

2024년 4분기 소비자 물가감시 리포트



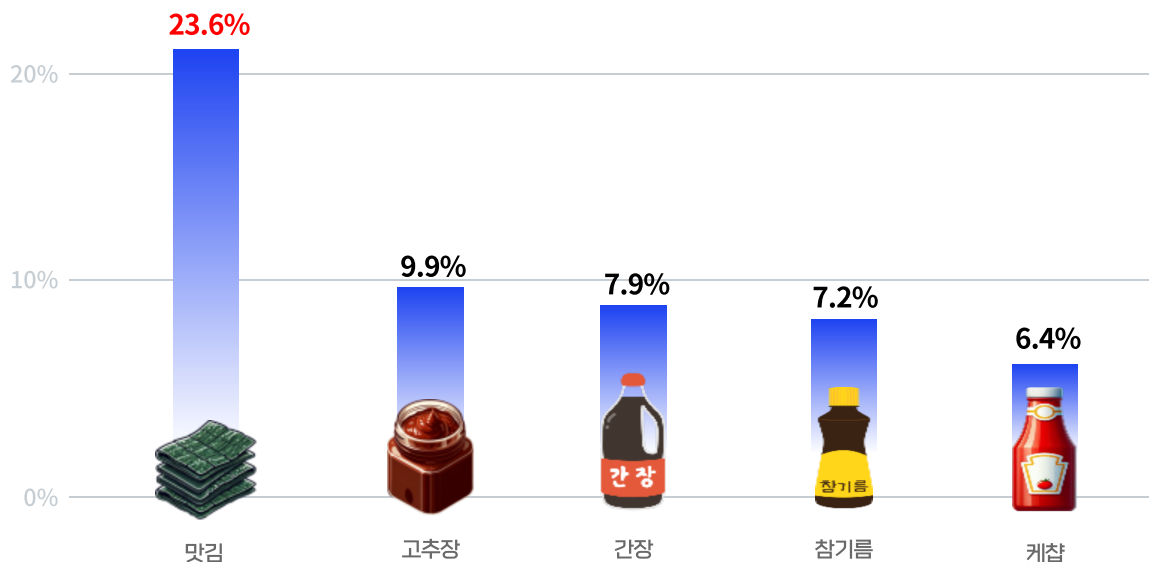
한국소비자단체협의회
Korea National Council of Consumer Organizations

1. 2024년 4분기 생활필수품 가격조사 결과

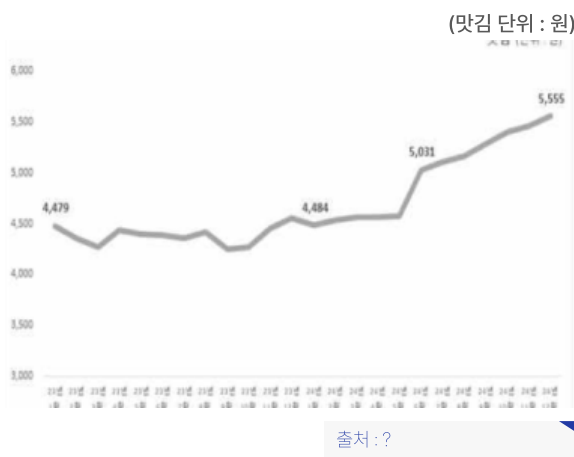
1 24년 4분기 전년 동기 대비 생활필수품 평균 1.1% 상승, 19개 상승 품목의 평균 상승률은 4.1%

본 협의회에서 정기적으로 조사하고 있는 생활필수품 39개의 24년 4분기 가격 분석 결과 19개 품목이 상승하여 전년 동기 대비 평균 1.1% 상승한 것으로 나타났다. 상승한 19개 품목의 평균 상승률은 4.1%다. 그중 가격 상승률이 높은 5개 품목은 맛김(23.6%), 고추장(9.9%), 간장(7.9%), 참기름(7.2%), 케찹(6.4%) 순이다. 한편, 하락률이 높은 5개 품목은 햄(-6.9%), 식용유(-5.5%), 두루마리화장지(-4.1%), 밀가루(-3.4%), 소주(-3.4%) 순이었다.

<표 1-1. 전년 동기 대비 가격상승률 상위 5개 품목>



<표1-2. 2023년~2024년 맛김 가격 변동>



가장 큰 폭으로 상승한 맛김은 전년 동기 대비 23.6% 올랐으며 가격 변동 현황을 보면 2023년 1월 평균 4,479원에서 24년 상반기까지는 큰 변화가 없었으나 올해 6월 평균 5,031원으로 급등한 후 지속적으로 상승하여 12월에는 평균 5,555원으로 나타났다. 맛김 가격이 급등한 주원인은 알려진 바와 같이 주원재료인 김 원초 가격이 기후위기 등의 이유로 폭등한 것으로서, 본 협의회 원재료가 분석에 의하면 24년 3월 김 원재료가 급등한 후 아직까지 상승세로 나타났다.

향후 김원재료가와 관련하여 수산업관측센터는 2024년 12월 산지 김 생산량은 전년 동월 대비 증가하고 산지 가격도 전월대비 하락하기 시작한 것으로 조사되었고 2025년 생산량도 예년에 비해 증가할 것으로 예측하고 있어 맛김 가격 상승세가 둔화될 것으로 보인다.

한편 커피믹스는 전년 대비 2.7% 가격이 올랐다. 이는 국내 커피믹스 시장점유율 1위인 동서식품이 2024년 10월 인스턴트커피와 커피믹스 등의 제품 가격을 평균 8.9% 인상한 영향인 것으로 보인다. 동서식품은 2022년 1월 이후 2년 만에 가격을 인상했다. 업체는 가격 인상에 대한 주요 원인을 커피 원두와 설탕, 야자유 등 주재료의 가격 상승과 원·달러 환율 상승을 들었다. 실제 커피 원두는 전 세계 이상기후로 인해 생산량이 감소되어 국제 원두 가격이 높은 수준으로 지속되고 있다. 식품산업통계정보에 따르면 인스턴트 커피, 커피 음료 제조 등에 쓰이는 로부스터 원두 가격이 2023년 대비 2024년 평균가 2,492달러에서 4,168달러로 67.2% 급등, 아직까지도 원재료가 하락이 이루어지지 않고 있다. 이같은 현상은 2025년 연초부터 프랜차이즈 커피 시장의 가격 인상으로 이어질 수 있어 원두 가격 안정을 위한 대책 마련이 시급해 보인다.

2 전년 동기 대비 상승률 10위 제품, 평균 상승률 11.4%

전년 동기 대비 가격 상승률 10위 제품은 총 11개 제품으로 '양반 좋은 원초에 그옥하고 향긋한 들기름김&올리브김(동원F&B)'이 28.7%로 가격 상승률이 가장 높았으며, 그 뒤로는 '들기름을 섞어 바삭바삭 고소하게 구워낸 파래김(풀무원)' 19.2%, '해찬들 100% 우리쌀 태양초 고추장(CJ제일제당)' 14.1%, '퍼실파워젤(헨켈홈케어코리아)' 12.1%로 조사되었다.

<표 1-3. 전년 동기 대비 상승률 10위 제품>

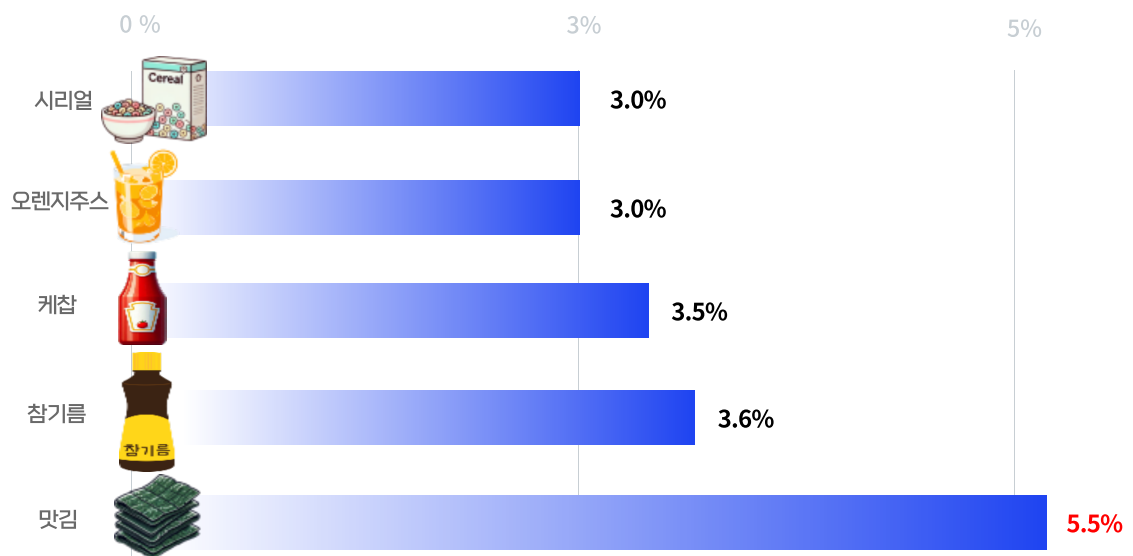
제조회사	제품명	상승률
동원F&B	양반 좋은 원초에 그옥하고 향긋한 들기름김&올리브 김	28.7%
풀무원	들기름을 섞어 바삭바삭 고소하게 구워낸 파래김	19.2%
CJ제일제당	해찬들 100% 우리쌀 태양초 고추장	14.1%
헨켈홈케어코리아	퍼실파워젤(액체,드럼/일반 겸용)	12.1%
샘표식품	양조간장 501	8.8%
유한킴벌리	화이트 슈퍼흡수 중형	8.4%
CJ제일제당	백설 고소함 가득 참기름	7.3%
오뚜기	고소한 참기름	7.1%
샘표식품	진간장 금F3	6.9%
오뚜기	토마토 케찹	6.4%
대상	청정원 순창 100% 현미 태양초 찰고추장	6.4%

상위 11개 제품 대부분 2024년 2분기 이후 각 제조사들이 가격을 인상한 제품들이었다. 이 중 참기름 제품은 원재료 가격상승으로 인해 CJ제일제당과 오뚜기에서 2024년에 10% 이상 가격을 올린 제품들이다. 그러나 최근 참깨 원재료 가격이 하락하고 있어 참기름 가격 인하 여부를 지켜볼 필요가 있어 보인다. 한편 유한킴벌리의 생리대는 지난 분기부터 가격 상승률이 높은 제품으로 꼽히고 있다. 생리대는 주 원재료가 펄프로 해외 수입 의존도가 매우 높은 제품이다. 주 원재료인 국제 펄프 가격의 변동성이 크고 현재 고환율로 인해 원재료가 상승이 커질 것으로 보여 본 협의회에서는 관련 제품들의 소비자가 추이에 대해 예의 주시하고 있다.

3 전분기 대비 24년 4분기 상승률 1위 맛김(5.5%), 참기름(3.6%), 케찹(3.5%) 순

24년 3분기 대비 4분기의 가격 변동을 살펴보면 25개 품목이 상승하였고 12개 품목은 하락했다. 상승한 품목의 평균 상승률은 1.6%로 나타났다. 상승률 상위 5개 품목은 맛김(5.5%), 참기름(3.6%), 케찹(3.5%), 오렌지주스(3.0%), 시리얼(3.0%) 순이다. 시리얼은 최근 시리얼 시장 점유율이 높은 동서식품과 농심 켈로그의 가격 인상으로 인한 영향으로 보인다. 즉 동서식품은 지난 11월 포스트 콘푸라이트 가격을 11.1% 인상하였고, 농심 켈로그는 12월 콘푸로스트의 가격을 약 5.4% 인상하였다. 오렌지주스는 주 원재료인 오렌지 원액과 과당 가격의 상승세가 2024년 하반기 부터 이어지고 있다.

<표 1-4. 24년 3분기 대비 4분기 상승률 상위 5개 품목>



4 2025년 물가 불안 요인 많아, 정부의 소비자물가 안정을 위한 체계적 대책 마련 시급

2024년 4분기 생활필수품 가격조사 결과, 전년 동기 대비 평균 1.1% 상승했고 37개 품목 중 19개 품목의 가격이 상승했다. 특히 맛김(23.6%), 고추장(9.9%), 간장(7.9%), 참기름(7.2%)의 가격 상승세가 눈에 띄게 증가하였다.

2024년 가격 상승률이 높았던 제품들 대부분이 이상 기후로 인한 원재료 가격 불안이 큰 원인으로 작용하였다. 이 같은 현상은 비단 2024년에만 나타난 현상은 아니다. 본 협의회는 원재료 추이 분석 결과 2022년부터 밀, 대두의 가격 급등에 이어 원당, 원두, 카카오, 김 등의 가격 급등이 연이어 이어지며 식품 가격이 안정화되지 못하고 있는 것으로 나타났다. 이에 정부 차원의 중장기적 대책 마련을 촉구하였으나 아직까지 명확한 방안이 보이지 않고 있어 신속히 대책 마련을 해야 할 것이다.

연초부터 급격한 환율 상승 등으로 인해 식품을 포함한 생필품 가격 인상 우려가 커지고 있다. 또한 경기침체로 인해 국내 소비 시장이 얼어붙은 상황 속에 소비자의 경제적 부담이 가중될 것으로 예측되고 있다. 한국소비자단체협의회(회장 남인숙) 물가감시센터는 2025년에도 적극적으로 활동하여 소비자물가 안정과 소비자의 합리적 소비 활동을 위한 소비자 정보 제공 및 소비자 권익 증진을 위하여 더욱 노력할 것이다.

2. 2024년 생활필수품 가격 동향

본 협의회에서 매월 정기적으로 조사하는 생활필수품 37개 품목 중 연평균 가격이 전년 대비 상승한 품목은 24개 품목이다. 상승률이 가장 큰 품목은 '맛김'으로 전년 대비 13.8% 상승하였고, 설탕 11.5%, 고추장 9.6% 순으로 조사되었다. 생활용품 중 상승률이 높은 품목은 기저귀 5.3%, 생리대 4.9%가 있었다.

<표 2-1. 2023년 대비 2024년 생활필수품 중 가격 상승 품목>

품목	기준용량	품목별 연평균 가격		
		2023년 (원)	2024년 (원)	등락률
맛김	5g * 9봉	4,383	4,990	▲ 13.8%
설탕	1kg	2,520	2,810	▲ 11.5%
고추장	1kg	14,276	15,643	▲ 9.6%
케찹	500g	3,117	3,311	▲ 6.2%
아이스크림	160ml	1,217	1,290	▲ 6.0%
기저귀	40개입	28,239	29,744	▲ 5.3%
된장	1kg	7,839	8,226	▲ 4.9%
생리대	18개입	6,189	6,492	▲ 4.9%
참기름	320ml	9,260	9,708	▲ 4.8%
맥주	355ml (캔)	1,663	1,741	▲ 4.7%
간장	1.7L	10,439	10,900	▲ 4.4%
우유	1L	3,209	3,348	▲ 4.3%
참치	100g	2,211	2,272	▲ 2.8%
맛살	300g	2,817	2,879	▲ 2.2%
커피믹스	180개입	26,610	27,194	▲ 2.2%
달걀	1판 (30개)	7,309	7,460	▲ 2.1%
세탁세제	3kg	9,387	9,577	▲ 2.0%
마요네즈	500g	5,824	5,915	▲ 1.6%
어묵	300g	2,688	2,730	▲ 1.6%
껌	90g (원통)	4,388	4,460	▲ 1.6%
쌈장	170g	1,718	1,741	▲ 1.3%
생수	2L	1,032	1,039	▲ 0.7%
과자(파이)	468g (12개입)	4,503	4,528	▲ 0.6%
사이다	1.5L	2,920	2,929	▲ 0.3%

2023년 대비 2024년의 연평균 가격이 하락한 제품은 총 13개 품목이다. 하락률이 큰 품목은 햄 8.0%, 식용유 4.8%, 냉동만두 3.5% 순으로 조사되었다. 이들 품목 중 밀가루, 식용유는 2023년 가격이 큰 폭으로 상승한 품목이다. 가격이 하락한 제품들은 제조업체에서 가격을 인하한 제품이라기 보다 유통업체의 다양한 할인 마케팅에 의해 가격이 하락한 것으로 보인다.

<표 2-2. 2023년 대비 2024년 생활필수품 중 가격 하락 품목>

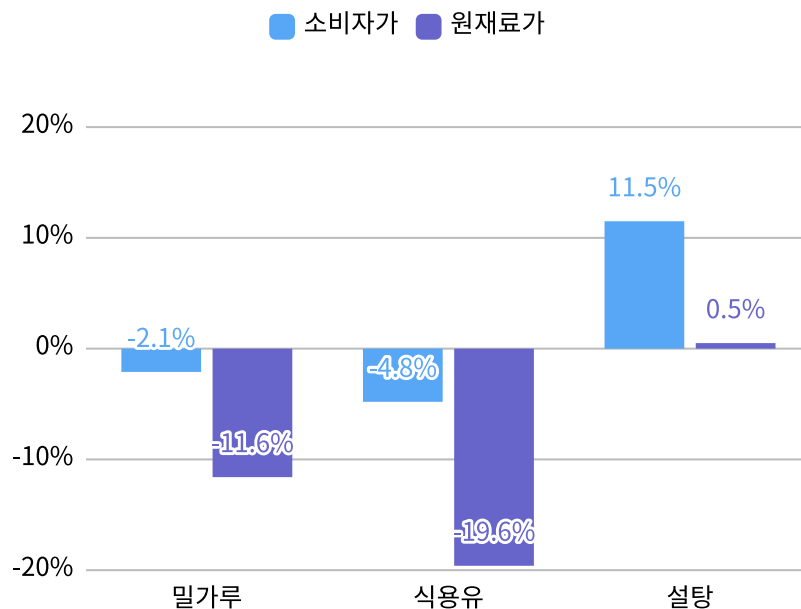
품목	기준용량	품목별 연평균 가격		
		2023년 (원)	2024년 (원)	등락률
햄	340g	6,598	6,067	▼ 8.0%
식용유	1.8L	8,948	8,518	▼ 4.8%
냉동만두	1,000g	10,320	9,956	▼ 3.5%
두루마리화장지	24롤 * 35m	25,843	25,162	▼ 2.6%
분유	800g (캔)	28,903	28,270	▼ 2.2%
과자(스낵)	90g	1,272	1,245	▼ 2.1%
밀가루	1kg	2,112	2,068	▼ 2.1%
라면	개당 120g (5개봉지)	3,897	3,817	▼ 2.1%
콜라	1.5L	3,015	2,971	▼ 1.5%
소주	360ml	1,509	1,486	▼ 1.5%
즉석밥	210g	1,612	1,589	▼ 1.4%
두부	300g	3,001	2,961	▼ 1.3%
시리얼	600g	5,982	5,951	▼ 0.5%

3. 2024년 주요 원재료 가격 추이

가공식품 중 기초 식재료라 할 수 있는 밀가루, 식용유는 2022년부터 원재료가의 급등으로 인해 가격이 큰 폭으로 상승했고, 설탕 역시 2023년부터 상승했다. 이들의 주요 원재료 가격변동을 살펴보면, 밀가루와 식용유의 원재료인 밀(소맥)과 대두유의 가격은 점차 하락한 반면 설탕의 원재료인 원당 가격은 아직까지 상승세로 나타나고 있다.

이들 품목의 주 원재료가와 소비자가를 전년 대비 등락률로 보면 <표 3-1>과 같다. 2023년 대비 2024년의 밀가루 소비자가는 약 2.1% 하락하였지만 밀가루의 주요 원재료인 소맥은 전년 대비 11.6%나 가격이 떨어져 2021년 하반기 가격 수준으로 떨어진 것을 확인할 수 있었다. 출고가도 점차 하락하여 2024년 3분기까지 전년 대비 약 6% 이상 하락한 것에 비해 소비자가는 하락률이 낮은 것으로 조사되었다.

<표 3-1. 2023년 대비 2024년 주요 원재료 및 소비자가격 등락률>



식용유(콩기름) 역시 대두 및 대두유 가격의 급등으로 2022년 큰 폭으로 가격이 상승한 제품 중 하나이나 원재료인 대두유 가격이 점차 하락하고 있는 추세이다. 식용유(콩기름)의 전년 대비 2024년 소비자가는 평균 4.8% 하락한 것에 비해 주 원재료인 대두유는 전년 대비 약 19.6% 큰 폭으로 하락한 것으로 조사되었다. 식용유(콩기름)의 평균 출고기도 2023년 들어서며 매 분기별 하락하여 2024년 3분기까지 전년 대비 평균 약 16% 이상 하락한 것으로 나타났다. 이들 두 품목 모두 출고가와 원재료가의 하락률에 비해 소비자가의 하락률은 낮은 것으로 나타나 소비자가가 보다 더 낮아져야 할 것이다.

설탕의 주 원재료인 원당 가격은 2022년부터 지속적으로 상승세로 나타나고 있는 원재료 중 하나이다. 또한 관련 기관에서도 원당은 이상 기후 현상으로 인한 생산량 감소와 글로벌 수요 증가 등의 복합적 요인으로 아직까지 가격이 안정화되지 못하고 있다고 한다. 반면 설탕의 원재료인 원당의 수입가격 상승률은 전년 대비 약 0.5%만 인상된 것으로 나타났다.

이상과 같이 기초 식재료의 주 원재료들은 수입 원재료에 의존하고 있는 식품들이 대부분이다. 2025년 역시 기후변화로 인한 주요 곡물 생산량이 불안한 상황이며 환율과 유가의 상승세로 소비자물가가 높아질 것이라는 우려가 점차 커지고 있다. 비용 상승의 압박이 커져 제조업체 및 유통업체 역시 가격을 올려야 할 이유가 많아지겠지만 경기가 불안한 현 상황에서 소비자에 비용 부담을 전가한다면 가뜰이나 위축된 소비심리가 더 낮아져 악순환으로 이어질 가능성이 커질 것이다. 따라서 업체들은 장기적 관점을 갖고 가격 결정을 해야 할 것이며 앞서 살펴본 바와 같이 소비자가격을 낮출 수 있는 요인이 발생했을 때는 가격 인상 때와 마찬가지로 발빠르게 소비자에게 적용, 소비시장 내 가격 안정을 도모해야 할 것이다.

4. 2024년 편의점 소비자물가 이슈

손쉽게 접근 가능한 거리에 위치하며, 소비자가 자주 이용하는 오프라인 유통업체로 자리잡은 편의점은 필요한 생필품을 소량씩 구매할 수 있는 이점이 있지만, 가격변동에 민감하지 않는 측면도 있다.

2024년 4분기부터 원부재료 및 인건비, 물류비 등의 인상을 이유로 주요 식품업체 및 제조업체들이 편의점에서 판매하는 제품가격을 연이어 인상하고 있다. 편의점의 2024년 4분기 가격변동을 살펴보면, 동서식품 TOP 커피가 2,400원에서 2,800원으로 16.7% 인상, 동서식품 스타벅스 커피(270ml)가 2,600원에서 2,800원으로 7.7% 인상되었다. 제과가격도 큰 폭으로 인상되었다. 오리온 초코송이는 편의점 기준 1000원에서 1200원으로, 비초비는 3000원에서 3600원으로 20%씩 올랐다. 해태제과의 홈런볼, 포키도 각각 11.8% 올랐으며, 동서식품 오레오도 10% 올랐다. 뿐만 아니라, 농심의 백산수(500ml)도 5.2% 올랐으며, 수입맥주, 휴지 등의 가격도 올랐다.

다만, 편의점은 1+1 행사를 하고 있는 제품군이 전체의 20% 내외를 차지할 만큼 연중무휴 할인 및 증정 행사가 이루어진다. 할인내용도 점점 다양해져 기존의 2+1, 1+1 뿐 아니라 2+2, 3개 이상 구매시 40% 할인 등 여러 가지 할인 마케팅을 제공하고 있다.

그러나 이러한 마케팅은 소비자에게 예상보다 더 많은 소비를 하게 하는 효과를 준다. 한 예로 어떤 제품의 경우, 10월에는 2+2 행사를 진행하다가, 11월에는 다다익선(3개 이상 구매시 40% 할인, 5개 이상 구매시 50% 할인, 7개 이상 구매시 70% 할인 등)이벤트를 제공하여 소비자가 할인을 받기 위해서는 점점 더 많은 제품을 구매해야 한다. 지난 달까지는 1+1 이벤트를 제공했는데, 이번달에는 2+1로 변경되는 경우도 마찬가지이다.

연초부터 커피, 치킨, 화장품, 식품 등 가격 인상이 줄을 잇고 있는데, 편의점에서 소비자들 사이에서 식사로 구매하는 주요 제품의 물가 역시 오를 것으로 보인다. 다음 달부터 오투기가 편의점의 대표 품목인, 컵밥, 컵국 등의 가격을 최대 20% 인상할 것이기 때문이다. 이미 햇반 컵밥의 경우는 24년 8월에 제품 리뉴얼을 동반한 가격 인상을 평균 14.2% 한 바 있다. 최근 높아진 외식비용으로 식당 대신 비교적 저렴한 한끼를 먹을 수 있는 편의점을 이용하는 소비자들이 더 늘고 있는데, 이러한 가격 인상은 주머니가 가벼워진 소비자에게 큰 부담으로 다가올 것이다.

제조업체와 유통업체는 소비자들을 현혹하기 위한 할인 행사를 진행하는 것이 아닌 정확한 할인율을 제공하여 소비자들이 제품의 본질에 더 집중할 수 있도록 해야한다. 정부 역시 물가 안정방안 마련시, 대형마트와 전통시장 뿐 아니라 편의점의 역할도 적극 고려한다면 소비자의 체감 물가에 한 발 더 나아가는 정책이 될 것이다.

5. 온라인쇼핑물 내 단위가격 표시

단위가격 표시는 중량이나 길이 단위 등으로 상품의 가격을 표시하는 것이다. 우리나라는 단위가격 표시제를 1999년부터 오프라인 내 대규모 매장을 중심으로 시행하고 있다. 이후 시장의 변화와 가격 인상 꿈수 마케팅이 이슈화되며 2023년 관련 법률을 개정하여 2025년 11월부터 대규모 온라인쇼핑물에서도 단위가격을 표시할 예정이고 표시 품목도 총 84개 품목에서 114개 품목으로 확대하여 실시할 예정이다.

본 협의회에서는 온라인쇼핑물 내 단위가격 표시를 모니터링하여 향후 온라인쇼핑물 내 단위가격 표시제가 본격적으로 실시될 때 발생할 수 있는 문제를 예측하여 개선 방안을 제시하려고 한다. 온라인쇼핑물 내 단위가격 표시 모니터링은 2024년 12월 1일 ~ 7일까지 쿠팡, 네이버쇼핑, G마켓, 이마트몰, 홈플러스몰 및 가공식품 제조업체가 직접 운영하는 쇼핑물(이하 자사몰)인 CJ 더 마켓, 오뚜기몰, 동원몰의 가격표시 현황을 조사하였다. 가격 표시를 확인한 품목은 햄, 즉석밥, 라면 등 가공식품 및 생활·위생용품 총 11개 품목, 27개 제품으로 조사하였다.

1 온라인쇼핑물의 단위가격 표시 현황

조사대상 온라인쇼핑물 중 쿠팡, 이마트몰, 홈플러스몰에서는 플랫폼이 직접 판매·배송해 주는 방법인 로켓배송, 로켓프레시, 쓱배송, 마트직송 같은 판매유형에서 단위가격을 표시하고 있었다. 그러나 그 외 입점하고 있는 개별 판매자들은 단위가격을 표시하고 있지 않았다. 네이버쇼핑, G마켓 등 직접 판매 방법이 없는 온라인쇼핑물도 일부 개별 판매자들이 단위가격 표시를 한 경우를 제외하고는 단위가격 표시를 하고 있지 않았다.

2 잘못된 단위가격 표시 문제

✓ (1) 제품별 표시단위가 잘못된 단위가격 표시

“표시단위”는 단위가격을 표시할 때 각 품목별로 중량, 용적 단위 등의 기준이라 할 수 있는 것으로 「가격표시제 실시요령」에서는 단위가격 표시 대상 각 품목들의 표시단위를 정해 놓고 있다. 단위가격을 표시하고 있는 온라인쇼핑물 대부분은 법적으로 정해져 있는 표시단위를 잘 지키고 있었다. 그러나 라면의 경우 「가격표시제 실시요령」의 표시단위가 “100g”인데 반해 대부분의 온라인쇼핑물에서는 라면의 날개 “1개” 기준으로 단위가격을 표시하고 있었다. 더욱이 대형마트 등의 오프라인 매장에서 라면을 날개 개수로 단위가격을 표시하고 있어 용량이 다른 라면 가격을 비교할 때 왜곡된 가격 정보를 제공하고 있었다.

예를 들어 사례 1과 사례 2는 각각 120g, 140g 용량의 라면으로 각각 표시된 단위가격은 731원, 1,020원이나 「가격표시제 실시요령」의 표시단위 기준으로 단위가격을 계산해 보면 각각 609원, 729원인 것을 확인할 수 있었다. 또한 사례 3은 「가격표시제 실시요령」에서의 표시단위가 “10m”이나 쇼핑물에서는 “1m”로 하고 있는 사례이다.

더욱이 해당 사례가 있는 쇼핑몰에서는 화장지(롤)의 표시단위를 “1m”와 “10m”를 혼재하여 사용하고 있어 소비자가 표시단위까지 확인하지 않을 경우 잘못된 가격정보를 이용할 수 있는 상황이었다. 마지막 사례 4는 「가격표시제 실시요령」에서 정해져 있는 표시단위 “개”를 포장단위 “개”로 이용, 잘못된 단위가격을 제시하고 있는 사례이다. 사례 4와 같이 포장단위로 표시단위를 이용할 경우 포장된 개수에 따라 달라지는 가격을 정확히 비교할 수 없게 된다.

<표 5-1. 잘못된 표시단위를 이용한 단위가격 표시 사례>

날개 ‘1개’를 표시단위로 이용한 라면 사례 1

날개 ‘1개’를 표시단위로 이용한 라면 사례 2

1m로 표시단위로 이용한 화장지(롤) 사례 3

포장제품 1개를 표시단위로 이용한 생리대 사례 4

✓ (2) 계산이 잘못된 단위가격 표시

온라인쇼핑몰의 가격표시 모니터링 결과 일부 단위가격 표시의 경우 단위가격이 잘못 계산되어 표시한 사례가 있었다. 소비자가 구매 선택을 할 때 가격 정보가 선택에 큰 영향을 미치므로 판매자들은 정확한 가격 정보를 제공해야 할 것이다.

<표 5-2. 계산이 잘못된 단위가격 표시 사례>

단위가격의 오차 큰 사례 1

단위가격의 오차 큰 사례 2

사례 1은 쇼핑몰 내 표시된 단위가격은 364원이었으나 실제 단위가격을 계산²⁾했을 때 121원이었으며 사례 2는 표시된 단위가격은 388원이나 실제 단위가격은 129원인 경우이다. 이외에도 단위가격에 판매가격을 그대로 표시한 사례도 있었다.

3 제품의 용량과 단위가격 분석

제품의 판매용량 혹은 구매용량과 가격과의 관련된 현상으로 '수량할인'과 '수량할증'이 있다. '수량할인'은 용량이 더 큰 제품의 단위가격이 더 저렴한 것을 의미하고 '수량할증'은 용량이 더 큰 제품이 오히려 더 비싼 경우를 말한다. 제품의 용량과 가격과 관련하여 대부분의 소비자들은 용량이 큰 제품이나 대용량으로 구매할 경우 비용이 더 적게 들어 더 저렴한 가격에 구매할 수 있다는 기대를 한다. 수량할증과 같은 경우 소비자는 꿈수 가격 인상이나 심지어 소비자기만이라고 생각하기도 한다. 본 협의회에서도 수량할증 현상에 대해 조사·분석한 결과 일부 제품에서 수량할증 사례가 있었다.

<표 5-3. 네이버쇼핑(공식물 중심)의 수량할증 사례>

제품명	제조회사	용량	총 판매개수	판매가격	단위가격 (표시단위)
비비고 왕교자	CJ제일제당	455g	4개	18,900원	1,038원 (100g)
			2개	8,980원	987원 (100g)
오뚜기 맛있는 밥 (흰밥)	오뚜기	200g	10개	14,580원	729원 (100g)
			6개	8,180원	682원 (100g)
짜파게티	농심	140g	30개	27,390원	652원 (100g)
			20개	17,820원	636원 (100g)
아이시스 8.0	롯데칠성음료	2,000ml	18개	18,600원	52원 (100ml)
			12개	11,200원	47원 (100ml)
좋은느낌 오리지널 울트라슬림 중형	유한킴벌리	36p	4개	34,000원	236원 (1개)
			3개	18,900원	175원 (1개)
쏘피 바디피트 볼록맞춤 (날개형 중형)	LG유니참	16p	5개	16,900원	211원 (1개)
			4개	15,900원	248원 (1개)
			3개	9,900원	206원 (1개)
제주 삼다수	제주특별자치도 개발공사	2,000ml	24개	25,920원	54원 (100ml)
			18개	19,440원	54원 (100ml)
			12개	12,960원	54원 (100ml)
동원 참치 라이트 스탠다드	동원F&B	85g	30개	49,800원	195원 (10g)
			20개	33,200원	195원 (10g)
			12개	19,900원	195원 (10g)
			10개	16,560원	195원 (10g)

2) 단위가격의 계산 방법은 { 판매가격 ÷ (총 판매량) } × (표시단위)으로 사례 1은 { 14,570(원) ÷ (200g × 6개) } × 10g = 121원, 사례 2는 { 7,750(원) ÷ (200g × 3개) } × 10g = 129원이다.

네이버쇼핑 내 제조업체의 공식몰에서 판매하는 제품들을 조사한 결과 CJ제일제당의 공식몰에서 '비비고 왕교자'(455g), 오투기의 공식몰에서는 오투기 맛있는 밥(흰밥, 200g)에서 수량할증 현상을 확인하였고 농심몰, 칠성몰 등에서도 수량할증 사례를 <표 5-3>과 같이 확인하였다. 한편 <표 5-3>의 제주삼다수와 동원 참치 라이트 스탠다드와 같이 판매량과 관계없이 단위가격이 동일하여 수량할인 현상이 없는 경우도 많았다.

본 협회회의 조사와 같이 단위가격 의무 표시제 이전부터 일부 온라인쇼핑몰에서 자율적으로 단위가격을 표시하고 있어 소비자들에게 유용한 가격 정보를 제공하고 있었다. 그러나 잘못된 가격 정보는 오히려 소비자에게 왜곡된 정보를 주어 피해를 줄 수 있으며 해당 쇼핑몰은 신뢰를 잃을 수 있다. 따라서 단위가격 표시를 하는데 있어 보다 정확한 정보 제공을 할 수 있는 시스템이 구축되어야 할 것이며 잘못된 정보를 제공하지 않도록 항상 주의해야 할 것이다. 소비자도 단위가격을 이용할 때 표시단위도 확인하고 왜곡된 정보를 발견했을 때는 이를 시정하도록 적극적으로 의견을 제시해야 할 것이다. 또한 가격 비교를 할 때 총 판매금액으로만 가격 비교를 할 때 정확한 결과를 얻는데 한계가 있다. 따라서 고물가 시기에 단위가격을 기준으로 가격 비교를 하는 소비습관을 가진다면 수량할인이나 수량할증 제품을 선별, 경제적으로 합리적인 소비를 할 수 있을 것이다.

6-1. 2024년 소비자물가감시센터 토론회 I

온라인 플랫폼 시장과 소비자가격 안정 방안 모색 토론회

개요

온라인 플랫폼 시장은 소비자에게 다양한 선택지와 편리함을 제공하는 등 소비문화에 혁신을 가져왔다. 그러나 이러한 혁신의 이면에는 독과점화되는 플랫폼 업체들의 일방적인 가격 결정으로 소비자 및 자영업자들의 가격 불안을 야기하고 있고 티메프 사태와 같이 여러 소비자 피해 및 문제까지 발생하고 있다. 이러한 문제 해결하고 안전하고 신뢰할 수 있는 공정한 플랫폼 시장을 위한 정부의 노력은 있으나 아직까지 구체적인 대책은 부족한 상황이다. 이에 한국소비자단체협의회(회장 남인숙) 물가감시센터는 “온라인 플랫폼 시장과 소비자가격 안정 방안 모색 토론회”를 개최하여 다음과 같은 내용으로 논의하였다.

주요
발제
내용

☑ 소비자 보호를 위한다면 소비자보호법상에 사적 규제도 반드시 포함되어야

고형석 교수(국립한국해양대학교 해사법학부)는 정보의 비대칭성으로 인해 소비자는 온라인 플랫폼 거래 시 사업자보다 열위에 놓이게 되므로 온라인 거래에 있어 소비자 보호가 매우 중요하다고 강조했다. 이를 위해 소비자가 자신의 권리를 스스로 행사할 수 있도록 행정규제를 사법적 효력규정으로 개정하는 등 위법행위에 대해 행정 및 형사규제가 병행되어야 한다고 주장했다.

☑ 온라인 플랫폼 시장에서의 재무 건전성도 소비자에게 제공해야

박우람 회계사(한국소비자단체협의회 물가감시센터)는 온라인 거래로 인한 소비자 피해 방지를 위해 소비자에게 플랫폼 업체들의 재무 건전성 정보 제공이 필요하다고 주장했다. 정보 제공 기준으로는 △3개년 평균 유동비율 50% 미만 △3개년 평균 영업손실률 -40% 초과 등을 제시했다. 이러한 재무 건전성 정보가 사전적 예방 수단으로써 소비자 보호를 위한 최소한의 안전망이 될 수 있음을 강조했다.

토론

☑ 서강대학교 법학전문대학원 장명 교수는 온라인 거래는 중개인의 공신력에 대한 신뢰로 이루어지므로 △온라인 판매대금 100% 별도 관리 △소비자의 집단적 손해배상 제도 마련 등이 필요하다고 제안했다.

☑ 엠아이전략연구소 김용한 소장은 온라인 플랫폼의 독과점화로 인한 소비자 피해를 해결하기 위해 △소비자 보호와 편익 증대를 위한 제도 개선 △소비자 알 권리를 위한 소비자단체들의 참여와 정책 홍보가 이루어져야 한다고 제안했다.

☑ 공정거래위원회 소비자거래정책과 이정민 사무관은 △판매대금 정산 기일 단축 △통신판매 중개업자 판매대금 50% 이상 별도 관리 △플랫폼 파산 시, 판매대금 입점 사업자에게 우선 변제 등 대규모유통업법 개정으로 판매자가 안정적인 상품을 마련할 수 있는 기반을 마련하고 거래 안정성을 높여 소비자 보호에 기여할 것이라고 설명했다.

☑ 한국소비자연맹 정지연 사무총장은 장기적 관점에서 △이커머스와 PG를 분리하여 전자상거래시장의 안전성과 투명성을 담보해야 하며, 근본적 소비자 피해 차단을 위해 △징벌적 손해배상제도 등 강력한 사후적 구제 방안 도입이 필요하다고 주장했다.

결론

예측이 어려운 온라인 플랫폼 시장에서 시장의 한 축인 소비자를 위한 정책이 제대로 이루어지지 않는다면 그 시장이 올바르게 발전하기 어려울 것이다. 따라서 새롭게 부상한 온라인 플랫폼에서 소비자의 안전한 선택과 피해 구제를 위한 구체적인 정책이 하루빨리 추진되어야 할 것이다.

참고 - 온라인 플랫폼 시장과 소비자가격 안정 방안 모색 토론회

☑ 사회 : 이정수 사무총장 (한국소비자단체협의회)

시 간	내 용	발제자 및 토론자
15 : 20 ~ 15 : 30		등록
15 : 30 ~ 16 : 30	발제	1. 온라인 플랫폼 시장에서의 소비자 보호를 위한 사적 규제 도입 - 고흥석 교수(국립한국해양대학교 해사법학부) 2. 온라인 플랫폼 시장에서의 소비자 문제 - 박우람 회계사(한국소비자단체협의회 물가감시센터)
16 : 30 ~ 17 : 10	지정 토론	좌장 : 박인레 위원장(한국소비자단체협의회 물가감시위원회) - 장명 교수(서강대학교 법학전문대학원) - 김용한 소장(엠아이전략연구소(주)) - 이정민 사무관(공정거래위원회 소비자거래정책과) - 정지연 사무총장(한국소비자연맹)
17 : 10 ~ 17 : 20		전체 토론
17 : 20 ~ 17 : 30		폐회

참고 - 토론회 사진



6-2. 2024년 소비자물가감시센터 토론회 II

농산물 유통구조 개선 방안 토론회

개요

농산물도매시장은 농산물 가격을 결정하고 소매상 또는 가공업체 등으로 국내 농산물을 분산하는 중심적 유통경로 역할을 하고 있다. 그러나 제도적 한계로 인해 농산물 가격안정과 분산에 한계를 보이고 있어 유통구조 개선이 시급한 실정이다. 이에 한국소비자단체협의회(회장 남인숙) 물가감시센터는 농해수위원장인 더불어민주당 송옥주 의원실과 공동으로 “농산물 유통구조 개선 방안 토론회”를 개최하여 개선 방안에 대해 다음과 같이 논의하였다.

주요 발제 내용

☑ 정가수의 매매 효과 높이기 위한 제도적 보완 및 도매시장법인의 투자 활성화 필요

김미애 회계사(한국소비자단체협의회 물가감시센터)는 정가수의 매매의 가격 변동성이 안정적이라 보기 어려우며, 정가수의 매매 거래 비중이 20%를 넘지 않고 그 효과 또한 미비하다고 주장했다. 이뿐만 아니라 유통업체들의 과도한 이윤추구에 대한 문제 제기와 농산물 유통구조 개선을 위한 투자가 이루어질 수 있도록 제도적인 보완이 필요하다고 강조했다.

☑ 산업 구조 변화에 발맞춰 도매시장의 진입장벽 완화 이루어져야

이혁우 교수(배재대학교 행정학과)는 농수산물 유통시장의 구조와 경제 주체의 역할을 정부가 정하는 것은 타당하지 않으며 현재의 규제는 유통단계의 복잡성과 유통비용의 전가, 비용 대비 품질 저하, 가격 불안정성 증가 등의 문제를 일으킨다고 주장했다. 이에 시장의 긍정적인 경쟁과 거래 다양성을 위해 △도매시장의 진입장벽 완화 △거래 활동을 제한하는 규제 철폐 등이 이루어져야 한다고 설명했다.

토론

☑ 지속가능국민밥상포럼 백혜숙 대표는 유통시장에 소비자단체가 적극적으로 참여해야 하며 소비자의 알 권리 및 소비자 이익 보호를 위해 생산·유통단계의 투명성을 확보해야 한다고 주장했다. 이를 위해 △규제 완화 △도매단계 개선 및 가격안정을 위한 정책 마련 △소비자의 가격 판단을 위한 생산 원가 공개 및 가격 결정 기준 설정 등이 필요하다고 덧붙였다.

☑ 국립한국농수산대학교 주재창 교수는 농산물 유통시장의 활성화와 발전을 위해 △산지 조직화·규모화 △도매시장법인의 역할 재정립 △도매시장법인의 재투자를 위한 규제 완화 △소매 단계에서의 유통마진에 대한 검토 등이 필요하다고 주장했다.

☑ 해남군농민회 이무진 회장은 농산물 유통도매법인의 수익 구조와 배당, 카르텔 등에 대해 문제를 제기하며 △‘공익형 시장도매인제도’의 도입 △예약형 정가수의를 통해 산지 조직화 및 예산 절감, 농산물 안정적 공급 등 긍정적 효과를 볼 수 있다고 주장했다.

토론

☑ **농림축산식품부 유통정책과 김준현 사무관**은 △예약형 정가수의 매매 거래 확대 및 도매시장 법인에 평가 확대 반영 △거점 스마트 농산물산지유통센터(APC)를 통한 산지 조직화 △정가수의 매매 전담 인력 운영을 위한 법 개정 등을 준비하고 있다고 말했다.

☑ **한국농수산물유통공사 유통조성처 이원기 처장**은 생산단계에서 소비지까지의 전반적인 유통 효율화 및 유통 채널의 다양성이 필요하며 기후변화로 인한 농산물 가격 진폭을 대비하기 위해 농산물을 고품질로 저장, 보관하고 방출하는 기능이 확대되어야 한다고 주장했다.

☑ **한국농수산물도매시장법인협회 오세복 전무**는, 도매시장 법인은 수수료 사업자이기 때문에 이익률이 굉장히 높은 것처럼 보이나 실제로는 그렇지 않으며 제한적인 역할로 인해 시장에 대한 재투자가 어렵다고 설명했다. 덧붙여 공영 도매시장이 자유 거래제로 넘어가는 것 이전에 경로 간의 경쟁을 강화하는 것에 초점을 두고 먼저 유통구조를 개선해야 한다고 주장했다.

☑ **녹색소비자연대전국협의회 유미화 상임대표**는 지금의 유통과정이 소비자에게 좋은 품질과 적정 가격의 상품을 제대로 공급하는 환경인지 점검이 필요하며 농산물의 품질 관리와 유통에 소비자 의견을 반영하여 생산자와 소비자의 신뢰를 구축하는 유통구조가 마련되어야 한다고 주장했다.



결론

복잡한 농산물 유통구조로 인한 다양한 문제를 해결하기 위해 '농산물 유통 및 가격안정에 관한 법률(이하 농안법)' 개정과 온라인 도매시장 등 유통구조 개선을 위한 논의가 꾸준히 이루어지고 있으나 변화를 가져오기에는 여전히 역부족인 실정이다. 따라서 국민의 장바구니 물가안정을 위해 생산자와 소비자가 함께 참여하는 논의를 통해 유통과정의 규제 개선이 하루빨리 이루어져야 할 것이다.

참고 - 농산물 유통구조 개선 방안 토론회 내용

☑ 사회 : 이정수 사무총장 (한국소비자단체협의회)

시 간	내 용	발제자 및 토론자
09 : 50 ~ 10 : 00		등록
10 : 00 ~ 10 : 10		인사말
10 : 10 ~ 11 : 00	발제	1. 국내 주요 농산물의 유통구조 분석 - 김미애 회계사(한국소비자단체협의회 물가감시센터) 2. 농산물 유통 정책 평가와 제안 - 이혁우 교수(배재대학교 행정학과)
11 : 00 ~ 11 : 40	지정 토론	좌장 : 김성숙 교수(계명대학교 경제금융학과) - 백혜숙 대표(지속가능국민밥상포럼) - 주재창 교수(국립한국농수산대학교 농수산비즈니스전공) - 이무진 회장 (해남군농민회) - 김준현 사무관(농림축산식품부 유통정책과) - 이원기 처장(한국농수산식품유통공사 유통조성처) - 오세복 전무(한국농수산물도매시장법인협회) - 유미화 상임대표(녹색소비자연대전국협의회)
11 : 40 ~ 11 : 50		전체 토론
11 : 50 ~ 12 : 00		폐회

참고 - 토론회 사진





☑ 전년 동기 대비 생활필수품 품목별 가격 변동 현황

품목	용량	품목별 평균 가격		
		2023년 4분기(원)	2024년 4분기(원)	등락률
과자(파이)	468g 환산	4,518	4,533	0.3%
과자(스낵)	90g	1,256	1,236	-1.6%
껌	원통 90g 환산	4,488	4,478	-0.2%
밀가루	1kg 환산	2,117	2,045	-3.4%
설탕	1kg 환산	2,767	2,818	1.8%
고추장	1kg	14,409	15,837	9.9%
된장	1kg	8,122	8,305	2.3%
쌈장	170g 환산	1,637	1,627	-0.6%
식용유	1.8L 환산	8,873	8,386	-5.5%
참기름	320ml	9,369	10,040	7.2%
간장	1.7L 환산	13,889	14,983	7.9%
케찹	500g	3,224	3,429	6.4%
마요네즈	500g	5,889	5,943	0.9%
맛김	5g*9봉 환산	4,428	5,472	23.6%
라면	봉지 120g	769	760	-1.1%
햄	340g	6,549	6,097	-6.9%
즉석밥	210g 환산	1,601	1,571	-1.9%
생수	2L	1,041	1,038	-0.2%
콜라	1.5L 환산	3,045	3,034	-0.3%
사이다	1.5L 환산	2,957	2,991	1.1%
소주	360ml	1,535	1,483	-3.4%
맥주	캔 355ml	1,711	1,747	2.1%
커피믹스	180개입 환산	26,962	27,683	2.7%
분유	800g	24,431	24,366	-0.3%
시리얼	600g	5,984	6,032	0.8%
어묵	300g	2,757	2,733	-0.9%
맛살	300g	2,887	2,878	-0.3%
달걀	1판(30개)	7,615	7,469	-1.9%
두부	300g 환산	3,794	3,688	-2.8%
우유	1L	3,329	3,362	1.0%
아이스크림	160ml	1,372	1,358	-1.0%
냉동만두	1,000g	9,743	10,088	3.5%
두루마리화장지	24롤	26,210	25,129	-4.1%
기저귀	40개입	29,197	29,296	0.3%
생리대	18개입	6,269	6,615	5.5%
세탁세제	3kg	9,442	9,513	0.7%
참치 캔	100g 환산	2,248	2,261	0.6%

* 판매규격이 다양한 일부 제품의 경우, 기준단위로 환산함.

** 일부 제품의 경우 조사제품 변경(단종, 리뉴얼, 조사 용량 변경, 판매경로 변경 등)으로 인해 등락률 고시하지 않음.



☑ 전년 동기 대비 생활필수품 제품별 가격 변동 현황

품목	제조사	제품명	용량	2023년 4분기(원)	2024년 4분기(원)	동락률
과자 (파이)	오리온	초코파이	468g(12개입)	4,518	4,533	0.3%
	롯데제과	몽쉘 카카오 생크림 케이크	408g(12개입)	5,203	5,312	2.1%
과자 (스낵)	농심	새우깡	봉지 90g	1,256	1,236	-1.6%
	오리온	포카칩 오리지날	봉지 66g	1,456	1,504	3.3%
껌	롯데제과	자일리톨 오리지날(껌)	원통90g	4,488	4,478	-0.2%
밀가루	CJ제일제당	백설 밀가루 중력분(다목적용)	1kg	2,154	2,071	-3.9%
	대한제분	곰표 밀가루 중력분(다목적용)	1kg	2,079	2,019	-2.9%
설탕	CJ제일제당	백설 하얀설탕	1kg	2,767	2,818	1.8%
	CJ제일제당	백설자일로스하얀설탕	1kg	5,018	5,119	2.0%
고추장	CJ제일제당	해찬들 100% 우리쌀 태양초 고추장	사각 1kg	13,274	15,142	14.1%
	대상	청정원 순창 100% 현미 태양초 찰고추장	사각 1kg	15,545	16,532	6.4%
된장	CJ제일제당	해찬들 맛있는 재래식 된장	사각 1kg	8,280	8,447	2.0%
	대상	청정원 순창 재래식 생된장	사각 1kg	7,964	8,163	2.5%
쌈장	CJ제일제당	해찬들 사계절 쌈장	170g	1,651	1,697	2.8%
	대상	청정원 순창 양념듬뿍 쌈장	200g	1,910	1,832	-4.1%
식용유	CJ제일제당	백설 콩100%로 국내에서 만든 콩기름	1.8L	8,488	7,861	-7.4%
	사조해표	식용유 콩기름	1.8L	8,782	8,067	-8.1%
	오뚜기	콩 100% 식용유	1.8L	9,347	9,230	-1.3%
참기름	CJ제일제당	백설 고소함 가득 참기름	320ml	7,868	8,445	7.3%
	오뚜기	고소한 참기름	320ml	10,869	11,636	7.1%
간장	샘표식품	양조간장 501	1.7L	13,877	15,103	8.8%
	샘표식품	진간장 금F3	860ml	7,032	7,519	6.9%
케찹	오뚜기	토마토 케찹	500g	3,224	3,429	6.4%
마요네즈	오뚜기	고소한 골드 마요네즈	500g	5,889	5,943	0.9%
맛김	동원F&B	양반 좋은 원초에 그윽하고 향긋한 들기름 김&올리브김	5g*9봉	4,100	5,275	28.7%
	풀무원	들기름을 섞어 바삭바삭 고소하게 구워낸 파래김	5g*9봉	4,757	5,668	19.2%
라면	농심	신라면	5개 묶음	4,116	4,084	-0.8%
	삼양식품	삼양라면	5개 묶음	3,900	3,842	-1.5%
	오뚜기	진라면 순한맛	5개 묶음	3,512	3,477	-1.0%
햄	CJ제일제당	스팸 클래식	340g	6,549	6,097	-6.9%
	롯데푸드	롯데 신선톡톡 슬라이스햄	100g	3,545	3,487	-1.6%
즉석밥	CJ제일제당	햇반	210g 환산	1,726	1,736	0.6%
	오뚜기	오뚜기밥 흰밥	210g 환산	1,476	1,406	-4.8%



품목	제조회사	제품명	용량	2023년 4분기(원)	2024년 4분기(원)	등락률
생수	광동제약	제주 삼다수	2L	1,235	1,235	0.0%
	롯데칠성음료	아이시스 8.0	2L	846	842	-0.5%
오렌지 주스	코카콜라	미닛메이드 에센스((오리지널)	1.5L	4,148	4,085	-1.5%
	롯데칠성음료	델몬트 오렌지 100	1.5L	4,029	-	-
	롯데칠성음료	델몬트 오렌지	1.5L	-	4,367	-
콜라	코카콜라	코카콜라	페트1.5L 환산	3,552	3,385	-4.7%
	롯데칠성음료	펄시콜라	페트1.5L 환산	2,538	2,683	5.7%
사이다	롯데칠성음료	칠성사이다	페트1.5L 환산	2,957	2,991	1.1%
소주	하이트진로	참이슬 후레쉬	360ml	1,558	1,486	-4.7%
	롯데칠성음료	처음처럼	360ml	1,512	1,481	-2.1%
맥주	오비맥주	Cass 후레쉬	캔355ml	1,730	1,744	0.8%
	하이트진로	Hite	캔355ml	1,693	1,749	3.3%
커피믹스	동서식품	맥심 모카골드 믹스	180개입	28,148	29,148	3.6%
	남양유업	프렌치카페 카페믹스	180개입	25,776	26,217	1.7%
분유	남양유업	아이엠마더 3단계	캔800g	24,431	24,366	-0.3%
	남양유업	임페리얼드림XO 3단계	캔800g	33,962	33,791	-0.5%
시리얼	농심	스페셜K	480g	8,817	8,246	-6.5%
	농심	콘푸로스트	600g	6,034	6,040	0.1%
	동서식품	포스트 콘푸라이트	600g	5,933	6,024	1.5%
어묵	CJ씨푸드	삼호 부산어묵 골드	300g	2,776	2,787	0.4%
	사조대림	대림선어묵 부산어묵 마당놀이	300g	2,738	2,679	-2.2%
맛살	사조대림	게맛살 큰잔치	300g	2,887	2,878	-0.3%
달걀	-	대란 1판	1판(30개)	7,615	7,469	-1.9%
두부	풀무원	특등급 국산콩 두부(부침용)	300g	4,236	4,181	-1.3%
	CJ제일제당	행복한콩 국산콩 100% 두부 (부침용)	300g	3,352	3,195	-4.7%
	CJ제일제당	행복한콩 단단한 부침용 두부	300g	1,548	1,485	-4.1%
우유	서울우유	서울우유	종이팩 1L	3,141	3,140	0.0%
	남양유업	맛있는우유GT	종이팩 1L 환산	3,430	3,463	1.0%
	매일유업	매일우유 오리지널	종이팩 1L 환산	3,417	3,483	1.9%
아이스크림	빙그레	투게더 바닐라맛	900ml	6,718	6,771	0.8%
	롯데제과	월드콘	160ml	1,285	1,282	-0.3%
	빙그레	메로나	80ml 환산	729	717	-1.7%



품목	제조회사	제품명	용량	2023년 4분기(원)	2024년 4분기(원)	등락률
냉동만두	CJ제일제당	얇은피 고향만두	1,000g	9,877	10,077	2.0%
	해태제과	개성왕만두	1,000g	9,766	10,144	3.9%
	동원F&B	비비고 왕교자	1,000g	9,586	10,043	4.8%
두루마리 화장지	유한킴벌리	크리넥스 데코&소프트 3겹	35m*24롤	29,658	28,368	-4.3%
	깨끗한 나라	깨끗한나라 화장지 순수프리미엄 3겹	35m*24롤	22,762	21,891	-3.8%
기저귀	유한킴벌리	하기스 매직팬티 컴포트 기저귀 4단계, 여아용/남아용	40개입	29,197	29,296	0.3%
생리대	유한킴벌리	화이트 슈퍼흡수 중형	18개입	6,563	7,113	8.4%
	유한킴벌리	좋은느낌 오리지널 울트라슬림 (날개중형)	18개입	6,649	7,069	6.3%
	LG유니참	소피 바디피트 볼록 맞춤 울트라 중형	18개입	5,596	5,664	1.2%
세탁세제	애경산업	스파크 리필	3kg만	7,408	7,476	0.9%
	CJ라이온	비트 리필	3kg만	9,369	9,505	1.5%
	LG생활건강	테크 리필(테크 4대 얼룩 강력제거 진 드기 사체 배설물 99.9% 제거)	3kg만	11,549	11,557	0.1%
	헨켈홈케어코리아	퍼실파워젤(액체,드럼/일반 겸용)	2.7L	23,107	25,894	12.1%
샴푸	아모레퍼시픽	려 함빛 (극손상&영양샴푸)	550ML 환산	9,542	-	-
	아모레퍼시픽	려 함빛 (극손상&영양샴푸)	480ML	-	14,577	-
	LG생활건강	케라시스 러블리 데이지 퍼퓸 샴푸	600ML	8,167	7,327	-10.3%
	애경산업	엘라스틴 마린콜라겐 탱글볼륨 샴푸	680ML	8,099	-	-
	애경산업	엘라스틴 콜라겐 볼륨 탄력케어 10X 샴푸	680ML	-	8,574	-
참치	동원F&B	동원 참치 라이트 스탠다드	100g	2,311	2,406	4.1%
	동원F&B	사조 참치 살코기 안심따개	100g	2,184	2,116	-3.1%

* 판매규격이 다양한 일부 제품의 경우, 기준단위로 환산함.



☑ 2024년 3분기 대비 2024년 4분기 생활필수품 품목별 가격변동 현황

품목	용량	품목별 평균 가격		
		2024년 3분기(원)	2024년 4분기(원)	등락률
과자(파이)	468g 환산	4,527	4,533	0.1%
과자(스낵)	90g	1,247	1,236	-0.9%
껌	원통 90g 환산	4,438	4,478	0.9%
밀가루	1kg 환산	2,054	2,045	-0.5%
설탕	1kg 환산	2,810	2,818	0.3%
고추장	1kg	15,979	15,837	-0.9%
된장	1kg	8,195	8,305	1.4%
쌈장	170g 환산	1,604	1,627	1.4%
식용유	1.8L 환산	8,442	8,386	-0.7%
참기름	320ml	9,687	10,040	3.6%
간장	1.7L 환산	14,870	14,983	0.8%
케찹	500g	3,313	3,429	3.5%
마요네즈	500g	5,941	5,943	0.0%
맛김	5g*9봉 환산	5,185	5,472	5.5%
라면	봉지 120g	762	760	-0.3%
햄	340g	6,065	6,097	0.5%
즉석밥	210g 환산	1,583	1,571	-0.7%
생수	2L	1,038	1,038	0.0%
오렌지주스	1.5L 환산	4,101	4,226	3.0%
콜라	1.5L 환산	2,972	3,034	2.1%
사이다	1.5L 환산	2,984	2,991	0.2%
소주	360ml	1,485	1,483	-0.1%
맥주	캔355ml	1,745	1,747	0.1%
커피믹스	180개입 환산	27,084	27,683	2.2%
분유	800g	24,234	24,366	0.5%
씨리얼	600g	5,855	6,032	3.0%
어묵	300g	2,697	2,733	1.3%
맛살	300g	2,854	2,878	0.8%
달걀	1판(30개)	7,327	7,469	1.9%
두부	300g 환산	3,727	3,688	-1.0%
우유	1L	3,370	3,362	-0.2%
아이스크림	160ml	1,364	1,358	-0.4%
냉동만두	1,000g	9,967	10,088	1.2%
두루마리화장지	24롤	24,958	25,129	0.7%
기저귀	40개입	29,792	29,296	-1.7%
생리대	18개입	6,491	6,615	1.9%
세탁세제	3kg만	9,602	9,513	-0.9%
샴푸	500ml	8,369	8,554	2.2%
참치	100g 환산	2,243	2,261	0.8%

* 판매규격이 다양한 일부 제품의 경우, 기준단위로 환산함.

** 일부 제품의 경우 조사제품 변경(단종, 리뉴얼, 조사 용량 변경, 판매경로 변경 등)으로 인해 등락률 고시하지 않음.



☑ 2023년 4분기 대비 2024년 4분기 소비자물가지수

(2020 = 100)

구분	23년 4분기				24년 4분기				증감률
	10월	11월	12월	평균	10월	11월	12월	평균	
소비자물가지수	113.27	112.68	112.73	112.89	114.69	114.40	114.91	114.67	1.6%

출처: 통계청