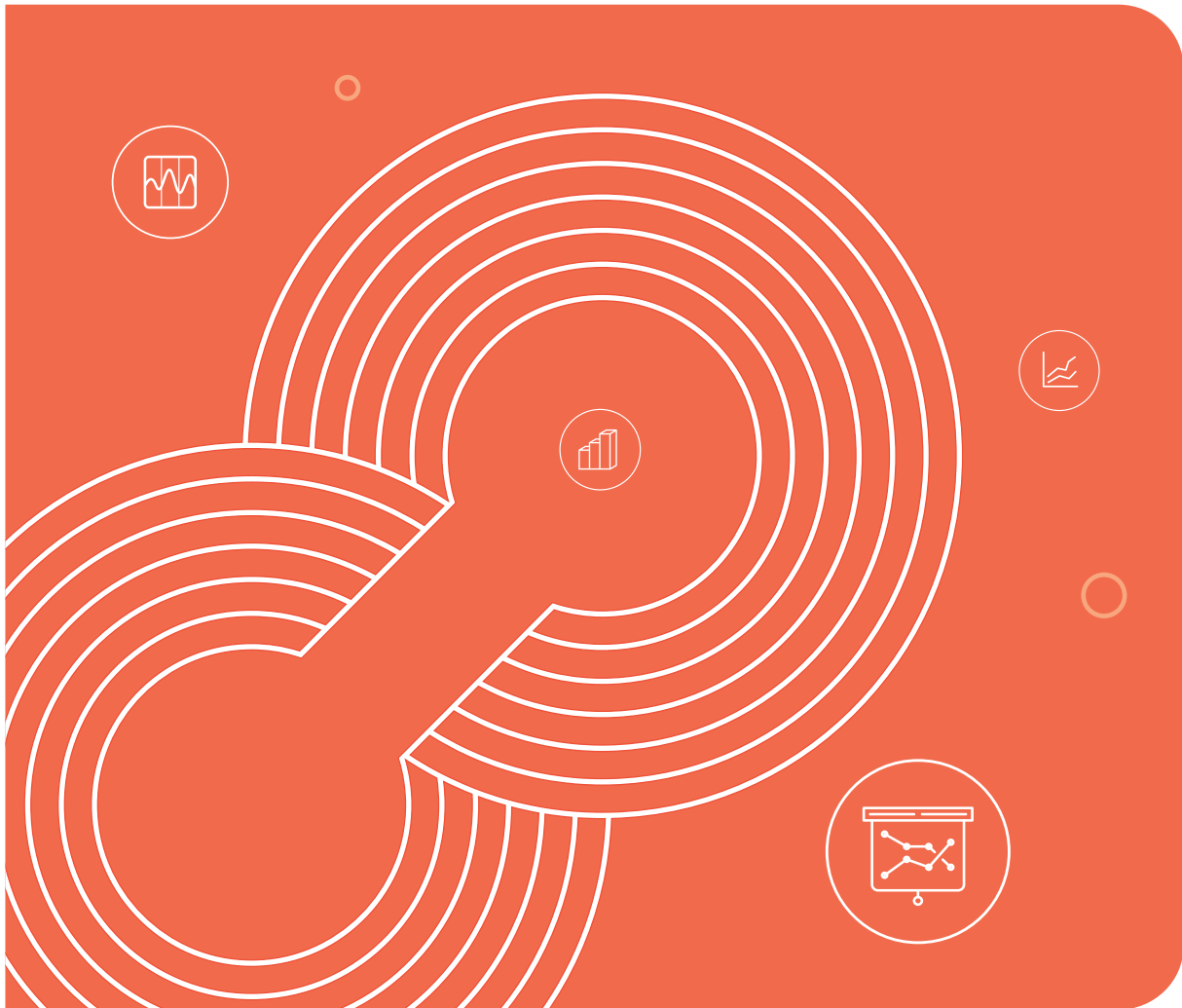




한눈에 보는 소비자정책지표

2025 한국의 소비생활지표

Consumption Life Indicators in KOREA



2025 한국의 소비생활지표 개관

한국소비자원은 국민이 체감하는 소비자정책 추진을 위해 3대 소비자정책지표인 「한국의 소비생활지표」, 「한국의 소비자시정평가 지표」, 「한국의 소비자역량지수」를 생산·공개하고 있습니다. 이 중 「한국의 소비생활지표」는 2년 주기로 전국 규모 조사를 실시·발표하여 소비생활 분야에 대한 중요도, 만족도, 문제 경험, 피해 수준 등을 종합적으로 분석함으로써 한국의 소비생활을 조망하고 정책추진의 근거자료로 제공되고 있습니다.

「2025 한국의 소비생활지표」는 전국 20대 이상 성인 남녀 10,000명을 대상으로 대국민 소비자조사를 실시하고, 국민 소비생활을 구성하는 11대 소비분야, 총 31개 소비품목에 대한 소비자 평가를 바탕으로 3대 부문, 총 65개 지표를 산출했습니다.

특히 7차수 조사에서는 디지털 가속화에 따른 신기술·신유형 소비행태를 반영한 지표를 확대·보완하고, '수리할 권리' 등 지속가능소비 관련 내용을 강화하는 등 변화하는 소비환경을 진단하고 맞춤형 소비자정책 수립에 활용될 수 있도록 하였습니다.



2025 한국의 소비생활지표 조사개요

2025 한국의 소비생활지표 체계

소비생활 문제 경험과 만족도



- 소비자문제유형별 문제경험
- 소비생활 분야별 소비자문제 경험
- 거래유형별 이용 및 소비자문제 경험
- 소비생활 중요도, 만족도 및 신뢰

소비자 권리와 책임



- 소비자 정책 이슈
- 소비자권리
- 소비자책임

가계소비 현황과 인식



- 가계소비 현황
- 가계소비 인식
- 비대면 디지털시대 가계소비 모습

2025 소비생활조사 분야 및 대표 품목

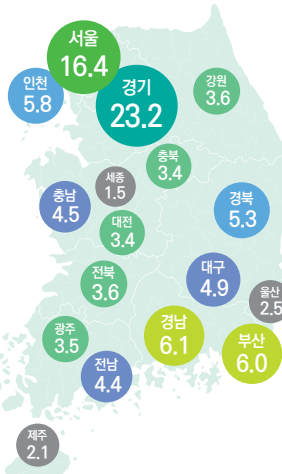
소비생활분야(총 11개), 대표 품목(14개 제품, 3개 서비스형 제품* 14개 서비스: 총 31개)

식품·외식	의류	주거·가정
1) 식품(농수 축산물·기공 식품, 건강식품, 알카트) 2) 외식서비스(식당, 카페 등) 3) 배달·포장(테이크아웃)서비스	4) 의류·신발·기방 5) 세탁·수선서비스	6) 가전 7) 가구·주방용품 8) 주택수리·인테리어서비스
의료·케어	교육	ICT
9) 의약품 10) 디지털 헬스케어 기기(예, 혈압, 혈당 체크 및 의료관리기기 등) 11) 병원·치료 진료 12) 돌봄서비스(노인·영유아 보육, 요양원, 산후조리원 등)	13) 도서·교재(학습지, 교재, 교육, 전자책(e-북), 스마트교재) 14) 교육서비스(학원, 보습 교육, 온라인교육·스마트 러닝서비스)	15) 정보통신기기(휴대폰, 스마트폰, 알뜰폰, 태블릿 등) 16) 정보통신(유무선 통신)서비스·결합서비스
자동차·교통	금융·보험	관혼상제
17) 새 자동차 구매 18) 중고 자동차 구매 19) 자동차 및 모터사이클 정비·수리점검서비스 20) 파스널모빌리티(기기 및 관련 서비스)	21) 금융(예, 적금, 대출, 투자)상품 22) 보험 상품 23) 가상자산(코인 등 디지털 자산)	24) 결혼, 돌잔치 서비스 25) 장례, 제례 서비스
생활·위생·미용	문화·여가	
26) 생활위생화장품(세탁·주방 세제, 샴푸/바디세정제 등) 27) 뷰티 상품(화장품, 미용용, 피부·체형관리 서비스 등)	28) 문화관광(공연·영화·스포츠 전차) 29) 국내외여행서비스(관광, 항공권, 숙박, 패키지여행 등) 30) 체육시설 서비스(헬스장, 골프장, 필라테스, 요가 등) 31) 온라인 구독·오락서비스(생생형식 서비스 구독, 전자책/오디오북, 구독, OTT·구독형 스트리밍 서비스, 게임서비스)	

*서비스형 제품이란? 서비스화 된 제품(Product as a Service)을 의미하며, 16), 20), 27)이 해당

조사대상 및 방법

응답자 거주지역 분포 (단위: %)



모 집 단	가계 경제 상황을 인지, 주요 소비결정 시 참여하는 전국 20세 이상 남녀
표본크기	10,000명
신뢰수준	95% 신뢰수준에서 표본오차 ±0.98%p
표본추출	지역별, 성별, 연령별 인구비례에 따른 다단계층화추출법
조사방법	구조화된 설문지에 의한 1:1 가구 방문 면접 조사 (※한국 Gallup 조사연구소 시행)
조사지역	전국 17개 시도
조사기간	2025. 5. 16.~6. 13. 약 4주간

2025 한국의 소비생활지표 주요 결과

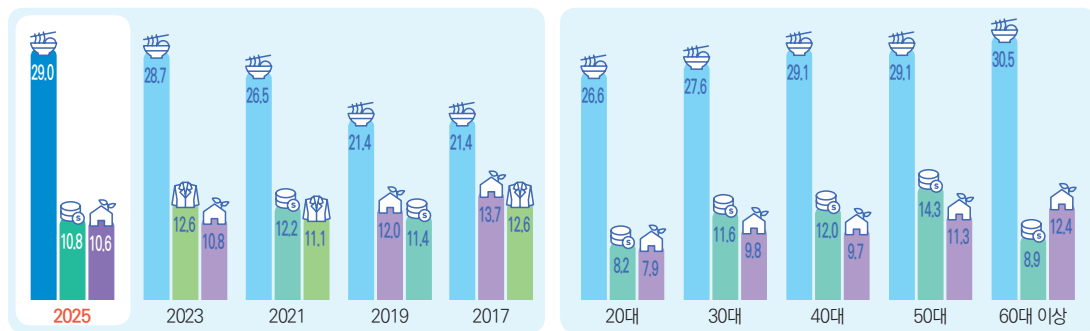
◆ 소비생활 중요도 ◆

※ 2025년 소비생활 중요 3대 분야는 “식·금·주” ※

- 한국 소비자들이 중요하게 생각하는 3대 소비생활 분야는 식(식품·외식) > 금(금융·보험) > 주(주거·가정) 순
- ‘금융·보험’이 종합순위 4위에서 2위로 상승 ▲ (10.8%, '23년 대비 0.7%p ▲), ‘식품·외식’ 분야는 1위 유지
- ‘금융·보험’은 모든 연령대에서 증가 ▲, 특히 50대 > 40대 > 30대 순

3대 소비생활 분야 (단위:%, Base: 전체, N=10,000)

2025 연령별 3대 소비생활 분야 (단위:%, Base: 전체, N=10,000)



🍴 식(식품·외식)
💰 금(금융·보험)
🏠 주(주거·가정)
👕 의(의류)

※ '소비생활 중요도'는 소비생활을 구성하는 11대 분야(31개 품목)에 대해 소비자가 가장 중요하게 생각하는 3가지 중복 응답한 비율

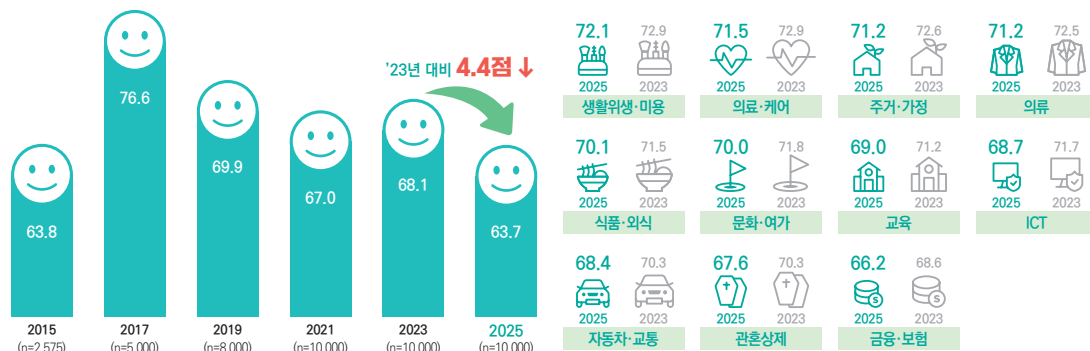
◆ 소비생활 만족도 ◆

※ 종합 소비생활 만족도는 63.7점으로, '금융·보험' 만족도는 가장 낮아 ※

- '25년 소비생활 만족도는 63.7점으로 '23년 대비 4.4점 하락 ▼
- 분야별로 살펴보면, '생활위생·미용' 분야가 72.1점으로 가장 높았고 ▲, '금융·보험'은 66.2점으로 가장 낮음 ▼
- 'ICT'는 68.7점('23년 대비 3.0점 ▼)으로 하락 ▼ 폭이 크게 나타남

종합 소비생활 만족도 (단위: 점)

분야별 소비생활 만족도 (단위:점, Base: 전체, N=10,000)



※ '2025 한국의 소비생활지표'에서 '소비생활 만족도'는 지속적이고 반복적인 소비생활에서 각 분야별 구매 선택이 소비자의 사전 기대에 비해 어느 정도 충족되는지의 정도로 정의되며, 소비생활을 구성하는 11개 주요 분야, 31개 품목에 대한 소비자의 평가에 기반하여 측정하였습니다.

※ 종합 소비생활 만족도는 소비생활 분야별 만족도 점수에 소비생활 중요도를 가중치로 반영하여 산출(100점 기준)으로 환산

* 종합 소비생활 만족도 = ∑(소비생활 분야별 만족도 × 소비생활 분야별 중요도)

◆ 소비생활 문제 ◆

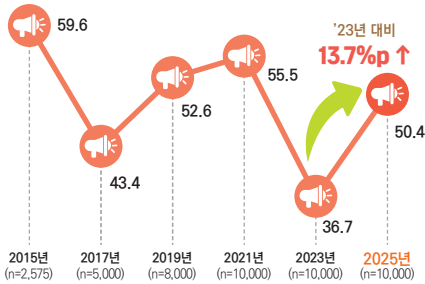
* 소비자 2명 중 1명은 소비생활에서 문제를 경험 *

● 소비자 절반인 50.4%가 소비생활에서 문제 경험 지난 조사 대비 13.7%p 증가 ▲

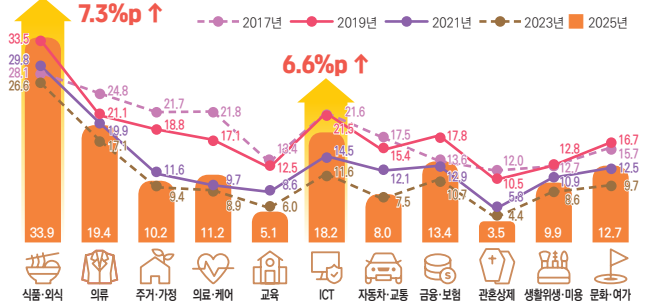
- ‘식품·외식’ 분야가 33.9%로 가장 높은 증가폭(+7.3%p) ▲
‘ICT’ 18.2%(1,822명)로 ’23년 대비 6.6%p 상승 ▲
- ’23 대비 문제경험률 상승 폭이 큰 ‘식품’의 문제유형 1순위는 ‘식품 대비 비싼 가격’(21.8%), ‘정보통신기기’의 문제유형 1순위는 ‘개인정보 유출, 사기 등 불안’(17.0%)



소비자문제 경험률* 종합 추이 (단위: %)



소비생활 분야별 소비자문제 경험률 (단위: %)



* 최근의 소비생활에서 31개 주요 상품·서비스 중 어느 것이라도 소비자문제를 1회 이상 경험한 적이 있는 비율

소비자문제 다발 품목별 경험률 및 유형 (단위: %, Base: 소비자문제 경험자, n=5,035명)

구분	식품	의료·신발·가방	정보통신기기	보험 상품	국내외 여행 서비스	병원·치과진료	가전	뷰티 상품	자동차 및 모터사이클 정비수리점서비스	교육 서비스	장래, 제례 서비스
문제 유형 1순위	비싼 가격 (21.8)	비싼 가격 (12.6)	개인정보, 사기 불안 (17.0)	설명부족, 불완전 판매 (6.5)	비싼 가격 (6.1)	비싼 가격 (5.2)	비싼 가격 (4.3)	거짓과장기만 표시광고 (6.9)	비싼 가격 (5.0)	비싼 가격 (2.7)	비싼 가격 (1.8)

※ '문제 유형 1순위' 행의 괄호 안 숫자는 문제 경험률(%)



※ 소비자문제? 소비자가 제품·서비스를 구입하거나 소비하는 모든 과정(즉, 이용전, 구매, 이용(사용), 처분 등)에서 겪는 장애요인, 불편사항 등 모든 문제 경험을 포함하는 것을 말합니다.
 ※ '2025 한국의 소비생활지표'에서는 상품·서비스 품질 불량, 상품·서비스 대비 비싼 가격, 거짓·과장 기만 표시 광고, 소비자에게 불리한 거래 조건, 사업자 계약 불이행, 부당행위, 교환·환수·반품·배상 및 분쟁 피해 해결 어려움, 안전 불안, 개인정보 유출, 사기 등 불안, 선택을 위한 비교정보 부족, 현명한 소비를 위한 교육부족, 설명부족 및 불완전 판매, 오배송·배송지연 중 이상 소비생활 과정에서 소비자가 겪는 모든 문제를 포함합니다.

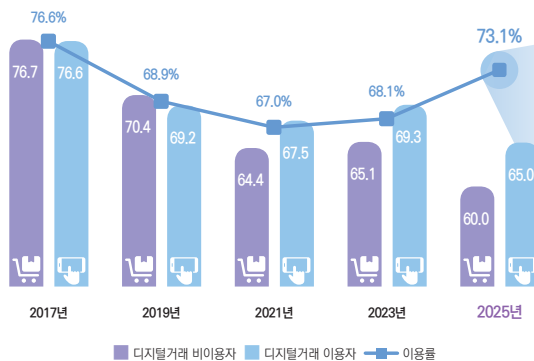
◆ 디지털 소비생활 ◆

* 소비자 73.1%가 디지털 방식으로 소비, '모바일쇼핑'을 많이 이용해 *

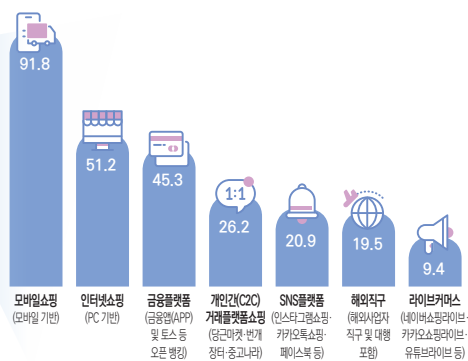
● 소비자의 73.1%가 디지털 방식으로 소비

- 거래 유형별로 살펴보면, '모바일쇼핑'(91.8%)을 가장 많이 이용하고, '라이브커머스'(9.4%)를 가장 적게 이용

디지털 소비생활만족도 추이 (단위: 점, %)



거래유형별 이용률 (단위: %, Base: 전자상거래 경험자, n=7,305명)

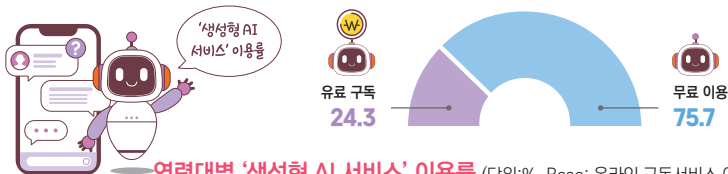


◆ 생성형 AI 서비스 이용 ◆

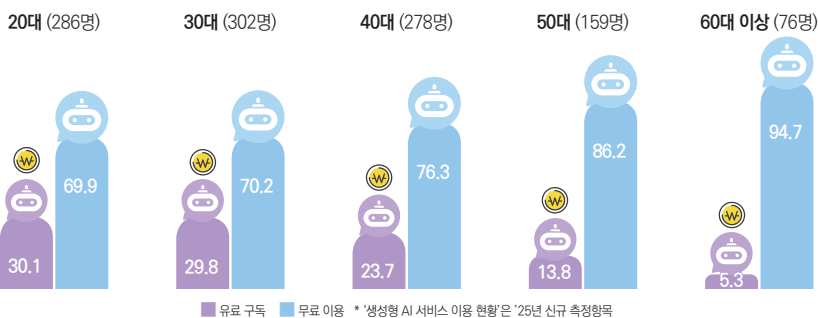
* 온라인 구독 이용·구매자 4명 중 1명 생성형 AI 서비스 유료 구독해 *

- 온라인 구독서비스 이용·구매자 1,101명 중 24.3%(268명)은 생성형 AI 서비스 유료 구독
- 연령대별로 살펴보면, 20대의 생성형 AI 서비스 유료 구독률은 30.1%(286명 중 86명)로 전 연령대 중 상대적으로 높게 나타났으며, 60대는 무료로 이용하는 비율이 94.7%(76명 중 72명)으로 연령대 중 무료 이용 비율이 가장 높은 것으로 나타남

'생성형 AI 서비스' 이용률 (단위: %, Base: 온라인 구독서비스 이용·구매자, n=1,101명)



연령대별 '생성형 AI 서비스' 이용률 (단위: %, Base: 온라인 구독서비스 이용·구매자, n=1,101명)



■ 유료 구독 ■ 무료 이용 * '생성형 AI 서비스 이용 현황'은 '25년 신규 측정항목

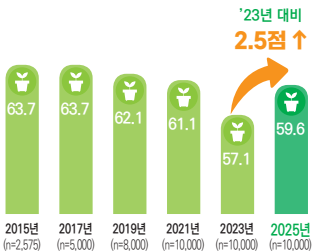
◆ 지속가능소비 ◆

* 지속가능소비 실천 점수 59.6점, '17년 이후 하락세 속 첫 상승 *

- 지속가능소비 실천 점수는 59.6점(100점 환산 점수)으로 '17년 이후 첫 반등, '23년 대비 2.5점 상승
- 실천행동 분야별, '자원 재활용'(67.4점) > '에너지 절약'(67.1점) > '수리하더라도 오래 쓸 수 있는 상품 구매'(61.8점) 등 순
- '23년도에 이어 '25년에도 '소비자 수리권(수리할 권리)'과 관련 방해요인이 상위권
- 수리 경험이 많은 5대 품목은 스마트폰(20.7%) > 냉장고·김치냉장고(13.6%) > 에어컨(11.0%) > 청소기(9.2%) > 노트북·태블릿(7.8%) 순

지속가능소비 실천행동

(단위: 점)



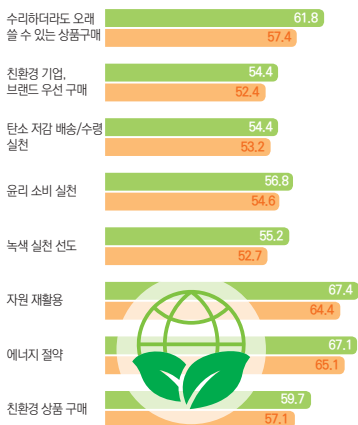
5대 수리 대발 품목 (단위: %, 복수응답, 전체 10,000명)



* 5대 수리 대발 품목은 '25년 신규 측정항목

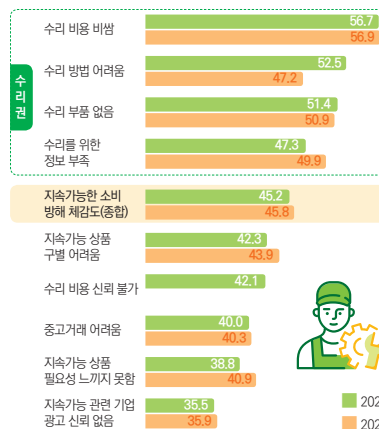
분야별 지속가능소비 실천행동

(단위: 점, Base: 전체, N=10,000)



지속가능 소비행동 실천 방해요인

(단위: 점, Base: 전체, N=10,000)



■ 2025 ■ 2023

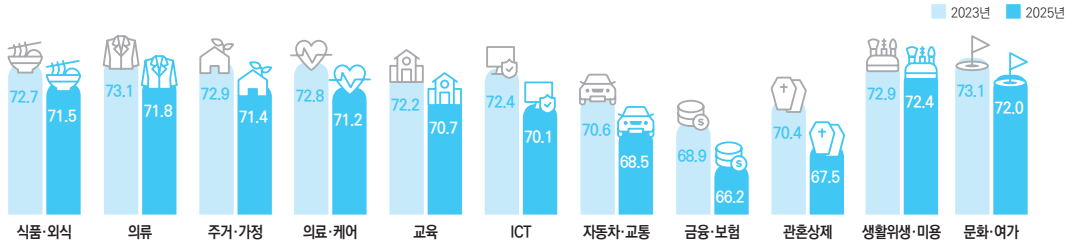
[특집] 청년층

청년층은 '생활 위생·미용' 만족도가 가장 높아

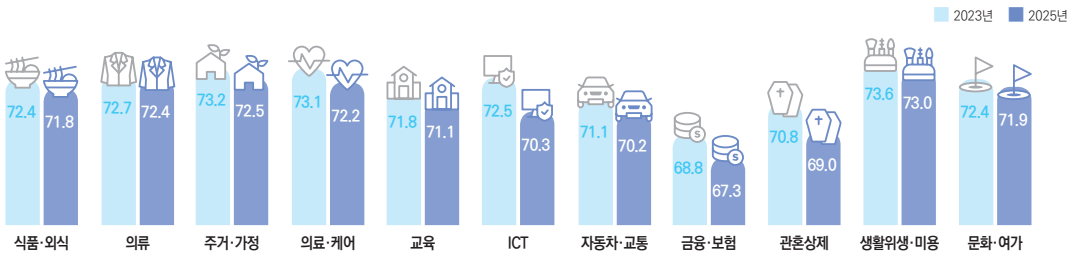
청년층은 '생활 위생·미용' 분야 만족도가 가장 높음

- 20대는 '생활 위생·미용' > '문화·여가' > '의류' 분야 순
- 30대는 '생활 위생·미용' > '주거·가정' > '의류' 분야 순

20대 분야별 소비생활 만족도 (단위: 점)



30대 분야별 소비생활 만족도 (단위: 점)



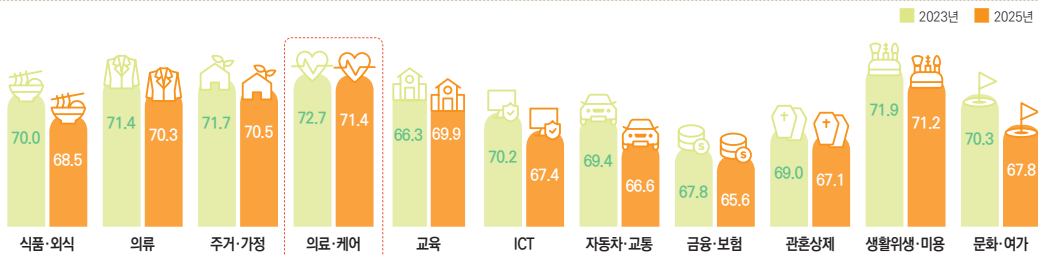
[특집] 고령층

60대 이상 고령층은 '의료·케어'를 가장 높게 만족해

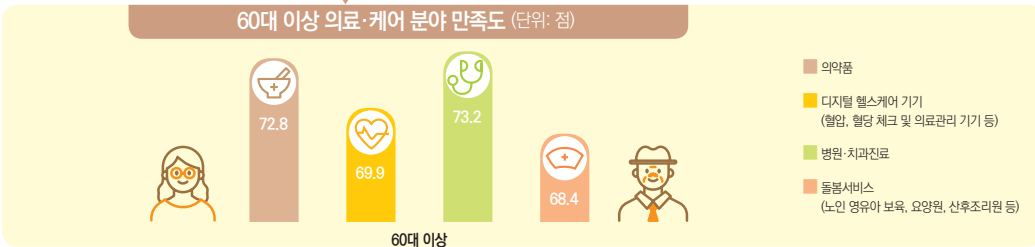
60대 이상 고령층은 소비생활 분야 중 '의료·케어' 분야를 가장 높게 만족하고 있음

- 구체적으로 '병원·치과진료'(73.2점) > '의약품'(72.8점) > '디지털 헬스케어 기기'(69.9점) > '돌봄서비스'(68.4점) 순

60대 이상 분야별 소비생활 만족도 (단위: 점)



60대 이상 의료·케어 분야 만족도 (단위: 점)



60대 이상

◆ Executive Summary ◆

- ✦ **The Korea Consumer Agency (KCA) produces the “Consumption Life Indicators in Korea” through a nationwide survey conducted every two years, with the aim of supporting the promotion of data-driven consumer policy.**
 - To establish and implement consumer policies that reflect the Korean consumers’ real life experience, it is essential to advance scientific, evidence-based consumer policy grounded in systematic data such as surveys.

- ✦ **(Consumption Life Problems and Satisfaction) Current Status and Changes in 2025**
 - The three most important consumer life sectors were “Food and dining” (29.0%), “Finance and insurance” (10.8%), and “Housing and furniture” (10.6%).
 - (Consumption Life Satisfaction) Overall satisfaction scored 63.7 points(converted to a 100-point scale), a decrease of 4.4 points compared to 2023.
 - (Experience of Consumption Life Problems) 50.4% of consumers experienced problems in their consumption life, an increase of 13.7 percentage points from the previous survey.

- ✦ **(Use of Digital Consumption) 73.1% of consumers reported having engaged in digital consumption (e-commerce).**
 - (By transaction type) Use of mobile shopping (91.8%), internet shopping (51.2%), financial platforms (45.3%), C2C platforms (26.2%), and social media platform shopping (20.9%) were highest.

- ✦ **(Sustainable Consumption) While 47.2% of respondents reported practicing sustainable consumption, the practice score was 59.6 points (converted to a 100-point scale), an increase of 2.5 points compared to 2023.**
 - (Barriers to Sustainable Consumption) Difficulty to repair was the most frequently cited barrier at 52.5%, followed by lack of spare parts (51.4%), lack of information about repairs (47.3%), difficulty distinguishing sustainable products (42.3%), and high repair costs (42.1%).

Korea Consumer Agency

Consumer Market Research Team Email: clik@kca.go.kr

한눈에 보는 소비자정책지표

2025

한국의 소비생활지표

Consumption Life Indicators in KOREA



| 주 소 | (27738) 충청북도 음성군 맹동면 용두로 54
| 기 획 | 한국소비자원 정책연구실 소비자시장연구팀 장은교 책임연구원
| 전 화 | 043-880-5685 | 홈페이지 | www.kca.go.kr | 인쇄·발행 | 2025년

※ 본 브로슈어는 「2025 한국의 소비생활지표」의 내용을 바탕으로 제작되었습니다.