 기준을 준수하여 신규 조사대상처를 선정한 후 변경 신청
 - 조사품목이 생산중단 등으로 구매가 불가능해지거나 출회가 적어 대표성을 상실하는 등 조사규격으로서 부적합해진 경우 변경 신청

3-3 조사항목별 조사 방법

□ 조사 방법

① 조사가격의 개념

- 실제거래가격 조사
- 조사담당자는 반드시 지정된 조사대상처에서 소비자들이 조사규격에 해당하는 상품과 서비스를 직접 구입 또는 이용하면서 지급하는 가격, 즉 실제거래가격(세금 포함)을 조사
- 외식비, 학원비 등 개인서비스요금은 소비자가 실제 지출하는 실제거래(또는 납부) 요금을 기준으로 조사하여야 하므로 행정지도가격 또는 신고가격으로 조사되는 사례가 없도록 주의

- 비정상적인 가격은 조사에서 제외
 - 천재지변 등에 의한 일시적인 비정상 가격
 - 외상이나 할부판매 또는 대량거래 가격 등

② 상시 또는 정기 할인가격

- 할인/염매/특별공급 가격¹⁾(discounted/sale/special offer price) 중 가격조사에 포함되는 경우
 - 불특정 다수의 소비자가 조건 없이 일반적으로 할인 또는 염매, 특별공급가격으로 구입(또는 이용)할 수 있는 경우
 - 조사품목이 조사지정일을 포함하여 일정기간(농축수산물 1일, 공업제품 및 서비스 품목 7일) 이상 할인 또는 염매, 특별공급가격으로 판매 또는 제공하는 경우 할인된 가격을 반영
- 가격할인권 : 조사에 미반영
 - 가격할인은 미래의 구매에 대한 것으로서 소비자들이 원하지 않거나 사용하지 않을 수 있으므로 가격조사 제외
 - 매장내 비치된 즉석쿠폰은 기획의도가 광고 및 가격 민감 소비자층 대상 마케팅임을 감안해 일반할인가격으로 보지 않고 가격조사 제외
- 보상판매 가격 : 조사에 미반영
 - 신제품 구입대금의 일부로 중고품을 내놓는 보상판매는 관습상 본질적으로 중고품과 업체에서 상품을 사고파는 데 드는 서비스 요금간의 “거래” 등으로 간주할 수 있으므로 가격조사 제외
- 폐업 또는 품질 직전 할인하는 경우
 - 할인가격으로 처리하지 말고 품질로 처리함
 - 폐업이나 품질 확인이 어려운 상태에서 할인가격 반영 후, 2개월 이상이 되면 정상가격으로 환원처리 하고 물가동향과 협의 후 대상처 변경 처리

③ 조사단위 환산품목 가격 처리방법

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

④ 계절품목 가격 처리방법(공업제품)

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

1) 국제노동기구(ILO) 및 선진국에서는 할인가격(discounted price)과 염매/특별공급가격(sale/special offer price)을 구분하고 있으나 우리나라는 의미상 큰 구분 없이 할인행사 또는 세일, 바겐세일 등으로 통용하여 사용하고 있으므로 본 지침서에서도 구분하지 않고 통용하여 사용하고자 함

⑤ 품질품목 가격 처리방법

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

⑥ 기타 유의사항

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

□ 조사표에 첨부된 작성 유의사항

【작성시 유의사항】	
<p>■ 농축수산물 : 초순 중순, 하순별로 조사</p> <p>1. 곡물</p> <ul style="list-style-type: none"> 지정된 단위로 조사하고 지정된 단위로 조사가 불가능한 경우에는 가장 근접한 단위를 조사하여 단위 및 가격을 입력 콩의 경우는 굵기에 따라 가격차이가 심하므로 동일한 굵기를 유지 <p>2. 생육</p> <ul style="list-style-type: none"> 육류의 가격조사시 등급제도(등급별, 부위별 판매)와 적절한 대상처의 선정 및 관리가 매우 중요 조사대상처의 판매방법 및 형태를 정확히 파악, 일관성 있는 조사가 이루어 질 수 있도록 유의 <p>3. 선어깨</p> <ul style="list-style-type: none"> 생선은 종류 및 산지(국내산, 수입산), 길이, 신선도, 중량, 보관상태(냉동, 생물 등)에 따라 가격차이가 있으며 지역간에도 가격차이가 심하므로 항상 조사규격(길이, 중량, 쪽 및 두께 등)에 유의 생선의 상태가 냉동인지 생물인지 등 규격기록부에 언급되지 않은 부분에 대해서도 일관성 있게 조사될 수 있도록 하여야 하며, 변경 시에는 물가동향과에 변동보고 전장기준으로 조사하나 갈치, 오징어는 체장기준 조사 <ul style="list-style-type: none"> - 전장 : 머리 끝 ~ 꼬리지느러미 끝 - 체장 : 머리 끝 ~ 잘룩한 부분 <p>4. 채 소</p> <ul style="list-style-type: none"> 채소류는 신선도 및 품종, 조사시점 등에 따라 가격차이가 심하므로, 그 지역에서 많이 출회되는 것을 지정하여 조사 (구체적인 세부규격내역은 각 지방청이나 사무소에서 자체적으로 관리) 특히 신규로 출회되는 품목은 품질이 현재 조사규격과 유사한지 확인하고 그 출회량을 감안하여 조사 	
<p>■ 공업제품 : 중순에 조사</p> <p>1. 가구집기 및 가사용품</p> <ul style="list-style-type: none"> 소비자의 소비성향이 고급화 추세로 변화함에 따라 다양한 규격이 생산·판매되고 있으며, 조사대상 규격의 생산·판매기간 (life-cycle)도 짧음 조사품목의 규격을 정확히 숙지하여 조사할 때마다 제품이 실제 있는지 직접 확인한 후에 조사 조사품목의 생산중단, 취급중단 등 변동사항 발생 시 즉시 물가동향과로 보고 <p>2. 일반 가전제품</p> <ul style="list-style-type: none"> 매년 모델번호가 변경되어 생산, 출고되고 있으므로 용량, 모양, 기능 등에 항상 유의하여 지정규격을 조사하고, 미출회 시에는 즉시 물가동향과(품목담당자)에 보고하여 적기에 규격을 대체할 수 있도록 함 유통경로(전문대리점, 백화점, 대형마트 등)에 따라 모델번호를 달리하여 판매하고 있는 경우가 있으므로 가격조사 시 모델 번호를 확인하여 착오가 없도록 주의 각 판매처에서 수시로 배포되는 제품 카달로그를 수집하여 조사시 참고 신제품 구입대금의 일부로 중고품을 내놓는 보상판매는 가격조사에서 제외 <p>※ 단, 석유류는 초순, 중순, 하순별로 조사</p>	
<p>■ 서비스 : 하순에 조사</p> <p>1. 외식</p> <ul style="list-style-type: none"> 외식의 조사대상처를 선정할 때는 사람들이 많이 이용하는 대상처를 선정하고 너무 고급스럽거나 협소한 곳은 제외 조사대상처 변경시 대체하는 대상처의 가격변동 현황(최근 1년간)을 반드시 파악하여 변동보고서의 변동사유란에 기재 <ul style="list-style-type: none"> - 지방자치단체의 지도로 인하여 조사대상처만 가격이 변동될 경우 물가동향과에 그 상황을 보고하고 대표성이 있는 다른 대상처로 변경을 검토 도시 내에서 같은 품목의 조사대상처로 같은 체인점이 중복 선정되지 않도록 하여야 함 <p>2. 공공 서비스</p> <ul style="list-style-type: none"> 상수도료, 도시가스료, 쓰레기봉투료 등 공공요금에 대해서는 정확한 변동가격과 시점이 중요하므로 반드시 매월 확인 <ul style="list-style-type: none"> - 가격산출방법이 다소 복잡하므로 이를 위한 증빙서류(고지서 및 영수증 등)는 필히 확보하고 물가동향과에 송부 <p>3. 개인서비스 품목</p> <ul style="list-style-type: none"> 놀이시설이용료, 미싱집문송료 등은 성수기·비수기에 따라 요금차이가 있을 수 있으므로 유의하여 조사 외식비, 학원비 등 개인서비스요금은 소비자가 실제 지출하는 실제거래(또는 납부) 요금을 기준으로 조사하여야 하므로 행정지도가격 또는 신고가격으로 조사되는 사례가 없도록 주의 <p>※ 단, 집세는 초순에 조사</p>	

3-4 현장조사 관리

□ 현장조사 관리 체계 및 방법

- (도시별 총괄자) 소비자물가조사 40개 도시별 총괄자 1명 지정
 - 도시별 권역수에 따라 조사담당자 3~13명 관리
 - 인사이동에 따른 신규 조사담당자 자체 교육, 대상처 및 조사규격 변경 자체 검토 등 실시
- (지방청별 총괄자) 5개 지방청별 내검 총괄자 1명 지정
 - 지방청 가격 자료 내검(월 5회) 및 내검(수준 분석 및 비교검증) 등을 실시한 후 결과 보고

□ 현장조사 파라미터 수집

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

□ 실사지도

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

3-5 조사 질의응답 체계

□ 조사원 조사 관련 질의응답 체계 및 운영방법

- (조사원) 문의 및 특이사항 발생시 품목 담당자와 통화를 통해 조사 애로사항 해결
- (품목 담당자) 조사결과 검토 시 확인 필요사항이 발생할 경우 내부 업무망을 통해 서면 질의 및 답변 제출

□ 주요 질의 응답 · 오류사례 추적 및 관리 방법

- 조사지침서 부록에 약 40개의 주요 사례별 처리방법을 명시하고 있음

< 주요 사례별 처리방법 >

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

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

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

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

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

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

사례 4: 조사대상처를 대체하면서 조사규격이 변경되었을 경우 변경보고 방법은?

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

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

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

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

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

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

사례 7: 보합품목일 경우 보합기간에 출회되었다면 조사를 해야 하는가?

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

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

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

사례 9: 고등어와 마늘 등의 수입산 조사가 가능한지?

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

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

사례 10: 수입포도 조사에서 유의사항

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

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

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

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

⇒ 원칙적으로 묶음 단위 변경에 따른 가격변동은 반영하지 않으므로, 묶음 변경 시 변경 보고 처리후 가격 반영해야함

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

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

사례 14: 공업제품 계절품목의 경우 보합기간 중 가격조사 방법은?

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

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

⇒ 할인쿠폰은 원칙적으로 적용하지 않음

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

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

사례 17: 치킨, 스테이크, 스파게티 등 외식비 조사시 도시내 동일 계열의 체인점으로 조사가 가능한가?

⇒ 패밀리 레스토랑, 커피전문점 등 동일 계열의 체인점은 가격흐름이 유사하기 때문에 권역별 대상처 선정시 중복되지 않도록 해야함(산후조리원이용료, 외국어학원비도 동 지침 준용)

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

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

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

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

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

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

4. 응답자 및 무응답 대처

4-1 응답자

□ 적격 응답자의 지위 및 지정 이유

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

4-2 기억응답

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

4-3 무응답 대처

□ 조사 불응 등에 대한 대처

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

□ 조사대상처 변경시 유의 사항

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

□ 결측치 및 무응답 처리

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

4-4 표본대체

□ 단위무응답(불응, 부재 등)에 따른 표본대체 허용 여부

- 조사 불응, 부재 등 발생시 조사담당자는 조사권역내 소매업태별 기준을 준수하여 신규 조사 대상처를 선정한 후 「소비자물가조사나라통계시스템」에 변경 신청
- (변경 신청 및 처리 기간)

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

□ 표본대체시점에 발생한 가격변동 처리 방법

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

5. 사후조사

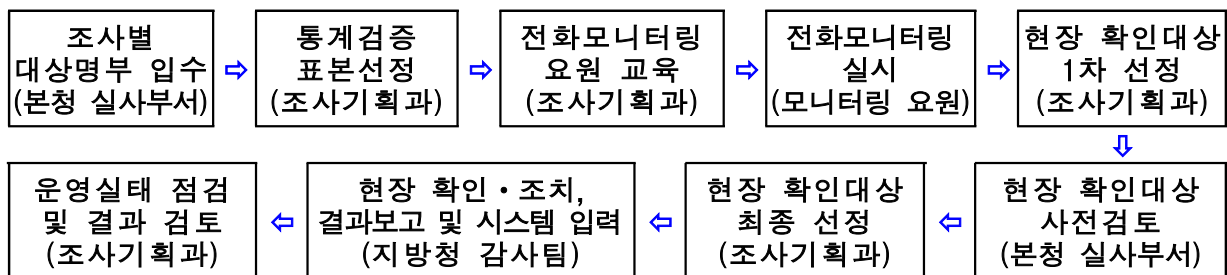
□ 사후조사, 모니터링 실시 여부

- 연 1회 실시

현장조사운영지침 제30조(통계청 훈령 제639호)

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

- 추진체계



□ 2023년 사후조사(모니터링) 결과

- 모니터링 주체 : 통계청 조사기획과에서 위탁 계약 체결한 별도 용역업체
- 기간 : 2023년 4월
- 방법 : 전화 질의 및 현지 확인
- 검증 표본 수 : 749건
- 오류 확인 수 : 확인된 오류건수는 0건으로 나타나 정확도 100.0% 기록

6. 행정자료 활용 목적 및 내용

□ 행정자료 활용

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

< 주요 행정자료 활용 현황 >

행정자료명	제공기관	활용 목적	활용 내역
유류 판매가격	한국석유공사	가격조사 대체	조사대상처 방문조사 대체(휘발유, 경유, 등유, 자동차용 LPG, 취사용LPG)
요양급여 청구액	건강보험심사평가원	품목 가중치	보건서비스의 품목별 가중치 작성에 활용
전기요금 부과 가구수	한국전력공사	산출	전기료 품목의 가중치 작성에 활용

- 한국석유공사의 유류 판매가격 자료를 이용해 석유류 관련 5개 품목의 가격조사를 대체
- 요양급여 청구액 및 전기요금 부과 가구 수 자료를 이용해 관련 품목의 가중치(지출액) 산출

Ⅳ. 통계처리 및 분석

1. 행정자료의 매칭방법

- (유류 판매 가격) 주소, 사업체명, 유종을 매칭코드로 활용해 해당 조사지역(도시)의 유종별 판매가격을 대체
- (전기요금 부과 가구 수) 전국 평균 자료를 산출하면 되므로 별도 매칭 작업 불필요
- (요양급여 청구액) 급여항목 정보를 활용해 관련 소비자물가조사 품목과 연계

2. 행정자료의 보완

- 미공표 행정자료를 이용하는 것이 아니라, 공표된 자료의 평균 및 합계값 등을 사용하는 것이므로 별도 점검 및 보완작업은 불필요

3. 자료코딩

☐ 458개 조사대상 품목 부호화

- 지출목적별 분류(COICOP)체계에 따라 품목 코드 부여
< 품목 코드 부여 사례 >

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

4. 자료입력

☐ 조사자료 입력 방법

- 조사원에게 지급된 태블릿을 활용해 조사와 동시에 조사대상처 정보 및 조사가격을 입력 (개별 부여된 사용자 ID와 PW 사용해 시스템 로그인)

☐ 오류 점검

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

□ 입력 시스템 사용자 교육

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

5. 자료내검

□ 오류자료 처리 방법

- (3단계 확인) 조사된 가격자료의 정확성 점검은 크게 3단계에 걸쳐 진행된다
- (가격 입력 단계) 조사원이 조사가격을 태블릿 입력시 전산 내검 자동 실시. 오류 발생시 조사원이 현장에서 재확인 후 정정(개별 가격 자료 점검)
- (지방청 내검 단계) 사무소, 지방청별 조사관리자가 조사원 자료 입력 후 생성된 해당 도시의 품목 지수 변동률을 기초로 특이값에 대한 정확성 점검 실시(도시의 시계열 수준 분석)
- (본청 내검 단계) 전국수준 및 도시별 품목지수 변동률을 기초로 도시간 품목지수 변동률 차이 타당성 점검(도시간 횡단면 수준 분석)

□ 조사현장 내검 주요 체크 리스트

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

- 유형별(논리/범위) 주요 전산 내검 내용

유형	코드	내검 내용
논리	PR_E001	해당년월에 인접도시설정 품목이 아니면서, 대상처가 없는데 가격이 입력된 경우
논리	PR_E002	대상처가 있는데 가격이 0인경우(전세, 월세, 납입금 품목 제외)
논리	PR_E003	대상처가 있는데, 등락코드가 입력되지 않은 경우
논리	PR_E004	대상처 연결 품목 중 전순기에 비해 가격이 인상되었는데, 인상관련 코드
논리	PR_E005	대상처 연결 품목 중 전순기에 비해 가격이 인하되었는데, 인하관련 코드
논리	PR_E006	대상처 연결 품목 중 전순기와 가격이 동일한데, 포함관련 코드가 아닌경우

유형	코드	내검 내용
논리	PR_E007	대상처 연결 품목 중 해당년월에 변경보고 또는 예비조사 승인 처리되었는데, 변경보고 관련 코드 또는 미출회 코드가 입력되지 않은 경우
논리	PR_E008	대상처 연결 품목 중 해당년월에 변경보고 또는 예비조사에서 신규 추가되었는데, 품목추가 코드가 아닌 경우
논리	PR_E009	대상처 연결 품목 중 해당년월에 변경보고 또는 예비조사가 처리된 적 없는데, 변경보고 관련 코드 코드가 입력된 경우
범위	PR_E010	변경보고(대상처 또는 규격) 또는 예비조사 가격과 차이나는 경우
범위	PR_E011	변경보고(대상처 또는 규격) 가격과 차이가 있으면서, 전순기와 가격이 동일한 경우
논리	PR_E012	전순기 세일관련코드가 있었는데, 이번 순기 세일관련코드 또는 변경 관련 코드 관련이 아닌 경우
논리	PR_E013	6개월간 등락코드가 세일관련 코드인데, 가격이 동일하지 않았음에도 불구하고 당월 등락코드가 입력된 경우
논리	PR_E014	해당년월 포함 품목이 아니면서, 미출회 3개월 이상
논리	PR_E015	미출회 관련 코드 2개월 이상 후 변경보고 또는 예비조사 없이 가격보합(A0) 코드가 입력된 경우
논리	PR_E016	대상처 휴폐업 관련 코드가 3개월 이상 계속 입력되는 경우
논리	PR_E017	전순기 대상처 폐업(71)이었는데, 대상처 변경보고 또는 예비조사 없이 가격변경코드가 입력된 경우
범위	PR_E018	전순기(전월)대비 가격 자리수가 2자리 이상 차이나는 경우
범위	PR_E019	농축 품목인데 전순기대비가가격이 ±100%이상 차이나는 경우
범위	PR_E020	공업 품목인데 전월대비 가격이 ±50%이상 차이나는 경우
범위	PR_E021	서비스 품목인데 전월대비 가격이 ±30%이상 차이나는 경우
범위	PR_E022	가격변동이 있는 품목인데, 6개월(6순기) 이상 가격변동이 없는 경우
범위	PR_E023	공동주택관리비입력 메뉴의 조사가가격과 지방조사가격입력의 공동주택관리비 가격이 다른 경우
논리	CH_E001	규격 변경보고가 중복인 경우(담당권역 내 동일 규격이 2개 이상 대상처에서 신청된 경우)
논리	CH_E003	농축수산물 품목인데, 도시 내 같은 대상처유형에서 기타를 제외한 계열사코드가 이미 존재
논리	CH_E004	농축수산물, 가공식품에 한해 대상처변경 전후의 대상처유형이 다른 경우
범위	CH_E005	동일 대상처유형인데, 변경전후 가격이 50% 이상 차이나는 경우
논리	CH_E006	신규 대상처 추가 시 주소 입력이 누락된 경우(주소, 상세주소 컬럼 모두 빈 상태)
논리	CH_E007	변경대상처에서 신대상처를 추가하였는데, 변경신청한 것이 없는 경우 -변경대상처에 신대상처 추가하고, 규격이동&가격변경, 규격변경에서 규격관련 신청되지 않은 경우
논리	CH_E008	품목 신규추가 시 규격이동&가격변동 탭에서 저장하고, 규격변경은 신청하지 않은 경우 확인
논리	YB_E001	기존 대상처가 없는데, 대상처 변경하지 않고 가격이 입력된 경우
범위	YB_E002	가격이 0으로 입력된 경우
논리	YB_E003	신대상처가 담당권역의 조사지역이 아닌 경우
논리	CH_001	대상처 변경보고 시 신대상처 가격이 입력되지 않은 경우
논리	CH_002	규격 변경보고 시 새로운 가격이 입력되지 않은 경우
논리	CH_003	대상처유형에 따른 계열사코드가 입력되지 않은 경우
논리	CH_004	대상처 신규추가 또는 기존 대상처에서 품목 신규추가 시 변경후 가격이 0인 경우
범위	PR_C001	농축품목인데, 전순기 대비 도시 지수등락률이 ±30%이상 차이나는 경우
범위	PR_C002	공업품목인데, 전순기 대비 도시 지수등락률이 ±25%이상 차이나는 경우
범위	PR_C003	서비스품목인데, 전순기 대비 도시 지수등락률이 ±20%이상 차이나는 경우
범위	PR_C004	권역별 가격 등락률이 전국 평균 등락률대비 ±2*표준편차 이상 차이나는 경우
논리	PR_C006	대상처유형(대형마트에한함) 및 대형마트코드(계열사코드)가 동일한 품목에서, 가격분포가 다른 경우
논리	IM_C001	자료처리구분이 전국광역시권 ,5+2광역시권 아닌 품목 중 도시 전체 권역에서 가격이 미입력되었는데, 해당년월 인접도시설정이 되어 있지 않은 경우

6. 무응답

6-1 주요 항목무응답 실태

- 단순 소비자판매 가격을 조사하므로 무응답(조사거부 등)은 발생하지 않으나, 사업체 휴·폐업, 업종변경, 상품 취급 중단 등의 사유로 표본대체 발생

6-2 항목무응답 대체

☐ 결측치 및 무응답 처리

- 일시적으로 표본대체 등으로 가격 조사가 안 된 경우 전월 가격으로 대체하거나, 도시 내 타 권역의 평균가격변동률을 반영하여 가격 대체
 - 출회시마다 무게 또는 용량 등의 단위가 자주 변동되어 지정된 조사단위로 조사가 어려운 경우 농축수산물 및 공업제품 중 일부 품목은 가장 근접한 단위의 품목 조사 후 환산

☐ 표본대체 시점에 발생한 가격변동 처리 방법

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

6-3 오차 검증

☐ 무응답 발생 여부

- 단순 소비자판매 가격을 조사하므로 무응답(조사거부 등)은 발생하지 않으나, 사업체 휴·폐업, 업종변경, 상품 취급 중단 등의 사유로 표본대체 발생 가능

☐ 표본대체에 따른 오차 최소화 방법

- 소비자물가조사 항목은 “상품 가격” 뿐이므로 항목 무응답과 단위 무응답의 경우가 동일
- 일시적으로 표본대체 등으로 가격 조사가 안 된 경우 전월 가격으로 대체하거나, 도시 내 타 권역의 평균가격변동률을 반영하여 가격 대체
- 표본대체 시점에 발생한 가격변동은 국제기준을 준용해 지수 접속, 직접 대체 등의 방법을 적용

7. 지수작성(지수작성 통계)

7-1 지수 유형 및 산출산식

□ 지수 종류

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

□ 지수 산식

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

□ 각 지수의 장단점

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

□ 소비자물가지수 산출 방식

- 소비자물가지수는 기준시점고정 가중산술평균법인 라스파이레스산식(Laspeyres' Formula)을 사용. 2~3년간 가중치 고정
- 매월 조사된 가격자료에 기초해 도시별 품목지수 산출 => 기준년도 품목 가중치를 적용해 도시별 분류지수 산출(가중산술평균). 품목의 도시간 가중치를 적용해 전국 및 도의 품목지수 산출.
 - 도시별 지수 산출 방법

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

- 전국 및 도별 지수 산출 방법

$$\begin{aligned} \bullet \text{ 품목별 지수} &= \frac{\sum \frac{P_t}{P_o} W_c}{\sum W_c} \times 100 & P_o : &\text{도시의 품목별 기준시 가격} \\ & & P_t : &\text{도시의 품목별 비교시 가격} \\ & & W_c : &\text{도시의 품목별 가중치} \\ & & W_e : &\text{품목의 도시별 가중치} \\ & & W_a : &\text{전도시 및 도의 품목별 가중치} \\ \bullet \text{ 분류별지수} &= \frac{\sum \left[\frac{\sum \frac{P_t}{P_o} W_c}{\sum W_c} \right] W_a}{\sum W_a} \times 100 \end{aligned}$$

○ 계산식

- '20년 1월 ~ '21년 12월 지수 ('20년 가중치 적용)

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

- '22년 1월 이후 지수 ('22년 가중치 적용)

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

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

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

□ 조사항목 선정 기준, 절차 등

○ 조사항목 선정(조정) 배경

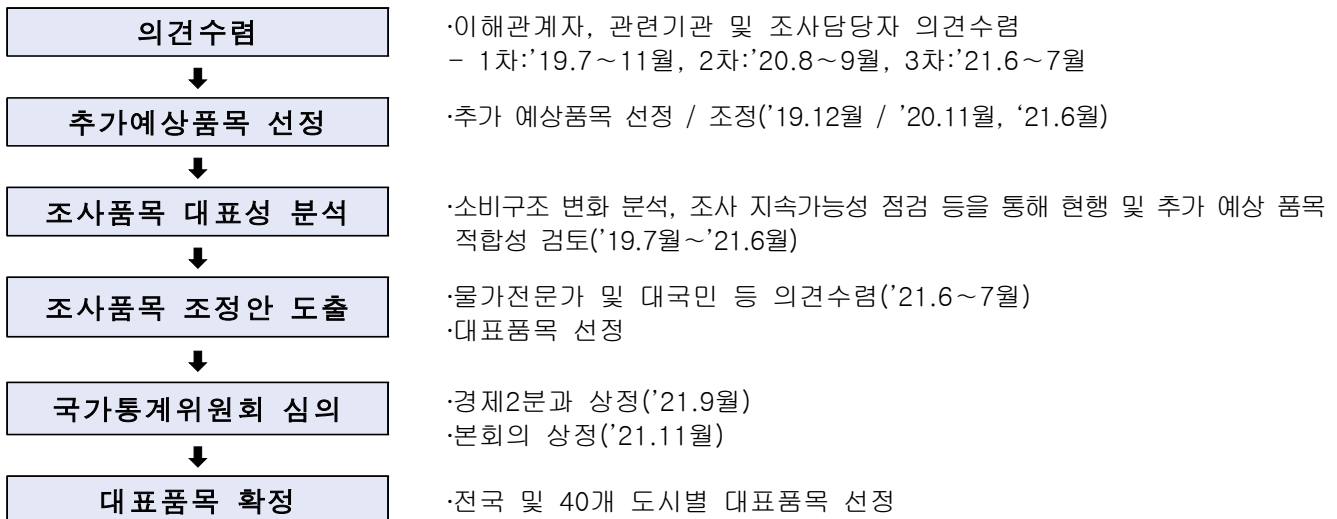
- 소비자물가지수 산출을 위해 소비자들이 주로 구입하는 재화와 서비스를 조사상품으로 선정. 현실반영도 제고를 위해 지출 비중이 높은 품목 추가, 낮은 품목 제외 등 조사항목 조정(5년 주기)

< 기준연도별 대표품목수 >

	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020
품목수	284	338	349	394	411	470	509	516	489	481	460	458
조사규격						591	611	712	876	954	999	1,049

○ 2020년 기준 대표품목 선정 과정

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



○ 대표품목 선정 기준

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

7-2 지수 가중치 및 갱신

□ 가중치 기초자료 : 가계동향조사의 항목별 소비지출액

□ 품목 가중치 산출 과정

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

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

- (가중치 산출과정) 가계동향조사 항목(358개) 소비지출총액(가중치모집단)을 1,000.0으로 하고 소비자물가지수의 개별품목(458개)이 차지하는 구성비를 그 품목의 가중치로 한다.
 - 가계동향조사 항목과 1:1로 대응되는 경우 해당 지출액으로 적용
<예1> (가계) 찹쌀 → (물가) 찹쌀
 - 가계동향조사 항목과 1:多로 대응되는 경우에 대해서는 가계특별조사 결과와 관련 협회, 기관, 기업 등의 자료(매출액 등)를 이용하여 배분
<예2> (가계) 감귤류 → (물가) 귤, 오렌지
 - 가계동향조사 항목이 품목과 대응되지 않는 경우는 유사품목에 포함시키거나 해당항목이 포함된 분류내 품목에 비례 배분
<예3> (가계) 버터 및 기타 유지류 → (물가) 참기름, 식용유
- (가중치 유형) 서울과 제주의 물가변동이 우리나라의 물가변동에 동일한 영향을 주지 않는다. 마찬가지로 쌀과 콩의 가격변화가 동일하더라도 물가에 미치는 영향은 서로 다르다. 이러한 차이를 고려하여 소비자물가지수를 지역단위와 품목의 유형별로 편제할 수 있도록 『도시의 품목별 가중치』와 『품목의 도시별 가중치』로 구분하여 가중치를 작성한다.
 - (도시의 품목별 가중치) 각 도시의 가중치모집단에 대한 품목별 지출액이 차지하는 비중으로서, 도시의 가중치모집단에 대한 품목별 지출액 구성비를 1,000분비로 나타낸 것이다. 이는 동일한 지역내에서 지출목적별분류지수는 물론 각종의 특수분류지수를 집계할 때 적용하는 가중치이다. 따라서 도시의 품목별 가중치는 물가지수를 작성하는 개개의 도시 단위 또는 광역자치단체 단위로 각각 작성된다.

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

[도시의 품목별 가중치]

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

- (품목의 도시별 가중치) 전국 품목별 지출총액에 대하여 해당지역의 품목지출액이 하는 비중으로 전국 품목별 소비지출총액에 대한 각 도시의 해당품목 소비지출총액을 천분비로 나타낸 것이다. 품목의 도시별 가중치는 각 품목의 개별도시 가격변동을 종합하여 전국 평균 가격변동을 계산할 때 이용되는 가중치로서 품목별로 작성된다.

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

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

[품목의 도시별 가중치]

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

□ 품목 가중치 갱신

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

< 지출목적별 가중치 현황 >

	가중치				차이		
	'15년	'17년	'20년	'22년	'17년-'15년	'20년-'17년	'22년-'20년
총 계	1000.0	1000.0	1000.0	1000.0	0.0	0.0	0.0
식료품·비주류음료	137.7	137.6	154.5	142.0	-0.1	16.9	-12.5
주류·담배	15.5	15.8	16.5	15.8	0.3	0.7	-0.7
의류·신발	61.4	61.1	48.6	49.6	-0.3	-12.5	1.0
주택·수도·전기·연료	170.2	165.9	171.6	171.6	-4.3	5.7	0.0
가정용품·가사서비스	41.7	44.2	53.9	45.6	2.5	9.7	-8.3
보건	68.7	69.8	87.2	84.0	1.1	17.4	-3.2
교통	111.0	112.6	106.0	110.6	1.6	-6.6	4.6
통신	54.8	53.5	48.4	46.6	-1.3	-5.1	-1.8
오락·문화	57.2	61.2	57.5	62.9	4.0	-3.7	5.4
교육	97.0	89.6	70.3	73.9	-7.4	-19.3	3.6
음식·숙박	129.4	131.8	131.3	144.7	2.4	-0.5	13.4
기타상품·서비스	55.4	56.9	54.2	52.7	1.5	-2.7	-1.5

< 품목성질별 가중치 현황 >

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

7-3 지수개편

□ 기준년 개편 주기 : 5년

□ 기준년 개편 필요성

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

□ 기준년 개편 방법, 절차, 내용

○ (품목선정)

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

< 2020년 기준 소비자물가 품목 선정내역 >

(개)

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

- (가중치 산출) 가계동향조사의 소비지출액 자료를 기초로 산출

□ 기준년 개편시 지수접속 방법

- 소비자물가지수는 5년 주기(품목조정을 포함한 전반적인 지수개편)로 개편하므로 과거 계열과 새로운 계열의 접속이 요구
- 이때 접속 방법으로는 계열별로 단순 비례방식이 적용
 - 2020년 기준을 예로 들면 2020년 이전의 과거계열이 아래와 같은 방법으로 접속

$$'20\text{년기준 과거 시계열} = '15\text{년기준 시계열} \times \frac{100}{'15\text{년기준 } '20\text{년도의 연평균지수}}$$

* 이때 '20년도의 연평균지수는 소수점 이하 반올림을 하지 않은 값을 사용

8. 계절조정(계절조정 통계)

8-1 계절조정의 의미 및 적용방법

- 기후변동이나 설·추석과 같은 사회적 관습 및 제도 등으로 인해 1년을 주기로 반복하여 움직이는 변동현상(계절변동, seasonality)의 효과를 통계적 기법을 이용하여 원자료에서 제거하는 절차
 - 세계적으로 가장 널리 이용되는 계절변동조정방법으로는 미국 센서스국에서 개발한 X-12-ARIMA와 스페인 중앙은행에서 개발하여 유럽통계청에서 주로 사용하는 TRAMO-SEATS가 있으며, 이후 미국 센서스국에서 X-12-ARIMA와 TRAMO-SEATS를 함께 이용할 수 있는 X-13ARIMA-SEATS를 공개함에 따라 통계청, 한국은행 등에서는 이 방법을 사용하고 있음

8-2 계절조정 과정 및 내용

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

V. 통계공표, 관리 및 이용자서비스

1. 공표통계 및 해석방법

□ 공표되는 주요 분류 수준

○ (지역) 전국/시도별/40개도시, ○ (항목) 특수목적별/지출목적별분류/품목성질별/품목별

□ 상대표준오차

○ 소비자물가지조사는 비확률 표본추출방식을 사용하므로 상대표준오차 산출 불가

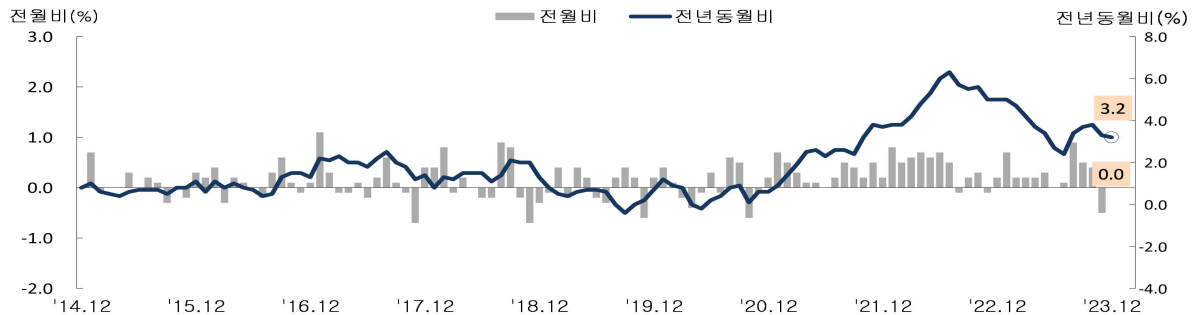
□ 주요 통계표 및 그래프

< 최근 소비자물가 동향 >

(2020=100, %)

	연간			월간							
	2021	2022	2023	'23.5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
지 수	102.50	107.72	111.59	111.13	111.16	111.29	112.28	112.83	113.26	112.67	112.71
전 월 비	-	-	-	0.3	0.0	0.1	0.9	0.5	0.4	-0.5	0.0
전년(동월)비	2.5	5.1	3.6	3.4	2.7	2.4	3.4	3.7	3.8	3.3	3.2
전년누계비	2.5	5.1	3.6	4.2	3.9	3.7	3.7	3.7	3.7	3.6	3.6

< 소비자물가지수 등락률 추이 >



< '23년 12월 지출목적별 동향 및 기여도 >

(2020=100, %, %p)

지출목적별 부문	품목수	가중치	지수	등락률		기여도	
				전월비	전년동월비	전월비	전년동월비
< 총 지 수 >	458	1,000.0	112.71	0.0	3.2	0.04	3.15
식료품 및 비주류음료	140	142.0	120.56	0.6	6.2	0.09	0.88
주류 및 담배	7	15.8	105.01	0.2	1.9	0.00	0.03
의류 및 신발	25	49.6	113.57	0.1	6.0	0.00	0.30
주택, 수도, 전기 및 연료	15	171.6	113.61	0.1	2.7	0.02	0.48
가정용품 및 가사서비스	50	45.6	114.01	0.5	4.6	0.02	0.21
보 건	34	84.0	102.83	0.0	1.8	0.00	0.15
교 통	33	110.6	112.89	-1.8	-0.2	-0.19	-0.02
통 신	6	46.6	101.24	0.0	0.3	0.00	0.01
오락 및 문화	47	62.9	107.35	0.1	1.9	0.01	0.12
교 육	20	73.9	104.52	0.0	1.8	0.00	0.13
음식 및 숙박	44	144.7	118.88	0.4	4.4	0.06	0.65
기타상품 및 서비스	37	52.7	115.58	0.3	4.1	0.01	0.22

< '23년 12월 소비자물가지수 지역별 동향 >

(2020=100, %)

	지 수	등 락 른			지 수	등 락 른	
		전월비	전년동월비			전월비	전년동월비
전 국	112.71	0.0	3.2	경 기	112.55	0.0	3.0
서 울	112.24	0.2	3.5	강 원	114.08	-0.1	3.0
부 산	112.66	0.1	3.5	충 북	113.32	-0.1	3.1
대 구	112.54	-0.2	2.7	충 남	113.24	-0.1	2.9
인 천	113.25	0.1	3.3	전 북	112.79	0.1	3.1
광 주	112.91	0.0	3.5	전 남	113.36	-0.1	3.3
대 전	112.32	0.2	3.0	경 북	113.48	0.0	3.0
울 산	112.56	0.1	3.2	경 남	112.92	0.0	3.2
세 종	112.31	0.1	2.6	제 주	112.69	-0.1	2.6

□ 지수의 종류

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

* 자신의 소유주택을 주거 목적으로 사용하여 얻는 서비스에 대한 지불비용으로 소유주택과 유사한 주택을 임차할 경우 지불할 것으로 예상되는 비용을 측정

□ 이용 시 유의사항

- 현재 소비자물가지수의 지수 기준연도는 2020년, 가격 및 가중치 기준연도는 2022년임
- 소비자물가지수는 가격변동을 측정하는 것으로 가격의 절대수준이 아님
- 따라서 지역별로 기준시점(2020년=100)의 가격수준이 다르기 때문에 지역별 소비자물가지수를 이용하여 지역 간 상대적인 물가수준 차이를 비교하는 것은 부적절
- 소비자물가지수는 2019년 이전은 소수점 이하 3자리, 2020년 이후는 소수점 이하 2자리로 작성
- 통계표에 사용된 “-” 부호의 뜻은 “해당 숫자 없음”을 의미

□ 성인지 대상 여부

- 소비자구입 상품 및 서비스 가격만을 조사하므로 성인지 대상 통계가 아님

2. 시의성 및 정시성

2-1 조사대상 기간/조사 기준시점과 공표 시기

□ 조사대상 시점(또는 기간)과 공표시기

- 조사대상 기간 : 매월
- 조사실시 기간

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

- 공표시기 : 조사 익월 초

□ 주요 국가의 소비자물가지수 공표 시기

- 한국의 공표시기는 주요 외국 사례 중 가장 빠름

	한국	미국	영국	일본	캐나다	호주
공표주기	월	월	월	월	월	분기
공표시기	익월 +2일	익월 2주내	익월 셋째주 수요일	익월 19일이 포함된 주의 금요일	익월 셋째주 화요일	익월 마지막 수요일

2-2 공표 일정

□ 사전 계획 및 공개된 통계공표 일정

- 소비자물가동향 2024년 공표 일정

보 도 자 료 명	공 표 일 자
2024년 1월 소비자물가 동향	2월 2일(금)
2024년 2월 소비자물가 동향	3월 6일(수)
2024년 3월 소비자물가 동향	4월 2일(화)
2024년 4월 소비자물가 동향	5월 2일(목)
2024년 5월 소비자물가 동향	6월 4일(화)
2024년 6월 소비자물가 동향	7월 2일(화)
2024년 7월 소비자물가 동향	8월 2일(금)
2024년 8월 소비자물가 동향	9월 3일(화)
2024년 9월 소비자물가 동향	10월 2일(수)
2024년 10월 소비자물가 동향	11월 5일(화)
2024년 11월 소비자물가 동향	12월 3일(화)
2024년 12월 및 연간 소비자물가 동향	12월 31일(화)

- 공개 방법 : 소비자물가동향 보도자료 부록, 통계청 홈페이지 공개(매년 초)
- 소비자물가지수 홈페이지(<https://kostat.go.kr/cpi>)>동향>보도자료>공표일정

□ 예고된 통계공표 일정 준수

- 2023년 1~12월 및 연간 소비자물가동향의 공개된 공표 일정과 실제 공표시기가 일치하여 예고된 통계공표 일정을 준수하고 있음

3. 비교성 및 일관성

3-1 통계 작성방법의 비교성

- 통계 작성방법의 일관성 : 소비자물가조사는 현실 변화 반영을 위해 정기적인 지수 개편시에 조사지역, 품목, 가중치, 적용 산식 등을 변경

< 기준연도별 소비자물가 지수개편 >

	1945년 8월 하순기준 및 1936년기준 지수		1947년 기준 지수	
공식 명칭	서울시 생활필수품 소매물가지수		전국소매물가지수	
산 식	단순산술평균법	단순기하평균법	가 중 총 화 법	
품 목 수	52개	52개	43개	
가 중 치 모 집 단			주 자 료 : .1948년 6, 7, 8, 9월중 전국주요 도시생계조사(중앙물가행정처조사) 보 조 자 료 : .1948년 8, 9, 10월중 서울시 금융단 생계조사(금융단조사회 조사) .1947년 9월 현재 전국영양조사 (국립화학연구소 조사)	
조사빈도 및 시 점	미 상	미 상	서울 -매일 기타도시 - 주 1회	
조사지역	서 울	서 울	서울, 부산, 대구, 인천, 목포, 광주 대전, 군산(1947년 ~ 1950년 6월) 청주(1950년 1월 ~ 1957년 12월 1950년 6월~1951년 10월 중단) 전주(1950년 1월 ~ 1957년 12월 1950년 7, 8, 9월 중단) 여수, 춘천(1950년 1월 ~ 6월)	
품 목 분 류 및 가 중 치	○ 5개 대분류		○ 4개 대분류	
	분 류	품목수	분 류	품목수
	총지수	52	총지수	43
	곡 물	7	음식물	21
	식료품	20	의료품	14
	직 물	11	연 료	5
	연 료	5	잡 품	3
	잡 품	9		가중치
작성기관	조 선 은 행 경성상공회의소		조 선 은 행	
작성기간	1945년8월 ~ 1948년 7월 1936년 ~ 1948년 7월	1945년8월 ~ 1949년 4월	1947년 1월 ~ 1957년 12월	

	1955년 기준 지수	1960년 기준 지수			
공식명칭	서울 소비자물가지수	서울 소비자물가지수			
산 식	기준시 고정 가중산술평균법	기준시 고정 산술평균법			
품 목 수	154개	248개(1960 ~ 1962), 279개(1963 ~ 1964)			
가 중 치 모 집 단	1955년 서울거주 노무자 및 봉급 생활자 생계비 지출액	1960년 서울 가계조사			
조사빈도 및 시 점	.주요품목(곡물, 채소, 생선, 조미료) - 주1회 조사(금요일) .기타품목-월2회 조사(10, 20일) .연초(담배)와 서비스-월1회 조사(15일) .집세-연 4회 조사(1, 4, 7, 10월) ※1960년 6월 이후 .주요품목(주식물과 부식물) - 월3회 조사(5, 15, 25일) .기타품목-월 1회 조사(15일)	.월3회 조사(5, 15, 25일) .집세-월1회 조사(15일)			
조사지역	서울	서울			
품목분류 및 가중치	○ 5개 대분류 12개 소분류				
	분 류	품목수	가중치		
	총 지 수	154	100.00		
	음 식 물	62	48.39		
	주 거	16	13.05		
	광 열	8	8.02		
	피 복	36	13.12		
	잡 비	32	17.42		
	○ 5개 대분류 22개 중분류 28개 소분류				
	분 류	품 목 수			가중치
	총 지 수	248	279	282	1,000.0
	음 식 물	94	107	108	464.4
	주 거	23	41	41	84.9
	광 열	7	7	7	59.4
	피 복	44	50	50	122.1
	잡품및서비스	70	74	76	269.2
작성기관	한국은행		한국은행		
작성기간	1955년 1월~ 1963년 11월		1960년 1월~ 1966년 12월		

	1965년 기준 지수	1970년 기준 지수																																										
공식명칭	전도시 소비자물가지수	전도시 소비자물가지수																																										
산 식	기준시 고정 가중산술평균법	기준시 고정 가중산술평균법																																										
품 목 수	284개	338개																																										
가 중 치 모 집 단	1965년 도시가계지출액 (1966년 도시가계지출액 참조)	1970년 도시가계조사 소비지출총액																																										
조사빈도 및 시 점	.주요품목(곡물, 채소, 과일, 어개) - 월3회 조사(5, 15, 25일) .기타품목-월1회 조사(15일) .중앙조사품목-월1회 조사(15일) .집세-분기별 조사 (3, 6, 9, 12월 15일) .납입금-분기별 조사 (3, 6, 9, 12월 15일)	.월 3회 조사(5, 15, 25일) .영화관람료- 월1회 조사 .방세-분기별 조사(3, 6, 9, 12월) .납입금-분기별 조사(3, 6, 9, 12월)																																										
조사지역	.9개 주요도시(서울, 부산, 대구, 인천, 대전, 광주, 전주, 춘천, 청주)와 기타 22개 도시	.9개 주요도시(서울, 부산, 대구, 인천, 대전, 광주, 전주, 춘천, 청주)와 기타 23개 도시																																										
품목분류 및 가중치	<div> <div>○ 5개 대분류 34개 소분류</div> <table border="1"> <tr> <th>분 류</th><th>품목수</th><th>가중치</th></tr> <tr> <td>총 지 수</td><td>284</td><td>1,000.0</td></tr> <tr> <td>식 료 품</td><td>109</td><td>528.8</td></tr> <tr> <td>주 거 비</td><td>38</td><td>75.2</td></tr> <tr> <td>광 열 비</td><td>7</td><td>66.6</td></tr> <tr> <td>피 복 비</td><td>44</td><td>78.0</td></tr> <tr> <td>잡 비</td><td>86</td><td>251.4</td></tr> </table> </div>	분 류	품목수	가중치	총 지 수	284	1,000.0	식 료 품	109	528.8	주 거 비	38	75.2	광 열 비	7	66.6	피 복 비	44	78.0	잡 비	86	251.4	<div> <div>○ 5개 대분류 22개 중분류 28개 소분류</div> <table border="1"> <tr> <th>분 류</th><th>품 목 수</th><th>가중치</th></tr> <tr> <td>총 지 수</td><td>338</td><td>1,000.0</td></tr> <tr> <td>식 료 품</td><td>123</td><td>461.3</td></tr> <tr> <td>주 거 비</td><td>54</td><td>97.4</td></tr> <tr> <td>광 열 비</td><td>7</td><td>57.9</td></tr> <tr> <td>피 복 비</td><td>54</td><td>102.7</td></tr> <tr> <td>잡 비</td><td>100</td><td>280.7</td></tr> </table> </div>	분 류	품 목 수	가중치	총 지 수	338	1,000.0	식 료 품	123	461.3	주 거 비	54	97.4	광 열 비	7	57.9	피 복 비	54	102.7	잡 비	100	280.7
분 류	품목수	가중치																																										
총 지 수	284	1,000.0																																										
식 료 품	109	528.8																																										
주 거 비	38	75.2																																										
광 열 비	7	66.6																																										
피 복 비	44	78.0																																										
잡 비	86	251.4																																										
분 류	품 목 수	가중치																																										
총 지 수	338	1,000.0																																										
식 료 품	123	461.3																																										
주 거 비	54	97.4																																										
광 열 비	7	57.9																																										
피 복 비	54	102.7																																										
잡 비	100	280.7																																										
작성기관	경제기획원 조사통계국	경제기획원 조사통계국																																										
작성기간	1965년 1월 ~ 1971년 7월	1970년 1월 ~ 1977년 3월																																										

	1975년 기준 지수	1980년 기준 지수	1985년 기준 지수																																																																											
공식명칭	전도시 소비자물가지수	전도시 소비자물가지수	전도시 소비자물가지수																																																																											
산 식	기준시 고정 가중산술평균법	기준시 고정 가중산술평균법	기준시 고정 가중산술평균법																																																																											
품 목 수	349개	394개	411개																																																																											
가 중 치 모 집 단	1975년 도시가계조사 소비지출총액	1980년 도시가계조사 소비지출총액	1985년 도시가계조사 소비지출총액																																																																											
조사빈도 및 시 점	.월3회 조사(5, 15, 25일) .영화관람료- 월1회 조사 .집 세-분기별조사 (3, 6, 9, 12월) .납입금-분기별 조사 (3, 6, 9, 12월)	.월 3회 조사(5, 15, 25일) .영화관람료-월1회 조사 .집 세-월1회 조사(25일) (82년 12월 이전에는 분기별 조사) .납입금-분기별 조사 (3, 6, 9, 12월)	.월3회 조사(5, 15, 25일) .영화관람료- 월1회 조사 .집 세-월1회 조사(25일) .납입금-분기별 조사 (3, 6, 9, 12월)																																																																											
조사지역	.9개 주요도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 대전, 광주, 전주, 춘천, 청주)와 기타 26개 도시	.9개 주요도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 대전, 광주, 전주, 춘천, 청주)	.11개 주요도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 대전, 광주, 전주, 춘천, 청주, 수원, 마산)																																																																											
품목분류 및 가중치	○ 5개 대분류 37개 소분류	○ 5개 대분류 37개 소분류	○ 9개 대분류 42개 중분류 52개 소분류																																																																											
	<table><tr><td>분 류</td><td>품목수</td><td>가중치</td></tr><tr><td>총지수</td><td>349</td><td>1,000.0</td></tr><tr><td>식료품</td><td>131</td><td>458.0</td></tr><tr><td>주거비</td><td>60</td><td>110.1</td></tr><tr><td>광열비</td><td>7</td><td>56.0</td></tr><tr><td>피복비</td><td>57</td><td>92.5</td></tr><tr><td>잡 비</td><td>94</td><td>283.4</td></tr></table>	분 류	품목수	가중치	총지수	349	1,000.0	식료품	131	458.0	주거비	60	110.1	광열비	7	56.0	피복비	57	92.5	잡 비	94	283.4	<table><tr><td>분 류</td><td>품목수</td><td>가중치</td></tr><tr><td>총지수</td><td>394</td><td>1,000.0</td></tr><tr><td>식료품</td><td>136</td><td>411.3</td></tr><tr><td>주거비</td><td>72</td><td>149.0</td></tr><tr><td>광열비</td><td>9</td><td>68.8</td></tr><tr><td>피복비</td><td>67</td><td>104.6</td></tr><tr><td>잡 비</td><td>110</td><td>266.3</td></tr></table>	분 류	품목수	가중치	총지수	394	1,000.0	식료품	136	411.3	주거비	72	149.0	광열비	9	68.8	피복비	67	104.6	잡 비	110	266.3	<table><tr><td>분 류</td><td>품목수</td><td>가중치</td></tr><tr><td>총 지 수</td><td>411</td><td>1,000.0</td></tr><tr><td>식 료 품</td><td>153</td><td>379.9</td></tr><tr><td>주 거 비</td><td>17</td><td>129.4</td></tr><tr><td>광열.수도</td><td>9</td><td>76.1</td></tr><tr><td>가구잡가사</td><td>57</td><td>50.3</td></tr><tr><td>피복 및 신발</td><td>45</td><td>74.4</td></tr><tr><td>보 건 의 료</td><td>26</td><td>72.4</td></tr><tr><td>교육.교양오락</td><td>59</td><td>114.9</td></tr><tr><td>교 통.통신</td><td>16</td><td>64.6</td></tr><tr><td>기 타 잡 비</td><td>29</td><td>38.0</td></tr></table>	분 류	품목수	가중치	총 지 수	411	1,000.0	식 료 품	153	379.9	주 거 비	17	129.4	광열.수도	9	76.1	가구잡가사	57	50.3	피복 및 신발	45	74.4	보 건 의 료	26	72.4	교육.교양오락	59	114.9	교 통.통신	16	64.6	기 타 잡 비	29	38.0
	분 류	품목수	가중치																																																																											
	총지수	349	1,000.0																																																																											
	식료품	131	458.0																																																																											
	주거비	60	110.1																																																																											
	광열비	7	56.0																																																																											
	피복비	57	92.5																																																																											
잡 비	94	283.4																																																																												
분 류	품목수	가중치																																																																												
총지수	394	1,000.0																																																																												
식료품	136	411.3																																																																												
주거비	72	149.0																																																																												
광열비	9	68.8																																																																												
피복비	67	104.6																																																																												
잡 비	110	266.3																																																																												
분 류	품목수	가중치																																																																												
총 지 수	411	1,000.0																																																																												
식 료 품	153	379.9																																																																												
주 거 비	17	129.4																																																																												
광열.수도	9	76.1																																																																												
가구잡가사	57	50.3																																																																												
피복 및 신발	45	74.4																																																																												
보 건 의 료	26	72.4																																																																												
교육.교양오락	59	114.9																																																																												
교 통.통신	16	64.6																																																																												
기 타 잡 비	29	38.0																																																																												
작성기관	경제기획원 조사통계국	경제기획원 조사통계국	경제기획원 조사통계국																																																																											
작성기간	1975년 1월~1982년 8월	1980년 1월~1987년12월	1985년 1월~1992년2월																																																																											

	1990년 기준 지수														
공식명칭	소비자물가지수														
산 식	기준시 고정 가중산술평균법(라스파이레스 산식)														
품 목 수	470개														
가 중 치 모 집 단	1990년 도시가계조사 소비지출총액														
조사빈도 및 시 점	.월3회 조사(5, 15, 25일) .집 세- 월1회 조사(매월 25일) .영화관람료-월1회 조사(매월 말일) .납입금- 분기별 조사(3, 6, 9, 12월)														
조사지역	.32개 주요도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 수원, 성남, 의정부, 부천, 춘천, 원주, 강릉, 청주, 충주, 천안, 공주, 대전, 전주, 군산, 남원, 목포, 여수, 순천, 포항, 경주, 안동, 구미, 울산, 마산, 진주, 제주)														
품 목 분 류 및 가 중 치	○ 9개 대분류, 43개 중분류, 57개 소분류의 기본분류지수와 4종의 특수분류지수														
	(기본분류지수)			(상품성질별지수)			(신선식품지수)			(구입빈도별지수)					
	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치			
	총 지 수	470	1000.0	총지수	470	1000.0	총 지 수	470	1000.0	총 지 수	470	1000.0			
	.식 료 품	303	324.9	.상 품	363	594.5	.신선식품	44	73.7	.월1회이상	57	221.5			
	(식료품외)	167	675.1	농축수산물	74	191.1	신선어개	10	18.7	.분기1회이상	89	203.7			
	.주 거 비	20	141.7	공업제품	289	403.4	신선채소	20	28.8	.반기1회이상	75	124.1			
	.광열수도	9	45.3	.서 비 스	107	405.5	신선과실	12	22.8	.연1회이상	81	153.5			
	.가정가 가용품	62	62.0	집 세	2	118.7	기 타	2	3.4	.연1회미만	168	297.2			
	.파워및발	53	88.4	공공서비스	44	144.1	신선식품외	426	926.3	(기본생활필품지수)					
	.보건의료	27	54.5	개인서비스	40	84.0									
	.교육교양	71	142.4	외 식	21	58.7									
	.교통통신	26	93.6							분 류	품목수	가중치			
.기타잡비	35	47.2							기본생활필품	33	251.8				
작성기관	통 계 청														
작성기간	1990년 1월 ~ 1997년 4월														

	1995년 기준 지수
공식명칭	소비자물가지수
산 식	기준시 고정 가중산술평균법(라스파이레스 산식)
품 목 수	509개
가 중 치 모 집 단	1995년 도시기계조사 소비지출총액
조사빈도 및 시점	·공산품·서비스품목 월1회 조사(14일이 포함된 주의 월,화,수,목,금요일 중 2일) ·농축수산물 월3회 조사(5, 14, 23일이 포함된 주의 월,화,수,목,금요일 중 1일) ·집 세- 월1회 조사(매월 5일) ·납입금- 분기별 조사(3, 6, 9, 12월) ※ 97년 4월까지의 월3회(5, 15, 25일)조사, 97년 5월부터 농축수산물 월3회(5, 14, 23일이 포함된 주의 수, 목, 금요일 중 1일), 공산품과 서비스는 월1회(14일이 포함된 주의 수, 목, 금요일 중 1일)조사로 변경, 98년 2월부터는 전품목을 월3회(5, 14, 23일이 포함된 주의 월, 화, 수, 목, 금요일 중 2일)조사로 전환, 99년 2월부터 공산품 및 서비스를 월1회(14일이 포함된 주의 월, 화, 수, 목, 금요일 중 2일) 조사로 변경.
조사지역	·36개 주요도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 수원, 성남, 안양, 의정부, 고양, 부천, 춘천, 원주, 강릉, 청주, 충주, 천안, 공주, 보령, 전주, 군산, 남원, 목포, 여수, 순천, 포항, 경주, 안동, 구미, 창원, 울산, 마산, 진주, 제주, 서귀포)
품목분류 및 가중치	○ 9개 대분류, 43개 중분류, 57개 소분류의 기본분류지수와 6종의 특수분류지수
	(기본분류지수)
	(상품성질별지수)
	(신선식품지수)
	(구입빈도별지수)
작성기관	통 계 청
작성기간	1995년 1월 ~ 2001년 12월

	2000년 기준 지수											
공식명칭	소비자물가지수											
산 식	기준시 고정 가중산술평균법(라스파이레스 산식)											
품 목 수	516개											
가 중 치 모 집 단	2000년 도시가계조사 소비지출총액											
조사빈도 및 시점	.공산품·서비스품목 월1회 조사(14일이 포함된 주의 월,화,수,목,금요일 중 2일) .농축수산물 월3회 조사(5, 14, 23일이 포함된 주의 월,화,수,목,금요일 중 1일) .집 세- 월1회 조사(매월 5일) .납입금- 분기별 조사(3, 6, 9, 12월)											
조사지역	.36개 주요도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 수원, 성남, 안양, 의정부, 고양, 부천, 춘천, 원주, 강릉, 청주, 충주, 천안, 공주, 보령, 전주, 군산, 남원, 목포, 여수, 순천, 포항, 경주, 안동, 구미, 창원, 울산, 마산, 진주, 제주, 서귀포)											
품목분류 및 가 중 치	○ 10개 대분류, 45개 중분류, 57개 소분류의 기본분류지수와 6종의 특수분류지수											
	(기본분류지수)			(상품성질별지수)			(신선식품지수)			(구입빈도별지수)		
	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치
	총 지 수	516	1000.0	총 지 수	516	1000.0	총 지 수	516	1000.0	총 지 수	516	1000.0
	.식 료 품	180	271.2	.상 품	357	450.3	.신선 식품	47	47.5	.월 1회이상	56	243.9
	(식료품외)	336	728.8	.농축수산물	71	107.4	.신선어개	10	13.1	.분기1회이상	79	166.6
	.주 거 비	15	156.4	.공업 제품	286	342.9	.신선채소	23	16.4	.반기1회이상	75	104.6
	.광열·수도	8	58.0	.서 비 스	159	549.7	.신선과실	12	16.6	.연 1회이상	94	141.9
	.가구·집기·가사용품	57	37.1	.집 세	2	131.4	.기타신선	2	1.4	.연 1회미만	212	343.0
	.파복및신발	43	56.5	.공공서비스	45	150.9	.산선식품제외	469	952.5			
	.보건의료	42	43.9	.개인서비스	112	267.4	(생활물가지수)			(자가주거비용포함지수)		
	.교 육	33	114.6	(외 식)	(36)	(100.3)	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치
	.교양오락	58	53.6	(개인서비스)	(76)	(167.1)	생활물가지수	156	522.4	자가주거비용 포함지수	517	1225.5
	.교통·통신	44	159.3				(농산물및석유류제외지수)			자가주거비용	1	225.5
	.기타잡비	36	49.4				분 류	품목수	가중치			
							제외지수	467	883.5			
작성기관	통 계 청											
작성기간	2000년 1월 ~ 2006년 11월											

	2005년 기준 지수											
공식명칭	소비자물가지수											
산 식	기준시 고정 가중산술평균법(라스파이레스 산식)											
품 목 수	489개											
가 중 치 모 집 단	2005년 가계조사 소비지출총액											
조사빈도 및 시 점	.농축수산물 월3회 조사(5, 14, 23일이 포함된 주의 월,화,수,목,금요일 중 1일) .공산품은 중순에 2일(석유류는 월 3회), 서비스 품목은 하순에 2일 월 1회 조사 .집 세- 월1회 조사(매월 5일) .납입금- 분기별 조사(3, 6, 9, 12월)											
조사지역	.38개 주요도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 수원, 성남, 안양, 의정부, 안산, 고양, 부천, 춘천, 원주, 강릉, 청주, 충주, 천안, 보령, 서산, 전주, 군산, 남원, 목포, 여수, 순천, 포항, 경주, 안동, 구미, 창원, 마산, 진주, 김해, 제주, 서귀포)											
품목분류 및 가 중 치	○ 12개 대분류, 38개 중분류, 67개 소분류의 기본분류지수와 6종의 특수분류지수											
	(기본분류지수)			(상품성질별지수)			(신선식품지수)			(농산물및석유류제외지수)		
	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치
	총 지 수	489	1000.0	총 지 수	489	1000.0	총 지 수	489	1000.0	제외지수	436	891.70
	식품·음료	131	140.4	상 품	329	395.8	신선 식품	51	43.0	(연쇄방식 소비자물가지수)		
	주류·담배	9	14.6	농축수산물	71	88.4	신선어개	10	10.2	분 류	품목수	가중치
	의복·신발	42	58.4	공업 제품	258	307.4	신선채소	26	14.5	연쇄지수	489	1000
	주거 및 수도·광열	19	170.4	서비스	160	604.2	신선과실	13	16.7	(자가주거비용포함지수)		
	가구·집기·가사용품	52	41.7	집 세	2	97.5	기타신선	2	1.6	분 류	품목수	가중치
	보건·의료	28	51.6	공공서비스	32	163.1	산선식품제외	438	957.0	총 지 수	490	1227.1
	교통	31	109.0	개인서비스	126	343.6	(생활물가지수)			자가주거비용	1	227.1
	통신	13	60.3	(외 식)	(39)	(130.6)	분 류	품목수	가중치			
	교양·오락	64	56.3	(개인서비스)	(87)	(213.0)	생활물가지수	152	560.7			
	교육	23	110.9									
	외식·숙박	43	132.7									
기타잡비	34	53.8										
작성기관	통 계 청											
작성기간	2005년 1월 ~ 2011년 10월											

	2010년 기준 지수(2010년 가중치 기준)															
공식명칭	소비자물가지수															
산 식	기준시 고정 가중산술평균법(라스파이레스 산식)															
품 목 수	481개															
가 중 치 모 집 단	2010년 가계동향조사 소비지출총액															
조사빈도 및 시점	.농축수산물, 석유류 : 월3회 조사(초순, 중순, 하순 주중 1일) .공업제품 : 월1회 조사(중순에 2일), 전기·수도·가스, 서비스 품목 : 월1회 조사(하순에 2일) .집 세- 월1회 조사(초순) .납입금- 분기별 조사															
조사지역	.37개 주요도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 수원, 성남, 안양, 의정부, 안산, 고양, 부천, 춘천, 원주, 강릉, 청주, 충주, 천안, 보령, 서산, 전주, 군산, 남원, 목포, 여수, 순천, 포항, 경주, 안동, 구미, 창원, 진주, 김해, 제주, 서귀포)															
품목분류 및 가중치	○ 12개 대분류, 40개 중분류, 72개 소분류의 지출목적별분류지수와 7종의 특수분류지수															
	(지출목적별지수)				(품목성질별지수)				(신선식품지수)				(농산물 및 석유류 제외지수)			
	분 류	품목수	가중치		분 류	품목수	가중치		분 류	품목수	가중치		분 류	품목수	가중치	
	총 지 수	481	1000.0		총 지 수	481	1000.0		총 지 수	481	1000.0		제외지수	429	891.6	
	.식료품비	134	135.9		.상 품	327	443.6		.신선 식품	51	41.7		(식료품 및 에너지 제외지수)			
	주류담배				8	12.4	농축수산물	71	77.6		신선어개	10	9.4		분 류	품목수
	.의류신발	34	62.3		공업 제품	252	317.7		신선채소	26	15.1		제외지수	337	767.8	
	주택, 수도, 전기및열	21	169.7		전기·수도·가스	4	48.3		신선과실	13	15.8		(연쇄방식 소비자물가지수)			
	가정용품, 가사서비스				49	37.9	기타신선	2	1.4		분 류	품목수	가중치			
	보건	28	73.1		.서 비 스	154	556.4		.신선식품제외	430	958.3		연쇄지수	481	1000.0	
	교통	32	109.2		집 세	2	91.8		(생활물가지수)				(자가주거비용포함지수)			
	통신	8	57.8						분 류	품목수	가중치		분 류	품목수	가중치	
	오락, 문화	64	53.0						생활물가지수	142	560.3		총 지 수	482	1215.5	
	교육	20	114.1						(의 식)	(38)	(118.2)		자가주거비용	1	215.5	
	음식숙박	42	120.4						(외식제외 개인서비스)	(85)	(202.7)					
기타 상품서비스	41	54.2														
작성기관	통 계 청															
작성기간	2010년 1월 ~ 2013년 11월															

	2010년 기준 지수(2012년 가중치 기준)											
공식명칭	소비자물가지수											
산 식	가중산술평균법(라스파이레스 산식)											
품 목 수	481개											
가 중 치 모 집 단	2012년 가계동향조사 소비지출총액											
조사빈도 및 시점	·농축수산물, 석유류 : 월3회 조사(초순, 중순, 하순 주중 1일) ·공업제품 : 월1회 조사(중순에 2일), 전기·수도·가스, 서비스 품목 : 월1회 조사(하순에 2일) ·집 세- 월1회 조사(초순) ·납입금- 분기별 조사											
조사지역	·37개 주요도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 수원, 성남, 안양, 의정부, 안산, 고양, 부천, 춘천, 원주, 강릉, 청주, 충주, 천안, 보령, 서산, 전주, 군산, 남원, 목포, 여수, 순천, 포항, 경주, 안동, 구미, 창원, 진주, 김해, 제주, 서귀포)											
품목분류 및 가중치	○ 12개 대분류, 40개 중분류, 72개 소분류의 지출목적별분류지수와 7종의 특수분류지수											
	(지출목적별지수)			(품목성질별지수)			(신선식품지수)			(농산물 및 석유류 제외지수)		
	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치
	총 지 수	481	1000.0	총 지 수	481	1000.0	총 지 수	481	1000.0	제외지수	429	887.2
	·식료품비	134	139.0	·상 품	327	453.2	·신선 식품	51	40.7	(식료품 및 에너지 제외지수)		
	·주류음료	8	11.8	·농축수산물	71	77.6	·신선어개	10	8.8	분 류	품목수	가중치
	·주류담배	8	11.8	·공업 제품	252	326.6	·신선채소	26	14.5	제외지수	337	760.8
	·의류신발	34	66.4	·주택서비스	4	49.0	·신선과실	13	15.9	(연쇄방식 소비자물가지수)		
	·주택, 수도, 전기 및 연료	21	173.0	·서비스	154	546.8	·기타신선	2	1.5	분 류	품목수	가중치
	·가정용품, 가사서비스	49	38.2	·집 세	2	92.8	·신선식품제외	430	959.3	연쇄지수	481	1000.0
	·보건	28	72.9	·공공서비스	29	142.6	(생활물가지수)			(자가주거비용포함지수)		
	·교통	32	111.4	·개인서비스	123	311.4	분 류	품목수	가중치	총 지 수	482	1245.5
	·통신	8	59.1	(외 식)	(38)	119.0	생활물가지수	142	555.7	자가주거비용	1	245.5
	·오락, 문화	64	53.0	(외식제외 개인서비스)	(85)	192.4						
	·교육	20	103.5									
·음식숙박	42	121.6										
·기타 상품서비스	41	50.1										
작성기관	통 계 청											
작성기간	2012년 1월 ~ 2016년 11월											

	2015년 기준 지수(2015년 가중치 기준)												
공식명칭	소비자물가지수												
산 식	가중산술평균법(라스파이레스 산식)												
품 목 수	460개												
가 중 치 모 집 단	2015년 가계동향조사 소비지출총액												
조사빈도 및 시점	.농축수산물, 석유류 : 월3회 조사(초순, 중순, 하순 주중 1일) .공업제품 : 월1회 조사(중순에 3일), 전기·수도·가스, 서비스 품목 : 월1회 조사(하순에 2일) .집 세- 월1회 조사(초순) .납입금- 분기별 조사												
조사지역	.38개 주요도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종, 수원, 성남, 안양, 의정부, 안산, 고양, 부천, 용인, 춘천, 원주, 강릉, 청주, 충주, 천안, 아산, 서산, 전주, 군산, 익산, 목포, 여수, 순천, 포항, 경주, 안동, 구미, 창원, 진주, 김해, 제주)												
품목분류 및 가중치	○ 12개 대분류, 40개 중분류, 72개 소분류의 지출목적별분류지수와 7종의 특수분류지수												
	(지출목적별지수)			(품목성질별지수)			(신선식품지수)			(농산물 및 석유류 제외지수)			
	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	
	총 지 수	460	1000.0	총 지 수	460	1000.0	총 지 수	460	1000.0	제외지수	407	901.4	
	.식료품비	133	137.7	.상 품	308	448.1	.신선 식품	50	40.3	(식료품 및 에너지 제외지수)			
	.주류담배		7	15.5	.농축수산물	73	77.9	.신선여개	10	9.8	분 류	품목수	가중치
	.의류신발		30	61.4	.공업 제품	231	325.8				제외지수	317	776.7
	.주택, 수도, 전기 및 연료		16	170.2	.전기·수도·가스	4	44.4	.신선채소	26	14.9	(연쇄방식 소비자물가지수)		
	.가정용품, 가사서비스	49	41.7	.서비스	152	551.9	.신선과실	14	15.6	분 류	품목수	가중치	
	.보건	32	68.7	.집 세	2	93.2	.산선식품제외	410	959.7	.연쇄지수	460	1000.0	
	.교통	32	111.0							(자가주거비용포함지수)			
	.통신	6	54.8							분 류	품목수	가중치	
	.오락, 문화	55	57.2							총 지 수	461	1251.9	
	.교육	20	97.0				(생활물가지수)			자가주거비용	1	251.9	
	.음식숙박	44	129.4				분 류	품목수	가중치				
.기타 상품서비스	36	55.4	생활물가지수				141	551.6					
(의 식) (39) 125.8													
(의식제외 개인서비스) (79) 187.8													
통 계 청													
작성기간	2015년 1월 ~ 2018년 11월												

	2015년 기준 지수(2017년 가중치 기준)											
공식명칭	소비자물가지수											
산 식	가중산술평균법(라스파이레스 산식)											
품 목 수	460개											
가 중 치 모 집 단	2016년 및 2017년 가계동향조사 소비지출총액											
조사빈도 및 시점	.농축수산물, 석유류 : 월3회 조사(초순, 중순, 하순 주중 1일) .공업제품 : 월1회 조사(중순에 3일), 전기·수도·가스, 서비스 품목 : 월1회 조사(하순에 2일) .집 세- 월1회 조사(초순) .납입금- 분기별 조사											
조사지역	.38개 주요도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종, 수원, 성남, 안양, 의정부, 안산, 고양, 부천, 용인, 춘천, 원주, 강릉, 청주, 충주, 천안, 아산, 서산, 전주, 군산, 익산, 목포, 여수, 순천, 포항, 경주, 안동, 구미, 창원, 진주, 김해, 제주)											
품목분류 및 가중치	○ 12개 대분류, 40개 중분류, 72개 소분류의 지출목적별분류지수와 7종의 특수분류지수											
	(지출목적별지수)			(품목성질별지수)			(신선식품지수)			(농산물 및 석유류 제외지수)		
	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치
	총 지 수	460	1000.0	총 지 수	460	1000.0	총 지 수	460	1000.0	제외지수	407	908.0
	.식료품비	133	137.6	.상 품	308	448.5	.신선 식품	50	40.8	(식료품 및 에너지 제외지수)		
	.주류담배			7			15.8			분 류	품목수	가중치
	.의류신발	30	61.1	.농축수산물	73	77.1	.신선 어개	10	9.7	제외지수	317	785.9
	.주택, 수도, 전기 및 연료	16	165.9	.공업 제품	231	333.1	.신선채소	26	15.7	(연쇄방식 소비자물가지수)		
	.가정용품, 가사서비스	49	44.2	.전기수도가스	4	38.3	.신선과실	14	15.4	분 류	품목수	가중치
	.보건	32	69.8	.서 비 스	152	551.5	.신선식품제외	410	959.2	연쇄지수	460	1000.0
	.교통	32	112.6	.집 세	2	93.7	(생활물가지수)			(자가주거비용포함지수)		
	.통신	6	53.5	.공공서비스	32	142.5	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치
	.오락, 문화	55	61.2	.개인서비스	118	315.3	생활물가지수	141	532.8	총 지 수	461	1243.6
	.교육	20	89.6	(외 식)	(39)	126.6				자가주거비용	1	2436
	.음식숙박	44	131.8	(외식제외 개인서비스)	(79)	188.7						
	.기타 상품서비스	36	56.9									
작성기관	통 계 청											
작성기간	2017년 1월 ~											

	2020년 기준 지수													
공식명칭	소비자물가지수													
산 식	가중산술평균법(라스파이레스 산식)													
품 목 수	458개													
가 중 치 모 집 단	2020년 가계동향조사 소비지출총액													
조사빈도 및 시점	· 농축수산물, 석유류 : 월 3회 조사(초순, 중순, 하순 주중 1일) · 공업제품 : 월 1회 조사(중순에 2일), 전기·가스·수도 및 서비스 품목 : 월 1회 조사(하순에 2일) · 집 세 : 월 1회 조사(초순) · 납입금 : 분기별 조사													
조사지역	· 40개 주요 도시 (서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종, 수원, 성남, 안양, 의정부, 안산, 고양, 부천, 용인, 화성, 춘천, 원주, 강릉, 청주, 충주, 천안, 아산, 서산, 전주, 군산, 익산, 목포, 여수, 순천, 포항, 경주, 안동, 구미, 창원, 진주, 김해, 양산, 제주)													
품목분류 및 가중치	○ 12개 대분류, 39개 중분류, 71개 소분류의 지출목적별분류지수와 7종의 특수분류지수													
	(지출목적별지수)			(품목성질별지수)			(신선식품지수)			(농산물 및 석유류 제외지수)				
	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치		
	총 지 수	458	1000.0	총 지 수	458	1000.0	총 지 수	458	1000.0	제외 지수	401	912.1		
	· 식료품·비주류음료	140	154.5	· 상 품	310	466.6	· 신선 식품	55	42.2	(식료품 및 에너지 제외지수)				
	· 주류·담배	7	16.5	농축수산물	78	83.8	신선어개	11	10.6	분 류	품목수	가중치		
	· 의류·신발	25	48.6	공업 제품	228	348.4	신선채소	26	16.8	제외 지수	309	776.5		
	· 주택, 수도, 전기 및 연료	15	171.6	전기·가스·수도	4	34.4	신선과실	18	14.8	(연쇄방식 소비자물가지수)				
	· 가정용품·가사서비스	50	53.9	· 서 비 스	148	533.4	· 신선식품제외	403	957.8	분 류	품목수	가중치		
	· 보건	34	87.2	집 세	2	98.3	(생활물가지수)			연쇄지수	458	1000.0		
	· 교통	33	106.0	공공서비스	30	127.3	분 류	품목수	가중치	(자가주거비용포함지수)				
	· 통신	6	48.4	개인서비스	116	307.8	생활물가지수	144	529.4	분 류	품목수	가중치		
· 오락·문화	47	57.5	(외 식)	(39)	126.7							총 지 수	459	1248.3
· 교육	20	70.3	(외식제외 개인서비스)	(77)	181.1							자가주거비용	1	248.3
· 음식·숙박	44	131.3												
· 기타 상품·서비스	37	54.2												
작성기관	통 계 청													
작성기간	2020년 1월 ~ 2023년 11월													

	2020년 기준 지수(2022년 기준 지수)											
공식명칭	소비자물가지수											
산 식	가중산술평균법(라스파이레스 산식)											
품 목 수	458개											
가 중 치 모 집 단	2022년 가계동향조사 소비지출총액											
조사빈도 및 시점	<div>· 농축수산물, 석유류 : 월 3회 조사(초순, 중순, 하순 주중 1일)</div> <div>· 공업제품 : 월 1회 조사(중순에 2일), 전기·가스·수도 및 서비스 품목 : 월 1회 조사(하순에 2일)</div> <div>· 집 세 : 월 1회 조사(초순)</div> <div>· 납입금 : 분기별 조사</div>											
조사지역	<div>· 40개 주요 도시</div> <div>(서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종, 수원, 성남, 안양, 의정부, 안산, 고양, 부천, 용인, 화성, 춘천, 원주, 강릉, 청주, 충주, 천안, 아산, 서산, 전주, 군산, 익산, 목포, 여수, 순천, 포항, 경주, 안동, 구미, 창원, 진주, 김해, 양산, 제주)</div>											
품목분류 및 가중치	○ 12개 대분류, 39개 중분류, 71개 소분류의 지출목적별분류지수와 7종의 특수분류지수											
	(지출목적별지수)			(품목성질별지수)			(신선식품지수)			(식료품 및 에너지 제외지수)		
	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치	분 류	품목수	가중치
	총 지 수	458	1000.0	총 지 수	458	1000.0	총 지 수	458	1000.0	제외 지수	309	782.2
	· 식료품·비주류음료	140	142.0	· 상 품	310	447.6	· 신선 식품	55	37.9	(농산물 및 석유류 제외지수)		
	· 주류·담배	7	15.8	농축수산물	78	75.6	신선어개	11	9.3	분 류	품목수	가중치
	· 의류·신발	25	49.6	공업 제품	228	338.3	신선채소	26	14.2	제외 지수	401	909.8
	· 주택, 수도, 전기 및 연료	15	171.6	전기·가스·수도	4	33.7	신선과실	18	14.4	(연쇄방식 소비자물가지수)		
	· 가정용품·가사서비스	50	45.6	· 서 비 스	148	552.4	· 신선식품제외	403	962.1	분 류	품목수	가중치
	· 보건	34	84.0	집 세	2	99.1	(생활물가지수)			연쇄지수	458	1000.0
· 교통	33	110.6	공공서비스	30	120.0	분 류	품목수	가중치	(자가주거비용포함지수)			
· 통신	6	46.6	개인서비스	116	333.3	생활물가지수	144	528.4	총 지 수	459	1257.6	
· 오락·문화	47	62.9	(외 식)	(39)	138.0				자가주거비용	1	257.6	
· 교육	20	73.9	(외식제외 개인서비스)	(77)	195.3							
· 음식·숙박	44	144.7										
· 기타 상품·서비스	37	52.7										
작성기관	통 계 청											
작성기간	2022년 1월 ~											

3-2 시계열 비교성

□ 기준년도 개편시 조사지역, 품목, 가중치 변경 등이 발생하나 지수는 연간중첩법을 적용해 시계열을 유지하며, 개편 전·후 조사방법 변화 등의 효과는 보도자료를 통해 공개하고 있음

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

III. 개편 결과

2. 개편 효과

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

< 개편연도별 신·구지수 등락률 비교 >

(11월 전년누계비, %, %p)

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

* 가중치 개편에 해당됨

< 지출목적별 등락률 및 기여도 비교 >

(11월 전년누계비, %, %p)

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

< 품목성질별 등락률 및 기여도 비교 >

(11월 전년누계비, %, %p)

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

< 특수분류별 등락률 비교 >

(11월 전년누계비, %, %p)

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

3-3 국가간 비교성

□ 해외 동일 목적 작성 통계의 명칭과 개요

	한 국	일 본	미 국	독 일	영 국	프 랑 스
작성기관	통계청 (Statistics Korea)	총무성 통계국 (Statistics Bureau of Japan)	노동부 노동통계국 (Bureau of labour statistics)	연방통계청 (Federal Statistical Office)	통계청 (Office of National Statistics)	국립통계 경제연구소 (INSEE)
조사지역	40개 도시	168개 시정촌	2,500명 이상 도시	188개 지방단체	150개 지역	100여개 도시지역
대상처수	26,000	27,000	23,000	20,000	20,000	30,000
품 목 수	458개	582개	211개	650여개	700여개	357개
대상품목 선정기준	가 계 지출 조 사 를 토 대로 품 목 별 소 비 지출액이 큰 품 목	가 계 지출 조 사 를 토 대로 품 목 별 소 비 지출액이 큰 품 목	가 계 지출 조 사 와 구 입 처 조 사 결 과 를 토 대로 품 목 별 소 비 지출액이 큰 품 목	가 계 지 출 조 사 를 토 대로 품 목 별 소 비 지출액이 큰 품 목	가 계 최 종 금 용 소 비 지출을 토 대로 품 목 별 소 비 지출액이 큰 품 목	가 계 최 종 금 용 소 비 지출을 토 대로 품 목 별 소 비 지출액이 큰 품 목
가 중 치 기 초 자 료	가 계 지출 조 사 자 료	가 계 지출 조 사 자 료	가 계 지출 조 사 자 료	가 계 지출 조 사 자 료	가 계 최 종 금 용 소 비 지출(HFMCE)	가 계 최 종 금 용 소 비 지출(HFMCE)
조사주기	· 월1회 (공업·서비스) · 농축수산물:월3회	· 월1회 · 농축수산물:월3회	· 월1회 (일부지역 일부품목: 격월)	· 월1회	· 월1회	· 월1회
지수산식	Laspeyres	Laspeyres	Lowe C-CPI-U(Tömqvist)	Laspeyres	Chained Laspeyres	Chained Laspeyres
개편주기	5년 ¹⁾	5년	1년	5년	1년	1년
기준년도	2020	2020	1982-84 (C-CPI-U:1999.12)	2020	2015	2015

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

1) 가중치는 2, 3년 주기로 변경

□ 국가간 통계 비교 가능성

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

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

□ 국제기구 자료 제공 현황

- (OECD) 소비자물가지수 기본(지출목적별)분류, 식료품 및 에너지제외, 에너지(energy), 주거비(housing) 지수 제공(매월)
- (제공 방법) OECD에서 개발한 SDMX(Statistical Data and Metadata eXchange)*를 활용

* 통계작성기구간 다양한 형태의 통계자료를 교환하고 공유하기 위한 XML 기반의 표준화된 자료 제공 서비스

3-4 동일영역 통계와 일관성

□ 항목별 국내 유사 및 관련통계

- 통계청 집세조사와 한국부동산원 전국주택가격동향조사 비교

구 분		집세조사 (통계청)	전국주택가격동향조사 (국토부, 한국부동산원)
통계명		- 소비자물가지수 (집세조사) 별도 통계 아님	- 전국주택가격동향조사 지정통계 제 304004호
표본	표본설계	- 2020년 기준 인구주택총조사 · 층화 집락계통추출	- 국토부 주택가격 정보체계 DB · 층화 2단계 확률비례 집락추출법
	표본설계 지역	- 대상 지역 : 소비자물가지수 대상 40개 도시 - 주택 유형 : 아파트, 단독, 연립주택 기타(비거주용 건물내 주택 등)	- 대상 지역 : 전국 260개 시군구 · 비자치구, 비자치시 포함 - 주택 유형 : 아파트, 연립/다세대주택, 단독
	표본 가구수	- 전세/월세 가구 (약 12,000가구, 유동적)	- 일반 가구 (47,300가구, 고정) · 가구의 계약형태 관계없음
조사 방법	조사주기	- 매월	- 매월
	기준일 조사기간	- 매월 5일(단, 토·일요일 제외) · 기준일로부터 5일간 조사	- 매월 1일 · 해당월의 말일을 포함한 5일간 조사
	조사내용	- 전세 및 월세 (보증금, 월세) 등 · 계약변경 내용 (계약내역 및 금액 등) · 주택 특성 : 주거형태, 면적, 건축년도	- 매매, 전세 및 월세 (보증금, 월세) 등 · 가격변동 내역 (매매, 전세, 월세 등 시세) · 주택 특성 : 면적, 건축년도 · 주택수급동향(공급우위/수요우위/비슷) 등
	조사방법	- 가구를 직접 방문하여 계약내용 등을 면접	- 가구방문없이 인근 부동산 등의 현장 조사 · 매매/전세/월세는 임대사례비교법 활용
지수 작성	기준시점	- 2020년 연간 = 100.0	- 2021년 6월 = 100.0
	지수산식	- 제본스(Jevons) 산식	- 제본스(Jevons) 산식
공표	공표일	- 익월 초	- 익월 15일
	공표범위	- 전국 및 17개 시도(매월), 40개 도시(연간) · 전세, 월세 지수 구분 · 주택유형 등 특성구분 없음	- 전국, 17개 시도, 187개 시군구 · 매매, 전세, 월세 (월세/준월세/준전세 구분) · 아파트 : 시군구, 연립/단독 : 시도, 생활권

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

- 양 기관의 전·월세통계는 사용목적과 작성방법이 상이함에 따라 그 결과가 다르게 나타남
 - 통계청은 실제 가구가 부담하고 있는 주거비의 산정을 위해 실제 부담하는 임차료 (계약금)를 조사하는 반면,

- 한국부동산원은 전월세 시장동향을 파악하여 주택정책 수립 및 매매 의사결정에 도움을 주기 위해 해당 주택의 거래여부와 관계없이 주변 사례를 참고하여 시세(평가액)를 조사

☐ 장기적으로 통계청 지수가 한국부동산원에 비해 변동성이 적은 편임

☐ 양 기관 통계 차이

	통계청(2020=100.0)						한국부동산원(2021.6=100.0)					
	전세			월세			전세			월세		
	지수	전월비	전년비	지수	전월비	전년비	지수	전월비	전년비	지수	전월비	전년비
'22.1	103.54	0.2	2.9	101.36	0.1	1.1	103.25	0.1	5.8	101.74	0.2	2.5
2	103.72	0.2	2.8	101.49	0.1	1.1	103.25	0.0	5.2	101.87	0.1	2.5
3	103.97	0.2	2.8	101.54	0.0	1.1	103.23	0.0	4.7	102.02	0.1	2.5
4	104.15	0.2	2.8	101.56	0.0	1.0	103.24	0.0	4.3	102.17	0.2	2.5
5	104.37	0.2	2.7	101.60	0.0	1.0	103.23	0.0	3.9	102.34	0.2	2.5
6	104.52	0.1	2.7	101.62	0.0	0.9	103.21	0.0	3.2	102.50	0.2	2.5
7	104.70	0.2	2.7	101.66	0.0	0.9	103.12	-0.1	2.5	102.66	0.2	2.5
8	104.87	0.2	2.6	101.74	0.1	0.9	102.84	-0.3	1.6	102.81	0.2	2.4
9	105.02	0.1	2.5	101.84	0.1	0.9	102.33	-0.5	0.5	102.91	0.1	2.2
10	105.14	0.1	2.4	101.86	0.0	0.9	101.43	-0.9	-1.0	102.97	0.1	1.9
11	105.29	0.1	2.2	101.92	0.1	0.8	99.86	-1.6	-3.0	102.85	-0.1	1.5
12	105.35	0.1	1.9	102.01	0.1	0.7	97.44	-2.4	-5.6	102.57	-0.3	1.0
'23.1	105.42	0.1	1.8	102.07	0.1	0.7	95.22	-2.3	-7.8	102.23	-0.3	0.5
2	105.37	0.0	1.6	102.12	0.0	0.6	93.50	-1.8	-9.5	101.93	-0.3	0.1
3	105.20	-0.2	1.2	102.21	0.1	0.7	92.44	-1.1	-10.5	101.69	-0.2	-0.3
4	105.07	-0.1	0.9	102.30	0.1	0.7	91.86	-0.6	-11.0	101.50	-0.2	-0.7
5	104.92	-0.1	0.5	102.35	0.0	0.7	91.57	-0.3	-11.3	101.36	-0.1	-1.0
6	104.79	-0.1	0.3	102.37	0.0	0.7	91.42	-0.2	-11.4	101.26	-0.1	-1.2
7	104.63	-0.2	-0.1	102.44	0.1	0.8	91.39	0.0	-11.4	101.21	-0.1	-1.4
8	104.55	-0.1	-0.3	102.52	0.1	0.8	91.52	0.2	-11.0	101.25	0.0	-1.5
9	104.51	0.0	-0.5	102.59	0.1	0.7	91.81	0.3	-10.3	101.34	0.1	-1.5
10	104.48	0.0	-0.6	102.65	0.1	0.8	92.15	0.4	-9.2	101.48	0.1	-1.5
11	104.55	0.1	-0.7	102.73	0.1	0.8	92.39	0.3	-7.5	101.62	0.1	-1.2
12	104.47	-0.1	-0.8	102.81	0.1	0.8	92.50	0.1	-5.1	101.72	0.1	-0.8

3-5 작성주기 차이에 의한 통계의 일관성

☐ 작성주기가 상이한 동일 통계는 없음

3-6 잠정치와 확정치의 일관성

☐ 소비자물가지수는 잠정치 공표하지 않음

4. 접근성 및 명료성

4-1 통계의 이용자 서비스

☐ 통계 이용자서비스 경로, 경로별 제공자료 유형

- KOSIS(국가통계포털) : 통계 DB
 - <http://www.kosis.kr>
 - 최근 5개년 접속 건수 : '19년(58만건), '20년(66만건), '21년(92만건), '22년(120만건), '23년(138만건)
- 통계청 홈페이지 : 보도자료
 - <https://kostat.go.kr/ansk>
- 소비자물가 이해 홈페이지 : 보도자료 및 소비자물가 관련 자료
 - <https://kostat.go.kr/cpi>
- 마이크로데이터 판매실적 : 소비자물가조사는 마이크로데이터를 제공하지 않음

4-2 연락처 정보

☐ 담당자 및 연락처

- 통계청 물가동향과 042-481-2532

4-3 통계 설명자료 제공

☐ 통계설명자료 소재 정보

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

5. 마이크로데이터 생성 · 관리 및 서비스

5-1 마이크로데이터 생성 · 관리

☐ 마이크로데이터 생성 방법

- 가격 조사원이 태블릿으로 입력한 가격자료는 전산망을 통해 본청 물가동향과의 나라통계 시스템으로 전송되며 동 시스템에 관련 자료가 DB로 구축된다. 구축된 마이크로데이터를 활용해 생성된 지수는 내부 통계시스템에 저장되며 외부 제공을 위해 국가통계포털을 통해 매월 관련 지수를 공표하게 된다.

5-2 마이크로데이터 서비스

☐ 미제공 사유

- (이용자 혼란 발생) 소비자물가조사 품목별 조사대상처의 가격자료(원자료)만으로는 소비자물가지수를 산정할 수 없어 가격자료 비공개

- 조사품목의 가격은 품질변동으로 인한 가격변동분까지 포함되나,(예시: 가전제품 대형화 추세에 맞추어 TV 조사규격*을 32인치에서 50인치 대형으로 변경시, 조사가격은 크게 상승하는데, 이는 TV의 조사규격 변경에 따른 가격변동임)
- 소비자물가지수는 품질변동으로 인한 가격변동분을 제외한 순수 가격변동만을 측정해야 하므로, 조사가격 제공시 조사가격 변동과 공표된 지수변동 간의 불일치로 인해 이용자들의 불필요한 혼란 야기 우려
- (조사 대상 식별가능성) 공개되고 있는 규격 일반정보에 더해 구체적인 조사가격까지 추가 제공 시 소비자물가 조사대상처 및 상품을 추정할 수 있어 효과적인 조사 수행 곤란

6. 비밀보호 및 보안

6-1 자료 수집, 처리 및 보관 과정의 비밀보호

☐ 자료 수집, 처리 및 보관 과정의 응답자 비밀보호 관련 규정 및 조치

- (관련규정) 통계법 제33조(비밀의 보호)에 의해 비밀보호
 - 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
 - 통계의 작성을 위하여 수집된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계 작성 이외 목적으로 사용되어서는 아니 된다.
- (관련 조치) 조사에 앞서 조사원들은 자료 수집과정에서 알게된 사실들에 대한 보안유지 서약서를 제출해야 함

6-2 공표자료의 비밀보호

☐ 해당 사항 없음

- 소비자가격조사 결과는 지수화 처리되어서 공표되며, 마이크로데이터는 제공되지 않으므로 매스킹 처리 불필요

6-3 자료 보안 및 접근제한

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

- 보안업무규정 시행세칙(통계청훈령 제561호 2020.6.30. 일부개정)

Ⅶ. 통계기반 및 개선

1. 기획 및 분석 인력

□ 업무를 담당하는 부서명과 업무별 담당인력 구성

- 부서명 : 통계청 물가동향과
- 담당인력 구성 : 공무원 15명(평균 근속연수 13년 이상), 공무원 근로자 2명

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

□ 소비자물가조사(사이버) 교육 총 175명 이수(2023년)

2. 사업예산

□ 전체 및 주요 항목 사업 예산 내역

- 2023년 예산 : 191백만원

인건비	○ 일용임금 : 18백만원
운영비	○ 일반수용비 : 93백만원 ○ 공공요금 및 제세 : 30백만원 ○ 일반용역비 : 2백만원
여비	○ 국내여비 : 39백만원
업무추진비	○ 사업추진비 : 7백만원
연구개발비	○ 일반연구비 : 0원
민간이전	○ 고용부담금 : 2백만원

3. 통계 품질관리 및 개선

□ 통계품질 제고를 위한 연구 문헌 등

- 소비자물가 통계작성방식 품질개선(안)(‘14.5.19)
 - (자료처리방법 선진화) 물가변동 분석, 체계적인 내검과 과학적인 대체 시스템 구축으로 물가통계 정확성 제고
 - (중앙조사품목 통계생산방식 개선) 체계적인 생산과정 구축, 자료수집 및 관리 표준화, 모니터링 강화 등을 통해 등 통계품질 개선
 - (조사규격 대표성 점검 상시화) 지방 및 중앙조사품목 전체를 대상으로 조사규격의 대표성 정기적 점검 및 보완
- 주택임대차정보시스템 자료를 활용한 집세 물가지수 작성방안 연구(통계개발원, 2020.9.)
- POS데이터 및 인터넷 가격을 활용한 소비자물가지수 개선방안 연구(통계개발원, 2020.1.)
- 소비자물가조사 주거비 측정방법 심층 연구용역(한성대학교 산학협력단, 2017.8.)
- 자가주거비지수 산정방식 개선 및 주지표 전환 연구용역(한국부동산분석학회, 2023.12.)
 - 우리나라에 적합한 자가주거비지수 개선방안 기반 마련

□ 최근 3년간 조사 지적 사항

- ‘22년 국정감사에서 소비자물가지수와 체감물가 간의 차이를 언급하며 소비자물가조사 논쟁을 줄일 수 있는 다양한 보조지표 개발 등 국민 실생활 현실을 반영한 통계작성 추진을 요구
 - (가구특성별 물가지수 공표) 이용자 작성 요구에 적극 대응하여 가구특성별* 물가지수(실험적통계) 작성·공표(‘23.6.), 소비자물가지수의 현실체감 개선 및 이용자 적합성 제고
 - * 가구원수, 가구주 연령, 근로자여부, 균등화소득·소비지출 등 다양한 특성 반영
 - (외식배달비 지수 공표) 외식물가와 별도로 외식배달비의 변동을 살펴볼 수 있도록 외식배달비지수(실험적통계) 개발 및 공표(‘23.12.), 처음으로 외식배달비를 조사하여 체감도 높은 물가통계 제공

□ 2020년 정기통계품질 진단 개선과제 이행 내역

- 조사원 교육시간의 적절성 등을 검토하기 위해 설문조사 실시(‘21년 3월) 결과 응답자의 85%가 현재 교육시간이 적절하다고 응답. 시스템 사용과 관련된 교육시간 확대 요청에 따라 향후 관련 교육 확대할 예정
- 국가통계포털(KOSIS)의 통계설명자료 항목 중 전수/표본관리, 조사업무흐름도, 조사원규모, 조사원교육훈련, 현장조사지도, 무응답대처, 개편주기, 개편 내용 등에 대한 설명 추가(‘21년 4월)
- 조사 대상처 표본의 무응답 및 변경 현황 등을 체계적으로 관리하기 위해 최근 4년간의 관련 현황 파악(‘21년 7월)

□ 참고 문헌

○ 국제기준 및 권고안

- ILO 소비자물가지수 매뉴얼(Consumer Price Index Manual : Concepts and Methods, 2020)
 - * Consumer Price Index Manual : Theory and Practice, 2004 업데이트 버전으로 방법, 실무 사례 통합
- http://www.ilo.org/CPI/CPI_Manual.html
- EU-OECD 구매력평가 매뉴얼
- <http://www.oecd.org/sdd/prices-ppp/eurostat-oecdmethodologicalmanualonpurchasingpowerparitiesppps.htm>
- <https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-manuals-and-guidelines/-/KS-RA-12-023>

○ 주요 외국 소비자물가지수 소재 정보

기관명	링크주소
미국 노동통계국	http://www.bls.gov/cpi/
일본 총무성 통계국	http://www.stat.go.jp/english/data/cpi/index.htm
캐나다 통계청	https://www.statcan.gc.ca/en/subjects-start/prices_and_price_indexes/consumer_price_indexes
중국 국가통계국	http://www.stats.gov.cn/english/
영국 통계청	https://www.ons.gov.uk/economy/inflationandpriceindices
프랑스 통계청	https://www.insee.fr/en/statistiques?debut=0&theme=30&conjoncture=43
독일 통계청	https://www.destatis.de/EN/Themes/Economy/Prices/Consumer-Price-Index/_node.html
호주 통계청	http://www.abs.gov.au/statistics/economy/price-indexes-and-inflation/consumer-price-index-australia

○ 기타 문헌

- Harmonised Index of Consumer Prices(HICP) methodological manual-2018 edition
(<https://ec.europa.eu/eurostat/en/web/products-manuals-and-guidelines/-/KS-GQ-17-015>)
- 물가총합 : 한국은행, 2019.
- 물가의 경제학 : 홍완표, 2009
- Index Theory and Price Statistics : Peter von der Lippe, 2007.