2022

소비자정책 우수사례집

소비자정책 시행계획 추진실적 평가 우수사례 모음

공정거래위원회 한국소비자원

본 사례집은 2022년('21년 실적) 소비자정책 종합시행계획 추진실적 평가결과를 토대로 우수 사례를 구성했으며, 사례의 내용은 소비자정책위원회 안건 자료, 우수사례 해당 기관에서 배포한 보도자료, 각종 보고서 등을 활용했음을 밝힙니다.

CONTENTS

소비자정책 시행계획 추진실적 평가 우수사례 모음

소비자 거래

1. 소비자피해 예방을 위한 불공정약관 시정 및 표준약관 제·개정 ····· 3
2. 소비자 개인정보 침해 관련 분쟁조정 제도 개선 ····· 9
3. 국제 거래 및 국내 다국적기업에 대한 시정감시 강화 ····· 15

소비자 역량

4. 수요기반 콘텐츠 개발 및 교육 ····· 23
5. 수요자 맞춤형 품질 비교정보 제공 확대 및 품질 제고 ····· 28
6. 디지털 격차 해소 및 소비자 친화적 디지털 활용 역량 프로그램 ····· 33
7. 바른 식생활·식문화 확산을 위한 생애주기별 맞춤형 식생활 교육 추진 ···· 40

소비자 안전

8. IOT·융복합 신제품의 소비자 안전성 확보 강화 ····· 49
9. 소비자 위해 제품 리콜 이행력 제고 ····· 55

소비자 분쟁해결

10. 1372 소비자상담전화 등 지역 분쟁해결 전문성 강화 및 품질개선 ····· 63

소비자 정책협력

11. 빅데이터 기반의 농식품 소비정보 분석·제공으로 시장 참여자의 합리적 의사결정 지원 ····· 71
12. 데이터 기반 지방 소비자정책 추진 활성화 ····· 77

소비자 거래

1. 소비자피해 예방을 위한 불공정약관 시정 및 표준약관 제·개정
2. 소비자 개인정보 침해 관련 분쟁조정 제도 개선
3. 국제 거래 및 국내 다국적기업에 대한 시정감시 강화

1 소비자피해 예방을 위한 불공정약관 시정 및 표준약관 제·개정

공정거래위원회 약관심사과

추진 배경

불공정약관 시정 등을 통한 소비자보호

빠르게 변화는 시장환경에서 다양하고 복잡한 상품이나 서비스가 등장함에 따라, 소비자와 사업자 간의 계약의 내용도 갈수록 다양해지고 복잡해지고 있다. 신속하고 간편한 거래를 위한 목적으로 약관이 보편화되어 사용되고 있고, 소비자는 사업자가 미리 마련한 약관을 이용하여 계약을 체결하는 경우가 많다. 그러나, 소비자에게 불리한 약관 조항이 있거나 약관 내용을 잘 모르더라도 계약을 체결하는 경우가 많아서 소비자피해가 발생하는 경우가 종종 있다.

공정거래위원회는 이러한 피해로부터 소비자를 보호하고 건전한 거래질서를 조성하기 위해 1987년 7월 1일에 시행한 약관법을 토대로 다양한 거래 분야의 수많은 약관조항들을 심사하고 불공정약관을 시정하는 노력을 강화하고 있다. 또한, 표준약관을 제·개정하여 건전한 거래질서 확립을 위해 노력하고 있다.

최근에는 소비자피해가 많이 발생하는 전통적인 산업분야 뿐만 아니라, 온라인·디지털 분야에서의 불공정약관 시정과 표준약관 제·개정을 중점적으로 추진하고 있다.

과제 내용

소비자피해가 빈번한 분야 약관 감시 및 시정 강화

불공정약관 조사 및 시정

공정거래위원회는 약관법 시행 이후 약 30년간 다양한 거래 분야에서 불공정약관을 규제하고 있다. 최근에는 디지털 경제의 가속화, 온라인 거래의 증가로 인한 소비자피해가 빈번하게 발생함에 따라 비대면·디지털 시장에서의 소비자권익 보호를 위한 약관심사에 중점을 두고 있다.

이에 구독경제 분야 및 온라인 플랫폼 분야 등을 중심으로 이용약관에 대한 실태조사 및 직권조사를 통해 불공정약관을 시정하였다. 2021년도에는 스마트학습지 사업자 이용약관, 배달앱 플랫폼 사업자 이용약관, 중고차 플랫폼 사업자의 이용약관, 대관 사업자의 이용약관, 가상자산 사업자의 이용약관 등의 불공정조항을 심사하고 시정하였다.

추진 절차

〈불공정약관 직권조사 시정〉

조사계획수립 ➡ 불공정 약관심사 ➡ 약관심사자문 위원회 자문 ➡ 사업자의 자진시정 또는 시정조치 ➡ 시정여부 점검

표준약관 교육·홍보 및 개정을 통한 불공정약관 작성·통용의 사전 방지

공정거래위원회는 불공정약관에 대한 개별적 규제의 효과가 미흡하거나 소비자피해가 동일한 내용으로 계속 발생하는 분야에 대해 불공정약관이 통용되는 것을 방지하기 위해 표준약관을 개정하였다. 또한 사업자 등에게 표준약관 및 약관법 관련 교육 및 홍보를 강화하여 사업자에게 일정한 가이드라인을 제시하여 불공정 계약을 예방하도록 노력하였다.

2021년도에는 국내 결혼 중개 표준약관, 자동차대여 표준약관 등을 개정하여 불공정약관으로 인한 소비자피해를 사전에 예방하였다.

추진 절차

〈표준약관 제·개정〉

사업자단체의 청구 또는 직권으로 표준약관 제·개정안 마련 ➡ 관련 단체 의견조회 ➡ 약관심사자 문위원회 자문 ➡ 위원회 의결 ➡ 표준약관 사용 권장 및 홍보

주요 추진내용 및 경과

- 표준약관 제·개정
  - 국내 결혼중개 표준약관 개정(9월), 자동차 대여 표준약관 개정(10월)
- 표준약관 교육·홍보(연중)
- 불공정약관 시정
  - 가상자산, 스미트학습지, 배달업 사업자 등의 불공정약관 시정(7~8월)
  - 중고차 플랫폼, 리셀 플랫폼, 대관 사업자의 불공정약관 시정(9~12월)

주요 성과

국민생활 밀접 품목 분야 불공정약관의 감시 및 시정 강화

온라인 플랫폼 및 소비자피해 다발 분야 불공정약관 시정

온라인 플랫폼 분야에서 소비자거래가 증가하고, 분쟁 및 소비자피해가 발생함에 따라 온라인 플랫폼 분야에 대한 약관심사 심사 수요도 증가했다. 이에 공정거래위원회는 2021년도에 중고차·배달앱·리셀 등 온라인 플랫폼 분야를 점검하고 불공정약관을 시정조치했다. 앞으로도 다양한 온라인 플랫폼 시장에서의 불공정약관을 지속적으로 점검하여 관련 분야에서의 건전한 거래질서를 조성하는 데 앞장설 계획이다.

뿐만 아니라, 가상자산거래소의 이용약관과 공연·예술업계 대관 분야 등 소비자피해가 우려되거나 다수 발생하는 분야에 대한 불공정약관도 시정하였다.

2021년도 불공정약관 시정 사례

분 야	내 용
배달앱 플랫폼 사업자의 불공정약관 시정(8월)	▸ 이용약관상 배달 지연 등에 따른 책임 배제 조항, 자의적인 계약해제 조항 등 불공정약관을 시정하여 소비자피해 예방
온라인 중고차 플랫폼 사업자의 불공정약관 시정(9월)	▸ 중고차 온라인 플랫폼 이용 수요가 증가하고 있는 상황에서 플랫폼 사업자의 약관 중 면책조항·환불제한 조항 등 불공정약관을 시정하여 중고차 온라인 플랫폼 이용자들의 피해 예방 및 소비자보호
리셀(Resell) 온라인 플랫폼 사업자의 불공정약관 시정(11월)	▸ 리셀* 플랫폼 사업자의 광범위한 면책조항 등 불공정약관을 시정하여 빠르게 성장하고 있는 리셀 시장에서 온라인 플랫폼 이용자들의 권익을 보호 * 한정판 제품 등을 구매한 뒤 차익을 붙여 재판매 하는 것
주요 공공·민간 공연장의 대관 계약서상 불공정약관 시정(12월)	▸ 5개 주요 대관 사업자의 약관을 점검하여 사업자의 일방적인 계약해지 조항, 과도한 위약금 조항 등 불공정약관을 시정하고, 감염병 관련 조항을 신설하여 대관사업자와 공연기획사(대관자) 간 분쟁 감소 등 기대
가상자산사업자의 불공정 약관 시정권고(7월)	▸ 8개 가상자산거래소의 이용약관 중 부당한 이용계약의 중지·해지 조항 및 서비스 이용 제한 조항 등 15개 불공정약관 유형을 시정하여 가상자산거래소 이용자들의 피해 예방

보도자료

보도자료

공정거래위원회 2021년 8월 18일(수) 배포 / 2021년 8월 19일(목) 조간부터 보도가능 / 방송·인터넷 매체는 8월 18일(수) 낮 12시

소비자정책국 약관심사과 / 담당과장: 황윤환(044-200-4450) / 담당: 권유정 사무관(044-200-4453)

대한민국 대전환 한국판뉴딜

배달앱 플랫폼 사업자의 이용약관 상 불공정약관조항 시정

- 배달지연 등에 따른 책임 배제 조항, 온라인 플랫폼 사업자의 자의적인 계약해제 조항 등 불공정 약관 시정 -

■ 공정거래위원회(위원장 조성욱, 이하 공정위)는 2개 배달앱*(배달의민족·요기요) 사업자들이 소비자와 체결하는 이용약관 뿐만 아니라 음식업주와 체결하는 약관을 함께 심사하여 불공정 약관조항을 시정하였다.

배달앱 플랫폼

보도자료

공정거래위원회 2021년 11월 29일(월) 조간부터 보도가능 / 방송·인터넷 매체는 11월 28일(일) 낮 12시

소비자정책국 약관심사과 / 담당과장: 황윤환(044-200-4450) / 담당: 김민규 조사관(044-200-4460)

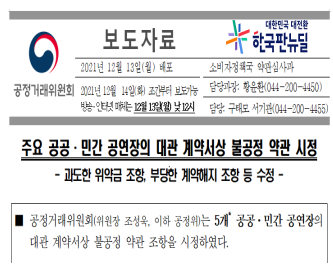
대한민국 대전환 한국판뉴딜

리셀(Resell) 온라인 플랫폼 사업자의 불공정약관 시정

- 부당한 사업자 면책 조항, 불명확한 수수료 감면 조항 등 개선 -

■ 공정거래위원회(위원장 조성욱, 이하 공정위)는 국내 5개 리셀* 온라인 플랫폼 사업자들**의 서비스 이용약관을 심사하여 5개 유형의 불공정약관 조항을 시정하였다.

리셀 온라인 플랫폼


보도자료

공정거래위원회 2021년 12월 13일(월) 배포 / 2021년 12월 14일(화) 조간부터 보도가능 / 방송·인터넷 매체는 12월 13일(월) 낮 12시

소비자정책국 약관심사과 / 담당과장: 황윤환(044-200-4450) / 담당: 구태도 서기관(044-200-4455)

대한민국 대전환 한국판뉴딜

주요 공공·민간 공연장의 대관 계약서상 불공정 약관 시정

- 과도한 위약금 조항, 부당한 계약해지 조항 등 수정 -

■ 공정거래위원회(위원장 조성욱, 이하 공정위)는 5개* 공공·민간 공연장의 대관 계약서상 불공정 약관 조항을 시정하였다.

대관사업자

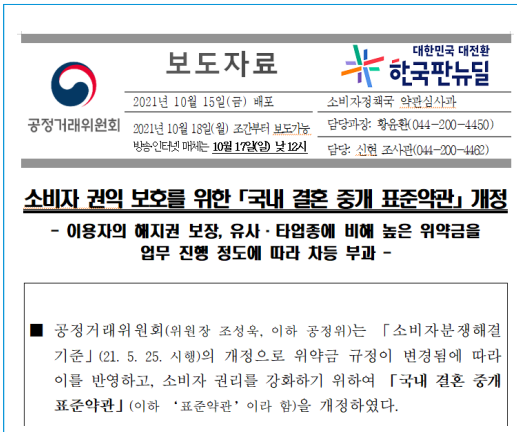
표준약관 개정

공정거래위원회는 불공정한 내용의 약관이 통용되는 것을 방지하기 위해 국내 결혼 중개 표준약관과 자동차대여 표준약관 등을 개정하여 건전한 거래 질서 확립에 기여했다.

2021년도 표준약관 개정 사례

분 야	내 용
국내 결혼 중개 표준약관 개정(9월)	▸ 이용자의 해지권 보장 및 타 업종에 비해 높은 위약금을 업무진행 정도에 따라 차등 부과하도록 개선하여 결혼 중개 서비스 이용자들의 권익 증진
자동차대여 표준약관 개정(10월)	▸ 차량 인도 시 점검항목을 구체화하고, 운전자가 직접 운전이 불가능한 경우(음주·부상 등) 대리운전을 이용할 수 있도록 개선하여 대여 자동차 이용자들의 권익 증진

보도자료



보도자료

공정거래위원회 | 2021년 10월 15일(금) 배포 | 2021년 10월 18일(월) 조간부터 보도가능 | 방송인터넷 매체는 10월 17일(일) 낮 12시

대한민국 대전환 한국판뉴딜

소비자정책국 약관심사과
담당과장: 황윤환(044-200-4450)
담당: 신현 조사관(044-200-4482)

소비자 권익 보호를 위한 「국내 결혼 중개 표준약관」 개정

- 이용자의 해지권 보장, 유사·타업종에 비해 높은 위약금을 업무 진행 정도에 따라 차등 부과 -

■ 공정거래위원회(위원장 조성욱, 이하 공정위)는 「소비자분쟁해결기준」(21. 5. 25. 시행)의 개정으로 위약금 규정이 변경됨에 따라 이를 반영하고, 소비자 권리를 강화하기 위하여 「국내 결혼 중개 표준약관」(이하 '표준약관'이라 함)을 개정하였다.

국내 결혼 중개 표준약관

보도자료

공정거래위원회 | 2021년 11월 4일(목) 배포 | 2021년 11월 5일(금) 조간부터 보도가능 | 방송인터넷 매체는 11월 4일(목) 낮 12시

대한민국 대전환 한국판뉴딜

소비자정책국 약관심사과
담당과장: 황윤환(044-200-4450)
담당: 이주용 사무관(044-200-4457)

수리비 과다청구 등 방지 위해 「자동차대여 표준약관」 개정

- 차량 점검항목을 구체화하고, 수리 등 조치내역을 고객이 열람 가능 -

- 운전자가 술에 취하거나 신체부상시 대리운전 허용 -

■ 공정거래위원회(위원장 조성욱, 이하 공정위)는 자동차대여에 있어 수리비 과다 청구 등 소비자 피해를 방지하고, 대리운전을 이용할 수 있도록 하는 등 소비자 권리를 강화하기 위하여 「자동차대여 표준약관」(이하 '표준약관'이라 함)을 개정하였다.

자동차대여 표준약관

애로사항 및 극복방안

불공정약관 시정 수요가 발생하는 분야 적극적·선제적 대응

코로나19 단계적 일상회복 과정에서 수요가 다시 증가하는 분야 및 새롭게 등장하는 거래 분야뿐만 아니라 약관심사에 대한 국민들의 전반적인 관심이 높아지면서 불공정약관 관련 상담 및 약관심사 청구가 지속적으로 증가하는 등 변화된 환경에서 적극적인 대응이 요구되고 있다.

이에 공정거래위원회는 관계 부처 협업 등 다양한 노력을 통해 불공정약관에 대한 적극적인 대응뿐만 아니라 피해가 예상되는 분야에 대해서는 선제적으로 대응하여 소비자피해를 방지하고자 노력하고 있다.

2 소비자 개인정보 침해 관련 분쟁조정 제도 개선

개인정보보호위원회 분쟁조정과

추진 배경

개인정보침해 피해구제를 더욱 빠르고 쉽게!

디지털경제 시대로 전환되면서 데이터는 새로운 부가가치를 창출할 수 있는 자산가치로 높게 평가되고 있으며, 그 데이터의 핵심은 대부분 개인정보이므로 데이터 활용의 안전성이 무엇보다 중요해졌다. 개인정보는 살아 있는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보 또는 다른 정보와 쉽게 결합하여 개인을 알아볼 수 있는 정보를 말한다. 이러한 개인정보가 불법적으로 이용되거나 유출될 경우 프라이버시나 인격권 침해, 정신적·재산적 피해 등 큰 피해가 우려된다.

코로나19 이후 비대면 온라인 거래가 크게 늘면서 개인정보 유출, 부적절한 이용 등 개인정보 보호 침해 우려의 목소리가 커지고 있으며, 최근 개인정보 침해 관련 신고·상담 및 분쟁조정 신청 건수가 꾸준히 증가하고 있다. 개인정보보호위원회의 '2022 개인정보보호 연차보고서'에 따르면 개인정보 침해 신고센터에 2021년 한 해 동안 접수된 신고·상담 건수는 총 21만 767건으로, 이는 전년도 17만 7,457건에 비해 약 18.8% 증가한 것으로 나타났다.

개인정보보호위원회는 개인정보침해 관련 분쟁을 효과적으로 대응하기 위해서 개인정보 분쟁조정위원회 역할 강화 등 분쟁조정제도 개선을 통해 정보주체인 소비자의 실질적 권익을 보호하는 데 많은 노력을 기울이고 있다.

과제 내용

분쟁조정 실효성 확보를 위한 법제도 개선

개인정보보호위원회는 최근 개인정보보호 관련 분쟁사례가 늘어남에 따라 분쟁조정제도 운영의 실효성·신뢰성 확보를 위해 분쟁조정제도 개선을 추진했다.

최근 4년간 분쟁조정 처리 현황 분석

실효성있는 분쟁조정제도 개선안을 마련하기 위해 최근 4년간의 분쟁조정 처리 사건의 성과와 한계를 분석하여 제도개선이 필요한 사항을 발굴할 필요가 있었다. 분석결과 4년간 총 1,349건의 개인정보 분쟁을 해결하였고, 2020년 분쟁조정 처리건수는 431건으로 2019년 대비 22.5% 증가하였고 최근 분쟁조정 신청이 급증하고 있다. 하지만 민간 개인정보처리자의 조정불응 사례가 증가하고 있고, 담당 조사관에게 조사권이 없어 명확한 사실관계를 파악하기가 어렵고, 제시된 조정안에 대해 수락 여부를 알리지 않으면 불성립으로 종결되어 진행하기가 어려운 점 등 한계가 있었다.

개인정보보호법 개정안 마련 및 국회제출

그동안의 분정조정제도 운영상의 한계점을 분석하고 개선방안을 마련하여 분쟁조정위원회에 보고하였다. 분쟁조정제도 운영의 내실화를 위해 실효성·시급성이 높은 개정사항을 개인정보보호법 개정 대상으로 선정하고 개정안을 마련하여 국회에 제출하였다.

이를 위해 개인정보보호위원회의 내부 실무 T/F팀을 구성·운영하여 개정이 필요한 사항을 발굴하고, 개인정보보호위원회 전체회의에서 검토를 통해 개인정보 보호법 개정안을 마련했다. 이후 사회적 공감대가 높은 개인정보보호법 개정안을 마련하기 위해 입법예고를 통해 학계·산업계·시민단체 등의 의견을 수렴하였으며 국무조정실 규제심사 및 법제사 심사 등 이해관계자의 의견을 수용하는 과정을 거쳤다.

개정안은 조정 참여 의무대상을 공공기관에서 모든 개인정보처리자로 확대하고 조정안 수락기준을 일정 기간 내 수락의사를 명확하게 밝히지 않은 경우 수락으로 간주하고 담당조사관의 사실조사 권한을 부여하는 등의 내용을 담고 있다.

- 분쟁조정 참여 **의무대상**을 **공공**에서 **모든 개인정보처리자로 확대**
- 분쟁조정사건의 사실관계 등을 파악을 위해 **사실조사 권한 실질화**
- 일정기간내 수락의사 미표시 조정 거부를 수락으로 간주기준 개선
- 분쟁조정위 개선의견 보호위 및 중앙행정기관에 통지 근거 마련
- 위원회의 전문성 및 효율성 제고를 위하여 **분쟁조정위원 정수 확대**

분쟁조정위원회 운영 세칙 정비

효율적인 분쟁조정을 위해 분쟁조정사건의 처리기한 연장에 대한 세부 기준 및 처리기간 산정 방법에 대한 규정을 신설하고 조정절차 및 집단분쟁 조정 절차 규정의 세분화 등의 규정을 정비하였다.

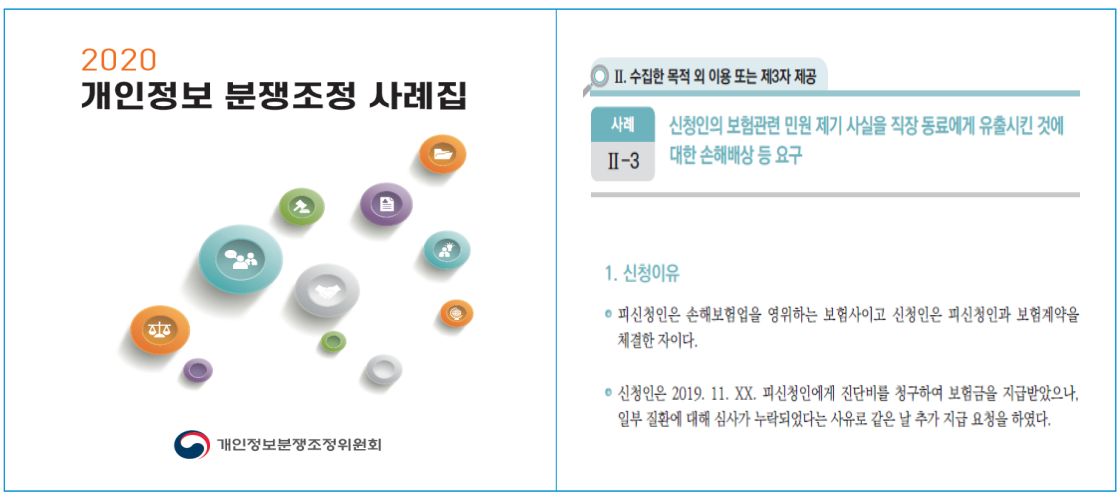
- 연장일수는 분쟁조정위 의결을 거쳐 30일 범위에서 한차례 연장
- 연장사유를 조정부 회부직전 양 당사자 합의의사 표시한 경우, 추가 사실조사가 필요한 경우, 감염병, 천재지변 등 의견진술 곤란한 경우 등으로 한정
- 처리기간 산정은 첫날은 산입하되, 공휴일과 토요일은 제외

누구나 쉽게 이해할 수 있는 개인정보 분쟁조정사례집 발간 및 홍보

개인정보보호위원회는 개인정보 침해 발생을 사전에 방지하고, 침해로 인한 분쟁 발생 시 유사 조정 사례를 참고해 신속하게 분쟁을 해결할 수 있도록 도움을 주고자 주요 조정 사례를 수록한 사례집을 매년 발간하고 있다.

사례집 주요 내용은 개인정보 분쟁조정제도 소개, 개인정보 분쟁조정 처리 현황 통계, 침해 유형별 분쟁조정 사례, 조정 전 합의 사례 개인정보 분쟁조정 FAQs 등이다. 예년과 달리, 2020년 사례집에서는 코로나 검사 사실이 포함된 동향보고서 제출, 인터넷 코로나 관련 기사에 실명 기재한 행위, 코로나 확진 사실을 입주대표자 회장에게 제공한 행위 등 코로나19 관련 특이사례를 담고 있다.

사례집은 정부부처, 지자체, 공공기관, 단체 등의 수요처를 적극 발굴하여 배포처를 2020년 154곳에서 2021년 165곳으로 확대하였고 분쟁조정위원회 누리집에 게시하여 분쟁조정 사례를 쉽게 접근할 수 있도록 하였다.



주요 추진내용 및 경과

- ▸ 최근 4년간 분쟁조정 현황분석 및 개선방안 마련, 분쟁위 보고(4월)
- ▸ 분쟁조정 관련 개인정보보호법 개정안 마련 및 국회제출(연중)
  - 분쟁조정 개인정보보호법 개정안 입법단계별 심사 대응
- ▸ 분쟁조정 내실화를 위한 분쟁조정위원회 운영세칙 개정(5월, 12월)
  - 조정사건의 처리기간 연장, 기간산정 등 세부기준 및 절차 마련
- ▸ 개인정보 분쟁조정사례집 발간(4월) 및 분쟁조정사례 정보제공(연중)

주요 성과

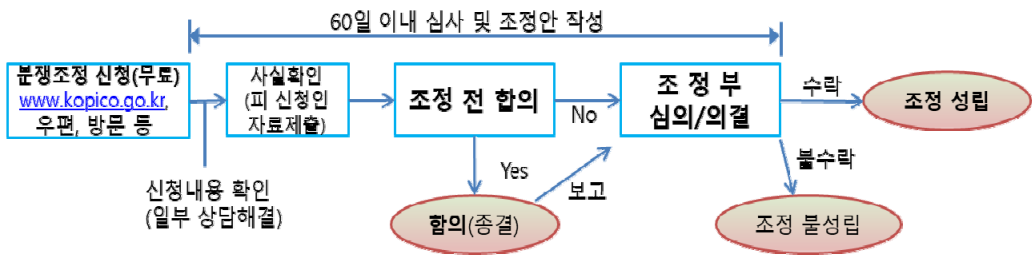
늘어나는 개인정보 침해, 소송없이 문제 해결

비대면 온라인 거래 확대 등으로 개인정보 침해 피해가 꾸준히 증가하는 가운데, 개인정보 분쟁조정제도가 소송없이 문제를 해결해주는 '해결책' 역할을 톡톡히 하고 있다. 2021년에 개인정보 분쟁조정 신청 건수는 총 870건으로 2020년 431건보다 약 두 배 이상 늘어났다.

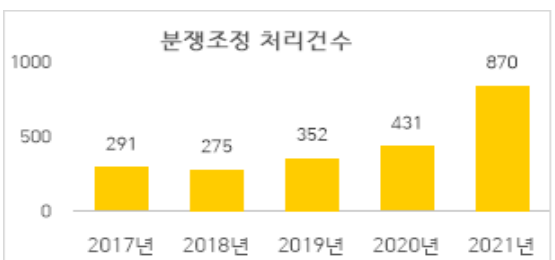
개인정보 관련 분쟁이 발생했을 때 소송을 거치지 않고 원만히 조정할 수 있는 개인정보 분쟁조정제도를 운영하고 있으며, 분쟁조정을 원하는 사람은 누리집·우편·방문 등을 통해 신청할 수

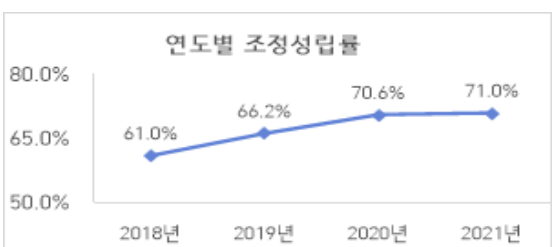
있다. 개인정보 분쟁조정위원회를 통해 결정된 조정내용은 재판상 화해와 동일한 효력이 있다.

개인정보 분쟁조정 절차



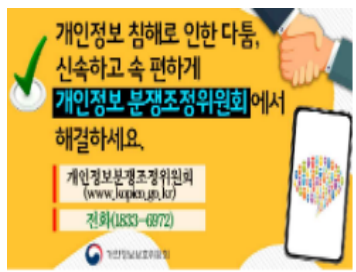
단순히 분쟁조정 신청건수만 증가한 것이 아니라, 당사간 간의 합의에 기초한 사건 해결 정도를 나타내는 조정성립률이 2021년 71%로 2018년(61%) 보다 10%포인트 높아졌다. 실효성 있는 피해구제로 소비자의 개인정보 권리를 보호하는데 기여했다.





개인정보 분쟁조정제도 홍보 강화를 통한 대국민 인지도 제고

전광판, 기획보도 코너를 이용한 분쟁조정업무 홍보, 사례집 발간, 국민생활과 밀접한 분쟁조정 사례 카드 뉴스 제작, 분쟁조정제도 홍보 유튜브 동영상 게재 등 다양한 매체를 통해 분정조정제도 홍보 활동을 적극적으로 하였다. 이를 통해 국민들의 인지도를 높여 개인 정보 주체 권리를 보장하고 피해구제를 강화하고자 했다.

<table>
<tr>
<td>
</td>
<td> 
</td>
<td> </td>
</tr>
<tr>
<td>유튜브</td>
<td>홍보전광판</td>
<td>파이낸셜 언론기획코너</td>
</tr>
</table>

애로사항 및 극복방안

분쟁조정 사례의 정책환류 추진을 위한 노력 지속

분쟁조정사례를 제도개선 등과 연계·환류시킬 수 있는 근거를 운영세칙에 마련했으나, 법적근거 부재로 적극적으로 활용하는데 어려움이 있다. 이에 개인정보 분쟁조정위원회가 개인정보 보호 및 피해방지를 위한 개선의견을 개인정보보호위원회 및 관계 중앙행정기관에 통지할 수 있는 근거를 마련하여 개인정보보호법 개정안에 포함시켰다.

분쟁조정사건의 내용이 개인정보 침해 예방차원의 정책과 연계될 수 있도록, 개인정보보호법 개정안이 조속히 통과될 수 있도록 적극적으로 입법 대응을 추진할 계획이다.

3 국제 거래 및 국내 다국적기업에 대한 시장감시 강화

한국소비자원 시장조사국

추진 배경

해외직구 소비자피해 예방 앞장서다

코로나19 이후 급증한 비대면 소비, 해외 배송 제품의 가격 경쟁력 등에 따라 최근 해외직구 규모는 크게 증가하고 있다. 관세청 자료에 따르면 2021년도 해외직구 수입 건수는 전년 대비 39.0% 증가한 8,838만 건, 이용 금액은 전년 대비 24.1% 증가한 46억 5,835만 달러로 급증했다. 이처럼 전자상거래를 통한 소비자들의 해외직구 이용이 점차 확대되면서 소비자들의 불만이나 피해의 가능성도 증가하고 있다. 한국소비자원 조사에 따르면 해외직구 이용 시 소비자피해가 발생하는 이유는 취소·환급·교환 지연 및 거부, 물품 배송(미배송, 배송지원, 오배송, 파손 등), 제품하자·품질 및 A/S, 위약금·수수료 부당 청구, 연락 두절 등 다양한 피해사례가 발생하고 있다.

해외직구로 인해 피해를 입은 경우, 나라마다 적용하는 법률과 제도가 다르고 교환 및 환불 과정이 까다롭기 때문에 소비자피해 예방이 중요하다. 이에, 한국소비자원은 해외직구 등 국제거래와 국내 다국적기업에 대한 시장감시 기능 강화를 통해 소비자피해를 예방하는 노력을 계속해 오고 있다.

과제 내용

안전한 국제거래 환경 조성

한국소비자원은 해외직구, 구매대행 등 해외구매 규모가 증가함에 따라 소비자들의 안전한 국제거래를 지원하기 위해 소비자불만이나 피해를 예방하고 확산을 방지하는 사전조치에 힘쓰고 있다. 크게 2가지 핵심과제를 중심으로 국제거래 분야 소비자피해를 예방하는 서비스를 제공하고 있다.

첫째, 국제거래 소비자포털(crossborder.kca.go.kr, '15.10 개설) 운영을 통해 국제거래 상담 및 피해 동향을 분석하여 해외구매 이용에 유익한 정보를 제공하고 있다. 즉, 포털이나 1372소비자상담센터에 접수된 국제거래 관련 소비자불만 및 피해를 실시간으로 모니터링하여 사기의심 사이트를 신속하게 공개하고 수시로 피해예방을 위한 주의사항을 제공하고 있다. 또한, 다양한 소비자 대응 템플릿을 제작하여 소비자의 대응능력을 강화하는 한편, 단기간 소비자피해가 다발하는 사업자에 대한 상담 사례와 해외 동향 정보 수집 등을 바탕으로 사실관계를 확인한 후 피해예방주의보를 시의적절하게 발령하는 등 다양한 정보를 소비자에게 제공하고 있다.

둘째, 국제거래 주요 쇼핑몰·사이트 관련 소비자피해 실태를 심층조사하고 해결 대안을 모색하고 있다. 해외 물품·서비스거래 시 주로 이용하는 쇼핑몰, 예약 사이트의 거래조건 및 표시·광고 실태 등 시장 모니터링을 통한 국제거래 환경 개선을 유도하는 노력을 기울이고 있다. 또한, 해외직구 선호도 및 의존도가 높은 품목의 국내외 가격 비교정보를 소비자에게 제공하고 시장 가격경쟁을 유도하는 데도 힘쓰고 있다.

소비자상담 및 피해 사례 모니터링 및 분석, 실태조사 등 시장 모니터링을 하는 과정과 소비자피해예방 정보를 홍보하는 단계에서도 유관기관과의 협업을 통해 사업의 효과성을 제고하고 있다.

추진 절차

사업계획 수립 ⇨ 시장 모니터링 및 실태조사 ⇨ 소비자 정보제공 및 사업자 자율개선 유도

주요 추진내용 및 경과

- 국제거래 소비자상담 동향 분석*('21.3) : '20년 연간 자료 분석
  * 국제거래 소비자포털 및 1372소비자상담센터 접수 건 대상
- 해외 주요 온라인쇼핑몰 모바일앱 거래조건 실태조사 실시('21.6)
- 국내 오픈마켓을 통한 구매대행 실태조사 실시('21.7)
- 해외배송대행 서비스 이용 실태조사 실시('21.7)
- 해외직구 의류(국내외 4개 브랜드 8개 제품) 가격 비교조사('21.10)
- 시니어 해외직구 이용가이드(기초편) 제작 및 배포('21.10)
- 주요 글로벌 OTA 사업자의 취소 정책 정보 공유(연중)
- 국제거래 소비자피해예방 주의보 11건 발령(연중)
- 사기의심 사이트 적극 발굴·공표(연중)
- 상담 다발 사례를 토대로 '상황별 이의제기 영문 템플릿' 제작(연중)
- 해외 소비자기관의 정책동향 정보 제공(연중)

주요 성과

사기 의심 사이트 적극 발굴 및 공표

해외직구 거래가 늘면서 사기 의심 사이트 관련 소비자피해도 지속적으로 끊이지 않고 발생하고 있다. 사기 의심 사이트 관련 피해 유형은 취소·환급 요청을 미루거나 거부하는 사례가 많고 취소·환급 조건이 까다로워서 사전 정보제공이 중요하다. 한국소비자원은 소비자상담 자료 및 소비자 유관기관 정보를 바탕으로 사기성 전자상거래 사이트를 매년 공표하고 있다. 2021년도에 총 233건의 사기 의심 사이트를 공표하였으며, 상담 민원이 빈번한 의류, 신발, 가방, 선글라스 등의 패션품목과 다이어트 식품 등을 중심으로 사기 의심 사이트를 '국제거래 소비자포털'과 공정거래위원에서 운영하는 '소비자24' 홈페이지에 주기적으로 공개하였다.

시기별·이슈별 이슈 및 신규 소비트렌드를 반영한 예방 정보 제공

상담 모니터링을 통해 신규 불만 증가 등 특이 동향을 파악하여 시의적절한 피해예방 정보를 제공하고 있다. 특히, K-pop 온라인 콘서트, 기획상품 피해 급증 등 트렌드를 반영한 정보를 제공하고, 블랙프라이데이 등 거래가 급증하는 특정 시기와 이슈에 맞는 피해예방주의보를 발령하여 소비자피해 확산을 방지하고자 노력하고 있다. 2021년에는 패션브랜드 '아미(ami)'사칭 쇼핑몰, 매트리스 판매업체 '웰트리스', 블랙프라이데이, K-pop 기획상품 소비자피해주의 등의 피해예방주의보를 발령하여 피해다발 이슈에 신속하게 대응하였다.

번호	2021년 피해예방주의보 목록	일시
1	해외 쇼핑몰 '웰트리스(Webttress)' 소비자피해 주의	4.8.
2	유명 패션 브랜드 '아미(ami)' 사칭 해외 온라인 쇼핑몰 소비자피해 주의	5.27.
3	한국소비자원, 12개 해외 소비자기관에 소비자 불만해결 정보 제공	6.21.
4	취미용품 관련 국제거래 소비자상담 지속적으로 증가	7.7.
5	해외 온라인 쇼핑몰 모바일 앱, 국내 맞춤형 정보 부족해	8.18.
6	해외 배송대행 서비스, '미배송·배송지연' 소비자피해 많아	9.8.
7	오픈마켓을 통한 해외구매대행, 취소·환불 관련 정보제공 개선 필요	9.30.
8	특정 이메일 주소를 반복 사용하는 사기의심 사이트 주의해야	11.17.
9	블랙프라이데이 등 해외직구 성수기 소비자피해 주의	11.25.
10	의류 해외직구 시 가격 꼼꼼히 비교해야	12.3.
11	사은품과 연계된 K-POP 기획상품 국제거래 소비자피해 주의	12.10.

국제거래 현안 이슈에 대한 심층조사를 통한 사업자 자율개선 유도

코로나 19로 인해 비대면·온라인 거래의 확산이 지속되는 가운데 오픈마켓의 해외거래 서비스도 확대됨에 따라 소비자 이용이 증가하면서 관련 불만이나 피해도 꾸준히 증가하고 있다. 한국소비자원은 국제거래 관련 피해 예방정보를 제공하는 노력 이외에 최근 피해 증가 분야에 대한 실태조사를 통해 소비자피해 예방을 위한 제도적 보호장치를 마련하는 노력도 병행하였다. 이에 해외직구, 해외 서비스거래 시 주로 이용하는 온라인 쇼핑몰의 거래조건 및 표시·광고 실태조사를 실시하였다. 조사결과 일부 오픈마켓의 경우 취소·환불 조건 정보를 쉽게 찾을 수 없었고, 입점판매 제품 중 '결제완료' 이후에는 취소가 불가하다고 표시하는 등 제품 수령 전의 취소·환불이 제한되는 경우가 많은 것으로 나타났다. 이에 국내 주요 오픈마켓 사업자들과 간담회 등을 통해 조사결과를 공유하여 소비자에게 불합리한 거래조건 및 정보표시를 자진 시정하도록 유도하였다.

사업자 자율개선

- (구매대행) 오픈마켓 플랫폼 사업자의 해외구매대행 청약철회 정보표시 개선(11번가, 쿠팡)
- (배송대행) 표준약관과 부합하도록 배송대행업체 이용약관 개선 및 정보표시 개선(아이포터)
- (직접구매) 국내에 서비스되는 해외 주요 쇼핑몰의 모바일앱 관련 정보 표시 개선(큐텐, 아이허브)

애로사항 및 극복방안

국내외 유관기관과의 협력 강화

국제 전자상거래 관련 피해가 발생 시 국가 간 법·제도·관습의 차이가 있고 강제할 국제법이 없기 때문에 소비자분쟁을 해결하기가 어려운 경우가 많아 사전예방이 중요하다. 이에 공정거래위원회, 관세청 등의 유관기관과의 협업 추진을 통해 블로그·유튜브 등 정보제공 채널을 다양화하여 소비자불만이나 피해에 대한 실태조사 결과 등 피해 예방 정보를 확산하기 위하여 적극적으로 노력하고 있다.

또한, 해외 사기의심 사이트는 원천적인 차단이 불가하여 동일하거나 유사한 사이트로 인한 소비자피해 재발을 근절하기 어려운 실정이다. 향후 국내외 유관기관 협력을 통한 해외 사기의심 사이트 차단 및 피해 예방정보의 효과적 확산 방안을 모색하고 있다.

소비자 역량

4. 수요기반 콘텐츠 개발 및 교육
5. 수요자 맞춤형 품질 비교정보 제공 확대 및 품질 제고
6. 디지털 격차 해소 및 소비자 친화적 디지털 활용 역량 프로그램 강화
7. 바른 식생활·식문화 확산을 위한 생애주기별 맞춤형 식생활 교육 추진

4 수요기반 콘텐츠 개발 및 교육

공정거래위원회 소비자정책과

추진 배경

노인, 장애인 등 취약계층의 소비생활 역량 강화에 앞장서다

복잡하고 빠르게 변화하는 소비환경 속에서 소비자들은 물품이나 서비스를 선택하고 이용하는데 있어 합리적인 소비를 하기는 쉽지 않다. 특히, 온라인·디지털 기술을 활용한 신유형 거래나 신기술을 적용한 새로운 상품 등이 출시되면 새로운 유형의 소비자피해가 발생하고 있는데, 이는 상품에 대한 정보, 거래 조건 등 사업자와 소비자 간의 정보비대칭이 존재하기 때문이다. 소비자교육은 복잡다양한 시장환경 속에서 소비자 스스로 현명하고 합리적인 소비자로 행동할 수 있게 도와줄 수 있다.

공정거래위원회는 소비자들의 합리적인 소비생활에 필요한 역량을 향상시키기 위해 매년 소비자교육을 실시하고 있다. 특히, 최근에는 노인·장애인·어린이 등 소비역량이 취약한 집단을 대상으로 소비자교육을 강화하고 있다. 취약계층 소비자들이 스스로 피해를 예방하고 피해를 경험했을 시 적극적인 피해구제 신청 등 소비자권리를 제대로 행사할 수 있도록 이들을 대상으로 한 교육 사업을 체계적으로 하고 있다.

과제 내용

취약계층 소비자 대상별 특성에 맞는 맞춤 소비자교육

노인·장애인 등 취약계층은 교육 수준이 낮고 정보 습득·이해·활용 능력이 다소 낮아서 소비자 문제를 경험하는 경우가 많고 피해를 입은 경우에도 이를 해결하는 능력이 부족한 경우가 많다. 이에, 공정거래위원회는 매년 노인·주부·결혼이민자·장애인 등 상대적으로 소비자교육의 필요성이 큰 취약계층 소비자를 대상으로 교육 사업계획을 수립하여 실시하고 있다. 교육은 노인·장애인 등의 성인 대상과 초·중등학생 대상으로 구분하여 교육을 제공하였다. 소비자들의 요구를 반영한 교육프로그램을 적절하게 개발하여 추진하기 위해서 소비자교육 경험이 풍부한 소비자단체와 협력체계를 구성하여 교육을 추진했다.

대상별 다양한 형태의 교육기법 활용

소비자교육의 효과를 높이기 위해 교육대상자가 보다 쉽게 교육 내용을 이해하고 흥미를 많이 느끼도록 하기 위해 주입식 강의에서 벗어나 교육대상 집단별 다양한 형태의 교육기법을 개발하여 활용하였다. 또한, 교육대상 집단별 특성에 따라 소규모 맞춤형 또는 통합방식으로 진행하였고, 코로나19 등으로 대면교육이 어려울 경우 비대면·온라인 교육으로 전환하여 교육을 실시하였다.

예를 들어, 노인과 주부를 대상으로는 강의식보다는 동영상 및 역할극 등 참여방식으로 실시하였다, 어린이를 대상으로는 동영상 교재 활용, 교재에는 그림 등을 많이 삽입하여 교육을 진행하였고, 강의식 교육 외에 캠프, 게임, 퀴즈 등 체험식 교육을 실시하여 재미와 흥미를 줄 수 있도록 하였다. 특히, 고령층이 지속적으로 증가하고 비교적 소비활동이 활발한 점을 고려하여 농어촌 등 정보 습득 취약지역에 거주하는 노인과 주부를 대상으로 교육을 확대 실시하였다. 장애인은 청각장애인, 시각장애인 등 장애의 특성과 수준에 맞게 소규모집단으로 구성하고 장애유형별로 동영상 또는 수화통역사를 함께 활용하였다. 또한, 결혼이민자의 경우는 국적별 언어로 된 인터넷 강의 동영상과 교재를 제작하여 활용하였다.

대상별 특성을 고려한 맞춤형 교육

교육내용은 교육대상별 특성을 고려한 피해예방 이슈, 소비자 의식개선, 소비자 책임 및 권리 내용 등을 기본으로 교육하면서 교육대상별 주요 관심 품목 이슈와 최신 소비자 이슈를 추가하여 소비자의 역량과 책임을 강화하고자 하였다.

관심 품목 이슈에 따라 교육대상별로 실시한 교육내용의 예를 들자면, 노인들의 경우 많이 이용하는 건강식품, 의료기기, 상조서비스 등의 구매와 관련하여 주의해야 할 사항과 대처 방법, 비대면 주문의 불편을 해소하기 위한 키오스크 사용법 등에 관련한 교육을 실시했다. 또한, 최근에는 주부들이 재테크에 관심이 많기 때문에 금융·보험 소비자피해 사례 및 피해 예방 요령 등과 관련한 금융소비자교육을 중점적으로 실시하였다. 장애인 대상으로는 다양한 통신서서비와 관련한 피해사례와 전화금융사기 대처 방법을 중점 교육했다.

교육 내용

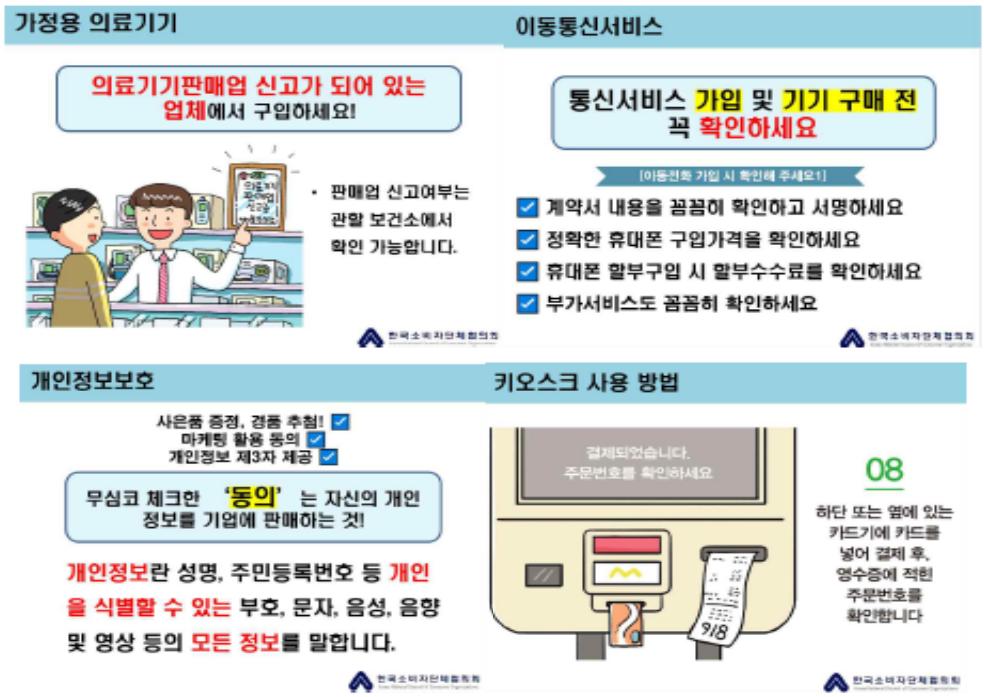
- 소비자권리 : 청약철회권, 미성년자 계약 취소권, 내용증명우편제도
- 관심품목 이슈 : 노인(건강기능식품, 상조서비스, 키오스크 사용법 등), 장애인(통신서비스 할인제도), 주부(금융·보험상품), 결혼이민자(시장익히기), 어린이(인터넷 및 휴대전화 이용, 게임, 화장품 등)
- 최근 소비자이슈 : 전자상거래(소셜커머스, 해외직구 등), 보이스피싱 등
- 소비자로서의 책임 : 비윤리적 소비행동(예약부도, 블랙컨슈머 등)

주요 성과

소비트렌드를 반영, 취약계층 대상 소비자교육 집중 실시

소비행태가 복잡·다양해짐에 따라 교육대상 소비 특성에 맞는 맞춤형 교육이 필요했다. 교육내용은 주로 취약계층 소비자가 많이 경험하는 피해 사례, 피해구제 신청방법, 교육대상별 관심품목 및 최근 소비자이슈 등 매년 변화하는 소비트렌드에 맞춘 교육내용을 구성하여 실시하였다.

교육내용 예시



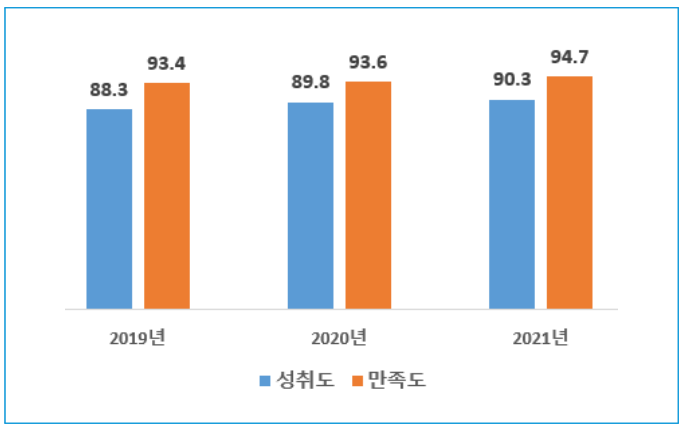
2021년에 어린이, 노인, 주부, 장애인, 결혼이민자, 북한이탈주민 등 취약계층 소비자 총 12,264명을 대상으로 총 524회에 걸쳐 교육을 실시하였다.

교육대상별 교육횟수 및 교육인원(2021년)

교육대상	어린이	노인	주부	장애인	결혼이민자	북한 이탈주민	합계
교육횟수	254	75	40	50	90	15	524
교육대상자 수	4,474	3,467	1,650	992	1,509	172	12,264

소비자교육 만족도 매년 상승

소비자교육의 효과를 높이기 위해 교육집단의 특성을 고려한 교육내용과 동영상 시청, 게임, 퀴즈, 역할극, 캠프 활동 등 다양한 형태의 교육방식 활용을 통해 흥미와 적극적인 참여를 유도하여 교육대상자들의 긍정적인 평가를 이끌어 내고 있으며, 매년 소비자교육의 성취도와 만족도가 상승하고 있다.



소비자교육 종료 후 교육대상자들을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 피해에 대처하는 역량과 교육 전반에 대한 만족도가 매년 꾸준히 상승하고 있는 것으로 나타났다.

애로사항 및 극복방안

코로나19 상황으로 인한 소비자교육 중단 없게

코로나19 상황으로 감염병 확산을 우려하여 교육대상자를 모집하고 대면·집합 교육에 어려움이 있었다. 그러나 코로나19 상황 변화에 따라 대면교육이 어려워진 경우 온라인 교육으로 전환하여 교육이 예정대로 중단없이 진행될 수 있도록 노력하였다.

향후에도 취약계층을 대상으로 온라인과 오프라인 교육이 병행되어 이루어질 수 있도록 온라인 콘텐츠 개발 등 정보격차 해소를 위한 체계적인 교육 추진을 계획하고 있다.

5 수요자 맞춤형 품질 비교정보 제공 확대 및 품질 제고

한국소비자원 시험평가국·시험검사국·시장조사국

추진 배경

소비자가 공감하는 정보를 만들어라

소비자가 물품을 구매하려고 할 때 친구 등 주변 사람, 인터넷 검색 등을 통해 관련 정보를 얻어서 구매하는 경우 종종 후회하거나 피해를 입는 사례가 빈번하다. 이는 물품에 관한 많은 정보를 가지고 있는 사업자에 반해, 소비자들은 합리적인 의사결정에 필요한 정보를 충분히 갖고 있지 못하는 정보의 비대칭 문제가 존재하기 때문이다.

한국소비자원은 사업자와 소비자 간의 정보비대칭 문제를 해소하기 위해 품질 비교정보를 제공하는 사업을 매년 실시하고 있다. 소비자의 올바른 구매·선택에 도움이 되는 신뢰할 수 있고 유용한 정보를 제공하기 위해 품질 비교정보 생산 과정에 소비자의 의견을 적극 반영하고 있다.

아울러, 소비자에게 품질 비교정보를 제공하는데 그치지 않고 객관적이고 공정한 평가를 토대로 사업자의 자발적인 품질 개선 및 소관부처의 제도개선을 유도하는 등 건전한 시장환경 조성을 위해 많은 노력을 기울이고 있다.

과제 내용

소비자 공감형 품질 비교정보 생산 및 제공

한국소비자원은 매년 변화하는 소비트렌드를 반영하여 소비자의 수요가 많고 국민생활과 밀접한 품목을 중심으로 품질 비교정보를 생산·제공하고 있다.

품질 비교정보 생산에 국민 참여 확대

최근에는 코로나19로 변화된 국민의 일상과 소비패턴을 반영한 품목에 대한 품질 비교정보를 제공하기 위해 생산 과정부터 국민참여를 확대하고 있다. 예를 들어, 비교정보 품목 선정 단계에 소비자 관심 품목에 대한 선호도 조사, 국민참여 이벤트 등 소비환경 변화에 따른 정보 수요를 분석하고 과제 기획 시에는 상품 및 서비스별 소비자의 구매·사용실태에 관한 설문조사를 실시하여 그 결과를 실제 시험·조사 항목 및 평가요소에 반영하고 소비자단체 참여를 확대하여 소비자중심 평가를 강화했다.

또한, 품질비교 제공정보의 신뢰성 확보를 위해 이해관계자 의견수렴(사업자간담회), 외부 전문가의 사전·사후 평가회의 절차 등을 거치고 있다.

이러한 과정을 통해 생산된 품질 비교정보는 소비자의 합리적인 소비를 지원하는 한편, 도출된 문제점은 사업자의 자발적인 품질 개선으로 연결되고 있다.

추진 절차

국민이 체감할 수 있는 품질 비교정보 제공

품목선정 (시장조사)	계획수립 (시료구입)	시험·조사 및 평가 (결과보고)	결과 공표 (사후조치)
• 소비자 니즈 조사 • 원내외 의견수렴 • 국내외 정보 및 사례 수집	• 시험·조사 방향 설정 • 시험·조사 항목 및 방법 설계	• 외부기관 협업 • 사업자 간담회 • 전문위원회 개최 • 소비자 대표 참여	• 소비자 정보 제공 • 사업자 시정권고 • 제도개선 요청

주요 추진내용 및 경과

- 소비자 선호도 조사 확대('20년 1,000명→'21년 2,000명) (연중)
- 품복별 소비자 관심사항 및 사용실태 설문조사 실시 (연중)
- 소비자상담(1372), 위해사례(CISS) 등 소비자 상담 및 해외 상품 정보 수집·분석 (연중)
- 상품 및 서비스 비교정보의 객관성 검증 (연중)

  * 시험기획검토위원회, 사전·사후 평가 전문위원회 개최
- 상품 및 서비스 비교정보 제공 (연중)

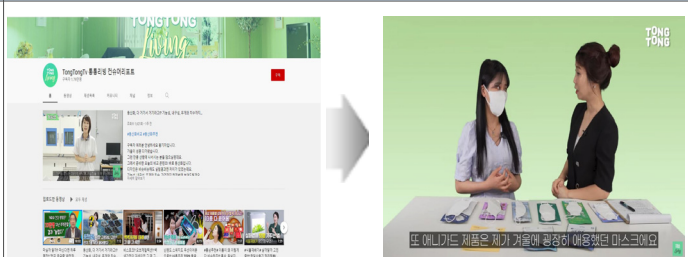
  * 언론 보도 및 공정거래위원회가 운영하는 '소비자24' 홈페이지 내 비교공감에 등록('21년 15개 품목)
- 사업자의 자율적인 품질 개선 유도 (연중)

  * 홍삼, 공기청정기 등 품질·안전성 미흡 품목에 대한 사업자 개선조치

주요 성과

다양한 매체를 활용한 품질 비교정보 접근성 강화

품질 비교정보는 언론홍보와 함께 '소비자24' 홈페이지 게재, 카드뉴스, 유튜브, 통통TV 등 소비자 친화적인 다양한 매체를 통해 제공함으로써 많은 국민들이 쉽게 이용할 수 있도록 접근성을 지속적으로 강화해 왔다.

비교정보 언론홍보(KF94마스크)	유튜브 채널, 통통TV
	

비교공감 품질 비교정보, 소비자의 유용성 높아

한국소비자원은 소비자단체와 함께 2012년부터 공정거래위원회가 주관하는 비교공감 사업에 참여하고 있다. 비교공감은 '소비자24' 홈페이지 내의 '비교공감' 란에 소비자 관심이 높은 품목의 시험평가 결과 형태로 제공되기 때문에 정보의 정확성, 객관성, 신뢰성이 중요하다.

2021년에 비교공감을 통해 발표한 품질 비교정보는 코로나19 관련 위생가전·용품, 건강식품 등 15개 품목이었다.

실제로, 해당 정보를 접한 경험이 있는 소비자 600명을 대상으로 효과성을 조사한 결과, 제품 구매 시 도움이 되는 유용한 정보라는 소비자가 92.2%로 높게 나타났다.

비교공감 정보제공 목록		
발열조끼(1.18.)	비교공스마트 도어록(2.9.)	주방용 세제(3.11.)
피부적외선 체온계(7.6.)	KF94 마스크(7.27)	짜장·비빔라면(8.3.)
블루투스 이어폰(8.26.)	홍삼(9.7.)	등산화(9.29.)
전동킥보드(10.12.)	주방용 다목적 세정제(11.3.)	형광램프 대체형 LED램프(11.18.)
공기청정기(12.6.)	식기세척기(12.15.)	무선청소기(12.27.)

사업자의 자발적 시정 유도를 통한 소비자권익 제고

객관적인 시험평가에 기반하여 품질 미흡, 표시기준 위반 등 문제점이 발견된 제품(홍삼, 공기청정기 등)은 간담회를 통해 사업자와 평가결과를 공유하고 사업자의 자발적인 시정조치를 유도하여 시장환경 개선과 소비자권익 증진에 기여했다.

사업자 자율개선 유도 사례

품 목	내 용
홍삼	(문제점) 기능성분 함량 표시기준 미달 (개선) 기능성분 표시 개선
블루투스 이어폰	(문제점) 장시간 착용 시 귀 염증 유발 (개선) 귀 염증 주의 문구 관련 표시 개선
공기청정기	(문제점) CO_2 배출량, 연간 에너지소비 등 표시 허용오차범위 초과 (개선) 에너지효율등급 표시 및 유해가스 제거효율 성능 개선

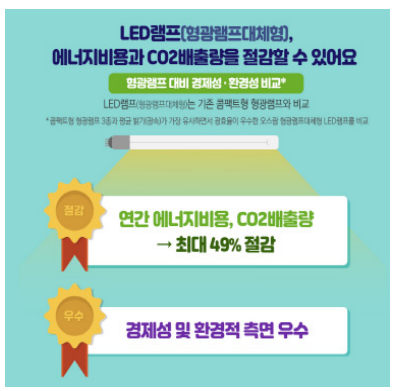
우수 중소기업 제품 발굴 및 경쟁력 강화 지원

품질 성능이 우수하고, 경제성을 겸비한 우수 중소기업 제품에 대한 정보제공은 소비자의 비용 편익뿐만 아니라 중소기업의 매출 확대 등 경쟁력 제고에 기여했다.

유통 제품 친환경성 평가 확대

탄소중립 등 정부의 친환경 정책을 지원하기 위해 유통 제품의 친환경성 평가를 강화하고 그 결과를 소비자 정보로 제공하여 지속가능한 친환경 소비문화 확산을 유도했다.

식기세척기



LED램프

애로사항 및 극복방안

빠르게 변화하는 시장환경에 따라 정보제공 적시성 강화

기술발전으로 신제품 출시 시기가 빨라지는 등 소비트렌드 변화가 가속됨에 따라 시장상황과 비교정보 제공의 시기적 불일치가 발생할 우려가 있다. 또한, 위생가전·용품, 건강기능식품, 신기술 적용 제품 등 소비자 관심 품목에 대한 정보 수요가 지속적으로 증가하고 있다.

이에 소비자 관심 품목에 대한 비교정보를 지속적으로 확대 생산하고 신기술 적용 제품 등에 대한 정보 제공 주기를 단축시키기 위해 전문인력을 확충하고 품질 비교정보 생산체계를 개선하는 노력을 강화할 계획이다.

6 디지털 격차 해소 및 소비자 친화적 디지털 활용 역량 프로그램

과학기술정보통신부 정보통신정책관 디지털포용정책팀

추진 배경

디지털 시대 범국민 디지털 역량 강화

코로나19의 장기화로 일상의 비대면화가 계속되면서 인터넷 쇼핑, 모바일 금융 거래, 키오스크 등 소비생활 행태가 인터넷·모바일 중심으로 급격하게 재편되었고, 이제 디지털 역량은 단순한 불편함을 넘어서 사회적 생존과 직결되게 되었다.

한국지능정보사회진흥원 조사에 따르면, 코로나19가 본격화되기 시작한 2020년 디지털정보격차는 72.7%로,저소득층·장애인·농어민·고령층 등의 디지털 접근 및 이용 수준이 일반국민과 상당한 격차를 보이고 있어 이들 디지털 취약계층의 소비생활에 상당한 제약이 있을 것으로 보인다. 또한, 일반국민 역시 디지털시대의 디지털 과의존 문제와 각종 디지털 범죄에 노출되고 있어 전국민적인 디지털 역량 강화가 필요하게 되었다.

이에, 과학기술정보통신부는 소비생활의 디지털 전환기를 맞아 맞춤형 디지털 교육을 통한 취약계층 디지털 격차 해소 및 소비자 디지털 역량 강화를 위한 사업을 추진하고 있다. 특히 기존 취약계층을 중심으로 한 PC교육 위주에서, 사업의 효과와 활용성을 높이기 위하여 사업대상을 확대하고 콘텐츠를 강화하는 노력을 기울이게 되었다.

과제 내용

누구나, 가까이서, 필요한 교육을 받을 수 있도록

과학기술정보통신부는 ①국민 누구나, ②일상생활에 필요한 기본 역량부터 실생활 교육까지, ③집 근처에서 편하게 받을 수 있는 디지털 종합 역량 교육의 필요성을 인식하고 이를 목표로 설정하고 디지털 역량 활용 역량 강하 사업을 추진했다.

첫째, 17개 지자체와 협업하여 주민센터, 평생학습관 등 생활공간을 활용한 '디지털배움터'를 연간 1,000개소 운영하여 수준별 디지털 교육을 제공하였으며, 둘째, 기존 PC교육 중심에서 모바일 실생활 중심의 교육을 실시하고, 기초-생활-심화 등 수준별 교육을 구성하여 교육의 활용성과 효과성을 높이고자 하였다.

과정	교육목적	교육내용
디지털 기초	디지털을 알고, 친숙해지기	스마트 기기(스마트폰, 태블릿, AI스피커 등), 화상회의 솔루션, SNS 등의 기초 디지털 사용법 교육
디지털 생활	생활에서 자주 사용되고 경제·사회 활동에 도움이 되는 디지털 익히기	모바일 교통, 금융, 전자정부, 공공서비스 등
디지털 심화	스스로 가치창출이 가능하고 경제·사회 활동과 직결되는 프로그램 익히기	스마트 오피스(한글, 엑셀, 포토샵), 각종 자격증, 기초 코딩 등

셋째, 배움터 운영기간 확대, 기초-생활교육 비중 상향, 디지털 취약계층 맞춤형 프로그램 일정 비중 이상 편성 등을 통하여 교육 수혜대상을 확대하고 취약계층 교육을 강화하였다.

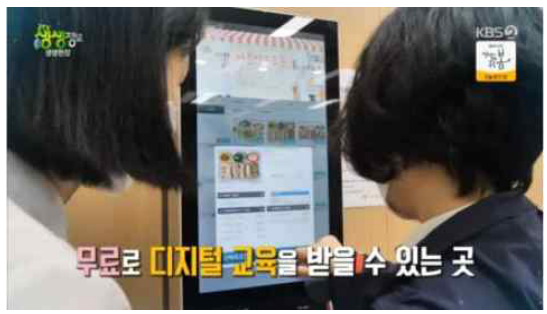
이상의 노력을 통하여 가능한 많은 국민이, 필요한 교육을, 어디서나 받을 수 있는 환경을 조성하는데 큰 기여를 하였다.

추진 절차

사업기획, 시행계획 수립	과학기술정보통신부
▼	
사업계획 통보	과학기술정보통신부 → NIA
▼	
수행계획서 제출 및 검토	NIA → 과학기술정보통신부
▼	
협약 체결 및 사업비 교부	과학기술정보통신부 → NIA
▼	
사업수행	NIA → 사업자(교육기관 등) → 수혜자
▼	
실적평가 및 사업종료	과학기술정보통신부

추진내용 및 경과

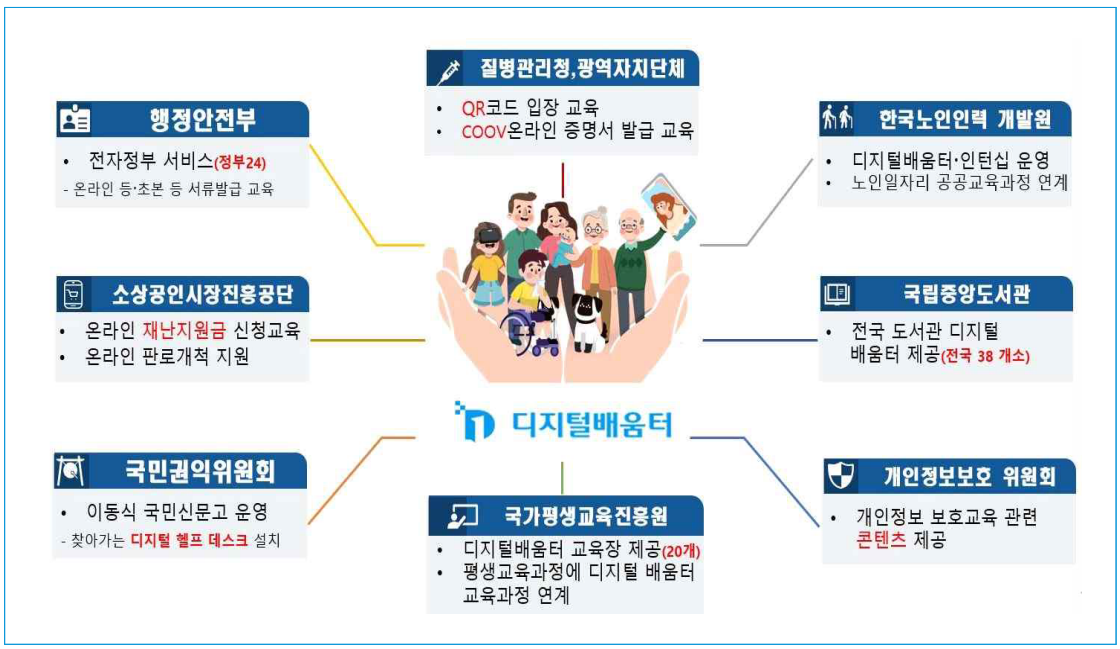
- 디지털 배움터 지자체 협의
  * 모든 시·군·구 주민·소비자가 교육에 참여할 수 있는 환경 조성을 위하여 광역·기초 지자체가 참여하는 온라인 회의 총 3회 개최
- 디지털 배움터 사업자 선정 및 교육 추진
  * 국립중앙도서관, 한국장애인개발원, 소상공인시장진흥공단 등 6개 기관 참여, ① 교육수요 발굴 및 연계, ② 교육 콘텐츠 공동 활용, ③ 교육장소 제공 등 협력
- 디지털 배움터 현장 점검 및 간담회 추진
  * 과기정통부-NIA-17개 광역시·도 합동 디지털배움터 현장점검을 통한 사업 이해관계자 및 교육생 의견(교육환경, 만족도 등) 청취
- 디지털 교육 콘텐츠 제작 및 지역별 성과보고회 개최
  * 장애인(점자·수어·오디오북), 다문화 가정(다국어 자막) 등 취약계층의 접근성이 보장된 교육 콘텐츠 개발·보급(32종)
  * 17개 광역지자체, 226개 기초지자체 참여 디지털배움터 1,033곳 운영, 지역 주민 등 65만명 교육, 교육생 만족도 97.3점(목표 80점) 달성

대국민 홍보	
	
KTV 한국판뉴딜 나의 뉴딜(6.20)	KBS2 생생정보(6.21)
제주JIBS 클릭! NOW제주(6.25)	KTV PD리포트 이슈本 (7.18)

주요 성과

정부부처·유관기관 연계를 통한 다양한 교육 제공

과학기술정보통신부는 과제를 추진하는 과정에서 '디지털 배움터'와 관련하여 행안부(전자정부 서비스), 질병청(QR코드 입장, 백신 앱(COOV이용)), 권익위(국민신문고), 중기부(소상공인 재난지원금 지급) 등 유관부처와 연계하여 다양한 디지털 교육 서비스를 제공하였으며, 소상공인시장진흥공단, 한국사회복지협의회, 한국노인인력개발원 등 8개 유관기관과 MoU를 통해 교육수요 발굴 및 콘텐츠 연계를 위한 협력을 강화하였다.



전국민 디지털 안전망 구축

사업의 추진과정에서 전국 17개 광역지자체와 226개 기초지자체가 모두 참여하였으며, 디지털 배움터 1,033곳이 운영되었다. 이를 통하여 지역 주민 등 65만명 이상을 대상으로 한 교육이 추진되어 명실상부 전국민의 디지털 역량 향상을 위한 대규모의 교육이 실시된 것으로 볼 수 있으며, 교육을 통하여 전국민의 디지털 역량이 강화되는 성과를 거두었다.

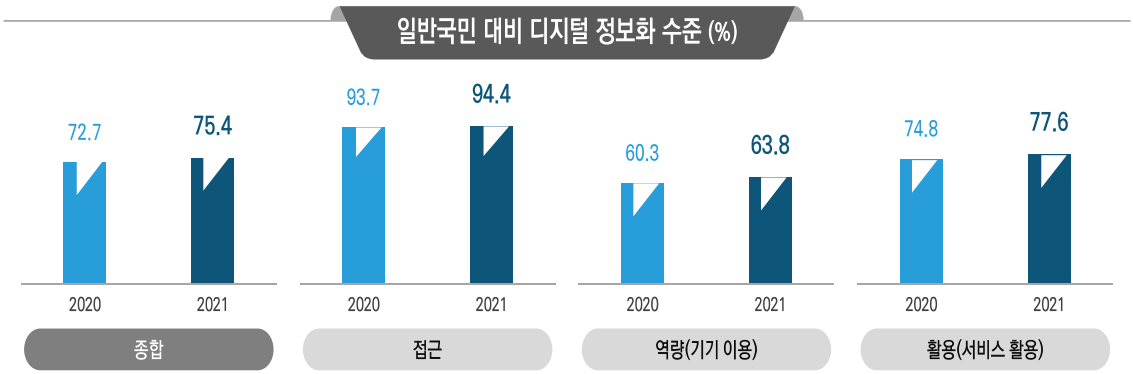
교육의 규모뿐만 아니라. 질적인 측면에서도 교육생의 디지털 역량 향상도 28.8%(목표 27.1%), 교육생 만족도 97.3%(목표 80%)를 달성하였다. 이를 통하여 본 사업은 전 국민의 디지털 안전망을 구축하는 역할을 충실하게 하고 있으며, 매년 소기의 성과가 누적되고 있는 것으로 볼 수 있다.

취약계층 디지털 정보화 수준 향상

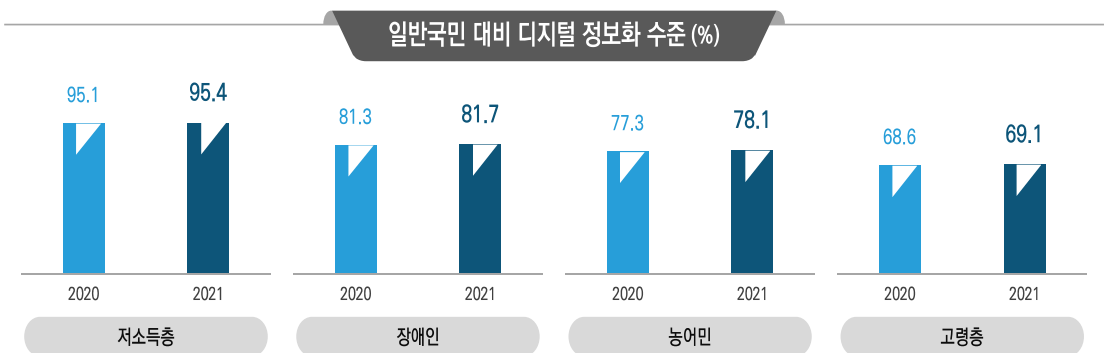
취약계층의 디지털 격차를 줄이기 위한 지속적인 노력은 매년 실시되고 있는 '디지털정보격차 실태조사'를 통하여 그 효과성이 입증되고 있다. '21년 일반국민 대비 디지털 취약계층의 디지털 정보화 수준은 75.4%로 전년(72.7%) 대비 2.7%p 개선된 것으로 나타났으며, 5개년 연속 상승하는 추세로 나타났다.

디지털정보화수준(종합) = 접근수준(20%) + 역량수준(40%) + 활용수준(40%)
- 접근 수준 : 컴퓨터·모바일 기기 보유 여부, 인터넷 접속 가능성
- 역량 수준 : 컴퓨터·모바일 기기 기본 이용 능력
- 활용 수준 : 인터넷 이용 여부, 인터넷 서비스 이용 다양성, 심화 활용 정보

부문별로 봤을 때도 전 부분에서 전년 대비 향상된 수준을 나타내고 있다.



계층별로 살펴보면, 저소득층은 95.4%(+0.3%p), 장애인은 81.7% (+0.4%p), 농어민은 78.1% (+0.8%p), 고령층(55세 이상)은 69.1%(+0.5%p)로, 모든 계층에서 정보화 수준이 전년 대비 향상되었다.



애로사항 및 극복방안

디지털 역량 강화 사각지대 해소를 위한 정책적·제도적 노력

과학기술정보통신부가 보다 많은 국민에게 광범위한 교육을 실시하기 위해서는, 지역 주민이 교육에 참여할 수 있도록 기초지자체의 협력이 필요하였다. 그러나 전년도 사업수행 경과 참여하지 않는 기초지자체가 일부 있었으므로 '21년도 사업추진과정에서는 이를 극복하기 위하여 광역·기초자치단체가 모두 참여하는 회의를 연초에 3회 실시하여 전국 모든 지자체가 참여할 수 있도록 하였다.

또한 지역·개인간 디지털 격차를 해소할 수 있는 제도적 기반 마련이 필요하다는 인식하에, 관련 정책의 효과적 수립 및 체계적 시행을 위한 법적 기반을 마련하기 위한 노력을 지속하고 있다.

7 바른 식생활·식문화 확산을 위한 생애주기별 맞춤형 식생활 교육 추진

농림축산식품부 식생활소비정책과

추진 배경

건강한 대한민국, 취약계층부터 미래세대까지

식생활의 서구화와 불규칙한 식습관으로 인한 비만, 영양문제, 성인병 등으로 의료비용 지출이 증가하고 먹거리와 우리 농업과의 연계가 약해짐에 따라, 지속가능한 식생활에 대한 국민 인식을 제고 할 필요가 있었다.

농림축산식품부는 지속가능한 식생활 실천 확산을 위해 환경·건강·배려를 핵심 가치로 한 「제3차 식생활교육 기본계획(2020~2024년)」을 마련하였다. 이를 바탕으로 우리 농업과 환경의 가치에 대한 인식을 제고하면서 국민들의 건강도 챙기는 일석이조의 정책을 추진하고자 많은 노력을 기울였다.

▸ 지속가능한 식생활이란 식품의 생산부터 소비까지 전 과정에서 환경에 미치는 영향을 최소화 하고(환경), 건강한 삶을 위해 신선하고 안전한 제철 식재료를 활용한 균형 잡힌 한국형 식생활을 실천하며(건강), 다양한 식생활 체험을 바탕으로 자연과 타인에 대한 배려와 감사를 실천(배려)하는 것을 말한다.

국민들이 바른 먹거리를 선택하고 바른 식생활을 영위하도록 함으로써 건강한 대한민국을 만들고자 식생활 교육을 중점을 두고 추진했다. 특히, 우리나라를 책임질 미래세대인 영·유아층부터 고령 인구층, 군 장병들까지 다양한 계층의 삶을 고려한 맞춤형 식생활 교육을 추진하고 있다.

과제 내용

바른 식생활·식습관 개선을 위한 생애주기별 맞춤형 교육

바른 식생활, 식습관 개선을 돕기 위한 교육을 계획하고 교육대상별로 맞춤형 교구, 교재, 체험활동 등을 개발하여 교육 프로그램을 운영하였다. 교육 추진은 농림축산식품부가 기본계획 수립 등 정책을 총괄·관리하고, 지자체·식생활교육지원센터·농림수산교육문화정보원 등과 협력을 확대하여 추진했다.

미래 세대를 위한 맞춤형 프로그램

먼저 우리나라의 미래를 책임질 미래세대의 농업 및 환경에 대한 친밀감을 높이고 건강한 식습관 형성을 지원하기 위해서 어린이집의 영·유아를 대상으로 건강한 먹거리에 익숙해질 수 있는 미각 개발, 편식 예방 교육을 중심으로 우리 먹거리를 체험해 볼 수 있도록 텃밭 등 체험형 식생활교육을 지원했다.

초등학생 이상 청소년들을 대상으로는 학교 방과 후 교실, 창의적 체험활동, 자유학기(년)제를 활용한 식생활 교육을 진행하고 텃밭이나 농촌체험을 연계해 지속가능한 식생활에 대한 교육을 실시했다.

군인 및 고령자, 식생활교육 전문인력 대상의 맞춤형 프로그램

군장병을 대상으로 건강한 식생활 실천 교육을, 노령층을 대상으로는 식생활 개선을 통한 건강 개선 교육을 진행하는 한편, 식생활 교육기관을 활용해 미래세대가 교육기관 내에서 상시적으로 바른 식생활을 영위할 수 있게끔 영양(교)사, 보육교사 및 식생활교육 전문인력을 대상으로 교육 프로그램을 진행하였다.

주요 추진내용 및 경과

- ’21년도 식생활교육지원사업 기본계획 수립 및 국민식생활실태조사 완료(’21. 1월)
- 영·유아 대상 맞춤형 식생활교육 프로그램 운영(4~12월, 1,046명 교육)
- 초등학생 등 청소년 대상 맞춤형 식생활교육 프로그램 운영(4~12월)
  - 17개 지자체별 방과후교실, 창의적 체험활동, 자유학기제를 활용한 식생활 교육(텃밭·농촌체험 포함, 11만명 교육)
  - 초등학생 대상 비대면 자립형 식생활 교육 운영 및 교재 개발(초등·돌봄기관 34개소 대상, 500여명 교육)
- 17개 지자체의 고령자 대상 식생활·건강개선 교육 및 교육자료 제작 배포(4~12월, 2만 2천명)
- 영양(교)사 온라인 식생활교육 과정 운영(4~11월, 17,201명 수강)
- 농촌의 다양한 식생활 교육·체험 기회 확대를 위한 우수 농촌 식생활 체험공간 및 교육기관 지정(7~12월, 체험공간 24개/교육기관 2개 확대)
- 군 장병 대상 찾아가는 맞춤형 식생활 교육 실시(7~12월, 800여명에게 교육자료 배포)
- 식생활교육 온라인 박람회 및 전국민 캠페인(3만명 참여), 군장병 조리경영대회 개최 등 지원(11월)
- 식품영양정보 DB구축 및 식생활교육 종합정보 플랫폼 개편 및 운영 활성화(7~12월)
- 대한민국 식생활교육대상 개최로 우수사례 발굴 및 확산(11월)

주요 성과

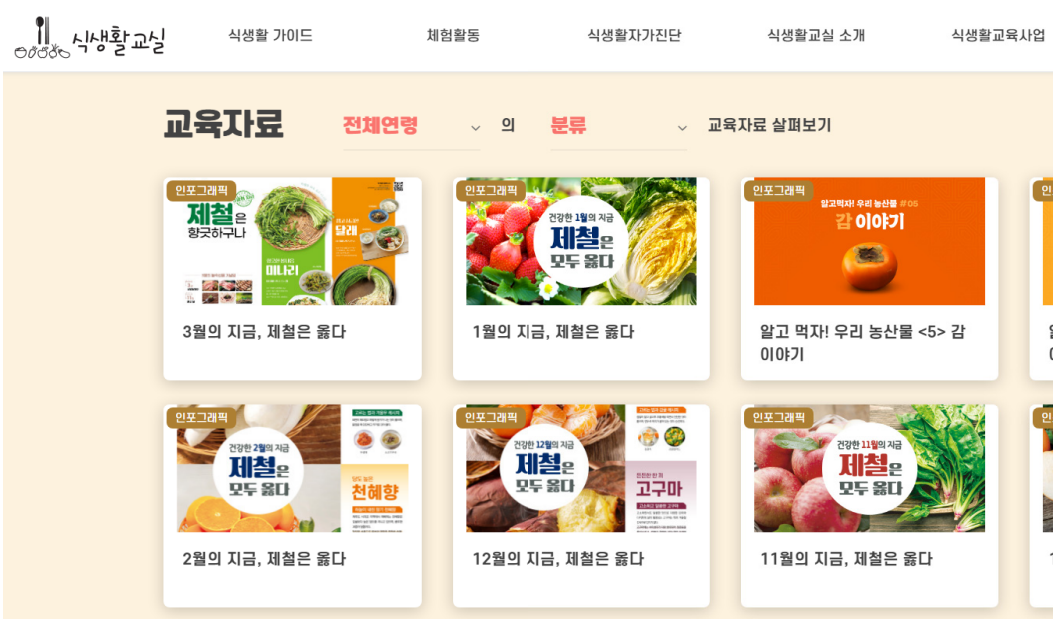
생애주기별·취약계층별 교육자료 개발 및 통합 맞춤형 정보 제공

바른 식생활·식문화 확산을 위해 영·유아, 어린이, 청소년, 노령층, 군인, 1인 청년 가구 등 생애주기별·취약계층별로 표준화된 맞춤형 교육자료를 개발하였다.

또한, 유관기관과의 협업을 통해서 식생활 관련 교육자료를 수집하고 식생활교육 종합정보 플랫폼을 통해 공공·민간의 식생활교육에서 활용을 확대하였다.

생애주기별 맞춤형 식생활 교육

식생활 교육정보 온라인 플랫폼 식생활 교실(www.foodlife-edu.or.kr)



식생활 교육을 통해 농업과 환경의 공익 가치 확산에 기여

우리 땅에서 길러진 농작물의 소중함과 지속가능한 식생활이라는 개념을 자연스레 배울 수 있도록 하고 장기적으로 우리 농식품 산업 기반을 공고히 하기 위해 텃밭·농촌체험이 연계된 교육을 제공하였다.

지역농산물을 활용하여 교육 프로그램을 진행하거나, 지역 보유자원을 활용하여 전통 식문화를 체험해 보는 기회는 개인의 건강을 위한 바른 식생활에서 발전하여 농업과 환경의 공익적 가치에 대한 국민 인식을 제고하는데 기여를 했다.

식생활 교육 참여자를 대상으로 교육 전·후 인식개선과 행동변화를 조사한 결과, 식생활교육에 대한 국민 관심도 및 농업과 환경의 공익적 가치확산 등 지속가능 식생활에 대한 국민 인식이 전반적으로 상승한 것으로 나타났다.

문항	사전	사후	증감
농업·농촌체험 필요 여부	66.6	83.7	17.1
생산자 역할 중요성	75.4	85.5	10.1
지역 농산물 우선 구매	67.1	74.9	7.8
전통 식문화 관심	70.9	73.4	2.5
지속가능한 식생활 관심	73.4	78.7	5.3

애로사항 및 극복방안

식생활교육 차질 없게 진행 노력

코로나19에 대한 방역지침에 따라 어린이집·유치원·학교 등 식생활 대면 교육을 추진하는데 어려움을 겪었다. 빠르게 원격수업으로 사업을 전환하여 교육이 예정대로 중단없이 진행될 수 있도록 노력하였다. 농산물꾸러미, 텃밭키트 등을 활용하여 비대면 식생활교육의 실효성을 높이고자 하였다.

교육내용을 효과적으로 전달할 수 있는 전문인력의 양성

교육·체험활동을 강의하기 위한 인력 양성 시스템이 다소 미비하고 현장 식생활교육 전문인력에 대한 표준화된 교육이 잘 이루어지지 못한 측면이 있어 교육 추진에 다소 어려움이 있었다. 향후에는 식생활교육 전문인력 역량 강화 프로그램 운영을 보다 체계적으로 운영할 계획이다.

소비자 안전

8. IOT·융복합 신제품의 소비자 안전성 확보 강화
9. 소비자 위해 제품 리콜 이행력 제고

8 IOT·융복합 신제품의 소비자 안전성 확보 강화 – 안전한 3D프린팅 이용환경 조성 –

과학기술정보통신부 ICT신산업육성팀

추진 배경

3D프린터, 누구나 어디서나 안전하게 사용

3D프린터를 아직 사용해보지 못한 사람은 있겠지만, 그 이름이 생소한 사람은 없을 듯하다. 4차 산업혁명 시대 속 제조산업의 패러다임을 변화시킬 핵심 기술로 대우받는 3D프린팅은 기성세대보다 우리나라의 미래를 책임질 미래세대인 초등학생들에게 더 익숙할지 모른다. 3D프린팅 기술을 이용해 좋아하는 캐릭터를 만들거나, 직접 필요한 물건을 만들어 사용하는 등 3D프린팅 기술은 일상 속에 친숙한 기술이 되고 있다.

3D프린팅 기술이 주요 제조산업 군에 빠르게 확산되며 관련 활용이 확대되고 있고, 최근에는 교육용 목적으로 학교 등 공공영역에서 3D프린팅 이용이 증가함에 따라 3D프린팅 안전 이슈에 대한 관심도 증가하고 있다. 이에, 과학기술정보통신부는 3D프린팅 안전교육 시행 및 안전 이용 가이드라인 배포 등 3D프린팅 이용자의 안전 확보를 위한 노력을 강화해 오고 있다.

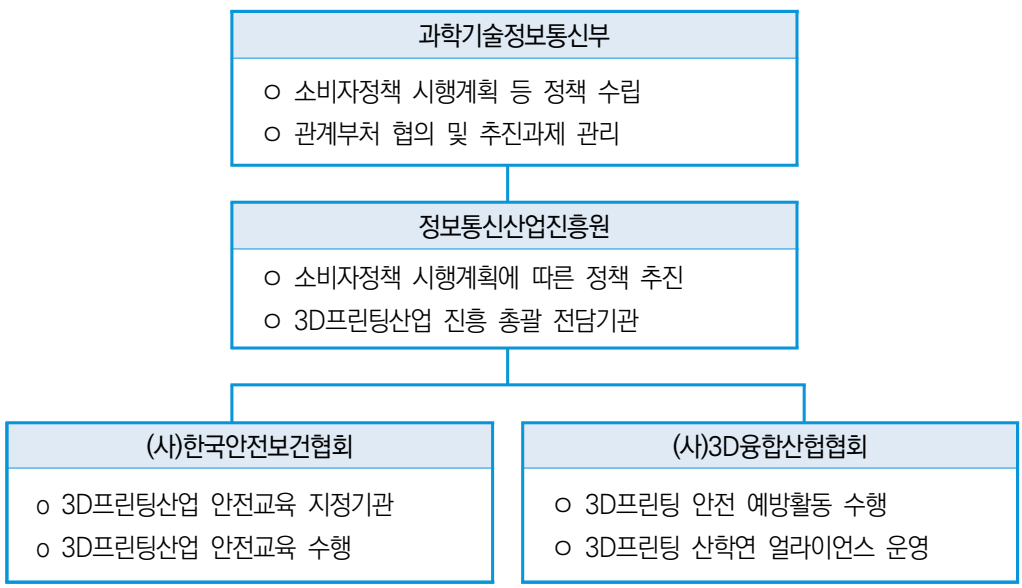
과제 내용

3D프린팅 이용자 안전교육 확대 및 안전한 작업환경 조성

과학기술정보통신부는 3D프린팅의 안전한 이용환경 조성과 안전사고 예방을 위한 정책을 추진하고 제도도 정비하는 노력을 다방면으로 추진해왔다.

3D프린팅 이용자 안전교육을 확대·강화하는 차원에서 3D프린팅 이용자에 대한 산업안전교육을 산업 종사자뿐만 아니라, 일반인들을 대상으로 한 교육과정도 개설하고 운영하였다. 또한, 3D프린팅 이용기관들을 대상으로 실태조사를 수행하고, 이를 기반으로 3D프린터 이용자 안전을 위한 가이드를 제작하고 배포 및 홍보하는 역할도 적극적으로 수행했다. 이외에 안전이 취약할 것으로 우려되는 기관을 대상으로 현장 컨설팅을 실시하여 안전한 이용을 위한 기반 조성에도 힘썼다.

추진체계



추진내용 및 경과

- 3D프린팅산업안전교육 계획수립 및 실시(2021. 1~12월)
- 3D프린팅 안전이용 가이드라인 개정(3월)
- 3D프린팅 이용현황조사(5~6월)
- 3D프린팅 산학연 얼라이언스 구축 및 운영(7~12월)
- 3D프린팅 안전교육 고시개정(9월)
- 3D프린팅 안전 홍보활동 수행(9~12월)

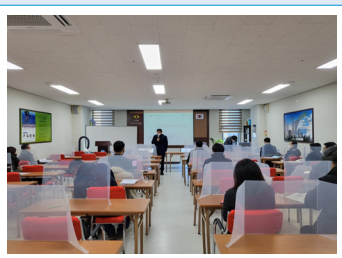
주요 성과

3D프린팅 안전교육 확대

3D프린팅산업 종사자뿐 아니라 초·중·고 학생들을 중심으로 일반 국민들의 3D프린터 사용도 많아지면서 산업 종사자의 안전 확보를 위해 사업자 대상으로 진행했던 안전교육의 대상 범위를 일반인으로 확대하였다. 즉, 교사 등 일반인 안전교육 수요 증가에 따라 일반인 교육과정을 개설하고 확대 운영했다.

안전교육 제공을 확대함에 따라 2020년 362명이었던 교육 수료 인원은 2021년에는 3,563명으로 약 10배가량 증가하였다. 또한, 안전교육의 양적 성장뿐만 아니라 질적 효과도 있는 것으로 나타났다. 안전교육을 이수한 수료자들을 대상으로 교육 만족도를 조사한 결과, 평균 90.06점으로 교육생 만족도가 높게 나타났다.

〈3D프린팅 산업안전교육〉

과정 개발	교육 운영	강사 양성
		

유관기관과의 협조체계를 통한 안전 예방 강화

3D프린팅 이용 관련 안전을 강화하기 위해 고용노동부, 교육부, 산업통상자원부, 중소벤처기업부, 환경부 등의 관계부처와의 협력체계를 구축했다.

분기별로 회의를 개최하여 3D프린팅 이용을 위한 안전대책 마련을 위한 부처별 관련 추진현황을 점검하고 안전대책을 세우기 위한 세부 과제별 추진현황 및 향후의 계획을 논의하고 점검하여 여러 가지 개선책을 마련했다.

공공조달 구매 물품에 주의사항 표시 의무화 추진 및 3D프린팅 이용 10대 안전수칙

공공부문의 3D프린팅 관련 장비·소재 도입이 증가하고 관련 안전 이슈가 부각됨에 따라 학생과 일반국민의 안전의식을 환기하고 안전한 3D프린팅 이용 방법을 안내할 필요가 있었다. 이에 과학기술정보통신부와 조달청은 '공공조달 구매물품에 대한 3D프린터 주의사항 표시 의무화' 제도를 추진했다.

공공조달 계약업체는 납품하는 3D프린터에 정부에서 제공하는 안전 주의 스티커를 부착하여야 하고, 스티커에는 안전한 3D프린팅 이용을 위한 주의사항과 안내 동영상을 볼 수 있는 QR코드가 표시되어 있다.

또한, 과학기술정보통신부는 안전한 3D프린팅 이용 확보를 위해 전문가들의 의견수렴을 거쳐 학생, 일반인이 꼭 지켜야 할 안전수칙을 '3D프린팅 이용 10대 안전수칙' 포스터로 제작하였다. 관계부처의 협조를 통해 학교, 창업지원시설, 연구기관 등 3D프린터를 운영 중인 기관에 비치할 수 있도록 배포하였다.

3D프린팅 공공 조달 물품 주의사항 스티커	3D프린팅 이용 10대 안전수칙

3D프린팅 안전 이용 가이드라인 개정 및 배포

2020년 9월에 '3D프린팅 안전 이용 가이드라인'을 수립한 이후, 3D프린터 이용 기관을 대상으로 범부처 실태조사 결과를 반영하여 기존 가이드라인을 수정 및 보완하여 재배포했다. 향후에도 실태조사, 전문가 의견수렴 등을 통해 가이드라인을 지속적으로 개정해 나갈 계획이다.

실태조사 및 현장컨설팅 실시

2020년에 9월에 실시한 3D프린팅 안전실태조사를 기반으로 327개 기관을 대상으로 이용 현황에 대한 심층조사를 실시하여 안전한 3D프린팅 환경 조성을 위해 고려해 할 요인들을 분석했다. 조사결과는 '3D프린팅 안전 이용 가이드라인'에 반영하는 등 국민 안전인식 제고에 활용하였다.

한편, 과학기술정보통신부는 고용노동부 등 관계부처와 협조하여 3D프린터 활용기관을 대상으로 이용환경을 보다 상세히 점검하고 안전이용을 위한 현장 컨설팅을 실시하여 안전한 3D프린팅 이용 환경 조성을 위해서 다방면으로 노력했다.

3D프린팅 안전 이용 가이드라인	3D프린팅 이용 현황조사

애로사항 및 극복방안

코로나19 상황에서도 비대면 교육으로 편리한 교육환경 제공

코로나19의 확산으로 사업을 추진하는 데 어려움을 겪었다. 무엇보다 대면 집합 교육에 부담을 느끼다 보니, 안전교육 이수율이 낮았다. 이에 사업자들을 대상으로 현장 방문을 통해 교육을 홍보하고 교육 참석을 독려하는 노력을 했다.

또한, 신규교육에 대해서도 온라인 교육을 일부 허용하도록 고시를 개정하고 교육을 비대면으로 진행할 수 있도록 개선했다. 한편, 교육의 자료가 기존의 3D프린팅 사업 종사자들을 대상으로 개발되었기 때문에 3D프린터를 이용하는 일반인 대상의 산업안전 교육자료의 개발이 필요한 상황이다. 일반인 대상 교육은 향후 수요가 더 커질 것으로 예상되므로 일반사용자에게 적합한 교육자료로 구성될 수 있도록 지속적으로 개선해 나갈 계획이다.

9 소비자 위해 제품 리콜 이행력 제고 (소비자 중심의 리콜 실효성 강화)

국가기술표준원 제품시장관리과

추진 배경

불법·불량제품 시중 유통 차단에 적극 나서

최근에 안전에 대한 국민들의 관심이 지속적으로 증가함에 따라 정부의 안전정책도 점점 강화되는 추세이다. 안정성이 확보되지 않은 불법·불량 제품의 사용은 국민의 생명과 재산에 위해를 가할 우려가 있으며, 사회 전반적으로 안전관리 정책에 대한 국민의 신뢰가 떨어질 수 있다.

국가기술표준원에서는 제품안전성 확보를 위해 시중 유통제품의 안전성조사, 리콜이행 점검 등 제품 안리관리제도를 운영하고 있다. 다양한 제품안전정책 중에서 리콜제도 이행 점검을 강화하고 있고, 이는 소비자 안전 사고 및 피해 예방을 위해 제품의 안전기준을 위반한 불법·불량 제품을 유통시장에서 신속히 퇴출하는 제도라 볼 수 있다. 리콜이란 물품의 결함으로 신체·재산상의 위해가 발생하거나 발생할 우려가 있는 결함이 발견된 경우, 해당 물품에 대하여 수리·교환·환급·파기 등의 방법으로 소비자의 피해를 예방하기 위한 제도이다.

국가기술표준원은 한국제품안전관리원, 소비자단체, 온라인쇼핑몰사 및 지자체 등과 협력을 통해 리콜제품의 신속한 회수 및 불법의심 제품의 온·오프라인 시장 유통을 원천 차단하는 노력을 하고 있다.

과제 내용

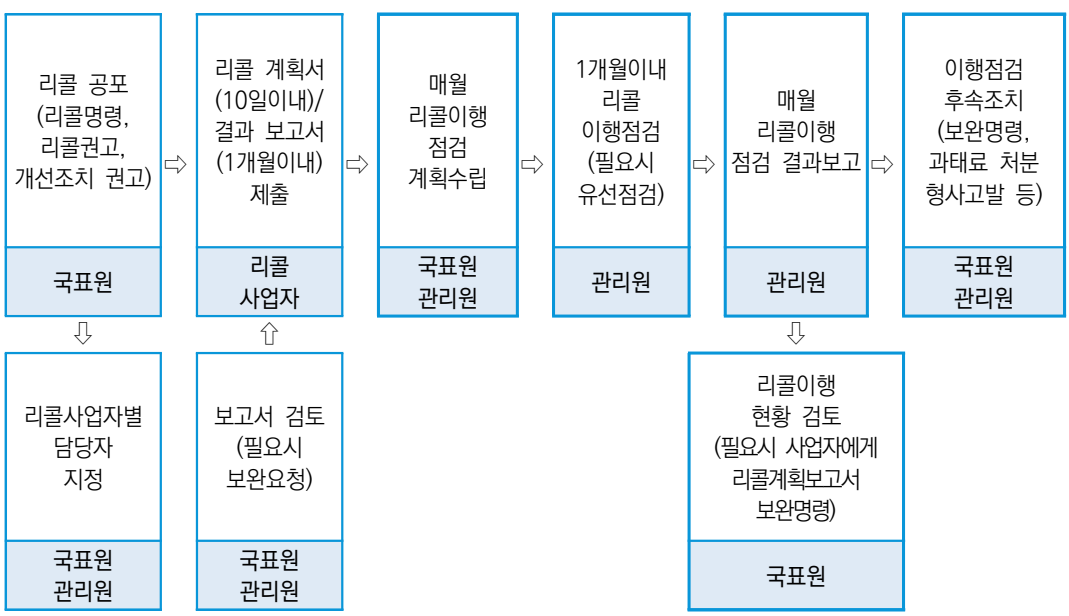
리콜조치된 제품의 철저한 이행 점검을 통한 제품안전 확보

국가기술표준원에서는 제품안전성확보를 위해 제품 시장 출시 전·후에 걸친 안전관리제도를 운영하고 있다. 제품이 시장에 출시되기 전에는 해당 제품이 정해진 안전기준을 충족하면 인증서 등을 발급하는 제품인증(KC)제도를 실시하고 있다. 제품이 시장에 출시된 후에는 시중에 유통되는 제품을 수거해 인증받을 당시의 품질과 기준을 그대로 유지하고 있는지 확인하는 안전성조사를 실시하고 있다.

안전성조사 결과를 바탕으로 안전기준 부적합 내용에 대해 위해의 심각성 정도(최중결함, 중결함, 경결함)에 따른 행정조치 기준(리콜명령, 리콜권고, 개선조치 권고)을 구분하여 시행하고 있다.

국가기술표준원은 리콜 처분 제품의 사업자를 대상으로 연중 현장점검을 실시하고 있다. 불성실 이행 사업자는 보완명령과 재점검을 실시하며, 리콜 미이행 사업자에 대해서는 형사고발 등 리콜 제품 후속관리를 강화하여 위해제품 회수율을 높이고자 노력하고 있다.

리콜이행 점검업무 절차



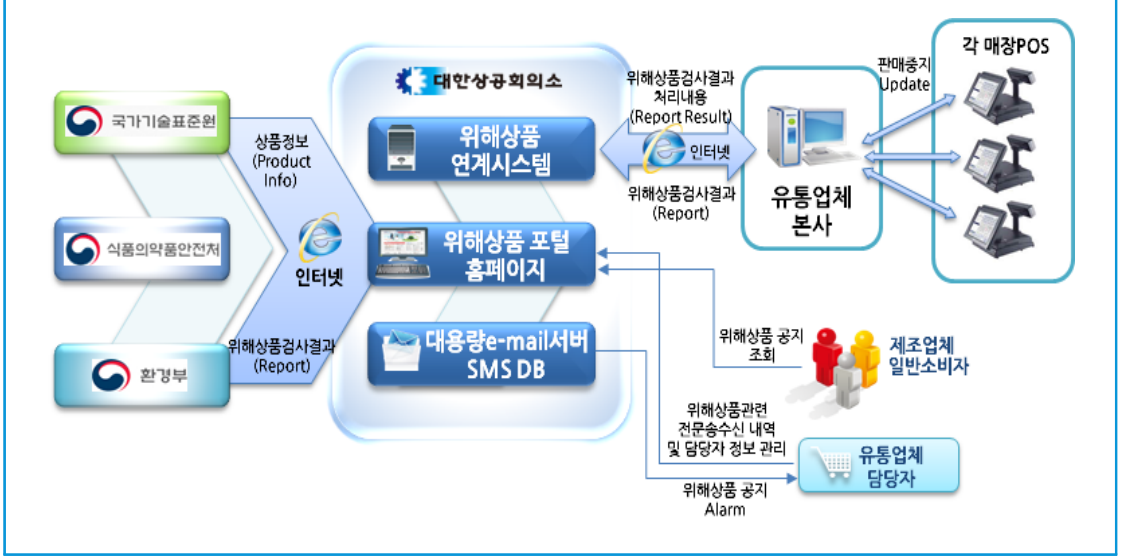
온·오프라인 유통시장 상시 감시 강화

불법 의심 제품 유통 방지, 리콜 조치된 불법·불량 제품의 유통 차단 및 재유통 방지 등을 위해 온·오프라인 유통시장에 대한 시장감시를 상시적으로 철저히 실시하고 있다.

위해상품판매차단시스템 운영

또한 위해(리콜)제품의 판매를 실시간으로 차단할 수 있도록 정부기관(국가기술표준원·환경부·식약처)과 온·오프라인 매장을 연계하는 위해상품판매차단시스템을 운영하고 있다. 위해(리콜)제품으로 확인된 제품정보(제품바코드 등)를 본 시스템에 등록하여 유통 및 판매단계에서 원천 차단하고 있으며 시스템 운용매장 확대를 위해 노력한 결과 대부분의 대형 온·오프라인 매장에서 도입을 완료하였다. 아울러 중소 유통매장까지 확산을 위한 지속적인 지원 사업을 실시하고 시스템 인지도 및 신뢰도 제고를 위해 다양한 홍보활동을 전개할 예정이다.

위해상품판매차단시스템 개요



리콜이행 HelpDesk 운영

중소 영세기업의 리콜이행을 효과적으로 지원하기 위해 해당 기업들에게 제품 리콜 방법·절차 등의 정보를 제공할 수 있는 '리콜이행 HelpDesk'를 2020년도에 시범운영하였고 2021년도부터 정식으로 운영하고 있다. 이를 통해 상세한 리콜 방법을 기업들에게 안내함으로써 신속한 리콜이 이행될 수 있도록 노력하고 있다.

협조체계 구축을 통한 감시 강화

국가기술표준원은 불법·불량 제품의 유통 방지 및 원활한 리콜조치를 위해 한국소비자원과 상시 협력 체계를 구축하여 운영하고 있다. 또한, 국제품안전관리원, 소비자단체(한국생활안전연합, 한국소비자연맹 등) 등과의 협업을 통해 전국 온·오프라인 매장에 대해 불법의심·리콜대상 제품의 시중유통 감시 활동을 강화하고 있고, 적발된 제품에 대해서는 신속한 유통차단, 형사고발 등을 추진하고 있다. 시·도 지자체와는 안전취약지역 및 품목을 선정해 합동 단속을 실시하고 있다.

또한, 네이버·쿠팡 등 주요 17개 온라인 유통사 등과 협의체를 구성하여 불법제품 및 리콜대상 제품이 온라인에서 유통이 신속히 차단될 수 있도록 하고 있다.

주요 추진내용 및 경과

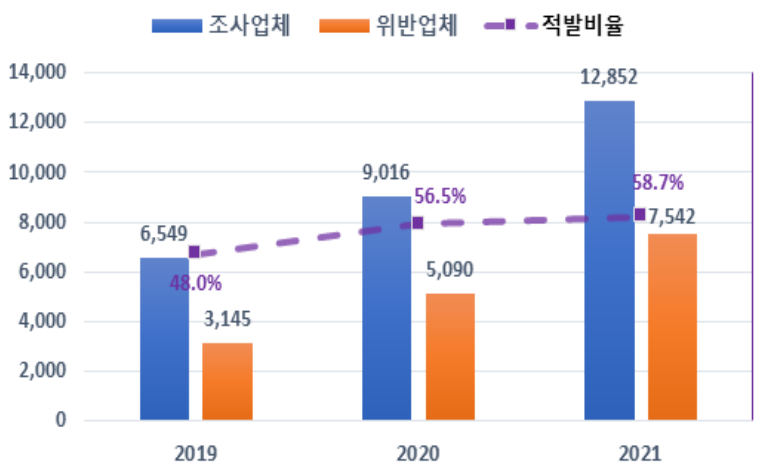
- 리콜 공표 후, 리콜사업자별 담당자 지정 및 사업자별 리콜계획·결과보고서 검토(연중)
- 리콜이행점검(리콜계획서 수립→현장점검→리콜이행결과 검토→후속조치)
- 소비자감시단 업무 매뉴얼 제작, 리콜 정보 제공(연중)

주요 성과

불법의심·리콜제품 유통 감시·단속 강화

2021년 6월부터 개설된 불법·불량 제품 신고 상담전화 운영 및 국민들의 제품안전에 대한 관심의 증가로 불법의심 제품 신고 및 적발 건수가 전년 대비 크게 증가했다. 즉, 2021년도에 전년 대비 약 42.5% 증가한 12,852업체가 접수되어 조사하였으며 관련 법령을 위반한 7,542업체를 적발하였다.

최근 3년간 불법·불량제품 조사현황('19~'21)



적발된 제품에 대해서는 판매중지, 형사고발 및 과태료 등의 조치를 하였다. 단순 판매중지가 아닌 현장조사 강화를 통해 형사고발 및 과태료 등의 실질적인 행정조치가 2021년도에 1,322건으로 전년(597건) 대비 약 2.2배로 크게 늘었다.

리콜사업자 밀착 관리로 이행점검 내실화

리콜제품 유통을 원천 차단하기 위해 도입된 위해상품판매차단시스템 운영매장을 매년 확대 운영하고 있다. 온라인 양대 유통사 중 쿠팡에 이어 네이버도 도입을 완료하고 운영매장 수도 2021년도에 222,481개로 전년 대비 23%(180,891개) 확대하였다.

또한, 리콜 전담책임제 운영 등으로 연중 리콜 이행점검을 강화하고, 리콜 관련 문의 및 안내를 총괄 대응하는 HelpDesk 운영 등 업무체계를 개선하는 등 불법·불량제품으로부터 소비자피해를 방지하고자 많은 노력을 하였다.

예를 들어, 리콜대상 사업자별로 전담책임자를 배정하여 리콜점검 계획수립 단계부터 리콜이행 상시 점검, 사후관리까지 전주기 관리체계를 구축하여 리콜 이행실적을 집중 관리했다. 2021년도에는 완구, 유아용 섬유제품 등 어린이 제품 723건, 전기온수매트, LED등가구 등 전기용품 244건, 스포츠용 구명복 등 생활용품 189건 등 총 1,156건에 대해 이행 점검을 실시했다.

HelpDesk의 본격적인 운영으로 사업자의 리콜조치 이행을 적극적으로 지원했으며, 상담건수가 2021년도에 1,034건으로 전년도 365건의 약 2.8배 증가하였다.

뿐만 아니라, 소비자단체와 한국제품안전관리원과의 협업을 통해 온라인에서 유통되는 리콜 의심 제품을 감시하였고, 총 8,676건의 리콜 제품에 대해 상품정보 삭제 등을 조치하여 이들 리콜 제품의 재유통을 차단하였다.

애로사항 및 극복방안

리콜이행 저조 업체에 대한 맞춤식 관리 강화

리콜이행을 처음 해보는 업체 등은 리콜건수가 정체되는 현상이 발생하는 경우가 종종 있다. 따라서, 리콜건수 저조 업체를 대상으로 맞춤식으로 관리하여 리콜 건수를 높이고 있으며 향후에는 맞춤식 관리를 보다 강화해 나갈 예정이다.

또한 대다수의 사업자들은 리콜처분 사전통지를 받으면 판매중단 조치를 하여 제품 구입은 차단되지만, 온라인 상 판매페이지가 미처 삭제되지 않고 방치되는 사례도 있었다. 온라인 상의 리콜제품 판매정보를 원천 삭제하기 위해 소비자단체 및 온라인 쇼핑몰 업체 등 다양한 이해관계자들과의 협력체계를 강화했다.

소비자 분쟁해결

10. 1372 소비자 상담 등 지역 분쟁해결 전문성 강화 및 품질개선

10 1372 소비자상담전화 등 지역 분쟁해결 전문성 강화 및 품질개선

대구광역시 민생경제과

추진 배경

상담원 전문성 강화를 통한 질 높은 상담서비스 제공

소비트렌드 변화와 신유형 소비자 이슈에 따른 소비자 불만과 피해가 증가하고 있다. 대구지역 소비자상담 정보분석에 따르면 2021년 한 해 동안 1372 소비자상담센터에 접수된 상위 품목 5개 제품은 유사투자자문, 의류·섬유, 신유형 상품권, 이동전화서비스, 헬스장·휘트니스센터 순이고, 특히 유사투자자문과 신유형 상품권 관련 소비자상담이 급증했다.

이에 대구시는 소비자피해 다발 분야와 신유형 피해사례에 대한 보다 질 높은 상담서비스를 제공하기 위해 상담원들의 전문성 향상에 최선을 다하고 있다. 또한, 소비자상담 다발 분야에 대한 소비자 상담원 및 소비자업무 담당자 대상 전문교육과 현장 견학 등을 통해 소비자분쟁해결 관련 지식을 습득하여 피해처리율을 개선하는 데도 많은 노력을 기울이고 있다.

과제 내용

1372 소비자상담센터 안정적 운영 및 최신 소비자 이슈 파악에 노력

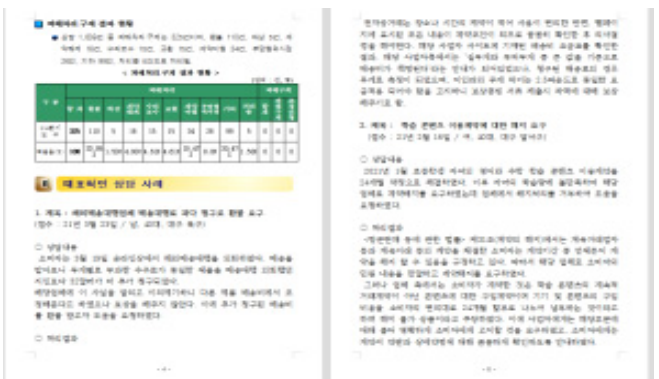
대구시는 1372 소비자상담센터 지원을 통한 소비자상담 품질과 피해구제율 제고를 위해 1372 소비자상담센터 운영 지원, 소비자 전문가 양성 아카데미 개최, 소비자분쟁조정위원회 참관 등 세 가지 사업을 유기적으로 추진했다.

1372 소비자상담센터 운영

공정위가 2010년부터 운영하는 1372소비자상담센터는 한국소비자원, 소비자단체, 광역자치단체가 참여하는 전국 단위 전화 통합 콜센터(국번없이 1372)로서 피해 사례를 상담하고서 구제를 지원하고 있다.

대구 지역에 배정된 1372 회선수는 총 6개 이며, 4개 소비자단체(대구경북소비자연맹, 대구YMCA, 대구YWCA, 소비자교육중앙회 대구지부)와 시 소비생활센터의 상담원 등 총 7명이 소비자상담을 진행하고 있다. 대구시는 소비자상담이 안정적으로 운영하기 위해 4개 소비자단체의 1372 소비자상담센터 운영비를 지원하고 있으며, 상담 품질과 실적을 수시로 점검하고 있다.

실적보고 공문(분기별)



추진실적 보고서(분기별)

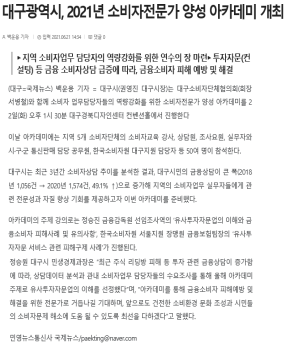
소비자 전문가 양성 아카데미 운영

대구시는 대구소비자단체협의회와 공동으로 상담원과 소비자업무 담당자들의 전문성 향상을 위한 소비자 전문가 양성 아카데미를 개최했다. 대구시민의 최근 2~3년간의 소비자상담 동향을 분석한 결과, 유사투자자문업자 관련 소비자 피해사례가 빠르게 증가해 소비자 상담원과 소비자업무 담당자의 관련 분야 전문성 향상 기회를 제공하고자 소비자 전문가 양성 아카데미를 진행했다.

아카데미에서는 유사투자자문 피해 예방 및 피해구제 역량 향상을 위해 금융감독원에서‘유사투자자문업의 이해 및 금융소비자 피해사례 및 유의사항’, 한국소비자원에서 ‘유사투자자문 서비스 관련 피해구제 사례’에 대해 교육했다.

소비자전문가 양성 아카데미

교재



대구광역시, 2021년 소비자전문가 양성 아카데미 개최

▸지역 소비자업무 담당자의 역량강화를 위한 연수의 장 마련▸ 투자자문(컨설팅) 등 금융 소비자상담 급증에 따라, 금융소비자 피해 예방 및 해결

(대구=국제뉴스) 백운용 기자 = 대구시(권영진 대구시장)는 대구소비자단체협의회(회장 서병철)와 함께 소비자 업무담당자들의 역량강화를 위한 소비자전문가 양성 아카데미를 22일(화) 오후 1시 30분 대구경북디자인센터 컨벤션홀에서 진행한다

이날 아카데미에는 지역 5개 소비자단체의 소비자교육 강사, 상담원, 조사요원, 실무자와 시·구·군 통신판매 담당 공무원, 한국소비자원 대구지원 담당자 등 50여 명이 참석한다.

대구시는 최근 3년간 소비자상담 추이를 분석한 결과, 대구시민의 금융상담이 큰 폭(2018년 1,056건 → 2020년 1,574건, 49.1% ↑)으로 증가해 지역의 소비자업무 실무자들에게 관련 전문성과 자질 향상 기회를 제공하고자 이번 아카데미를 준비했다.

아카데미의 주제 강의로는 정승진 금융감독원 선임조사역의 '유사투자자문업의 이해와 금융소비자 피해사례 및 유의사항', 한국소비자원 서울지원 장명원 금융보험팀장의 '유사투자자문 서비스 관련 피해구제 사례'가 진행된다.

정승원 대구시 민생경제과장은 "최근 주식 리딩방 피해 등 투자 관련 금융상담이 증가함에 따라, 상담데이터 분석과 관내 소비자업무 담당자들의 수요조사를 통해 올해 아카데미 주제로 유사투자자문업의 이해를 선정했다"며, "아카데미를 통해 금융소비자 피해예방 및 해결을 위한 전문가로 거듭나길 기대하며, 앞으로도 건전한 소비환경 문화 조성과 시민들의 소비자문제 해소에 도움 될 수 있도록 최선을 다하겠다"고 말했다.

민영뉴스통신사 국제뉴스/paeking@naver.com

언론보도

소비자분쟁조정위원회 참관

대구시는 1372 소비자상담센터 상담원과 소비자 민원 처리 실무자들의 전문성 강화를 위해 한국소비자원 소비자분쟁조정위원회를 참관하는 사업을 처음 추진했다.

분쟁조정위원회 참관을 통해서 분쟁조건 사건 및 분쟁처리 노하우 습득 등 분쟁조정 이해도를 향상시키는 기회를 마련하였으며, 소비자업무 담당자들의 만족도가 높아서 한국소비자원과 협력사업으로 정례화하여 추진하고 있다.

〈소비자분쟁조정위원회 참관〉

추진절차 및 경과

〈1372 소비자상담센터 운영 지원〉

대구시	소비자단체, 대구시	소비자단체	대구시	소비자단체, 대구시
계획수립	보조금 신청, 교부	분기별 실적보고	검토 및 피드백	결과보고, 정산, 평가
(1월)	(1월)	(연간)		(익년도 1월)

〈소비자 전문가 양성 아카데미〉

대구시, 대구소협	대구시	대구시	대구소협	대구시
사전회의 및 수요조사	계획수립	교육생 모집, 강사 섭외 등	교육생 모집	아카데미 개최
(4월)	(5월)	(5~6월)	(6월)	(6월)

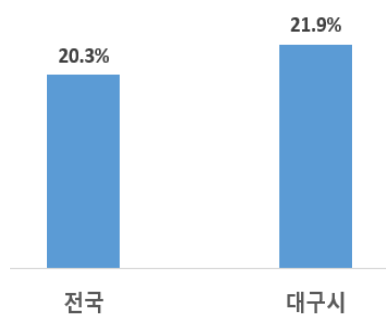
〈소비자분쟁조정위원회 참관〉

대구시	한국 소비자원	대구시	소비자단체	한국소비자원	대구시
참관 요청	개최일정 알림	참석자 모집	참관 신청	분쟁조정위원회 (대구조정부)개최	모니터링
(연중)	(연중)	(연중)	(연중)	(연중)	

주요 성과

소비자상담 전문성 강화로 소비자피해 처리율 개선

1372 소비자상담센터의 안정적 운영과 상담원 및 민원처리 담당자 대상 전문교육 등을 실시하여 소비자 상담 품질을 제고하였다. 2021년 기준으로 피해처리율은 21.9%(3,393건)로 전국 소비자 상담 피해처리율 20.3%보다 1.8%p 높았다.



소비자피해예방과 구제를 위한 민·관 협력 강화

대구시는 소비자단체, 한국소비자원, 금융감독원 등 민·관 협조체계를 강화하여 소비자상담 및 피해구제 사업의 내실화를 도모했다. 관내 소비자단체의 충실한 지원을 통해 소비자상담이 안정적으로 운영될 수 있도록 하였고 대구소비자단체협의회와 공동으로 소비자전문가 양성 아카데미를 추진했다. 또한 한국소비자원과 금융감독원의 협조체계를 통해 상담원과 소비자업무 담당자의 전문성을 향상하는 데 많은 노력을 기울였다.

애로사항 및 극복방안

징검다리 역할을 통한 안정적 소비자상담 서비스 제공

1372 소비자상담센터의 소비자단체 상담원이 퇴사 등으로 그만두는 경우 상담의 공백이 발생할 우려도 있으며, 또한 신규 상담원이 단기간 내에 기존 상담원 수준으로 상담서비스를 제공하기는 쉽지 않았다. 특히, 1372 전화상담업무를 하는 일부 소비자단체의 경우 상담원이 1명이고 대체 전문 상담 인력이 부족하여 상담의 공백 또는 상담 품질의 저하가 우려되었다.

이에 대구시는 1372 소비자상담센터 운영 단체의 상담원 간 협조 요청 등 매개체 역할을 적극적으로 하여 지역 주민에게 안정적인 소비자상담서비를 제공하고 있다.

소비자 정책협력

11. 빅데이터 기반의 농식품 소비정보 분석·제공으로 시장 참여자의 합리적 의사결정 지원
12. 데이터 기반 지방 소비자정책 추진 활성화

11 빅데이터 기반의 농식품 소비정보 분석·제공으로 시장 참여자의 합리적 의사결정 지원

농림축산식품부 식생활소비정책과

추진 배경

농식품 생산자와 소비자 모두가 만족하는 시장 구현 노력

1인 가구 및 고령가구의 증가, 기후환경 변화 등으로 농산물 시장을 둘러싼 환경이 빠르게 변화하고 있다. 이러한 시장환경 변화와 함께 소비자의 농식품 품질, 건강 및 안전 이슈에 대한 관심이 높아지면서 농식품 분야의 소비자 지향적인 정책 수요가 증가하고 있다. 따라서, 최근 들어 농식품의 수급안정과 소비자 수요에 대응한 정책적 노력이 점점 더 중요해지고 있다.

소비자에게 안전하고 안정적인 농식품 먹거리를 제공하기 위해서는 농식품 산업 내 소비 구조를 파악하고 변화의 방향과 트렌드를 분석하고 대응하는 지속적이고 다양한 노력이 요구된다. 이에, 농림축산식품부는 2020년부터 농식품 소비 관련 다양한 정보를 제공 및 분석하는 사업을 본격적으로 추진하고 있다. 이 사업을 통해 농식품 품목에 대한 객관적 데이터를 기반으로 농식품 소비 동향과 이슈 정보를 제공하여 농림식품 산업 관계자의 합리적인 의사결정과 소비자를 위한 정보 제공에 노력을 기울이고 있다.

과제 내용

데이터 활용, 농식품 소비정보를 분석하라

국민들의 전반적인 농식품 소비 수요와 트렌드를 파악하기 위해 다양한 기관에서 제공하고 있는 농식품 소비 관련 통계 및 조사자료 등의 빅데이터를 조사·분석하여 농식품 산업 관계자 등의 합리적인 의사결정을 지원하고 있다. 농식품의 최종 소비처를 기준으로 가구, 학교급식, 외식 및 식품가공업체로 조사대상을 구분하고, 조사 품목(양파, 마늘, 감자, 계란, 김치, 쌀)은 농업에서 차지하는 생산비중, 가격변동성, 관심도 등을 고려하여 선정하였다. 유통업체 POS(식품·소매점 판매자료) 데이터, 학교급식 eaT(농수산식품 사이버거래소), 소비 채널별 통계조사를 기반으로 최종 소비처에서의 품목별·지역별 구매액, 소비량, 소비행태 등을 분석하였다.

여기에 가계동향조사, 국민건강영양조사, 식품소비행태조사 등의 농식품 소비 관련 주요 통계를 활용하여 소비자의 식생활 및 소비행태 등 국민들의 전반적인 농식품 소비 실태를 파악하고 분석하여 농식품 시장 변화에 대응하고자 노력하고 있다.

시의성을 잡아라

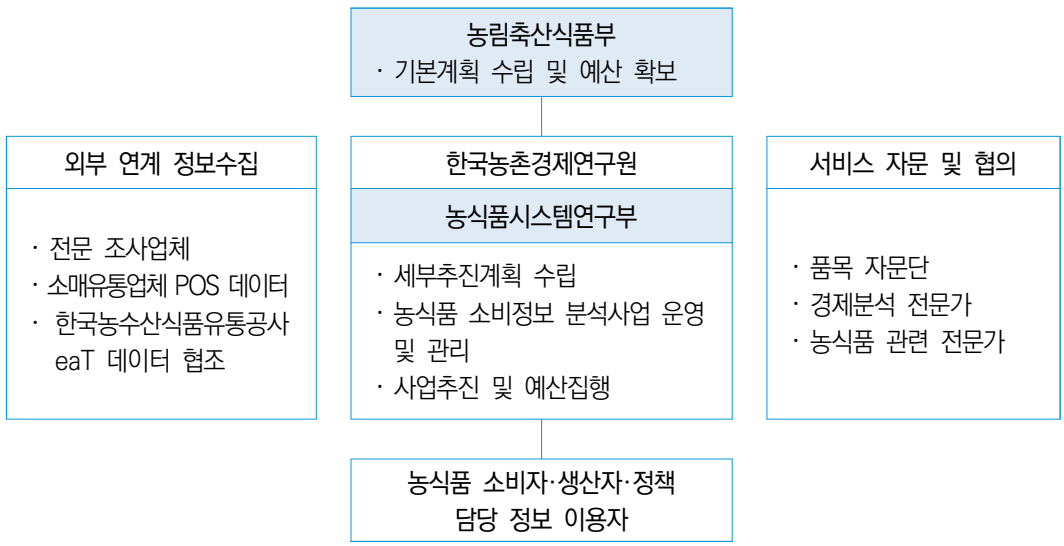
농식품 소비 관련 빅데이터를 수집 및 분석하는 것과 함께 코로나 19와 같은 사회적 이슈, 식품안전 및 수급 이슈, 특정 품목 소비자 선호에 대한 다양한 이슈 등에 대한 실태를 파악하고 영향을 심층 분석하여 농업인, 식품업체, 외식업체, 소비자 등에게 시의적절한 정보를 제공하고 있다. 예를 들면, 코로나19와 같이 우리 사회 전반에 영향을 미치는 것 등이 나타났을 때, 신속하게 소비시장을 분석하여 소비자와 판매자 모두가 시의적절한 대응을 할 수 있도록 정보를 제공하는 것이다.

생산한 정보를 적극 활용하라

또 다른 한 축에서는 수집·분석한 결과물은 웹진의 형태로 정보를 확산시키는 일을 함께 수행하였다. 농식품 소비정보 웹진을 연중 발간하여 양파, 마늘, 감자, 계란, 김치, 쌀과 같은 주요 농식품 소비 동향, 학교급식 식재료 사용량 분석, 식품·영양 섭취 트렌드 분석 및 향후 전망, 농산물 트렌드 분석 등의 정보를 제공하였다. 농식품 소비정보 웹진은 농업, 유통업, 외식업, 식품제조업 등의 산업 관계자뿐만 아니라, 정부 및 공공기관, 협회(소비자단체 등), 학계, 연구계, 소비자들에게 이메일 발송이나 홈페이지 게시 등을 통해 정보를 제공하고 있다.

농식품 소비정보 분석사업이 전문성을 갖고 안정적으로 추진되도록 하기 위해 농림축산식품부는 외부 전문기관과 협조체계를 구축하여 본 사업을 효과적으로 추진하고 있다.

추진체계



주요 추진내용 및 경과

- 기본계획 및 세부추진계획 수립(2021.02.~03)
- 가구 및 산업부문 조사업체 선정 및 소매유통 POS데이터 구축(상반기)
- 부문별 농식품 소비정보 패널조사 및 소매유통 POS데이터 수집·분석(하반기)
- 소비 이슈 분석 및 소비 통계 분석 등을 통한 농식품 소비정보 웹진 배포 및 홈페이지 정보 공개(하반기)

주요 성과

농식품 소비 관련 이슈의 분석·제공으로 소비시장에 대한 이해의 폭 넓혀

데이터를 수집할 수 있는 체계를 구축한 후 농식품 소비 동향을 주요 품목별(쌀, 김치, 계란, 마늘, 감자, 양파)로 보기 쉽게 정보화하여 웹진을 총 15회 발간하였다.

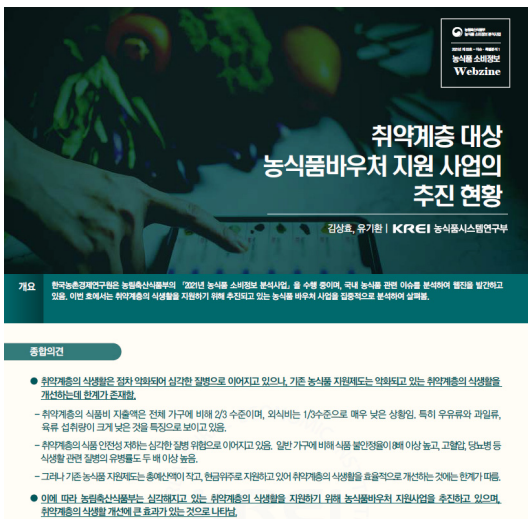
“데이터로 바라본 7월 농식품 소비 동향”과 같은 이름으로 주요 품목별 소비자 물가지수, 오프라인에서의 판매액과 가격 동향·대형 마트·체인 슈퍼·조합 마트·편의점 등 유통채널별 판매액과 점유율, 지역별 1인당 판매액 등에 대한 정보를 웹진을 통해 제공하였다.

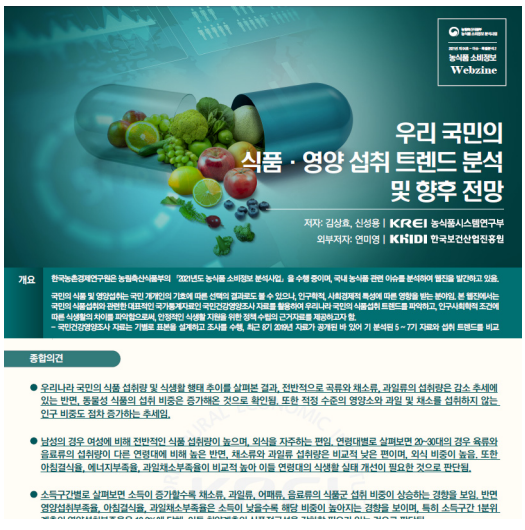
이런 정보들은 생산자 측면에서는 어떤 유통채널에서 판매액(판매량)이 몇 퍼센트나 감소 또는 증가하고 있는지를 알 수 있고, 소비자 측면에서는 필요한 품목의 가격이 전월에 비해 올랐는지 떨어졌는지에 대한 정보를 제공함으로써 합리적 생산과 소비를 돕고 있다.

POS 웹진 7월(감자) 예시	POS 웹진 9월(계란) 예시

또한, 농식품 관련 특정 이슈를 선정하여 심층 분석하고, 이를 농업인·산업 관계자·소비자 등의 정보 수요자들에게 시의적절하게 정보를 제공하였다. 예를 들어, 취약계층의 식생활 개선을 위해 추진되고 있는 농식품바우처 지원 사업의 분석, 국민의 식품·영양 섭취 트렌드 분석 및 전망, 코로나19 발생 전후 배달·온라인 소매유통 애플리케이션 사용 시간 변화 분석 등을 월별 또는 분기별로 제공하여 농식품 소비 관련 특정 이슈나 정책 등에 대해 국민들의 전반적인 이해를 높이고자 노력하였다.

이슈 분석 예시





정보의 질을 높이기 위한 유관기관과의 협조체계 구축

농림축산식품부는 필요한 데이터를 수집하기 위한 조사를 진행하거나 구축한 데이터 수집 체계를 통해 데이터를 자체적으로 수집하기도 했지만, 관련된 데이터를 가지고 있는 유관 기관들과 긴밀한 협조체계를 구축함으로써 데이터의 질을 향상시키기 위한 노력을 병행하였다.

한국농수산식품유통공사의 eaT 데이터, 농촌진흥청의 소비자 패널조사 데이터, 하나로유통 농식품 바우처 이용 데이터, 식품산업정책과 외식업 경영실태조사 데이터 등을 연계하여 보다 정확한 정보가 생산될 수 있도록 하였다. 구축된 연계정보(6개 기관, 2개 사이트)에 대한 지속적인 모니터링을 통해 정보 품질 개선에 힘을 쏟았고, 이렇게 생산된 정보를 매월 업데이트하여 소비자와 생산유통자들에게 시의적절하게 제공될 수 있도록 하였다.

애로사항 및 극복방안

농식품 정보 제공 품목 확대 및 정보의 신뢰성 제고 추진

농식품 소비정보 사업은 2020년부터 본격적으로 시작하면서 사업 초기인 만큼 조사체계를 구축하는데 중점을 두고 5개 주요 농식품 품목을 선정하여 조사·분석하였으며, 2021년도에는 분석 품목 수를 6개로 확대하였다.

보다 많은 농식품의 생산과 소비에 대한 정보를 제공할 수 있다면 좋겠지만, 품목별 소비량 통계를 산출하는데 어려움이 있었다. 이에 2021년에는 농식품 분석 품목 수를 무리하게 확대하기보다는 국민들의 수요가 높은 주요 농식품 품목에 대한 조사분석 체계의 고도화에 집중하여 기존 데이터 분석과 설문기반의 통계조사를 병행 추진했다.

향후에는 농식품 소비정보 분석에 대해 주요 품목별 조사체계를 확립하고 결과에 대한 검증 강화뿐만 아니라 분석 품목도 점진적으로 확대해 나갈 계획이다.

12 데이터 기반 지방 소비자정책 추진 활성화 (빅데이터를 활용한 중고차 시장 상시모니터링)

경기도 공정경제과

추진 배경

중고자동차 허위 매물 더 이상 그만!

국토교통부 자료에 따르면 '21년 기준으로 신차 등록 대수는 144만 대, 중고차는 387만 대로 중고차 거래량이 신차 보다 약 2.7배 높고 거래 금액도 30조원 대에 이르고 있다. 이러한 중고자동차 시장의 양적 성장과는 달리 중고차 매매 관련하여 피해를 호소하는 소비자는 늘고 있다. 특히 중고차 온라인거래가 활성화되면서 사기성 매물로 인한 소비자피해가 끊임없이 발생하고 있다. 중고차 거래 시장은 판매자와 소비자 간의 정보비대칭 문제가 많이 발생하는 대표적인 '레몬마켓' 시장으로 소비자의 불만과 불신이 높은 시장이라 할 수 있다.

경기도는 '20년 6~7월 중고차 허위매물 의심사이트 실태조사를 실시한 결과, 중고차 온라인 매매사이트 31곳에 게시된 중고차 총 3,096대 중 95.2%(2,964대)가 실제로 구입할 수 없는 허위매물인 것으로 나타났다. 따라서, 경기도는 중고차 허위 매물, 미끼 매물 등 사기성 매물로 인한 소비자피해를 예방하기 위해 사업을 확대하여 추진하기로 했다. 그동안 도내 중고차 허위 매물을 수작업으로 모니터링하는 방식은 상시적인 점검이 어렵다고 판단하여 중고차 시장 빅데이터를 활용하기로 했고, 전국 최초로 빅데이터에 기반한 중고차 시장 상시 모니터링 체계를 구축하여 사업을 추진했다.

과제 내용

중고차 시장 상시 모니터링 체계 구축

경기도는 고질적인 중고차 허위 매물 문제를 바로잡기 위해 중고차 허위·미끼 매물 상시 모니터링 체계를 구축하여 소비자피해를 예방하는 사업을 추진했다.

중고차 상시 모니터링 체계의 기반을 통해 빅데이터 전문기관은 중고차 매매사이트 DB 구축을 하여 대형 중고차판매 플랫폼, 중고차매매사이트, 유튜브, 블로그, 카페 등의 SNS 신규 판매채널, 중고차매매상사를 대상으로 상시 모니터링을 하여 증거자료 등을 수집했다. 나아가 경기도는 국토교통부와 협업을 통해 자동차전산관리시스템 및 "자동차365(자동차 종합정보제공포털)"를 활용하여 중고차 허위매물 검증을 강화했다. 경기도는 모니터링 조사결과에 기반하여 형사고발, 광고차단 등의 후속조치를 했다.

주요 추진내용 및 경과

경기도는 '20년 6~7월에 중고차 허위매물 의심사이트 실태조사를 하였고 10~12월에는 빅데이터 전문기관과 협업하여 모니터링 시범사업을 추진했으며, '21년부터 지속적으로 발생하는 중고차 시장 소비자피해를 신속하게 대응하기 위해 대형 중고차 매매사업자를 포함한 허위매물 조사를 본격적으로 추진했다.

주요 추진내용 및 경과

[1차] '20년 경기도 최초 온라인 중고차 허위매물 의심사이트 실태조사('20.6~7월)

- ▸ 인터넷포털 주요 사이트 31개 조사결과, 총 3,096대 차량 중 2,946대(95.2%) 허위매물 의심
  - 형사고발, 포털사이트에 정보 검색 차단 등 후속조치
- ▸ 사법경찰직무법 개정 건의(→법무부, 국토부 /'20.8월)
  - 지방정부 특별사법경찰관의 허위매물 등 중고차 관련 범죄 수사권한 요청

[2차] 빅데이터 전문기관 협업 모니터링 시범 사업 추진('20.10~12월)

- ▸ 빅데이터를 활용한 상시 모니터링('20.10~12월)
  - 9개 사이트 22개 허위 의심매물 적발 및 후속조치(형사고발 등)

[3차] '21년 빅데이터 전문기관 협업 중고차 모니터링('21.5~12월)

- ▸ '21년 빅데이터 활용 상시 모니터링 추진('21.5.~12.)
  - 중고차 매매사이트 DB구축 및 SNS 등 신규채널 모니터링 등
- ▸ 사법경찰직무법 개정안 대표발의(홍기원 의원, '21.5.10.)

  ※ 국회 법제사법위원회 상정('21.9.24.)
- ▸ 국토부 전산관리시스템을 활용한 허위매물 검증강화('21.8~)
- ▸ '21년 모니터링 결과 후속조치('22.2~5월)
  - 주요 사이트 27개, 2,760개 매물 모니터링 결과 허위매물 의심 10개 사이트 적발(형사고발)
  - 대형플랫폼 광고활동 사업자 1,000개 모니터링 결과 77개 폐업신청 후 계속 운영 확인 (→업체별 정보현행화 등 개선요청 조치)
  - 허위매물 판별가이드 제작 및 소비자 정보 제공 실시(언론보도)

[4차] '22년 빅데이터를 활용한 중고차 상시모니터링('22. 3~12월)

- ▸ 분기별 의심사이트 집중 모니터링 실시(분기별 5개 사이트 내외)
  - 17개 의심사이트 적발 : 16개 폐쇄(추적관리)/ 운영 중 1개 사이트(2명) 형사고발 완료('23.1월)

주요 성과

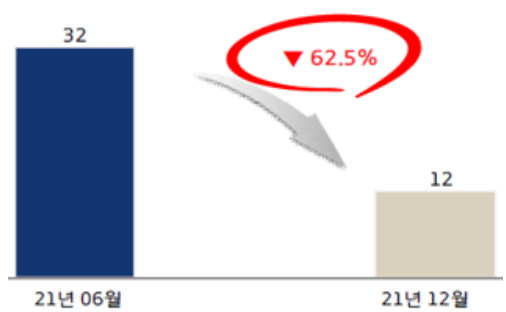
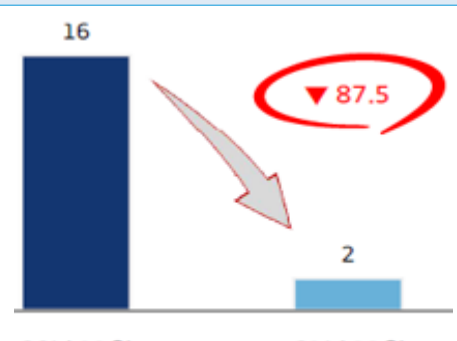
중고차 매매사이트 DB 구축 및 협업을 통한 데이터 신뢰성 제고

경기도는 중고차 매매사이트 DB 구축을 통해 월 100만건 내외로 누적되는 중고차 빅데이터를 활용하여 허위매물, 미끼매물의 특징이 주로 나타나는 사업자를 선정해 집중 점검했다. 그 결과 중고차 허위 또는 미끼매물은 국토교통부가 제공하는 '자동차365' 사이트에서 실제 매물 조회가 되지 않는 점, 동일 모델 차량에 비해 지나치게 낮은 가격을 제시하는 점, 차량의 성능상태점검 기록부 등을 제공하지 않는 점 등의 일반적인 특징이 있다는 것을 확인했다. 기존 수작업을 통해 업무를 수행할 때와 비교하여 중고차 허위매물 데이터 확보의 신속성과 객관성이 높아져 상시적이고 지속적인 모니터링이 가능해졌다.

뿐만 아니라, 국토교통부와 협업을 통해 자동차 전산 자료와 대조하는 작업을 진행하여 중고차 허위매물 검증을 강화했다.

온라인 허위매물 의심사이트 크게 감소

'21년 6월 중고차 매매사이트 DB 구축을 통해 상시 모니터링을 실시한 결과 중고차 불법 운영 의심사이트가 크게 감소한 것으로 나타났다. DB 구축 시기인 6월에 32개의 불법 사이트가 운영되고 있었으나, 상시 모니터링 실시 후에 불법 운영 의심사이트는 '21년 12월 기준으로 12개로 62.5%가 감소되었다. 또한, 포털사이트 노출 불법 의심사이트가 '20년 12월 대비 '21년 12월 87.5%(16개→2개) 감소한 것으로 확인됐다.

불법사이트 운영 감소율	포털사이트 노출 의심사이트 감소율
	

중고차 허위매물 판별가이드 제작 및 홍보

경기도는 허위매물 의심사이트 조사 결과를 활용해 일반 소비자들이 중고차 허위매물에 속지 않고 의심사이트를 판별할 수 있도록 '중고차 허위매물 판별가이드'를 제작하여 배포하였다.

허위매물 판별을 위해 ① 매매상사의 주소, 연락처, 대표자, 사업등록번호가 있는지, ② 상품용으로 등록된 차량인지(www.car365.go.kr), ③ 신뢰할 수 있는 수준의 가격 여부, ④ 차량 주행거리, 성능상태 점검기록부, ⑤ 종사원 이름과 사원증 번호 등을 조회하는 방법을 판별가이드에 담고 있다.

법 위반 사업자의 후속조치 강화

경기도는 2021년 5월부터 12월까지 온라인 중고차 매매사이트 등 303곳을 조사하여 시가 대비 75% 이하 가격의 매물 2,760개가 올라온 사이트 27개를 추렸고, 이중 조사과정에서 폐쇄한 17곳을 제외한 10개 사이트를 적발하여 형사고발을 했다. 허위매물 의심사이트의 경우, 국토교통부 정보와 비교하여 평균적으로 시세의 23~25%로 광고, 12.1%만 상품용으로 등록, 연식일치율은 65.6% 수준, 주행거리는 평균 3만 6,642km 줄여서 광고한 것으로 나타났다.

경기일보

인쇄하기

경기도, 중고차 허위매물 의심사이트 17개 적발...형사고발 검토

입력 2023-01-02 오전 10:47

경기도가 온라인 중고차 판매사이트 24개를 조사한 결과 허위매물을 올려놓은 것으로 의심되는 17개 사이트를 적발했다.

2일 도에 따르면 지난해 3월부터 12월까지 빅데이터 전문기관에서 구축한 중고차 판매사이트 기초자료(DB)와 신규 생성 사이트 등을 통해 온라인 중고차 판매사이트 24개에 대한 집중모니터링을 실시했다.

도는 빅데이터 비교 뿐 아니라 국토교통부와 협업해 자동차 전산 자료와 대조하는 작업 등을 진행했다.

또 손님을 가장한 조사기법인 '미스터리 쇼핑' 등을 통해 해당 매물의 광고 내용과 정보가 일치하는지 확인하는 절차를 거쳐 허위매물 의심사이트 17개를 확인했다.

중고차 허위매물 사이트는 폐쇄와 설치를 반복하는 것이 특징이기 때문에 도가 적발한 17개의 사이트 중 16개는 폐쇄된 상태다. 현재 1개 사이트만 운영 중인 것으로 나타났다.

도가 17개 사이트의 570대 매물을 분석한 결과 ▲정상시세의 36.3% 수준의 저가 판매 ▲상품용 등록차량 비율 5.4% ▲말소차량 비율 24% ▲연식일치율 64.9% ▲주행거리를 4만1천995km 줄여 허위 광고하는 등의 특징을 보였다.

애로사항 및 극복방안

중고차 매매사이트 DB 구축 및 협업을 통한 데이터 신뢰성 제고

경기도는 중고차 시장 소비자피해를 예방하고 차단하기 위해 포털 사이트 정보 검색 및 차단, 경찰 수사 의뢰 등을 통해 허위매물 의심 사이트를 줄이는 성과를 거두었다. 그러나 다양한 형태의 불법 광고와 새롭게 생성되는 의심 사이트들을 수작업으로 대응하기에는 한계가 있었다.

이에 경기도는 중고차 매매사이트 DB 구축을 통한 빅데이터를 활용하여 중고차 허위매물, 미끼매물을 상시 점검하기로 했다. 빅데이터 기반 상시 점검 체계를 구축·운영하니 기존 수작업보다 중고차 허위매물의 정보를 신속히 파악하는 등 행정의 효율성이 크게 높아져 상시적이고 지속적인 모니터링이 가능해졌다. 또한, 경기도는 빅데이터 활용뿐만 아니라, 국토교통부와의 협업을 통해 상품용 매물 여부, 이전등록일, 주행거리, 말소사유 등 국토교통부의 자동차 전산자료와 대조하는 작업을 진행하여 중고자 허위매물 검증을 강화하고자 노력했다.

23년 6월부터 시행되는 자동차관리법 개정에 따라 앞으로는 국토교통부에서 자동차 인터넷표시·광고의 모니터링이 가능해진다. 경기도는 향후 국토교통부와 더불어 중고차 시장에서 소비자피해를 효과적으로 예방하는 데 앞장설 계획이다.

2022

소비자정책 우수사례집

소비자정책 시행계획 추진실적 평가 우수사례 모음

발행일 : 2022년 12월 31일
발행처 : 공정거래위원회 / 한국소비자원
기 획 : 한국소비자원 정책연구실
(장호석, 김진열, 유나영, 지광석)
ISBN : 979-11-5649-584-0(93330)
인 쇄 : 팝콘프린팅(043-877-8363)

2022

소비자정책 우수사례집

소비자정책 시행계획
추진실적 평가 우수사례 모음

비매품/무료
93330
9 791156 495840
ISBN 979-11-5649-584-0