

# 2011년 1분기 콘텐츠산업 동향분석보고서

2011. 06

한국콘텐츠진흥원



KOREA  
CREATIVE CONTENT  
AGENCY

# I. 2011년 1분기 콘텐츠산업 추이 분석

11

## 3. 소비변화 추이

### 3.1. 가계수지 및 소비지출 변화 동향

□ 2011년 1분기 가구당 소득은 전년동기대비 3.5% 증가, 가계지출은 4.6% 증가하여 '11년 1분기에 이어 상승세 확대

● '11년 1분기 가구당 월평균 가계수지, 즉 흑자액(약 68만1천6백원)은 '10년 4분기에 이어 전년 동기대비(67만4천8백64원) -1.4% 감소

- 가구당 월평균 가계수지는 '09년 1분기 이후 금융위기에 따른 소득감소와 소비지출의 증가로 전년동기대비 6.9%, 12.4%, 4.0% 감소세. '10년 1분기는 '09년 1분기 수준에서 하락하다가 '11년 1분기 가계수지 상승세로 반전

- 가구당 월평균 소득은 '10년 1분기에 전년동기대비 5.3% 증가 이후 성장세를 유지하면서 '10년 4분기 및 '11년 1분기 전년동기대비 2.3% 및 3.5% 성장

※ '11년 1분기 가계지출 증가율은 전년동기대비 4.6% 증가했는데, 이중 건강보험 등 비소비 지출의 증가율(5.9%)이 소비지출(4.2%)에 비해 상대적으로 높음. 향후 물가상승에 따른 실질소득의 감소 압력이 높아지고 있는 가운데 비소비지출 증가세가 확대될 것으로 예상

※ '11년 1분기 가구당 월평균 가계지출(317만5천원)은 전분기대비 7.2% 상승, 소비지출은 전분기대비 5.7% 상승

● 소득, 가계지출(소비지출, 비소비지출), 흑자액은 '09년 2분기 이후 전분기대비 지속적으로 상승하다가 '10년 2분기부터 등락세

- 소비지출 흑자액은 '10년 2분기부터 하락세로 전환. '10년 2분기 및 3분기 전분기대비 -1.7%, -3.3% 하락하다가 '11년 1분기에는 전분기대비 3.6% 상승

※ '09년 3분기부터 '10년 1분기까지 소비지출 흑자액은 전분기대비 각각 0.4%, 5.8%, 2.5% 상승

<표 I-10> 전국가구 가구당 월평균 가계수지

(단위 : 천원, %)

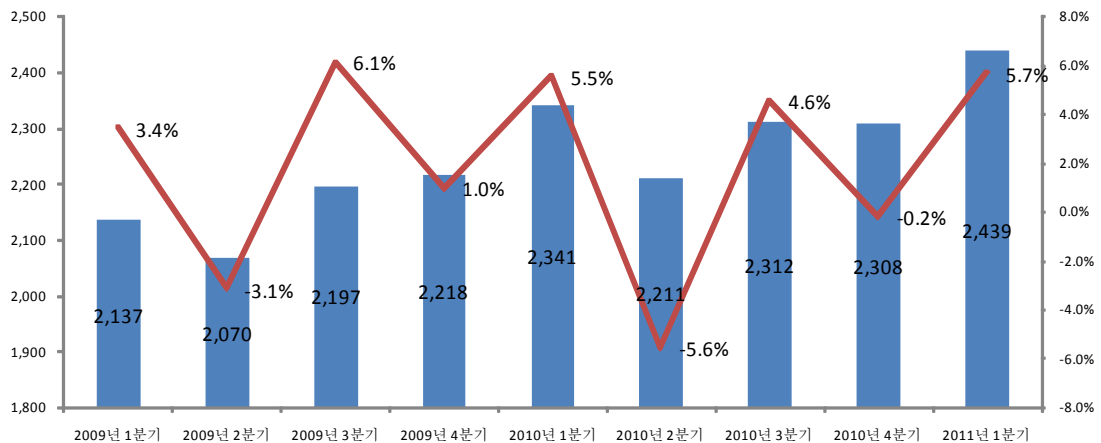
|                     | 2010년            |                   |                  |                   | 2011년            | 2010년 3분기<br>(전년동기대비) | 2010년 4분기<br>(전년동기대비) | 2011년 1분기<br>(전년동기대비) |
|---------------------|------------------|-------------------|------------------|-------------------|------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|                     | 1분기<br>(전분기대비)   | 2분기<br>(전분기대비)    | 3분기<br>(전분기대비)   | 4분기<br>(전분기대비)    | 1분기<br>(전분기대비)   |                       |                       |                       |
| 소득                  | 3,728.5<br>(5.3) | 3,551.7<br>(-4.7) | 3,666.0<br>(3.2) | 3,620.4<br>(-1.2) | 3,857.6<br>(6.6) | 6.1                   | 2.3                   | 3.5                   |
| 가계지출                | 3,037.1<br>(6.0) | 2,871.8<br>(-5.4) | 3,008.2<br>(4.8) | 2,962.4<br>(-1.5) | 3,175.9<br>(7.2) | 6.7                   | 3.4                   | 4.6                   |
| 소비지출 <sup>1)</sup>  | 2,341.8<br>(5.5) | 2,211.2<br>(-5.6) | 2,312.9<br>(4.6) | 2,308.4<br>(-0.2) | 2,439.3<br>(5.7) | 5.3                   | 4.0                   | 4.2                   |
| 비소비지출 <sup>2)</sup> | 695.3<br>(7.6)   | 660.5<br>(-5.0)   | 695.3<br>(5.3)   | 654.0<br>(-5.9)   | 736.5<br>(12.6)  | 11.9                  | 1.2                   | 5.9                   |
| 흑자액                 | 691.4<br>(2.5)   | 679.9<br>(-1.7)   | 657.7<br>(-3.3)  | 658.0<br>(0.0)    | 681.6<br>(3.6)   | 3.1                   | -2.5                  | -1.4                  |

출처 : 통계청(2011), '10년 1분기~ '11년 1분기 가계동향

\* 흑자액 = 소득 - 가계지출, 가계지출 = 소비지출 + 비소비지출

<그림 I-7> 소비지출 증감률 변동 추이

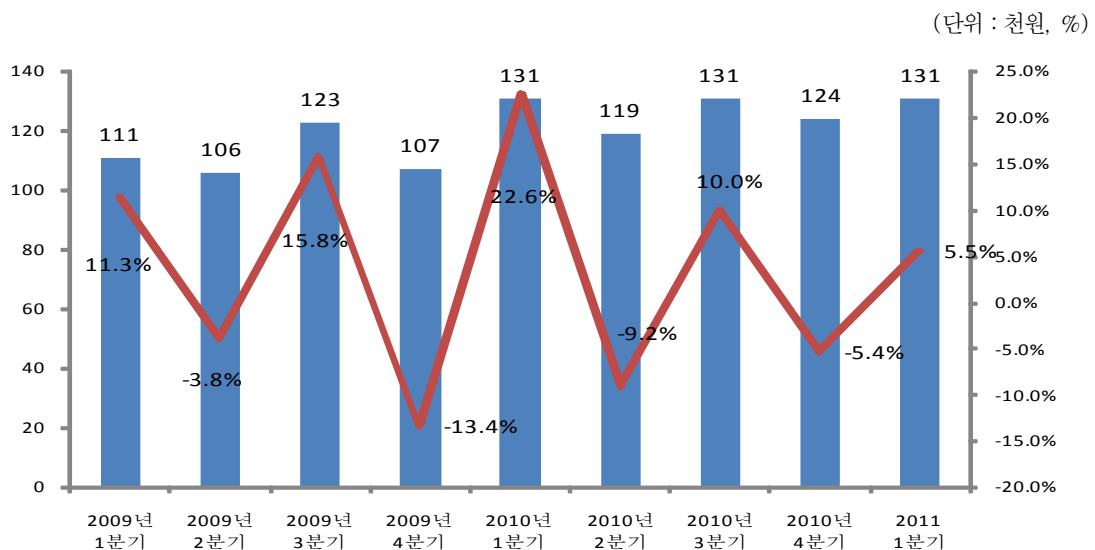
(단위 : 천원, %)



- 1) 소비재의 구입을 위한 소비자의 지출을 말함. 통계청은 1)식료품, 비주류음료 2)주류.담배 3)의류.신발 4)주거.수도.광열 5)가정용품.가사서비스 6)보건 7)교통 8)통신 9)오락.문화 10)교육 11)음식.숙박 12)기타.상품서비스로 나눔.
- 2) 가계지출 중 소비지출 이외의 지출로서 통계청은 1)경상조세 2)비경상조세 3)연금 4)사회보장 5)이자비용 6)가구간이전지출 7)비영리단체로 이전 등으로 나눔.

- '11년 1분기 월평균 오락문화지출은 약 13만 1천원으로 전년동기대비 -0.3% 감소했으며 전분기대비 5.5% 상승
- '11년 1분기 가구당 월평균 소비지출 중 콘텐츠산업 영역인 오락문화 지출은 전년동기대비 약 4백원정도 감소하여 성장 정체
  - ※'10년 3분기 및 4분기 각각 1만 2천여원, 1만 7천여원 증가하다가 '11년 1분기는 감소
- 오락문화 소비지출은 '08년 4분기에 9만 7천원으로 최저점 수준에서 '10년 2분기까지 상승세를 보이다가 이후 등락추세
  - ※'10년 1분기 ~ '11년 1분기까지 전분기대비 오락문화 소비지출 증감률은 각각 22.6%, -9.2%, 10.0%, -5.4%, 5.5%로 변동폭이 크게 나타남. 이에 비해 전체 소비지출 증감률은 오락문화 소비지출과 유사한 경향을 보이고 있으나 변동폭이 상대적으로 적으며 '11년 1분기 전분기대비 5.7% 상승
  - ※ '11년 1분기 오락·문화 소비지출 전년동기대비 감소한 것 외, 교육 및 음식·숙박 소비지출은 각각 3.4%, 0.8% 감소. 이에 반해 식료품·비주류음료 소비지출은 농산물상승으로 8.2% 증가. 의류 및 신발은 9.4% 증가, 유류상승으로 인한 교통 소비지출은 11.3% 대폭 증가
- 오락·문화 소비지출은 '10년 까지는 경기상승에 따른 증가세가 유지되었으나, '11년 1분기 이후 물가상승에 따른 실질소득 감소 압력이 증대돼 오락·문화 소비지출 상승세에 악영향이 우려됨

<그림 I-8> 오락·문화 소비지출 증감률 변동 추이



<표 I-11> 전국가구 가구당 월평균 소비지출

(단위 : 천원, %)

| 구분                 | 2010년                   |                         |                         |                         | 2011년                  | 2010년      |            |            |            | 2011년      | 10년4분기      | 11년1분기      |
|--------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|
|                    | 1분기                     | 2분기                     | 3분기                     | 4분기                     | 1분기                    | 1분기<br>구성비 | 2분기<br>구성비 | 3분기<br>구성비 | 4분기<br>구성비 | 1분기<br>구성비 | (전년<br>대비)  | (전년<br>대비)  |
| 소비 지출              | 2,341.7<br>(5.5)        | 2,211.2<br>(-5.6)       | 2,312.9<br>(4.6)        | 2,308.4<br>(-0.2)       | 2,439.3<br>(5.7)       | 100        | 100        | 100        | 100        | 100        | 4.0         | 4.2         |
| 실질                 | 2,043.4<br>(4.5)        | 1,912.8<br>(-6.4)       | 1,983.6<br>(3.7)        | 1,963.3<br>(-1.0)       | 2,037.9<br>(3.8)       | -          | -          | -          | -          | -          | 0.4         | -0.3        |
| 식료품 및<br>비주류음료     | 298.5<br>(-3.8)         | 295.0<br>(-1.2)         | 343.7<br>(16.5)         | 334.0<br>(-2.8)         | 322.9<br>(-3.3)        | 12.7       | 13.3       | 14.9       | 14.5       | 13.2       | 7.7         | 8.2         |
| 주류 및<br>담배         | 26.3<br>(-1.9)          | 27.4<br>(4.4)           | 30.1<br>(9.6)           | 26.5<br>(-12.0)         | 26.4<br>(-0.4)         | 1.1        | 1.2        | 1.3        | 1.1        | 1.1        | -1.3        | 0.2         |
| 의류 및<br>신발         | 136.4<br>(-15.4)        | 148.3<br>(8.8)          | 118.1<br>(-20.4)        | 182.0<br>(54.2)         | 149.1<br>(-18.1)       | 5.8        | 6.7        | 5.1        | 7.9        | 6.1        | 12.9        | 9.4         |
| 주거 및<br>수도광열       | 284.6<br>(36.0)         | 224.6<br>(-21.1)        | 189.3<br>(-15.8)        | 222.4<br>(17.5)         | 295.7<br>(33.0)        | 12.2       | 10.2       | 8.2        | 9.6        | 12.1       | 6.2         | 3.9         |
| 가정용품<br>및<br>가사서비스 | 76.4<br>(-16.9)         | 80.7<br>(5.6)           | 91.2<br>(12.9)          | 99.6<br>(9.1)           | 82.9<br>(-16.7)        | 3.3        | 3.7        | 3.9        | 4.3        | 3.4        | 8.2         | 8.4         |
| 보 건                | 144.3<br>(-1.5)         | 158.5<br>(9.9)          | 151.6<br>(-4.4)         | 156.6<br>(3.3)          | 159.6<br>(2.0)         | 6.2        | 7.2        | 6.6        | 6.8        | 6.5        | 6.9         | 10.6        |
| 교 통                | 250.3<br>(-20.8)        | 271.6<br>(8.5)          | 274.1<br>(0.9)          | 291.2<br>(6.2)          | 278.7<br>(-4.3)        | 10.7       | 12.3       | 11.9       | 12.6       | 11.4       | -7.8        | 11.3        |
| 통 신                | 137.2<br>(1.9)          | 139.2<br>(1.5)          | 138.8<br>(-0.3)         | 140.9<br>(1.5)          | 138.6<br>(-1.7)        | 5.9        | 6.3        | 6.0        | 6.1        | 5.7        | 4.6         | 1.0         |
| <b>오락·문화</b>       | <b>131.5<br/>(22.6)</b> | <b>119.3<br/>(-9.2)</b> | <b>131.4<br/>(10.0)</b> | <b>124.3<br/>(-5.4)</b> | <b>131.1<br/>(5.5)</b> | <b>5.6</b> | <b>5.4</b> | <b>5.7</b> | <b>5.4</b> | <b>5.4</b> | <b>15.9</b> | <b>-0.3</b> |
| 교 육                | 377.9<br>(65.3)         | 238.3<br>(-36.9)        | 349.2<br>(46.5)         | 227.1<br>(-35.0)        | 365.0<br>(60.8)        | 16.1       | 10.8       | 15.1       | 9.8        | 15.0       | -0.7        | -3.4        |
| 음식·숙박              | 276.9<br>(-3.5)         | 304.1<br>(9.8)          | 297.9<br>(-2.0)         | 288.3<br>(-3.3)         | 274.7<br>(-4.7)        | 11.8       | 13.8       | 12.9       | 12.5       | 11.3       | 0.4         | -0.8        |
| 기타 상품<br>및 서비스     | 201.1<br>(1.1)          | 203.5<br>(1.2)          | 197.5<br>(-3.0)         | 215.6<br>(9.2)          | 214.4<br>(-0.5)        | 8.6        | 9.2        | 8.5        | 9.3        | 8.8        | 8.4         | 6.6         |

출처 : 통계청(2011), '10년 1분기~'11년 1분기 가계동향

- '11년 1분기 오락문화 소비지출 세부내역 구성비는 서적(20.4%), 문화서비스(19.3%), 단체여행비(12.5%), 운동오락서비스(10.3%), 정보처리장치(8.7%) 순
- '11년 1분기 전체 오락문화 소비지출 감소에도 사진광학장비(31.9%), 오락문화내구재(13.8%), 악기기구(53.6%), 장난감 및 취미용품(24.1%), 화훼관련용품(5.6%), 애완동물관련용품(14.0%), 화훼 및 애완동물서비스(17.1%), 문화서비스(6.5%), 복권(31.3%), 문구(11.5%) 등 10개 부문은 전년동기 대비 증가
- 구성비가 상대적으로 높은, 서적 및 단체여행비는 '11년 1분기 전년동기대

비 각각 -4.8%, -2.2% 감소하여 성장하락을 주도

- '11년 1분기 오락·문화 소비지출 중 핵심 콘텐츠 상품 및 서비스 소비지출 비중은 약 60.0%로 전년동기대비 0.9%p 증가. 전분기대비 3.7%p 상승

※ 문화서비스(19.3%) + 서적(20.4%) + 운동 및 오락서비스(10.3%) + 장남감 및 취미용품 (3.6%) + 문구(4.1%) + 기타인쇄물(2.0%) + 오락문화내구재(0.2%) + 오락문화 내구재 유지 및 수리(0.1%)

<표 I-12> 전국가구 가구당 월평균 오락·문화 소비지출(세부항목)

(단위: 천원, %)

| 구분                | 2010년           |                 |                 |                 | 2011년           | 2010년      |            |            |            | 2011년      | '10년4분기<br>(전동기대비) | '11년1분기<br>(전동기대비) |
|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------------|--------------------|
|                   | 1분기             | 2분기             | 3분기             | 4분기             | 1분기             | 1분기<br>구성비 | 2분기<br>구성비 | 3분기<br>구성비 | 4분기<br>구성비 | 1분기<br>구성비 |                    |                    |
| <b>오락·문화</b>      | 131.5<br>(22.6) | 119.3<br>(-9.2) | 131.4<br>(10.0) | 124.3<br>(-5.4) | 131.1<br>(5.5)  | <b>5.6</b> | <b>5.4</b> | <b>5.7</b> | <b>5.4</b> | <b>5.4</b> | <b>15.9</b>        | <b>-0.3</b>        |
| 영상음향기기            | 9.8<br>(10.3)   | 9.3<br>(-4.8)   | 9.3<br>(0.2)    | 8.5<br>(-8.6)   | 8.9<br>(4.0)    | 가. 7.4     | 7.8        | 7.1        | 6.9        | 6.8        | -3.8               | -9.3               |
| 사진광학장비            | 1.9<br>(-17.4)  | 1.4<br>(-24.4)  | 2.4<br>(68.2)   | 2.6<br>(10.2)   | 2.5<br>(-5.8)   | 나. 1.4     | 1.2        | 1.8        | 2.1        | 1.9        | 15.7               | 31.9               |
| 정보처리장치            | 12.8<br>(36.2)  | 8.1<br>(-36.6)  | 8.0<br>(-0.6)   | 10.5<br>(30.1)  | 11.3<br>(8.6)   | 다. 9.7     | 6.8        | 6.1        | 8.4        | 8.7        | 11.7               | -10.9              |
| 기록매체              | 0.4<br>(42.2)   | 0.2<br>(-32.2)  | 0.3<br>(29.8)   | 0.3<br>(8.3)    | 0.3<br>(-1.2)   | 라. 0.3     | 0.2        | 0.2        | 0.3        | 0.3        | 35.5               | -5.9               |
| 영상음향 및 정보기기수리     | 1.1<br>(7.6)    | 1.0<br>(-7.2)   | 1.4<br>(41.3)   | 1.3<br>(-6.9)   | 0.9<br>(-32.3)  | 마. 0.8     | 0.9        | 1.1        | 1.1        | 0.7        | 31.3               | -17.4              |
| <b>오락문화 내구재</b>   | 0.2<br>(-31.8)  | 0.3<br>(24.0)   | 0.2<br>(-39.8)  | 0.1<br>(-19.6)  | 0.3<br>(89.6)   | 바. 0.2     | 0.2        | 0.1        | 0.1        | 0.2        | -59.1              | 13.8               |
| 악기기구              | 1.2<br>(80.6)   | 1.0<br>(-18.2)  | 1.3<br>(28.7)   | 1.2<br>(-8.9)   | 1.9<br>(60.3)   | 사. 0.9     | 0.8        | 1.0        | 0.9        | 1.4        | 73.1               | 53.6               |
| 오락문화 내구재 유지 및 수리  | 0.2<br>(-9.8)   | 0.1<br>(-57.0)  | 0.1<br>(57.8)   | 0.1<br>(-58.8)  | 0.1<br>(116.7)  | 아. 0.1     | 0.1        | 0.1        | 0.0        | 0.1        | -74.8              | -39.4              |
| <b>장남감 및 취미용품</b> | 3.8<br>(-35.1)  | 5.1<br>(33.5)   | 4.1<br>(-19.5)  | 6.2<br>(51.6)   | 4.7<br>(-23.9)  | 자. 2.9     | 4.3        | 3.1        | 5.0        | 3.6        | 5.8                | 24.1               |
| 캠핑 및 운동 관련용품      | 4.6<br>(3.9)    | 4.7<br>(1.9)    | 6.2<br>(32.9)   | 4.9<br>(-21.9)  | 4.4<br>(-10.3)  | 차. 3.5     | 3.9        | 4.7        | 3.9        | 3.3        | 9.7                | -5.3               |
| 화해관련용품            | 2.6<br>(80.2)   | 4.7<br>(80.7)   | 1.9<br>(-60.8)  | 1.6<br>(-12.9)  | 2.8<br>(71.3)   | 카. 2.0     | 4.0        | 1.4        | 1.3        | 2.1        | 11.1               | 5.6                |
| 애완동물 관련용품         | 1.5<br>(-0.8)   | 1.7<br>(13.7)   | 1.8<br>(3.7)    | 1.8<br>(1.3)    | 1.7<br>(-4.5)   | 타. 1.1     | 1.4        | 1.3        | 1.4        | 1.3        | 18.4               | 14.0               |
| 화해 및 애완동물 서비스     | 1.0<br>(15.4)   | 1.2<br>(22.5)   | 1.4<br>(19.7)   | 1.0<br>(-31.6)  | 1.1<br>(16.7)   | 파. 0.7     | 1.0        | 1.1        | 0.8        | 0.9        | 15.8               | 17.1               |
| <b>운동 및 오락서비스</b> | 14.2<br>(12.9)  | 13.6<br>(-4.4)  | 16.7<br>(22.7)  | 13.6<br>(-18.0) | 13.5<br>(-0.8)  | 하. 0.8     | 11.4       | 12.7       | 11.0       | 10.3       | 8.5                | -4.7               |
| <b>문화서비스</b>      | 23.7<br>(7.6)   | 25.2<br>(6.0)   | 24.2<br>(-3.9)  | 24.5<br>(1.4)   | 25.3<br>(3.2)   | 거. 1.8     | 21.1       | 18.4       | 19.7       | 19.3       | 11.0               | 6.5                |
| 복권                | 0.3<br>(-1.5)   | 0.3<br>(5.3)    | 0.2<br>(-9.0)   | 0.3<br>(29.5)   | 0.3<br>(5.8)    | 년. 0.2     | 0.2        | 0.2        | 0.3        | 0.3        | 22.3               | 31.3               |
| <b>서적</b>         | 28.1<br>(48.7)  | 18.1<br>(-35.6) | 22.9<br>(26.6)  | 19.0<br>(-17.2) | 26.7<br>(40.9)  | 더. 2.3     | 15.1       | 17.4       | 15.3       | 20.4       | 0.5                | -4.8               |
| <b>기타인쇄물</b>      | 2.7<br>(-3.0)   | 2.7<br>(-2.8)   | 2.6<br>(-2.1)   | 2.8<br>(5.6)    | 2.6<br>(-5.9)   | 러. 2.1     | 2.2        | 2.0        | 2.2        | 2.0        | -2.5               | -5.4               |
| <b>문구</b>         | 4.8<br>(51.4)   | 3.5<br>(-27.1)  | 3.2<br>(-7.7)   | 3.6<br>(13.2)   | 5.3<br>(46.6)   | 머. 3.6     | 2.9        | 2.4        | 2.9        | 4.1        | 15.2               | 11.5               |
| 단체여행비             | 16.7<br>(61.1)  | 17.3<br>(3.4)   | 23.1<br>(33.8)  | 20.3<br>(-12.1) | 16.3<br>(-19.6) | 버. 1.7     | 14.5       | 17.6       | 16.4       | 12.5       | 96.0               | -2.2               |

출처: 통계청(2011), '10년 1분기~'11년 1분기 가계동향

### 3.2. 가계수입 및 소비지출 변화 전망

- 소비자심리지수(CSI)<sup>3)</sup>는 '09년 10월 연고점 117을 기록한 후 '11년 1월부터 하락세를 보이다 '11년 3월 98로 다소 악화
  - 가계수입전망 CSI는 '09년 10월 106을 고점 이후 '10년 12월 까지 호조세를 유지하다가 '11년 1월 이후 하락세 및 '11년 3월 95 수준. 소비지출전망 CSI도 같은 흐름을 전개, '11년 1월 114 최고점 이후 '11년 3월 109로 하락세
  - 교양·오락·문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '10년 9월 97을 기록 이후 약간 등락을 보이다 '11년 1월 이후 하락세를 보이다 '11년 3월 91로 급락 및 기준지수 100 하회 지속
    - ※ '10년 6월 교양·오락·문화비 지출 관련 소비지출전망 CSI 98이후 전반적 하락세
  - 외식비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 10월 이후 '10년 12월까지 94 수준을 유지하다가 '11년 3월에 이르러 87 수준으로 급락
  - 여행비 지출 관련 소비지출전망 CSI는 '09년 10월 이후 '10년 5월까지 상승하다가, 이후 하락세 반전. '11년 3월 84로 매우 저조

<표 I-13> 가계수입 및 소비지출전망 CSI 추이

|           | 2010년 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     | 2011년 |     |     |
|-----------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----|-----|
|           | 1월    | 2월  | 3월  | 4월  | 5월  | 6월  | 7월  | 8월  | 9월  | 10월 | 11월 | 12월 | 1월    | 2월  | 3월  |
| 소비자심리지수   | 113   | 111 | 110 | 110 | 111 | 112 | 112 | 110 | 109 | 108 | 110 | 109 | 108   | 105 | 98  |
| 가계수입전망CSI | 103   | 102 | 101 | 101 | 101 | 103 | 102 | 101 | 102 | 101 | 102 | 102 | 103   | 100 | 95  |
| 소비지출전망CSI | 112   | 111 | 111 | 111 | 111 | 112 | 112 | 112 | 112 | 112 | 113 | 112 | 114   | 112 | 109 |
| 내 구 재     | 95    | 95  | 95  | 96  | 95  | 97  | 96  | 96  | 97  | 97  | 97  | 96  | 96    | 97  | 91  |
| 의 류 비     | 102   | 102 | 103 | 103 | 104 | 104 | 103 | 103 | 103 | 105 | 106 | 105 | 103   | 102 | 98  |
| 외 식 비     | 90    | 91  | 92  | 92  | 94  | 95  | 94  | 94  | 94  | 94  | 94  | 94  | 93    | 92  | 87  |
| 여 행 비     | 87    | 89  | 89  | 89  | 90  | 92  | 92  | 91  | 91  | 91  | 91  | 90  | 90    | 91  | 84  |
| 교 육 비     | 110   | 110 | 110 | 109 | 108 | 108 | 109 | 109 | 110 | 109 | 109 | 110 | 111   | 111 | 110 |
| 의 료·보 건 비 | 119   | 119 | 120 | 120 | 120 | 121 | 121 | 121 | 121 | 121 | 122 | 122 | 122   | 122 | 121 |
| 교양·오락·문화비 | 94    | 96  | 95  | 95  | 97  | 98  | 96  | 97  | 97  | 97  | 97  | 97  | 96    | 96  | 91  |
| 교 통·통 신 비 | 114   | 115 | 114 | 114 | 114 | 113 | 114 | 118 | 116 | 115 | 118 | 118 | 121   | 120 | 120 |

출처 : 통계청(2011), '10년 1월~'11년 3월 소비자동향조사

※ 소비자심리지수는 100을 넘으면 앞으로 생활형편이나 경기, 수입 등이 좋아질 것으로 보는 사람이 많다는 뜻이며 100 미만이면 그 반대임

3) 소비자심리지수(Consumer Sentiment Index) : 민간소비 및 경기동행지수와 높은 상관관계를 보여 미래 소비 및 경기 등의 전망에 유용. 현재생활형편 등 6개의 주요 개별지수를 표준화하여 합성한 지수로서 전반적인 소비자 심리의 종합적 판단에 유용한 종합지수