VOL
466
2025
1112

대한민국 대표 소비자 전문 매거진

소비자

특집기획

국민이 안심하는 항공안전 혁신을 기다리며

무안공항 제주항공 사고 참사 1주기를 돌아보다

소비자 분쟁조정사례

전자상거래로 구매한
항공권 청약철회

시장 분석

"순살 치킨, 중량 들쭉날쭉
중량 표시 대부분 없어"

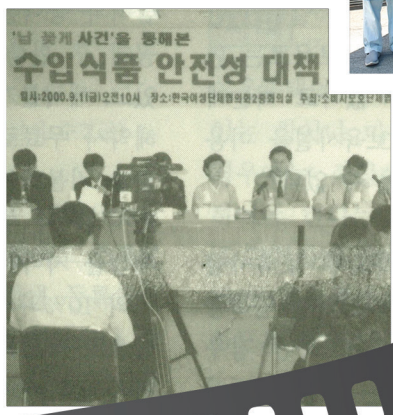
생각하는 페이지

2025년 소비자운동 회고와
새로운 패러다임 모색

송년특집

**2025년 소비자
10대 NEWS**

www.consumer.or.kr



한 해를 돌아보면, 한국 소비자들은 결코 쉽지 않은 여정을 함께했습니다. 개인정보 유출의 파도가 거센 가운데, 고물가의 무게를 견디며, AI시대의 새로운 도전에 맞서고, 소비자 안전에 대한 위협과 정치적 혼란 속에서도 주어진 현실을 살아내야 했습니다. 특히 새로운 정부의 출범과 함께 언제 닥칠지 모르는 불공정거래 피해로부터 소비자들이 신속하고 실질적인 보상을 받을 수 있는 소비자피해구기금의 도입과 집단소송제, 징벌적 손해배상, 입증책임 전환이라는 소비자 3대 법안의 절실함이 한층 높아졌습니다. 소비자는 단순히 피해를 겪은 것이 아니라, 그 피해를 통해 우리 소비자들이 무엇을 원하는지, 무엇이 필요한지를 사회에 분명히 알려 왔습니다.

새로운 소비자 권익증진을 위한 정책과 사업자의 명확한 책임 체계도 함께 구축되어야 한다는 목소리가 높아졌습니다. 기술의 발전이 자칫 소비자 권리의 침해가 되지 않도록, 우리 함께 경계하고 목소리를 높여야 한다는 다짐이 2025년을 채웠습니다.

2025년을 마치며, 50년의 발자취로 2026년을 맞이하다

그리고 이제 2026년입니다. 2026년은 한국소비자단체협의회 50주년을 맞는 뜻깊은 해입니다. 반세기에 가까운 시간 동안 대한민국의 소비자들과 함께 걸어온 한국소비자단체협의회. 늘 힘들고 어려운 길이었지만 소비자 여러분이 있었기에 오늘 우리 소비자들이 당연하게 여기는 소비자 정책과 권리를 만들어 낼 수 있었습니다.

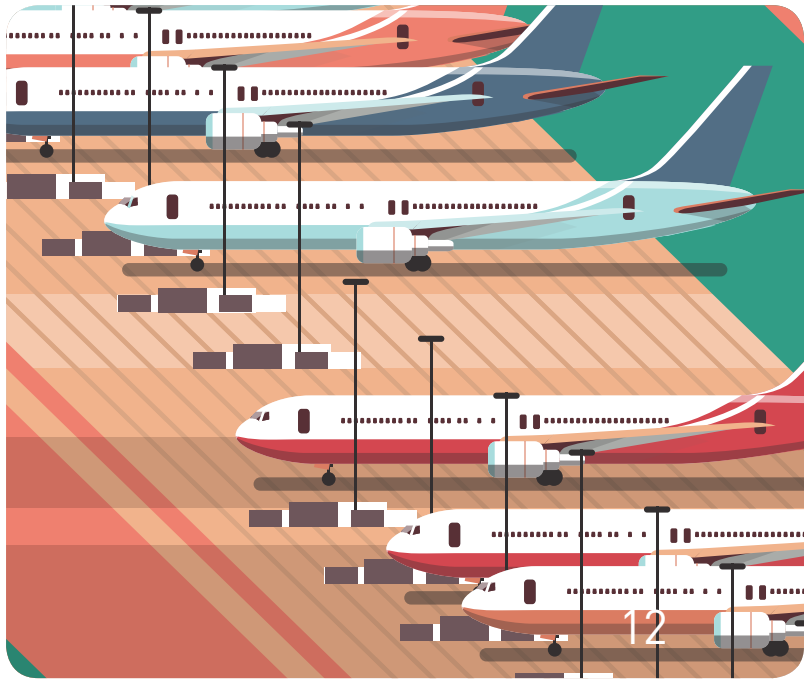
소비자 안전, 어린이 보호, 지속가능한 소비, 불공정한 거래조건이나 거래방법의 개선, 개인정보 보호, 소비자 분쟁해결…. 한 가지 한 가지가 눈물과 땀이 어린 투쟁의 결과였습니다. 우리는 50년 역사를 뒤로하고, 이제 우리는 새로운 50년을 향해 나아갑니다.

2026년은 단순히 기념하는 해가 아닙니다. 지난 반세기의 소비자보호 정신을 계승하면서, 동시에 AI시대, 플랫폼 경제 시대의 새로운 소비자 문제에 어떻게 대응할 것인가? 고민하는 해입니다. 개인정보 보호는 첨단 기술로 더 강화되어야 하고, 플랫폼 기업들의 책임은 더 명확하게 규정되어야 하며, 소비자들의 목소리는 더욱 높고 크게 울려 퍼져야 합니다. 이 모든 것이 가능한 이유는, 우리 모두 소비자이기 때문입니다.

우리는 더 이상 침묵하지 않습니다. 우리는 피해 앞에서 분노하고, 불의 앞에서 저항하며 변화를 요구합니다. 다사다난한 한 해를 견뎌낸 한국 소비자들. 그리고 50주년을 맞이하는 한국소비자단체협의회. 우리는 함께 더 나은 내일을 향해 나아갈 것입니다. 왜냐하면 소비자 권리의 꿈을 포기할 수 없기 때문입니다.

대한민국 대표 소비자 전문 매거진

소비자



Vol.466_ 2025년 11·12월호

CONTENTS

02 **소비자 현장**
2025년을 마치며,
50년의 발자취로 2026년을 맞이하다

06 **2025년 소비자 10대 NEWS**

특집기획
국민이 안심하는 항공안전 혁신을 기다리며

12 **특집기획 ①**
제주항공 사고와 항공안전 혁신

16 **특집기획 ②**
국민이 안심할 수 있는 공항을 위한
정부의 항공안전 정책

22 **특집기획 ③**
항공소비자 보호이슈와 권익 증진을 위한
정책제언

한국소비자단체협의회가 발간하는
대한민국 대표 소비자 전문 매거진 「**소비자**」

2025년 11·12월호(통권 제466호)
발행일 2025년 12월 31일
발행 등록일 1978년 8월 21일 등록번호 라-2338
발행 한국소비자단체협의회
발행인 문미란
편집인 이정수
발행처 서울시 종로구 세종대로 23길 47
새문안광화문빌딩 524, 525호
전화 02)774-4050~2
팩스 02)774-4090
홈페이지 www.consumer.or.kr
편집위원장 강정화
편집위원 고대균 · 김규철 · 김성숙 · 문미란 · 전계순 · 박호권 · 안정희 · 정윤선
에디터 최우성

이 책은 도서잡지 실천강령을 준수합니다.
이 잡지에 실린 내용은 허가없이 전재하거나 광고에 이용할 수 없습니다.

29 **소비자 상담센터 리포트**
상조결합상품 상담 분석 결과

32 **시장분석**
치킨, 시킬 때마다 다른 양…
기분 탓일까?

35 **소비자 상담사례**

40 **알면 힘이 되는 소비자 법**
개인정보유출에 대한 정신적 손해배상 판결시
고려 사항과 기준

44 **소비자 분쟁조정 사례**
전자상거래로 구매한 항공권 청약철회

46 **생각하는 페이지**
2025년 소비자운동 회고와
새로운 패러다임 모색

48 **소비자운동 현장**

59 **한국소비자단체협의회 50주년**
소비자운동의 새로운 미래!
2026년 다함께 시작합시다

2025 소비자NEWS 10

NEWS 1

쿠팡, SKT, KT, 롯데카드 등 초대형 개인정보 유출사고

집단소송제, 징벌적 손해배상, 입증책임전환 소비자 3법 도입 절실

올해는 국내 주요 대형 기업들의 개인정보 유출 사건이 연이어 발생하여 소비자들의 불안감이 최고조에 달했다. 특히 SK 텔레콤과 KT, 롯데카드 그리고 쿠팡까지 대규모 개인정보 유출 사태가 잇따르면서 개인정보 보호에 대한 소비자들의 신뢰가 심각하게 손상되었다.

SK텔레콤에서는 IMSI·유심 인증키 등 핵심 정보까지 유출되어 '유심 교체 대란'이 발생했다. KT에서는 소비자의 동의 없이 소액결제가 이루어지는 피해가 있었으며, 쿠팡에서는 주소, 연락처, 공동현관 비밀번호 등 배송과 관련된 민감한 정보가 대량으로 유출되는 심각한 사건이 발생했다. 이러한 정보는 2차 피해, 특히 배송사기나 주택침입 등의 범죄로 이어질 수 있어 소비자들의 우려가 매우 컸다.

그럼에도 불구하고 주요 통신사와 플랫폼 기업들은 보안 시스템 강화나 실질적인 보상책 마련보다는 소송 대응과 로비활동에만 집중하는 모습을 보였다. 이는 기업들이 피해 소비자를 보호하기보다 자신들의 법적·경제적 책임을 최소화하는 데에만 관심을 두고 있음을 의미했다.

이렇게 반복되는 유출 사태로부터 소비자 피해를 구제하고 재발을 방지하기 위해서는 집단소송제, 징벌적 손해배상, 입증 책임 전환 등 소비자 3대 법안의 도입이 더 이상 미룰 수 없는 절실한 과제임이 다시 한번 확인되었다.

NEWS 2

고물가 시대, 여전히 높은 소비자 실제 체감물가

계엄.탄핵 혼란 중 감시체계 소홀, 식품 가격 인상, 소비자 부담 커져

2025년 한국의 소비자들은 계속된 고물가로 인해 심각한 경제적 어려움을 겪었다. 특히 정치적 혼란과 경제 불확실성이 식료품 시장 감시 체계를 느슨하게 만들면서 가공식품 업체들의 기습적인 가격 인상이 이루어졌다.

계엄 사태와 탄핵 논쟁 등으로 정치가 불안정했던 시기, 식료품 시장에 대한 정부의 감시와 통제가 제대로 이루어지지 못했다. 이 틈을 노린 많은 가공식품 업체들이 대대적인 가격 인상을 단행했고, 이는 소비자들의 식생활 물가 부담을 크게 높였다. 비록 하반기에 들어서면서 물가 상승 추세가 다소 진정되는 모습을 보였으나, 소비자들이 실제로 체감하는 물가 부담은 여전히 높은 수준이었다.

국제적 비교를 보면 더욱 심각한 상황이었다. 2023년 기준 한국은 빵과 같은 기본적인 식음료 가격이 OECD 회원국 중 두 번째로 비싼 국가로 나타났다. 또한 치킨 등의 사례에서 보듯이 제품의 크기나 내용량은 줄이면서 동일한 가격을 유지하는 '슈링크플레이션' 현상이 지속적으로 발생하여 소비자들의 체감 구매력이 더욱 떨어졌다.

외식 물가 상승과 함께 배달앱의 이중가격제 문제도 심각한 수준에 이르렀다. 소비자는 같은 음식이라도 배달앱을 이용할 경우 배달앱의 수수료, 광고비, 배달 대행료 등 플랫폼 운영에 필요한 모든 비용이 결국 음식점에 전가되어 음식점에서 직접 주문할 때보다 20~30% 더 비싼 가격을 지불하게 되었다.

더욱 문제인 것은 배달플랫폼들이 구독 서비스로 전환하면서 '무료 배달'이라는 명목 아래 실제로는 소비자들이 이전보다 더 많은 돈을 지출하게 되었다는 점이다.

2025년은 배달앱 이중가격제 문제 해결을 위해 소비자, 음식점, 플랫폼 간의 균형과 상생이 절실히 필요함을 보여주었다.

합리적인 수수료 체계의 도입과 투명한 가격 정책 수립, 그리고 소비자 권익 보호 강화가 향후 중요한 정책 과제로 자리 잡았다.

NEWS 3

소비자 피해 구제의 실질적인 효과 기대

소비자피해구제 기금 논의 본격화, 기금 도입 가능성 높아져

불공정거래로 인한 소비자 피해가 해마다 증가하고 있는 상황 속에서 이를 신속하고 효율적으로 해결하기 위한 소비자피해구제기금 도입 논의가 본격적으로 활발해졌다.

새정부의 국정과제로 불공정거래 피해자 지원을 위한 기금 논의가 시작되면서, 소비자 권익을 실질적으로 보호하고 피해 구제의 신속성과 효율성을 높이기 위한 소비자피해구제기금의 필요성이 강조되기 시작했다. 기존의 소비자분쟁조정위원회나 법원 소송 절차만으로는 다양한 형태의 불공정거래로 인한 소비자 피해를 신속하게 구제하기 어렵다는 점이 지적되어 왔다.

무엇보다 긍정적인 점은 정부, 국회, 그리고 소비자단체가 모두 기금 설립에 대해 공감대를 형성했다는 것이다. 이는 기금 도입의 가능성이 한층 높아졌음을 의미했다. 이 기금이 실제로 도입될 경우, 소비자들은 피해 발생 시 신속한 보상이 가능하게 될 것으로 기대되고 있어 보다 안전한 소비 활동이 가능할 것으로 기대된다.

NEWS 4

AI의 상용화에 따른 소비자 문제와 정책 과제

기술의 편리함과 새로운 위험, 명확한 책임 체계 필요

2025년은 인공지능(AI) 기술, 특히 대화형 AI가 일상생활 전반에 본격적으로 도입되는 해였다. 이 기술은 정보 검색, 업무 처리, 창작 활동 등 다양한 분야에서 소비자들에게 편리함과 효율성을 제공했다. 그러나 AI 기술의 확산과 동시에 새로운 형태의 소비자 피해 사례가 증가했다.

첫째, 알고리즘 편향 문제로 특정 집단을 차별하거나 부정확한 정보를 제공하는 경우가 발생했다. 둘째, AI 서비스 이용 과정에서 개인정보 보호 문제가 지속적으로 대두되었다. 셋째, AI가 생성한 허위 정보나 딥페이크 콘텐츠로 인한 피해도 늘어났다.

가장 심각한 문제는 이러한 피해가 발생했을 때 누가 책임을 지는가가 불명확하다는 점이었다. AI 개발사, 플랫폼 운영업체, 사용자 중 누가 책임을 져야 하는지에 대한 법적·윤리적 기준이 정립되지 않았다. 이는 소비자 권익 침해에 대한 우려를 크게 키웠다.

따라서 AI 시대에 맞는 새로운 소비자 보호 정책의 수립, 명확한 책임 체계의 확립, 그리고 기업의 투명성 확보 방안 등이 시급히 마련되어야 한다. 이를 통해 소비자들은 AI 기술의 편리함을 누리면서도 피해로부터 보호받을 수 있는 환경이 조성되어야 할 것이다.

NEWS 5

비만치료제 등 약물 오남용과 법적 대처 미흡

비만치료제 시장의 급성장과 창고형 대형약국의 등장

2025년 상반기 국내 비만치료제 시장 규모는 2,718억 원으로, 전년 동기 940억 원 대비 무려 189% 증가하여 약 3배 성장했다. 위고비(노보노디스크사의 세마글루타이드)는 2024년 10월 국내 출시 후 상반기에만 2,133억 원의 매출을 기록했으며, 8월에 마운자로(일라이 릴리사의 터제파타이드)가 출시되면서 22% 체중감량 효과가 있다고 알려져 추가 성장을 견인했다. 두 제품 간 가격 경쟁으로 소비자 가격이 20~30만 원대로 내려가면서 접근성도 높아졌다.

약국 판매 구조에도 큰 변화가 일어났다. 2024년 경기도 성남에 국내 최초의 창고형 약국이 개설된 이후, 2025년에는 지방의 주요 도시까지 빠르게 확산되는 추세를 보이고 있다.

창고형 약국의 특징은 약 430㎡(약 130평) 규모의 넓은 공간에 2,500여 종류의 상품을 진열하고, 방문객들이 마치 마트에서 쇼핑하듯 카트를 이용해 일반의약품, 건강기능식품, 반려동물용

약품 등을 자유롭게 선택한 후 결제 전에 약사의 복약지도를 받는 구조였다.

소비자 입장에서는 다양한 상품을 자율적으로 비교 구매할 수 있고, 선택권이 크게 확대되었다는 장점 있지만, 그러나 동시에 약사의 전문적 역할이 축소되고, 전통적인 소규모 약국의 생태계가 붕괴될 수 있다는 우려도 함께 제기되고 있어 약물 오남용에 대한 체계적인 대책마련이 필요하다.

NEWS 6

개인정보 활용 범위 확대의 이중성에 대한 우려

마이데이터 산업 발전과 프라이버시 침해 위험의 공존

개인정보보호위원회는 6월 개인정보보호법을 개정하는 방안을 입법 예고했다. 주요 내용은 기존의 금융·보건 분야뿐 아니라 쇼핑·숙박·문화·콘텐츠·플랫폼 서비스 등 모든 산업 분야의 개인정보를 전송 대상에 포함하고, 일정 요건을 충족하는 기업에 포괄적인 개인정보 전송 의무를 부과하는 것이었다.

이 정책이 시행될 경우 개인이 자신의 정보를 다양하게 활용할 수 있는 '마이데이터' 산업의 발전에 유용할 것으로 예상된다. 소비자들은 자신의 금융 데이터, 건강 정보, 쇼핑 기록 등을 한 곳에서 통합적으로 관리하고, 이를 통해 더욱 맞춤형의 서비스를 받을 수 있게 될 것으로 예측되고 있다.

그러나 정보보안과 프라이버시 보호 대책이 충분하지 않은 상황에서 이 정책이 시행될 경우, 소비자의 개인정보 자기결정권과 프라이버시가 심각하게 침해될 우려도 함께 병존 하고 있다. 많은 기업이 더 많은 개인정보에 접근하게 되면, 정보 유출 위험도 그만큼 커지기 때문이다. 또한 개인정보가 적절한 동의 없이 과도하게 활용될 가능성도 높아질 수 있다.

마이데이터의 확장에 대해 정부는 산업 활성화 논리보다 소비자 기본권 보호를 우선해 산업적 측면이 아니라 공익성과 필요성에 대해 면밀히 분석하고 다양한 이해관계자들과의 공론화 과정을 거쳐 개인정보 유출에 대한 문제, 프라이버시 침해, 소비자 피해에 대한 대응, 수반되는 사회적 비용에 대한 분석 등 신중한 검토과정이 요구된다.

NEWS 7

디지털 범죄의 국제 조직화

캄보디아 등 보이스피싱 조직의 대형화, 고도화된 수법으로 피해 확대

2025년 7월 한국 대학생이 해외박람회 참가라는 명목으로 캄보디아로 출국했다가, 대포통장 모집 조직에 유인되어 감금·고문을 당한 끝에 안타깝게 사망했고, 이 사건을 계기로 본격적인 수사가 시작되었다.

서울경찰청 사이버수사대의 수사 결과에 따르면 캄보디아에 기반을 두고 활동하던 대규모 보이스피싱 조직 129명이 검거되었으며, 피해자는 220명, 피해액은 422억 원에 달했다. 범죄수익금만 해도 7억 8,892만 원이 확보되었다. 동시에 베트남 에서도 연관 조직원 5명이 검거되었고, 피해자 192명, 피해액 46억 원이 적발되어 총 피해액이 468억 원대에 이르렀다.

더 심각한 점은 보이스 피싱 등의 범죄가 조직화되어 나타나고 있다는 점이다. 단순한 개인 범죄를 넘어 조직화된 국제 범죄 집단이 SNS를 통해 정교하게 피해자를 유인하고, 매우 정교하고 체계적인 방법으로 투자 정보 제공을 빌미로 한 투자리딩 사기나 가짜 연애 관계를 구축한 후 돈을 빼앗는 로맨스 스캠을 시도하여 소비자 피해를 확산하고 있어 국제적인 공조와 대응방안이 필요하다.

NEWS 8

티메프 사태 결국 소비자의 피해보상은 어려울 듯

집단분쟁조정의 결과 거부와 사업자의 파산 선고로 구제 가능성 낮아져

2024년 7월에 시작된 티몬·위메프의 대규모 미정산 사태는 약 1년 반이 지난 2025년 11월 최악의 결말을 보고이고 있다. 위메프는 기업회생절차 폐지 결정을

받고 파산 선고를 받았으며, 티몬은 새벽배송 전문업체인 오아시스에 인수된 후 다시 쇼핑몰을 오픈하기로 예정되었으나, 현재까지 무기한 연기된 상태가 되었다.

티메프 사태로 인한 피해 규모는 전체 피해액은 약 1조 5,000억 원에 달했으며, 약 50만 명의 소비자가 피해를 입었다. 여행·숙박상품 결제 피해자들의 경우, 소비자분쟁조정위원회가 2024년 12월에 판매사가 최대 90%, 결제 중개사(PG)가 최대 30%까지 연대하여 환불하라는 조정 결정을 내렸다. 그러나 대부분의 업체가 이 권고를 거부했다.

집단 분쟁조정 결과가 거부됨에 따라 약 3,000여 명의 소비자가 판매사 53개와 결제 중개사 13개를 상대로 총 77억 2,000만 원 규모의 손해배상 소송을 제기으나, 기업들이 파산 상태에 있는 만큼, 실제 환불이 이루어질 가능성은 매우 낮은 상황이 되었다.

티메프 사태와 유사한 머지포인트 사건에 대해서도 2023년 대법원이 경영진 남매에게 징역 8년·4년을 확정해 '폰지 사기 구조'와 기망행위를 유죄로 확정되었지만 소비자 피해구제에 대해서는 집단분쟁조정에서 머지플러스의 배상책임을 인정하고 약 22억 원 배상 결정을 내렸고, 피해자 5,400명에 22억 원 배상 권고하였으나 실제 환급은 거의 이루어지지 못했으며, 손해배상 1심에서 승소하였지만, 머지플러스의 자산 부족·채권자 우선순위 문제로 '판결은 이겼으나 실제 배상은 불투명'하다는 평가가 나오고 있다.

NEWS 9

글로벌 무역 분쟁의 악화

미국의 보호무역 기조 심화, 고환율 기조 속에 소비자 물가 불안의 요인으로

2025년 3월부터 미국은 중국산 제품에 최고 145%의 관세를 부과하기 시작했다. 이는 역사적으로도 매우 높은 수준의 관세 였다. 이에 맞서 중국은 4월 4일부터 희토류 등 전략적으로 중요한 물자의 수출을 제한하는 방식으로 대응했다. 이러한 충돌이 계속되다가 11월에 들어서야 일시 휴전 상태가 유지 되었다.

2025년 미국은 한국, 일본, EU와 관세 협상을 진행했으며, 일부 품목에 대한 관세 인하 합의에 도달했다. 한국과 일본은 특히 반도체와 자동차 부품 등 첨단 산업 분야에서 관세 완화 혜택을 받았다. 이는 한국의 주요 수출 산업을 보호하는 데 일부 나마 도움이 될 것으로 예상된다.

그럼에도 불구하고 미국의 보호무역 기조 자체는 여전히 유지되었으며, 단순한 관세 문제를 넘어 기술·산업 지배권 경쟁으로 확대되고 있다. 이러한 상황은 세계 경제의 불확실성을 계속해서 높이고 있으며, 결국 한국 소비자들이 고환율의 기조속에 수입 상품의 가격 인상 등으로 그 영향을 직접 받게 될 가능성이 높아지고 있다.

NEWS 10

소비자의 일상적 피해로 다가온 기후위기

산불, 수확기 폭우 등으로 먹거리 생산 체계 문제발생, 정책적 긴급성 발생

2025년 4월 건조한 날씨 속에 발행한 강원도와 경북 지역에서 산불은 이어져 기록적인 피해를 남겼으며 7월부터 8월까지는 전국이 최고 40도를 넘나드는 폭염이 전국을 휩쓸었다. 이러한 기상 이변은 과거에 경험하지 못한 수준의 심각한 자연재해였다.

이 중 특히 강릉 지역은 상반기 강수량이 평년의 70% 수준으로 떨어져 역사적인 가뭄을 겪었다. 이러한 극한 가뭄은 농업 생산과 식수 공급 모두에 큰 어려움을 야기했으며, 수확기의 과일, 채소, 곡물 등 주요 식료품 생산에 직접적인 악영향을 미쳤다.

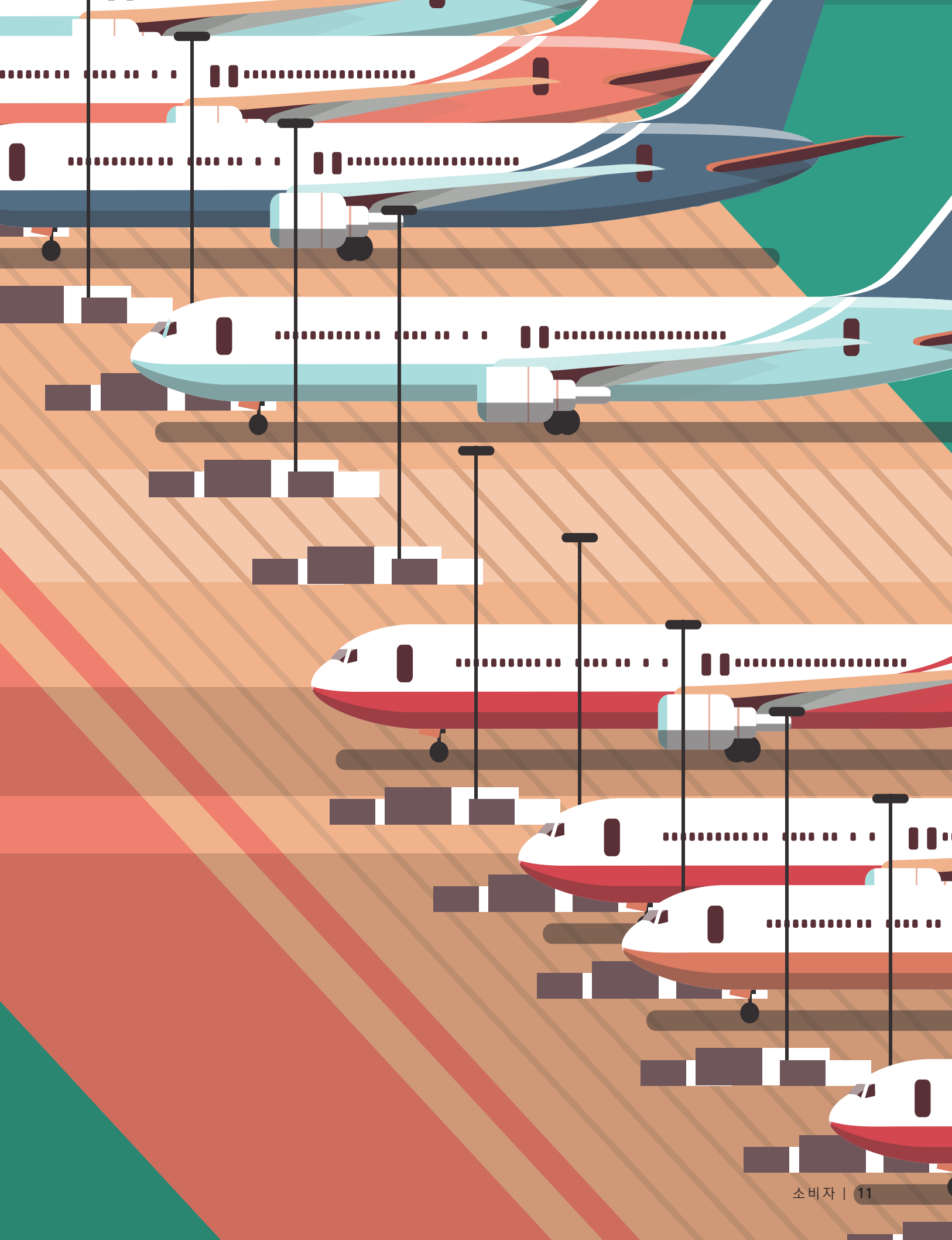
정부는 주로 재해 대응과 복구에 집중했으나, 이러한 기후 재난은 결국 먹거리 생산 체계에 구조적인 문제를 초래했다. 생산량 감소와 식료품 공급 차질은 필연적으로 가격 상승으로 이어졌고, 소비자들의 식품 구입 비용이 크게 증가했다.

이처럼 일상화된 기후변화 위기는 산불 예방 체계 강화와 적응 능력 강화가 더 이상 선택이 아닌 필수라는 것이 명확해졌다. 단순한 재해 대응을 넘어 장기적인 기후변화 대응 정책의 수립과 먹거리에 대한 안정적 공급 체계의 구축이 국가적 과제로 자리 잡았다.

국민이 안심하는 항공안전 혁신을 기다리며

우리나라 항공수요는 팬데믹 이후 완전한 회복세를 보이며 꾸준히 증가하고 있다.
항공여행의 대중화로 다양한 항공소비자 보호 이슈도 제기되고 있는 실정.
이같은 항공이용 환경 변화에 대응하기 위해 소비자 중심의 정책 설계와 선제적 보호체계 구축이 요구되며
또한 조직의 독립 · 신설 등 항공 전문인력 확보에 관한 정부의 근본적인 대책도 요구된다.
국토교통부도 항공정책기본계획을 통해 '항공안전을 기반으로 초일류 항공강국 도약'이라는 비전을 제시하고,
항공선진국에 맞는 항공안전 · 보안 체계 고도화를 5대 전략목표의 하나로 정하는 등 다각적인 노력을 취하고 있다.
중요한 건 목표는 분명하다는 것. 국민이 안심하고 탈 수 있는 하늘길을 만들고,
그 위에서 항공산업이 지속적으로 성장할 수 있도록 토대를 마련해야 한다.
무안공항 참사 1주기를 추모하며 〈소비자〉 편집실은 항공안전 혁신을 위한 현재를 점검해보는 특집을 마련했다.

특집기획 ① 제주항공 사고와 항공안전 혁신
특집기획 ② 국민이 안심할 수 있는 공항을 위한 정부의 항공안전 정책
특집기획 ③ 항공소비자 보호이슈와 권익 증진을 위한 정책제언



제주항공 사고와 항공안전 혁신

채연석
전 항공안전혁신위원회 위원장

2024년 12월 29일 제주항공의 여객기가 무안 공항에 착륙하면서 발생한 사고로 179명의 탑승자가 사망하는 국내 항공사의 사고 중 최악의 참사가 발생하였다. 사고원인은 아직도 항공철도사고조사위원회에서 조사하고 있다. 그러나 코로나 19사태가 벌어지면서 일부 예견되기도 하였다. 코로나 19사태 때 해외여행객이 급감하여 항공사들의 운영이 힘들어지자 구조조정을 하면서 조종사와 정비사를 줄였다. 국내 항공사에서 일하던 조종사들은 해외 항공사에 취업하기도 하였다. 코로나 19사태가 진정되면서 항공여행객이 급증했는데 항공사들은 팽창하는 비행 수요를 제대로 감당할 수 있는 준비하기에 시간이 부족하였다. 세계 각국에서 동시에 이런 문제가 발생하였기 때문에 갑자기 필요한 인원의 조종사와 정비사를 충원하기가 쉽지 않았을 것이다. 국토부의 '2025년도 항공운송사업자의 안전도 정보' 발표에 의하면 최근 5년 동안의 전 세계 항공사고 통계에서 '20년 48건, '21년 48건, '22년 66건, '23년 66건, '24년의 사고 건수가 95건으로 제일 많은 것도 팬데믹의 영향을 잘 보여주고 있다.

무안 공항사고 직후 언론 보도에 따르면 '사고 직전 제주항공은 특히 항공기의 운행횟수가 많았던 것으로 나타났다. 2024년 12월 30일 금융감독원 전자공시시템에 의하면 2024년 3분기 국내 6개 항공사 중 월평균 여객기 운항시간이 가장 긴 곳이 제주항공이었다. 월평균 운항시간은 총 유상비행시간을 운영 대수로 나누어 계산한다. 이 기간 제주항공은 월평균 418시간을 운행했는데 대한항공(355시간)과 아시아나(335시간)는 물론 다른 저가 항공사인 티웨이항공(386시간), 진에어(371시간), 에어부산(340시간)보다도 길었다. 항공기술정보시스템(AITS)에 따르면 제주항공의 평균 기령은 14.4년으로 다른 LCC인 에어부산(9.7년), 진에어(12.7년), 티웨이항공(13년) 보다 길었고 대한항공(11.4년), 아시아나(12.3년) 보다도 길었다. 같은 기간 제주항공의 항공운송인력은 3,188명으로 팬데믹 이전인 2019년 3분기의 3,341명보다 4.5%(153명) 줄어들었는데 월평균

여객기 운항시간은 421시간으로 0.7% 감소하는 데 그쳤다'. 제주항공은 2025년 1월부터 운항횟수를 10~15% 감축하였다.

한국항공협회 항공정보포털시스템의 2024년 각 항공사 경영성과 자료의 영업이익을 보면 대한항공이 1조 9446억원, 아시아나항공 423억원, 제주항공 602억원, 진에어 1,631억원, 에어부산 1,463억원, 이스타항공 -577억원, 티웨이항공 -148억원, 에어서울 301억원, 에어로케이 -337억원, 에어프레미아 407억원, 에어제타 -253억원이다. 11개 항공사 중 4개의 저가 항공사가 손실을 보았다. 이 자료는 무안공항 사고의 영향을 주기 전의 자료이다.
사고 이후 각 항공사, 특히 저가 항공사의 영업에 어떤 영향을 주었을지 2025년의 결산내용이 궁금하다. 자본력이 큰 회사가 아니면 손실을 보고 있는 항공사들이 신형항공기를 도입하고 항공운송인력을 확충하고 항공기정비에 얼마나 많은 투자를 할 수 있을지 의문이다. 올 3분기까지도 대부분의 저가 항공사가 환율문제 등으로 영업 손실을 보고 있다는 보도도 있다. 현재 우리나라의 저가 항공사는 9개이다. 개수가 중요하지는 않지만 한정된 국내 항공 여객수요 때문에 적자를 보고 있다면 항공안전 투자가 어렵고 이는 승객 안전에도 큰 영향을 줄 수 있다.

국토부는 12월 2일, '2025년도 항공운송사업자의 안전도 정보'를 공개하였는데, 이 중에는 국내 7대 항공사가 보유하고 있는 기령 20년을 초과한 경년항공기 현황도 발표하였다. 화물기를 제외하면 대한항공이 130대 중 24대로 18%, 아시아나항공은 69대 중 5대(7%), 진에어는 31대 중 8대(26%), 제주항공은 42대 중 5대(12%), 에어부산 20대 중 2대(10%) 그리고 에어로K는 7대 중 2대(29%)의 여객기 기령이 20년을 초과한 것으로 나타났다. 국토부에서 안전도 정보로 기령이 20년을 초과한 여객기 수를 공개한 것은 국민이 항공여행을 할 때 참고하라는 뜻으로 보인다.

코로나 19사태 때 해외여행객이 급감하여 항공사들의 운영이 힘들어지자 조종사와 정비사를 줄였다. 코로나 19사태가 진정되면서 항공여행객이 급증했는데 항공사들은 팽창하는 비행 수요를 제대로 감당할 수 있는 준비하기에 시간이 부족하였다. 국토부의 발표에 의하면 최근 5년 동안의 전 세계 항공사고 통계에서 24년의 사고 건수가 제일 많은 것도 팬데믹의 영향을 잘 보여주고 있다.

대한항공은 몇 년 안에 백여 대의 여객기를 미국 보잉사에서 도입할 계획을 한미 정상회담에서 발표하였으므로 기령은 몇 년 안에 낮아질 듯하고 다른 항공사에서도 보유 여객기의 기령을 낮추는 데 노력을 할 것으로 보이지만 기령이 오래된 항공기는 특별히 정비에 좀 더 힘써야 할 것이다.

2024년도 국내 항공사의 총매출은 30조 원인데, 2030년에는 45조 원대로 성장이 예상된다. 따라서 2024년 말 416대인 항공기도 2030년에는 600여대로 184대가 증가할 것으로 예상한다. 180여 대가 증가하면 여객기 1대당 100명의 신규 일자리가 발생함으로 적어도 18,000개의 항공운송 관련 고급일자리가 생길 것이다. 그리고 항공 MRO 사업도 활성화될 것이기 때문에 항공 관련해 많은 일자리가 생길 것임으로 항공운송업은 새로운 일자리 창출 원으로 주목을 받을 것이다. AI의 발전 등으로 일자리가 줄어드는 상황에서 반가운 소식이 아닐 수 없다. 항공운송의 발전에는 항공안전이 무엇보다 중요하다.

무안공항 사고 이후 국토부에서는 항공안전혁신위원회를 만들어 몇 달간 각 분야의 전문가들이 심도 있게 논의하여 항공안전혁신방안을 내놓았다. 중요내용을 보면

첫째, 국민이 안심하고 이용할 수 있는 공항을 조성하기 위해 공항 인프라 시설을 개선하고 조류충돌 예방 활동을 강화하기 위해 종합대책을 마련하고,

둘째, 항공사고를 예방하기 위해 항공사의 정비역량을 강화하고 국내 정비환경을 개선한다. 항공사의 안전투자를 유도하여 안전투자 우수항공사에 인센티브를 주고 사망사고가 발생한 항공사에는 1년간 운수권 배분 대상에서 배제하여 항공사들이 자율적으로 항공안전에 최선을 다하도록 하겠다는 것이다.

셋째, 정부도 항공안전 감독과 관제 역량을 강화한다는 내용 등이다.

미국도 1956년 그랜드캐년 상공에서 여객기 2대가 충돌하여 128명이 사망하는 대형 항공사고가 발생하면서 1958년 비행 사고를 예방하기 위하여 항공연방청(FAA)을 설립했다. 우리나라에서 FAA에 해당하는 역할을 하는 조직은 국토부의 항공정책실이다. 국토부는 도로, 철로 건설, 주택문제, 각종 교통문제 등 광범위한 분야를 담당하고 있어서 현재의 항공정책실 규모로는 미국의 FAA와 같은 역할을 제대로 하기는 규모도 작고 비전문가가 항공안전관련 부서의 보직을 맡는 등 문제가 많다는 평가이다. 이러한 문제 때문인지 우리나라는 2001년부터 독립적인 '항공안전청' 설치를 국제 항공관련 기구로부터 권고 받아왔다. 지금까지의 '항공안전청' 신설관련 과정을 살펴보면 다음과 같다.

- 1997년 8월 발생한 대형항공사고 등으로 우리나라는 2000년 ICAO와 2001년 FAA의 국제항공안전평가를 받은 결과 항공안전위험국(2등급)으로 판정받고 '독립적인 항공청' 설치를 권고받았다.

- 국토부는 2001년 항공청 신설을 위한 '정부조직법개정법률안'을 국회의 행정자치위원회에 회부했으나 '작은 정부 기조에 역행' 한다고 부결되어 대안으로 정부는 2002년 '항공안전본부'를 설치하였다.
- ICAO는 2002년 개선 권고에 대한 이행실태를 실사하여 '항공안전본부'를 독립적인 항공청으로 개편할 것을 재 권고하였다. 그러나 이에 역행하여 우리 정부는 '항공안전본부'를 2009년 폐지한 뒤 항공정책실로 통합 축소하여 순환 업무 등으로 전문성이 많이 떨어진 상태이다.

현재 36개 국제민간항공기구(ICAO) 이사국 중 한국('01 국토교통부), 일본('52, 국토교통부), 카나다('36 교통부)만 비독립 기관인 것을 보면 시급성을 알 수 있다. 국제민간항공기구와 미국연방항공국 등이 2001년부터 권고한 독립된 조직인 '항공안전청'의 신설은 급성장 중인 국내 항공 산업의 발전을 위해서도 빨리 해결해야 할 문제이다. 항공안전의 중요성에 비추어 정상적인 운영이 어려운 항공사에 인센티브를 조건으로 안전 운항을 맡기는 것은 위험한 일이다. 따라서 국제민간항공기구의 권고처럼 '항공안전청'을 독립기관으로 설립하여 그곳에서 책임지고 24시간 여객기의 안전 운항을 관리 감독하게 해야 할 것이다.

국토부에 소속된 '항공철도사고조사위원회'의 독립도 시급한 문제이다. 객관적이고 전문적인 항공사고조사를 위해 '항공철도사고조사위원회'의 독립을 오래전부터 사고 유가족이 요구해왔고 몇몇 국회의원들이 독립 설치를 위한 입법 활동을 하였지만, 아직도 독립되지 못하고 있다. 최근에는 무안공항 항공사고 유족회에서 '항공철도사고조사위원회'의 국무총리실로 이전을 요구하며 단식투쟁을 하고 있다는 소식도 들린다.

항공사고는 무안공항 항공사고 보듯 한번 발생하면 대형 참사이다. 정부조직을 늘리고 예산을 증액해서라도 철저한 관리와 예방이 무엇보다 중요하다. 항공안전을 강화하고 연구하기 위하여 2014년 항공안전기술원을 설립하였으나 항공기안전 관련 부서의 인원과 예산이 부족하여 제 역할을 못하고 있었다. 그동안 몇 차례 큰 항공사고가 발생하였는데 그 때마다 안전혁신위원회를 만들어 혁신안을 발표한 뒤 몇 가지 개선하고 대부분 잊어버리는 반복이 지난 20년 동안 계속되었다. 조직의 독립, 신설 등 근본적인 대책이 없으면 또 불행한 사고가 우리를 기다릴 것이다. 하늘을 나는 항공기는 멋있어 보이고 편리하지만 하늘을 날아다니기 때문에 인류가 만든 움직이는 이동체 중에서는 태생적으로 가장 위험한 것이다. 안전하게 이용하려면 철저한 관리가 필요한 이유이다.

작은 정부의 대명사 격인 뉴질랜드는 1979년 남극 항로에서 탑승객 257명 사망하는 항공사고 이후, 1986년 공무원을 6만 명에서 2만 명으로 대폭 줄이면서도 1992년 '민간항공청(CAA)'을 독립 정부조직으로 설치 · 운영하여 현재까지도 세계 최고 수준의 항공안전을 유지하고 있는 점을 우리는 마음에 새길 필요가 있다.

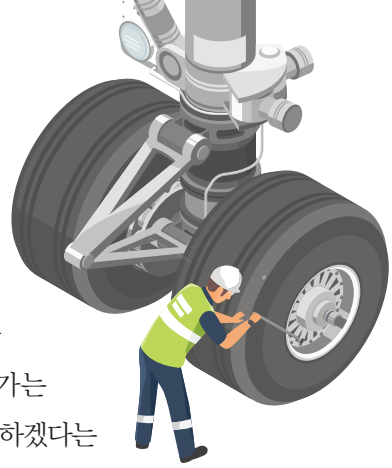
국민이 안심할 수 있는 공항을 위한 정부의 항공안전 정책

송기한
서울과학기술대학교

12 · 29 제주항공 여객기 참사 이후, 국토교통부는 다시는 이런 슬픔이 없도록 하겠다는 마음을 담아 전문가들과 함께 항공안전을 혁신하기 위한 방안을 발표했다. 2025년 12월 4일 항공정책의 최고 상위 계획인 항공정책기본계획에서도 "항공안전을 기반으로 초일류 항공강국 도약"이라는 항공안전을 최우선 하는 비전을 제시하고, 항공선진국에 맞는 항공안전 · 보안 체계 고도화를 5대 전략목표의 하나로 제시하였다. 이러한 마음을 이어 우리는 소비자로서 뿐만 아니라 항공안전의 감시자로서 혁신 방안에 대하여 알고 혁신이 실현될 수 있도록 관심가져야 한다. 절대안전은 모든 사람이 위험에 크게 눈 뜨고 안전에 대하여 말할 수 있을 때 가능하기 때문이다. 전문가로서가 아니라 한 사람의 소비자로서 향후 정부의 안전 정책을 쉽게 전달 할 수 있어야 한다는 마음의 무거움으로 펜을 들었다.

1990년대에 항공자유화 등으로 항공기 운항이 증가함과 동시에 잇따른 대형사고를 겪었다. 이후 우리나라 정부는 법과 제도를 고치고, 전문기관을 세우며 체계를 정비해 왔다. 이러한 노력으로 2013년 샌프란시스코 사고 이후 오랜 기간 치명적인 대형사고 없이 지내왔다. 그러나 발생해서는 안 될 국내 항공 역사상 최다 인명피해를 낸 참사가 있었다. 다시는 이런 말도 안되는 사건이 없도록, 우리는 공항 시설은 정말 충분히 안전한가, 항공사의 정비와 운항 시스템은 제대로 작동하고 있는가, 정부의 감독과 관리 체계는 시대 변화에 맞게 진화하고 있는가 하는 질문들에 답을 해야 한다.

정부는 혁신방안으로서 그 첫걸음을 내딛고 항공정책 기본계획에서 시대 정신을 이어 가고 있다. 정부의 향후 안전정책은 단순히 시설을 개선하는 수준이 아니라, 공항 · 항공사 · 정부 시스템 · 조직 문화까지 한꺼번에 손보는 환골탈태 수준의 종합 설계도 수준이다. 국민이 안심하고 이용할 수 있도록 안전한 공항을 실현하고, 항공사고가 발생하지 않도록 안전관리



체계를 강화하고, 항공안전이 우선이 되는 항공 산업 성장을 추구하고, 그리고 항공사, 공항운영자가 협력하여 만들어가는 안전문화를 조성하면서 항공업계, 전문가, 국민과 정부가 소통하겠다는 구체적인 방안이 혁신방안과 정책 기본계획에 제시되었다.
최종적인 목표는 분명하다. 국민이 안심하고 탈 수 있는 하늘길을 만들고, 그 위에서 항공산업이 지속적으로 성장할 수 있도록 토대를 마련하는 것이다. 이를 위해 사고가 난 뒤에 원인을 찾는 사후 대응에서 벗어나, 애초에 사고 발생 가능성을 차단하는"선(先) 항공안전, 후(後) 항공운항"체계로 바꾸는 것이 핵심이다. 실제 항공안전 체계는 사고 발생 가능성을 차단하는 방안과 사고가 일어날 경우 피해를 최소화하는 방안의 두 축으로 구축된다. 정부의 정책 방향에는 피해를 최소화하는 방안이 당연히 반영되어 있지만, 피해 최소화 방안이 없다는 가정 하에서 아예 사고 발생 위험을 원천 차단하겠다는 정책 의지가 강한 어조로 녹아들어가 있다.

정부가 가장 먼저 관심을 가진 영역은 공항이다. 이미 공항시설과 관련해, 2025년 12월 현재 2025년 4월에 제시된 혁신방안에 대한 실천 과제들이 추진 중이다. 최근 참사가 활주로 말단의 항공기 운항을 위한 시설과의 충돌에서 시작되었다는 점을 고려해, 정부는 활주로 주변 위험요소를 처음부터 다시 뿌리부터 재정비하기로 했다. 항공기가 활주로에 접근할 때 기준점으로 삼는 장비 중에는 충돌 시 기체에 큰 충격을 줄 수 있는 구조물이 존재하는데, 이러한 시설은 부러져 충격을 흡수할 수 있는 경량 철골 구조로 바꾸는 작업이 추진되고 있다.
동시에 활주로를 벗어나도 항공기가 가능한 한 피해를 줄이며 멈출 수 있도록 활주로 끝에 충분한 길이의 여유공간(종단안전구역)을 확보하고, 지형이나 도로, 하천 때문에 물리적으로 연장이 어려운 곳에는 항공기 바퀴가 파고들며 속도를 급격히 줄여주는 특수 구조물(EMAS)를 도입하고자 노력 중이다. 앞으로 건설될 가덕도 · 대구경북 · 새만금 · 제주 제2공항 등은 처음 설계 단계에서부터 이 기준을 적용받게 된다.

항공기가 안전하게 이착륙함에 매우 중요한 시야가 나쁜 기상 조건에서의 안전도 강화된다. 안개나 비, 눈 등으로 볼 수 있는 거리가 급격히 줄어들 때도 안전하게 이착륙할 수 있도록, 지방공항을 포함한 각 공항에서 항공기의 착륙을 도와주는 시설의 수준을 한 단계씩 끌어올리는 작업이 진행된다. 활주로 조명, 착륙 유도장치, 항공기 접근 절차를 정비함해, 더 나쁜 상황에서도 공항을 안정적으로 운영할 수 있도록 만들고자 한다.
나아가 테러, 불법 물품 반입 등 인위적으로 발생할 수 있는 항공안전 위협도 제거하기 위해, 보안 체계도 대폭 업그레이드된다. 기존 2차원 X-ray 대신 내부를 3차원으로 분석할 수 있는 CT X-ray와 원형검색장비를 도입해, 액체 폭발물이나 비금속 물질 등 기존 장비로는 탐지하기

어려웠던 위험 요소를 보다 정밀하게 찾아낼 수 있게 된다. 동시에 첨단 장비 도입을 통해 보안도 강화하면서 승객 불편과 검색 대기시간도 줄이는 것을 목표로 삼고 있다.

최근 세계적으로 공항 주변에서 드론 출현은 새로운 위험 요인으로 떠올랐다. 작은 무인기가 활주로나 항로 주변을 비행하면, 항공기와 충돌하거나 관제에 혼선을 줄 수 있기 때문이다. 이를 막기 위해 인천 · 김포 · 제주 등 일부 공항에 구축된 안티드론 시스템을 전국으로 확대한다. 레이더와 카메라, 전파 교란 장비 등을 통해 공항 주변에 접근하는 드론을 탐지 · 추적하고, 필요하면 무력화할 수 있는 체계를 갖추게 될 것이다.
이번 사건으로 중요하게 조명된 조류 충돌에 대한 대응은 글로벌하게 보아도 가장 높은 수준으로 올리고자 한다. 공항 주변으로 몰려드는 새 떼는 엔진 흡입이나 동체 충돌을 통해 치명적인 사고의 시발점이 될 수 있다. 이에 정부는 공항 반경 약 13㎞를 아우르는'버드 돔' 개념을 도입하고, 모두 협력하여 동원 가능한 인적 물적 자원을 최대한 활용해, 조류 충돌을 원천 차단하겠다는 계획을 제시하고 있다.
정부는 조류가 항공 안전에 위협이 되지 않도록 '버드 돔'시스템을 통하여 조류를 원천 차단하겠다는 구상이다. 이 시스템에서는 먼 거리에서는 레이더로 조류 군집을 감시하고 관제사가 조종사에게 위험을 알린다. 중간 거리에서는 인공지능을 활용한 드론과 음파 · 레이저 장비를 통해 조류를 다른 곳으로 분산시키고, 공항 내부에서는 조류 전담 인력을 늘려 활주로와 주변을 상시 순찰하게 한다. 동시에 공항 주변의 쓰레기 매립장, 축사, 과수원처럼 새들을 끌어들이는 시설을 지자체 · 환경부 · 공항 운영자 등이 함께 관리하는 협의체를 구성해, 조류 유인 요인을 구조적으로 줄여 나갈 예정이다. 일부 공항은 레이더와 열화상 카메라, 감시센터 등을 한꺼번에 구축하는 시범 공항으로 지정되어 새로운 시스템을 먼저 도입하고, 여기서의 경험을 전국으로 확산할 예정이다.

공항만이 아니다. 항공기 운항을 위한 항공사 시스템에도 적지 않은 변화가 예고된다. 항공사들은 경쟁과 비용 압박 속에서 빠듯한 스케줄을 운영해 왔다. 여러 언론에서 비행시간은 늘어나는데 정비 시간과 인력은 최소 수준으로 유지되었다는 비판도 있었다. 향후 정부는 이러한 구조를 정면으로 돌파하고자 한다. 기종별로 실제 필요한 정비 시간을 다시 산정해 비행 전 · 후 점검과 중간 점검 시간을 일정 비율 이상 늘린다는 계획이다. 해외 공항에서 갑작스러운 정비가 필요할 때에 즉각 대응할 수 있도록, 일정 횟수 이상 취항하는 공항에는 자체 정비 인력이나 신뢰할 수 있는 현지 업체를 필수적으로 확보하도록 했다. 정비의 최종 책임을 지는 정비사는 경력과 자격을 한층 엄격하게 관리받게 되고, 정기적인 기량 점검을 통과해야 그 역할을 계속 수행할 수 있게 되었다.

항공안전 전문가들은 안전에 대한 투자가 실제로 이루어지고 있는지 알 수 있도록 투명하게 정보를 공개해야 한다고 이야기한다. 정부는 항공사별 안전 투자 규모를 항공기 1대당, 또는 일정 운항 횟수당 얼마를 쓰고 있는지 비교 가능하도록 공시 방식을 바꾸고, 예방정비에 투입되는 비용과 인력도 별도의 지표로 공개하도록 했다.

노후 항공기 관리도 강화된다. 단순히 기령이 오래되었다고 해서 무조건 문제가 발생하는 것은 아니지만, 시간이 지날수록 부식과 피로균열 위험이 커지는 것은 사실이다. 정부는 오래된 기체에 대해 구조 · 부식 상태 점검 주기를 늘리고, 실제 고장 통계를 분석해 문제 발생이 잦은 부위에는 점검 항목과 빈도를 더해'맞춤 관리'를 하도록 유도하기로 하였다.

항공안전 전문가들은 이 모든 과정에서 중요한 것들 중 하나가 안전에 대한 투자가 실제로 이루어지고 있는지 알 수 있도록 투명하게 정보를 공개해야 한다고 이야기한다. 정부는 항공사별 안전 투자 규모를 항공기 1대당, 또는 일정 운항 횟수당 얼마를 쓰고 있는지 비교 가능하도록 공시 방식을 바꾸고, 예방정비에 투입되는 비용과 인력도 별도의 지표로 공개하도록 했다. 국민과 정부, 투자자가 함께 항공사의 안전 수준을 보다 객관적으로 판단할 수 있게 하려는 시도로서, 우리는 이제 어떤 항공사가 얼마나 항공에 돈을 쓰고 있는지 알 수 있게 된다.

안전은 또한 사람에 달려있다. 항공기 운항 최전선에서 조종사와 객실승무원은 안전을 책임지고 있다. 사고는 자주 발생하지 않으며, 당연히 발생해서도 안된다. 그래서 위험한 상황에 대비한 훈련은 중요하다. 복합적인 기상 악화, 기체 이상, 관제 혼선 등이 한꺼번에 겹칠 수 있는 상황을 상정한 훈련, 실제 화재 · 연기 · 비상 탈출을 가정한 교육 등을 강화하고, 필요하면 가상현실 장비도 활용하여 효과를 높일 계획이다. 더불어 피로도 관리는 조종사 안전의 핵심으로, 근무시간을 산정할 때 단순히 몇 시간 비행했는지가 아니라 심야 출발 · 도착 여부, 이착륙 횟수, 시차 등을 고려해 현실적인 한도를 설정하는 방향으로 제도를 개선하고자 하고 있다.

정부 조직 자체도 스스로 변화하기 위한 방향을 제시하고 있다. 정부가 항공사가 안전하게 항공기를 운영할 수 있는지 증명하는 운항증명(AOC)이라는 제도를 우선 바꿀 예정이다. 핵심은 항공사가 보유한 항공기 수가 일정 규모를 넘어가며, 이에 걸맞게 안전 시스템이 확충되었는지를 일정 대수마다 매번 재평가하겠다는 부문이다. 더욱이 항공기 가동률이 지나치게 높은 항공사에 대해서는 특별 안전점검도 실시해, 무리한 스케줄이 조종사 피로와 정비 부실로 이어지지 않는지 들여다볼 계획임을 밝혔다.

항공안전 전문가들은 안전에 대한 투자가 실제로 이루어지고 있는지 알 수 있도록 투명하게 정보를 공개해야 한다고 이야기한다. 정부는 항공사별 안전 투자 규모를 항공기 1대당, 또는 일정 운항 횟수당 얼마를 쓰고 있는지 비교 가능하도록 공시 방식을 바꾸고, 예방정비에 투입되는 비용과 인력도 별도의 지표로 공개하도록 했다.

항공기 운항을 안내하는 관제에서도 항공안전 관점에서 많은 부문을 정비하고자 한다. 관제사 자격과 훈련, 기량 유지를 국가가 체계적으로 관리하고, 활주로 침범 경보 시스템, 정지선등, 항공기 감시장비 등 지원 장비를 확충하기로 하였다. 이는 관제사가 보다 안정된 환경에서 업무를 수행할 수 있도록 돕게 된다. 근본적으로 항공기가 공항 주변에서 이착륙하는 길도 다시 살펴본다. 특히 항공기가 접근 하는 경로에서 항공기가 위험하게 겹치는 구간은 고도를 조정하는 식으로 항공기 간 근접 위험을 줄이는 방안을 적극 검토한다.

이 과정에서 미래지향적으로 디지털과 인공지능 기술을 활용을 적극 검토한다. 비행 경로 데이터를 분석해 비정상적인 궤적이나 급강하 · 급상승 등 위험 징후를 자동으로 감지하고, 관제 · 조종 교신을 AI가 보조 분석해 오해나 착오 가능성을 줄이는 방안이 검토된다. 여러 데이터와 공간 정보를 통합해 공항과 항로마다 위험도를 시각화한 '항공안전 위험지도'를 만들어, 위험이 높은 지점과 원인을 한눈에 파악하고 사전에 개선할 수 있는 도구로 활용하는 것도 계획에 포함돼 있다. 공항의 활주로 포장 등 공항 안전과 관계된 다른 부문에서도 AI 기술을 적극적으로 도입하겠다는 계획을 제시하고 있으며, 실제 연구과제로 적극 추진 중에 있다.

“안전을 잘 지키는 회사가 더 성장할 수 있는 구조”를 만드는 것을 제도 개선의 주요한 방향으로 설정하였다. 신규 항공운송사업자가 면허를 득하기 위한 최소 자본금 기준을 상향해, 재무적으로 취약한 회사가 시장에 진입하는 것을 원천적으로 차단하고자 하였다. 이미 운항 중인 항공사에 대해서도 정기 적격성 심사를 도입해 인력 · 투자 · 안전 시스템을 주기적으로 점검하도록 제도를 강화한다. 특히 사망사고를 발생시킨 항공사는 일정 기간 새로운 곳에 취항할 수 있는 권한을 제한하며, 이후 안전 체계 개선을 입증해야만 다시 참여할 수 있도록 한다. 특정 노선에서 항공기를 운송할 수 있는 권한 심사 시, 안전성과 · 보안성을 가장 중요한 지표로 반영하고, 항공기 대당 정비 인력, 예비기 확보, 격납고 · 교육 시설 등 구체적인 안전투자 지표도 반영해, 안전을 경영의 핵심 변수로 삼도록 유도한다.

정부는 최근 항공안전에서 주요하게 고민되고 있는 안전 문화에 대한 부문을 적극적으로 고려하기로 하였다. 사고와 준사고, 중대한 장애에 대한 의무보고는 더 엄격해지고, 그 외의 이상 징후를 자율적으로 보고하는 제도에서 보고자를 보호하는 방안도 강화된다. 실수와 위험 징후를 숨기지 않고 드러내야 전체 시스템이 튼튼해지는 만큼, 자율보고 정보는 비공개로 관리하고 보고자에 대한 제재를 제한한다. 대신 고의적이거나 중대한 과실에 대해서는 책임을 더 무겁게 묻는 원칙을 세워, 솔직한 보고는 장려하되 무책임한 행위는 단호히 제재하여 상벌의 균형을 맞추게 된다. 항공사와 공항이 내부적으로 수집한 자율보고 정보를 정부와 공유하는 협의체도 확대해, 각 기관이 보유한 경험과 데이터를 서로 나눌 수 있는 기반을 만든다.

마지막으로, 정책 이해관계자 또는 전문가만의 영역에서만 알 수 있는 항공안전이 아닌, 국민 전체가 같이 만들어 가는 안전한 항공이 되도록, 그래서 정부의 쇄신책이 반성과 변화의 목소리에서 멈추지 않고 항공안전이 당연한 우리의 삶이 될 수 있도록 모두 노력해야 한다. 정부는 이러한 바램으로, 현장 종사자와 일반 국민이 정책 아이디어를 제안할 수 있는 창구를 마련하고, 비상 탈출과 기내 안전 등 승객 대상 교육과 체험 프로그램을 확대해, 이용자가 스스로 안전을 이해하고 참여하도록 유도하고자 한다. 정부와 업계, 전문가와 시민이 함께 참여하는 상설 안전 협의체를 통해 이번 혁신 방안의 이행 상황을 점검하고, 새로운 위험이 나타날 때마다 추가 대책을 만들어 가는 구조도 구상되어 있다.

많은 사람들의 간절함이 담긴, 공항과 항공기, 사람과 제도, 기술과 문화까지 전 영역을 동시에 손보려는 정부의 미래 큰 그림을 이 짧은 원고에 담기에 한계가 있음이 아쉽다. 그럼에도 지금 이 글을 통해, 절대적인 항공안전이 이루어질 수 있도록 한 사람이라도 더 관심을 가지고 힘을 보태주시기를 바래본다.

항공소비자 보호이슈와 권익 증진을 위한 정책제언

박진서
한국교통연구원
항공우주교통연구본부장

1. 항공소비자 보호정책의 시대적 변화

우리나라 항공 여객 실적은 2000년 이전까지 큰 변동 없이 지속적으로 성장해왔다. 2000년 당시 국내선 실적은 약 2,200만 명, 국제선 실적은 그보다 낮은 약 1,900만 명이었다. 해외 출국 수요가 상대적으로 적고 대한항공 · 아시아나항공 2개 국적 항공사가 운항하던 시기로, 항공운송시장이 과점시장으로 소비자보호법에 따른 일괄적 관리가 가능했다.

2000년대에 들어 국제선 실적이 소폭 증가하면서 소비자 피해 건수도 늘어났고, 이를 계기로 항공기 이용 피해구제 접수 절차가 마련되었다. 2005년부터는 저비용항공사(LCC)의 등장과 GDP 상승에 힘입어 항공 수요가 급격히 증가했다. 특히 국제선 수요의 급팽창으로 피해구제 유형이 다양해졌고, 외국적 항공사 이용 증가에 대응하기 위해 이를 관리할 처벌 조항도 마련되었다.

2010년대에는 국제선 실적이 약 4,000만 명(국내선 약 2,000만 명)을 넘어서며 소비자 피해가 개별 분쟁 처리의 한계를 넘어섰다. 이에 국토교통부는 항공법을 통해 항공교통이용자 보호를 위한 각종 조치와 정책을 수립하였다. 단순히 피해구제를 접수 · 조정하는 수준을 넘어 정보 제공 의무 등을 확대하여 사전 예방적 정책으로 범위를 넓혔다.

2016년부터 국제선 실적이 약 7,000만 명을 상회하면서, 정보 제공 의무를 외국적 항공사로도 확대하였다. 또한 교통약자 보호와 공항의 이동지역에서의 지연 금지 등 항공권 구매 · 환불을 넘어서는 다양한 정책을 도입했다. 2020년에는 코로나19 사태로 국내 항공 여객 수요가 급감하자, 당시의 특수성을 반영해 전염병 관련 계약 해제 기준을 마련하였다.

이후 2023년부터 여객이 급격히 회복되면서 소비자 분쟁이 크게 증가했고, 항공교통에 대한 관심과 중요성이 커지며 그동안 부각되지 않았던 이슈들을 논의하게 되었다. 대표적으로 미사용 항공권 환불, 위탁 수하물 미탑재 시 정보 제공, 지연에 따른 정신적 피해 문제가 있다.

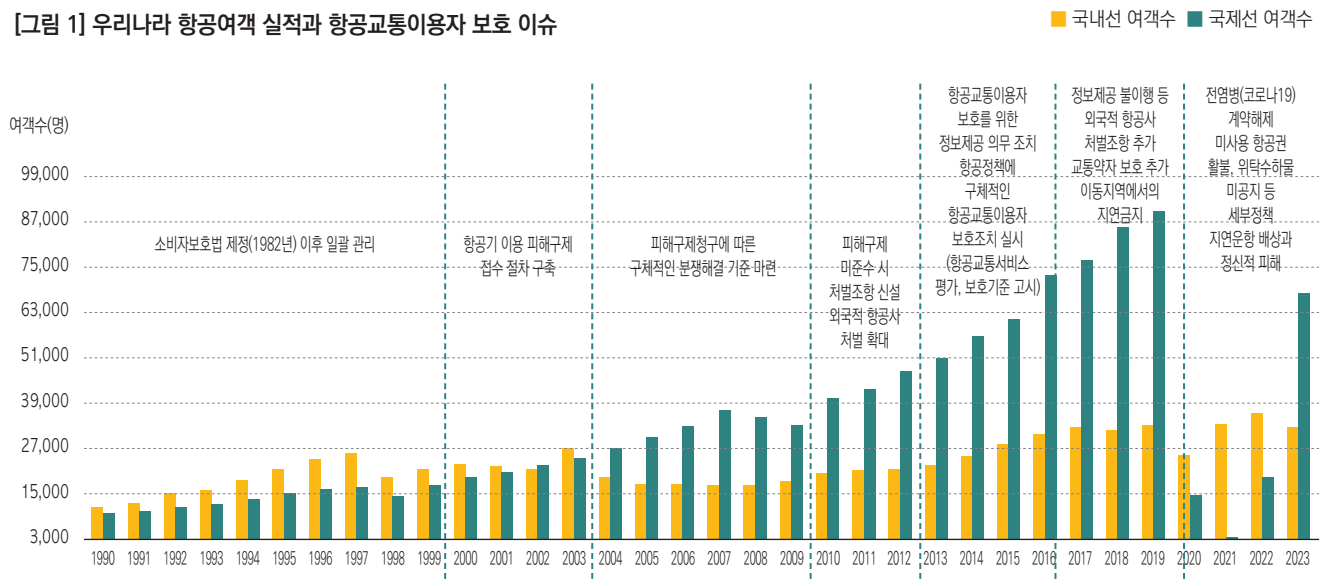
[표 1]은 1980년대부터 현재까지의 우리나라 항공교통이용자 보호 법령을 시대별로 요약하고, 주요내용으로 구분한 것이다.

[표 1] 우리나라 항공교통이용자 보호 법령 주요내용

연도변화	주요 내용
1980년~2000년 이전	• 소비자보호법 제정(1982년) 이후 일괄 관리
2000년대 초반(2002년)	• 항공기 이용 피해구제 접수 절차 구축
2000년대 중후반(2007년)	• 피해구제 청구에 따른 구체적인 분쟁해결 기준 마련
2010년대 초반	• 피해구제 미준수 시 처벌조항 신설 • 외국적항공사 처벌 확대
2010년대 중반 (2015~2016)	• 항공교통이용자 보호를 위한 정보제공 의무 조치 • 항공정책에 구체적인 항공교통이용자 보호조치 실시(항공교통서비스 평가, 보호기준 고시)
2010년대 후반 (2017~2019)	• 정보제공 불이행 등 외국적항공사 처벌조항 추가 • 교통약자 보호 추가 • 이동지역에서의 지연금지(최초 지연 정책)
2020년대 초반 (2020~2024)	• 전염병(코로나19) 계약해제 • 미사용 항공권 환불, 위탁수하물 미공지 등 세부정책
최근 이슈	• 지연운항 배상과 정신적 피해

자료: 한국교통연구원(2025), 항공교통이용자 보호를 위한 제도 개선 및 정보 제공 방안 연구

[그림 1] 우리나라 항공여객 실적과 항공교통이용자 보호 이슈



자료: 한국교통연구원(2025), 항공교통이용자 보호를 위한 제도 개선 및 정보 제공 방안 연구
원 출처: 국토교통부 '항공통계' 및 e-나라지표(index.go.kr), 항공 여객 수송(국내, 국제), 소비자보호 법령 키워드는 연구진 조사 결과 반영

[그림 1]은 항공교통이용자 보호 법령을 국내 항공 여객 실적과 연계해 살펴보면, 각 정책의 도입 배경과 필요성을 함께 추론할 수 있다.

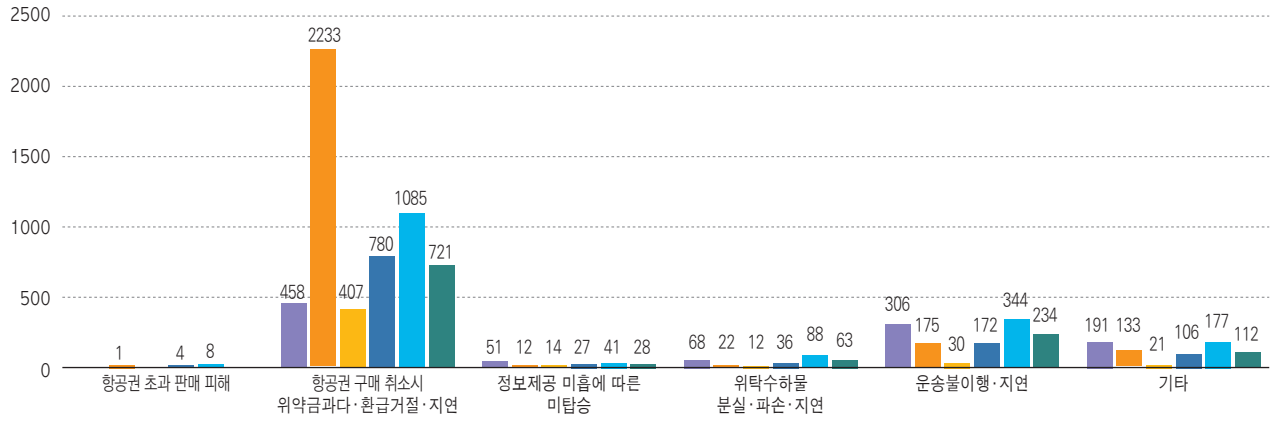
2. 항공소비자 관련 주요 이슈 분석

가. 피해구제 접수

한국소비자원에 접수된 피해 접수 건 중, 「항공사업법」 제61조에 명시된 6가지 피해 유형(항공권 초과판매로 인한 피해, 항공권 구매 취소 시 위약금 과다 · 환급 거절 · 지연, 정보 제공 미흡으로 인한 미탑승, 위탁 수하물 분실 · 파손 · 지연, 운송 불이행 · 지연 등)을 볼때, 코로나19 발생 이전까지 증가해 온 여객 수에 비례하여 피해구제 접수 건수 총합도 2020년 약 2,500건으로 최대치를 기록했다. 피해 유형 가운데서는 항공권 구매 후 취소 시 위약금 과다 및 환급 거절과 운송 불이행 및 지연에 대한 건수가 매해 가장 큰 비중을 차지한다.

항공교통이용자의 피해 양상을 구체적으로 파악하려면 '피해구제 미합의' 현황을 확인할 필요가 있다. 여기서 피해구제 미합의란 처리 결과가 조정 신청, 처리 불능, 정보 제공, 상담 기타, 취하 · 중지에 해당하는 건을 의미한다. 전체 미합의 건 중 조정 신청 비율은 최근 4년간 증가 추세를 보인다. 이는 소비자들이 피해 사례를 서로 공유하면서 피해구제 신청에 보다 적극적으로 나서고, 당사자 간 합의에 이르지 못한 채 조정 신청으로까지 이어지는 사례가 늘고 있음을 시사한다.

[그림 2] 한국소비자원 피해구제 중 항공 관련 접수 건수



자료: 한국교통연구원(2025), 항공교통이용자 보호를 위한 제도 개선 및 정보 제공 방안 연구
원자료: 한국소비자원 항공분야 피해구제 데이터(2019~2024) 연구진 분석 자료

[표 3] 한국소비자원 피해구제 중 항공 관련 미합의 건수

구분	2019	2020	2021	2022	2023	2024상반기
상담·기타	141	353	4	12	49	24
정보제공	294	582	266	430	396	207
조정신청	159	328	57	125	175	165
처리불능	18	33	5	8	41	10
취하·중지	17	45	4	30	28	16
총합	629	1341	336	605	689	422

자료: 한국교통연구원(2025), 항공교통이용자 보호를 위한 제도 개선 및 정보 제공 방안 연구
원자료: 한국소비자원 항공분야 피해구제 데이터(2019~2024) 연구진 분석 자료

나. 항공기 지연 및 결항

최근 5년간 지연 · 결항 추이를 분석한 결과, 2022년 대비 2023년에는 지연률이 증가하고 정시율이 감소했으나, 이는 2023년 1월 1일부로 지연 기준이 국제 기준으로 변경되었기 때문(국내선 30분, 국제선 60분 → 게이트 기준 15분(국내 · 국제 동일))으로, 명목상 수치 변화로 확인되었다. 국내선의 경우 2024년에는 2023년 대비 정시율이 1.8%p 증가했고, 지연률과 결항률은 각각 1.5%p, 0.4%p 감소하였다. 반면 국제선은 정시율이 5.6%p 감소, 지연률이 5.7%p 증가한 것으로 나타났다.

[표 4] 2020-2024년 우리나라 지연결항 추이

구분		2020	2021	2022	2023	2024
국내선	예정 항공편	300,657	394,713	411,826	378,827	373,432
	국내선정시율	94.7%	92.4%	91.5%	75.3%	77.1%
	국내선지연율	4.4%	6.7%	7.8%	23.7%	22.2%
	국내선결항률	0.8%	0.9%	0.8%	1.2%	0.8%
국제선	예정 항공편	100,415	34,618	95,914	346,117	459,261
	국제선정시율	96.4%	96.9%	94.1%	77.3%	71.7%
	국제선지연율	3.0%	3.0%	5.8%	22.5%	28.2%
	국제선결항률	0.6%	0.1%	0.1%	0.2%	0.2%

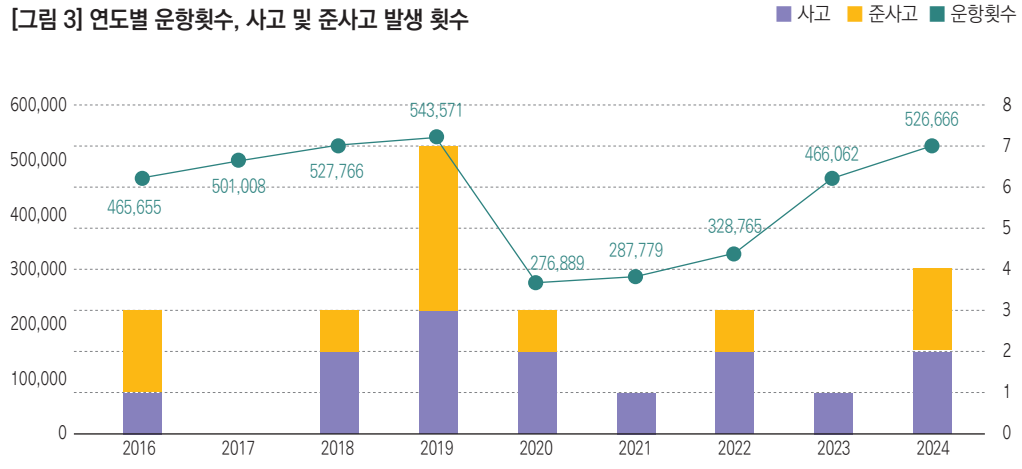
자료 : 국토교통부 & 한국교통연구원(2025), 항공운항 안전관리 서비스 간 연계성 강화방안 연구
원자료: 2020~2024년 운항데이터

다. 항공안전 사고/준사고 변화

우리나라는 2016년부터 2024년까지(2024년 12월 제주항공 사례 제외) 사고로 인한 사망자는 0명이었다. 사고 및 준사고 발생 건수는 운항량이 많을수록 반드시 증가하는 것은 아니나, 운항량이 가장 많았던 2019년에 사고 3건, 준사고 4건으로 가장 많았다. 2025년 4월까지 운항

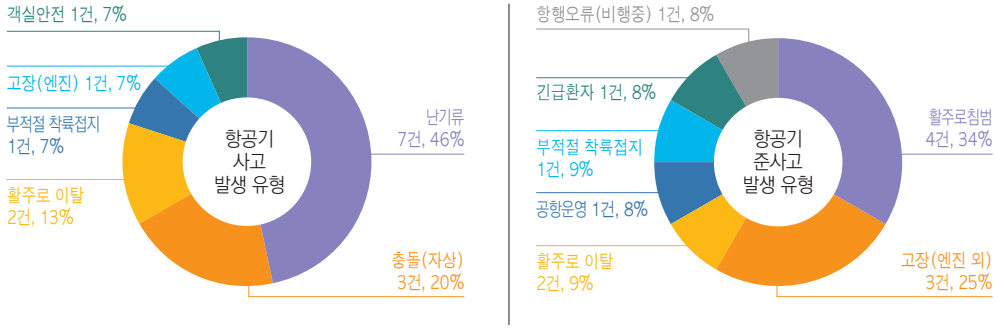
실적은 231,448회로, 2024년 4월까지의 운항 실적(226,977회)보다 증가하였다. 2025년 4월까지 누적 사고 및 준사고는 각각 1건씩 발생하였다. 2017년은 항공기 사고 · 준사고 발생 건수가 0건으로 가장 낮았으며, 2023년과 2021년은 사고 1건으로 그다음으로 낮았다. 다만 100만 회 운항당 사고 · 준사고 발생 건수는 2023년 2.1회, 2021년 3.5회로, 2023년이 운항횟수 대비 발생 건수가 더 낮았다.

[그림 3] 연도별 운항횟수, 사고 및 준사고 발생 횟수



항공기 사고 유형을 보면 항공교통 이용자가 주의해야 할 안전사고 유형을 파악할 수 있다. 항공기 사고 발생 유형은 난기류 7건이 가장 많았고, 충돌 3건, 활주로 이탈 2건 순이었다. 항공기 준사고 발생 유형은 활주로 침범 4건이 가장 많았고, 고장(엔진 외) 3건이 뒤를 이었다. 그 밖에 활주로 이탈 · 공항 운영 · 긴급 환자 등(총 5개 항목)은 각 1건씩 발생하였다.

[그림 4] 항공기 사고 및 준사고 발생 유형



자료 : 국토교통부 & 한국교통연구원(2025), 항공운항 안전관리 서비스 간 연계성 강화방안 연구
원자료: 2025년 4월 월간 항공안전브리프

라. 교통약자 보호

항공교통 이용자가 늘면서 교통약자에 대한 관심도 높아지고 있다. 여전히 교통약자에게는 항공기 탑승과 이용이 두려운 경험이 될 수 있다. 2018년 보도에 따르면 장애인 10명 중 9명이 국내외 여행을 희망하지만, 실제로 실행에 옮기는 비율은 약 2명 수준에 불과한 것으로 나타났다. 2020년과 2023년에는 휠체어 이용 승객의 탑승이 얼마나 어려운지에 대해 구체적인 사례가 소개되었다. 예컨대 기내 휠체어 반입이 어려워 환승을 해야 하거나, 브리지가 없을 때 화물용 엘리베이터를 찾거나, 도움 인력의 부족으로 계단을 올라야 하는 상황이 발생했다. 최근에는 교통약자를 위한 리프트카(탑승용 리프트 차량) 운영 미비를 지적하는 보도도 있었다. 이에 국토교통부는 2019년 12월부터 '항공 분야 교통약자 편의기준 마련'을 주요 내용으로 하는 「항공사업법 시행령 · 시행규칙」 일부 개정안을 제시하였다.

[표 6] 최근 10년간 항공교통이용자 교통약자와 관련 뉴스

날짜	기관	제목
2024/11/6	매일경제	게이트 못 나가는 80대 노인에 "셀프 체크인" 반복… 소비자 불만 독보적 1위 이 항공사
2024/10/4	이데일리	비행기 탑승장비 신청' 장애인, 4명 중 1명 이용 못했다
2024/9/27	한국경제	비행기 입구서 좌절하는 장애인들…인천공항도 리프트 '0대'
2023/10/20	한국일보	"9시간 배 타고 일본 가요"... 여행수요 늘어도 교통약자엔 항공기 이용 '그림의 떡'
2022/11/25	에이블뉴스	공항 교통약자용 셀프체크인, 장애인 불편
2020/4/29	웰페어뉴스	음성분인 공항 안내방송 "청각장애인 위한 수어·문자 제공해야"
2020/4/29	한국장애인단체총연맹	항공 이용에 불편 잇따르는 청각장애인
2020/2/25	헤드라인제주	휠체어 타고 비행기 타기가 이렇게 어려운 줄 몰랐습니다
2018/9/22	투데이신문	타기 전부터 내릴 때까지 '불편 천지'…"장애인은 비행기도 맘대로 못 타"
2018/2/23	미디어생활	장애인에게 등 돌린 항공분야, 서비스 개선 시급하다
2014/5/13	웰페어뉴스	휠체어 탄 승객에 '서약서' 요구한 항공사… "제가 시한폭탄인가요?"

자료 : 각 기사 내용 취합

3. 항공소비자 권익 보호를 위한 정책 제언

우리나라 항공수요는 팬데믹 이후 완전한 회복세를 보이며, 국제선과 국내선을 막론하고 지속적으로 증가하고 있다. 항공여행의 대중화와 함께 다양한 항공소비자 보호 이슈가 제기되고

있다. 이러한 환경 변화에 대응하기 위해서는 기존의 사후적 · 규제 중심 접근을 넘어, 소비자 중심의 정책 설계와 디지털 기술을 활용한 선제적 보호체계 구축이 요구된다.

첫째, 정책적 측면에서 항공소비자 보호체계의 실효성 강화가 필요하다. 현행 제도는 관련 법령과 약관에 근거해 운영되고 있으나, 실제 분쟁 발생 시 소비자가 체감하는 구제 수준은 제한적인 경우가 많다. 이에 항공편 지연 · 결항, 수하물 분실 · 파손, 과도한 위약금 부과 등 주요 분쟁 유형별로 최소 보상기준을 명확화하고, 항공사 간 보상 수준의 편차를 완화할 필요가 있다. 특히 항공교통이용자 관련 법령 개정이 고려된 표준화된 소비자 보호 가이드라인을 마련해 소비자의 예측 가능성과 신뢰를 높여야 한다.

둘째, 정보 비대칭 해소를 위한 소비자 중심 정보제공 정책이 강화되어야 한다. 항공권 구매 과정에서 요금 구조, 수하물 규정, 환불 조건, 지연 시 보상 내용 등 복잡한 정보를 충분히 이해하지 못한 채 계약이 체결되는 경우가 많다. 이에 항공사와 판매 플랫폼에 대해 핵심 정보를 표준 형식으로 사전 제공하도록 의무화하고, 중요 조건에 대한 사전 고지 확인 절차를 강화할 필요가 있다. 또한 고령자, 외국인, 장애인 등 정보 접근 취약계층을 고려한 다국어 · 음성 기반 안내 체계 도입도 병행해야 한다.

셋째, 기술적 측면에서 디지털 기반 소비자 보호 인프라 구축이 요구된다. 운항 정보, 지연 · 결항 이력, 소비자 불만 유형 등 항공운송 데이터를 통합 · 분석하는 플랫폼을 구축하면, 반복적 피해가 발생하는 항공사나 노선의 사전 관리가 가능해진다. 예를 들어 인공지능(AI)을 활용한 지연 · 결항 예측 정보 제공, 자동 보상 안내 및 신청 시스템 도입을 검토할 필요가 있다.

마지막으로, 지속가능한 거버넌스 강화가 필요하다. 정부, 항공사, 공항운영자, 소비자단체 간 협력체계를 구축해 정책 수립 단계부터 소비자 관점이 반영되도록 하고, 정기적인 실태조사와 제도 평가를 통해 변화하는 시장 환경에 유연하게 대응해야 한다. 항공수요 증가가 일시적 현상이 아닌 구조적 변화임을 고려할 때, 항공소비자 보호는 단기적 민원 대응이 아니라 장기적 서비스 품질 관리의 핵심 요소로 인식되어야 한다.

결론적으로, 항공수요 증가에 따른 소비자 보호 이슈에 효과적으로 대응하기 위해서는 명확한 제도적 기준, 정보 비대칭 해소, 신속한 분쟁 해결, 협력적 거버넌스가 유기적으로 결합되어야 한다. 이러한 정책적 · 기술적 접근은 항공산업의 지속가능한 성장과 국민 이동권 보장이라는 두 가지 목표를 동시에 달성하는 기반이 될 것이다.

상조결합상품 상담 분석 결과

상조와 결합상품, 별도계약에 대한 충분한 정보제공과 결합상품에 대한 보전조치[1] 마련이 필요해

김주원
한국여성소비자연합 사무처장

상조서비스 결합상품 관련 소비자 민원이 꾸준히 증가하고 있어

상조서비스는 미래에 다가올 경조사 부담에 대비하기 위해 미리 일정액을 납입하면 약정된 물품이나 서비스를 제공받는 구조로 소비자는 상조업체가 제공하는 서비스를 선택하여 회원가입 계약을 체결하고 매월 일정 금액을 납입하는 형태로 이루어진다. 최근 상조회사는 상조서비스에만 국한하지 않고 판매상품을 다양화하여 상조서비스와 결합하여 가전제품이나 크루즈 등의 여행 상품 등을 함께 판매하고 있다. 혹은 상조계약을 여행상품등으로 전환하는 전환판매계약 등의 서비스로 다양화를 하고 있다. 본 상담분석은 상조서비스와 함께 결합하여 판매하는 결합상품 판매와 관련된 상담을 분석하였다. 결합상품은 상조서비스와 가전제품 등의 할부 매매 계약 또는 렌탈(임대차) 계약이 결합된 형태로서, 만기 후 상조서비스 납입금과 가전제품 할부금을 전액 환급해 주기로 약정하는 경우, 계약 체결 후 납입 초기(보통 60개월)에는 월납입금의 대부분이 가전제품 할부금에 해당하며, 가전제품 할부금이 완납된 이후부터 본격적인 상조서비스 대금 납입이 시작된다. 이로 인해 상조 결합 상품에 가입한 소비자가 계약 초기에 해지를 요구할 경우, 상조서비스 환급금은 거의 없고 가전제품 할부 계약은 그대로 남게 되어 소비자 불만의 원인이 되고 있다. 고가의 가전제품을 사은품으로 제공한다는 판매자의 설명만 믿고 계약한 후, 추후 월 청구 금액을 받고 소비자가 인지한 내용과 계약한 내용이 다르다는 것을 알게 되어 계약 해제를 요구하는 사례 등, 소비자 피해사례가 지속적으로 발생하고 있어 1372소비자상담센터에 접수된 관련 사례를 분석하였다.

1372소비자상담센터에 2022년 1월1일부터 2025년 3월30일(1/4분기)까지 1372상담센터를 통해 접수된 상조결합상품 관련 소비자 상담*사례를 중심으로 분석하였다. 1372상담센터에서 추출한 상조결합상품건은 2022년부터 2025년 1/4분기까지 총 1,774건으로 이중 중복사례 삭제 등으로 1,727건이 분석 대상이 되었다.

1) 결합상품 판매시 상조서비스 입금 만기이후 납입한 결합상품 가격을 환급해준다는 조건으로 판매되는 경우, 만기 납입한 상조서비스 비용처럼 결합상품도 보전해 줄 수 있는 방안이 마련되어야 한다.

	2022년	2023년	2024년	2025년 1/4분기
상조관련 상담건수	2,869	2,585	3,533	884
상조 결합상품 관련 상담* 건수	439	483	674	178

상조결합상품관련 계약해지 및 청약철회 관련 건이 67.5%로 가장 높아

중복건을 제외한 1,727건의 상담의뢰 연령대는 20대가 171건, 30대는 237건, 40대는 281건, 50대는 389건, 60대이상은 496건으로 나타났다. 상조결합상품 상담을 구매경로(계약경로)별로 살펴보면, 전화권유판매(402건, 23.3%), TV홈쇼핑(253건, 14.6%), 방문판매(179건, 10.4%), 국내 온라인 거래(109건, 6.3%), 가전제품 판매장(84건, 4.9%), 모바일 거래(44건, 2.5%), 일반판매(30건, 1.7%) 순으로 나타났다. 상조결합상품 상담사유별로 살펴보면, 계약해지 및 청약철회(1,165건, 67.5%)가 가장 높고, 계약불이행(196건, 11.3%), 단순문의(179건, 10.4%), 법/제도문의(144건, 8.3%), 가격/요금(18건, 1.0%) 순으로 나타났다.

결제와 위약금 관련해서는 상조결합상품을 별도로 고지하지 않았다는 사례(20.3%)와 과도한 위약금 요구가 가장 많아(19.7%)

구체적인 불만 사례별로 살펴보면(복수응답), ①결제 및 위약금 관련(826건, 47.8%), ②폐업 및 기타(668건, 38.7%), ③계약해지 관련(456건, 26.4%), ④약관 및 계약 관련(141건, 8.2%) 순으로 나타났다. 상담이 많은 ①결제 및 위약금의 세부 불만 사례는 결합상품 별도 계약 미고지(350건, 20.3%), 과도한 위약금 요구(341건, 19.7%), 미납으로 인한 채권추심(72건, 4.2%), 계약과 다른 결제(계약금액과 다른 금액으로 청구) (42건, 2.4%) 순으로 나타났다. ②폐업 및 기타 불만의 세부 불만 사례는 계약불이행(가전제품 미제공, 여행상품 미실시 등) (293건, 17.0%), 업체 폐업으로 보상 문의(275건, 15.9%), 폐업 후 임의로 타 업체 이관(60건, 3.5%), 상조가입 시 받은 사은품 불량(하위버전으로 저품질)(40건, 2.3%) 순으로 나타났다.③계약해지관련해서 구체적으로 상담을 분석한 결과, 해지 시 사은품 비용 환불요청(200건, 11.6%), 환불지연 및 해지방어(174건, 10.1%), 청약철회 거부(54건, 3.1%), 소비자 단순변심 취소(28건, 1.6%) 순으로 나타났다. ④약관 및 계약의 세부 불만 사례는 보험/적금으로 오인 가입(75건, 4.3%), 계약서 미교부(48건, 2.8%), 부당한 약관(17건, 1.0%) 으로 나타났다.

상조결합상품 상담을 처리결과별로 살펴보면, 상담정보 제공(1,113건, 64.4%)이 가장 높고, 그 다음으로 분쟁조정 접수(247건, 14.3%), 합의불성립(157건, 9.1%), 계약이행/부당행위 시정(95건, 5.5%), 계약해제/해지(71건, 4.1%), 환급(21건, 1.2%) 순으로 나타났다.

상조서비스와 결합상품 간 별도계약임을 정확하게 고지해야 하며, 무료, 사은품등의 허위과장광고에 대해서 적극적인 시장 모니터링이 필요해

1372상담센터에 접수된 상조결합상품관련 상담사례중 가장 많은 비율이 결제 및 위약금 관련한 건으로 전체 분석건수

상조결합상품 상담사유별 상담건수

상담사유별	2022년		2023년		2024년		2025년		합계	
	건수	비율(%)	건수	비율(%)	건수	비율(%)	건수	비율(%)	건수	비율(%)
계약해지 및 청약철회	271	63.5	361	76.8	403	61.4	130	74.7	1,165	67.5
계약불이행	45	10.5	50	10.6	86	13.1	15	8.6	196	11.3
품질	6	1.4	4	0.9	0	0.0	0	0.0	10	0.6
표시/광고	2	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	0.1
법/제도문의	49	11.5	10	2.1	79	12.0	6	3.4	144	8.3
단순문의	42	9.8	36	7.7	78	11.9	23	13.2	179	10.4
가격/요금	5	1.2	7	1.5	6	0.9	0	0.0	18	1.0
부당행위	7	1.6	2	0.4	4	0.6	0	0.0	13	0.8
합계	427	100.0	470	100.0	656	100.0	174	100.0	1,727	100.0

2) 공정거래위원회 보도자료, "상조서비스가입시 계약내용 꼼꼼히 확인하세요"(2025.03.27.).

3) 고형석, 상조업의 변화와 소비자보호에 관한 연구, 사법 1권 55호 (2021)

1,727건의 47.8%를 차지하는 것으로 나타났다. 특히 결합상품에 대한 별도 계약 미고지가 대부분의 사유(30%)로 상조결합상품 계약 과정에서 결합하는 고가의 가전제품 등에 대해 렌탈이나 할부구매조건 등의 별도 계약임을 소비자가 인지할 수 있도록 계약서 제공 및 충분한 고지를 해야 한다. 최근에는 렌탈계약서를 별도로 작성하여 소비자가 인지할 수 있는 여지를 마련하였지만 상담을 의뢰한 대부분의 소비자는 사은품 정도로 인식, 별도의 계약임을 인지하지 못하는 것으로 나타났다. 또 다른 문제는 결합제품의 가격이 시중가보다 높게 책정되었다는 불만으로, 상조서비스 중도 계약해지 시 상조서비스는 소비자분쟁해결기준 등에 의해 정해진 비율로 환급 등을 받을 수 있으나 결합상품은 사용으로 계약된 개월수까지 비용을 지불하거나 위약금을 지불해야 하는데 책정되는 가격이 시중가보다 높아 소비자 불만으로 이어지고 있다. 상조결합상품 계약시 소비자에게 정확한 정보제공 및 인지가 이루어진 채 계약이 이루어질 수 있도록 계약서의 명확한 표시 및 제공과 사은품이나 공짜, 만기 적금 등의 허위, 과장광고[2]를 지양하는 업체의 노력이 필요하다. 결합상품의 일부 계약은 만기 후 결합상품비용을 상조서비스처럼 환급해 준다는 계약도 이루어지고 있어 만기 후 환급해 주는 비용에 대한 보전방안도 강구해야[3] 한다. 상조서비스는 선불식 할부거래법이 적용되나 결합상품은 후불식 할부거래로 선불식할부거래와 후불식할부거래가 결합된 형태로 결합상품에 대한 비용 보전방안도 마련되어야 한다.

상조결합상품 불만 사례별 상담건수

불만 사유별		2022년		2023년		2024년		2025년		합계	
		건수	비율 (복수%)	건수	비율 (복수%)	건수	비율 (복수%)	건수	비율 (복수%)	건수	비율 (복수%)
계약 해지	소비자 단순변심 취소	16	3.7	8	1.7	4	0.6	0	0.0	28	1.6
	해지청약철회 거부	8	1.9	13	2.8	31	4.7	2	1.1	54	3.1
	해지환불지연 및 해지방어	38	8.9	45	9.6	73	11.1	18	10.3	174	10.1
	해지해지 시 사은품 비용 환불요청	90	21.1	80	17.0	25	3.8	5	2.9	200	11.6
	합	152	35.6	146	31.1	133	20.3	25	14.4	456	26.4
결제 및 위약금	과도한 위약금 요구	90	21.1	112	23.8	107	16.3	32	18.4	341	19.7
	계약과 다른결제 (계약금액과 다른 금액으로 청구)	16	3.7	13	2.8	10	1.5	3	1.7	42	2.4
	결합상품 별도 계약 미고지	33	7.7	103	21.9	162	24.7	52	29.9	350	20.3
	미납으로 인한 채권추심	19	4.4	15	3.2	30	4.6	8	4.6	72	4.2
	해약 시 결합상품 가격 과도하게 책정하여 위약금 요구	16	3.7	0	0.0	1	0.2	4	2.3	21	1.2
	합	174	40.7	243	51.7	310	47.3	99	56.9	826	47.8
약관 및 계약	계약서 미교부	24	5.6	16	3.4	6	0.9	2	1.1	48	2.8
	계약서 미흡	1	0.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.1
	부당한 약관	9	2.1	3	0.6	3	0.5	2	1.1	17	1.0
	보험/적금으로 오인 가입	23	5.4	17	3.6	19	2.9	16	9.2	75	4.3
	합	57	13.3	36	7.7	28	4.3	20	11.5	141	8.2
폐업 및 기타	업체 폐업으로 보상 문의	78	18.3	50	10.6	124	18.9	23	13.2	275	15.9
	폐업 후 임의로 타 업체 이관	12	2.8	21	4.5	23	3.5	4	2.3	60	3.5
	상조가입 시 받은 사은품 불량 (하위버전으로 저품질)	16	3.7	9	1.9	5	0.8	10	5.7	40	2.3
	계약불이행 (가전제품 미제공, 여행상품 미실시 등)	67	15.7	89	18.9	113	17.2	24	13.8	293	17.0
	합	173	40.5	169	36.0	265	40.4	61	35.1	668	38.7
합계		427	100.0	470	100.0	656	100.0	174	100.0	1,727	100.0

치킨, 시킬 때마다 다른 양… 기분 탓일까?

한국소비자단체협의회 물가감시센터

최근 교촌치킨은 중량을 줄이고 사용 부위를 변경했으나 이 사실을 홈페이지에만 공개하여 소비자는 구매 시점에 이를 알 수가 없었다. 이는 치킨 프랜차이즈 시장에서 소비자가 얼마나 정보 비대칭 상황에 놓여있는지 여실히 보여준다. 이에 한국소비자단체협의회(회장 문미란)는 외식 · 배달 품목 중 소비자의 선호가 높은 치킨 프랜차이즈 브랜드를 대상으로 치킨의 가격, 중량 등의 표시 현황[1]을 조사해 보았다.

후라이드치킨, 한 마리당 평균 780.9g

치킨 프랜차이즈에서 판매되는 6개 후라이드의 중량을 조사한 결과 1마리 당 평균 780.9g이었고, 가장 무게가 적은 후라이드는 교촌치킨으로 평균 684.5g이었다. BHC의 후라이드는 852.5g으로 가장 무게가 많았으며 이는 교촌치킨과 비교했을 때 약 1.2배 차이가 났다.

동일 매장에서 같은 메뉴를 2회에 걸쳐 구매해 각각의 중량을 측정한 뒤, 이들의 중량 차이를 비교한 결과, 후라이드 치킨의 평균 차이는 55.4g이었는데, 그중 차이가 가장 큰 제품은 BHC로 183.6g(19.4%) 차이가 났다.

프랜차이즈 업체에서 대부분 후라이드 치킨으로 10호(951~1,050g) 닭을 사용한다고 가정했을 때 동일한 규격의 원재료와 조리 매뉴얼에 따라 이처럼 차이가 나는 것이 과연 적정한 수준인지 따져볼 필요가 있어 보인다.

1) 본 조사는 2025년 10월 23일 ~ 31일, 11월 11일~12일에 걸쳐 시장 점유율이 높은(가맹점 수에 따른 순위, 2024년 기준, 공정거래위원회) 7개 치킨 프랜차이즈 브랜드의 후라이드와 인기 메뉴 제품을 대상으로 조사함. 치킨 제품의 중량 측정은 서울 일부 지역 내 동일 매장에서 배달, 포장의 방법으로 2회에 걸쳐 구매, 제품별 중량과 치킨 조각 수 등을 조사함. 프랜차이즈의 표시 사항을 조사는 각 프랜차이즈 홈페이지 및 배달앱(배달의민족, 쿠팡이츠, 땡겨요) 내 가맹점들의 중량, 원산지, 영양정보 등의 표시 여부를 조사함. 치킨 중량 조사는 일부 지역의 특정 표본 기반의 결과로 인한 한계가 있을 수 있으나, 조사 대상이 전국적으로 동일 조리 매뉴얼과 제품 규격을 공유하는 프랜차이즈 가맹점 제품이라는 점에서 의미 있는 결과라 볼 수 있음.

[표1] 프랜차이즈 후라이드치킨 중량

구분	프랜차이즈	제품	1차(배달) 중량(g)	2차(포장) 중량(g)	평균 중량(g)	중량 차 (1차-2차)
후라이드	교촌치킨	후라이드(한마리)	684.0	684.9	684.5	0.9g
	페리카나	후라이드	706.6	708.1	707.4	1.5g
	BBQ	황금올리브치킨	781.8	743.8	762.8	38.0g
	처갓집양념치킨	후라이드 치킨	816.7	856.9	836.8	40.2g
	네네치킨	후라이드	875.5	807.5	841.5	68.0g
	BHC	후라이드(한마리)	760.7	944.3	852.5	183.6g

※ 치킨 중량 = 완제품 무게 - 포장(용기) 무게
※※ 본 조사에서는 중량 차이의 정도만을 확인하기 위해 절대값 기준으로 표시함.

같은 가게, 같은 순살 치킨인데 최고 약 240g 차이?

주요 치킨 프랜차이즈 브랜드에서 인기 제품으로 판매되는 순살 치킨 메뉴를 같은 매장에서 2회에 걸쳐 구매, 각각의 무게를 측정, 비교해 보았다. 조사 결과 각 매장 내 두 제품간 중량의 평균 차이는 68.7g이었는데, 그중 BBQ의 '황금올리브치킨 양념 순살'이 243.8g(30.6%)으로 차이가 가장 컸다. 프랜차이즈에서 순살 메뉴는 중량을 기준으로 관리 · 판매한다고 가정했을 때 BBQ의 243.8g의 차이는 일반적인 제조 · 조리 과정에서 발생했다고 보기에 매우 큰 차이라 할 수 있다. 이외에도 〈표 2〉에서와 같이 같은 매장에서 조리한 같은 순살 치킨 제품인데도 구매할 때마다 중량 차이가 나는 것으로 확인되었다. 본 조사와 같이 소비자는 자신이 주문, 구매한 음식 양이 평상시와 다를 때 그 양이 과연 적정한 양인지 궁금해질 수 밖에 없다. 이때 소비자가 쉽게 확인할 수 있도록 음식에 대한 중량 표시가 필요하다.

[표2] 프랜차이즈 주요 순살 치킨 중량

구분	프랜차이즈	제품	1차(배달) 중량(g)	2차(포장) 중량(g)	평균 중량(g)	중량 차※※ (1차-2차)
인기 메뉴 (순살)	BHC	뿌링클 순살	533.0	521.7	527.4	11.3g
	교촌치킨	허니순살	525.3	530.9	528.1	5.6g
	굽네치킨	고추 바사삭 순살	693.7	719.1	706.4	25.4g
	페리카나	순살 파닭	863.3	940.3	901.8	77.0g
	BBQ	황금올리브치킨 양념 순살	1,040.3	796.5	918.4	243.8g
	처갓집양념치킨	슈프림 양념치킨 순살	963.7	954.2	959.0	9.5g
	네네치킨	오리엔탈파닭 순살	1,157.1	1,048.7	1102.9	108.4g

※ 치킨 중량 = 완제품 무게 - 포장(용기) 무게
※※ 본 조사에서는 중량 차이의 정도만을 확인하기 위해 절대값 기준으로 표시함.

치킨 중량 표시, 7개 브랜드 중 5개 프랜차이즈는 배달앱 등에 중량 표시 전혀 없어

현재 치킨 프랜차이즈 업체들이 제품의 중량 표시를 의무적으로 해야하는 것은 아니다. 그러나 다양한 제품이 수시로 등장하며 치킨 시장이 활발히 이루어진 현시점에서 소비자에게 기본적인 제품 정보를 제공하는 것은 소비자의 알권리, 선택권 보장을 위해 필수적이라 할 수 있다. 이에 7개 치킨 프랜차이즈 브랜드의 배달앱(배달의민족, 쿠팡이츠, 땡겨요)과 자사 홈페이지에서의 표시 현황을 조사한 결과, 원산지, 영양정보 및 알레르기 정보는 양호하게 표시되어 있었다. 그러나 제품의 중량에 대한 표시는 교촌치킨과 BHC 2개 브랜드만 표시되어 있을 뿐 나머지 5개 프랜차이즈 브랜드는 배달앱과 자사 홈페이지 어디에서도 제품의 중량을 확인할 수 없었다. 한편 배달앱 중 땡겨요에서는 BHC의 일부 제품만 중량(개수)가 표시되어 있어 다른 배달앱에 비해 정보 제공이 미흡하였다. 땡겨요는 정부와 지자체의 지원을 받는 공공배달앱인 만큼, 다른 앱들보다 더 모범적인 역할을 해야할 필요가 있는데 아쉬운 결과로 나타났다.

치킨은 K-푸드 열풍 속에서 글로벌 소비트렌드로 시장 확장이 눈앞에 있는 만큼 제품 표시의 필요성이 더욱 커지고 있다. 본 협의회에서 시장 점유율 상위 7개 치킨 프랜차이즈의 제품 중량 표시 현황을 조사한 결과, 동일 매장의 같은 제품임에도 중량 차이가 상당히 큰 제품이 있는 것으로 나타났다. 또한 이들 프랜차이즈의 배달앱 및 자사 홈페이지 내 표시 현황 조사에서는 제품별 중량 표시를 하는 곳은 단 2개 프랜차이즈에 불과했고, 그마저도 조리 전 중량으로 기입하고 있었다. 특히 치킨은 소비자가 배달 등 비대면으로 제공되는 정보만으로 제품을 구매하는 경우가 많아 제품에 대한 신뢰뿐 아니라 정확한 정보제공이 중요하다 할 수 있다. 따라서 제품의 가격뿐 아니라 품질과 용량 등의 기본 정보 제공은 소비자의 합리적 선택을 위한 필수 조건일 뿐 아니라 업체와 소비자 간 신뢰 형성에 기반이 될 것이다.

이같은 소비자들의 문제 인식에 맞춰 12월 15일부터 '치킨 중량표시제'가 시행된다. 이번 치킨 중량 표시의무자는 10대 브랜드 가맹본부 소속 가맹점(BHC, BBQ치킨, 교촌치킨, 처갓집양념치킨, 굽네치킨, 페리카나, 네네치킨, 멕시카나치킨, 지코바치킨, 호식이두마리치킨) 이다. 표시대상은 닭고기로 만든 모든 치킨 메뉴가 기본원칙이며, 표시 방법은 치킨의 조리 전 총 중량을 그램(g), 또는 '호' 단위로 표시한다. 표시는 소비자들이 온라인으로 주문하는 웹페이지나 배달앱에 표시하여야 한다. 이 표시제도는 사업자들이 메뉴판 변경 등의 시간이 필요하므로 2026년 6월 30일까지는 계도기간을 갖고 운영하기로 했다.

예전보다 양이 줄어든 건 아닌지 의심이 들 때 중량 표시를 확인할 수 있다는 것은 소비자 입장에서 반가운 변화다. 소비자 역시 배달 주문 시 가격뿐 아니라 제품의 중량이나 원재료와 같은 기본 정보를 함께 살펴보는 소비 습관을 가져보는 것은 어떨까.

택배로 발송한 스마트폰, 택배 차량 화재로 전소되어 전액보상

소비자교육중앙회

상담내용

소비자(여 · 서울)는 170만 원 상당의 스마트폰을 7월 24일 택배 운송장에 스마트폰의 금액을 기재하여 택배 발송하였다. 스마트폰 배송이 지연된다는 문의를 받아 택배사에 문의하였으나 배송 중이라며, 일관된 답변을 하다가 7월 31일에서야 대전→부산 구간 택배 차량 화재로 스마트폰이 전소되었다는 사실을 알려주었다.
택배회사 고객센터로 여러 차례 전화해 빠른 조치를 요청했으나 수개월 동안 아무런 조치도 안 되고 있어 스마트폰 금액에 대한 보상을 받기 위해 상담을 신청하였다.

처리결과

택배사업자에게 소비자 상담내용을 전달하여 「소비자분쟁해결기준」 택배 및 퀵 서비스업에서는 운송 중 전부 또는 일부 멸실 된 때에는 운임 환급 및 운송장에 기재된 운송물의 가액을 기준으로 산정한 손해액 지급해야 함을 안내하였다.
사업자는 해당 건이 대리점 측에서 보상 접수 누락 된 부분을 확인하고 재접수하여 스마트폰 금액 전액 환급처리를 약속했고, 최종 환급 완료됨을 확인하였다.

상담사_ **윤미경**

한정수량 케이크 사전 예약 잠시 후에 취소 불가 환불처리

한국여성소비자연합

상담내용

소비자(남 · 서울)는 12월 초, 유명 카페 프랜차이즈 업체 어플을 통해 한정수량 주문제작 케이크 사전 예약 잠시 후 주문취소 요청을 하였다. 사업자는 한정수량 주문제작을 이유로 예약취소 및 환불은 불가하다는 입장이며, 해당상품의 경우 어플내 취소 기능이 지원되지 않았다. 소비자는 각 매장마다 상황에 따른 주문 거부는 가능하나 소비자가 주문 후 취소하는 것은 불가하다는 입장이 이해되지 않아 상담을 신청하였다.

처리결과

해당 제품의 경우 '한정수량 주문'건이지만 아직 예약기간 이내이며, 해당 예약이 종료되지는 않은 것으로 보여졌다, 이에 따라 특수한 상황임을 고려한다고 하더라도 전자상거래이므로 주문제작에 대한 청약철회 예외 약정이 없다면 주문취소가 가능해 보임을 소비자에게 안내하였다. 사업자는 소비자가 예약전 단계에서도 다시 한 번 해당 내용을 확인 · 동의 후 예약이 진행되도록 하고 있어서 취소 · 환불처리가 어려운 건이나 예약한 매장측과 소통하여 해당 주문 건에 대하여 환불처리 가능하도록 조치하기로 하였다.

상담사_ **한연진**

효과 없는 건강기능식품 반품 후 환불지연, 전액환불

미래소비자행동

상담내용

소비자(여, 경기도)는 10월 12일 배변활동에 도움을 주는 차전자피 건강기능식품을 3박스 53,700원에 구입하였다. 사업자는 제품 2주 섭취 후 효과없을시 구입가 전액을 환급 보장하는 이벤트를 진행하였고, 소비자는 제품을 2주동안 섭취 하였지만 효과를 보지 못했다. 이에 10월 29일 반품 및 환급을 업체 게시판에 요청하였으나 아무런 회신이 없고 고객센터와는 전화연결도 되지 않아 상담을 신청하였다.

처리결과

건강기능식품은 인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 제조가공한 식품으로 효능.효과 및 부작용은 개인의 체질에 따라 다르게 나타날 수 있어 광고와 다르게 효과가 없음을 이유로 환급을 요구하기는 어려울 수 있다.
하지만 사업자는 조건없이 배변활동 효과에 대해 보장판매를 하였으므로 소비자는 효과 없음을 이유로 환급을 요구할 수 있는 상황으로 사업자의 고객센터 등은 연결되지 않아 관할구청을 통해 확인받은 담당자와 통화하여 제품 반품 후 구입가 전액을 환급 받았다.
또한 소비자의 불만처리에 필요한 인력 또는 설비부족을 상당기간 방치하는 것은 소비자에게 피해를 주는 부당한 행위이므로 시정해 줄 것을 권고하였다.

상담사_ **김난주**

야구유니폼과 마킹키트 주문 후 배송지연 및 부실한 설명으로 인한 환불

한국YWCA연합회·부산

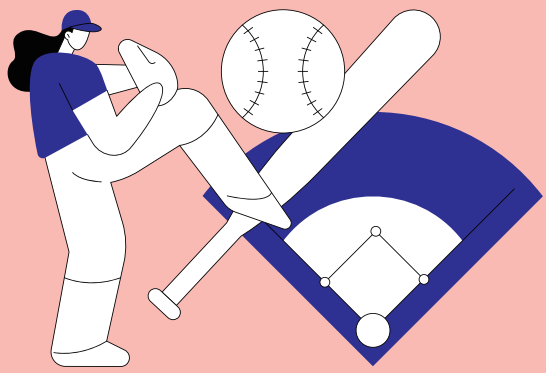
상담내용

소비자(남 · 부산)는 전자상거래를 통해 11월 10일 야구 유니폼 3벌과 선수이름 세겨진 마킹키트 3개를 573,000원 신용카드 일시불로 결제하고 주문하였다. 구입 당시 야구 유니폼에 선수이름 등이 부착해서 제작한다는 고지가 없었고, 주문한지 약 3주정도 되었지만 사이트에는 계속 배송 중으로 확인되었다. 배송진행여부를 확인하기 위하여 소비자가 사업에게 문의를 하였을 때, 사업자는 선수이름 등을 유니폼에 부착하여 배송되므로 소비자의 주문에 대해 현재 제작 진행사항을 알 수 없다는 답변을 하였다.
이에 소비자는 선수이름 등 마킹키트가 유니폼에 부착되어 배송된다는 고지가 없었고 별도로 배송된다고 생각했기 때문에 주문 취소 및 환불을 요청하였으나 사업자가 거부하여 11월 28일 상담을 신청하였다.

처리결과

「전자상거래등에서의 소비자보호에 관한 법률」에 따라 청약철회 및 환불을 요청하는 공문을 이메일로 발송하였고, 사업자는 선수이름 등을 유니폼에 추가로 부탁하여 배송되는 상품임을 고지하고 있으나, 소비자가 구매한 시점에는 사업자가 시간이 촉박한 관계로 해당 문구가 상세하게 설명되지 않은 채 오픈이 되었음을 인정하였으며, 고객이 오해할 소지가 있어 해당건은 환불처리하기로 하였다. 다만, 이미 소비자에게 배송이 된 상태이므로 택 미제거 및 미사용 제품임이 확인되면 제품 수거 및 환불 가능하다고 하였으며, 소비자가 반품을 진행하여 신용카드 승인 취소 및 환불 완료되었다.

상담사_ **정금순**



부품수급 문제로 수리지연 된 수입차량 신속한 수리

녹색소비자연대

상담내용

소비자(남 · 인천)는 2025년 2월 수입 전기자동차 구입을 하였으나, 8월부터 에어컨 작동이 장상적으로 이루어지지 않아 AS진행이 필요함에도 불구하고 판매처, 수리처 소통이 원활하게 이루어지지 않아 10월 14일 겨우 점검을 받았다. 그러나 현재 수리용 부품 재고가 없어 부품신청후 2~3개월 정도 수리기간이 소요된다고 전달받았다.
신차구입후 관련 하자로 2달이상 불편을 감수한 상황임에도 불구하고 앞으로 3달이상 수리 진행 안된다는 것이 납득이 되지 않고, 보증기간이내 수리용 부품을 보유하지 않고 수리진행을 위해 AS센터, 고객센터와 정상적인 소통이 이루어지지 않는 부분에 대해 소비자가 불편을 겪는 부분에 대해 상담을 신청하였다.

처리결과

공정거래위원회 고시 일반적 「소비자분쟁해결기준」에 의해 해당 사업자는 부품보유기간이내 지체없이 수리진행할 수 있도록 규정되어 있다. 이에 조속한 수리 진행에 대해 해당 주관 판매업체에 이메일로 공문 전달하여 해당업체로부터 차량의 수리는 금주 내에 완료될 예정임을 회신받았다.
이와 더불어 점검 이후 수리에 필요한 부품은 확보되었으나, 다수의 접수건에 대해 순차적으로 처리되는 과정에서 일정이 지연된 점 인지하고 신속한 처리를 위해 최선을 다하고 있으며, 고객 불편을 최소화할 수 있도록 지속적으로 노력하겠다는 답변을 받았다.
사업자가 빠른 시일내 수리 약속했으며 그결과 소비자는 11월15일 입고하여 수리 받았다

상담사_ **정영란**

청소서비스 품질 미흡으로 재청소 요구

소비자시민모임

상담내용

소비자(남 · 인천)는 직장 가까운 곳으로 이사를 하게 되어 청소서비스 계약을 체결하였다. 계약 당시 업체에서 주방 얼룩 및 화장실 곰팡이 제거 등 전반적인 청소가 깔끔하게 할 수 있다고 하여 총 43만원에 계약하였다. 청소가 완료되었다는 업체의 연락을 받아 확인한 결과 화장실 곰팡이 일부가 제거되지 않은 상태로 업체에서는 이틀 뒤에 재청소를 해준다는 문자를 보내왔다. 그러나 약속한 날짜에도 재청소가 이루어지지 않았고 업체에서는 차일피일 시간을 끌고 재청소를 하지 않고 있다. 소비자는 업체에서 약속한 빠른 재청소 이행을 요청하는 상담을 신청하였다.

처리결과

소비자분쟁해결기준에 의하면 광고와 실제 서비스 내용이 다른 경우(사후서비스, 인원, 첨단장비 등) 계약해제 및 전체 이용요금의 30% 배상이 가능하다. 상담센터에서 해당 기준을 업체에 안내하니 소비자가 요구하는 일정에 맞춰 재청소를 하겠다고 하였으며, 소비자가 원하는 날짜에 재청소가 진행되었다.

상담사_ **최은숙**

사용하지 않고 소멸된 인터넷쇼핑몰 적립금 전액 복원

한국소비자교육원

상담내용

소비자(여 · 서울)는 3개월전에 인터넷에서 의류를 구입하였다 주문한 제품을 배송받지 못하여 환불받아야 할 금액을 협의하에 적립금으로 받았다. 이후 해당 사이트를 사용하고 있지 않던 중 최근 해당 사이트를 방문 접속해보니 임의 회원탈퇴 및 적립금이 소멸되어 있었다.

해당 그 사이트를 운영중인 사업자는 쇼핑몰 운영자가 변경이 되어 이전 적립금을 사용할수 없다고 주장을 하고 있어 소비자 과실없이 소멸된 적립금 사용을 할 수 있도록 요청하는 상담을 신청하였다.

처리결과

「상법」 제42조(상호를 속용하는 양수인의 책임)에 따르면 영업양수인이 양도인의 상호를 계속 사용하는 경우에는 양도인의 영업으로 인한 제3자의 채권에 대하여 양수인도 변제할 책임이 있음을 규정하고 있다.
따라서, 인터넷쇼핑몰 대표자만 변경되고 회사명이나 인터넷 도메인 등을 이전의 것과 동일하게 사용하는 경우에는 인터넷쇼핑몰은 운영과 관련하여 발생한 소비자에 대한 채권 채무는 그대로 승계되었다고 볼 여지가 높아 이전에 발생한 소비자에 대한 채무의 이행을 청구할 수 있을 것으로 판단된다. 이에 해당 법률에 근거하여 사업자에게 채무 이행을 요구하였으며 사업자는 소멸적립금 36,000점을 복원하여 주었다.

상담사_ **박미라**

제품 설치 중 파손된 인덕션 감가상각하여 배상

한국부인회총본부

상담내용

소비자(여 · 전남)는 2025년 10월에 가전제품 매장을 방문하여 식기세척기를 구매하였다. 구매 후 전문 설치기사가 방문하여 설치를 하는 과정에 소비자가 사용하고 있던 인덕션이 파손되었다. 소비자는 인덕션 구매한 금액 573,000원 전액 배상을 요구하였다.
소비자는 설치기사에게 설치비를 지급하였고 파손에 대한 배상을 협의 요청하였으나 상품을 판매한 매장과 설치기사가 소속된 사업자가 서로 책임을 전가하였으며, 설치 기사는 전화를 받지 않아 문제 해결이 되지 않아 소비자 상담센터에 상담을 신청하였다.

처리결과

제품을 설치하는 과정에서 발생한 상황으로 설치 기사에게 과실이 있음을 안내하고 협의를 진행하였다. 설치 기사는 소비자가 요구하는 구매가(573,000원) 전액 보상은 협의가 어려우며 30만원에서 35만원 배상을 제시하였다.
공정거래위원회 고시 「소비자분쟁해결기준」은 분쟁당사자 사이에 분쟁해결방법에 관한 별도의 의사표시가 없는 경우에 한해 분쟁해결을 위한 합의권고 기준이 되므로 해당 제품의 구입가격을 기준으로 감가상각 후 배상금을 안내하였다.
소비자가 사용하던 인덕션 구매일자는 2023년 3월 19일로 내용연수 7년 감가상각을 하였을 경우 사용일이 2년 58일로(211,000원) 계산하여 제품 구매 금액에서 감가상각 공제하였을 경우 배상금액(362,000원) 발생함을 설명하고 설치 기사와 협의 중재하여 35만원을 배상하는 것으로 합의 종결하였다

상담사_ **고정란**

반복되는 차량 소음, 선제적인 부품교환으로 보증기간내 수리완료

한국소비자연맹 · 부산

상담내용

소비자(남 · 대전)는 3년 전 구입한 승용차에서 브레이크 소음 및 저속 주행 시 소음이 발생해 지속적으로 수리를 받아 왔으나, 해당 증상이 개선되지 않아 불만을 제기하였다. 특히 2025년 2월 이후 동일 증상이 반복적으로 발생해 수차례 수리가 진행되었음에도 증상 개선이 이루어지지 않았다. 소비자는 2026년 1월 보증기간 만료를 앞두고 동일 하자가 지속되고 있어 보증기간 내 근본적인 원인에 대한 조치를 요구하며 상담을 신청하였다.

처리결과

「소비자분쟁해결기준」에 따르면, 품질보증기간 이내에 제조상의 결함으로 고장이 발생한 경우, 원칙적으로 부품 교환을 우선적으로 실시하고, 그럼에도 불구하고 결함이 잔존할 경우에는 관련 기능장치(예: 원동기, 동력전달장치 등)를 교환하도록 규정하고 있다.

이에 따라 사업자에게 수리 이력 및 동일 증상의 지속 여부를 알리고 보증기간 내 동일 하자에 대한 보다 적절한 조치가 필요함을 요청하였다. 특히, 정확한 원인 진단 없이 증상 완화 목적의 단순 수리를 반복하는 것이 아닌, 소비자가 제기한 근본적인 원인 해결 요구와 보증기간 만료 이전 최종 점검의 필요성을 알리고 강력한 조치를 요청하였다.

이에 해당사업자는 소음 현상 재현이 어려워 문제의 원인 진단에 다소 한계가 있었으나, 브레이크 소음 등 하자의 근본적 해결을 위해 핵심 부품인 통합형 브레이크(IEB)를 선제적으로 교환하는 조치를 시행했다는 결과를 회신받았다. 이후 소비자와 확인결과 해당 증상이 해소되었으며 보증기간 종료 시점인 2026년 1월에 맞춰 최종 점검 예약을 진행하기로 안내받았음을 확인하였다.

상담사_ **손수호**

헬스장 구독서비스 자동결제 후 이용권 환불

대한어머니회중앙회

상담내용

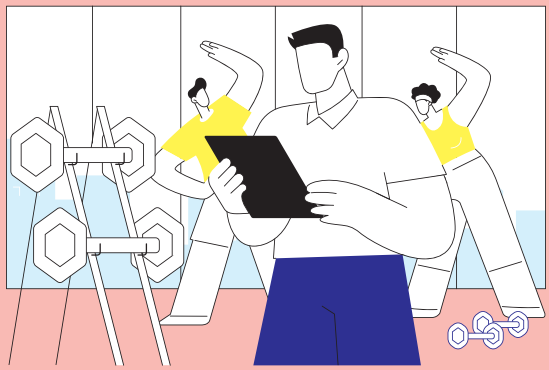
소비자(남 · 서울)는 2025년 10월 12일 헬스장 모바일 어플에서 자동결제된 이용권을 2주일동안 한번도 이용하지 않아 헬스장에 환불을 요구했지만 환불이 불가하다고 하여 환불을 어떻게 받을 수 있는지, 사업자의 환불 불가가 타당한지 확인하기 위해 상담을 신청하였다.

처리결과

모바일 어플로 헬스장 구독을 한 후 해지요청하는 사례가 종종 발생하고 있다. 1개월만 이용해 볼 생각이었으나, 잊어버리고 있다가 몇 달이 지난 후에 매월 정기적으로 결제된 것을 확인하고 환불을 요구하는 경우도 있으나 기간이 경과한 결제구독 서비스는 이용하지 않았다 해도 환불되지 않으므로 구독 시 안내서를 잘 확인해야 한다

해당 내용에 대해 사업자에게 확인 결과 “어플 정기구독은 본인이 해지 요청해야 하고, 시설 이용을 확인한 후 환불 처리하겠다.”고 한 후 전액 환불되었다.

상담사_ **백해영**



개인정보유출에 대한 정신적 손해배상 판결시 고려 사항과 기준

변웅재 변호사
강남대학교 특임교수
자율분쟁조정위원회 조정위원

최근에 쿠팡의 대규모 고객 개인정보 유출 사건으로 인하여 개인정보유출에 대하여 소비자들에게 어느 정도의 배상이 이루어져야 하는지에 대해서 많은 관심이 기울여지고 있다. 언론에서는 벌써 구체적인 금액들이 언급되고 있고, 일부 법률사무소에서는 소송 참여 원고를 모집하면서 나름대로의 목표 금액을 제시하기도 한다. 그러나, 이러한 움직임은 자칫하면 금전적 숫자에 몰입되어 보다 근본적인 문제를 보지 못하는 오류를 범할 수 있다.
즉, 소비자와 기업 모두에게 실제 배상금액이 얼마인지가 중요하기는 하지만 이보다 더욱 근본적인 문제는 이러한 배상에 대해서 어떤 기준에 의할 것인지의 문제이다. 이러한 기준을 먼저 확정하지 않고 금액부터 이야기하는 것은 자칫하면 원칙 없는 주먹구구식의 자의적인 결정 밖에는 되지 않을 우려가 있기 때문이다. 이런 관점에서, 이 글에서는 우리나라의 개인정보유출사건에 대한 판결들에 언급된 손해배상 판결시 고려 사항과 기준을 대략적으로 살펴보고자 한다. 참고로, 이 글은 각 판결이 결정한 구체적인 배상금액은 의도적으로 소개하지 않기로 한다.

1. 개인정보유출에 대한 정신적 손해배상 판결시 고려 사항

개인정보보호법 제39조(손해배상책임)는 “정보주체는 개인정보처리자가 이 법을 위반한 행위로 손해를 입으면 개인정보처리자에게 손해배상을 청구할 수 있다. 이 경우 그 개인정보처리자는 고의 또는 과실이 없음을 입증하지 아니하면 책임을 면할 수 없다”고 규정하고 있다. 이때의 손해배상의 범위에 대해서는 개인정보보호법상 아무런 규정이 없기 때문에 일반적인 민법상 불법행위의 손해배상 규정이 적용될 것이다. 민법상 손해배상은 불법행위의 경우에도 준용되는 민법 제393조(손해배상의 범위)에 따라서, 통상의 손해를 그 한도로 하되, 특별한 사정으로 인한 손해는 채무자가 그 사정을 알았거나 알 수 있었을 때에 한하여 배상의 책임이 있다. 아울러, 민법 제751조(재산 이외의 손해의 배상)는 “타인의 신체, 자유 또는 명예를 해하거나 기타 정신상 고통을 가한 자는 재산 이외의 손해에 대하여도 배상할 책임이 있다”고 규정하여 정신적 고통에 대한 위자료 청구의 가능성도 열어두고 있다.

이와 관련하여 가장 중요한 대법원 판결은 대법원 2012. 12. 26. 선고 2011다59834 등 판결(이하 '2012년 대법원 판결')과 대법원 2019. 9. 26. 선고 2018다222303 등 판결(이하 '2019년 대법원 판결')이다. 이 두 가지 대법원 판결은 모두 개인정보유출에 대해서 정보주체에게 위자료로 배상할 만한 정신적 손해가 발생하였는지 여부를 판단할 때, 유출된 개인정보의 종류와 성격이 무엇인지, 개인정보 유출로 정보주체를 식별할 가능성이 발생하였는지, 제3자가 유출된 개인정보를 열람하였는지 또는 제3자의 열람 여부가 밝혀지지 않았다면 제3자의 열람 가능성이 있었거나 앞으로 열람 가능성이 있는지, 유출된 개인정보가 어느 범위까지 확산되었는지, 개인정보 유출로 추가적인 법익침해 가능성이 발생하였는지, 개인정보를 처리하는 자가 개인정보를 관리해 온 실태와 개인정보가 유출된 구체적인 경위는 어떠한지, 개인정보 유출로 인한 피해 발생 및 확산을 방지하기 위하여 어떠한 조치가 취하여졌는지 등 여러 사정을 종합적으로 고려하여 구체적 사건에 따라 개별적으로 판단하여야 한다고 판시하고 있다.

참고로, 2012년 대법원 판결은 위와 같은 사항들을 종합적으로 고려하여 정보주체에게 위자료로 배상할 만한 정신적 손해가 발생하였다는 것을 인정하지 않았으며, 일부 지방법원 판결에서도 위 사항들을 고려하여 위자료 배상이 인정되지 않은 경우가 있다.

2. 개인정보유출에 대한 정신적 손해배상 판결시 금액 기준

2012년 대법원 판결과 2019년 대법원 판결은 개인정보유출에 대해서 정보주체에게 위자료로 배상할 만한 정신적 손해가 발생하였는지 여부를 판단할 때 고려할 사항만을 열거했을 뿐, 정신적 손해배상 책임을 인정할 경우 구체적인 금액 산정 기준에 대해서는 언급하고 있지 않다. 다만, 2019년 대법원 판결에서는 "불법행위로 입은 정신적 고통에 대한 위자료 액수에 관하여는 사실심 법원이 제반 사정을 참작하여 그 직권에 속하는 재량에 의하여 확정할 수 있다"고 판시하고 있을 뿐이다.

관련하여, 하급심 판결들을 몇 개 살펴보면 다음과 같다. 먼저, 서울중앙지방법원 2007. 2. 8. 선고 2006가합33062 등 판결에서는 개인정보 유출로 인한 정신적 고통은 '통상손해'라고 인정하면서, 신속한 사후 조치, 실제로 개인정보가 악용 또는 도용되었다는 사실이 구체적으로 증명되지

아니한 점, 제3자의 열람 가능성이 적다는 점, 스팸메일과 신분도용 피해 발생의 어려움 등을 고려하고, 성명, 주민등록번호, 이메일 주소의 정보가 누출된 경우와 성명과 이메일 주소가 누출된 경우를 구분하여 후자의 경우보다 전자의 경우에 더 많은 금액을 배상하도록 판결하였다. 그리고, 서울중앙지방법원 2016. 10. 21. 선고 2014가합588581 판결에서도, 피고들의 고객정보 관리 실태와 유출의 구체적인 경위, 유출된 개인정보의 전파 및 확산 범위, 사후적 조치의 내용, 주민등록번호가 유출된 점, 고객정보를 이용한 재산적 손해가 발생할 가능성 등을 종합적으로 고려하여 위자료를 결정하였다.

한편, 개인정보보호법 제39조의2(법정손해배상의 청구)는, 제39조제1항(일반적인 손해배상 청구 조항)에도 불구하고 정보주체는 개인정보처리자의 고의 또는 과실로 인하여 개인정보가 분실 · 도난 · 유출 · 위조 · 변조 또는 훼손된 경우에는 300만원 이하의 범위에서 상당한 금액을 손해액으로 하여 배상을 청구할 수 있으며, 이 경우 법원은 변론 전체의 취지와 증거조사의 결과를 고려하여 300만원 이하의 범위에서 상당한 손해액을 인정할 수 있다고 규정하고 있다.
이와 관련하여 울산지방법원 2023. 8. 24. 선고 2023나10863 판결에서는, 개인정보보호법 제39조의2 제1항에 따라 원고에게 개인정보 유출에 따른 손해를 배상할 의무가 있음을 인정하면서, 그 손해배상액의 산정 기준에 대해서는 "이 사건 게시글에 포함된 개인정보의 내용, 이 사건 게시글 내용과 게시 경위, 유출의 정도 및 피고의 조치 내용 등 기록에 나타난 제반 사정"을 참작하여 결정한다고 판시하고 있다.
그리고, 서울중앙지방법원 2022. 1. 14. 선고 2020나33796 판결에서는, 개인정보보호법 제39조의2 제2항을 적용하여 손해배상액을 산정함에 있어서 "원고의 개인정보가 유출된 경위, 유출된 개인정보의 종류와 성격, 원고가 관련 사건에서 승소하여 판결금을 받은 점 등 변론 전체의 취지와 증거조사의 결과"를 고려하였다고 판시하고 있다.

3. 시사점

이상과 같이 개인정보유출에 대한 정신적 손해배상 판결시 고려 사항과 기준에 대하여 관련 판례들을 대략적으로 살펴보았다. 이러한 판례들을 통하여 다음과 같은 시사점을 얻을 수 있을 것이다.

첫째, 개인정보유출 사건에 대하여 손해배상 판결을 받는 것은 결코 쉬운 과정이 아님을 유의해야 한다. 2012년 대법원 판결과 2019년 대법원 판결에서 설명하고 있듯이 개인정보유출에 대해서 정

보주체에게 위자료로 배상할 만한 정신적 손해가 발생하였는지 여부를 판단할 때에는 다양한 사항들을 고려하게 된다. 따라서, 현재 문제되고 있는 쿠팡 사건에 있어서도 소를 제기하기만 하면 무조건 손해배상이 인정될 것이라고 생각하는 것은 섣부른 속단일 수 있다. 개인정보유출 사건에 대한 소송을 진행하기 위해서는 각 분야의 전문가와 소비자단체의 적극적인 노력이 필요할 것이다.

둘째, 설령 개인정보유출 사건에 있어서 위자료로 배상할 만한 정신적 손해 발생이 인정된다고 하더라도, 구체적으로 얼마를 배상 받을지에 대해서는 예측하기가 어렵다는 점을 유의해야 한다. 2012년 대법원 판결과 2019년 대법원 판결은 개인정보유출에 대해서 정보주체에게 위자료로 배상할 만한 정신적 손해가 발생하였는지 여부를 판단할 때 고려할 사항만을 열거했을 뿐, 정신적 손해배상 책임을 인정할 경우 구체적인 금액 산정 기준에 대해서는 사실심 법원(하급심 법원)에 위임하였음에도 불구하고, 하급심 법원은 애매한 사항들만을 열거하고 있을 뿐 구체적이고 객관적인 손해액 산정 기준을 제시하지 못하고 있음을 알 수 있다.

따라서, 현재 일부 법률사무소가 손해배상 목표 금액을 제시하면서 원고를 모집하고 있는 상황에 대해서는 이러한 목표 금액은 어디까지나 노력하여 달성하려고 하는 희망 사항이라는 점을 주의해야 한다. 한편, 우리나라보다 소비자 집단소송 제도와 실무가 발달한 미국의 경우에는 집단적 개인정보유출 사건에 있어서 손해배상액을 보다 객관적으로 산정하기 위한 다양한 이론과 실무가 있는 것으로 보인다.

예를 들어서, 소비자가 실제로 지급한 가격과 개인정보 보호 장치가 잘 되어 있지 않은 것을 알았다면 소비자가 지급했을 가격과의 차액을 손해배상액으로 산정하는 방식, 유출된 개인정보의 시장 가치를 고려하여 손해배상액을 산정하는 방식, 소비자가 개인정보 유출의 피해를 최소화하기 위하여 들이는 노력과 시간을 고려하여 배상액을 산정하는 방식 등 다양한 방식들이 있는 것 같다. 이번 쿠팡 사건을 계기로 우리나라도 개인정보 유출에 대한 손해배상 금액을 정하는 보다 구체적이고 객관적인 기준을 수립해 나아가기를 기원한다.

소비자기본법 제31조에 따라 한국소비자단체협의회에 설치된 자율분쟁조정위원회에서 조정 결정한 사건 중 참고할만한 사례를 소개한다.

전자상거래로 구매한 항공권 청약철회

한국소비자단체협의회 자율분쟁조정위원회

사건의 개요

신청인은 2024. 11. 19. 가족여행을 위해 피신청인의 인천-푸꾸옥 왕복항공권(2025. 2. 28. 출국, 2025. 3. 4. 귀국) 1매를 피신청인 공식홈페이지에서 723,249원에 구매하였다. 신청인은 2024. 11. 20. 타 여행사에서 동일 항공권을 더 저렴한 가격에 판매하고 있음을 발견하고 가격조정이나 예약취소를 위해 피신청인에게 채팅 상담을 신청하였으나, 피신청인은 가격조정 규정은 없고 환율 변동으로 인해 0.48원 미결제액이 있으므로 예약취소나 환불이 불가하다고 하였다. 신청인은 0.48원의 온라인 결제를 시도했으나 실패하였고, 피신청인은 사무소 주소를 알려주며 방문하여 결제할 것을 요구하였으며, 항공권을 취소할 경우 취소 수수료가 편도에 90,000원이라고 하였다.

신청인은 상담 종료 후 환불 신청 여부 및 방법에 대해 이메일로 피신청인에게 문의하였으나 답변이 없었다. 이에 신청인은 2024. 11. 29. 1372소비자상담센터와 상담하였으나 해결이 되지 않았고, 1372소비자상담센터는 본 위원회에 분쟁조정을 의뢰하였다. 신청인은 2024. 12. 4. 피신청인으로부터 아직 아무런 처리도 되지 않았다는 메일을 받았다. 신청인은 2024. 12. 27. 항공권 취소신청을 하였고, 피신청인은 왕복 수수료 180,000원을 공제한 나머지 금액인 543,249원을 최초 결제 수단으로 환불 진행하였다. 신청인은 환급 시 공제된 왕복 수수료 180,000원의 환급을 원한다.

소비자 주장

전자상거래로 항공권을 구매한 날 바로 다음 날에 항공권 구매 취소를 요청하였다. 피신청인은 0.48원 미결제액이 있어 환불을 받을 수 없다고 하나, 0.48원의 미결제액이 있다는 안내는 홈페이지 어디에도 없었고, 이메일이나 문자 알림이 온 적도 없었다. 온라인 결제를 취소하러 먼 곳까지 직접 방문하라고 하니 이는 환불을 방해하는 행위에 해당한다. 피신청인은 상담 과정에서 자발적으로 추가 결제 요청을 즉시 철회하였으므로, 0.48원 추가 결제는 예약취소에 불필요한 과정이라는 사실을 스스로 입증한 셈이다. 출국까지 3개월 이상 남은 항공권을 구매한 후

바로 다음 날 취소하여 피신청인에게 실질적인 피해나 손실이 없음에도 취소 처리를 해주지 않고 과도한 위약금인 180,000원을 요구하고 있다. 동종업계 숙박업의 경우 "이용일 0일 전까지 00% 환불"과 같은 규정을 단계별로 적용하고 있는데, 피신청인의 경우 취소 시점을 전혀 고려하지 않고 일률적으로 위약금을 부과하고 있는데 이는 부당하다. 항공권의 경우 소비자들의 선택의 폭이 좁고 제약이 큰 만큼 보다 합리적인 규정이 마련되어야 한다. 취소수수료로 공제한 180,000원의 환급을 원한다.

사업자 주장

한국 내 발권 항공권 이용자의 자발적 환불의 경우 적용되는 환불정책은, 최초 결제수단으로 환불되는 경우 승객당/구간당 9만 원의 취소 수수료를 적용하고, 크레딧으로 환불되는 경우 승객당/구간당 5만 원의 취소 수수료를 적용하고 있다. 0.48원의 미결제금액은 바로 처리하였고, 신청인이 2024. 12. 7. 항공권 취소 신청을 하여 환불 수수료 180,000원을 공제한 금액 543,249원을 최초 결제 수단을 환불 진행하였다. 취소 수수료 180,000원의 감액이나 환불은 어렵다.

조정안

이 사건 계약은 피신청인이 전기통신의 방법으로 재화 또는 용역의 판매에 관한 정보를 제공하고 신청인의 청약을 받아 항공권을 판매하였으므로 「전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률」(이하 '전자상거래법'이라 한다) 제2조 제2호의 통신판매에 해당한다.

전자상거래법 제17조 제1항 제1호에 따라 통신판매업자와 재화등에 관한 계약을 체결한 소비자는 계약내용에 관한 서면을 받은 날이나 재화등을 공급받는 날부터 7일 이내에 계약에 관한 청약철회를 할 수 있다. 신청인은 항공권을 구매한 다음 날 청약철회의 의사를 표시하였으나, 피신청인은 0.48원이 미결제되어 있으므로 추가 결제를 해야 청약철회가 가능하다는 취지로 안내하였다. 신청인은 온라인 결제를 시도하였으나 실패하였고 피신청인은 사무소 주소를 알려주며 방문하여 결제할 것을 요구하여 결국 청약철회를 못하였다. 이는 기만적인 방법으로 소비자의 청약철회를 방해하는 것으로서 전자상거래법 제21조 제1항 제1호를 위반한 것으로 동법 제17조 제1항 제3호가 적용되므로, 신청인은 청약철회 방해 행위가 종료한 날로부터 7일 이내에 청약 철회할 수 있다. 그러나 피신청인이 신청인에게 0.48원 미결제가 처리된 사실을 별도로 통지한 사실이나 시기를 알 수 없으므로 신청인이 처음 청약철회의 의사표시를 한 2024. 11. 20. 적법하게 청약 철회된 것으로 보기로 한다.

전자상거래법 제18조 제2항에 의하면 통신판매업자가 재화등을 공급하지 아니한 경우에는 소비자가 청약철회를 한 날로부터 3영업일 이내에 환급할 의무가 있으므로 피신청인은 신청인 결제금액 723,249원 전액을 환급할 의무가 있다. 피신청인은 환급금에서 피신청인 환불정책에 따라 취소 수수료 180,000원이 공제되어야 한다고 주장하나, 다른 국내 항공사들의 경우 출발 91일 전에는 국제선 항공권을 수수료 없이 취소할 수 있도록 하고 있는 등 업계 관행(이 사건에서는 신청인은 출발 100일 전에 청약철회 의사를 표시함), 신청인은 항공권을 구매한 바로 다음 날 청약철회의 의사를 표시하여 항공사에게 특별한 손해가 없어 보인다는 점 등을 종합적으로 살펴볼 때 취소 수수료 180,000원은 과도한 것으로 보이므로 피신청인의 주장은 받아들이지 않기로 한다. 따라서 피신청인은 환급 시 공제한 취소수수료 180,000원을 신청인에게 환급하는 것으로 조정한다. 한편 피신청인들이 환급을 3영업일 이상 지체한 경우에는 전자상거래법 제18조 제2항 제3호에 의하여 그 다음날부터 연 100분의 15의 지연배상금을 가산하여 지급하여야 한다.

결론

피신청인은 이 사건 조정성립통보를 받은 날로부터 3영업일 이내에 신청인에게 180,000원을 지급한다. 피신청인이 이 사건 조정성립통보를 받은 날로부터 3영업일 이내에 위 금액을 환급하지 아니하면 그 다음날부터 연 100분의 15를 곱하여 산정한 지연배상금을 위 금액에 가산한다.

2025년 소비자운동 회고와 새로운 패러다임 모색

전계순
한국소비자교육원 원장

올 한해 소비자운동은 새로운 국면에 접어든 해로 기록될 것이다. 소비자운동은 오랫동안 '피해를 구제하는 활동'으로 인식돼 왔지만, 2025년의 소비자운동은 사후 구제를 넘어 위험을 사전에 경고하고 디지털 시대를 맞이하여 우리 사회의 새로운 패러다임과 기준을 만들어가는 역할로 확장되었다.

디지털 소비 환경의 구조적 문제 심화

플랫폼 경제의 일상화, 구독 서비스의 급속한 확산, 인공지능 기반 추천 시스템의 보편화는 편리함을 제공하는 동시에 소비자의 선택권을 구조적으로 제한했다. 자동결제, 약관 비대칭, 알고리즘 편향 문제는 이제 개별 분쟁을 넘어 구조적 문제로 인식되기 시작했다. 2025년은 이러한 문제들이 사회적 공론의 중심으로 이동한 해였으며, 이는 단순한 소비자 개인의 주의 부족이 아니라 시스템 차원의 개선을 요구하는 시점임을 명확히 보여주었다.

법과 제도는 기술 변화의 속도를 따라잡지 못하고 있으며, 플랫폼 기업의 책임 구조는 여전히 불완전한 상태이다. 이는 소비자 보호의 근본적인 한계를 드러내며, 정책적 개선의 시급성을 강조한다.

구독경제의 확산과 다크패턴: 새로운 소비자 문제의 대두

가장 상징적인 이슈는 구독경제와 자동결제 구조의 불투명성이었다. 무료 체험 뒤 자동 유료 전환, 해지 경로를 복잡하게

설계한 이른바 '다크패턴' 문제는 더 이상 개별 소비자의 주의 부족 문제가 아니다. 이는 구조적으로 소비자를 오도하는 설계의 문제로 인식되기 시작했으며, 기업의 의도적인 약탈적 관행(dark pattern design)으로 평가되고 있다. 소비자들은 자신들이 취약한 구조 속에서 의도적으로 배치된 함정에 빠지고 있음을 깨달았고, 이에 대한 규제와 개선을 강하게 요구하고 있다.

온라인 플랫폼의 책임 구조에 대한 패러다임 전환

온라인 플랫폼 중개 거래 책임 문제도 중요한 전환점을 만들었다. 오픈마켓, 배달 플랫폼, 숙박 플랫폼을 통한 허위 정보, 가짜 리뷰, 환불 거부 문제는 오랫동안 반복되어 왔다. 그동안 플랫폼 기업들은 단순 중개자로서의 법적 지위를 내세워 책임을 회피해 왔으나, 2025년에는 '플랫폼은 중개자'라는 전통적 법적 인식에 근본적 의문이 제기되었다. 플랫폼이 거래의 모든 조건과 메커니즘을 설계하고 관리하면서 실질적인 영향력을 행사한다는 점이 인식되면서, 플랫폼 책임을 제도적으로 명확히 해야 한다는 사회적 공감대가 형성되었다. 이는 단순한 법률적 재해석을 넘어 플랫폼 산업 전체에 대한 책임 강화를 요구하는 움직임으로 확대되고 있다.

인공지능(AI) 시대의 소비자 권리: '알 권리'와 '설명의 권리'

또 하나의 중요한 이슈는 인공지능 기반 추천 서비스의 편향성과 불투명성이었다. 가격, 상품, 보험, 금융 서비스까지 알고리즘이 소비자의 선택을 사실상 설계하는 환경에서, 소비자는 선택하는 주체이면서 동시에 선택당하는 존재가 되었다. 이러한 역설적 상황은 소비자의 자율성과 통제력을 근본적으로 훼손한다. 이에 따라 "설명의 권리", "알고리즘에 대한 알 권리"가 본격적인 소비자 권리 의제로 부상했다. 소비자들은 자신들이 왜 특정 상품이나 서비스를 추천받는지, 어떤 기준과 데이터에 의해 선택지가 결정되는지에 대한 투명한 설명과 정보 공개를 요구하고 있다.

소비자주권시대로의 진화

이러한 과정에서 소비자운동은 단순히 소비자를 보호하는 역할을 넘어, 소비자 스스로 소비생활 전반을 통제하고 결정하는 소비자주권시대의 주체적인 역할로 변화했다. 소비자는 더 이상 수동적인 피해자가 아니라, 시장의 기준을 함께 만드는 주체로 자리 잡았다. 이는 소비자운동의 철학적 기초를 전환하는 중대한 변화이며, 기업과 정부에 대한 소비자의 역할 재정의를 의미한다.

특히 의미 있었던 변화는 디지털 소비 환경에 대한 권리 의식이 본격적으로 확산되었다는 점이다. 개인정보 보호, 데이터의 활용, 알고리즘의 투명성에 대한 요구는 일시적인 이슈가 아니라, 소비자 주권의 핵심 영역으로 자리 잡았다. 이들 권리는 더 이상 선택이 아닌 필수불가결한 소비자 기본권으로 인식되고 있다.

정보보안 위기: 'AI 강국'에서 '신뢰 상실의 해'로

2025년은 소비자의 신뢰를 잃은 AI 강국으로 기억될 한 해가 될 것이다. 연초부터 시작된 SK텔레콤의 서버 해킹, KT 소액 결제 피해, LG유플러스 해킹 의혹 등 연이은 통신사의 해킹 문제, 롯데카드 고객 정보 유출, 최근의 쿠팡 개인정보 유출 사태까지 소비자들은 불안감을 감출 수 없다. 과연 기업의 보안시스템은 제대로 작동하고 있는 것인가? 이 근본적인 질문이 제기된다.

특히 쿠팡 사태는 e-commerce 플랫폼 소비자 보호 체계의 취약점을 그대로 드러냈다. 동시에 이는 "플랫폼 책임 강화"를 요구하는 사회적 공감대를 더욱 확대시켰으며, 소비자 권익 관점에서도 주목할 만한 흐름임에는 틀림이 없다. 기술 발전과 기업의 편의를 추구하는 과정에서 소비자의 기본권인 정보보호가 외면되고 있다는 사실이 구체적으로 드러났다.

핵심 과제 : '속도'가 아닌 '방향성'

그럼에도 불구하고 과제는 분명히 남아 있다. 기술의 속도에 비해 제도적 대응은 여전히 더디고, 플랫폼 사업자의 책임 구조는 여전히 모호하다. 입법과 집행의 시간 지연, 국제적 규범과의 불일치 등은 소비자 보호의 실효성을 계속해서 위협하고 있다. 규제의 공백과 기업의 전략적 회피 사이의 간극을 어떻게 메울 것인지가 앞으로의 핵심 과제가 될 것이다.

희망을 논하건데, 2025년 소비자운동이 가진 가장 큰 의미는 '속도'가 아니라 '방향성'에 있다. 더 빠른 소비가 아니라 더 안전한 소비를, 더 많은 선택이 아니라 더 공정한 선택을 향해 기준이 이동하기 시작했다는 점이다. 이는 단순한 기술 발전이나 경제 성장의 논리에서 벗어나, 인간의 존엄성과 삶의 질 향상을 소비생활의 중심에 두는 패러다임 전환을 의미한다.

2025년은 그 질문이 더욱 또렷해진 해였다. 우리 사회가 소비자를 어떻게 대우할 것인가, 기술이 발전할 때 소비자의 기본권을 어떻게 보호할 것인가, 플랫폼 경제에서 공정성을 어떻게 담보할 것인가 하는 질문들이 추상적 논의에서 벗어나 구체적인 정책 의제로 자리 잡았다. 소비자운동의 새로운 시대가 열린 것이다.

CONSUMER NEWS & ISSUE

- 대규모 개인정보 유출, 소비자는 쿠팡에서 탈퇴한다
- 제30회 소비자의 날 기념식
- 소비자운동 현장

대규모 개인정보 유출, 소비자는 쿠팡에서 탈퇴한다

우리는 쿠팡 없이도 살 수 있다

2025년 12월 17일 쿠팡탈퇴 소비자행동 발대식

2025년 12월, 국내 최대 규모의 온라인 플랫폼 기업인 쿠팡에서 약 3,370만명이라는 사상 초유의 대규모 개인정보 유출 사건이 발생하였고, 이번사태는 단순한 기술적 오류를 넘어 기업의 구조적 관리 실패와 소비자 무시 태도를 여실히 드러냈다.

유출된 정보의 내용도 매우 민감했다. 단순한 이메일이나 연락처에 그치지 않고 주소, 구매 내역, 공동현관 비밀번호까지 포함되어 있었다. 이는 소비자의 가장 내밀한 개인정보로, 향후 보이스피싱, 스미싱, 피싱, 명의도용 등의 2차 피해 위험이 매우 크다. 특히 문제가 되는 것은 이것이 단순한 해킹이나 기술적 오류가 아닌 기업의 구조적 관리 부실이라는 점이다. 편리함을 명분으로 무분별하게 소비자 정보를 수집해온 쿠팡이 정작 그 정보를 관리하고 보호하는 데는 얼마나 안일했는지를 여실히 보여주는 사건이다.

쿠팡의 시간끌기식 무책임한 대응에 분노한다!

한국소비자단체협의회와 소비자 단체들은 쿠팡의 무대응과 책임 회피 태도에 가장 분노하고 있다. 한국소비자단체협의회는 개인정보 유출사건을 인지한 12월 1일과 2일, 소비자 단체들이 국회 정문 앞과 소통관에서 이틀 연속 기자회견 등을 통해 쿠팡에 대한 강력한 요구사항을 발표했음에도 불구하고, 쿠팡은 일주일 이상 아무런 입장 표명이나 대응을 내놓지 않았다.

또한, 12월 8일 쿠팡 본사 앞에서 소비자 요구안을 직접 전달한 이후에도 쿠팡의 대응은 형식적이었다. 심지어 12월 17일 국회 국회 과방위 청문회에서 쿠팡 김범석 의장이 참석하지 않은

12월 1일 국회 정문앞 쿠팡 실질적 대책 마련 성명발표

것은 기업의 책임 회피 태도를 여실히 보여주고 있다. 글로벌 CEO로 일정이 바쁘다는 변명, 기존 대표들은 이미 사임했다는 주장은 한국의 소비자를 철저히 무시하는 태도로밖에 보이지 않는다.

소비자 단체의 요구사항과 대응

2025년 12월 17일 한국소비자단체협의회는 서울 보신각 앞에서 12개 회원단체 대표와 회원 약 100여명이 참석한 '쿠팡 탈퇴 소비자행동 발대식'을 개최했다. 소비자단체는 이제 기업의 구조적 관리 부실이 낳은 중대한 문제에 대해 소비자 스스로 권리를 지키기 위한 행동을 시작하였다. 소비자단체는 쿠팡 김범석 의장의 공식사과와 책임있는 해결방안 발표, 개인정보 유출 관계의 전면공개, 실질적인 소비자 보호 및 배상계획 수립, 강화된 개인정보 대책마련 즉각 시행 등을 강력하게 요구하였다.

이날 발대식에서 카카오톡 등 SNS 프로필사진 변경 퍼포먼스가 진행되었으며, 소비자들이 일상 속에서 참여할 수 있는 연대 행동을 공유했다. '신뢰 잃은 쿠팡, 소비자는 탈퇴합니다'라는 메시지로 온라인을 통한 연대 운동을 전개하고 있다. 또한, 전국 소비자 단체와 연대하여 쿠팡 탈퇴 소비자행동을 지속적으로 이어갈 계획을 밝혔다.

2025년 12월 2일 국회 소통관 소비자대책 촉구 기자회견

또한 쿠팡이 계속해서 책임을 회피하거나 시간을 끌 경우, 모든 대응 수단을 동원하겠다고 경고했다.

소비자 3법의 필요성을 극명하게 보여준다.

쿠팡 개인정보 유출 사태는 단순한 기업의 보안 불감증 문제로 끝나서는 안 된다. 이번 쿠팡 사태를 비롯한 수많은 개인정보 유출 사건은 디지털 시대 소비자 권리 보호의 근본적 전환을 요구하는 신호이다. 기업들이 소비자 정보를 수집하되, 그 정보를 안전하게 보호할 책임을 다하도록 강제하는 제도와 법체계가 필수적이다. 현재의 형식적인 과태료 처분과 보여주기식 대응으로는 반복되는 대규모 피해를 막을 수 없다.

무엇보다 필요한 것은 소비자 3법의 신속한 입법이다. 집단소송제, 징벌적 손해배상, 입증책임전환 제도가 도입된다면, 기업들은 개인정보 유출에 대해 지금보다 훨씬 심각하게 대응할 수밖에 없을 것이다. 이것이 진정한 의미의 예방과 재발 방지를 가능하게 할 것이다.

쿠팡 사건을 계기로 우리 사회가 기업 이익 우선주의에서 소비자 중심주의로 전환되기를 기대한다. 그리고 이번 사태에 대한 소비자단체들의 강력한 요구와 행동이 실질적인 변화를 만들어낼 수 있기를 바란다. 소비자권리는 기본권이며, 소비자 보호는 기업의 자선이 아닌 의무이기 때문이다.

2025년 12월 8일 쿠팡 본사 앞 소비자 요구 직접 전달

제30회 소비자의 날 기념식

소비자가 주도하는 AI 시대로의 전환

공정거래위원회가 주최하고 한국소비자단체협의회와 한국소비자원이 주관하는 제30회 '소비자의 날' 기념식을 개최했다. 이번 기념식은 '소비자가 주도하는 인공지능(AI) 시대'라는 주제로 치러졌으며, 소비자 권익 증진에 헌신해온 개인 및 단체 56명(훈장 1명, 포장 1명, 대통령 표창 5명, 국무총리 표창 9명, 공정거래위원장 표창 40명)을 포상했다.

올해로 30주년을 맞이한 소비자의 날은 1979년 12월 3일 소비자보호법(현 소비자기본법) 제정안이 국회를 통과한 것을 기념하는 법정 기념일이다. 주병기 공정거래위원회 위원장은 남동일 부위원장이 대독한 기념사에서 "지난 30년간 소비자정책이 걸어온 길은 쉽지 않은 여정이었지만, 소비자단체 등 각계의 노력을 통해 오늘날 소비자들은 단순한 구매자가 아니라 새로운 시장 질서를 만들어가는 핵심 주체로 성장하였다"라고 강조했다.

한국소비자원 윤수현 원장은 "인공지능 시대를 맞아 소비자들이 현명한 선택을 통해 새로운 시대를 주도해나갈 수 있도록 소비자 데이타 보호와 알고리즘의 투명한 공개, 소비자의 알권리와 선택권이 보장되고 디지털 격차를 줄일 수있는 포용적인

기술개발과 접근성 확보"가 필요하다고 밝혔다.

한국소비자단체협의회 문미란 회장은 환영사에서 올 한 해를 돌아보며 "2025년은 우리 소비자들에게 그 어느 때보다 다사다난하고 엄혹한 한 해였다"고 언급했다. 저성장 기조와 급등하는 생활 물가, 지난 '티메프 사태'의 여파로 나타난 소비자 피해 구제의 어려움, 초대형 개인정보 유출 사고 등으로 전 국민에게 닥쳐온 소비자문제의 심각성을 지적하면서 기업의 불공정 행위에 대한 책임을 묻기 위한 소비자 3법과 소비자피해구제기금 입법을 촉구했다

AI 주권 확립과 안전한 디지털 환경 구축의 필요성

'소비자가 주도하는 AI 시대'라는 주제는 단순히 기술의 발전을 의미하지 않는다. 대화형 AI가 일상화되면서 정보 접근성이 향상된 반면, '가짜 의사'가 약물을 추천하는 등 AI를 악용한 기만적 상술, 딥페이크 범죄, 알고리즘 편향성이라는 새로운 위험이 도사리고 있다.

이를 극복하기 위해 세 가지 방향의 노력이 필요하다. 첫째, 'AI 주권' 확립으로 기업의 알고리즘에 수동적으로 끌려가는 것이 아니라, 소비자가 데이터의 주인임을 명확히 하고 투명하고 윤리적인 AI 기술 개발을 요구해야 한다. 둘째, '안전한 디지털 소비 환경' 구축으로 플랫폼 기업의 책임성을 강화하고 신기술이 소비자 기만의 도구가 되지 않도록 감시해야 한다. 셋째, '상생과 포용' 가치 실현으로 디지털 격차로 인한 소비자 소외를 방지하고, AI 기술이 취약계층을 돕는 따뜻한 도구가 될 수 있도록 해야 한다.

향후 소비자 정책의 방향과 과제

공정거래위원회는 내년 한 해를 '소비자주권 확립의 원년'으로 삼아 다각적인 정책을 추진할 계획이다. 디지털 중심 거래환경에서의 소비자 피해에 대응하기 위해 전자상거래법 개편과 구독서비스에 대한 합리적인 규율체계 마련을 추진하며, AI를 이용한 기만적 표시광고에 적극 대응하고 'AI 워싱' 관련 소비자 피해를 예방하겠다는 방침이다.

또한 해외 위해물품 차단을 위한 범부처 협력체계를 확대하고 플랫폼 사업자 간 민간자율협약의 실효성을 높이며, 소비자 상담·교육, 소비자 분야 연구 및 정책 제안, 소비자 피해 구제 등을 통한 소비자 단체와의 지속적인 소통을 강화할 계획이다.

지난 30년 소비자운동이 '권리를 찾는 여정'이었다면, 앞으로의 30년은 '미래를 설계하고 주도하는 새로운 발걸음'이 될 것으로 기대된다. 제30회 소비자의 날 기념식은 AI라는 거대한 기술 변화 속에서 소비자가 단순한 이용자가 아닌 주권의 주체임을 선언하고, 안전하고 신뢰할 수 있는 미래 시장을 만들기 위한 중요한 계기가 되었다.

소비자단체 활동소식

소비자 친환경농산물 구매촉진 방안 모색 국회토론회 개최

녹색소비자연대는 지난 11월 10일 국회의원회관 제11간담회의실에서 '소비자의 친환경농산물 구매촉진 어떻게 할 것인가?' 토론회를 개최했다.

이번 토론회는 국회의원 임미애, 국회의원 이원택, 국회의원 송옥주, 국회의원 전종덕, 한국친환경농업협회, 녹색소비자연대가 공동주최했으며, 친환경농산물자조금관리위원회의 후원으로 이루어졌다.

이날 토론회에서는 박형호 한국농촌경제연구원 부연구위원이 '친환경농산물 소비 확대를 위한 생산-유통-소비현황과 과제'를 발제했으며, 유미화 녹색소비자연대 상임대표가 '소비자를 위한 친환경농산물 구매촉진 방안'을 발제했다.

특히 유미화 상임대표는 친환경농산물 소비 촉진을 위한 구체적인 방안으로 '친환경농산물 구매 시 연말 소득공제 도입, 농활쿠폰의 소비자 지원형 전환, 로컬매장 가격 동등화, 지역화폐 및 탄소포인트 연계'라는 4가지 실질적인 정책 지원방안을 제시했다.

토론에는 허헌중 지역재단 이사장을 좌장으로 하여 최현호 두레생협연합회 상무이사, 홍안나 경기도친환경농업인연합회 사무처장, 김태영 경상국립대학교 식품자원경제학과 교수, 조선행 GCN지속가능먹거리위원회 위원장, 임영노 농림축산식품부 친환경농업과 과장, 최진규 기획재정부 소득세제과 과장이 참여했다.

녹색소비자연대

소비자 데이터 주권과 마이데이터 산업발전 균형 국회토론회 개최

한국소비자연맹이 주관하고 더불어민주당 강준현, 이정문 국회의원이 주최하는 '소비자 데이터 주권과 산업발전 균형' 마련을 위한 국회토론회가 12월 1일 국회의원회관에서 진행되었다.

이번 토론회는 개인정보보호위원회가 추진하고 있는 개인정보보호법 시행령 개정안에서 본인정보 전송요구권을 전 분야로 확대하는 부분과 관련하여 정보주체인 소비자 관점의 우려가 주로 논의되었다. 대규모 개인정보 유출로 소비자가 불안감을 느끼고 있는 상황에서 개정안이 쇼핑·숙박·문화여가 등 공익성과 공공성 측면에서는 낮지만 소비자에게는 민감할 수 있는 생활밀착형 데이터까지 전송 대상에 포함시키고 있다는 점이 문제로 지적되었다.

토론회는 가천대학교 최경진 교수의 발제로 시작되었으며, 한국소비자연맹 강정화 회장이 좌장을 맡아 진행했다. 토론에는 김보라미 정책위원(언론개혁시민연대), 안정호 변호사(법무법인 세종), 옥경영 교수(숙명여대), 정지연 사무총장(한국소비자연맹), 최지영 상임이사(코리아스타트업포럼), 하승철 단장(개인정보보호위원회 마이데이터추진단)이 참여했다.

한국소비자연맹

‘2025년 지역먹거리 지수’ 결과 발표 및 시상식

소비자시민모임은 12월 9일 대전 호텔인터시티에서 열린 '2025년 지역먹거리 지수 결과 발표 및 시상식'에 참석하여 올해 평가한 지역먹거리지수 결과를 공유하고 우수 지방정부의 성과를 축하했다. 이번 행사는 농림축산식품부 주최, 한국농수산식품유통공사(aT) 주관으로 진행되었으며 지방정부 및 관계자 등 약 120명이 참석했다.

올해 평가는 전국 159개 시·군과 69개 자치구를 대상으로 지역의 생산·유통·소비 기반, 취약계층 먹거리 복지, 안전성 강화, 미래세대 먹거리 공급 등 주민 삶과 직결되는 지표를 종합적으로 검토했다. 소비자시민모임은 2019년 로컬푸드 지수 개발을 시작으로 평가 체계를 구축해왔으며, 2022년 지역먹거리 지수 본격 운영 이후 지표의 공공성과 실효성을 강화하는 데 기여해왔다.

이날 소비자시민모임 문미란 회장은 축사에서 "지역먹거리 지수는 단순 점수가 아니라 지방정부가 앞으로 나아갈 방향을 제시하는 정책적 나침반"이라며, "각 지역의 경험과 성과가 전국으로 확산되어 누구나 건강하고 안전한 먹거리를 누릴 수 있는 사회가 하루빨리 현실이 되길 바란다"고 말했다.

소비자시민모임은 앞으로도 지역먹거리 지수 운영 과정에서 소비자 권익을 중심에 두고 평가와 정책 제안을 지속하여, 지역 기반 먹거리 선순환체계 확산에 기여해 나갈 계획이다.

소비자시민모임

소비자 중심 ESG 실천 확산을 위한 2025 제3차 '소비자 ESG 혁신대상’ 시상식 개최

포럼, 서울과학종합대학원 ESG연구센터 및 한국소비자중심기업협회와 협력하여 '2025 제3차 소비자 ESG 혁신대상'을 12월 19일 국회의원회관에서 시상했다.

본 사업은 7월부터 추진되어 9월까지 ESG혁신대상 공모를 진행했으며, 총 46개 사업이 접수되었다. 이후 10월부터 11월까지 전문가 심사와 소비자 평가를 병행하여 최종 5개 분야 24개 사업을 선정했다.

'소비자 ESG혁신대상'은 2023년 시작되어 올해로 3회째를 맞이한 시상식으로, ESG 경영의 핵심 가치를 투자자 중심의 지표를 넘어 '소비자 중심의 실천'으로 확장하는 것을 목표로 하고 있다. 매해를 거듭할수록 참여 기관이 확대되고 ESG 경영 사례가 보다 다양하고 구체화되면서, 기업과 사회 전반의 긍정적인 변화를 확인할 수 있는 자리로 자리 잡고 있다.

특히 수상 기관 선정 과정에서는 전문가 심사뿐만 아니라 소비자가 직접 기업의 ESG 경영 성과를 평가하는 절차를 도입하여, 소비자 관점에서의 실질적인 ESG 혁신 사례를 발굴하고 있다. 이를 통해 ESG에 대한 사회적 인식을 제고하고, 지속가능한 사회로의 전환을 촉진하고자 한다. **미래소비자행동**

소비자단체 활동소식

4회차 'YWCA의료공론플랫폼' 통해 의료소비자 목소리 모아

한국YWCA연합회는 2025년 총 4회에 걸쳐 'YWCA의료공론플랫폼'을 운영하며 시민이 직접 의료 현안을 묻고 답하는 참여형 공론장을 진행했다. 이번 플랫폼은 의료대란 이후 드러난 의료시스템의 구조적 문제를 시민의 경험과 관점에서 짚고, 의료소비자 주권에 기반한 정책 대안을 모색하기 위해 마련 되었다.

1차 '3분 진료, 이대로 괜찮을까?'를 주제로 좋은 의료서비스의 기준과 주치의 역할에 대해 논의했고, 2차 '실손보험, 꼭 필요할까요?'를 통해 실손보험의 실효성, 건강보험과의 관계, 제도 개선 필요성을 시민 숙의를 통해 점검했다. 3차에서는 '지역에 살아도, 아플 때 걱정 없이 진료받을 수 있으려면?'을 주제로 지역의료 불균형과 필수의료 공백 문제를 다루며, 지역 맞춤형 의료 인프라와 시민 참여의 중요성을 확인했다. 4회차에서는 앞선 논의를 종합해 돌봄과 의료의 연계 등 시민이 원하는 의료시스템의 방향을 정리하고 정책 제안으로 연결하는 토론을 진행했다.

YWCA의료공론플랫폼은 온라인 시민투표와 줌 기반 소그룹 대화를 결합한 방식으로 운영되었으며, 각 회차에서 수렴된 시민 의견은 향후 의료소비자 정책 제안과 캠페인으로 확장될 예정이다. 더불어 전국 단위 의료소비자 교육과 활동가 양성 과정을 통해 지역 시민들의 참여 역량을 강화하고, 온라인 플랫폼을 중심으로 공론 결과를 축적·확산하여 의료소비자 주권에 기반한 정책 제안과 사회적 실천으로 이어갈 계획이다. **한국YWCA연합회**

친환경 소비의 실천, 1회용 세탁비닐 사용줄이기 교육, 전시회

한국여성소비자연합은 지난 11월 19일부터 23일까지 인사동 리아갤러리 2층에서 친환경 소비를 위한 전시회를 개최했다. 이번 전시회는 2018년부터 지속적으로 추진해온 일회용 세탁비닐 안 쓰기 운동의 일환으로 '나만의 다회용 세탁커버 전시회'를 진행했다.

전시에는 더 이상 입지 않는 의류, 한과를 포장했던 보자기, 한복 옷감, 커텐, 이불보, 현수막 등 버려지는 천을 바느질이나 재봉틀로 활용하여 제작한 개성 가득한 다회용 세탁커버 70여 점이 전시되었다. 전시 기간 동안 '나만의 다회용 세탁커버 만들기 교실'도 5회에 걸쳐 진행되었으며, 인사동이 외국인들도 많이 통행하는 장소인 점을 고려하여 전시장 외벽에는 외국어로 된 홍보 배너도 게시했다.

일주일간의 전시 기간 동안 회원들을 비롯하여 많은 관람객이 방문하여 일회용품 사용의 문제점을 공유하고 친환경적 소비의 중요성을 공감하는 시간이 되었다.

또한 한국여성소비자연합은 올해 한해 동안 세탁업주 2,000여 명을 대상으로 하는 세탁업주 의무 위생교육 시에 일회용 세탁비닐의 문제점에 대한 현장 강의를 진행하여 사업자의 동참도 독려했다. **한국여성소비자연합**

소비자 교육 통해 농산물 유통 이해도 제고

소비자공익네트워크는 11월 21일과 25일 소비자를 대상으로 '농산물 유통구조 소비자 인식 교육'을 실시했다.

이번 교육은 기후 변화와 물가 상승으로 농산물 가격에 대한 소비자 불만과 불안이 커지는 상황에서 유통구조에 대한 오해를 해소하고 가격 형성 과정에 대한 정확한 정보를 전달하기 위해 기획되었다.

1강에서는 안혜리 사무국장이 800여명을 대상으로 실시한 '농산물 유통 인식 실태 설문조사' 결과를 바탕으로 소비자의 농산물 유통구조 이해 수준과 가격 형성에 대한 인식을 분석하고, 가격 투명성 확보의 중요성을 설명했다.

2강에서는 이재흥 사무총장(한국농수산물도매시장법인협회 가락시장지회)이 강연자로 참여하여 산지에서 식탁까지 이어지는 농산물 유통 경로, 유통 단계별 비용 구조, 기후 위기가 농산물 생산과 유통에 미치는 영향을 사례 중심으로 전달했다.

교육에 참여한 소비자들은 "막연히 부담으로만 느껴졌던 유통 비용이 상품화와 배송, 소비자 편의를 위한 필수 과정임을 이해하게 되었다"며 농산물 유통구조에 대한 인식이 개선되었다는 반응을 보였다.

소비자공익네트워크는 앞으로도 농산물 유통에 대한 팩트 기반 교육과 소비자 체험형 프로그램을 지속적으로 운영하여, 소비자가 합리적인 '가치 소비'를 실천하고 생산자와 상생하는 소비 문화를 확산하는 데 기여할 계획이다. **소비자공익네트워크**

서울시 '9988 서울체력장' 행사 참여

한국소비자교육원은 2025년 10월 26일 여의도한강공원 이벤트광장에서 서울시 주최로 열린 '9988 서울체력장' 행사의 식품존 구역에서 '달콤 몬스터 OUT! 당 헌터스 건강레벨 UP!'을 주제로 홍보부스를 운영했다.

이날 참여한 시민들과 함께 '당헌터 50g을 잡아라' 스탑워치 챌린지 게임을 진행했고, 당류 섭취를 줄이기 위한 바른 선택 안내판과 일상에서 섭취하는 음식의 총 당 함유량을 설탕과 비교해보는 시간을 가졌다. 또한 당류 섭취 줄이기 실천방법 안내 룰렛을 기념품으로 제공하고 참여자들을 대상으로 인생네컷 사진도 함께 촬영했다.

한국소비자교육원은 2024년 서울시와 업무협력협약을 체결하여 서울시민을 대상으로 '덜달달 9988' 홍보캠페인 사업을 추진하고 있다. 본 행사는 전년도에 이어 지속사업으로 실시되고 있으며 건강한 생활을 영위하기 위해 진행된 행사로, 홍보 캠페이너들은 우천 상황에도 불구하고 행사에 참여한 시민들을 대상으로 건강한 먹거리 안내자로서 다양한 홍보활동을 이어나갔다.

한국소비자교육원

소비자단체 활동소식

경상북도, 충청남도 소비자의 날 기념 행사 개최

소비자교육중앙회 경상북도지부는 지난 11월 18일 새마을운동테마공원 글로벌관 다목적홀에서 '제30회 소비자의 날'을 기념하여 도내 5개 소비자단체 회원들과 경상북도, 국립농산물품질관리원 대구경북지원, 한국소비자원 대구지원 관련 담당자 등 300여 명이 참석한 가운데 '2025 경북 소비자운동가 대회'를 개최했다. 이 행사는 지역 소비자 권리 보호와 더 나은 소비 환경 구축을 위한 실천 결의를 다지는 자리였다.

한편 소비자교육중앙회 충청남도지부는 충청남도와 함께 11월 28일 공주대 백제문화교육관에서 지역경제 활성화 및 소비자 권익 증진을 위한 '2025년 충청남도 소비자대회'를 개최했다. 이날 행사에는 김태흠 충남도지사, 최원철 공주시장, 도내 소비자단체 회원 등 600명이 참석했으며, '비상하는 충남 경제, 소비자와 함께 여는 미래'를 주제로 소비자가 지역경제의 주체로서 책임 있고 건전한 소비문화를 이끌어 나가도록 인식을 제고하고 소통하는 자리로 마련되었다.

소비자교육중앙회

임신중지 약물도입 국정과제 철회 요구 국회 기자 회견

한국부인회총본부와 70만 회원들은 2025년 10월 29일 국회소통관에서 현 정부가 지난 9월 16일 국무회의에서 확정한 123개 국정과제 중 여성관련 과제로 제시된 '임신중지 법·제도 개선 및 임신중지 약물 도입'에 관한 국정과제 철회를 요구하는 기자회견을 개최했다.

대한의사협회는 지난 8월 임신중지 약물과 관련하여 "해당 의약품은 과다 출혈, 극심한 복통, 구토, 감염 등 심각한 부작용을 유발할 수 있으며, 불완전 유산으로 인해 추가적인 수술이 필요한 경우도 있다"고 전하며 "의학적 안전성이 담보되지 않은 상황에서 약물에 의한 인공임신중절을 허용하는 것은 여성의 건강권을 위협하는 처사"라고 비판한 바 있다.

이에 남인숙 회장은 "여성과 생명의 존엄을 심각하게 훼손하고 생명권을 '여성의 자기 결정권' 문제로 축소 왜곡하여 생명존중의 가치와 여성건강권을 위협하는 것"이라고 문제를 제기하고, "향후 정부는 저출산 시대에 여성이 안심하고 임신·출산을 할 수 있으며 여성의 건강과 생명, 그리고 태아의 생명을 함께 지킬 수 있는 정책 개발에 힘써 달라"고 당부했다.

한국부인회총본부

한국소비자단체협의회
Korea National Council of Consumer Organizations

76

1976-
2026

소비자보호 세미나
(1976)

학용품 분석에 대한 소비자 좌담회 진행 모습.
(1976)

소비자단체의
식품첨가제 반대
거리 캠페인 모습.
(1987)

소비자운동의 새로운 미래!
2026년 다함께 시작합시다

지난 1976년, 작은 목소리가 모여 시작된 한국소비자단체협의회.
그동안 여러분의 참여와 지지로 소비자 권리를 지키고
한걸음 더 나아가는 사회 변화를 맞을 수 있었습니다.
2026년, 이제 새로운 소비자 50년을 함께 만들고자 합니다.
소비자단체의 지난 50년 발자취를 되돌아보고
앞으로의 50년을 향한 도약의 마중물을 만들 것입니다.
여러분의 깊은 관심과 참여가 또 한번의 기적을
이룰 수 있습니다. 동참해 주시길 바랍니다.

작은 목소리로 이룬 소비자 50년,
소비자중심 사회를 향한 미래 50년!

26

정부와 소비자 단체가 함께하는
1372 소비자상담센터

(2023.01.01~2025.02.21 소비자상담 누적 수)

243,375건

똑똑한 소비생활 파트너, 1372소비자상담센터

소비자상담센터는 전국 어디서나 단일 대표전화 1372로
소비자가 전화를 걸면 신속한 전화연결로 상담 편의성을 높이고
모범상담 답변과 상담정보 관리를 통해 질 높은 상담서비스 및 정보를 제공하여
상담효율성과 소비자 만족도를 높이고 있습니다.
똑똑하고 현명한 소비생활의 동반자-
1372소비자상담센터가 당신의 행복을 만들어 갑니다.

센터 이용 안내

- 전국 단일 소비자 상담을 위한 전국 대표번호 (국번없이 1372)
  이용시간 : 평일 09:00 ~ 18:00
  이용요금 : 유료, 발신자 부담
- 인터넷을 이용한 24시간 상담접수 서비스 (www.ccn.go.kr)
- 소비자상담 포털을 통한 다양한 소비자정보 제공

한국소비자단체협의회
Korea National Council of Consumer Organizations