생수가격 · 정수기요금
지역별 가격비교조사 및 서비스 이용실태조사

(사)한국부인회총본부

Ⅰ. 조사 목적 및 개요

1. 조사 목적

우리나라의 수돗물은 국내산 생수와 비슷한 품질을 갖고 있으며, 세계 물맛대회에서 7위로 인정을 받았음에도 소비자들은 미네랄과 칼륨 등이 들어 있는 수돗물에 대해 불신을 갖고 있습니다. 한강물이 오염되어 있다는 의심과, 오래되고 낡은 부식된 수도 배관에서 녹물이 나오고, 녹물을 없애기 위해 화학약품을 처리하였다. 하여 수돗물을 마시지 않고, 소비자들이 경제적, 생활수준이 높아져서 먹는 물에 대한 안전성에 관심이 증대되어 생수 및 정수기 이용하는 소비자가 증가하고 있다.
수원지가 같지만 브랜드 네임에 따라 판매 가격이 다르고, 수원지가 달라도 같은 브랜드 네임으로 같은 가격에 판매되고 있고, 생수 브랜드에 따라 물의 미네랄 등의 함유량이 다른점, 먹는샘물, 혼합음료의 차이점, 그에 따른 가격이 차이가 있는지 조사하여 소비자들에게 정확한 정보제공을 함으로써 소비자들이 합리적인 구매에 도움을 주고자 한다.

생수 시장 못지않게 정수기 시장이 커진 것도 수돗물에 대한 불신으로 된 것이다. 정수기는 역삼투압 방식과 직수방식으로 나뉘는데, 우리나라 공공장소, 식당, 병원, 회사, 가정 대부분 설치된 정수기는 수조가 있는 역삼투압 방식이며, 가정에서는 환경 친화적이라 하여 소형의 직수방식 정수기가 늘고 있는 추세이다.

생수·정수기 관련된 가격 및 서비스 이용실태 조사를 통해 이 서비스를 이용하는 소비자에게 필요한 가격정보 및 서비스 관련 정보를 제공해 주는 것이 이 조사의 목적이다. 서비스 이용이 증가되는 추세에 가계 부담이 가중되고 이용자들의 가격과 이용서비스에 대한 불만 및 피해가 증가하여 지역별 서비스 이용요금과 소비자 이용실태조사를 통하여 생수가격·정수기요금 먹는샘물 서비스 가격 변화를 분석하여 문제점으로 도출하고, 개선방안을 마련하여 합리적인 소비문화를 유도하려고 한다.

2. 조사 시기 : 2018년 11월 ~ 2019년 1월

3. 조사 단체 : (사)한국부인회총본부

4. 세부사업내용

생수가격·정수기요금 지역별 가격비교조사 및 서비스 이용실태조사에 대한 지역별 시장 조사 및 현황 파악을 위한 사전조사 및 자료 수집 및 설문 작성

1) 기획회의
○ 일시 : 2018.11.26.(월) 11시
○ 장소 : 한국부인회총본부 2층 교육장
○ 내용
- 사업 배경 및 목적, 사업 지역, 예산 등 사업 전반에 필요한 사항에 대한 논의
- 전국 생수가격·정수기요금 조사 시에 설문자 연령 분포를 고르게 할 것에 대한 당부
- 설문대상 20대, 30대, 40대, 50대, 60대 이상 설문대상자임
- 사업에 대한 세부 사업 실행 내용에 대한 토론
- 조사 분석 방법 및 설문지 검토, 모니터 역할과 주의사항 토론
- 사업 기간에 대한 엄수 협조 부탁

2) 모니터 교육
○ 일시 : 2018. 11. 23.(금) 11시
○ 장소 : 한국부인회총본부 교육장
○ 지역 : 15개 시·도 지역
○ 대상 : 지역별 모니터 60명 (참석이 어려운 지방은 지회장이 참석)
○ 내용
- 생수가격·정수기요금 서비스를 지역별 시장 조사, 설문 작성, 사업 배경, 사업 지역 등 사업 전반에 대한 필요에 대한 협조 사항 전달.
- 생수가격·정수기요금 서비스에 대한 소비자의 이용실태를 통한 선택요인과 생수가격·정수기요금에 대한 소비자 만족도 설문 조사 방법 설명.
- 조사방법과 설문지 작성에 대한 모니터 교육
- 조사 분석 방법 및 설문지 검토, 모니터 역할과 주의사항 교육
- 모니터 활동 시 애로사항 및 예상되는 문제점 질의응답
- 지역별로 대형마트·창고형마트·하나로마트 분포도가 다르기 때문에 지역 특성에 맡게 조절
- 서울 200부, 경기 70부, 인천 70부, 부산 70부, 대구 70부, 광주 70부, 울산 80부, 대전 70부, 경북 70부, 경남 70부, 전북 70부, 전남 70부, 제주 70부 (총1,050부)
- 생수가격·정수기요금 서비스 이용과 선택요인의 만족도 조사 : 15개 시.도 지역 약1,050명
- 모든 조사는 1월 중순까지 마무리

3) 지역별 생수가격·정수기요금 소비자 만족도 조사
○ 생수가격·정수기요금에 대한 소비자의 이용실태를 통한 생수가격·정수기요금 선택요인과 소비자 만족도 조사
○ 지역별 생수가격·정수기요금에 대한 시장 조사 및 소비자 만족도 조사 실시
○ 조사 사업 내용 분석

4) 평가회의
사업 추진 전반에 대한 평가 및 논의
○ 일 시 : 2019. 1. 25.(금) 오전 11시
○ 내 용
- 생수가격·정수기요금 서비스 실태 중 생수가격·정수기요금에 대한 지역별 시장 조사 및 현황 파악을 하였고, 자료 수집 및 설문 작성, 지역 등 사업 전반에 대한 조사의 어려운 점 생수가격·정수기요금의 실태 논의 및 결과 사항 전달
- 생수가격·정수기요금에 대한 소비자의 이용실태를 통한 선택요인과 소비자 만족도 조사 내용 확인
- 지급조서 최종 확인 및 미비 서류 확인
- 기획재정부 등의 연계 협력을 통한 정책의 방향성이 더욱 필요

5) 생수가격·정수기요금 이용 실태 및 만족도 개선방안 간담회
○ 일 시 : 2019. 1. 23.(수) 오후 2시
○ 장 소 : 서울여성플라자 시청각실
○ 대 상 : 소비자단체, 제주특별자치도개발공사, 코웨이, LG전자 물과학연구소 정수기사업담당, 정수기 사용 소비자 등 100여명
○ 내 용
○ 제주특별자치도개발공사 정00팀장, 코웨이 김00부장, LG전자 물과학연구소 정수기사업당당 이00선임연구원, 역삼투압 정수기 사용 소비자, 직수형 정수기 사용 소비자 참여
- 생수가격 정수기요금 서비스 실태 조사 및 비교 분석 조사 발표
- 생수 주 이용자, 정수기 주 이용자, 소비자단체, 생수 출시 기업 담당자(제주특별자치도개발공사), 정수기 출시 기업 담당자(LG전자 물과학연구소 정수기사업) 등 다양한 분야의 패널과 함께 생수·정수기에 대한 가격·품질 분석 및 이용실태조사를 통한 소비자 만족도 제고 방안 마련

○ 정책적 제언
- 생수 기업 관계자는 생수 수원지를 확인하고 구입 할 것을 권장하였으며, 생수 수질을 알 수 있는 방법은 홈페이지에 수질 검사 증명서를 통해 확인 요청

- 응답자들은 생수를 구매할 때 브랜드를 가장 중시하는 것으로 나타남. 제

조일자와 유통기한을 확인하는 비율은 절반을 넘었음. 먹는샘물인지 혼합음료인지를 구분하는 응답자는 절반정도를 차지함. 그러나 생수와 관련한 전문적인 지식은 상대적으로 약한 것으로 나타남. 생수를 구매할 때 혼합음료인 경우 미네랄이 천연인지 아닌지를 구분하거나 먹는샘물일 경우 불소 포함여부까지 고려하고 구매하는 소비자의 비율은 낮을 것으로 추정됨. 불소포함 여부는 건강의 유해성과 관련하여 논란 중이므로 소비자들이 생수 구매시 잘 확인하는 것이 중요함

○ 생수 구매와 관련하여 소비자에게 필요한 전문지식은 소비자교육을 통해 전달하여 소비자들이 중요한 정보를 고려하고 구매할 수 있도록 도와야 할 것임. 소비자들이 깨끗하다고 생각하는 생수의 이미지 신뢰도가 높은 것에 비해 실제 물의 성분과 관련한 내용이 별개 일 수 있다는 것을 소비자에게 홍보하는 것이 중요함

○ 생수의 수원지와 관련한 규정을 소비자교육 홍보를 통해 전달하여 브랜드만 보고 구매하지 말고 수원지까지 확인할 수 있도록 해야 함. 지자체 등 생수를 관리하는 행정당국에서는 수원지 주변에 나쁜 요소가 발생할 경우 생수 채취를 즉시 금지하고 판매하지 못하도록 하는 행정체계를 신속하고 원활하게 운영할 수 있는 방안을 마련해야 할 것임

○ 역삼투압정수기와 직수형정수기의 현재 트랜드는 가전의 소형화 디자인 특성화로 업체 홍보 마케팅이 정수기의 선택에 큰 영향을 주고 있음. 소비자가 정확한 지식을 가지고, 지역별 특성과 본인에게 맞는 최상의 선택을 하는 것이 필요함.

- **"RO필터"**를 사용하는 **"역삼투압방식의 정수기"** A기업 관계자는 정수기를 사용하고자 하는 장소의 배관이 낡고 노후 되었거나 원수속에 포함된 성분이 RO필터로만 걸러지는 물질이 있을 경우 등 사용 지역 수질 특성에 따라 역삼투압 정수기를 선택해서 합리적인 소비를 권장하였고, **"UF필터"**를 사용하는 **"직수방식의 정수기"** B기업 관계자는 가정 내에서 물을 많이 사용하거나 공간 활용을 높이고자 하는 경우, 정수되는 속도가 빠르고, 미네랄을 그대로 통과시키고, 버려지는 물이 없는 정수기를 사용하는 경우에는 직수형을 권장

- **"UF필터"**를 사용하는 **"직수방식의 정수기"**는 가정 내에서 물을 많이 사용하거나 공간 활용을 높이고자 하는 경우, 정수되는 속도가 빠르고, 미네랄을 그대로 통과시키고, 버려지는 물이 없는 정수기를 사용하는 경우에는 직수형을 권장하였음.

- 수질확인을 정수기 담당자에게 요청하면 1년에 한번은 무료로 받을 수 있고, 불소는 RO필터 또는 UF필터에서 걸러 지는게 아니라 흡착으로 제거가 되고, 100℃ 끓는 물에서는 세균은 죽지만, 미네랄은 없어지지 않는다고 답변하였음.

Ⅱ. 조사 내용

1. 조사 시기 : 2018년 11월~ 2019년 1월

2. 조사 대상
- 전국 20대 이상 남녀 1,050명 조사
- 설문대상 20대, 30대, 40대, 50대, 60대 이상 생수·정수기를 가정용으로 이용하는 소비자 만족도 조사

3. 조사지역 및 규모
- 서울1(강남)·서울2(강북)·서울3(강서) 200명, 경기 70명, 인천 70명, 부산 70명, 대구 70명, 광주 70명, 울산 80명, 대전 70명, 경북 70명, 경남 70명, 전북 70명, 전남 70명, 제주 70명 (총1,050명)

4. 조사방법
- 전국 15개시도 소비자 1,050명에게 대면 설문 조사
- 응답자 정보와 가격 정보를 엑셀에 코딩하여 데이터 클리닝 작업을 거친

후 SPSS 18.0 통계 프로그램 이용하여 분석, 무성의한 응답으로 인해 조사의 신뢰성을 떨어뜨리는 설문지와 조사지는 제외하고 나머지 조사 샘플에 대한 분석을 시행

5. 분석결과

1) 생수가격·정수기요금 대한 소비자만족도조사 및 이용실태조사 분석보고서

A. 응답자의 특성

○ 조사대상자 거주 지역

1. 거주지역

거주지역은 서울이 18.5%로 가장 많았고, 나머지 지역은 6%였음. 15개 시도지역에서 고루 표집 하였음.

<표 1> 조사대상자의 인구통계적 특성

N(%)=1,050(100.0)

구분		빈도	%
지역	서울	194	18.5
	경기	83	7.9
	인천	70	6.7
	부산	70	6.7
	대구	70	6.7
	광주	70	6.7
	울산	70	6.7
	대전	71	6.8
	경북	70	6.7
	경남	70	6.7
	전북	71	6.8
	전남	70	6.7
	제주	70	6.7

2. 성별

응답자의 성별은 여성이 70%(733명), 남성이 30%(317명)

성별	빈도	%
①여성	733	70
②남성	317	30
계	1,050	100.

3. 연령대

응답자의 연령대는 50대·60개 이상이 각각 21%(220명)로 가장 많았고, 40대가 20%(209명), 30대 이상이 21%(218명), 20대 이상이 17%(182명)으로 나타났음.

구분		빈도	%
연령	20대	182	17.3
	30대	218	20.8
	40대	209	19.9
	50대	220	21.0
	60대 이상	221	21.0

- 가족구성원은 4인가구가 35.6%로 가장 많았고, 2인가구 23.8%, 3인가구 23%, 1인가구 10.6%의 수준이었음.

구분		빈도	%
가족구성원	1인 가구	111	10.6
	2인 가구	250	23.8
	3인 가구	242	23.0
	4인 가구	374	35.6
	5인 가구 이상	73	7.0

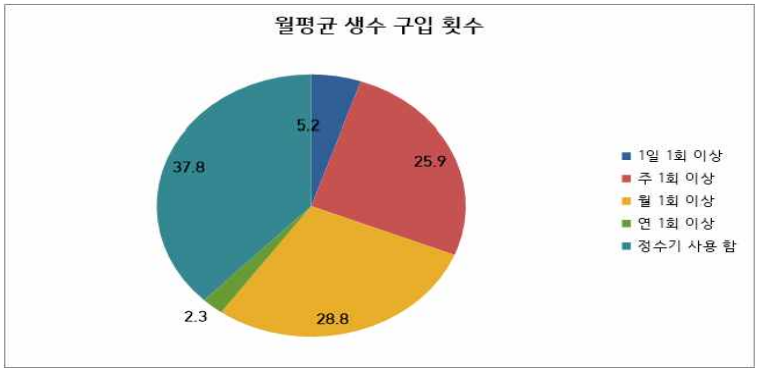
B. 생수 구매 실태조사

1. 월평균 생수구입 횟수

○ 1개월 동안 얼마나 자주 생수를 구매하는지에 대한 질문에 대해 월1회 이상이 28.8%로 가장 많았고, 다음이 주1회 이상이 25.9%로 나타남

<표 2> 월평균 생수구입 횟수

	내용	%
1	1일 1회 이상	5.2
2	주 1회 이상	25.9
3	월 1회 이상	28.8
4	연 1회 이상	2.3
5	정수기 사용 함	37.8
	합계	100.0

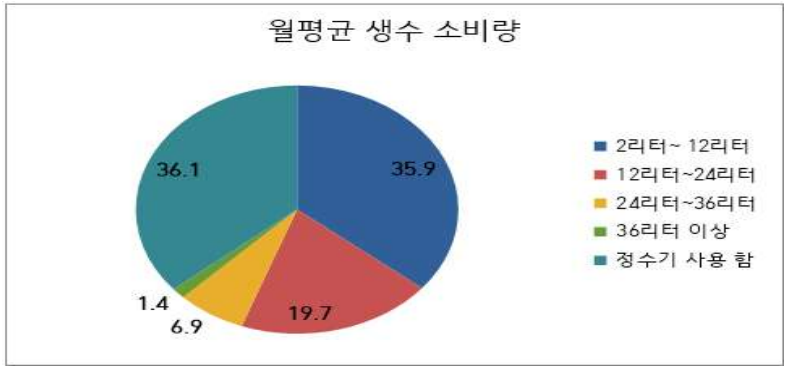


2. 주평균 생수 소비량

○ 주평균 생수 소비량은 정수기를 사용하여 생수를 마시지 않는 경우가 36.1%로 나옴. 생수를 마시는 경우에는 1주일 동안 마시는 생수의 양은 2리터~ 12리터(큰 물병 1개~6개)이 35.9%로 가장 많이 나옴

<표 3> 월평균 생수 소비량

	내용	%
1	2리터~ 12리터(큰 물병 1개~6개)	35.9
2	12리터~24리터(큰 물병 7개~12개)	19.7
3	24리터~36리터(큰 물병 13개~24개)	6.9
4	36리터 이상(큰 물병 25개 이상)	1.4
5	정수기 사용 함	36.1
	합계	100.0



3. 월평균 생수 비용

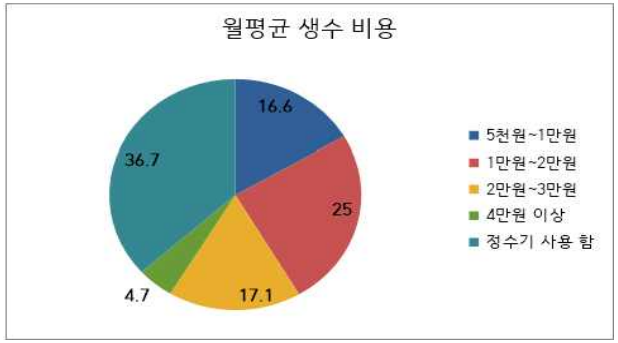
○ 1개월 동안 구입한 생수의 비용은 1만원~2만원이라는 응답이 25.0%로 가장 많았음. 다음은5천원~1만원이 16.6%로 나타남

<표 4> 월평균 생수 비용

	내용	%
1	5천원~1만원	16.6
2	1만원~2만원	25.0
3	2만원~3만원	17.1
4	4만원 이상	4.7
5	정수기 사용 함	36.7
	합계	100.0

4. 선호하는 생수 브랜드 유무

○ 선호하는 생수 브랜드는 없는 경우가 56.6%로 다소 높게 나옴



<표 5> 선호하는 생수 브랜드 유무

	내용	%
1	있다	43.6
2	없다	56.6
	합계	100.0

5. 생수 구입장소

○ 생수 구입장소는 대형마트가 36.7%로 가장 많았고, 다음이 동네 슈퍼로 24.3%로 나타남

<표 6> 생수 구입장소

	내용	%
1	편의점	16.1
2	동네 슈퍼	24.3
3	대형마트	36.7
4	창고형 마트	12.1
5	온라인 마켓	10.8
	합계	100.0



5-1. 생수 인터넷 정기구매 여부

○ 생수를 인터넷에서 정기 배송으로 구입하는 경우는 9.8%에 불과함

<표 7> 생수 인터넷 정기구매여부

	내용	%
1	정기배송 함	9.8
2	정기배송 하지 않음	90.2
	합계	100.0

6. 생수 구입시 중요 변수

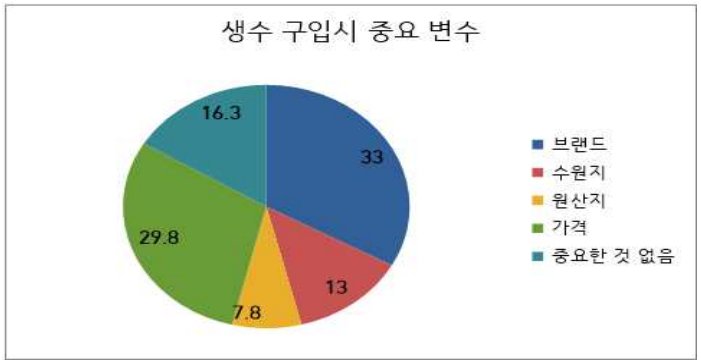
○ 생수 구입 시 중요하게 생각하는 것은 브랜드가 33.0%로 가장 높게 나타났고, 다음은 가격으로 29.8%임. 수원지는 13.0%, 원산지는 7.8%였음

<표 8> 생수 구입시 중요 변수

	내용	%
1	브랜드	33.0
2	수원지	13.0
3	원산지	7.8
4	가격	29.8
5	중요한 것 없음	16.3
	합계	100.0

7. 생수 표시사항 확인- 먹는샘물, 혼합음료

○ 생수를 먹는샘물과 혼합음료로 구분할 수 있다는 것에 대해 구별한다는 응답은 50.1%로 모른다와 비슷하게 나옴



<표 9> 생수 종류 구분

	내용	%
1	구별한다.	50.1
2	모른다.	49.9
	합계	100.0

8. 생수 표시사항 확인-천연 미네랄 워터

○ 생수 구입 시 'natural mineral water'(천연 미네랄 워터, 천연광천수)를 확인하는가에 대해서는 모른다는 응답이 65.2%로 나타남

<표 10> 천연 미네랄 워터 확인

	내용	%
1	확인한다.	34.8
2	모른다.	65.2
	합계	100.0

9. 생수 표시사항 확인-천연 미네랄 워터, 미네랄 워터

○ 생수 구입 시 'natural mineral water'(천연 미네랄 워터)는 자연 여과과정으로 제조된 생수이고, 그냥 'mineral water'(미네랄 워터)' 는 화학적 처리를 한 것을 알고 있는가에 대해서는 모른다가 76.4%로 나타남

<표 11> 천연 미네랄 워터와 미네랄 워터 구분

	내용	%
1	알고 있다.	23.6
2	모른다.	76.4
	합계	100.0

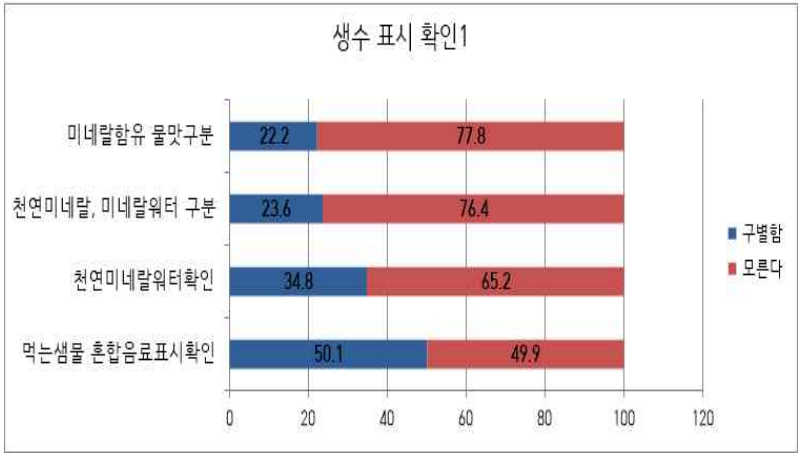
10. 미네랄 함유량에 따른 물맛 구분

○ 생수에 미네랄이 많이 들어있는 물은 센물느낌으로 마실 때 약간 텁텁한 느낌이 나고, 미네랄이 없는 물은 단물 느낌으로 마실 때 부드럽다는 것을 알고 있는 경우는 22.2%였음

<표 12> 미네랄 함유량에 따른 물맛 구분

	내용	%
1	알고 있다.	22.2
2	모른다.	77.8
	합계	100.0

○ 생수가 먹는샘물과 혼합음료로 구분되어 있다는 것을 아는 응답자가 50.1%였고, 미네랄 함유에 따라 물맛이 달라진다는 것을 아는 응답자는 22.2%였음. 천연미네랄워터와 미네랄 워터를 구별할 수 있다고 응답한 소비자는 23.6%로 나타남. 천연미네랄워터인지 확인하는 경우는 34.8%로 나타남



11. 먹는 샘물 표시확인

○ 생수 구입 시 '먹는 샘물' 라고 확인하고 구입하는 경우는 53.1%로 나타남

<표 13> 먹는 샘물 표시 호가인

	내용	%
1	확인한다.	53.1
2	모른다.	46.9
	합계	100.0

12. 생수 중 혼합음료에 대한 정의 인지

○ 생수중 '혼합 음료'라고 표시된 경우는 '증류수에 첨가물'을 넣었다는 것을 알고 있는가에 대해서는 71.1%가 모른다고 응답함

<표 14> 생수 중 혼합음료에 대한 정의 인지

	내용	%
1	알고 있다.	28.9
2	모른다.	71.1
	합계	100.0

13. 생수 중 먹는 샘물에 대한 정의 인지

○ 생수중 '먹는샘물'은 미네랄이 함유된 '일반적인 생수'라는 것을 알고 있는가에 대해서는 모른다는 응답이 56.4%로 나타남

<표 15> 생수 중 먹는 샘물에 대한 정의 인지

	내용	%
1	알고 있다.	43.6
2	모른다.	56.4
	합계	100.0

14. 먹는 샘물의 무기물함량 포함 인지

○ '혼합음료'가 아닌 생수에는 '무기물함량(미네랄)'이 있다는 것을 알고 있는가에 대해서는 모른다가 63.7%로 나타남

<표 16> 먹는 샘물의 무기물함량 포함 인지

	내용	%
1	알고 있다.	36.3
2	모른다.	63.7
	합계	100.0

15. 생수에 포함된 무기물의 종류 인지

○ 무기물함량에는 '칼슘, 나트륨, 칼륨, 마그네슘, 불소(불검출)' 가 들어있다는 것을 알고 있는가에 대해서는 모른다가 66.7%로 나타남

<표 17> 생수에 포함된 무기물의 종류 인지

	내용	%
1	알고 있다.	33.3
2	모른다.	66.7
	합계	100.0

16. 생수 속 불소 함유여부에 대한 인지

○ 생수 '무기물함량' 속에 '불소'가 들어있는 생수와 들어있지 않는 생수가 있다는 것을 알고 있는가에 대해서는 모른다가 81.7%로 나타남

<표 18> 생수 속 불소 함유여부에 대한 인지

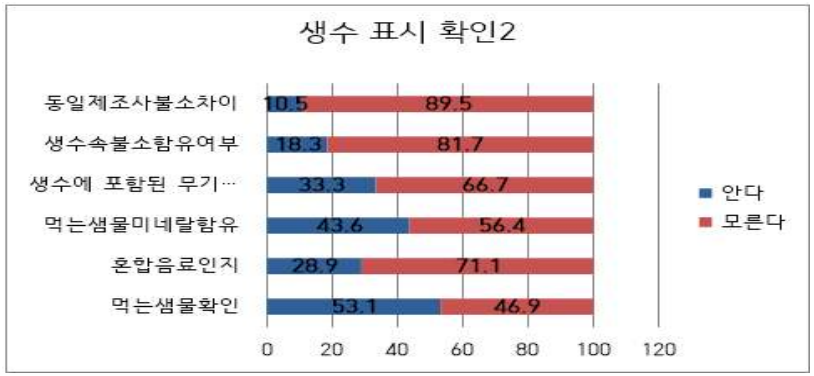
	내용	%
1	알고 있다.	18.3
2	모른다.	81.7
	합계	100.0

17. 동일 제조사 불소 포함 여부 인지

○ '제조사가 같은 브랜드' 생수에서 '불소가 들어 있는 생수'와 '들어있지 않는 생수'의 차이점이 무엇인지 알고 있는가에 대해서 모른다는 응답이 89.5%로 나타남

<표 19> 동일 제조사 불소 포함 여부 인지

	내용	%
1	알고 있다.	10.5
2	모른다.	89.5
	합계	100.0



○ 구매한 생수가 먹는 샘물인지 확인하는 경우는 53.1%였음. 먹는 샘물에는 미네랄이 함유되어 있다는 것을 안다고 응답한 소비자는 43.6%였음. 생수가 혼합음료 일 수 있다는 것을 모른다는 응답은 71.1%, 생수 속 불소 함유여부에 대해 모른다는 응답은 81.7%, 동일 제조사 생수라도 불소함유량이 다르다는 것을 모르는 경우는 89.5%로 나타남

18. 동일 브랜드 수원지 상이 인지

○ '생수 브랜드'가 같아도 '수원지'가 다를 수 있다는 사실을 알고 있는가에 대해서는 모른다가 68.2%로 나타남

<표 20> 동일 브랜드 수원지 상이 인지

	내용	%
1	알고 있다.	31.8
2	모른다.	68.2
	합계	100.0

참고 비교 자료











먹는샘물은 (natural mineral water) 표시되어 있음.
혼합음료(증류수)는 natural mineral water 표시 없음.

19. 다른 브랜드 동일 수원지 인지 여부

○ '생수 브랜드'가 달라도 '수원지'가 같을 수 있다는 사실을 알고 있는가에 대해서는 69.6%가 모른다고 응답함

<표 21> 다른 브랜드 동일 수원지 인지 여부

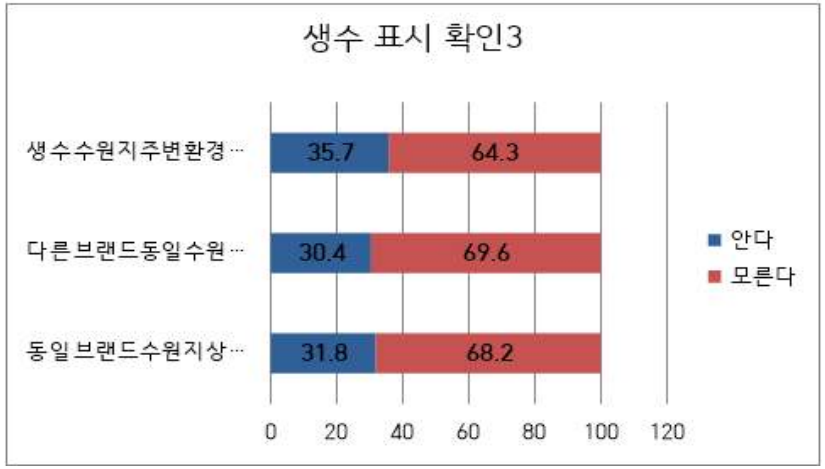
	내용	%
1	알고 있다.	30.4
2	모른다.	69.6
	합계	100.0

20. 생수 수원지 주변 환경 인지 여부

○ 생수 '수원지'(살처분 구제역 근처 지역 또는 공장지대)에 대해 생각한 적 있는 경우는 35.7%로 나타남

<표 22> 생수 수원지 주변 환경 인지 여부

	내용	%
1	있다.	35.7
2	없다.	64.3
	합계	100.0



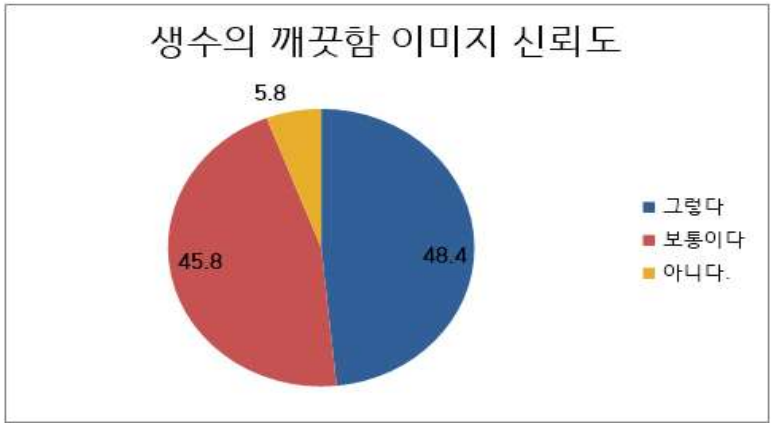
○ 생수 수원지에 대한 인지는 비슷한 경향을 보임. 동일브랜드라도 수원지가 다를 수 있다는 것을 아는 경우는 31.8%였고, 다른 브랜드라도 동일 수원지일 수 있다는 것을 아는 경우는 30.4%였음. 생수 수원지 주변에 유해환경이 있을 수 있다는 것을 인지한 경우는 35.7%로 나타남

21. 생수의 깨끗함 이미지 신뢰도

○ 생수가 '깨끗하다' 믿고 마시는 경우가 48.4%, 보통이다 45.8%, 아니다는 5.8%에 불과함

<표 23> 생수의 깨끗함 이미지 신뢰도

	내용	%
1	그렇다	48.4
2	보통이다	45.8
3	아니다.	5.8
	합계	100.0



22. 제조일자 및 유통기한 확인여부

○ 생수 구입 시 '제조일자 및 유통기한'을 확인하는 경우는 57.8%로 나타남

<표 24> 제조일자 및 유통기간 확인 여부

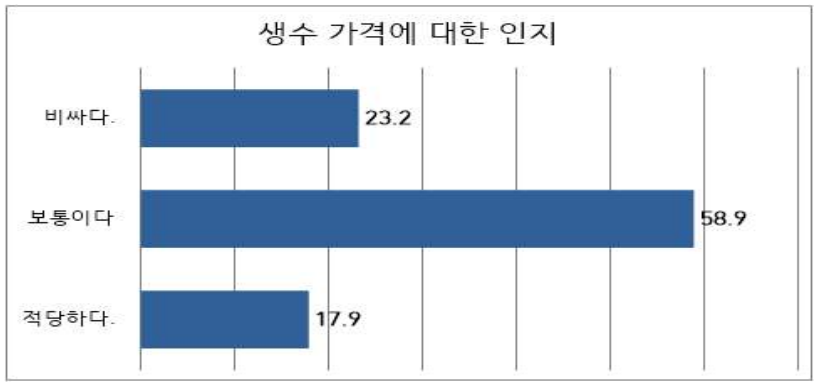
	내용	%
1	확인한다.	57.8
2	확인하지 않는다.	42.2
	합계	100.0

23. 생수가격에 대한 인지

○ 생수가격이 적당하다고 생각하는가에 대해서는 보통이라는 응답이 58.9%, 비싸다 응답이 23.2%로 나타남

<표 25> 생수가격에 대한 인지

	내용	%
1	적당하다.	17.9
2	보통이다	58.9
3	비싸다.	23.2
	합계	100.0

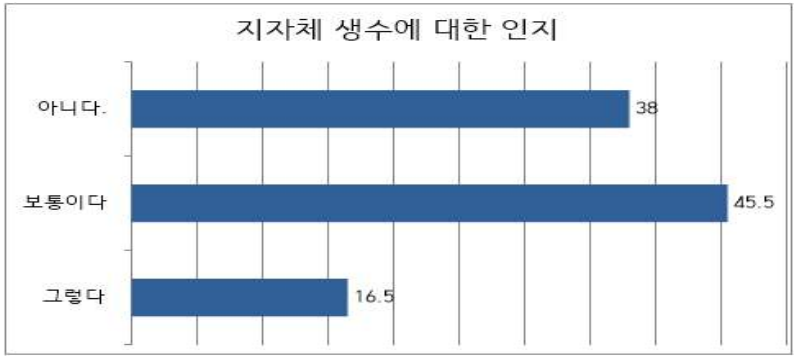


24. 지자체 생수에 대한 인지

○ 각 지자체에서 자체 브랜드로 만든 '아리수 물' 등이 기존 생수와 성분이 같다고 생각한다는 응답은 16.5%로 나타남. 아니다라는 응답은 38.0%로 나타남

<표 26> 지자체 생수에 대한 인지

	내용	%
1	그렇다	16.5
2	보통이다	45.5
3	아니다	38.0
	합계	100.0

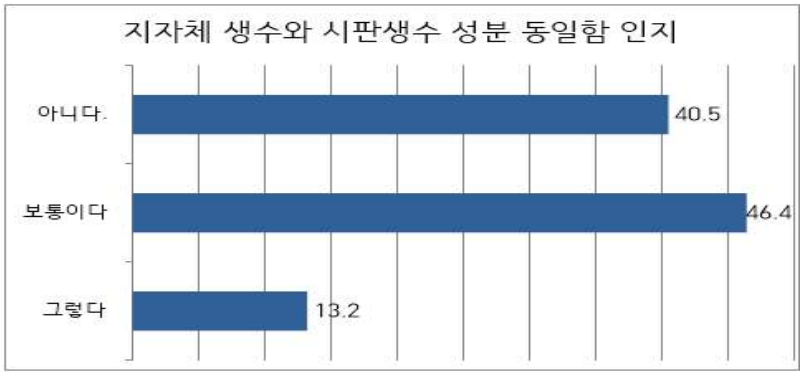


25. 지자체 생수와 시판생수의 성분 동일함 인지

○ 각 지자체에서 자체 브랜드로 만든 '아리수 물' 등이 기존 생수와 성분이 비슷하다는 사실을 알고 있는 경우는 13.2%, 아니라는 응답은 40.5%로 나타남

<표 27> 지자체 생수와 시판생수의 성분 동일함 인지

	내용	%
1	그렇다	13.2
2	보통이다	46.4
3	아니다.	40.5
	합계	100.0



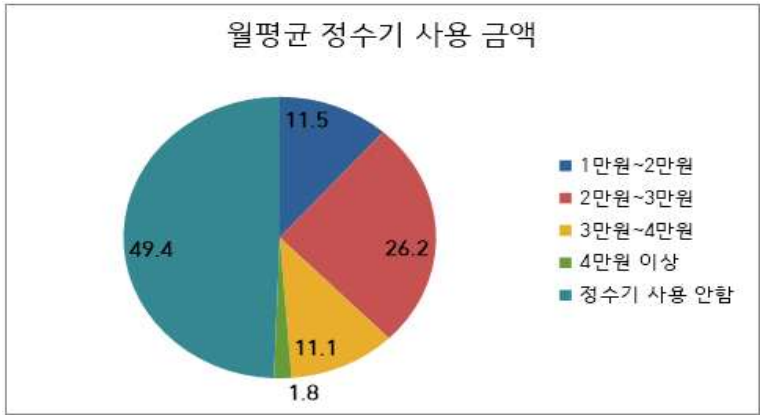
C. 정수기 사용 실태조사

26. 월평균 정수기 사용 금액

○ 정수기 1개월 사용금액은 사용하지 않는 경우가 49.4%로 나타남. 2만원~3만원이 26.2%로 가장 많았고 1만원~2만원 11.5%, 3만원~4만원이 11.1%로 나타남

<표 28> 월평균 정수기 사용 금액

	내용	%
1	1만원~2만원	11.5
2	2만원~3만원	26.2
3	3만원~4만원	11.1
4	4만원 이상	1.8
5	정수기 사용 안함	49.4
	합계	100.0



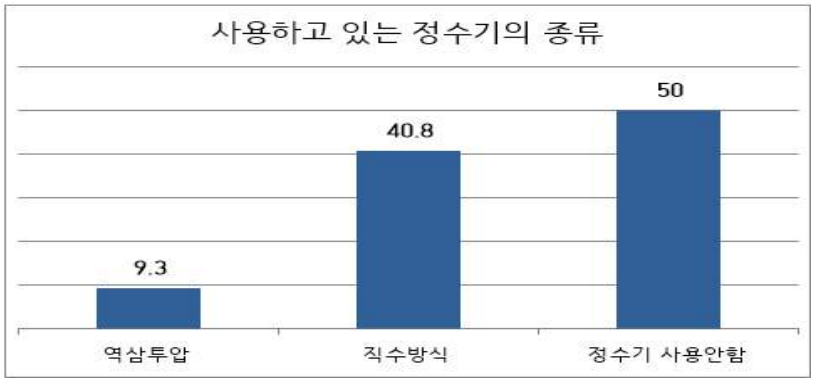
27. 사용하는 있는 정수기의 종류

○ 가정에서 사용하고 있는 정수기는 '물탱크가 있는 큰 정수기(역삼투압 방식)', '물탱크가 없는 작은 정수기(직수방식)' 중 어느 정수기를 사용하는가에

대해서는 직수방식이 40.8%로 높게 나타남

<표 29> 사용하고 있는 정수기의 종류

	내용	%
1	물탱크가 있는 큰 정수기(역삼투압 방식)	9.3
2	물탱크가 없는 작은 정수기(직수방식)	40.8
3	정수기 사용안함	50.0
	합계	100.0





역삼투압 정수기





직수형 정수기

28. 역삼투압 정수기의 버려지는 물의 양 인지

○ '물탱크가 있는 큰 정수기(역삼투압 방식)'에서 정수할 때, '물탱크'에 모이는 물(40%)보다 정수하기 위해 버려지는 물의 양이 60%라는 것을 알고 있는 경우는 23.8%로 나타남(60%의 버려지는 물의 양은 10리터 정도로 생수 큰 물병 2리터 기준 5개 정도의 물의 양)

<표 30> 역삼투압 정수기의 버려지는 물의 양 인지

	내용	%
1	알고 있다.	23.8
2	모른다.	76.2
	합계	100.0

29. 역삼투압 정수기의 미네랄 제거 효과 인지

○ '물탱크가 있는 큰 정수기(역삼투압 방식)'의 물은 미네랄까지 제거되어 '증류수'와 비슷하다는 것을 알고 있는 경우는 25.0%로 나타남

<표 31> 역삼투압 정수기의 미네랄 제거 효과 인지

	내용	%
1	알고 있다.	25.0
2	모른다.	75.0
	합계	100.0

30. 물의 몸속 기능 인지

○ 우리 몸 안의 물의 기능은 혈관을 통해 영양소와 산소를 신체에 나르고 노폐물이나 독소를 신장을 통해 배설 되는 것을 알고 있는 경우는 69.6%로 나타남

<표 32> 물의 몸속 기능 인지

	내용	%
1	알고 있다.	69.6
2	모른다.	30.4
	합계	100.0

31. 미네랄의 몸속 기능 인지

○ 미네랄이 우리 몸속에 흡수되면, 모든 '신진대사를 조율'한다는 것을 알고 있는 경우는 61.4%로 나타남

<표 33> 미네랄의 몸속 기능 인지

	내용	%
1	알고 있다.	61.4
2	모른다.	38.6
	합계	100.0

32. 미네랄이 없는 물의 부작용 인지

○ '미네랄이 없는 물'을 마시면, '몸이 산성화' 된다는 것을 알고 있는 경우는 29.6%로 나타남

<표 34> 미네랄이 없는 물의 부작용 인지

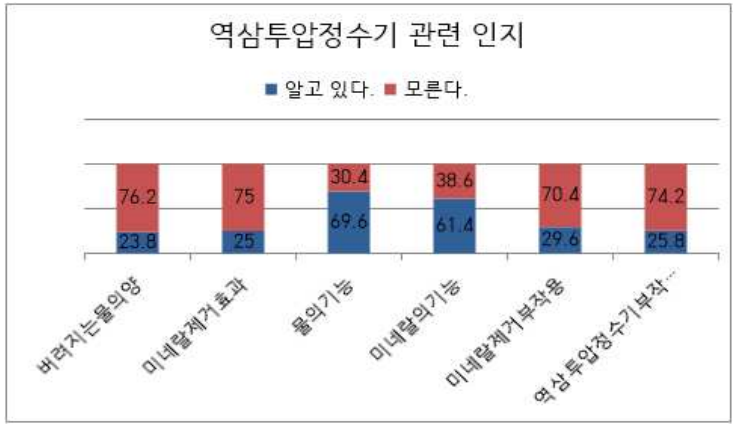
	내용	%
1	알고 있다.	29.6
2	모른다.	70.4
	합계	100.0

33. 역삼투압 방식 정수기의 부작용 인지

○ '물탱크가 있는 큰 정수기(역삼투압 방식)'의 물을 '식물· 물고기'가 장기간 먹게 되면, 부정적인 영향을 끼치는 수가 있다는 것을 알고 있는 경우는 25.8%로 나타남

<표 35> 역삼투압 방식 정수기의 부작용 인지

	내용	%
1	알고 있다.	25.8
2	모른다.	74.2
	합계	100.0



○ 역삼투압 정수기 사용과 관련하여 버려지는 물의 양에 대해 알고 있다는 응답이 23.8%로 가장 낮았음. 미네랄 제거 효과가 있다는 것을 알고 있는 경우는 25.0%로 나타남. 역삼투압방식의 정수기가 미네랄 제거 효과로 인해 산성화 될 수 있다는 것을 안다는 응답은 25.3%로 나타남. 물의 몸속 기능이나 미네랄의 몸속 기능에 대해 알고 있다는 응답은 69.6%로 비교적 높게 나옴

34. 정수기와 생수를 모두 사용하는 이유

내용
정수기 물보다 생수에 미네랄 함유량이 많다고 생각하여 생수를 선호하여 구입해 음용함
다른 렌탈 조건이 좋아서 같이 함
밖에서 사거나 외출 시 생수 사게 됨
빌트인
생수가 더 위생적인 것 같아서
생수는 평상시 마시고 정수물은 음식 할 때 사용함
손자가 집에 올 경우 생수를 원해 1주일에 한번정도 구입해 사용함
아기용 정수기를 사서 현재는 병용
역삼투압 정수기에 이물질문제로 생수로 사서 먹는다.
외부 근무 시 늘 생수를 구입해 먹음
전 집주인 때부터 있어서
정수기 관리 때문에
정수기 구입해서 사용하는데, 필터 교환이 어려워서
정수기 있어도 생수 편해 병용
주방 정수기 있지만 생수가 편해서
평상시 생수마시고 요리할 때 정수기 사용

C. 생수 · 정수기 이용실태 결과 요약

1) 생수 구매 관련 결과 요약

○ 1개월 동안 얼마나 자주 생수를 구매하는지에 대한 질문에 대해 월1회 이상이 28.8%로 가장 많았고, 다음이 주1회 이상이 25.9%로 나타남. 평균 생수 소비량은 일주일에 2리터~ 12리터(큰 물병 1개~6개)가 35.9%로 가장 많이 나옴. 응답자의 36.1%는 정수기를 사용하여 생수를 마시지 않는다고 응답함. 1개월 동안 구입한 생수의 비용은 1만원~2만원이라는 응답이 25.0%로 가장 많았음. 다음은 5천원~1만원이 16.6%로 나타남

○ 선호하는 생수 브랜드는 없는 경우가 56.6%로 다소 높게 나옴. 생수 구입 장소는 대형마트가 36.%로 가장 많았고, 다음이 동네 슈퍼로 24.3%로 나타남. 생수를 인터넷에서 정기 배송으로 구입하는 경우는 9.8%에 불과함

○ 생수 구입 시 중요하게 생각하는 것은 브랜드가 33.0%로 가장 높게 나타났고, 다음은 가격으로 29.8%임. 수원지는 13.0%, 원산지는 7.8%였음

○ 생수가 먹는샘물과 혼합음료로 구분되어 있다는 것을 아는 응답자가 50.1%였고, 미네랄 함유에 따라 물맛이 달라진다는 것을 아는 응답자는 22.2%였음. 천연미네랄워터와 미네랄워터를 구별할 수 있다고 응답한 소비자는 23.6%로 나타남. 천연미네랄워터인지 확인하는 경우는 34.8%로 나타남

○ 구매한 생수가 먹는 샘물인지 확인하는 경우는 53.1%였음. 먹는 샘물에는 미네랄이 함유되어 있다는 것을 안다고 응답한 소비자는 43.6%였음. 생수가 혼합음료 일 수 있다는 것을 모른다는 응답은 71.1%, 생수 속 불소 함유여부에 대해 모른다는 응답은 81.7%, 동일 제조사 생수라도 불소함유량이 다르다는 것을 모르는 경우는 89.5%로 나타남

○ 생수 수원지에 대한 인지는 비슷한 경향을 보임. 동일브랜드라도 수원지가 다를 수 있다는 것을 아는 경우는 31.8%였고, 다른 브랜드라도 동일 수

원지일 수 있다는 것을 아는 경우는 30.4%였음. 생수 수원지 주변에 유해환경이 있을 수 있다는 것을 인지한 경우는 35.7%로 나타남

○ 생수가 '깨끗하다' 믿고 마시는 경우가 48.4%, 보통이다 45.8%, 아니다는 5.8%에 불과함

○ 생수 구입 시 '제조일자 및 유통기한'을 확인하는 경우는 57.8%로 나타남

○ 생수가격이 적당하다고 생각하는가에 대해서는 보통이라는 응답이 58.9%, 비싸다라는 응답이 23.2%로 나타남

○ 각 지자체에서 자체 브랜드로 만든 '아리수 물' 등이 기존 생수와 성분이 같다고 생각한다는 응답은 16.5%로 나타남. 아니다.라는 응답은 38.0%로 나타남. 각 지자체에서 자체 브랜드로 만든 '아리수 물' 등이 기존 생수와 성분이 비슷하다는 사실을 알고 있는 경우는 13.2%, 아니라는 응답은 40.5%로 나타남

○ 응답자들은 생수를 구매할 때 브랜드를 가장 중시하는 것으로 나타남. 제조일자와 유통기한을 확인하는 비율은 절반을 넘었음. 먹는샘물인지 혼합음료인지를 구분하는 응답자는 절반정도를 차지함. 그러나 생수와 관련한 전문적인 지식은 상대적으로 약한 것으로 나타남. 생수를 구매할 때 혼합음료인 경우 미네랄이 천연인지 아닌지를 구분하거나 먹는샘물일 경우 불소 포함여부까지 고려하고 구매하는 소비자의 비율은 낮을 것으로 추정됨. 불소포함여부는 건강의 유해성과 관련하여 논란 중이므로 소비자들이 생수 구매시 잘 확인하는 것이 중요함

○ 생수 구매와 관련하여 소비자에게 필요한 전문지식은 소비자교육을 통해 전달하여 소비자들이 중요한 정보를 고려하고 구매할 수 있도록 도와야 할 것임. 소비자들이 깨끗하다고 생각하는 생수의 이미지 신뢰도가 높은 것에 비해 실제 물의 성분과 관련한 내용이 별개 일 수 있다는 것을 소비자에게 홍보하는 것이 중요함

○ 생수의 수원지와 관련한 규정을 소비자교육을 통해 전달하여 브랜드만 보고 구매하지 말고 수원지까지 확인할 수 있도록 해야 함. 지자체 등 생수

를 관리하는 행정당국에서는 수원지 주변에 나쁜 요소가 발생할 경우 생수 채취를 즉시 금지하고 판매하지 못하도록 하는 행정체계를 신속하고 원활하게 운영할 수 있는 방안을 마련해야 할 것임

2) 정수기 사용 관련 결과 요약

○ 정수기의 1개월 사용금액은 2만원~3만원이 26.2%로 가장 많았고 1만원~2만원 11.5%, 3만원~4만원이 11.1%로 나타남. 정수기를 사용하지 않는 경우는 49.4%로 나타남

○ 가정에서 사용하고 있는 정수기는 '물탱크가 있는 큰 정수기(역삼투압 방식)', '물탱크가 없는 작은 정수기(직수방식)' 중 어느 정수기를 사용하는가에 대해서는 직수방식이 40.8%로 높게 나타남(정수기 사용하지 않는 경우는 50.0%임)

○ 역삼투압 정수기 사용과 관련하여 버려지는 물의 양에 대해 알고 있다는 응답이 23.8%로 가장 낮았음. 미네랄 제거 효과가 있다는 것을 알고 있는 경우는 25.0%로 나타남. 역삼투압방식의 정수기가 미네랄 제거 효과로 인해 몸이 산성화 될 수 있다는 것을 안다는 응답은 25.3%로 나타남. 물의 몸속 기능이나 미네랄의 몸속 기능에 대해 알고 있다는 응답은 69.6%와 61.4%로 비교적 높게 나옴

○ 역삼투압방식의 정수기를 사용하는 소비자는 9.3%로 점차 직수방식으로 대체하는 경향을 보이고 있음.

D. 생수 가격 지역별 실태 조사

1) 가격조사 대상 생수관련 특성

<표 1> 가격조사 대상 생수의 매장유형, 브랜드명, 지역

N(%)=1,334(100.0)

구분		빈도	%
매장유형	대형마트	652	48.9
	창고형	312	23.4

구분		빈도	%
	편의점	370	27.7
브랜드명	삼다수	280	21.0
	아이시스 8.0	237	17.8
	풀무원 샘물	93	7.0
	스파클	65	4.9
	백산수	244	18.3
	동원샘물	103	7.7
	PB브랜드	176	13.2
	에비앙 300ml/500ml	136	10.2
지역	서울	309	23.2
	경기	104	7.8
	인천	193	14.5
	부산	94	7.0
	대구	89	6.7
	광주	103	7.7
	울산	86	6.4
	대전	82	6.1
	경북	84	6.3
	경남	95	7.1
	전남	95	7.1

2) 가격조사

■ 매장유형별 브랜드별 생수 가격

○ 조사대상 생수의 전체 평균, 최소값, 최대값은 다음과 같음

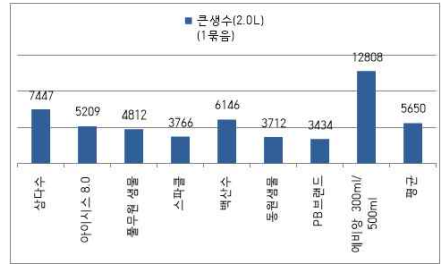
<표 1> 브랜드별 생수 가격 평균, 최소값, 최대값

브랜드명		큰생수(2.0L)(낱개1개)	큰생수(2.0L)(1묶음)	중간생수(500ml)(낱개1개)	중간생수(500ml)(1묶음)	작은생수(300ml/330ml)(낱개1개)	작은생수(300m/330ml)(1묶음)
삼다수	평균	1,203	7,447	613	11,616	391	8,956

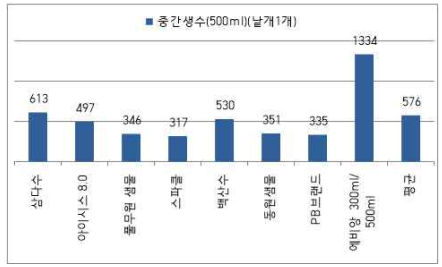
브랜드명		큰생수(2.0L)(낱개1개)	큰생수(2.0L)(1묶음)	중간생수(500ml)(낱개1개)	중간생수(500ml)(1묶음)	작은생수(300ml/330ml)(낱개1개)	작은생수(300m/330ml)(1묶음)
	최소값	280	1700	250	950	258	5600
	최대값	1,750	93,306	4730	19,000	950	78,000
아이시스 8.0	평균	923	5,209	497	9,627	268	5,878
	최소값	410	2400	220	850	220	2,480
	최대값	6,300	10,200	1,000	19,000	700	54,000
풀무원 샘물	평균	803	4,812	346	6,888	250	5,000
	최소값	430	2580	250	5,000	230	4,600
	최대값	1,700	10,200	850	17,000	260	5,200
스파클	평균	615	3,766	317	6,285	274	5,480
	최소값	380	2,250	220	3,360	220	4,400
	최대값	1,300	7,800	900	18,000	390	7,800
백산수	평균	1,030	6,146	530	10,221	349	6,831
	최소값	91	2,700	290	1900	290	330
	최대값	1,700	10,200	950	19,000	950	17,800
동원샘물	평균	630	3,712	351	6,885	356	6,330
	최소값	330	1,980	150	3440	200	4,000
	최대값	1,200	7,200	800	17,000	700	9,000
PB브랜드	평균	636	3,434	335	5,953	242	4,811
	최소값	310	300	125	500	150	3,000
	최대값	1,800	9,600	2,000	16,000	630	14,990
에비앙 300ml/500ml	평균	1,839	12,808	1,334	24,534	880	16,140
	최소값	630	3,780	460	1080	500	10,000
	최대값	3,960	23,900	16,000	32,000	1,350	20,900
전체평균	평균	956	5,650	576	10,622	334	6,862
	최소값	91	300	125	500	150	330
	최대값	6,300	93,306	16,000	32,000	1,350	78,000



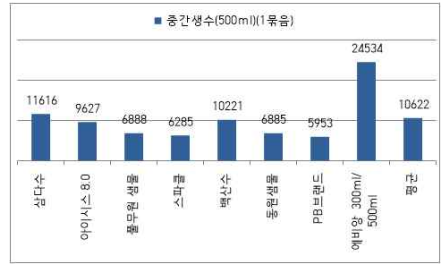
평균 가격은 956원. 에비앙이 1,839원으로 가장 비싸고 스파클이 615원으로 가장 쌈



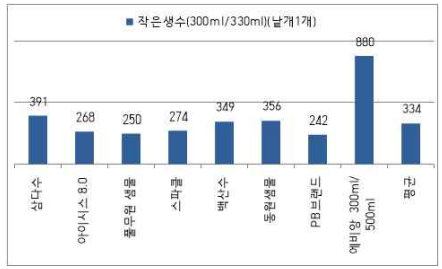
평균 가격은 5,650원. 에비앙이 12,808원으로 가장 비싸고 PB브랜드가 3,434원으로 가장 쌈



평균 가격은 576원. 에비앙이 1,334원으로 가장 비싸고 스파클이 317원으로 가장 쌈



평균 가격은 10,622원. 에비앙이 24,534원으로 가장 비싸고 PB브랜드가 5,953원으로 가장 쌈



평균 가격은 334원. 에비앙이 880원으로 가장 비싸고 PB브랜드가 242원으로 가장 쌈



평균 가격은 6,862원. 에비앙이 16,140원으로 가장 비싸고 PB브랜드가 4,811원으로 가장 쌈

<표 2> 대형매장 브랜드별 생수 가격

N(%)=1,334(100.0)

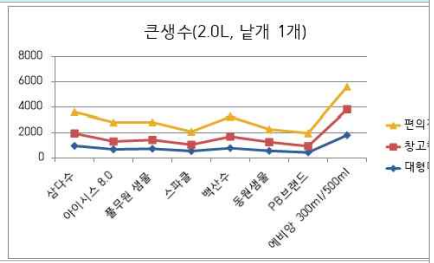
브랜드명		큰생수(2.0L)(낱개1개)	큰생수(2.0L)(1묶음)	중간생수(500ml)(낱개1개)	중간생수(500ml)(1묶음)	작은생수(300ml/330ml)(낱개1개)	작은생수(300m/330ml)(1묶음)
삼다수	평균	976	5,891	473	8,495	388	9,160
	최소값	390	5,380	370	2,800	290	5,600
	최대값	1,150	7,800	4,730	8,980	430	78,000
아이시스 8.0	평균	698	3,827	303	6,053	261	5,779
	최소값	590	3,540	230	2,380	220	2,480
	최대값	6,300	4,620	380	8,600	410	54,000
풀무원샘물	평균	745	4,510	278	5,553	250	5,000
	최소값	430	,2580	250	5,000	230	4,600
	최대값	850	5,100	500	10,000	260	5,200
스파클	평균	561	3,530	258	5,105	285	5,700
	최소값	420	2,550	220	3,360	220	4,400
	최대값	730	5,880	430	8,600	390	7,800
백산수	평균	793	4,853	349	7,002	317	6,405
	최소값	730	4,300	290	4,380	290	330
	최대값	1,250	7,500	450	8,600	425	17,800
동원샘물	평균	580	3,465	308	6,300	280	5,600
	최소값	400	2,400	150	3,440	200	4,000
	최대값	850	5,100	550	11,000	350	7,000
PB브랜드	평균	451	2,587	246	4,127	214	4,174
	최소값	330	300	150	500	150	3,000
	최대값	780	4,680	2,000	7,600	250	4,400
에비앙 300ml/500ml	평균	1,819	13,117	1,066	21,360	860	16,833
	최소값	630	3,780	980	1080	500	10,000
	최대값	3,960	23,900	1,130	27,120	980	20,900
합계	평균	771	4,599	430	7,991	309	6,565
	최소값	330	300	150	500	150	330
	최대값	6,300	23,900	4,730	27,120	980	78,000

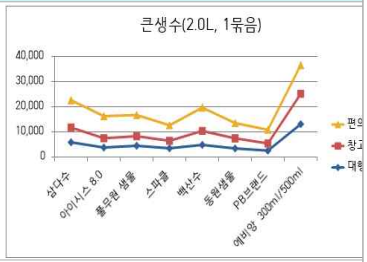
<표 3> 창고형 매장 브랜드별 생수 가격 N(%)=1,334(100.0)

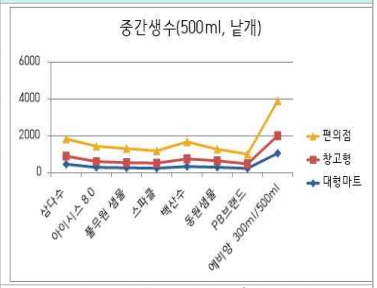
브랜드명		큰생수(2.0L)(낱개1개)	큰생수(2.0L)(1묶음)	작은생수(300ml/330ml)(낱개1개)	작은생수(300m/330ml)(1묶음)	중간생수(500ml)(낱개1개)	중간생수(500ml)(1묶음)
삼다수	평균	979	5,878	336	7,862	438	8,765
	최소값	600	3,600	258	7,740	250	5,000
	최대값	1,750	10,500	430	8,600	850	17,000
아이시스 8.0	평균	624	3,681	253	5,200	314	5,933
	최소값	410	2,400	220	4,400	220	2,480
	최대값	1,550	9,300	280	5,600	850	17,000
풀무원샘물	평균	696	3,829			278	5,357
	최소값	530	3,190			255	5,100
	최대값	980	5,100			330	6,600
스파클	평균	504	2,946	230	4,600	276	5,300
	최소값	380	2,250	230	4,600	220	4,400
	최대값	600	3,600	230	4,600	430	8,600
백산수	평균	911	5,562	369	7,239	414	8,085
	최소값	91	3,700	290	5,800	320	6,000
	최대값	1,550	9,300	450	8,500	800	16,000
동원샘물	평균	691	4,010	328	7,060	350	6,759
	최소값	330	1,980	250	5,200	250	4,850
	최대값	1,200	7,200	450	9,000	600	12,000
PB브랜드	평균	495	2,848	292	6,375	245	4,546
	최소값	310	1,880	150	3,000	125	500
	최대값	1,170	7,000	630	14,990	450	9,000
에비앙 300ml/500ml	평균	2,002	12,045	625	14,160	954	18,421
	최소값	970	5,820	624	12,500	460	8,800
	최대값	3,160	18,960	625	14,990	1,300	26,000
합계	평균	809	4,774	339	7,265	395	7,542
	최소값	91	1,880	150	3,000	125	500
	최대값	3,160	18,960	630	14,990	1,300	26,000

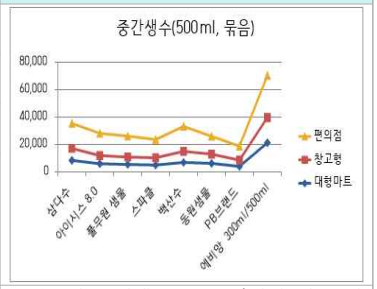
<표 4> 편의점 브랜드별 생수 가격 N(%)=1,334(100.0)

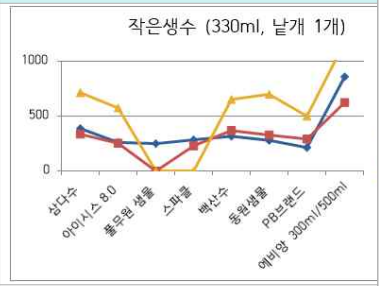
브랜드명		큰생수 (2.0L) (낱개 1개)	큰생수 (2.0L) (1묶음)	중간생수 (500ml) (낱개1개)	중간생수 (500ml) (1묶음)	작은생수 (300ml/330ml)(낱개1개)	작은생수 (300m/330ml)(1묶음)
삼다수	평균	1,655	10,882	932	18,234	715	9,600
	최소값	280	1,700	600	950	480	9,600
	최대값	1,700	93,306	950	19,000	950	9,600
아이시스 8.0	평균	1,507	8,787	830	16,273	575	11,500
	최소값	550	3,000	500	850	450	9,000
	최대값	1,700	10,200	1,000	19,000	700	14,000
풀무원 샘물	평균	1,401	8,408	764	15,286		
	최소값	910	5,460	700	14,000		
	최대값	1,700	10,200	850	17,000		
스파클	평균	1,031	6,188	664	13,286		
	최소값	500	3,000	300	6,000		
	최대값	1,300	7,800	900	18,000		
백산수	평균	1,570	9,285	924	18,225	653	11,012
	최소값	450	2,700	500	1,900	310	1,860
	최대값	1,700	10,200	950	19,000	950	16,000
동원샘물	평균	1,010	6,080	628	13,000	700	
	최소값	1,000	6,000	350	7,000	700	
	최대값	1,040	6,240	800	17,000	700	
PB브랜드	평균	1,030	5431	527	10,171	500	
	최소값	390	2,340	500	8,000	500	
	최대값	1,800	9,600	950	16,000	500	
에비앙 300ml/500ml	평균	1,798	11,450	1,890	30,746	1,175	20,000
	최소값	1,625	9,750	1,000	9,600	1,000	20,000
	최대값	2,100	12,600	16,000	32,000	1,350	20000
합계	평균	1,473	8,914	957	17,932	718	11,962
	최소값	280	1,700	300	850	310	1,860
	최대값	2,100	93,306	16,000	32,000	1,350	20,000

생수 종류	브랜드명	대형마트	창고형	편의점	
큰생수 (2.0L) (낱개 1개)	삼다수	976	979	1,655	
	아이시스 8.0	698	624	1,507	
	풀무원 샘물	745	696	1,401	
	스파클	561	504	1,031	
	백산수	793	911	1,570	브랜드별 큰생수 낱개 가격의 경우 편의점이 모든 브랜드에서 비싸고, 대형마트가 싸게 판매하는 제품은 5개, 창고형 매장이 싸게 판매하는 제품은 3개로 나타남. 대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 스파클, 동원샘물의 순으로 가격이 저렴함. 창고형 매장에서는 PB브랜드가 가장 싸고 스파클, 아이시스8.0의 순으로 저렴함. 편의점에서는 동원샘물이 가장 저렴하고, PB브랜드, 스파클 순으로 저렴함
	동원샘물	580	691	1,010	
	PB브랜드	451	495	1,030	
	에비앙 300ml/500ml	1,819	2,002	1,798	

생수 종류	브랜드명	대형마트	창고형	편의점	
큰생수 (2.0L, 묶음)	삼다수	5,891	5,878	10,882	
	아이시스 8.0	3,827	3,681	8,787	
	풀무원 샘물	4,510	3,829	8,408	
	스파클	3,530	2,946	6,188	
	백산수	4,853	5,562	9,285	브랜드별 큰생수 묶음 가격의 경우 대형마트가 싼 제품은 3개이고, 4개 브랜드가 창고형 매장이 가장 싸게 나타남. 대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 동원샘물, 스파클,의 순으로 가격이 저렴함. 창고형 매장에서는 PB브랜드가 가장 싸고 스파클, 아이시스8.0의 순으로 저렴함.편의점에서는 PB브랜드가 가장 저렴하고, 동원샘물, 스파클 순으로 저렴함
	동원샘물	3,465	4,010	6,080	
	PB브랜드	2,587	2,848	5,431	
	에비앙 300ml/500ml	13,117	12,045	11,450	

생수 종류	브랜드명	대형 마트	창고형	편의점	
중간 생수 (500 mL, 낱개)	삼다수	473	438	932	
	아이시스 8.0	303	314	830	
	풀무원 샘물	278	278	764	
	스파클	258	276	664	
	백산수	349	414	924	브랜드별 중간생수 낱개 가격의 경우 대형마트가 싼 제품이 4개, 창고형매장이 싼 제품이 3개로 나타남. 1개 제품은 대형마트와 창고형 매장의 가격이 같음 대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 풀무원샘물, 아이시스8.0의 순으로 가격이 저렴함. 창고형 매장에서는 PB브랜드가 가장 싸고 스파클, 풀무원샘물의 순으로 저렴함. 편의점에서는 PB브랜드가 가장 저렴하고, 동원샘물, 스파클 순으로 저렴함
	동원샘물	308	350	628	
	PB브랜드	246	245	527	
	에비앙 300ml/500 ml	1,066	954	1,890	

생수 종류	브랜드명	대형마트	창고형	편의점	
중간 생수 (500 mL, 묶음)	삼다수	8,495	8,765	18,234	
	아이시스 8.0	6,053	5,933	16,273	
	풀무원 샘물	5,553	5,357	15,286	
	스파클	5,105	5,300	13,286	
	백산수	7,002	8,085	18,225	브랜드별 중간생수 묶음 가격의 경우 대형마트가 싼 제품이 5개, 창고형매장이 싼 제품이 3개로 나타남 대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 스파클, 풀무원샘물의 순으로 가격이 저렴함.창고형 매장에서는 PB브랜드가 가장 싸고 스파클, 풀무원샘물의 순으로 저렴함. 편의점에서는 PB브랜드가 가장 저렴하고, 동원샘물, 스파클 순으로 저렴함
	동원샘물	6,300	6,759	13,000	
	PB브랜드	4,127	4,546	10,171	
	에비앙 300ml/500ml	21,360	18,421	30,746	

생수 종류	브랜드명	대형마트	창고형	편의점	
작은 생수 (300/ 330mL, 낱개)	삼다수	388	336	715	
	아이시스 8.0	261	253	575	
	풀무원 샘물	250			
	스파클	285	230		
	백산수	317	369	653	브랜드별 작은 생수 낱개 가격의 경우 편의점과 창고형 매장에서 판매하지 않는 브랜드가 있음. 대형마트가 싼 제품은 3개이고, 4개 브랜드가 창고형 매장이 가장 싸게 나타남. 대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 풀무원샘물, 동원샘물의 순으로 가격이 저렴함. 창고형 매장에서는 스파클이 가장 싸고, 아이시스8.0, PB브랜드의 순으로 저렴함. 편의점에서는 PB브랜드가 가장 저렴하고, 아이시스 8.0, 백산수 순으로 저렴함
	동원샘물	280	328	700	
	PB브랜드	214	292	500	
	에비앙 300ml/500 ml	860	625	1,175	

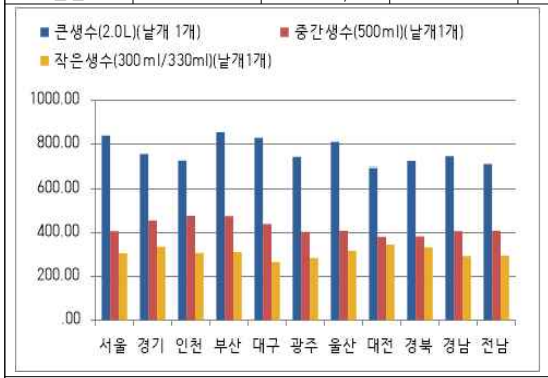
생수 종류	브랜드명	대형마트	창고형	편의점	
작은 생수 (300/ 330mL, 묶음)	삼다수	9,160	7,862	9,600	
	아이시스 8.0	5,779	5,200	11,500	
	풀무원 샘물	5,000			
	스파클	5,700	4,600		
	백산수	6,405	7,239	11,012	브랜드별 작은 생수 묶음 가격의 경우 편의점과 창고형 매장에서 판매하지 않는 브랜드가 있음. 대형마트가 싸게 판매하는 제품은 4개임. 다른 4개 브랜드는 창고형 매장이 가장 싸게 나타남.대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 풀무원샘물, 동원샘물 순으로 가격이 저렴함.창고형 매장에서는 스파클이 가장 싸고, 아이시스8.0, PB브랜드의 순으로 저렴함. 편의점에서는 삼다수 가장 저렴하고, 백산수, 아이시스8.0의 순으로 저렴함
	동원샘물	5,600	7,060		
	PB브랜드	4,174	6,375		
	에비앙 300ml/500ml	16,833	14,160	20,000	

2) 지역별 매장별 생수 가격

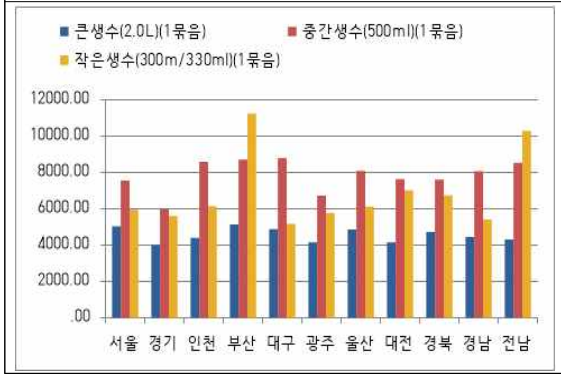
<표 8> 대형마트 지역별 생수 가격

N(%)=1,334(100)

지역	큰생수수(2.0L)(낱개 1개)	큰생수수(2.0L)(1묶음)	중간생수수(500ml)(낱개1개)	중간생수수(500ml)(1묶음)	작은생수수(300ml/330ml)(낱개1개)	작은생수수(300m/330ml)(1묶음)
서울	839	5,035	407	7,559	306	5,954
경기	755	4,001	457	6,016	336	5,619
인천	725	4,407	477	8,603	308	6,143
부산	856	5,144	477	8,724	312	11,250
대구	829	4,890	440	8,810	266	5,173
광주	742	4,170	406	6,729	285	5,780
울산	811	4,879	410	8,096	318	6,137
대전	696	4,169	382	7,643	346	7,022
경북	724	4,727	384	7,618	334	6,756
경남	745	4,451	408	8,069	293	5,429
전남	709	4,318	409	8,534	296	10,309



낱개로 판매되는 생수의 경우 큰 생수는 부산, 서울, 대구가 비쌈. 중간생수는 인천, 부산, 경기가 비쌈. 작은 생수는 대전, 경북, 경기가 비쌈

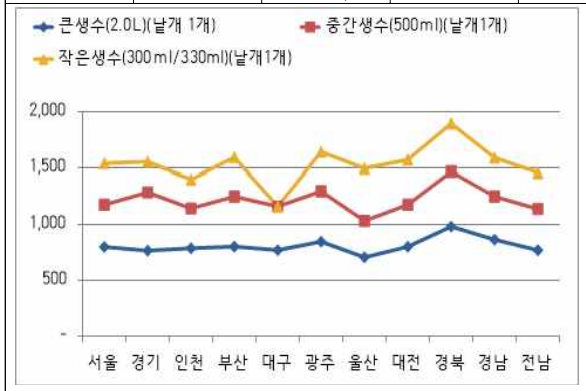


묶음으로 판매되는 생수는 부산의 작은 생수가 가장 비싸게 나타남.
큰 생수의 경우 서울, 부산, 대구가 비쌈
중간 생수의 경우 대구, 부산, 인천이 비쌈
작은 생수의 경우 부산, 전남, 대전의 순으로 비싸게 팔리고 있음

<표 9> 창고형매장 지역별 생수 가격

N(%)=1,334(100)

지역	큰생수수(2.0L)(낱개 1개)	큰생수수(2.0L)(1묶음)	중간생수수(500ml)(낱개1개)	중간생수수(500ml)(1묶음)	작은생수수(300ml/330ml)(낱개1개)	작은생수수(300m/330ml)(1묶음)
서울	801	4,684	378	7,315	362	8,398
경기	767	4,385	520	6,926	268	6,260
인천	789	4,736	356	6,930	257	5,095
부산	804	4,902	447	8,948	343	6,567
대구	772	5,010	391	8,181		
광주	848	4,612	450	7,456	345	7,633
울산	707	4,199	326	6,746	463	10,060
대전	803	4,801	376	7,222	396	7,910
경북	983	5,896	489	9,771	425	8,500
경남	866	5,110	385	7,594	340	6,743
전남	771	4,558	369	6,755	320	6,400



낱개로 판매되는 생수의 경우 큰 생수는 경북, 경남, 광주가 비쌈. 중간생수는 경기, 경북, 광주가 비쌈. 작은 생수는 울산, 경북, 대전이 비쌈.

경북은 세 개 항목 모두 비싸게 나타남

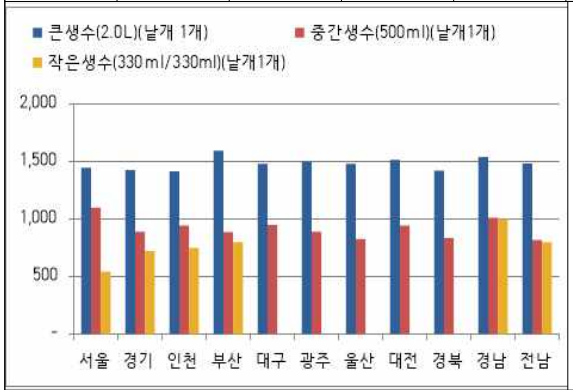


묶음으로 판매되는 생수는 울산의 작은 생수가 가장 비싸게 나타남.
큰 생수의 경우 경북, 경남, 대구가 비쌈
중간 생수의 경우 경북, 부산 , 대구가 비쌈
작은 생수의 경우 울산, 경북, 서울의 순으로 비싸게 팔리고 있음

<표 10> 편의점 지역별 생수 가격

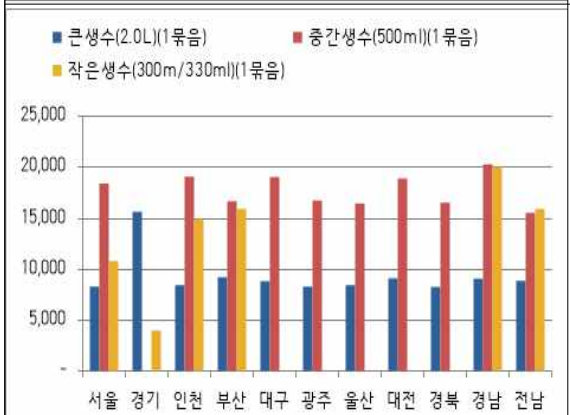
N(%)=1,334(100)

지역	큰생수 (2.0L)(낱개 1개)	큰생수 (2.0L)(1묶음)	중간생수 (500ml) (낱개1개)	중간생수 (500ml)(1묶음)	작은생수 (330ml/330ml)(낱개1개)	작은생수 (300m/330ml)(1묶음)
서울	1,446	8,323	1,099	18,358	543	10,867
경기	1,428	15,735	891		724	4,030
인천	1,415	8,492	945	19,045	750	15,000
부산	1,596	9,260	889	16,755	800	16,000
대구	1,481	8,888	950	19,000		
광주	1,502	8,347	889	16,833		
울산	1,481	8,470	828	16,550		
대전	1,514	9,152	943	18,870		
경북	1,423	8,296	838	16,607		
경남	1,542	9,117	1,014	20,273	1,000	20,000
전남	1,484	8,914	821	15,621	800	16,000



편의점에서 낱개로 판매되는 생수의 경우 큰 생수는 부산, 경남, 대전이 비쌈. 중간생수는 서울, 경남, 대구가 비쌈. 작은 생수는 경남, 부산, 전남이 비쌈.

경남은 세 개 항목 모두 비싸게 나타남



편의점에서 묶음으로 판매되는 생수는 경남의 중간 생수가 가장 비싸게 나타남.
큰 생수의 경우 경기, 부산, 경북이 비쌈
중간 생수의 경우 경남, 인천, 대구가 비쌈
작은 생수의 경우 경남, 부산, 전남의 순으로 비싸게 팔리고 있음

Ⅲ. 결론 및 제언

1) 생수 구매 관련 결론

○ 1개월 동안 얼마나 자주 생수를 구매하는지에 대한 질문에 대해 월1회 이상이 28.8%로 가장 많았고, 다음이 주1회 이상이 25.9%로 나타남. 평균 생수 소비량은 일주일에 2리터~ 12리터(큰 물병 1개~6개)가 35.9%로 가장 많이 나옴. 응답자의 36.1%는 정수기를 사용하여 생수를 마시지 않는다고 응답함. 1개월 동안 구입한 생수의 비용은 1만원~2만원이라는 응답이 25.0%로 가장 많았음. 다음은 5천원~1만원이 16.6%로 나타남

○ 선호하는 생수 브랜드는 없는 경우가 56.6%로 다소 높게 나옴. 생수 구입 장소는 대형마트가 36.%로 가장 많았고, 다음이 동네 슈퍼로 24.3%로 나타남. 생수를 인터넷에서 정기 배송으로 구입하는 경우는 9.8%에 불과함

○ 생수 구입 시 중요하게 생각하는 것은 브랜드가 33.0%로 가장 높게 나타났고, 다음은 가격으로 29.8%임. 수원지는 13.0%, 원산지는 7.8%였음

○ 생수가 먹는샘물과 혼합음료로 구분되어 있다는 것을 아는 응답자가 50.1%였고, 미네랄 함유에 따라 물맛이 달라진다는 것을 아는 응답자는 22.2%였음. 천연미네랄워터와 미네랄워터를 구별할 수 있다고 응답한 소비자는 23.6%로 나타남. 천연미네랄워터인지 확인하는 경우는 34.8%로 나타남

○ 구매한 생수가 먹는 샘물인지 확인하는 경우는 53.1%였음. 먹는 샘물에는 미네랄이 함유되어 있다는 것을 안다고 응답한 소비자는 43.6%였음. 생수가 혼합음료 일 수 있다는 것을 모른다는 응답은 71.1%, 생수 속 불소 함유여부에 대해 모른다는 응답은 81.7%, 동일 제조사 생수라도 불소함유량이 다르다는 것을 모르는 경우는 89.5%로 나타남

○ 생수 수원지에 대한 인지는 비슷한 경향을 보임. 동일브랜드라도 수원지가 다를 수 있다는 것을 아는 경우는 31.8%였고, 다른 브랜드라도 동일 수원지일 수 있다는 것을 아는 경우는 30.4%였음. 생수 수원지 주변에 유해환경이 있을 수 있다는 것을 인지한 경우는 35.7%로 나타남

○ 생수가 '깨끗하다' 믿고 마시는 경우가 48.4%, 보통이다 45.8%, 아니다는 5.8%에 불과함

○ 생수 구입 시 '제조일자 및 유통기한'을 확인하는 경우는 57.8%로 나타남

○ 생수가격이 적당하다고 생각하는가에 대해서는 보통이라는 응답이 58.9%, 비싸다.라는 응답이 23.2%로 나타남

○ 각 지자체에서 자체 브랜드로 만든 '아리수 물' 등이 기존 생수와 성분이 같다고 생각한다는 응답은 16.5%로 나타남. 아니다.라는 응답은 38.0%로 나타남. 각 지자체에서 자체 브랜드로 만든 '아리수 물' 등이 기존 생수와 성분이 비슷하다는 사실을 알고 있는 경우는 13.2%, 아니라는 응답은 40.5%로 나타남

○ 응답자들은 생수를 구매할 때 브랜드를 가장 중시하는 것으로 나타남. 제조일자와 유통기한을 확인하는 비율은 절반을 넘었음. 먹는샘물인지 혼합음료인지를 구분하는 응답자는 절반정도를 차지함. 그러나 생수와 관련한 전문적인 지식은 상대적으로 약한 것으로 나타남. 생수를 구매할 때 혼합음료인 경우 미네랄이 천연인지 아닌지를 구분하거나 먹는샘물 일 경우 불소 포함 여부까지 고려하고 구매하는 소비자의 비율은 낮을 것으로 추정됨. 불소포함 여부는 건강의 유해성과 관련하여 논란 중이므로 소비자들이 생수 구매시 잘 확인하는 것이 중요함

○ 생수 구매와 관련하여 소비자에게 필요한 전문지식은 소비자교육을 통해 전달하여 소비자들이 중요한 정보를 고려하고 구매할 수 있도록 도와야 할 것임. 소비자들이 깨끗하다고 생각하는 생수의 이미지 신뢰도가 높은 것에 비해 실제 물의 성분과 관련한 내용이 별개 일 수 있다는 것을 소비자에게 홍보하는 것이 중요함

○ 생수의 수원지와 관련한 규정을 소비자교육을 통해 전달하여 브랜드만 보고 구매하지 말고 수원지까지 확인할 수 있도록 해야 함. 지자체 등 생수를 관리하는 행정당국에서는 수원지 주변에 나쁜 요소가 발생할 경우 생수 채취를 즉시 금지하고 판매하지 못하도록 하는 행정체계를 신속하고 원활하게 운영할 수 있는 방안을 마련해야 할 것임

2) 정수기 사용 관련 결론

○ 정수기의 1개월 사용금액은 2만원~3만원이 26.2%로 가장 많았고 1만원~2만원 11.5%, 3만원~4만원이 11.1%로 나타남. 정수기를 사용하지 않는 경우는 49.4%로 나타남

○ 가정에서 사용하고 있는 정수기는 '물탱크가 있는 큰 정수기(역삼투압 방식)', '물탱크가 없는 작은 정수기(직수방식)' 중 어느 정수기를 사용하는가에 대해서는 직수방식이 40.8%로 높게 나타남(정수기 사용하지 않는 경우는 50.0%임)

○ 역삼투압 정수기 사용과 관련하여 버려지는 물의 양에 대해 알고 있다는 응답이 23.8%로 가장 낮았음. 미네랄 제거 효과가 있다는 것을 알고 있는 경우는 25.0%로 나타남. 역삼투압방식의 정수기가 미네랄 제거 효과로 인해 몸이 산성화 될 수 있다는 것을 안다는 응답은 25.3%로 나타남. 물의 몸속 기능이나 미네랄의 몸속 기능에 대해 알고 있다는 응답은 69.6%와 61.4%로 비교적 높게 나옴

○ 역삼투압방식의 정수기를 사용하는 소비자는 9.3%로 점차 직수방식으로 대체하는 경향을 보이고 있음.

3) 생수 가격 관련 결론

■ 브랜드별 크기별 가격비교

① 브랜드별 큰 생수 낱개 가격의 경우
-편의점이 모든 브랜드에서 비싸고, 대형마트가 싸게 판매하는 제품은 5개, 창고형 매장이 싸게 판매하는 제품은 3개로 나타남
-대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 스파클, 동원샘물의 순으로 가격이 저렴함
-창고형 매장에서는 PB브랜드가 가장 싸고 스파클, 아이시스8.0의 순으로 저렴함
-편의점에서는 동원샘물이 가장 저렴하고, PB브랜드, 스파클 순으로 저렴함

② 브랜드별 큰 생수 묶음 가격의 경우

-대형마트가 싼 제품은 3개이고, 4개 브랜드가 창고형 매장이 가장 싸게 나타남
-대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 동원샘물, 스파클,의 순으로 가격이 저렴함
-창고형 매장에서는 PB브랜드가 가장 싸고 스파클, 아이시스8.0의 순으로 저렴함
-편의점에서는 PB브랜드가 가장 저렴하고, 동원샘물, 스파클 순으로 저렴함

③ 브랜드별 중간생수 낱개 가격의 경우
-대형마트가 싼 제품이 4개, 창고형매장이 싼 제품이 3개로 나타남. 1개 제품은 대형마트와 창고형 매장의 가격이 같음
-대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 풀무원샘물, 아이시스8.0의 순으로 가격이 저렴함
-창고형 매장에서는 PB브랜드가 가장 싸고 스파클, 풀무원샘물의 순으로 저렴함
-편의점에서는 PB브랜드가 가장 저렴하고, 동원샘물, 스파클 순으로 저렴함

④ 브랜드별 중간생수 묶음 가격의 경우
-대형마트가 싼 제품이 5개, 창고형매장이 싼 제품이 3개로 나타남
-대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 스파클, 풀무원샘물의 순으로 가격이 저렴함
-창고형 매장에서는 PB브랜드가 가장 싸고 스파클, 풀무원샘물의 순으로 저렴함
-편의점에서는 PB브랜드가 가장 저렴하고, 동원샘물, 스파클 순으로 저렴함

⑤ 브랜드별 작은 생수 낱개 가격의 경우
-편의점과 창고형 매장에서 판매하지 않는 브랜드가 있음. 대형마트가 싼 제품은 3개이고, 4개 브랜드가 창고형 매장이 가장 싸게 나타남
-대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 풀무원샘물, 동원샘물의 순으로 가격이 저렴함
-창고형 매장에서는 스파클이 가장 싸고, 아이시스8.0, PB브랜드의 순으로 저렴함
-편의점에서는 PB브랜드가 가장 저렴하고, 아이시스8.0, 백산수 순으로 저렴함

⑥ 브랜드별 작은 생수 묶음 가격의 경우
-편의점과 창고형 매장에서 판매하지 않는 브랜드가 있음. 대형마트가 싸게 판매하는 제품은 4개임. 다른 4개 브랜드는 창고형 매장이 가장 싸게 나타남
-대형마트에서는 PB브랜드가 가장 싸고, 풀무원샘물, 동원샘물 순으로 가격이 저렴함
-창고형 매장에서는 스파클이 가장 싸고, 아이시스8.0, PB브랜드의 순으로 저렴함
-편의점에서는 삼다수 가장 저렴하고, 백산수, 아이시스8.0의 순으로 저렴함

■ 브랜드별 무기물함량여부

- 생수 브랜드 조사 제품에서는 모두 무기물이 포함되어 있는 것으로 나타남.

■ 지역별 매장유형별 가격비교
① 대형마트에서 생수 낱개 판매 가격비교
-낱개로 판매되는 생수의 경우 큰 생수는 부산, 서울, 대구가 비쌈
-중간생수는 인천, 부산, 경기가 비쌈
-작은 생수는 대전, 경북, 경기가 비쌈

② 대형마트에서 생수 묶음 판매 가격비교
-묶음으로 판매되는 생수는 부산의 작은 생수가 가장 비싸게 나타남.
-큰 생수의 경우 서울, 부산, 대구가 비쌈
-중간 생수의 경우 대구, 부산, 인천이 비쌈
-작은 생수의 경우 부산, 전남, 대전의 순으로 비싸게 팔리고 있음

③ 창고형매장에서 생수 낱개 판매 가격 비교
-낱개로 판매되는 생수의 경우 큰 생수는 경북, 경남, 광주가 비쌈
-중간생수는 경기, 경북, 광주가 비쌈
-작은 생수는 울산, 경북, 대전이 비쌈

④창고형매장에서 생수 묶음 판매 가격 비교
-경북은 세 개 항목 모두 비싸게 나타남

-묶음으로 판매되는 생수는 울산의 작은 생수가 가장 비싸게 나타남
-큰 생수의 경우 경북, 경남, 대구가 비쌈
-중간 생수의 경우 경북, 부산 , 대구가 비쌈
-작은 생수의 경우 울산, 경북, 서울의 순으로 비싸게 팔리고 있음

⑤ 편의점에서 생수 낱개 판매 가격 비교
-편의점에서 낱개로 판매되는 생수의 경우 큰 생수는 부산, 경남, 대전이 비쌈
-중간생수는 서울, 경남, 대구가 비쌈
-작은 생수는 경남, 부산, 전남이 비쌈

⑥ 편의점에서 생수 묶음 판매 가격 비교
-경남은 세 개 항목 모두 비싸게 나타남
-편의점에서 묶음으로 판매되는 생수는 경남의 중간 생수가 가장 비싸게 나타남
-큰 생수의 경우 경기, 부산, 경북이 비쌈
-중간 생수의 경우 경남, 인천, 대구가 비쌈
-작은 생수의 경우 경남, 부산, 전남의 순으로 비싸게 팔리고 있음

4) 제언

○ 생수 구매와 관련하여 소비자에게 필요한 전문지식은 소비자 교육을 통해 전달하여 소비자들이 중요한 정보를 고려하고 구매 할 수 있도록 도와야 할 것임. 소비자들이 깨끗하다고 생각하는 생수의 이미지 신뢰도가 높은 것에 비해 실제 물의 성분과 관련한 내용이 별개 일 수 있다는 것을 소비자에게 홍보하는 것이 중요함.

○ 생수의 수원지와 관련한 규정을 소비자교육 홍보를 통해 전달하여 브랜드만 보고 구매하지 말고 수원지까지 확인할 수 있도록 해야 함. 지자체 등 생수를 관리하는 행정당국에서는 수원지 주변에 나쁜 환경이 생기는 경우 생수채취를 즉시 금지하고 판매하지 못하도록 하는 행정체계를 신속하고 원활하게 운영 할 수 있는 방안을 마련해야 할 것임.

○ 역삼투압정수기와 직수형정수기의 현재 트랜드는 가전의 소형화 디자인 특성화로 업체 홍보 마케팅이 정수기의 선택에 큰 영향을 주고 있음. 소비자가 정확한 지식을 가지고, 지역별 특성과 본인에게 맞는 최상의 선택을 하는 것이 필요함.

○ 생수 기업 관계자는 생수 수원지를 확인하고 구입 할 것을 권장하였으며, 생수 수질을 알 수 있는 방법은 홈페이지에 수질 검사 증명서를 통해 확인하면 된다고 밝혔음.

“RO필터“를 사용하는 **”역삼투압방식의 정수기“** 관계자는 정수기를 사용하고자 하는 장소의 배관이 낡고 노후 되었거나 원수속에 포함된 성분이 RO필터로만 걸러지는 물질이 있을 경우 등 사용 지역 수질 특성에 따라 역삼투압 정수기를 선택해서 합리적인 소비를 권장하였고, **“UF필터“**를 사용하는 **”직수방식의 정수기”** 관계자는 가정 내에서 물을 많이 사용하거나 공간 활용을 높이고자 하는 경우, 정수되는 속도가 빠르고, 미네랄을 그대로 통과시키고, 버려지는 물이 없는 정수기를 사용하는 경우에는 직수형을 권장

수질확인을 정수기 담당자에게 요청하면 1년에 한번은 무료로 받을 수 있고, 불소는 RO필터 또는 UF필터에서 걸러지는게 아니라 흡착으로 제거가 되고, 100℃ 끓는 물에서는 세균은 죽지만, 미네랄은 없어지지 않는다고 답변

○ 정수기 기업 관계자는 사업자와 소비자가 같이 이해를 높여서 서비스가 한 층 더 올라갈 수 있도록 조율하는 것이 필요하다고 제언

○ 역삼투압정수기 사용 소비자 일반주부는 정수기 물을 끓여서 먹어도 되는지 여부와 정수기 수질을 확인할 수 있는지? 생수 또는 정수기 어느 것이라도 ‘좋은 물’을 마시고 싶다고 제안

○ 직수형정수기 사용 소비자 일반주부는 여러 군데 정수기를 사용하였으나 지금 사용하는 정수기는 내부 직수관까지 전문적인 관리 및 교체를 직접 해주는 서비스를 이용하고 있고, 정수기가 많은 양의 물까지 확보가 가능하다면 좋겠다고 제안

■ 보도자료

한국부인회총본부	보 도 자 료	
	보도일시	배포 시부터 보도 가능합니다.
	배포일시	2018.1.26.(금)
서울시 마포구 희우정로 86 ☎ 02-701-7321~2	담당부서 및 담당자	(사)한국부인회총본부 최성혜 실장(02-701-7321)

생수가격·정수기요금 지역별 가격비교조사 및 서비스 이용실태조사 간담회 실시 결과

○ (사)한국부인회총본부(회장 남인숙)는 2019년 1월 23일 수요일 14시에 대방역에 위치한 서울여성플라자 4층 시청각실에서, 생수 정수기 기업 관계자와 소비자 일반주부를 모시고 간담회를 진행하였다.

○ 우리나라의 소비자들은 미네랄과 칼륨 등이 들어 있는 수돗물에 대해 불신을 갖고 있다. 한강물이 오염되어 있다는 의심과, 오래되고 낡은 부식된 수도 배관에서 녹물이 나오고, 녹물을 없애기 위해 화학약품을 처리하였다 하여 수돗물을 마시지 않고 있다. 하지만 대한민국의 물은 세계 7위의 아주 깨끗한 물로 안심하고 먹어도 좋다고 하여, 특히 '서울지역'은 '고도정수처리시설'을 갖추어서 끓여 먹으면 안심 할 수 있는 물로 인정 된다.

○ 생수 시장은 수원지가 같지만 브랜드 네임에 따라 판매 가격이 다르고, 수원지가 달라도 같은 브랜드 네임으로 같은 가격에 판매되고 있는 부분에 대해서는 가격에 관해서는 정확한 원가분석을 통해 적정한 가격을 제시해야 될 것으로 보이며, 소비자들이 마시고 있는 물 종류가 생수인지, 정수기인지, 직수방식인지, 역삼투압방식인지, 조사를 통해 서비스 변화 분석을 통한 전반적인 점검으로 이용료에 부담을 줄이고, 소비자가 안정된 가격에서 편하게 이용할 수 있는 서비스 개선과 가격 안정화를 위한 문화 조성에 기여하여 합리적인 서비스 기준과 관리체계 마련을 기대한다.

○ 이번 조사는 한국부인회가 기획재정부 후원으로, 전국 15개 시·도지역 생수가격·정수기요금 지역별 가격비교조사 및 서비스 이용실태조사에 대한 조사결과를 바탕으로 간담회를 개최하였다.

조사한 1개월 동안 구입한 생수의 비용은 1만원~2만원이라는 응답이 25.0%로 가장 많았고, 다음은 5천원~1만원이 16.6%로 나타났다. 선호하는 생수 브랜드는 없는 경우가 56.6%로 다소 높게 나왔다. 생수 구입 시 'natural mineral water'(천연 미네랄워터)는 자연 여과과정으로 제조 된 생수이고, 그냥

'mineral water'(미네랄워터)' 는 화학적 처리를 한 것을 알고 있는가에 대해서는 모른다가 76.4%로 나타났다. 생수 중 '혼합 음료'라고 표시된 경우는 '증류수에 첨가물'을 넣었다는 것을 알고 있는가에 대해서는 71.1%가 모른다고 응답하였다.

정수기 1개월 사용금액은 2만원~3만원이 26.2%로 가장 많았고 1만원~2만원 11.5%, 3만원~4만원이 11.1%로 나타났다.

생수와 정수기를 병행해서 사용하는 이유에 대해서 마시는 물은 생수를 이용하고, 그 외의 경우는 정수기를 사용하고 있다고 소비자 15%가 대답하였다.

○ 생수 기업 관계자는 생수 수원지를 확인하고 구입 할 것을 권장하였으며, 생수 수질을 알 수 있는 방법은 홈페이지에 수질 검사 증명서를 통해 확인하면 된다고 밝혔다.

"RO필터"를 사용하는 **"역삼투압방식의 정수기"** A기업 관계자는 정수기를 사용하고자 하는 장소의 배관이 낡고 노후 되었거나 원수속에 포함된 성분이 RO필터로만 걸러지는 물질이 있을 경우 등 사용지역 수질 특성에 따라 역삼투압 정수기를 선택해서 합리적인 소비를 권장하였고, **"UF필터"**를 사용하는 **"직수방식의 정수기"** B기업 관계자는 가정 내에서 물을 많이 사용하거나 공간 활용을 높이고자 하는 경우, 정수되는 속도가 빠르고, 미네랄을 그대로 통과시키고, 버려지는 물이 없는 정수기를 사용하는 경우에는 직수형을 권장하였다.

수질확인을 정수기 담당자에게 요청하면 1년에 한번은 무료로 받을 수 있고, 불소는 RO필터 또는 UF필터에서 걸러지는게 아니라 흡착으로 제거가 되고, 100℃ 끓는 물에서는 세균은 죽지만, 미네랄은 없어지지 않는다고 답변하였다.

○ 정수기 기업 관계자는 사업자와 소비자가 같이 이해를 높여서 서비스가 한층 더 올라갈 수 있도록 조율하는 것이 필요하다고 제언하였다.

○ 소비자 일반주부 최00님은 정수기 물을 끓여서 먹어도 되는지 여부와 정수기 수질을 확인할 수 있는지? 생수 또는 정수기 어느 것이라도 '좋은 물'을 마시고 싶다고 제안하였다.

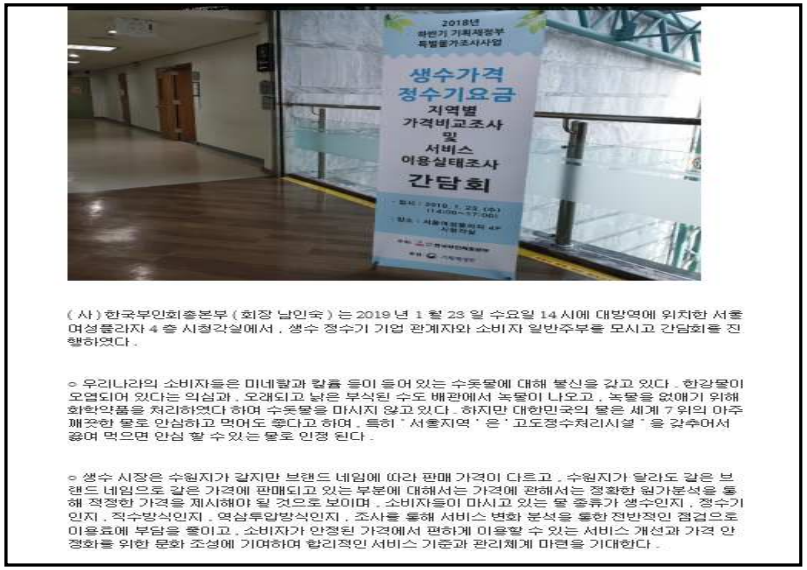
○ 소비자 일반주부 이00님은 여러 군데 정수기를 사용하였으나 지금 사용하는 정수기는 내부 직수관까지 전문적인 관리 및 교체를 직접 해주는 서비스를 이용하고 있고, 정수기가 많은 양의 물까지 확보가 가능하다면 좋겠다고 제안하였다.

■ 한국부인회총본부 홈페이지 홍보자료









(사)한국부인회총본부(회장 남인숙)는 2019년 1월 23일 수요일 14시에 대방역에 위치한 서울여성플라자 4층 시청각실에서, 생수 정수기 기업 관계자와 소비자 일반주부를 모시고 간담회를 진행하였다.

○ 우리나라의 소비자들은 미네랄과 칼슘 등이 들어 있는 수돗물에 대해 불신을 갖고 있다. 한강물이 오염되어 있다는 의심과, 오래되고 낡은 부식된 수도 배관에서 녹물이 나오고, 녹물을 없애기 위해 화학약품을 처리하였다 하여 수돗물을 마시지 않고 있다. 하지만 대한민국의 물은 세계 7위의 아주 훌륭한 물로 안심하고 먹어도 좋다고 하며, 특히 '서울지역'은 '고도정수처리시설'을 갖추어서 끓여 먹으면 안심 할 수 있는 물로 인정 된다.

○ 생수 시장은 수원지가 같지만 브랜드 네임에 따라 판매 가격이 다르고, 수원지가 달라도 같은 브랜드 네임으로 같은 가격에 판매되고 있는 부분에 대해서는 가격에 관해서는 정확한 원가분석을 통해 적정한 가격을 제시해야 할 것으로 보이며, 소비자들이 마시고 있는 물 종류가 생수인지, 정수기인지, 적수방식인지, 역삼투압방식인지, 조사를 통해 서비스 변화 분석을 통한 전반적인 접근으로 이용료에 부담을 줄이고, 소비자가 안정된 가격에서 편하게 이용할 수 있는 서비스 개선과 가격 안정화를 위한 문화 조성에 기여하며 합리적인 서비스 기준과 관리체계 마련을 기대한다.