



보도자료

이 자료는 2025년 2월 4일 조간부터
취급하여 주십시오. 단, 통신/방송/인터넷
매체는 배포시부터 취급 가능

제 목 : 2025년 1월 광주·전남지역 소비자동향조사 결과

- 한국은행 광주전남본부가 광주·전남지역 도시가구중 600가구(응답 518가구)를 대상으로 소비자동향조사를 실시(2025.1.9.~16.)한 결과,

경제상황에 대한 소비자의 인식과 향후 소비지출전망 등을 종합적으로 보여주는 1월중 소비자심리지수(CCSI)는 **83.4**로 전월(79.4) 대비 4.0p 상승

<최근 소비자심리지수 추이>

'24.9월	'24.10월	'24.11월	'24.12월	'25.1월
93.3	95.2	91.5	79.4	83.4

- 한편, 전국의 1월중 소비자심리지수(CCSI*)는 91.2로 전월(88.2) 대비 3.0p 상승

* CCSI(Composite Consumer Sentiment Index)

: 소비자동향지수(CSI) 중 6개 주요지수를 이용하여 산출한 심리지표로서 장기평균치(2003년 1월 ~ 2023년 12월)를 기준값 100으로 하여 100보다 크면 장기평균보다 낙관적임을, 100보다 작으면 비관적임을 의미

< 자세한 내용은 "붙임" 참조 >

문의처 : 기획금융팀 조사역 정윤재

Tel : 062)601-1110 Fax : 062)382-8164 E-mail: gwangju@bok.or.kr

"한국은행 광주전남본부의 보도자료는 인터넷(<http://www.bok.or.kr/gwangju>)에도 수록되어 있습니다."



한국은행 광주전남본부

(붙임)

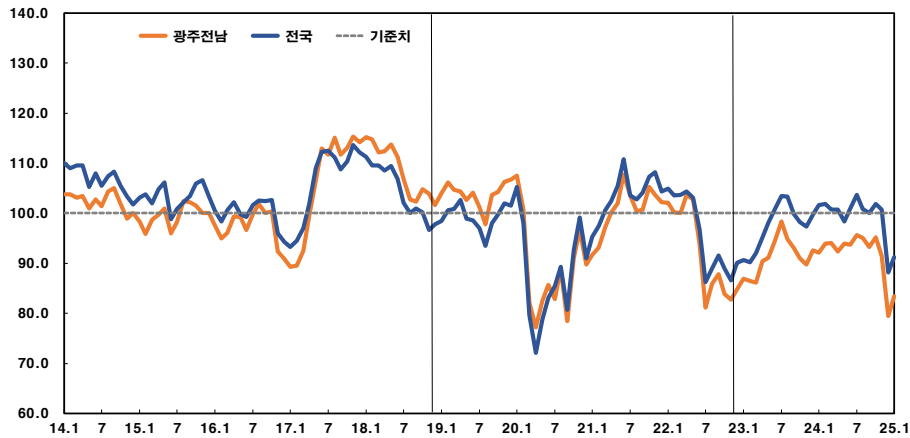
2024년 11월 광주·전남지역 소비자동향조사 결과

I. 소비자심리지수

□ 광주·전남지역 소비자들의 경제상황에 대한 심리를 종합적으로 보여주는 소비자심리지수는 1월중 83.4로 전월대비 4.0p 상승

□ 전국의 1월중 소비자심리지수는 91.2로 전월대비 3.0p 상승

소비자심리지수¹⁾ 추이²⁾³⁾



주: 1) 2003년~2023년중 장기평균치를 기준값 100으로 하여 100보다 크면 장기평균보다 낙관적임을, 100보다 작으면 비관적임을 각각 의미

2) 세로 실선은 표본개편 시점(2018.9월, 2022.7월)을 의미

3) 2022.7월부터는 신표본을 대상으로 한 조사결과

구성지수의 기여도

	2024												2025
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	
소비자심리지수 ¹⁾	93.9	94.1	92.4	93.9	93.7	95.6	95.1	93.3	95.2	91.5	79.4	83.4	
< 전 국 >	101.9	100.7	100.7	98.4	100.9	103.7	100.8	100.0	101.8	100.7	88.2	91.2	
전월대비 지수차 ²⁾	1.5	0.2	-1.7	1.5	-0.2	1.9	-0.5	-1.8	1.9	-3.7	-12.1	4.0	
구 성 지 수 의 기 여 도 (p)	현재생활형편	-0.3	1.3	-1.6	0.5	0.3	0.0	0.3	-0.8	0.8	0.3	-1.8	0.0
	생활형편전망	0.5	0.0	-0.5	0.8	-0.5	0.5	0.0	-0.3	0.5	-0.5	-2.6	0.8
	가계수입전망	1.1	-0.7	-0.4	0.7	-0.7	0.4	1.1	-0.4	-0.4	-1.1	-1.5	1.1
	소비지출전망	0.0	0.3	0.3	-1.0	1.0	0.0	-0.7	0.0	0.0	-0.3	-2.7	1.0
	현재경기판단	0.1	-0.3	0.1	0.1	0.1	0.6	-0.6	-0.3	0.4	-0.7	-1.6	-0.2
향후경기전망	0.0	-0.4	0.2	0.4	-0.2	0.4	-0.6	0.0	0.5	-1.3	-1.9	1.3	

주: 1) 개별 구성지수의 평균값과 표준편차를 이용하여 표준화한 후 합성한 종합지수

2) 전월과의 지수차이를 소수점 첫째자리까지 표시

II. 소비자동향지수

1. 가계 재정상황에 대한 인식

- 현재생활형편CSI(80)는 전월과 동일하고 생활형편전망CSI(81)는 전월 대비 3p 상승
- 가계수입전망CSI(91)와 소비지출전망CSI(102) 모두 전월대비 3p 상승

생활형편, 가계수입 및 소비지출 전망 CSI

	2024											2025	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	전월 대비
현재생활형편CSI¹⁾	83	88	82	84	85	85	86	83	86	87	80	80	0
< 전 국 >	90	89	89	88	90	91	90	90	90	91	87	87	0
광 주	80	86	80	83	85	84	86	84	85	85	79	80	+1
전 남	89	91	85	84	85	86	86	83	87	89	81	81	0
생활형편전망CSI²⁾	88	88	86	89	87	89	89	88	90	88	78	81	+3
< 전 국 >	94	93	94	92	94	95	94	94	96	94	86	89	+3
광 주	88	88	87	89	87	90	88	88	92	89	78	82	+4
전 남	87	89	86	89	88	89	89	88	88	87	78	80	+2
가계수입전망CSI²⁾	96	94	93	95	93	94	97	96	95	92	88	91	+3
< 전 국 >	100	99	99	97	99	100	98	98	99	100	94	96	+2
광 주	96	94	93	95	92	96	99	98	96	92	89	92	+3
전 남	97	95	92	95	95	91	95	94	95	93	87	90	+3
소비지출전망CSI²⁾	108	109	110	107	110	110	108	108	108	107	99	102	+3
< 전 국 >	111	111	110	109	109	111	109	108	109	109	102	103	+1
광 주	108	110	111	107	110	111	109	110	108	107	101	103	+2
전 남	109	107	109	109	110	108	107	106	106	107	97	100	+3

주: 1) 6개월 전과 비교한 현재 2) 현재와 비교한 6개월 후 전망

2. 경제상황에 대한 인식

- 현재경기판단CSI(41)는 전월대비 2p 하락하고 향후경기전망CSI(57)는 전월대비 11p 상승
- 취업기회전망CSI(62)는 전월대비 8p 상승
- 금리수준전망CSI(95)는 전월대비 3p 상승

경기판단, 취업기회 및 금리수준 전망 CSI

	2024												2025	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	전월 대비	
현재경기판단CSI¹⁾	62	59	60	61	62	67	62	59	63	57	43	41	-2	
< 전 국 >	70	68	68	67	71	77	73	71	73	70	52	51	-1	
광 주	61	59	60	60	61	66	61	60	63	56	45	40	-5	
전 남	64	60	60	63	63	67	63	59	63	58	41	42	+1	
향후경기전망CSI²⁾	71	68	70	73	71	74	69	69	73	62	46	57	+11	
< 전 국 >	80	80	81	79	80	84	81	79	81	74	56	65	+9	
광 주	69	69	69	74	70	73	69	70	74	61	44	57	+13	
전 남	74	66	72	71	73	74	69	68	70	63	49	57	+8	
취업기회전망CSI²⁾	74	72	73	74	76	75	72	73	75	69	54	62	+8	
< 전 국 >	83	84	85	83	85	86	83	83	83	79	65	69	+4	
광 주	74	72	73	75	75	76	70	74	76	69	55	63	+8	
전 남	74	73	74	72	77	73	74	71	76	70	61	61	0	
금리수준전망CSI²⁾	99	99	98	104	98	95	90	93	85	88	92	95	+3	
< 전 국 >	100	98	100	104	98	95	93	93	88	93	98	97	-1	
광 주	99	97	98	106	100	95	88	91	85	87	90	94	+4	
전 남	100	101	99	103	96	96	93	95	85	90	96	96	0	

주: 1) 6개월 전과 비교한 현재 2) 현재와 비교한 6개월 후 전망

3. 가계 저축 및 부채상황에 대한 인식

- 현재가계저축CSI(85)는 전월대비 1p 상승하고 가계저축전망CSI(87)은 전월대비 3p 상승
- 현재가계부채CSI(102)와 가계부채전망CSI(100) 모두 전월대비 3p 하락

가계저축 및 가계부채 CSI

	2024											2025	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	전월 대비
현재가계저축CSI ¹⁾	86	87	85	86	86	86	84	86	88	87	84	85	+1
< 전 국 >	93	94	93	92	93	94	92	92	95	94	92	93	+1
가계저축전망CSI ²⁾	89	88	88	89	88	87	88	89	90	89	84	87	+3
< 전 국 >	96	97	96	95	97	96	96	95	99	97	94	95	+1
현재가계부채CSI ¹⁾	104	104	106	107	106	104	105	104	104	104	105	102	-3
< 전 국 >	100	99	99	100	100	100	101	100	101	100	101	100	-1
가계부채전망CSI ²⁾	101	101	101	103	102	101	103	99	100	99	103	100	-3
< 전 국 >	98	98	97	98	97	98	98	97	98	98	99	98	-1

주: 1) 6개월 전과 비교한 현재 2) 현재와 비교한 6개월 후 전망

4. 물가상황에 대한 인식

- 물가수준전망CSI(142)는 전월대비 2p 상승
- 주택가격전망CSI(92)는 전월대비 2p 하락하고 임금수준전망CSI(112)는 전월대비 4p 상승

소비자물가, 주택가격 및 임금수준 전망CSI

	2024											2025	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	전월 대비
물가수준전망CSI ¹⁾	136	139	136	139	138	137	138	138	137	137	140	142	+2
< 전 국 >	144	146	145	147	146	144	145	144	147	147	150	151	+1
주택가격전망CSI ¹⁾	90	92	95	98	102	105	106	109	106	101	94	92	-2
< 전 국 >	92	95	101	101	108	115	118	119	116	109	103	101	-2
임금수준전망CSI ¹⁾	112	114	113	112	112	115	115	114	113	112	108	112	+4
< 전 국 >	116	116	117	116	116	118	120	117	119	118	115	118	+3

주: 1) 현재와 비교한 1년 후 전망

광주·전남지역 소비자동향지수

항 목	2024											2025	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	전월 대비
소비자심리지수	93.9	94.1	92.4	93.9	93.7	95.6	95.1	93.3	95.2	91.5	79.4	83.4	4.0
현재생활형편	83	88	82	84	85	85	86	83	86	87	80	80	0
생활형편전망	88	88	86	89	87	89	89	88	90	88	78	81	+3
가계수입전망	96	94	93	95	93	94	97	96	95	92	88	91	+3
소비지출전망	108	109	110	107	110	110	108	108	108	107	99	102	+3
현재경기판단	62	59	60	61	62	67	62	59	63	57	43	41	-2
향후경기전망	71	68	70	73	71	74	69	69	73	62	46	57	+11
취업기회전망	74	72	73	74	76	75	72	73	75	69	54	62	+8
금리수준전망	99	99	98	104	98	95	90	93	85	88	92	95	+3
현재가계저축	86	87	85	86	86	86	84	86	88	87	84	85	+1
가계저축전망	89	88	88	89	88	87	88	89	90	89	84	87	+3
현재가계부채	104	104	106	107	106	104	105	104	104	104	105	102	-3
가계부채전망	101	101	101	103	102	101	103	99	100	99	103	100	-3
물가수준전망	136	139	136	139	138	137	138	138	137	137	140	142	+2
주택가격전망	90	92	95	98	102	105	106	109	106	101	94	92	-2
임금수준전망	112	114	113	112	112	115	115	114	113	112	108	112	+4

<부록 1>

2025년 1월 광주·전남지역 소비자동향조사 개요

1. 조사목적 : 광주·전남지역 소비자들의 생활형편, 경제상황에 대한 인식 및 소비심리 등을 조사하여 가계의 소비지출 행태 분석 및 전망에 이용
2. 조사대상 : 광주·전남지역 도시 600가구(응답 518가구)
3. 조사방법 : 우편조사에 의해 조사대상 가구가 직접 작성하는 것을 원칙으로 하되 불가피한 경우 전화 인터뷰조사를 병행
4. 조사기간 : 2025. 1. 9. ~ 16.
5. 주요 조사내용

조 사 항 목		조 사 내 용
가계 재정상황에 대한 인식	현재생활형편	6개월 전과 비교한 현재
	생활형편전망	현재와 비교한 6개월 후 전망
	가계수입전망	"
	소비지출전망	"
경제상황에 대한 인식	현재경기판단	6개월 전과 비교한 현재
	향후경기전망	현재와 비교한 6개월 후 전망
	취업기회전망	"
	금리수준전망	"
가계 저축 및 부채 상황에 대한 인식	현재가계저축	6개월 전과 비교한 현재
	가계저축전망	현재와 비교한 6개월 후 전망
	현재가계부채	6개월 전과 비교한 현재
	가계부채전망	현재와 비교한 6개월 후 전망
물가상황에 대한 인식	물가수준전망	현재와 비교한 1년 후 전망
	주택가격전망	"
	임금수준전망	"

6. 소비자동향지수(CSI)의 개념

— 소비자동향지수(Consumer Survey Index: CSI)는 소비자의 경제상황에 대한 인식과 향후 소비지출전망 등을 설문조사하여 그 결과를 지수화한 통계 자료임

○ 개별 소비자동향지수 =
$$\frac{(\text{매우긍정} \times 1.0 + \text{다소긍정} \times 0.5 + \text{비슷} \times 0.0 - \text{다소부정} \times 0.5 - \text{매우부정} \times 1.0)}{\text{전체 응답가구수}} \times 100 + 100$$

* 개별지수가 100보다 높은 경우 긍정적으로 응답한 가구수가 부정적으로 응답한 가구수보다 많음을, 100보다 낮은 경우에는 그 반대의 의미를 나타냄

소비자심리지수 개요

1. 소비자심리지수(Composite Consumer Sentiment Index: CCSI)의 개념

- 소비자동향조사 항목 중 현재생활형편, 가계수입전망, 소비지출전망 등 6개의 주요 개별 지수를 표준화하여 합성한 지수로서 소비자의 경제에 대한 전반적인 인식을 종합적으로 판단할 수 있음
 - o 6개 개별지수를 표준화 구간(2003년~전년 12월, 매년 초에 전년 12월까지 연장)의 평균과 표준편차를 이용하여 표준화한 후 이를 합성한 종합적인 소비자심리지수
 - o 소비자심리지수가 100보다 클 경우 경제상황에 대한 소비자의 주관적인 기대심리가 과거(2003년~전년 12월) 평균보다 낙관적임을, 100보다 작을 경우에는 비관적임을 의미

2. 산출방식

구성지수
현재생활형편, 생활형편전망, 가계수입전망, 소비지출전망, 현재경기판단, 향후경기전망

개별지수의 표준화
개별지수의 평균과 표준편차를 이용하여 표준화(특정 개별지수의 과도한 영향력을 조정)

- 개별 표준화 지수 : $Y_{i,t} = \frac{X_{i,t} - \bar{X}_i}{S_i}$

- $X_{i,t}$: 해당월의 개별 소비자동향지수
* i : 개별지수 구분첨자(1~6), t : 해당월
- \bar{X}_i (표준화구간의 개별지수 평균) = $\frac{1}{T} \sum_{t=1}^T X_{i,t}$
* $t(=1, \dots, T)$: 표준화 구간(2003년~전년 12월)으로 매년초에 전년 12월까지 연장
- S_i (표준화구간의 개별지수 표준편차) = $\sqrt{\frac{1}{T-1} \sum_{t=1}^T (X_{i,t} - \bar{X}_i)^2}$

소비자심리지수 산출
개별 표준화 지수의 합산지수를 산출한 후 이를 표준화하여 소비자심리지수를 산출 (장기평균 100, 표준편차 10)

- 소비자심리지수 : $CCSI_t = \left(\frac{Z_t - \bar{Z}}{S_z} \right) \times sd + 100$

- Z_t (6개 개별 표준화지수의 합) = $\sum_{i=1}^6 Y_{i,t}$
- \bar{Z} (Z_t 의 평균) = $\frac{1}{T} \sum_{t=1}^T Z_t$
- S_z (Z_t 의 표준편차) = $\sqrt{\frac{1}{T-1} \sum_{t=1}^T (Z_t - \bar{Z})^2}$
- $sd(=10)$: 소비자심리지수의 표준편차