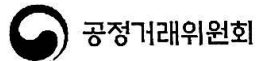


“2021년 소비자법의 회고와 전망”
공동학술대회
(2022년 3월 29일 오후 1시)

2021년 소비자정책 동향

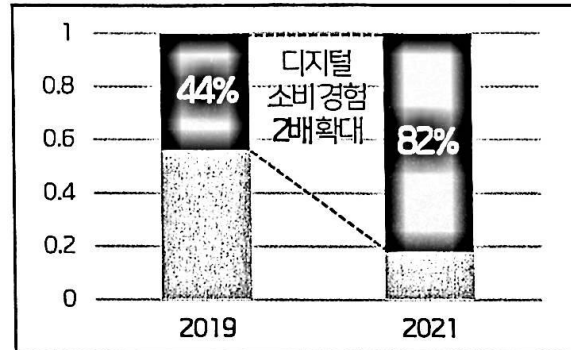


I. 정책환경

디지털·비대면 소비환경으로의 구조적 변화 가속화

Ⅱ 소비자 거래가 디지털(digital) 중심으로 전환

- 온라인·모바일 중심으로 거래구조 재편
(특히, 온라인 플랫폼 활용이 크게 증가 중)
* 플랫폼 거래 비중 33%(17년) → 45%(19년)
- SNS, C2C 등 新 유형 플랫폼 이용 확대
- SNS플랫폼 : 100명 중 21명이 이용
- C2C플랫폼 : 100명 중 17명이 이용
- OTT 등을 중심으로 구독 경제 활성화
(→ S/W, 포토샵, 음식 서비스 등으로 확대)



* Source: "2021 한국의 소비생활지표", 한국소비자원 (2021)

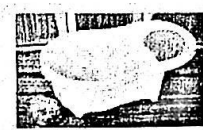
Ⅲ 이에, 취약계층(예. 노인층)을 포함한 디지털 이용 소비자의 피해 경험 증가

- 품질불량, 허위·과장광고, 교환·취소·환불 제한 등이 주요 소비자 피해로 발생
- 아울러, 다크패턴(dark pattern) 등 새로운 소비자 기만 행위가 발달·확산

소비자의 안전에 대한 불안 확대

Ⅱ 코로나19 등으로 인한 건강 안전에 대한 불안 수준 상승

- 마스크, 손 소독제 등 안전위생 관련 제품 소비 확대
- 해외직구 등에 따라 유입되는 비관리영역에 속한 제품 유통에 대한 우려 ↑
- 소비자 안전을 위협하는 사건의 발생



[사례 : 아기욕조]

- * 아기 욕조 배수구 마개에서 안전기준의 600배가 넘는 프탈레이트계가소제 (DINP)가 검출됨에 따라 4천여명의 소비자가 집단분쟁조정 신청



[사례 : 해외 유명 아기분유]

- * 영아용 조제유를 통한 크로노박터균 감염 사례 발생(식약처 시정조치)

Ⅲ 최근에는 일부 자동차 방향제 제품에서 가슴기 살균제 사건에서 문제되었던 CMIT 성분이 검출되었다고 보도

Ⅱ 온라인 해외 직구의 증가

- '21년 해외직구는 약 5조 1,404억 규모, 전년대비 26.4% 증가
 - 미국(40.5%), 중국(26.0%), EU(22.3%), 일본(6.4%)
 - 의류패션(38.7%), 음식료품(25.8%), 가전·전자·통신(7.0%)

Ⅲ 해외 위해제품 유통 증가

- '21년 기간 중 국내 유통되는 해외라콜제품 382개 확인, 전년대비 150% 증가
 - 한국소비자원 모니터링 결과 ('22.2월 발표)
 - 중국산(38.9%), 미국산(24.6%) 등
 - 음식료품(41.4%), 아동·유아용품(13.4%), 가전·전자·통신(11.5%), 화장품(11.0%)

II. '21년도 소비자정책 추진내용

'21년도 소비자정책위원회

제7차(국무총리 주재, '21.8.18.)

『'20년도 소비자정책 추진실적 평가』

- 169개 소비자정책 평가 결과,
 - 전년 대비 평균 점수 상향 (78.8→79.6)
 - 우수 과제 비중 증가 (△7%p)

『소비자24』개편

외부 참여 안전

『소비자지향적 제도개선(총 6건)』

- 거짓기만적 온라인 의료광고 차단(복지부)
- 마시기 부적합한 생수 유통방지(환경부)

『반려동물 소비자권익제고방안(농식품부)』

제8차(민간위원장 주재, '21.12.27.)

『'22년도 종합시행계획 수립』

- 269개 과제 수립 (예산 3,156억 규모)
 - 안전(1,175억원), 디지털(813억원)

『소비자지향적 제도개선(총 4건)』

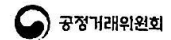
- 식품 모방생활화학제품 안전기준 마련(환경부)

『5G 이동통신 이용자 이익제고방안(과기부)』

『디지털 소비생활 실태분석(소비자위)』

『소비자 중심 ESG 경영 확산(민간위원)』

- 7/22 -



『디지털 분야 불공정관행 점검·시정(주요 사례)』

OTT 서비스

- (전상) 사업자 신원정보 제공 누락, 청약철회 방해 등 적발시정(22.1월)
 - * 구글, 넷플릭스, KT, LG유플러스, 웨이브
- (약관) 중도해지시 미환불 조항, 고객에게 부당하게 불리한 조항 등 시정(21.1월)
 - * 넷플릭스, 웨이브, 티빙, 시즌, 왓챠, 구글

SNS 뒷광고

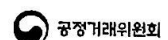
- (표광) 경제적 대가를 수령하였음에도 이를 은폐 축소한 SNS 뒷광고 모니터링
 - * '21년 뒷광고 31,829건 자율시정
 - 인스타그램 : 16,493건
 - 블로그 : 15,269건
 - 유튜브 : 67건

배달앱 / 리셀(Resell) 플랫폼

- (약관) 부당한 면책 조항, 일방적 계약 해지조항, 모호한 수수료 감면조항 (21.8/11월)
 - * 배달의 민족, 요기요
 - * 크림, 솔드아웃, 리플, 아웃오브스탁, 프로그

클라우드펀딩 중개 플랫폼

- (약관) 부당한 책임 배제 조항, 하자 제품에 대한 반환신청 제한 조항 등 시정 (21.7월)
 - * 와디즈플랫폼



디지털 분야 전자상거래 규율 체계 개선 추진

II 전자상거래법 개정 추진

- 플랫폼(platform) 중심의 새로운 거래 환경에 맞게 규율 체계를 개편하고, 소비자피해 예방 구제의 실효성 제고 도모

- 1) 플랫폼 중심으로 규율 체계 개편 - 입점업체, 플랫폼, 소비자의 3면 관계 고려
- 2) 플랫폼의 법적 책임 강화 및 소비자에 대한 정보제공 의무 강화
- 머지포인트 사태 등 대규모 소비자 피해를 예방하기 위한 플랫폼 사업자의 책임 보장
- 3) 소비자의 안전과 합리적 선택권 보장을 위한 장치 마련
- 검색순위 결정기준, 이용후기 수집 처리기준 등 정보제공 강화

➡ 국회학계를 통한 논의가 활발히 이루어짐

* 정부안 입법예고 이후 이해관계자·전문가 등의 다양한 의견을 반영한 의원안들이 다수 발의

➡ 전자상거래 이용 소비자의 권익을 증진하기 위해 더 나은 방향을 검토

시장환경 변화에 대응하여 소비자 법·제도 개선

할부거래법시행령 개정 ('22.2.3.)

- 선불식 할부계약 방식으로 판매되는 여행상품, 가정의례상품을 적용 대상에 포함

방문판매법 개정 ('21.12.7)

- 방문법 적용범위에서 금소법상 금융상품 제외
- 동의의결제도 도입('21.12.9)

표준약관 개정

- 국내결혼중개 표준약관
- 이용자의 해지권 보장 및 위약금을 업무간행 정도에 따라 합리적 조정
- 자동차대여 표준약관
- 차량점검항목 구체화 및 안전·의용주부상 등으로 운전불가 시 대리운전 허용

소비자생활협동조합법 개정 ('21.12.7)

- 생협 지원주체로 지자체, 학교 추가
- 사업 유형별 전국연합회 설립 허용 등
※ 생협 활력 제고 방안 마련('21.9월)

소비자분쟁해결기준 개정 ('21.5.25)

- 내비게이션 품질보증기간 및 부품보유기간 연장
- 물품대여서비스, 결혼중개업 등 위약금 규정 개선

중요 표시·광고사항 고시 개정 ('21.12.27)

- 종합체육시설업, 수영장업, 체력단련장업
가격표시방법 개선(사업장게사물 & 등록신청서)
- 개인형 이동장치 준수사항 표시

'21년도 추진내용

소비자 안전을 위한 인프라 구축 : 자율 제품안전 협약

자율 제품안전 협약

* 해외사례: EU(18년), 호주ACCC(20년), OECD 성명 초안 등

- 제품의 온라인 유통 판매로부터 소비자 안전을 강화하기 위해 5개 오픈마켓 사업자와 자율 제품안전 협약을 체결 ('21.4.22)

* 네이버, 11번가, 이베이코리아, 인터파크, 쿠팡

[자율 제품 안전 협약 주요 내용]

- 1) 위해 제품의 유통판매 차단 및 차단된 제품의 재유통 방지
- 2) 위해 제품의 결함 보상이나 시정조치에 대한 소비자 정보 제공
- 3) 제품 안전 관련 정보 등을 게시하거나 공지하여 입점 업체들의 제품 안전 관련 법령 준수 촉진
- 4) 위해 제품을 반복적으로 판매하는 상습 위반 업체에 대한 조치 방안 마련
- 5) 정부의 위해 제품 통보 및 유통판매 차단 요청을 위한 연락망 제공
- 6) 위해 제품에 대한 유통판매 차단 요청 시 위해 제품 목록 신속히 삭제
- 7) 위해 제품을 구매한 소비자의 안전 확보를 위해 정부와 협력 범위 사전 협의
- 8) 정부의 위해 제품 관련 요청 사항 및 제품 안전 확보를 위한 조치 성실 이행

- 11/22 -

공정거래위원회

'21년도 추진내용

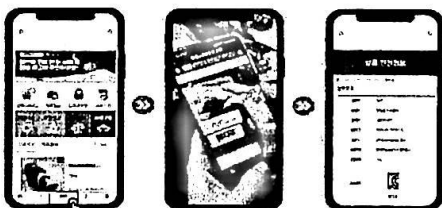
소비자 안전을 위한 인프라 구축 : 소비자24 개선

공정위 소비자안전 종합플랫폼인 "소비자24" 기능 강화

소비자 안전 인증정보 소비자24 통합 제공

- 국내에서 운영되는 각종 안전인증 정보를 One-stop으로 제공

* 소비자24 제공 주요 안전인증
: KC(산업부), 방송통신(자재적합성(과기부), 어린이/요식품 품질인증(식약처) 등



OECD 글로벌 리콜 정보 소비자24 제공

- 세계 각국의 리콜 정보가 등록되는
▲ OECD 글로벌 리콜 포털과
▲ 소비자24를 연계

- 해외 리콜 제품의 국내 유입 차단,
신속한 시장 퇴출을 지원

* 22.3월 현재 기준 OECD 리콜 정보 수집 건수
: 약 55,000건 (소비자24 등록 기준)

- 민간의 소비자 안전 서비스 개발을
지원하기 위해 데이터 개방(Open API)

- 12/22 -

공정거래위원회

소비자 역량 강화: 대상별 체계적 교육 추진

Ⅱ 학교 소비자교육 기반 마련

- 체계적 학교 소비자교육을 위한 표준안 개발(한국교육과정평가원 위탁)
 - ▲학교 소비자교육의 방향 및 목표
 - ▲표준안의 내용 체계 및 학교급별 성취기준, 표준안 활용 및 확산 방안 등 연구

Ⅱ 취약계층 대상 맞춤형 소비자교육 실시

- 노인, 장애인, 아동 등 취약계층 소비자 대상 교육 실시(소비자단체 위탁사업)
 - 12,264명(526회) 대상 교육 실시 (방문교육, 캠프 등 활용)

* (교육내용) 법률이 보장하는 소비자권리와 교육 대상별 관심 품목, 최근 이슈 등

- (소비자 권리) 청약철회권, 내용증명우편제도, 소비자상담센터(1372) 등
- (소비자 이슈) 전자상거래(소셜커머스, 해외직구), 보이스포싱, 키오스크 등
- (소비자 책임) 비윤리적 소비행동(예약부도(No-show), 블랙컨슈머) 등

소비자 역량 강화: 신규사업 발굴

Ⅱ "청년 소비자 역량 제고 및 디지털 디바이드 해소사업(22년~)"

- 청년청소년, 노인 등 전 세대의 소비자 역량을 동시에 강화할 수 있도록 고안된 신규 사업 발굴(예산 8.47억원 확보)
 - ▶ 소비자의 역량 향상을 위해 지속적으로 사업 영역을 확대 추진

청년 · 대학생

청년 소비자 리더 아카데미 운영

- 청년 소비자 대상 전문교육 실시
- 소비자 서포터즈, 소비자정책위원회
청년자문단 등으로 양성

중 · 고등학생

"Youth & Silver" 프로그램

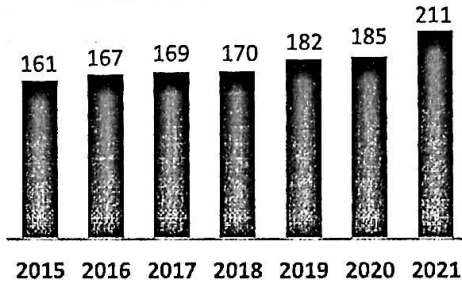
- 중고등학생에게 소비자 교육 실시
- 교육받은 학생들을 디지털 소비
취약계층인 노인층과 1:1로 매칭,
소비 지식정보 전달을 위한
봉사활동 수행

소비자중심경영(CCM) 활성화

CCM 인증 기업 지속 확대

- '21년 39개 기업·공공기관이 신규 인증
 - (대기업) 삼성전자, 엘지전자, 샘표식품 등
 - (중소기업) 대명스테이션, 허브데이 등
 - (공공기관) 경주시시설관리공단, 광명도시공사 등
- DB손해보험, 공항철도, 농심, 아성다이소 등 67개 기업·공공기관은 재인증

• CCM 인증기업 수 추이



CCM 인증마크 개선

- 소비자중심경영 인증제도의 인지도를 제고하기 위해 인증마크를 개선



특수 및 할부거래 분야 소비자 권익 제고

	할부거래 분야 (상조·여행업 등)	특수거래 분야 (다단계·방문판매업 등)
시장 감시	• 지자체-조합-소비자원과 협업, 모니터링 강화 및 선제 대응 (35건 제재 및 시정조치 완료)	• 코로나19 대응, 불법행위 제재 (648개 업체 점검 → 123개 대상 과태료 처분, 현장 계도 등)
정보 제공 홍보	• 상조업체 경영정보, 피해사례 등 제공(피해주의보, 지자체 교육)	• 코로나19 관련 불법업체 방문 자제 및 불법행위 신고 유도 - 포스터, 카드뉴스 제작 - 지자체 협업, 불법업체 신고 창구 개설 및 대국민 신고 홍보
제도 개선	• 소비자가 환급금을 간편하게 확인할 수 있도록 '상조 해약 환급금 자동산출 시스템' 구축 • 해약환급금 산정기준 고시 개정 ('21.11월)	

II. '22년도 소비자정책 추진방향

'22년도 추진방향

디지털 서비스 관련 소비자 피해 방지

Ⅰ 신유형 디지털 분야 조사 및 모니터링 강화

- S/W 구독서비스 관련 불공정약관 시정
- OTT·음원 등 구독 시장현황 점검
- 명품 판매 플랫폼 전자상거래법 위반 행위 조사
- 메타버스 및 NFT 플랫폼 실태 파악 및 점검

* NFT(Non-fungible Token): 디지털 파일·자산의 원본성·소유권을 나타내는 기술

Ⅱ 온라인 판매제품 인·허가 정보 표시 강화

- 인·허가를 받은 제품인지 소비자가 쉽게 식별할 수 있도록 표시하도록 의무화
(전자상거래 상품 정보제공 고시 개정 추진)

소비자의 건강·안전 확보의 최우선 과제 추진



소비자가 안심할 수 있는
거래환경 조성

Ⅱ 위해(危害) 정보 제출기관 확대 (학교와 보건소를 추가)

- 생명신체에 관한 위해 정보를 풍부하게 & 적시에 제공
- 수집되는 위해 정보의 품질(quality)도 함께 개선

Ⅱ 소비자24 안전 인증정보 확대 (6개→12개 이상)

- 정부부처별로 개별 관리되는 안전 인증정보를 소비자가 One-stop으로 확인할 수 있도록 소비자24를 통해 통합제공

Ⅱ 위생·건강 관련 제품 등 시험·안전검사 (세제화장지 등)

- 코로나19로 수요가 증가한 위생·건강 제품에 대한 비교 검사
- 팬데믹에 편승해 출시된 안전성 미검증 제품 실태 조사

+

Ⅱ 소비자의향적 제도개선('22년 제9차 소비자정책위원회)

- 안전 관련 소비자 권익 제고 과제 집중 발굴

국민생활 밀접 품목 관련 소비자 권익 보호

〈코로나19 방역 기준 완화와 관련하여 국민 생활 밀접 품목에 대한 소비자 권익 보호 추진〉

Ⅱ 대학교 기숙사 불공정약관 시정

- 기숙사 중도 퇴사시 과도한 위약금을 부과하는 약관 시정

Ⅱ 무인세탁소(셀프빨래방) 표준약관 제정

- 빠르게 성장하는 무인세탁소 시장에 대응하여 소비자보호 분쟁 예방을 위한 표준약관 제정
- 이용요금 환급, 미화수 세탁물 처분 및 보관료 규정 등

Ⅱ 주류 영양성분 정보제공 강화

- 주류업체에 대해 열량(kcal) 등 정보 표시 의무화

Ⅱ 여행분야 소비자권익 제고

- 선불식 여행 상품에 관한 해약 환급금고시 및 소비자보호지침 개정

Ⅱ 골프장장례식장 불공정약관 시정

- 과도한 위약금 부과, 입회금 미반환, 회원권 양도·양수 제한 등 불공정한 약관 조항을 점검·시정
- 외부음식물 반입 금지, 분실물 책임 면책 등 조항 점검·시정

▮ 제도 개선

소비자기본법 개정안

- 소비자단체소송제도 합리화
 - ▲ 소비자단체소송 주체 확대 (소비자단체 협의회 추가)
 - ▲ 사전 소송허가절차 폐지
 - ▲ 침해가 예상되는 경우에도 소송 가능
- 실태조사 근거 조항 도입

☞ 추진방향 : 국회이해관계자 설득

할부거래법 개정안

- 선불식할부거래업자의 자본금 유지의무 부과
- 선불식할부거래업자의 신고 처리기한 명시
- 선수금 관련 내용 소비자 통지의무 신설
- 거짓감사보고서 제출, 거짓 공시의 경우 과태료 부과규정 신설 등

☞ 추진방향 : 조속한 정부 입법 추진

▮ 기타 추진 사항

- ESG 지표의 소비자중심경영 반영, 이동통신 등 분야 소비자분쟁해결기준 정비 등

감사합니다