

발간등록번호

11-1240000-001580-14

『주요유통업체매출동향조사』  
2022년 정기통계품질진단 결과보고서

2022 Regular Assessment Report

한국통계진흥원

2022. 12.

본 보고서는 한국통계진흥원이 통계청으로부터 위탁을 받아 진단한 결과입니다. 보고서의 내용은 한국통계진흥원(연구진)이 진단한 내용이며, 통계작성기관의 확인을 거쳐 작성했습니다.



# 제 출 문

통계청장 귀하

본 보고서를 “『주요유통업체매출동향조사』 2022년 정기통계품질진단”  
과제의 최종보고서로 제출합니다.

2022 년 12 월 15 일

연 구 원 : 고려대학교 박 철 교수

표 본 연 구 원 : 한국통계진흥원 오유진

조사표·유통통계  
연 구 원 : 한국통계진흥원 조준기

M D 연 구 원 : 한국통계진흥원 조준기

연 구 보 조 원 : 고려대학교 이윤희



# 목 차

결과보고서 요약문 .....	1
정기통계품질진단 흐름도 .....	2
제 1 장 진단대상통계 개요 .....	3
제 2 장 통계품질진단 결과 .....	5
제 1 절 통계작성절차별 진단결과 .....	5
1. 통계작성기획 진단결과 .....	5
2. 통계설계 진단결과 .....	7
3. 자료수집 진단결과 .....	10
4. 통계처리 및 분석 진단결과 .....	13
5. 통계공표, 관리 및 이용자서비스 진단결과 .....	16
6. 통계기반 및 개선 진단결과 .....	20
제 2 절 품질차원별 진단결과 .....	22
1. 관련성 .....	22
2. 정확성 .....	23
3. 시의성/정시성 .....	23
4. 비교성/일관성 .....	23
5. 접근성/명확성 .....	24
제 3 절 진단결과 종합표 .....	25

제 3 장 개선과제별 개선방안 .....	27
제 1 절 조사표 보완 .....	28
1. 현황 및 문제점 .....	28
2. 세부 개선과제 내용 .....	28
제 2 절 조사원 교육훈련 자료 보완 .....	29
1. 현황 및 문제점 .....	29
2. 세부 개선과제 내용 .....	29
제 3 절 공표자료 정확성 개선 .....	30
1. 현황 및 문제점 .....	30
2. 세부 개선과제 내용 .....	30
제 4 절 분석지표 정확성 개선 .....	31
1. 현황 및 문제점 .....	31
2. 세부 개선과제 내용 .....	31
제 5 절 조사 분류표의 표준화 검토 .....	32
1. 현황 및 문제점 .....	32
2. 세부 개선과제 내용 .....	32
제 6 절 개선과제 요약 .....	33
제 4 장 발전전략 및 중장기 로드맵 .....	35

붙임1) 자료수집 체계 점검 결과 .....	37
붙임2) 표본설계 점검 결과 .....	45
붙임3) 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검 결과 .....	53
붙임4) 이용자 요구사항 반영실태 진단 결과 .....	63
붙임5) 마이크로데이터 품질 점검 결과 .....	71
붙임6) 공표자료 오류 점검 결과 .....	79
부 록. 통계품질진단 개요 .....	85
1. 통계품질진단의 개념 .....	85
2. 통계품질진단 체계 .....	86
3. 통계품질 수준 측정 .....	91

## 표 목 차

<표 1> 주요유통업체매출동향조사(2021 기준) 개요 .....	3
<표 2> 통계작성기획 진단결과 .....	6
<표 3> 통계설계 진단결과 .....	8
<표 4> 자료수집 진단결과 .....	11
<표 5> 통계처리 및 분석 진단결과 .....	14
<표 6> 통계공표, 관리 및 이용자서비스 진단결과 .....	17
<표 7> 통계기반 및 개선 진단결과 .....	21
<표 8> 진단결과 종합표 .....	25
<표 9> 개선과제 요약 .....	33

## 그 립 목 차

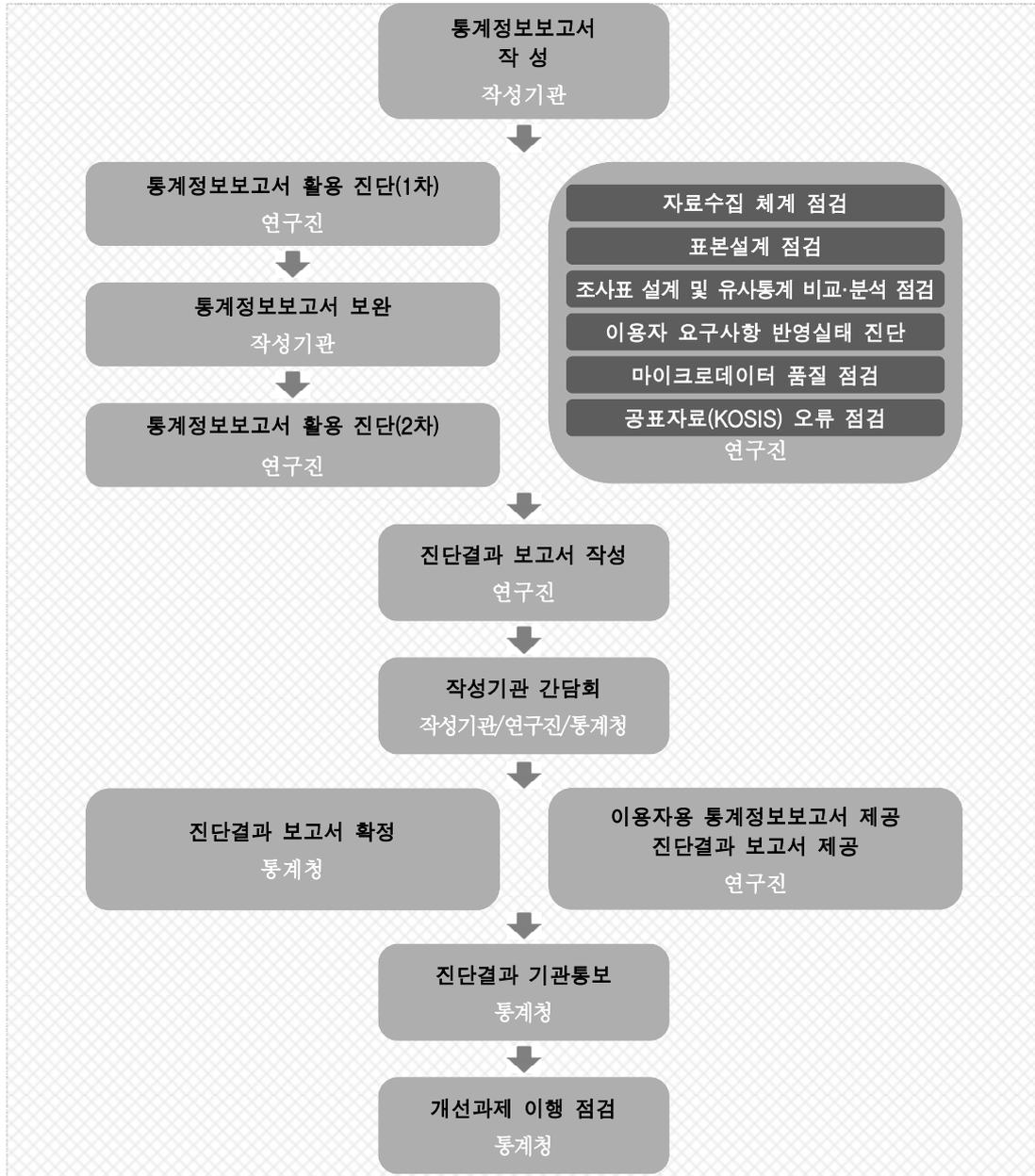
<그림 1> 통계품질진단 흐름도 .....	2
<그림 2> 『주요유통업체매출동향조사』 품질차원별 진단점수(방사형 그래프) .....	22

## 결과보고서 요약문

진단통계명	「주요유통업체매출동향조사」 (산업통상자원부)
주 제 어	유통, 매출동향, 통계품질진단
진 단 기 간	2022.02. ~ 2022.12.
진 단 기 관	통계청, 한국통계진흥원
연 구 진	박철, 오유진, 조준기, 이윤혜
<p>이번 진단에서 활용한 통계는 2022.01.27.에 공표된 2021년 주요유통업체매출동향조사이다.</p> <p>본 진단은 주요유통업체매출동향조사의 전반적인 품질 상태를 살펴보고, 본 조사를 통해 제공되는 국가통계에 대한 신뢰성을 제고할 수 있는 방안을 제시하기 위해 수행되었다. 통계품질진단은 통계작성기관에서 작성한 「통계정보보고서」를 기반으로 한 통계작성절차별 작성실태 점검, 자료수집 체계 점검, 표본설계 점검, 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검, 이용자 요구사항 반영실태 진단, 마이크로데이터 품질 점검 및 공표자료 오류 점검을 근거로 종합적인 평가를 진행하였다.</p> <p>주요유통업체매출동향조사에 대한 통계작성절차별 진단결과를 살펴보면, 통계작성기획 4.0점, 통계설계 3.8점, 자료수집 3.5점, 통계처리 및 분석 3.5점, 통계공표, 관리 및 이용자서비스 4.1점, 통계기반 및 개선 4.0점으로 평가되었다. 통계처리 및 분석은 상대적으로 낮은 수준이었는데, 이는 자료 입력 과정에 대한 교육 및 안내자료의 부재, 입력 매뉴얼의 확인과 수정, 보완의 필요성이 진단되었기 때문이다.</p> <p>품질차원별 진단결과는 관련성 4.3점, 정확성 3.6점, 시의성/정시성 5.0점, 비교성/일관성 4.5점, 접근성/명확성 차원에서는 3.0으로 나타났다. 특히 접근성/명확성 차원의 진단 결과가 낮게 평가되었는데 통계설명자료에 대한 제공이 부족했기 때문이다.</p> <p>그리고 자료수집 체계 점검에서 분류표의 표준화 필요 및 교육 체계 마련, 표본설계 점검에서는 주요 유통업체에 대한 명확한 기준 제시 필요, 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검에서는 조사표 수록사항 보완 및 조사표 보완 검토, 이용자 요구사항 반영실태 진단에서는 통계의 역할과 목적에 대한 명확한 서술 필요, 세부 분류 추가 검토, 마이크로데이터 및 공표자료 오류 점검에서는 마이크로데이터 제공 검토 및 공표자료 간 불일치 항목이 존재하는 등 개선이 필요할 것으로 진단되었다.</p> <p>이를 토대로 품질진단 결과 도출한 주요 개선과제로는 조사표 보완, 조사원 교육훈련 자료 보완이 단기과제로 도출되었다. 중기과제로는 공표자료 정확성 개선이 장기과제로는 분석지표 정확성 개선, 조사분류표의 표준화 검토가 도출되었다.</p>	

## 정기통계품질진단 흐름도

정기통계품질진단은 하단의 진단절차에 따라 진행되며, 본 보고서는 진단 결과를 종합정리한 진단결과 보고서이다. 통계품질진단의 개념 및 체계, 수준 측정에 대한 자세한 설명은 보고서 마지막 부분의 부록을 통해 확인할 수 있다.



<그림 1> 통계품질진단 흐름도

## 제 1 장 진단대상통계 개요

&lt;표 1&gt; 주요유통업체 매출동향조사(2021 기준) 개요

기본정보	작성유형	• 조사통계
	통계종류	• 일반통계
	승인번호	• 11523
	승인일자	• 2006년 6월 30일
	법적근거	• 통계법 18조(통계작성의 승인)에 의해 승인된 통계(제 105006호)
	조사목적	• 주요유통업체 매출동향을 조사하여 경기의 바로미터인 소비 동향 파악과 유통산업 정책수립에 활용
	주요연혁	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2006년 6월 30일 본 조사 실시 시작 (승인통계 : 승인번호 11523)</li> <li>• 2008년 2월 29일 정부조직법 개정 (산업자원부 → 지식경제부)</li> <li>• 2013년 3월 23일 정부조직법 개정 (지식경제부 → 산업통상자원부)</li> <li>• 2013년 7월 17일 조사대상(편의점, SSM) 추가 (통계청 변경승인)</li> </ul>
일반특성	조사주기	• 매월
	조사대상 범위	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 주요 유통업체 16개사</li> <li>- 대형마트 : 이마트, 롯데마트, 홈플러스</li> <li>- 백화점 : 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점</li> <li>- 편의점 : CU, GS25, 세븐일레븐&amp;바이더웨이</li> <li>- SSM : 롯데슈퍼, GS슈퍼, 이마트에브리데이, 홈플러스익스프레스</li> <li>- 복합쇼핑몰 : 롯데몰, 신세계 스타필드, 현대아울렛</li> </ul>
	조사대상 지역	• 전국
	조사항목	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반사항(업체명, 담당부서, 담당자, 연락처)</li> <li>• 매출동향 및 전망</li> <li>- 전월, 전년동월 매출실적(백만원), 구매고객수(명), 고객1인당 구매단가(원),</li> <li>- 대상점포수 및 지점명</li> <li>- 전체 매출신장 또는 부진사유</li> <li>- 구매고객수 및 구매단가 증감사유</li> <li>• 상품군별 매출액 분석</li> <li>- 전월, 전년동월 각 상품군별 매출액</li> <li>- 매출신장(부진) 주요상품 및 그 사유</li> </ul>
	자료수집방법	• 통계표 조사(이메일)
	조사체계(위탁·용역포함)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기업체(통계담당자) → (협/단체) → 산업부</li> <li>- 업체 통계담당자가 통계표를 작성하여 매월 20일까지 관련 협/단체(백화점, 대형마트, SSM) 또는 산업부로 직접(편의점, 복합쇼핑몰) 이메일 송부</li> </ul>

	조사대상기간/조사기준시점	<ul style="list-style-type: none"> <li>매월 1일~31일</li> </ul>
	조사실시기간	<ul style="list-style-type: none"> <li>익월 1일~10일</li> </ul>
결과공표	공표주기	<ul style="list-style-type: none"> <li>매월</li> </ul>
	공표시기	<ul style="list-style-type: none"> <li>조사기준 월 익월</li> </ul>
	공표범위	<ul style="list-style-type: none"> <li>전국</li> </ul>
	공표방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>보도자료 배포 및 전산망(KOSIS, 주요유통업체매출동향) 게시</li> </ul>
조사통계특성	전수/표본구분	<ul style="list-style-type: none"> <li>표본조사</li> </ul>
	모집단	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업체 정의에 부합되는 기업들중 대형마트 3개, 백화점 3개, 편의점 4개, 기업형슈퍼마켓(SSM) 4개, 복합쇼핑몰 3개</li> </ul>
	표본추출틀	<ul style="list-style-type: none"> <li>본 조사의 경우 유의표본추출(purposive sampling)로 주요 유통업의 주요기업을 선정하여 조사를 실시하고 있음</li> </ul>
	추출단위	<ul style="list-style-type: none"> <li>백화점(롯데, 현대, 신세계 백화점)</li> <li>대형마트(이마트, 홈플러스, 롯데마트)</li> <li>편의점(GS25, CU, 세븐일레븐/바이더웨이)</li> <li>SSM(롯데슈퍼, GS슈퍼, 홈플러스익스프레스, 이마트에브리데이)</li> <li>복합쇼핑몰(롯데, 신세계, 현대아울렛)</li> <li>- 대기업 2사가 운영하고 복합쇼핑몰로 등록된 11개 지점이 조사 대상이며 등록 상호는 아울렛, 백화점, 쇼핑프라자 등으로 상이함</li> </ul>
	조사대상 규모	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내에서 영업활동을 하고 있는 주요 유통업체(백화점, 대형마트, 편의점, SSM, 복합쇼핑몰) 중 매출액 상위 2~4위 업체</li> </ul>
통계활용	마이크로데이터 보유	<ul style="list-style-type: none"> <li>미보유</li> </ul>
	마이크로데이터 제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>미제공</li> <li>- 법인 및 개인정보 등 포함</li> </ul>
	행정자료 활용 여부	<ul style="list-style-type: none"> <li>해당없음</li> </ul>
	KOSIS 제공 여부	<ul style="list-style-type: none"> <li>제공</li> </ul>
	국제기구제출 여부	<ul style="list-style-type: none"> <li>미제출</li> </ul>
	자료 이용시 주의사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>없음</li> </ul>

## 제 2 장 통계품질진단 결과

### 제 1 절 통계작성절차별 진단결과

#### 1. 통계작성기획 진단결과

주요유통업체매출동향조사의 통계작성기획을 진단한 결과를 다음과 같다. 통계작성과정 개관에 해당하는 조사기획 및 조사설계 단계부터 결과자료 공표까지 일련의 업무 흐름을 제시하고 있으며, 명확한 통계 목적과 조사 방법을 제시하고 있어 통계 조사를 이해하는데 도움을 줄 수 있을 것으로 보인다.

통계 연혁을 체계적으로 관리하고 있어 유통업체 매출동향을 파악하기 위한 주요 업체들을 파악하기가 용이한 것으로 보인다. 다만, 활용 분야는 유통산업 정책 수립 및 근거자료로 활용된다는 내용으로 간략하게 제시되고 있는 것으로 확인되었다.

또한 주요 이용자 및 용도를 제시하였지만, 주요 이용자를 관리하는 내용과 이들의 이용자 의견을 수렴한 내용을 제시하지 않아 정확성을 낮추고 있어 정성평가 점수에 감점을 부여하였다.

#### □ 시사점

통계작성목적과 주된 활용 분야가 명확히 명시되었고, 주요 이용자와 유형별 용도를 파악하고 있지만, 이용자 또는 전문가를 대상으로 의견수렴 등을 수행한 내용과 주요 결과 등이 서술되지 않은 점이 부족한 점이라고 판단된다. 이 점은 정성적 평가 부문에 반영되었다. 주요 이용자 및 유형별 용도를 구체적으로 파악하여 통계의 활용도를 높이는 것이 바람직하다.

&lt;표 2&gt; 통계작성기획 진단결과

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1. 통계명 ~ 7. 통계작성 문서화 (관련성)		5/5
통계명	제외	
통계작성기관/부서명	제외	
법적근거	1/1	
조사방법	1/1	
조사 및 공표주기	1/1	
조사일정 및 일정별 수행업무 제시	3/3	
통계작성 기본계획서 첨부 업무편람(직무편람) 첨부	1/1 0/1	
8. 통계연혁 (관련성)		4/5
작성통계의 최초개발 시기	2/2	
작성통계의 개발 배경	2/2	
통계의 개념 분류, 설계, 과정, 내용, 방법, 표본, 기준년, 가중치 등의 변경 또는 개편이력 관리	1/3	
9. 통계의 작성목적 (관련성)		4/5
통계작성 목적의 명확성	1/1	
주된 활용분야에 대한 명시 국내 또는 해외 관련 통계, 유사 사례 사전 검토	3/3 0/2	
10. 주요 이용자 및 용도 ~ 11. 이용자 의견수렴 (관련성)		3/5
주요 이용자 관리	0/1	
주요 이용자 유형별 용도 파악	2/2	
최근 이용자 또는 전문가 대상 의견수렴 실시 내용과 주요 결과 기록	0/2	
최근 이용자 또는 전문가 대상 의견수렴 요구사항 및 요구 반영 결과	1/3	
<b>정성평가</b>		-0.2

※ 5점척도점수는 진단 지표에 대한 항목 점수

※ '해당없음'이 포함된 경우 5점척도점수의 구간기준이 변동될 수 있음

\* 1.통계명~7.통계작성문서화: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)

\* 8.통계연혁: 6점 이상(5), 5점(4), 3~4점(3), 2점(2), 1점 이하(1)

\* 9.통계의작성목적: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)

\* 10.주요이용자및용도~11.이용자의견수렴: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)

\* 정성평가: -0.5점 ~ +0.5점

## 2. 통계설계 진단결과

주요유통업체매출동향조사는 조사에서 사용되는 조사항목을 체계적으로 관리하고 있는 것으로 확인되었다. 다만, 주요 개념 및 항목별 정의에 대한 국내 또는 국제기준 비교내용이 보완되어야 할 것으로 판단된다. 또한 조사지침서 외에 조사표에 대한 보완이 필요하므로 정성평가 점수에 감점을 부여하였다. 또한 조사표 설계 검토를 위한 회의와 관련한 구체적인 내용이 확인되지 않는 것으로 확인되었다.

통계설계 부분에서 조사표 설계 및 변경 절차를 체계적으로 관리하고 있는 것으로 확인되었다. 조사표 변경 시 사유 및 변경 전후 내용을 구체적으로 정리함으로써 잘 관리하고 있는 것으로 판단된다.

주요유통업체매출동향조사는 주요유통업체의 변동이 거의 없어 표본의 변동 및 추출틀의 개편이 없기 때문에 목표모집단 및 조사모집단 차이의 적절성을 정확히 명시하는 것이 필요할 것으로 보인다. 이는 유의표본의 대표성에 의심을 가질 수 있는 충분한 여지가 있으므로, 대표성에 신뢰를 줄 수 있는 정보의 제공이 필요한 것으로 판단된다.

### □ 시사점

통계설계 과정이 대체로 잘 관리되고 있기는 하나 목표모집단과 조사모집단 차이의 적절성에 대한 근거가 부족한 것으로 확인되었다. 이에 대한 근거자료를 보완하여 개선할 필요가 있는 것으로 진단되었다. 또한 자료수집 체계 점검 결과 조사의 정확성을 높이기 위한 조사분류표의 표준화 검토가 필요한 것으로 확인되었다.

<표 3> 통계설계 진단결과

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1-1. 조사 항목 ~ 1-2. 적용 분류체계 (비교성)		4/5
주요 용어 및 항목별 명확한 정의의 적절성	2/2	
주요 용어의 정의나 개념 등에 대한 국내 또는 국제기준 비교	0/2	
조사표 첨부	1/1	
조사항목의 체계	2/2	
통계에서 사용하는 분류체계 개요 및 내용의 적절성	2/2	
국내 또는 국제기준의 표준분류체계 사용 여부 또는 미사용 사유	2/2	
1-3. 조사표 구성 (정확성)		3/5
내·외부 전문가 회의 개최	1/1	
내·외부 전문가 회의 결과 반영 여부	0/3	
첨부된 조사표에 수록된 사항의 수	4/5	
1-4. 조사표 설계 및 변경 절차 ~ 1-5. 조사표 변경이력 (관련성)		5/5
조사표 설계, 변경 절차나 방법의 적절성	3/3	
조사표 변경 이력 관리	2/2	
조사표 변경 이유 기록·관리	1/1	
변경승인일자 기록·관리	2/2	
2-1. 목표모집단과 조사모집단 (정확성)		4/5
목표모집단 정의	2/2	
조사모집단 정의	2/2	
목표모집단 및 조사모집단 차이의 적절성	0/2	
2-2. 표본추출틀(표본조사) (정확성)		해당없음
표본추출틀로 사용되는 자료의 출처	해당없음	
표본추출틀로 선정한 이유	해당없음	
표본추출틀의 구축(갱신) 과정, 내용, 주기 등 제시	해당없음	
모집단 변동에 따른 표본추출틀 주기적 개편 시 개편의 주기, 필요성, 방법 및 절차, 결과 등 제시	해당없음	
3-1. 표본설계 방법 및 결과 ~ 3-2. 표본관리 (정확성)		3/5
표본추출방법의 적절성	2/2	
표본크기 결정의 타당성	1/2	
표본추출 결과의 타당성	1/2	
표본설계보고서 첨부	0/1	
표본설계보고서에 모수 및 분산 추정방법	0/1	
조사대상의 생멸, 전입, 전출 등 표본 내 변동이 발생한 경우, 수정·보완하는 방법	해당없음	
<b>추 가 진 단 항 목</b>	<b>추가점수 (진단점수/배점점수)</b>	
1-1. 주요 항목의 조사목적	0/0.1	
1-1. 부정확한 응답 가능성이 있는 조사항목 검토	0/0.1	
1-3. 조사방법을 혼합하여 이용하는 경우 조사방법별로 조사표의 구성, 내용, 특징 및 설계 시 고려한 다양한 요소 검토	0/0.1	
1-6. 응답자 유형별 응답 소요시간 등 검토	0/0.1	
2-1. 조사모집단의 과대포함, 과소포함 등 포함오차에 대한	0/0.1	

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
분석 또는 검토		
2-2. 분류별, 지역별 기타 하위모집단별 추출단위 분포, 관련 통계량, 상관관계 등 기록 및 관리	0/0.1	
2-2. 표본들에 한계가 있는 경우 그 내용과 보완 등의 검토 또는 조치 결과	0/0.1	
3-2. 동일 대상을 연속 조사하는 경우 평소 조사 대상자 관리방법	0/0.1	
<b>정성평가</b>		-1

- \* 1-1.조사항목~1-2.적용분류체계: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- \* 1-3.조사표구성: 8점 이상(5), 6~7점(4), 4~5점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- \* 1-4.조사표설계및변경절차~1-5.조사표변경이력: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 2-1.목표모집단과조사모집단: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 2-2.표본추출틀(표본조사): 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 3-1.표본설계방법및결과~3-2.표본관리: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- \* 정성평가: -1점~+1점

### 3. 자료수집 진단결과

주요유통업체매출동향조사는 조사표를 이용한 이메일 조사를 진행하고 있으며, 산업통상자원부 유통물류과 일반직공무원이 조사관리자, 조사원의 역할을 모두 수행하고 있다.

조사는 월 단위로 수행되며 기업체 담당자에게 조사 내용을 안내하고 협조를 요청하는 형태로 진행된다. 기업체 담당자들은 엑셀 파일 양식에 맞추어 응답 후 이메일로 전송하여 해당 월의 자료를 응답받는 체계로 이루어져 있다.

본 조사의 조사원은 별도의 교육 없이 업무를 인계받아 진행하고 있으며, 조사 및 분석하여 보도자료를 통해 공표하는데 2주 정도의 시간이 소요되는 것으로 확인되었다. 하지만 조사원의 업무량, 업무강도, 조사난이도 등의 내용은 기재되지 않았으며, 조사원의 교육이나 훈련자료는 없는 것으로 확인되었다.

주요유통업체매출동향조사는 항목별 조사내용을 상세하게 기술하고 있어 이를 근거로 해당 자료가 정확하게 수집되고 있음을 확인할 수 있었다. 또한 매출 현황 및 증감 사유 등에 대한 분석이 필요하기 때문에 해당 기업체에 적격응답자를 지정하고 있으며, 조사 관련 질의 및 응답, 사후 검토 및 확인 등에 대한 현장 조사를 관리하고 있는 것으로 확인되었다.

다만, 담당자의 주요 질의응답 및 오류사례의 축적, 관리 방법 등에 대한 문서화된 자료와 현장 조사 사례집이 없어 이에 대한 보완이 필요해 보인다.

#### □ 시사점

자료수집 체계 점검 결과 협회나 대상기업체의 조사 담당자가 분석하고 입력한 응답 항목에 대한 근거는 명확하지만, 조사원에 대한 체계화된 문서나 교육시스템 등이 없어 이에 대한 조치가 필요할 것으로 보인다. 이는 통계조사의 정확성과 직결되는 부분으로 정성평가 점수에 감점을 부여하였다. 또한 업종별 조사표 중 복합쇼핑몰 1종 추가하여 변경 승인은 받았으나, 해당 업체 영업비밀

사안 및 통계 특성(전년 동월 수치와의 증감폭) 상 현재까지 실질적인 통계조사 및 공표는 이뤄진 바가 없는 것으로 확인되었다.

<표 4> 자료수집 진단결과

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1. 조사방법 (정확성)		
조사방법 선택에 대한 검토(조사비용, 조사인력, 조사기간, 조사체계 등)	2/2	5/5
선택한 조사방법에 대한 조사과정의 적절성	3/3	
2-1. 조사원 채용 및 처우 ~ 2-3. 조사원 업무량 (정확성)		
조사원 채용 방법 및 과정의 적절성	해당없음	1/5
조사원 자격요건, 지위, 급여수준, 지급방법, 부가혜택 등의 적절성	해당없음	
조사원 교육훈련에 대한 일정	0/2	
조사원 교육훈련 내용의 적절성	0/2	
교육시간의 적정성 검토	0/1	
교육훈련 교재 첨부	0/1	
조사기간 중 교체된 조사원에 대한 교육 실시	0/2	
조사원 대상 비밀보호 의무 교육 또는 서약서 작성	0/1	
업무량 배정 시 응답소요시간, 조사난이도, 평균 접촉시도 또는 방문횟수, 조사기간 등 고려사항	0/2	
3-1. 조사업무 흐름도 ~ 3-2. 조사준비 및 준비조사 (정확성)		
조사실시에 대한 조사업무 흐름도 관리의 적절성	2/2	4/5
조사 홍보 실시 내용과 방법	1/1	
응답자(조사대상) 사전 통지	1/1	
조사구 확인 또는 조사명부 보완	0/2	
3-3. 조사항목별 조사 방법 (정확성)		
주요 조사항목별 작성요령 및 유의사항의 적절성	1/3	3/5
조사표 기입에 필요한 조사지침서 첨부	1/1	
3-4. 현장조사 관리 (정확성)		
현장조사 관리 체계	해당없음	해당없음
현장조사 관리 방법	해당없음	
현장조사 관리자 1인당 조사원수 등 관리	해당없음	
현장조사 관리자 역할의 적절성	해당없음	
현장조사 파라미터 기록·관리 여부	해당없음	
조사기간 중 작성기관이 조사위탁기관이나 조사원을 대상으로 실사지도(지도점검) 실시	해당없음	
3-5. 조사 질의응답 체계 (정확성)		
현장조사 질의 및 응답체계 운영 방법의 적절성	1/3	3/5
주요 질의 응답·오류사례 추적 및 관리	2/2	
현장조사 사례집 첨부	0/1	
4-1. 응답자, 4-3. 무응답 대처 ~ 4-4. 표본대체 (정확성)		
적격 응답자의 지위, 지정 이유의 타당성	2/2	5/5

필수진단항목 (품질차원)		진단결과	
		진단점수/ 배점점수	5점척도점수
	항목 무응답 대처 방법	해당없음	
	단위 무응답 대처 방법	해당없음	
	표본대체 허용 기준	해당없음	
	표본대체 절차 및 방법	해당없음	
	표본대체 기준, 절차 및 방법의 적절성	해당없음	
5. 사후조사 (정확성)			해당없음
조사 실시 후 사후조사(모니터링) 실시	해당없음		
사후조사(모니터링) 수행 결과 분석 및 사후 조치 방안	해당없음		
6. 행정자료 활용 목적 및 내용 ~ 7. 활용 행정자료 특성 및 입수체계(관련성)			해당없음
행정자료 활용에 대한 목적, 필요성, 활용 정도 파악	해당없음		
행정자료 이용 시 발생하는 이용계약 사항 및 사유 파악	해당없음		
활용하는 행정자료의 내용 및 항목 파악	해당없음		
활용하는 행정자료의 원래 수집 목적에 대한 파악 (관리/제공기관 기준)	해당없음		
활용하는 행정자료의 원래 수집과정 및 내용, 관리기관에 대한 파악(관리/제공기관 기준)	해당없음		
행정자료 입수 방법 및 경로의 기록 관리(통계작성기관 기준)	해당없음		
행정자료 입수주기 또는 갱신주기 및 정시성에 대한 기록 관리(통계작성기관 기준)	해당없음		
행정자료 활용 법적근거(통계작성기관 기준)	해당없음		
추가진단항목		추가점수 (진단점수/배점점수)	
1. 조사의 효율성, 정확성 등의 제고를 위하여 조사 방법별 응답비율, 응답자 특성, 추정치에 미치는 영향 등 분석·검토		0/0.1	
2-1. 우수 조사원을 채용하기 위하여 적용한 방법이나 조치		0/0.1	
2-2. 조사원의 업무지식 숙지 정도에 대한 평가 및 평가 조치(재교육 실시 등)		0/0.1	
4-2. 기억응답과 관련된 검토 여부(조사대상 기간(또는 시점)과 조 사시기 사이의 간격, 응답에 필요한 기록물(영수증, 장부 등) 활용가능성 등)		0/0.1	
<b>정성평가</b>		<b>-1</b>	

- \* 1.조사방법: 5점(5), 4점(4), 2~3점(3), 1점(2), 0점(1)
- \* 2-1.조사원채용및처우~2-3.조사원업무량: 14점 이상(5), 11~13점(4), 5~10점(3), 2~4점(2), 1점 이하(1)
- \* 3-1.조사업무흐름도~3-2.조사준비및준비조사: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 3-3.조사항목별조사방법: 4점(5), 3점(4), 2점(3), 1점(2), 0점(1)
- \* 3-4.현장조사관리: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 3-5.조사질의응답체계: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 4-1.응답자, 4-3.무응답대처~4-4.표본대체: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- \* 5.사후조사: 4점(5), 3점(4), 2점(3), 1점(2), 0점(1)
- \* 6.행정자료활용목적및내용~7.활용행정자료특성및입수체계: 12점 이상(5), 9~11점(4), 5~8점(3), 2~4(2), 1점 이하(1)
- \* 정성평가: -1점 ~+1점

#### 4. 통계처리 및 분석 진단결과

주요유통업체매출동향조사는 별도의 전산시스템이나 코딩 입력 없이 조사표가 엑셀파일로 되어 있어 응답자가 직접 입력하고 있다. 또한 입력된 자료에 대해서 작성기관에서 오류를 확인하여 전산 내검이 별도로 진행되지 않으며, 입력된 자료에 대한 의문사항 및 검증이 필요한 경우 협회, 대상기업체에 전화로 문의하는 것으로 확인되었다.

따라서 주요 항목에 대한 무응답 사례가 발생하지 않으며, 통계추정, 표집오차 추정 방법 및 결과, 지수작성, 계절 조정 등의 절차는 해당사항이 없는 것으로 확인되었다.

본 조사는 협회와 기업체가 작성하는 엑셀 파일 내용의 정확도와 신뢰성이 중요하기 때문에, 작성기관에서 입력하는 엑셀표에 대한 입력 매뉴얼의 확인과 수정, 보완이 필요한 것으로 보인다. 또한 자료 입력에 대한 교육 등이 진행되지 않기 때문에 자료의 정확성을 높이기 위한 교육 등을 실시하는 것이 필요한 것으로 판단된다.

#### □ 시사점

통계처리 및 분석 절차는 매우 간단한 구조로 관리되고 있는 것으로 확인되었다. 자료입력 시 다양한 오류 및 오입력 방지를 위한 교육 및 안내 자료 등이 필요할 것으로 보이며, 조사원이 입력하는 조사표에 대한 수정, 보완이 이루어질 필요가 있을 것으로 사료된다. 별도의 내검이 진행되지 않고 오류에 대한 관리가 미흡하다고 판단되어 정성평가 점수에 감점을 부여하였다.

&lt;표 5&gt; 통계처리 및 분석 진단결과

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1. 행정자료의 매칭방법 (정확성)		해당없음
조사통계자료와 행정자료 간 매칭변수	해당없음	
조사통계자료와 행정자료 간 매칭방법	해당없음	
조사통계자료와 행정자료 간 매칭허용 한계 검토 조사통계자료와 행정자료 간 매칭비율 수치 파악	해당없음	
3. 자료코딩 ~ 4. 자료입력 (정확성)		3/5
자료 코드체계 및 코딩(부호화) 방법의 적절성	1/2	
조사결과 자료의 전산입력 방법의 적절성	2/2	
입력 시 오류 검출을 위해 적용한 방법의 적절성	1/2	
입력매뉴얼(지침서) 첨부 자료 입력 교육 실시 여부와 교육 일정 및 방법	0/1 0/1	
5. 자료내검 (정확성)		4/5
조사현장 내검 내용 및 방법, 오류자료 처리방법의 적절성	2/2	
입력결과 내검 내용 및 방법, 오류자료 처리방법의 적절성	2/2	
전산내검 범위, 논리내검 적용대상 및 적용내용의 타당성 내검매뉴얼(지침서) 첨부	해당없음 0/1	
6-1. 주요 항목무응답 실태 ~ 6-3. 단위무응답 실태 (정확성)		해당없음
주요 항목에 대하여 항목 무응답률 수치 제시	해당없음	
주요 항목에 대하여 항목 무응답률 산출 산식	해당없음	
주요 항목의 항목무응답을 대체하는 경우 대체방법의 적절성	해당없음	
단위무응답률 수치 제시	해당없음	
단위무응답률 산출 산식 주요 하위그룹별 및 무응답 사유별 무응답률 검토	해당없음 해당없음	
7-1. 가중치 조정 ~ 7-2. 통계추정 산식 및 내용(정확성)		해당없음
무응답 가중치 조정	해당없음	
사후가중치 조정	해당없음	
무응답 가중치 구체적인 조정과정 및 방법의 적절성	해당없음	
사후가중치 구체적인 조정과정 및 방법의 적절성	해당없음	
추정하고자 하는 주요 모수 추정치를 계산하는 산식	해당없음 해당없음	
8. 표집오차 추정 방법 및 결과(표본조사) (정확성)		해당없음
주요 항목에 대한 분산, 표준오차 등의 추정 방법	해당없음	
주요 항목에 대한 상대표준오차, 신뢰구간 등의 적절성 주요 항목의 오차 특성과 이용 시 고려사항	해당없음 해당없음	
9-1. 지수 유형 및 산출산식 ~ 9-2. 지수 가중치 및 갱신 (정확성)		해당없음
사용된 지수의 유형 및 지수의 장단점, 선정 이유의 타당성	해당없음	
사용된 지수의 산출 산식	해당없음	
지수작성 목적으로 조사대상 선정기준, 절차, 선정된 항목	해당없음	
지수작성 가중치 산출에 이용된 자료의 명칭 및 개요 가중치 산출 산식 및 과정, 갱신주기 및 이유	해당없음 해당없음	
9-3. 지수개편 ~ 9-4. 디스플레이터(정확성)		해당없음
지수개편의 주기	해당없음	

필수진단항목 (품질차원)		진단결과	
		진단점수/ 배점점수	5점척도점수
	지수개편의 목적 및 필요성, 방법, 절차, 내용의 적절성	해당없음	
	과거자료 접속방법	해당없음	
	디스플레이터의 개요, 특성, 적정성	해당없음	
	디스플레이터의 불변화 방법	해당없음	
10-1. 계절조정 의미 및 적용 방법 ~ 10-3. 계절조정 시계열 보정(비교성)	보정(비교성)	해당없음	
계절조정의 의미와 필요성, 방법 및 버전	해당없음		
계절조정 과정, 과정별 적용 방법, 내용, 산출물 등 관리	해당없음		
계절조정 시계열 보정의 주기, 이유, 보정의 내용, 방법	해당없음		
추가진단항목		추가점수 (진단점수/배점점수)	
2. 활용하는 행정자료를 점검 또는 보완하는 경우 내용, 방법, 결과 등의 기록·관리		0/0.1	
5. 자료 내용검토(에디팅) 시스템 구축		0/0.1	
5. 확인된 오류의 유형, 내용, 원인 등에 대한 분석		0/0.1	
5. 이상치를 처리하는 경우, 이상치의 기준, 식별 및 처리방법, 처리결과 등 기록·관리		0/0.1	
6-1. 항목특성별, 응답자 유형별 등 항목무응답 분포와 특징, 편향 발생 및 분산 증가 가능성 등 분석		0/0.1	
6-2. 항목 무응답 대체시 대체비율, 대체값의 추정치 기여도, 대체값의 자료 표기 방법 등 분석		0/0.1	
6-3. 단위무응답에 의한 편향 발생 및 분산 증가 가능성 검토		0/0.1	
6-4. 항목 또는 단위무응답 발생 시, 응답자와 무응답자의 성향으로 인해 발생할 수 있는 편향을 줄이기 위한 조치		0/0.1	
6-4. 측정 또는 처리오차에 대한 추정 또는 연구 사례 유무		0/0.1	
8. 마이크로데이터 이용자가 스스로 표집오차를 계산할 수 있도록 관련 방법을 제공하는 경우 이에 대한 사용방법		0/0.1	
정성평가		-0.1	

- \* 1. 행정자료의매칭방법: 6점 이상(5), 5점(4), 3~4점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 3. 자료코딩 ~ 4. 자료입력: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 5. 자료내검: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 6-1. 주요항목무응답실태 ~ 6-3. 단위무응답실태: 8점 이상(5), 6~7점(4), 4~5점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- \* 7-1. 가중치 조정 ~ 7-2. 통계추정산식및내용: 8점 이상(5), 6~7점(4), 4~5점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- \* 8. 표집오차추정방법및결과: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 9-1. 지수유형및산출산식 ~ 9-2. 지수가중치및갱신: 12점 이상(5), 9~11점(4), 5~8점(3), 2~4점(2), 1점 이하(1)
- \* 9-3. 지수개편 ~ 9-4. 디스플레이터: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 10-1. 계절조정의미 ~ 10-3. 계절조정시계열보정: 8점 이상(5), 6~7점(4), 4~5점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- \* 정성평가: -1점 ~ +1점

## 5. 통계공표, 관리 및 이용자서비스 진단결과

주요유통업체매출동향조사의 통계공표 및 관리와 관련한 사항이 적절한 수준에서 관리되고 있는 것으로 확인되었으며 이용자를 위한 서비스도 충실히 제공하고 있는 것으로 확인되었다. 공표되는 통계 내용은 전년 동월 대비 매출 증가율, 상품군별 매출 비중, 구매 건수 및 구매단가 증가율, 점포당 매출액을 설명하고 있으며, 주요 통계표 및 그래프와 함께 이용 안내를 제공하고 있다.

또한 공표되는 통계의 이용시 유의사항에 대해서도 구체적으로 제시하고 있는 것으로 확인되었다. 다만, 전문이용자로 구성된 이용자 요구사항 반영실태 조사에서 공표되는 그래프와 내용에 대한 구조적 개선이 필요하다는 의견이 있었다. 또한 이용자 유의사항을 통한 이용 안내를 제공하고 있지만, 온, 오프라인을 병행하고 있는 기업의 매출 분류에 대한 근거 등이 제시되지 않아 정확성이 떨어진다는 의견도 수렴되었다.

통계공표는 국가통계포털(KOSIS)과 산업통상자원부 홈페이지를 통해 이루어지고 있으며, 통계이용자들이 통계의 공표 일정을 사전에 알 수 있도록 공표 일정을 사전에 간략하게 제시하고 있는 것으로 확인되었다.

### □ 시사점

이용자 요구사항 반영 실태조사 결과 이용자 서비스와 관련한 다수의 의견이 제시되었는데, 공표되는 통계자료가 물가상승률 등을 고려한 매출증가추세를 반영하지 못하고 단순한 명목 수치로만 그래프를 나타내고 있어, 경기와 소비영향을 판단하는 관점에서 보완이 필요하다는 의견이 있었다.

또한 일부 기업은 온·오프라인을 병행하는 유통구조를 취하고 있는데, 매출액의 분류가 명확히 제시되지 않아 매출액이 중복으로 집계되는 등의 오류에 대한 근거가 명확하지 않다는 의견이 제시되었다. 이러한 의견을 반영하여 정성평가 점수에 반영하였다.

<표 6> 통계공표, 관리 및 이용자서비스 진단결과

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1-1. 공표통계 해석방법 (관련성)		3/5
주요 분류 수준별 세분화된 공표통계의 적절성	1/2	
통계 공표의 적정성(상대표준오차 등) 검토	0/3	
주요 통계표, 그래프	2/2	
공표되는 통계의 해석방법 및 이용 시 유의사항	2/2	
연도별(시계열) 통계결과 및 분석결과 관리	0/2	
1-2. 공표통계 정확성 (정확성)		4/5
공표된 통계표 형식, 단위표기, 주석 등의 적절성	1/3	
공표된 통계수치의 정확성	3/3	
2-1. 조사대상 기간/조사 기준시점과 공표 시기 (시의성)		5/5
조사대상 기간/조사 기준시점과 통계 공표 시점 제시	1/1	
조사과정별 소요되는 기간의 적절성	2/2	
조사기준 시점과 통계결과의 최초 공표일 간의 차이	5/5	
2-2. 공표일정 (정시성)		5/5
사전에 공개된 통계공표 일정과 공개방법	1/2	
통계공표 일정을 작성기관 홈페이지 등에 예고	2/2	
예고된 통계 공표일정 준수	5/5	
3-1. 통계 작성방법의 비교성 ~ 3-3. 국가간 비교성 (비교성)		해당없음
통계의 개념 동일 여부	해당없음	
분류체계 동일 여부	해당없음	
조사 기준시점 동일 여부	해당없음	
조사 실시시기 동일 여부	해당없음	
변경된 경우, 변경 전·후 비교분석 결과	해당없음	
시계열 단절이 발생한 경우, 발생 원인과 변경된 자료 이용 시 고려사항 검토	해당없음	
작성통계와 동일한 조사목적에 갖는 외국 통계 명칭과 개요	해당없음	
작성통계와 동일한 조사목적에 갖는 외국통계와 직접 비교 가능한지 여부, 가능하지 않은 사유 및 이용 시 고려사항 등에 대한 검토	해당없음	
국제 기구에 제공하는 경우, 국제기구명, 제공항목 등 제시	해당없음	
3-4. 동일영역 통계와 일관성 ~ 3-6. 잠정치와 확정치의 일관성 (일관성)		5/5
작성통계와 동일하거나 유사한 조사내용 혹은 항목을 포함한 조사의 명칭과 개요	3/3	
두 통계간 차이 발생 시 차이가 나는 내용, 정도, 이유 등과 이용 시 고려사항에 대한 검토	2/2	
동일한 내용을 조사하는 작성주기가 다른 통계의 명칭과 개요	해당없음	

필수진단항목 (품질차원)		진단결과	
		진단점수/ 배점점수	5점척도점수
	두 통계간 차이 발생 시 차이가 나는 내용, 정도, 이유 등과 이용 시 고려사항에 대한 검토	해당없음	
	작성통계의 잠정치와 확정치의 차이	해당없음	
	두 수치가 차이가 나는 요인 및 이용 시 고려사항 검토	해당없음	
4-1. 통계의 이용자 서비스 (접근성)			
	통계공표 방법의 다양화(브리핑 제공, 보도자료 제공, 보고서 간행물 제공, 홈페이지 제공)	3/3	5/5
	국가통계포털(KOSIS) 수록	2/2	
4-3. 통계설명자료 제공 (명확성)			
	통계 설명자료에 대한 소재 정보	2/2	
	국가통계포털(KOSIS) 통계설명자료에 정보 제공	-	
	통계설명자료 제공(통계개요)	0/3	
	통계설명자료 제공(조사관리)	1/3	
	통계설명자료 제공(표본설계, 표본조사, 통계추정 추계 및 분석)	해당없음	3/5
	통계설명자료 제공(지수편제)	해당없음	
	통계설명자료 제공(참고자료)	2/3	
	간행물 또는 작성기관 홈페이지 등에 통계설명자료 제공(KOSIS 설명자료 외)	1/3	
5-1. 마이크로데이터 생성·관리 (정확성)			
	마이크로데이터 생성 방법	2/2	5/5
	마이크로데이터 관리 방법	2/2	
5-2. 마이크로데이터 서비스 (접근성)			
	마이크로데이터 제공	0/2	
	마이크로데이터 요구 및 제공 방법, 구입 소요시간, 구입비용, 자료제공 포맷, 자료제공 레이아웃, 미제공 항목에 대한 설명 및 제공과 관련된 인터넷 주소 제시	해당없음	1/5
	마이크로데이터 미제공 사유	1/3	
	마이크로데이터 제공/미제공 관련 내부 규정(지침)	0/1	
5-3. 마이크로데이터 일치율 (정확성)			
	마이크로데이터 점검용 자료 제출	5/5	10/10
	마이크로데이터 일치율 점검 결과	5/5	
6-1. 자료 수집, 처리 및 보관 과정의 비밀보호 ~ 6-3 자료 보안 및 접근제한 (관련성)			
	자료수집과정에서 응답자 비밀보호 지침/조치	2/2	
	자료처리과정에서 응답자 비밀보호 지침/조치	2/2	
	자료보관과정에서 응답자 비밀보호 지침/조치	2/2	5/5
	공표자료에서 응답자 비밀보호를 위한 조치/방법	2/2	
	마이크로데이터 제공 과정에서 응답자 비밀보호 조치/방법	해당없음	
	자료 유실, 유출, 훼손 등 예방을 위한 자료보안 지침/조치	2/2	

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
추가진단항목	추가점수 (진단점수/배점점수)	
1-1. 성인지와 관련하여 공표하는 관련 통계 항목 등	0/0.1	
2-1. 기간 단축 가능성 검토	0/0.1	
3-3. 주요 통계내용을 국가 간 비교하여 통계표, 그래프 등 제시	0/0.1	
3-6. 잠정치와 확정치 차이를 줄이기 위한 연구 또는 검토	0/0.1	
3-7. 통계 자료 공표 후 오류가 발견되어 수정한 경우, 내용, 사유, 조치과정, 결과 등 기록·관리	0/0.1	
4-1. 통계서비스 경로별 이용자 접속횟수나 마이크로데이터 제공실적 등에 대한 모니터링 및 분석 결과	0/0.1	
5-2. 이용자 맞춤형 통계산출 서비스를 제공하는 경우, 요구방법, 소요시간 및 비용 등 명시	0/0.1	
<b>정성평가</b>	-1	

- \* 1-1.공표통계및해석방법: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- \* 1-2.공표통계정확성: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 2-1.조사대상기간/조사기준시점과공표시기: 7점 이상(5), 6점(4), 3~5점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 2-2.공표일정: 8점 이상(5), 6~7점(4), 4~5점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- \* 3-1.통계작성방법의비교성~3-3.국가간비교성: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- \* 3-4.동일영역통계와일관성~3-6.잠정치와확정치와의일관성: 13점 이상(5), 10~12점(4), 5~9점(3), 2~4점(2), 1점 이하(1)
- \* 4-1.통계의이용자서비스: 5점(5), 4점(4), 2~3점(3), 1점(2), 0점(1)
- \* 4-3.통계설명자료제공: 18점 이상(5), 14~17점(4), 7~13점(3), 3~6점(2), 2점 이하(1)
- \* 5-1.마이크로데이터생성·관리: 4점(5), 3점(4), 2점(3), 1점(1), 0점(1)
- \* 5-2.마이크로데이터서비스: 5점 이상(5), 4점(4), 3점(3), 2점(2), 1점 이하(1)
- \* 5-3.마이크로데이터일치율: 실제 측정점수 반영(0~10점)
- \* 6-1.자료수집차단및보안정책의비밀보호~6-3.자료보안및접근제한: 11점 이상(5), 8~10점(4), 5~7점(3), 2~4점(2), 1점 이하(1)
- \* 정성평가: -1점 ~ +1점

## 6. 통계기반 및 개선 진단결과

통계를 기획하고 분석하는 인력 현황과 통계 품질향상을 위한 노력 등을 점검한 결과는 다음과 같다. 주요유통업체매출동향조사는 위탁 없이 산업통상자원부 담당자가 업무를 수행하고 있으며, 전문성 제고를 위한 통계 관련 교육 수행이 미흡한 것으로 판단되었다.

통계품질개선 부분에서는 통계품질진단 결과를 반영하여 체계적으로 관리하고 있는 것으로 확인되었다. 구체적으로 통계품질 제고 검토 및 개선을 위해 기존 백화점, 대형마트 뿐 아니라 SSM, 편의점에 대한 매출 동향을 추가하였으며, 통계자료 제공의 다양성을 위해 업체별 증감 데이터를 등록하고, 이용자의 이해를 돕기 위한 업체별 대상 업체, 다른 통계와의 차이점 등을 추가하여 제공하고 있음이 확인되었다. 이러한 내용은 정성평가의 추가점수로 반영하였다.

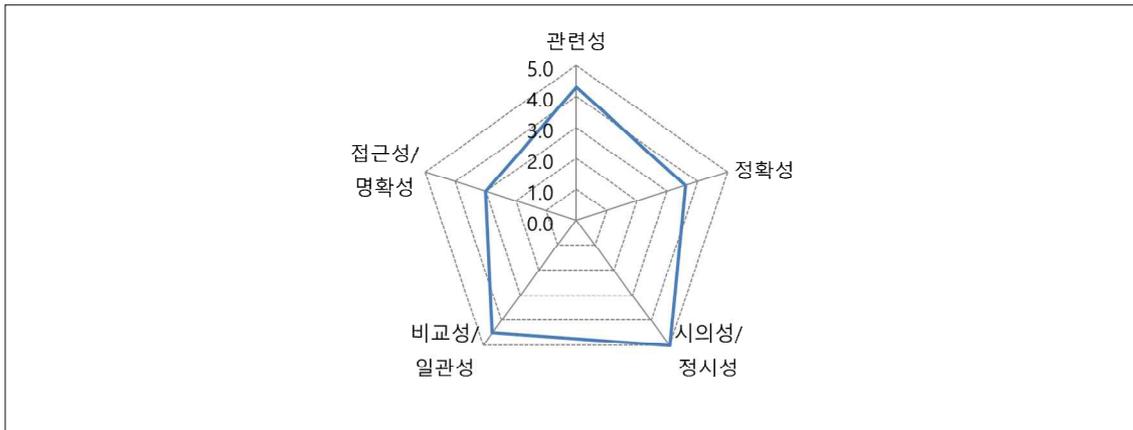
<표 7> 통계기반 및 개선 진단결과

필수진단항목 (품질차원)	진단결과	
	진단점수/ 배점점수	5점척도점수
1. 기획 및 분석 인력 (정확성)		3/5
통계업무 담당 부서명, 업무별 담당인력 구성 및 통계업무 담당년수, 업무 관련 전공 여부 등의 기술	1/2	
외부 위탁 또는 용역사업으로 통계 생산하는 경우, 수탁 기관의 관련 업무 인력구성 및 통계담당년수 등의 적절성 최근 1년간 전문성 제고를 위하여 통계 관련 교육과정을 이수한 내역(교육구분, 과정명, 교육기관, 참여인원수)	0/1	
3. 통계위탁 조사 (정확성)		해당없음
통계작성을 민간 위탁하여 작성하는 경우, 제안요청서, 제안서, 사업계획서 등 통계조사 민간위탁지침 반영	해당없음	
조사 원료 후 수탁기관으로부터 조사와 관련하여 제출받고 있는 자료 목록	-	
조사기획서(사업계획서)	해당없음	
(표본조사) 표본설계서 및 예비표본 포함 명부	해당없음	
(전수조사) 모집단 명부 일체	해당없음	
조사원 교육관련 사항(지침서, 사례집 등)	해당없음	
조사표 원본(또는 폐기 등에 관한 계획)	해당없음	
조사결과 원자료(마이크로데이터) 파일, 파일설계서	해당없음	
에디팅(내용검토) 요령서	해당없음	
현장조사 평가보고서	해당없음	
자료처리 보고서	해당없음	
최종보고서	해당없음	
4. 통계 품질관리 및 개선 (관련성)		5/5
통계품질제고 가능성에 대한 검토 결과나 개선 계획 또는 추진실적에 대한 기록·관리	2/2	
최근 3년간 통계에 대한 학계, 언론, 국회 등 외부 지적 사례 내용, 관련 해명, 개선 등의 조치사항	해당없음	
과거 정기(수시)통계품질진단 결과에 따른 개선과제 관리 및 이행내역(중점관리과제, 기관관리과제 포함)	1/1	
<b>추가진단항목</b>	<b>추가점수 (진단점수/배점점수)</b>	
2. 전체 및 주요항목, 활동별 사업예산 내역을 산출근거와 함께 제시 또는 예산 증액 필요성, 절감 가능성 등에 대한 분석·검토	0/0.1	
<b>정성평가</b>	0.5	

- \* 1.기획및분석인력: 4점(5), 3점(4), 2점(3), 1점(2), 0점(1)
- \* 3.통계위탁조사: 10점 이상(5), 8~9점(4), 4~7점(3), 2~3점(2), 1점 이하(1)
- \* 4.통계품질관리및개선: 4점(5), 3점(4), 2점(3), 1점(2), 0점(1)
- \* 정성평가: -0.5점 ~ +0.5점

## 제 2 절 품질차원별 진단결과

통계작성절차별 진단을 토대로 주요유통업체매출동향조사의 품질차원별 점수를 도출한 결과, 관련성 척도 4.3점, 정확성 척도 3.6점, 시의성/정시성 척도 5.0점, 비교성/일관성 척도 4.5점, 접근성/명확성 척도 3.0으로 진단되었다.



<그림 2> 『주요유통업체매출동향조사』 품질차원별 진단점수(방사형 그래프)

### 1. 관련성

관련성이란 이용자 관점에 초점을 둔 측면으로 통계의 포괄범위와 개념, 내용 등이 이용자 요구에 부합되는 정도를 의미한다. 관련성 품질차원 진단 결과, 주요유통업체매출동향조사는 통계작성기획, 조사개요, 작성 목적, 연혁 등에 대한 안내가 잘 이루어져 있고, 주된 활용분야에 대한 명시가 잘 관리되어 통계의 유용성을 높이기 위한 지속적인 노력을 하고 있음을 확인하였다. 하지만 이용자의 의견수렴 활동, 요구사항 반영 등은 다소 미흡한 것으로 진단되었다.

## 2. 정확성

정확성이란 측정하고자 하는 모집단의 특성을 추정함에 있어 이 추정된 값이 미지의 참값에 얼마나 근접하는가의 정도를 의미한다. 정확성 품질차원 진단결과, 조사모집단에 대한 설명이 부족한 것으로 진단되었으며, 이에 대한 수정 및 보완이 필요해 보인다. 또한 목표모집단과 조사모집단의 적정성에 대한 근거를 제시하여 표본의 대표성을 확보하고 신뢰성을 제고할 수 있는 정보의 제공이 필요한 것으로 판단된다.

## 3. 시의성/정시성

통계의 시의성은 작성기준 시점과 결과 공표시점간의 차이를 나타내는 지표이고, 정시성은 공표한 날짜와 사전에 계획된 공표 날짜 사이의 시간 지체 정도로 예고된 공표시기를 정확히 준수하는가에 대한 개념이다. 시의성/정시성 품질차원 진단 결과, 조사대상 기간과 공표 시기 차이는 우수한 것으로 나타났다. 또한 예고된 통계 공표 일정을 준수하는 것으로 나타났다. 주요유통업체매출동향조사는 월 단위로 통계 결과를 공표하기 때문에 시의성이 높고 공표 예정일을 정확히 준수하고 있는 통계로 판단된다.

## 4. 비교성/일관성

비교성은 시간적 및 공간적으로 자료가 비교 가능한 정도를 의미하는 것이고, 일관성은 동일한 경제, 사회현상에 관해 작성된 다른 통계자료와의 유사 또는 근접한 정도를 나타낸다. 주요유통업체조사의 비교성/일관성 품질차원 진단결과, 통계에서 사용하고 있는 분류 체계가 적절한 것으로 확인되었다. 또한 통계의 개념, 분류 체계 등을 매년 동일하게 유지하고 있는 것으로 확인되었다.

## 5. 접근성/명확성

접근성은 이용자가 얼마나 통계자료에 접근할 수 있는지 하는 물리적 조건을 말하며, 명확성은 통계가 어떻게 만들어졌는지에 대한 정보제공 수준을 말한다. 접근성/명확성 품질차원 진단결과, 주요유통업체매출동향조사는 국가통계포털 (<http://kosis.kr>)와 산업통상자원부 홈페이지를 통해 통계를 공표하고 있다. 마이크로데이터는 대상기업체가 소수이며, 매출 규모 등이 영업 비밀 중 핵심에 해당하기 때문에 제공되지 않고 있지만, 마이크로데이터 미제공 관련 내부 규정에 대한 지침검토가 필요할 것으로 사료된다.

## 제 3 절 진단결과 종합표

『 주요유통업체매출동향조사 』 통계정보보고서를 기반으로 6개 통계작성절차별 품질 지표들을 진단하였고 이를 기반으로 5개 품질차원별 진단 결과도 함께 도출하였다. 최종 진단결과 종합 점수는 다음과 같다.

&lt;표 8&gt; 진단결과 종합표

작성 절차 품질 차원	1. 통계작성기획	2 통계설계	3 자료수집	4 통계처리 및 분석	5 통계공표 관리 및 이용자서비스	6 통계기반 및 개선	평점 (5점척도)
관련성	4.0	5.0	-		4.0	5.0	4.3
정확성		3.3	3.5	3.5	4.5	3.0	3.6
시의성/ 정시성					5.0		5.0
비교성/ 일관성		4.0		-	5.0		4.5
접근성/ 명확성					3.0		3.0
<b>평점 (5점척도)</b>	<b>4.0</b>	<b>3.8</b>	<b>3.5</b>	<b>3.5</b>	<b>4.1</b>	<b>4.0</b>	<b>3.9</b>
가중치 적용	6.5	12.7	14.4	16.7	22.3	4.6	77.3
추가점수 (정성평가 포함)	-0.2	-1.0	-1.0	-0.1	-1.0	0.5	-2.8
<b>총계</b>	<b>6.3</b>	<b>11.7</b>	<b>13.4</b>	<b>16.6</b>	<b>21.3</b>	<b>5.1</b>	<b>74.5</b>

\* 평점은 세부진단항목에 대한 평균으로 작성절차별(또는 품질차원별) 평균과는 차이가 있음



### 제 3 장 개선과제별 개선방안

지금까지 국가통계의 품질 향상 및 신뢰도 제고와 통계 이용자 친화적인 통계생산을 위하여 『주요유통업체매출동향조사』에 대한 품질진단을 실시하였다. 품질진단은 관련성, 정확성, 시의성/정시성, 비교성/일관성, 접근성/명확성의 5개 차원에 대해 통계정보보고서 활용 점검, 이용자 요구사항 반영실태(FGI) 진단, 자료수집 체계 점검, 표본설계 점검, 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검, 마이크로데이터 품질 점검, 공표자료 오류 점검이라는 7가지 절차를 통해 수행하였다. 제3장에서는 각 진단에서 도출한 개별 개선과제에 대해 개선방안을 제시하고자 한다.

## 제 1 절 조사표 보완

### 1. 현황 및 문제점

주요유통업체매출동향조사의 조사는 조사지침서를 근거로 진행되고 있어 조사표에 대한 검토 및 보완이 필요한 것으로 확인되었다. 조사표의 역할은 응답자에게 조사의 필요성과 개요 등을 안내하고 이용자에게 신뢰감을 주는 기능이 있는데, 본 통계에서는 이러한 정보가 전달되지 않는 것으로 여겨진다.

### 2. 세부 개선과제 내용(실행방법 포함)

현재 조사표에 누락되어 있는 법적 근거에 대한 보완이 필요하며, 백화점, 복합쇼핑몰용 조사표의 경우 국가승인통계로고와 작성승인번호의 수정이 필요한 것으로 확인되었다. 따라서 이에 대한 보완 및 수정이 필요하다.

## 제 2 절 조사원 교육훈련 자료 보완

### 1. 현황 및 문제점

주요유통업체매출동향조사는 조사 기업체로부터 통계자료를 전달받아 조사담당자 1인이 자료의 취합, 분석, 공표를 관리하고 있다. 하지만 자료수집 체계 점검 결과, 조사원 매뉴얼 구축 및 조사원 교육이 이루어져야 할 것으로 판단된다.

자료의 정확도와 신뢰도를 높이기 위해서는 기업 담당자의 협조와 이해가 필수적이기 때문에 정기적인 교육 체계 및 매뉴얼을 확립하여 유대감 향상 및 응답 요령 등에 대한 교육을 진행할 필요가 있다.

### 2. 세부 개선과제 내용(실행방법 포함)

주요유통업체매출동향조사의 조사는 매월 진행되기 때문에 조사 품질을 유지하고 개선할 수 있는 문서화 된 교육자료가 필요하며, 카테고리 분류화 및 작성 지침에 대한 교육 자료를 개발하고 매년 보완하여 발전할 수 있도록 시스템을 구축하는 것이 필요하다.

## 제 3 절 공표자료 정확성 개선

### 1. 현황 및 문제점

주요유통업체매출동향조사는 매월 보도자료 등을 통해 공표되고 있으며, 표와 그래프를 제시하여 이용자의 이용 편의를 높이고 있다. 하지만, 이용자 요구사항 반영실태 진단 결과, 자료 공표시 단순한 명목수치로만 그래프를 나타내고 있어 물가상승률 등을 고려한 매출증가추세를 반영하지 못하고, 경기나 소비영향을 판단하는 관점에서 정책적, 학문적 의미가 떨어진다는 의견이 있었다.

또한 새로운 용어가 제시되는 경우, 해당 용어나 현상을 이해할 수 있도록 추가적인 설명이 필요하다는 의견이 제시되었다.

마지막으로 주요유통업체매출동향조사는 ‘주요’ 유통업체를 조사한 통계를 제시하고 있는데, 이는 유통업체를 대표하는 일반화 된 결과로 보여질 수 있기 때문에 통계의 한계점에 대한 명확한 서술이 필요하다는 의견이 제시되었다.

### 2. 세부 개선과제 내용(실행방법 포함)

주요유통업체조사의 정확성을 개선하기 위해서는 지표에 대한 보완 및 수정이 필요할 것으로 보이며, 새로운 용어나 현상에 대한 추가적인 설명을 기재하여 이해도를 높이는 방안이 필요하다.

또한 주요유통업체매출동향의 조사모집단에 대한 근거(예를 들어, 전국 유통업체 매출액 중 조사되고 있는 주요 유통업체 매출이 차지하는 비중 등)를 제시하여 표본의 대표성에 대한 신뢰도를 확보하고, 전체 표본을 대표하지 않는다는 한계점을 명확히 서술해야 할 것으로 판단된다.

## 제 4 절 분석지표 정확성 개선

### 1. 현황 및 문제점

이용자 요구사항 반영실태 조사 결과, 조사 대상 기업의 일부는 온·오프라인을 병행하는 유통 구조를 취하고 있는데, 온·오프라인의 매출을 구분하는 근거가 명확히 서술되지 않아 통계의 이해가 어렵다는 의견이 도출되었다.

마지막으로 본 조사를 수행하는 기업에 따라 품목별 카테고리가 달라서 공표 자료를 직관적으로 이해하고 비교하기 어렵다는 의견이 있었다. 또한 카테고리를 범주화 한 기준이 불명확한 것으로 나타났는데 예를 들어 ‘아동/스포츠’, ‘가전/문화’와 같은 카테고리의 범주화는 항목의 유사성이 매우 낮기 때문에 통계의 정확성과 품목의 동향을 파악하는데 어렵다는 의견이 있었다.

그리고 ‘해외유명브랜드’와 ‘패션/잡화’ 카테고리가 구분되어 있는데, 해외유명브랜드 중에서 패션 잡화 품목이 포함되기 때문에 매출을 산정하는 근거와 기준이 불명확하다는 의견이 있었다.

### 2. 세부 개선과제 내용(실행방법 포함)

주요유통업체조사로서 통계의 한계점 등을 기술하여 본 통계의 목적을 명확히 하는 작업이 필요할 것으로 판단된다. 또한 카테고리 분류 기준이나 매출액 산정 근거에 대한 정확한 출처와 근거를 명시하는 것이 필요하다.

또한 현재 관련성이 매우 낮아 보이는 일부 카테고리의 분류 및 통합에 대한 명확한 지침과 근거를 검토하여 자료의 명확성을 제고할 필요가 있다.

## 제 5 절 조사 분류표의 표준화 검토

### 1. 현황 및 문제점

주요유통업체매출동향조사의 자료수집은 조사대상 업체의 조사응답자에게 조사내용을 엑셀파일로 회신받는 방식을 기본으로 한다.

하지만, 주요유통업체매출동향조사의 자료수집 체계 점검 결과 조사 분류표의 표준화가 필요한 것으로 파악되었다. 이는 응답하는 기업체마다 판매된 품목의 분류를 통일시키지 못한다는 문제를 발생시키며, 매출 동향 자료의 신뢰성과도 직결되는 문제인 것으로 확인되었다.

또한 현재 활용하고 있는 조사분류표는 제품의 카테고리를 기준으로 분류하고 있는데, 빠르게 변화하는 시장 상황에 따라 새로운 아이템이나 품목 등이 생겼을 때 기업마다 카테고리로 분류하는 기준이 달라 매출 증감 등의 현상을 파악하는데 오류가 발생할 수 있는 것으로 확인되었다.

### 2. 세부 개선과제 내용(실행방법 포함)

기업체의 매출 동향 자료를 취합, 분석하는 산업통상자원부에서 새로운 품목이나 아이템 등에 대한 구체적이고 세분화된 카테고리 분류 기준을 마련해야 할 것으로 사료된다. 이는 통계품질의 정확성과 일관성을 유지할 수 있는 기본적인 장치로 카테고리의 세분화된 기준에 대한 조사표를 개발하는 것이 필요하다.

## 제 6 절 개선과제 요약

지금까지 제시한 개선과제를 요약한 내용은 <표 9>와 같다.

<표 9> 개선과제 요약

단계	개선과제	실행방법	기대효과	관련 품질차원	출처	비고 (예상문제점 등)
단기	조사표 보완	- 조사의 정확성을 제고하기 위한 조사표 보완	- 조사의 정확성과 응답자의 이해도 제고	정 확 성	조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검, (2통계설계)	
	조사원 교육·훈련 자료 보완	- 자료 작성 지침과 관련한 조사 매뉴얼 구축 - 정기적인 조사원 교육 실시	- 조사 품질 향상 및 이해도 제고	관 련 성, 정 확 성	자료수집 체계 점검, (3.자료수집)	
중기	공표자료 정확성 개선	- 새로운 용어나 현상에 대한 설명 필요	- 이용자가 세부적인 정보를 활용함에 따라, 통계의 관련성 품질 및 정확성 제고	접 근 성/ 명 확 성	FGI, (5통계공표 관리 및 이용자서비스)	
장기	분석지표 정확성 개선	- 온오프라인 병행 기업의 매출액 출처 근거 명시 - 카테고리의 범주화 기준 및 중복항목 등의 검토 필요	- 관련 통계와 정합성 및 비교가능성 제고	비 교 성, 명 확 성	FGI, (5통계공표 관리 및 이용자서비스)	
	조사 분류표의 표준화 검토	- 구체적이고 세분화 된 카테고리 분류 기준 마련	- 통계 품질의 정확성과 일관성을 제고	정 확 성	자료수집 체계 점검, (2통계설계)	

※ 단기 : 1년 이내, 중기 : 1~2년, 장기 : 2년 이상



## 제 4 장 발전전략 및 중장기 로드맵

### 1. 공표자료 정확성 개선

주요유통업체매출동향조사는 학계와 기업, 정책관리자 등 다양한 부분에서 활용도가 높은 통계로 이용자 요구사항 반영실태 진단 결과 공표자료에 대한 문제가 지적되었다. 현재 공표되는 자료는 단순한 매출과 전년 동월 대비 등의 내용만을 나타내고 있어, 경기나 소비지표 등의 영향에 따른 유통업체매출동향을 파악하기 어렵다는 지적이었다.

따라서 공표자료의 이해와 활용을 높이기 위해 자료에 대한 분석 및 해석, 서술 등이 이루어져야 할 것으로 보인다. 단순히 유통업체 매출 자료를 취합해서 보도하는 것뿐만 아니라, 경기 흐름이나 변화, 소비지표의 영향 등을 파악할 수 있는 물가지수 등의 검토를 통해 활용도를 높이는 방안이 필요할 것으로 사료된다.

(출처 : 차원별 - 비교성, 명확성, 통계작성절차별 - 5. 통계공표 관리 및 이용자서비스, FGI)



붙임1

## 자료수집 체계 점검 결과 (조사통계용)

통 계 명	주요유통업체매출동향조사
승 인 번 호	115023
작 성 기 관	산업통상자원부
면 접 일 시	2022년 4월 6일
연 구 원	박 철
연구보조원	이윤희

제1부 점검계획

1. 점검 방법

- 점검목적
  - 현장조사 단계에서 발생할 수 있는 오류 및 애로사항 등을 파악하기 위해 조사기획자, 조사관리자를 대상으로 현장조사 실태를 점검 후 문제점을 파악하고 개선방안을 도출하는데 목적이 있음
- 점검방법
  - 자료수집 체계 점검을 위해 조사에 참여한 조사기획자, 조사관리자를 면담함
- 점검내용
  - 조사수행단계별 관리실태, 부실조사 및 오류방지체계, 조사내용 확인체계 등 자료수집에 대한 개선을 위한 방안, 조사표 및 원자료 관리 등

2. 면담(현장방문) 일정

일시	면담대상자	장소	주요 점검사항
4.6.	김OO	산업통상자원부 회의실	통계 현황 및 작성 시 개선방안 의견 수렴
4.29.	김OO	BGF리테일 본사	자료수집 전반에 대한 점검 및 애로사항 확인

제2부 점검 결과 요약

점검 자료목록	문제점	개선 의견
모집단 및 표본추출틀	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 모집단에 대한 정의가 잘 제시되어 있음</li> <li>- 특정한 표본추출틀을 사용하지 않고, 비확률표본으로 조사를 실시함</li> </ul>	-
조사 준비 및 조사 매뉴얼	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 정확한 지침과 근거로 매출동향을 파악하고 있어 자료의 신뢰도가 높음</li> </ul>	-
추정	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가중치를 가지고 추정을 하지 않고 증감 또는 매출비중으로 통계결과를 산출함</li> </ul>	-

## 제3부 자료수집 체계 점검 결과

### 1. 자료수집 체계 점검 개요 및 설계

#### 가. 점검 개요

본 점검은 주요유통업체매출동향조사의 전반적인 품질 상태를 살펴보고, 본 조사를 통해 제공되는 국가통계에 대한 신뢰성을 제고할 수 있는 방안을 제시하기 위해 수행된다. 이에 주요유통업체매출동향조사의 자료수집을 담당하는 담당자 2명을 대상으로 자료수집 과정에서 발생할 수 있는 문제점, 애로사항을 인식하고 개선점을 도출하여 통계 품질을 높이기 위해 자료수집 체계 점검을 실시하였다.

#### 나. 점검 설계

통계자료 작성을 위한 원자료 관리는 담당 직원이 매달 각 부서에 원자료를 요청하는 방식으로 진행되고 있으며, 담당자는 해당 내용을 취합하여 일괄적으로 산업통상자원부로 전달하는 구조를 취하고 있음.

무응답 항목이 발생하지 않으며, 해당 자료는 기업 내부 자료로 영구적으로 보관되고 있음. 엑셀을 이용하여 입력하기 때문에 이상치를 검토하는 과정이 수행되며, 오류 등의 이상치가 검출되면 전화 또는 메시지의 내부 연락을 통해 관련 자료의 수정을 요청함.

내부 조직 구조에 따라 통상 2~3년마다 담당자가 교체되며, 표준화 된 자료로 인수인계가 이루어짐. 빈도수가 많지만, 업무 강도는 낮은 편에 속함.

## 2. 점검 결과

### 가. 현황 및 문제점

#### (1) 현황

주요유통업체매출동향조사는 주요 유통업체 담당직원이 매출동향 자료를 업로드하고 있으며, 산업통상자원부는 이를 통합하고 분석함.

주요유통업체매출동향조사의 모집단은 국내에서 영업활동을 하고 있는 주요 유통업체로 정의하고 있으며, 조사모집단은 사업체 정의에 부합되는 기업들 중 대형마트 3개, 백화점 3개, 편의점 3개, 기업형 슈퍼마켓 4개, 복합쇼핑몰 3개를 조사하고 있음.

#### (2) 문제점

1. 산업통상자원부에서 표준화된 분류표의 표준화가 되어 있지 않음. 이는 기업마다 분류표를 통일시키지 못한다는 문제점을 발생시키며, 매출동향 자료의 신뢰성과도 직결될 수 있는 문제임. 구체적으로 새로운 아이템이나 품목이 생겼을 때, 기업마다 분류하는 기준이 다르기 때문에, 매출 증감 등의 현상을 파악하는데 오류가 생길 수 있음.

2. 자료를 제공하는 업체 담당자의 이해도 제고 및 정확한 자료수집을 위한 교육 체계가 마련되어 있지 않음.

3. 조사 기획부서의 담당자가 바뀔 경우 통계진단에 대한 이해도가 낮아, 해당 보고서의 기획, 작성, 오류 검토, 자료수집 체계 점검, FGI 등의 업무를 파악하지 못하고 있음.

4. 본 조사는 표본추출틀을 사용하지 않는 비확률표본이며, 표본의 대표성을 나타내는 명확한 기준이 마련되어 있지 않음.

## 나. 주요 개선의견

### (1) 카테고리 분류 지침 마련

최종적으로 통계자료를 취합, 분석하는 산업통상자원부에서 세분화된 카테고리에 대한 작성지침이 필요함.

### (2) 통계 교육원 교육체계 마련

통계자료의 정확도와 신뢰성을 높이기 위해서는 업체 담당자의 협조와 이해가 필수적이기 때문에, 정기적인 교육 체계를 확립하여 유대감 향상 및 응답 요령 등에 대한 교육을 진행할 필요가 있음.

### (3) 업무지침서 문서화 필요

조사기획자의 변동으로 인한 문제점을 해결하기 위해서는 조사 개요 및 현황 등을 표준화된 자료로 정리하여 업무의 효율성을 높일 필요가 있음.

다. 근거자료 확인 목록

[매뉴얼 III.자료수집] 진단항목	근거자료 목록	확인결과
1. 조사방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 조사 응답 비율, 응답자 특성</li> <li>· 분석결과 자료</li> </ul>	인터뷰를 통해 확인함
2-1 조사원 채용 및 처우	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 채용 과정 및 계획 문서</li> </ul>	해당 사항 없음
2-2 조사원 교육훈련	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 조사원 교육자료</li> <li>· 교육 세부일정 및 계획/결과</li> <li>· 보안 교육 및 서약서</li> <li>· 조사원 평가 결과</li> <li>· 재교육 일정 등</li> </ul>	해당 사항 없음
2-3 조사원 업무량	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 응답소요시간, 조사난이도, 조사기간 등 참고자료</li> </ul>	난이도 낮은 편이고 조사 시간은 30분 정도 소요됨
3-2 조사준비 및 준비조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 홍보 내역</li> <li>· 응답자 사전 통지서</li> <li>· 조사구 또는 명부 보완내역</li> </ul>	해당 사항 없음
3-3 조사항목별 조사방법	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 조사 지침서</li> <li>· 항목별 내검지침(추가 확인)</li> </ul>	해당 사항 없음
3-4 현장조사 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 현장조사 관리 지침</li> <li>· 현장조사 파라미터 세부자료 (방문 또는 접촉시도 횟수, 방문요일 및 시간대, 조사 성공/실패 등)</li> <li>· 실사지도(지도점검) 결과자료</li> </ul>	해당 사항 없음
3-5 조사 질의응답 체계	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 현장조사 질의 응답 체계 운영방법</li> <li>· 주요 질의 응답, 오류사례</li> <li>· 현장조사 사례집</li> </ul>	자료입력 체계와 오류 점검 등을 확인함
4-2 기억응답	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 기억응답에 활용된 참고자료</li> </ul>	해당 사항 없음
4-3 무응답 대처	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 항목, 단위 무응답 대처 지침, 사례</li> </ul>	해당 사항 없음
4-4 표본대체	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 표본대체 기준 및 방법</li> <li>· 표본대체 목록 현황 자료</li> </ul>	해당 사항 없음
5. 사후조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 모니터링 실시 계획자료</li> <li>· 모니터링 대상 명부, 표본선정내역, 질문지, 검증항목 및 오차범위 등</li> <li>· 모니터링 결과자료 및 사후 조치 사례</li> </ul>	해당 사항 없음



붙임2

## 표본설계 점검 결과

통 계 명	주요유통업체매출동향조사
승 인 번 호	115023
작 성 기 관	산업통상자원부
점 검 일 시	2022년 6월 10일
연 구 원	오유진
연구보조원	심주용

제1부 **점검 개요**

I. 점검 개요

- 표본설계 점검 시 검토한 자료
  - 주요유통업체매출동향조사 통계정보 보고서  
(조사개요, 작성목적, 조사설계, 통계추정 및 분석)

II. 조사 개요

조 사 명	주요유통업체매출동향조사	
작 성 기 관 명	산업통상자원부	
작 성 주 기	월	
전수/표본조사	전 수( )	표 본( ● )
표본설계주체	자체설계( ● )	외부용역( )
조 사 목 적	주요유통업체 매출동향을 조사하여 경기의 바로미터인 소비 동향 파악과 유통산업 정책수립에 활용	
조 사 대 상	주요 유통업체 16개사	
조 사 방 법	이메일 조사	

제2부 점검 결과 요약

구 분	점검결과	개선 의견
모집단 및 표본추출틀	- 모집단 정의 및 현황이 제시되어 있음	- 표본의 대표성을 위해서는 주요 유통업체에 대한 명확한 기준 제시 필요
표본추출방법	- 유의표본추출방법을 제시하고 있음	-
추정	- 매출 증가율, 매출 비중 등의 통계를 산출하고 있음	-

### 제3부 표본설계 점검 결과

#### 1. 표본설계 점검 개요

주요유통업매출동향조사의 통계명, 승인번호, 작성기관, 조사목적, 조사대상, 조사방법은 다음과 같다.

- (1) 통계명 : 주요유통업매출동향조사(작성주기 : 월)
- (2) 승인번호 : 제115023호
- (3) 작성기관 : 산업통상자원부
- (4) 조사목적 : 주요유통업체 매출동향을 조사하여 경기의 바로미터인 소비동향 파악과 유통산업 정책수립에 활용
- (5) 조사대상 : 주요 유통업체 16개사
- (6) 조사방법 : 이메일 조사
- (7) 표본설계연도 : 2021년

이번 표본설계 진단은 주요유통업매출동향조사에 대하여 표본설계 진단 항목에 따라 모집단 및 표본추출틀, 표본규모, 표본추출방식, 표본배정방식, 추정산식 등의 항목으로 나누어 진단하며, 작성기관에서 작성한 정보보고서와 통계 간행물 등을 토대로 진단을 실시하였다.

## 2. 점검 결과

### 가. 모집단 및 표본추출틀

#### (1) 현황

주요유통업체매출동향조사에 대한 모집단 및 표본추출틀에 대한 설명은 다음과 같다.

- 목표모집단
  - 국내에서 영업활동을 하고 있는 주요 유통업체
  
- 조사모집단
  - 사업체 정의에 부합되는 기업들 중 대형마트 3개, 백화점 3개, 편의점 3개, 기업형 슈퍼마켓(SSM) 4개, 복합쇼핑몰 3개
  - 백화점 3사(현대, 롯데, 신세계)
  - 대형마트 3사(이마트, 롯데마트, 홈플러스)
  - 편의점 3사(CU, GS, 세븐일레븐)
  - SSM 4사(롯데마트, GS, 이마트에브리데이, 홈플러스익스프레스)
  - 복합쇼핑몰 3사(롯데몰, 신세계 스타필드, 현대아울렛)

#### (2) 점검 결과

모집단 및 표본추출틀에 대한 점검 결과, 목표모집단은 국내에서 영업활동을 하고 있는 주요 유통업체로 정의하고 있고, 조사모집단은 사업체 정의에 부합되는 기업들 중 대형마트 3개, 백화점 3개, 편의점 3개, 기업형 슈퍼마켓(SSM) 4개, 복합쇼핑몰 3개로 제시하고 있다. 따라서, 특정한 표본추출틀을 사용하지 않는 비확률표본이다.

다만, 주요 유통업체에 대한 기준이 제시되어 있지 않아 표본의 대표성을 위해서는 명확한 기준을 제시할 필요가 있다.

## 나. 표본추출방법

### (1) 현황

주요유통업체매출동향조사에 대한 표본추출방법으로 층화기준, 표본크기, 표본배분 방법은 다음과 같다.

- 표본추출방법
  - 유의표본추출(purposive sampling)로 진행되는 조사임
- 표본크기
  - 주요 유통업체를 표본 기업체를 선정하여 조사 실시
    - 백화점 3사(현대, 롯데, 신세계)
    - 대형마트 3사(이마트, 롯데마트, 홈플러스)
    - 편의점 3사(CU, GS, 세븐일레븐)
    - SSM 4사(롯데마트, GS, 이마트에브리데이, 홈플러스익스프레스)
    - 복합쇼핑몰 3사(롯데몰, 신세계 스타필드, 현대아울렛)

### (2) 점검 결과

표본추출방법에 대한 점검 결과, 표본추출방법으로 유의표본추출방법을 제시하고 있다. 표본크기는 백화점 3사, 대형마트 3사, 편의점 3사, SSM 4사, 복합쇼핑몰 3사로 총 16개사를 제시하고 있다. 다만, 유의표본추출방법에 대해 구체적인 설명을 제시하면 이용자의 이해를 도울 수 있을 것으로 판단된다.

## 다. 추정

### (1) 현황

주요유통업체매출동향조사에 대한 가중치 작성 및 추정식은 다음과 같다.

- 공표되는 내용
  - 전년동월대비 매출 증가율, 상품군별 매출 비중, 구매건수 및 구매단가 증가율, 점포당매출액 등
  
- 주요 통계
  - <대형마트>
  - 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)
    - 각 부문별 조사대상인 전년동월 대비 매출 증감액
  - 상품군별 매출 비중(단위 : %)
    - 각 부문별 조사대상인 전년동월 대비 전체매출액에 대한 부문별 매출 비중
  - 구매건수 및 구매단가, 점포당 매출액 증감 추이
    - 구매건수 증가율 추이 : 조사월의 전년동월 대비 일인당 구매건수 증감율
    - 구매단가 증가율 추이 : 조사월의 전년동월 대비 일인당 구매단가 증감율

### (2) 점검 결과

추정방법에 대한 점검 결과, 가중치를 가지고 추정을 하지 않고 매출 증가율, 매출 비중 등의 통계를 산출하고 있다.



붙임3

# 조사표 설계 및 유사통계 비교분석 점검

통 계 명	주요유통업체매출조사
승 인 번 호	115023
작 성 기 관	산업통상자원부
연 구 원	조준기
연구보조원	박연진, 최다빈

제1부 **점검 개요**

I. 점검 개요

- 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검 시 검토한 자료
  - 통계정보보고서
  - 조사표
  - 통계자료(KOSIS, 보고서)

II. 통계 개요

통 계 명	주요유통업체매출조사	
작 성 기 관 명	산업통상자원부	
작 성 주 기	매월	
점검기준년도	2021년 12월	
전수/표본조사	전 수 ( )	표 본 ( ● )
조 사 목 적	○ 주요유통업체 매출동향을 조사하여 경기의 바로미터인 소비동향 파악과 유통산업 정책수립에 활용	
조 사 대 상	○ 백화점 3사, 할인점 3사, 편의점 3사, 기업형 슈퍼마켓 4사, 복합쇼핑몰 3사	
조 사 방 법	○ 이메일조사, 전화조사(CATI)	
주요조사항목	○ 일반사항(4), 매출동향 및 전망(7), 상품군별 매출액 분석(3)	

제2부 점검 결과 요약

구 분	점검결과	개선의견	비 고
주요 용어 및 항목별 정의	- 각 용어 및 항목에 대한 정의가 적절함	-	
조사표 구성	- 조사표 수록사항 10개 중 9개 확인 - 조사표에 법적근거 추가 필요 - 일부 조사표 작성승인번호, 국가승인통계로고가 구버전이므로 변경 필요	- 조사표 수록사항 보완	
조사표 설계 및 변경 절차	- 조사표 설계 및 변경 절차가 적절함	-	
조사항목의 적정성	- 조사항목 구성 및 질문 방식이 적절함	-	
응답항목 및 지시문의 적정성	- 응답항목 구성이 대체로 적절함 - 주관식 응답항목 주요 작성 예시 제공	- 조사표 보완 검토	
기준시점의 적정성	- 조사항목별 기준시점이 적절함	-	
조사표 변경 이력 관리	- 조사표 변경 이력 관리가 적절함	-	
조사항목별 작성요령 및 유의사항	- 조사항목별 작성요령 및 유의사항이 대체로 적절함 - 편의점 조사표에 유의사항 추가	- 조사표 보완 검토	
동일영역 통계와 일관성	- 동일영역 통계의 명칭 및 개요를 제시함 - 동일영역 통계에 대해 구체적으로 검토함	-	
유사통계항목 간 수치의 정확성	- 유사항목통계 간 작성대상 및 범위 등의 차이가 있으므로 수치 비교를 하지 않음	-	해당 사항 없음

## 제3부 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검 결과

### 1. 점검 개요

「조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검」은 응답자의 응답 부담 경감, 이해도 제고를 위해 조사표 설계 과정에서 발생할 수 있는 측정오차를 점검하는 과정으로, 자료수집의 정확성 진단을 강화하기 위하여 점검하는 과정이다.

조사표는 조사목적에 부합하는 정보를 응답자로부터 얻기 위하여 고안된 질문들을 모아놓은 표이다. 조사표는 자료수집과정에서 아주 핵심적인 역할을 한다. 자료가 조사표의 질문에 근거하여 수집되기 때문에 조사표는 자료 품질에 직접적인 영향을 준다.

유사통계는 서로 다른 통계더라도 동일한 공표항목이 존재하는 통계를 말한다. 예를 들어 동일한 영역에서 조사통계 간 유사한 통계 항목이 존재할 수 있으며, 보고·가공통계에서 공표하고 있는 항목이 조사통계에서도 조사 후 공표되는 항목이 있을 수 있다. 통계마다 목적, 대상 범위, 표본설계가 다르므로 완벽하게 동일한 결과를 제공하지는 않는다. 그러나 유사한 내용을 공표하고 있다면 어느 정도 일관성이 있어야 이용자가 신뢰할 수 있다.

진단에서는 통계정보보고서를 기반한 절차적 점검과 조사표 항목 점검 및 유사통계 비교·분석 등을 실시하였다.

#### 가) 조사표 설계 적정성 진단

통계정보보고서 및 기타 설명자료 등을 기반으로 주요 용어 및 항목별 정의, 조사표 구성, 조사표 설계 및 변경 절차, 조사표 변경 이력을 점검한다. 그리고 조사표 점검 및 FGI 의견을 토대로 조사항목 구성 및 질문 방식의 적정성, 응답항목 및 지시문의 적정성, 기준시점의 적정성, 조사항목별 작성요령 및 유의사항 등을 점검한다.

#### 나) 유사통계 비교·분석 점검

점검대상이 공표하고 있는 통계 중 동일하거나 유사한 통계가 있는지 파악한다. 점검통계와 유사한 항목이 있는 통계 간의 작성기관, 작성목적, 작성대상 및 범위, 작성단위, 작성주기, 기준시점, 공표시기, 표본조사 여부, 작성규모를 비교하고 유사항목의 결과값 및 추이가 유사한지 파악한다.

## 2. 점검 결과

### 가) 조사표 설계 적정성 진단

#### (1) 주요 용어 및 항목별 정의

주요유통업체매출동향조사는 조사항목인 매출액, 구매고객 수, 영업 일수, 세일 일수 등에서 사용되는 용어의 구체적인 정의와 개념을 설명자료에 제시하고 있으므로, 주요 용어 및 항목별 정의는 적절한 것으로 판단된다.

#### (2) 조사표 구성

조사표 수록사항인 조사명, 조사목적, 법적근거, 국가승인통계로고, 작성승인번호, 응답자 협조사항, 조사협조 감사인사, 조사기관, 응답자 비밀보호 정책, 문의사항 연락처 10가지 항목의 수록 여부를 확인한 결과, 법적 근거가 명시되어 있지 않으며, 백화점·복합쇼핑몰용 조사표의 국가승인통계로고, 작성승인번호의 수정이 필요한 것으로 나타났다.

<그림 1> 주요유통업체매출동향 조사표(백화점) 개요

<p><b>백화점 매출동향조사표</b></p> <p><b>대상업체 :</b></p> <p>담당부서 : 마케팅기획</p> <p>담당자 : 김정민 선임</p> <p>연락처 : 전화번호 02-6904-1216 ( 이메일 jmbro85@gmail.com )</p>	 <p>승인(협의)번호 제 11523 호</p>
<p>◇ 우리부에서는 매달 주요유통업체 매출동향을 파악하여 경기의 바로미터인 소비동향을 파악하여, 유통산업 정책 수립에 참고하고 있습니다(본 조사는 통계법에 따라 작성되는 국가승인통계임). 늘 협조 감사드리며, 앞으로도 많은 협조 부탁드립니다.</p> <p>* 사유 부분 작성시 가능한 한 자세하게 기재하여 주시고, <b>매월 10일</b>까지 부탁드립니다.</p> <p>* 본 조사에서 수집된 자료는 통계목적 외에는 사용될 수 없으며, 그 비밀이 보호되도록 통계법 제33조에 규정되어 있습니다.</p> <p>* 문의사항은 이현주 주무관(044-203-4387) 또는 정효영 사무관(044-203-4359)에게 연락 부탁드립니다.</p>	

#### (3) 조사표 설계 및 변경 절차

주요유통업체매출동향조사는 각 업체별 업무 담당자와 협회 관계자로부터 조사 관련 의견을 수렴하고, 내부 회의 및 업체별 회의를 통해 집계 및 분석 시 문제점 등을 검토하여 조사표를 변경하고 최종 변경승인을 받는 것으로 확인되어 조사표 설계 및 변경 절차는 적절하다고 판단된다.

**(4) 조사항목의 적정성<sup>1)</sup>**

주요유통업체매출동향조사는 매출동향 및 상품군별 매출액 분석을 위해 매출실적, 구매고객 수, 상품군별 매출액, 신장(부진) 사유 등을 조사하고 있으므로 조사항목 구성 및 질문 방식은 적절한 것으로 판단된다.

**(5) 응답항목 및 지시문의 적정성<sup>2)</sup>**

주요유통업체매출동향조사의 응답항목 및 문항이동을 나타내는 지시문의 적정성 점검 결과, ‘매출 신장(부진) 주요상품 및 그 사유’ 는 개방형 문항으로 조사하고 있으므로 응답 편의를 위해 기존 응답 결과를 검토하여 응답 예시를 제공할 필요가 있다.

<그림 2> 매출 신장(부진) 주요상품 및 그 사유 조사항목

상품군	품목(상세하게)	전년동월	(부진) 사유	신장(부진) 품목
생활용품				
잡화				
기타				
가공식품				
즉석신선				

**(6) 기준시점의 적정성**

주요유통업체매출동향조사의 조사 기준시점은 매월 말로 확인되었으며, 조사표에 조사기준시점을 명시하고 있어 조사항목별 기준시점은 적절한 것으로 판단된다.

1) ‘(4) 조사항목의 적정성’에 작성된 의견은 한국통계진흥원 통계품질센터 연구진의 의견으로 통계청 견해가 아님  
 2) ‘(5) 응답항목 및 지시문의 적정성’에 작성된 의견은 한국통계진흥원 통계품질센터 연구진의 의견으로 통계청 견해가 아님

**(7) 조사표 변경 이력 관리**

주요유통업체매출동향조사는 보고서를 통해 통계작성 변경 이력에 대한 기록·관리가 적절히 이뤄지고 있다. 본 통계는 조사표의 변경 내용 및 사유를 이전 조사표와 비교하여 기록·관리하는 것으로 확인되었다.

**(8) 조사항목별 작성요령 및 유의사항**

주요유통업체매출동향조사의 조사항목별 작성요령 및 유의사항 점검 결과, ‘상품군별 매출액 분석’ 유의사항인 ‘상품군별 매출액 총합이 매출실적과 같은 액수가 아니면 설명 요망’ 이 백화점, 대형마트 등 조사표에는 명시되어 있으나, 편의점 조사표에서는 확인되지 않으므로 이를 추가할 필요가 있다.

**나) 유사통계 비교·분석 점검**

**(1) 동일영역 통계와 일관성**

본 통계는 국내 주요 유통 업체의 동향을 파악한다는 점에서 서비스업동향조사(통계청)가 동일영역 통계로 확인되었으며, 작성기관은 동일영역 통계 간 현황 및 차이점을 구체적으로 파악하고 있는 것으로 나타났다.

<표 1> 동일영역 통계 현황

구분	주요유통업체매출동향조사	서비스업동향조사
작성기관	산업통상자원부	통계청
통계종류	조사통계	조사통계
작성목적	주요유통업체 매출동향을 조사하여 경기의 바로미터인 소비동향 파악과 유통산업 정책수립에 활용	소매 판매액 통계는 유통 및 소비동향을 파악하기 위해 작성되는 지표로서 상품군, 소매업태별, 16개 시·도별(대형소매점에 한정) 등으로 구분·작성
작성대상 및 범위	유의표본(총 16개) - 백화점 3사 - 대형마트 3사 - 편의점 3사 - SSM 4사 - 복합쇼핑몰 3사	2015년 기준 경제총조사 결과 『제10차 한국표준산업분류』에서 조사범위에 해당하는 13개 대분류 사업체
작성단위	기업체	사업체
작성주기	매월	매월
공표시기	조사기준월 익월	조사기준월 익월
표본/전수	유의표본	표본조사
작성규모	16개	약 17,300개

(2) 유사통계항목 간 수치의 정확성

주요유통업체매출동향조사와 서비스동향조사는 ‘매출액’ 항목을 공표하고 있으나, 주요유통업체매출동향조사는 유의표본(주요유통업체) 조사로 서비스동향조사와 작성대상 및 범위의 차이가 있으므로 수치를 비교하지 않았다. 따라서, 본 점검은 해당사항이 없다.

### 3. 주요 개선의견

#### (1) 조사표 수록사항 보완

본 통계 조사표에 수록되어 있어야 하는 항목 중 법적근거가 명시되어 있지 않으므로 이를 보완할 필요가 있다. 또한, 백화점·복합쇼핑몰용 조사표의 국가승인통계로고와 작성승인번호가 구버전이므로 수정이 필요하다.

#### (2) 조사표 보완 검토

응답항목 및 지시문의 적정성 점검 결과에 따라 다음과 같이 조사표를 보완할 것을 검토할 필요가 있다.

<표 2> 조사표 보완 검토사항

구분	내용
전체	- 매출 신장(부진) 주요상품 및 그 사유에 관한 작성 예시 제공
편의점	- '상품군별 매출액 총합이 매출실적과 같은 액수가 아니면 설명 요망' 유의사항 명시



붙임4

# 이용자 요구사항 반영실태 진단 결과

통 계 명	주요유통업체매출동향조사
승 인 번 호	115023
작 성 기 관	산업통상자원부
면 접 일 시	2022년 5월 26일
연 구 원	박 철
연구보조원	이윤희

## 제1부 회의 준비 및 진행

### I. 회의 준비과정

1. 참석자 선정	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>참석자 선정방법</b></li> <li>- 본 통계와 관련이 있거나 통계를 이용한 경험이 있는 사람, 공공기관 종사자, 학계 종사자, 연구기관 종사자 등 참석자의 분야를 고려하여 선정함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>참석자 현황</b></li> <li>- 정책고객 (기업경영정책수립자 포함) 1명</li> <li>- 교수 2명</li> <li>- 연구원 2명</li> <li>- 대학원생 또는 대학생 명</li> <li>- 일반인 명</li> <li>- 기타( ) 명</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>실시 장소</b>      서울역 회의실(KTX3)</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>소요 시간</b>      2시간</li> </ul>	

### 2. 회의 참석자 명부

연번	소 속	성 명	직 위
1	한국은행 경제통계국	권OO	부국장
2	대한상공회의소 유통물류정책팀	염OO	연구위원
3	영진전문대학 경영회계서비스계열	정OO	강사
4	(주)한컨설팅그룹	김OO	연구원
5	한국외대 경영학부	전OO	교수

\* 전OO 교수는 실시간 Zoom 회의로 참석하였음.

### II. 회의 진행

회의 진행	
<p>- 사전에 예상질문지를 참석자에게 배포한 후 회의를 진행하였으며 예상질문지의 내용은 통계품질 결정요소 6가지 관련성, 정확성, 시의성/정시성, 비교성, 일관성, 접근성/명확성 기준으로 작성되었음. 회의 진행 마무리 단계에서는 개선 및 논의가 필요한 부분을 추가적으로 진행함</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>사회자 : 박 철</b></li> <li>● <b>기록자 : 이윤혜</b></li> <li>● <b>관찰자 : 장선희</b></li> <li>● <b>녹음 · 녹화 여부 : 녹음</b></li> </ul>

제2부 회 의 록

작성절차별	이용자 요구사항	개선의견
2. 통계설계	‘주요’유통업체만을 대상으로 조사한 통계를 제공하고 있음	유통업체를 대표하는 일반화 된 결과로 보여질 수 있기 때문에 본 통계에 대한 목적과 한계점에 대한 명확한 서술이 필요함
	용어(델리카 등)처럼 어려운 표현이 자주 사용되고, 통일된 용어를 사용하고 있지 않음	새로운 용어에 대한 설명을 추가하고, 통일화 된 용어 사용이 요구됨
4. 통계처리 및 분석	온·오프라인을 병행하는 기업의 경우 매출액이 근거가 불명확함	통계적 수치의 정확한 근거를 명시하여 정확성을 높여야 함
	업체마다 다른 품목 기준을 제시하고 있어 카테고리의 표준화 된 작업이 필요함	카테고리에 대한 통일 및 표준화 필요
5. 통계공표, 관리 및 이용자서비스	공표시 명목수치로만 제시하고 있어 물가상승률 등을 고려한 실물경제를 파악하기에 한계가 있음	물가상승률을 고려한 매출 증가 추세 등의 부가적인 설명 및 서술이 필요함
	지역별, 세대별 등 좀 더 많은 자료의 정보제공이 필요함	지역별, 세대별 분석 자료 제공

## 제3부 이용자 요구사항 반영실태 진단 결과

### 1. 이용자 요구사항 반영실태 진단 개요 및 설계

#### 가. 진단 개요

통계품질진단 시 이용자의 다양한 필요성을 충족시키고 만족도를 제고하는 것이 중요하다. 따라서 통계 이용자가 통계자료에 대해 얼마나 만족하는지를 조사하여 품질진단에 활용한 필요가 있다.

따라서 주요유통업체매출동향 조사를 주로 활용하는 학자 및 실무자를 패널로 선정하여 전문이용자 입장에서의 개선 및 이용상 개선 필요사항을 청취하였다. 이는 통계이용자들의 통계자료에 대한 만족도를 확인하고, 요구 및 불만사항을 파악하여 이용자 측면의 품질진단을 확인하기 위한 기초 자료를 수집하는 것을 목적으로 한다.

#### 나. 진단 설계

이용자 요구사항 반영 정도를 측정하기 위해 본 통계 관련 전문 이용자로 구성된 표적집단면접(Focus Group Interviews)를 통하여 전반적인 만족도 및 개선의견을 청취하였다. 주요유통업체매출동향조사는 유통업계의 매출 현황 및 추이를 분석하는 통계로 향후 정책 및 연구자료로 많이 사용되기 때문에 통계의 품질을 정확히 진단하는 것은 매우 중요하다. 따라서 통계표를 활용해 본 경험이 있는 정책고객과 연구원, 학계 교수를 선정하여 표적집단면접을 실시하였다. 대상자의 선정은 공공기관 종사자, 학계 및 연구기관 종사자 등 참석자의 분야를 고려하여 선정하였으며, 사전에 대상자 명단을 검토하여 타당성을 확보하였다.

이번 집단면접에서 논의된 내용은 6개 품질 차원에서의 이용자 요구사항이다. 관련성, 정확성, 시의성 및 정시성, 비교성, 일관성, 접근성 및 명확성에 초점을 맞추어 6개 차원에 관한 내용을 논의하였고, 사전에 미리 작성된 점검 질문지를 면접대상자에게 송부하였다. 마지막에는 통계 이용자의 요구사항 및 불만사항에 대해 자유롭게 이야기하도록 하였다. 표적집단면접은 Zoom을 통해 녹화되었다.

## 2. 진단 결과

### 가. 현황 및 이용자 요구사항

#### (1) 현황

본 통계자료 이용에 대한 잠재 욕구를 파악한 결과는 다음과 같다. 기업경영 정책수립자 고객의 경우 소매판매액 동향파악 등을 위해 통계자료를 이용하는 경우가 많았으며, 매월 통계자료를 이용하는 것으로 나타났다. 교수의 경우 강의자료를 준비하거나 연구를 할 때, 통계자료를 검색하며 목적에 따라 월 1~3회 정도 관련 자료를 검색하는 것으로 나타났다. 자료의 접근은 KOSIS, 관련 홈페이지 등 다양한 채널을 활용하는 것으로 나타났다.

주요유통업체매출동향조사 통계의 차원별 품질상태에 대한 이용자 의견을 조사한 결과는 다음과 같다. 먼저 관련성 측면에서 연구자들은 학술 자료 및 강의의 근거자료로 유용하다는 의견이 있었지만, 기업경영정책수립자의 경우 좀 더 세부적인 항목에 대한 통계 내용이 없어서, 유용성이 낮다는 의견도 있었다. 정확성 차원 측면에서도 유의표본추출의 한계로 시장 전반의 현황을 파악하는데 한계가 있다는 의견이 있었고, 물가상승률 등을 고려한 매출증가추세를 나타내지 못하고 단순한 명목수치로만 그래프를 나타내고 있어, 경기와 소비영향을 판단하는 관점에서는 정책적, 학문적 의미가 떨어진다는 의견이 있었다.

또한 일부 기업은 온·오프라인을 병행하는 유통구조를 취하고 있는데, 매출액이 중복으로 집계되지 않는다는 근거가 명확하지 않다는 의견이 있었다.

다음 시의성 및 정시성 측면에서는 모든 이용자가 만족한다고 응답하였고, 교수와 연구자들은 학문적 기초자료로 수시로 이용하고 있어 시의성 및 정시성에 만족하는 것으로 나타났다. 비교성 차원의 측면에서는 주요 유통업체 매출 동향 조사 통계 항목이 유사 통계 항목과 차이가 있어서 통계의 해석이나 비교에 어려움이 있다고 하였다. 따라서 관련 통계와 비교하고 자료를 활용할 수 있는 구조적인 개선이 필요하다는 응답이 있었다. 또한 소매판매액지수와 중복되는 항목이 있다는 의견도 있었다. 접근성 및 명확성 차원에서는 통계 자료의 접근성에 매우 만족한다고 하였고, 향후에도 지속적으로 활용할 것이라는 응답이 많았다.

## (2) 이용자 요구사항

이용자 요구사항 및 불만사항에 대한 의견은 다음과 같다.

첫째, 분류체계가 통계에 따라 다르기도 하지만 본 조사를 수행하는 업체에 따라 품목별 카테고리가 달라서 해당 내용을 직관적으로 이해하고 비교하기 어렵다는 의견이 있었다. 또한 좀 더 디테일하고 세부화 된 기준을 적용하여 세부 카테고리 매출동향을 조사하는 것이 필요하다는 의견이 있었다.

둘째, 카테고리를 범주화 한 기준이 불명확하다는 의견이 있었다. 예를 들어, 아동/스포츠, 가전/문화와 같은 카테고리의 범주화는 각 항목들의 유사성이 매우 낮아보이기 때문에 통계의 정확성과 품목의 동향을 파악하는데 어렵다는 지적이 있었다. 또한 해외유명브랜드와 패션/잡화 카테고리가 구분되어 있는데, 해외유명브랜드에 패션/잡화 품목이 포함되기 때문에 매출을 산정하는 근거와 기준이 불분명하다는 의견이 있었다.

셋째, 주요 용어(예: 델리카 등)의 새로운 용어가 자주 사용되는데, 해당 용어를 쉽게 설명하는 부가적인 서술이 필요하다는 의견이 있었다.

넷째, 매출 외에 지역별, 세대별, 이용행태 등의 좀 더 많은 정보를 제공한다면 학문적, 실무적 활용도가 높아질 것이라는 의견이 있었다.

마지막으로 본 통계가 오프라인과 온라인 매출 동향을 일반화하여 나타내고 있다는 오해를 발생시킬 수 있기 때문에 좀 더 명확하고 엄격한 서술이 요구된다는 의견이 있었다.

## 나. 주요 개선의견

### (1) 통계의 역할과 목적에 대한 정확한 서술

주요유통업체조사이기 때문에 표본들의 개선이 현실적으로 불가능하다면, 통계의 한계점 등을 기술하여 본 통계의 역할과 목적을 명확히 하는 작업이 필요하다. 또한 새롭게 사용되는 용어나 출처 등에 대한 명시를 정확히 하여 통계 이용자의 이해를 높이는 서비스 제공을 검토할 필요가 있다.

### (2) 세부 분류 추가 검토

주요유통업체매출동향조사에서 세분화되어 있지 않고 통일되지 않은 카테고리가 아쉽다는 의견이 있었다. 같은 맥락에서 카테고리의 분류 및 통합의 근거가 명확하지 않다는 의견이 있었다. 따라서 내부적으로 카테고리 분류에 대한 명확한 지침과 근거를 검토함으로써 정확한 통계적 수치를 제고할 필요가 있다.



붙임5

# 마이크로데이터 품질 점검 결과

통 계 명	주요유통업체매출동향조사
승 인 번 호	115023
작 성 기 관	산업통상자원부
연 구 원	조준기
연구보조원	박연진, 최다빈

제1부 **점검 개요**

I. 점검 개요

- 마이크로데이터 품질 점검 시 검토한 자료
  - 통계정보보고서(통계작성 기획, 통계설계, 통계처리 및 분석)
  - 통계보고서
  - 조사표
  - 통계승인사항
  
- 마이크로데이터 품질 점검 내용
  - 관리 주체, 마이크로데이터 메타자료 현황 점검
  - 공표자료와 마이크로데이터 집계치의 일치율 점검

II. 마이크로데이터 개요

조 사 명	주요유통업체매출동향조사	
작 성 기 관 명	산업통상자원부	
작 성 주 기	월	
작성기준년도	2021년 12월	
전수/표본조사	전 수( )	표 본( ● )
조 사 대 상	○ 사업체 - 백화점 3사, 할인점 3사, 편의점 3사, 기업형 슈퍼마켓 4사, 복합쇼핑몰 3사 <sup>3)</sup>	
주요조사항목	○ 일반사항 - 업체명, 담당부서, 담당자, 연락처 ○ 매출동향 및 전망 - 전월, 전년동월 매출실적, 구매 고객수, 고객 1인당 구매단가 등 ○ 상품군별 매출액 분석 - 전월, 전년동월 각 상품군별 매출액 등	

3) 복합쇼핑몰 관련 통계는 공표 대상이 아니므로, 점검 제외

제2부 점검 결과 요약

구 분	점검결과	개선 의견	비 고
마이크로데이터 생성·관리 현황	- 작성기관에서 생성·관리하고 있는 것으로 확인됨	-	
마이크로데이터 서비스 현황	- 마이크로데이터를 제공하고 있지 않음	- MDIS(통계청)를 통해 마이크로데이터 제공 검토	
마이크로데이터 관련 메타자료 보유 현황	- 마이크로데이터와 조사표 등의 메타자료를 보유하고 있는 것으로 확인됨	-	- 보고서 미보유
일치율	- KOSIS 통계표와 마이크로데이터 간의 일치 여부 점검 결과, 4개의 통계표 중 4개(100%)의 통계표가 일치함	-	

## 제3부 마이크로데이터 품질 점검 결과

### 1. 점검 개요

마이크로데이터 품질 점검은 통계작성기관이 보유 및 관리하고 있는 마이크로데이터 및 관련 메타자료를 제공받아 기초점검 및 실질점검(일치율 점검)을 실시하였다.

기초점검은 관리기관 적합성과 메타자료 적정성(누락자료, 파일형태, 주요항목의 이상여부)을 점검하며, 실질점검은 현재 공표된 통계표와의 수치비교를 통하여 마이크로데이터 정합성을 점검하는 것이다.

점검결과는 관리기관 적합성, 메타자료 적정성에 대하여 점검 의견으로 정리하였고, 마이크로데이터 오류에 대한 원인을 분석하였다. 그리고 마이크로데이터 품질 점검 과정에서 도출된 문제점 및 개선 요구사항 등을 종합하여 정리 및 분석하였다.

### 2. 점검 결과

#### (1) 마이크로데이터 생성·관리 현황

주요유통업체매출동향조사 마이크로데이터는 작성기관인 산업통상자원부에서 월 주기로 생성하고, 관리하는 것으로 확인하였다.

주요유통업체매출동향조사는 조사기관 담당자가 엑셀형태의 조사표에 데이터를 직접 입력하며 입력된 자료는 조사기관과 작성기관에서 오류 확인을 하며 마이크로데이터는 작성기관에서 관리하는 것으로 나타났다.

#### (2) 마이크로데이터 서비스 현황

주요유통업체매출동향조사 마이크로데이터를 서비스하고 있지 않은 것으로 확인되었다. 유통업체별 매출 규모 등은 기업 민감정보에 해당하며 조사 대상 기업체가 소수이므로 마이크로데이터를 제공하지 않는 것으로 나타났다.

**(3) 마이크로데이터 관련 메타자료 보유 현황**

통계이용자가 마이크로데이터를 제대로 활용하기 위해서는 마이크로데이터뿐만 아니라 마이크로데이터에 대한 메타자료도 필요하다. 데이터를 이해하고 활용하는 데 필요한 메타자료에는 조사표, 코드집 및 파일설계서, 공표용 보고서 등이 있다. 이 밖에도 조사지침서, 내검규칙, 집계표설계서 등의 참고자료가 있으며 경우에 따라 데이터 스크립트, 리코딩 방법, 가중치 산술식, 통계기법 설명자료 등이 필요하다. 주요유통업체매출동향조사의 경우, 필수자료인 조사표를 보유하고 있는 것으로 확인하였다. 엑셀 형태의 조사표에 입력된 수치로 통계를 산출하므로 다른 수치나 기호로 전환하는 코딩 절차가 필요하지 않아 코드집 및 파일설계서가 존재하지 않는 것으로 확인하였다.

**<점검용 자료 제출여부>**

항목	상세	제출여부	비고
마이크로 데이터	KOSIS 집계표 기준 모든 변수 포함 (TXT, SPSS, SAS, XLSX 등 형식)	제출	
필수 메타자료	조사표	제출	
	코드집 및 파일설계서 (무응답 처리방법 포함)	미제출	엑셀 활용
	공표용 보고서	미제출	보도자료 공표

**(4) 일치율**

주요유통업체매출동향조사는 KOSIS 통계표와 마이크로데이터를 통해 재현한 통계표 간 일치율 점검 결과, 4개의 통계표 중 4개(100%)의 통계표가 모두 일치하는 것으로 나타났다.

**<일치율 점검 결과>**

계	점검 집계표 수(개)		일치율(%)
	일치 수	불일치 수	
4	4*	0	100

\*소수점 차이 포함(한 단위 이하)

### 3. 주요 개선의견

#### (1) MDIS(통계청)를 통해 마이크로데이터 제공 검토

통계의 접근성을 높이기 위해 통계청 MDIS를 통한 마이크로데이터 서비스 활용을 검토할 필요가 있다. 마이크로데이터 서비스 시 이용자들은 정책반영, 연구목적, 현황 파악 등 목적에 따라 다양하게 활용할 수 있어 이용자 만족도를 높일 수 있다.

MDIS를 통해 개인정보 및 사업체 기밀사항 등을 마스킹 처리하여 식별 가능성을 제거한 마이크로데이터와 메타자료가 제공될 수 있다. 메타자료에는 통계이용자들이 마이크로데이터를 오용하지 않도록 분석방법 등의 설명이 제공되어야 한다.

※ [참고] 점검 집계표 일치 여부

<점검 집계표별 일치 여부>

구분	통계 표명	일치 여부
KOSIS (4개)	준대규모점포(SSM) 매출동향(품목별)	일치
	대형마트매출동향(품목별)	일치
	백화점매출동향(품목별)	일치
	편의점매출동향(품목별)	일치



붙임6

## 공표자료 오류 점검 결과

통 계 명	주요유통업체매출동향조사
승 인 번 호	115023
작 성 기 관	산업통상자원부
연 구 원	박 철
연구보조원	이윤희

제1부 점검 결과 요약

1. KOSIS 통계표 점검

- 기준자료명: 주요유통업체매출동향조사 보도자료
- 점검자료명: 주요유통업체매출동향조사 KOSIS 데이터
- 작성기준년도: 2021년

통계표명	점검결과	개선 의견	반영 여부
DT_11523_100 대형마트 매출 동향(품목별)	수치-① 원본오류-③ 원본부재-④	① 반영 - 12월 보도자료 배포시, 1년치 비식품 소계 정정수치 기발표 ③ 반영 - 기타 항목의 조사기준이 업체마다 달라, KOSIS 공표항목에서 제외 ④ 미반영 - 보도자료를 어떻게 구성· 서술할지는 담당사무관의 판단사항	일부 반영
DT_11523_100 대형마트 매출 동향(품목별)	원본부재-④	④ 미반영 - 보도자료를 어떻게 구성·서술할지는 담당사무관의 판단사항	미반영
DT_11523_200 백화점 매출 동향(품목별)	수치오류-① 원본부재-④	① 반영 - KOSIS 수치 수정 ④ 미반영 - 보도자료를 어떻게 구성· 서술할지는 담당사무관의 판단사항	일부 반영
DT_11523_200 백화점 매출 동향(품목별)	원본부재-④	④ 미반영 - 보도자료를 어떻게 구성· 서술할지는 담당사무관의 판단사항	미반영
DT_11523_300 편의점 매출 동향(품목별)	수치오류-① 원본부재-④	① 반영 - KOSIS 수치 수정 ④ 미반영 - 보도자료를 어떻게 구성· 서술할지는 담당사무관의 판단사항	일부 반영
DT_11523_300 편의점 매출 동향(품목별)	원본부재-④	④ 미반영 - 보도자료를 어떻게 구성· 서술할지는 담당사무관의 판단사항	미반영
DT_11523_400 준대규모점포 (SSM) 매출 동향(품목별)	분류값-④ 원본부재-④	④ 미반영 - 보도자료를 어떻게 구성· 서술할지는 담당사무관의 판단사항 ④ 미반영 - 보도자료를 어떻게 구성· 서술할지는 담당사무관의 판단사항	미반영
DT_11523_400 준대규모점포 (SSM) 매출 동향(품목별)	분류값-④ 수치오류-① 원본부재-④	④ 미반영 - 보도자료를 어떻게 구성· 서술할지는 담당사무관의 판단사항 ① 반영 - KOSIS 수치 수정 ④ 미반영 - 보도자료를 어떻게 구성· 서술할지는 담당사무관의 판단사항	일부 반영
DT_11523_400 준대규모점포 (SSM) 매출 동향(품목별)	분류값 순서 변경-④	④ 미반영 - 보도자료를 어떻게 구성· 서술할지는 담당사무관의 판단사항	미반영

## 제2부 공표자료 오류 점검 결과

### 1. 점검 개요

「통계정보보고서」의 공표 관련 내용을 검토하고, 국가통계포털(KOSIS) 공표자료 유무와 국제기구에 자료를 제공하는지 파악한다. 진단대상 통계의 기준자료(점검 시점을 기준으로 가장 최근에 발간된 보도자료, 통계보고서 등의 통계간행물 또는 통계표 입력 시 사용한 원본보고서)를 지정하고, KOSIS 통계표를 대상으로 아래의 사항들을 점검한다.

#### (1) 통계표 형식 및 내용 점검

기준자료와 KOSIS 통계표의 형식 및 내용, 용어, 단위, 주석, 출처, 항목명 등을 점검한다.

#### (2) 통계표 수치자료 점검

기준자료와 KOSIS 통계표에 수록된 내용을 비교하여 수치를 점검한다. 단순오류나 오타뿐만 아니라 과거 시계열, 다른 통계표 등과 비교하여 논리적 타당성을 점검한다.

#### (3) 국제기구 자료 제공 일치 여부 점검

국제기구에 통계자료를 제공하는 경우 국제기구 요구자료 및 제공현황을 파악하고, 국제기구에 제출한 자료와 국제기구의 간행물이나 DB 등에 서비스되는 자료의 일치 여부를 비교하고 그 원인을 파악한다.

## 2. 점검 결과

### (1) 통계표 형식 및 내용 점검

기준자료와 KOSIS 통계표의 형식 및 내용, 분류값, 원본 자료 등을 점검한다. 점검결과, 보도자료에 수록되어 있는 기타 항목의 조사기준이 다른점은 KOSIS 공표항목에서 제외되었고, ‘전월 대비 항목 보도 자료 미공표 자료’ 및 ‘분류값 순서 변경’에 대한 오류는 항목의 구성여부에 대한 내용으로 수정되지 않았다. 원본 부재는 엑셀로 정리된 주요 유통업체의 데이터가 보도자료에는 반영되지 않았다는 점을 나타내는데, 보도자료 구성과 자료 공개에 대한 근거는 작성기관의 판단에 의한 것으로 사료된다. 같은 맥락에서 분류값 순서 변경 등에 대한 서술 항목도 구성 항목에 관한 것으로 내용의 오류사항으로 파악되지 않아 수정사항에서 제외되었다.

### (2) 통계표 수치자료 점검

기준자료와 KOSIS 통계표에 수록된 내용을 비교하여 수치를 점검한다. 수치자료를 점검한 결과에서는

- ‘비식품 소계 전년 동월대비 매출증감률(2021.01~2021.11)’ ,
- ‘식품(2019.09), 비식품(2020.02)’ ,
- ‘담배 등 기타(2020.03), 음료 등 가공(2020.11)’ ,
- ‘총계 오류(2019.03,04/2020.03,04)’ 에서 수치 오류가 발견되었다.

현재는 수정되었다.

### (3) 국제기구 자료 제공 일치 여부 점검

주요유통업체매출동향조사는 국제기구에 통계자료를 제공하지 않는 것으로 확인하여, 점검에서 제외하였다.

### 3. 주요 개선의견

#### (1) 공표 자료 지침 마련

주요유통업체매출동향조사의 공표자료는 주요 유통업체의 매출을 파악하여 공표하고 있는 자료로 공표되는 항목의 구성, 내용, 비교 기준 등은 산업통상자원부의 내부 기준과 지침을 따르는 것으로 나타났다. 이에 공표자료 오류라고 점검된 다수의 내용이 담당 사무관이 구성, 서술 여부를 판단하는 항목으로 오류라고 판단되지 않아 미반영 되었다. 이러한 오류를 줄이기 위해선 매월 공표되는 자료에 대한 기준 지침을 마련하여 공급자와 수요자의 오해를 줄이는 방안이 필요할 것으로 사료된다.



## 부 록. 통계품질진단 개요

### 1. 통계품질진단의 개념

현대적 의미의 통계품질은 ‘통계가 이용자에게 얼마나 이용하기 적합하게 작성 및 제공되고 있는가를 나타내는 특성’으로서 통계품질관리는 ‘통계이용자들에게 통계를 사용하는데 적합하도록 생산하는 방법뿐만 아니라 이용자에게 만족을 주면서 가장 경제적인 방법으로 통계를 작성·보급·관리하기 위한 모든 수단을 통합하는 체계’를 말한다.

따라서, 통계품질진단이란 생산된 통계가 이용자에게 얼마나 유용하게 사용되고 있는지를 살펴보는 과정으로서 국가 정책 결정의 기초 자료로 이용되는 국가승인통계에 대한 품질수준을 진단하여 국가통계의 품질 향상 및 신뢰도 제고를 목적으로 한다.

통계청에서는 통계품질의 수준을 관련성, 정확성, 시의성/정시성, 비교성/일관성, 접근성/명확성이라는 5가지 차원으로 정의하고 있으며, 통계품질진단은 5가지 차원의 품질수준이 어느 정도인지를 측정하고 각 차원의 품질수준을 높이기 위해 통계를 어떻게 개선해야 하는지 그 방향을 제시하고자 하는 것이다.

또한, 통계청이 제시한 통계품질진단의 과정은 첫째, 통계정보보고서를 활용한 품질진단, 둘째, 자료수집 체계 점검, 셋째, 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검, 넷째, 표본설계 점검, 다섯째, 이용자 요구사항 반영실태 진단, 여섯째, 마이크로데이터 품질 점검, 일곱째, 공표자료 오류 점검으로 이루어지며, 이러한 과정을 통해 통계생산과정에 대한 품질관리에 기초한 보다 정확하고 신뢰성이 높은 우수한 통계를 생산함과 동시에 이렇게 생산된 통계가 향후 이용자의 요구를 충족시킬 수 있도록 하는데 통계품질진단의 필요성과 궁극적인 목적이 있다.

## 2. 통계품질진단 체계

### 가. 통계정보보고서 작성

통계의 중요성이 강조되고 이용이 활성화되면서 통계자료와 함께 해당 통계의 작성 방법 등의 정보 요구도 높아졌다. 그 동안의 품질진단에서는 통계 작성 절차에 따른 양적·질적 정보를 「통계정보보고서」로 작성하여 통계 이용자에게 제공하였다. 또한, 통계생산자가 통계생산의 기반자료로 활용하여 절차적 품질 수준을 향상하도록 하였다.

이에 새롭게 생산된 통계도 이용자용 가이드이자 생산자용 편람으로 사용하기 위한 「통계정보보고서」를 작성하여야 하며, 지속적으로 생산하는 통계는 기존에 작성된 「통계정보보고서」를 보완하여 활용하여야 한다.

### 나. 통계정보보고서 활용 진단

이용자의 정확한 이해와 활용, 통계제반과정 및 산출물에 대한 정보 등 각 과정에 대한 품질정보 제공을 위한 통계정보보고서는 총 6장으로 구성되어 있다. 진단에서는 「통계정보보고서」에 수록되어 있는 6개의 작성절차별로 품질지표를 구성하여 통계의 품질수준을 측정하며, 기본적인 통계작성절차를 준수하는지 여부도 점검한다.

#### (1) 제1장 통계작성기획

통계 이용자의 입장에서 통계의 특성과 필요성 등 핵심적인 내용이 통계 개요에 수록되어 있는지 점검하고, 통계작성절차 전반에 대하여 진단한 결과를 작성한다. 또한 통계에 대한 작성목적이 명확한지, 통계의 주된 활용 분야가

무엇인지 등을 진단하고, 통계를 이용하는 이용자에 대한 관리 및 의견수렴 등에 대한 점검 결과를 기반으로 진단결과를 작성한다.

## (2) 제2장 통계설계

통계는 작성목적에 맞게 조사내용 및 조사표를 설계하여야 하며, 응답자에게 조사목적에 부합하는 정보를 얻기 위해 노력하여야 한다. 이를 위해 응답자가 쉽게 응답할 수 있도록 용어나 분류 기준 등을 국내 또는 국제기준을 적용하는지 점검하고, 조사표의 기본 구성요소에 대한 수록 여부 등을 진단한다. 또한, 통계는 시대가 변함에 따라 진화하고 발전하여야 한다. 이에 따라, 조사표의 변경이력 등이 관리되고 있는지 진단한다.

또한, 조사를 위해서는 모집단과 표본추출틀에 대한 정의가 명확하게 설정되어야 하며, 특히 표본 조사의 경우 표본설계 및 모집단과 표본추출틀의 주기적인 갱신 등을 검토하고 진단결과를 작성한다.

## (3) 제3장 자료수집

통계를 작성하기 위해서는 조사표를 이용하여 응답자로부터 응답을 받아내는 것이 가장 중요한 작업이다. 시대가 변함에 따라 자료를 수집하는 방식도 변화하고 있으며, 응답률 등을 고려하여 다양한 방식으로 조사를 실시하고 있다.

특히, 면접조사의 경우, 조사원의 채용 및 교육 등은 조사의 성공 여부를 좌우할 정도로 중요하다. 조사를 위한 업무, 조사준비, 홍보, 명부보완 등을 체계적으로 관리하고 있는지를 진단하고, 현장에서 발생할 수 있는 문제에 대한 관리방안 등이 마련되어 있는지도 진단한다. 그리고 무응답이 발생한 경우, 적절한 대체 방법이 강구되어 있는지를 점검하고, 사후조사 실시 여부 및 결과 조치방안을 확인한다. 위의 사항을 종합적으로 검토하여 진단결과를 작성한다.

또한 조사환경이 열악해짐에 따라 행정자료를 활용하여 다양한 방식으로 조사 자료의 보완 및 점검을 실시하고 있다. 이에 통계에 활용하는 행정자료의 활용 목적 및 내용, 특성 등을 파악하여 본 통계작성에 활용하는지에 대해 검토하고 진단 결과를 작성한다.

#### (4) 제4장 통계처리 및 분석

수집된 자료를 시스템적으로 검토하고 작성하기 위해, 코딩 및 코드체계 등이 정립되어 있는지와 입력된 자료를 기반으로 자료를 내검하는 방식과 무응답의 유형에 따른 실태 등을 점검한다. 수집된 자료 중 행정자료를 활용하는 경우, 행정자료의 매칭방법 등을 대해 검토하고 진단 결과를 작성한다. 즉, 통계로 작성되기 위해 사용되는 자료의 처리과정 전반에 대하여 점검한 후 진단 결과를 작성한다.

수집된 자료에 대한 기본적인 정제작업이 완료되면, 이것을 기반으로 통계를 추정하고 분석하게 된다. 통계추정을 위해선 표본설계 당시와 동일하게 조사되지 못한 부분을 가중치 조정 등을 통해 추정을 실시하고, 주요 항목들에 대한 변동계수 등이 기획의도와 동일하게 도출되고 있는지 등을 검토한다.

특히 지수를 작성하는 통계의 경우, 지수 유형 및 산식 등을 점검하고 개편 여부 등을 점검한다. 또한, 계절조정이 필요한 통계의 경우, 계절조정과정 및 내용에 대하여 점검한다. 이 모든 과정에 대하여 점검하고 진단결과를 작성한다.

#### (5) 제5장 통계공표, 관리 및 이용자서비스

통계가 작성되면 그 통계결과를 공표하여 이용자가 유용하게 활용할 수 있도록 해야 하고, 이용에 혼란을 줄 수 있는 사항은 사전에 공지하여 이용에 어려움이 없도록 조치하여야 한다. 따라서 공표일정, 통계설명자료 제공현황, 마이크로데이터 제공현황, 비밀보호 및 보안사항 등을 점검하고 진단결과를

작성한다. 또한 통계작성방법 유지, 시계열 단절 여부 등과 동일영역 통계와의 일관성 등도 점검하고 진단결과를 작성한다.

#### (6) 제6장 통계기반 및 개선

통계를 작성하는 환경에 대한 진단 또한 통계의 품질에 직접적인 영향을 미친다. 통계를 기획하고 분석하는 인력 현황과 위탁에 의해 작성되는 경우, 통계청에서 제시한 통계조사 민간위탁 지침의 준수여부와 통계품질향상을 위한 노력 등을 점검하고 진단결과를 작성한다.

#### 다. 자료수집 체계 점검

자료수집 체계 점검은 조사기획자, 조사관리자, 조사원 등 자료수집 과정에 직접적으로 관여하는 사람들을 대상으로 자료가 정확히 수집되었는지, 절차적 오류는 없는지 등을 점검한다. 특히, 자료수집 과정에서 나타날 수 있는 자료수집 오류의 가능성을 체계적으로 점검하고, 발생한 또는 발생 가능한 문제점을 찾아 개선방안을 도출하여 자료수집 과정에서의 품질을 개선하려는 과정이다.

#### 라. 표본설계 점검

표본설계 점검에서는 진단통계의 모집단, 표본추출틀, 표본추출방법, 목표오차, 표본규모, 가중치, 추정식, 주요 항목별 공표 범위 등 표본설계와 관련한 일련의 과정을 정밀 검토하여, 모집단을 잘 대표하는 통계자료가 생산되고 있는지 점검한다.

#### 마. 조사표 설계 및 유사통계 비교·분석 점검

조사표 설계 점검에서는 주요 용어 및 항목별 정의, 조사표 구성, 조사표 설계 및 변경 절차, 설문응답 지시문, 응답보기의 포괄성·상호배타성을 만족하는지 점검한다. 그 다음 각 항목별 기준시점에 일관성, 조사표 변경 이력, 조사항목별 작성요령 및 유의사항을 점검한다.

유사통계 비교·분석 점검은 공표하고 있는 통계 중 동일하거나 유사한 통계가 있는지 검토한다. 점검통계와 유사한 항목이 있는 통계간의 작성기관, 작성목적, 작성대상 및 범위, 작성단위, 작성주기, 기준시점, 공표시기, 표본조사 여부, 작성규모를 비교하고 유사항목의 결과값 및 추이가 유사한지 점검한다.

#### 바. 이용자 요구사항 반영실태 진단

통계 이용자는 이용하는 통계로부터 기대하는 정보를 충분히 얻기 원하므로, 품질이 우수한 통계는 이용자가 원하는 정보를 많이 제공할 수 있어야 한다. 따라서 통계 이용자가 해당 통계자료에 대해 얼마나 만족하는지를 살펴보는 것이 필요하다. 이를 위해 진단 대상통계와 관련하여 정책수립 및 평가, 학술연구 등에 직접 활용한 경험이 있는 전문 또는 일반이용자로 구성된 이용자 요구사항 반영실태 진단(FGI)을 실시하여 통계이용자의 통계에 대한 만족 수준과 요구사항 반영수준이 충분히 반영되는지를 진단한다.

#### 사. 마이크로데이터 품질 점검

이용자의 유용한 마이크로데이터 활용을 위하여 충분한 메타데이터(파일설계서, 코드북 등) 및 정확한 마이크로데이터 제공이 필요하다. 이를 위해 마이크로데이터 품질 점검에서는 데이터의 정확성 진단을 목적으로 마이크로데이터 관리체계 및 메타자료 점검, KOSIS 공표항목 기준 집계표 일치율을 점검한다.

#### 아. 공표자료 오류 점검

작성절차에서는 오류가 없는 통계일지라도 공표되는 과정에서 오류가 발생한다면 통계품질을 떠나 잘못된 통계를 사용하게 된다. 공표자료 오류 점검에서는 통계서비스의 질을 향상시키기 위해 KOSIS에 제공되는 통계표에 대한 수치, 단위표기, 주석 등을 점검하고, 국제기구 제공 통계의 경우에는 기관에서 제공한 수치와 국제기구에서 보고서 및 DB를 통해 발표한 수치를 상호비교하여 불일치한 수치 유무를 점검한다.

### 3. 통계품질 수준 측정

#### (1) 관련성

관련성이란 이용자 관점에 초점을 둔 측면으로 통계의 포괄범위와 개념, 내용 등이 이용자 요구에 부합되는 정도를 의미한다. 즉, 통계이용자에게 얼마나 의미 있고 유용한 통계를 작성하여 제공하고 있는가와 관련된 개념이다. 여기서는 통계의 작성목적에 명확히 설정하고 이를 달성하기 위하여 이용자 파악, 전문가 자문회의, 이용자 만족도 조사 등 이용자 요구를 지속적으로 파악하여 통계에 반영하고 있는지와 관련한 사항을 중심으로 점검한다.

#### (2) 정확성

정확성이란 측정하고자 하는 모집단의 특성을 추정함에 있어 이 추정된 값이 미지의 참값에 얼마나 근접하는가의 정도를 의미한다. 정확성과 관련한 품질진단에서는 표본설계, 표본오차, 비표본오차, 자료수집방법, 면접소요시간 등을 중심으로 발생 가능한 표본오차 및 비표본오차의 크기와 발생원인 등을 탐색하고 오차를 최소화하기 위한 방안을 마련하고 있는지를 점검한다.

#### (3) 시의성 및 정시성

시의성은 작성기준시점과 결과공표시점간의 차이를 나타내는 통계의 현실 반영도와 관련된 개념으로서 작성기준시점과 결과발표시점이 근접할수록 시의성이 높은 통계이다.

정시성은 공표한 날짜와 사전에 계획된 공표 날짜 사이의 시간 지체 정도를 나타내며, 예고된 공표시기를 정확히 준수하는가에 대한 개념이다. 여기서는 통계작성주기, 작성기준시점과 공표일까지의 소요기간, 공표예정일과 실제공표일의 차이, 공표지연 사유 등을 중심으로 점검한다.

#### (4) 비교성 및 일관성

비교성은 시간 흐름과 영역에 따라 비교되는 정도를 의미한다. 즉, 시간이나 공간이 달라도 통계자료가 공통된 기준(통계개념, 측정도구, 측정과정 및 기초자료)으로 집계되어 서로 비교 가능한지를 진단하는 차원이다. 따라서 비교성에서는 지리적 및 비지리적 영역 또는 시간적 통계를 비교할 때 통계작성에 적용된 개념, 정의와 측정방법의 차이가 주는 영향 등을 중심으로 점검한다.

일관성이란 동일한 경제·사회현상에 대해 서로 다른 기초자료나 작성방법, 작성주기(공표주기)에 의해 작성된 통계자료들이 서로 얼마나 유사성을 지니는가에 대한 정도를 의미한다. 따라서 서로 다른 기초자료나 작성방법에 의해 작성되었더라도 동일한 현상을 반영하는 통계자료들은 서로 유사한 결과를 보여야 한다. 일관성에서는 잠정자료와 확정자료, 연간자료와 분기(월) 자료를 비교한 내적일관성 여부와 다른 통계자료와 유사한 결과를 보이는지 비교한 결과 등을 중심으로 점검한다.

- \* 비교성과 일관성은 유사한 개념이다. 일관성은 통계 간 결과가 유사한지 보는 것이고, 비교성은 통계에서 사용한 개념, 분류, 기준 등이 유사하여 비교가능한지를 보는 것이다.

#### (5) 접근성 및 명확성

접근성은 이용자가 통계자료에 대해 손쉽게 접근할 수 있는 정도를 말하며, 명확성은 통계가 어떻게 만들어졌는지에 대한 정보제공 수준을 말한다. 통계자료의 데이터베이스화, 간행물 및 보도자료 홈페이지 게시, SNS를 통한 속보 전송 등 다양한 방법으로 자료를 제공하고 이용자의 검색이 용이하도록 하는 것은 통계의 접근성을 높이는 활동이다. 여기서는 이용자들이 통계자료를 쉽게 이용할 수 있도록 이용자 친화적인 절차로 통계정보를 제공하고 있는지, 이용자를 위한 적절한 정보와 지원을 하고 있는지 등을 중심으로 점검한다.

2022년 정기통계품질진단 진단결과보고서

---

발 행 일      2022년 12월  
발 행 인      통계청장 한훈  
발 행 처      통계청 통계정책국 품질관리과  
                 대전시 서구 청사로 189  
인 쇄 처      위드나래

---



## 안 내

1. 연구보고서의 내용을 발표 또는 인용할 때에는 반드시 올바른 인용 및 출처표시 방법을 준수해야 합니다.
2. 연구보고서의 지식재산권은 통계청에 있습니다.