

< 붙임 >

1 소비자상담 사유

- (신청 이유) 최근 5년간(2017.1.1.~2021.12.31.) 1372소비자상담센터에 접수된 즉석식품 관련 소비자 상담은 1,861건으로, 상담 사유는 '품질'이 827건으로 가장 많았고, '청약철회'를 포함한 '계약관련' 457건, '안전·부당행위' 322건 순이었으며, '표시·가격 등'의 불만도 107건 접수됨.

【 연도별 즉석조리식품* 관련 소비자상담 사유 】

(단위 : 건, %)

구분	2017	2018	2019	2020	2021	계
품질	117(43.8)	144(47.8)	168(43.2)	167(43.6)	231(44.3)	827(44.4)
계약관련	42(15.7)	64(21.3)	90(23.1)	112(29.3)	149(28.6)	457(24.6)
안전·부당행위	56(21.0)	53(17.6)	75(19.3)	60(15.7)	78(15.0)	322(17.3)
단순문의·상담	29(10.9)	24(8.0)	28(7.2)	11(2.9)	28(5.4)	120(6.4)
표시·가격 등	20(7.5)	12(4.0)	22(5.7)	24(6.2)	29(5.5)	107(5.8)
기타**	3(1.1)	4(1.3)	6(1.5)	9(2.3)	6(1.2)	28(1.5)
계	267	301	389	383	521	1,861

* 1372소비자상담센터 품목분류상 '즉석조리식품'

** AS불만, 거래관행, 법·제도, 이자·수수료 등

- (주요 사례) 소비자 불만 사례를 살펴보면 품질, 규격, 가격 오류 등 즉석조리식품 관련으로 다양한 사례가 접수됨.

○ 표시, 광고 오류 사례

- 소비자 B는 2021년 8월 14일 온라인쇼핑몰에서 핫도그 75g를 13,900원에 구매하였으나 배송된 제품은 70g으로 확인함. 판매처로부터 조치 답변을 받았으나 2021년 11월 4일까지도 여전히 중량을 속여서 판매하고 있으므로 허위 중량분에 대한 보상을 요구함.

○ 가격 오류 사례

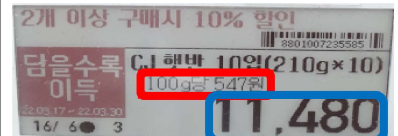


- 소비자 C는 2021년 11월 11일 편의점에서 핫반 2+1 행사를 보고 총 6개를 구매하였는데, 결제 후 행사가격이 아닌 정상가격을 청구받았으므로, 소비자 기만에 대한 처리를 요구함.

2 즉석조리식품 단위가격 및 유통 실태조사

- (단위가격 표시 크기) 대형마트*별로 전체 가격표 크기에서 단위가격 표시가 차지하는 크기는 A대형마트 5.6%, B대형마트 4.3%, C대형마트 1.8%로 나타났으며, 판매가격 표시 크기 대비 단위가격 표시 크기는 A대형마트 36.6%, B대형마트 31.8%, C대형마트 17.0%로 나타났음.

* 서울권역 대형마트 대상 조사

【 대형마트별 단위가격 표시 크기 비교 】

A 대형마트		B 대형마트		C 대형마트	
					
전체	단위가격 크기	전체	단위가격 크기	전체	단위가격 크기
5,000mm ² (100%)	279.65mm ² (5.6%) (32.9mm×8.5mm)	5,000mm ² (100%)	215.84mm ² (4.3%) (28.4mm×7.6mm)	5,000mm ² (100%)	89.09mm ² (1.8%) (15.1mm×5.9mm)
판매가격 크기	판매가격 대비 단위가격 크기	판매가격 크기	판매가격 대비 단위가격 크기	판매가격 크기	판매가격 대비 단위가격 크기
763.19mm ² (15.3%) (45.7mm×16.7mm)	36.6%	678.3mm ² (13.6%) (39.9mm×17.0mm)	31.8%	525.72mm ² (10.5%) (33.7mm×15.6mm)	17.0%

* 유통업체별로 다른 크기의 가격표를 사용함에 따라 100mm(가로) × 50mm(세로)로 가격표 이미지 크기를 설정하였으며, 활용된 가격표 및 측정방법에 따라 범위는 달라질 수 있음.

3 즉석조리식품 소비자 설문조사 결과

- (구매 이유) 자주 구매하는 즉석조리식품의 구매 이유로는 '조리방법이 간편해서'가 59.6%로 가장 많았고, '재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서' 16.6%, '가격이 적당해서' 6.8% 등의 순이었음.

【 자주 구매하는 즉석조리식품의 구매 이유(N=500) 】

(단위 : 명, %)

구분	응답자 수(%)	
조리방법이 간편해서	298(59.6)	
재료를 사서 조리하는 것보다 비용이 적게 들어서	83(16.6)	117(23.4)
가격이 적당해서 / 가성비가 좋아서	34(6.8)	
맛이 있어서	21(4.2)	
보관방법이 간편해서	15(3.0)	
오래 보관할 수 있어서	14(2.8)	
요즘 유행하는 식품을 간편하게 먹을 수 있어서	10(2.0)	
즉석조리식품의 종류가 다양해서	10(2.0)	
밥이 없을 때 / 비상용으로 먹을 수 있어서	6(1.2)	
직접 조리보다 음식물 쓰레기 등 낭비를 줄일 수 있어서	5(1.0)	
직접 조리하는 것 보다 더 균형 잡힌 영양소를 섭취할 수 있어서	3(0.6)	
야외에서 이용할 수 있어서	1(0.2)	

- (개선사항) 구매한 즉석조리식품의 개선사항에 대해 조사한 결과 (5점 만점), '적정한 가격의 판매' 4.35, '오염물질이 검출되지 않는 용기/포장재 사용' 4.17점, '풍부한 내용물 구성' 4.15점 등을 보여, 가격인하 등의 개선을 가장 시급한 것으로 인식하고 있음.

【 즉석조리식품 향후 개선사항(N=500, 전혀 중요하지 않음 ↔ 매우 중요함)】

(단위 : 점, 5점 만점)

구매요소	구분	중요도
가격	적정한 가격의 판매	4.35
안전	간편 가열시 오염물질이 검출되지 않는 용기/포장재 사용	4.17
품질	풍부한 내용물 구성	4.15
친환경	뒤처리/분리수거 편의성을 위한 포장	3.96
유통	판촉/할인 행사의 확대	3.93
영양	영양소가 충분한 제품 생산	3.91
원료/재료	국내산/유기농 등 좋은 재료/원료 사용	3.88

4 판매 채널별 소매시장 규모

- 2020년 즉석조리식품 매출액 비중은 대형할인마트(30.4%), 편의점 (20.3%), 체인슈퍼(20.1), 독립슈퍼(19.9%), 일반식품점(8.3%), 백화점 (1.0%) 순으로 할인점이 가장 높은 매출 비중을 차지함.

【 판매 채널별 즉석조리식품 매출액 】

(단위 : 백만 원, %)

구분	2018년			2019년			2020년		
	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기	전체	상반기	하반기
전국	941,775 (100.0)	433,703 (100.0)	508,072 (100.0)	1,041,177 (100.0)	497,005 (100.0)	544,172 (100.0)	1,152,150 (100.0)	542,861 (100.0)	609,289 (100.0)
할인점	283,740 (30.1)	126,375 (29.1)	157,365 (31.0)	319,985 (30.7)	149,522 (30.1)	170,463 (31.3)	350,147 (30.4)	159,989 (29.5)	190,158 (31.2)
편의점	199,158 (21.1)	93,994 (21.7)	105,164 (20.7)	212,613 (20.4)	103,370 (20.8)	109,243 (20.1)	233,762 (20.3)	110,045 (20.3)	123,717 (20.3)
체인슈퍼	179,255 (19.0)	81,263 (18.7)	97,962 (19.3)	208,629 (20.0)	98,811 (19.9)	109,818 (20.2)	231,711 (20.1)	108,802 (20.0)	122,909 (20.2)
독립슈퍼	175,230 (18.6)	82,337 (19)	92,893 (18.3)	194,506 (18.7)	93,095 (18.7)	101,411 (18.6)	229,488 (19.9)	111,481 (20.5)	118,007 (19.4)
일반식품	95,242 (10.1)	45,570 (10.5)	49,672 (9.8)	96,132 (9.2)	47,583 (9.6)	48,549 (8.9)	95,909 (8.3)	47,702 (8.8)	48,207 (7.9)
백화점	9,181 (1.0)	4,164 (1.0)	5,017 (1.0)	9,313 (0.9)	4,624 (0.9)	4,689 (0.9)	11,134 (1.0)	4,842 (0.9)	6,292 (1.0)

※ 출처 : 한국농수산식품유통공사, 2021 가공식품세분시장 현황조사

* 식품산업통계정보(www.atfis.or.kr) 품목별 소매점 매출액 / 닛슨 소매점 매출액

** 원천 자료의 합계를 백만 원 단위로 반올림했으므로 합계의 일의 자릿수에서 다소 오차가 발생할 수 있음.