

소비생활에 가치와 신뢰를 더하여 국민의 삶의 질 향상에 기여한다.

---

# 온라인 쇼핑몰 단위가격 표시 실태조사

---

2020. 5.



한 국 소 비 자 원  
시장조사국 거래조사팀

# 목 차

I. 조사 개요 .....	1
1. 조사 배경 및 목적 .....	1
2. 조사 내용 .....	2
II. 일반현황 .....	3
1. 오프라인 단위가격 표시 실태 .....	3
2. 온라인 쇼핑몰 단위가격 관련 법·제도 .....	5
3. 소비자 인식조사 결과 .....	7
4. 해외 온라인 쇼핑몰 단위가격 표시 현황 .....	9
III. 온라인 쇼핑몰 단위가격 표시 실태조사 .....	12
1. 조사개요 .....	12
2. 조사결과 .....	14
IV. 문제점 및 개선방안 .....	21
V. 향후 계획 .....	23
[붙임] 품목별 단위가격 표시 실태 조사결과 .....	24

## ‘표’ 목차

[표1-1] 상품군별 온라인쇼핑 거래액 및 구성비 .....	1
[표2-1] '19년 지역별 단위가격 표시 실태 .....	4
[표2-2] 단위가격의 가격비교 도움 여부 .....	7
[표2-3] 온라인쇼핑몰 구매 시 가격비교 여부 .....	7
[표2-4] 온라인 단위가격 비교의 불편 이유(중복응답) .....	8
[표2-5] 온라인쇼핑몰 단위가격 표시 시 도움여부 .....	8
[표2-6] 해외 온라인 쇼핑몰의 단위가격 표시 현황 .....	9
[표3-1] 세부 조사 품목 .....	12
[표3-2] 조사 대상 .....	12
[표3-3] 단위가격 표시 실태 조사 결과(온라인 쇼핑몰별) .....	14
[표3-4] 단위가격 표시 실태 조사 결과(쇼핑몰 형태별) .....	15
[표3-5] 품목별 단위가격 표시 실태 .....	17
[표3-6] 세부 품목별 단위가격 표시 실태조사 결과 .....	17

## ‘그림’ 목차

[그림2-1] 동일 상품의 다양한 용적 제품 현황 .....	3
[그림2-2] 해외 온라인 쇼핑몰의 단위가격 표시 현황 .....	9
[그림2-3] 아마존의 단위가격 관련 정책 .....	10
[그림2-4] 코스트코 단위가격 업데이트 공지 .....	11
[그림2-5] 월마트 단위가격 안내 .....	11
[그림3-1] 온라인 모니터링 방법 .....	13
[그림3-2] 대형마트 쇼핑몰 단위가격 표시 실태 .....	15
[그림3-3] 오픈마켓 단위가격 표시 실태 .....	16
[그림3-4] 종합몰 단위가격 미표시 실태 .....	16
[그림3-5] 단위가격 오표시 실태 1 .....	18
[그림3-6] 단위가격 오표시 실태 2 .....	19
[그림3-7] 단위가격 오표시 실태 3 .....	19
[그림3-8] 단위가격 오표시 실태 4 .....	20
[그림4-1] 단위가격 미표시 오픈마켓의 판매자 상품등록 화면 재현 .....	22
[그림4-2] A 온라인 쇼핑몰 단위가격 정보 입력/ 미입력 현황 .....	22

# I 조사 개요

## 1. 조사 배경 및 목적

- (온라인 거래액 증가) 2019년 온라인쇼핑 거래액은 134조 5,830억 원으로 전년 113조 7,297억 원 대비 18.3% 증가
  - 2019년 기준 상품군별 거래액은 음·식료품 등 식품분야가 16조 8,088억 원, 일용잡화 등 생활분야가 15조 6,271억 원을 차지
  - 특히, 올해는 코로나19 영향으로 인해 비대면 거래가 활성화됨에 따라 온라인 거래액이 폭증할 것으로 전망

< 표 1-1 > 상품군별 온라인쇼핑 거래액 및 구성비

(억원)

구분	2018년	2019년 <sup>p(추정치)</sup>	전년비(%)	구성비(%)
○ 합 계	1,137,297	1,345,830	18.3	100.0
- 서비스	263,666	331,827	25.9	24.7
- 식품	134,813	168,088	24.7	12.5
· 음·식료품	105,327	132,859	26.1	9.9
· 농축수산물	29,486	35,229	19.5	2.6
- 가전	169,807	203,756	20	15.1
- 패션	376,485	426,879	13.4	31.7
- 생활	137,990	156,271	13.2	11.6
- 도서	26,521	27,954	5.4	2.1
- 기 타	28,017	31,055	10.8	2.3

\* 출처 : 통계청

- (오프라인 단위가격표시제) 「물가 안정에 관한 법률」 및 「가격표시제 실시요령」에 근거하여 대규모점포 및 준대규모점포 내의 모든 소매점포에서는 단위가격 표시를 의무화하고 있음.
  - 이는 판매가격 표시만으로는 가격비교가 어려운 상품(가공식품 62개, 일용잡화 19개, 신선식품 3개)에 대해 단위당(10g당, 10mL당, 개 등) 가격을 표시하도록 하여 소비자가 쉽게 가격 비교를 할 수 있음.

- (온라인 가격비교 정보 미흡) 온라인 쇼핑몰은 「가격표시제 실시요령」에 따른 단위가격 표시 대상자에 포함되지 않아 다수의 쇼핑몰에서 단위가격 정보를 제공하지 않고 있어 정확한 가격비교가 어려움.
- 온라인에서는 동일 제품이라도 다양한 중량·용적의 제품을 다양한 판매자들이 최저가라고 광고하여 판매하고 있으나, 실제 최저가 여부를 비교하기 어려움.
- 이에 매년 거래액이 증가하고 있는 온라인 시장에서 소비자들의 합리적인 소비생활을 지원하기 위해 단위가격 표시실태를 조사하여 문제점 및 개선방안을 마련할 필요

## 2. 조사내용

구분	조사 내용	조사 방법
관련 법·제도 분석	○ 「물가 안정에 관한 법률」, 「가격표시제 실시요령」, 「전자상거래법」 등	문헌조사
단위가격 표시 실태조사	○ 오픈마켓 등에서의 단위가격 표시 실태조사 - 단위가격 표시여부, 표시방법, 표시 정확도 등	온라인 모니터링
간담회(세미나) 개최	○ 온라인 단위가격표시제 도입 관련 간담회(세미나) 개최 - 유관부처(공정위, 산업부 등), 사업자(한국온라인쇼핑협회), 학계 등 참여	간담회(세미나)

## 3. 조사기간 및 담당자

- 조사기간 : '20. 3. 18. ~ 5. 31.
- 담당자 : 김광진 과장, 남원우 조사관

## Ⅱ 일반 현황

### 1. 오프라인 단위가격 표시 실태

- ☐ 「가격표시제 실시요령」에서는 포장중량이나 상품의 규격·품질의 종류가 지나치게 다양하여 판매가격만으로는 소비자의 가격비교가 어려운 품목 84개\*를 선정하여 단위가격을 표시하도록 정함.

\* 붙임 1. 단위가격 표시의무 품목

< 그림 2-1 > 동일 상품의 다양한 용적 제품 현황



- ☐ (표시 의무 대상자) 「유통산업발전법」에 따른 대규모점포\* 및 준대규모점포\*\* 내의 모든 소매점포

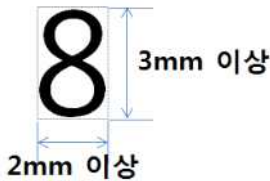
\* 3천제곱미터 이상의 대형마트, 백화점, 전문점, 쇼핑센터, 복합쇼핑몰 등  
예) 이마트, 롯데마트, 홈플러스, 롯데백화점, 신세계 백화점 등

\*\* 대규모점포가 경영하는 회사 또는 계열회사, 프랜차이즈형 체인사업 등  
예) 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, GS슈퍼, 농협 등

- 단위가격을 표시하지 않거나 허위로 표시한 경우, 「물가안정에 관한 법률」 제29조 제1항에 따라 시정권고(1차)에서부터 최고 1,000만원(5차 이상)까지 과태료 부과

- ☐ (표시 단위) 일반화된 계량·규격단위를 이용한 중량·용적단위(g, kg, mL, L, 매, m 등)를 사용하여 <붙임 2>의 표시단위를 원칙으로 하여 표시

- 다만, 중량단위(g) 표시대상품목 중 액상 형태는 용적단위(mL)로, 용적 단위(mL) 표시대상품목 중 고형 형태는 중량단위(g)로 표시 가능
- (표시 방법) 단위가격은 라벨, 스탬프, 꼬리표 등을 만들어 개별상품에 표시해야 하고, 판매가격(15포인트)의 2/3 수준인 10포인트로 표시

규격 예시			10포인트 이상 예시
총 중량	판매가격	단위가격 (100g 당)	
500g	4,000원	800원	

- (표시 실태) '19년 조사결과 단위가격 표시 의무 대상인 대규모 점포 및 준대규모점포는 판매가격과 단위가격을 대체로 표시하고 있는 것으로 나타남.
- 전국 6개 지역별 대규모점포(1개 매장의 각 30개의 품목)의 조사 대상 180개 제품 중 168개(93.3%)는 단위가격 표시를 제대로 이행하고 있는 것으로 조사

<표 2-1> '19년 지역별 단위가격 표시 실태

구분 (각 30개 상품)	단위가격 표시	단위 정확도*	단위가격 정확도**
서울	27 (90.0%)	25 (83.3%)	27 (90.0%)
광주	30 (100.0%)	29 (96.7%)	30 (100.0%)
춘천	27 (90.0%)	26 (86.7%)	27 (90.0%)
김천	30 (100.0%)	26 (86.7%)	29 (96.7%)
천안	27 (90.0%)	22 (73.3%)	27 (90.0%)
울산	27 (90.0%)	26 (86.7%)	26 (86.7%)
계	168 (93.3%)	154 (85.6%)	166 (92.2)

\* 「가격표시제 실시요령」에 따른 품목별 정확한 단위 표시 여부(예:g, ml, 장 등)

\*\* 해당 단위 당 정확한 가격 표시 여부(예:100g 당, ○○○원)

- 이에 소비자들은 해당 점포에서 다양한 중량(용적)으로 판매중인 제품들의 단위당 가격을 보다 쉽게 비교하여 구입할 수 있음.

## 2. 온라인 쇼핑몰 단위가격 관련 법·제도

### 가. 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 「전자상거래법」)

#### □ (제9조의 2) 전자게시판서비스 제공자의 책임

- 오픈마켓 및 종합몰을 운영하는 사업자는 판매자(통신판매업자)에게 정보통신서비스를 제공하여 해당 사이트를 통해 영리 행위를 할 수 있도록 장(場)을 마련한 전자게시판 서비스 제공자라고 할 수 있음.

- ① 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」 제2조 제1항 제9호의 게시판을 운영하는 같은 항 제3호의 정보통신서비스 제공자(이하 "전자게시판서비스 제공자"라 한다)는 해당 게시판을 이용하여 통신판매 또는 통신판매중개가 이루어지는 경우 이로 인한 소비자피해가 발생하지 아니하도록 다음 각 호의 사항을 이행하여야 한다.
  1. 게시판을 이용하여 통신판매 또는 통신판매중개를 업으로 하는 자(이하 "게시판 이용 통신판매업자등"이라 한다)가 이 법에 따른 의무를 준수하도록 안내하고 권고할 것

#### □ (제13조) 신원 및 거래조건에 대한 정보의 제공

- 온라인 쇼핑몰은 오프라인 소매업자와 달리 판매가격(재화 등의 가격)을 제공하도록 정하고 있으나, 단위가격 표시는 의무 대상이 아님.

- ② 통신판매업자는 소비자가 계약체결 전에 재화등에 대한 거래조건을 정확하게 이해하고 실수나 착오 없이 거래할 수 있도록 다음 각 호의 사항을 적절한 방법으로 표시·광고하거나 고지하여야 하며, 계약이 체결되면 계약자에게 다음 각 호의 사항이 기재된 계약내용에 관한 서면을 재화등을 공급할 때까지 교부하여야 한다.
  3. 재화등의 가격(가격이 결정되어 있지 아니한 경우에는 가격을 결정하는 구체적인 방법)과 그 지급방법 및 지급시기

#### □ 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」

- 전자상거래에서 소비자가 합리적인 선택을 하도록 기여하고 정보부족으로 인한 소비자피해를 사전에 예방하기 위한 정보제공 항목을 정하고 있으나, 단위가격은 포함되어 있지 않음.



(20) 식품(농수산물)

전자상거래 등에서의 상품정보제공 고시

1. 포장단위별 용량(중량), 수량, 크기
2. 생산자, 수입품의 경우 수입자를 함께 표기
3. 농수산물의 원산지 표시에 관한 법률에 따른 원산지
4. 제조연월일(포장일 또는 생산연도), 유통기한 또는 품질유지기한
5. 관련법상 표시사항
  - 5-1. 농산물 - 농수산물품질관리법상 유전자변형농산물 표시, 지리적 표시
  - 5-2. 축산물 - 축산법에 따른 등급 표시, 쇠고기의 경우 미력관리에 따른 표시 유무
  - 5-3. 수산물 - 농수산물품질관리법상 유전자변형수산물 표시, 지리적 표시
  - 5-4. 수입식품에 해당하는 경우 “식품위생법에 따른 수입신고를 필함”의 문구
6. 상품구성
7. 보관방법 또는 취급방법
8. 소비자상담 관련 전화번호

## 나. 「가격표시제 실시요령」(산업통상자원부 고시 제2017-201호)

### □ (제6조) 표시대상품목

- 다양한 중량·용적의 제품이 판매됨에 따라 단순히 판매가격만으로는 소비자의 가격비교가 어려운 품목(84개)을 선정하여 단위가격을 표시하도록 정함.

- ① 단위가격의 표시대상품목은 별표 2와 같다.
- ② 단위가격대상품목 선정기준은 다음과 같다.
  1. 포장중량이나 상품의 규격·품질의 종류가 지나치게 다양하여 판매가격만으로는 소비자의 가격비교가 어려운 품목
  2. 중량단위가 무게단위와 부피단위 등 두 가지 이상의 단위로 유통되어 소비자가 가격비교를 하기 어려운 품목
  3. 유통업체가 여러 가지 단위로 재조합, 재포장하여 판매하는 품목

### □ (제7조) 표시의무자의 지정 등

- 「유통산업발전법」에 따른 대규모점포 및 준대규모점포는 단위가격을 표시해야 함.

- ① 단위가격 표시의무대상점포는 제6조에 따른 표시대상품목을 판매하는 점포로서 다음 각 호의 어느 하나와 같다.
  1. 대규모점포(전통시장 제외) 내의 모든 소매점포
  2. 준대규모점포 내의 모든 소매점포

### 3. 소비자 인식 조사 결과 [17년 「가격표시제 운영의 문제점 및 개선방안」 내용 발췌]

- ☐ (조사내용) 조사기간 6개월 이내에 온·오프라인 쇼핑물을 통해 상품을 구매한 경험이 있는 소비자 500명 대상으로 단위가격표시 제도에 대한 인식 등
- ☐ (조사방법) 온라인 설문조사
- ☐ (조사기간) 2017. 9. 14. ~ 9. 22. \*(표본오차) 95% 신뢰수준  $\pm$  4.38%p

- ☐ (단위가격 인지수준) 현재 오프라인에서 시행되고 있는 단위가격표시 제도에 대해 응답자 374명(74.8%)이 알고 있는 것으로 조사됨.
- ☐ (가격비교) 단위가격표시 제도를 알고 있는 소비자(374명) 중 307명(82.1%)이 단위가격으로 가격을 비교하고 있으며, 324명(86.6%)이 단위가격으로 가격을 비교하는 것이 도움이 된다고 응답

< 표 2-2 > 단위가격의 가격비교 도움 여부

(단위: 명, %)

구분	응답수	비율(%)
많이 도움이 됨	172	46.0
조금 도움이 됨	152	40.6
보통	31	8.3
별로 도움이 되지 않음	18	4.8
전혀 도움이 되지 않음	1	0.3
계	374	100.0

- ☐ (온라인 가격비교) 온라인쇼핑물을 통해 식품, 일용잡화를 구입하는 응답자 449명(89.8%)이 가격비교를 하는 것으로 나타남.

< 표 2-3 > 온라인쇼핑물 구매 시 가격비교 여부

(단위: 명, %)

구분	전체(500명)
항상 비교함	249(49.8)
약간 비교함	200(40.0)
보통	38(7.6)
거의 비교하지 않음	11(2.2)
전혀 비교하지 않음	2(0.4)

- ☐ (온라인 단위가격 비교) 온라인으로 식품, 일용잡화 구입 시, 254명(50.8%)이 단위가격으로 가격을 비교한 경험이 있는 것으로 조사됨.

- 단위가격으로 가격비교를 한 254명 중 106명(41.7%)이 불편을 경험한 것으로 나타났는데, 그 이유로는 단위가격을 ‘표시하고 있지 않은 쇼핑몰이 많아서’라는 응답이 81명 (76.4%)으로 가장 많았음.

< 표 2-4 > 온라인 단위가격 비교의 불편 이유(중복응답)

(단위: 명, %)

구분	응답수(비율)
단위가격 표시하지 않는 곳이 많음	81(76.4)
쿠폰, 배송비 등의 가격이 고려되지 않음	78(73.6)
단위가격이 작게 표시됨	41(38.7)
단위가격이 정확하지 않음	34(32.1)

(n=106)

- (온라인 단위가격 도입여부) 조사 대상자 중 417명(83.4%)이 온라인 쇼핑몰에서 식품, 일용잡화의 단위가격이 표시되면 가격비교에 도움이 될 것이라고 응답

< 표 2-5 > 온라인쇼핑몰 단위가격 표시 시 도움여부

(단위: 명, %)

구분	많이 도움이 될 것	조금 도움이 될 것	보통	별로 도움이 되지 않음	전혀 도움이 되지 않음
응답자(비율)	217 (43.4)	200(40.0)	59(11.8)	24(4.8)	-

## 4. 해외 온라인 쇼핑몰 단위가격 표시 현황

- 해외 주요 온라인 쇼핑몰 10곳의 단위가격 표시 실태를 조사한 결과, 아마존, 월마트, 코스트코, 이베이(일부)는 단위가격을 표시하고 있었으나, 이외의 온라인 쇼핑몰에서는 표시하고 있지 않음.

< 표 2-6 > 해외 온라인 쇼핑몰의 단위가격 표시 현황

구분	쇼핑몰 명	쇼핑몰 사이트	본사 소재지	표시여부	비고*
1	아마존	amazon.com	미국	○	오픈마켓
2	월마트	walmart.com	미국	○	대형마트 온라인몰
3	코스트코	costco.com	미국	○	대형마트 온라인몰
4	이베이	ebay.com.au	미국	△	오픈마켓
5	알리바바	alibaba.com	중국	X	오픈마켓
6	타오바오	world.taobao.com	중국	X	오픈마켓
7	타겟	target.com	미국	X	대형마트 온라인몰
8	플립카트	flipkart.com	인도	X	오픈마켓
9	숍	shop.com	미국	X	오픈마켓
10	라쿠텐	rakuten.com	일본	X	오픈마켓




\* 국내 쇼핑몰 운영형태 등과 비교하여 조사자가 편의상 구분함.

< 그림 2-2 > 해외 온라인 쇼핑몰의 단위가격 표시 현황

<아마존>


<월마트>

<이베이>

 <p>Best Seller</p> <p>Castor Oil USDA Organic Cold-Pressed 100% Pure, Hexane-Free Castor Oil - Moisturizing &amp; Healing, For Dry Skin, Hair</p> <p>★★★★☆ 8,744</p> <p><b>\$15<sup>95</sup></b> (\$1.00/Fl Oz) <del>\$19.95</del></p> <p>Save 5% more with Subscribe &amp; Save</p> <p>Ships to Korea, Republic of</p>	 <p>Takis Tortilla Chips Hot Chili Pepper and Lime, Fies ...</p> <p>★★★★★ 21</p> <p><b>\$4.42</b> <b>22.1¢ / oz</b></p> <p>2-day delivery</p> <p>Free pickup today</p>	 <p>NEW 30-Multi Pack Coca-Cola Classic Coke Canned Soft Drink Refreshment 375mL</p> <p><b>\$2.04 per 1l</b></p> <p>Condition: Brand New</p> <p>Quantity: 1 Limited quantity available: 3,999 in 24 hours / See feedback</p> <p>List price: AU \$36.90</p> <p>You save: AU \$15.90 (40% off)</p> <p>Now: <b>AU \$23.00</b> Buy It Now</p>
---	--	--

- 한편, 아마존에서는 판매자들에게 판매할 제품 등록 시 단위가격을 제공하도록 요구하고 있고, 사이트 내에서 단위가격 표시와 관련한 가이드라인을 제공하고 있음.
- 가이드라인에서는 제품의 특성에 따라 고체, 분말, 점성 물질은 파운드(Pound), 그램(Gram)으로, 액체는 온스(Ounce), 길이는 피트(Feet) 등 단위가격 표시방법을 구체적으로 안내하고 있음.

< 그림 2-3 > 아마존의 단위가격 관련 정책



## NEW AMAZON CONTENT RULES

**NEW AMAZON CONTENT REQUIREMENTS: PRICE PER UNIT & TITLES**

June 18, 2019 | Caiti Inc | Amazon, Optimization

---

**amazon seller central**

This article applies to selling in: **United States**

[Help](#) / [Manage Inventory](#) / [Listing quality](#) / [How to determine Price Per Unit](#)

### How to determine Price Per Unit

Price Per Unit (PPU) refers to the price of a unit of the product. The definition of unit varies by product. For example, if you sell 16 ounces of coffee beans for \$4.00, a PPU of \$0.25/ounce will be displayed on the product detail page, as the measurement "unit" of the product is ounces. PPU is generated from the following product information that you provide to us: the product price, the product measurement in unit\_count (the weight, volume, length, area, or count of units), and product unit of measure in unit\_count\_type (Ounce, Pound, Gram, Fl Oz, Foot, Sq Ft, or Count).

#### Determining the correct unit of measure for "unit\_count\_type"

Item Packaging	Unit of Measure	Example
If the product consists of a solid, semi-solid, powder, viscous substance, aerosol, or a mixture of solid and liquid, the unit of measure should always be the weight (ounce, pound, or gram).	Ounce, Pound, Gram	<p>Health &amp; Personal Care   Diet &amp; Fitness   New Arrivals   Baby &amp; Child Care   Vitamins &amp; Diet Supplements   Sports Nutrition   Household Supplies   Health Care</p> <p>Body Fortress Super Advanced Whey Protein, Cookies N Cream, 1.95 Pounds</p> <p>Price: \$15.90 (\$8.10/ounce) <b>Prime</b></p> <p><b>In Stock</b></p> <p>Ships from and sold by Amazon.com. Gift-wrap available.</p> <p>Want it tomorrow, June 17? Order within 4 hrs 34 mins and choose One Day Shipping at checkout. <a href="#">Details</a></p> <p>• Featuring a scientifically designed Super Recovery Blend to further enhance the benefits of our premium Whey Protein® Blend, each scoop provides high quality protein in combination with other important amino acids.</p> <p>• The combination of ingredients within the Super Recovery Blend are important for athletes to allow faster recovery during high-intensity workouts.</p> <p>Some examples of products that use weight include: chocolate (solid), face cream (semi-solid), protein powder (powder), honey (viscous substance), cooking spray (aerosol).</p>

\* 출처 : [www.digitalbrandworks.com](http://www.digitalbrandworks.com)(上), [www.amazon.com](http://www.amazon.com)(下)

- 코스트코는 단위가격 정보를 주기적으로 업데이트해 정확한 단위 가격 정보를 제공하고 있음.

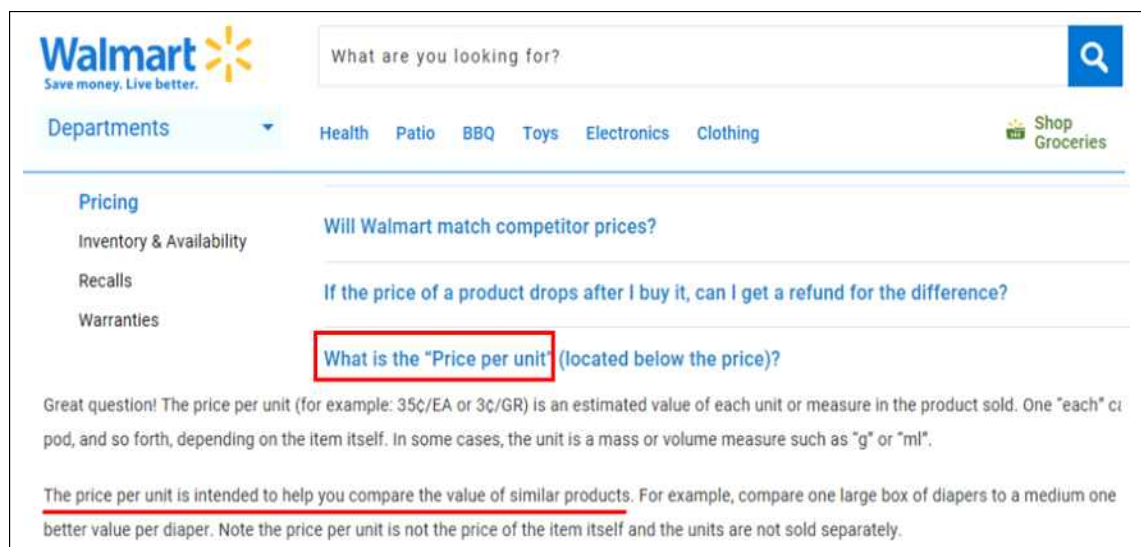
< 그림 2-4 > 코스트코 단위가격 업데이트 공지



\* 출처: queenbeecoupons.com

- 월마트는 온라인 쇼핑물에 단위가격이 어떻게 소비자들의 가격 비교에 도움이 되는지 안내하고 있음.

< 그림 2-5 > 월마트 단위가격 안내



\* 출처: www.walmart.ca

- 위와 같이 글로벌 온라인 쇼핑물에서도 소비자의 합리적 선택을 지원하기 위해 단위가격을 표시하여 가격비교 정보를 제공하고 있는 추세임.



### Ⅲ 온라인 쇼핑물 단위가격 표시 실태조사

#### 1. 조사개요

- (조사 내용) 국내 온라인 쇼핑물에서 판매하고 있는 가공식품, 일용잡화, 신선식품 등 82개 품목\*의 단위가격 표시·오표시\*\* 실태 등을 조사

\* 「가격표시제 실시요령」의 표시대상 상품 중 ‘주류’, ‘와인류’는 인터넷 판매를 하지 않아 조사대상 제외

\*\* 위 요령에서 정한 단위와 달리 표시한 경우를 편의상 ‘오표시’로 지칭함.

< 표 3-1 > 세부 조사 품목

구분	세부 품목
가공식품(60개)	· 우유, 설탕, 식용유, 라면, 분유, 밀가루, 국수 등
일용잡화(19개)	· 화장지(롤), 호일, 랩, 분말세제, 샴푸, 칫솔, 기저귀 등
신선식품(3개)	· 중량단위의 농산물, 수산물, 축산물(마리당 판매 제외)

- (조사 대상) 통신판매업자들에게 플랫폼을 제공하는 오픈마켓 8개, 대형마트를 기반한 쇼핑물 3개, 홈쇼핑 및 백화점에 기반한 종합몰 8개등 총 19개 온라인 쇼핑물

< 표 3-2 > 조사 대상

구분	온라인 쇼핑물	구분	온라인 쇼핑물
①오픈마켓(8개)	지마켓	③종합몰(8개)	CJ 몰
	11번가		GS shop
	옥션		현대H 몰
	인터파크		우리홈쇼핑
	티켓몬스터		NS 몰
	위메프		홈앤쇼핑
	쿠팡		AK 몰
	네이버쇼핑		롯데닷컴
②대형마트 쇼핑물(3개)	이마트몰		
	홈플러스몰		
	롯데마트몰		

- 조사대상 19개 중에는 직접 물품을 판매하는 쇼핑물도 일부 있었으나, 대부분은 해당 사이트 내에 별도의 판매자가 입점하여 판매함.

## 〈참고〉 온라인 쇼핑몰별 판매자들의 입점절차

- 오픈마켓과 가격비교사이트는 입점절차가 다소 간소한 반면, 종합몰과 대형마트몰은 교육 수료, 보증보험발급 등의 추가적인 요건이 있음.

구분	입점절차
오픈마켓	• 웹 회원가입→구비서류제출→서류심사/승인→상품등록
가격비교	• 입점 신청→매매보호 확인/입점비 납부→가격비교 노출
종합몰	• 입점신청→상품제안→기본거래 계약→시스템 교육 수강→개인정보보호 교육 수강→보증보험 가입→계좌등록(최종승인)→상품등록
대형마트 몰	• 온라인 상담 신청→심사(회사규모/경영상태, 상품력/영업력, 제조/수입 능력, 품질인증/위생능력)→계약확정→상품등록

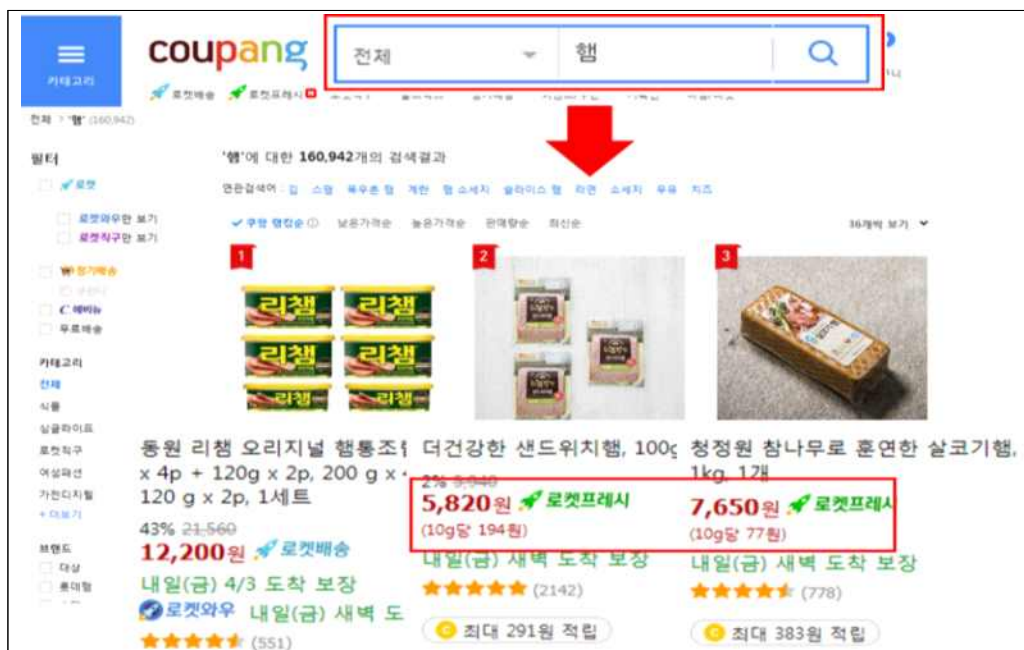
\* 각 유통형태별 입점절차 확인이 가능한 업체 기준으로 업체별 세부절차는 다를 수 있음.

## □ (조사 방법) 온라인 모니터링

- 온라인 쇼핑몰 메인 화면의 검색란에 해당 품목을 검색하여 상위에 노출되는 상품 20개를 기준으로 단위가격 표시 실태를 조사

\* 쇼핑몰에 따라 20개 미만의 상품을 취급하는 경우는 취급한 제품만 조사

< 그림 3-1 > 온라인 모니터링 방법



## □ (조사 기간) 2020. 3. 19.~2019. 4. 6



## 2. 조사결과

### 가. 온라인 쇼핑몰별 단위가격 표시 실태

- 조사대상 19개 쇼핑몰별로 각 79~82개\* 품목의 각 20개 제품을 모니터링한 결과, 전체 29,780개의 제품 중 5,679개(19.1%)만이 단위가격을 표시하고 있는 것으로 확인됨.

\* 가격표시제 실시요령에서의 의무대상 품목 중 온라인 미판매 제품(주류, 와인)과 쇼핑몰별로 판매하지 않는 품목 등 제외

- 조사대상 온라인 쇼핑몰 19개 중 일부라도 단위가격을 표시하고 있는 쇼핑몰은 5개(26.3%)였고, 나머지 14개(73.7%) 쇼핑몰은 단위가격을 전혀 표시하지 않은 것으로 조사
- 단위가격을 표시하고 있는 5개 쇼핑몰은 최고 91.2%에서 11.2%까지의 표시율을 나타내고 있음.

< 표 3-3 > 단위가격 표시 실태 조사 결과(온라인 쇼핑몰별)

구분		형태	전체 제품 수(개)	표시수(개)	표시율(%)
표시 (5개)	A	대형마트	1,530	1,396	91.2
	B	대형마트	1,511	1,367	90.5
	C	대형마트	1,599	1,375	86.0
	D	오픈마켓	1,640	1,358	82.8
	E	오픈마켓	1,640	183	11.2
미표시 (14개)	F	오픈마켓	1,640	0	0.0
	G	오픈마켓	1,640	0	0.0
	H	오픈마켓	1,640	0	0.0
	I	오픈마켓	1,640	0	0.0
	J	오픈마켓	1,640	0	0.0
	K	오픈마켓	1,640	0	0.0
	L	종합몰	1,453	0	0.0
	M	종합몰	1,587	0	0.0
	N	종합몰	1,569	0	0.0
	O	종합몰	1,452	0	0.0
	P	종합몰	1,424	0	0.0
	Q	종합몰	1,460	0	0.0
	R	종합몰	1,520	0	0.0
	S	종합몰	1,555	0	0.0
계			29,780	5,679	19.1

\* 조사기간 조회되지 않는 품목과 20개 미만의 제품을 판매하고 있는 경우 조회되는 품목 및 제품만을 조사하였고, 표시율은 표시 수/전체 제품 수임.

- 단위가격을 표시하고 있는 5개의 온라인 쇼핑몰의 단위가격 표시율은 전체 평균 71.7%이며, 대형마트 쇼핑몰 89.2%, 오픈마켓 47.0% 순으로 조사

< 표 3-4 > 단위가격 표시 실태 조사 결과(쇼핑몰 형태별)

구분		전체 제품 수(개)	표시수(개)	표시율(%)
대형마트 쇼핑몰	이마트몰	1,599	1,375	86.0
	홈플러스몰	1,530	1,396	91.2
	롯데마트몰	1,511	1,367	90.5
	소계	4,640	4,138	89.2
오픈마켓	쿠팡	1,640	1,358	82.8
	네이버쇼핑	1,640	183	11.2
	소계	3,280	1,541	47.0
총계		7,920	5,679	71.7

\* 조사대상 종합몰 8개는 단위가격 정보를 제공하지 않음.

- (대형마트 쇼핑몰) 대형마트 쇼핑몰은 조사대상 3개 모두 단위가격을 표시하고 있었고, 「가격표시제 실시요령」에서 지정한 제품뿐 아니라 미지정 제품들에 대해서도 대부분 단위가격을 표시하고 있는 것으로 나타남.
- 다만, 동일제품을 여러 묶음으로 판매하는 경우 단위가격을 표시하지 않은 사례가 확인됨.

< 그림 3-2 > 대형마트 쇼핑몰 단위가격 표시 실태

<단위가격 표시>	<동일 제품 묶음 미표시>
 <p>삼다수 2L</p> <p><b>980 원</b> (100ml당 49원)</p>	 <p>미리보기 새창</p> <p><b>5,880원</b> 100ML당 49원</p>
	 <p>제주삼다수 2LX3개 (18페트)</p> <p><b>20,800 원</b> ★★★★★ (1개)</p>




- (오픈마켓) 오픈마켓의 경우 조사대상 8개 중 2개(25.0%) 쇼핑몰에서만 단위가격을 표시하고 있었고, 나머지 6개(75.0%)는 단위가격을 표시하지 않는 것으로 조사

< 그림 3-3 > 오픈마켓 단위가격 표시 실태

<단위가격 표시>	<단위가격 미표시>
 <p>제주 삼다수, 2L, 6개 <b>2,850원</b> (100ml당 24원)</p>	 <p>광동 제주 삼다수 2Lx6개 <b>8,990원</b></p>  <p>제주 삼다수 생수 2L X6개 <b>12,500원</b> 무료배송</p>

- (종합몰) 종합몰은 조사대상 8개 모두 단위가격을 표시하고 있지 않은 것으로 조사

< 그림 3-4 > 종합몰 단위가격 미표시 실태

 <p>롯데백화점 [슈맥스] 제주 삼다수 2L*6(1묶음) <b>6,300원</b></p>	 <p>새창 미리보기 찜 (무료배송) 제주삼다수 2L x 6 <b>9,500원</b></p>	 <p>광동제약 제주삼다수 2L x 6병 <b>7,100원</b></p>
---	--	---

## 나. 품목별 단위가격 표시 실태

- 단위가격을 표시하고 있는 5개 쇼핑물의 품목별 단위가격 표시실태를 분석한 결과, 신선식품(3개 품목)은 총 300개 중 214개(71.3%)를 표시하였고, 가공식품(60개 품목)은 총 5,759개 중 4,257개(73.9%), 일용잡화(19개 품목)는 총 1,861개 중 1,204개(64.7%)를 표시함.

< 표 3-5 > 품목별 단위가격 표시 실태

품목군	전체 제품 수(개)	표시(개)	표시율(%)
신선식품	300	214	71.3
가공식품	5,759	4,257	73.9
일용잡화	1,861	1,204	64.7
계	7,920	5,675	71.7

- 세부 품목별로는 최고 97.0%에서부터 최저 22.2%까지 표시율의 차이가 큰 것으로 나타남.
- 표시율 상위 15개의 품목을 살펴보면, 비교적 다양한 종류, 다양한 중량, 용적의 제품이 출시되는 라면, 우유, 생수 등이 차지하고 있는 것으로 조사

< 표 3-6 > 세부 품목별 단위가격 표시 실태조사 결과

구분	품목	표시단위	전체수(개)	표시(개)	표시율(%)
1	라 면	개	100	97	97.0
2	마요네즈	100 g	100	94	94.0
3	분 유	100 g	100	93	93.0
4	시리얼	100 g	100	92	92.0
5	종이거저귀	개	100	89	89.0
6	우 유	100 ml	100	86	86.0
7	커피(액상제외)	10 g	100	86	86.0
8	생 수	100 ml	100	86	86.0
9	케 칩	100 g	100	85	85.0
10	식용유	100 ml	100	84	84.0
11	탄산음료	100 ml	100	84	84.0
12	설탕	100 g	100	83	83.0
13	밀가루	100 g	94	78	83.0
14	식 초	10 ml	100	82	82.0
15	참기름	10 ml	100	81	81.0

## 다. 단위가격 오폭시 현황 조사

### ① 쇼핑물별 단위가격 오폭시 현황

- 단위가격 정보를 제공하고 있는 5개 쇼핑물에서 「가격표시제 실시 요령」 기준과 다르게 단위가격을 표시하고 품목은 쇼핑물별 81~82개 중 평균 14.4개로 조사

### ② 단위가격 오폭시 유형

- (용적 mL ↔ 중량 g) 소스류(액상제외), 액젓, 식용기름, 드레싱 등과 같이 제품이 액체 형태일 경우 단위가격을 용적(mL)으로 표시해야 하나, 중량(g)으로 표시하는 오류가 가장 많은 것으로 확인됨.

< 그림 3-5 > 단위가격 오폭시 실태 1

<p><b>3</b></p>  <p>CJ제일제당 라임을 더해 상큼한 파인애플 샐러드 소스, 585g, 1개</p> <p>13% 5,680원</p> <p><b>4,900원</b> 로켓프레시</p> <p>(10g당 84원) <b>X → 100mL(O)</b></p>	<p><b>7</b></p>  <p>코다노 크리미어니언 소스, 2kg, 1개</p> <p><b>8,560원</b> 로켓프레시</p> <p>(10g당 43원) <b>X → 100mL(O)</b></p>	 <p><b>6,890원</b></p> <p><b>100G당 2,756원</b> <b>X → 10mL(O)</b></p> <p>샘표 폰타나오히블랑카올리브오일</p> <p><b>일_250ML</b></p>
--	---	---

- (단위 100 ↔ 10) 요령에서는 제품별로 100g, 10g, 100mL, 10mL 당 단위가격을 표시하도록 정하고 있으나, 이와 다르게 표시하는 사례가 많은 것으로 나타남.
  - 100g 단위로 표시해야 할 품목들 중 100g 이하의 제품을 판매하거나, 10mL로 정해져 있는 품목들 중 1L 이상의 제품을 판매하는 경우 이와 같은 오폭시가 발생
    - 이는 사용 목적(가정용, 휴대용, 대용량)에 따라 새롭게 출시되는 제품의 중량·용적이 다양화되면서 발생하는 것으로 보임.



< 그림 3-6 > 단위가격 오폭시 실태 2

 <p>초록마을 히말라야핑크슬트(60g)</p> <p><b>8,000 원</b> (10g당:1,334원)</p> <p><b>X → 100g(O)</b></p>	 <p>오뚜기 양조식초, 1.8L, 1개</p> <p>3% 1,920 <b>1,860 원</b> 로켓배송 (100ml당 103원)</p> <p><b>X → 10ml(O)</b></p>	 <p>사조해표 멸치액젓9kg 김장용액젓 말통 대용량</p> <p><b>13,700 원</b> (10kg당:15,223원) <b>X→ 10mL(O)</b></p>
---	---	---

- (1회 사용분 단위 표시) 커피믹스, 티백차, 티백분유 등은 10g, 100g 당 단위가격을 표시하도록 정하고 있으나, 1회 사용분 단위로 표시하는 경우가 많음.
- 이는 소비자 편의를 위해 1회 사용분 당 단위가격을 표시한 것으로 보이나, 동일 제품이라고 해도 브랜드별로 1회 사용분의 중량(g)이 다를 수 있으므로 중량(g) 단위 표시가 더 적합해 보임.
  - 다만, 위 제품들의 경우는 1회 사용분 단위가격도 소비자에게 중요한 가격 정보일 수 있으므로 병행 표시 등을 검토 필요
  - 이외에도 조미김의 경우도 10g 단위로 표시하도록 되어 있으나, '장'당으로 표시한 사례가 많은 것으로 조사

< 그림 3-7 > 단위가격 오폭시 실태 3

 <p>동서식품 카누 미</p> <p>최저 20,810원</p> <p>식품 &gt; 음료 &gt; 커피 리뷰 ★★★★★</p> <p>· 1개 20,810원 (1개입당 138원)   74개 · 6개 135,560원 (1개입당 150원)   15개</p> <p><b>X → 10g(O)</b></p>	 <p>배출비제외 1티백당가격</p> <p><b>X → 10g(O)</b></p> <p>54원 75원 75원 71원</p>	 <p>한아름농수산 신 장흥무산김선물세트 2호</p> <p><b>15,900 원</b> (1매당:318원) <b>X→ 10g(O)</b></p>
--	---	---

- (기타) 세제의 경우 1회당 가격을 표시한 사례가 많았고, 일부 제품들은 전체 중량(g)으로 표시하거나, 중량(g)으로 표시해야 할 제품을 낱개 단위로 표시

< 그림 3-8 > 단위가격 오폭시 실태 4

 <p>무료배송 비트 분말세제 본품, 4.4kg, 3개</p> <p><b>38,500원</b> (1회당 102원)</p> <p><b>X → 100g(O)</b></p>	 <p>우리밀 평가루</p> <p><b>3,330원</b> (190g당:3,330원)</p> <p><b>X → 100g(O)</b></p>	 <p>당터 <b>핫초코</b> 오리지날 16T</p> <p>핫초코 / 스틱형 / 1T당: 20g</p> <p><b>1위</b> 1개 191원/1T</p> <p>3개 317원/1T</p> <p><b>X → 10g(O)</b></p>
--	--	--

## IV 문제점 및 개선방안

### 1. 문제점

#### 가. 온라인 쇼핑몰에서의 가격 비교 어려움

□ 오프라인에서는 단위가격 표시를 통해 동일한 브랜드 제품의 다른 용량과 동일한 제품의 다른 브랜드의 제품 가격비교가 가능해 소비자에게 유용한 제도로 정착되고 있음.

○ 반면, 온라인 시장 규모가 지속적으로 성장하고 있음에도 온라인 쇼핑몰에서는 다양한 제품의 등장과 함께 판매자 간 최저가 경쟁 심화 등으로 판매가격만으로는 가격비교를 통한 합리적 소비가 어려운 실정

□ 아마존 등 주요 해외 온라인 쇼핑몰에서도 가격비교 정보 제공을 위해 단위가격을 표시하고 있고, 소비자도 필요성에 공감\*하고 있는 것으로 조사

\* 소비자 인식조사 결과('17년) 조사대상 500명 중 417명(83.4%)이 온라인 쇼핑몰에서 단위가격이 표시되면 가격비교에 도움이 될 것이라고 응답

○ 특히, 오프라인에서 판매하고 있는 제품의 대부분을 온라인에서 판매하고 있는 만큼 온라인에서도 단위가격 표시가 필요함.

#### 나. 온라인 쇼핑몰 사업자의 자발적 단위가격 표시 노력 필요

□ 단위가격을 표시하지 않는 쇼핑몰 중 다수는 판매자들이 상품등록 시 단위가격 정보를 입력할 수 있는 항목이 이미 구성되어 있음\*에도 필수 입력 사항이 아니어서 표시가 안 되고 있음.

\* 옥션, G마켓, 인터파크, 11번가의 셀러(판매자 전용) 페이지 내 단위가격 입력란 구성



< 그림 4-1 > 단위가격 미표시 오픈마켓의 판매자 상품등록 화면 재현

▶ 판매정보		
<b>필수</b> 판매가	( 90,000 )원 (판매수수료 00%)	
총 중량/기준단위	( 100 ) g/ml, 기준단위 ( 10 ) g/ml 단위판매가는 10g당 9,000원입니다.	
<b>필수</b> 판매기간	2020.3.27.~2020.9.23	
상품옵션	( ) 있음. ( ) 없음	

- 위 쇼핑몰 중 필수 입력사항이 아님에도 입점 판매자가 단위가격을 입력한 경우 단위가격이 표시된 것으로 보임.

< 그림 4-2 > A 온라인 쇼핑몰 단위가격 정보 입력/미입력 현황

< 단위가격 미입력 >

< 단위가격 입력 >

 <p>스파클 생수 2L 30개</p> <p>★★★★★ 리뷰 4,403건   ♥ 1,391</p> <p>가격비교 + 플러스UP</p>	 <p>스파클 생수 2L 30개</p> <p>★★★★★ 리뷰 6,088건</p> <p><b>13,900원</b> 73원/100ml당</p> <p>무료배송</p>
 <p>제주삼다수 2L x 12병/화산암반수/생수</p> <p>★★★★★ 리뷰 99,999건   ♥ 6,779</p> <p>가격비교 + 플러스UP</p>	 <p>제주삼다수 2L x 12병/화산암반수/생수</p> <p>★★★★★ 리뷰 137,425건</p> <p><b>12,120원</b> 51원/100ml당</p> <p>무료배송</p>

- 이에 오픈마켓, 종합몰 등 사이버몰을 운영하는 통신판매중개업자가 사이트의 운영, 광고, 결제 등을 통제하고 있으므로 사이버몰에서의 단위가격 표시를 위한 노력 필요

## 2. 개선방안

- (자발적인 단위가격 표시 유도) 단위가격 표시를 통한 업계의 건전한 가격경쟁 및 소비자의 합리적인 선택을 지원하기 위해 온라인 쇼핑몰을 대상으로 자발적인 단위가격 표시를 유도
  - 이에 유관기관 및 사업자 등과의 간담회(또는, 세미나)를 통해 단위가격 표시의 필요성에 대해 공감대를 형성하고 자발적인 표시 방안을 위한 논의 필요
- (온라인 단위가격표시제 도입 검토 필요) 자발적 단위가격 표시를 통해 단위가격 표시의 필요성 및 유용성을 검증하고 안정적인 제도 정착을 위한 「가격표시제 실시요령」 개정 검토 필요

## V 향후 계획

---

### 1. 사업자 단위가격 자율표시 권고

- 유관기관 및 사업자 간담회를 통한 오픈마켓, 종합몰 등 플랫폼에서의 자율적 단위가격 표시 권고

### 2. 세미나 개최

- 온라인 단위가격 표시 필요성 논의를 위한 세미나 개최
  - ※ 유관기관 및 사업자 간담회를 통한 자율적 단위가격 표시를 우선으로 진행하고, 필요시 개최

<b>붙임</b>	<b>품목별 단위가격 표시 실태 조사결과</b>
	<b>- 단위가격을 표시한 5개 쇼핑몰 대상 -</b>

구분	품목	표시단위	표시	전체수	표시율
1	라 면	개	97	100	97.0
2	마요네즈	100 g	94	100	94.0
3	분 유	100 g	93	100	93.0
4	시리얼	100 g	92	100	92.0
5	종이거저귀	개	89	100	89.0
6	우 유	100 ml	86	100	86.0
7	커피(액상제외)	10 g	86	100	86.0
8	생 수	100 ml	86	100	86.0
9	케 찹	100 g	85	100	85.0
10	식용유	100 ml	84	100	84.0
11	탄산음료	100 ml	84	100	84.0
12	설탕	100 g	83	100	83.0
13	밀가루	100 g	78	94	83.0
14	식 초	10 ml	82	100	82.0
15	참기름	10 ml	81	100	81.0
16	햄 류	10 g	80	100	80.0
17	치 즈	10 g	80	100	80.0
18	고추장	100 g	80	100	80.0
19	어 목	100 g	80	100	80.0
20	국 수	100 g	80	100	80.0
21	조미김	10 g	80	100	80.0
22	소세지류	10 g	80	100	80.0
23	생리대	개	80	100	80.0
24	린 스	100 ml	80	100	80.0
25	치 약	10 g	80	100	80.0
26	두 부	100 g	79	100	79.0
27	깍	10 g	79	100	79.0
28	잼류	100 g	79	100	79.0
29	빵 류	10 g	79	100	79.0
30	삼 푸	100 ml	79	100	79.0
31	과 자	10 g	78	100	78.0
32	캔디류	10 g	78	100	78.0
33	초콜릿류	10 g	78	100	78.0
34	농산물(중량단위)	100 g	78	100	78.0
35	맛 살	10 g	77	100	77.0
36	스파게티	100 g	77	100	77.0
37	식용기름	10 ml	77	100	77.0
38	드레싱	100 ml	77	100	77.0
39	칫 솔	개	77	100	77.0

40	축산물(중량단위)	100 g	77	100	77.0
41	과 · 채음료	100 ml	76	100	76.0
42	화장지(롤)	10 m	76	100	76.0
43	간 장	100 ml	75	100	75.0
44	된 장	100 g	75	100	75.0
45	액 젓	10 ml	75	100	75.0
46	차류(액상제외)	10 g	75	100	75.0
47	복합조미식품	10 g	69	93	74.2
48	청국장	100 g	74	100	74.0
49	위생백	장	74	100	74.0
50	버터류	100 g	69	96	71.9
51	식 염	100 g	71	100	71.0
52	섬유유연제	100 ml	71	100	71.0
53	유산균발효음료	10 ml	70	100	70.0
54	베이컨류	10 g	70	100	70.0
55	티슈(상자)	10 매	70	100	70.0
56	아이스크림류	10 ml	67	100	67.0
57	초코파이(상자)	10 g	67	100	67.0
58	주방세제(액상)	100 ml	65	100	65.0
59	세면비누(고형)	개	64	100	64.0
60	벌 꿀	100 g	56	88	63.6
61	과 · 채주스	100 ml	63	100	63.0
62	빙과류	10 ml	63	100	63.0
63	분말세제	100 g	63	100	63.0
64	젓 갈	10 g	62	100	62.0
65	코코아	10 g	60	100	60.0
66	생선통조림	10 g	49	82	59.8
67	수산물(중량단위)	100 g	59	100	59.0
68	소스류(액상)	100 ml	58	100	58.0
69	빵가루	100 g	32	56	57.1
70	만두류(냉동)	100 g	57	100	57.0
71	세탁비누(고형)	100 g	56	100	56.0
72	참치캔	10 g	53	100	53.0
73	건포류(중량단위)	100 g	52	100	52.0
74	랩	m	50	100	50.0
75	마카로니	100 g	28	57	49.1
76	호 일	m	47	100	47.0
77	합성세제(액상)	100 ml	44	100	44.0
78	마가린류	100 g	18	45	40.0
79	소스류(액상제외)	100 g	23	72	31.9
80	식물성 크림(커피용)	10 g	21	76	27.6
81	가루비누	100 g	21	80	26.3
82	세탁비누(액상)	100 ml	18	81	22.2
총계			5,675	7,920	71.7