

2026년 2분기 소비자 물가감시 리포트

한국소비자단체협의회 물가감시센터

kcprice.or.kr



한국 소비자 단체 협의회
Korea National Council of Consumer Organizations

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

Contents

목차

한국소비자단체협의회
소비자물가감시리포트

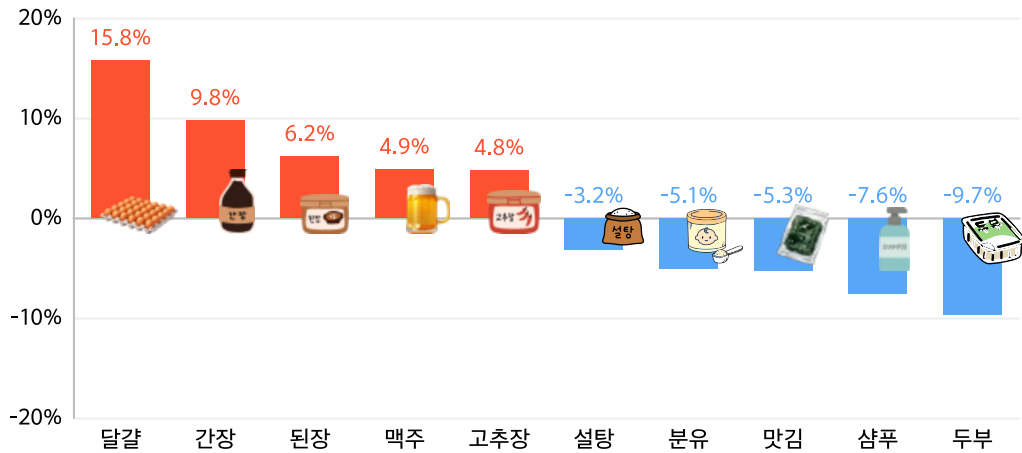
2분기 | 2026. 07

- 01 2026년 2분기 생활필수품 가격조사 결과
- 02 2026년 2분기 원재료 가격 추이
- 03 달걀 한 판 1만 원,
달걀 가격 상승의 주요 원인 분석
- 04 가격은 오르는데
근거는 사라지고 있다
- 05 2026년 전국물가감시네트워크

1. 2026년 2분기 생활필수품 가격조사 결과

1 26년도 2분기, 전년 동기 대비 달걀 15.8% 상승

〈그림 1-1. 전년 동기 대비 가격 상승률 및 하락률 상위 5개 품목〉



올해 2분기 생활필수품 가격조사 결과¹⁾, 전년 동기 대비 39개 품목 중 22개 품목의 가격이 평균 2.7% 상승했다. 상위 5개 품목의 평균 상승률은 8.3%로 특히 달걀은 15.8%로 가장 높았으며 간장(9.8%), 된장(6.2%), 맥주(4.9%), 고추장(4.8%) 순으로 높았다.

반면 두부(-9.7%), 샴푸(-7.6%), 맛김(-5.3%) 등 17개 품목의 가격은 평균 -3.3% 하락했다. 이처럼 가격 상승 품목이 하락 품목보다 많았으나, 하락 폭이 상대적으로 크게 나타나 전체 생활필수품 가격은 전년 동기 대비 평균 0.1% 상승하였다.

제품별 전년 동기 대비 가격 상승률을 보면, 상위 10개 제품의 평균 상승률은 7.3%였다. '달걀(일반란, 대란)'의 상승률이 가장 높았고, 간장, 된장, 고추장 등 식탁 필수품인 장류 제품들이 상위 10개 중 6개를 차지하며 상승을 주도했다.

〈표 1-1. 전년 동기 대비 상승률 상위 10개 제품〉

제조회사	제품명	상승률
-	달걀(일반란, 대란 포함) 1판	15.8%
샘표식품	진간장금F3	10.1%
샘표식품	양조간장 501	9.5%
대상	청정원 순창 재래식 생된장	7.9%
하이트진로	Hite	7.1%
CJ제일제당	해찬들 100% 우리쌀 태양초 고추장	6.0%
CJ제일제당	해찬들 맛있는 재래식 된장	4.6%
오뚜기	진라면 순한맛	4.3%
농심켈로그	콘푸로스트	3.9%
대상	청정원 순창 100% 현미 태양초 찰고추장	3.8%

1) 본 조사는 매월 셋째 주 목-금 양일간 전국 11개 지역 83개 행정구역 790개 유통업체에서 생활필수품 39개 품목, 82개 제품의 가격을 조사하였다. 주요 분석 결과는 전년도까지 동일하게 조사한 서울·경기지역의 가격 조사를 중심으로 분석하였다.

1. 2026년 2분기 생활필수품 가격조사 결과

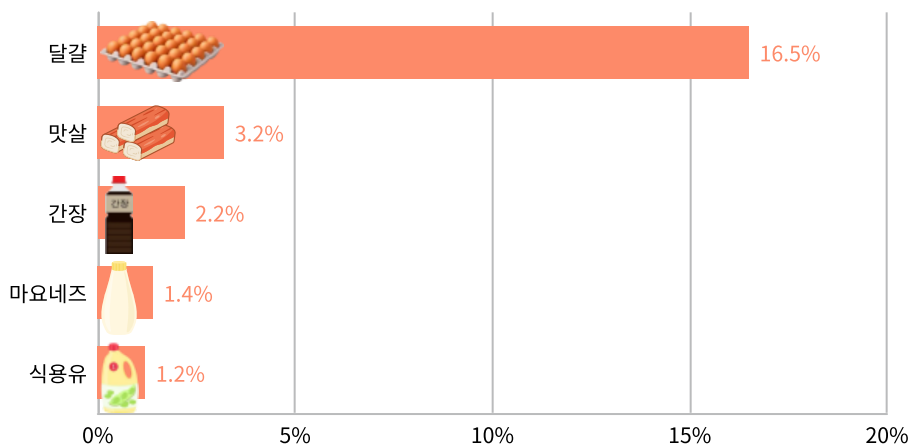
2025년 하반기부터 가격 상승세를 보였던 된장, 고추장 제품은 올해 2분기에도 전년 동기 대비 높은 상승률을 나타냈다. 간장 제품 역시 2024년 6월 가격이 인상된 후 별도의 가격 인상 발표는 없었으나, 10% 안팎으로 상승률이 높았다. 2025년 2분기 '진간장 금F3'의 평균 가격은 7,589원에서 2026년 2분기 8,355원으로 10.1% 상승했으며, '양조간장 501'은 같은 기간 평균 15,408원에서 16,877원으로 약 9.5% 올라간 것으로 조사되었다.

이들 장류 제품들의 가격 상승은 2025년까지 한시적으로 적용되었던 부가가치세 면세 조치가 종료된 것의 영향으로 보인다. 이밖에 하이트진로 'Hite'(7.1%), 오뚜기 '진라면 순한맛(봉지)'(4.3%), 농심켈로그 '콘푸로스트'(3.9%) 등의 제품 가격 상승률도 비교적 높게 나타났다.

2. 전분기 대비 하락 품목, 조사대상 품목 중 과반 넘어.. 유통업체 내 할인 판촉 활동 많아

2026년 1분기 대비 2분기 가격변동을 보면, 조사 대상 39개 품목 중 14개 품목의 가격이 상승했으며, 이들 품목의 평균 상승률은 2.0%로 집계되었다. 반면, 과반이 넘는 25개 품목은 가격이 하락하였으며 평균 하락률은 -2.8%였다. 상승률이 높은 품목은 <표 3>과 같으며 달걀의 상승률은 16.5%로, 전분기 대비 약 1,345원 올랐다.

<그림 1-2. 26년 1분기 대비 26년 2분기 상승률 상위 5개 품목>



반면 두부와 쌈장(각 -8.8%), 샴푸와 고추장(각 -7.2%), 분유와 맛김(각 -5.8%) 등 6개 품목은 전분기 대비 가격이 5% 이상 하락했다. 이처럼 일부 품목에서 비교적 큰 폭의 가격 하락이 나타나면서 생활필수품 전체 평균 가격은 전분기 대비 1.1% 하락한 것으로 분석되었다. 다만 이는 해당 품목들의 정가가 인하된 것이라기 보다 유통업체별 할인, 기획상품 등의 마케팅 활동으로 가격이 내려간 것으로 보인다.

1. 2026년 2분기 생활필수품 가격조사 결과

3 생활필수품 가격, 지역 격차 확인, 수도권 소비자 부담 상대적으로 높아

본 협의회에서 올해부터 실시하고 있는 전국 11개 지역 내 생활필수품 가격조사 결과, 충청권(대전시·세종시·충청북도)의 평균 가격이 2분기 생활필수품 전국 평균보다 약 1.7% 높아 조사 지역 중 가장 높은 것으로 나타났으며, 지역간 차이가 있는 것으로 확인되었다.

품목별로는 최근 가격 상승 폭이 큰 달걀을 중심으로 보았을 때 서울을 포함한 수도권 지역이 타지역에 비해 높은 것으로 조사되었다. 서울의 2분기 달걀 평균 가격은 9,548원, 경인권(경기도, 인천시)은 9,396원인데 반해 호남권(광주시, 전라북도, 제주도)은 평균 8,661원으로 나타났다.

유통업체별로도 지역 간 차이가 확인되었다. 일반슈퍼마켓의 경우 서울이 2분기 평균 9,580원이었고, 충청권은 8,385원, 영남권은 8,496원으로 조사되었다. 대형마트 역시 서울 평균 8,963원과 경인권 8,917원에 비해 영남권 8,152원이 낮게 나타났다.

이는 수도권의 높은 임대료와 인건비 등이 복합적으로 작용한 결과로 보이며, 향후 지속적인 가격 모니터링을 바탕으로 이를 반영한 물가 안정 정책과 시장 환경 조성이 필요할 것이다.

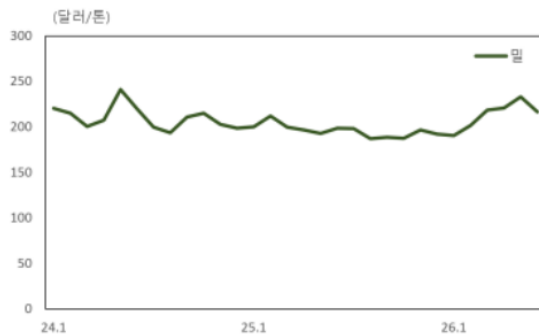
2. 2026년 2분기 원재료 가격 추이

2-1 2026년 2분기 기본 원재료(밀, 대두, 원당)의 가격 추이

국제식량가격지수는 4월까지 올랐다가 5, 6월에 소폭 하락했으나, 올해 슈퍼 엘니뇨로 인한 생산 차질 우려는 커지고 있다.

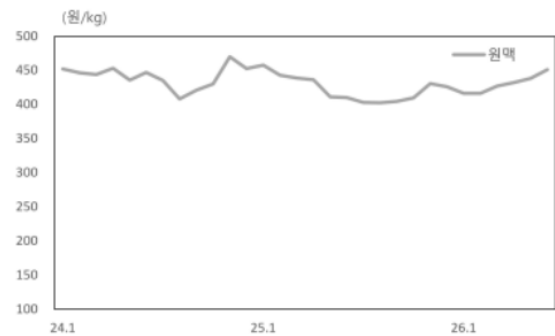
밀의 국제 선물가격은 5월까지 이어졌던 상승세가 6월 들어 전월 대비 7.1% 하락한 것으로 나타났다. 이는 미국, 유럽, 흑해 지역 등 북반구 주요 생산국의 겨울밀 수확이 본격화되면서 시장에 신규 공급 물량이 유입될 것이라는 기대가 반영된 결과로 보인다. 반면 국내 원맥 수입단가는 6월에도 상승세가 이어진 것으로 조사되었다.

〈그림 1. 2024년~2026년(6월) 밀 선물가격 추이〉



(출처: KERI 해외곡물시장정보(CBOT 기준))

〈그림 2. 2024년~2026년(6월) 원맥 국내수입단가 추이〉



(출처: 한국무역협회(KITA) 데이터를 바탕으로 재가공)

이는 원·달러 환율 상승으로 인한 영향과 국제 선물가격보다 계약 시점의 차이 등으로 인해 아직 하락한 가격이 반영되지 않아 국내 제분업체의 원재료 구매 비용은 당분간 높은 수준을 유지할 가능성이 있어 보인다.

한편 중장기적으로 볼 때 국제 밀 가격의 상승 가능성이 점쳐지고 있다. 농촌경제연구원(KERI)과 미국 농무부(USDA)의 세계 곡물 수급 전망에 따르면 2026/27년 세계 밀 생산량은 전년보다 감소하고 소비량은 증가할 것으로 예상된다. 특히 밀의 핵심 수출국인 미국의 겨울밀 작황이 수십 년 만에 크게 부진할 것으로 전망되고 있으며, 유럽 및 남반구 역시 수확기 고온 및 가뭄 피해가 심각해 작황 부진을 우려하고 있다. 이에 단기적으로는 수확기 공급 확대에 따라 가격이 일시적으로 인하되지만 하반기에는 기상 여건과 생산량 감소로 인해 국제 밀 가격이 다시 상승할 가능성이 있는 것으로 보인다.

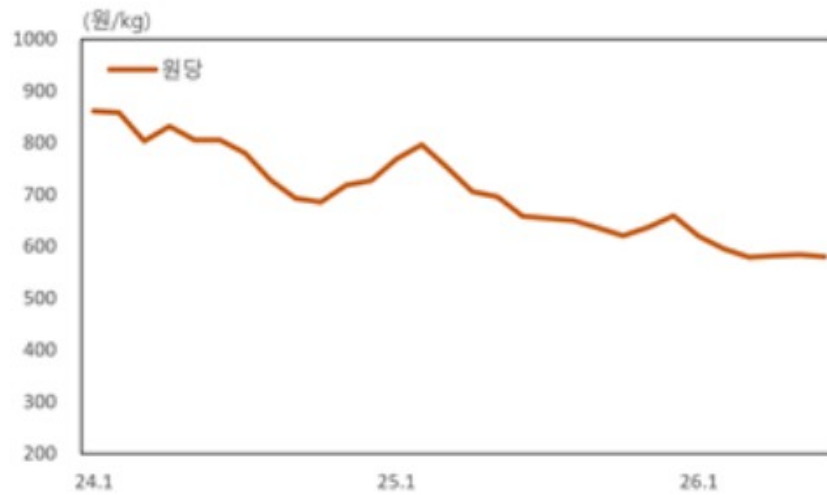
대두의 2026년 2분기 국제 선물가격은 1분기와 비교했을 때 4.2% 상승한 것으로 나타났다. 대두의 주 생산국인 미국과 남미 지역의 생산량이 증가하여 공급 여건이 비교적 안정적인 만큼 생산량 부족에 따른 급격한 가격 상승은 예측되지 않고 있다. 다만 바이오연료로 이용하는 대두유의 수요가 늘어날 경우 대두 가공 수요도 함께 증가하여 국제 가격의 하락폭을 제한하거나 가격을 올릴 가능성이 있어 보인다. 또한 국내 대두 수입 시 환율 변동이 수입 가격에 영향을 미쳐 국제 가격보다 더 크게 오를 수 있으므로 대두와 대두유의 원재료 동향에 대한 모니터링이 필요한 시기이다.

2. 2026년 2분기 원재료 가격 추이

2-1 2026년 2분기 기본 원재료(밀, 대두, 원당)의 가격 추이

원당의 국제 선물가격은 1분기 큰 폭으로 하락한 이후 2분기에도 하락세가 이어졌으며, 특히 2026년 4월에는 브라질과 인도의 생산 회복 전망으로 최근 1년 중 가장 낮은 가격을 기록하기도 했다.

〈그림 3. 2024년~2026년(6월) 원당 수입단가 추이〉



(출처:한국무역협회(KITA) 데이터를 바탕으로 재가공)

국제설탕기구(ISO)는 2025/26년에 세계 설탕 시장이 공급 부족에서 공급 초과로 전환될 것으로 전망하고 있어 하반기에도 원당 가격은 전반적으로 안정세를 이어갈 것으로 예측되고 있다.

한편 국내 원당 수입단가도 1분기 하락한 이후 2분기에도 1kg 당 580원 내외의 안정적인 수준을 유지한 것으로 조사되었다. 이 같은 추세는 국제 선물가격과 시차를 두고 국내 수입단가에 하향 안정세로 반영될 것으로 보인다.

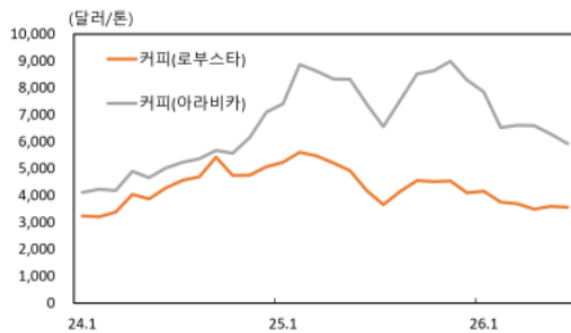
이상과 같이 원당 가격이 하락·안정되고 있음에도 주요 음료업체에서 가격 인상을 발표하며 주 원재료의 흐름과 다른 움직임을 나타내고 있다. 물론 제품 가격 결정 시 주 원재료뿐 아니라 포장재 가격, 환율, 물류비 등 기업들이 언급하는 여러 비용 요인이 복합적으로 영향을 미치겠지만, 주 원재료 가격 하락에 따른 원가 절감 효과가 소비자가격에 충분히 반영되고 있는지, 원가가 낮아졌을 때 소비자가격도 적기에 조정되고 있는지 등의 점검이 필요하다.

2. 2026년 2분기 원재료 가격 추이

2-2 2026년 2분기 디저트 품목의 주요 원재료(원두, 코코아) 가격 추이

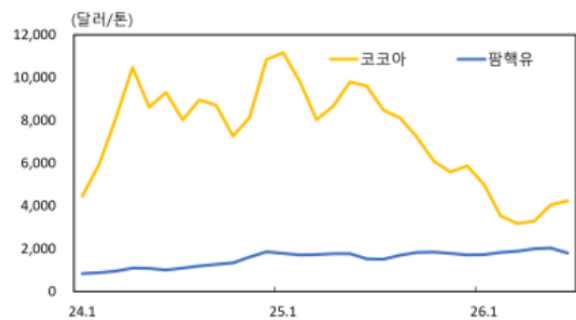
원두의 국제 선물가격은 2026년 1분기 대비 2분기에는 전체적으로 하락세를 보였다. 로부스타는 1분기 평균 대비 2분기 약 3.5% 하락하였고, 아라비카는 약 5.1% 하락하였다. 2025년 이상기후에 따른 공급 부족으로 가격이 급등한 이후 두 품목 모두 생산 및 공급 여건이 개선되며 가격이 하락하고 있다. 로부스타 가격은 2024년 1분기 가격 수준까지 떨어졌고, 아라비카 역시 2024년 4분기 수준까지 낮아졌다.

〈그림 1. 2024 ~ 2026년(6월) 원두 선물가격 동향〉



(출처:블룸버그 거래소의 데이터를 바탕으로 재가공)

〈그림 2. 2024 ~ 2026년(6월) 코코아, 팜핵유 선물가격 동향〉



(출처:블룸버그 거래소의 데이터를 바탕으로 재가공)

또한 2026년 하반기에도 주요 생산국의 공급 회복이 이어질 것으로 전망되어 원두 가격의 급등 가능성은 크지 않을 것으로 예상된다. 따라서 커피믹스 및 커피전문점 등 커피 관련 제품의 소비자가격에도 원두 가격 하락 효과가 적절히 반영되어야 할 것이다.

코코아의 국제 선물가격은 2026년 1분기 대비 2분기에 평균 약 10.2% 상승한 것으로 조사되었다. 이는 2025년 하반기 이후 이어진 하락세 속에서 일시적으로 나타난 반등으로, 2분기 평균 3,863달러/톤으로 지난해에 비해 여전히 낮은 수준이다. 반면 초콜릿 등 가공식품의 원재료로 사용되는 팜핵유는 1분기에 이어 2분기에도 상승세가 지속됐다. 이는 국제 식물성 유지의 수요 증가와 주요 생산국의 공급 불확실성 등이 복합적으로 작용한 결과로 분석된다. 다만 2026년 하반기에는 동남아시아 주요 생산국의 생산량 회복과 재고 증가가 예상됨에 따라 팜핵유 가격이 안정적인 수준으로 유지될 것으로 전망되고 있다.

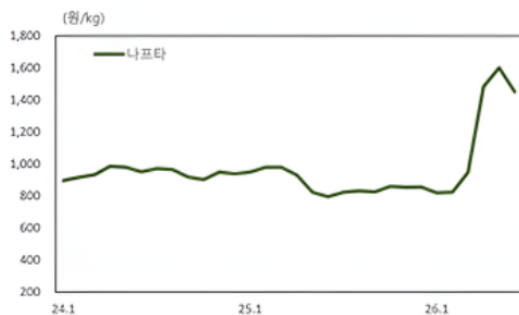
2. 2026년 2분기 원재료 가격 추이

2-3 식품 포장재의 주요 원재료(나프타, 알루미늄) 가격 추이

식품 포장재의 주요 원재료인 나프타와 알루미늄의 국제 가격이 최근 큰 폭으로 상승하며 소비자가격에 영향을 미칠 가능성이 커짐에 따라, 해당 원재료의 가격 추이를 분석하였다.

나프타는 원유를 정제하는 과정에서 만들어지는 원료로, 이를 가공하여 식품용 PET병, 포장용 비닐, 필름, 플라스틱 용기 등 다양한 식품 포장재를 제조하는 데 사용된다.

〈그림 1. 2024 ~ 2026년(6월) 나프타 수입단가 동향〉



(출처:블룸버그 거래소의 데이터를 바탕으로 재가공)

〈그림 2. 2024 ~ 2026년(6월) 알루미늄 현물가격 동향〉



(출처:블룸버그 거래소의 데이터를 바탕으로 재가공)

국내 나프타의 수입단가는 2026년 3월까지 kg당 800~900원 수준을 유지하였으나, 4월 들어 큰 폭으로 상승하여 4월 평균 1,484원, 5월에는 1,601원으로 올랐다. 이에 따라 2분기 평균 수입단가는 전분기 대비 74.9% 상승한 것으로 분석되었다. 이는 이란 전쟁으로 인한 국제 유가 상승과 석유화학 원재료 가격 강세 등이 복합적으로 반영된 결과로 보인다.

한편 나프타의 공급 및 가격 문제는 이란 전쟁 초기부터 제기되었으나, 본 조사 결과 국내 수입단가의 본격적인 상승은 2026년 4월에 들어서야 나타났다. 또한 식품 및 음료 제조업체들이 일반적으로 나프타를 비롯한 원재료와 포장재를 일정 기간 계약을 통해 조달하는 점을 고려하면, 최근의 나프타 가격 급등을 근거로 소비자가격을 인상하는 것이 적절한지 의문이 제기된다.

알루미늄은 캔 음료 및 통조림 등 식품·음료 포장재의 핵심 원재료이다. 국제 현물가격 흐름을 보면 2025년 하반기부터 상승하여 2026년 2분기에는 평균 톤당 3,576달러로 1분기 대비 약 11.9% 상승한 것으로 조사되었다. 다만 알루미늄은 전력비와 에너지 가격의 영향을 크게 받는 원재료인 만큼, 2026년 하반기에도 국제 에너지 가격과 주요 생산국의 공급 정책에 따라 가격 변동성이 지속될 것으로 전망되고 있다.

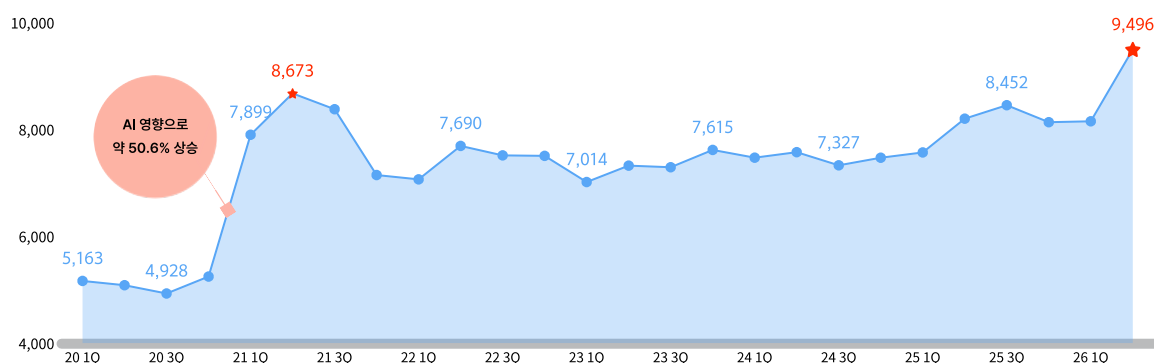
3. 달걀 한 판 1만 원, 달걀 가격 상승의 주요 원인 분석

본 협의회의 2026년 2분기 생활필수품 가격 조사 결과를 보면 달걀 가격이 전분기 대비 약 16% 이상 상승하며 가파른 상승세를 보였다. 달걀은 1인당 일일 소비량이 0.7~0.8개에 달하는 만큼 식생활에서 빼놓을 수 없는 핵심 품목이라 할 수 있다. 이에 최근의 달걀 가격 상승 배경을 면밀히 살펴보았다.

국가데이터처 자료에 따르면, 2020년(100) 대비 2026년 2분기 전체 소비자물가지수는 119.8로 19.8% 상승했다. 반면 달걀 물가지수는 152.2를 기록해 52.2% 급등했으며, 이는 전체 상승률의 2.6배에 달하는 수치다. 이는 서민 가계에 미치는 부담이 그만큼 크다는 점을 보여준다.

본 협의회의 조사 결과에서도 이와 같은 흐름이 뚜렷하게 나타난다. <그림 3-1>을 통해 달걀 30개 기준 평균 가격이 2020년 1분기 5,163원에서 2026년 2분기 9,496원으로 오른 것을 확인할 수 있다.

〈그림 3-1. 분기별 달걀 가격 추이〉



분기별 추이를 살펴보면, 2021년 조류인플루엔자(AI) 확산으로 달걀 가격은 2분기 8,673 원까지 상승하였다. 이후 달걀 가격이 다소 진정되며 7천 원대를 유지해 왔으나, 2025년 AI의 재확산에 따른 대규모 살처분으로 인해 다시 큰 폭의 상승세로 전환되었다. 이러한 상승세로 2026년 6월, 월평균 가격이 1만 원 선을 넘어서고 있어 소비자 장바구니 부담이 더욱 커지고 있다.

이처럼 달걀 가격의 장기적인 고착화는 AI에 따른 대규모 살처분을 비롯해 사육환경, 유통 등 다른 복합적 요인이 작용하고 있어 대표적 요인들에 대해 다음과 같이 정리해 볼 수 있다.

3. 달걀 한 판 1만 원, 달걀 가격 상승의 주요 원인 분석

첫째, 반복되는 AI에 따른 대규모 살처분 여파이다. 2020~2021년 당시 AI 사태로 산란계가 살처분된 데 이어, 2025년 말부터 2026년 초에 걸쳐 전체 산란계의 14%가 또다시 살처분되면서 생산 기반이 큰 타격을 입었다. 이로 인해 공급 여건이 악화되고 가격 상승 압박이 커진 것으로 보인다. 또한 <표 3-1>을 보면 산란계의 1일 평균 식용 달걀 생산량이 지속적으로 증가하다 2026년 1분기에 감소세로 돌아선 것으로 나타났다. 다만 2022년~2025년은 연평균, 2026년은 1분기 평균이라는 점에서 직접적인 비교에 한계가 있으나, AI로 인한 대규모 살처분이 실제 생산량 감소로 이어진 것으로 판단된다.

<표3-1. 산란계 1일 평균 식용 달걀 생산량>

(단위 : 개)

2022년	2023년	2024년	2025년	2026년 1분기
44,912,655	46,966,766	48,918,422	49,732,128	48,620,223

(출처 : 「가축동향조사」, 국가데이터처, 축산물품질평가원)

둘째, 산란계 사육 면적 규제 강화에 따른 기초 생산 원가 부담 증가이다. 정부가 추진 중인 산란계 사육 면적 기준 강화(2027년 9월 전면 시행)는 동물복지와 공중보건 차원에서 안전하고 품질 좋은 달걀을 공급하겠다는 긍정적인 취지에서 비롯되었다. 하지만 현장 농가에서는 강화된 규제에 맞추어 추가적으로 부지를 확보해야 하거나 시설을 개보수하는 등 선제적 투자를 진행해야 한다. 또한 면적당 사육 마리수 제한에 대응해 닭의 회전율을 높이려 산란율이 높은 실용 산란계 수요가 급증, 이로 인해 병아리 가격까지 동반 상승하는 등 생산원가가 높아진 여러 현상이 발생하였다.

다만 산란계 사육 면적 기준 강화는 2018년에 발표한 이후 여러 차례 시행 시점이 유예되어 왔으며, 아직 전면적인 시행 전이라 이를 최근 달걀 가격 상승의 직접적인 원인으로 단정하기 어렵다. 그러나 업계에서 규제 시행에 대비한 비용 부담을 지속적으로 제기하고 있어 중장기적 생산원가 상승 요인으로 꼽을 수 있다.

3. 달걀 한 판 1만 원, 달걀 가격 상승의 주요 원인 분석

셋째, 달걀 품목의 특성으로 인한 콜드체인 물류비 및 유통 비용 부담이다.

〈그림 3-2. 달걀 유통과정〉



달걀은 신선도 유지를 위해 산지에서 마트에 이르는 전 과정에서 냉장 유통(콜드체인)과 식용란선별포장(GP) 과정을 거쳐야 하는 품목 특성상 상시적 고정 물류비 부담이 크다. 아울러 공판장 거래 비중이 낮아 산지, GP센터, 도매, 소매 등 여러 유통 단계를 거쳐야 하는 구조로 되어 있다. 이에 각 단계별 유통 비용과 마진이 누적될 가능성이 높아 생산 원가 외에 소비자가 가격을 높이는 요인으로 꼽을 수 있다. 따라서 달걀 가격 안정을 위해 생산량 확보뿐 아니라 유통 구조 개선을 통한 물류 및 유통 비용을 절감할 수 있는 방안이 필요할 것이다.

이상과 같이 최근 달걀 가격 상승은 단일 요인이 아닌 생산 기반 및 생산비 부담, 복잡한 유통 구조 등 복합적 요인으로 인한 결과로 볼 수 있다. 정부가 신선란 수입 확대를 통해 단기적 수급 안정에 나서고 있으나, 소비자가 체감할 수 있는 실질적인 가격 안정을 위해서는 산란계 생산 기반 회복, 생산 원가 부담 완화, 유통 구조 개선 등 근본적인 중장기적 대책을 지속적으로 추진해야 할 것이다.

4. 가격은 오르는데 근거는 사라지고 있다_소비자 관점으로 본 공시제도 개선 필요

■ 잇따른 가격 인상으로 커지는 가계 부담

2024년 하반기부터 국내외 정세 불안 속에 60여 개 식품업체가 잇달아 가격 인상에 나섰다. 이 중 절반이 넘는 34곳이 가공식품 업체로, 가공식품 물가는 물론 외식 물가까지 끌어 올리며 소비자의 경제적 부담을 가중시켰다. 실제 2025년 가공식품 물가는 1분기 3.0%, 2분기 4.3% 상승했고 외식물가도 각각 3.0%, 3.2% 올라 2%대의 전체 소비자물가 상승률을 웃돌았다.

이같은 가격 상승 흐름은 2026년에도 이어져 본 협회회의 2026년 2분기 생활필수품 가격 조사 결과에서도 조사 대상 39개 품목 중 22개 품목이 전년 동기 대비 평균 2.7% 상승한 것으로 나타났다. 이러한 물가 상승에 대해 기업들은 항상 '원가 상승'을 주요 이유로 든다. 하지만 소비자가 기업의 설명이 타당한지 판단하려면 원재료 가격이 실제로 얼마나 올랐는지, 제품 가격에 어느 정도 반영됐는지, 이후 원가가 하락하거나 안정된 경우 제품 가격에 적절히 반영되었는지 등을 객관적으로 확인할 수 있어야 한다.

그러나 현실은 정반대로 가고 있다. 제품가격은 잇따라 오르고 있지만, 이를 검증하는 데 필요한 기업의 원재료·수입 비용 정보는 오히려 줄어들고 있다. 소비자는 가격 인상의 결과를 직접 부담하면서도, 그 원인과 적정성을 판단하는 데 필요한 정보에서는 정작 소외되고 있는 것이다.

■ 투자자 중심의 공시제도 등 소비자가격 정보는 사각지대

기업 공시제도는 원칙적으로 다양한 이해관계자에게 필요한 정보를 제공하기 위한 제도이다. 그러나 실제 사업보고서와 공시 서식은 투자자와 채권자가 기업의 수익성이나 재무 상태를 판단하는 데 필요한 정보에 주로 초점이 맞춰져 있다. 소비자는 기업의 주주나 채권자는 아니더라도, 제품을 구매함으로써 기업의 수익을 만들어내는 중요한 이해관계자다. 그런데도 소비자에게 중요한 제품가격, 원재료 매입 가격, 가격변동 원인 등의 정보는 충분히 제공되지 않거나 형식적인 설명에 그치고 있다. 심지어 최근에는 기존에 공개되던 정보마저 비공개되거나, 구체적인 가격을 확인하기 어려운 형태로 바뀌고 있다.

4. 가격은 오르는데 근거는 사라지고 있다_소비자 관점으로 본 공시제도 개선 필요

〈 표1. 정보제공 방식이 변경된 사례〉

구분	기존 제공 정보	최근 변경 내용
한국무역협회	품목별 수입금액·수입 중량·증감률 등 공개	영업비밀 보호를 이유로 일부 품목 비공개
CJ씨푸드사업보고서	주요 제품·원재료 평균가격을 원단위로 공개	정확한 가격 대신 전년 대비 몇 % 상승·하락했는지를 서술하는 방식으로 변경
한국물가협회 산업물가	밀가루·설탕·천일염 등 주요 가공식품 원재료 가격 공개	2026년 5월부터 가격정보 제공 중단

자세한 내용은 불임(정보 제공 방식이 변경된 사례) 참고

한국무역협회의 K-stat 무역통계는 기업이 수입하는 품목별 수입금액과 수입 중량을 통해 원재료 수입 가격의 흐름을 확인할 수 있는 자료이다. 그러나 최근 일부 품목은 개별 업체의 영업비밀 침해 방지 요청을 이유로 정보가 제한적으로 제공되고 있다. 또한 CJ씨푸드의 전자공시에서도 정보제공 방식이 축소된 사례를 확인할 수 있다.

CJ씨푸드는 과거 분기보고서에서 어묵 등 주요 제품과 연육·김 등 주요 원재료의 평균가격을 원 단위로 공개했다. 그러나 최근에는 정확한 평균가격 대신 “전년보다 약 3% 하락했다”, “환율 상승 등으로 전년보다 약 4% 상승했다”는 방식으로 정보제공 형식이 변경되었다. 단순한 증감률만으로는 현재 가격이 얼마인지 알 수 없으며, 기준가격이 함께 제공되지 않으면 해당 증감률을 독립적으로 검증하기도 어렵다. 한국물가협회 역시 그동안 공개해 온 밀가루·설탕·천일염 등의 산업물가 자료 제공도 지난 5월부터 중단했다.

기업의 영업비밀을 보호할 필요는 있지만, 관련 정보를 모두 비공개하면 해당 원재료의 가격이 실제로 얼마나 변동되었는지 확인하기 어렵다. 원재료 가격정보가 사라지는 것은 단순히 연구기관이나 소비자단체가 활용할 자료가 부족해지는데 그치는 문제가 아니다. 물가 상승기에 기업의 가격 인상이 원가 흐름과 부합하는지 검증하고, 원재료 가격이 하락했을 때 제품가격이 적절히 조정되었는지 점검할 수 있는 사회적 감시 기반 자체가 약화 되었다는데 더 큰 문제가 있는 것이다.

4. 가격은 오르는데 근거는 사라지고 있다_소비자 관점으로 본 공시제도 개선 필요

■ 소비자의 알권리 강화를 위한 공시제도 개선 방안

첫째, 주요 원재료의 범위와 명확한 공시기준을 설정해야 한다.

현행 공시 서식 작성 지침은 사업 부문의 수익성에 '중요한 영향'을 주는 경우 원재료의 가격 비교치를 공시하도록 되어 있다. 그러나 무엇을 '중요한 영향'으로 판단할 것인지에 대한 구체적인 기준이 없어 공시 여부와 범위가 기업의 판단에 좌우될 가능성이 있다. 따라서 '수익성에 중요한 영향을 미치는 원재료'라는 추상적인 기준 대신, 전체 원재료 매입액에서 일정 비중 이상을 차지하는 품목을 의무적으로 공개하도록 해야 한다. 또한, 원재료와 제품의 정확한 명칭, 규격, 단위가격, 평균가격 산출 기간, 대표품목 선정 기준 등을 제시해 누구나 알기 쉽게 해야 한다. 공시 형식이 변경된 경우에는 변경 이유와 이전 자료와의 연결 방법도 설명해 가격 흐름이 단절되지 않도록 해야 한다.

둘째, 감독 당국의 적극적인 지도와 감시가 강화되어야 한다.

제품가격과 원재료 현황에 대한 공시가 형식적인 수준에 머무르는 것은 공시기준이 느슨한 것뿐 아니라 감독 당국의 지속적인 점검이 부족하기 때문이라고 보여진다. 기준이 모호하거나 부족한 부분은 구체적으로 개정하되, 기업이 공시를 누락하거나 형식적으로 작성한 경우에는 수정공시를 요구하는 등 적극적인 조치가 뒤따라야 한다. 업종별 특성을 고려해 기업에 일정한 재량을 부여할 수는 있지만, 이를 이유로 공시가 불충실해지거나 기업별 비교가 어려워지지 않도록 감독 당국의 지속적인 모니터링 및 적극적인 개입이 필요하다.

셋째, 소비자가 가격 결정의 타당성을 판단할 수 있는 공시 내용 실효성을 강화해야 한다.

현재의 공시 정보만으로는 소비자가 원가 변동이 제품가격에 어떻게 반영되었는지 판단하기 어렵다. 특히 생활필수품 시장 내 일부 품목은 시장집중도가 높고 가격 경쟁이 제한된 경우가 많으며 담합과 같은 불공정 행위도 심심치 않게 적발되고 있다. 따라서 시장지배력이 높거나 가격 경쟁이 제한된 산업을 중심으로 주요 원재료 가격, 제조원가 변동, 제품가격 조정 사유 등을 보다 구체적으로 확인·비교할 수 있도록 공시 내용을 보완할 필요가 있다. 이를 통해 가격 결정 과정의 투명성과 사회적 감시를 강화하고 기업이 원가 변동을 합리적으로 반영하여 가격을 결정할 수 있도록 유도해야 한다.

4. 가격은 오르는데 근거는 사라지고 있다_소비자 관점으로 본 공시제도 개선 필요

■ 소비자의 알권리는 신뢰의 출발점

기업이 가격 인상의 이유와 원재료 가격 변화를 구체적으로 설명하는 것은 소비자와의 신뢰를 높이는 과정이다. 가격을 올릴 때만 원가 상승을 강조하고 원재료 가격이 내려갈 때는 관련 정보를 공개하지 않는다면 기업에 대한 소비자의 불신은 더욱 커질 수밖에 없다.

이를 해소하기 위해 아무리 완벽한 기준을 제시하더라도 기업의 의지가 없다면 공시는 요식 행위에 지나지 않는다. 공시는 모든 원가와 영업비밀을 공개하라는 요구가 아니다. 소비생활과 물가에 직접적인 영향을 미치는 핵심 정보만이라도, 소비자가 이해하고 비교할 수 있는 형태로 지속해서 제공하자는 것이다. 소비자의 알권리가 보장되고 가격 결정 과정의 투명성이 높아질 때 기업과 소비자 사이의 기울어진 운동장이 바로 잡히고, 보다 투명하고 신뢰할 수 있는 시장이 만들어질 것이다.

아울러 정보이용자들인 소비자가 적극적으로 나서지 않는 이상, 기업의 입장에서조차 공시를 불필요한 서류작업으로 여기기 쉽다. 소비자 역시 공시를 적극적으로 활용하고 부족한 내용에 대해 정보제공을 요구해야 공시가 개선될 것이다.

4. 가격은 오르는데 근거는 사라지고 있다_소비자 관점으로 본 공시제도 개선 필요

■ 불임_정보제공 방식이 변경된 사례

< 불임1. K-stat의 정보 축소 사례 >

Kstat

KITA.NET | 로그인 | 통계가이드 | 입데이터 현황 | 공지사항

국내통계 해외무역통계 IMF 세계통계 맞춤분석 자사통계

품목 수출입

품목: HSK 10단위 시작코드: 2304000000 선택년: 2025년 6월

연월: 2025년 6월 화환선택: 금액/누계 달월/누계 달월

전제: 1건 / 단위: 금액, 평균, % / (평균기준 관세율) 코드: 품목

수출입 코드 품목명 수출입액

1 2304000000 대두유를 추출할 때 얻는 오일 ... 0

무역통계
일부품목 비공개 안내

조치하신 품목의 통계정보는 개별 업체의 영업비밀 침해 방지 요청에 따라 제한적으로 제공되는 점 양해 부탁드립니다.

일주일간 보기 닫기

2025년 (6월)

수출입액	수출입금액	수입입액	수입입금액	수지
1,118	463,718.3	57,785	11.1	-56.667
1,118	463,718.3	57,785	11.1	-56.667

< 불임2. CJ씨푸드의 정보제공 방식 변경 사례 >

DART CJ씨푸드

2. 주요 제품 및 서비스

가. 주요 품목별 매출액 현황 (단위: 백만원)

구분	품목	매출액	비율(%)	비고
제품 및 상품	대맥	51,526	35.68%	-
	김	58,503	41.28%	-
	분산구이	17,321	11.98%	-
	김부	11,775	8.15%	-
합계	149,439	100.00%	-	-

나. 주요 제품 품의 가격변동 추이 (단위: 원)

품목	2025.4.7	2025.4.14	2025.4.21	비고
대맥	3,485	3,522	3,582	-
김	45,935	42,485	37,234	-

2. 주요 제품 및 서비스

가. 주요 품목별 매출액 현황 (단위: 백만원)

사업부문	매출구분	주요제품	2025.4.7분기 매출액(백만원)
수산	제품	대맥, 분산구이, 김부 등	32,715 (58.5%)
	상품	조미료, 김스틱, 등	22,235 (40.5%)
합계			54,950

2. 주요 제품 품의 가격변동 추이

2025년 1분기 대맥의 평균 판매가격은 전년보다 약 4% 상승하였고, 김의 평균 판매가격은 3% 상승하였으며, 김스틱, 김부 등 주요 품목의 가격은 2% 상승하였습니다. 김스틱, 김부 등 주요 품목의 가격은 2% 상승하였습니다.

< 불임3. 한국물가협회의 정보제공 중단 사례 >

한국물가협회

인가검색어 | 보통인부 | 레미콘 | 내산전공 | 내장공

통가자료 적산자료 E-도서관 Price Store 원가계산 | 남동대교연동제 시가조사 LOCAL CONTENTS

산업물가

검색어: 2026년 4월 ~ 2026년 7월

날짜	가격
2026.04.07	23,800
2026.04.14	23,800
2026.04.21	23,800
2026.04.28	23,800

주요품목 가격변동 현황 차트

산업물가 가격변동 현황 (2026.4 ~ 2026.7)

5. 2026년 전국물가감시네트워크

한국소비자단체협의회 물가감시센터(회장 문미란)는 2026년 7월 14일 서울역 KTX 대회의실에서 전국 소비자단체 물가대책위원과 실무자, 지자체 물가대책위원회 참여 위원 및 생활필수품 가격조사 참여 단체 실무자들이 참석한 가운데 「2026년 전국물가감시네트워크」를 개최했다. 이번 행사는 장기화되는 고물가 상황에 대응하여 지역별 물가 현안을 공유하고, 소비자 관점의 물가감시 활동 역량과 지역 간 협력체계를 강화하기 위해 마련됐다.

이날 행사는 문미란 회장의 인사말을 시작으로, 양다영 서울연구원 연구위원의 '소비자물가 동향과 전망' 특강과 박우람 한국소비자단체협의회 회계사의 '휘발유 가격과 생활물가' 특강이 진행되었으며, 이어 김향란 한국소비자연맹 부산·경남 회장이 부산지역 숙박요금 문제를 중심으로 한 지역 소비자물가 운동 사례를 발표했다.

끝으로 이어진 조별 토론에서는 공공기관의 재정 안정과 국민 부담을 함께 고려한 공공요금 현실화 여부와 함께, 전국 물가감시 네트워크를 활성화하기 위한 방안들이 심도 있게 논의되었다.

〈 2026년 전국물가감시네트워크 프로그램 일정 〉

시 간	내 용	비 고
11:00~11:10	'10 인사말	문미란 회장(한국소비자단체협의회)
11:10~11:50	'40 특강 1. 소비자물가 동향과 전망	양다영 연구위원(서울연구원)
11:50~13:20	'90 점심식사	서울리에
13:20~14:00	'40 특강 2. 휘발유 가격과 생활물가	박우람 회계사(한국소비자단체협의회)
14:00~14:10	'10 휴식1	
14:10~14:40	'30 사례발표. 지역 소비자물가 운동 사례발표	김향란 회장(한국소비자연맹 부산)
14:40~14:50	'10 휴식2	
14:50~15:10	'20 조별 토론	
15:10~15:20	'10 조별 토론 발표	
15:20~15:30	'10 마무리 및 폐회	

5. 2026년 전국물가감시네트워크

특강 1) 생활물가와 가구 특성별 체감물가 분석을 통한 현장 대응 필요

양다영 연구위원(서울연구원)은 '소비자물가 동향과 전망' 특강을 통해 최근 국제유가와 환율, 공급 불안 등의 영향으로 소비자물가 상승세가 다시 확대되고 있으며, 특히 생활물가가 전체 소비자물가보다 가파르게 상승해 가계의 체감 부담이 커지고 있다고 설명했다. 또한, 식료품과 외식, 숙박 등 일상생활과 밀접한 품목의 가격 상승은 소비자의 체감물가에 직접적인 영향을 미치며, 같은 물가상승이라도 지역과 소득수준, 가구원 수와 연령 등 가구 특성에 따라 부담이 다르게 나타난다고 강조했다. 이에 평균적인 물가지표뿐만 아니라 지역 현장의 가격과 가구별 소비 특성을 세밀하게 살펴보고, 정책 효과가 실제 소비자에게 전달되는지 지속적으로 모니터링해야 한다고 제안했다.

특강 2) 지역별 휘발유 가격 격차와 불투명한 유통·거래구조 개선 필요

'휘발유 가격과 생활물가'에 대해 발표한 박우람 회계사(한국소비자단체협의회)는 전국 17개 시·도의 휘발유 가격을 분석한 결과, 2026년 2월 말부터 5월 둘째 주까지 지역별 최고·최저 가격 차이가 평균 리터당 61.6원, 최대 99.1원에 달했다고 설명했다. 이러한 격차는 유류세보다 물류비와 임대료, 지역별 경쟁 환경 등의 영향을 받는 것으로 분석했다. 아울러 전속거래와 사후정상제 개선이 주유소의 공급처 선택 확대와 소비자가격 인하로 이어지는지 지속적으로 감시해야 한다고 강조했다.

사례발표) 관광 성수기 숙박요금 급등에 대응한 지역 소비자물가 운동

김향란 회장(한국소비자연맹 부산·경남)은 부산 불꽃축제와 관광 성수기, 대형 공연 개최 기간에 발생한 숙박요금 급등과 예약 취소 사례를 발표했다. 부산 불꽃축제 기간 일부 숙박업소의 하루 숙박비가 최대 180만 원까지 오르고, 기존 예약자에게 추가 요금을 요구한 뒤 이를 지급하지 않으면 예약을 취소하는 사례가 발생하는 등 가격 문제와 계약 문제가 함께 나타나고 있다고 설명했다. 이러한 숙박요금 문제는 소비자의 경제적 피해뿐만 아니라 관광도시 부산의 신뢰와 지역 관광산업의 경쟁력을 저하시킬 수 있다고 지적했다.

이에 성수기 이전부터 숙박요금 모니터링과 가격표시 점검을 강화하고, 환불·취소 기준을 소비자에게 명확히 안내해야 하며, 지자체와 숙박업계, 소비자단체가 피해 사례를 공유하고 공동으로 대응할 필요가 있다고 강조했다.

5. 2026년 전국물가감시네트워크

조별토론) 공공요금 현실화 방안 및 전국물가감시네트워크 활성화 논의

조별 토론에서는 전기·가스요금 등 공공요금의 현실화 필요성과 물가상승에 따른 국민 부담을 종합적으로 고려한 합리적인 요금 결정 방안에 대해 의견을 나눴다. 또한, 지역 소비자단체가 발굴한 물가 문제와 조사 결과를 전국적으로 공유하고, 공동 조사와 정책 제언 등 연대 활동을 확대해 전국물가감시네트워크의 실효성을 높이는 방안을 논의했다.

이번 「2026년 전국물가감시네트워크」는 최근 물가 흐름과 지역별 체감물가 문제를 공유하고, 휘발유와 숙박요금 등 구체적인 사례를 통해 소비자단체가 감시해야 할 가격·유통 구조를 살펴보는 자리였다. 한국소비자단체협의회는 앞으로도 지역 소비자단체 간 정보 공유와 협력을 강화해 소비자가 체감할 수 있는 물가안정 활동을 지속해 나갈 것이다.



한국소비자단체협의회

2026년 전국물가감시네트워크

일시 2026년 07월 14일(화) 11:00 ~ 15:30 장소 서울역 KTX 대회의실

주최 한국소비자단체협의회

후원 재정경제부

진행 순서		
시간	내용	참석처/사회자
11:00 ~ 11:10	인사말	문이환 회장 한국소비자단체협의회
11:10 ~ 11:50	특강 1) 소비자물가 동향과 전망	안인환 연구위원 서울연구원 경제혁신연구실
11:50 ~ 13:20	점심식사	서울시청
13:20 ~ 14:00	특강 2) 휘발유 가격과 생활물가	박정형 특강사 한국소비자단체협의회
14:00 ~ 14:10	총식 1	
14:10 ~ 14:40	사례발표 지역 소비자물가 문제 사례발표	김현민 회장 한국소비자단체협의회
14:40 ~ 14:50	총식 2	
14:50 ~ 15:10	조별 토론	
15:10 ~ 15:20	조별 토론 발표	
15:20 ~ 15:30	이유하 및 배리	

모시는 길





□ 전년 동기 대비 생활필수품 품목별 가격변동 현황(서울, 경기 지역 중심)

품목	용량	품목별 평균 가격		
		2025년 2분기	2026년 2분기	등락률
과자(파이)	468g 환산	4,545	4,552	0.2%
과자(스낵)	90g	1,299	1,317	1.4%
껌	원통90g 환산	4,467	4,477	0.2%
밀가루	1kg 환산	2,048	1,993	-2.7%
설탕	1kg 환산	2,836	2,747	-3.2%
고추장	1kg	16,571	17,373	4.8%
된장	1kg	8,271	8,787	6.2%
쌈장	170g 환산	1,643	1,599	-2.7%
식용유	1.8L 환산	8,231	8,099	-1.6%
참기름	320ml	10,061	9,771	-2.9%
간장	1.7L 환산	15,204	16,696	9.8%
케찹	500g	3,464	3,502	1.1%
마요네즈	500g	6,194	6,233	0.6%
맛김	5g*9봉 환산	5,467	5,175	-5.3%
라면	봉지120g	791	792	0.1%
햄	340g	6,564	6,456	-1.7%
즉석밥	210g 환산	1,580	1,542	-2.4%
생수	2L	1,040	1,048	0.8%
오렌지주스	1.5L 환산	4,368	4,475	2.4%
콜라	1.5L 만	3,068	3,015	-1.7%
사이다	1.5L 만	3,001	2,916	-2.8%
소주	360ml	1,485	1,491	0.4%
맥주	캔355ml	1,831	1,920	4.9%
커피믹스	180개입 환산	30,066	30,900	2.8%
분유	800g	24,739	23,480	-5.1%
시리얼	600g	6,352	6,406	0.9%
어묵	300g	2,718	2,723	0.2%
맛살	300g	3,047	3,103	1.8%
달걀	1판(30개)	8,200	9,496	15.8%
두부	300g 환산	3,558	3,213	-9.7%
우유	1L	3,354	3,288	-2.0%
아이스크림	160ml	1,446	1,400	-3.1%
냉동만두	1,000g	10,323	10,396	0.7%
두루마리화장지	24롤	24,683	25,029	1.4%
기저귀	40개입	29,727	29,325	-1.4%
생리대	18개입	6,589	6,534	-0.8%
세탁세제	3kg만	9,632	9,657	0.3%
샴푸	500ml	8,492	7,843	-7.6%
참치캔	100g 환산	2,272	2,332	2.7%

* 판매규격이 다양한 일부 품목의 경우, 기준단위로 환산함.

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



□ 전년 동기 대비 생활필수품 품목별 가격변동 현황(서울, 경기 지역 중심)

품목	용량	품목별 평균 가격		
		2025년 2분기	2026년 2분기	등락률
과자(파이)	468g 환산	4,545	4,552	0.2%
과자(스낵)	90g	1,299	1,317	1.4%
껌	원통90g 환산	4,467	4,477	0.2%
밀가루	1kg 환산	2,048	1,993	-2.7%
설탕	1kg 환산	2,836	2,747	-3.2%
고추장	1kg	16,571	17,373	4.8%
된장	1kg	8,271	8,787	6.2%
쌈장	170g 환산	1,643	1,599	-2.7%
식용유	1.8L 환산	8,231	8,099	-1.6%
참기름	320ml	10,061	9,771	-2.9%
간장	1.7L 환산	15,204	16,696	9.8%
케찹	500g	3,464	3,502	1.1%
마요네즈	500g	6,194	6,233	0.6%
맛김	5g*9봉 환산	5,467	5,175	-5.3%
라면	봉지120g	791	792	0.1%
햄	340g	6,564	6,456	-1.7%
즉석밥	210g 환산	1,580	1,542	-2.4%
생수	2L	1,040	1,048	0.8%
오렌지주스	1.5L 환산	4,368	4,475	2.4%
콜라	1.5L 만	3,068	3,015	-1.7%
사이다	1.5L 만	3,001	2,916	-2.8%
소주	360ml	1,485	1,491	0.4%
맥주	캔355ml	1,831	1,920	4.9%
커피믹스	180개입 환산	30,066	30,900	2.8%
분유	800g	24,739	23,480	-5.1%
시리얼	600g	6,352	6,406	0.9%
어묵	300g	2,718	2,723	0.2%
맛살	300g	3,047	3,103	1.8%
달걀	1판(30개)	8,200	9,496	15.8%
두부	300g 환산	3,558	3,213	-9.7%
우유	1L	3,354	3,288	-2.0%
아이스크림	160ml	1,446	1,400	-3.1%
냉동만두	1,000g	10,323	10,396	0.7%
두루마리화장지	24롤	24,683	25,029	1.4%
기저귀	40개입	29,727	29,325	-1.4%
생리대	18개입	6,589	6,534	-0.8%
세탁세제	3kg만	9,632	9,657	0.3%
샴푸	500ml	8,492	7,843	-7.6%
참치캔	100g 환산	2,272	2,332	2.7%

* 판매규격이 다양한 일부 품목의 경우, 기준단위로 환산함.

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



□ 전년 동기 대비 생활필수품 제품별 가격변동 현황(서울, 경기 지역 중심)

품목	제조회사	제품명	용량	2025년 2분기	2026년 2분기	등락률
과자(파이)	오리온	초코파이	468g(12개입)	4,545	4,552	0.2%
	롯데제과	몽쉘 카카오 생크림 케이크	384g(12개입)	5,630	5,724	1.7%
과자(스낵)	농심	새우깡	봉지90g	1,299	1,317	1.4%
	오리온	포카칩 오리지날	봉지66g	1,541	1,539	-0.1%
껌	롯데제과	자일리톨 오리지날(껌)	원통90g	4,467	4,477	0.2%
밀가루	CJ제일제당	백설 밀가루 중력분(다목적용)	1kg	2,073	1,996	-3.7%
	대한제분	곰표 밀가루 중력분(다목적용)	1kg	2,022	1,990	-1.6%
설탕	CJ제일제당	백설 하얀설탕	1kg	2,836	2,747	-3.2%
	CJ제일제당	백설자일로스하얀설탕	1kg	5,126	5,167	0.8%
고추장	CJ제일제당	해찬들 100% 우리쌀 태양초 고추장	사각1kg	15,958	16,909	6.0%
	대상	청정원 순창 100% 현미 태양초 찰고추장	사각1kg	17,183	17,837	3.8%
된장	CJ제일제당	해찬들 맛있는 재래식 된장	사각1kg	8,398	8,788	4.6%
	대상	청정원 순창 재래식 생된장	사각1kg	8,144	8,786	7.9%
쌈장	CJ제일제당	해찬들 사계절 쌈장	170g	1,738	1,635	-5.9%
	대상	청정원 순창 양념듬뿍 쌈장	200g	1,822	1,838	0.9%
식용유	CJ제일제당	백설 콩100%로 국내에서 만든 콩기름	1.8L	7,828	7,671	-2.0%
	사조해표	식용유 콩기름	1.8L	7,801	7,697	-1.3%
	오뚜기	콩100% 식용유	1.8L	9,065	8,928	-1.5%
참기름	CJ제일제당	백설 고소함 가득 참기름	320ml	8,362	7,752	-7.3%
	오뚜기	고소한 참기름	320ml	11,760	11,791	0.3%
간장	샘표식품	양조간장 501	1.7L	15,408	16,877	9.5%
	샘표식품	진간장 금F3	860ml	7,589	8,355	10.1%
케첩	오뚜기	토마토 케첩	500g	3,464	3,502	1.1%
마요네즈	오뚜기	고소한 골드 마요네즈	500g	6,194	6,233	0.6%
맛김	동원F&B	양반 좋은 원초에 그윽하고 향긋한 들기름김&올리브김	5g*9봉	5,156	4,881	-5.3%
	풀무원	들기름을 섞어 바삭바삭 고소하게 구워낸 파래김	5g*9봉	5,777	5,469	-5.3%
라면	농심	신라면	5개 묶음	4,310	4,320	0.2%
	삼양식품	삼양라면	5개 묶음	3,888	3,736	-3.9%
	오뚜기	진라면 순한맛	5개 묶음	3,665	3,822	4.3%
햄	CJ제일제당	스팸 클래식	340g	6,564	6,456	-1.7%
	롯데푸드	롯데 신선톡톡 슬라이스햄	100g	3,635	3,674	1.1%

* 판매규격이 다양한 일부 품목의 경우, 기준단위로 환산함.

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



□ 전년 동기 대비 생활필수품 제품별 가격변동 현황(서울, 경기 지역 중심)

품목	제조사	제품명	용량	2025년 2분기	2026년 2분기	등락률
즉석밥	CJ제일제당	햇반	210g 환산	1,745	1,680	-3.7%
	오뚜기	오뚜기밥 흰밥	210g 환산	1,415	1,404	-0.8%
생수	광동제약	제주 삼다수	페트2L	1,237	1,261	1.9%
	롯데칠성음료	아이시스 8.0	페트2L	842	836	-0.8%
오렌지주스	코카콜라	미닛메이드 시그니처 오렌지	1.5L	4,371	4,511	3.2%
	롯데칠성음료	델몬트 오렌지	1.5L	4,365	4,439	1.7%
콜라	코카콜라	코카콜라	페트1.5L	3,444	3,430	-0.4%
	롯데칠성음료	펩시콜라	페트1.5L	2,692	2,599	-3.5%
사이다	롯데칠성음료	칠성사이다	페트1.5L	3,001	2,916	-2.8%
소주	하이트진로	참이슬 후레쉬	360ml	1,483	1,494	0.7%
	롯데칠성음료	처음처럼	360ml	1,486	1,488	0.1%
맥주	오비맥주	Cass 후레쉬	캔355ml	1,869	1,921	2.8%
	하이트진로	Hite	캔355ml	1,792	1,919	7.1%
커피	동서식품	맥심 모카골드 믹스	180개입	31,222	32,020	2.6%
	남양유업	프렌치카페 카페믹스	180개입	28,909	29,780	3.0%
분유	남양유업	아이엠마더 3단계	캔800g	24,739	23,480	-5.1%
	남양유업	임페리얼드림XO 3단계	캔800g	34,706	32,847	-5.4%
시리얼	농심켈로그	스페셜K	480g	8,180	8,233	0.7%
	농심켈로그	콘푸로스트	600g	6,321	6,569	3.9%
	동서식품	포스트 콘푸라이트	600g	6,382	6,243	-2.2%
어묵	CJ씨푸드	삼호 부산어묵 골드	300g	2,762	2,778	0.6%
	사조대림	대림선어묵 부산어묵 마당놀이	300g	2,674	2,669	-0.2%
맛살	사조대림	게맛살 큰잔치	300g	3,047	3,103	1.8%
달걀	-	대란 1판	한판(30개)	8,200	9,496	15.8%
두부	풀무원	특등급 국산콩 두부(부침용)	300g	3,800	3,593	-5.4%
	CJ제일제당	행복한콩 국산콩 100% 두부 (부침용)	300g	3,316	2,833	-14.6%
	CJ제일제당	행복한콩 단단한 부침용 두부	300g	1,482	1,369	-7.6%

* 판매규격이 다양한 일부 품목의 경우, 기준단위로 환산함.

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



□ 전년 동기 대비 생활필수품 제품별 가격변동 현황(서울, 경기 지역 중심)

품목	제조회사	제품명	용량	2025년 2분기	2026년 2분기	등락률
우유	서울우유	서울우유	종이팩1L	3,157	3,168	0.3%
	남양유업	맛있는우유GT	종이팩1L 환산	3,446	3,288	-4.6%
	매일유업	매일우유 오리지널	종이팩1L 환산	3,459	3,410	-1.4%
아이스크림	빙그레	투게더 바닐라맛	900ml	6,980	6,912	-1.0%
	롯데제과	월드콘	160ml	1,425	1,423	-0.1%
	빙그레	메로나	80ml 환산	733	689	-6.1%
냉동만두	CJ제일제당	비비고 왕교자	1,000g	10,758	10,661	-0.9%
	해태제과	얇은피 고향만두	1,000g	10,234	10,211	-0.2%
	동원F&B	개성왕만두	1,000g	9,977	10,317	3.4%
두루마리화장지	유한킴벌리	크리넥스 데코&소프트 3겹	35m*24롤	28,012	28,319	1.1%
	깨끗한나라	깨끗한나라 화장지 순수프리미엄 3겹	35m*24롤	21,353	21,740	1.8%
기저귀	유한킴벌리	하吉斯 매직팬티 컴포트 기저귀 4단계, 여아용/남아용	40개입	29,727	29,325	-1.4%
생리대	유한킴벌리	화이트 슈퍼흡수 중형	18개입	7,075	7,329	3.6%
	유한킴벌리	좋은느낌 오리지널 울트라슬림(날개중형)	18개입	7,055	7,130	1.1%
	LG유니참	소피 바디피트 블록 맞춤 울트라 중형	18개입	5,636	5,145	-8.7%
세탁세제	애경산업	스파크 리필	3kg	7,577	7,612	0.5%
	CJ라이온	비트 리필	3kg	9,624	9,786	1.7%
	LG생활건강	테크 리필(테크 4대 얼룩 강력제거 진드기 사체 배설물 99.9% 제거)	3kg	11,695	11,572	-1.0%
	헨켈홈케어코리아	퍼실파워젤(액체,드럼/일반 겸용)	2.7L	25,801	24,866	-3.6%
샴푸	아모레퍼시픽	려 함빛 (극손상&영양샴푸)	550ml 환산	14,048	12,660	-9.9%
	LG생활건강	케라시스 러블리 데이지 퍼퓸 샴푸	600ml	7,253	6,979	-3.8%
	애경산업	엘라스틴 콜라겐 볼륨 탄력케어 10X 샴푸	680ml	9,056	8,437	-6.8%
참치캔	동원f&b	동원 참치 라이트 스탠다드	100g	2,410	2,482	3.0%
	사조	사조 참치 살코기 안심파게	100g	2,134	2,183	2.3%

* 판매규격이 다양한 일부 품목의 경우, 기준단위로 환산함.

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



□ 2026년 1분기 대비 2026년 2분기 생활필수품 품목별 가격변동 현황(서울, 경기 지역 중심)

품목	용량	품목별 평균 가격		
		2026년 1분기	2026년 2분기	동락률
과자(파이)	468g 환산	4,553	4,552	0.0%
과자(스낵)	90g	1,313	1,317	0.2%
껌	원통90g 환산	4,463	4,477	0.3%
밀가루	1kg 환산	2,023	1,993	-1.5%
설탕	1kg 환산	2,805	2,747	-2.1%
고추장	1kg	18,716	17,373	-7.2%
된장	1kg	9,101	8,787	-3.5%
쌈장	170g 환산	1,753	1,599	-8.8%
식용유	1.8L 환산	8,001	8,099	1.2%
참기름	320ml	9,786	9,771	-0.2%
간장	1.7L 환산	16,340	16,696	2.2%
케찹	500g	3,485	3,502	0.5%
마요네즈	500g	6,147	6,233	1.4%
맛김	5g*9봉 환산	5,493	5,175	-5.8%
라면	봉지120g	811	792	-2.3%
햄	340g	6,548	6,456	-1.8%
즉석밥	210g 환산	1,569	1,542	-1.7%
생수	2L	1,051	1,048	-0.2%
오렌지주스	1.5L 환산	4,472	4,475	0.1%
콜라	1.5L 만	3,071	3,015	-1.8%
사이다	1.5L 만	2,949	2,916	-2.1%
소주	360ml	1,490	1,491	0.0%
맥주	캔355ml	1,913	1,920	0.4%
커피믹스	180개입 환산	32,298	30,900	-4.3%
분유	800g	24,925	23,480	-5.8%
시리얼	600g	6,409	6,406	0.0%
어묵	300g	2,707	2,723	0.6%
맛살	300g	3,007	3,103	3.2%
달걀	1판(30개)	8,151	9,496	16.5%
두부	300g 환산	3,377	3,213	-8.8%
우유	1L	3,247	3,288	-1.1%
아이스크림	160ml	1,390	1,400	-0.3%
냉동만두	1,000g	10,326	10,396	0.5%
두루마리화장지	24롤	25,163	25,029	-0.5%
기저귀	40개입	29,885	29,325	-1.9%
생리대	18개입	6,590	6,534	-1.1%
세탁세제	3kg만	9,686	9,657	-0.3%
샴푸	500ml	8,163	7,843	-7.2%
참치캔	100g 환산	2,308	2,332	1.0%



□ 2025년 2분기 대비 2026년 2분기 소비자물가지수

(2020=100)

구분	25년 2분기				26년 2분기				증감률
	4월	5월	6월	평균	4월	5월	6월	평균	
소비자 물가지수	116.38	116.27	116.31	116.32	119.37	119.92	119.99	119.76	2.96%

출처: 국가데이터처