

## 60대 이상 고령층, 소비생활만족도 높아져

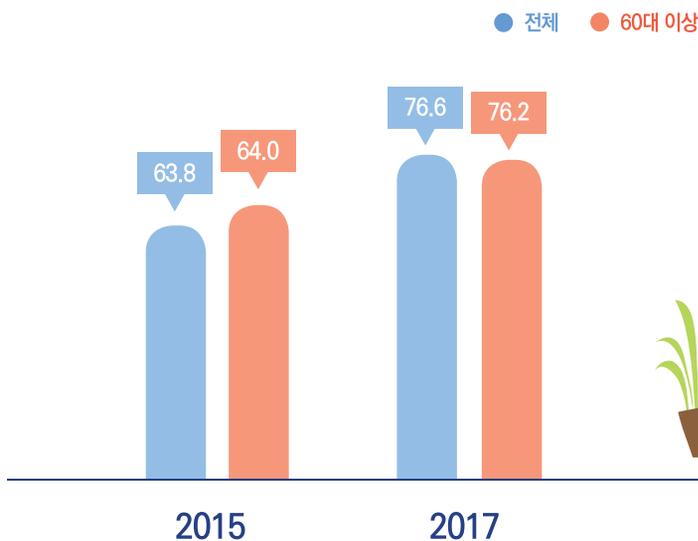
한국소비자원은 국민이 체감하는 소비생활 여건과 만족, 문제경험 등을 측정·분석하여, 한국인의 현재 및 미래 소비생활 조망과 소비자정책 방향제시에 유용한 기초자료를 제공하고 있습니다. 지난 2013년, 2015년에 이어 생산한 「2017 한국의 소비생활지표」는 국민소비생활 '문제와 만족', '소비자권리와 책임', '가계소비 여건' 등 3대 부문으로 구성되며 '고령화', '지역 소비생활', 2017 독일 G20 소비자정상회담(G20 Consumer Summit)에서 제안된 '디지털 소비여건 신뢰' 등 새로운 소비환경 변화를 반영한 신규 항목을 보완하여 조사되었습니다.

“

60대 이상 고령층, 종합 소비생활 만족은 예년대비 향상했으나, 의료비, 식품·외식비, 주거비, 경조사비, 여가여행비 등 경제적 부담 높고 고령소비자 38.2%는 소비자문제를 경험, 피해구제 접수 꾸준히 지속

”

종합 소비생활만족도 점수

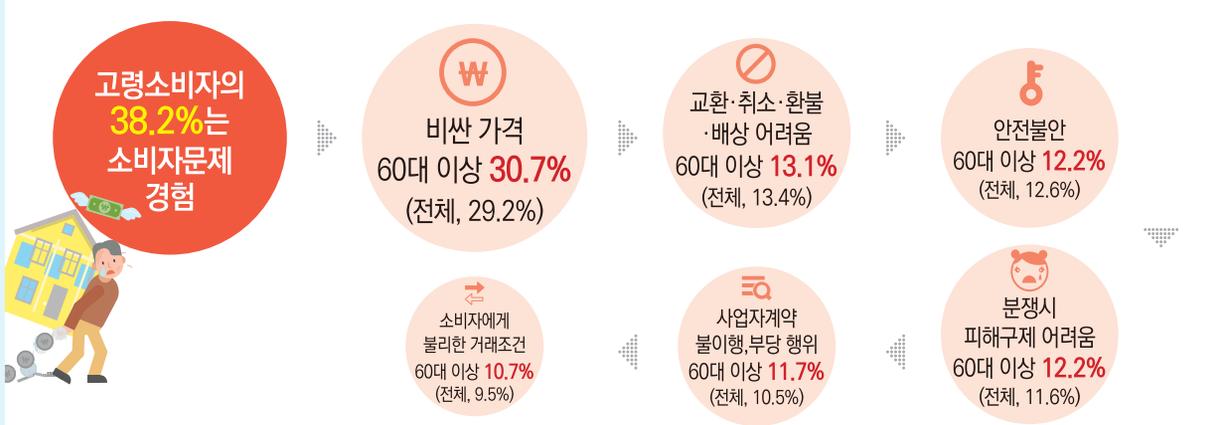


'2017 한국의 소비생활지표' 조사결과

60대 이상 고령층의 소비생활 만족은 76.2점  
2015년(64.0점) 대비 12.2점 향상



## 고령소비자 문제 확대



### 고령소비자 피해구제현황

2017 한국소비자원 피해구제 연보에 따르면, 최근 5년간 고령소비자 관련 피해구제 접수는 꾸준히 지속(한국소비자원, 2017)

(단위: 건)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	계
건수	1,996	2,342	2,326	2,282	2,813	11,759

※ 60세 이상 고령소비자로 조회한 건수

보험('16년 188건 → '17년 336건), 의류섬유신변용품('16년 309건 → '17년 360건), 정보통신서비스('16년 275건 → '17년 275건), 의료서비스('16년 241건 → '17년 236건), 문화오락서비스('16년 219건 → '17년 243건) 금융('16년 57건 → '17년 109건) 관련 분야 피해가 접수됨

## 의료비 관련 경제적 부담 인식 높아

향후 경제적 부담 전망률이 높은 비목으로 **의료비(59.5%), 식품외식비(46.0%), 주거비(32.6%), 경조사비(28.2%), 여가여행비(22.1%)** 등을 응답, 관련 시장에 주목할 필요

2년 후 지출비목별 경제적 부담 전망률(%)



의료비(전체: 18.1, 60대 이상: 14.1), 교통·자동차유지비(전체: 19.1, 60대 이상: 13.4), 공공서비스비(전체: 11.5, 60대 이상: 13.2), 저축·연금·투자금(전체: 17.9, 60대 이상: 11.3), 정보통신비(전체: 16.4, 60대 이상: 10.4), 보건위생비(전체: 5.9, 60대 이상: 10.3), 개인보험(전체: 8.1, 60대 이상: 7.6), 내구재 구입비(전체: 8.7, 60대 이상: 7.1), 노인돌봄·영유아 보육비(전체: 5.8, 60대 이상: 5.8), 교육비(전체: 30.1, 60대 이상: 5.6), 경상·비경상 세금(전체: 3.7, 60대 이상: 5.2), 부채상환(전체: 5.8, 60대 이상: 3.4), 국민연금·사회보험(전체: 3.3, 60대 이상: 3.1)



# 영화관람서비스 시장 소비자 평가 77.3점 선택 가능성 및 가격 개선 필요

소비자시장평가지표는 제품 및 서비스별 시장이 얼마나 소비자 지향적으로 작동하는가를 나타내는 소비자체감지표로 한국소비자원이 2012년 개발한 후 2013년부터 2017년까지 3차수 생산이 이루어졌습니다.

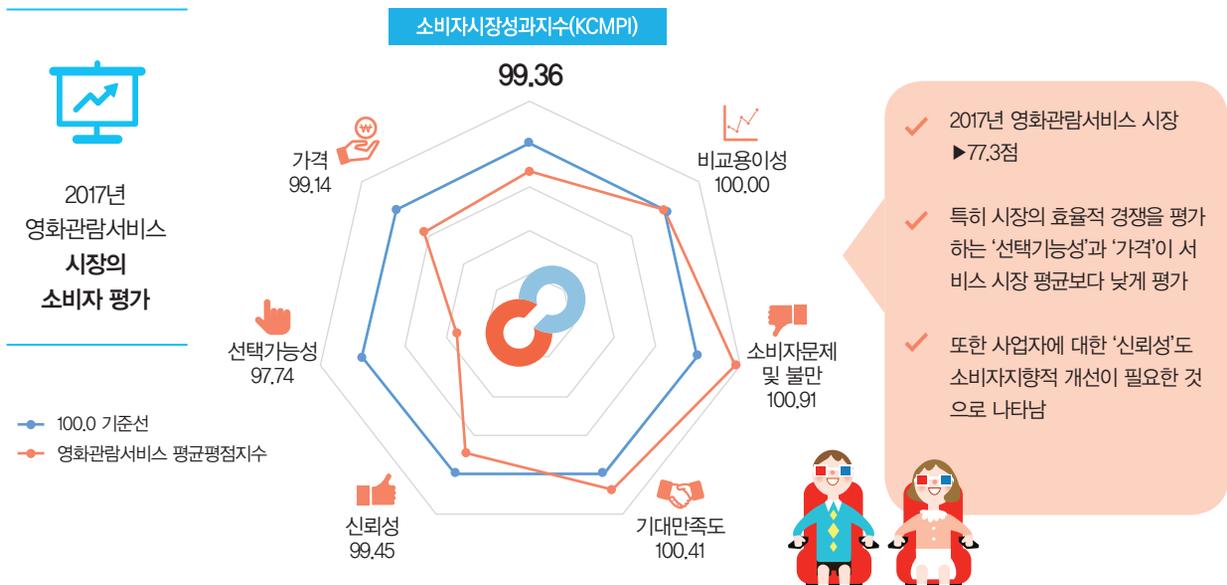
2017 소비자시장평가지표에서는 20세 이상 성인 남·녀 47,000명을 대상으로 47개 시장에 대해 시장의 소비자지향성 정도를 평가하였습니다. 5개 평가항목(①~⑤)의 가중평균점수를 소비자시장성과지수(이하 KCMPI\*)라고 하며, 100점 기준으로 점수가 높을수록 해당 시장의 소비자지향성 수준이 높은 것을 의미합니다.

\* KCMPI : Korea Consumer Markets Performance Index

※ 평가항목 : ①비교용이성 ②소비자문제 및 불만 ③기대만족도 ④신뢰성 ⑤선택가능성 ⑥가격 ⑦전환성 ⑧안전성

## “ 소비자, 영화관람서비스 시장에서 선택 제한 받고 있다고 평가

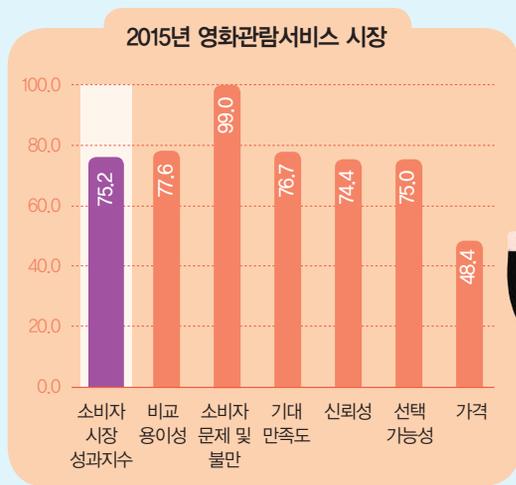
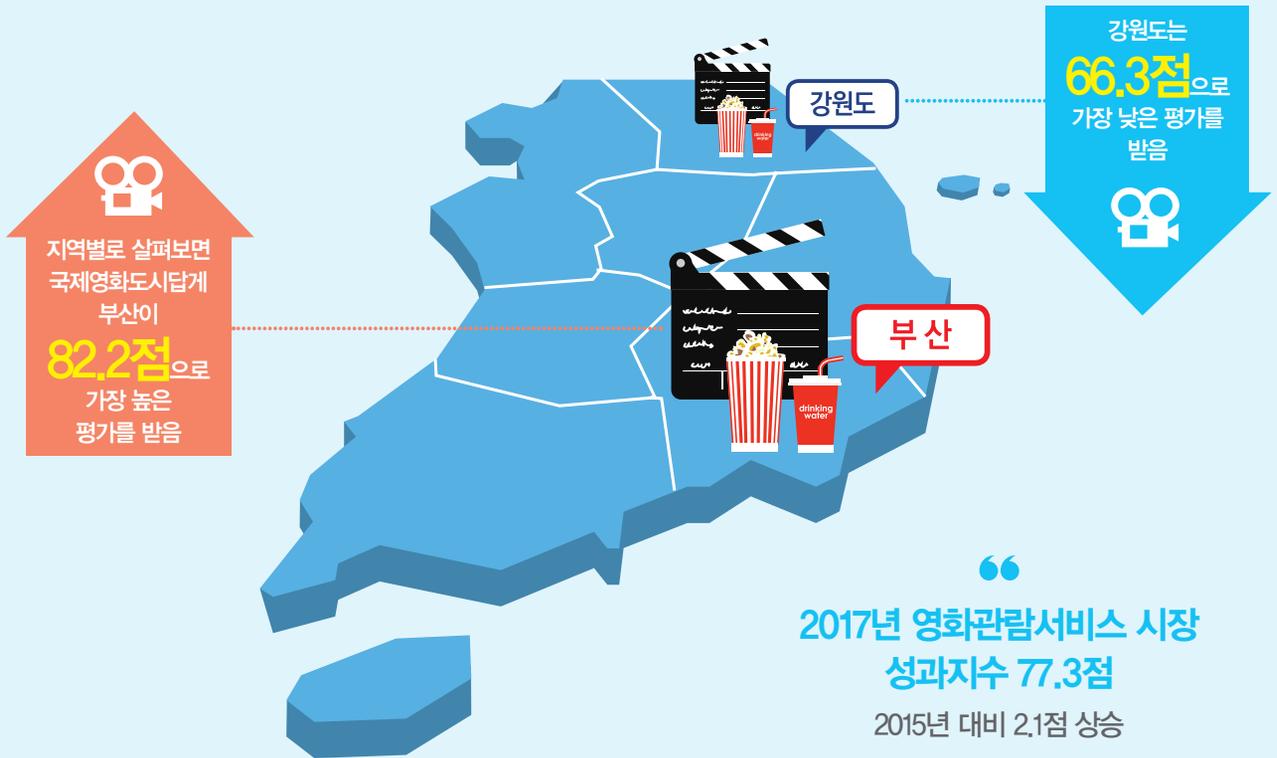
2017년 영화관람서비스 시장의 소비자 평가는 77.3점,  
선택가능성 및 가격 면에서 소비자지향적 개선 필요



- ✓ 2017년 영화관람서비스 시장 ▶ 77.3점
- ✓ 특히 시장의 효율적 경쟁을 평가하는 '선택가능성'과 '가격'이 서비스 시장 평균보다 낮게 평가
- ✓ 또한 사업자에 대한 '신뢰성'도 소비자지향적 개선이 필요한 것으로 나타남

### 소비자시장성과지수(KCMPI) 구성항목

- ▶ 비교용이성 : 시장에서의 정보제공수준 및 정보 접근성, 비교가능성을 나타내는 지표
- ▶ 소비자문제 및 불만 : 소비자문제 발생 수준 및 손실 체감 등을 나타내는 지표
- ▶ 기대만족도 : 시장에 대한 종합적인 기대 대비 만족도를 나타내는 지표
- ▶ 신뢰성 : 사업자들의 소비자 관련법 준수에 관한 신뢰수준을 나타내는 지표
- ▶ 선택가능성 : 개별시장의 경쟁 정도를 가늠하는 지표



2017년 영화관람서비스 시장은 2015년에 비해 전체적인 소비자지향적 수준은 개선된 것으로 평가되나 평가항목별로는 '소비자 문제 및 불만'과 '가격'을 제외하고는 전반적으로 점수가 낮아지는 경향을 보임.

