
2024년 기상업무 국민만족도 조사 결과(요약)보고서

2024년 12월

목 차

I. 조사 개요	1
1. 조사 배경 및 목적	3
2. 조사 개요	3
3. 조사 내용	6
4. 자료 해석 시 유의사항	7
5. 응답자 특성	8
II. 주요 결과 요약	11
제1절. 정량조사 결과	13
1. 주요 종합결과 요약	13
2. 기상서비스 종합 만족도	14
3. 기상서비스 전반적 만족도	15
4. 기상서비스 요소 만족도	18
5. 기상서비스 사회적 만족도	19
6. 체감 정확도	20
7. 기후변화 인식	21
8. 부정적인 소식 접촉 후 인식 변화	24
9. 기상정보 중 가장 중요하게 생각하는 서비스	25
10. 기상예보 중 가장 중요하게 생각하는 서비스	25
11. 기상서비스 이용 빈도 및 매체	26
12. 기상서비스 이용 목적	30
13. 기상서비스 주 활용 정보	30
14. 기상청 관련 영상물 시청 경험 및 인식 변화	31
15. 기상정책 제언	32
제2절. 정성조사 결과	34
1. 일반국민 좌담회	34
2. 기상 관련 업무종사자 인터뷰	35

I

조사 개요

1. 조사 배경 및 목적
2. 조사 개요
3. 조사 내용
4. 자료 해석 시 유의사항
5. 응답자 특성

1. 조사 배경 및 목적

- 기상청은 지상, 해양, 위성 등으로 관측한 기상자료와 세계 각국에서 수집한 방대한 자료들을 바탕으로 다양한 종류의 예보를 생산하여 국민들에게 제공하고 있음.
- 기상은 일상생활과도 밀접한 관련이 있어 국민적 관심이 매우 높은 분야이며, 최근 지진, 황사, 우박 등 기상재해로 인해 생명/재산에 대한 위협이 증가하면서 기상정보에 대한 관심과 중요성은 더욱더 증대되고 있음.
- 이에 기상청은 2008년부터 ‘기상업무 국민만족도 조사’를 통해 기상서비스에 대한 객관적인 진단을 실시하고 있으며, 본 조사에서는 세부적인 전략 수립을 위해 기상청 및 기상서비스에 대한 대국민 만족도·신뢰도·유용도 및 각 요소별 만족도를 파악하기 위해 실시함.
- 이를 통해 기상청 및 기상서비스 개선과 만족도 향상을 위한 수요자 지향적인 기상서비스 및 정책의 기초자료로 활용하고자 함.

2. 조사 개요

가. 정량조사 개요

- 전국에 거주하는 만 19세 이상의 일반국민과 기상 관련 업무종사자를 대상으로 기상업무 국민만족도 조사를 진행함.

〈표 1-1〉 정량조사 개요

구분	일반국민	기상 관련 업무종사자
조사 대상	전국 거주 만 19세 이상 일반국민	기상 관련 업무종사자
응답자 수	3,000명 (상/하반기 각 1,500명)	418명 (상반기 207명 / 하반기 211명)
표본오차	95% 신뢰수준 상/하반기 각 $\pm 2.53\%p$	-
표본추출 기준	성/연령/지역별 인구비례할당추출 (행정안전부 ‘주민등록 인구통계’ 활용)	기상청으로부터 제공받은 리스트 전수조사
조사 방법	컴퓨터를 활용한 전화면접조사 (CATI; Computer-Assisted Telephone Interview)	PC 및 모바일을 통한 온라인 조사
조사 기간	· 상반기 : 2024.06.19. ~ 06.25. · 하반기 : 2024.10.28. ~ 11.01.	· 상반기 : 2024.06.17. ~ 06.24. · 하반기 : 2024.10.28. ~ 11.06.
분석 도구	수집된 자료는 Editing-Coding-Key in Programming 과정을 거쳐 통계패키지인 SPSS for win으로 분석함.	
조사 기관	(주)현대알앤씨	

나. 정성조사 개요

- 일반국민과 기상 관련 업무종사자 등 다양한 특성이 반영될 수 있도록 그룹을 나누어 구성하여 다양하고 심도 있는 의견을 조사함.

〈표 1-2〉 정성조사 개요

구분	일반국민	기상 관련 업무종사자
조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> · 1그룹 : 주부 · 2그룹 : 일반 직장인 · 3그룹 : 낚시업 <신규> · 4그룹 : 유통/서비스업 · 5그룹 : 레저/스포츠업 <신규> · 6그룹 : 농/축산업 	기상과 관련한 업무에 종사하는 사람
응답자 수	35명 진행 · 각 그룹별 5~6명	15명 · 기자 : 3명 · 라디오 기상리포터 : 3명 · 학계 : 2명 · 공공기관 : 5명 · 지자체 : 2명
대상자 선정 기준	일반 시민 그룹(주부, 직장인)과 대표적인 날씨 민감 그룹(낚시업, 유통/서비스업, 레저/스포츠업, 농/축산업 종사자)을 나누어 선정	기상청 제공 리스트 및 본사 자체적으로 대상자 확보
조사 방법	집단심층면접 (FGI : Focus Group Interview)	1:1 심층인터뷰 (IDI : In Depth Interview)
조사 기간	2024.09.20. ~ 09.24.	2024.09.25. ~ 10.27.
조사 기관	(주)현대알앤씨	

다. 표본 설계

- 일반국민은 모집단의 대표성을 확보하기 위해 행정안전부의 ‘주민등록 인구통계’를 활용하여 성/연령/지역별 인구비례 할당 방식을 적용하여 표본 설계를 진행하였음.
- 지역별 인구비례로 추출할 경우 세종, 제주의 표본 수가 적어서 신뢰도가 낮으므로 30표본씩 우선 할당 조사 후 모집단 규모에 맞게 가중치를 주어 분석함.

〈표 1-3〉 일반국민 표본 설계

	합계	남자					여자				
		19세+20대	30대	40대	50대	60대 이상	19세+20대	30대	40대	50대	60대 이상
총계	1,500	115	117	135	150	224	108	109	133	147	262
서울특별시	274	22	24	23	24	38	25	24	24	25	45
부산광역시	96	7	7	8	9	16	6	6	8	9	20
대구광역시	68	5	5	6	7	10	5	4	6	7	13
인천광역시	87	7	7	8	9	12	6	7	8	9	14
광주광역시	39	3	3	4	4	5	3	3	4	4	6
대전광역시	42	4	3	4	4	6	3	3	4	4	7
울산광역시	30	2	2	3	3	5	2	2	3	3	5
세종특별자치시	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
경기도	384	31	33	38	40	51	28	30	36	39	58
강원특별자치도	42	3	3	3	4	8	3	2	3	4	9
충청북도	46	3	3	4	5	8	3	3	4	4	9
충청남도	62	4	5	6	6	10	4	4	5	6	12
전북특별자치도	51	4	3	4	5	9	3	3	4	5	11
전라남도	53	3	3	4	6	10	3	3	4	5	12
경상북도	75	5	5	6	8	14	4	4	6	7	16
경상남도	91	6	6	8	10	15	5	5	8	10	18
제주특별자치도	30	3	2	3	3	4	2	3	3	3	4

3. 조사 내용

가. 조사 내용

〈표 1-4〉 조사 내용

구분	조사 내용	조사 대상		
		일반국민	기상 관련 업무종사자	
기상서비스 이용행태	기상서비스 이용 목적	●		
	기상서비스 이용 빈도	●	●	
	기상서비스 이용 매체 (상반기)	●	●	
	평상시 이용 기상서비스 (상반기)	●	●	
	위험기상 시 이용 기상서비스 (상반기-신규)	●	●	
	기상서비스 주 활용 정보 (상반기-일반국민 신규)	●	●	
기상 서비스 만족도	종합 만족도	기상서비스 종합 만족도	●	●
		기상서비스 관련 아쉬운 점 및 개선사항	●	●
	전반적 만족도	기상서비스 만족도	●	●
		기상서비스 신뢰도	●	●
		기상서비스 유용도	●	●
	요소 만족도	초단기예보 인지도		●
		초단기예보 국민 생활 및 안전 도움 정도		●
		단기예보 정확도	●	●
		중기예보 정확도	●	●
		기상특보 정확도	●	●
		기상특보 시의성	●	●
		기상특보 및 기상서비스 전달 애로사항		●
	사회적 만족도	정보습득 용이성 및 애로사항 (일반국민 신규)	●	●
		기상서비스 국민안전 기여도	●	●
기상서비스 사회/경제 기여도		●	●	
기상정보 중 가장 중요하게 생각하는 서비스 (하반기)		●	●	
체감 정확도 (하반기)	기상예보 정확도 기대수준	●	●	
	기상예보 정확도 체감수준	●	●	
이슈 사항	홈페이지 개편 만족도 및 요구사항		●	
이슈 사항 (상반기)	기후변화(기후 위기) 영향 인식	●	●	
	기후변화(기후 위기) 심각성 체감 계기	●	●	
	기후변화(기후 위기) 정보제공 기여도	●	●	
	향후 강화해야 할 기후변화(기후 위기) 대응 활동	●	●	
	기상청 관련 영상물 시청 경험 (신규)	●	●	
	기상청 관련 영상물 시청 이후 인식 변화 (신규)	●	●	
이슈 사항 (하반기)	기상청 관련 부정적 내용 접촉 빈도	●	●	
	기상청 관련 부정적 내용 접촉 후 인식 변화	●	●	
	가장 많이 제공 받는 기상정보 매체	●		
	효과적인 홍보활동 매체	●		
기상정책 제언	예보서비스 외 중점 추진 분야		●	
	지상 외 우선 강화 필요 분야		●	

나. 만족도 산출체계

- 기상서비스 만족도는 7점 척도로 측정하였으며, 이를 100점 척도로 환산한 다음 일반국민과 기상 관련 업무종사자의 점수를 각 50% 비율로 적용하여 최종 산출함.



〈표 1-5〉 만족도 산출체계

척도	매우 불만족	◀	◀	보통	▶	▶	매우 만족
응답 값	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
100점 환산	0.0	16.7	33.3	50.0	66.7	83.3	100.0

- 7점 척도 100점 환산식 = (응답 척도 - 1) / 6 X 100
- 종합 만족도 = (일반국민 점수 + 기상 관련 업무종사자 점수) / 2, 100점으로 환산한 점수 활용

4. 자료 해석 시 유의사항

- 그래프·도표·교차분석표 내의 숫자(비율, 점수)는 소수점 이하 둘째 자리에서 반올림되었으므로 세부항목의 합이 합계와 일치하지 않을 수 있음.
- 중복응답의 경우 전체 합이 100.0%를 넘길 수 있음.
- 응답자 특성 간 비교 분석에서 표본 수가 30표본 미만인 계층은 해석에 유의해야 함.
- 본 조사의 일반국민 표본오차는 95% 신뢰수준에서 최대 허용오차 $\pm 2.53\%$ 이며, 해석 방법은 아래와 같음.
 - 예시: 만족 비율이 90.0%인 경우, 100번을 조사했을 때 만족 비율이 87.5%~92.5% 사이로 나타날 확률이 95%임.

5. 응답자 특성

가. 일반국민

〈표 1-6〉 일반국민 응답자 특성

구분		상반기		하반기	
		사례수(명)	비율(%)	사례수(명)	비율(%)
전체		(1,500)	100.0	(1,500)	100.0
성별	남자	(743)	49.5	(741)	49.4
	여자	(757)	50.5	(759)	50.6
연령별	19세+20대	(225)	15.0	(223)	14.9
	30대	(226)	15.1	(226)	15.1
	40대	(270)	18.0	(268)	17.9
	50대	(299)	19.9	(297)	19.8
	60대 이상	(480)	32.0	(486)	32.4
지역별	서울	(274)	18.3	(274)	18.3
	인천/경기	(470)	31.3	(471)	31.4
	부산/울산/경남	(217)	14.5	(217)	14.5
	대구/경북	(143)	9.5	(143)	9.5
	광주/전남	(93)	6.2	(92)	6.1
	전북	(51)	3.4	(51)	3.4
	대전/세종/충남	(133)	8.9	(134)	8.9
	충북	(46)	3.1	(46)	3.1
	강원	(43)	2.9	(42)	2.8
	제주	(30)	2.0	(30)	2.0
직업별	농업/수산업/축산업	(100)	6.7	(77)	5.1
	자영업	(234)	15.6	(231)	15.4
	판매/영업/서비스직	(101)	6.7	(103)	6.9
	생산/기능/노무직	(89)	5.9	(97)	6.5
	사무/관리/전문직	(558)	37.2	(515)	34.3
	주부	(168)	11.2	(200)	13.3
	학생	(72)	4.8	(82)	5.5
	무직/퇴직/기타	(178)	11.9	(195)	13.0

나. 기상 관련 업무종사자

〈표 1-7〉 기상 관련 업무종사자 응답자 특성

구분		상반기		하반기	
		사례수(명)	비율(%)	사례수(명)	비율(%)
전체		(207)	100.0	(211)	100.0
성별	남자	(133)	64.3	(141)	66.8
	여자	(74)	35.7	(70)	33.2
분야별	예보/방재	(25)	12.1	(21)	10.0
	기상/기후	(78)	37.7	(62)	29.4
	지진/지진해일/화산	(5)	2.4	(5)	2.4
	수문	(2)	1.0	(6)	2.8
	장비/관측/정보통신	(20)	9.7	(26)	12.3
	해양/항공	(16)	7.7	(18)	8.5
	행정	(29)	14.0	(39)	18.5
	기타	(32)	15.5	(34)	16.1
소속기관별	학계	(21)	10.1	(22)	10.4
	공공기관 및 정부	(167)	80.7	(168)	79.6
	민간기업	(14)	6.8	(17)	8.1
	기타	(5)	2.4	(4)	1.9

II

주요 결과 요약

제1절. 정량조사 결과

제2절. 정성조사 결과

주요 결과 요약

제1절. 정량조사 결과

1. 주요 종합결과 요약

- 사회적 만족도 > 전반적 만족도 > 요소 만족도 순의 패턴으로 평가됨.
- 일반국민보다 기상 관련 업무종사자가 높은 평가, 상반기(6월 조사)보다 하반기(11월 조사) 만족도가 높음.

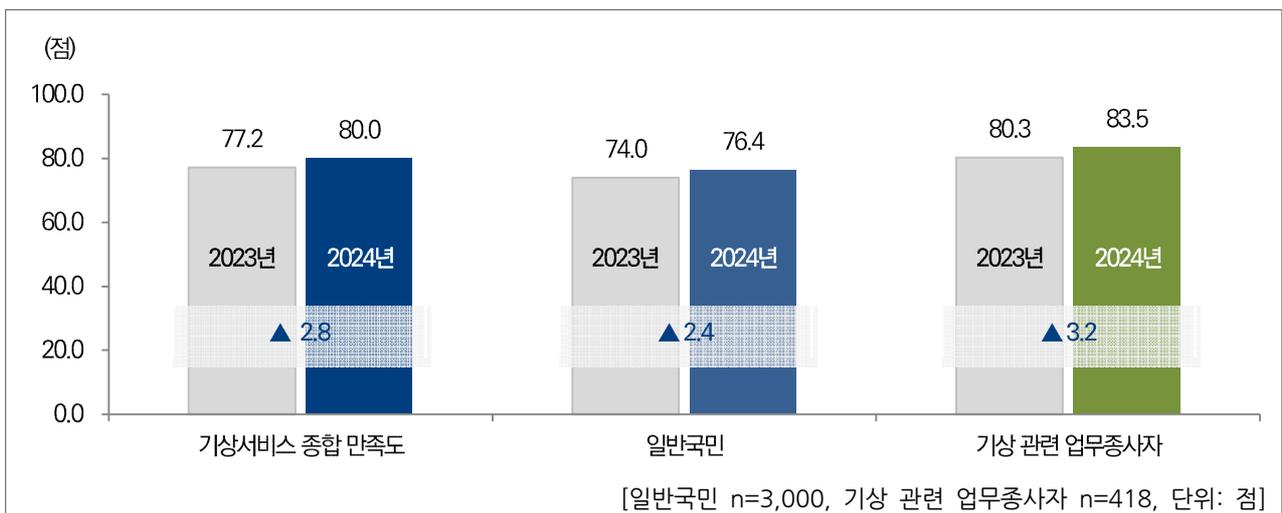
구분(점)		종합 만족도	전반적 만족도			요소 만족도					사회적 만족도	
			기상서비스 만족도	기상서비스 신뢰도	기상서비스 유용도	단기예보 정확도	중기예보 정확도	기상특보 정확도	기상특보 시의성	정보습득 용이성	국민안전 기여도	사회/경제 기여도
전체	종합	80.0	77.5	75.6	80.4	71.3	63.0	72.6	76.2	87.5	84.3	80.4
	상반기	79.8	78.0	76.8	80.5	71.9	62.8	72.1	75.3	85.1	83.8	79.7
	하반기	80.1	77.0	74.3	80.2	70.6	63.2	73.1	77.0	87.9	84.8	81.0
일반국민	종합	76.4	74.8	72.8	75.6	70.5	61.9	71.8	74.7	89.0	81.4	74.8
	상반기	76.7	76.1	74.1	76.5	71.8	61.8	71.7	74.1	-	80.2	73.4
	하반기	76.0	73.5	71.5	74.6	69.2	62.0	71.8	75.2	89.0	82.5	76.2
기상 관련 업무종사자	종합	83.5	80.2	78.3	85.1	72.0	64.1	73.4	77.6	86.0	87.2	85.8
	상반기	82.9	79.9	79.5	84.5	72.0	63.8	72.4	76.5	85.1	87.3	85.9
	하반기	84.1	80.5	77.0	85.7	71.9	64.3	74.4	78.7	86.8	87.1	85.7

2. 기상서비스 종합 만족도

- 2024년 종합 만족도는 80.0점으로 2023년 종합 만족도 77.2점 대비 2.8점 상승함.
- 일반국민은 76.4점으로 2023년 대비 2.4점 상승, 기상 관련 업무종사자는 83.5점으로 2023년 대비 3.2점 상승하였음.

설문	기상청에서는 일상적인 기상예보를 포함하여 기후나 각종 재해예방을 위한 기상특보, 지진 긴급재난 문자 등 다양한 기상서비스를 제공하고 있는데, 귀하는 이런 기상서비스 전반에 대해 얼마나 만족하십니까? (2023년부터 사용한 신규 지표)
----	--

<그림 2-1> 기상서비스 종합 만족도

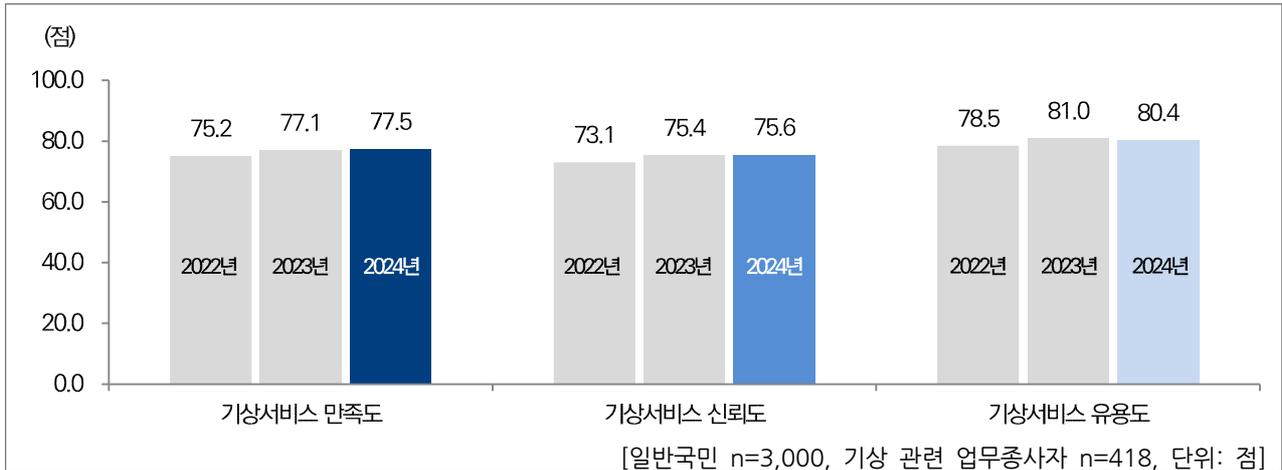


3. 기상서비스 전반적 만족도

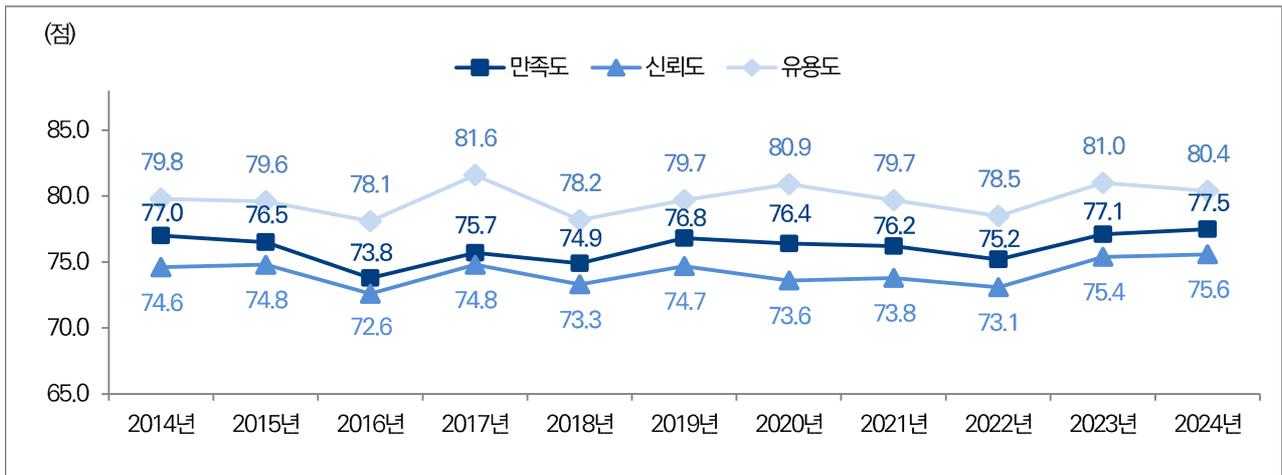
1) 기상서비스 전반적 만족도 연도별 추이

- 2024년 기상서비스에 대한 만족도는 77.5점 - 2023년 대비 0.4점 상승함. (22년 대비 +2.3점)
- 2024년 기상서비스에 대한 신뢰도는 75.6점 - 2023년 대비 0.2점 상승함. (22년 대비 +2.4점)
- 2024년 기상서비스에 대한 유용도는 80.4점 - 2023년 대비 0.6점 하락함. (22년 대비 +1.9점)

〈그림 2-2〉 기상서비스 전반적 만족도



〈그림 2-3〉 기상서비스 전반적 만족도 연도별 추이



〈표 2-1〉 기상서비스 전반적 만족도 비교표

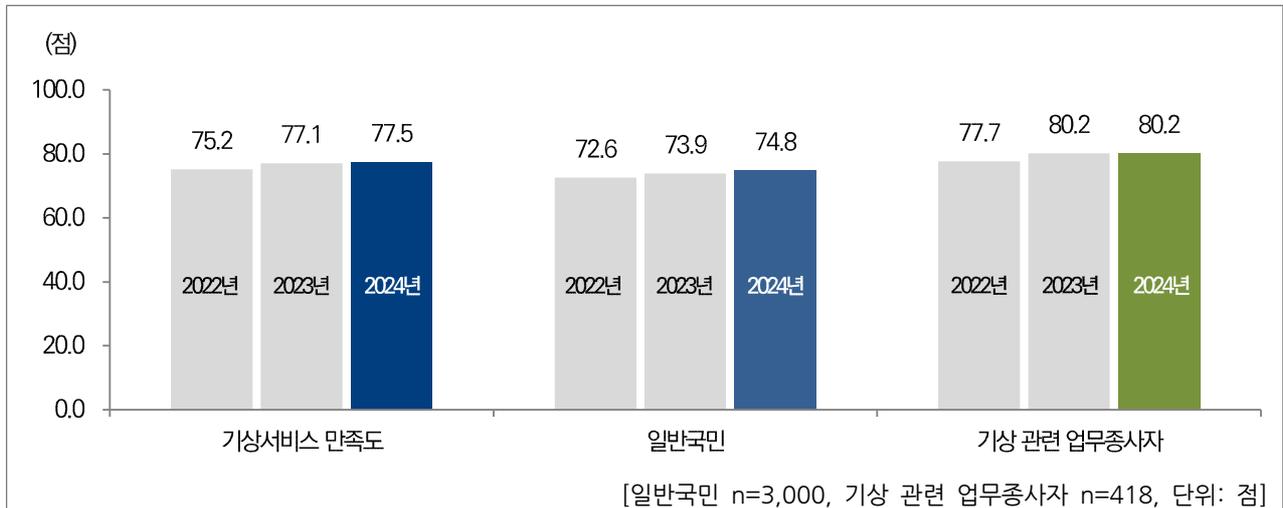
(단위: 점)

구분		기상서비스 만족도	기상서비스 신뢰도	기상서비스 유용도
2023년	종합	77.1	75.4	81.0
	일반국민	73.9	72.4	75.8
	기상 관련 업무종사자	80.2	78.3	86.1
2024년	종합	77.5	75.6	80.4
	일반국민	74.8	72.8	75.6
	기상 관련 업무종사자	80.2	78.3	85.1
2023년(종합) vs 2024년(종합)		▲0.4	▲0.2	▼0.6

2) 기상서비스 만족도

- 2024년 기상서비스에 대한 만족도는 77.5점으로, 일반국민은 74.8점, 기상 관련 업무종사자는 80.2점으로 조사되었음.
- 2023년 대비 만족도 점수는 일반국민은 0.9점 상승하였으며, 기상 관련 업무종사자는 동일하게 나타남.

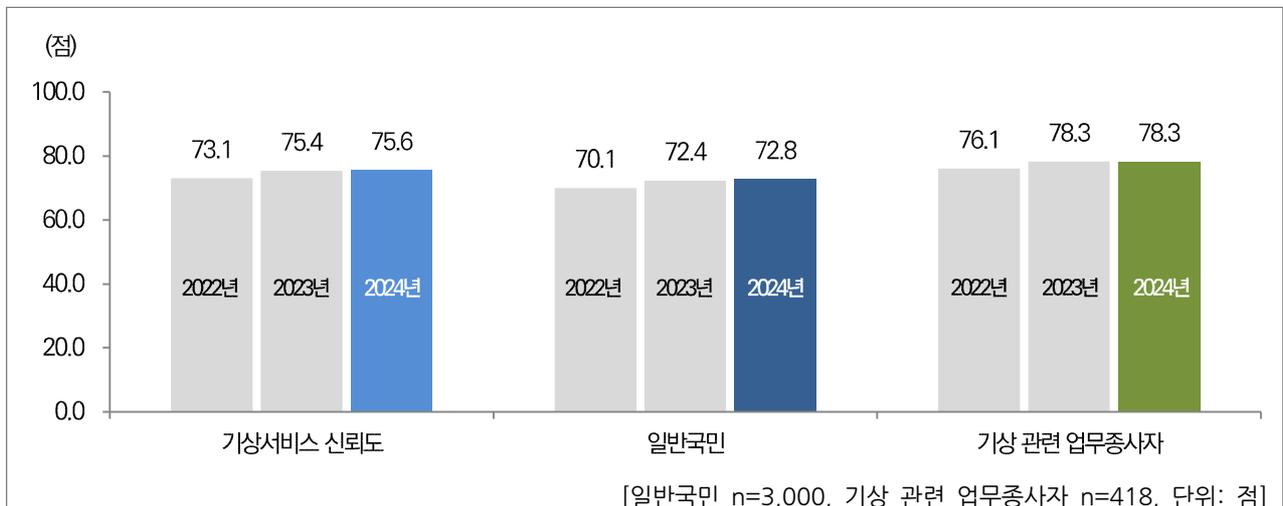
<그림 2-4> 기상서비스 만족도



3) 기상서비스 신뢰도

- 2024년 기상서비스에 대한 신뢰도는 75.6점으로, 일반국민은 72.8점, 기상 관련 업무종사자는 78.3점으로 조사되었음.
- 2023년 대비 신뢰도 점수는 일반국민은 0.4점 상승하였으며, 기상 관련 업무종사자는 동일하게 나타남.

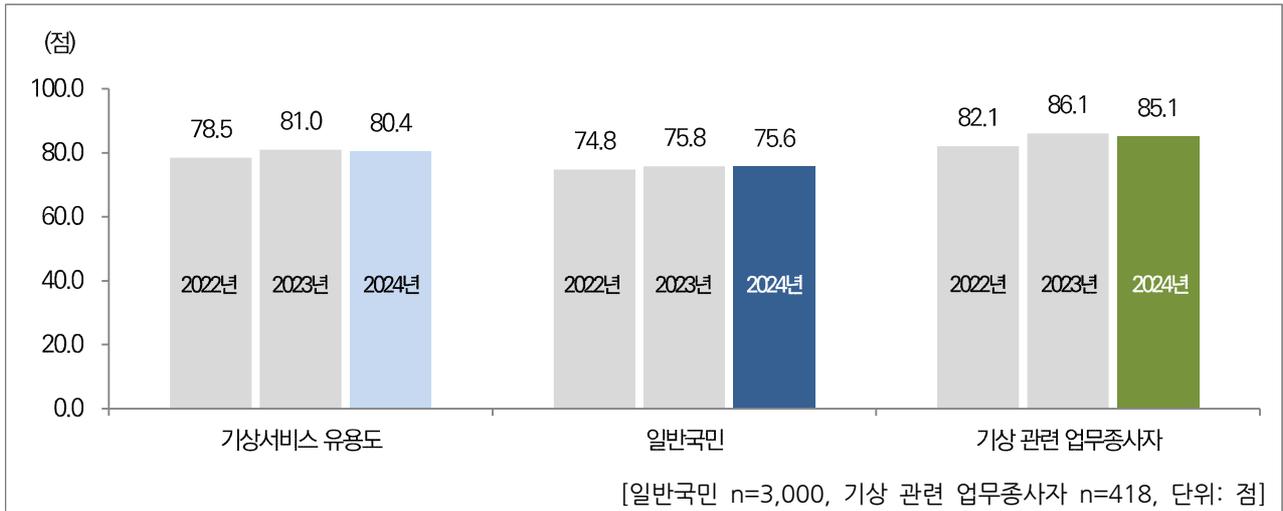
<그림 2-5> 기상서비스 신뢰도



4) 기상서비스 유용도

- 2024년 기상서비스에 대한 유용도는 80.4점으로, 일반국민은 75.6점, 기상 관련 업무종사자는 85.1점으로 조사되었음.
- 2023년 대비 유용도 점수는 일반국민은 0.2점, 기상 관련 업무종사자는 1.0점 하락한 것으로 나타남.

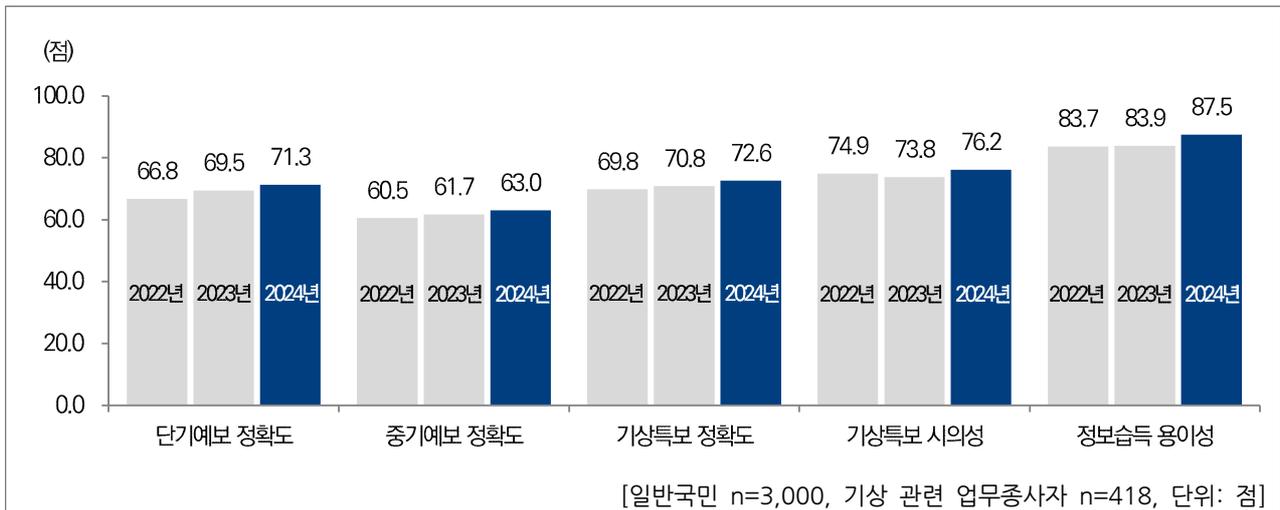
〈그림 2-6〉 기상서비스 유용도



4. 기상서비스 요소 만족도

- 2024년 기상서비스에 대한 요소 만족도는 단기예보 정확도 71.3점, 중기예보 정확도 63.0점, 기상특보 정확도 72.6점, 기상특보 시의성 76.2점, 정보습득 용이성 87.5점으로 조사되었음.
- 2023년 점수와 비교해보면 점수가 전반적으로 상승한 것으로 나타났음. (단기예보 정확도 +1.8점, 중기예보 정확도 +1.3점, 기상특보 정확도 +1.8점, 기상특보 시의성 +2.4점, 정보습득 용이성 +3.6점)
- 단기예보 정확도는 2022년 대비 가장 만족도가 상승함(+4.5점).

<그림 2-7> 기상서비스 요소 만족도



- 2024년 일반국민의 기상서비스에 대한 요소 만족도는 단기예보 정확도 70.5점, 중기예보 정확도 61.9점, 기상특보 정확도 71.8점, 기상특보 시의성 74.7점, 정보습득 용이성 89.0점으로 조사되었으며, 정보습득 용이성이 가장 높았음.
- 2024년 기상 관련 업무종사자의 기상서비스에 대한 요소 만족도는 단기예보 정확도 72.0점, 중기예보 정확도 64.1점, 기상특보 정확도 73.4점, 기상특보 시의성 77.6점, 정보습득 용이성 86.0점으로 조사되었으며, 정보습득 용이성이 가장 높았음.

<표 2-2> 기상서비스 요소 만족도 비교표

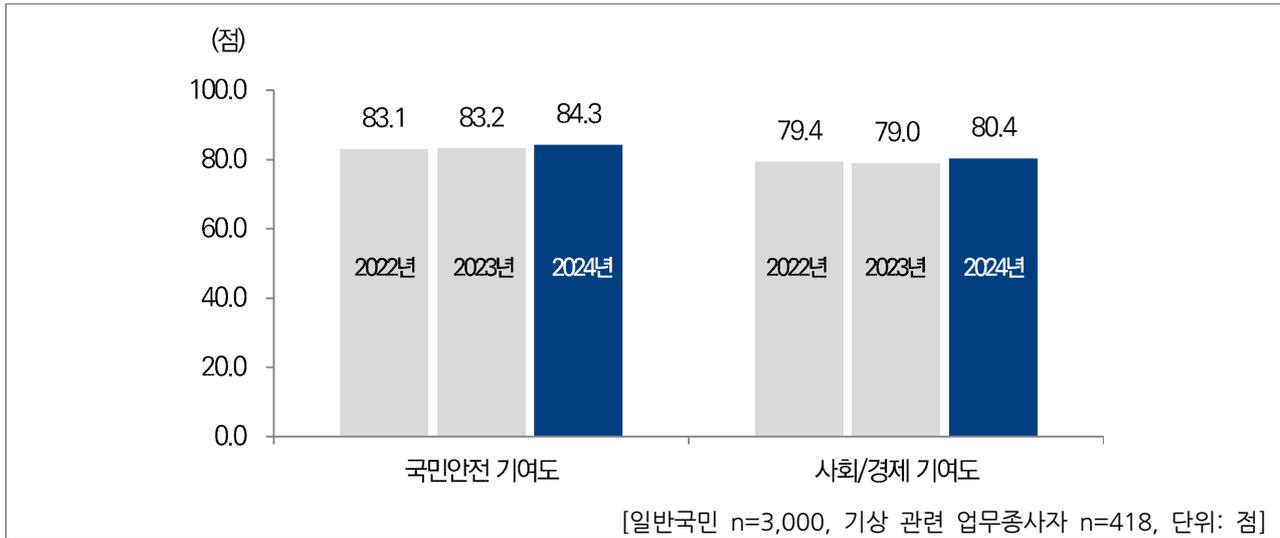
구분		단기예보 정확도	중기예보 정확도	기상특보 정확도	기상특보 시의성	정보습득 용이성
2023년	종합	69.5	61.7	70.8	73.8	83.9
	일반국민	67.8	60.9	69.6	72.1	-
	기상 관련 업무종사자	71.2	62.7	72.0	75.5	83.9
2024년	종합	71.3	63.0	72.6	76.2	87.5
	일반국민	70.5	61.9	71.8	74.7	89.0
	기상 관련 업무종사자	72.0	64.1	73.4	77.6	86.0
2023년(종합) vs 2024년(종합)		▲1.8	▲1.3	▲1.8	▲2.4	▲3.6

(단위: 점)

5. 기상서비스 사회적 만족도

- 2024년 기상서비스의 국민안전 기여도는 84.3점, 사회/경제 기여도는 80.4점으로 조사되었음.
- 2023년 조사 결과와 비교해보면 국민안전 기여도는 1.1점, 사회/경제 기여도는 1.4점 상승함.

〈그림 2-8〉 기상서비스 사회적 만족도



- 2024년 기상서비스 국민안전 기여도 점수는 일반국민 81.4점, 기상 관련 업무종사자 87.2점으로 기상 관련 업무종사자가 일반국민 보다 점수가 높았음.
- 2024년 기상서비스 사회/경제 기여도 점수는 일반국민 74.8점, 기상 관련 업무종사자 85.8점으로 기상 관련 업무종사자가 일반국민 보다 점수가 높았음.

〈표 2-3〉 기상서비스 사회적 만족도 비교표

(단위: 점)

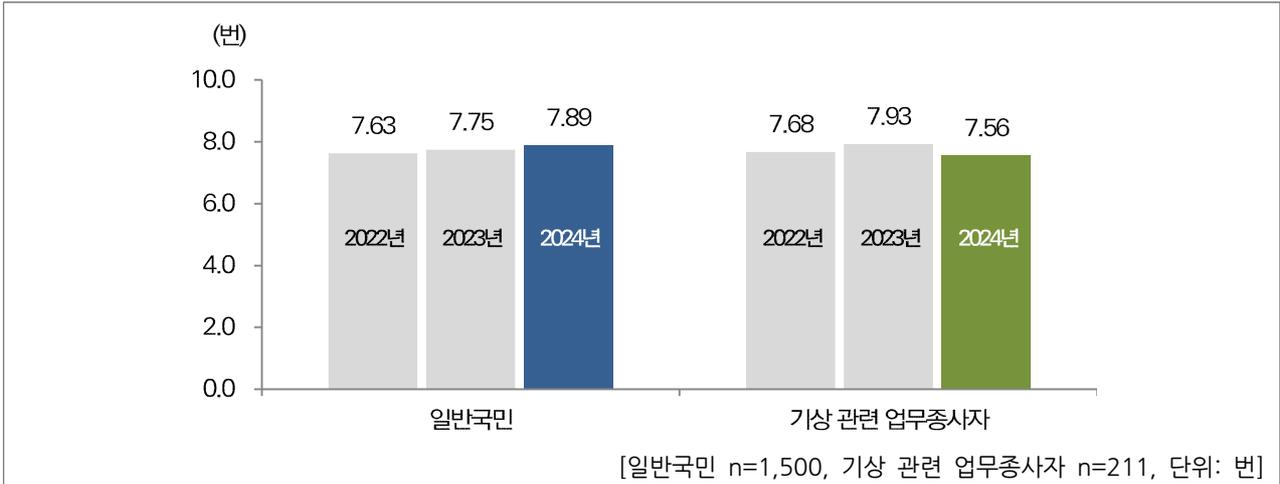
구분		국민안전 기여도	사회/경제 기여도
2023년	총합	83.2	79.0
	일반국민	80.8	75.3
	기상 관련 업무종사자	85.5	82.7
2024년	총합	84.3	80.4
	일반국민	81.4	74.8
	기상 관련 업무종사자	87.2	85.8
2023년(총합) vs 2024년(총합)		▲1.1	▲1.4

6. 체감 정확도

1) 기상예보 정확도 기대수준

- “기상청의 기상예보가 10번 중 최소 몇 번 맞아야 하나”는 정확도 기대수준은 일반국민 7.89번, 기상 관련 업무종사자 7.56번으로 나타남.

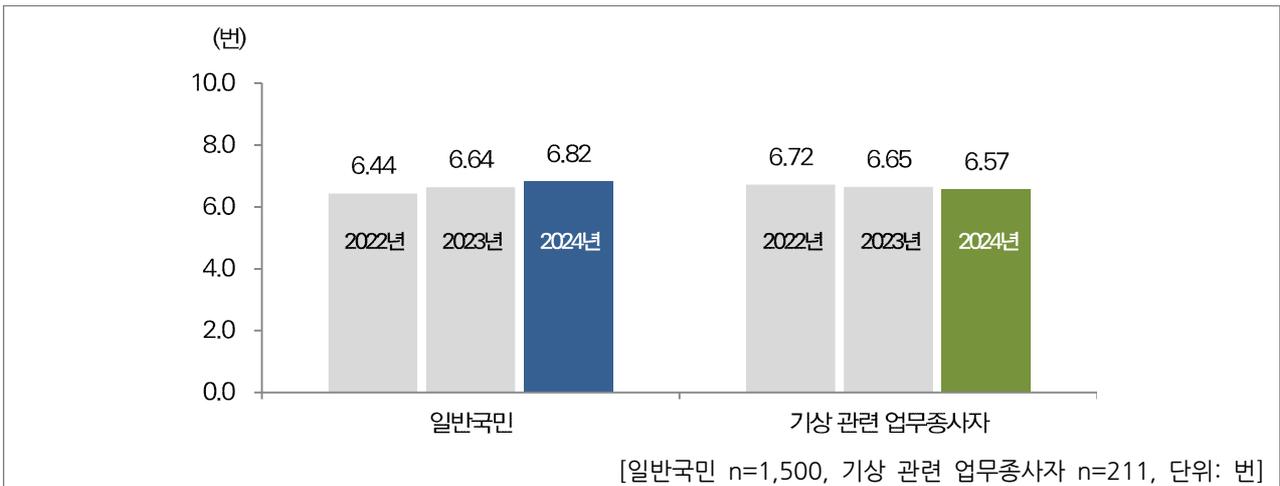
<그림 2-9> 기상예보 정확도 기대수준



2) 기상예보 정확도 체감수준

- “최근 6개월간 10번 중 몇 번 맞았는가”라는 정확도 체감수준은 일반국민 6.82번, 기상 관련 업무종사자 6.57번으로 나타남.

<그림 2-10> 기상예보 정확도 체감수준



- 일반국민 기대수준은 2022년 대비 0.26번 상승하였고, 체감수준은 0.38번 상승함.

<표 2-4> 기상예보 정확도 인식 추이

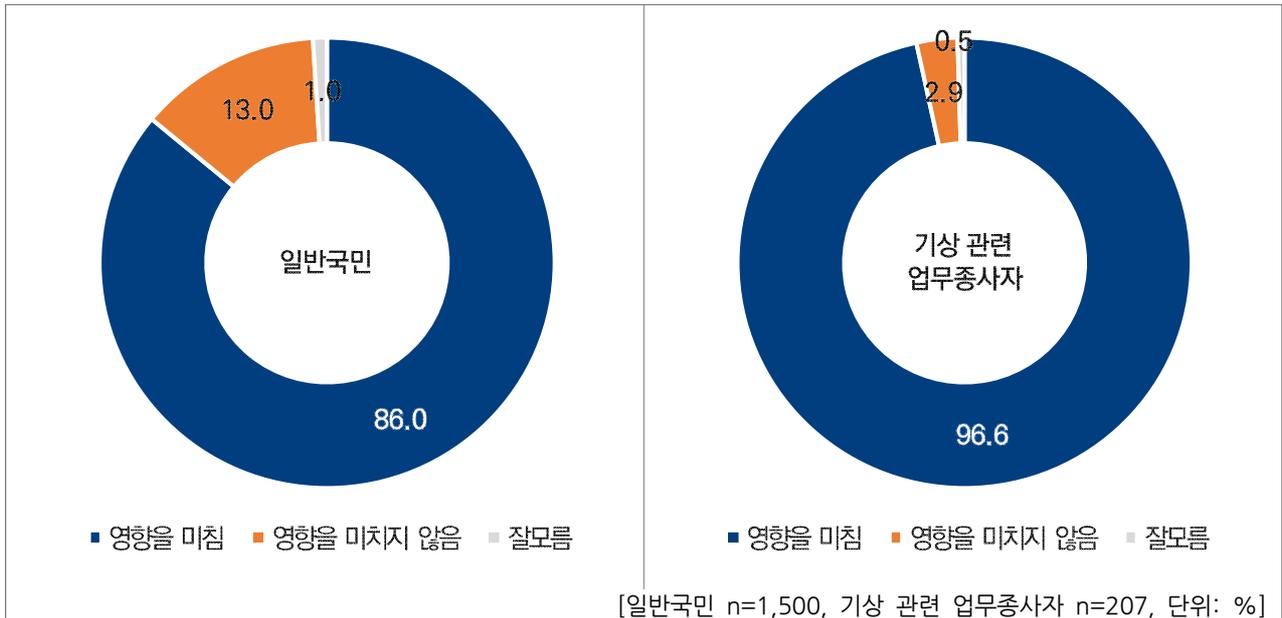
구분(번)	일반국민			기상 관련 업무종사자		
	2023년	2024년	GAP	2023년	2024년	GAP
기대수준	7.75	7.89	▲0.14	7.93	7.56	▼0.37
체감수준	6.64	6.82	▲0.18	6.65	6.57	▼0.08

7. 기후변화 인식

1) 기후변화(기후 위기) 영향 인식

- 일반국민 86.0%, 기상 관련 업무종사자 96.6%가 기후변화(기후 위기)로 인한 극한 기상 현상이 삶에 '영향을 미칠 것이다'라고 응답함. (일반국민 '23년 78.9% → '24년 86.0%로 7.1%p 상승)

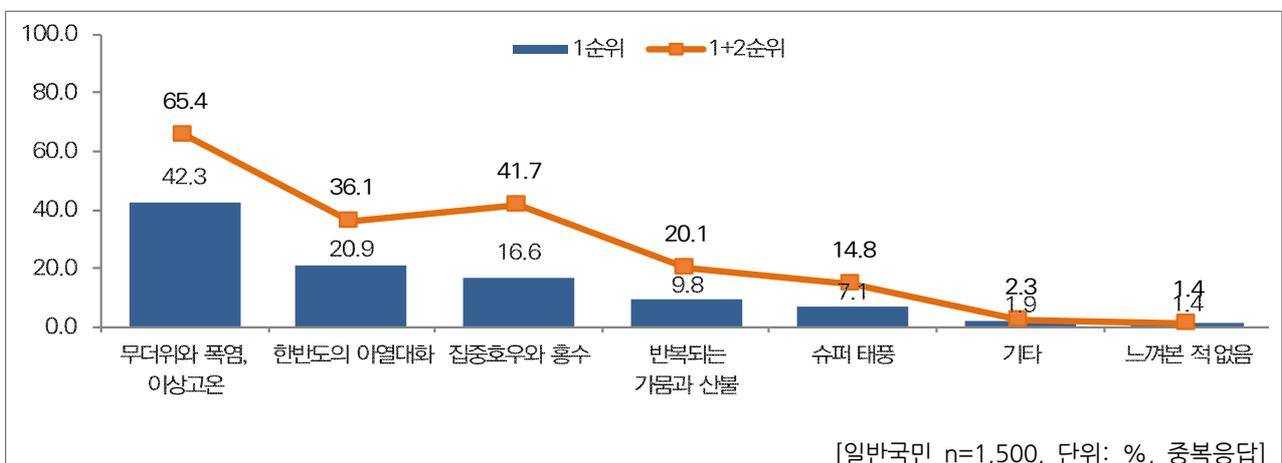
〈그림 2-11〉 기후변화(기후 위기) 영향 인식



2) 기후변화(기후 위기) 심각성 체감 계기

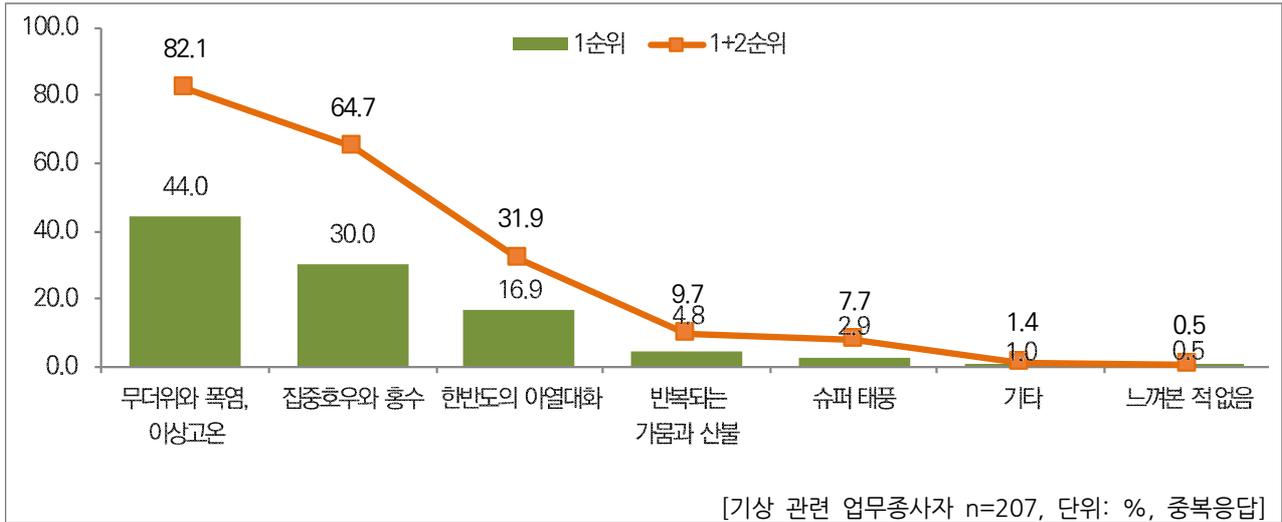
- 기후변화(기후 위기)의 심각성을 느끼게 된 계기로는 일반국민의 경우 '무더위와 폭염, 이상 고온'이라는 응답 비율이 42.3%로 가장 높았으며, 다음으로 '한반도의 아열대화'(20.9%), '집중호우와 홍수'(16.6%) 등의 순으로 나타남. (1순위 기준)

〈그림 2-12〉 기후변화(기후 위기) 심각성 체감 계기 (일반국민)



- 기상 관련 업무종사자의 경우에도 '무더위와 폭염, 이상고온'이라는 응답 비율이 44.0%로 가장 높았으며, 다음으로 '집중호우와 홍수'(30.0%), '한반도의 아열대화'(16.9%) 등의 순으로 나타남. (1순위 기준)

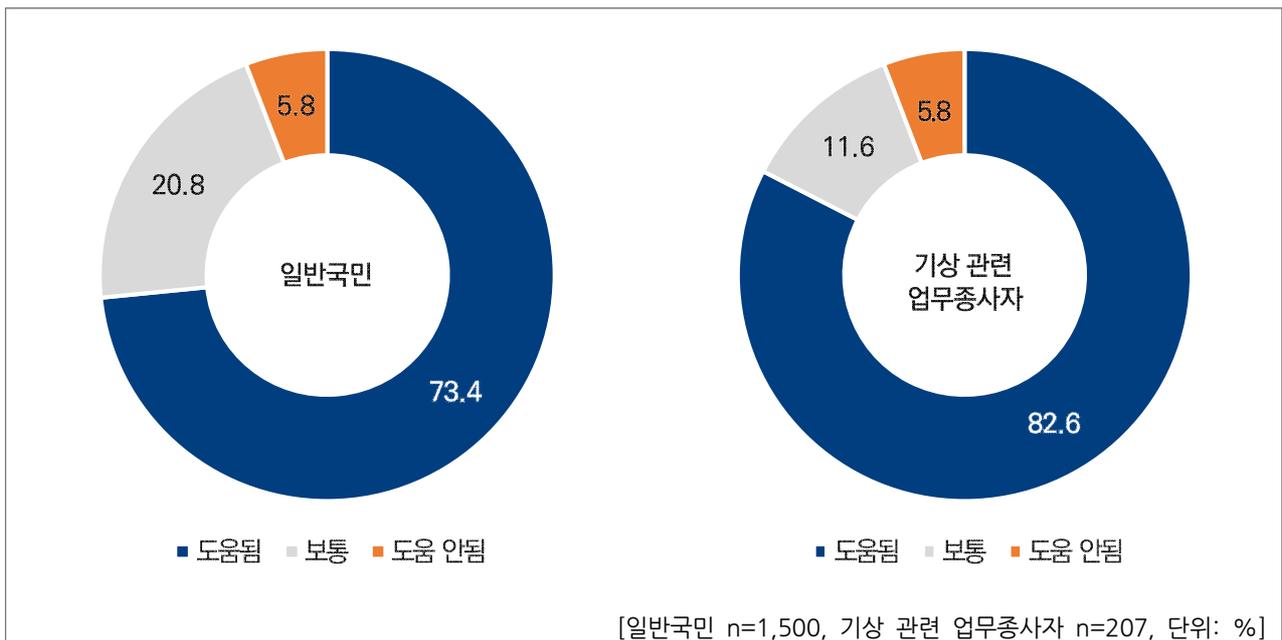
<그림 2-13> 기후변화(기후 위기) 심각성 체감 계기 (기상 관련 업무종사자)



3) 기후변화(기후 위기) 정보제공 기여도

- 일반국민 73.4%, 기상 관련 업무종사자 82.6%가 기상청의 2100년까지의 기후변화(기후 위기) 정보제공이 '도움이 된다'고 응답함. (일반국민 '23년 66.3% → '24년 73.4%로 7.1%p 상승)

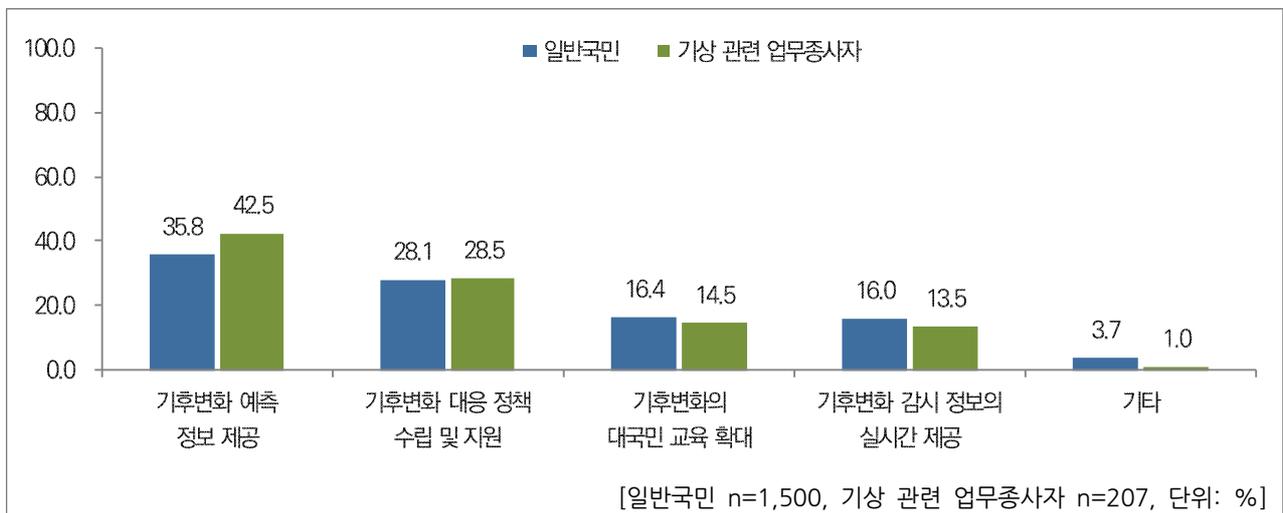
<그림 2-14> 기후변화(기후 위기) 정보제공 기여도



4) 향후 강화해야 할 기후변화(기후 위기) 대응 활동

- 기상청의 기후변화(기후 위기) 관련 활동 중 가장 강화해야 할 활동으로 일반국민과 기상 관련 업무종사자 모두 ‘기후변화 예측 정보 제공’이 각 35.8%, 42.5%로 가장 높게 나타남.
- 다음으로 일반국민의 경우 ‘기후변화 대응 정책 수립 및 지원’(28.1%), ‘기후변화의 대국민 교육 확대’(16.4%), ‘온실가스 등 기후변화 감시 정보의 실시간 제공’(16.0%) 등의 순으로 나타났으며, 기상 관련 업무종사자의 경우 ‘기후변화 대응 정책 수립 및 지원’(28.5%), ‘기후변화의 대국민 교육 확대’(14.5%), ‘온실가스 등 기후변화 감시 정보의 실시간 제공’(13.5%) 등의 순으로 나타남.

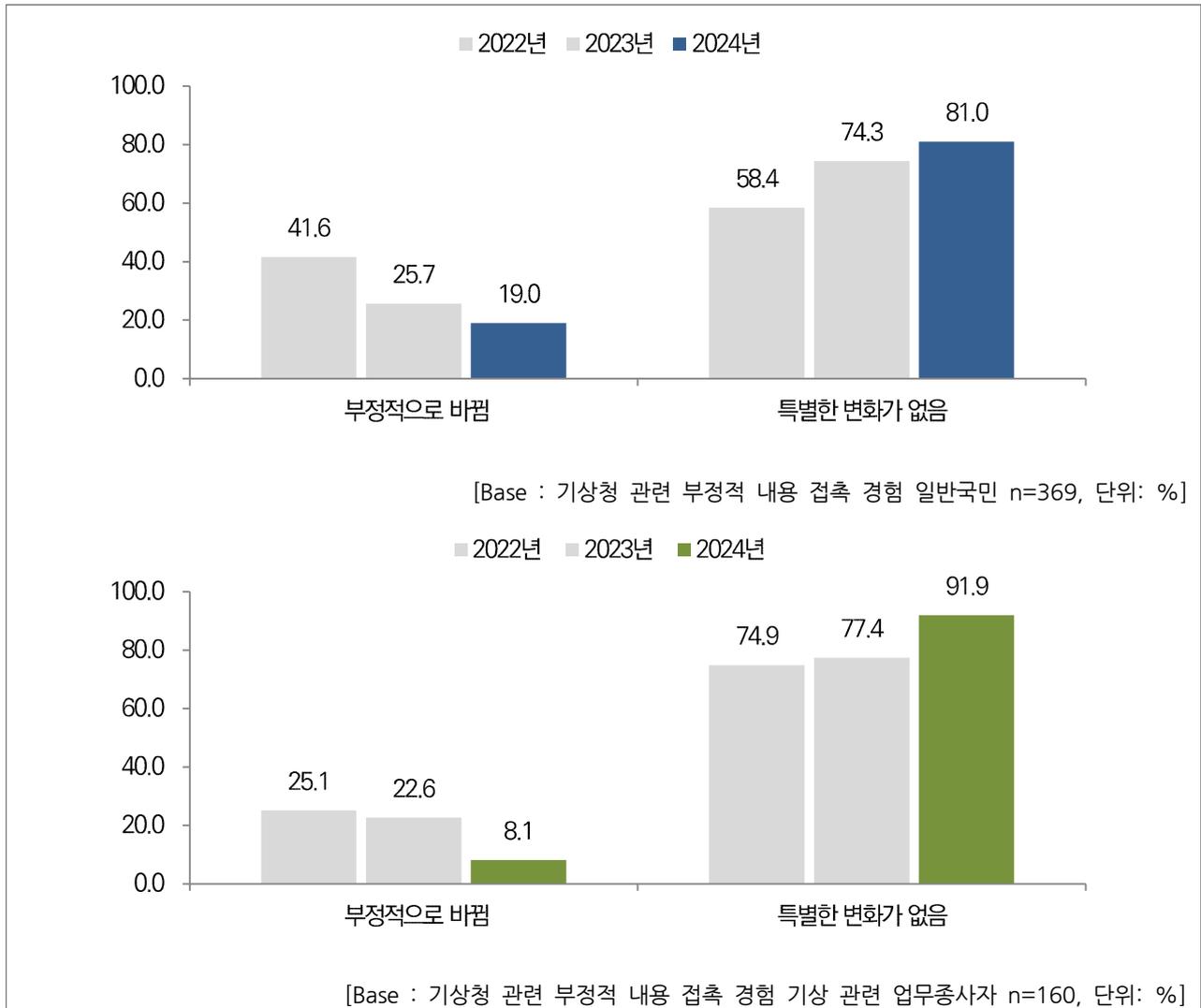
〈그림 2-15〉 향후 강화해야 할 기후변화(기후 위기) 대응 활동



8. 부정적인 소식 접촉 후 인식 변화

- 기상청 관련 부정적 내용을 접촉한 후 인식 변화에 대해 일반국민 81.0%, 기상 관련 업무종사자 91.9%가 '특별한 변화가 없다'라고 응답하였음.
- 일반국민은 3년 연속 '특별한 변화가 없다' 응답이 증가하였고, 2022년 대비 22.6%p 증가하였음. ('부정적으로 바뀌었다' 41.6% → 19.0%)

<그림 2-16> 기상청 관련 부정적 내용 접촉 후 인식 변화



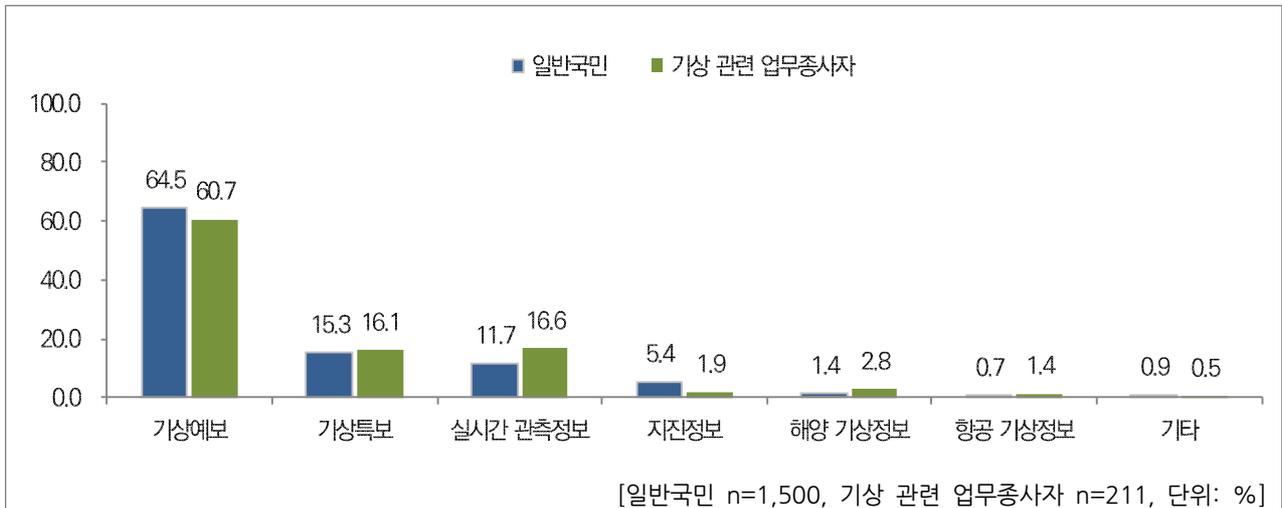
<표 2-5> 기상청 관련 부정적 내용 접촉 후 인식 변화 추이

구분(%)	일반국민			기상 관련 업무종사자		
	2023년	2024년	GAP	2023년	2024년	GAP
부정적으로 바뀜	25.7	19.0	▼6.7	22.6	8.1	▼14.5
특별한 변화가 없음	74.3	81.0	▲6.7	77.4	91.9	▲14.5

9. 기상정보 중 가장 중요하게 생각하는 서비스

- 기상정보 중 가장 중요하게 생각하는 서비스로 일반국민과 기상 관련 업무종사자 모두 ‘기상예보’라는 응답이 각 64.5%, 60.7%로 가장 높았으며, 다음으로 일반국민은 ‘기상특보’(15.3%), 기상 관련 업무종사자는 ‘실시간 관측정보’(16.6%)라는 응답이 높았음.

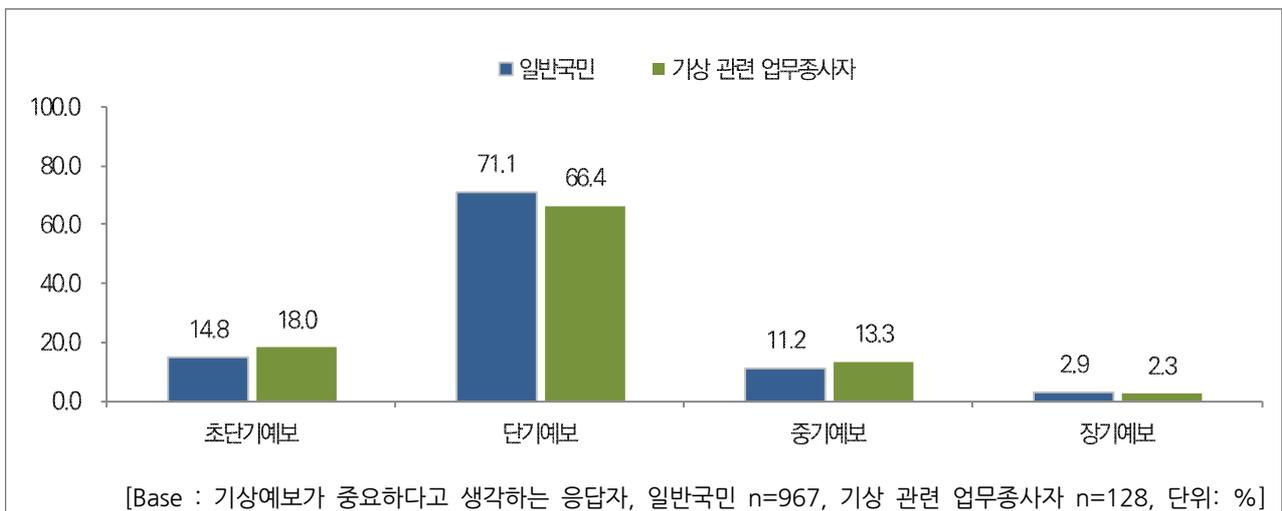
〈그림 2-17〉 기상정보 중 가장 중요하게 생각하는 서비스



10. 기상예보 중 가장 중요하게 생각하는 서비스

- 기상예보 중 가장 중요하게 생각하는 서비스로 일반국민과 기상 관련 업무종사자 모두 ‘단기예보’라는 응답이 각 71.1%, 66.4%로 가장 높았으며, 다음으로 ‘초단기예보’(일반국민 14.8%, 기상 관련 업무종사자 18.0%), ‘중기예보’(일반국민 11.2%, 기상 관련 업무종사자 13.3%), ‘장기예보’(일반국민 2.9%, 기상 관련 업무종사자 2.3%) 순으로 나타남.

〈그림 2-18〉 기상예보 중 가장 중요하게 생각하는 서비스

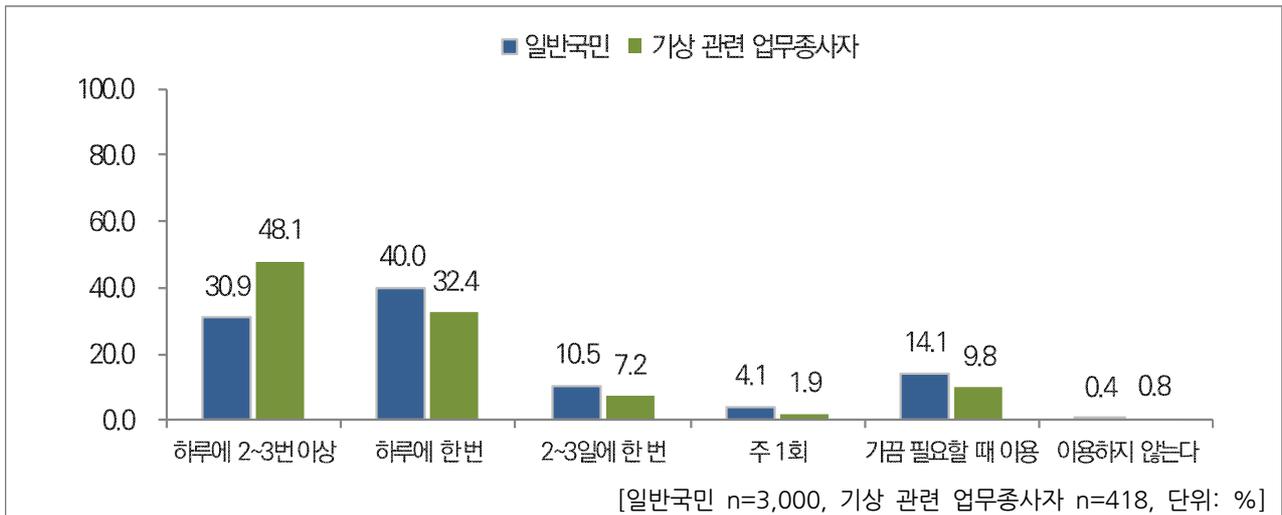


11. 기상서비스 이용 빈도 및 매체

1) 기상서비스 이용 빈도

- 평소 기상서비스 이용 빈도에 대해 기상 관련 업무종사자가 일반국민 대비 이용 빈도가 높은 것으로 나타남.

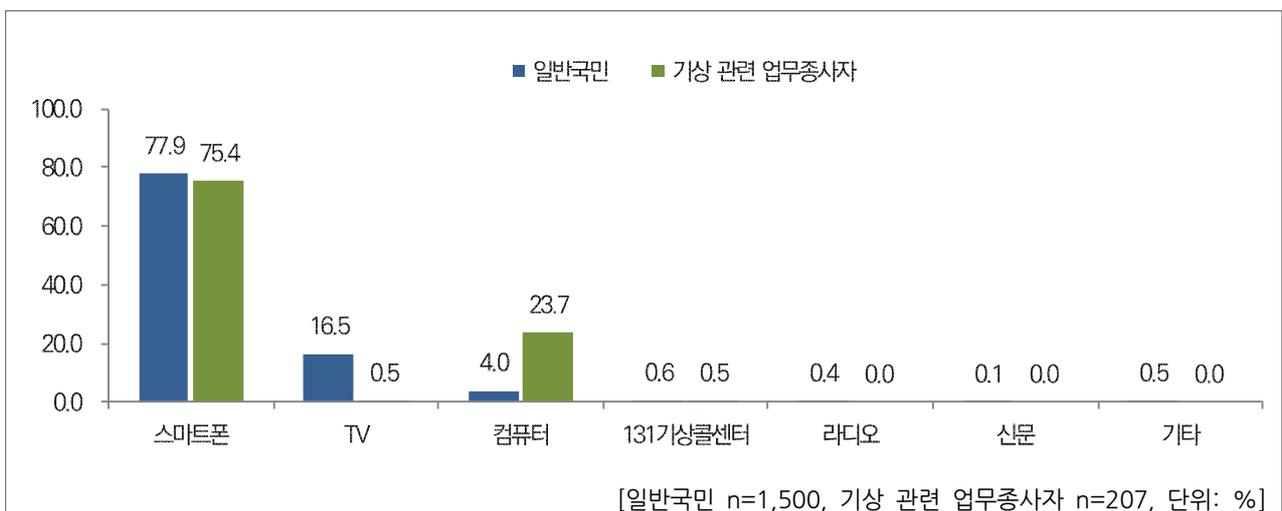
<그림 2-19> 기상서비스 이용 빈도



2) 기상서비스 이용 매체

- 일반국민의 기상서비스 이용 매체로는 ‘스마트폰’을 활용한다는 응답이 77.9%로 매우 높게 나타났으며, ‘TV’(16.5%), ‘컴퓨터’(4.0%) 등의 순으로 나타남.
- 기상 관련 업무종사자의 기상서비스 이용 매체로는 ‘스마트폰’을 활용한다는 응답이 75.4%로 매우 높게 나타났으며, ‘컴퓨터’(23.7%), ‘TV’ 및 ‘131기상콜센터’(각 0.5%) 등의 순으로 나타남.

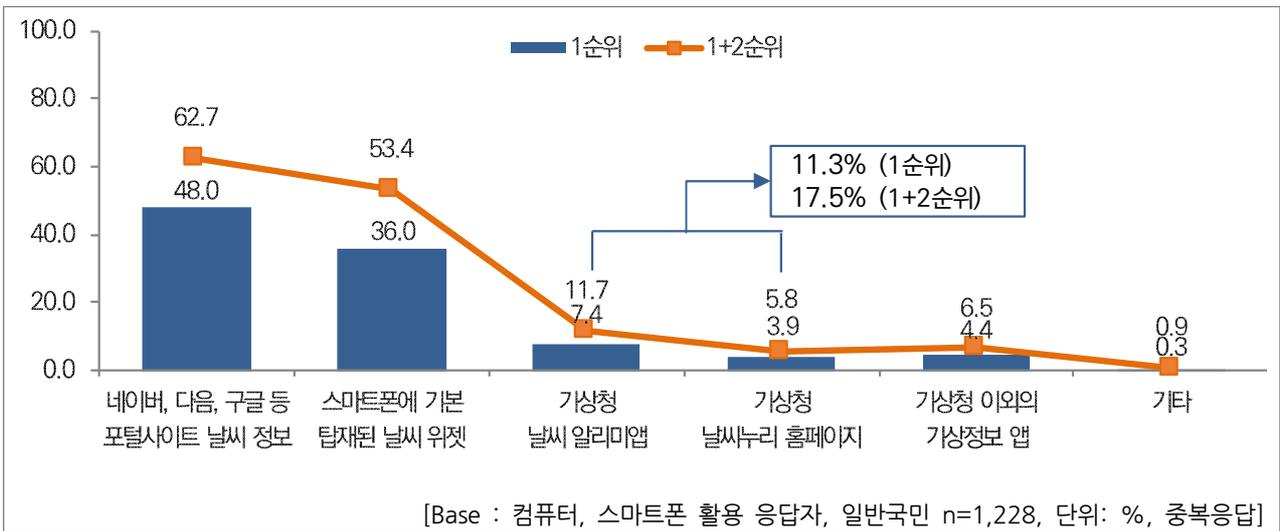
<그림 2-20> 기상서비스 이용 매체



3) 평상시 이용 기상서비스

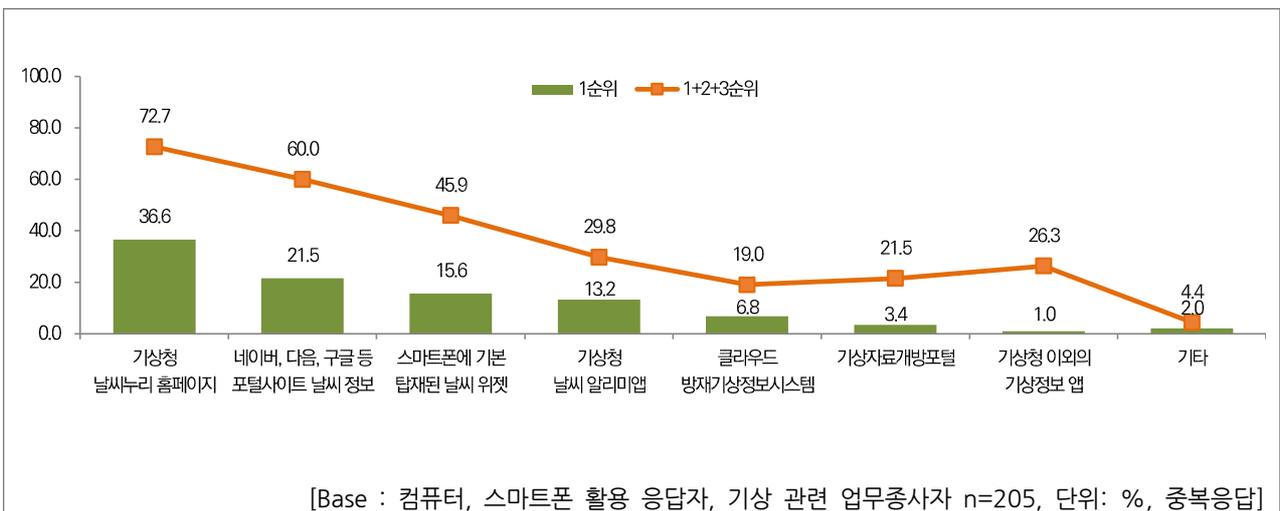
- ‘컴퓨터, 스마트폰’을 활용한다고 응답한 일반국민 중 62.7%가 평상시 ‘네이버, 다음, 구글 등 포털사이트 날씨 정보’를 활용한다고 응답하였으며, 다음으로 ‘스마트폰에 기본 탑재된 날씨 위젯’(53.4%), ‘기상청 날씨 알리미앱’(11.7%) 등의 순으로 나타남. (1+2순위 종합 기준)
- 기상청 제공 서비스 이용률은 1순위 기준 11.3%(‘날씨 알리미앱’ 7.4% + ‘날씨누리 홈페이지’ 3.9%), 1+2순위 종합 기준 17.5%(‘날씨 알리미앱’ 11.7% + ‘날씨누리 홈페이지’ 5.8%)로 집계됨.

〈그림 2-21〉 평상시 이용 기상서비스 (일반국민)



- ‘컴퓨터, 스마트폰’을 활용한다고 응답한 기상 관련 업무종사자 중 72.7%가 평상시 ‘기상청 날씨누리 홈페이지’를 활용한다고 응답하였으며, 다음으로 ‘네이버, 다음, 구글 등 포털사이트 날씨 정보’(60.0%), ‘스마트폰에 기본 탑재된 날씨 위젯’(45.9%), ‘기상청 날씨 알리미앱’(29.8%) 등의 순으로 나타남. (1+2+3순위 종합 기준)

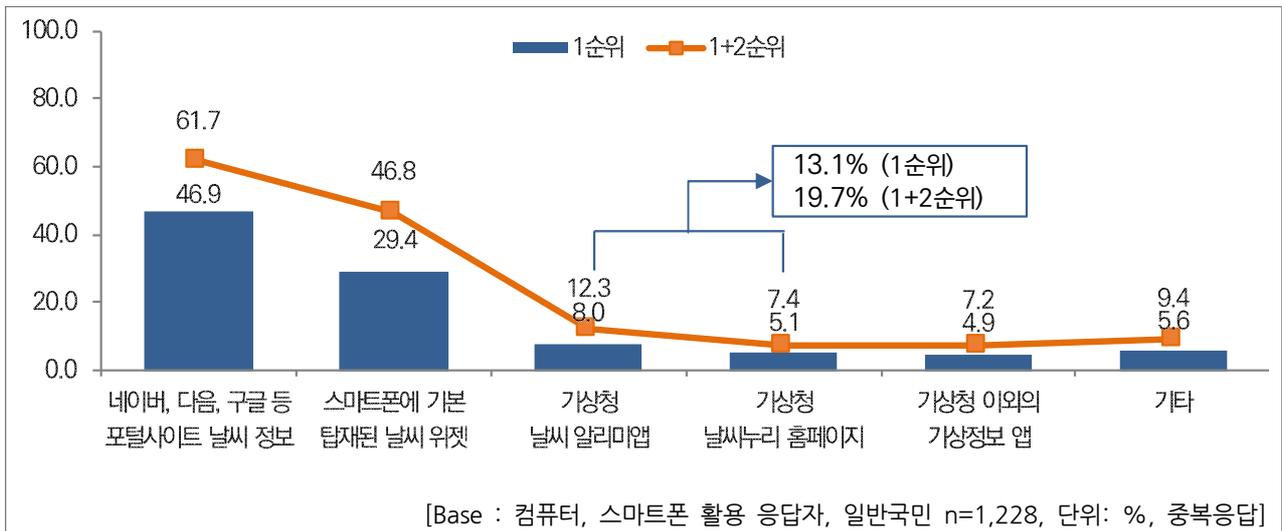
〈그림 2-22〉 평상시 이용 기상서비스 (기상 관련 업무종사자)



4) 위험기상 시 이용 기상서비스

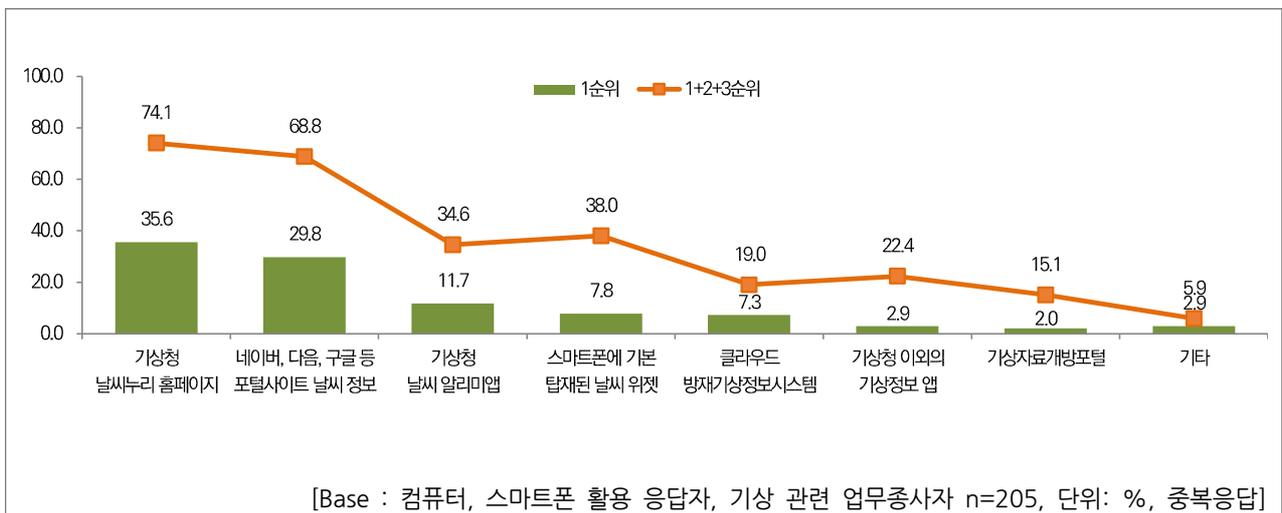
- ‘컴퓨터, 스마트폰’을 활용한다고 응답한 일반국민 중 61.7%가 위험기상 시 ‘네이버, 다음, 구글 등 포털사이트 날씨 정보’를 활용한다고 응답하였으며, 다음으로 ‘스마트폰에 기본 탑재된 날씨 위젯’(46.8%), ‘기상청 날씨 알리미앱’(12.3%) 등의 순으로 나타남. (1+2순위 종합 기준)
- 기상청 제공 서비스 이용률은 1순위 기준 13.1%(‘날씨 알리미앱’ 8.0% + ‘날씨누리 홈페이지’ 5.1%), 1+2순위 종합 기준 19.7%(‘날씨 알리미앱’ 12.3% + ‘날씨누리 홈페이지’ 7.4%)로 집계됨.

〈그림 2-23〉 위험기상 시 이용 기상서비스 (일반국민)



- ‘컴퓨터, 스마트폰’을 활용한다고 응답한 기상 관련 업무종사자 중 74.1%가 위험기상 시 ‘기상청 날씨누리 홈페이지’를 활용한다고 응답하였으며, 다음으로 ‘네이버, 다음, 구글 등 포털사이트 날씨 정보’(68.8%), ‘스마트폰에 기본 탑재된 날씨 위젯’(38.0%), ‘기상청 날씨 알리미 앱’(34.6%) 등의 순으로 나타남. (1+2+3순위 종합 기준)

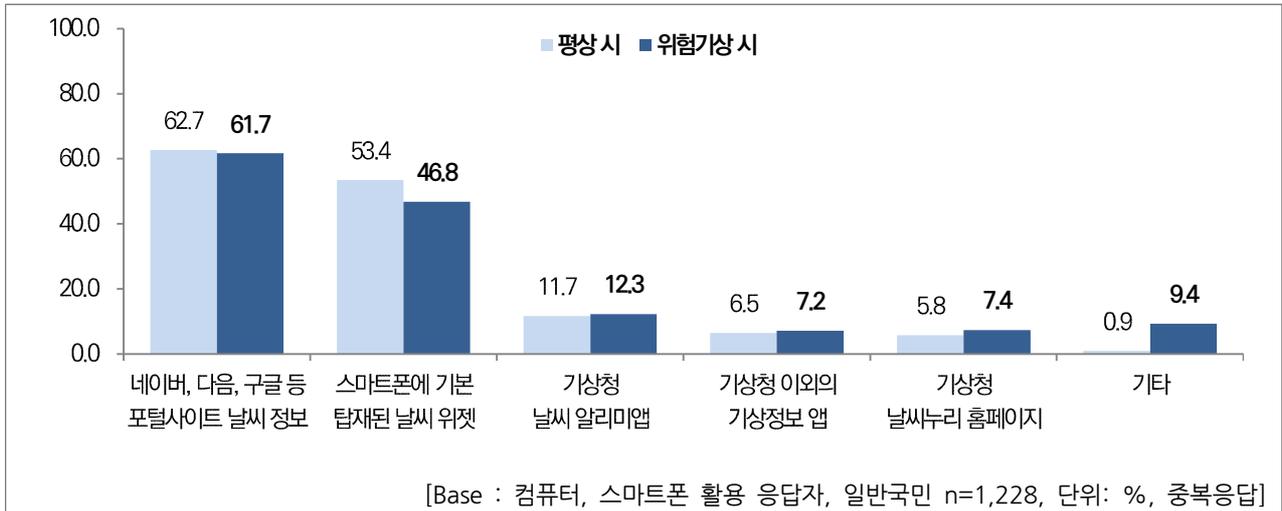
〈그림 2-24〉 위험기상 시 이용 기상서비스 (기상 관련 업무종사자)



5) 평상시 vs 위험기상 시 이용 기상서비스

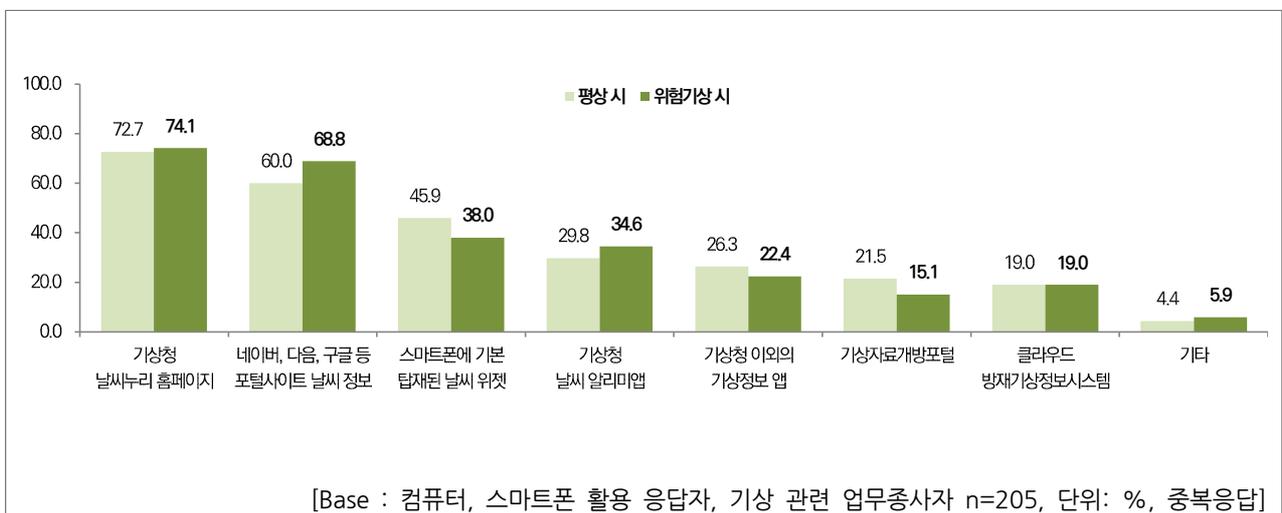
- 일반국민은 평상시와 위험기상 시 모두 ‘네이버, 다음, 구글 등 포털사이트 날씨 정보’를 활용한다는 응답이 가장 높았음. (1+2순위 기준)
- 위험기상 시 기상청 제공 서비스 이용률은 19.7%로 평상시(17.5%) 대비 2.2%p 상승한 것으로 분석됨.

〈그림 2-25〉 평상시 vs 위험기상 시 이용 기상서비스 (일반국민)



- 기상 관련 업무종사자는 평상시와 위험기상 시 모두 ‘기상청 날씨누리 홈페이지’를 활용한다는 응답이 가장 높았음. (1+2+3순위 종합 기준)
- 기상 관련 업무종사자는 평상시와 위험기상 시 기상청 제공 서비스 이용률이 유사한 것으로 분석됨.

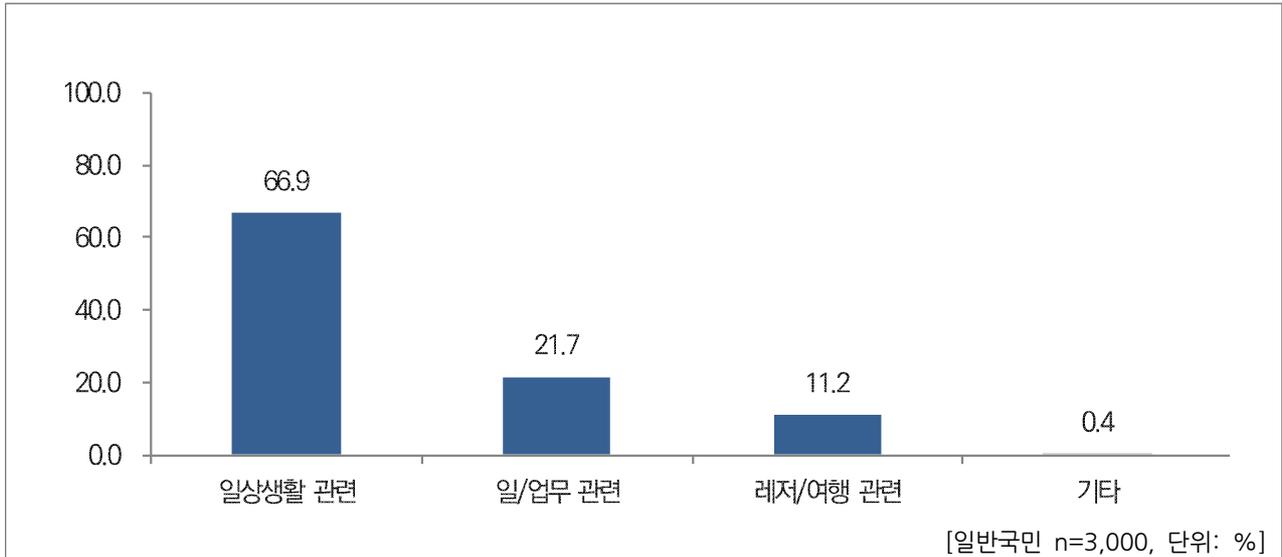
〈그림 2-26〉 평상시 vs 위험기상 시 이용 기상서비스 (기상 관련 업무종사자)



12. 기상서비스 이용 목적

- 일반국민의 기상서비스 주 이용 목적으로는 ‘일상생활 관련’(66.9%) 목적이 가장 높았으며, 다음으로 ‘일/업무 관련’(21.7%), ‘레저/여행 관련’(11.2%) 등의 순으로 조사됨.

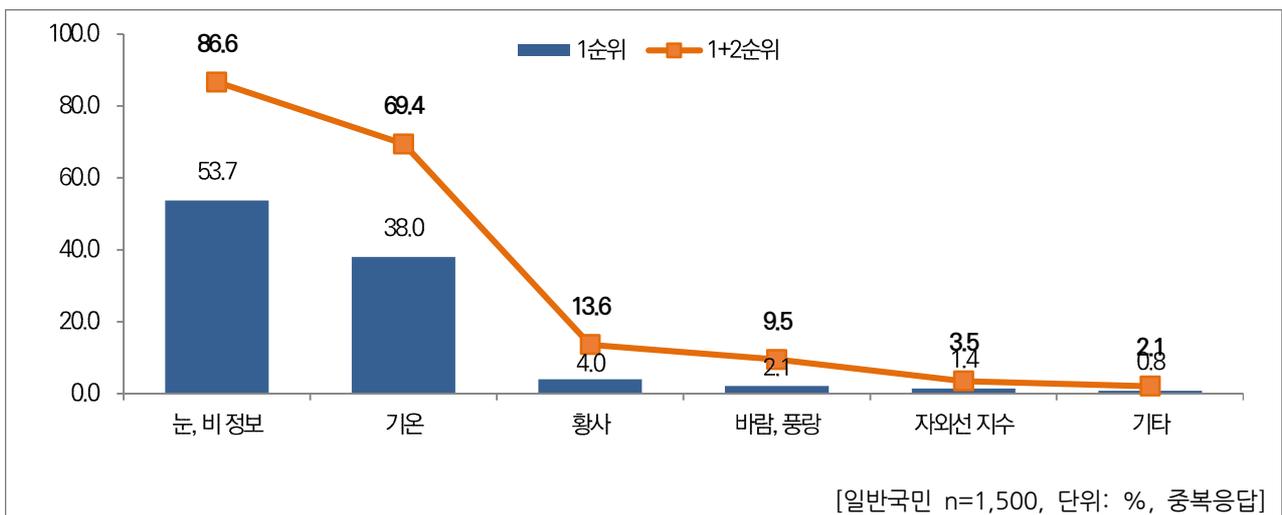
<그림 2-27> 기상서비스 이용 목적



13. 기상서비스 주 활용 정보

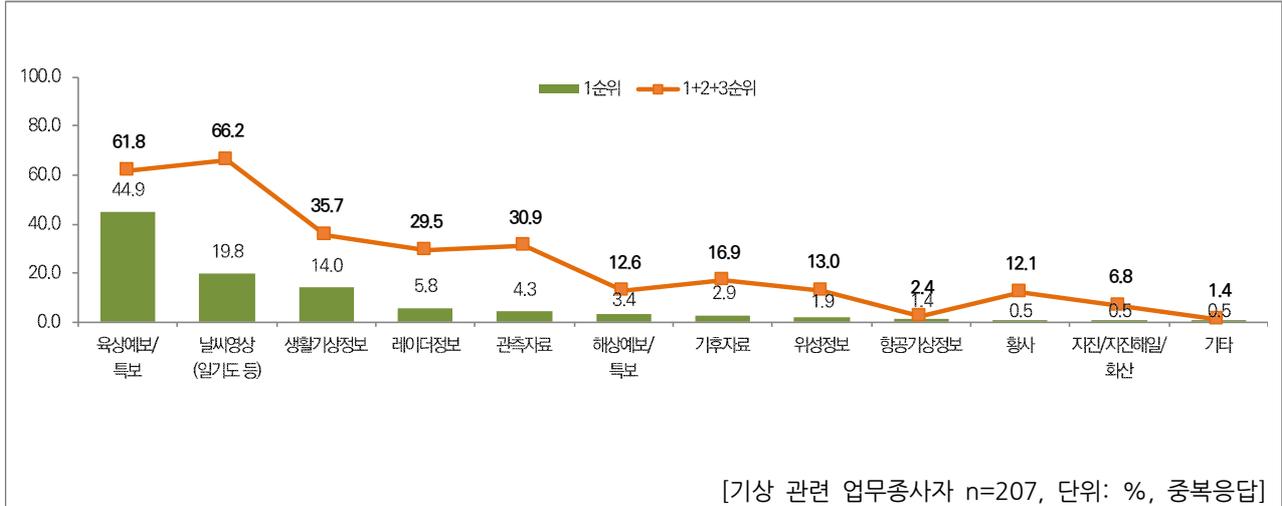
- 일반국민의 기상서비스 주 활용 정보로는 ‘눈, 비 정보’라는 응답이 53.7%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘기온’(38.0%), ‘황사’(4.0%) 등의 순으로 나타남. (1순위 기준)

<그림 2-28> 기상서비스 주 활용 정보 (일반국민)



- 기상 관련 업무종사자의 기상서비스 주 활용 정보로는 '육상예보/특보'라는 응답이 44.9%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '날씨영상'(19.8%), '생활기상정보'(14.0%) 등의 순으로 나타남. (1순위 기준)

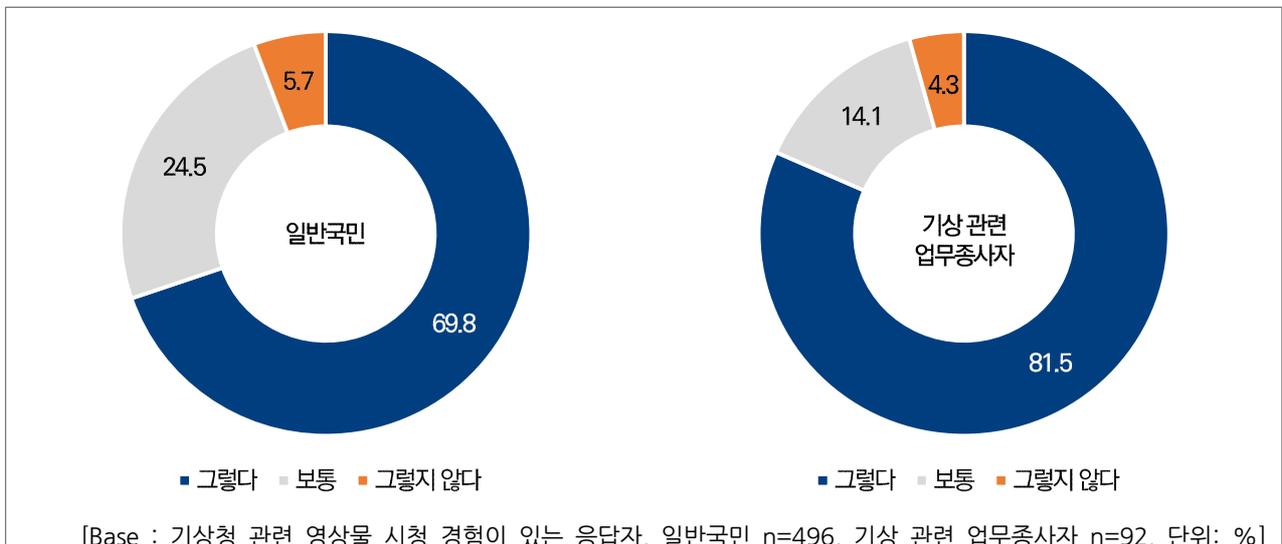
〈그림 2-29〉 기상서비스 주 활용 정보 (기상 관련 업무종사자)



14. 기상청 관련 영상물 시청 경험 및 인식 변화

- 지난해 말부터 TV에서 반영된 <웰컴투 삼달리>라는 드라마를 보거나 방송매체, 유튜브 등에서 기상청 관련 영상물을 시청한 경험이 '있다'는 응답이 일반국민의 경우 33.1%, 기상 관련 업무종사자의 경우 44.4%로 나타남.
- 2022년 <기상청 사람들> 인지도 일반국민 49.9%, 기상 관련 업무종사자 92.3% (인지자 중 한 회 이상 시청자 비율 - 일반국민 55.1%, 기상 관련 업무종사자 61.7%)
- 기상청 관련 영상물 시청 후 기상청이나 기상서비스에 대한 생각이 긍정적으로 변하였는지 질문한 결과 일반국민 69.8%, 기상 관련 업무종사자 81.5%가 변화가 있었다고 응답하였음.

〈그림 2-30〉 기상청 관련 영상물 시청 이후 인식 변화

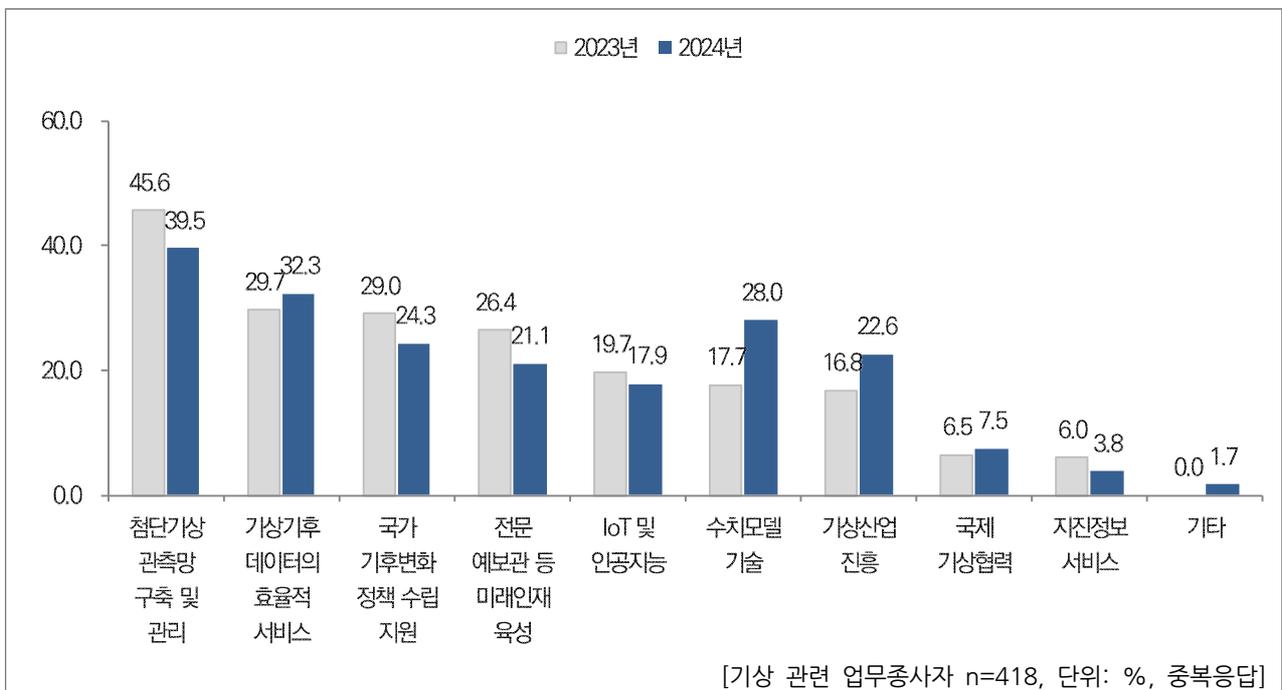


15. 기상정책 제언

1) 기상청의 예보서비스 외 중점 추진 분야

- 기상 관련 업무종사자의 기상청의 예보서비스 외 중점 추진 필요 분야로는 ‘첨단기상 관측망 구축 및 관리’라는 응답이 39.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘기상기후 데이터의 효율적 서비스’(32.3%), ‘수치모델기술’(28.0%), ‘국가 기후변화 정책 수립 지원’(24.3%) 등의 순으로 나타났음. (1+2순위 종합 기준)
- 2023년 조사 결과와 비교해보면 ‘기상기후 데이터의 효율적 서비스’, ‘수치모델기술’, ‘기상 산업 진흥’ 등에서 비율이 상승함.

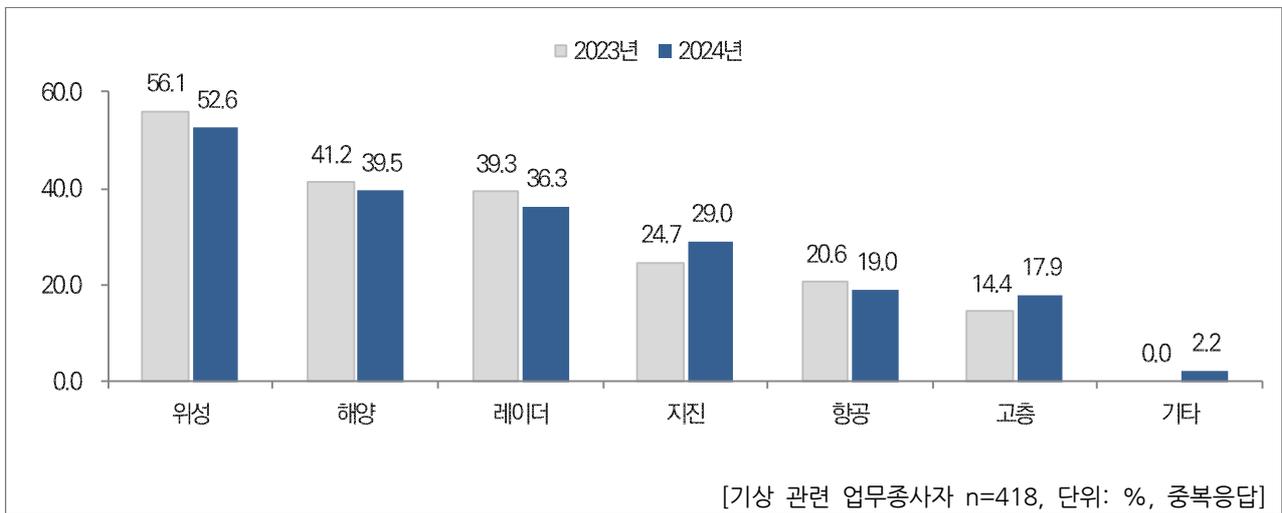
<그림 2-31> 예보서비스 외 중점 추진 분야



2) 지상 외 우선 강화 필요 분야

- 국민의 안전을 위해 지상 이외에 강화되어야 할 분야에 대해 기상 관련 업무종사자는 ‘위성’이라는 응답이 52.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘해양’(39.5%), ‘레이더’(36.3%), ‘지진’(29.0%), ‘항공’(19.0%), ‘고층’(17.9%) 등의 순으로 나타났음. (1+2순위 종합 기준)
- 2023년 조사 결과와 비교해보면 ‘지진’, ‘고층’ 응답 비율은 상승한 반면, ‘위성’, ‘레이더’는 하락하였음.

〈그림 2-32〉 지상 외 우선 강화 필요 분야



제2절. 정성조사 결과

1. 일반국민 좌담회

- 기상정보는 일상생활에 필수적일 뿐만 아니라, 언제든 쉽고 편리하게 찾아볼 수 있어서 하루에도 여러 번(습관적으로) 확인함.
- 날씨 민감 직업군에서는 2개 이상의 기상 앱을 이용하기도 함.
- 예보를 볼 때 그 정보를 100% 믿기보다 약간의 오차를 고려함.
- 날씨 변동성을 고려한다고 하면서도, '예보가 달라졌다 vs 예보가 틀렸다' 사이에서 판단이 흔들릴 때가 많음.
- 강수 확률에 관해서는 어느 정도여야 비가 오는지, 저마다 경험에 근거한 판단 기준을 가지고 있음.
- 날씨알리미 앱은 사용하기 쉽고 보기 편하게 되어 있어서 좋다는 의견이 많았지만, 별도로 설치해야 하는 것을 약점으로 지적함.
- 기상청 사람들이 등장하는 드라마와 예능을 시청하고 긍정적인 이미지를 갖게 되었다고 함.
- 기후변화가 지속되면, 산물이 모두 달라지고 2계절만 남게 될 거라는 예상이 지배적임.

2. 기상 관련 업무종사자 인터뷰

- 지난해 과학전문기자에 이어 2024년에는 라디오 기상리포터와 기상청 출입기자를 조사 대상에 포함함.
- 기상청은 그 어느 기관보다도 자료 제공이 잘되며, 소통과 업무 협조도 매우 만족스러움.
- 기상청 출입기자들의 특성상 취재 식 기사가 생산되기 쉬우므로, 기상청 평판에 다소 부정적인 영향을 끼치는 기사가 나올 수 있음.
- 날씨누리는 정보가 많아서 좋은데, 비전문가가 쓰기에는 구조가 복잡하다는 의견이 있음.
- 전문가나 유관 기관 종사자들은 일반 국민 그룹보다 기상예보의 정확도를 더 높게 평가함. 전문가들은 일반 국민의 기상정보 이해도가 낮기 때문에 예보 정확도도 낮게 평가한다고 생각함.
- 기상청 홍보와 관련해서는 몇 년 전에 방송된 드라마나 예능 프로그램이 여전히 긍정적으로 언급됨. 일반 국민 그룹과 마찬가지로 친근하고 재미있는 미디어 콘텐츠가 대 국민 소통에 효과적이라고 생각함.
- 기후변화, 기후위기와 관련해 기상청에서 사람들의 관심을 촉구하고 시야를 좀 더 확장할 수 있도록 다양한 정보를 제공해 주기를 기대함.
- 기후위기 대응에는 타 기관들과의 협력이 필수적이므로, 그를 위한 안정적이고 지속적인 협업 구조가 구축되기를 기대함.

2024년 기상업무 국민만족도 조사 결과(요약)보고서

발 행 처 | 기상청

발 행 일 | 2024. 12.

조 사 기 관 | (주)현대알앤씨