

국대패널(전 국민을 대표하는 패널) 소개서

조사, 그 이상을 알려주는 조사 플랫폼

2022. 01

컨슈머인사이트

대면조사 시대의 종언!

우리에게 변화의 용기와 대안이 필요합니다!

- COVID19 으로 대면조사 수행이 불가능하게 되어 통계작성에 큰 혼란이 있습니다
- 시간, 비용, 품질상의 문제에도 연속성 때문에 대면조사를 유지할 수 밖에 없었으나
- 대표성을 해결할 비대면 조사가 가능해졌습니다
- 우리에게는
 - ◆ 대표성 1) 통계청 국가통계 작성 방식의 확률 표집 기반
(동일 방식으로 모바일 조사 최초로 통계청 통계작성 변경 승인. 2021.10.13)
2) 응답률 90% 이상으로 높은 표집 품질 실현
 - ◆ 시간, 비용, 품질 측면에서 획기적으로 개선된 모바일 기반의 조사 방식을 채택
 - ◆ 다양한 경제, 사회조사 특성정보를 기초조사로 수집/보유
 - ◆ 재정, 소비, 라이프스타일 관련한 행동기반 빅데이터를 연계한

국대패널이 있습니다.

공공부문 조사의 수주 경쟁에 원칙적으로 참여하지 않고 자료수집을 돕는 역할에 충실하겠습니다.

국대패널 개발 배경

새롭게 나타나는 사회환경의 변화는 조사환경에 큰 영향을 끼치고 있음

사회 환경의 변화

조사대상을 대면 접촉할 수 있는 기회 급감

- 1인 가구, 맞벌이 가구 증가
- 가정 방문 어려움(아파트 주거 54.3%)
- 재택률의 감소

COVID19 충격

COVID19 로 인한 언택트 문화에 적응

- 대면 접촉을 꺼리는 일상의 지속 전망
- 모바일 디바이스, 온라인 커뮤니케이션의 의존도 더욱 증가

디지털화(스마트기기의 일상화)

호모 모빌리쿠스의 시대

- 높은 스마트폰 보급률
- 민간 영역에서는 모바일 조사 보편화

조사 환경의 변화

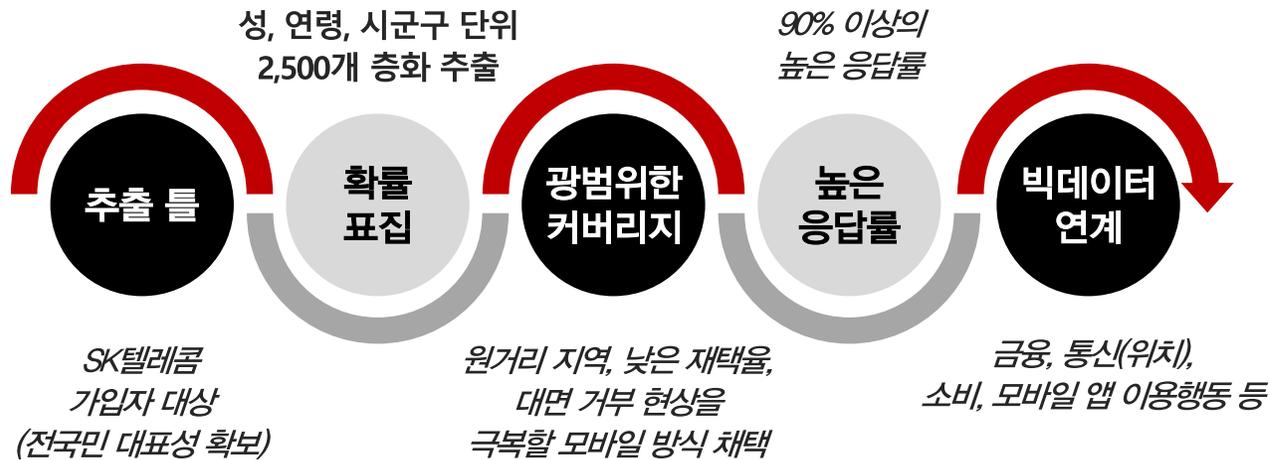
대면 조사 환경의 악화, 대안 요구 증가

- 조사원 확보 곤란(낮은 임금)
- 조사주기, 일정, 예산의 단축/감소 요구
- 대면, 전화조사의 낮은 응답률
- 민감한 질문의 결측값 증가 (빅데이터 활용 필요)
- 비표본 오차 존재(조사원)

대면조사에서
비대면조사로
가구 단위에서
개인단위로
개인단위의 **빅데이터**
자료 활용 요구 증가

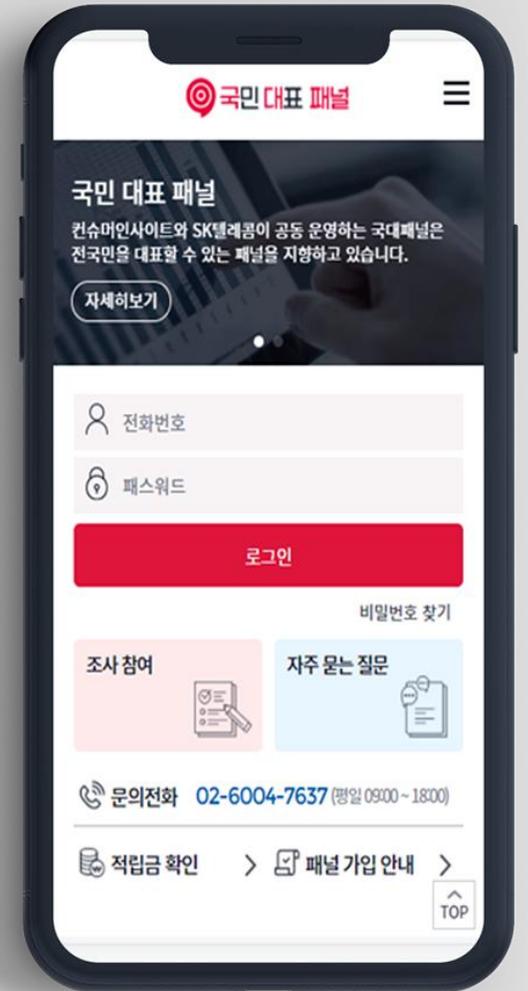
전국민을 대표하는 비대면 모바일 패널

- 컨슈머인사이트는 국가통계를 수행한 노하우를 바탕으로 SK텔레콤과 함께 새롭게 '국대 패널' 을 구축했으며 현재 5만여명의 활성화 패널을 확보함
- '22년 상반기내 총 20만명으로 패널을 확대할 계획임
- 국대패널은 전국민을 대표하는 패널이라는 의미



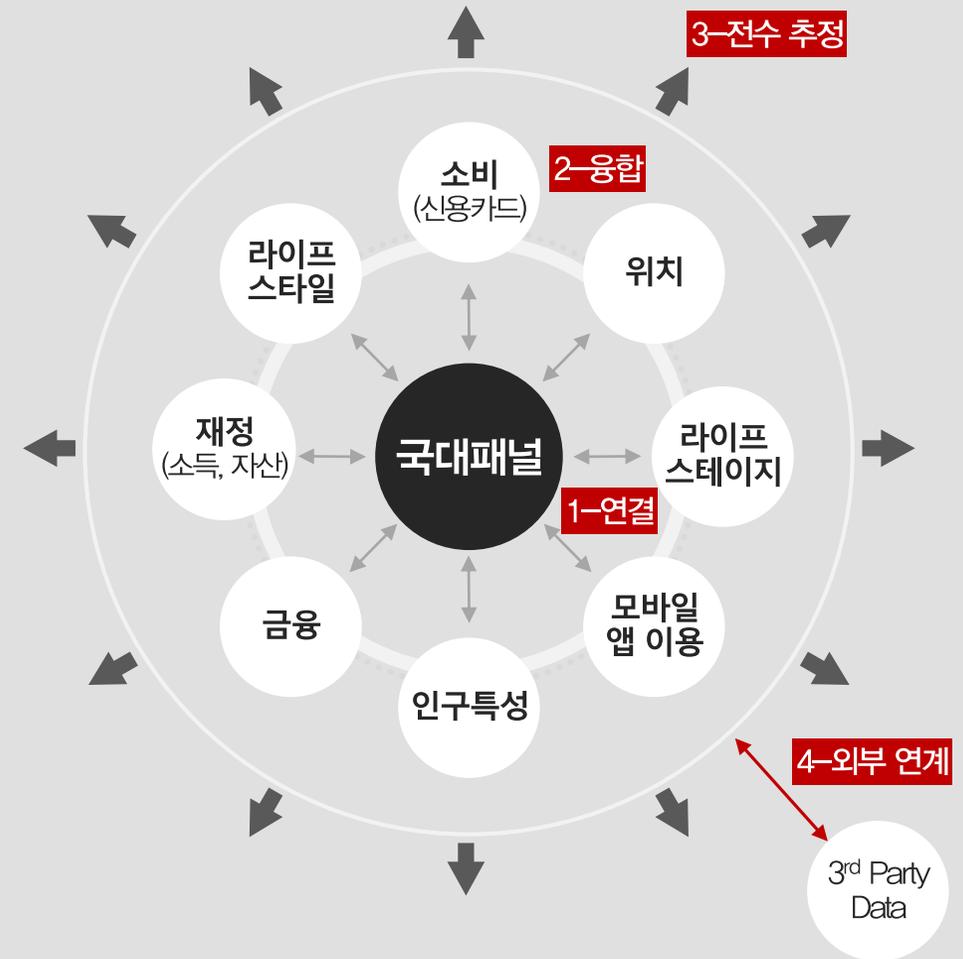
01 통계청 승인 받은 방식의 확률 표집 기반으로 대표성 확보

- 컨슈머인사이트가 국내 최초이자 유일한 모바일 방식 국가승인통계조사를 수행한 경험을 바탕으로 개발
- 모바일 조사 최초로 **통계청으로부터 통계작성 변경 승인(2021.10.13)**을 받음
- 그동안 국가승인통계는 가정방문·면대면 조사를 기본으로 해왔으나 코로나19 확산 이후 가정방문을 하려는 조사자도, 이를 받아들이는 응답자도 없게 돼 자료 수집에 큰 어려움을 겪고 있음
- 성·연령·지역 등 체계적인 표본 추출기법을 활용해 패널을 선정했으며 기존 **취약 표본 연령층인 13~18세, 65세 이상까지 표본으로 확보**해 조사 영역과 가능성을 넓혔다는 특징점 있음



02 개인단위의 빅데이터 연계

- 전통적인 서베이의 고도화, 또는 빅데이터의 활용 가치 제고를 위해서 서베이와 빅데이터의 결합 분석은 유용한 대안
- 국대패널은 **다양한 빅데이터와 개인수준에서 결합**이 가능
- 금융, 통신(위치), 소비, 모바일 앱 이용행동 등의 빅데이터와 서베이 자료를 융합한 데이터의 제공이 가능
- 이러한 빅데이터의 활용은 **서베이 데이터의 검증, 결측값 최소화, 민감정보의 신뢰성 있는 확보** 등을 가능케 함



03 데이터 품질, 비용, 신속성 탁월

- 서베이 데이터에 융합한 빅데이터는 응답 자료의 검증에 활용하여 데이터 품질 향상에 기여할 수 있음
(예, 국토부 통행실태조사, 통행 기록에 대한 응답을 통신사 기지국 데이터로 검증한 사례)
- 응답률 90% 이상으로 기존 조사의 약점을 획기적으로 개선 가능
: 대인면접조사는 응답 거부 증가, 전화 조사의 경우 통상 6~20% 응답률
: 대표성이 확보된 표집틀이라 하더라도 낮은 응답률은 조사의 품질을 저해함
- 샘플링, 커버리지 등의 문제도 해결 가능
: 대인면접조사 자료수집 비용 대비 5분의 1 수준으로 획기적인 비용 절감
: 선거 출구조사의 경우, 10분의 1 수준
- 모바일로 텍스트 질문지를 보내 자료 수집과 기초통계 분석을 24시간 이내 완료(전화 여론조사 방식은 보통 2~3일 소요)



04 전세계적으로도 희귀한 확률 기반 패널, 개방 계획

- **패널 구성원 모집 단계에서부터 확률 추출 방식을 활용한 국내패널은 세계적으로도 희귀한 가치가 있는 패널임 ***

(유형1. 에 해당하며 Korean Academic Multimode Open Survey (중남대) 패널 2000명과 국내패널이 유일함)

구분	확률 표집 (Probability Sampling)	비확률 표집 (Non-probability Sampling)
리스트 조사 (List-based Surveys)	유형 1 - 확률기반 패널을 활용한 웹조사 - 주소 기반(ABS)의 웹조사	유형 2 - 비확률 기반 패널(옵트인패널 혹은 액세스 패널)을 활용한 웹조사
비리스트 조사 (Non-list-based Surveys)	유형 3 - 확률기반 인터셉트 방식의 웹조사 - RDD 모바일 웹조사	유형 4 - 인터셉트 방식의 웹조사 - 클라우드소싱을 통한 웹조사

- **컨슈머인사이트는 조사업계 등 모두에게 국내패널 플랫폼을 개방할 계획임**
- **국내패널의 공공재 성격을 살려 국내 데이터 산업 발전에 기여한다는 취지이며**
- **1차로 한국조사협회(KORA) 회원사의 자료 수집 업무 지원을 위해 모든 회원에게 동등한 기회를 부여기로 함**
- **공공부문 조사를 위해 저렴한 비용으로 활용할 수 있는 합리적 대안이 될 것으로 확신함**



* 출처 : 조성겸(2021). 웹기반 선거여론조사의 쟁점과 신뢰성 제고 방안 연구 <한국조사연구학회>

05 제공 서비스

리서치 데이터 수집

조사설계, 설문개발, 분석, 인사이트 도출

- 공공/사회 여론조사
- 승인통계 작성



빅데이터 분석/제공

LOCATION 정보

: 관광레저, 쇼핑, 의료, 문화, 교육/생활 등

App. 이용 정보

: 모바일 앱의 이용행태 정보

거주특성, 소득, 자산, 소비 특성 정보



리서치 & 빅데이터 연계 서비스

개인 동의 기반으로 리서치데이터와 다양한 Big data를 연결하여 활용할 수 있도록 데이터 설계 및 수집, 제공



전용 패널 구축/운영

특정 분야/고객사의 조사 대상을

대표성 충족 요건하에 전용패널로 구축.

이를 통해 다양한 조사를 진행할 수 있도록

리서치 서비스 제공



06 컨슈머인사이트는?

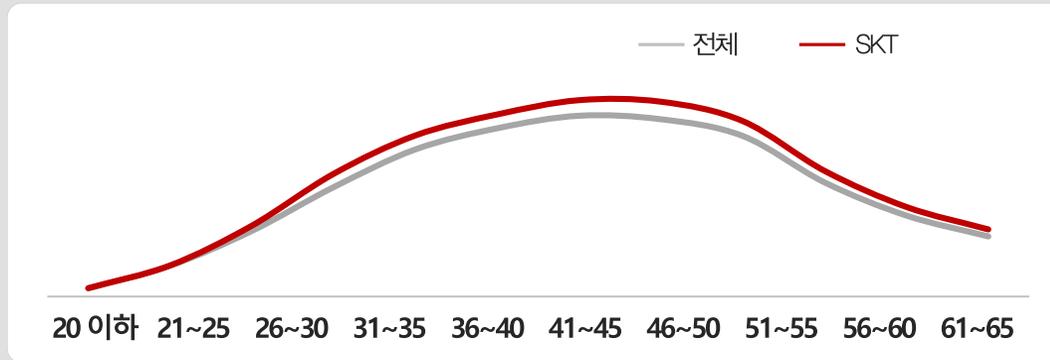
- 2000년 출범한 데이터융복합·소비자리서치 전문기관으로 자동차·이동통신·여행·소비자체감경제·금융 분야에 전문성을 갖고 있음
- 80만명에 달하는 국내 유일의 IBP(Invitation Based panel)를 보유하고 있으며 PC와 모바일을 활용한 이메일 조사를 기반으로 함(국대패널과 별도 관리)
- IBP는 초대형 기획조사 참여 권유를 받고 응답을 완료한 후 **패널 가입 자격을 획득해 가입하는 방식**(본인이 자발적으로 가입하는 타사 패널에 비해 신뢰성과 대표성이 높음)
- 최근에는 다양한 빅데이터를 패널 리서치 데이터와 융복합 연계해 데이터의 가치를 높이고 이를 다양한 산업에 적용하는 데 집중하고 있음
- 이런 노력을 인정받아 과학기술정보통신부가 시상하는 **2021 데이터대상에서 데이터산업협회장상을 수상**
- 이번 국대패널 구축을 계기로 **리서치회사에서 영역을 넓혀 공공부문 데이터 제공·분석회사를 지향하고 있음**



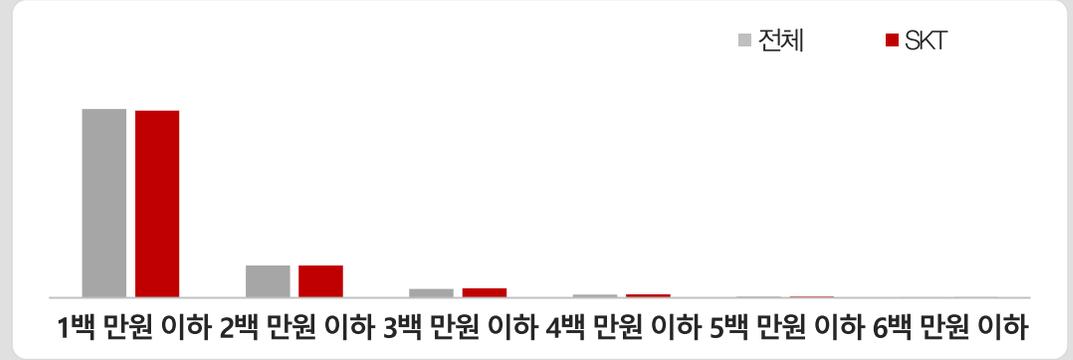
Appendix. 국내패널의 대표성 (1) SKT 가입자 특성(패널 표집틀)

4천만명 이상의 신용정보를 보유한 신용정보회사(KCB)와 카드사 데이터와 연결하여 SKT 가입자의 소득, 직업, 소비 등의 데이터를 비교해 보면 큰 차이 없이 유사한 분포를 보임

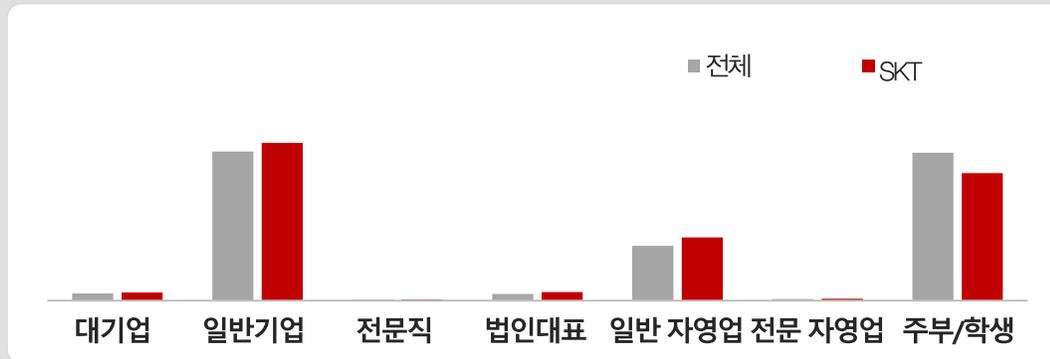
소득분포



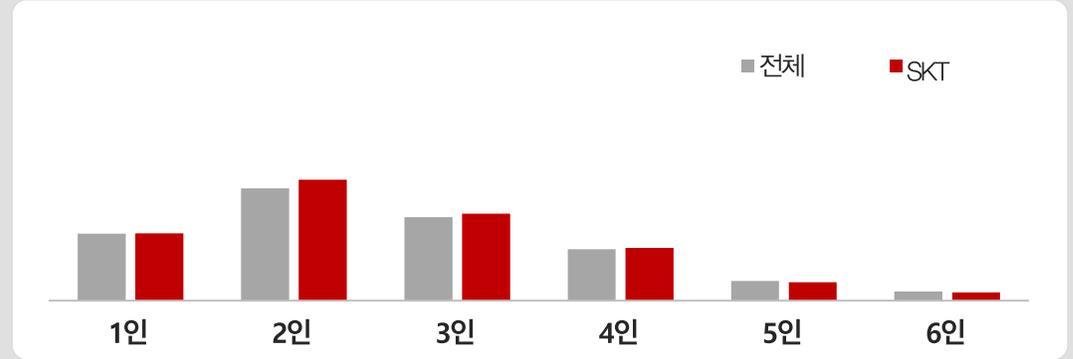
카드 소비액(월)



직업 분포



가구원수



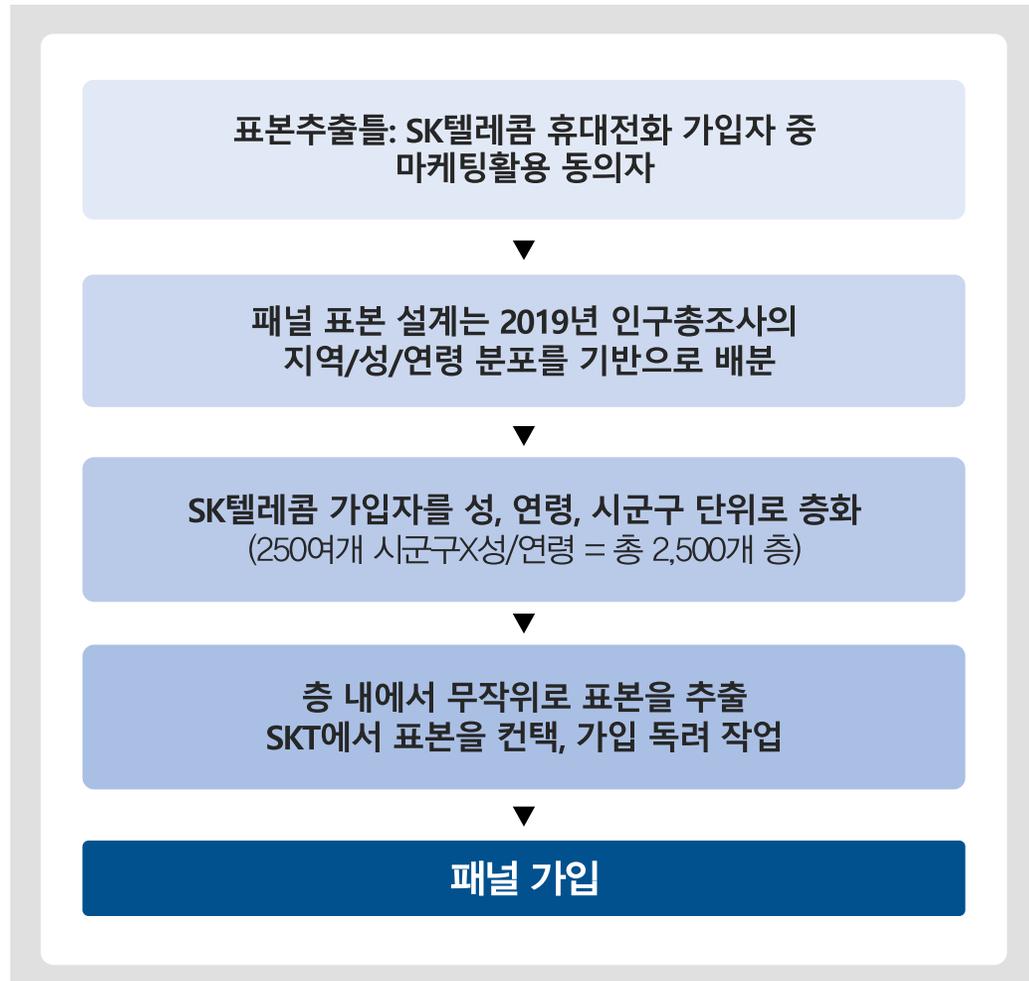
*출처: KCB, SKT, 신한카드 가명결합 데이터 (2021년)

-KCB 약 4,300만명, SKT 1,700만명, 신한카드 약 1,400만명 고객 결합

Appendix. 국대패널의 대표성 (2) 국대패널 모집방법

SK텔레콤 가입자의 전국 읍면동, 성/연령 단위까지 층화 추출하여 패널의 지역별, 연령별 분포가 통계청 인구총조사 인구 구조와 유사하게 구성
 현재 액티브 패널 기준으로 약 5만명 보유, '22년 상반기까지 20만명으로 확대 계획

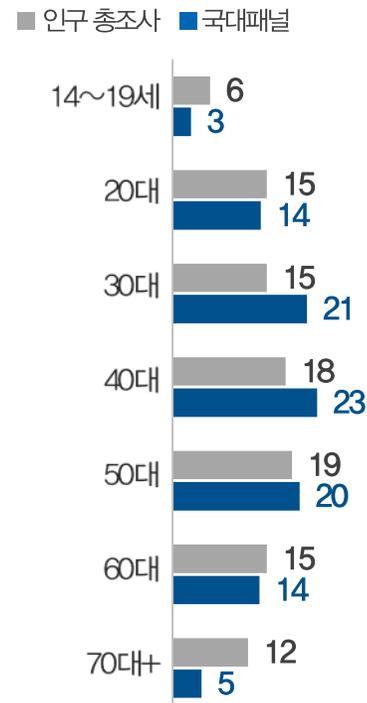
국대패널 모집 방법



연령 및 지역 분포

지역 표본 할당 시, 시도별 표본오차를 작게 하기 위해 규모가 작은 시도에서 표본을 상대적으로 더 많이 추출함 (Kish 배분법 이용)

연령 구성비



*출처: 인구총조사(2019년)

지역 구성비

	인구총조사	국대패널
서울	19	13
부산	7	6
대구	5	5
인천	6	5
광주	3	4
대전	3	4
울산	2	4
세종	1	4
경기	25	17
강원	3	4
충북	3	4
충남	4	5
전북	4	5
전남	3	5
경북	5	5
경남	6	6
제주	1	4

Appendix. 기초조사 DB

개인 Demographics		가구 Demographics		개인/사회상황 인식 정도				
1	이름	-	1	가구원 수	-	1	계층의식	높음-낮음 (10등급)
2	출생년도	-	2	가구원 성별/나이	-	2	이념성향	진보-보수 (10등급)
3	휴대폰 번호	-	3	보유 주택 형태	-	3	삶의 질	높음-낮음 (10등급)
4	성별	-	4	자가 소유 여부	-	4	사회현실 인식	좋음-나쁨 (10등급)
5	결혼여부	-	5	가구 소득	-	5	경제상황 인식	좋음-나쁨 (10등급)
6	거주지 주소	행정동 단위	6	가구주(주수입원)	-	6	정치상황 인식	좋음-나쁨 (10등급)
7	고향	-				7	정부정책 평가	경제, 일자리, 부동산 등
8	근로 고용 형태	-				8	여론조사 결과 수용 인식	-
9	개인 소득	-						
체감 경제 인식		사회 갈등 인식		국가 순위 인식				
1	지난 6개월간 경제 변화 인식	국내경기, 일자리, 물가 등	1	남성-여성 관계	좋음-나쁨 (5점척도)	1	경제적으로 잘 사는 정도/순위	높음-낮음 (10등급)
2	지난 6개월간 삶의 질 변화 인식	-	2	청년층-기성세대 관계	좋음-나쁨 (5점척도)	2	정치/사회적으로 민주적인 정도	높음-낮음 (10등급)
3	자산관리 방안 인식(선호도)	예금/적금, 주식, 펀드 등	3	수도권-지방 관계	좋음-나쁨 (5점척도)	3	언론자유가 보장되는 정도	높음-낮음 (10등급)
4	지난 6개월간 자산관리 경험	-	4	근로자-고용주 관계	좋음-나쁨 (5점척도)	4	기업활동이 자유로운 정도	높음-낮음 (10등급)
5	향후 6개월간 지출 예상	내구재, 의류비, 외식비 등	5	빈곤층-부유층 관계	좋음-나쁨 (5점척도)	5	종교자유가 보장되는 정도	높음-낮음 (10등급)
6	대출의향 및 용도	-	6	보수집단-진보집단 관계	좋음-나쁨 (5점척도)	6	인권이 존중되는 정도	높음-낮음 (10등급)
7	금융 웰빙 평가	-	7	여당지지자-야당지지자 관계	좋음-나쁨 (5점척도)	7	빈부격차가 작은/없는 정도	높음-낮음 (10등급)
						8	부정부패가 없는 정도	높음-낮음 (10등급)
						9	삼권분립이 된 정도	높음-낮음 (10등급)
						10	법치주의가 실현되는 정도	높음-낮음 (10등급)

청소년 패널					
1	재학중인 학교	6	학습시간	11	건강평가
2	학년	7	학습동기	12	수면시간
3	학교 특성 (학급, 학생 수 등)	8	학교-부모 교육 일치도	13	활동시간
4	학교생활 만족도	9	교내 학생들의 문제행동 인식	14	음주 및 흡연 경험
5	학교에 대한 평가	10	코로나로 인한 생활 변화	15	부모와의 관계

본 프로젝트의 기획·수행·활용에 함께할 언론사 및 리서치 기관을 환영합니다

For More Information

장호완 컨슈머인사이트 상무 janghw@consumerinsight.kr 02)6004-7650

이정현 컨슈머인사이트 상무 leejh@consumerinsight.kr 02)6004-7680

박경희 컨슈머인사이트 이사 parkkh@consumerinsight.kr 02)6004-7619

류윤상 인바이트 상무 ruys@nvghtlook.kr 02)6004-7622