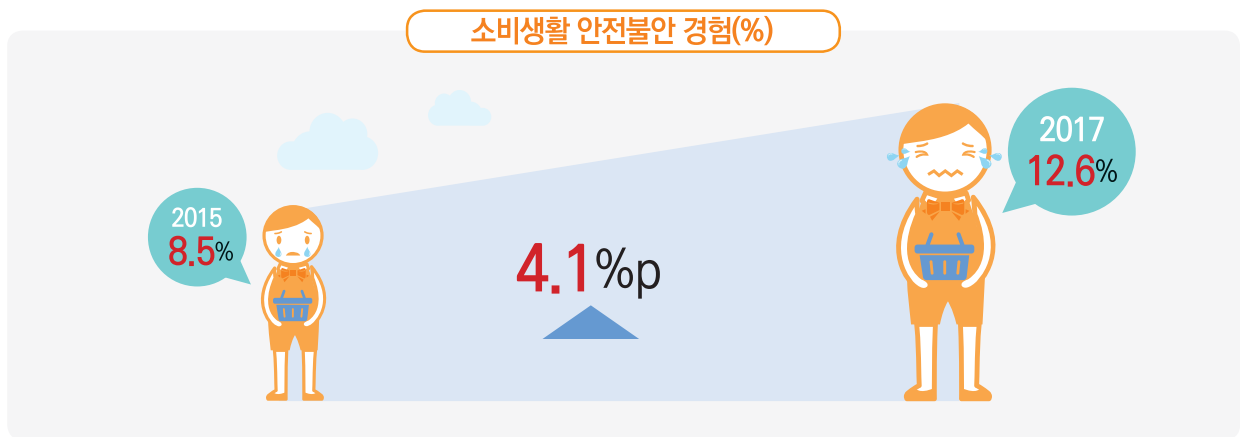


2017년 소비생활분야별 안전불안 경험 높아져

| 출처 | 2015, 2017 한국의 소비생활지표(<http://www.kca.go.kr>)
 | 문의 | 한국소비자원 정책연구실 황미진 책임연구원(043.880.5673)



‘2017 한국의 소비생활지표’ 조사결과,
12.6%는 소비생활문제로 안전불안을 경험했다고 응답
 2년 전보다 **4.1%p** 높아진 것으로 나타남

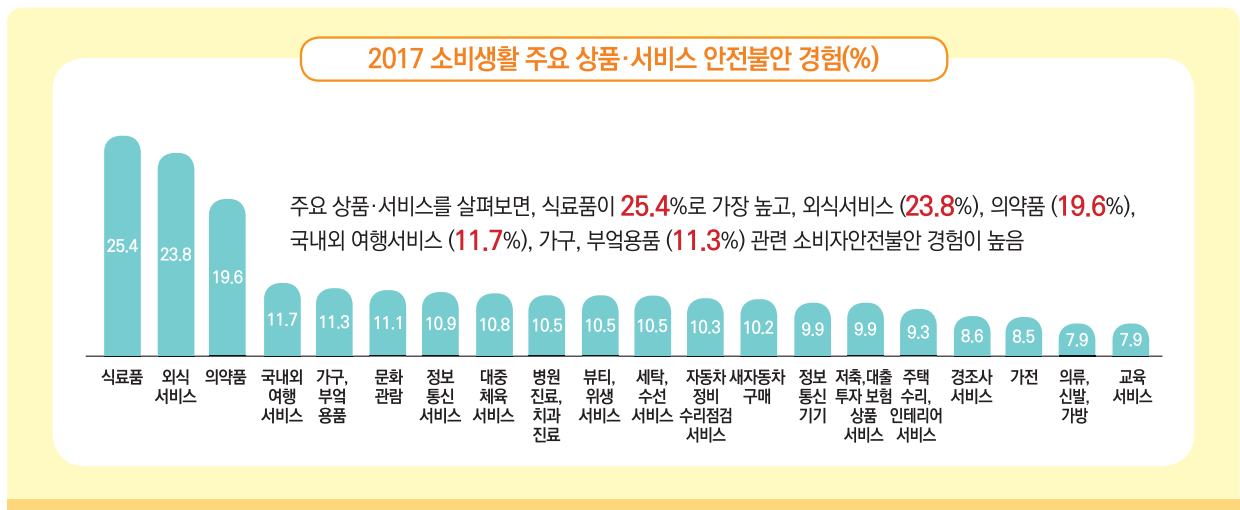


※ 한국의 소비생활지표에서 소비자문제란?

일상 소비생활에서 겪는 직접적 소비자피해를 포함한 불만이나 장애요인, 불편사항 등을 포함

안전불안은?

소비생활분야별로 소비자문제 유형 중 식품 이물질, 이용중 다침, 금융 사기, 보이스피싱, 개인정보유출, 해킹 등을 경험

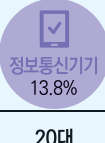
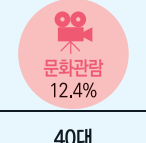
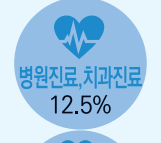
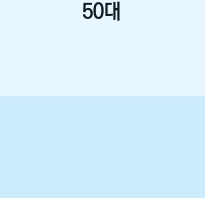
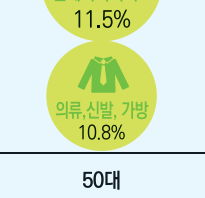
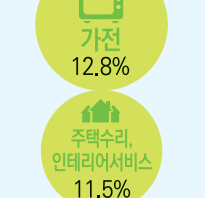
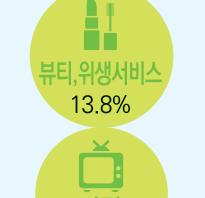
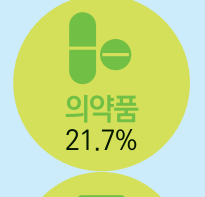
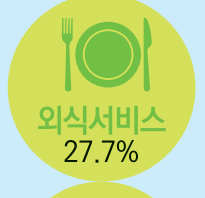
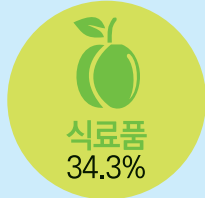


2017 소비생활
주요 상품·서비스 분야별
안전불안 경험이
높은 연령층은?



소비생활분야 및 소비자 특성을 고려한 대상별 소비생활 안전 모니터링이 중요!

주요 상품·서비스별 안전불안 경험이 높은 연령을 살펴보면, 식·의·주, 의약, 정보통신서비스 분야 관련 50대 소비자의 **안전불안 경험**이 높음. 그리고 여행분야는 60대 이상, 금융분야는 40대, 새자동차구매는 30대, 정보통신기기는 20대에서 두드러지는 것으로 나타남.



20대

30대

40대

50대

60대

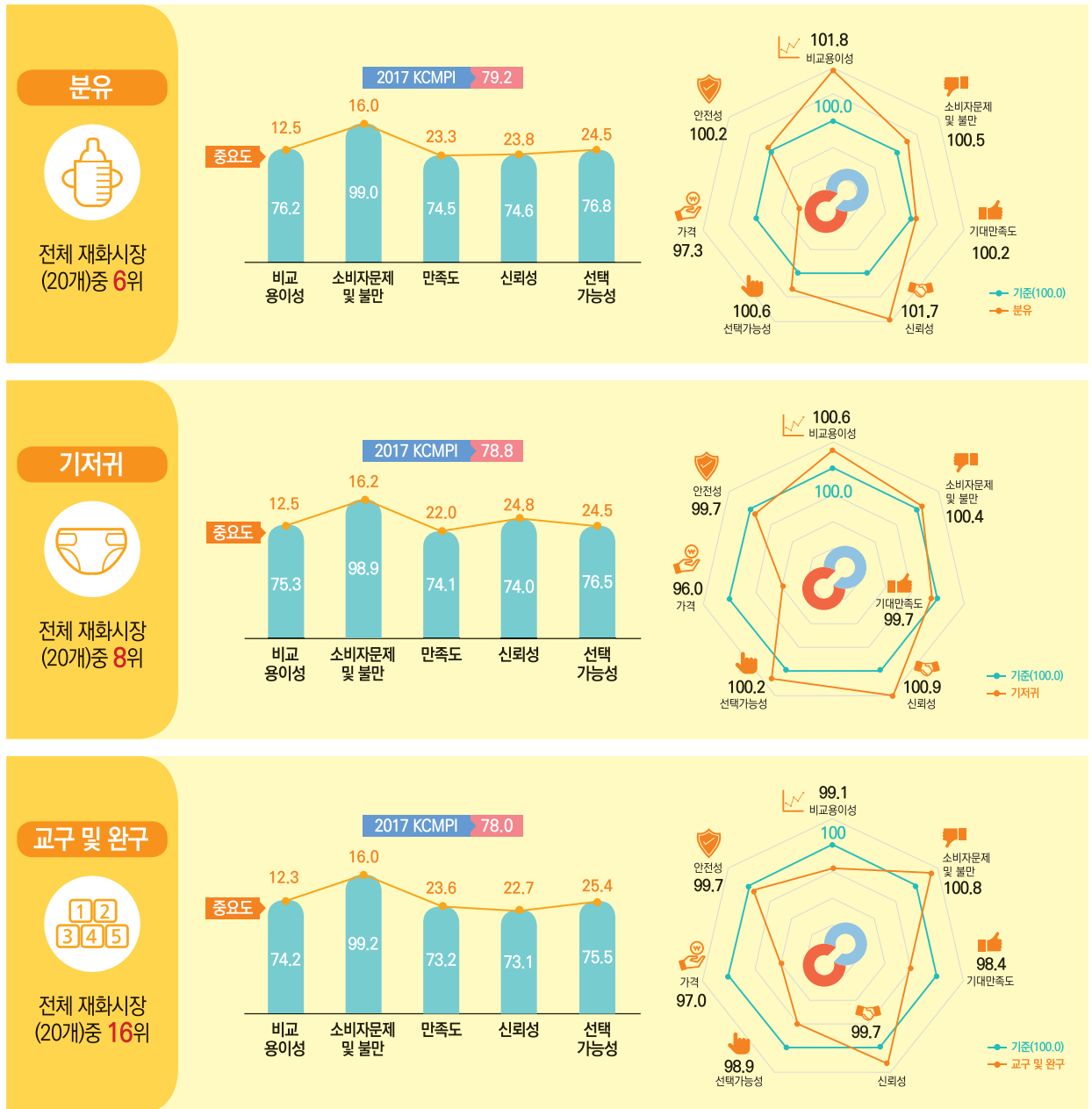
2017년 유아·어린이용 시장에 대한 소비자평가



기저귀는 '신뢰성'을 분류와 교구 및 완구는 '선택가능성'을 중요시 여기는 경향 보여



✓ 2017년 유아·아동용품 시장은 기저귀, 분류, 교구 및 완구 시장으로 구성되어 있으며, 소비자시장성과지수(KCMPI)는 100점 만점에 평균 78.9점



종합점수 : 소비자시장평가지수(CMPI) 구성항목

- ▶ **비교용이성** : 시장에서의 정보제공수준 및 정보 접근성, 비교가능성을 나타내는 지표
- ▶ **소비자문제 및 불만** : 소비자문제 발생수준 및 불만제기율 등을 나타내는 지표
- ▶ **기대만족도** : 시장에 대한 기대대비 만족도를 나타내는 지표
- ▶ **신뢰성** : 사업자들의 소비자 관련법 준수에 관한 신뢰수준을 나타내는 지표
- ▶ **선택가능성** : 개별시장의 경쟁정도를 가늠하는 지표

| 독립평가 지표 |

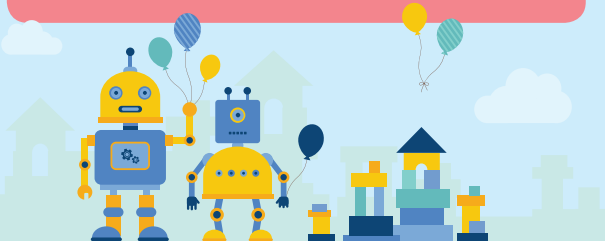
- ▶ **가격** : 개별시장에서 재화 및 서비스 가격의 적정성을 가늠하는 지표
- ▶ **안전성** : 제품 및 시설, 서비스 이용 등에 대한 안전성 인식 및 안전사고 경험을 나타내는 지표

✓ **기저귀와 분유** 시장의 소비자지향성 평가는 평균보다 높은 수준이나 **교구 및 완구** 시장의 평가는 '경고' 시장의 경계치에 놓여 있을 정도로 낮게 평가

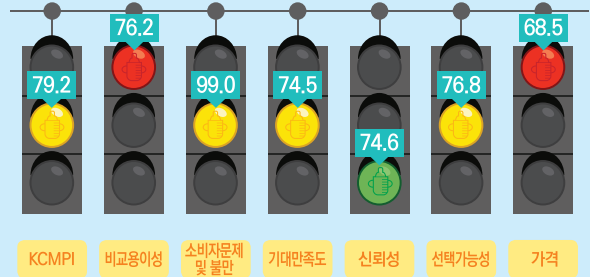
✓ '**가격**' 의 경우 모두 평균보다 매우 낮은 수준에 위치하고 있으며 '**가성비**(가격대비 만족도)나 시장가격의 적정성에 대해서는 개선이 필요



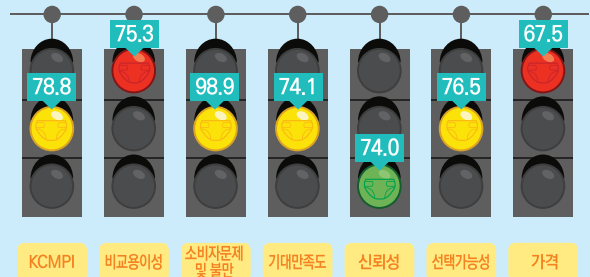
특히 평가항목중 사업자 신뢰성과 안전성과는 매우 밀접한 연관을 가지고 있는데, 신뢰성이 매우 높은 '분유' 시장은 안전에 대한 인지도도 높게 평가되고 있는 반면, 신뢰성이 낮게 형성되어 있는 '교구 및 완구' 시장은 안전에 대한 인지도도 낮게 평가



분유



기저귀



교구 및 완구

