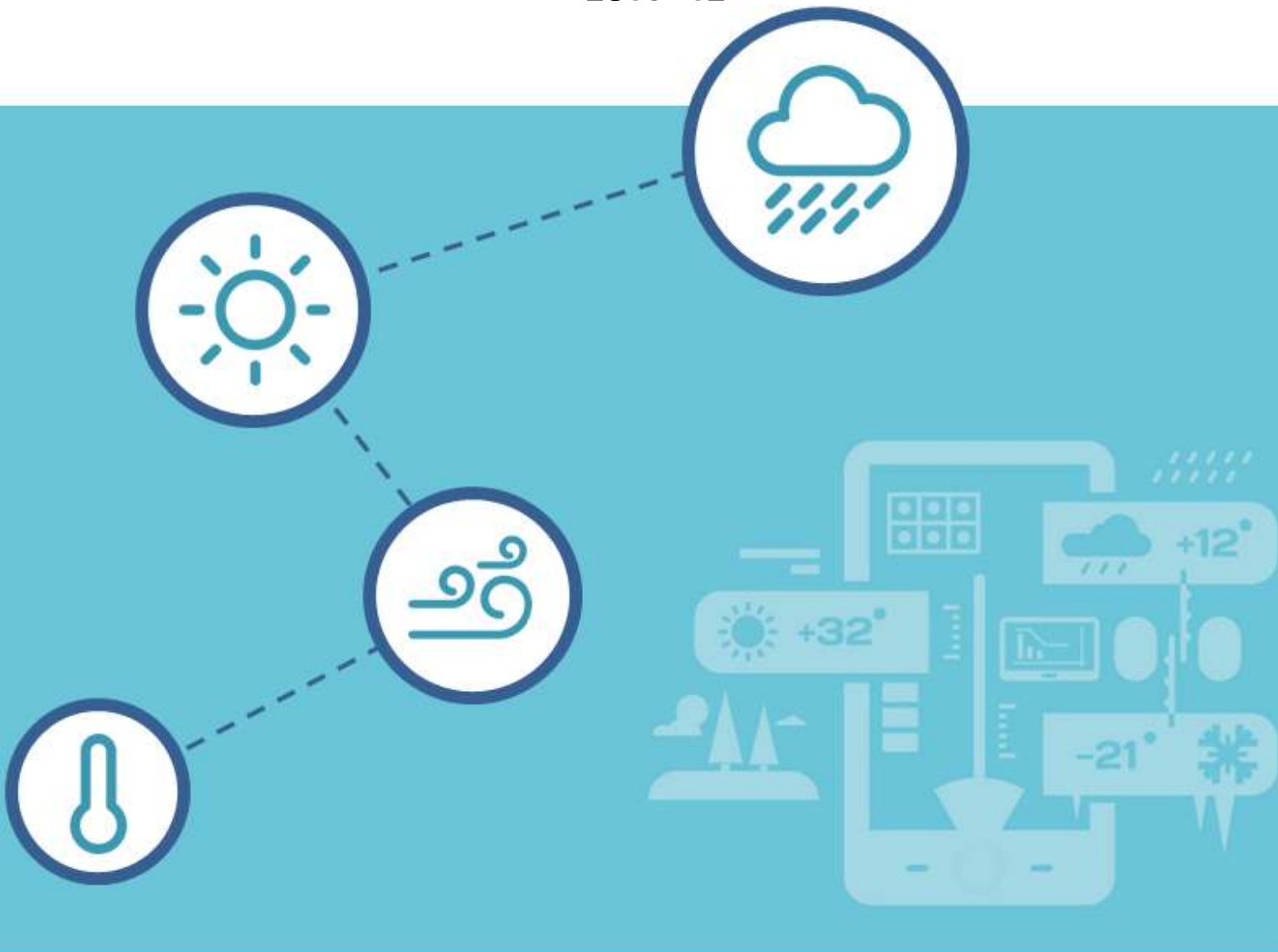


2016년도 기상업무 국민 만족도 조사 결과보고서

2016. 12





제출문

기상청 귀중

귀 청에서 의뢰한 [2016년도 기상업무 국민 만족도 조사]의 결과를 제출합니다.

(주)유니온리서치 대표이사 최정택

Contents

제1장 조사개요

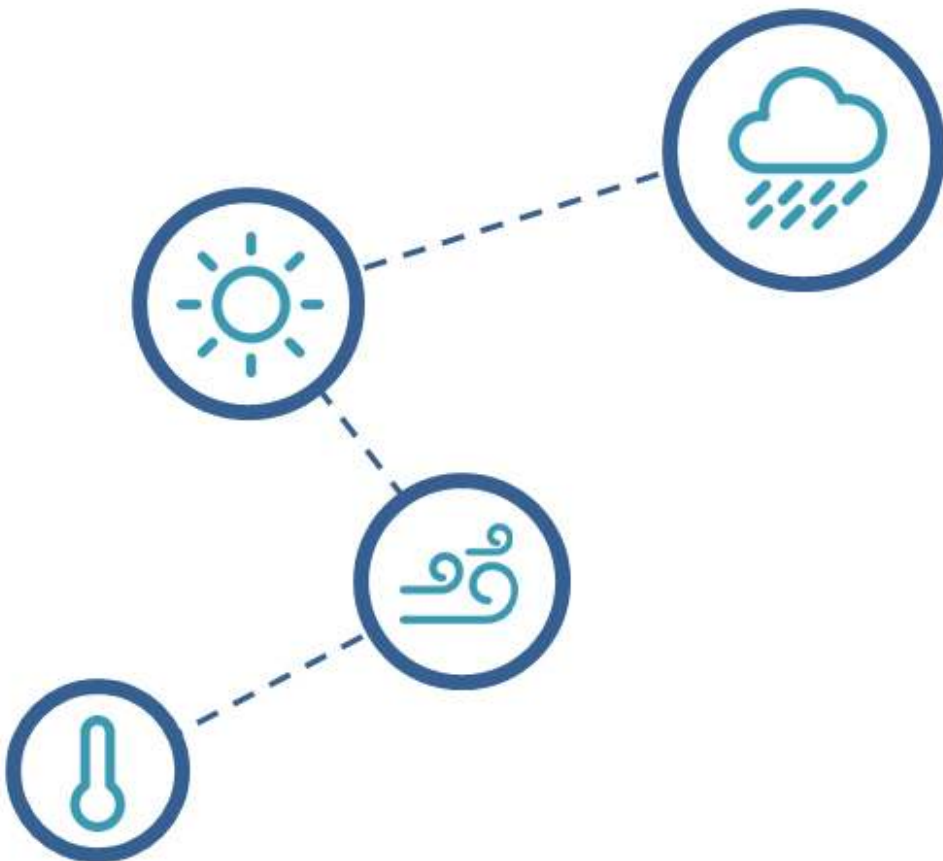
| | |
|----------------------|----|
| 1. 조사 목적 | 9 |
| 2. 조사 설계 | 10 |
| 3. 주요 조사 내용 | 14 |
| 4. 2016년 조사 특징 | 15 |
| 5. 만족도 산출 방식 | 16 |
| 6. 응답자 분포 | 17 |

제2장 주요 조사 결과

| | |
|-----------------------------|----|
| 1. 기상서비스 3대 지표 종합 | 25 |
| 2. 기상서비스 요소만족도 | 29 |
| 3. 기대 횡수 Vs. 체감 횡수 | 30 |
| 4. 비 올 확률에 따른 실제 비 예측 | 32 |
| 5. 기상서비스 이용매체 | 33 |
| 6. 영향예보에 대한 인지수준 | 34 |
| 7. 영향예보에 대한 기대수준 | 35 |
| 8. 날씨경영인증 기업 | 36 |
| 9. 일반국민 좌담회 | 38 |
| 10. 시사점 | 41 |

제 1 장

조사 개요



1. 조사 목적

- 본 조사는 일반국민과 기상 관련 전문가 및 유관 기관 종사자 등을 대상으로 2016년 기상서비스에 대한 만족도를 점검하여 향후 기상업무의 개선 방향을 도출하는 데 그 목적이 있음.
- 본 조사의 목적은 과거 기상업무 만족도 조사결과 분석을 기반으로 만족도 조사 체계를 수정 및 보완하여 기상서비스에 대한 대국민 만족도·신뢰도·유용도를 객관적으로 분석하고 기상서비스 요소별 만족도를 파악하기 위함임.
- 이를 위하여, 1) 2016년 기상서비스 만족도, 2) 최근 5년간 기상서비스 만족도 추이, 3) 기상서비스 만족도에 미치는 영향 등을 분석함.

주요 과제

| | |
|----------|----------------|
| Issue 01 | 기상업무 국민 만족도 조사 |
| Issue 02 | 기상업무 만족/불만족 이유 |
| Issue 03 | 기상정책 인지도 조사 |

기상업무 만족도 및 기상정책 인지도 측정으로
개선 방향 도출 및 정책 수립을 위한 전략적 제언



2. 조사 설계

1) 일반국민

| 구 분 | 내 용 |
|---------|---|
| 1. 조사대상 | 전국에 거주하는 만 19세 이상 성인남녀 |
| 2. 표본크기 | 3,000명 |
| 3. 표본추출 | 지역별/성별/연령별 인구 비례 할당 |
| 4. 조사방법 | 전화조사 |
| 5. 표본오차 | 95% 신뢰구간에서 최대허용오차 $\pm 1.8\%p$ |
| 6. 자료처리 | 통계청 '주민등록인구현황' 2016년 9월 기준 지역/성/연령 분포 자료를 활용한 가중치 부여 |
| 7. 조사기간 | 상반기 : 2016년 6월 16일 ~ 20일 하반기 : 2016년 10월 10일 ~ 14일 |

2) 전문가

| 구 분 | 내 용 |
|---------|--|
| 1. 조사대상 | 기상관련 전문가(학계, 산업계 등), 유관기관 관계자 |
| 2. 표본크기 | 800명 |
| 3. 표본추출 | 기상청으로부터 받은 조사 리스트를 활용하여 계통추출(Systematic Sampling) 실시 |
| 4. 조사방법 | 전화조사, 이메일조사 |
| 5. 표본오차 | 95% 신뢰구간에서 최대허용오차 $\pm 3.8\%$ |
| 6. 자료처리 | 수집된 자료는 편집(Editing) 및 부호화(Coding) 과정을 거쳐 통계 프로그램인 SPSS(Statistical Package for the Social Sciences)를 이용하여 분석 |
| 7. 조사기간 | 상반기 : 2016년 6월 16일 ~ 20일 하반기 : 2016년 10월 10일 ~ 14일 |



3) 날씨경영인증기업

| 구 분 | 내 용 |
|---------|--|
| 1. 조사대상 | 날씨경영인증기업(기관) 기상 관련 담당자 |
| 2. 표본크기 | 62명 (총 120곳 중 62곳 응답 - 응답률 51.7%) |
| 3. 표본추출 | 기상청으로부터 받은 조사 리스트(120개)를 활용하여 전수조사 실시 |
| 4. 조사방법 | 전화조사, 이메일조사 |
| 5. 표본오차 | 95% 신뢰구간에서 최대허용오차 $\pm 8.7\%p$ |
| 6. 자료처리 | 수집된 자료는 편집(Editing) 및 부호화(Coding) 과정을 거쳐 통계 프로그램인 SPSS(Statistical Package for the Social Sciences)를 이용하여 분석 |
| 7. 조사기간 | 2016년 10월 19일 ~ 25일 |

4) 일반국민 FGI

| 구 분 | 내 용 |
|----------|---|
| 1. 조사대상 | 전국에 거주하는 만 19세 이상 성인남녀 |
| 2. 표본크기 | 6그룹 (그룹당 5명 / 총 30명) |
| 3. 대상자섭외 | 정량조사 수행 시 응답자에게 FGI 참석 협조 요청하여 섭외 |
| 4. 조사방법 | 표적집단 좌담회 (FGI - Focus Group Interview) |
| 5. 조사장소 | ☞유니온리서치 FGI ROOM |
| 6. 조사기간 | 2016년 6월 28일 ~ 30일 2016년 10월 24일 ~ 26일 |



3. 주요 조사 내용

| 구 분 | 내 용 |
|---------------|--|
| 기상서비스 만족도 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 요소만족도 <ul style="list-style-type: none"> - 단기예보 정확도 - 중기예보 정확도 - 기상특보 신속성 - 기상특보 정확성 - 기상특보 습득 용이성 ○ 체감 정확도 <ul style="list-style-type: none"> - 기상예보 정확도 기대 수준 - 기상예보 체감 정확도 - 비올 확률에 따른 실제 비 예측 ○ 전반적 만족도 <ul style="list-style-type: none"> - 기상서비스 유용도 - 기상서비스 신뢰도 - 기상서비스 만족도 ○ 사회적 만족도 <ul style="list-style-type: none"> - 기상정보가 국민안전에 도움주는 정도 - 기상정보가 사회/경제에 도움주는 정도 |
| 기상서비스 이용행태 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 기상서비스 이용 목적 ○ 기상서비스 이용 빈도 ○ 기상서비스 이용 빈도 높은 매체 ○ 야외활동 계획 시 기상예보 확인 시기 |
| 기상정책 제언 | <ul style="list-style-type: none"> ○ 영향예보에 대한 인지 및 기대 수준 ○ 기상청이 중점적으로 추진해야 할 부분 ○ 지상 이외에 우선 강화되어야 할 관측분야 |

4. 2016년 조사 특징

1) 설문지 재구성

- 2015년까지 기상업무 국민 만족도 조사의 설문지 구성 순서는 다음과 같음.
 1. 기상서비스 전반적 만족도
 2. 기상서비스 요소만족도
 3. 기상서비스 이용행태
 4. 통계처리 문항
- 2016년에는 국민들이 설문조사에 응답할 때 기상서비스에 대한 관여도를 형성시킨 상황에서 전반적인 만족도를 평가하는 것이 적절하다고 판단되어 설문지의 문항 구성 순서를 다음과 같이 재구성하였음.
 1. 기상서비스 이용행태
 2. 기상서비스 요소만족도
 3. 기상서비스 전반적 만족도
 4. 통계처리 문항

2) 영향예보에 대한 문항 추가

- 2016년 설문조사에서는 올해 시범사업을 시작하여 2020년에 전면적인 서비스가 실시될 영향예보에 대한 문항을 신설하여 추가함.
- 영향예보에 대한 문항은 '영향예보 인지도'와 '기대정도'로 구성되어 있으며, 아직 서비스를 제공하지 않는 단계이므로, 일반국민을 제외한 전문가들을 대상으로 설문을 실시함.

문17. **영향예보에 대해서 들어본 적이 있으십니까?**

1) 들어본 적 있다

2) 들어본 적 없다

영향예보는 대설이나 강풍, 폭우 등으로 인한 항공기와 여객선 결항 가능성, 도로의 결빙이나 안개로 인한 사고 위험이 큰 도로구간, 집중호우로 인한 침수 예상지역을 알려주는 등 사회문화적으로 발생할 수 있는 영향을 예측하는 서비스입니다.

2016년에 시범사업을 시작하여 2020년에 전면적인 서비스에 들어갈 계획입니다.

문17-1. **영향예보가 국민 생활과 안전에 얼마나 도움을 줄 것이라고 기대하십니까?**

1점은 '전혀 기대 안됨', 4점은 '보통', 7점은 '매우 기대됨'을 의미하는데요,

1점에서 7점 사이 점수로 말씀해주시시오.

| 전혀 기대 안됨 | | | 보통 | | 매우 기대됨 | |
|----------|---|---|----|---|--------|---|
| ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ |

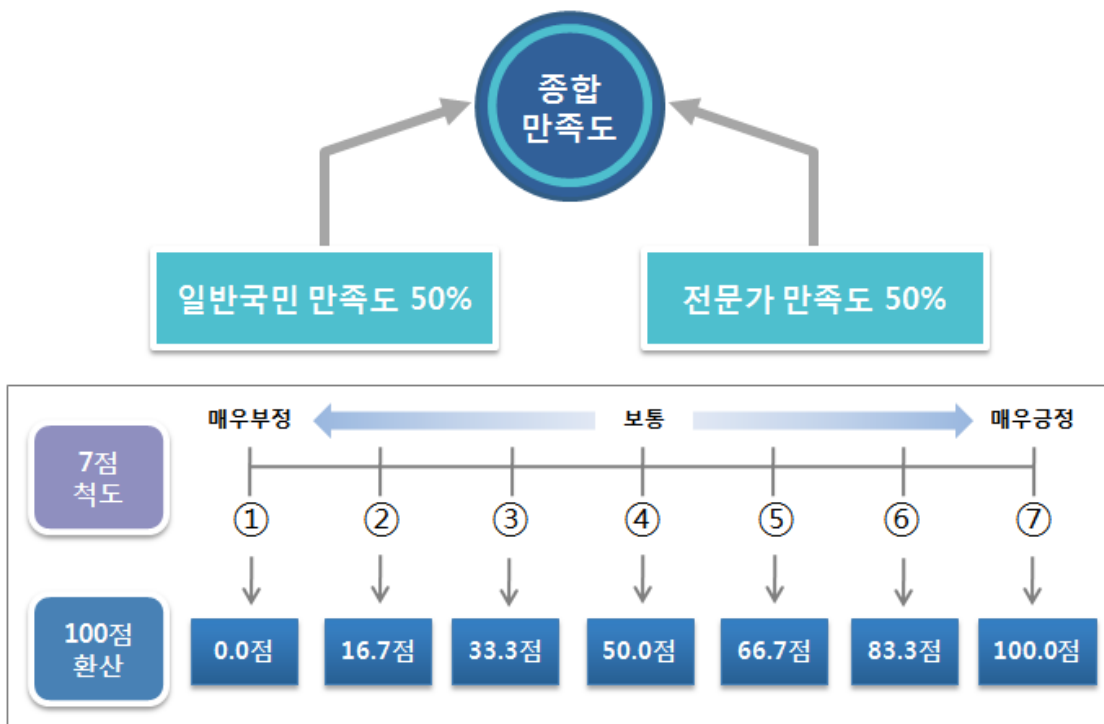


5. 만족도 산출 방식

- 종합만족도는 일반국민과 전문가 각각 7점 척도를 100점으로 환산한 다음, 일반국민과 전문가 점수를 1:1로 산술 평균하여 종합만족도 지수를 산출함.

$$100\text{점 환산식} = (n-1)/6 \times 100$$

$$\text{종합만족도} = (\text{환산된 일반국민점수} + \text{환산된 전문가점수}) / 2$$



6. 응답자 분포

1) 일반국민

| 구분 | | 상반기 | | 하반기 | |
|----|------------|--------|-------|--------|-------|
| | | 사례수(명) | % | 사례수(명) | % |
| 전체 | | 1,500 | 100.0 | 1,500 | 100.0 |
| 성별 | 남자 | 743 | 49.5 | 743 | 49.5 |
| | 여자 | 757 | 50.5 | 757 | 50.5 |
| 연령 | 19-29세 | 262 | 17.5 | 262 | 17.5 |
| | 30-39세 | 269 | 17.9 | 269 | 17.9 |
| | 40-49세 | 318 | 21.2 | 318 | 21.2 |
| | 50-59세 | 299 | 19.9 | 299 | 19.9 |
| | 60세 이상 | 352 | 23.5 | 352 | 23.5 |
| 지역 | 서울 | 297 | 19.8 | 297 | 19.8 |
| | 인천/경기 | 444 | 29.6 | 444 | 29.6 |
| | 대전/충청/세종 | 158 | 10.5 | 158 | 10.5 |
| | 광주/전라 | 153 | 10.2 | 153 | 10.2 |
| | 대구/경북 | 151 | 10.1 | 151 | 10.1 |
| | 부산/울산/경남 | 234 | 15.6 | 234 | 15.6 |
| | 강원 | 45 | 3.0 | 45 | 3.0 |
| | 제주 | 18 | 1.2 | 18 | 1.2 |
| 직업 | 농업/수산업/축산업 | 85 | 5.7 | 114 | 7.6 |
| | 자영업 | 204 | 13.6 | 256 | 17.1 |
| | 판매/영업/서비스직 | 70 | 4.7 | 86 | 5.8 |
| | 생산/기능/노무직 | 63 | 4.2 | 62 | 4.1 |
| | 사무/관리/전문직 | 680 | 45.3 | 477 | 31.9 |
| | 주부 | 244 | 16.3 | 322 | 21.5 |
| | 학생 | 39 | 2.6 | 72 | 4.8 |
| | 무직/퇴직/기타 | 116 | 7.7 | 109 | 7.3 |



2) 전문가

| 구분 | | 상반기 | | 하반기 | |
|-----------|----------|------------|--------------|------------|--------------|
| | | 사례수(명) | % | 사례수(명) | % |
| 전체 | | 400 | 100.0 | 400 | 100.0 |
| 성별 | 남자 | 362 | 90.5 | 343 | 85.8 |
| | 여자 | 38 | 9.5 | 57 | 14.3 |
| 연령 | 19-29세 | 38 | 9.5 | 49 | 12.3 |
| | 30-39세 | 147 | 36.8 | 133 | 33.3 |
| | 40-49세 | 115 | 28.8 | 129 | 32.3 |
| | 50-59세 | 89 | 22.3 | 83 | 20.8 |
| | 60세 이상 | 11 | 2.8 | 6 | 1.5 |
| 근무분야 | 기상 | 42 | 10.5 | 46 | 11.5 |
| | 해양 | 30 | 7.5 | 30 | 7.5 |
| | 지진/화산 | 7 | 1.8 | 12 | 3.0 |
| | 장비 | 8 | 2.0 | 6 | 1.5 |
| | 행정 | 70 | 17.5 | 85 | 21.3 |
| | 산업 | 4 | 1.0 | 4 | 1.0 |
| | 수문 | 14 | 3.5 | 3 | .8 |
| | 기후 | 9 | 2.3 | 7 | 1.8 |
| | 항공 | 9 | 2.3 | 7 | 1.8 |
| | 관측 | 2 | 0.5 | - | - |
| | 위성 | 3 | 0.8 | 1 | 0.3 |
| | 예보 | 5 | 1.3 | 4 | 1.0 |
| | 정보통신 | 10 | 2.5 | 9 | 2.3 |
| | 방재 | 149 | 37.3 | 119 | 29.8 |
| 기타 | 38 | 9.5 | 67 | 16.8 | |
| 업종 | 기상관련 전문가 | 48 | 12.0 | 223 | 55.8 |
| | 유관기관 | 352 | 88.0 | 177 | 44.3 |

3) 날씨경영인증기업

| 구분 | | 사례수(명) | % |
|------|--------|--------|-------|
| 전체 | | 62 | 100.0 |
| 성별 | 남자 | 53 | 85.5 |
| | 여자 | 9 | 14.5 |
| 연령 | 19-29세 | 6 | 9.7 |
| | 30-39세 | 23 | 37.1 |
| | 40-49세 | 27 | 43.5 |
| | 50-59세 | 5 | 8.1 |
| | 60세 이상 | 1 | 1.6 |
| 근무분야 | 기상 | 4 | 6.5 |
| | 해양 | 3 | 4.8 |
| | 행정 | 32 | 51.6 |
| | 산업 | 3 | 4.8 |
| | 항공 | 3 | 4.8 |
| | 방재 | 5 | 8.1 |
| | 기타 | 12 | 19.4 |



4) 일반국민 좌담회

| 구분 | 성명 | 성별 | 연령 | 기상서비스 민감정도 | 직업 |
|--------------|-----|----|----|------------|---------|
| 20~30대 남자 | 이** | 남 | 32 | 매우 민감 | 사무/관리직 |
| | 정** | 남 | 25 | 약간 민감 | 학생 |
| | 김** | 남 | 23 | 매우 민감 | 학생 |
| | 김** | 남 | 26 | 약간 민감 | 판매/서비스직 |
| | 신** | 남 | 36 | 약간 민감 | 사무/관리직 |

| 구분s | 성명 | 성별 | 연령 | 기상서비스 민감정도 | 직업 |
|--------------|-----|----|----|------------|--------|
| 20~30대 여자 | 김** | 여 | 25 | 약간민감 | 사무/관리직 |
| | 김** | 여 | 27 | 약간민감 | 사무/관리직 |
| | 기** | 여 | 36 | 매우민감 | 사무/관리직 |
| | 박** | 여 | 32 | 매우민감 | 주부 |
| | 조** | 여 | 35 | 약간민감 | 주부 |

| 구분 | 성명 | 성별 | 연령 | 기상서비스 민감정도 | 직업 |
|-----------|-----|----|----|------------|-----------|
| 40대 남자 | 김** | 남 | 43 | 약간민감 | 사무/관리/전문직 |
| | 김** | 남 | 43 | 매우민감 | 사무/관리/전문직 |
| | 장** | 남 | 46 | 약간민감 | 사무/관리/전문직 |
| | 박* | 남 | 47 | 매우민감 | 사무/관리/전문직 |
| | 정** | 남 | 48 | 매우민감 | 사무/관리/전문직 |

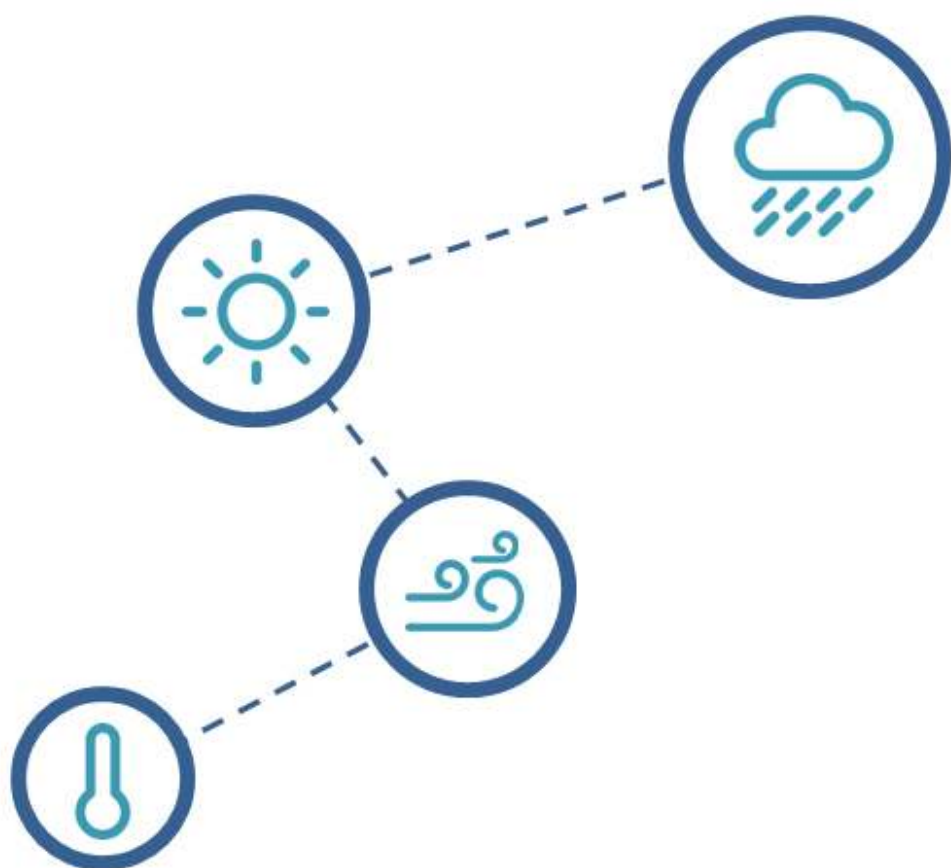
| 구분 | 성명 | 성별 | 연령 | 기상서비스 민감정도 | 직업 |
|-----------|-----|----|----|------------|-----|
| 40대 여자 | 전** | 여 | 40 | 약간민감 | 주부 |
| | 전** | 여 | 41 | 매우민감 | 주부 |
| | 변** | 여 | 47 | 매우민감 | 사무직 |
| | 이** | 여 | 43 | 약간민감 | 주부 |
| | 맹** | 여 | 45 | 약간민감 | 주부 |

| 구분 | 성명 | 성별 | 연령 | 기상서비스 민감정도 | 직업 |
|-----------|-----|----|----|------------|--------|
| 50대 남자 | 이** | 남 | 53 | 매우민감 | 사무/관리직 |
| | 조** | 남 | 58 | 매우민감 | 사무/관리직 |
| | 임** | 남 | 59 | 약간민감 | 무직 |
| | 박** | 남 | 53 | 매우민감 | 사무직 |
| | 임** | 남 | 52 | 매우민감 | 자영업 |

| 구분 | 성명 | 성별 | 연령 | 기상서비스 민감정도 | 직업 |
|-----------|-----|----|----|------------|----|
| 50대 여자 | 위** | 여 | 53 | 하루한번 | 주부 |
| | 민** | 여 | 54 | 하루2-3번 | 주부 |
| | 박** | 여 | 56 | 하루한번 | 주부 |
| | 조** | 여 | 55 | 하루2-3번 | 주부 |
| | 윤** | 여 | 58 | 하루2-3번 | 주부 |

제 2 장

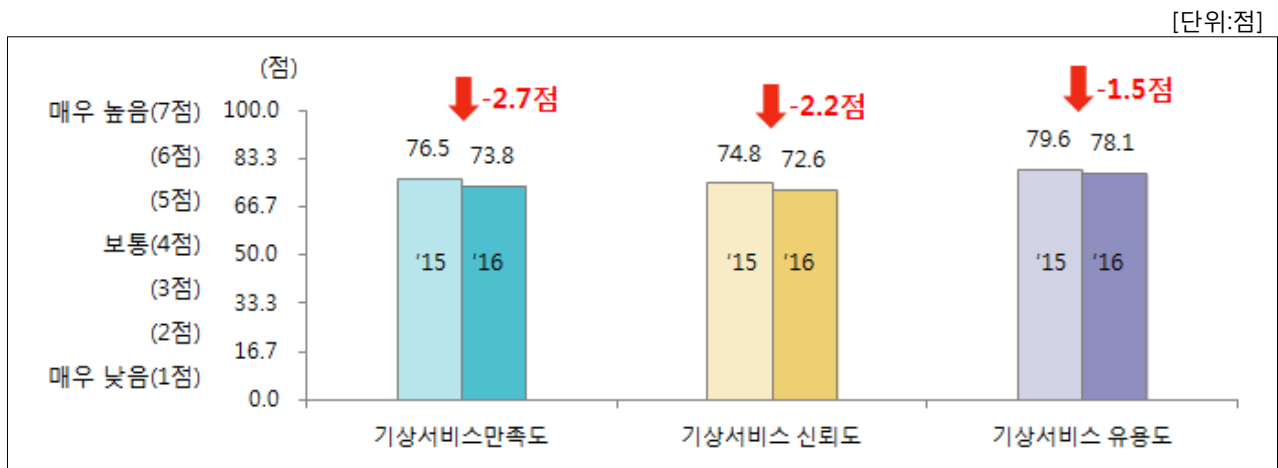
주요 조사 결과



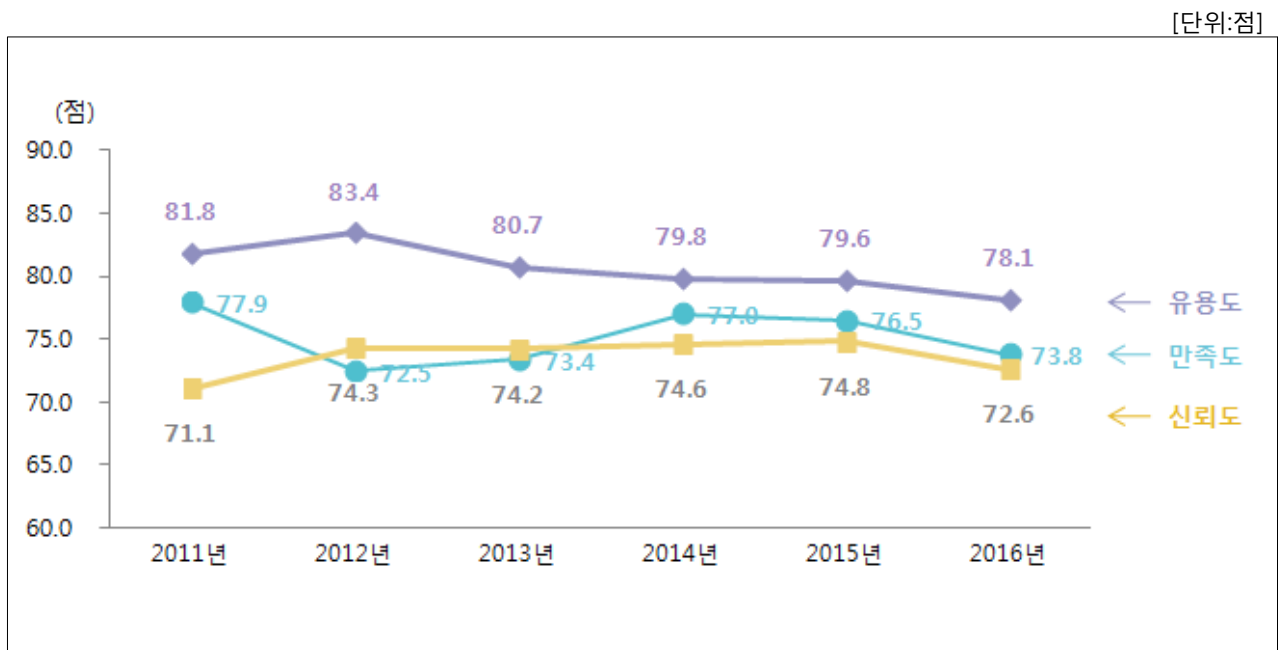
1. 기상서비스 3대 지표 종합

1) 기상서비스 3대 지표 연도별 추이

- 2016년 기상서비스 만족도는 73.8점, 신뢰도는 72.6점, 유용도는 78.1점으로 3개 지표 모두 전년 대비 하락하였으며 신뢰도가 가장 낮은 수준으로 나타남.



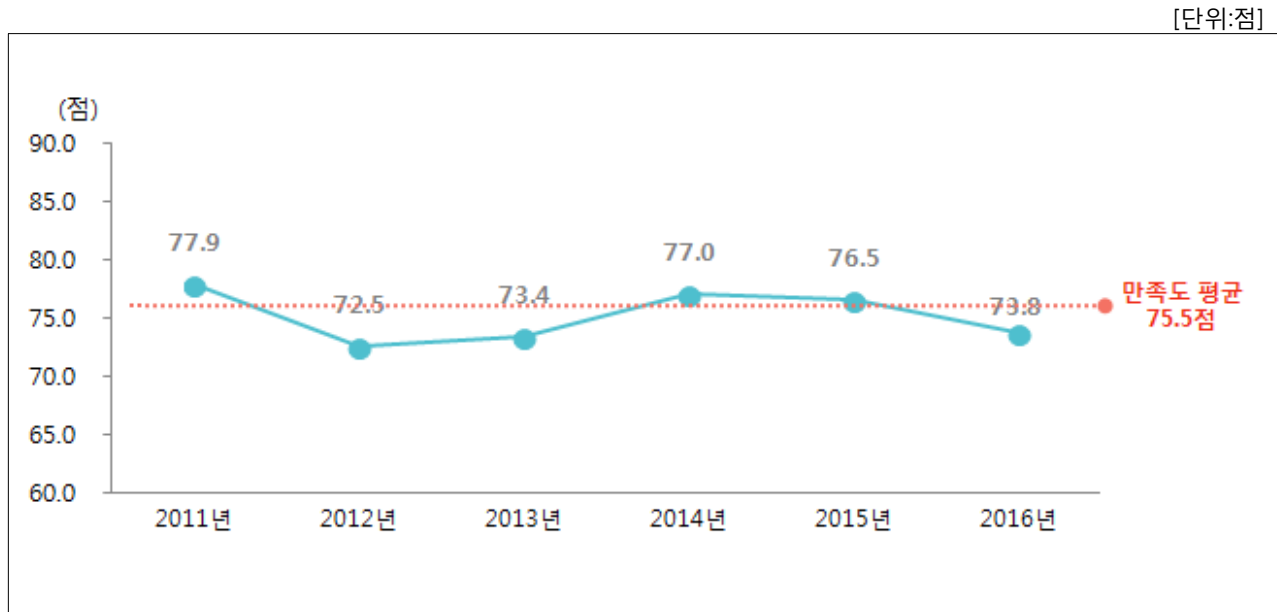
- 최근 6년간 기상서비스 3대 지표 추이는 2014년 이후 소폭 하락하는 추세임.





2) 기상서비스 만족도

- 2016년 기상서비스 만족도는 전년 대비 2.7점 하락하였으며, 최근 5년 평균 점수인 75.5점보다 1.7점 낮게 나타남.



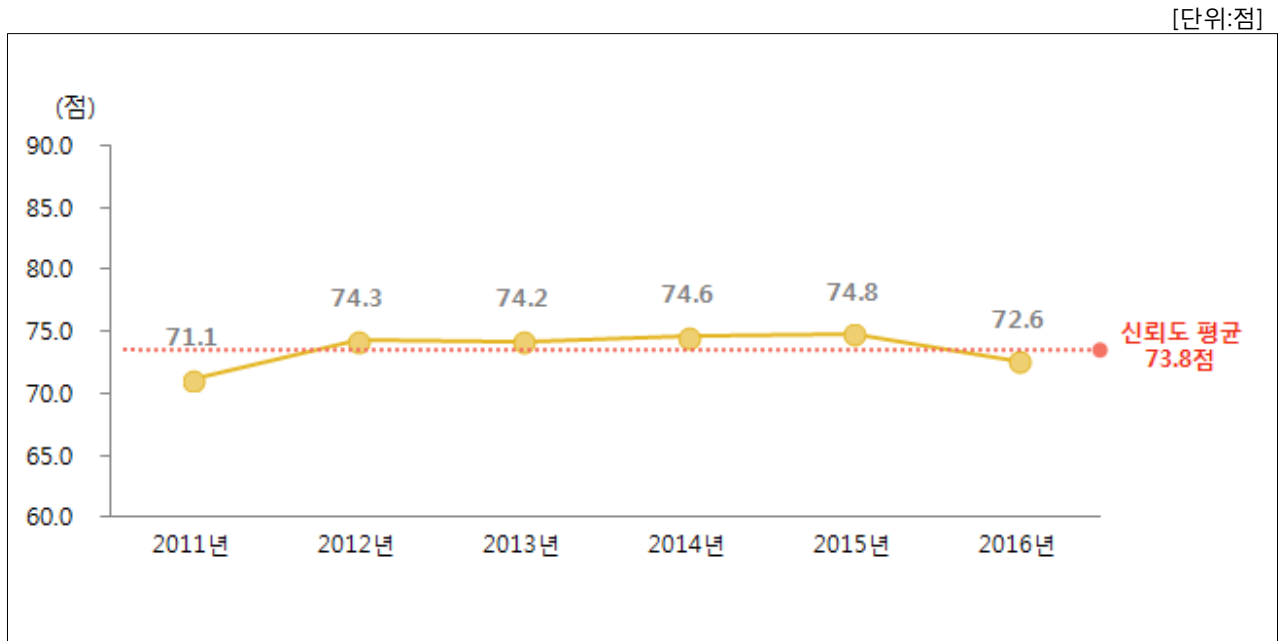
- 2016년 일반국민은 전년 대비 3.8점이 감소하였고 전문가는 1.6점이 감소하여 종합 점수는 2.7점으로 하락함.

| (단위:점) | 2015년 | 2016년 | *Gap |
|--------|-------|-------|------|
| 종합 | 76.5 | 73.8 | -2.7 |
| 일반국민 | 71.5 | 67.7 | -3.8 |
| 전문가 | 81.5 | 79.9 | -1.6 |

*Gap: 16' - 15'

3) 기상서비스 신뢰도

- 2016년 기상서비스 신뢰도는 전년 대비 2.2점 하락하였으며, 최근 5년간 평균 점수 73.8점에 못 미치는 것으로 나타남.



- 일반국민은 신뢰도 점수가 3.6점 하락하였고, 전문가는 0.9점 하락하여 종합 점수는 2.2점 하락한 72.6점으로 나타남.

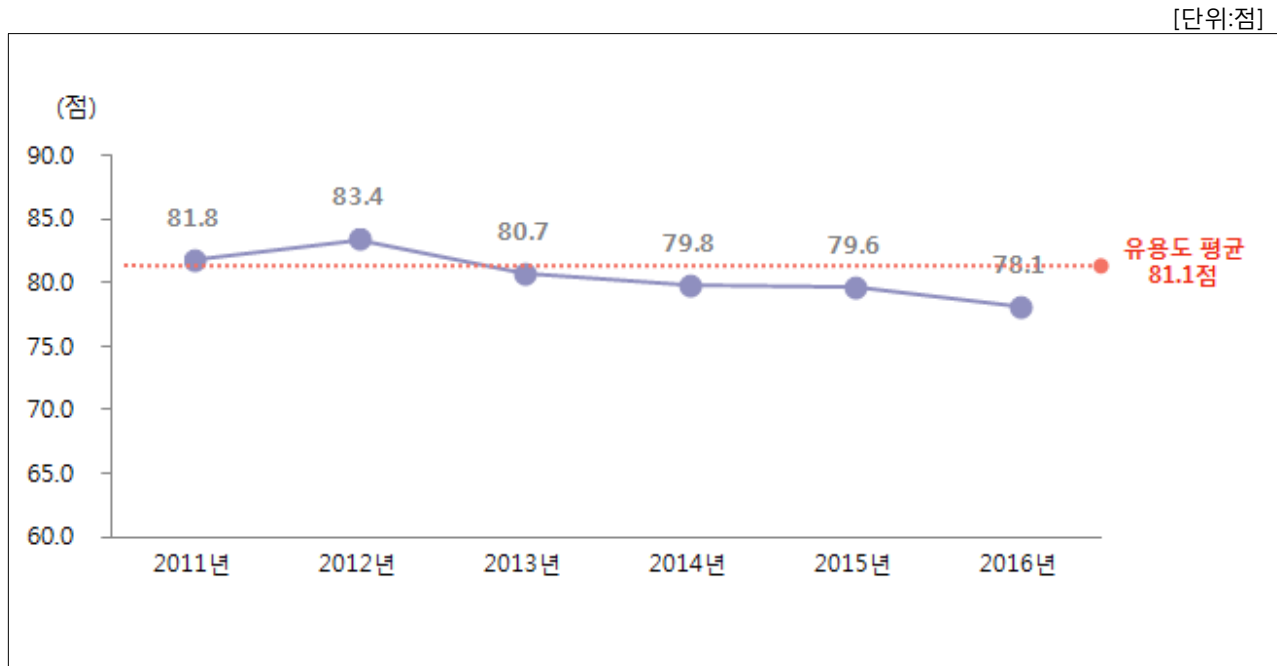
| (단위:점) | 2015년 | 2016년 | *Gap |
|--------|-------|-------|------|
| 종합 | 74.8 | 72.6 | -2.2 |
| 일반국민 | 70.6 | 67.0 | -3.6 |
| 전문가 | 79.0 | 78.1 | -0.9 |

*Gap: 16' - 15'



4) 기상서비스 유용도

- 2016년 기상서비스 유용도(실생활에 도움을 주는 정도)는 전년 대비 1.5점 하락하였으며, 2012년 이후 지속적으로 감소 추세를 보임.



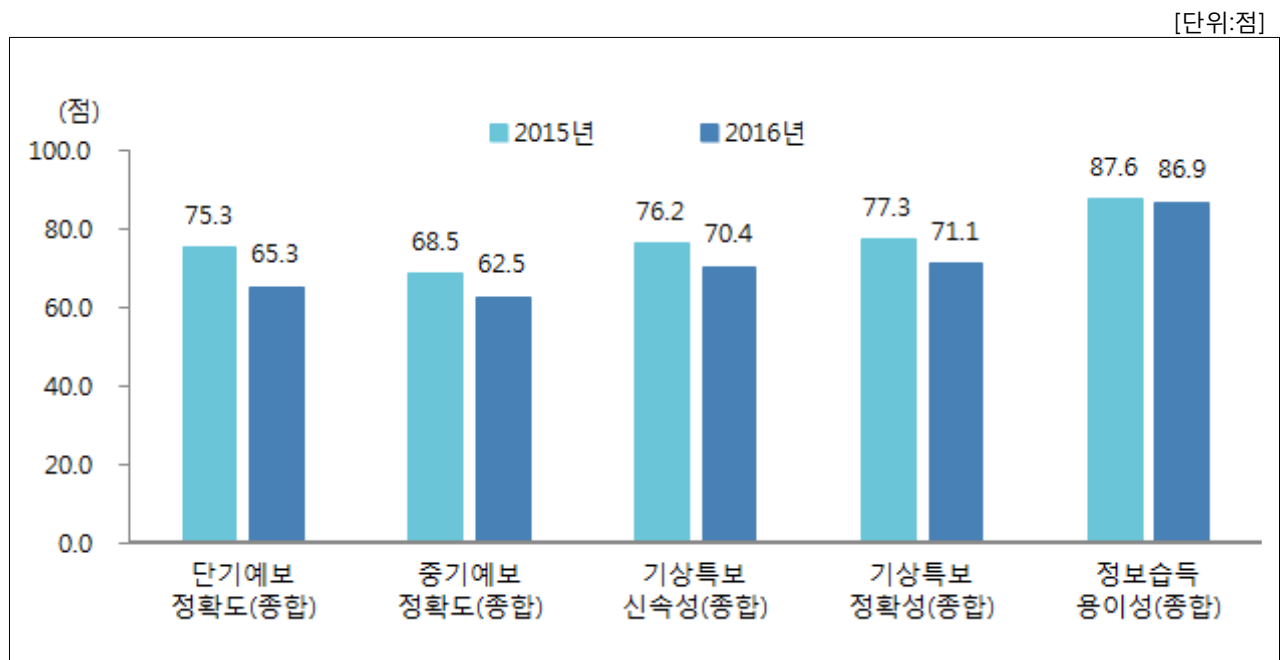
- 유용도 점수는 일반국민에서 0.2점으로 상승한 반면, 전문가에서는 3.3점 하락하여 전체 점수가 1.5점 하락하였음.

| (단위:점) | 2015년 | 2016년 | *Gap |
|--------|-------|-------|------|
| 종합 | 79.6 | 78.1 | -1.5 |
| 일반국민 | 72.9 | 73.1 | +0.2 |
| 전문가 | 86.3 | 83.0 | -3.3 |

*Gap: 16' - 15'

2. 기상서비스 요소만족도

- 2016년 기상서비스 요소별 만족도를 살펴보면, '정보습득 용이성'(86.9점)에 대한 점수가 가장 높고, 다음으로 '기상특보 정확성'(71.1점), '기상특보 신속성'(70.4점), '단기예보 정확도'(65.3점), '중기예보 정확도'(62.5점) 순임.
- 2015년에 비해 모든 요소에서 만족도가 감소하였음.



- 기상서비스 요소 만족도 점수는 모든 요소에서 일반국민보다 전문가에서 높게 나타남.
- 전년 대비 모든 요소에서 하락하였으며, 특히 '단기예보 정확도'의 하락폭이 가장 큰 것으로 나타남.

| 구분 | | 단기예보 정확도 | 중기예보 정확도 | 기상특보 신속성 | 기상특보 정확성 | 정보습득 용이성 |
|------------|------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 2016년 종합 ② | | 65.3 | 62.5 | 70.4 | 71.1 | 86.9 |
| 2015년 종합 ① | | 75.3 | 68.5 | 76.2 | 77.3 | 87.6 |
| Gap (②-①) | | -10.0 | -6.0 | -5.8 | -6.2 | -0.7 |
| 조사 대상자별 | 일반국민 | 60.2 | 60.0 | 61.4 | - | 85.8 |
| | 전문가 | 70.3 | 65.0 | 79.4 | 71.1 | 88.1 |

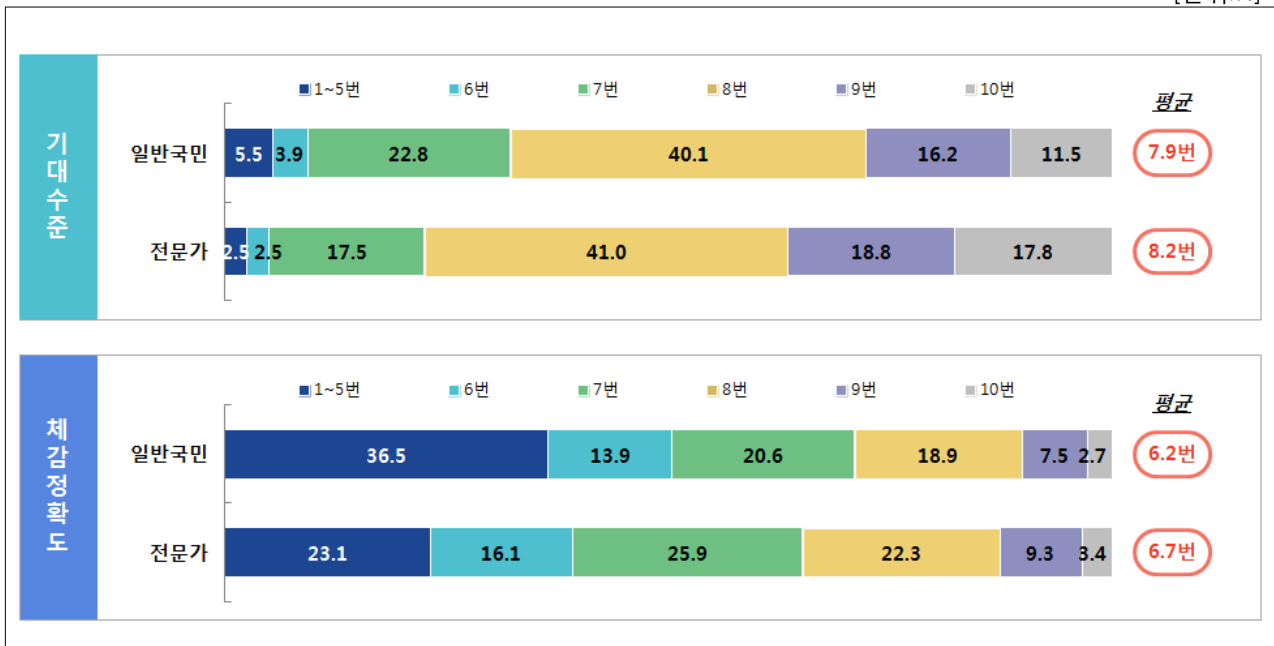
*'기상특보 정확성'은 전문가 설문만 실시함.



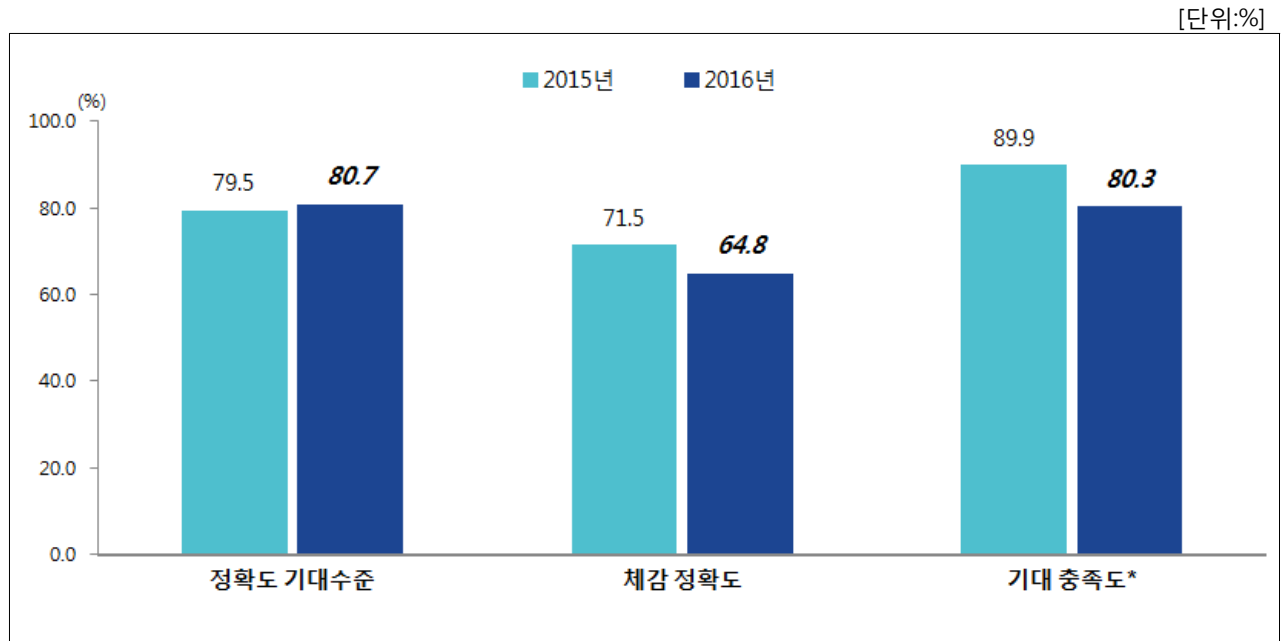
3. 기대 횟수 Vs. 체감 횟수

- 평균적으로 기상예보 10회 중 일반국민은 7.9회, 전문가는 8.2회 맞아야 한다는 기대 수준을 가지고 있었음. 하지만 실제 체감하는 수준은 기상예보 10회 중 일반국민은 6.2회, 전문가는 6.7회로 일반국민과 전문가 모두 기대수준에 비해 체감정확도가 낮게 나타남.

[단위:%]



- 2016년 기상예보 정확도에 대한 기대수준은 전년 대비 상승하였으나, 체감 정확도가 하락하여 기대 충족도는 전년에 비해 하락하였음.



*기대충족도(%)=체감정확도/정확도 기대수준x100

| (단위:점) | 종합 | | | 일반국민 | | | 전문가 | | |
|----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | '15 | '16 | *Gap | '15 | '16 | *Gap | '15 | '16 | *Gap |
| 정확도 기대수준 | 79.5 | 80.7 | 1.2 | 78.0 | 79.0 | 1.0 | 81.0 | 82.4 | 1.4 |
| 체감 정확도 | 71.5 | 64.8 | -6.7 | 69.0 | 62.3 | -6.7 | 74.0 | 67.4 | -6.6 |
| 기대 충족도 | 89.9 | 80.3 | -9.6 | 88.5 | 78.9 | -9.6 | 91.4 | 81.8 | -9.6 |

*Gap: 16' - 15'

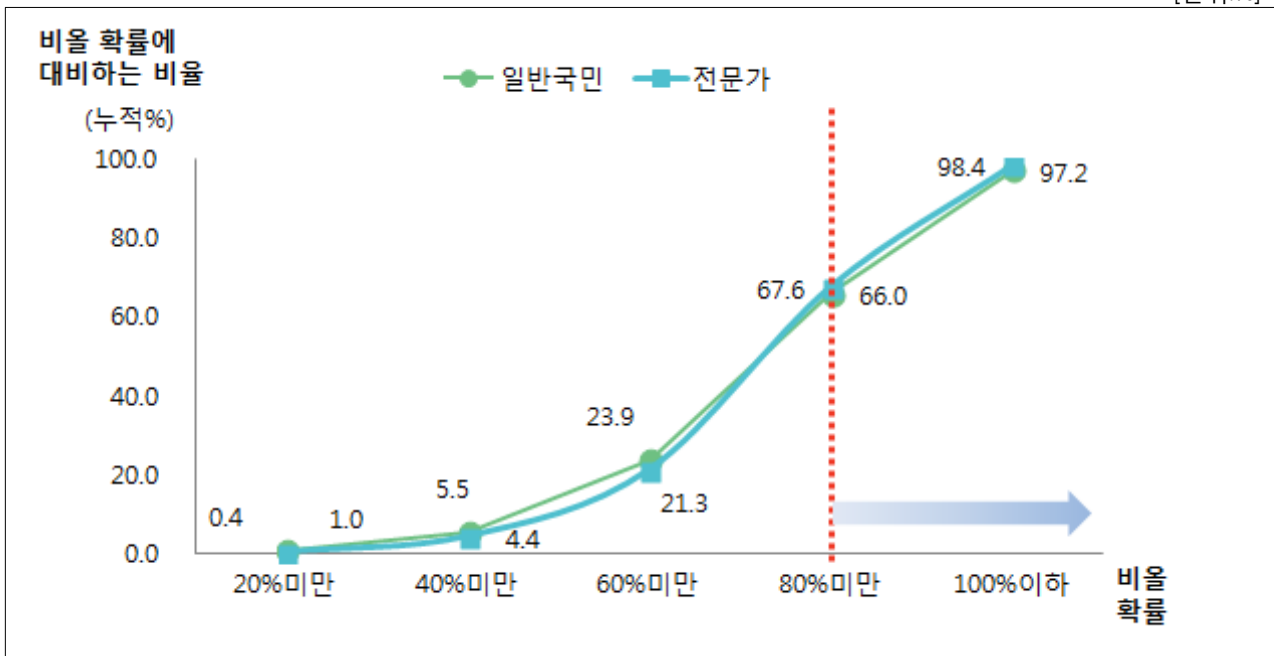
*기대충족도(%)=체감정확도/정확도 기대수준x100



4. 비 올 확률에 따른 실제 비 예측

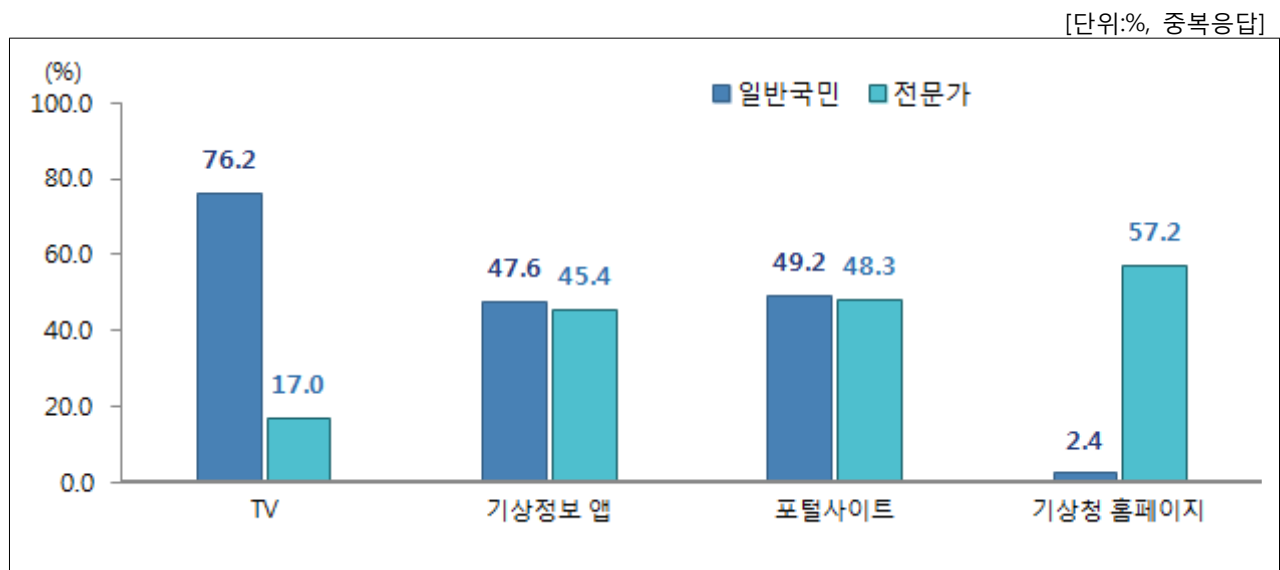
- 비 올 확률에 따른 실제 비 예측 설문문항은 2015년도의 비 올 확률에 따른 우산 대비 정도 문항을 변형한 문항임.
- 비 올 확률이 80% 이상일 때는 전문가가 일반국민에 비해 실제로 비가 올 것이라고 예측하는 비율이 더 높고, 비 올 확률이 80%미만일 때는 전문가보다 일반국민의 비가 올 것이라고 예측하는 비율이 더 높음.
- 비 올 확률이 80%미만 일 때, 일반국민의 66.0%가, 전문가의 67.6%가 실제 비가 올 것이라고 예측함.

[단위:%]



5. 기상서비스 이용매체

- 일반국민의 경우 이용빈도 수가 가장 많은 매체는 'TV'(76.2%)였으며 전문가의 경우 '기상청 홈페이지'(57.2%)라는 응답이 많아 두 집단에서 차이를 보임.
- 반면에 '기상정보 앱'과 '포털사이트'의 이용도는 두 집단 모두에서 높게 나타나 기상서비스를 이용 매체로 더 보편적인 것으로 분석됨.



*이용 빈도가 높은 순으로 2순위까지 중복 응답함

| (단위:%, 1순위+2순위 기준) | 일반국민 | | | 전문가 | | |
|--------------------|-------|-------|------|-------|-------|-------|
| | 2015년 | 2016년 | *Gap | 2015년 | 2016년 | *Gap |
| TV | 66.0 | 76.2 | 10.2 | 28.2 | 17.0 | -11.2 |
| 기상정보 앱 | 52.5 | 47.6 | -4.9 | 57.7 | 45.4 | -12.3 |
| 포털사이트 | 40.1 | 49.2 | 9.1 | 51.2 | 48.3 | -2.9 |
| 기상청 홈페이지 | 1.4 | 2.4 | 1.0 | 40.0 | 57.2 | 17.2 |

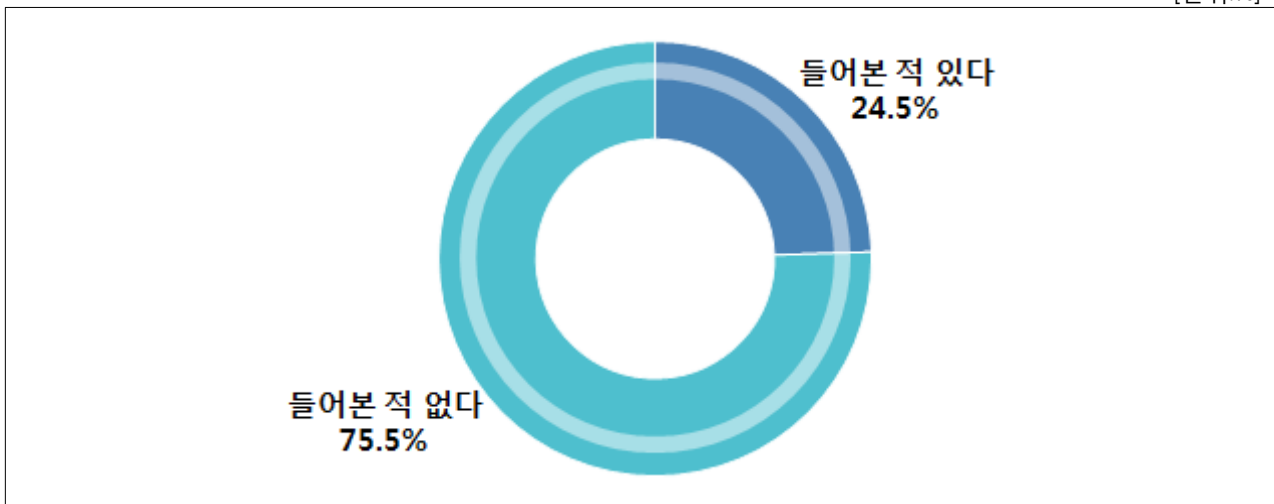
*Gap: 16' - 15'



6. 영향예보에 대한 인지수준

- 영향예보에 대한 문항은 2016년 신규 추가된 문항으로, 영향예보 서비스를 시범사업으로 도입하기에 앞서 인지수준을 알아보기 위함임.
- 영향예보에 대한 인지수준이 종합 24.5%로 좀 더 적극적인 홍보가 필요할 것으로 보임.
- 기상관련 전문가의 경우 '영향예보에 대해 들어본 적이 있다.'(35.4%), 유관기관의 경우 '영향예보에 대해 들어본 적이 있다.'(18.9%)로 기상관련 전문가에 비해 유관기관 전문가의 인지도가 더 낮은 것으로 드러남.

[단위:%]

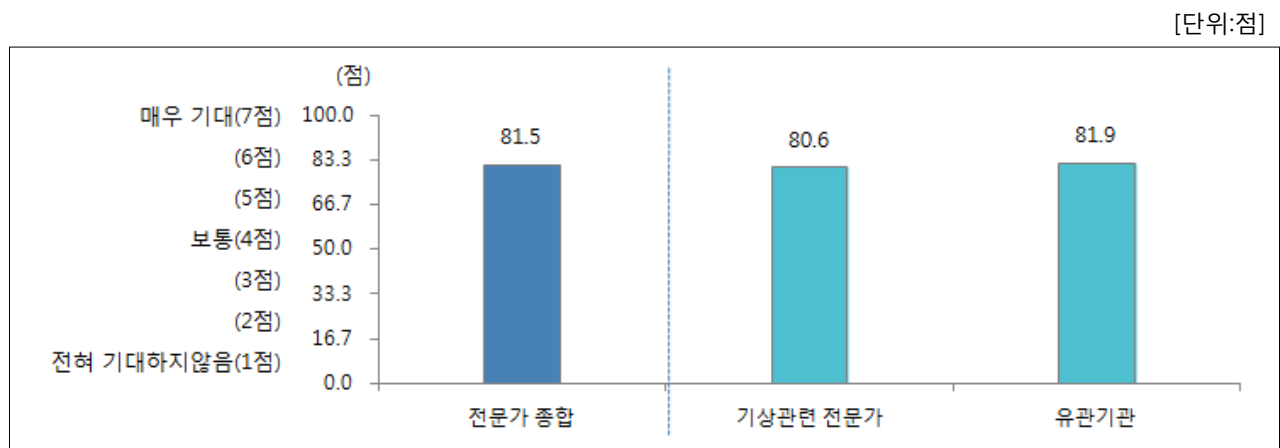


| (단위:%) | | 들어본 적 있다 | | | 들어본 적 없다 | | |
|---------------|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 2016년 상반기 | 2016년 하반기 | 2016년 종합 | 2016년 상반기 | 2016년 하반기 | 2016년 종합 |
| 영향예보에 대한 인지수준 | 기상관련 전문가 | 54.2 | 31.4 | 35.4 | 45.8 | 68.6 | 64.6 |
| | 유관기관 | 21.0 | 14.7 | 18.9 | 79.0 | 85.3 | 81.1 |
| | 종합 | 25.0 | 24.0 | 24.5 | 75.0 | 76.0 | 75.5 |

*이 문항은 전문가를 대상으로 질문한 문항임

7. 영향예보에 대한 기대수준

- 영향예보에 대한 문항은 2016년 신규 추가된 문항으로, 영향예보 서비스를 시범사업으로 도입하기에 앞서 기대수준을 알아보기 위함임.
- 영향예보에 대한 기대수준은 종합 81.5점으로 나타났으며 기상관련 전문가의 경우 평균 80.6점으로 나타났고 유관기관 전문가는 81.9점으로 나타남.



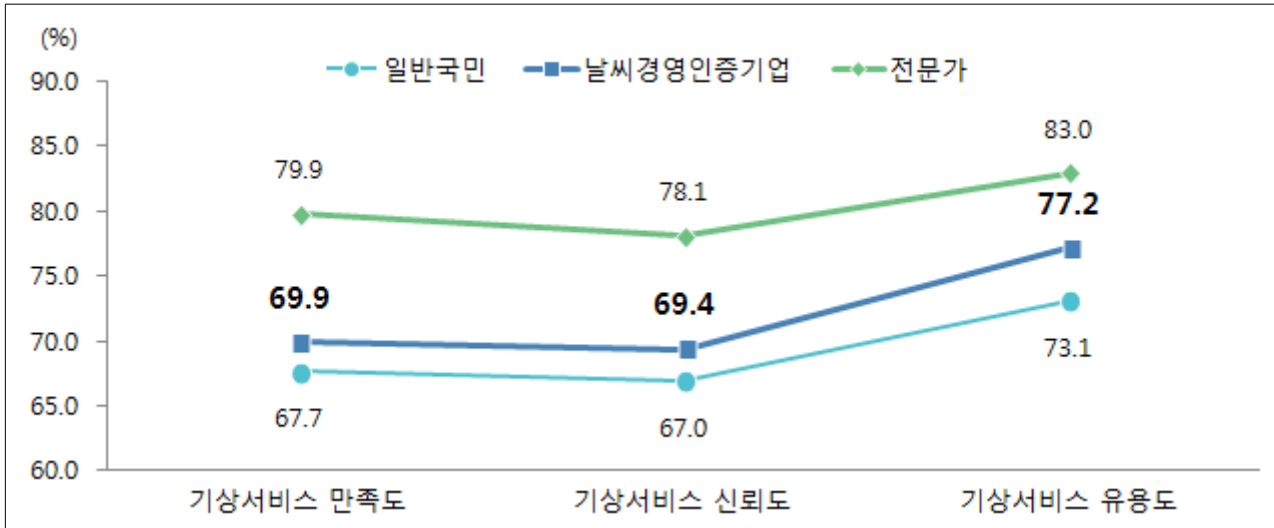
| (단위:명,점) | | 사례수(명) | | 평균(점) | | |
|---------------------|-----------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| | | 상반기 | 하반기 | 상반기 | 하반기 | 종합 |
| 영향예보에 대한 기대수준 | 기상관련 전문가 | 48 | 223 | 79.9 | 80.8 | 80.6 |
| | 유관기관 | 352 | 177 | 82.4 | 80.9 | 81.9 |
| | 종합 | 400 | 400 | 82.1 | 80.8 | 81.5 |

*이 문항은 전문가를 대상으로 질문한 문항임

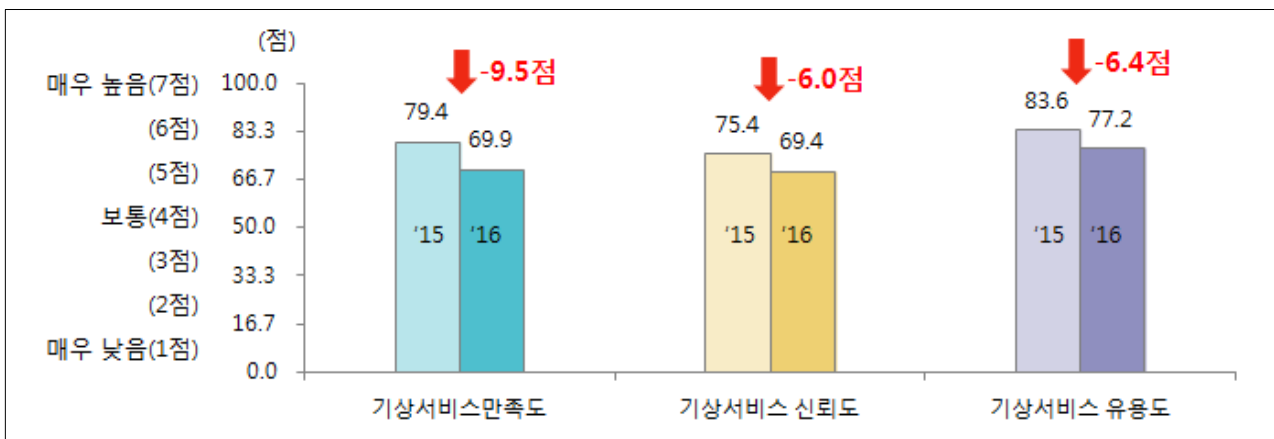


8. 날씨경영인증 기업

- 날씨경영인증 기업의 3대 지표 점수를 살펴보면, 모든 지표가 전문가 보다는 상대적으로 낮은 반면, 일반국민 보다는 높은 수준으로 나타남.

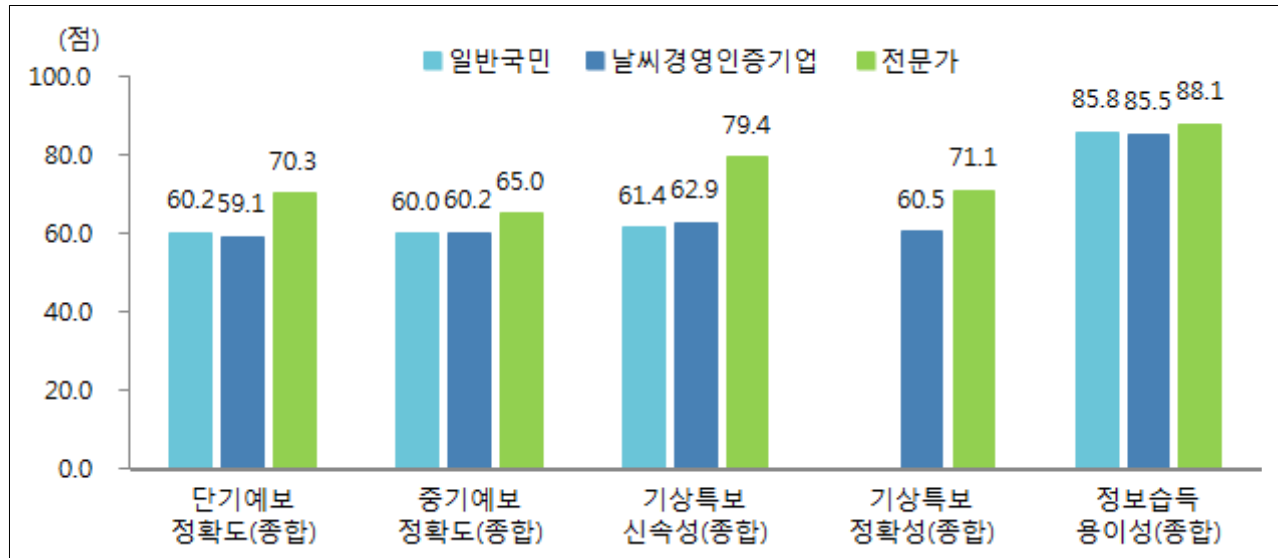


- 2016년 날씨경영인증 기업의 3대 지표 점수를 2015년과 비교해 보면, 모든 지표에서 감소하였으며, 만족도의 감소폭이 9.5점으로 가장 크게 나타남.



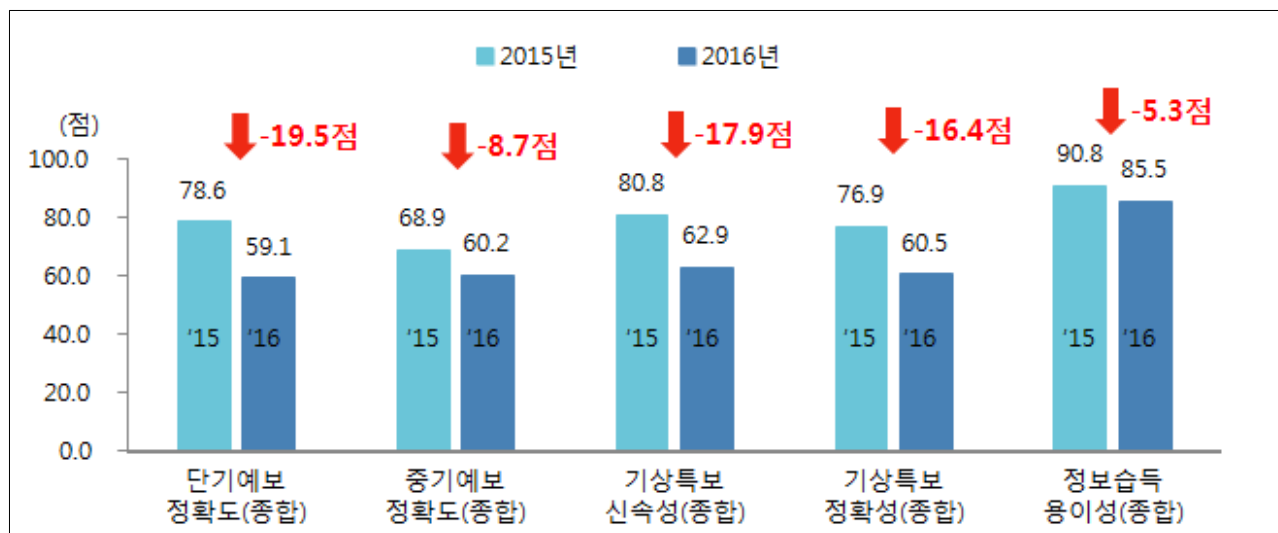
- 날씨경영인증 기업의 기상서비스 요소만족도 중 '정보 습득 용이성'에 대한 평가가 85.5점으로 가장 높게 나타났으며, 전반적으로 일반국민과 유사한 수준을 보임.

[단위:점]



- 2016년 날씨경영인증 기업의 요소 만족도를 2015년과 비교해 보면, 모든 요소에서 감소하였으며, 단기예보 정확도의 감소폭이 19.5점으로 가장 크게 나타남.

[단위:점]





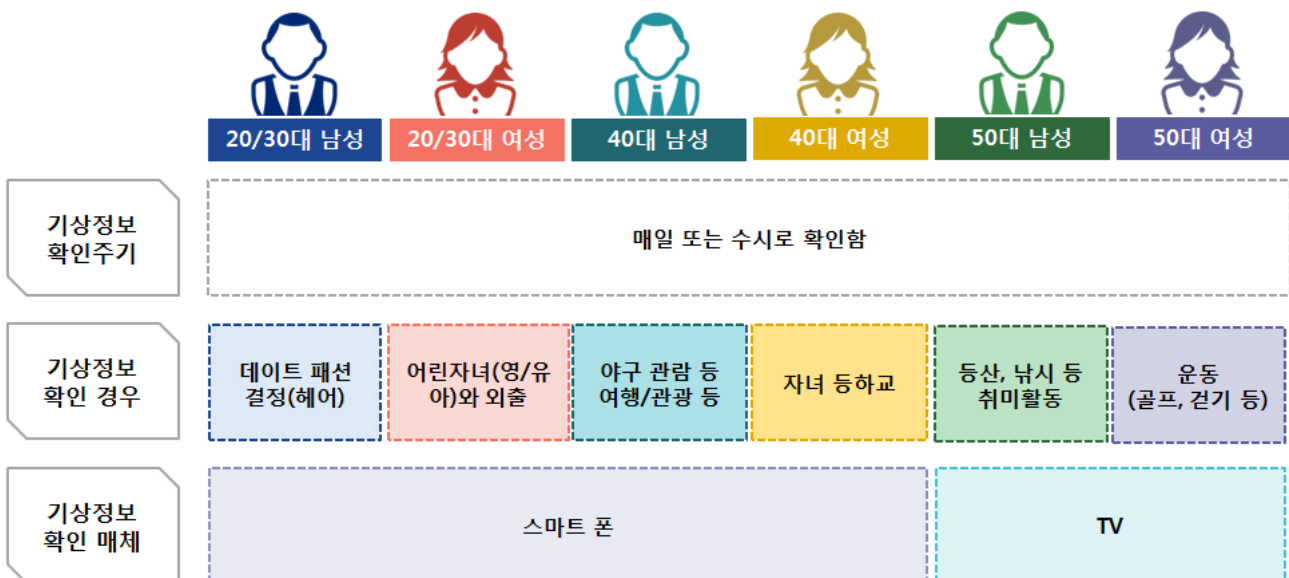
9. 일반국민 좌담회

1) 기상청 이미지

- '친근감'은 기상정보 접촉 빈도 및 활용도에 영향을 받으며, '신뢰도'는 객관적 정확도보다 체감 정확도 및 과거 경험에 비추어 보아 현재의 경험에 영향을 받음.
- 기상청에 대한 친근감은 기상 서비스를 어느 정도로 자주 확인하느냐에 좌우됨.
- 일부에서는 신뢰도가 친근감에도 영향을 미친다고 함. 즉 기상 서비스에 대한 낮은 신뢰도가 친근감도 저하시키고 있다는 응답임.
- 기상청 신뢰도는 기상 예보 자체의 정확성에 근거하여 평가하기보다는 상대적인 측면에서 평가를 하고 있음.
- '신뢰도'를 높게 응답한 것은 기상 예보가 그만큼 어려운 작업이라는 점, 과거보다 나아졌다는 점을 이해한 상대적인 평가이며, 기상청 '신뢰도'를 낮게 본 이유도 우리나라 IT기술 수준에 비추어 상대적으로 평가한 측면도 있음.
- 기상 오보에 대한 대중매체 혹은 인터넷에서 기상 예보에 대한 부정적 기사나 댓글을 접할 경우 기상청에 대한 신뢰도 저하가 일어나고 부정적 인식이 강화됨.

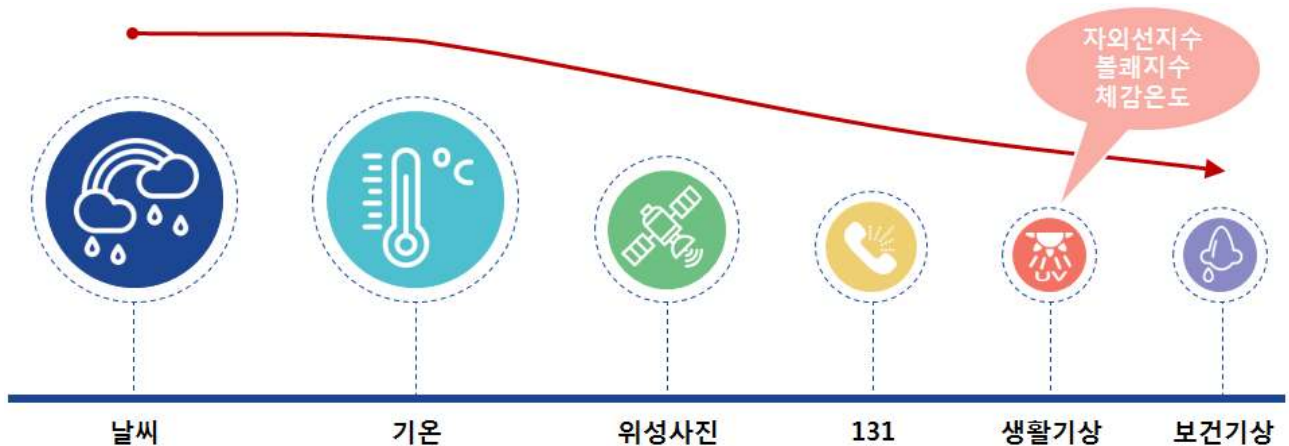
2) 기상서비스 이용 행태

- 모든 참석자들이 기상 정보를 습관적으로 혹은 필요성 때문에 매일 확인하고 있음.
- 20/30대 그룹은 데이트 혹은 패션 결정 시 기상정보를 확인하며, 20/30~40대 여성그룹은 자녀와의 외출 혹은 등하교시, 50대 그룹은 야외 취미활동 시 기상정보를 확인함.
- 기상정보 확인 매체는 20/30대와 40대는 스마트폰을 주로 이용하고 50대 그룹은 TV를 주로 이용함.



3) 기상서비스 인지도

- 날씨, 기온 외의 다른 기상서비스에 대한 인지도는 상당히 낮은 편임.
- 단, 생활기상지수에서 자외선지수, 불쾌지수, 체감온도는 평소 자주 듣던 편임.
- 모든 그룹에서 미세먼지를 기상청이 제공한다는 것으로 오인하고 있음.



4) 기상서비스 홍보 아이디어

- 홍보 아이디어의 초점은 기상청에 대한 국민적 이해도 제고와 기상서비스에 대한 인지도 확대에 모아짐.
- 20/30대 남성 그룹에서는 SNS 강화 제안, 40대 남성 그룹에서는 '기상청 사람들'(가칭)처럼 기상청의 24시간을 담은 TV 다큐멘터리, 50대 남성그룹은 개인별 최적화된 기상 정보 제공 기능(어플 등)을 요구함



ex) Twitter, facebook 등 SNS 지속관리

ex) 다큐멘터리 '기상청사람들'(가칭)

ex) 어플 활용 등



- 20/30대 여성 그룹에서는 자녀들에게 도움이 되는 어린이체험관을, 40대 여성은 뉴스와 구분된 별도의 기상 프로그램을, 50대 여성 그룹은 지역신문과 구정소식지를 이용한 홍보를 원하고 있음.



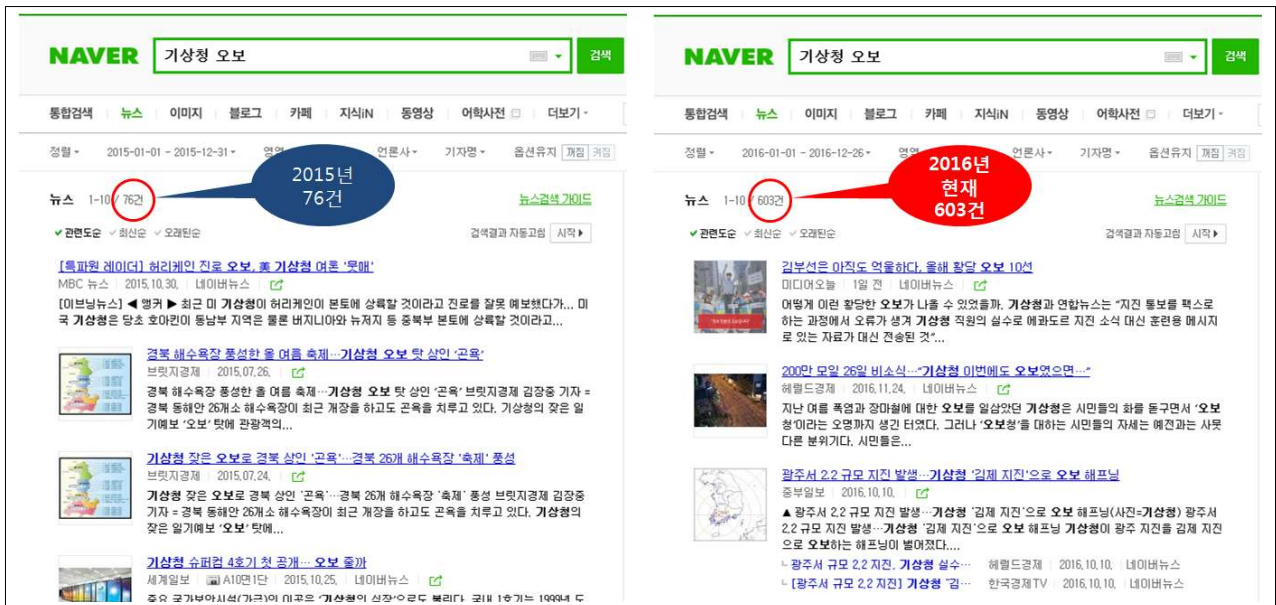
ex) '57분 교통정보' 처럼 정해진 시간에 기상관련 방송 요구

10. 시사점

1) 기상서비스 만족도 하락 원인

- 기상서비스 만족도 하락의 주된 원인은 2016년 봄철 황사(미세먼지), 여름철 장마·폭염, 북한 인공지진과 9·12 경주지진, 태풍 '차바' 등 잇따른 부정확한 예보에 대한 국민들의 불신감이 증대된 것으로 판단됨.

- 2015년 한해 '기상청 오보'라는 키워드로 검색되는 뉴스기사가 76건으로 나타나는 반면, 2016년 한해 동안 603건으로 큰 차이를 보이고 있음.



*포털사이트 검색결과 (출처: 네이버)

- 2016년 4월 이후 수차례 황사 및 미세먼지 관련 오보가 있었음. 미세먼지는 기상청이 아닌 환경부의 업무이지만 일반 국민들은 미세먼지 및 황사가 기상청 업무로 오인하고 있어 기상서비스 요소만족도 하락에 영향을 미친 것으로 파악됨.



*미세먼지 관련 기사자료(출처: 서울신문, 중앙일보)



- 올 여름철 집중호우, 폭염, 지진, 태풍 등으로 잇따른 부정확한 예보로 기상청에 대한 불신감과 불만이 높아짐.
- 특히, 제18호 태풍 '차바'로 남부지방에 인명과 재산 피해가 발생하고 언론에 부정 기사가 많이 보도되면서 국민들의 인식에 부정적인 영향을 미친 것으로 판단됨.
- 그러나 금년도 발생한 폭염과 태풍 피해는 이례적인 상황으로 기상청의 기상정보 서비스나 시스템의 문제라기보다는 자연과 날씨를 담당하는 기상예보 서비스의 특징이 강하게 작용한 결과라고 할 수 있음.

최신기사
뉴스 홈 > 최신기사

"태풍 차바, 예외적 사례지만 경보시스템 실패가 피해 키워"

송고시간 | 2016/10/06 12:14

f
🐦
📺
G+
BAND
blog

전문가들 "태풍 강도·이동 경로 이례적...경보시스템 개선해야"

(대전=연합뉴스) 이주영 기자 = 제18호 태풍 차바가 10월 태풍으로는 이례적으로 강한 세력을 유지한 채 한반도 남부를 강타해 큰 피해를 일으킨 요인은 무엇일까.

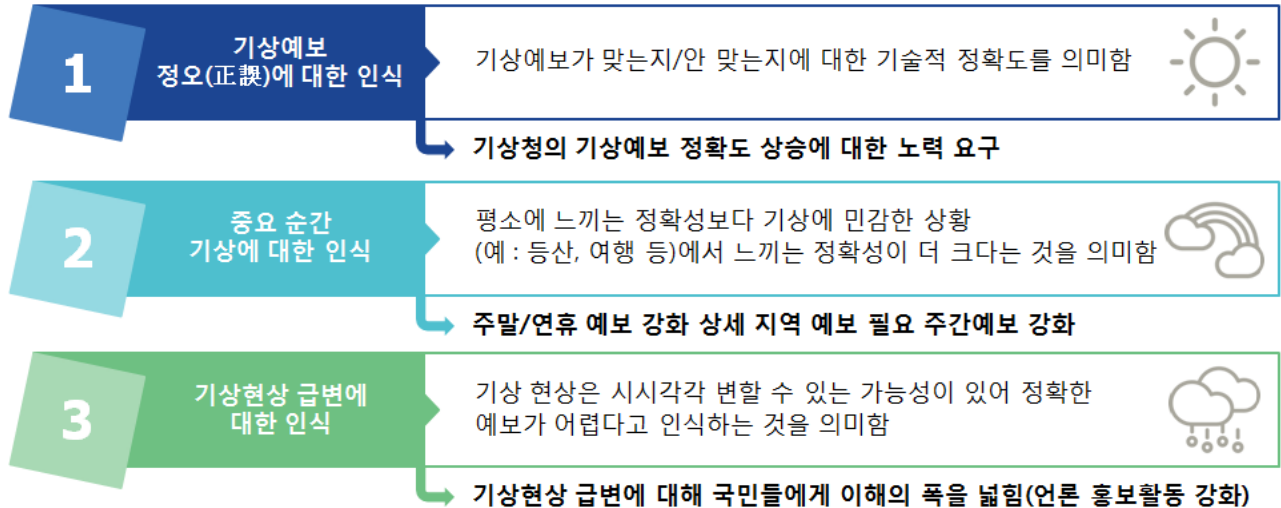
기후전문가와 방재전문가들은 6일 차바에 예측이 어려운 이례적인 변수들이 동시에 작용해 정확한 예보가 어려웠다는 점을 인정하면서도 경보시스템이 제대로 작동했다면 피해 상당 부분을 예방할 수 있었을 것이라는 데 의견을 모았다.

<태풍 차바> 광안대교 덮치는 거대한 파도
 (부산=연합뉴스) 조정호 기자 = 5일 제18호 태풍 '차바'(CHABA)가 몰고 온 거대한 파도가 부산 광안대교를 덮치고 있다. 2016.10.5 </p> <p> ccho@yna.co.kr

*태풍 피해 관련 기사자료(출처: 연합뉴스)

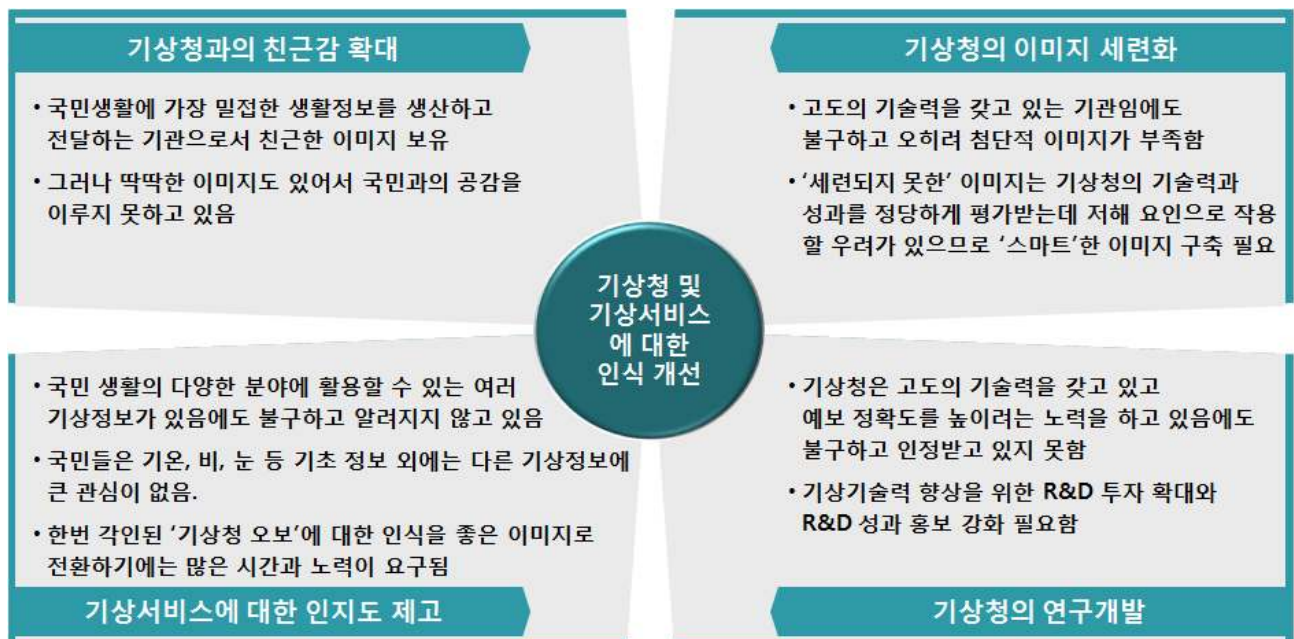
2) 기상에 대한 국민 인식의 3대 키워드

- 기상에 대한 국민 인식의 3대 키워드는 첫째, 기상예보 정오에 대한 인식 둘째, 중요 순간 기상에 대한 인식 셋째, 기상 현상에 대한 인식임.



3) 기상청에 대한 국민적 인식 개선

- 기상청에 대한 국민적 인식 개선을 위해서는 첫째로 이미지 측면에서 기상청과의 '친근감'을 확대하고 '세련된' 이미지를 형성해야 하며, 두번째로는 '기상서비스'에 대한 인지도를 높이고 '기상청의 연구개발 노력'에 대해 국민적 이해의 폭을 넓히는 데 있음.





4) 기상청 홈페이지 디자인 개선

- 기상청 홈페이지가 개선(10.10)되었음에도 불구하고 많은 정보를 한꺼번에 담으려다 보니 전체적으로 '복잡하고', '가독성도 떨어지는' 문제점이 있음
- 이를 개선하기 위해 기상청 기관 홈페이지와 기상정보 홈페이지를 분리하는 방법을 추천함



문제점

- 다양한 정보의 혼재
- 원하는 정보에 대한 접근성 불편
- 디자인이 복잡하고 가독성이 떨어짐

개선책

- 기상청 '기관 홈페이지'와 '정보 홈페이지' 분리하고 링크를 걸어서 연동시킴
- 여백을 충분히 살리면서 세련된 이미지 획득
- 정보 중심에서 이벤트, 생활 이야기 중심으로 전환

**2016년도 기상업무 국민 만족도 조사
결과보고서**

발행처

기상청

발행일

2016. 12.

조사기관

(주)유니온리서치
