



한국소비자원

소비에 가치를! 시장에 신뢰를!

보 도 자 료

보도 일시	2025. 7. 9.(수) 06:00	배포일	2025. 7. 8.(화)
담당 부서	스마트제품시험국 시험기획팀	담당자	양종철 팀장(043-880-5861) 한승석 부연구위원(043-880-5864)

품질·가격 비교정보, 소비자의 제품 구매 결정에 미치는 영향력 높아 - 고물가 시대, 합리적 소비를 지원하는 공익정보로 자리매김해 -

최근 고물가 지속으로 유통제품의 가격이 급등해 가게 부담이 커지는 가운데, 한국소비자원(원장 윤수현)이 합리적인 소비생활을 지원하기 위해 제공한 ‘제품 비교정보’가 실제 제품 선택과 구매 결정에 미치는 영향력이 높은 것으로 나타났다.

* 한국소비자원은 식품, 가전제품, 생활용품 등 소비자 관심 품목에 대한 품질·안전성·환경성 시험평가 및 가격 비교정보를 소비자정보 종합포털 ‘소비자24(<https://www.consumer.go.kr>)’를 통해 제공하고 있음.

【 조사 개요 】

- 조사방법 : 온라인 설문조사(2025. 5.)
- 조사대상 : 한국소비자원이 제공한 제품 비교정보를 접한 후 해당 품목 제품을 구입(계획 포함)한 경험이 있는 전국 성인 남녀(20세 ~ 64세) 1,000명
- 표본오차 : 95% 신뢰구간에서 최대 허용 오차 $\pm 3.10\%$

□ 품질·가격 등 객관적 비교정보, 제품 구매·선택에 미치는 영향력 높아

제품 비교정보를 접한 후 실제 해당 제품을 구매(계획 포함)한 경험이 있는 소비자(1,000명) 중 87.1%^{*}는 해당 정보가 ‘구매할 제품을 결정하는 과정에 영향을 끼쳤다’고 답변했다. 특히 비교정보가 구매·선택에 영향을 미쳤다는 응답 비율은 매년 조사가 거듭될수록 높아지고^{**} 있다.

* 품목별로는 ‘제습기’ 비교정보의 구매·선택 영향력(93.8%)이 가장 높았고, 정보 유형별로는 ‘품질·성능 비교’, ‘사용 편의성 비교’, ‘가격 비교’ 등의 순으로 유용했다고 평가됨.

** ²³86.4% → ²⁴86.9% → ²⁵87.1%

이는 고물가 환경에 대응해 품질·성능이 우수하면서 가격이 저렴한 가성비 제품 정보를 확대하고, 전기차·에어컨 등 객관적 정보가 부족한 고가 소비재에 대한 비교정보 제공을 강화한 노력의 결과로 판단된다.

□ 구매·선택 가이드, 비교정보의 활용도 향상에 도움 돼

한국소비자원은 제품 비교정보 제공 시 주요 평가결과를 한눈에 파악할 수 있도록 1장으로 요약한 구매·선택 가이드를 함께 제공하고 있다.

소비자의 80.5%(805명)는 구매·선택 가이드에 품질·가격, 가성비 우수제품 등에 대한 정보가 잘 요약되어 있어 해당 내용만을 참고해도 제품을 구매·선택할 수 있다고 평가했다. 구매·선택 가이드가 비교정보의 활용도 향상에 효과적인 것으로 해석된다.

[구매·선택 가이드 제공 사례]

건전지 (2024.6.)

건전지 (알카라인, AAA형/AA형)

구매·선택 가이드 (2024.6.)

* 알카라인 건전지 제품(니켈-카드뮴, 포화불포화 탄소, 중금속 함유) 중, 알카라인, 가전, 제품 사용 용도에 맞춰 고가격 건전지는 제품을 추천합니다.

지속성능이 사용 시간이 길어 지속성능이 우수한 제품

브랜드	제품명	구매가격(원)	브랜드	제품명	구매가격(원)
다나오	네오로 알카라인	2,000 (110)	다나오	네오로 알카라인	2,000 (110)
삼성	삼성 알카라인	14,100 (110)	삼성	삼성 알카라인	14,100 (110)
삼성	삼성 알카라인	12,300 (110)	삼성	삼성 알카라인	12,300 (110)
삼성	삼성 알카라인	15,100 (110)	삼성	삼성 알카라인	15,100 (110)

향상성(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성)

브랜드	제품명	구매가격(원)	브랜드	제품명	구매가격(원)
다나오	네오로 알카라인	2,000 (110)	다나오	네오로 알카라인	2,000 (110)
삼성	삼성 알카라인	14,100 (110)	삼성	삼성 알카라인	14,100 (110)
삼성	삼성 알카라인	12,300 (110)	삼성	삼성 알카라인	12,300 (110)
삼성	삼성 알카라인	15,100 (110)	삼성	삼성 알카라인	15,100 (110)

가성비 지속성능이 우수하고 가격이 저렴한 제품

브랜드	제품명	구매가격(원)	브랜드	제품명	구매가격(원)
다나오	네오로 알카라인	2,000 (110)	다나오	네오로 알카라인	2,000 (110)
삼성	삼성 알카라인	14,100 (110)	삼성	삼성 알카라인	14,100 (110)
삼성	삼성 알카라인	12,300 (110)	삼성	삼성 알카라인	12,300 (110)
삼성	삼성 알카라인	15,100 (110)	삼성	삼성 알카라인	15,100 (110)

가성비(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성)

제습기 (2024.7.)

제습기 구매·선택 가이드 (2024.7.)

* 제습기란 건조, 제습을 위해 실내 공기 중의 수분을 흡수하여 건조시키는 장치로, 건조, 가전, 제품 사용 용도에 맞춰 고가격 제습기는 제품을 추천합니다.

제습효율 소비전력 당 제습성능이 우수하고 가격이 저렴한 제품

브랜드	제품명	제습효율(L/24h)	제습효율(L/24h)
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4

제습성능 사건당 더 많은 물의 수분을 제습할 수 있는 제품

브랜드	제품명	제습효율(L/24h)	제습효율(L/24h)
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4

소용 상대적으로 소용한 제품

브랜드	제품명	소용량(L/24h)	소용량(L/24h)
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4

가성비 제습성능·제습효율이 우수하고 가격이 저렴한 제품

브랜드	제품명	제습효율(L/24h)	제습효율(L/24h)
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4

가성비 제습성능·제습효율이 우수하고 가격이 저렴한 제품

브랜드	제품명	제습효율(L/24h)	제습효율(L/24h)
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4

가성비 제습성능·제습효율이 우수하고 가격이 저렴한 제품

브랜드	제품명	제습효율(L/24h)	제습효율(L/24h)
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4
삼성	삼성 제습기	20.4	20.4

가성비(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성) 또는 성능(향상성)

헤어트리트먼트 (2024.10.)

헤어트리트먼트 구매·선택 가이드 (2024.10.)

* 헤어트리트먼트는 머리카락의 손상을 회복시키고, 건조, 가전, 제품 사용 용도에 맞춰 고가격 헤어트리트먼트는 제품을 추천합니다.

모발 개선 성능 모발 염색 또는 보습 개선이 우수한 제품

브랜드	제품명	모발 개선 성능	모발 개선 성능
다나오	다나오 헤어트리트먼트	다나오 헤어트리트먼트	다나오 헤어트리트먼트
다나오	다나오 헤어트리트먼트	다나오 헤어트리트먼트	다나오 헤어트리트먼트

향상성 향향향

□ 제품 환경성 검증·평가정보, 친환경 제품 소비 확산에 도움 돼

소비자의 86.7%(867명)는 친환경 제품을 구입할 의향이 있었고, 그중 91.8%(796명)는 한국소비자원이 제공한 환경성* 검증·평가정보가 제품 구매·선택에 도움이 될 것이라고 평가해 해당 정보가 지속가능한 친환경 소비문화 확산에 기여하는 것으로 나타났다.

* 고효율 가전제품 에너지 절감 효과, 생활화학제품 환경오염 영향성, 포장용기 자원 순환성 등

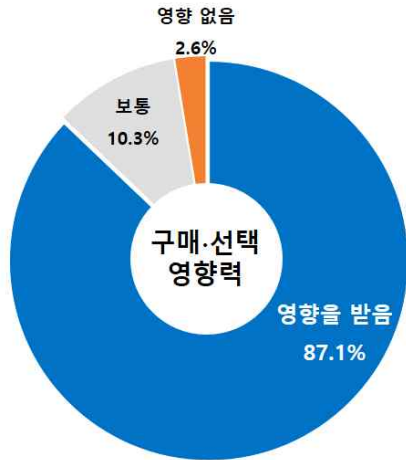
□ 소비자가 공감할 수 있는 제품 비교정보 생산·제공 강화

한국소비자원은 이번 조사 결과를 바탕으로 소비환경 변화에 대응하고 소비자 정보 수요에 부합하는 비교정보 제공 강화를 위해 실사용 환경조건의 시험평가 및 가성비 우수제품 발굴을 확대하는 등 소비자가 공감형 정보생산을 추진하고 있다.

아울러 소비자가 쉽게 접근하여 활용할 수 있도록 제품 비교정보를 다양한 디지털콘텐츠(동영상, 카드뉴스 등)로 재가공하여 유튜브·SNS 등 온라인 채널을 통해 제공할 예정이다.

<2025년 제품 비교정보의 효과성 조사 주요 결과>

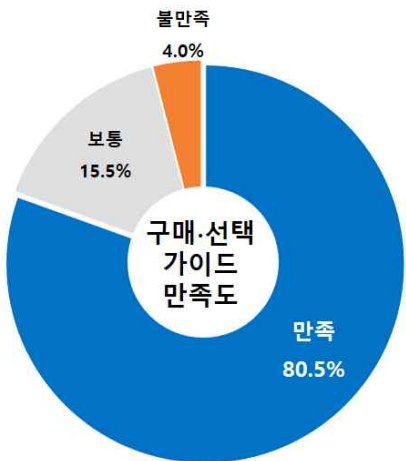
1. 제품 비교정보가 소비자의 제품 구매·선택에 끼친 영향력 : 87.1%



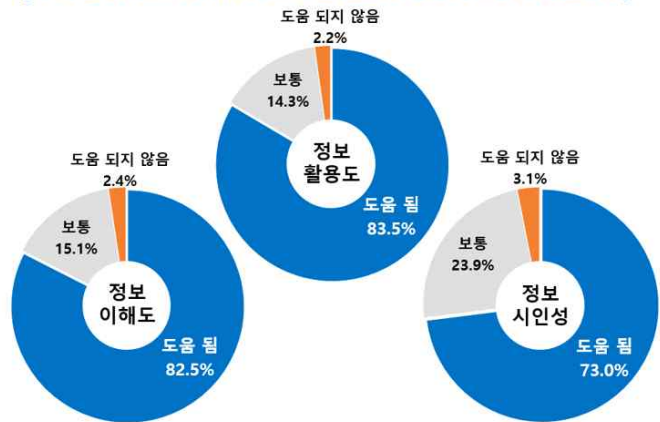
[제품별 품질·가격 비교정보의 영향력 평가(영향을 받음)]

제습기	93.8%	폼클렌저	86.3%
냉동치킨	91.8%	반려동물 활동공간 탈취제	85.3%
압박스타킹	91.7%	워킹화	85.2%
냉동피자	90.9%	소시지	85.2%
에어컨	90.3%	무선헤드폰	85.1%
건전지	89.9%	어린이침대	84.2%
헤어트리트먼트	88.9%	유모차	82.8%
의류용 표백제	88.7%	제로음료	82.1%
수영복	87.6%	전기차	81.6%
스포츠브라	87.2%	분유제조기	78.9%

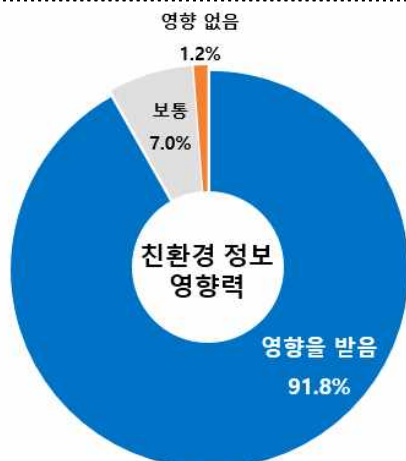
2. 구매·선택 가이드 정보의 소비자 만족도 : 80.5%



[구매·선택 가이드가 비교정보의 질·만족도 향상에 도움이 되는 정도]



3. 친환경 정보가 제품 선택에 끼친 영향력 : 91.8%



[친환경 제품 정보가 영향을 끼친 이유]

친환경 제품 구입을 통한 환경보호 실천	48.7%
미래세대에 도움이 될 것 같아서	16.0%
친환경 제품이 상대적으로 품질이 우수해서	10.3%
친환경 표시·광고의 진위 여부 검증	9.8%
친환경 제품이 유지비용을 절약할 수 있어서	8.4%
친환경 제품이 상대적으로 저렴해서	3.5%
친환경 제품이 상대적으로 고급모델이어서	3.1%
기타	0.2%

<붙임> 2025년 제품 비교정보의 효과성 조사 결과

1 조사 개요

- **조사목적** : 2024년 한국소비자원이 제공한 제품 비교정보의 구매·선택 영향력 등 효과성 분석·평가
- **조사방법** : 온라인 설문조사(2025. 5.)
- **조사대상** : 전국 성인 남녀(20 ~ 64세) 중 제품 비교정보를 접한 경험이 있는 소비자
- **표본구성** : 1. 사전조사 : 15,000명(각 제품별 비교정보 접촉 경험자 선별)
2. 본조사 : 1,000명(사전조사 응답자 중 제품 비교정보를 접한 후 실제로 해당 품목 제품을 구입(계획 포함)한 소비자)
- **표본오차** : 1. 사전조사 : 95% 신뢰구간에서 최대 허용오차 $\pm 0.80\%p$
2. 본조사 : 95% 신뢰구간에서 최대 허용오차 $\pm 3.10\%p$

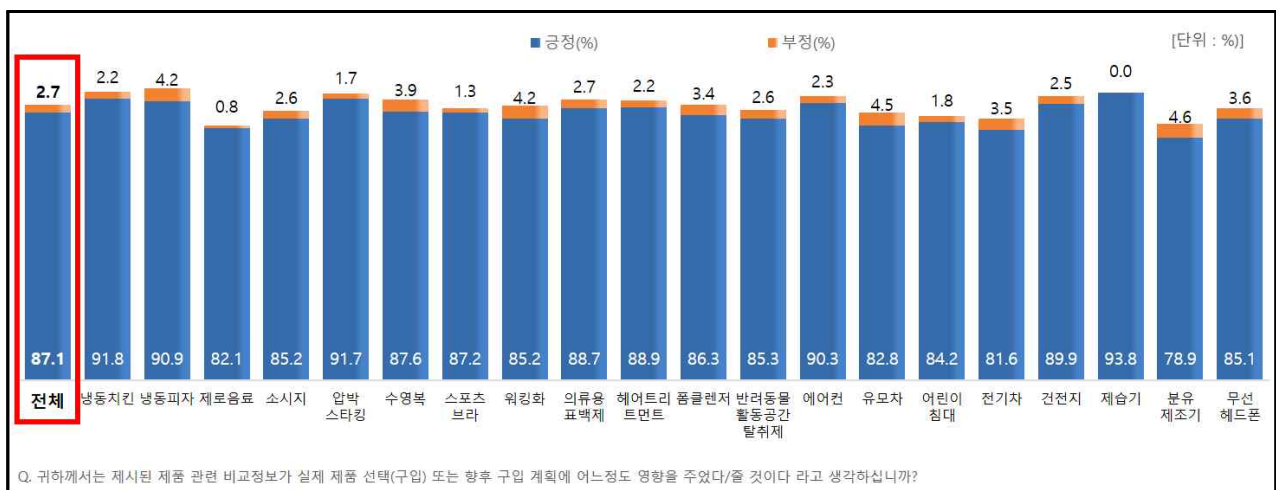
2 제품 비교정보의 제품 구매·선택 영향력

□ **(구매·선택 영향력)** 제품 비교정보를 접한 소비자가 실제 해당 제품을 선택하고 구매(계획 포함)하는 데 얼마나 영향을 받았는지 조사

○ 제품 비교정보를 접한 후 실제 제품 구매·선택 시 해당 정보에 영향을 받은 소비자는 87.1%*로 전년(86.9%) 대비 0.2%p 증가함.

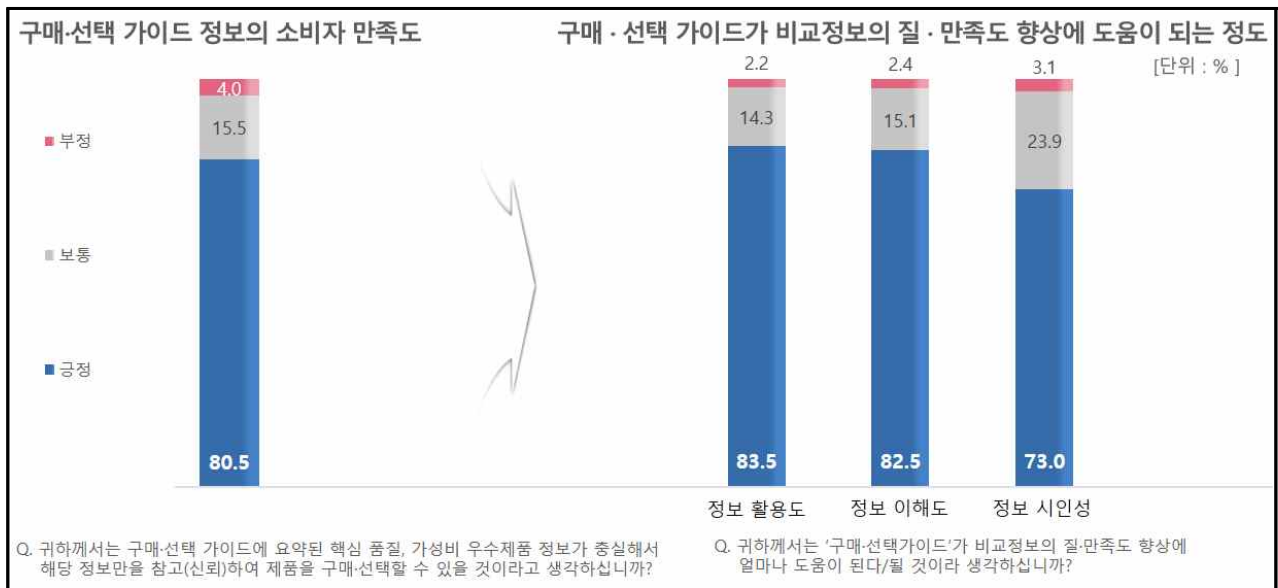
* 5점 척도 설문조사 결과, ‘어느 정도 영향을 주었다(4)’ 및 ‘매우 영향을 주었다(5)’를 선택한 긍정 응답 비율

[품목별 비교정보의 구매·선택 영향력]



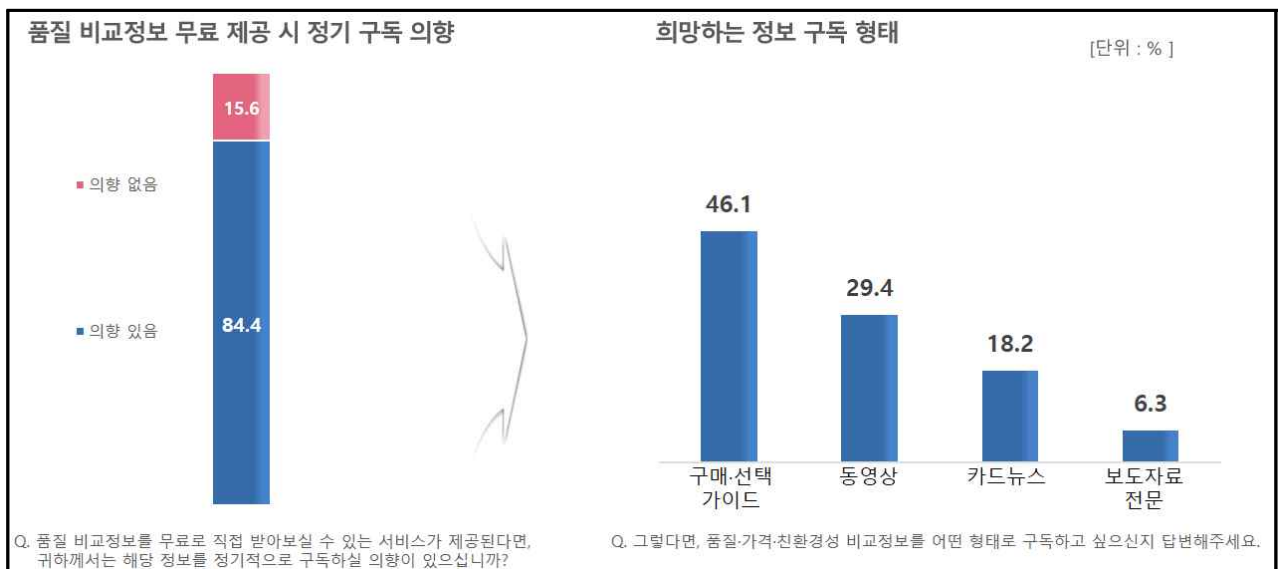
- (구매·선택 가이드 만족도) 제품 비교정보 내 구매·선택 가이드의 소비자 만족도는 80.5%로 비교정보의 질·만족도 향상에 효과적인 것으로 확인됨.
- 세부 요소별로는 '정보 활용도(83.5%) 향상'이 가장 높았고, '정보 이해도(82.5%) 향상', '정보 시인성(73.0%) 향상' 순임.

[구매·선택 가이드 만족도]



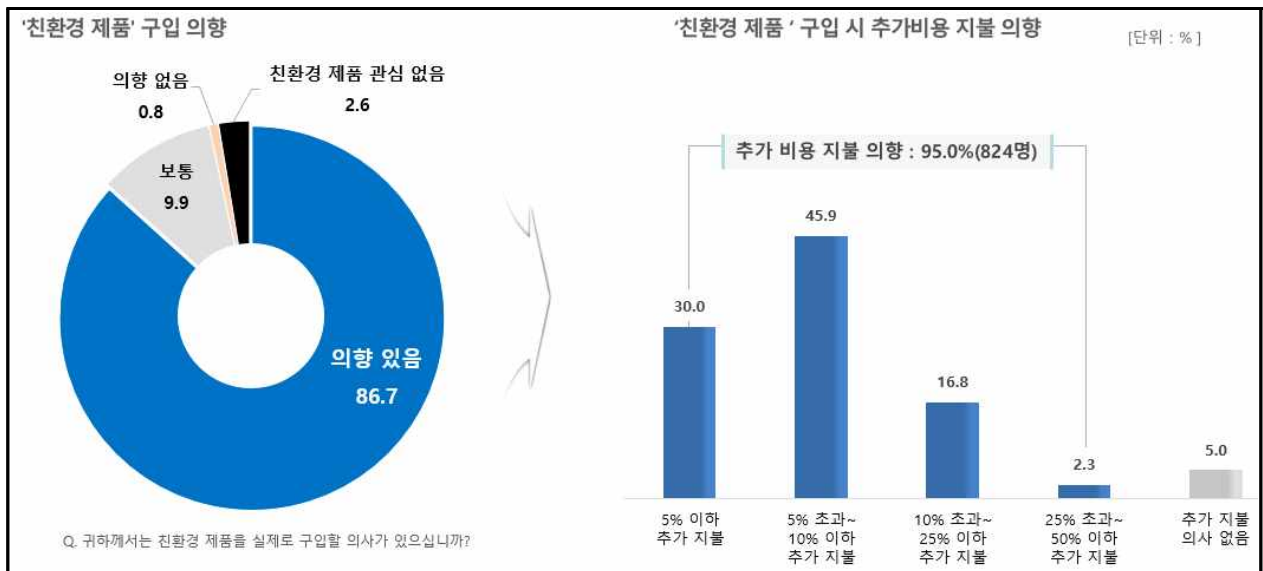
- 제품 비교정보를 정기적으로 구독할 의향이 있는 응답자(844명)에게 선호하는 구독 형태를 조사한 결과, '구매·선택 가이드(46.1%)'가 가장 높았고, '동영상(29.4%)', '카드뉴스(18.2%)', '보도자료(6.3%)' 순임.

[제품 비교정보 구독 의향 및 구독 형태 선호도]



- **(친환경 제품 구입 의사)** 소비자의 86.7%(867명)는 친환경 제품을 구입할 의사가 있었고, 그중 95.0%는 일반 제품에 비해 가격이 다소 비싸더라도 친환경 제품을 구입할 의사가 있다고 응답함.

[친환경 제품 구입 의사]



- **(친환경 정보 영향력)** 친환경 제품을 구입할 의사가 있는 소비자(867명) 중 91.8%는 제품 환경성 검증·평가정보가 친환경 제품을 선택하는 데 영향을 끼쳤다고 평가함.
- 친환경 제품 정보가 소비자의 구매·선택에 영향을 끼칠 것으로 생각하는 이유는 '환경보호 실천(48.7%)'이 가장 많았고, '미래세대에 도움(16.0%)', '친환경 제품의 품질이 우수해서(10.3%)' 등의 순임.

[친환경 제품 정보가 제품 선택에 끼친 영향력]

