

조사대상 품목, 판매점 확대를 통해 소비자 맞춤형 정보제공에 나선 '참가격'

참가격은 소비자에게 신뢰할만한 가격정보를 제공하고자 한국소비자원이 운영하는 가격정보 종합 포털사이트이다. 전국 단위 유통업체(대형마트, 기업형 슈퍼마켓, 백화점, 전통시장, 편의점)에서 판매하는 농수축산물, 가공식품, 공산품 등 생필품 155개 품목(450개 상품)의 판매가격을 매주 조사해 제공하고 있다.

클_조광희 조사관(소비자정보국 서비스비교팀)



더욱 편리하고 효율적인 장보기를 위하여

“안녕하세요, 한국소비자원입니다. 이번 주 참가격 가격 정보 등록 때문에 전화드렸습니다.”

비교적 한산한 금요일 오후의 사무실 분위기와 달리 서비스비교팀은 매우 분주한 하루를 보낸다. 매주 금요일은 참가격 가격정보 종합포털사이트(이하 '참가격')의 가격 정보를 업데이트하는 날이자, 소비자에게 이번 주 가격정

보가 공개되는 날이기 때문이다. 미처 가격 등록을 하지 않은 판매자들에게는 가격 정보 등록을 요청하는 전화도 해야 하기에, 가장 통화량이 많은 요일이기도 하다.

참가격은 2009년 'T-Price'라는 이름으로 처음 서비스되었다. 출범 당시, 기획재정부의 서민생활 물가 안정화 정책에 기반을 두고, 소비자가 주말에 장을 보는 상황을 가 정해 매주 금요일에 수집한 전국 생필품 판매점의 가격정

보를 공개하는 것이 운영의 시작이었다. 초기에는 서비스의 지속가능성에 대해 안팎에서 우려도 많았지만, 어느덧 9년차에 접어들게 되었다.

매주 금요일 가격정보가 공개되어야 하다 보니, 금요일까지 가격정보를 제출하지 않은 판매점과 가격정보를 받아야 하는 직원간의 통화도 매주 지속된다. 장기적으로 입력되지 않거나 협조가 잘 되지 않는다면 직접 출장을 통해 대면으로 협조를 구한다. 이런 노력 덕분에 강제성이 없다는 한계에도 불구하고 매주 전체 판매점의 70%를 상회하는 가격정보를 수집해 낸다.

이렇게 매주 수집된 정보는 참가격 조사원들의 검증 조사와 입력 오류 수정 작업을 거쳐, 금요일 오후 홈페이지를 통해 공개된다. 덕분에 소비자들은 금주의 대형마트, 백화점, 기업형 슈퍼마켓, 전통시장, 편의점의 가격정보와 등락을 등 가격동향을 볼 수 있다.



정부·공공·민간 모두를 위한 가격정보 종합포털로 거듭나

참가격은 시행 초기 서민생활의 물가 안정화라는 목표를 넘어 현재는 행정안전부, 통계청 등 정부 부처와 공공·민간 부문에 생필품 가격동향을 제공하는 정보 포털로 거듭났다. 통계청에서는 장바구니 물가지수 산출을 위해 참가격 가격정보를 활용하고 있고, 제주특별자치도에서는 물가관리 기초자료로 활용하는 등 서민물가 안정 정책의 기초자료로 자리매김하게 된 것이다.

정부·공공 부문뿐만 아니라 민간에서도 참가격 가격 정보 활용이 이루어지고 있는데, 국내 최대 검색 포털사이트인 '네이버'는 2010년 8월부터 참가격에 등록된 가격 정보를 이용해 생필품 가격 정보를 제공하며, 소비자들의 합리적인 구매 선택을 지원하고 있다.

또한 한국소비자원 자체적으로도 참가격 가격정보를 분석하여 월간 가공식품 물가 동향 등을 발표, 소비자들에게 가격정보를 제공하고 있는데 뉴스 검색 순위에도 매번

상위권을 차지하는 등 높은 호응을 얻고 있다. 특히 2017년 상반기 참가격 가격 정보를 이용하여 수시 조사로 진행되었던 '간편식품 가격비교 조사'는 '국민이 뽑은 실생활에 유용한 우수 원문정보 10선(경제분야)'에 선정되기도 하였다.



맞춤형 정보제공을 위한 참가격의 발전은 '지금도 ing'

참가격은 2010년 3월 80개 품목, 135개 판매점의 가격정보 제공으로 공식 서비스를 개시한 이래 많은 발전을 거쳐 왔다. 2017년에는 135개 품목, 373개 판매점으로 가격정보 제공 범위를 확대하였으며, 2018년부터는 155개 품목, 1,378개 판매점으로 가격정보의 제공 범위를 다시 한번 대폭 확대하였다.

이렇듯 참가격은 역할 및 수집 정보량에서 괄목할만한 성장을 이뤄냈지만, 여전히 그 발전은 꾸준히 이어지고 있다. 이용자 수 증진을 위한 홍보, 방대한 데이터를 이상 없이 처리하기 위한 시스템 개선 등이 지속적으로 이루어지고 있으며, 소비자 맞춤형 정보 제공을 위한 품목 및 판매점의 확대와 가격정보 수집방식 개선 등의 논의도 이루어지고 있다. 소비자들에게 '슬기로운 소비생활'을 위한 생활필수품이 되는 그날까지, 참가격의 발전은 언제까지고 '현재 진행형'일 것이다.

