



한국소비자단체협의회
Korea National Council of Consumer Organizations

2025년 3분기 소비자 물가감시 리포트

한국소비자단체협의회
물가감시센터
www.kcprice.or.kr

2025.11.07

* 조사결과 전부 및 일부에 대한 임의 활용이나 상업적 활용을 금합니다.

목차

Table of Contents

| 2025년 3분기 생활필수품 가격조사 결과

| 2025년 3분기 주요 원재료 가격 추이

- 2-1) 2025년 3분기 기본 원재료(밀, 대두, 원당) 가격 추이
- 2-2) 2025년 3분기 디저트 품목 주요 원재료(원두, 코코아, 원유)의 가격 추이

| 소비자 물가 이슈

- 전국 키즈카페 이용 요금 분석

| 소비자 물가 이슈

- 명절 특가 상품 가격조사 결과

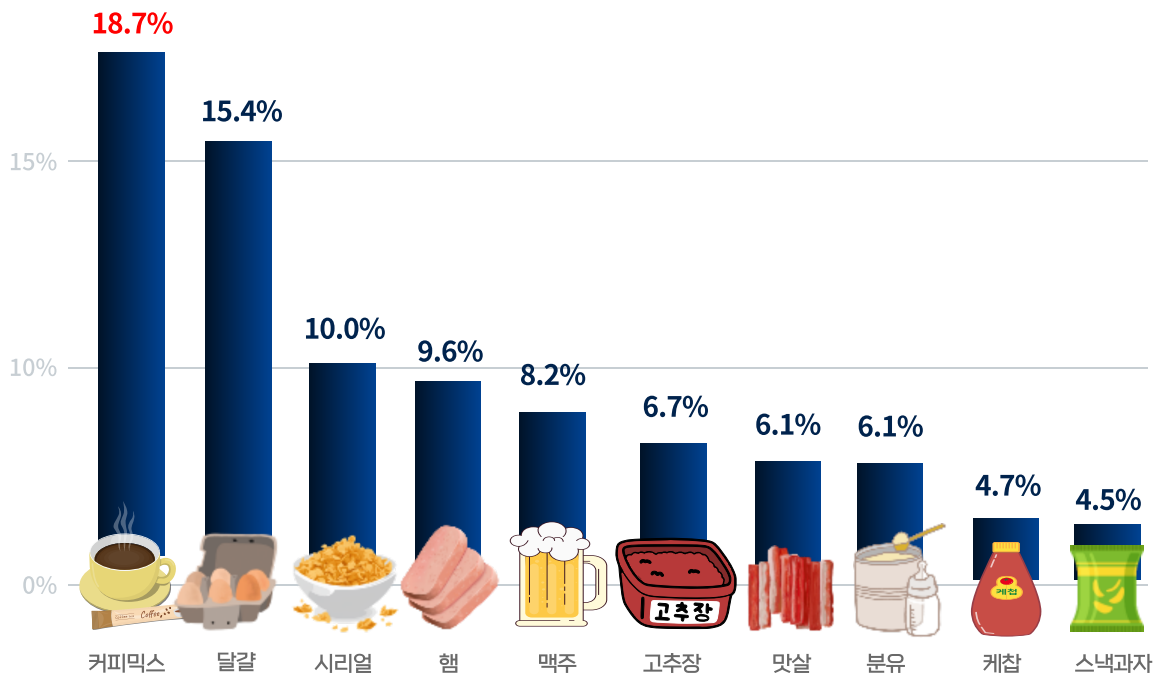
| "2025년 대중교통요금 안정화와 버스 준공영제 개선방안 토론회"

1. 2025년 3분기 생활필수품 가격조사 결과

1 25년 3분기, 전년 동기 대비 가격 상승률 평균 3.3%

- 커피믹스 18.7% > 달걀 15.4% > 시리얼 10.0% > 햄 9.6% > 맥주 8.2%

<그림 1-1. 전년 동기 대비 가격상승률 상위 10개 품목>



본 협의회에서 정기적으로 조사¹⁾ 하고 있는 생활필수품 가격 분석 결과 38개 품목²⁾ 중 32개 품목의 가격은 전년 동기 대비 상승하였고 6개 품목은 하락하여 평균 3.3% 상승한 것으로 나타났다. 가격이 오른 32개 품목의 평균 상승률은 4.3%였으며, 이 중 가격 상승률이 높은 상위 5개 품목은 커피믹스(18.7%), 달걀(15.4%), 시리얼(10.0%), 햄(9.6%), 맥주(8.2%) 순이었다. 이들 5개 품목의 평균 상승률은 12.4%로 전체 평균 대비 3배 이상 높은 상승률을 보였다. 한편, 하락률이 높은 5개 품목은 식용유(-4.5%), 두부(-4.4%), 밀가루(-0.7%), 우유(-0.5%), 소주(-0.2%) 순으로 나타났다. 달걀은 3분기 평균 8,452원으로 지난 5월부터 10월 현재까지 8천 원대로 나타나고 있다.

1) 한국소비자단체협의회(회장 문미란) 물가감시센터는 매월 셋째 주 목-금 양일간 서울시 25개 구, 경기도 10개 행정구역의 420개 유통업체에서 생활필수품과 공산품 가격 조사(39개 품목, 82개 제품)로 물가 상승 동향을 파악하여 합리적인 소비를 위한 정보를 제공하고 있다.

2) 본 협의회는 조사 품목은 39개 품목이나 등락률의 비교가 가능한 38개 품목에 한해 분석함. 즉 25년 6월 기준 변경된 조사 품목의 경우 25년 3분기 비교 대상에서 제외함.

2 전년 동기 대비 가격 상승률 상위 11개 제품 평균 11.5% 상승

전년 동기 대비 가격 상승률 상위 11개 제품을 살펴보면 커피믹스의 가격 상승이 가장 눈에 띄었다. 동서식품 '맥심 모카골드 믹스'는 19.2%, 남양유업 '프렌치카페 카페믹스'는 18.2% 상승해 전년 대비 상승률 1, 2위를 차지했다. 이 같은 상승은 제조사들의 출고가 인상으로 인해 이어진 것으로 분석된다.

달걀은 15.4%로 높은 상승률을 보였는데, 산지 가격이 평년보다 높게 형성되면서 소비자에게도 반영되었기 때문이다. 산지 가격 상승의 주요 원인은 폭염과 폭우로 인한 산란율 저하, 공급 불안정으로 파악된다. 국가데이터처(전 통계청)에서도 달걀 물가지수가 전년 8월 대비 올해 8월 8%대 높은 상승률을 보여 소비자 부담이 여전히 큰 것으로 나타났다.

포스트 콘푸라이트 또한 전년 동기 대비 11.8%로 높은 상승률을 보였는데, 제조사인 동서식품에서 2024년 12월 제품 가격을 11.1% 인상한 영향이 이어지고 있는 것으로 분석되었다.

CJ제일제당의 '스팸 클래식'은 올 3월 가격 인상으로 인한 효과로 전년 동기 대비 9.6% 상승한 것으로 나타났다

<표 1-1. 전년 동기 대비 상승률 상위 11개 제품>

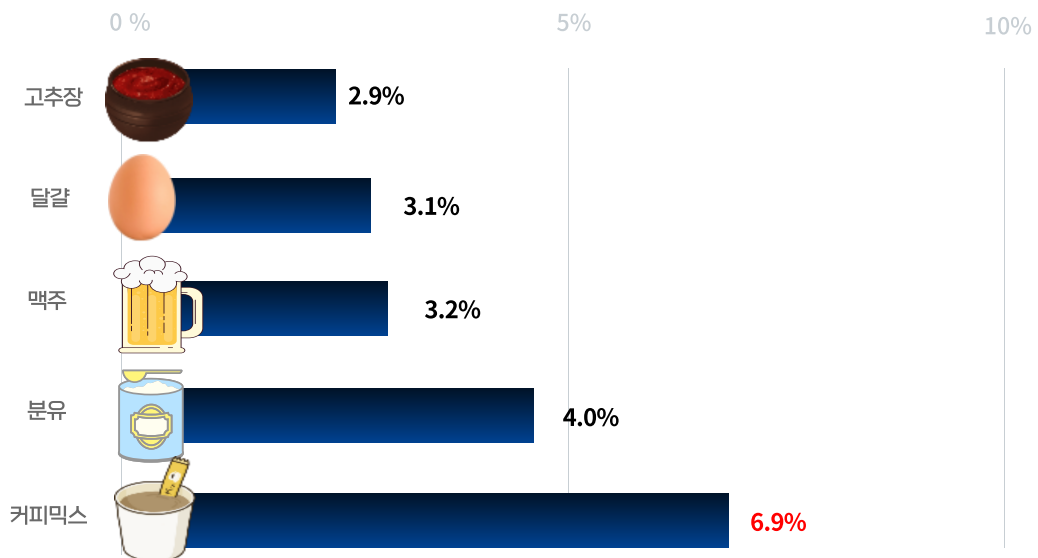
제조회사	제품명	상승률
동서식품	맥심 모카골드 믹스	19.2%
남양유업	프렌치카페 카페믹스	18.2%
	달걀	15.4%
동서식품	포스트 콘푸라이트	11.8%
LG생활건강	엘라스틴 콜라겐 볼륨 샴푸	9.7%
CJ제일제당	스팸 클래식	9.6%
오비맥주	Cass 후레쉬	8.9%
CJ제일제당	해찬들 우리쌀로 만든 태양초 골드 고추장	8.8%
롯데제과	월드콘XQ	8.4%
풀무원	들기름을 섞어 바삭바삭 고소하게 구워낸 파래김	8.2%
농심켈로그	콘푸로스트	8.2%

3 2025년 3분기 전분기 대비 26개 품목 상승, 커피믹스(6.9%), 분유(4.0%), 맥주(3.2%)가 상승세 견인

25년 3분기 품목별 가격 분석 결과, 전분기 대비 26개 품목의 가격이 상승하고 13개 품목은 하락한 것으로 나타났다. 상승률 상위 5개 품목은 커피믹스(6.9%), 분유(4.0%), 맥주(3.2%), 달걀(3.1%), 고추장(2.9%) 순이었다.

반면 가격이 하락한 5개 품목은 아이스크림(-2.1%), 식용유(-2.1%), 생리대(-1.3%), 맛김(-1.2%), 쌈장(-1.1%) 순으로 나타났다.

<그림 1-2. 25년 2분기 대비 25년 3분기 상승률 상위 5개 품목>



커피믹스는 2025년 2분기 평균 30,066원에서 3분기 32,154원으로 6.9% 상승하며 전분기에 이어 높은 상승세를 보였다. 상승률 2위 품목인 분유는 2분기 평균 24,739원에서 3분기 25,722원으로 4.0% 상승한 것으로 조사되었다.

분유는 전년 동분기 대비 가격 상승률도 6.1%로 높았다. 맥주는 전분기 대비 3.2% 상승된 것으로 나타났다. 이는 2025년 상반기 주요 제조사의 출고가 인상 영향으로 분석된다. 오비맥주에서 4월부터 카스를 비롯한 주요 제품 가격을 평균 2.9% 인상했고, 하이트진로는 5월부터 주요 맥주 제품 출고가를 2.7% 인상했다. 이러한 가격 조정이 3분기 소비자 가격 상승에 영향을 미친 것으로 분석되었다.

4 지속되는 고물가 시대, 할인 판촉 행사가 아닌 기업의 가격 인하 필요

2025년 3분기 생활필수품 가격 분석 결과, 전년 동기 대비 전체 38개 품목 중 32개 품목의 가격이 상승한 것으로 나타났다. 전체 평균 상승률은 3.3%, 상승 품목의 평균 상승률은 4.3%로, 특히 커피믹스, 달걀, 시리얼, 햄, 맥주 등 주요 식음료 품목이 상승세를 주도했다.

이들 상위 5개 품목의 평균 상승률은 12.4%로 전체 평균보다 약 3배 높은 수준이다. 소비자가 일상적으로 구매하는 제품들의 상승률이 높아 체감 물가 부담이 매우 클 것으로 보인다.

이는 제조 및 유통 단계의 출고가 인상이 복합적으로 작용한 결과로 분석된다. 특히 기후 위기와 국제 정서 불안이 단기간이 아니라 앞으로도 지속될 가능성이 높아, 이에 대응하기 위한 장기적인 물가 안정 전략과 공급망 관리가 필요하다. 단기적 할인행사나 판촉 중심의 대응만으로는 소비자 부담 완화에 한계가 있으며, 원재료가 안정되는 시점에는 기업의 가격 인하 조치가 병행되어야 한다. 또한, 생활필수품 가격 안정은 소비자의 실질 구매력 회복과 직결되는 만큼, 정부의 지속적인 물가 관리 대책, 기후·정세 리스크에 대비한 구조적 대응 체계 마련이 필요하다.

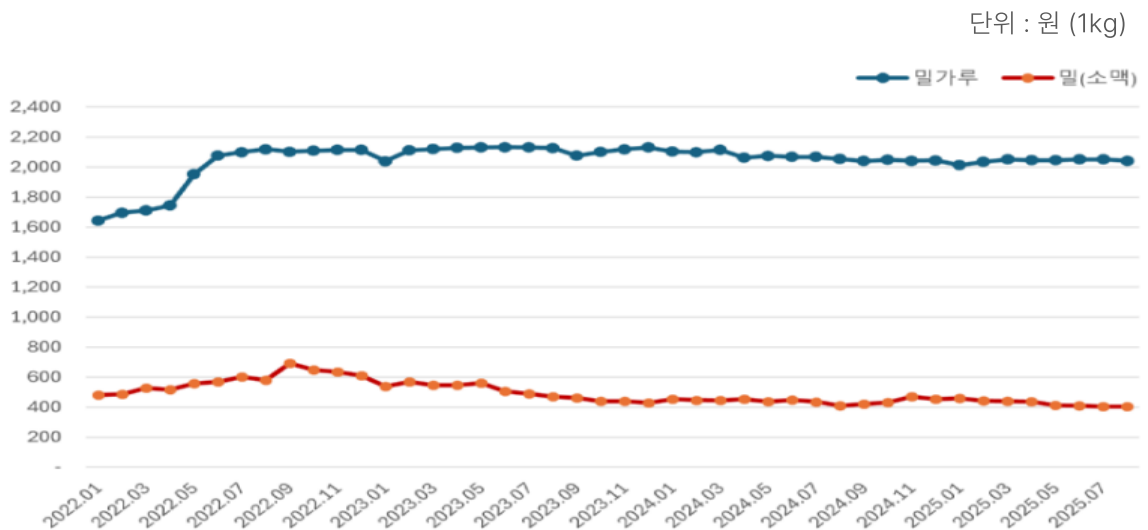
2. 2025년 3분기 주요 원재료 가격 추이

2-1 2025년 3분기 기본 원재료(밀, 대두, 원당) 가격 추이

유엔 식량농업기구(FAO)의 국제곡물지수는 2025년 9월 105포인트로 2020년 9월 이후 최저 수준을 기록한 것으로 나타났다.

밀은 지난 2분기 세계 밀 가격이 하락, 3분기에도 전년 대비 하락세로 나타났다. 미국 농무부(USDA) 2025/26년 시즌 글로벌 및 공급 전망에 의하면 밀의 생산량은 전월 및 전년 대비 증가하는 것으로 나타났다. 글로벌 기말재고 전망에서는 소폭 증가할 것으로 보고 있으며 수요 증가는 크지 않을 것으로 예측하고 있어 향후 가격 안정세가 유지될 것으로 보고 있다.

<그림 2-1. 2022년~2025년 밀가루 및 밀(소맥) 가격 추이>



출처 : 한국소비자단체협의회

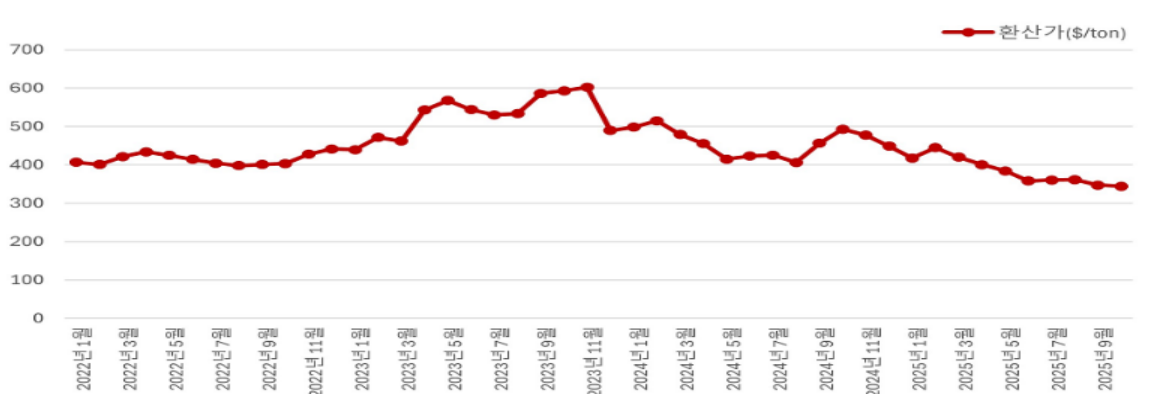
본 협의회에서 조사하고 있는 생필품 중 밀을 원재료로 쓰고 있는 밀가루의 가격은 2022년 5월 1kg 기준 평균 1,500원대에서 2천 원대로 큰 폭으로 상승한 이후 현재까지 소폭의 등락은 있었으나 여전히 2천 원대를 유지하고 있다. 밀(소맥)의 가격을 1kg 기준으로 볼 때 2022년 9월 691원으로 최고점을 찍은 후 현재까지 점차 하락세로 나타났다. 밀(소맥)의 가격이 하락세로 이어지며 밀가루 소비자와 밀(소맥)의 가격차가 점점 더 커지고 있음을 확인할 수 있었다.

대두의 2025년 3분기 국제 대두 가격은 미국의 수출 가격 상승, 중국 수요 부진 등으로 전반적으로 상승세로 나타났다. 그러나 수요 증가와 기말 재고율 감소 등의 전망이 있어 가격이 상승세로 전환될 것이란 예측도 있다.

식용유(콩기름) 시장과 연관이 있는 대두유는 글로벌 식용유 수요가 증가하고 있어 가격이 오를 것이라 예측하고 있다. 특히 대두유는 바이오연료 수요의 증가로 인해 장기적으로 수요가 증가할 것이기 때문에 수입 다변화와 대체제에 대해 중장기적으로 대책을 세워야 할 것으로 보인다.

원당은 글로벌 원당 시장에서 2025/26 시즌 공급이 수요를 초과할 것으로 전망되며 가격이 하락세로 나타났다. 더욱이 브라질과 인도의 생산이 증가, 재고가 누적되고 있는 것으로 보고되고 있다. 본 협의회의 원당 가격 추이를 보면 지난 5월부터 1kg당 6백원 선으로 나타나고 있으며 이는 2022년의 가격대로 나타나고 있다. 또한 2025년 10월말 기준 원당 선물 가격이 2025년 들어 4년 만의 저점권에 진입했다는 보도도 나오고 있다. 그러나 이상기후나 국제 유가, 국제 사회의 불안 등의 예측치 못할 요인들이 많아 불확실하단 발표가 더 신뢰성 있다고 할 수 있다.

<그림 2-2. 2022년~2025년 원당 국제 가격 >



출처 :aT식품산업통계정보, 거래소ICE(NYBOT)

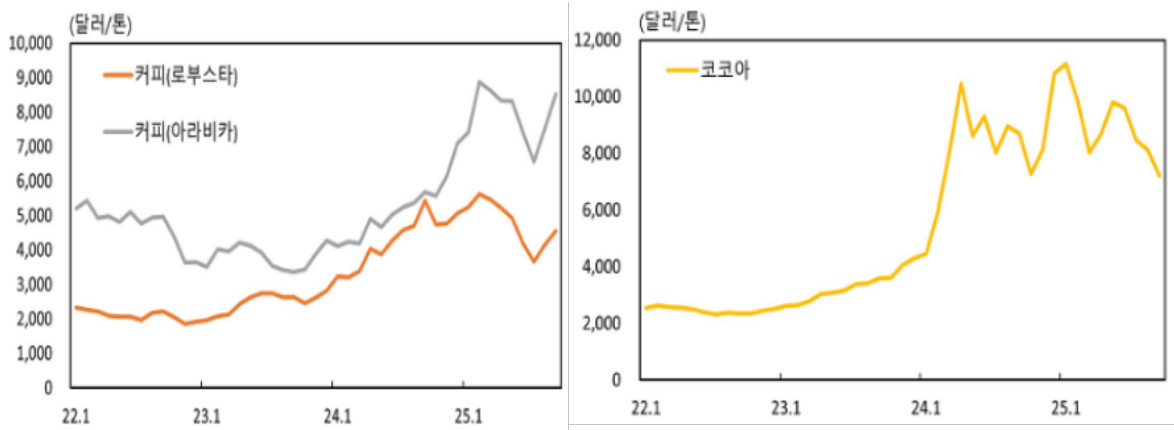
2-2 2025년 3분기 디저트 품목 주요 원재료(원두, 코코아, 원유)의 가격 추이

커피, 초콜릿 등의 디저트류는 소비자가 매일 또는 주 2~3회 이상 구매하는 일상품으로 체감물가에 큰 영향을 주는 품목이라 할 수 있다. 디저트 품목과 관련된 주요 원재료로는 원두, 코코아, 우유, 밀가루, 설탕 등이 있다. 최근에 이들 원재료 가격 상승이 지속되고 있어 가격 동향을 살펴 보았다.

원두는 이상기후로 인해 브라질, 베트남 등 주요 생산국의 원두 생산량의 큰 감소와 환율 상승 등의 문제가 복합되며 가격이 급등하였다.

<그림2-3. 2022~2025년 원두 선물가격 동향>

<그림 2-4. 2022~2025년 코코아 선물가격 동향>

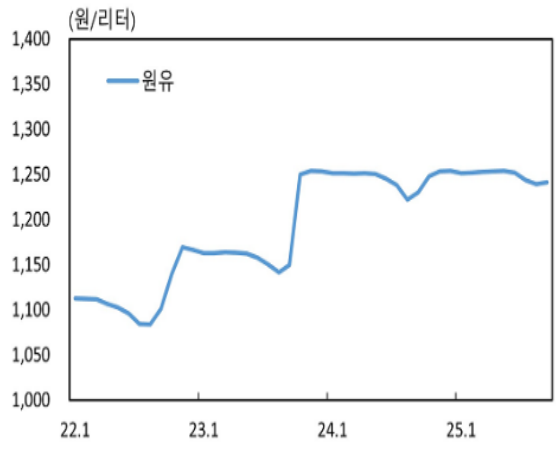


맛과 향이 좋아 프리미엄 커피에 주로 사용되는 아라비카와 인스턴트 및 저가 커피에 주로 쓰이는 로부스타 원두 모두 공급 불안으로 인해 가격이 급등하였다. 그래프에서 볼 수 있듯이 이들 두 원두의 선물 가격은 2022년부터 꾸준히 가격이 오르고 있다. 2023년 3분기 아라비카 원두 가격은 톤당 3,000달러 수준이었으나, 2024년 말부터 급등세를 보여 2025년에는 톤당 8,000달러대까지 상승하였다. 이에 2025년에 브라질, 베트남의 생산량이 늘어 가격이 하락할 것이라는 기대가 나오고 있지만, 커피 소비량이 증가하고 있어 단기間に 가격 안정세가 이어지기엔 한계가 있을 것으로 보인다.

코코아 역시 공급 부족으로 역대 최고 수준으로 가격 급등세를 보이고 있다. 2025년에는 톤당 선물 가격이 10,000달러를 넘기도 하였다. 주요 생산국인 서아프리카의 기상 이변, 병충해 등으로 인해 생산량의 급감을 주 원인으로 꼽고 있다. 이같은 공급의 문제는 원두와 마찬가지로 생산량 회복에 시간이 걸리고 기후 변화 및 국제 정세 등의 불확실한 요인이 존재하여 가격 상승세가 이어질 것으로 보인다. 그러나 가격 급등으로 인한 수요 둔화와 남미 지역의 생산 증가 등의 긍정적 요인도 있어 원재료 가격 급등에 대비한 수입선 다변화와 재고 안정화 관리가 필요할 것으로 보인다.

원유는 우유, 생크림의 원재료로 2023년부터 용도별 차등가격제를 시행하며 음용유 원유의 가격이 2024년 리터당 1,084원으로 책정되었다.

<그림 2-5. 2022~2025년 국내 원유 가격 동향>



2025년에는 음용유용은 리터당 1,110원, 가공유용은 리터당 882원으로 책정하여 2024년에 비해 소폭 상승하였다. 참고로 국제 원유 가격 및 수급 동향을 살펴보면 유엔 식량농업기구(FAO)의 유제품 가격 지수가 2024년 초부터 상승세를 보였으나 2025년 9월에는 하락한 것으로 나타났다. 원유 가격 역시 기후에 영향을 받아 불확실성이 높아지고 있으나 버터, 생크림, 치즈 등의 수요는 상승하고 있어 가격 안정세가 중요한 품목 중 하나이다

따라서 글로벌 원유 가격 및 수급 흐름에 대한 모니터링의 중요성이 커지고 있고, 용도별 차등 가격제를 통한 국내 원유의 다양한 활용과 가격 안정화를 통해 낙농가 활성화를 모색해야 할 것이다.

3. 소비자물가 이슈: 전국 키즈카페 이용 요금 분석

키즈카페는 영유아의 놀이 공간뿐 아니라 보호자(부모 등)의 휴식 공간까지 마련되어 있어 육아가계의 필수 공간이라 할 수 있다. 아이들이 안전한 공간에서 또래 아이들과 놀 수 있으며 보호자들도 커피를 마시거나 휴식을 취할 수 있기 때문이다. 그러나 민간 키즈카페는 시설이나 요금 수준의 차이가 커 소비자들의 불만도 커지고 있다. 실제 트렌드모니터가 최근 전국 미취학 아동 및 초등생 자녀가 있는 응답자 900명에게 조사한 '2025 키즈카페 관련 U&A 조사'의 결과에 의하면 '키즈카페 이용료는 지금보다 더 낮아질 필요가 있다'란 의견에 82.7%가 동의한 것으로 나타났다.

이에 본 협의회에서는 키즈카페 이용 시 소비자의 부담 수준을 살펴보고자 전국 키즈카페 이용 요금을 조사, 분석하였다. 키즈카페 이용요금 조사는 6월과 7월에 걸쳐 서울, 부산, 인천, 대구, 광주 광역시와 세종특별자치시, 수원, 고양, 용인, 창원 특례시, 강원도(원주, 춘천) 총 13개 지역에서 400개 키즈카페를 조사하였으나 응답을 거절하거나 응답 내용이 부실한 경우를 제외한 총 335개에 대해서만 분석하였다.

키즈카페의 이용 요금은 영유아 이용 요금과 보호자 이용요금으로 나누어 볼 수 있는데 이들 요금은 대부분 이용 시간을 기준에 따라 가격을 산정하고 있었다. 영유아 이용요금은 1시간, 2시간, 3시간, 종일 요금으로 나누어져 있었고, 평일, 주말 요금이 다른 곳도 있었다.

이중 가장 많은 키즈카페에서 평일 2시간을 기준으로 이용요금을 산정하고 있었다. 각 이용 시간을 기준으로 가격을 보면 평일 2시간 기준 영유아 이용 요금은 최빈 가격은 15,000원이었고, 평균 요금은 16,667원이었다. 주말 2시간 기준으로는 최빈 가격은 평일 요금과 동일하게 15,000원인 경우가 가장 많았으나 평균 이용 요금은 18,230원으로 높았다. 이용 시간에 제약 없이 종일 요금제로는 최빈 가격은 25,000원이 가장 많았고, 평균 요금은 24,030원으로 조사되었다.

「표 3-1. 키즈카페 영유아 이용 요금」

기준시간	최빈 가격	평균	최소 가격	최고 가격
평일 1시간	8,000	9,054	4,000	31,000
평일 2시간	15,000	16,667	4,000	35,000
평일 3시간	20,000	21,183	5,000	43,000
평일 종일 (4시간 이상 포함)	25,000	24,030	6,400	55,000
주말 2시간	15,000	18,230	10,000	35,000

평일 최빈 이용요금을 1시간당 가격으로 환산해 보면 시간당 약 7,400원이었다. 시간 기준이 짧을수록 시간당 가격이 높았다. 평일 2시간 기준 영유아 이용요금을 기준으로 지역별로 비교해 보면 부산시의 이용 요금이 평균 18,700원으로 가장 높았다. 다음 순으로는 경기도 용인시가 평균 약 18,438원, 수원시 18,000원 순이었고, 가장 낮은 지역은 울산시가 평균 13,500원인 것으로 조사되었다.

「표 3-2. 지역별 키즈카페 영유아 이용 요금」

지역	N	평균 가격(원)	최저 가격(원)	최고 가격(원)
서울시	78	16,994	7,000	30,000
부산시	15	18,700	12,000	35,000
인천시	40	15,750	4,000	28,000
대구시	6	16,083	11,000	22,000
대전시	11	15,591	12,500	26,000
광주시	17	15,265	11,000	22,000
울산시	10	13,500	12,000	15,000
세종시	4	15,625	12,000	17,500
수원시	12	18,000	12,000	25,000
고양시	24	17,500	8,000	29,000
용인시	16	18,438	10,000	25,000
창원시	6	15,333	11,000	20,000
강원도 (춘천시, 원주시)	7	16,833	12,000	30,000

* 평일 2시간 기준임

한편 보호자 관련 요금은 이용 요금 혹은 입장료란 표현으로 별도로 요금을 받는 업체도 있었다. 이때 해당 요금에 '기본 음료 제공' 등이 있는 경우도 있었으나 그렇지 않은 경우도 있었고, 몇몇 업체에서는 보호자 이용 요금을 별도로 받지 않는 경우도 있었다.

보호자 이용 요금을 별도로 받는 경우 이들 금액은 기준 시간 관계없이 최빈 가격은 5,000원으로 조사되었다.

<표 3-3. 보호자 이용 금액>

기준시간	N	최빈가격	평균가격	최소가격	최고가격
1시간	50	5,000	4,270	1,000	8,000
2시간	85	5,000	5,499	2,000	16,000
종일	193	5,000	5,174	1,000	30,000

본 조사 결과를 토대로 2인 아이와 1인 보호자가 2시간 동안 키즈카페를 이용한다고 가정한다면 최빈 가격을 기준으로 영유아 이용요금 총 30,000원, 보호자 요금 5,000원으로 총 35,000원을 지불해야 한다. 여기에 키즈카페에서 판매하는 음료나 라면, 떡볶이 등을 이용할 경우 50,000원 이상 지불하게 되는 것이다. 이러한 비용 수준은 영유아 가계에 적지 않은 경제적 부담이 될 수밖에 없다.

이러한 소비자들의 부담을 경감시키기 위해 서울시는 2022년 이후 서울형 키즈카페를 조성, 운영하며 1회차(2시간 내외) 기준 5천원 내외 이용 요금으로 운영하며 비용 부담을 경감시키고 있다. 또한 본 조사에서 확인한 바로는 인천시에서도 지역민들을 위해 기초지자체에서 키즈카페를 운영하며 1회차(2시간 내외) 기준 영유아 요금은 8,000원~9,000원, 보호자는 1,000원을 받고 있었다.

키즈카페는 영유아 가게에서 안전하게 아이들을 돌볼 수 있는 공간으로 성장하고 있다. 1~2개의 놀이기구만으로 운영하는 곳도 있었으나 쿠킹, 미술, 우주 체험 등 다양한 콘텐츠와 결합하여 색다르게 운영하는 키즈카페도 상당수 있었다. 저출산 시대에서 일부 키즈카페는 프랜차이즈화, 고급화되며 높은 이용요금으로 운영되고 있기도 하지만 안전한 공간에서 편안하게 영유아와 보호자가 부담없는 가격으로 이용할 수 있는 공간이 마련되어야 할 것이다.

4. 소비자 물가 이슈: 명절 특가 상품 가격조사 결과

추석 연휴를 대비하여 대부분의 유통업체는 식품, 건강기능식품 등 소비자 선호도가 높은 품목을 별도 편성하여 판매하고 있다. 특히, 홈쇼핑, 온라인 쇼핑 등에서는 다양한 구성으로 명절 기획 상품을 판매하고 있다. 그러나 기존 가격을 모르거나 명절 특별 구성 등을 이유로 가격 비교가 어려워 소비자들의 합리적 선택이 어려운 경우가 많다. 이에 한국소비자단체협의회(회장 문미란)는 홈쇼핑 및 온라인 쇼핑 총 8곳에서 추석 선물세트가 본격적으로 출시되기 시작한 8월 말과 그로부터 2주 뒤 총 2차례 명절 기획 상품을 조사하여 분석했다.

1 '큰 폭 할인' 소비자 착각 유도하는 유통업체의 '할인율 및 정가(기준 가격) 변동' 꼼수 움직임

온라인 쇼핑몰에서는 대체로 정가 그대로 판매하는 사례보다 가격을 할인하여 판매하는 경우가 많다. 소비자는 이러한 할인 문구를 보고 실제로 가격이 크게 낮아졌다고 생각하지만, 실상은 그렇지 않은 경우가 적지 않다. 이에 본 협의회에서는 2차례에 걸쳐 정가(기준 가격), 할인율, 판매가를 조사하여 분석한 결과 일부 제품에서 할인율이나 정가(기준 가격)를 변경하여 소비자가 큰 폭으로 할인된 것으로 착각하게 하는 사례를 확인하였다. 이같은 사례는 크게 3가지 대표 사례로 나타났다. 바로 1. 대폭 할인 착각형, 2. 슬그머니 인상형, 3. 뺑뺑이 할인율형이다. 각 유형별 특징과 구체적인 사례를 살펴보면 다음과 같다.

① 대폭 할인 착각형

첫 번째 사례는 '대폭 할인 착각형'이다. 이 사례는 할인율이 높아지고 판매가가 낮아져 소비자가 직감적으로 판단하기에 대폭 할인되었다고 착각하게 되는 사례이다. <표 4-1>와 같이 1차 조사에서는 정가(기준 가격) 185,000원을 5% 할인하여 175,750원에 판매되고 있었다. 그러나 2주 후 2차 조사에서는 할인율이 20%로 증가하고 판매가가 163,820원으로 인하여, 소비자 입장에서는 할인율 20%와 실제 구매 가격만 보면 큰 폭으로 할인되었다고 착각할 수 있다. 그러나 2차 조사의 정가(기준 가격)를 보면 205,800원으로 인상된 것을 확인할 수 있다. 즉, 2주 전 정가(기준 가격)인 185,000원을 기준으로 보면 실제 할인율은 11.4%인 것이며, 20% 할인율을 적용한다면 148,000원에 판매되어야 한다. 이는 소비자가 정가 인상이라는 정보를 인지하지 못한 채 단순히 할인율만 보고 할인폭을 오인하게 될 수 있다.

<표 4-1. '대폭 할인 착각형' 사례 : 정가, 할인율 인상 >

1차 조사(2025년 8월 다섯째 주)	2차 조사(2025년 9월 둘째 주)
<p>정가(기준 가격) 185,000원 5% 175,750원</p>	<p>정가(기준 가격) 205,800원 20% 163,820원</p>

② 슬그머니 인상형

두 번째 사례는 '슬그머니 인상형'이다. 이 사례는 할인율은 동일하나 정가(기준 가격)를 인상하여 실제 판매가격을 소폭 올려 소비자가 가격 변동에 민감하게 반응하지 않을 것으로 보인다. 소비자는 동일한 할인율이 유지되기 때문에 가격이 동일할 것이라고 착각하기 쉽기 때문이다. <표 4-2>에서와 같이 1차 조사와 2차 조사 모두 10%로 할인율을 적용하고 있었으며, 판매가격은 각각 170,100원, 175,500원이다. 소비자가 언뜻 보기에 큰 차이가 없는 것으로 보일 정도이나 판매가격이 5,400원 오른 것이다. 이 사례 역시 정가(기준 가격)를 약 3.2% 인상하여 가격을 제시한 것이다. 소비자는 할인율이 동일하다는 점만 보고 가격이 그대로라고 판단하기 쉽지만, 실제로는 조금씩 인상된 금액을 지불하게 된다.

<표 4-2. '슬그머니 인상형' 사례: 할인율 동일, 정가 인상, 판매가 인상 >

1차 조사(2025년 8월 다섯째 주)	2차 조사(2025년 9월 둘째 주)

③ 뺑뺑이 할인율형

마지막 사례는 '뺑뺑이 할인율형'이다. 이 사례는 판매가격은 동일하지만 정가를 올려 할인율을 인위적으로 높인 경우이다. <표 4-3>를 보면 1차에서는 69% 할인이었으나 2차 조사에서는 74%로 할인율이 5%p 상승한 것으로 나타났다. 소비자는 할인율이 더 커졌다고 느끼지만, 최종 판매가격은 1차와 2차 모두 149,900원으로 동일하다. 이는 2차 조사 시 해당 제품의 정가(기준 가격)가 598,000원으로 1차 조사에 비해 약 20.8% 인상되었기 때문이다. 온라인 쇼핑 플랫폼과 같이 상시 할인율이 적용되는 매체에서 소비자가 직관적으로 할인율만 확인, 할인율이 크면 할인폭이 크다고 착각하게 될 수 있다.

<표 4-3. '뺑뺑이 할인율형' 사례: 할인율 인상, 최종 구매 가격 동일 >

1차 조사(2025년 8월 다섯째 주)	2차 조사(2025년 9월 둘째 주)

2 소비자의 합리적 선택 방해하는 부당한 표시광고 행위, 공정위에 적극 고발 조치 필요

현행 표시광고법 제3조 및 동법 시행령은 사업자에게 사실과 다르게 표시 광고하거나 사실을 지나치게 부풀려 표시 광고하는 것을 금지한다. 공정거래위원회는 위와 같은 표시광고행위를 사전에 방지하고, 법집행의 객관성과 투명성을 확보하기 위해 부당한 표시 광고 관련 고시³⁾를 마련했다. 해당 고시에는 사업자가 '할인판매'를 할 경우, 인하폭이나 인하율을 과장하기 위하여 20일 이상 실제 거래한 적이 없는 허위 가격이나, 이미 가격이 인하되었는데도 인하되기 전의 가격을 '중전거래가격'이라고 표시·광고하는 것을 부당한 행위로 규정하고 있다.

본 협의회가 살펴본 위 3가지 사례는 모두 부당한 표시 광고 행위에 해당하는 행위로 나타났다. 사업자는 판매페이지에 할인 전 가격을 표기하고, 이를 판매가격(최종소비자가격) 과 비교하였으나, 해당 할인 전 가격은 본 협의회가 2주 전, 판매페이지에서 확인한 거래가격과 상이했기 때문이다.

즉, 사례1의 경우는 2주 전에는 할인 전 가격이 185,000원이었다가 205,800원으로 변경되었는데, 이는 이전가격보다 11.2%(20,800원)이나 높은 가격이었다. 사례2 역시 2주 전에는 189,000원이었다가 195,000원으로 변경, 2주 전보다 3.2%(6,000원) 높았으며, 사례3도 495,000원에서 598,000원으로 2주 전과 비교할 때 20.8%(103,000원) 높았다. 사례1~3 과 같은 표시광고를 접하는 소비자는 마치 해당 할인 전 가격이 과거에 실제로 판매되었던 기준 가격이라고 오인할 것이고, 상품의 실제 가치나 할인폭에 대해 잘못된 정보를 가지고 상품을 구매하게 될 것이다. 결론적으로 이같은 행위는 온라인 쇼핑몰 시장의 공정한 거래질서를 저해하는 행위로, 관련기관의 엄중한 처벌과 재발방지대책이 필요하다.

5. '2025년 대중교통요금 안정화와 버스 준공영제 개선방안 토론회'

2004년 서울시를 시작으로 각 지자체에서 시행된 버스 준공영제는 버스회사들의 재정 안정과 버스 기사들의 처우개선으로 안전한 버스 운행, 노선 확대 및 서비스 질 향상 등 시민의 교통 복지 향상에 기여해 왔다. 그러나 시간이 지날수록 준공영제로 인한 새로운 비효율과 부작용이 발생하고 있다. 현행 준공영제하에서는 지자체가 적자노선은 물론 흑자노선까지 보전을 해주기 때문에 버스회사는 비용 절감 노력에 소극적일 수밖에 없다. 이에 버스 준공영제가 직면한 구조적 한계와 시민의 요금인상 부담을 덜어주고 시민의 이동권 보장수단으로 대중교통이 자리매김할 수 있도록 각계의 전문가들과 대중교통요금 안정과 지속 가능한 대중교통 재정 모델 마련을 모색하는 토론회를 오는 10월 28일(화), 오전 10시, 한국프레스센터 기자회견장에서 개최했다.

토론회는 건국대학교 김시월 교수가 좌장을 맡고, 한국교통연구원 박준식 본부장과 본 협의회 물가감시센터 남정기 회계사가 '버스 준공영제의 성과와 과제', '준공영제 지역별 표준운송원가 및 재정지원금 분석'이라는 주제로 각각 발제했다. 토론은 사회공공연구원 이영수 선임연구위원, 공공교통네트워크 김상철 정책센터장, 수원시정연구원 김숙희 선임연구위원, 한국운수산업연구원 최승현 책임연구위원, 부산경제정의실천시민연합 도한영 사무처장이 패널로 참석하여 진행했다.

발제

☑ 버스 준공영제 긍정적 부분 무시할 수 없어

'버스 준공영제의 성과와 과제'를 발제한 **박준식 본부장(한국교통연구원)**은, 버스 준공영제는 수익·비수익노선 구분 없이 모든 노선의 적정 운행을 통한 공공성 강화와 운행 안정성 향상, 버스 종사자 처우개선 등 큰 역할을 한 긍정적인 제도라고 평가했다. 그러나 **버스회사의 모든 운송비용을 전부 보전해주는 총괄적자보전의 방식의 현 제도하에서는 표준운송원가에서 가장 많은 부분을 차지하는 인건비 상승분으로 인해 재정지원금이 증가할 수밖에 없는 구조**라고 했다. 이에 재정지원금을 감축하기 위해서는 이용자가 받아들일 수 있는 수준의 요금인상이 필요한 부분이 있으며, 다만 인건비의 급격한 상승을 방지하기 위한 적절한 수준의 임금인상률 체계를 관리할 필요성이 있다고 주장했다.

발제

☑ 표준운송원가 제대로 바꿀 필요 있어, 투명하고 공정하게 산식 개정해야

'준공영제 지역별 표준운송원가 및 재정지원금 분석'을 발제한 **남정기 회계사(한국소비자단체협의회 물가감시센터)**는 막대한 재정지원금 지원에도 불구하고, 버스 업체들은 경영 적자를 이유로 요금인상이 불가피함을 주장하고 있는데, 이는 재정지원금 급증과 요금인상의 악순환으로 이어져 시민들에게 피해가 고스란히 전가되고 있음을 꼬집었다. 이에 **재정지원금 산정의 근거가 되는 표준운송원가의 경우 비용 항목별로 원가 동인이 부적절한 항목, 산출 기준이 비합리적인 항목이 다수 존재하기에 표준운송원가 산정방식을 전면 개선해야 한다고 주장**했다.

현재 임금 단체협상에 따른 임금인상률을 적용하고 있는 운송직 인건비는 한도를 설정하여 비용을 절감하는 방안, 버스 업체의 구매금액에 근거하여 기준단가를 설정하는 연료비는 표준연비제를 도입하는 방안, 현행 보유 대수 당 산정되는 임원 인건비는 정액을 기준으로 설정하는 방안, 항목별로 물가상승률과 무관한 항목이 다수 존재하는 기타원가의 경우, 운행과 무관한 비용을 명확화하고, 원가동인에 따른 비용별 산출방식 도입 방안 등을 주장했다. 나아가 **재정지원금이 허술히 집행되는 것을 방지하기 위해 매년 마다 외부 전문기관의 표준운송원가 산정 및 검증이 이루어지도록 법령 및 규정을 개편할 필요가 있다고 주장**했다.

토론

☑ **사회공공연구원 이영수 선임연구위원**은, 버스 준공영제는 민간의 효율과 공공 관리의 장점을 합한 모델이었지만, 20년 지나고 보니 민간의 효율과 공공의 관리가 잘 되고 있는지 의문이라고 밝혔다. 인건비, 연료비를 다 보전해주며, 원가동인이 불명확한 부분까지 다 지원을 해주어야 한다는 것이 민간의 효율을 불필요하게 만드는 측면이 있다며, **버스 준공영제의 혁신을 위해서는 협약서 개정부터 시작해서 원가에 대한 투명성, 시민에게 발생하는 재정지원금을 어떻게 분배할 것인가에 대해 논의가 선행되어야 한다고 주장했다.**

☑ **공공교통네트워크 김상철 정책센터장**은, 버스는 이용객이 늘어나면 재정지원금이 증가할 수밖에 없는 구조인데, 사업자와 공공은 현 제도하에서 이를 바라지 않는다고 주장했다. **독점적 사업권이 부여된 현행 노선권 제도에서 다양한 시장행위자의 참여가 보장될 수 있도록 개선할 필요**가 있다고 했다. 한편 단기적으로 실제 비용에 대한 지원방식으로 지역 내에서 km당 운행비용으로 표준화하는 방안 등이 있을 것이라고 했다. 궁극적으로 버스 준공영제는 어떻게 하면 사람들이 버스를 이용할수록 더 많은 혜택을 받는 제도로 변화할 수 있는지에 대한 고민과 결정이 필요하다고 주장했다.

☑ **수원시정연구원 김숙희 선임연구위원**은, 준공영제는 이용자 입장에서 환승할인, 서비스 향상 등의 장점이 있으며 운수종사자 입장에서 처우개선의 확실한 보장 등 긍정적 효과가 존재한다고 했다. 다만, 운송수입은 감소하는 반면 원가는 총괄적자보전으로 유지되고 있어 지자체의 부담이 기하급수적 증가하는 점이 문제라고 했다. 특히 연료비, 보험료 등을 실비정산 하니, 업체가 운송비용 절감에 대한 동기부여가 적다고 꼬집었다. 이에 **재정지원을 줄일 수 있는 버스 업체의 자구노력이 반드시 필요하며, 원가절감을 한 버스 업체에게는 인센티브 제공, 경영평가에 반영하는 등 혁신경영모델을 만들어야 한다고 주장했다.**

☑ **한국운수산업연구원 최승현 책임연구원**은, 대부분의 운송업체들은 취지에 맞게 투명한 운영과 운송비용 절감에 힘쓰고 있으며, 효율적인 운송원가를 만드는 사례들도 많이 존재한다고 했다. 다만 코로나 이후로 재정지원금이 증가하여 지자체의 부담이 증가하는 것은 부정할 수 없는 사실이라고 했다. 이에 합리적인 대중교통 이용요금 산정의 필요성이 있으며 요금의 조정이 필요하다고 주장했다. 현재 **요금의 정기적 조정이 어려운 상황이므로 이를 해소하기 위해 지역별 수요나 형평성, 수급을 고려해서 요금조정 가이드라인을 마련하는 것이 필요**하다고 했다. 이에 요금인상이 예측됨에 따라서 향후 재정지원 예측 가능성을 높이고 재정지원의 예측 가능성은 효율적인 재정지원, 재정의 감소에도 기여할 수 있다고 주장했다.

☑ **부산경제정의실천시민연합 도한영 사무처장**은, 부산의 경우 시내버스 파업 시 도시가 마비된다는 점, 전세버스를 투입하지만 실효성이 약하다고 했다. 도시철도와 철도의 경우는 파업 시 최소운송기준이 있는데, 시내버스는 **최소운송기준이 없다**며, **시민들의 이동권에 대한 최소한의 보장수준이 법적으로 보장되어야 한다고 주장**했다. 또한 **버스 이용수가 계속 감소 추세인바, 자연적으로 감차를 고민할 수밖에 없을 것인데, 감차에 따르는 시민 불편함을 해소하기 위해 벽지노선에는 수요응답형 대중교통시스템을 도입**해야 한다고 했다. 표준운송원가 관련해서는 임원직과 관리직에 대한 구분이 모호한바 세분화할 필요가 있으며, 임원직이 상근하지 않는 경우에는 운송원가에서 제외하는 방안도 필요하다고 덧붙였다.

결론

이번 토론회를 통해 버스 준공영제는 시민의 발인 대중교통의 안정적 운영과 교통 복지 향상에 큰 역할을 했지만, 시민의 세금으로 운영되는 제도인 만큼, 공공성과 효율성의 균형을 점검해야 한다는 사회적 요구를 재확인할 수 있었다. 손실 보전을 골자로 하는 현행 준공영제하에서는 버스 업체들의 비용 절감 노력이 소극적일 수밖에 없으며, 해마다 지자체의 재정지원금이 기하급수적으로 늘어나는 문제가 심각함에 동의했다. 업체들의 비용 절감을 위한 혁신모델 발굴, 표준운송원가의 대대적인 산정방식의 변경, 준공영제의 대안이 되는 새로운 모델의 필요성 등 다양한 논의가 나왔으며, 소비자가 중심이 되는 버스 준공영제로의 변환이 필요하다는 것을 일깨우는 시간이었다.

참고 - 2025년 토론회 행사 사진





☑ 전년 동기 대비 생활필수품 품목별 가격 변동 현황

품목	용량	품목별 평균 가격		
		2024년 3분기 (원)	2025년 3분기 (원)	등락률
과자(파이)	468g 환산	4,527	4,553	0.6%
과자(스낵)	90g	1,247	1,302	4.5%
껌	원통 90g 환산	4,438	4,447	0.2%
밀가루	1kg 환산	2,054	2,039	-0.7%
설탕	1kg 환산	2,810	2,834	0.9%
고추장	1kg	15,979	17,050	6.7%
된장	1kg	8,195	8,413	2.7%
쌈장	170g 환산	1,604	1,626	1.3%
식용유	1.8L 환산	8,442	8,061	-4.5%
참기름	320ml	9,687	10,013	3.4%
간장	1.7L 환산	14,870	15,246	2.5%
케찹	500g	3,313	3,468	4.7%
마요네즈	500g	5,941	6,195	4.3%
맛김	5g*9봉 환산	5,185	5,401	4.2%
라면	봉지 120g	762	791	3.8%
햄	340g	6,065	6,649	9.6%
즉석밥	210g 환산	1,583	1,582	0.0%
생수	2L	1,038	1,042	0.4%
콜라	1.5L 환산	2,972	3,077	3.5%
사이다	1.5L 환산	2,984	3,036	1.7%
소주	360ml	1,485	1,482	-0.2%
맥주	캔355ml	1,745	1,889	8.2%
커피믹스	180개입 환산	27,084	32,154	18.7%
분유	800g	24,234	25,722	6.1%
씨리얼	600g	5,855	6,442	10.0%
어묵	300g	2,697	2,728	1.1%
맛살	300g	2,854	3,030	6.1%
달걀	1판(30개)	7,327	8,452	15.4%
두부	300g 환산	3,727	3,561	-4.4%
우유	1L 환산	3,370	3,352	-0.5%
아이스크림	160ml	1,364	1,415	3.8%
냉동만두	1,000g	9,967	10,373	4.1%
두루마리화장지	24롤	24,958	25,359	1.6%
기저귀	40개입	29,792	29,978	0.6%
생리대	18개입	6,491	6,501	0.1%
세탁세제	3kg만	9,602	9,858	2.7%
샴푸	500ml	8,369	8,596	2.7%
참치캔	100g 환산	2,243	2,249	0.3%

* 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	2024년 3분기(원)	2025년 3분기(원)	증감률
과자 (파이)	오리온	초코파이	468g(12개입)	4,527	4,553	0.6%
	롯데제과	몽쉘 카카오 생크림 케이크	408g(12개입)	5,335	5,564	4.3%
과자 (스낵)	농심	새우깡	봉지 90g	1,247	1,302	4.5%
	오리온	포카칩 오리지날	봉지 66g	1,514	1,544	2.0%
껌	롯데제과	자일리톨 오리지날(껌)	원통90g	4,438	4,447	0.2%
밀가루	CJ제일제당	백설 밀가루 중력분(다목적용)	1kg	2,086	2,071	-0.7%
	대한제분	곰표 밀가루 중력분(다목적용)	1kg	2,022	2,007	-0.7%
설탕	CJ제일제당	백설 하얀설탕	1kg	2,810	2,834	0.9%
	CJ제일제당	백설자일로스하얀설탕	1kg	5,105	5,151	0.9%
고추장	CJ제일제당	해찬들 100% 우리쌀 태양초 고추장	사각 1kg	15,320	16,667	8.8%
	대상	청정원 순창 100% 현미 태양초 찰고추장	사각 1kg	16,638	17,432	4.8%
된장	CJ제일제당	해찬들 맛있는 재래식 된장	사각 1kg	8,329	8,493	2.0%
	대상	청정원 순창 재래식 생된장	사각 1kg	8,060	8,332	3.4%
쌈장	CJ제일제당	해찬들 사계절 쌈장	170g	1,674	1,707	1.9%
	대상	청정원 순창 양념듬뿍 쌈장	200g	1,805	1,817	0.7%
식용유	CJ제일제당	백설 콩100%로 국내에서 만든 콩기름	1.8L	7,871	7,580	-3.7%
	사조해표	식용유 콩기름	1.8L	8,193	7,822	-4.5%
	오뚜기	콩100% 식용유	1.8L	9,261	8,781	-5.2%
참기름	CJ제일제당	백설 고소함 가득 참기름	320ml	8,251	8,198	-0.6%
	오뚜기	고소한 참기름	320ml	11,124	11,829	6.3%
간장	샘표식품	양조간장 501	1.7L	15,035	15,281	1.6%
	샘표식품	진간장 금F3	860ml	7,439	7,695	3.4%
케찹	오뚜기	토마토 케찹	500g	3,313	3,468	4.7%
마요네즈	오뚜기	고소한 골드 마요네즈	500g	5,941	6,195	4.3%
맛김	동원F&B	양반 좋은 원초에 그득하고 향긋한 들기름 김&올리브김	5g*9봉	5,064	5,060	-0.1%
	풀무원	들기름을 섞어 바삭바삭 고소하게 구워낸 파래김	5g*9봉	5,305	5,742	8.2%
라면	농심	신라면	5개 묶음	4,072	4,309	5.8%
	삼양식품	삼양라면	5개 묶음	3,892	3,831	-1.6%
	오뚜기	진라면 순한맛	5개 묶음	3,470	3,725	7.4%
햄	CJ제일제당	스팸 클래식	340g	6,065	6,649	9.6%
	롯데푸드	롯데 신선톡톡 슬라이스햄	100g	3,504	3,622	3.4%
즉석밥	CJ제일제당	햇반	210g 환산	1,729	1,741	0.7%
	오뚜기	오뚜기밥 흰밥	210g 환산	1,436	1,423	-0.9%



품목	제조회사	제품명	용량	2024년 3분기(원)	2025년 3분기(원)	등락률
생수	광동제약	제주 삼다수	2L	1,235	1,237	0.2%
	롯데칠성음료	아이시스 8.0	2L	842	847	0.6%
오렌지 주스	코카콜라	미닛메이드 시그니처 오렌지	1.5L	-	4,493	-
	롯데칠성음료	델몬트 오렌지	1.5L	4,317	4,468	3.5%
콜라	코카콜라	코카콜라	페트1.5L	3,329	3,433	3.1%
	롯데칠성음료	펄시콜라	페트1.5L	2,614	2,720	4.0%
사이다	롯데칠성음료	칠성사이다	페트1.5L	2,984	3,036	1.7%
소주	하이트진로	참이슬 후레쉬	360ml	1,488	1,481	-0.5%
	롯데칠성음료	처음처럼	360ml	1,483	1,484	0.1%
맥주	오비맥주	Cass 후레쉬	캔355ml	1,745	1,900	8.9%
	하이트진로	Hite	캔355ml	1,745	1,878	7.6%
커피믹스	동서식품	맥심 모카골드 믹스	180개입	28,140	33,529	19.2%
	남양유업	프렌치카페 카페믹스	180개입	26,029	30,778	18.2%
분유	남양유업	임페리얼드림XO 3단계	캔800g	24,234	25,722	6.1%
	남양유업	아이엠마더 3단계	캔800g	33,170	35,862	8.1%
시리얼	농심	스페셜K	480g	8,445	8,093	-4.2%
	농심	콘푸로스트	600g	5,795	6,268	8.2%
	동서식품	포스트 콘푸라이트	600g	5,915	6,616	11.8%
어묵	CJ씨푸드	삼호 부산어묵 골드	300g	2,697	2,769	2.6%
	사조대림	대림선 부산어묵(마당놀이)	300g	2,696	2,686	-0.4%
맛살	사조대림	게맛살 큰잔치	300g	2,854	3,030	6.1%
달걀	-	대란	1판(30개)	7,327	8,452	15.4%
두부	풀무원	특등급 국산콩 두부 부침용	300g	4,258	3,818	-10.3%
	CJ제일제당	행복한콩 국산콩 100% 두부 부침용	300g	3,196	3,304	3.4%
	CJ제일제당	행복한콩 단단한 부침 두부	300g	1,465	1,468	0.2%
우유	서울우유	서울우유	종이팩 1L	3,140	3,150	0.3%
	남양유업	맛있는우유GT	종이팩 1L 환산	3,468	3,430	-1.1%
	매일유업	매일우유 오리지널	종이팩 1L 환산	3,500	3,477	-0.7%
아이스크림	빙그레	투게더 바닐라맛	900ml	6,676	6,993	4.8%
	롯데제과	월드콘XQ	160ml	1,293	1,402	8.4%
	빙그레	메로나	80ml 환산	717	714	-0.4%



품목	제조회사	제품명	용량	2024년 3분기(원)	2025년 3분기(원)	등락률
냉동만두	CJ제일제당	비비교 왕교자	1,000g	10,123	10,938	8.0%
	해태제과	얇은피 고향만두	1,000g	9,801	10,289	5.0%
	동원F&B	개성왕만두	1,000g	9,976	9,891	-0.8%
두루마리 화장지	유한킴벌리	크리넥스 데코&소프트 3겹	35m*24롤	28,791	28,474	-1.1%
	깨끗한 나라	깨끗한나라 화장지 순수프리미엄 3겹	35m*24롤	21,125	22,244	5.3%
기저귀	유한킴벌리	하기스 매직팬티 컴포트 기저귀 4단계 (남아용 또는 여아용)	40개입	29,792	29,978	0.6%
생리대	유한킴벌리	화이트 수퍼흡수 중형	18개입	7,009	7,005	-0.1%
	유한킴벌리	좋은느낌 오리지널 울트라슬림 날개중형	18개입	6,944	6,920	-0.3%
	LG유니참	소피 바디피트 볼록 맞춤 울트라 중형	18개입	5,520	5,577	1.0%
세탁세제	애경산업	스파크 리필	3kg	7,496	7,603	1.4%
	CJ라이온	비트 리필	3kg	9,607	9,605	0.0%
	LG생활건강	테크 리필	3kg	11,702	12,366	5.7%
	헨켈홈케어코리아	퍼실파워젤(액체,드럼.일반경용)	2.7L	24,300	25,407	4.6%
샴푸	아모레퍼시픽	려 함빛	550ML 환산	13,895	14,296	2.9%
	LG생활건강	케라시스 러블리 데이치 퍼폼샴푸	600ML	7,588	7,249	-4.5%
	애경산업	엘라스틴 콜라겐 볼륨 탄력케어 10X 샴푸	680ML	8,367	9,181	9.7%
참치	동원F&B	동원 참치 라이트 스탠다드	100g	2,399	2,418	0.8%
	동원F&B	사조 참치 살코기 안심따개	100g	2,087	2,080	-0.3%

* 판매규격이 다양한 일부 제품의 경우, 기준단위로 환산함.

** 일부 품목의 경우 조사제품 변경(단종, 리뉴얼, 조사용량 변경, 판매경로 변경 등)으로 인해 등락률 고시하지 않음.



☑ 2025년 2분기 대비 2025년 3분기 생활필수품 품목별 가격변동 현황

품목	용량	품목별 평균 가격		
		2025년 2분기(원)	2025년 3분기(원)	등락률
과자(파이)	468g 환산	4,545	4,553	0.2%
과자(스낵)	90g	1,299	1,302	0.3%
껌	원통 90g 환산	4,467	4,447	-0.5%
밀가루	1kg 환산	2,048	2,039	-0.4%
설탕	1kg 환산	2,836	2,834	-0.1%
고추장	1kg	16,571	17,050	2.9%
된장	1kg	8,271	8,413	1.7%
쌈장	170g 환산	1,643	1,626	-1.1%
식용유	1.8L 환산	8,231	8,061	-2.1%
참기름	320ml	10,061	10,013	-0.5%
간장	1.7L 환산	15,204	15,246	0.3%
케찹	500g	3,464	3,468	0.1%
마요네즈	500g	6,194	6,195	0.0%
맛김	5g*9봉 환산	5,467	5,401	-1.2%
라면	봉지 120g	791	791	0.0%
햄	340g	6,564	6,649	1.3%
즉석밥	210g 환산	1,580	1,582	0.2%
생수	2L	1,040	1,042	0.2%
오렌지주스	1.5L 환산	4,368	4,480	2.6%
콜라	1.5L 환산	3,068	3,077	0.3%
사이다	1.5L 환산	3,001	3,036	1.2%
소주	360ml	1,485	1,482	-0.1%
맥주	캔355ml	1,831	1,889	3.2%
커피믹스	180개입 환산	30,066	32,154	6.9%
분유	800g	24,739	25,722	4.0%
씨리얼	600g	6,352	6,442	1.4%
어묵	300g	2,718	2,728	0.3%
맛살	300g	3,047	3,030	-0.5%
달걀	1판(30개)	8,200	8,452	3.1%
두부	300g 환산	3,558	3,561	0.1%
우유	1L	3,354	3,352	-0.1%
아이스크림	160ml	1,446	1,415	-2.1%
냉동만두	1,000g	10,323	10,373	0.5%
두루마리화장지	24롤	24,683	25,359	2.7%
기저귀	40개입	29,727	29,978	0.8%
생리대	18개입	6,589	6,501	-1.3%
세탁세제	3kg만	9,632	9,858	2.3%
삼푸	500ml	8,492	8,596	1.2%
참치캔	100g 환산	2,272	2,249	-1.0%

* 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.



☑ 2024년 3분기 대비 2025년 3분기 소비자물가지수

(2020=100)

구분	24년 3분기				25년 3분기				증감률
	7월	8월	9월	평균	7월	8월	9월	평균	
소비자물가지수	114.13	114.54	114.65	114.44	116.52	116.45	117.06	116.68	2.0%

출처: 국가데이터처(전 통계청)