

소비자 심리지수와 부동산시장 소비심리지수의 상관관계 분석

최선호, 정진희, 김현희
동덕여자대학교 정보통계학과

20200274@dongduk.ac.kr, 20201077@dongduk.ac.kr, heekim@dongduk.ac.kr

Correlation Analysis between Consumer Sentiment Index and Real Estate Consumer Sentiment Index

Seon Ho Choi, Jin Hui Jeong, Hyon Hee Kim
Department of Statistics and Information Science,
Dongduk Women's University

요 약

부동산시장은 경제의 중심 요소 중 하나로, 거래량과 가격 변동 등이 직접적인 영향을 미친다. 특히, 부동산시장은 경제 지표 외에도 정책이나 심리에 따라 변동하는 경향이 있어 심리적 요인의 변화와 분석에 대한 요구가 지속된다. 본 연구는 소비자 심리지수(CCSI)와 부동산시장 소비심리지수(REI) 간 상관관계를 분석하여 부동산시장의 건정성 유지 및 효율성 향상에 기여하고자 한다. 본 연구에서는 선형 회귀분석 및 상관분석을 통해 소비자 심리지수와 부동산시장 소비심리지수 간 연관성 연구를 진행했다. 경제적 상황 및 소비자 심리 변화가 부동산시장 소비심리지수에 영향을 미친다는 것을 보여주며, 이는 부동산시장의 예측과 전략 수립에 중요한 역할을 할 것으로 기대된다.

1. 서론

부동산시장은 경제의 핵심 구성 요소 중 하나로, 부동산시장의 거래량, 가격 변동 등 요소들이 직접적인 영향을 미친다. 특히, 부동산시장은 경제지표 외에도 정책이나 심리에 의해 움직이는 경향이 강하기 때문에 심리적 요인의 변화 및 분석에 대한 요구가 지속되어 왔다[1]. 이러한 요구가 지속되어 왔다는 점은 부동산시장의 복잡성과 소비자 심리의 연관성을 강조한다. 이어서, 소비자 심리지수가 시장의 기본 요인들과 함께 주택 매매 가격의 장기적 및 단기적 변동에 영향을 미친다는 사실은 경제적인 맥락에서 심리지수의 중요성을 보여준다[2]. 이전 연구들은 이러한 관계를 탐구하기 위한 기초를 마련했지만, 본 연구는 이를 한 단계 더 발전시켜 소비자 심리지수와 부동산시장 소비심리지수 간 상관관계를 보다 심도 있게 분석하고자 한다.

본 연구의 목적은 경제정책 결정 과정에 참고자료를 제공함으로써, 부동산시장 참여자 및 정책 결정자에게 실질적인 통찰력과 지침을 제공하는 데 있다. 본 연구는 부동산시장의 여러 요소와 소비자 심리의 상호작용을 이해하는 데 기여할 것으로 기대되며, 이는 결국 부동산시장의 건정성 유지 및 효율성 향상에 중요한 역할을 할 것으로 기대된다.

2. 데이터 소개

본 연구에서는 전국의 소비자동향지수[3]와 부동산시장 소비심리지수[4] 데이터를 활용하였으며, 2021년 1월부터 2023년 12월까지의 데이터를 포함한다. 소비자동향지수의 조사항목은 가계재정상황, 경제상황, 가계저축과 부채상황, 물가상황에 대한 인식으로 나뉘며 총 17개의 개별항목으로 구성되어 있다. 부동산시장 소비심리지수에 영향을 미칠 것으로 예상되는 독립변수는 소비자 심리지수를 구성하는 데 사용된 변수를 참고하였으며, 상관관계가 높은 변수를 선정했다[5]. 소비자 심리지수는 부동산시장 판단에 관련성 높은 6개의 소비자동향지수를 종합하여 만든 합성지수이다.

3. 회귀분석 및 상관분석

본 연구는 소비자 심리지수(CCSI)와 부동산시장 소비심리지수(REI) 간 연관성 연구를 위해 R을 활용해 선형 회귀분석 및 상관관계 분석을 진행하였다. 부동산시장 소비심리지수와 소비자 심리지수, 소비자동향지수 간 상관관계 분석 결과, 높은 상관관계를 갖는 변수는 주택가격전망CSI(hp), 현재가계저축CSI(hs), 소비자 심리지수(ccsi), 가계저축전망CSI(hes), 취업기회전망CSI(jo), 임금수준전망CSI(wl) 순으로 확인되었다. <표 1>은 부동산시장 소비심리지수와 독립변수 간 상관계수를 표로 나타낸 것이다.

hp	hs	ccsi	hes	jo	wl
0.97	0.8	0.74	0.71	0.68	0.22

<표 1> rei와 양의 상관관계를 갖는 상관계수

선정된 변수를 사용하여 선형 회귀분석을 진행한 결과, 회귀분석 결과는 <표 2>와 같다.

종속변수	독립변수	비표준화계수	SE	t	p-value
rei	intercept	15.66	70.48	0.22	0.83
	hp	0.64	0.06	11.64	1.91e-12
	hs	1.45	0.99	1.48	0.15
	ccsi	-0.34	0.53	-0.64	0.53
	hes	-0.66	1.20	-0.55	0.59
	jo	-0.01	0.19	-0.07	0.94
	wl	-0.11	0.38	-0.30	0.77
R-Squared=0.95 adj.R-Squared=0.94 F=91.41 p-value=2.2e-16					

<표 2> rei를 종속변수, hp, hs, ccsi, hes, jo, wl을 독립변수로 실시한 선형 회귀분석 결과

소비자 심리지수(ccsi)와 비교해 부동산시장 소비 심리지수(rei)를 더 잘 설명하는 설명 변수를 결정하기 위해 부동산시장 소비심리지수(rei)의 하위 지표인 주택시장 소비심리지수(hm)와 토지시장 소비심리지수(lm)를 독립변수에 포함하여 선형 회귀분석을 진행하였다. 회귀분석 결과는 <표 3>과 같다.

주택시장 소비심리지수(hm)와 토지시장 소비심리지수(lm)이 0.05보다 작은 p-value 값을 갖는 것으로 나타났으며, 부동산시장 소비심리지수(rei) 예측에 유의미한 설명 변수 라는 점을 시사한다. 이는 소비자들이 주택 및 토지 구매에 자신감을 갖고 있거나 시장이 성장할 것으로 예상될 때 주택시장 소비심리지수(hm), 토지시장 소비심리지수(lm), 부동산시장 소비심리지수(rei)가 함께 증가한다는 것을 의미한다.

종속변수	독립변수	비표준화계수	SE	t	p-value
rei	intercept	6.29	7.73	0.82	0.42
	hp	0.01	0.01	0.51	0.62
	hs	0.14	0.10	1.33	0.19
	ccsi	0.04	0.07	0.59	0.56
	hes	-0.18	0.12	-1.44	0.16
	jo	-0.02	0.03	-0.69	0.49
	wl	-0.03	0.04	-0.89	0.38
	hm	0.89	0.02	39.16	2e-16
	lm	0.10	0.02	3.91	0.001
	R-Squared=0.9995 adj.R-Squared=0.9994 F=6785 p-value=2.2e-16				

<표 3> rei를 종속변수, rei의 하위 지표인 hm와 lm를 독립변수로 포함하여 실시한 선형 회귀분석 결과

부동산시장 소비심리지수(rei)와 앞서 사용된 모든 독립변수 간 상관관계 분석 결과, 주택시장 소비심리지수(hm), 주택가격전망CSI(hp), 토지시장 소비심리지수(lm), 현재가계저축CSI(hs), 소비자 심리지수(ccsi) 순으로 영향력이 높은 것을 확인할 수 있었다. <표 4>는 부동산시장 소비심리지수와 높은 상관관계를 갖는 변수의 상관계수를 표로 나타낸 것이다.

이는 경제적 상황 및 소비자 심리와 관련된 지표는 부동산시장 소비심리지수 결정에 영향을 미친다는 점을 시사한다. 반면에, 물가인식CSI(pr), 물가상승전망CSI(ip), 물가수준전망CSI(pl), 가계부채전망CSI(hde) 등과 같은 지표는 부동산시장 소비심리지수를 예측하는 데 결정적인 역할을 하지 않는다는 점을 시사한다. 즉, 부동산시장 심리 형성에 심리적 요소가 중요하다는 것을 확인할 수 있다.

hm	hp	lm	hs	ccsi
0.999	0.97	0.85	0.80	0.74

<표 4> rei와 모든 독립변수 간 양의 상관관계를 갖는 상관계수

4. 결론

본 연구는 소비자 심리지수(CCSI)와 부동산시장 소비 심리지수(REI) 간 관계를 연구하고자 하였다. 부동산시장 소비심리지수(REI) 결정에 영향을 미치는 요소는 경제적 상황 및 소비자 심리와 관련된 지표라는 점을 확인하였다. 반면에, 객관적인 지표는 부동산시장 소비심리지수(REI)를 예측하는 데 결정적인 역할을 하지 않는다는 점을 확인하였다. 이러한 결과는 부동산시장에서 심리적인 측면이 경제 상황과 예측에 크게 영향을 미친다는 점을 시사한다. 따라서, 부동산시장 참여자 및 정책 결정자는 부동산시장의 건정성 유지 및 효율성 향상을 위해 소비자들의 심리적 요인을 주의 깊게 고려해야 한다. 이러한 연구 결과는 소비자와 부동산시장 소비심리지수(REI) 간 상호작용에 대한 통찰 및 부동산시장의 예측과 전략 수립에 중요한 정보를 제공할 것으로 기대된다.

참고문헌

- [1] 권건우. 부동산시장 소비심리지수 개선방안 연구. 세종: 국토연구원. 2020
- [2] 정의철. 소비자 심리가 주택시장에 미치는 영향 분석: 주택매매가격을 중심으로. 부동산학연구 16권, 3호: 5-20. 2010.
- [3] 한국은행, 「소비자동향조사」
- [4] 국토연구원, 「부동산시장소비자심리조사」
- [5] 노민지, 유선중. 소비자 심리와 아파트 실거래가격 간 관계분석. 국토연구원. 2016.