

지방자치단체의 소비자행정에 대한 소비자지향성 평가

목 차

제 1 장 서론	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구 목적	2
3. 연구 방법 및 모형	3
4. 연구의 기대효과와 활용 방안	4
제 2 장 지방소비자행정 실태 및 평가 조사지 개발	6
제 3 장 지방소비자행정 현황	10
제 1 절 지방소비자행정 기반	10
1. 소비자관련 자치 법규의 제정 및 정비	10
2. 소비자정책 및 물가대책 위원회 운영	13
3. 소비자행정 담당 부서 및 예산 현황	21
제 2 절 지방소비자정책 계획 수립 및 규제 정책	27
1. 지방소비자정책 계획 수립	27
2. 소비자거래 규제	28
제 3 절 기초지자체 및 소비자단체 지원	31
1. 기초지자체에 대한 지원	31
2. 소비자단체 지원	33
제 4 절 소비자정보 및 교육	36
1. 소비자정보 제공	36
2. 소비자교육 지원	38
제 5 절 지자체 민원센터 내 소비자상담 관리	40
제 6 절 소비생활센터 운영	43
1. 소비생활센터의 일반 현황	43
2. 소비생활센터 1372 상담 현황	45
3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황	49

제 3 장 지방소비자행정에 대한 전문가 평가 결과	53
1. 전문가 평가 개요	53
2. 지방소비자행정 기반에 대한 평가	56
3. 지방소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 평가	59
4. 기초지자체 및 소비자단체 지원 정책에 대한 평가	60
5. 지역의 소비자정보 및 교육 시행에 대한 평가	62
6. 지자체의 민원센터 내 소비자상담 관리에 대한 평가	64
7. 지방소비생활센터에 대한 평가	65
8. 지방소비자행정에 대한 종합 평가	68
제 4 장 요약 및 제언	70
참고문헌	75
부록 I. 각 지역별 소비자행정 현황 결과 보고서	76
부록 II. 지방소비자행정 실태 조사지	185

제 1 장 서 론

1. 연구의 필요성

- 우리나라는 1995년 처음 지방자치단체장과 의회 의원들을 선출하며 실제로 지방자치제가 실시되어 약 20여년이 되었음. 지방소비자행정 역시 소비자보호법을 개정, 지자체별 소비자보호조례를 제정하도록 하여 지방소비자행정의 제도적 기반을 마련하며 시작하게 됨.
- 지방소비자행정은 직접적인 지역민들의 생활과 삶의 질에 영향을 미치는 지방자치 정책 중 하나로 지방자치단체가 지역에 거주하는 소비자들이 일상생활에서 겪게 되는 소비자피해와 문제를 예방하여 이러한 문제가 발생되지 않도록 하거나, 발생된 소비자문제를 해결하기 위한 소비자정책을 실현하기 위한 일련의 과정을 의미함(유두련, 2010)
- 정부는 지방소비자행정의 활성화를 위해 2001년부터 전국 시·도를 중심으로 소비생활센터의 설립을 추진하고 2005년부터는 지방소비자행정 평가제도를 도입하여 지방소비자행정의 기반과 업무에 대한 평가를 실시하였으나(강성진, 2008) 2008년부터 정부 합동 평가 중 하나로 지방소비자행정을 평가함에 따라 평가 항목이 대폭 축소되어 운영하고 있음(지광석, 하현상, 2015).
- 한편 정부에서는 각종 정책과 제도 시행에 있어 수요자인 소비자에게 이익이 될 수 있는 방향으로 나아가기 위해 정책 평가에 있어 소비자지향성을 추구하며 ‘소비자지향성 평가 사업’을 지속적으로 추진하고 있음. 소비자행정은 직접적으로 소비자에게 영향을 미치는 정책이므로 소비자지향적 정책 수행이 중요하며 정책 내용이 현실적으로 소비자들에게 필요한 정책이 수행되어야 하는 특성을 지니고 있음.
- 이에 많은 선행 연구에서 지방소비자행정의 실태와 정책에 대해 평가하고 개선 방안을 제안하였음. 선행연구에서 나타난 지방소비자행정의 실태는 관련 조직이나 인력, 서비스 수준이 미흡하다는 평가가 더 많음. 지방소비자행정에 대한 현황을 조사한 강성진(2012)의 연구에서는 지방소비자행정을 ‘총체적 위기 상황’으로 평가하며 지방 소비자행정의 기반에 대한 전면

적인 쇄신이 필요하다고 지적하였음. 특히 다른 지역 경제 행정과 함께 지방소비자행정을 수행하고 있는 지자체에 맡겨둘 문제가 아니라 공정거래위원회의 지방소비자행정에 대한 적극적인 정책의지가 필요하다고 강조하였음. 뿐만 아니라 지방석·하현상(2015)의 연구에서도 지방소비자행정의 인력과 예산 등 기본적인 자원 부족과 담당 공무원의 전문성 문제와 관련 기관과의 협력 부족, 건수나 횟수 중심의 상담과 교육 서비스 등의 문제가 여전한 것으로 드러남.

- 반면 시장과 소비문화의 빠른 속도로 변화되어 다양한 소비자문제가 발생하고 있으며 소비자문제가 개인적 차원이 아닌 사회적 차원의 문제로 확대되고 있음. 이와 더불어 경제사회의 주체자인 사업자와 소비자에게 사회적 책임과 적극적 참여를 요구하고 있으며 소비자 역시 소비자행정에 대한 관심이 높아지고 있음.
- 이에 본 연구에서는 전국 17개 광역지자체를 중심으로 소비자행정에 대한 현황과 구체적인 성과를 파악하고 객관적인 평가를 통해 지방소비자행정의 실정을 분석하여 소비자의향적인 지방소비자행정으로 나아갈 수 있는 실질적·체계적 방안을 마련하고자 함.

2. 연구 목적

- 소비자의 권익 향상과 지방소비자행정의 활성화를 위해 본 연구에서는 지방소비자행정에 대한 현황을 살펴보고 각 지역의 전문가들이 해당 지역의 소비자행정에 대해 평가하여 지역별 소비자행정의 실정과 소비자의향성을 파악하고 지방소비자행정의 효과적인 활성화 방안을 마련하고자 함.
- 소비자행정은 소비자의 소비생활과 관련된 정책 수행으로 소비생활은 경제적 영역뿐 아니라 환경, 사회 등 모든 영역에 걸쳐 이루어지는 행동이므로 행정 영역에서도 여러 부처에 얹여 다루어지고 있음. 이에 지방소비자행정에 대해 전체적으로 이해하기 위해서는 관계 부처의 사업들에 대해 모두 파악해야 하나 조사의 한계가 있기 때문에 본 연구에서는 경제적 영역의 소비자행정으로 한정하여 조사·분석함.
- 본 연구에서는 지방소비자행정 평가에 있어 보다 정확하고 구체적인 평가와 제안을 얻기 위해 각 지역별 전문가들을 구성, 지역별로 소비자행정

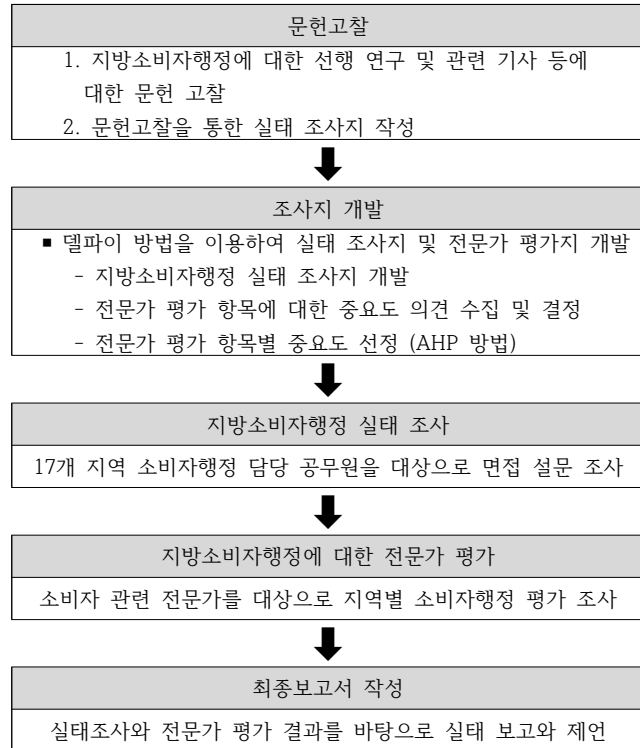
현황을 평가하였음. 즉 지역별로 소비자 관련 전문가를 뽑아 지역의 소비자행정 실태 조사 결과를 토대로 지역의 특성과 경제 상황을 고려하여 평가와 개선안을 마련토록 하였음. 또한 선행 연구를 기초로 한 지방소비자행정 실태 조사지를 개발·활용하여 지방소비자행정의 발달 정도를 파악하고자 노력하였음.

3. 연구의 방법 및 모형

- 본 연구에서는 델파이 방법, 면접 설문 조사, 전문가 평가 조사로 총 3가지 연구방법을 이용하였음.
- 우선 지방소비자행정 실태 조사지와 평가 항목을 목적으로 선행 연구에 대한 문헌 고찰을 통해 기본적인 조사지를 작성하여 델파이 방법을 진행하여 내용의 타당성과 평가 항목별 중요도를 선정함.
- 델파이 방법은 예측하려는 문제에 대해 전문가들의 견해를 유도하고 종합하여 집단적 판단으로 정리하는 일련의 절차라 정의할 수 있음. 델파이 방법은 다수인의 의견을 수렴하는 중재 도구로 이용할 수 있는 일종의 패널식 조사연구 방법으로 진행함(이종성, 2001).
- 본 연구에서는 델파이 방법으로 먼저 지방소비자행정 실태를 파악할 수 있는 조사지 개발을 위한 전문가들의 의견을 수렴, 조사 항목을 선정하였으며 이를 토대로 전문가 평가 항목과 중요도를 결정함.
 - 델파이 방법으로 도출된 지방소비자행정에 대한 전문가 평가 항목의 가중치는 AHP(Analytic Hierarchy Process) 방법을 이용하여 도출·분석함.
- 17개 시·도 지역의 소비자행정 실태 조사는 각 지역별 소비자행정 담당 공무원을 대상으로 면접 설문 조사하였음.
- 지방소비자행정에 대한 전문가 평가는 각 지역의 소비자 관련 전문가들을 대상으로 자신이 거주하고 있는 지역의 소비자행정에 대해서만 평가하도록 하였음. 평가 자료는 본 연구에서 조사된 해당 지역의 지방소비자행정 실태 조사 결과를 토대로 평가하도록 함.

- 위와 같은 연구방법을 이용하여 본 연구 목적을 달성하기 위해 <그림 1>과 같이 진행하였음.

<그림 1> 지방소비자행정의 성과 및 소비자지향성에 대한 연구 모형



4. 연구의 기대효과와 활용 방안

- 지자체의 여러 정책 중 소비자행정은 지역민들의 생활에 직접적, 실질적으로 영향을 미치는 행정 수행으로 복지 증진에 중요한 정책이라 할 수 있음. 그러나 10여년이 넘게 시행되어 온 지방소비자행정이 아직까지도 활성화되고 있지 않음.

- 이에 본 연구에서는 지방소비자행정에 대한 현황을 알아보고 각 지역별 소비자행정 성과와 소비자지향성에 대해 파악하고자 함. 또한 선행 연구에서 나타난 지방소비자행정의 문제점들이 어떻게 개선되었는지 확인하여 지방소비자행정의 발전 상황에 대해 자세히 살펴보고자 함.

- 각 지역의 소비자 전문가들이 자신이 속해 있는 지역의 소비자행정에 대해 분석·평가하는 방법으로 진행하여 지역별 소비자행정에 대한 정확한 진단과 함께 실질적이고 효율적인 개선 방안을 마련하는 데 큰 의미가 있을 것으로 판단됨.

- 본 연구는 지역별 소비자행정에 대한 분석과 지역별 전문가 평가 조사를 통해 지방소비자행정의 현황에 대해 전반적인 현황뿐 아니라 지역별 특성도 알 수 있는 기초 자료로 종합적인 지방소비자행정 활성화 방안을 마련하는데 이용할 수 있음.

- 본 연구의 부록으로 제시한 지역별 소비자행정 보고서를 토대로 각 지역에서 필요한 소비자행정 개선 사항들에 대한 구체적인 실행계획을 세울 수 있는 자료로 이용할 수 있을 것이라 기대됨.

- 또한 본 연구를 통해 구성된 지역별 소비자 관련 전문가들을 중심으로 소비자복지 증진을 위한 네트워크를 형성, 지역의 소비자행정 정책 개발 및 수행에 필요한 인적 자원으로 활용할 수 있음.

제 2 장 지방소비자행정 실태 및 평가 조사지 개발

○ 지방소비자행정의 실태 조사지를 개발하기 위해 우선 관련된 선행 연구를 토대로 예비항목을 작성하였음. 조사지의 예비항목 검토와 조사 방법 및 일정 등을 논의하기 위해 전문가 회의를 진행함.

- 전문가 회의는 2016년 10월 5일에 소비 관련 전문가 총 6명¹⁾으로 구성되어 기본적으로 파악해야 하는 지방소비자행정 실태 내용, 조사 방법 및 일정, 향후 활용 방법 등에 대해 논의함.

○ 실태 조사지의 조사 항목의 내용 타당도에 대한 검토와 항목 선정, 전문가 평가 항목 선정을 위해 델파이 방법을 진행함. 델파이 방법의 조사대상은 해당 분야의 전문가 집단으로 소비자단체 및 소비자학 교수 등 총 9명으로 구성함.

- 전문 영역별로는 소비자 법 및 정책 분야 1명, 소비자상담 분야 4명, 소비자정보 및 교육 분야 5명으로 구성하였으며 평균 경력은 약 12년이었음.

- 조사대상의 연령은 30대 1명(11.1%), 40대 6명(66.7%), 50대 3명(33.3%)이었고 최종 학력은 대졸 3명(33.3%), 대학원 이상 5명(55.6%) 대학원 재학 중 1명(11.1%)으로 나타남.

○ 델파이 방법은 총 2차에 걸쳐 진행하였으며 1차 델파이 조사는 2016년 11월 1일 ~ 5일에 걸쳐 조사하였고, 2차 델파이 조사는 11월 15일 ~ 25일 기간 동안 진행함.

1) 전문가 회의의 참석자는 소비자 단체, 리서치 조사기관에서 10년 이상 활동한 전문가들로 아래와 같이 구성함.

<표 1> 전문가 회의 구성원

구성	전문가 회의
소비자단체	5명
소비관련 조사 전문가	1명

<표 2> 델파이 방법 전문가 조사 대상자의 구성

주요 전문 분야	연령	최종학력	경력	구성인원
소비자 법 및 정책	40대	대학원 이상	10년	1명
소비자상담	30대	대졸	8년	3명
	50대	대학원 이상	8년	
	40대	대학원 이상	17년	
소비자정보·교육	40대	대졸	5년	5명
	40대	대학원 재학중	5년	
	40대	대학원 이상	19년	
	50대	대학원 이상	20년	
	50대	대졸	20년	

○ 다음은 1차 델파이 조사를 통해 최종적으로 도출된 지방소비자행정의 실태 조사 항목임.

<표 3> 지방소비자행정 실태 조사 최종 항목

대분류	No.	평가 항목	선정여부
소비자행정 기반	1	소비자관련 조례 등의 정비 현황	선정
	2	소비자정책위원회의 운영 현황	선정
	3	관련 위원회 등의 소비자대표 참여 비율	선정
	4	소비자대표 추천권 규정 존재 여부	-
	5	소비자행정 담당 부서 및 인력 현황	선정
소비자정책의 계획 및 예산	6	지자체 내 주요 업무 중 소비자정책 과제 비율	선정
	7	소비자정책기본계획의 정책 및 과제	선정
	8	소비자행정 예산	선정
기초지자체 및 소비자단체 지원	9	기초지자체 지원 비율	선정
	10	소비자단체 지원 비율	선정

<표 3> 계속

대분류	No.	평가 항목	선정여부
소비자정보 및 교육 지원	11	소비자정보 제공처의 다양성	선정
	12	소비자정보 제공 방법의 효율성	통합
	13	소비자의 정보 접근의 용이성	선정
	14	소비자교육 횟수의 적절성	선정
	15	소비자교육 대상의 다양성	선정
	16	소비자교육 주제의 적합성	-
	17	소비자 거래규제 관리의 성과	선정
민원 소비자문제 관리	18	소비자문제(민원) 접수의 다양성	선정
	19	소비자문제(민원) 접수의 용이성	선정
	20	소비자문제(민원) 해결의 신속성	선정
소비생활센터 운영	21	소비생활센터 상담 인력 운영 현황	선정
	22	소비자상담 처리 현황	선정
	23	소비생활센터 홈페이지 접근의 용이성	선정
	24	소비생활센터 정보 제공의 적절성	선정

○ 예비항목 중 대부분의 항목은 총 9명의 전문가들이 적합하다고 응답한데 반해 “소비자대표 추천권 규정 존재 여부” 문항과 “소비자교육 주제의 적합성” 문항에 대해서는 적합지 않다는 의견이 높았음.

- “소비자대표 추천권 규정 존재 여부” 조사보다는 소비자대표가 참석하는 위원회에서의 정책에 대한 의결 등의 여부에 대한 성격 조사가 중요하다는 의견이 많아 추천권 조사는 선정하지 않음.

- “소비자교육 주제의 적합성” 문항에 대해서는 소비자교육 주제는 분야별로 다양하고 필요성이 다를 수 있기 때문에 객관적으로 이를 평가하기 어렵다는 의견이 높아 선정되지 않음.

○ 전문가 회의와 델파이 조사를 통해 최종 항목을 도출하였으며, 이를 바탕으로 전문가 평가 항목의 선정 및 항목별 상대적 중요도를 알아보기 위해 2차 델파이 조사를 실시함.

○ 전문가 평가 항목은 실태 조사 항목별 평가와 개별 항목을 대분류로 나누어 종합 평가할 수 있도록 문항을 개발하여 2차 델파이 방법을 통해 항목에 대한 내용 타당도를 검토와 소비자지향성에 따른 중요도를 조사함.

○ 소비자지향성에 따른 항목별 중요도 평가는 전문가 평가 항목으로 도출된 항목에 대해 쌍대비교를 실시하여 AHP기법으로 분석함.

- AHP기법은 항목별 쌍대비교를 이용하여 대분류 항목간의 중요도를 조사하였으며 기하평균을 통해 지방소비자행정이 소비자지향성을 나아가기 위해 중요한 항목에 대해 조사함.

○ 소비자지향성을 위한 중요한 항목에 대한 AHP기법은 Microsoft Excel 2007을 이용하여 분석함. 응답에 대한 오류를 측정하기 위해 일치비율 CR (Consistency Ratio)이 0.1~0.2수준이면 큰 문제가 없다고 보아 0.2이하에서 선정함.

○ 분석 결과 일치비율 CR이 0.2를 초과한 결과를 제외한 결과만을 분석하여 소비자지향성에 중요한 항목들을 살펴본 결과 1순위로 중요한 것은 소비자행정 기반, 2순위 기초지자체 및 소비자단체 지원, 3순위 소비자정책의 계획 및 규제의 순으로 나타남.

<표 4> 소비자지향성을 위한 소비자행정의 중요도 순위

우선순위	소비자지향성을 위해 중요한 내용
1순위	소비자행정 기반
2순위	기초지자체 및 소비자단체 지원
3순위	소비자정책의 계획 및 규제
4순위	소비자정보 및 교육 시행
5순위	민원 소비자문제 관리
6순위	소비생활센터 운영

제 3 장 지방소비자행정 현황

제 1 절 지방소비자행정 기반

1. 소비자관련 자치 법규의 제정 및 정비

○ 소비자기본법 6조 1호에 의해 각 지자체에서는 소비자의 기본적 권리가 실현될 수 있도록 조례를 제정하고, 필요에 따라 개정·폐지해야 할 책무가 있음²⁾.

○ 소비자조례 제정은 지방자치단체의 책무 중 하나로 하는 것에 대해 1995년 12월 소비자보호법 제5조제1호로 개정함에 따라 현재 17개 광역 지자체에서는 모두 소비자조례를 제정하고 있음.

- 지자체들의 조례 제정은 대전광역시 1996년으로 가장 먼저 제정하였으며 최근 지정된 세종특별자치시에서도 조례를 제정함.

○ 2006년 9월 소비자보호법이 소비자기본법으로 개정된 후 각 지자체에서도 조례를 전면 개정하였으며 울산과 제주 2개는 기존의 조례를 폐지하고 새롭게 조례를 제정하였음.

- 전면 개정된 이후에도 인천, 대구, 제주를 제외한 대부분의 지자체에서는 지자체 내의 타 조례나 행정기구의 변화에 따라 조례를 일부 개정한 것으로 나타남.

○ 특히 울산은 「소비자센터 등에 관한 조례」로 변경하여 소비자기본조례를 소비자센터 설치 및 소비자정책위원회의 설치 및 운영에 관한 내용만을 담고 있어 타 지자체의 조례뿐 아니라 2005년 공정위에서 발표한 표준 소비

2) 소비자기본법시행령 제3조에 의해 지자체가 조례를 재정할 때는 다음과 같은 내용을 포함하여야 함.

- 소비자안전에 관한 시책
- 소비자와 관련된 주요 시책이나 정책 결정 사항에 관한 정보의 제공
- 사업자의 표시 및 거래 등의 적정화를 유도하기 위한 조사·권고·공표 등
- 소비자단체·소비자생활협동조합 등 소비자의 조직 활동 지원
- 소비자피해구제기구의 설치·운영 등
- 소비자의 능력 향상을 위한 교육 및 프로그램
- 그 밖에 지역 소비자의 권익 증진에 필요한 사항

자조례에 비해서도 조례의 내용이 축소되었음.

○ 각 지자체의 소비자조례의 정비 현황은 <표 5>와 같음.

<표 5> 17개 시·도 소비자조례의 정비 현황

구분	조례의 명칭	조례제정 (조례정비)	제·개정 의견 수렴 방법
서울특별시	소비자기본조례	1997. 1. 15 (2016. 1. 7)	-
부산광역시	소비자권익증진지원조례	1997. 2. 21 (2015. 5. 27)	조례제정 절차 등
대구광역시	소비자권익증진조례	2003. 5. 30 (2009. 12. 21)	시 홈페이지 입법예고
인천광역시	소비자권익증진조례	2001. 9. 24 (2008. 8. 4)	입법공람
광주광역시	소비자권익증진지원조례	2001. 1. 9 (2015. 1. 1)	-
대전광역시	소비자기본조례	1996. 4. 15 (2016. 4. 12)	입법예고
울산광역시	소비자센터 등에 관한 조례	2007. 11. 8* (2015. 6. 30)	시 홈페이지 공고
세종특별자치시	소비자보호조례	2012. 7. 2 (2015. 9. 30)	시 홈페이지 공고
경기도	소비자기본조례	1997. 1. 13 (2016. 7. 19)	입법공람
강원도	소비자조례	1997. 11. 9 (2013.)	입법공람, 당사자 의견 조회 등
충청북도	소비자기본조례	1998. 1. 16 (2016. 10)	-
충청남도	소비자기본조례	1997. 11. 10 (2015. 2. 23)	입법공람
전라북도	소비자기본조례	1997. 1. 20 (2015. 10. 30)	입법공람
전라남도	소비자기본조례	1997. 5. 15 (2015. 7. 13)	입법예고
경상북도	소비자권익증진조례	2001. 8. 1 (2014. 9. 22)	소비자정책위원회에서 의견 수렴, 도보 게재
경상남도	소비자기본조례	1996. 12. 31 (2015. 12. 17)	입법공람 소비자단체 및 이해당사자 의견 조회
제주도	소비자기본조례	2008. 7. 16*	-

* 울산광역시와 제주도는 소비자기본조례를 폐지 후 현재의 조례로 제정

- 조례 제·개정 시 관계 대상자와 시·도민들의 의견 수렴 방법으로 대부분의 지자체에서는 시·도 홈페이지를 이용하여 입법 예고에 대한 내용을 공고하거나 관계자들을 대상으로 공람하는 것으로 나타남.
- 경상북도에서는 소비자정책위원회에서도 의견 수렴을 한 유일한 지자체였음.

<표 6> 소비자조례 외 소비자행정 관련 규칙이나 규정

구분	조례의 명칭	제정일
광주광역시	소비자정책업무처리 규정	1993. 10. 30
	물가담당관 규정	1979. 3. 26
울산광역시	소비자센터 운영 규정	2007. 11. 8
충청북도	소비생활센터 설치 및 운영규정	2003. 5. 2
전라남도	소비생활센터설치운영규정	2003. 7. 18
경상북도	소비자행복센터 설치 및 운영 등에 관한 규칙	2003. 7. 28

- 소비자조례 외에 소비자보호와 관련된 규칙이나 규정에 대한 조사 결과 울산시, 충북, 전남, 경북 지자체에서는 소비생활센터의 운영과 관련된 규칙이나 규정을 별도로 제정하여 운영하고 있었음. 광주시는 소비자정책 업무 처리에 대한 규정과 물가담당관의 규정을 별도로 두고 운영하고 있었음.
- 이상과 같이 지자체에서 소비자행정의 기본이라 할 수 있는 조례 제정 및 개정 현황을 살펴본 결과 대부분의 지역에서 「소비자 기본 조례」 혹은 「소비자권익증진지원조례」의 명칭으로 조례를 제정하고 소비자기본법의 개정 에 따라 지자체 내의 조례 역시 개정하여 시행하고 있었음.
- 그러나 조례 개정 시 개정에 따른 의견 수렴에 있어서는 입법 예고나 공람 등의 방법만을 이용했을 뿐 경북을 제외한 대부분의 지자체에서 소비자 정책위원회를 운영하고 있음에도 불구하고 소비자정책위원회를 이용한 경 우가 없었음.

2. 소비자정책 및 물가대책 위원회 운영

1) 소비자정책위원회와 물가대책위원회 운영 현황

- 소비자정책위원회(이하 정책위원회)는 소비자의 권익 증진 및 소비생활의 향상에 관한 기본적인 정책을 심의 혹은 의결하는 위원회로 지자체 내 소비자조례에 의해 설치·운영이 보장되어 있음.
- 물가대책위원회는 지자체들의 물가 관리에 대한 역할을 수행하기 위해 설치·운영되는 위원회로 별도의 물가대책위원회 설치 및 운영에 관한 조례에 의해 설치·운영되거나 정책위원회의 심의 내용 중 물가 관리에 대한 내용을 담고 있는 경우가 있음.
- 정책위원회와 물가대책위원회의 설치와 운영에 관한 각 지자체별 조례 내용을 확인해 보면 다음과 같음.
- 정책위원회의 설치 및 운영에 관한 조항에 대해 각 지자체 모두 소비자조례에 명시하고 있었음. 이중 10개 지자체에서는 정책위원회의 심의 내용 항목으로 지자체 내 공공요금 및 물가에 관한 내용이 있어 정책위원회에서 물가와 관련된 내용을 다룰 수 있었음.
 - 정책심의위원회의 심의 내용에 물가 항목이 있는 지자체의 경우에는 별도의 「물가대책위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」이 없었음.
- 정책위원회의 조례에서 나타난 위원회의 성격을 보면 13개 지자체의 정책위원회에서는 심의만 할 수 있었으며 4개 지자체에서는 심의뿐 아니라 의결까지 할 수 있는 위원회로 운영하고 있었음.
- 정책위원회의 회의 개최에 관한 조항을 보면 정기적 회의 개최에 대한 원칙이 구체적으로 명시된 경우는 10개 지자체였으며 조례에서는 반기별 1회 혹은 분기별 1회로 정기 개최를 명시하고 있었고 이외에도 필요시 수시 개최할 수 있다는 내용을 담고 있었음.

- 7개 지자체의 조례에서는 필요시 수시로 회의를 개최하는 것으로 명시하였을 뿐 정기적인 회의 개최에 대한 내용은 없었음.

<표 7> 소비자정책위원회 및 물가대책위원회 관련 조례 현황

구분	소비자정책위원회			물가대책위원회		
	조례 유무	위원회 성격	정기 개최 원칙	별도조례 유무	위원회 성격	정기 개최 원칙
서울특별시	○	심의	반기별 1회	○	협의·조정	분기별 1회
부산광역시	○	심의	없음	○	협의·조정	분기별 1회
대구광역시*	○	심의	없음	×	정책위원회의 심의 내용 중 물가 항목 有	
인천광역시	○	심의·의결	반기별 1회	○	협의·조정	분기별 1회
광주광역시	○	심의·의결	분기별 1회	○	협의·조정	분기별 1회
대전광역시	○	심의·의결	없음	×	정책위원회의 심의 내용 중 물가 항목 有	
울산광역시	○	심의	없음	○	협의·조정	없음
세종특별 자치시	○	심의	분기별 1회	×	정책위원회의 심의 내용 중 물가 항목 有	
경기도	○	자문·심의 ·조정	분기별 1회	×	정책위원회의 심의 내용 중 물가 항목 有	
강원도	○	심의	반기별 1회	×	정책위원회의 심의 내용 중 물가 항목 有	
충청북도**	○	심의	없음	×	정책위원회의 심의 내용 중 물가 항목 有	
충청남도	○	심의	없음	×	정책위원회의 심의 내용 중 물가 항목 有	
전라북도	○	심의·의결	반기별 1회	×	정책위원회의 심의 내용 중 물가 항목 有	
전라남도	○	심의	반기별 1회	×	정책위원회의 심의 내용 중 물가 항목 有	
경상북도	○	심의	없음	○	협의·조정	분기별 1회
경상남도	○	심의	반기별 1회	×	정책위원회의 심의 내용 중 물가 항목 有	
제주도	○	심의	반기별 1회	○	심의	없음

* 대구광역시의 소비자정책위원회는 「소비자권익증진조례」13조2항에 의해 대구광역시지역경제협회의 소비자분과위원회가 대행하는 것으로 명시되어 있음.

** 충청북도의 소비자정책위원회는 「소비자기본조례」10조 1항에 의해 충청북도경제정책심의회에서 대행 가능한 것으로 명시되어 있음.

○ 「물가대책위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」을 별도로 제정한 지자체는 7개 지자체였음.

○ 조례에 명시된 물가대책위원회의 성격은 협의·조정을 하는 곳으로 모두 명시하고 있었으며 정기적 회의 개최 운영에 대한 조항에서는 2개 지자체를 제외하고 모두 분기별 1회 개최와 필요시 수시 개최 가능에 대한 내용을 명시하고 있었음.

- 2개 지자체의 조례에서는 물가대책위원회의 정기적인 개최 원칙 없이 필요시 개최하는 것으로 명시되어 있었음.

<표 8> 소비자정책위원회의 2015년 운영 현황

구분	조례의 정기 개최 원칙	2015년 연간 개최수	물가대책위원회와 공동운영 유무
서울특별시	반기별 1회	3	×
부산광역시	없음	-	×
대구광역시	없음	-	×
인천광역시	반기별 1회	-	×
광주광역시	분기별 1회	3	○
대전광역시	없음	2	○
울산광역시	없음	-	×
세종특별자치시	분기별 1회	1	○
경기도	분기별 1회	3	○
강원도	반기별 1회	1	○
충청북도	없음	3	○
충청남도	없음	-	○
전라북도	반기별 1회	1	×
전라남도	반기별 1회	2	○
경상북도	없음	-	×
경상남도	반기별 1회	3	○
제주도	반기별 1회	1	×

○ 2015년 정책위원회 운영 현황을 보면 연간 정책위원회의 회의를 한 번도 개최하지 않은 지자체는 부산, 대구, 인천, 울산, 충남, 경북이었으며 이중 조례에 구체적인 정기 개최 원칙 없이 필요시 개최하는 것으로 명시된 곳은 부산, 대구, 울산, 충남, 경북이었음.

- 대구의 경우에는 정책위원회를 '대구광역시지역경제협회의 소비자분과위원회'가 대행함에도 불구하고 한 번도 개최하지 않은 것으로 나타남.

○ 조례에 구체적인 회의 개최 원칙이 있는 광주, 세종, 경기, 강원, 전북, 제주의 경우 모두 정기 개최 원칙에 비해 2015년 연간 회의 개최수가 적은 것으로 나타남.

○ 조례의 회의에 대한 정기적인 개최 원칙을 준수한 지자체는 서울, 광주, 경남이었으며 구체적 개최 원칙이 없었으나 2015년 정책위원회를 개최한 곳은 대전, 충북인 것으로 조사됨.

○ 「물가대책위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」에 의해 물가대책위원회를 운영해야 하는 지자체는 서울, 부산, 인천, 광주, 울산, 경북, 제주도이며 대구는 별도의 조례가 없으나 '대구광역시지역경제협회의 공공요금물가분과위원회'가 물가와 관련된 회의를 진행하고 있었음.

<표 9> 물가대책위원회 운영 현황

구분	조례의 정기 개최 원칙	2015년 연간 회의 개최수
서울특별시	분기별 1회	4
부산광역시	분기별 1회	1
대구광역시*	-	1
인천광역시	분기별 1회	3
광주광역시	분기별 1회	-
울산광역시	없음	1
전라북도	-	2
경상북도	분기별 1회	2
제주도	없음	4

* 대구는 정책위원회를 '대구광역시지역경제협회의 소비자분과위원회'가 대행하고 있음.

○ 전북은 별도의 조례는 없으나 「소비자 기본 조례」 14조에 의해 지방물가에 관한 실무위원회를 설치 운영하고 있었음.

○ 물가대책위원회의 조례에 정기적인 회의 개최에 대한 구체적인 원칙과 2015년 연간 회의 개최수를 비교해 본 결과 서울을 제외한 나머지 지자체에서는 정기 개최 원칙을 지키지 않은 것으로 나타남.

○ 정책위원회의 구성원에 대한 각 지자체의 조례 내용과 실제 위원회의 구성원 수를 조사한 결과 <표 10>와 같이 나타남.

<표 10> 소비자정책위원회의 위원 구성에 관한 조례 내용과 현황

구분	조례의 위원회 구성원 수 내용	정책위원회의 위원 수	소비자 대표 수	소비자대표 구성 비율
서울특별시	11 이내	11	2	18.2
부산광역시	15명 이내	13	5	38.5
대구광역시*	없음	7	2	28.6
인천광역시	20인 이내	16	5	31.3
광주광역시**	20인 이내	20	6	30.0
대전광역시	20인 이내	20	8	40.0
울산광역시	15명 이내	10	2	20.0
세종특별자치시	20명 이내	12	2	16.7
경기도	25명 이내	24	9	37.5
강원도	20명 이내	19	5	26.3
충청북도	-	10	1	10.0
충청남도	20명 이내	18	3	16.7
전라북도	20명 이내	20	2	10.0
전라남도	25명 이내	21	5	23.8
경상북도	20인 이내	16	3	18.8
경상남도	25명 이내	25	8	32.0
제주도	21명 이내	18	4	22.2

* 대구는 정책위원회를 '대구광역시지역경제협회의 소비자분과위원회'가 대행하고 있음.

** 광주의 경우 정책위원회의 위원 수 구성에 대한 조례를 「물가대책위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」의 규정에 따르는 것으로 명시되어 있음.

- 각 조례의 조항들이 “○○ 명 이내”로 명시되어 있어 정확한 인원수가 정해진 것은 아니지만 대부분의 경우 조례 내용의 기준 인원수와 비슷한 수의 구성원으로 위원회를 조직하고 있었음.
- 반면 지자체의 조례에 명시되어 있는 기준 인원수와 차이가 5명 이상 차이가 있는 경우는 울산 5명, 세종 8명으로 차이가 있었음. 한편 대구와 충북은 정책위원회를 다른 위원회로 대행할 수 있는 경우로 별도로 구성원수에 대한 조례 내용이 없었음.
- 각 지자체의 조례 내용에 정책위원회의 위원 중 소비자를 대표하는 소비자단체가 위원으로 구성되어야 하는 것은 명시되어 있으나 소비자대표의 위원수나 비율에 대한 조항은 대부분이 명시되어 있지 않았음.
- 정책위원회의 소비자대표 구성 비율을 보면 평균 24.7%의 비율을 보이고 있으며 가장 높게는 대전 40.0%, 부산 38.5%, 경기 37.5%가 소비자를 대표하는 위원으로 구성되어 있는 것으로 나타남. 한편 충북은 10.0%로 가장 낮게 나타남.
- 광주 경우에는 정책위원회의 위원 구성 등의 조례 내용이 「물가대책위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」을 따르는 것으로 명시되어 있으며 정책위원회 운영도 물가대책위원회가 대행하고 있었음.
- 물가대책위원회의 위원 구성에 대해 조례와 실제 현황을 살펴보면 조례에서 구성하고 있는 위원의 인원은 대부분 20명~30명 이내로 구성되어 있었음. 전북은 「소비자 기본 조례」에 의해 실무위원회 차원에서 지방 물가에 대해 심의하고 있었으며 구성원은 10인 이내로 명시하고 있었음.
- 2015년 현재 운영되고 있는 각 지자체의 물가대책위원회의 위원 인원과 소비자대표 인원 수를 보면 서울, 울산, 경북을 제외한 지자체에서는 조례의 기준 구성원 수와 비슷한 인원수로 위원들을 구성하고 있었으나 서울은 7명, 울산 5명, 경북 6명의 차이가 있었음.

<표 11> 물가대책위원회의 위원 구성에 관한 조례 내용과 현황

구분	조례의 위원회 구성원 수 내용	위원회의 위원 수	소비자 대표 수	소비자대표 구성 비율
서울특별시	30인 이내	23	7	30.4
부산광역시	25인 이내	24	5	20.8
대구광역시*	-	7	1	14.3
인천광역시	23명 이내	25	4	16.0
광주광역시	20인 이내	20	6	30.0
울산광역시	25인 이내	20	3	15.0
전라북도**	10명 이내	10	2	20.0
경상북도	25인 이내	19	6	31.6
제주도	30명 이내	30	3	10.0

* 대구의 경우 '대구광역시지역경제협의회 공공요금물가분과위원회'에서 대행하고 있음.

** 전라북도는 물가대책위원회가 아니라 「소비자기본조례」에 의해 실무위원회 수준의 위원회임.

- 물가대책위원회의 총 인원 대비 소비자대표 평균 비율은 약 20.9%였으며 경북이 31.6%로 가장 높았고 서울 30.4%, 광주 30.0%의 순으로 높았음. 한편 대구는 14.3%, 울산 15.0%, 인천 16.0%로 다른 지자체에 비해 낮았음.
- 「물가대책위원회의 설치 및 운영에 관한 법률」에 위원 중 소비자대표의 구성 인원수에 대해 별도로 규정해 놓은 경우는 인천과 경북뿐이었음. 이들 두 지자체의 조례에서는 모두 위원회 총 인원의 25% 이상 소비자대표로 구성할 것을 명시하고 있었음. 조례 내용과 비교한 결과 경북은 이를 지켰으나 인천은 미흡한 것으로 나타남.
- 정책위원회의 소비자 조례에 의해 일반적으로 지역의 주요 소비자정책에 관한 사항, 소비자단체의 지원 및 육성에 관한 사항, 기타 소비자권의 증진 및 소비생활에 관한 사항 등을 심의 혹은 의결하는 역할을 가지고 설치하게 되어 있음.
 - 일부 지자체의 경우에는 지방 물가나 공공요금에 대한 심의할 수 있도록 명시하고 있음.

- 정책위원회와 물가대책위원회의 주요 안건을 보면 물가 내용을 포함하여 정책위원회를 운영하는 경우우에는 물가에 대한 안건만 논의된 경우가 대부분이었으며 물가 외의 소비자정책과 관련된 논의는 거의 이루어지고 있지 않았음.

<표 12> 2015년 소비자정책 및 물가대책위원회의 주요 안건

물가포함 정책위원회 운영	별도운영	
	소비자정책위원회	물가대책위원회
-공공서비스 요금 조정 -명절 대비 물가 대책	-소비자단체지원 사업 심의 -소비자단체지원 사업 평가 -소비자정책시행계획 심의	- 공공서비스 요금 조정 - 폐기물 처리 수수료

* 공공서비스(대중교통, 도시가스, 상·하수도 서비스, 공용주차장,), 폐기물 처리 수수료.

- 물가를 포함하지 않고 정책위원회를 운영한 경우에는 소비자단체 지원 사업에 대한 심의 및 평가, 소비자정책 시행 계획에 대한 심의 등의 안건이 논의된 것으로 나타남.
- 물가대책위원회는 주요 안건으로 공공서비스인 버스요금, 상하수도 요금, 도시가스 공급비용, 명절 물가대책 등에 관한 안건으로 나타남.

2) 기타 소비자관련 위원회 현황

- 소비자정책위원회와 물가대책위원회 외에 소비자와 관련된 위원회의 운영 현황을 보면 서울은 「희망경제위원회 생활경제 분과위원회」를 운영하고 있었으며, 강원과 경남에서는 「소비자정책실무위원회」를 별도로 운영하고 있었음.
- 서울의 「희망경제위원회 생활경제 분과위원회」는 총 8명의 위원(소비자대표 위원 4명)으로 구성되어 2015년 연 2회 개최되었으며 소비자행정 관련 안건에 대해 자문 및 심의를 하는 위원회인 것으로 나타남. 2015년의 주요 안건으로는 소비자보호 시책 사업에 대한 정보 공유 및 소비자권익을 위한 유관 기관의 협력 방안이었음.
- 강원의 「소비자정책실무위원회」는 총 15명(소비자대표 5명)의 위원으로

구성되었으며 2015년 1회 개최되었음. 주요 안건으로는 소비자정책위원회의 주요 안건에 대한 자문 내용을 논의하기 위해 개최됨.

- 경남의 「소비자정책실무위원회」는 총 12명(소비자대표 5명)의 위원으로 구성되어 있으며 자문과 심의의 성격을 지니고 있음. 2015년에는 1회 개최되어 정책위원회의 안건에 대해 사전 심의하는 회의로 진행됨.
- 이상과 같은 결과를 볼 때 정책위원회는 소비자조례의 조항에 의해 설치 운영되고 있었으며 물가대책위원회 역시 관련 조례에 의해 설치 운영되고 있었음. 각 위원회의 운영 및 위원의 구성에 대한 현황을 조례의 내용과 비교하여 살펴본 결과 대부분의 지자체에서 조례에 명시된 정기 회의 횟수와 상관없이 2015년 정기 위원회를 개최하지 않거나 적은 횟수로 개최한 것으로 나타남. 이는 물가대책위원회도 마찬가지여서 조례의 운영 원칙이 거의 지켜지고 있지 않음을 알 수 있었음.
- 2015년 정책위원회의 심의 내용을 보면 물가를 포함하여 정책위원회를 개최한 경우에는 대부분이 물가와 관련된 안건만 논의하였으며 시·도의 소비자권익 증진을 위한 소비자정책에 대해서는 논의가 되지 않고 있어 정책위원회가 제대로 운영되고 있지 않고 있었음.
- 더욱이 이같은 본 조사의 결과는 선행연구인 강성진(2012)에서 지적된 정책위원회의 운영에 대한 문제점이 개선되어지지 않았다는 것을 확인할 수 있었음.

3. 소비자행정 담당 부서 및 예산 현황

1) 소비자행정 담당 부서

- 17개 시·도의 행정조직 중 소비자행정을 담당하고 있는 부서는 대부분 경제정책과 관련된 부서에서 담당하고 있었음.
- 소비자행정을 담당하고 있는 과(課)는 경제정책이나 민생경제, 일자리경제 등이었으며 이들 과(課)내의 팀, 계, 담당에서 소비자 관련 업무를 수행하고 있었음. 그런데 최종 소비자행정 업무를 수행하고 있는 팀, 계, 담당 부

서의 명칭 역시 ‘소비자’ 혹은 ‘소비’라는 명칭으로 되어 있는 시·도는 부산, 인천, 울산, 강원 4곳밖에 없었음.

<표 13> 소비자행정 담당 부서

구분	본부, 실, 국	과	팀, 계, 담당
서울특별시	경제진흥본부	민생경제과	민생정책팀
부산광역시	일자리경제본부	경제기획과	소비자경제팀
대구광역시	창조경제본부	경제정책과	경제산업분석팀
인천광역시	경제산업국	경제정책과	소비자물가
광주광역시	일자리경제국	민생경제과	생활경제팀
대전광역시	과학경제국	일자리경제과	생활경제담당
울산광역시	경제산업국	창업일자리과	유통소비계
세종특별자치시	경제산업국	일자리정책과	생활경제담당
경기도	경제실	공정경제과	상생협력팀
강원도	경제진흥국	경제정책과	물가소비계
충청북도	경제통상국	경제정책과	생활경제팀
충청남도	경제산업실	경제정책과	생활경제팀
전라북도	경제산업국	일자리경제정책관	소상공인팀
전라남도	경제과학국	지역경제과	경제총괄팀
경상북도	일자리민생본부	사회적경제과	협동경제계
경상남도	미래산업본부	경제정책과	경제정책담당
제주도	경제통상산업국	경제정책과	경제정책

○ 소비자담당 부서 중 대구의 ‘경제산업분석팀’과 전북의 ‘소상공인팀’, 전남의 ‘경제총괄팀’, 경남의 ‘경제정책담당’, 제주의 ‘경제정책’에서 담당하고 있는 것으로 나타남.

○ 강성진(2012)의 연구에서도 소비자행정을 주로 담당하고 있는 부서가 별도의 부서로 없는 것에 대해 문제제기가 있었으나 약 5년이 지난 현재에도 소비자행정을 별도로 다루는 부서는 없었음. 뿐만 아니라 2012년 조사에서는 주로 물가를 담당하는 부서에서 담당했으나 현재는 ‘생활경제’, ‘경제정책’이란 명칭이 많았으며 명칭에서부터 알 수 있듯 해당 부서에서 소비자행정만을 주로 다루고 있지 않음을 알 수 있었음.

2) 소비자행정 담당 인력

○ 17개 시·도에서 소비자행정을 담당하고 있는 인원은 총 51명이었으며, 전임계약직 19명, 일반 행정직 32명으로 구성된 것으로 조사됨.

<표 14> 17개 지자체의 소비자행정 담당 업무 인원

(2016년 10월 31일 기준)

구분	전임계약직	일반 행정직	총인원
서울특별시	3명	4명	7명
부산광역시	1명(임기계약직)	3명	4명
대구광역시	1명	2명	3명
인천광역시	1명	1명	2명
광주광역시	-	2명	2명
대전광역시	-	3명	3명
울산광역시	1명	1명	2명
세종특별자치시	-	2명	2명
경기도	3명	3명(무기계약직 1명)	6명
강원도	1명	3명	4명
충청북도	1명	2명	3명
충청남도	1명	1명	1명
전라북도	1명(임기계약직)	1명	2명
전라남도	1명	-	1명
경상북도	1명	1명	2명
경상남도	3명(단체파견 1명)	3명	6명
제주도	-	1명	1명
합계	19명	32명	51명

- 강성진(2012)의 연구 결과에서는 2012년에 소비자행정 담당 공무원이 총 39명, 전임계약직 16명, 일반 행정직 23명이었음. 이에 비해 현재의 조사 결과를 보면 전체적으로 담당 인원이 증가한 것을 알 수 있으나 전체 인구수와 대비해 보면 여전히 매우 적은 인원이 소비자행정을 담당하고 있었음.

- 지역별로 보면 소비자행정 담당 공무원 중 전임계약직과 일반 행정직이 모두 배치된 곳은 12개 지역이었으며, 전임계약직만 있는 곳은 1개 지역, 일반 행정직만 있는 곳은 4개 지역으로 조사됨.
- 소비자행정 담당 공무원의 직급을 보면 일반 행정직은 7급인 경우가 48.3%(14명)로 가장 많았으며 6급 31.0%(9명), 5급 13.8%(4명)의 순이었음. 전임계약직은 7급이 41.2%(7명)로 가장 많았으며, 6급 35.3%(6명)의 순이었고, 기타의 경우 임기제나 단체 파견직인 경우였음.

<표 15> 17개 시·도 소비자행정 담당 공무원의 직급
(2016년 10월 31일 기준)

	일반 행정직						전임계약직				
	5급	6급	7급	9급	기타	계	6급	7급	8급	기타	계
인원	4명	9명	15명	1명	1명***	29명	6명	7명	1명	3명*	17명
구성비율	13.8%	31.0%	48.3%	3.4%	3.4%	100.0%	35.3%	41.2%	5.9%	17.6%	100.0%

* 임기제 및 단체 파견직

** 무기계약직

- 소비자행정 담당 공무원들의 담당 기간을 보면 일반 행정직은 전문계약직과 달리 평균 1년 4개월로 근무 기간이 짧았고 1년 미만 근무자가 69%나 되는 것으로 조사됨.

<표 16> 17개 시·도 소비자행정 담당 공무원의 해당 사무 담당 기간

	전임계약직				일반 행정직			
	5년 미만	5~10년 미만	10년 이상	계	6개월 미만	6개월~1년 미만	1년 이상	계
인원	5명	6명	7명	18명	10명	10명	9명	29명
구성비율	27.8%	33.3%	38.9%	100.0%	34.5%	34.5%	31.0%	100.0%

- 반면 전임계약자들은 10년 이상 근무한 경우가 38.9%(7명)으로 가장 많았고 평균 7년 10개월 동안 소비자행정 근무를 담당하는 등 장기간 소비자행정 업무를 수행하고 있었음.

- 소비자행정 담당 공무원의 담당 업무를 살펴보면 일반 행정직은 물가 관리와 특수거래(다단계판매업, 선불식 할부거래업 등)의 등록 및 관리, 소비자생활협동조합의 관리 등의 업무만을 수행하거나 소비자행정 일부를 수행하고 있었음. 일반 행정직과 전임계약직이 모두 있는 지자체의 경우 주로 전임 계약직이 소비자상담, 소비자교육, 소비자정보제공, 소비자정책시행 계획 수립 및 추진 등 소비자행정 업무의 대부분을 담당하고 있었음.

- 조사 결과와 같이 대부분의 지역 소비자행정은 소비자행정에 전문성을 강화시키기 위해 충원된 인력인 전임 계약직이 소비자행정의 많은 부분을 수행하고 있었음. 일반 행정직은 평균 근무 기간도 1년 미만으로 매우 짧고 직급도 낮았으며 담당 업무도 물가나 특수거래 관리 등이 대부분으로 조사되어 소비자의 권익 증진을 위한 소비자정책 시행의 업무는 적은 것으로 나타남.

3) 지방소비자행정 예산

- 각 지자체의 총 예산 대비 소비자행정 예산 비율을 살펴보면 매우 적었음. 대전을 제외한 대부분의 지자체에서는 전체 예산 중 소비자행정 예산이 0.001%~0.005%의 수준이었음. 대전은 전체 예산 중 0.01%를 소비자행정 예산으로 책정하여 다른 지자체에 비해 높았음.

- 제주의 소비자행정 예산 비율은 2014년 0.00015%에서 2015년 0.0008%로 증가했으며 2016년 0.0083%로 꾸준히 증가하고 있으나 여전히 다른 지자체에 비해 가장 낮았음.

<표 17> 17개 시·도 소비자행정 예산

구분(백만원)	2014년도	2015년도	2016년도
서울특별시	1,147백만원 (0.005%)	1,098백만원 (0.004%)	1,093백만원 (0.004%)
부산광역시	182백만원 (0.002%)	207백만원 (0.002%)	205백만원 (0.002%)
대구광역시	159.244백만원 (0.003%)	159.244백만원 (0.003%)	160.12백만원 (0.003%)
인천광역시	29백만원 (0.001%)	15백만원 (0.0002%)	17백만원 (0.0002%)
광주광역시	204백만원 (0.7%)	262백만원 (0.7%)	203백만원 (1.5%)
대전광역시	144백만원 (0.01%)	195백만원 (0.01%)	173백만원 (0.01%)
울산광역시	205백만원 (0.007%)	125백만원 (0.004%)	109백만원 (0.003%)
세종특별자치시	5백만원 (0.001%)	5백만원 (0.001%)	10백만원 (0.001%)
경기도	93백만원 (0.001%)	154백만원 (0.001%)	444백만원 (0.003%)
강원도	99.6백만원 (0.002%)	99.6백만원 (0.002%)	99.6백만원 (0.002%)
충청북도	41백만원 (0.001%)	70백만원 (0.002%)	64백만원 (0.002%)
충청남도	40백만원 (0.001%)	40백만원 (0.001%)	40백만원 (0.001%)
전라북도	132.494백만원 (0.003%)	130.494백만원 (0.003%)	163.770백만원 (0.003%)
전라남도	50백만원 (0.1%)	80백만원 (0.0012%)	80백만원 (0.001%)
경상북도	160백만원 (0.0023%)	160백만원 (0.0022%)	185백만원 (0.0023%)
경상남도	112백만원 (0.002%)	112백만원 (0.002%)	110백만원 (0.002%)
제주도	4백만원 (0.00015%)	26백만원 (0.0008%)	28백만원 (0.00083%)

()안은 전체 예산 대비 소비자행정 예산 비율

○ 이상과 같이 지자체 내의 소비자행정의 위상을 엿볼 수 있는 소비자행정 담당 부서 및 인력 현황과 예산 상황을 보면 17개 지자체 중 소비자행정만을

담당하고 있는 부서는 없었으며 ‘생활경제’, ‘물가’, ‘경제정책’ 명칭의 팀에서 담당하고 있어 소비자행정만을 담당하는 전담 부서가 아직까지도 없는 것으로 나타남. 담당 부서 내 인력도 아직까지는 인원 수나 직급, 평균 담당 기간 등에 있어 매우 부족한 상황이었으며 대부분이 전임 계약직이 이를 담당하고 있었음. 또한 소비자행정의 예산은 전체 예산의 1%도 되지 않는 수준으로 매우 낮아 향상된 경제 수준과 소비자주권 사회에 비해 소비자권익을 위한 소비자행정은 매우 열악한 수준임을 알 수 있었음.

제 2 절 지방소비자정책 계획 수립 및 규제 정책

1. 지방소비자정책 계획 수립

○ 소비자정책기본계획은 중장기적 소비자정책을 체계적으로 추진하기 위해 소비자기본법에 의해 도입된 제도로 현재 2015년~2017년까지의 제3차 기본계획에서는 3개의 핵심 전략에 따라 9개의 중점 과제, 24개의 세부과제를 선정하였음.

- 중점 과제 중 하나로 “지역 소비자행정 활성화 및 거버넌스 구축”을 선정하였으며 세부과제로 ‘지역 소비자행정 거버넌스 모델 개발’, ‘지역 소비자행정 평가 및 환류체계 구축’, ‘지역별 유관기관 협업체계 구축’을 제시함.

○ 2015년 소비자정책종합시행계획으로는 ‘지역소비자행정 업무 표준화 방안 마련’과 ‘지역소비자행정 성과 측정’이 주요 내용에 포함되어 있었음. 2016년에는 ‘지역 소비자행정 활성화 및 거버넌스 구축’과제를 제시함.

○ 중앙 정부 차원의 소비자정책종합 시행계획을 수립하는 것과 마찬가지로 지자체에서도 소비자기본법제22조 제2항에 따라 매년 소비자정책 시행계획을 수립하고 그 실적을 평가하여야 함.

○ 이에 본 연구에서는 우선 17개 시·도에서 수립한 소비자정책 시행계획을 지자체의 홈페이지 등을 통해 확인하려 하였으나 공개적으로 열람할 수 있는 지자체는 매우 적었음.

○ 설문조사를 통해 각 지자체의 2015년~2016년의 주요 소비자정책을 조사한 결과 각 연도별 주요 정책의 내용이 거의 차이가 없었으며 공정위가 수립한 소비자정책종합시행계획의 내용도 충분히 반영되고 있지 않았음.

- 각 지자체의 소비자정책시행계획은 약간의 차이가 있었으나 대부분의 경우 주로 소비자의 피해 구제와 소비자교육에 국한되어 있었음.

○ 이같은 조사 결과는 지방소비자행정에 대한 선행연구와 2015년 공정거래위원회에서 발표한 “2015년 공정거래백서”에서 문제제기하고 있는 지방소비자행정의 활성화 미흡이라는 과제가 제대로 개선되고 있지 않음을 확인할 수 있었음.

2. 소비자거래 규제

○ 소비자거래 적정화를 위해 소비자기본법 제12조제3항에는 지자체의 책무로써 특수거래에 관한 시책을 강구하도록 규정되어 있으며 각 지역의 소비자행정 담당자들은 특수거래업체의 등록 및 관리에 대한 업무를 수행하고 있음.

○ 이들 지자체들의 특수거래에 관한 업무 수행 현황을 보면 우선 특수거래업자의 등록은 지역마다 차이가 크게 나타나 주로 서울의 등록 업체가 몰려 있었으며 경기, 부산, 대구에 등록업체가 다른 지역에 비해 많았음.

- 2015년에 등록된 업체를 보면 다단계판매업체는 270개, 선불식 할부거래업체는 475개, 후원 방문판매업체는 6,357개 업체였음.

- 업체 유형별로는 후원 방문판매업의 등록이 다른 특수거래업에 비해 모든 지역에서 많았음. 지역별 등록 업체의 편차가 업체 유형은 다단계판매업체로 인천, 울산, 강원, 전남, 제주에서는 업체 등록이 전혀 없었으며 주로 서울에 몰려 있는 것으로 나타남.

<표 18> 17개 시·도의 특수거래업자 등록 현황

구분	다단계판매업		선불식할부거래업		후원방문판매업	
	2015년	2016년 상반기	2015년	2016년 상반기	2015년	2016년 상반기
서울특별시	214	114	190	79	1,095	511
부산광역시	7	3	47	24	477	239
대구광역시	11	6	35	17	297	157
인천광역시	-	-	5	3	348	167
광주광역시	2	1	26	13	155	73
대전광역시	3	2	20	10	204	100
울산광역시	-	-	2	1	153	76
세종특별자치시	1	-	-	-	2	-
경기도	20	8	68	29	1,419	736
강원도	-	-	6	3	282	143
충청북도	2	1	14	7	225	110
충청남도	4	2	4	2	307	142
전라북도	2	1	19	9	307	142
전라남도	-	-	-	-	208	115
경상북도	2	1	14	7	324	165
경상남도	2	1	21	7	506	238
제주도	-	-	4	2	48	24
합계	270	140	475	213	6,357	3,141

○ 특수거래업체에 대한 규제는 방문판매 등에 관한 법률, 할부거래에 관한 법률에 의해 법률을 위반한 업자에 대해 시정권고나 시정조치를 할 수 있도록 되어 있음.

○ 17개 시·도에서 2015년과 2016년 상반기에 이루어진 특수거래업자에 대한 규제 조치를 보면 시정권고는 2015년에는 136건, 2016년 상반기에는 28건이 행해졌으며, 과태료 부과 조치는 2015년 51건, 2016년 상반기 25건이 행해졌음.

○ 시·도별로 보면 특수거래업체의 등록이 가장 많았던 서울시와 경기도에
서의 규제 성과를 보면 서울시는 2015년 과태료 부과만 33건이었으며
2016년 상반기에는 시정권고 11건, 과태료 부과 23건이었음. 경기도는
2015년에는 시정권고 1건, 과태료 부과 2건이었으며 2016년 상반기에는
규제 성과가 없었음.

<표 19> 17개 시·도 지자체의 특수거래업체 규제 성과

구분	시정권고		과태료 부과	
	2015년	2016년 상반기	2015년	2016년 상반기
서울특별시	-	11	33	23
부산광역시	4	6	6	-
대구광역시	-	-	-	1
인천광역시	-	-	-	-
광주광역시	-	-	1	-
대전광역시	4	2	4	-
울산광역시	2	2	-	1
세종특별자치시	-	-	-	-
경기도	1	-	2	-
강원도	18	-	-	-
충청북도	19	-	-	-
충청남도	7	-	-	-
전라북도	-	-	3	-
전라남도	12	7	-	-
경상북도	16	-	2	-
경상남도	53	-	-	-
제주도	-	-	-	-
합계	136	28	51	25

○ 강원, 충북, 전남, 경북에서는 2015년 시정권고 건수가 10건 이상이었으
며 특히 경남에서는 시정권고만 53건으로 조사됨. 반면 2016년에는 이들

지자체의 규제 건수는 1건도 없었음.

○ 2015년 한 해 동안 특수거래업체에 대한 시정조치가 전혀 없었던 시·도
도 4개 지자체가 있었으며 2016년 상반기 동안 시정조치가 없었던 곳은
11개 지자체로 조사됨.

○ 특수거래업체는 여러 소비자문제를 발생시키고 소비자피해도 큰 경우인
데 반해 시·도에서 이루어진 행정조치는 매우 미흡한 것을 알 수 있음. 특
히 2016년에는 휴대폰의 다단계 판매의 문제가 크게 불거졌으며 취업을
미끼로 한 다단계 판매업의 문제 등 시장에서는 소비자문제가 많이 발생하
고 있었으나 시·도 지자체에서의 규제 조치 성과는 저조한 것으로 나타남.
따라서 지자체에서 특수거래에 대한 소비자보호 조치가 제대로 이루어지고
있는 지에 대한 조사가 이루어져야 할 것임.

제 3 절 기초지자체 및 소비자단체 지원

1. 기초지자체에 대한 지원

○ 시·도 지자체가 시·군·구 등 기초지자체에 대한 지원 중 소비자정보 제공
및 교육 지원에 대한 현황을 보면 기초지자체에 대한 지원은 크게 소비자
교육 지원과 교육 자료 지원 두 가지 방법으로 주로 이루어지고 있음. 17
개 지자체의 자료 지원은 소비자정보 제공 및 교육 부재료 지원 차원으로
2014년에는 47회에서 2015년 51회로 증가하였으나 2016년에는 37회로
감소한 것으로 나타남.

<표 20> 17개 시·도의 기초지자체 소비자행정 지원 현황

구분	2014년도	2015년도	2016년도
자료 지원	47	51	37
교육 지원	678	551	427
기타 지원	5	6	5

○ 소비자교육 지원은 2014년 678회 지원에서 2015년 551회 지원, 2016년 427회 지원으로 매년 감소하고 있는 것으로 나타남.

○ 기타 지원으로는 물가나 부정경쟁 행위 단속 지원 등이 포함되며 2014년 5회, 2015년 6회, 2016년 5회로 연도별로는 큰 차이가 없었음.

<표 21> 17개 시·도의 기초지자체 지원 현황

(단위 : 회)

구분	2014년			2015년			2016년		
	자료	교육	기타	자료	교육	기타	자료	교육	기타
서울특별시	-	-	-	-	-	-	-	-	-
부산광역시	-	-	-	-	-	-	-	-	-
대구광역시	6	1	-	7	1	-	4	1	-
인천광역시	-	-	-	-	-	-	-	-	-
광주광역시	-	-	-	-	-	-	-	-	-
대전광역시	14	-	4	15	-	4	-	-	4
울산광역시	-	1	-	-	1	-	1	-	-
세종특별자치시	-	-	-	-	-	-	-	-	-
경기도	19	7	1	17	7	1	19	2	-
강원도	8	2	-	11	2	-	13	2	-
충청북도	-	-	-	-	-	-	-	-	-
충청남도	-	-	-	-	-	-	-	-	-
전라북도	-	1	-	1	1	1	-	1	1
전라남도	-	1	-	-	1	-	-	1	-
경상북도	-	330	-	-	312	-	-	266	-
경상남도	-	335	-	-	226	-	-	154	-
제주도	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	47	678	5	51	551	6	37	427	5

○ 이를 지자체별로 나누어 보면 지자체별로 차이가 크게 나타났는데 서울, 부산, 인천, 광주, 세종과 충북, 충남, 제주 2014년~2016년까지 기초지자체에 별도의 지원이 없었음. 반면 경북과 경남은 소비자교육 지원이 다른 지자체에 비해 매우 높았고, 대전과 경기도는 소비자정보제공 차원의 자료 지원이 다른 시·도에 비해 높았음.

○ 본 조사의 결과를 2012년 연구와 비교해 보면 지역별로는 차이가 있으나 전반적으로 시·도 광역 지자체가 시군구 기초지자체에 대한 지원이 미흡하며 지역별 편차가 있는 현황에 대해서는 동일하게 나타나 개선되지 않은 것을 알 수 있었음.

2. 소비자단체 지원

○ 소비자기본법 제6조에 의해 지자체들은 소비자단체의 업무에 대해 지원해야 하며 이는 소비자의 건전하고 자주적인 활동에 대한 지원 활동을 수행하는 것임.

○ 우선 각 지자체의 소비자단체 현황을 살펴보기 위해 지자체 내 등록되어 있는 소비자단체 수를 2016년을 기준으로 보면 경기, 서울, 경남, 경북의 순으로 소비자단체가 많았음. 지역별 소비자단체의 편차는 최고 27개(경기도), 최저 1개(세종시)로 차이가 있었음.

○ 각 지자체에 등록되어 있는 소비자단체와 지원 받는 소비자단체 수를 살펴보면 2014년에는 평균 68.2%, 2015년 75.1%, 2016년 72.6%로 연평균 72.6%로 조사됨.

○ 등록된 단체 모두에게 지원하는 지자체는 2016년 기준으로 부산, 대구, 인천, 세종, 경기, 강원, 충북, 전북, 전남 지자체로 총 9개였으며 등록 단체 대비 지원단체 비율이 가장 낮은 지역은 경남으로 5.6%였으며 이는 18개 등록 단체 중 1개 단체만 지원하고 있었음.

<표 22> 17개 시·도 내 등록 소비자단체 및 지원 단체

구분	2014년		2015년		2016년	
	지원단체 수 등록단체 수	지원비율	지원단체 수 등록단체 수	지원비율	지원단체 수 등록단체 수	지원비율
서울특별시	14	60.9%	12	52.2%	9	37.5%
	23		23		24	
부산광역시	7	100.0%	7	100.0%	7	100.0%
	7		7		7	
대구광역시	5	100.0%	5	100.0%	5	100.0%
	5		5		5	
인천광역시	5	100.0%	5	100.0%	7	100.0%
	5		5		7	
광주광역시	5	55.6%	3	33.3%	4	44.4%
	9		9		9	
대전광역시	2	20.0%	8	80.0%	8	80.0%
	10		10		10	
울산광역시	4	100.0%	2	40.0%	1	20.0%
	4		5		5	
세종특별자치시	1	100.0%	1	100.0%	1	100.0%
	1		1		1	
경기도	3	13.6%	25	100.0%	27	100.0%
	22		25		27	
강원도	5	100.0%	5	100.0%	5	100.0%
	5		5		5	
충청북도	3	100.0%	3	100.0%	3	100.0%
	3		3		3	
충청남도	2	50.0%	2	50.0%	2	50.0%
	4		4		4	
전라북도	2	100.0%	2	100.0%	2	100.0%
	2		2		2	
전라남도	3	75.0%	4	100.0%	4	100.0%
	4		4		4	
경상북도	5	29.4%	5	29.4%	3	42.9%
	17		17		17	
경상남도	1	5.6%	1	5.6%	1	5.6%
	18		18		18	
제주도	3	50.0%	6	85.7%	6	85.7%
	6		7		7	

○ 대부분의 경우 각 지자체의 소비자 예산 중 40% 이상을 소비자단체 지원금으로 사용하고 있는 것으로 나타남.

<표 23> 17개 시·도의 소비자예산 기준 소비자단체 지원 비율

구분	2014년	2015년	2016년
서울특별시	53.8%	55.5%	55.7%
부산광역시	89.2%	89.5%	90.8%
대구광역시	70.5%	70.5%	72.5%
인천광역시	175.9%	273.3%	294.1%
광주광역시	28.3%	30.7%	42.1%
대전광역시	12.5%	41.4%	45.9%
울산광역시	46.8%	5.6%	5.5%
세종특별자치시	100.0%	100.0%	100.0%
경기도	2.2%	13.0%	4.7%
강원도	51.2%	51.2%	51.2%
충청북도	1.2%	0.7%	0.9%
충청남도	100.0%	125.0%	100.0%
전라북도	41.1%	41.7%	42.0%
전라남도	40.0%	68.8%	55.0%
경상북도	40.6%	40.6%	35.1%
경상남도	46.3%	46.7%	49.2%
제주도	100.0%	100.0%	100.0%

○ 시·도 지자체는 소비자단체 지원을 관련 예산 안에서 지원할 수 있도록 조례를 제정해 놓았음. 각 지자체의 소비자단체 지원 현황을 비교해 보면 소비자 예산 전액을 소비자단체 지원으로 사용하고 있는 지자체는 세종, 충남, 제주로 조사되었음. 한편 인천시의 경우에는 소비자 예산보다 단체 지원금이 평균 2배 이상인 것으로 조사됨.

○ 반면 경기도와 충북은 다른 지자체에 비해 소비자 예산 중 소비자단체 지원 비율이 낮은 것으로 나타났음.

○ 이상과 같이 기초지자체와 소비자단체에 대한 시·도 지자체의 지원 현황을 보면 각 지자체별로 차이가 큰 것으로 나타남. 기초지자체에 대한 소비

자교육 지원은 소비자교육과 정보 제공을 넓힐 수 있는 소비자정책이나 미흡하게 시행되고 있음을 알 수 있었음. 또한 소비자단체의 지원도 소비자 권익 증진의 방법이므로 중요한 지원 정책 중 하나임. 그러나 지자체의 소비자예산 100%를 모두 소비자단체 활동에 지원한다는 것은 지자체의 다른 소비자 정책 수행에 문제가 발생할 수 있으므로 적절한 예산 지원이 이루어져야 할 것으로 보임.

제 4 절 소비자정보 및 교육

1. 소비자정보 제공

○ 시·도 지자체에서 이루어지는 소비자정보 제공은 주로 소비생활센터의 홈페이지나 신문·방송에서의 고정 코너, 리플렛, 브로셔 등과 같은 인쇄물로 소비자들에게 제공하고 있음.

○ 17개 시·도 지자체의 소비자 정보 제공 현황을 보면 우선 인쇄물 형태로 이루어지는 책자나 리플렛 등의 배포 회수는 2014년 102회, 2015년 97회로 약간 감소하였음.

<표 24> 17개 시·도 지자체의 소비자정보 제공 현황

	인쇄물 제작 배포	언론매체 보도 건수	보도자료 배포 건수
2014년	102회	1,125건	319건
2015년	97회	903건	253건

○ 라디오, TV, 신문을 통한 언론 보도 건수는 2014년 1,125건, 2015년 903건으로 2014년에 비해 감소한 것으로 나타남. 지자체에서 제공한 보도 자료 건수는 2014년 319건, 2015년 253건으로 나타남.

○ 이상과 같이 17개 시·도 지자체의 소비자정보 제공 현황을 보면 2014년에 비해 2015년의 소비자정보 실적이 인쇄물 제작 배포, 언론매체 보도 및 보도자료 배포 등 전반적으로 감소되었음.

○ 지자체별로 보면 울산, 경기, 충남은 다른 지자체에 비해 인쇄물을 이용한 소비자제공 건수가 높았고, 언론보도 회수가 상대적으로 높은 지자체는 서울, 강원, 경기, 울산, 충북으로 나타남. 지자체에서 배포한 보도자료 건수가 많은 지자체는 울산이 2014년, 2015년 모두 높아 소비자정보 제공 실적이 높았음.

○ 반면 경북은 다른 지역에 비해 언론보도나 보도자료 배포 등에 있어 실적이 미흡한 것으로 나타남(조사 자료가 미흡한 세종시, 제주도 제외).

<표 25> 17개 시·도의 연도별 소비자정보 제공 현황

구분	2014년			2015년		
	인쇄물	언론보도	보도자료	인쇄물	언론보도	보도자료
서울특별시	1	252	13	2	140	8
부산광역시	4	-	-	4	-	-
대구광역시	10	34	9	8	22	6
인천광역시	2	60	8	2	62	7
광주광역시	5	10	10	5	56	56
대전광역시	8	29	29	8	34	34
울산광역시	13	123	94	13	83	81
세종특별자치시	-	-	-	-	-	-
경기도	12	138	22	17	108	12
강원도	5	192	4	4	192	5
충청북도	7	125	5	7	99	3
충청남도	11	14	5	12	14	5
전라북도	8	48	14	8	79	15
전라남도	7	55	55	3	5	5
경상북도	9	-	6	4	-	7
경상남도	-	45	45	-	9	9
제주도	-	-	-	-	-	-

2. 소비자교육 지원

○ 소비자 역량 강화 정책에 있어 시·도 지자체의 역점 사업으로 소비자교육을 들 수 있음. 이에 17개 시·도 지자체의 소비자교육 실적에 대해 교육 대상 및 참여 인원 현황을 일반 소비자, 취약계층, 사업자 및 전문가 대상으로 나누어 분석함.

○ 일반 소비자는 아동, 청소년, 대학생, 일반 성인과 군장병 및 민방위 대원, 기타로 나누어 보면 어린이와 청소년 대상에 치중되어 진행된 것을 알 수 있으며 다른 대상에 대한 소비자교육은 미흡하게 진행된 것을 알 수 있음.

<표 26> 17개 시·도의 일반 소비자 대상 소비자교육

구분	2014년		2015년	
	횟수(회)	참여인원(명)	횟수(회)	참여인원(명)
어린이(유치원, 초등학생)	815	67,151	528	36,532
청소년(중고등학생)	672	106,694	611	107,840
대학생	19	2,163	13	835
일반 성인	92	6,016	76	5,305
군장병, 민방위대원	5	614	9	1,350
기타	35	2,321	49	3,591

○ 소비자교육의 기회가 적은 취약 계층의 소비자교육 현황을 보면 고령자를 대상으로 한 교육은 2014년 970회, 2015년 1,537회로 다른 취약 계층 대상들에 비해 높았음. 다문화 가족이나 새터민 등 언어 소통에서부터 우리나라 시장에 대한 이해가 부족한 이들에 대한 교육은 2014년 65회, 2015년 70회로 교육 횟수는 적었으나 조금씩 증가하고 있었음. 반면 장애인 대상의 소비자교육은 2014년 17회, 2015년 27회로 교육의 증가하고 있으나 다른 대상에 비해 상대적으로 매우 적게 이루어지고 있었음.

<표 27> 17개 시·도의 취약계층 소비자 대상 소비자교육

구분	2014년			2015년		
	횟수(회)	참여인원(명)	1회 평균 교육참가자(명)	횟수(회)	참여인원(명)	1회 평균 교육참가자(명)
고령자	970	46,070	48명	1,537	55,549	36명
다문화가족, 새터민	65	1,650	25명	70	1,414	20명
장애인	17	523	31명	27	831	31명

○ 취약 계층은 소비자교육에 대한 기회도 부족하지만 이해력도 상대적으로 낮기 때문에 효과적 교육을 위해선 대형 강의를 지양하여야 함. 따라서 1회 평균 교육 참여 인원을 비교해 보면 장애인 소비자를 제외하고 다른 대상자들은 2014년에 비해 2015년의 1회 평균 교육 참가자의 수가 감소한 것을 알 수 있음.

○ 소비자 관련 업무를 담당하고 있는 공무원이나 소비자상담원, 사업자를 대상으로 한 소비자교육을 보면 단체 실무자 및 상담원을 대상으로 한 교육은 2014년 19회, 2015년 21회가 실시되었으며 담당 공무원 대상으로 한 교육은 2014년 6회에서 2015년 33회로 크게 증가하였음. 반면 사업자를 대상으로 한 소비자교육은 2014년 9회, 2015년 5회로 감소하였음.

<표 28> 17개 시·도의 사업자 및 전문가 대상 소비자교육

구분	2014년		2015년	
	횟수(회)	참여인원(명)	횟수(회)	참여인원(명)
단체 실무자, 상담원	19	579	21	805
공무원	6	166	33	1,707
사업자	9	3,450	5	2,500

- 사업자 대상 소비자교육은 사업자가 업체를 운영, 종사하면서 지켜야 하는 소비자문제 관련 대처 방법, 관련 법률 등의 교육을 통해 고객 만족을 높일 수 있는 효과를 기대할 수 있으며 무엇보다 소비자 피해 예방 교육으로 중요한 역할을 할 수 있는 교육임.

○ 소비자정보 제공과 소비자교육 지원 현황을 살펴본 결과 소비자정보 제공은 전반적으로 감소되고 있었으며 소비자교육 지원은 취약계층과 전문가 대상 교육은 약간 증가하였으나 일반 소비자나 사업자 대상 교육은 감소한 것으로 나타났음.

제 5 절 지자체 민원센터 내 소비자상담 관리

○ 지자체에서는 시·도민들의 다양한 민원을 간편하게 접수하고 신속하게 해결할 수 있는 시스템으로 각 지자체별로 종합민원 콜센터를 만들어 운영하고 있음. 종합 민원 콜센터는 모든 지자체에서 공통 번호로 국번없이 120을 이용할 수 있도록 만들어져 있음. 예를들어 서울시에서는 2007년부터 '다산콜센터'를 두고 각종 민원 전화를 통합시켜 운영하고 있음.

- 이같은 종합 민원 콜센터는 시민들의 전화 민원에 대한 장시간 대기, 전화돌림, 공무원들의 불친절 등의 문제를 개선하고 시·도민들의 여러 민원 문제를 편리하게 해결하는데 도움을 주고 있음.

○ 지자체 민원 공통 전화번호인 120번호를 이용하여 종합 민원 콜센터를 운영하고 있는 지자체는 서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 세종, 경기, 강원, 충남, 경북, 제주 지역으로 총 13개 지자체였음. 충북, 전북, 전남, 경남 4개 지자체에서는 기존의 시·도청 내의 민원 센터를 중심으로 시·도민들의 민원 신청을 접수·처리하고 있었음.

○ 120 민원 콜센터의 상담 접수 방법은 기존의 민원 센터에서 이용하고 있는 방법인 전화, 방문, FAX 외에 장애인들이 이용할 수 있는 영상 상담, 채팅, 문자, 수화 상담과 외국인들을 위한 외국인 상담 방법을 운영하며 소비자들이 소통 방법의 불편 없이 다양한 방법으로 운영하고 있었음.

○ 이외에 대구, 인천, 광주, 세종의 민원 콜센터에서는 SNS를 이용한 상담과 별도의 모바일앱을 개발하여 시·도민들이 편리하게 민원 관련 정보와 상담을 이용할 수 있도록 하고 있었음.

<표 29> 17개 지자체의 120 민원 콜센터 (2016.12 현재)

구분	명칭	상담 접수 방법	처리 기한
서울특별시	서울 다산콜센터	- 전화, 방문, FAX, 영상, 채팅, 문자, 수화, 외국인 상담	5일
부산광역시	부산 바로콜센터	- 전화, 방문, FAX, 영상, 채팅, 문자, 수화, 외국인 상담	20일
대구광역시	달구벌콜센터 (두드리스)	- 전화, 방문, FAX, 영상, 채팅, 문자, 수화, 외국인 상담, SNS	14일
인천광역시	인천 미추홀콜센터	- 전화, 방문, FAX, 영상, 채팅, 문자, 수화, 외국인 상담, SNS, 모바일앱	7일
광주광역시	광주 빛고을콜센터	- 전화, 방문, FAX, 영상, 채팅, 문자, 수화, 외국인 상담, 모바일앱	7일
대전광역시	대전 120콜센터	- 전화, 방문, FAX, 영상, 채팅, 문자, 수화, 외국인 상담	7일
울산광역시	울산 120해울이콜센터	- 전화, 문자, 온라인 상담	14일
세종특별자치시	세종시 민원콜센터	- 전화, 온라인 상담, 모바일앱	7일
경기도	경기도 콜센터	- 전화, 방문, FAX, 영상, 채팅, 문자, 수화, 외국인 상담	7일
강원도	강원도 콜센터	- 전화, 방문, FAX, 우편, 온라인상담	7일
충청북도	충북 민원 상담	- 전화, 방문, 수화, 채팅 상담	10일
충청남도	120 충남 콜센터	- 전화, 문자, 수화, 채팅 상담	14일
전라북도	전북 민원 상담	- 전화, 방문, 온라인 상담	-
전라남도	전남 민원 상담	- 전화, 방문, 온라인 상담	7일
경상북도	경상북도 행복 콜센터	- 전화, 우편, 온라인 상담	10일
경상남도	경남 민원 상담	- 전화, 채팅, 영상, 온라인 상담	14일
제주도	제주 120 콜센터	- 전화	30일

○ 시·도민들이 민원을 접수한 후 처리 기한을 지정하여 운영하고 있는 지자체는 16개 지자체였음. 민원 센터의 상담 처리 기한은 평균 11일이었으며 최소 5일, 최대 30일의 처리 기한으로 지자체별로 편차가 컸음.

○ 17개 지자체의 민원센터에 접수된 소비자 문제 관련 민원은 2014년에는 6,319건, 2015년 6,709건으로 비슷하게 접수되었음. 이에 대한 해결 건수는 2014년에는 4,120건으로 처리율이 65.2%였으나 2015년에는 4,857건으로 72.4%로 해결된 비율이 증가한 것으로 나타남.

- 부산, 인천, 대전, 울산, 경기, 강원, 충남, 전남, 경북의 소비자 민원 처리율은 85% 이상으로 높았음.

<표 30> 7개 지자체의 민원 상담 내 소비자관련 민원 현황

구분	2014년		2015년	
	소비 관련 민원 건수	해결 건수	소비 관련 민원 건수	해결 건수
서울특별시	334	189(56.6%)	386	146(37.8%)
부산광역시	2,220	2,220(100.0%)	3,065	3,065(100.0%)
대구광역시	1,636	328(20.0%)	1,251	287(22.9%)
인천광역시	7	7(100.0%)	8	8(100.0%)
광주광역시	-	-	-	-
대전광역시	1	1(100.0%)	1	1(100.0%)
울산광역시	22	22(100.0%)	33	33(100.0%)
세종특별자치시	-	-	-	-
경기도	27	27(100.0%)	36	36(100.0%)
강원도	1,152	1,049(91.1%)	1,092	1,017(93.1%)
충청북도	-	-	-	-
충청남도	45	40(88.9%)	37	32(86.5%)
전라북도	-	-	-	-
전라남도	19	19(100.0%)	12	12(100.0%)
경상북도	27	27(100.0%)	13	13(100.0%)
경상남도	-	-	-	-
제주도	829	191(23.0%)	775	207(26.7%)
총계	6,319	4,120(65.2%)	6,709	4,857(72.4%)

- 반면 대구와 제주는 민원센터로 접수된 소비자문제의 처리율이 20%대로 낮았음.

- 본 조사를 통해 지자체의 종합 민원센터를 통해서도 소비자 문제에 관한 상담 접수가 많다는 것을 확인할 수 있었음. 또한 종합 민원 센터를 운영함으로써 기존의 민원 센터보다 외국인이나 장애인 등의 시·도민들이 편리

하게 상담 서비스를 이용할 수 있도록 수화, 영상, 채팅, 앱 서비스 등 다양한 상담 방법을 운영한다는 데 큰 의미가 있음. 그러나 민원 처리 기한이 있음에도 불구하고 민원 상담이 해결되지 않는 사례가 많아 상담 해결에 좀 더 관심을 쏟을 필요가 있음을 알 수 있었음.

제 6 절 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 소비생활센터는 2001년 소비자기본법의 개정으로 리콜 관련 업무 등 많은 소비자행정 업무가 지자체로 위임되며 지자체의 소비자행정 업무가 증대됨에 따라 이에 대한 지자체의 소비자행정 업무를 지원하는 기능을 수행하기 위해 설립됨.
- 소비생활센터는 지자체가 주관하여 설치, 운영되고 있으며 소비자기본법 제7조와 동법 시행령 제5조에 의해 국가는 지자체가 소비자권익 증진에 관한 업무를 효율적으로 수행하기 위해 법 제29조에 따라 등록된 소비자단체나 법 제33조에 따른 한국소비자원에 소속된 직원의 파견을 요청하는 경우 파견 직원에 드는 비용을 지원할 수 있음.
- 소비생활센터의 주요 업무는 각 지자체의 조례에 따라 약간의 차이는 있으나 소비자의 불만 및 피해 처리와 정보제공, 교육 업무와 사업자의 부당 행위에 대한 조사, 권고 등의 업무와 소비자단체의 지원 업무, 소비자시책 수립 및 실시 등의 행정 업무를 담당하고 있음.
- 현재 소비생활센터의 설치·운영 실태를 살펴보면 <표 31>와 같음. 17개 지자체 중 서울시와 경기도는 각각 1998년과 1999년에 설립되어 다른 지자체에 비해 빨리 설립되었으며 그 외 대부분의 지자체에서는 2001년~2003년 사이에 설립되었음. 한편 세종에는 아직 소비생활센터가 개설되지 않았음.
- 16개 지자체의 소비생활센터에서 소비자상담 업무를 보는 상담원들의 전체 인력은 총 37명으로 조사되어 열악한 수준임을 알 수 있었음.

<표 31> 17개 시·도 지자체의 소비생활센터 현황

구분	명칭	설립 연도	상담원 총 인력
서울특별시	소비생활센터	1998년	3명(3명)
부산광역시	소비생활센터	2002년	2명
대구광역시	소비생활센터	2003년	1명
인천광역시	소비생활센터	2003년	2명
광주광역시	소비생활센터	2001년	2명
대전광역시	소비생활센터	2003년	1명
울산광역시	소비자센터	2003년	1명
세종특별자치시	-	-	-
경기도	소비자정보센터	1999년	12명
강원도	소비생활센터	2003년	2명
충청북도	소비생활센터	2003년	1명
충청남도	소비생활센터	2005년	1명
전라북도	소비생활센터	2003년	1명
전라남도	소비생활센터	2007년	1명
경상북도	소비자행복센터	2003년	2명
경상남도	소비생활센터	2003년	3명
제주도	소비생활센터	2003년	2명

- 소비생활센터 상담원들의 근무 현황을 센터에서 임용한 경우와 민간단체 파견 상담원으로 나누어 살펴봄. 자체 임용 상담원은 비상근인 경우는 없었으며 상근 임용 상담원이 총 6명으로 조사됨.
- 반면 민간단체 파견 상담원은 상근 18명, 비상근 13명으로 나타나 실제 소비생활센터의 상담 업무는 민간단체 파견 상담원들로 구성되어 운영되고 있음을 알 수 있었음.

<표 32> 16개 지자체의 소비생활센터 인력 현황

	자체 임용 상담원			민간단체 파견 상담원		
	인원	평균 근무연한	평균 임금 (월 단위)	인원	평균 근무연한	평균 임금 (월 단위)
상근	6명	3년 9개월	227.2만원	18명	2년 4개월	156.5만원
비상근	-	-	-	13명	7년 9개월	56.7만원

- 상담원들의 평균 근무 연수는 센터 임용 상근 상담원은 3년 9개월이었으며 민간단체 파견 상근 상담원은 2년 4개월, 비상근 파견 상담원은 7년 9개월로 민간단체 비상근 파견 상담원들의 평균 근무 연수가 약 2배 이상 긴 것으로 나타남.
- 월평균 임금은 상담원 중 가장 높은 비율을 차지하고 있는 민간단체 비상근 파견 상담원은 평균 금액이 56만7천원으로 가장 낮았음. 반면 센터 임용 상근 상담원은 월평균 227만2천원, 민간단체 파견 상근 상담원은 평균 월 156만5천원으로 조사됨.
- 이상과 같이 소비생활센터는 운영된 지 평균 약 15년이 넘었지만 상담실 운영을 민간단체 파견 상담원을 중심으로 운영하고 있음을 알 수 있었고 비상근 상태로 운영하며 임금 수준도 매우 낮게 책정하고 있었음.

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

- 지자체 내 소비생활센터에서는 모두 1372 소비자상담을 운영할 수 있는 전화 회선을 모두 설치·운영하고 있었음.

<표 33> 16개 시·도 소비생활센터 1372 소비자상담 운영 현황
(2016년 11월 현재)

구분	1372 전화회선 수	2014년 상담 건수	2015년 상담 건수
서울특별시	1대	657건*	460건*
부산광역시	2대	2,824건	2,225건
대구광역시	2대	1,636건	1,251건
인천광역시	2대	8,120건	8,499건
광주광역시	2대	1,325건	1,142건
대전광역시	1대	1,176건	1,098건
울산광역시	1대	2,702건	3,197건
경기도	6대	15,059건	18,220건
강원도	1대	1,152건	1,092건
충청북도	9대	8,889건	8,474건
충청남도	1대	530건	480건
전라북도	2대	1,440건	1,149건
전라남도	1대	431건	395건
경상북도	1대	2,405건	1,543건
경상남도	2대	4,511건	1,917건
제주도	2대	829건	775건
총계	36대	53,686건	51,917건

* 서울시의 상담 건수는 1372 전화 회선 개설 전 상담 건수

○ 16개 시·도 소비생활센터에서 운영하고 있는 1372 전화회선은 총 36회선으로 조사됨. 대부분이 1~2회선의 전화회선을 개설·운영하고 있었으며 경기도만 총 6회선의 1372 전화회선을 설치하여 운영하고 있었음.

- 서울시의 소비생활센터는 1372 전화회선을 2016년에 1개 개설하였으며 그 이전에는 별도의 상담 전화를 이용하여 소비자상담을 접수·처리하고 있었음.

○ 연평균 상담 건수를 1회선당 상담 건수로 분석해 보면 지역별로 차이가 있었음. 즉 인천 소비생활센터는 2014년 4,060건, 2015년 4,250건으로 1회선당 상담 건수가 가장 많았고 경기도 소비생활센터도 2014년 2,510건, 3,037건로 많았음. 반면 전남은 1회선당 상담 건수가 2014년 431건, 2015년 395건, 제주는 2014년 415건, 2015년 388건으로 상대적으로 상담 건수가 가장 적었음.

○ 전국 1372 소비자상담 중 16개 시·도 소비생활센터의 소비자상담 비중을 살펴보면 우선 전화회선은 2016년 12월 현재 전국 1372 상담 전화 회선은 244회선이 개설·운영하고 있었고 이중 소비생활센터는 36회선으로 14.8%를 차지하고 있었음.

<표 34> 전국 1372 소비자상담 및 16개 시·도 소비생활센터 소비자상담 현황

	1372 회선수	2014년 소비자상담 건수*	2015년 소비자상담 건수*
전국 소비자상담	244회선	862,351건	806,450건
17개 소비생활센터	36회선	53,686건	51,917건
전국 대비 소비생활센터 비율	14.8%	6.2%	6.4%

* 해외 및 기타 상담 제외 상담 건수

○ 2014년과 2015년의 소비생활센터 상담건수는 각각 53,686건, 51,917건으로 전국 1372 소비자상담의 약 6%를 차지하고 있었음.

○ 소비생활센터의 전화 회선 비율이 14.8%인데 반해 소비자상담 건수는 6%대인 것으로 볼 때 소비생활센터의 소비자상담 접수율이 다른 기관에 비해 낮다고 할 수 있음.

○ 소비생활센터에서 상담 접수 후 처리 결과를 살펴보면 1순위는 기타 정보제공이 가장 많았으며 2순위는 분쟁해결기준 설명 순으로 나타남.

○ 3순위로 많은 소비자 상담 처리 내용은 법·제도를 설명한 경우가 많았고 4순위도 법·제도 설명이나 상품 설명 등의 정보 제공이 많았음. 5순위는 계약 해제·해지 처리가 많은 것으로 나타남.

<표 35> 17개 시·도 소비생활센터 소비자상담 상위 처리 현황

구분	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
서울특별시	기타정보제공	환급	계약이행	교환	배상
부산광역시	환급	수리보수	교환	계약해제, 해지	법,제도 설명
대구광역시	기타정보제공	분쟁해결기준 설명	법,제도 설명	환급	계약이행
인천광역시	기타정보제공	분쟁해결기준 설명	법,제도 설명	상품정보제공	피해구제 접수 안내
광주광역시	분쟁해결기준 설명	피해구제 접수 안내	기타정보제공	상품정보제공	부당행위 시정
대전광역시	기타정보제공	분쟁해결기준 설명	법,제도 설명	비소비자상담 처리	처리 불능
울산광역시	법,제도 설명	분쟁해결기준 설명	기타정보제공	계약이행	피해구제 접수 안내
경기도	기타정보제공	분쟁해결기준 설명	부당행위시정	법,제도 설명	상품정보제공
강원도	기타정보제공	분쟁해결기준 설명	법,제도 설명	타기관 알선, 이관	배상
충청북도	기타정보제공	분쟁해결기준 설명	상품정보제공	피해구제 접수 안내	법,제도 설명
충청남도	기타정보제공	분쟁해결기준 설명	수리보수	법,제도 설명	계약해제, 해지
전라북도	분쟁해결기준 설명	기타정보제공	법,제도 설명	타기관 알선, 이관	계약해제, 해지
전라남도	기타정보제공	분쟁해결기준 설명	수리보수	법,제도 설명	계약해제, 해지
경상북도	분쟁해결기준 설명	기타정보제공	타기관 알선, 이관	법,제도 설명	사업자상담실 안내
경상남도	피해구제 접수 안내	분쟁해결기준 설명	기타정보제공	법,제도 설명	취하, 중지
제주도	기타정보제공	환급	교환	수리보수	계약해제, 해지

- 이같이 소비생활센터의 상담 처리는 정보제공의 상담 처리가 많은 것을 알 수 있음. 특히 기타 정보제공, 분쟁해결기준, 법·제도 등 관련 법과 규제에 대한 정보들을 알려주는 것으로 상담이 처리되는 경우가 많았고 이외에 많이 이루어지는 정보 제공으로는 상품에 대한 정보 제공, 피해구제 접수 방법으로 나타남.

3. 소비생활센터 홈페이지 운영

- 소비생활센터는 소비자에게 편리하고 쉽게 소비자정보를 제공하기 위해 온라인 홈페이지를 개설·운영하고 있음. 소비생활센터의 홈페이지 개설·운영 현황에 대해 조사함.

<표 36> 소비생활센터 홈페이지 유무와 소비자 접근성 정보 현황

구분	홈페이지 유무	센터 안내 내용		센터 홈페이지 접근성			
		센터소개	위치 및 연락처	main page	관련 부서 page	기타 방법	포털 검색유무
서울특별시	×	-	-	-	-	-	-
부산광역시	○	○	○	-	○	-	-
대구광역시	○	○	○	-	○	-	-
인천광역시	○	○	○	○	-	-	-
광주광역시	○	○	○	○	-	시민맞춤 정보	-
대전광역시	○	○	○	○	-	-	-
울산광역시	○	○	○	-	○	-	-
경기도	○	○	○		○	-	-
강원도	○	○	○	○	○	-	○
충청북도	○	○	○	-	-	패밀리 사이트	○
충청남도	○	○	○	-	○	-	-
전라북도	○	○	○	-	○	-	○
전라남도	○	○	-	○	-	-	-
경상북도	○	○	○	○	-	-	-
경상남도	○	○	○	○	-	-	-
제주도	○	○	○	-	○	-	○

- 16개 지자체의 소비생활센터 중 홈페이지를 운영하고 있는 곳은 15개 소비생활센터였으며 서울시는 소비생활센터 홈페이지를 운영하고 있지 않았음. 홈페이지는 별도의 홈페이지를 개설한 곳도 있었으며 시·도청 홈페이지 내에서 운영되는 곳도 있었음.

- 소비생활센터의 홈페이지에서 제공하는 센터에 대한 기본 정보인 센터 안내 정보로 센터 소개와 위치, 연락처에 대한 정보는 거의 모든 소비생활센터 홈페이지에서 소개되어 있었음.

<표 37> 소비생활센터 홈페이지 내 소비자정보

구분	피해처리 안내	소비자교육	특수거래 정보	소비자 안전	관련 법령
부산광역시	①,②,③,④ ⑤,⑥,⑦	①, ②	②, ③	①, ②	①,②,③,④
대구광역시	①,②,③,④ ⑤,⑥,⑦	①,②,③	①,②,③,④	①, ②	①,②,③,④
인천광역시	①, ⑤	-	-	①, ②	③, ④
광주광역시	①,②,③, ⑤,⑦	-	①,②,④	-	②
대전광역시	①,②,③,④ ⑤,⑥,⑦,⑧	①,②,③	①,②,③,④	①	③
울산광역시	①,②,③ ⑤,⑦,⑧	①,②,④	④	③	②, ③
경기도	①,②,③,④ ⑤,⑥,⑦	①, ②	①,②,③,④	①, ②	①,②,③,④
강원도	①,②,③,④ ⑤,⑥,⑦	①, ②	②, ③	①, ②	①,②,③,④
충청북도	①,②,③,④ ⑤,⑦,⑧	①,②,③	①,②,③	①, ②	①,②,③,④,⑤
충청남도	①,②,③, ④,⑤,⑦	①,②,③	①,②,③,④	①, ②	-
전라북도	①,②,③ ⑤,⑦	①,②,③	①,②,⑤	①, ②	①,②,③,④,⑤
전라남도	①,②,③,⑦	-	②	-	①,②,③
경상북도	①,②,③, ⑤,⑥,⑦	①, ②	②	-	①, ③
경상남도	①,②,③,④ ⑤,⑥,⑦	①,②,③	①,②,③,④	①, ②	①,②,③,④
제주도	①,②,③,⑤	③	①, ④	-	①,②,③
<보기>					
피해처리안내	①상담안내 ②온라인상담 ③상담/피해 사례 ④소비자분쟁조정사례 ⑤내용증명작성법 ⑥세탁심의안내 ⑦관련사이트 ⑧기타()				
소비자교육	①소비자의 권리 ②소비자 정보 ③물가정보 ④기타()				
특수거래소비자 정보	①특수거래 안내(방문판매, 전화권유판매, 다단계판매, 통신판매, 할부거래, 계속거래) ②청약철회권 ③항변권 ④특수거래사업자정보조회 ⑤기타()				
소비자안전 법령	①위해정보제도 ②안전정보 ③기타() ①소비자시책 ②법령 ③소비자분쟁해결기준 ④ 표준약관 ⑤기타()				

- 소비자가 소비생활센터의 홈페이지를 이용하기 위해서는 별도의 사이트가 아닌 시·도청의 홈페이지에 접속하여 소비생활센터를 찾아 접속해야 하는 것으로 나타남. 조사 결과 인천, 광주, 대전, 전남, 경북, 경남은 시·도청 홈페이지의 main page에서 클릭해서 접근할 수 있었으나 부산, 대구, 울산, 경기, 충남, 전북, 제주 소비생활센터는 시·도청 홈페이지 내 소비자담당 부서의 page에서 클릭해서 접근할 수 있었음. 강원 소비생활센터는 도청 홈페이지의 main과 관련 부서 page 두 군데에서 소비생활센터 사이트에 접근할 수 있었음.

- 기타 방법으로 광주 소비생활센터는 시청 홈페이지의 main에 위치한 ‘시민맞춤정보’를 통해 소비생활센터 홈페이지에 접속할 수 있었으며 충북은 패밀리 사이트를 통해 소비생활센터 사이트를 소개하고 있었음.

- 시·도청 홈페이지 외에 지자체의 소비생활센터의 사이트를 소비자들이 포털 사이트에서 검색해서 접속할 수 있는 지에 대한 조사를 위해 2016년 12월 다음이나 네이버 같은 포털 사이트에서 각 지자체의 소비생활센터를 검색한 결과 검색이 되는 사이트는 강원, 충북, 전북, 제주의 소비생활센터 밖에 없는 것으로 나타남.

- 홈페이지를 통해 소비생활센터에서 소비자에게 제공하고 있는 소비자정보를 조사하기 위해 소비자 피해 처리 안내, 소비자교육, 특수거래 정보, 소비자안전, 관련 법령으로 나누어 조사·분석함.

- 「소비자피해 처리」와 관련된 정보는 모든 소비생활센터에서 안내하고 있었으며 구체적인 내용으로 ‘상담 방법에 대한 안내’와 ‘내용증명 작성법’에 대한 내용은 대부분의 사이트에서 소개하고 있었음. 이외에 대전 소비생활센터에서는 기타 정보로 소비자피해 관련 소비자뉴스를 제공하고 있었음.

- 「소비자교육」 관련 정보에 대해 인천, 광주, 전남의 소비생활센터 홈페이지에서는 별도의 내용을 다루고 있지 않았음. 이외 다른 지역의 소비생활센터의 「소비자교육」 카테고리에서 공통으로 제공하고 있는 내용으로는 ‘소비자 권리’ 등을 제공하고 있었음.

- 「특수거래 정보」는 「청약철회권」에 대한 정보 제공을 공통으로 하고 있었으며 「항변권」과 「특수거래 사업자 정보 조회」에 대한 정보를 제공하는 경우도 많았음.
- 「소비자안전」 카테고리에서는 광주, 전남, 경북, 제주를 제외한 다른 소비생활센터에서 모두 제공하는 정보로 「위해 정보 제도」와 「안전 정보」를 대부분 제공하고 있었음.
- 「소비자 법령」에서는 「소비자 관련 법령」과 「소비자분쟁해결기준」을 공통으로 제공하고 있었음.
- 소비생활센터의 홈페이지는 시·민들이 언제 어디서나 편리하게 소비자정보를 제공받을 수 있는 방법으로 서울시 소비생활센터를 제외한 모든 지자체의 소비생활센터가 자체 홈페이지를 운영하며 여러 소비자정보를 제공하고 있었음. 그러나 대부분의 경우 포털 사이트에서 검색되지 않았으며 시·도 지자체의 홈페이지 외에 외부에서 직접 센터의 홈페이지를 접속하는 데에는 한계가 있었음. 또한 기본적인 소비자정보 제공이 이루어지고 있을 뿐 지역에서 이루어지고 있는 소비자문제나 정보를 제공하는 곳은 거의 없었음.

제 3 장 지방소비자행정에 대한 전문가 평가 결과

1. 전문가 평가 개요

1) 조사 목적 및 방법

- 지자체에서 시행하고 있는 소비자행정에 대한 평가를 보다 실질적이고 실효성 있게 하기 위해 지자체별로 지역별 전문가 조사를 실시함. 즉 각 지자체별로 전문가 조사를 개별 평가하여 각 지역의 경제 현황과 특성을 고려한 효율적인 비판과 제언을 이끌어 내는데 목적을 둠.
- 이에 본 연구에서는 전문가 평가 대상자 모집을 각 지자체별로 해당 지역의 특성과 경제 현황에 대해 잘 알고 있는 소비자정책, 소비자교육 및 정보, 소비자상담 영역 등의 전문가 약 30명을 지역별로 선정함.
- 조사 방법은 델파이 조사를 통해 개발된 평가지를 통해 설문조사하였으며 조사대상자들의 평가 자료는 본 연구에서 조사한 「지방 소비자행정 실태 조사」 결과를 제공함.
- 조사 기간은 지역별로 차이는 있으나 소비자행정 실태 조사 이후인 2016년 12월 16일 ~ 2016년 12월 30일 동안 실시함.
- 분석 방법은 평균(100점 만점으로 환산하여 제시함), 빈도, 백분율을 이용하여 분석하였으며 결측치는 제외하여 제시하였음. 또한 주관식으로 조사한 응답에 대해 17개 지역에서 공통적으로 나온 의견을 정리하여 제시하였음.
- 2) 조사대상자의 특성
 - 지방소비자행정에 대한 전문가 평가의 조사대상자의 특성을 전체적으로 살펴보면 여자가 71.6%(360명)로 남자의 28.4%(143명)로 약 2배 정도 높았으며, 연령은 50대가 40.0%(201명)로 다른 연령대에 비해 높았고 20대는 5.0%(25명)로 가장 낮았음.

<표 38> 17개 지역별 소비자행정실태 전문가 평가 조사 대상자의 일반적 특성

구분	항목	빈도(%)	구분	항목	빈도(%)
성별	남자	143(28.4)	연령	20대	25(5.0)
	여자	360(71.6)		30대	46(9.1)
전문 영역*	소비자정책	161(32.0)		40대	148(29.4)
	소비자정보 및 교육	230(45.7)		50대	201(40.0)
	소비자상담	210(41.7)		60대 이상	83(16.5)
	기타	119(23.7)			

* 복수응답

○ 전문 영역은 복수 응답으로 조사한 결과 약 1.5개의 영역이 겹쳐지는 것으로 나타났으며 소비자정보 및 교육 영역의 전문가가 230명, 소비자상담 전문가 210명, 소비자정책 전문가 161명이었음.

- 기타 전문 영역으로는 의학, 식품, 시의원, 리서치 영역 등이었음.

○ 지역별 조사대상자들의 전문가 영역 및 경력은 <표 >와 같음. 전문 영역별 평균 경력을 보면 소비자정책 영역의 전문가는 약 8년 8개월이었으며 소비자정보 및 교육 영역은 8년 9개월, 소비자상담 영역 7년 9개월, 기타 영역 10년 9개월이었음.

○ 전문 영역은 복수 응답으로 조사하였으며 소비자정책 영역은 10명 이내인 지역이 9개 지역으로 다른 영역에 비해 적었음. 소비자정보 및 교육 영역은 대부분의 지역이 10명 이상의 전문가들로 구성하였으나 울산과 충남은 10명 미만이었음. 소비자상담 영역 역시 대부분의 지역에서 10명 이상의 전문가들로 구성하였으나 인천, 광주, 충남, 전남, 경북은 10명 미만이었음. 서울과 경남이 다른 지역에 비해 기타 영역의 전문가들이 많은 것으로 나타남.

<표 39> 지자체별 소비자행정 평가 조사자들의 전문 영역 및 경력

구분	소비자정책		소비자정보 및 교육		소비자상담		기타 영역	
	N(명)	M	N(명)	M	N(명)	M	N(명)	M
서울특별시	16명	7년1개월	18명	9년2개월	15명	7년8개월	21명	10년2개월
부산광역시	7명	6년2개월	11명	13년6개월	17명	10년3개월	4명	16년4개월
대구광역시	11명	8년7개월	13명	9년8개월	11명	6년1개월	5명	12년
인천광역시	9명	4년4개월	12명	7년	9명	6년8개월	-	-
광주광역시	6명	5년1개월	10명	6년3개월	9명	5년6개월	5명	7년7개월
대전광역시	21명	8년5개월	23명	7년3개월	23명	7년1개월	16명	9년9개월
울산광역시	6명	10년	8명	5년8개월	14명	6년7개월	12명	10년8개월
세종특별자치시	9명	9년5개월	12명	3년9개월	9명	12년5개월	-	-
경기도	6명	9년3개월	17명	12년3개월	12명	10년9개월	4명	10년9개월
강원도	13명	9년3개월	11명	6년9개월	15명	4년1개월	4명	6년5개월
충청북도	7명	8년8개월	17명	11년3개월	13명	7년2개월	3명	8년3개월
충청남도	10명	6년3개월	9명	8년1개월	5명	10년	6명	12년1개월
전라북도	11명	13년4개월	14명	9년	16명	11년3개월	3명	12년8개월
전라남도	1명	2년	14명	13년1개월	9명	4년6개월	7명	20년1개월
경상북도	12명	8년4개월	10명	5년6개월	8명	5년7개월	1명	5년
경상남도	6명	13년8개월	20명	4년7개월	15명	4년6개월	20명	8년7개월
제주도	10명	13년1개월	11명	17년	10명	14년2개월	8명	13년4개월
계	161명	8년8개월	230명	8년9개월	210명	7년9개월	119명	10년9개월

* 복수응답

2. 지방소비자행정 기반에 대한 평가

1) 자치 법규 제·개정 및 관련 위원회 운영 평가

○ 각 지자체별로 평가한 자치 법규의 제·개정 현황에 대해 전문가 평가 점수는 평균 64.6점이었으며 소비 관련 자치 법규의 제·개정 시 의견 수렴 방법은 평균 63.6점으로 평가함.

<표 40> 지자체의 소비자 관련 자치 법규 제·개정 운영 평가

내용	M	긍정적 평가	보통			부정적 평가
자치 법규 제·개정 현황	64.6점	24(5.1)	162(34.2)	196(41.4)	81(17.1)	10(2.1)
자치 법규 제·개정 시 의견 수렴 방법	63.6점	18(3.8)	147(31.1)	214(45.2)	88(18.6)	6(1.3)

○ 각 지자체의 소비자 관련 자치 법규의 제·개정 운영에 대한 공통적인 전문가 평가 의견은 지역의 소비자행정을 하는데 기본적으로 필요한 소비자조례 등의 제정되어 있다고 평가함. 그러나 급변하는 소비사회에 비해 소비자 관련 규칙 및 규정에는 제대로 반영하고 있지 못하며 운영 면에 있어서도 적극적으로 운영하고 있지 못하다고 비판하였음.

소비자행정 활성화를 위해서는 소비자조례와 규칙의 개정 뿐 아니라 실질적인 운영을 위해 사후 관리 강화 및 기관 협력 등이 필요하다고 봄

소비자관련 규칙 및 규정의 개정이 시대의 흐름에 뒤처지고 있다고 판단됨.

○ 자치 법규 제·개정 시 의견 수렴을 지자체의 홈페이지에 공지만 하는 것에 대해서는 관계자 및 소비자들의 의견을 충분히 수렴되지 못하는 것에 대한 문제제기도 있었음.

○ 소비 관련 위원회인 소비자정책위원회와 물가대책위원회 운영에 대한 평가와 이들 위원회의 위원으로 소비자대표의 구성 현황에 대한 전문가 평가는 <표 >와 같이 나타남.

<표 41> 소비 관련 위원회 운영에 대한 전문가 평가

내용	M	긍정적 평가	보통		부정적 평가	
소비자정책위원회 운영	63.2점	17(3.6)	161(34.0)	191(40.4)	90(19.0)	14(3.0)
물가대책위원회 운영	64.2점	20(4.5)	151(33.8)	194(43.4)	69(15.4)	13(2.9)
각 위원회 내 소비자대표 구성	61.0점	14(3.1)	134(30.0)	171(38.3)	118(26.4)	10(2.2)

○ 소비자정책위원회의 운영에 대한 평균 점수는 63.2점이었으며 물가대책위원회는 64.2점으로 정책위원회의 점수가 약간 낮았음. 각 위원회 내의 구성원 중 소비자대표 비율에 대한 평가 점수는 평균 61.0점으로 세 항목 중 가장 낮았음.

○ 소비 관련 위원회에 대한 각 지역의 전문가들의 공통적인 의견으로는 비정기적인 운영과 위원회를 개최하지 않는 부분에 대한 문제제기가 컸음. 또한 위원회 내에 소비자 현실에 대한 설명을 할 수 있는 위원(소비자 대표)의 부족 등에 대한 문제제기도 있었음.

위원회 개최를 적절한 시기에 개최하여 효율성을 높여야 함에도 형식적으로 회의를 개최하여 운영하는 것이 지양되어야 함.

위원회 내에 실제 소비자 현실에 대해 이야기하고 풀어줄 위원이 부족하다고 보며 소비자행정의 범주가 넓은데 반해 (위원 구성 수가) 여러모로 부족하다고 봄.

2) 지방소비자행정 담당 인력 및 예산 현황

○ 지자체 내 소비자행정 담당 공무원의 업무 대비 인원에 대한 전문가들의 평균 평가 점수는 53.6점으로 낮았음.

○ 소비자행정 담당 공무원에 대한 전문가 평가의 공통적인 의견은 업무에 비해 인원 수 부족, 소비자행정 외의 다른 업무 부담에 대한 문제, 담당 공무원들의 전문성 문제, 잦은 인원 교체 등에 대한 비판이었음.

소비자행정 담당 직원이 너무 적어 개개인에게 부과되는 업무량이 많아 (업무를) 소화할 수 있는 지 의문이 생깁니다.

현안에 비해 적은 인원이 업무에 임하고 있다는 생각이 듭.

소비자행정 담당 공무원이 자주 바뀌어 늘 새롭게 업무를 봐야함.

소비자 과장도 팀장도 소비자행정을 전혀 모르는 분들로 구성되어 있어 업무 이해가 안 되고 있기 때문에 반드시 전문가가 필요함.

<표 42> 지방소비자행정 담당 인력 및 예산에 대한 평가

내용	M	긍정적 평가	보통			부정적 평가
소비자행정 담당 공무원의 인원의 적절성	53.6점	4(0.8)	81(16.1)	201(40.0)	184(36.6)	33(6.6)
담당 부서의 소비자행정 업무에 대한 적절성	62.2점	11(2.2)	162(32.2)	220(43.7)	93(18.5)	17(3.4)
소비자행정 업무 대비 예산의 적절성	49.0점	-	54(10.7)	179(35.6)	211(41.9)	59(11.7)
지역 경제규모(재정규모) 대비 소비자행정 예산의 적절성	47.4점	-	40(8.0)	169(33.6)	230(45.7)	64(12.7)

○ 담당 부서의 소비자행정 업무의 적절성에 대한 전문가 평균 평가 점수는 62.2점이었음. 이에 대한 각 지역별 전문가들의 공통적 의견은 소비자 담당 부서에서 소비자 관련 업무 외의 업무가 많은 것에 대한 문제 제기가 가장 많았음.

타 업무와 겹쳐 소비자행정 업무를 수행하고 있어 담당 인력과 자원이 부족하다고 생각함.

소비자행정업무를 전담하는 과 신설로 소비자업무를 독립적으로 운영할 수 있는 지방 소비자행정이 필요함

○ 소비자행정 업무 대비 예산의 적절성에 대한 평가는 평균 49.0점, 지역 경제 규모 대비 예산의 적절성은 47.4점으로 가장 낮았음.

○ 예산 부분에 대한 전문가 의견은 공통적으로 예산 부족과 새로운 소비환

경에 맞는 예산 반영 부족 문제 등을 지적하였음.

소비자 문제는 다발하며, 다양해지고, 복잡해지고 있으나 그에 따른 충분한 예산 편성이 되어 있지 않다.

지역의 총 예산에 비해 소비자 예산이 턱없이 부족하다고 생각되며, 소비자 관련 예산 지출도 의례적이고 새로운 사업 모색이나 새로운 소비환경에 맞는 예산 반영이 안 되고 있다고 생각됨.

소비자 중심의 행정 수요가 급증하고 있는 상황을 감안하여 적절한 인력과 예산 충원이 필요함.

소비생활센터 운영을 제외한 사업 예산이 몇 %나 되는 지 궁금하며 상담이나 교육 등에만 치우쳐져 소비자의 다양한 욕구에 맞추진 분야의 행정이 이뤄지고 있지 않다.

3. 지방소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 평가

○ 지자체의 소비자 권익 증진을 위한 소비자 정책 수립과 특수거래에 관한 규제 정책 수행에 대한 전문가 평가 결과 다음과 같음.

<표 43> 17개 지자체의 소비자정책 계획과 규제 관리에 대한 평가

내용	M	긍정적 평가	보통			부정적 평가
소비자권익 증진을 위한 소비자정책 수립 적절성	62.8점	10(2.0)	157(31.2)	237(47.1)	91(18.1)	8(1.6)
지역 내 소비자 거래 규제 관리 적절성	62.0점	6(1.2)	142(28.2)	258(51.3)	89(17.7)	8(1.6)

○ 소비자권익 증진을 위한 지방소비자 정책 수립에 대한 전문가 평가는 평균 62.8점이었음.

○ 전문가들의 평가 의견들을 살펴보면 일부 지자체에서는 비교적 잘 운영되고 있다는 평도 있었으나 지역 특성을 고려한 소비자정책이 이루어지고 있지 않다는 문제와 새로운 소비환경에 맞는 정책 수립 미흡, 산업 우선주의

정책 결정, 소비자 의견 수립을 통한 정책 마련 및 중장기적 비전 부족 등의 평가가 많았음.

정책의 계획이나 규제가 새로운 소비환경(글로벌, 신기술)에 맞지 않는다고 생각이 듦.

지방 소비자행정이 중앙의 정책을 수행하는 단순 기능적인 역할에만 충실하고 있어 아쉬움.

지역사회 구조 변화를 지역소비자 정책의 계획이 반영하지 못함.

소비자들의 의견을 듣고 반영하는 시스템이 필요하다고 보여짐.

새로운 소비자정책이 없는 체로 과거의 정책을 반복해서 시행되고 있으며 일자리 관련 부서에 편입시킨 뒤 위상도 떨어지고 전문성도 없어진 실정임.

- 특수거래 관련 규제에 대한 전문가 평가는 평균 62.0점으로 조사됨. 구체적인 의견으로는 특수거래에 대한 규제와 제재 조치도 미흡하다는 평가가 공통적으로 제기됨.

다단계, 후원 방판 등 사회적으로 문제가 계속적으로 발생하고 있음에도 불구하고 시정 권고, 과태료 부과 등 제재조치가 미흡한 것으로 판단됨.

대체로 잘 하고 있으나 다단계 판매업체, 선불식 할부거래업체, 후원 방문판매업체의 관리 감독을 더 강화할 필요가 있음.

관련 등록 업체의 수에 비해 시정 권고 및 과태료 부과 건수가 상대적으로 적은 것은 점검팀의 규모와도 상관이 있을 것으로 생각됨.

4. 기초지자체 및 소비자단체 지원 정책에 대한 평가

- 지역 내 소비자권익 증진을 위한 대표적인 지원 정책인 기초지자체와 소비자단체 지원 정책을 평가한 결과 기초지자체 지원은 56.8점, 소비자단체 지원은 57.6점으로 낮았음.

<표 44> 기초지자체 및 소비자단체 지원에 대한 전문가 평가

내용	M	긍정적 평가	보통			부정적 평가
기초지자체 지원	56.8점	8(1.6)	106(21.1)	210(41.7)	157(31.2)	22(4.4)
소비자단체 지원	57.6점	11(2.2)	120(23.9)	195(38.8)	153(30.4)	24(4.8)

- 기초지자체 지원 정책에 관한 전문가들의 전반적인 평가는 형식적인 지원에 대한 비판과 기초지자체의 소비자행정을 발전시키기 위한 평가가 필요하다는 등이었음.

기초지자체의 지원이 소식지 자료 제공, 물가 및 소비자유공자 표창, 워크숍 등 소비자업무 관련 지원은 형식적인 수준에 그치는 듯함.

시군 소비자업무 담당자 교육이 체계적으로 이루어져야 함. 실질적인 사업이 부족함.

광역지자체에서 기초지자체의 소비자행정에 대한 평가 필요.

- 소비자단체의 지원에 대한 전문가 의견으로는 우선 1372 상담 중심의 지원에 대한 문제와 소비자단체에 대한 담당 공무원의 인식 부족, 지원 단체 및 프로그램 선정 관련 비판이 있었음.

소비자피해 상담 지원 중심이라 아쉬우며, 일반 행정직의 경우 소비자단체를 1372상담 등 소비자 전화 상담원의 역할로 인식하기도 함.

관내 소비자 관련 단체에 대한 활동을 객관적으로 평가할 수 있는 지표 개발과 이를 토대로 한 평가를 통해 예산 적정 배분과 집중을 할 필요가 있음.

소비자단체 지원에 대한 예산 지원이나 소통할 수 있는 위원회, (지원)방식의 변화가 전혀 없으며, 변화를 모색하려는 시도의 노력이 없어 보임.

지자체 단위 사업의 지원인데도 지자체 특성에 맞는 특화된 사업이 필요한데 그렇지 않은 것 같다.

5. 지역의 소비자정보 및 교육 시행에 대한 평가

1) 지역의 소비자 정보 제공에 대한 평가

- 지자체가 지역 내 시·도민에게 제공하는 소비자정보에 대해 제공 방법, 효율성에 대한 전문가 평가 결과 각각 평균 62.2점, 60.2점으로 조사되었으며 소비자정보의 접근 용이성은 평균 58.6점으로 상대적으로 가장 낮았음.

<표 45> 소비자정보 제공에 대한 전문가 평가

내용	M	긍정적 평가	보통			부정적 평가
소비자정보제공 방법	62.2점	21(4.2)	150(29.8)	205(40.8)	115(22.9)	12(2.4)
소비자정보제공 효율성	60.2점	15(3.0)	131(26.0)	213(42.3)	130(25.8)	14(2.8)
소비자정보 접근의 용이성	58.6점	9(1.8)	115(22.9)	224(44.5)	143(28.4)	12(2.4)

- 소비자 정보 제공에 대한 전문가들의 전반적인 평가 의견은 정보 제공에 대한 홍보 부족과 정보 제공 방법이 다양하지 못한 점에 대한 비판이 많았음.

소비자정보 제공의 실효성을 높이기 위해서는 홍보가 중요함. (소비자들이) 카톡을 많이 사용하므로 SNS나 웹으로 홍보물을 작성해 홍보하면 젊은 층이 쉽게 접근할 수 있을 것이라 제안함.

대중매체와 인터넷, 앱 등을 통한 소비자 정보 제공 및 교육 확대가 요망된다.

급변하는 소비자환경에 부합되는 맞춤형 정보의 소비자 친화적 제공 방법 개발이 이루어지고 있지 않음.

홍보 트렌드를 따라가지 못하는 정보 제공 형태의 비율이 너무 높다고 생각됨.

2) 소비자교육 시행 평가

- 지자체가 직접 수행하는 소비자교육에 대한 평가는 소비자교육의 시행 횟수와 교육 대상의 다양성으로 나누어 평가하였으며 평균 점수는 각각 57.2점, 59.0점으로 조사됨.

<표 46> 지자체에서 수행하는 소비자교육에 대한 전문가 평가

내용	M	긍정적 평가	보통			부정적 평가
소비자교육의 시행 횟수	57.2점	10(2.0)	113(22.5)	206(41.0)	143(28.4)	31(6.2)
소비자교육 대상의 다양성	59.0점	17(3.4)	137(27.2)	182(36.2)	137(27.2)	30(6.0)

- 지자체가 제공하는 소비자교육에 대한 전반적인 전문가 의견으로는 체계적, 장기적 교육의 부재, 일부 교육 대상에 집중된 점 등의 비판이 있었음.

중앙정부, 각 부처, 공공기관, 소비자단체, 기업 등에서 수많은 경제교육과 소비자교육이 시행되고 있다. 이러한 교육을 좀더 종합적이고 체계적인 틀 안에서 진행하고 교육 정보가 좀더 효율적으로 제공되는 시스템이 필요하다.

소비자정보와 교육 실적이 저조하여 우선 이를 주관해서 운영할 수 있는 전문조직이 필요함.

학생들의 경우 집합교육(학교 전체 몇 백명으로 시행하는)은 교육시 전달력이나 효과가 낮고 1회 단기성 교육보다는 회차를 나누어 장기교육으로 진행되는 것이 좋음. 실적 쌓기 교육으로 판단해서는 안 됨.

지역소비자 삶의 질에 영향을 미치는 중요한 공공서비스 중 하나이므로 수혜 대상 층의 확대가 필요함.

사업자를 대상으로 한 교육이 부족함. 사업자는 생산 및 유통을 하는 대상으로 소비자정보 및 교육 제공을 통해 소비자문제 예방 효과가 있으므로 이들의 인식 개선이 필요하다고 봄. 또한 소비자정보와 교육에 취약한 다문화 가족, 새터민, 장애인에 대한 교육도 추가하여 진행해야 된다고 봄.

- 소비자교육 역시 소비자정보와 마찬가지로 다양한 방법 및 내용의 개발과 홍보의 중요성에 대한 의견이 많았음.

소비자교육은 그 대상에 따라 방법과 내용이 상이해야 효과를 얻을 수 있는 만큼 지자체에서 일괄적으로 이루어지는 교육보다는 좀 더 대상을 세분화하고 실효성을 거둘 수 있는 방법에 대한 새로운 접근이 필요하다.

다양한 소비자정보 제공 및 교육 활성화를 위한 소비자단체와의 네트워크 구성을 통해 공동 대응 강화가 필요함.

시·도 홈페이지를 통해 (참여를 높이기 위해) 소비자교육을 미리 공지하고 홍보할 필요가 있음.

6. 지자체의 민원센터 내 소비자상담 관리에 대한 평가

- 시·도 지자체에서는 소비자지향적 정책 시행을 위해 시·도민들의 민원을 편리하고 빠르게 접수·해결해주는 종합 민원 콜센터이나 민원센터를 운영하고 있음. 이에 소비자 문제 관련 의견도 민원 콜센터를 통해 접수·해결되고 있어 민원 콜센터의 운영에 대해서도 전문가 평가를 실시함.

<표 47> 지자체 운영 민원 센터의 운영에 대한 전문가 평가

내용	M	긍정적 평가	보통			부정적 평가
민원 접수 방법의 다양성	65.6점	16(3.2)	198(39.4)	208(41.4)	72(14.3)	9(1.8)
민원 접수의 용이성	63.4점	9(1.8)	184(36.6)	209(41.6)	87(17.3)	14(2.8)
민원 해결의 신속성	65.2점	13(2.6)	196(39.0)	215(42.7)	65(12.9)	14(2.8)

- 민원 센터의 운영에 대한 평가 중 민원 접수 방법의 다양성에 대한 평가는 평균 65.6점, 접수의 용이성은 63.4점, 민원 해결의 신속성은 65.2점으로 조사됨.
- 구체적인 전문가 평가 중 적극적인 민원 해결과 홍보 부족, 신속한 문제 해결과 센터의 효과적인 운영을 위한 민원 관리 모니터의 필요성에 대한

의견이 있었음.

민원을 확인하는 차원이 아닌 해결을 위한 적극적인 자세와 올바른 정보 제공이 이루어질 수 있어야 함.

절차가 생각보다 오래 걸리므로 간소화 절차가 필요한 것으로 보임

민원 처리 소요기간이 긴 경우에는 처리 과정별 주요 결과에 대해 민원 신청인과 커뮤니케이션을 할 수 있는 방법을 마련한다면 민원 만족도가 높아질 것으로 예상됨.

민원 센터 운영 평가를 위해서는 타 시·도와의 비교가 필요할 것으로 보임.

지역 주민들이 소비생활 관련 민원을 제기하고 싶어도 어디에 어떻게 하는지 방법을 몰라 못하는 경우가 많으며, 또한 알지 못해 포기하는 경우도 많고, 민원 제기를 하더라도 중양으로 하는 경우가 있으므로 민원 제기에 대한 방법 등을 홍보할 필요가 있음.

- 이외에 방문 접수를 선호하는 노인분들을 위한 방문 상담에 대한 필요성을 제안과 이에 따른 인원 충원에 대한 의견이 있었음.

지역 어르신들은 전화 상담보다는 방문 상담을 원하시는 경우가 많은데 어르신들의 방문상담을 쉽게 하실 수 있도록 상담할 수 있는 곳이 많았으면 좋겠다.

7. 지방소비생활센터에 대한 평가

1) 소비생활센터 운영 평가

- 소비생활센터의 운영에 대한 평가는 상담원 인력 배치와 상담 건수 및 처리 결과를 기반으로 각 시·도의 전문가가 평가함. 평가 결과 소비생활센터의 상담원 인력 배치의 평균 점수는 57.4점으로 낮았으며 상담 처리에 대해서는 평균 65.2점으로 조사됨.

<표 48> 소비생활센터의 운영에 대한 전문가 평가

내용	M	긍정적 평가	보통			부정적 평가
소비생활센터 인력 배치	57.4점	12(2.4)	106(21.1)	218(43.4)	139(27.7)	27(5.4)
소비생활센터 상담 처리	65.2점	19(3.8)	182(36.3)	220(43.8)	74(14.7)	7(1.4)

- 소비생활센터의 상담원과 관련된 실태에 대해 전문가들은 센터의 소비자 상담의 질과 효과적인 운영을 위해 상담원의 인원과 복지 부분의 개선에 대한 비판 의견이 많았음.

상담 건수에 비해 상담원의 수와 보수가 적다고 생각합니다. 감정노동 인만큼 보수를 늘리거나 업무량을 줄여야 할 것 같습니다.

소비자들을 충분히 이해시키고 만족하게 할 수 있는 답변을 하기에는 인원 수가 부족함.

- 소비생활센터 운영과 관련된 전문가들의 의견으로 가장 많은 의견은 센터의 운영 방안에 대한 심도 깊은 논의의 필요성이었음. 즉 지역 내에서 소비자권익증진을 위해 소비생활센터의 역할과 소비자단체와의 관계를 어떻게 형성하고 운영할 것인가에 대한 의견이 많았음.

(소비생활센터가) 민간소비자단체의 활동을 그대로 답습하고 있어 업무 중복으로 민간소비자단체의 활동을 오히려 위축시키고 있음.

소비생활센터의 인력과 예산이 부족하므로 잘 운영되는 것이 쉽지 않다. 지금까지의 운영 상황을 보면 소비생활센터가 직접 상담하는 것 보다는 민간소비자단체에게 역할을 일임하고 센터에서는 행정, 정책 입안 등의 역할에 국한하는 것이 오히려 업무의 효율성을 높일 수 있을 것으로 보임.

소비생활센터는 소비자단체가 있는 곳을 제외한 지역에 대한 행정 서비스를 강화할 필요가 있음.

2) 소비생활센터 홈페이지 운영 평가

- 소비생활센터가 운영하는 홈페이지에 대해 이용의 편리성과 홈페이지 내 정보 제공 실태에 대해 전문가가 평가한 결과 이용의 편리성은 평균 61.6 점, 정보 제공은 평균 62.4점이었음.

<표 49> 소비생활센터 홈페이지 운영에 대한 전문가 평가

내용	M	긍정적 평가	보통			부정적 평가
센터 홈페이지 이용 편리성	61.6점	8(1.6)	151(30.1)	225(44.8)	108(21.5)	10(2.0)
센터 홈페이지 내 정보	62.4점	13(2.6)	143(28.6)	243(48.6)	91(18.1)	10(2.0)

- 소비생활센터 홈페이지에 대해 전문가들은 다양한 소비자정보 제공이 이루어지고 있으나 홍보 부족과 긴급한 소비자정보 제공, 검색의 편리성 부족 등의 의견이 많았음.

(소비자와 관련된) 특정 상황이 발생하면 소비자들이 바로 생각날 수 있도록 소비생활센터의 인지도를 높여야 할 것 같습니다.

홈페이지 활성화를 위해 다양한 SNS와의 연동이 필요하므로 이에 대한 검토가 필요함.

지역 내 소비생활센터의 홈페이지 방문 빈도수는 낮으며 다양한 정보는 많으나 필요한 정보 검색이 어려움.

시(도)의 홈페이지에서 소비생활센터 홈페이지를 찾기가 용이하지 않으며 한국소비자원 홈페이지와 내용이 매우 동일한 부분이 많아 (지역의) 특성을 살릴 필요가 있음.

- 이외에 지역의 소비자권익증진을 위해 소비자단체의 활동과 차별화된 소비생활센터만의 고유의 역할을 개발할 필요성에 대한 제안이 많았음.

8. 지방소비자행정에 대한 종합 평가

- 지방소비자행정에 대한 각 지역의 전문가 평가를 종합해 보면 <표 50>와 같이 전체 평균 60.7점이었으며 평가 점수가 가장 높은 영역은 “민원센터의 소비자문제 관리” 64.8점이었고 가장 낮은 평가 영역은 “기초지자체 및 소비자단체 지원” 57.2점이었음.

<표 50> 지방소비자행정에 대한 전문가 평가 전체 평균

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	58.8점
소비자정책의 수립 및 규제	62.4점
기초지자체 및 소비자단체 지원	57.2점
소비자정보 및 교육 시행	59.4점
민원센터의 소비자문제 관리	64.8점
소비생활센터 운영	61.6점
총 평균	60.7점

- “소비자행정 기반” 영역은 전문가들이 소비자기향적 행정 운영을 위해 1순위로 가장 중요한 영역이라고 선택한 영역으로 조례나 위원회 구성 등의 기본적인 기반은 구축되어 있으나 지자체장이나 담당 공무원의 인식 부족, 형식적인 실적 중심의 운영, 인력 및 예산 부족 등 지방소비자행정이 활성화하기에는 여러 문제가 있는 것으로 나타남.
- 더욱이 정책위원회는 각 지자체의 소비자 기본 조례에 명시되어 있는 원칙조차 지켜지지 않은 채 거의 이루어지고 있지 않는 등의 문제가 드러났으며 이러한 문제점은 강성진(2009)의 연구 등 선행연구에서 지적된 문제들로 현재까지 개선된 부분이 매우 미흡한 것을 알 수 있었음.
- “소비자정책의 수립 및 규제”은 3순위로 중요하게 꼽힌 소비자기향적 영역으로 17개 지자체의 전문가 평가 평균 62.4점으로 지역의 소비자정책 개발 미흡, 정책에 대한 홍보 부족 등의 비판이 전반적으로 있었음.
- 전문가의 평가에서 소비자정책 수립 시 소비자단체나 관계 전문가 등의

의견을 충분히 수렴할 수 있는 시스템의 도입과 변화하는 소비환경을 고려한 정책 개발이 필요하다는 제안이 많았음. 또한 특수거래의 규제는 소비자들의 피해와 예방을 위한 정책 시행으로 관리 감독을 강화되어야 하며 이와 더불어 특수거래에 대한 소비자정보 제공을 통해 소비자들의 이해를 높여 피해 예방에도 적극적으로 임해야함을 강조함.

- “기초지자체 및 소비자단체 지원”은 소비자기향적 행정을 위해 중요한 영역 중 2순위이나 전체 전문가 평가 점수가 57.2점으로 가장 낮은 평가 점수였음. 전문가들은 취약계층 없이 소비자 관련 행정이 미치기 위해서는 기초지자체 및 소비자단체 지원에 대한 중요성을 강조함.
- 지역 내 소비자권익 증진의 확장을 위한 기초지자체 및 소비자단체 지원의 활성화를 위해 보다 나은 소비자 지원 행정에 대한 전문가 의견으로는 지원 예산 확대와 지역 및 단체 활동의 특성에 따른 지원, 담당 공무원의 연수 및 교육, 정책 토론 등 다양한 방법의 지원, 소비자단체와의 협력 체제 구축 등의 개선안을 제안함.
- “소비자정보 및 교육 시행”은 소비자의 역량 강화를 위한 소비자행정 영역이나 17개 지역 전체 평균 59.4점으로 낮았으며 전문가들은 전반적으로 소극적 지원 수준이라 평가하였음. 시·도민들의 피해 예방에 실질적으로 도움이 될 수 있는 지역 내 소비자상담 사례에 대한 정보와 물가 정보를 대중매체, 모바일 앱 등을 이용하여 쉽고 빠르게 확인할 수 있도록 소비자 정보를 제공해야할 것을 강조함.
- 지자체가 직접 수행하는 소비자교육은 소비자대상 교육뿐 아니라 담당 공무원이나 관련 활동가, 사업자 대상 교육이 더 활발히 이루어져야 하며 소비자교육의 질적 향상을 위해 장기적 목표를 갖고 지원되어야 할 것임.
- “민원센터의 소비자상담 관리”에 대한 전문가 평가 평균 점수는 64.8점으로 가장 높았음. 17개 지자체 중 14개 지역에서 종합 민원센터를 개설·운영하며 공공서비스의 질적 향상을 도모하고 있음. 종합 민원센터는 전화, 방문, FAX 상담 외에 수화, 채팅, 영상, 모바일 앱 등 다양한 접수 방법을 개발·운영하여 소비자들의 편리성을 향상시켰음.

○ “소비생활센터”는 지방소비자행정의 활성화를 위해 개설된 기관으로 센터의 운영에 대한 전문가 평가는 전체 평균 61.6점으로 조사됨. 전문가들은 상담의 질 향상을 위해 상담원의 정기적인 교육과 담당 공무원의 잦은 교체 문제, 홍보 부족 등에 대해 비판하였음.

○ 이외에 소비생활센터의 운영에 대해 전문가들은 소비자상담 데이터 분석 자료를 지자체 내 관련 부서나 사업자, 유통 업체 등에 정보를 제공, 개선할 수 있도록 유도하여 지역 내 소비자시장의 발전에 센터의 적극적인 역할을 강조함. 특히 소비자단체와 중복되는 역할 부분에 있어 지역 소비자 권익 증진을 위해 소비생활센터의 위상과 고유의 역할에 대한 개선이 필요하다는 의견이 많았음.

제 4 장 요약 및 제언

○ 본 연구는 지방소비자행정에 대한 실태를 살펴보고 이에 대해 각 지역의 소비자 관련 전문가의 평가를 통해 지방소비자행정의 현주소와 소비자지향성을 파악하여 지방소비자행정의 개선 방안을 제안하려고 함. 이를 위해 본 연구에서는 지방소비자행정에 대한 실태 조사지 및 전문가 평가지를 개발하였으며 델파이 방법을 통해 지방소비자행정의 소비자지향성 향상을 위해 중요한 행정 영역에 대해 조사함.

○ 지방소비자행정 실태에 대한 조사는 담당 공무원을 대상으로 면접 설문 조사를 실시하였으며 실태 조사 결과를 토대로 각 지역의 소비자 관련 전문가 약 30명을 대상으로 개발된 설문지를 이용하여 평가 조사를 실시함.

○ 소비자지향성 향상을 위해 중요한 지방소비자행정 영역에 대한 조사를 AHP방법을 통해 분석한 결과 전문가들은 “소비자행정 기반” 영역을 소비자지향성을 위해 가장 중요한 영역으로 꼽고 있었으며 다음 순으로는 “기초지자체 및 소비자단체 지원”, “소비자정책 계획 수립 및 규제” 영역 순으로 조사됨.

○ 지방소비자행정의 실태와 전문가 평가 분석 결과 17개 광역 지자체의 전문가들은 각 지역의 지방소비자행정에 대해 전체 평균 60.7점으로 낮게 평

가하였음. 특히 “기초지자체 및 소비자단체 지원” 영역의 평가는 전체 평균 57.2점으로 가장 낮았으며 “소비자행정 기반”에 대한 평가도 58.8점으로 낮아 아직까지 지방소비자행정이 활발히 수행되기에는 미흡하다는 평가로 나타남.

○ “소비자행정 기반” 영역에 대해 조례 제·개정 현황과 소비자 관련 위원회 운영, 담당 부서와 인력 현황, 예산으로 나누어 조사·분석하였음. 조사 결과 기본적인 조례는 제·개정되었으나 빠르게 변화되고 있는 소비시장과 지역의 특성을 고려한 조례 운영에 대한 비판이 있었음. 소비자 관련 위원회 중 소비자정책 위원회는 관련 조례에 명시된 정기적 회의 개최도 지켜지지 않고 있었으며 개최된 회의 안건도 대부분이 물가와 관련된 사항으로 소비자행정 정책이 개발·논의되고 있지 않았음. 또한 선행연구에서 지속적으로 문제 제기되었던 담당 부서의 전문성 강화와 인력 문제와 매우 적은 비율의 예산 상황은 전혀 개선되고 있지 않았음.

○ “소비자정책 계획 수립과 규제” 영역은 매년 수립되는 지방소비자정책 수립 현황과 특수거래 관련 규제 현황으로 나누어 분석한 결과 전문가 평가에서는 전체 평균 62.4점이었으며 지역의 특성 및 새로운 소비환경 변화 반영 미흡, 중장기적 비전 부족, 정책 홍보 부족 등의 비판이 많았음. 또한 특수거래 업체에 대한 제재 조치가 미흡하다는 평가가 공통적으로 제기되었음.

○ “기초지자체 및 소비자단체 지원” 영역은 전문가들이 소비자지향적 행정 운영에 있어 2순위로 중요한 영역으로 꼽았으나 전체 평균 점수로는 57.2점으로 가장 점수가 낮게 평가된 영역이었음. 전반적으로 전문가들은 기초지자체에 대한 다양한 방법의 지원과 소비자단체와의 긴밀한 네트워크 구축의 필요성에 대한 개선안을 제안하였음.

○ “소비자정보 제공 및 교육” 영역에 대한 전문가들의 전체 평균 점수는 59.4점으로 낮은 편이었으며 소비자정보 및 교육에 대한 홍보 부족과 장기적 비전이 없음에 대해 비판적이었음. 이를 개선하기 위해서는 예산 확보 및 소비자단체와의 역할 분담 등의 의견이 제안됨.

○ “민원센터의 소비자상담 관리” 영역은 전문가들의 전체 평균 점수는 64.8

점으로 다른 영역에 비해 가장 높은 점수로 조사됨. 13개 지자체에서 시·도민의 민원 접수를 위해 별도의 종합민원 콜센터를 개설 운영하며 기존 전화, 방문, 온라인 상담 접수 방법 외에 채팅이나 문자, 수화, 외국인 상담 등 취약 계층의 상담을 접수할 수 있는 다양한 방법을 운영하고 있었음. 반면 전문가 평가에서는 좀 더 소비자들의 접근성을 높이기 위해 적극적인 홍보와 노인들 같은 취약 계층 등을 위한 상담 접수에 대한 필요성에 대해 강조함.

- “소비생활센터” 영역의 평가에서는 전체 평균 61.6점이었으며 세종시를 제외한 16개 지자체에서 모두 소비생활센터를 개설 운영하고 있었고 센터를 개설한 곳 중 서울시를 제외한 모든 소비생활센터에서는 홈페이지를 개설하여 운영하고 있었음. 소비생활센터에 대한 평가에서는 인력 문제와 센터의 고유 역할 문제 및 홍보 부족 등에 대한 비판이 전반적으로 많았음.
- 이상과 같은 결과를 토대로 지방소비자행정의 활성화 방안과 소비자지향성을 높이기 위해 다음과 같이 제안하고자 함.

첫째, 소비자지향적 지방소비자행정의 활성화를 위해 가장 먼저 개선되어야 할 부분은 조례의 기본원칙에 따른 소비자정책위원회를 운영해야 할 것임. 실태 조사에서 여실히 드러난 바와 같이 소비자정책위원회의 정기적 운영에 대해 대부분의 조례에서는 연 2회의 원칙을 정하고 있으나 대부분의 경우 개최하고 있지 않거나 연 1회만 개최하고 있었음. 더욱이 개최한 회의에서의 안건은 대부분이 물가와 관련된 안건이었으며 그 외의 지방소비자정책에 대한 심의는 전혀 이루어지고 있지 않아 지방소비자행정의 문제점을 극명하게 나타내고 있었음. 따라서 각 지자체에서는 다양하고 종합적인 소비자정책에 대한 개발과 논의를 하기 위해 소비자정책위원회의 정기적 개최와 적극적인 운영을 시행해야 할 것임. 이를 위해 지자체뿐 아니라 소비자단체, 소비자 관련 전문가들은 지역의 특성을 고려한 소비자정책을 개발하고 제안하는 등의 노력을 열심히 해야 할 것임.

둘째, 실질적인 지방소비자행정 활성화를 위해서는 소비자행정에 대한 안정적인 인력 배치 및 예산이 확보되어야 할 것임. 이에 대한 문제는 지방소비자행정에 대한 실태 관련 선행연구에서 매년 개선되어야 할 사항으로 제안되고 있으나 전혀 개선되고 있지 않음. 즉 인력 부족 및 계약직에 의존되고 있는 현

실 및 상근 행정직의 잦은 교체, 전문적 인력 보강 문제 등이 여전히 해결되지 않았음. 각 지역의 소비자행정 예산은 전체 예산 중 1%도 되지 않는 매우 적은 예산으로 집행되고 있었으며 예산 사용에 있어서도 소비자단체 지원금을 제외하면 지자체 자체의 소비자행정 수행과 관련된 예산은 더욱 적어 지자체의 소비자행정 수행이 거의 없음을 간접적으로 알 수 있었음. 따라서 지역의 경제적 실태를 감안한 예산 편성과 적극적으로 소비자행정을 수행할 수 있는 인력 운영이 이루어져야 할 것임.

셋째, 소비자주권시대에서 더욱 강조되고 있는 소비자정보와 교육 제공을 위해 좀 더 효과적이고 적극적인 정책 수행이 이루어져야 할 것임. 정보화 사회에서 올바른 소비행동을 위해서는 정확하고 객관적인 정보 제공이 필수적이며 학교 소비자교육이 미흡한 우리나라의 경우 사회 소비자교육은 매우 중요하다고 할 수 있음. 반면 지자체에서 수행하는 소비자정보 제공과 교육은 발전된 모습이 보이지 않으며 이를 위한 기초지자체 및 소비자단체의 지원도 미비하다고 할 수 있음. 따라서 보다 폭넓은 지원을 통해 다양하고 체계적인 소비자교육 개발과 수행이 이루어져야 할 것이며 이를 위해 구체적인 정책이 마련되어야 할 것임. 또한 소비자들의 접근성을 높이기 위해 홈페이지 및 대중매체, 모바일 앱 등 다양한 방법을 운영하여 언제 어디서나 소비자들이 소비자정보를 활용할 수 있도록 노력해야 할 것임.

넷째, 지방소비자행정의 확대에 의해 개설된 소비생활센터의 활발한 운영을 위해 고유의 소비생활센터의 역할 개발과 소비자단체 등과의 네트워크를 강화하여 지역 내 소비자권익 증진에 이바지할 수 있도록 해야 할 것임. 현재의 소비생활센터는 대부분 민간단체의 비상근 파견직의 담당자에 의해 실무 역할이 수행되고 있으며 많은 역할이 소비자단체의 활동과 중복되고 있음. 따라서 효과적인 소비생활센터의 운영을 위해 서울시의 전자상거래센터처럼 센터 자체를 소비자단체에 위탁 운영하는 방법을 선택하거나 소비자단체와의 역할 분담을 통해 폭넓은 소비자정책 수행이 이루어질 수 있도록 해야 할 것임. 이를 위해 소비생활센터의 위상과 역할 개발, 지역 내 소비자단체 및 전문가들과의 네트워크를 운영 등으로 지역 내 소비자 복지를 향상시킬 수 있도록 노력해야 할 것임.

다섯째, 소비자행정은 다른 정책에 비해 소비자가 직접적으로 접하는 정책으로 소비자의 접근성을 높이고 참여를 높이기 위한 적극적 홍보가 이루어져야

할 것임. 반면 대부분의 지자체에서는 보도자료나 소비생활센터 홈페이지를 통해서만 소비자행정에 대한 홍보를 제공하고 있기 때문에 많은 시·도민들이 이를 인지하지 못하는 경우가 많음. 따라서 이는 지방소비자행정의 소비자지향성을 높이고 소비자들의 인식을 높이기 위해 소비자행정의 성과와 이용 방법에 대해 다양한 채널을 통한 적극적인 홍보가 이루어져야 할 것임. 이를 위해 기존에 운영하는 소비생활센터의 홈페이지를 적극적으로 알리고 이외에 스마트폰 앱이나 대중매체 등을 통한 적극적인 홍보로 소비자들의 관심과 참여를 높여야 할 것임.

여섯째, 지방소비자행정의 소비자지향성을 높이고 활발한 정책 수행을 위해 지자체별 소비자정책의 운영에 대한 명확한 조사와 성과에 따른 중앙정부 차원의 인센티브가 이루어져야 할 것임. 이때 본 조사가 갖고 있는 한계인 경제분과에 한정된 소비자행정 조사가 아닌 전체 부서에서 이루어지는 소비자 관련 행정에 대한 내용을 구체적으로 파악하여 실제 지역에서 이루어지는 소비자행정 실태를 확인해야 할 것임. 즉 시·도의 경제적 특성을 고려한 정책 개발과 소비자들에게 직접적으로 다가갈 수 있는 소비자행정의 시행을 수행하고 이같은 정책을 촉진하기 위해 녹색소비정책에 대한 시상을 하는 것처럼 우수 지방소비자행정에 대한 시상을 통해 지자체장과 담당 공무원들에게 동기 부여를 하는 방안을 제안함.

참고문헌

- 이종성(2001), 델파이 방법, 교육과학사
정순희(2009), 지방자치단체 소비자행정 성과측정 지표 도출, 공정거래위원회
강성진(2012),
김병욱(2015), 의사결정계층(AHP) 분석방법, 김스정보전략연구소

서울시 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 소비자 조례 명칭은 [서울특별시 소비자기본조례]로 표기되었으며 1997년 1월 15일 제정되었으며, 최근 2009년 1월 8일 개정하였다.
- 조례의 제·개정에 대한 의견 수렴 방법은 별도로 있지 않다.

2. 서울특별시 소비자정책위원회 운영 현황

1) 서울특별시 소비자정책위원회

- 서울특별시 소비자정책위원회 명칭은 [소비자정책위원회]이며 설치근거는 [서울특별시 소비자기본조례 제12조]에 근거한다. 위원회 성격으로는 소비자권익과 관련된 자문·심의기구이며 물가위원회와는 별도로 운영하고 있다.
- 위원회의 담당부서는 ‘민생경제과’이며 위원은 총 11명이며 이중 소비자단체 대표는 2명이 포함되었다.
- 정책위원회는 2015년 연간 3회 회의를 개최하며, 2회는 서면으로 진행되었다.
- 회의 시 주요 안건은 1차 회의(서면)에서는 2014년 소비자단체 보조금 지원사업 최종평가에 대해 논의하였으며 2차 회의에서는 2015년 소비자단체 보조금 지원사업 선정 심의/ 2014년 평가발표 및 활용 방안 자문, 3차 회의(서면)는 2015년 소비자단체 보조금 지원사업 중간평가로 진행하였다.

2) 서울특별시 물가위원회

- 서울특별시의 물가위원회 명칭은 [물가대책위원회]이다. 위원회의 설치근거는 [서울특별시 물가대책위원회 설치 및 운영에 관한 조례]에 근거하며, 자문·심의의 역할을 가지고 있다.
- 위원회의 위원은 총 23명이며, 이중 소비자단체 대표는 7명이고 임기는 2년이다.
- 2015년 연간 개최 횟수는 4회 개최되었고 각 회의의 주요 안건으로는 대중교통(버스, 지하철) 요금(안) 심의 2회, 도시가스 요금(안) 심의 2회로 개최되었다.

3) 서울특별시 소비자 관련 기타 위원회

- 정책위원회와 물가대책위원회 외에 소비자 관련 위원회로는 [희망경제위원회 생활경제 분과위원회]가 있으며 설치근거 조례는 [서울특별시 희망경제위원회 설치 및 운영에 관한 조례 제11조]에 근거하며, 자문·심의의 역할을 가지고 있다.

- 위원 수는 총 8명이며, 이중 소비자단체 대표는 4명이고 위원들의 임기는 2년이다.

- 연간 개최는 2015년 기준으로 2회 개최되었으며 1차 회의에서의 주요 안건은 소비자보호 시책 사업추진 현황보고, 소비자보호 관련 정보 공유 및 위원에 대해 논의 하였고, 2차 회의에서는 서울지역 소비자권익증진을 위한 유관기관 협력 방안, 소비자권익을 위한 민관협력에 대해 논의하였다.

3. 서울특별시 소비자행정 예산 현황

1) 연간 소비자행정 예산 금액

- 2014년도에는 1,147백만원, 2015년도에는 1,098백만원, 2016년도에는 1,093백만원으로 연간 소비자행정 예산이 점점 감소하는 추세이다.

- 서울특별시 총 예산 중 소비자행정예산 비율을 보면 2014년도는 0.005%, 2015년도 0.004%, 2016년도 0.004%이다.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황(2016년 10월 31일 기준)

- 담당공무원은 모두 민생경제과 소속이며, 전임계약직 3명, 일반행정직 4명이다. 1명은 6급 전임계약직으로 수행기간이 8년 5개월로 가장 오래 담당을 하고 있으며, 7급 계약직 1명, 6급 일반행정직 1명, 7급 일반행정직 2명, 9급 일반행정직 1명의 수행기간은 11개월이다..

- 전임계약직 6급 주 업무는 소비자 기본계획 총괄, 전자상거래센터 운영, 경제민주화(소비자 권익증진)업무 추진, 통신판매업 행정처분 및 현황관리, 전자상거래 관련 소비자보호 시책의 수립·조정, 소비자안전(리콜)업무 및 인터넷 쇼핑물 통계관리, 소비자정책위원회 운영이다.

- 7급 계약직의 주 업무는 다단계판매업 관련 업무(등록 심사, 관련 민원상담처리, 민생 대책 추진, 제도 개선과제 발굴 및 제정, 후원방문판매업 현안업무 및 현장점검 지원), 선불식 할부거래업(업체 등록심사 등 관리, 민원상담처리, 민생대책 추진, 점검, 단속 및 행정처분, 제도개선과제 발굴 및 제정), 특수거래분야 소비자 피해예방교육이다.

- 6급 일반행정직 주 업무는 특수거래분야(총괄, 점검, 교육계획 수립 및 점검/단속, 위원회 구성 및 운영, 경제민주화 지원(총괄)), 다단계판매업(행정처분과태료 부과, 제도개선 및 다단계 판매업 사업자 준수사항 매뉴얼 작성), 방문판매자치구 지도 감독과 타직원에 속하지 않는 업무를 담당하고 있다.

- 7급 일반행정직 주 업무는 소비생활협동조합: 설립 및 변경 인가, 실태점검 및 행정처분, 홍보기간 신고 수리, 선불식 할부거래업(점검계획수립, 점검, 단속 및 행정처분, 소송업무, 선불식 할부거래업법 개정 후속조치 추진, 제도 개선, 선불식 할부거래분야 정부합동평가업무)과 소비생활센터 운영, 복권 업무, 부당고시 업무, 소비자단체 보조금 지원, 등록 및 관리, 주간업무 실적 및 계획 작성 등을 담당하고 있다.

- 9급 일반행정직 주 업무는 후원방문판매: 후원방문판매 업체 등록심사 등 관리, 민원상담처리, 점검/단속 및 행정처분, 모니터링단 관리, 통계 작성 작성 및 관리와 다단계판매업(모니터링단 관리, 통계 작성 및 관리, 현장점검 관리), 특수거래 분야 등 정부 합동평가업무 추진, 소비자피해 인포맷 제작 사업 추진, 민생침해근절대책 수립 지원 등을 담당하고 있다.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 서울특별시 주요 정책 중 소비자정책

- 2015년도에는 8건, 2016년도에는 11건의 소비자정책이 있으며 그 중 6건은 2015년도와 2016년도에 동일하였다.

〈표 1〉 연도별 서울특별시 주요 소비자정책

2015년도	▶ 취약계층(어르신) 민생 침해 예방교육 ▶ 100개 인터넷 쇼핑물 평가
2016년도	▶ 불법사금융 피해구제센터 운영 ▶ 해외구매 피해예방 및 구제를 위한 포럼 개최 ▶ 소비자피해 예방 인포그래픽 제작 ▶ 소비자분쟁해결을 위한 자율분쟁조정위원회와의 업무협약 및 분쟁조정 참여 ▶ 소비자권리와 소비자행정을 위한 세미나개최
2015년도/ 2016년도 동일 정책	▶ 물가정보 홈페이지 운영을 통한 가격정보 제공 ▶ 소비생활센터 및 전자상거래센터 운영을 통한 소비자피해구제 ▶ 안전한 전자상거래를 위한 전자상거래업체 정보제공 ▶ 민생분야 소비자피해 예방을 위한 민생침해경보제 운영

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 사기사이트, 소비자피해다발 쇼핑몰 공개를 통한 소비자피해 확산 바이 ▶ 보조금사업을 통한 소비자단체와의 협업 활성화
--	---

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 1) 소비자거래 규제 등록
 - 소비자거래 규제의 소관부서는 모두 민생경제과 민생점검팀이다.
 - 다단계판매등록 업체 수는 2015년 상반기 109개, 2016년 하반기 105개, 2016년 상반기 114개이다.
 - 선불식 할부거래 등록업체수는 2015년 상반기 97개, 2015년 하반기 93개, 2016년 상반기 79개이다.
 - 후원 방문판매 등록업체수는 2015년 상반기 546개, 2015년 하반기 549개, 2016년 상반기 511개이다.
- 2) 규제 건수 현황
 - 특수판매업 시정권고는 2016년 상반기 11건이었으며, 특수판매업체 과태료 부과 건수는 2015년 상반기 2건, 2015년 하반기 31건, 2016년 상반기 23건이었다.

Ⅲ. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

- 기초지자체에 대한 지원 현황은 없다.

2. 소비자단체 지원 현황

- 1) 지역 내 소비자단체 중 지원 대상 수
 - 2014년도 23개 단체 중 14개, 2015년도 23개 단체 중 12개, 2016년도 24개 단체 중 9개의 소비자단체가 지원되고 있다.
- 2) 연도별 소비자단체 지원 금액
 - 2014년도에는 61,700만원, 2015년도에 60,900만원이며 2016년도에는 60,900만원이 지원되고 있다.

IV. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 1) 연도별 인쇄 및 언론보도별 소비자정보 제공 현황
 - 2014년도 책자제작배포는 1회, 보도자료는 13건, 라디오 3회, TV(지역케이블 포함) 22건, 신문 227건을 진행하였다.
 - 2015년도 책자제작배포는 1회, 리플렛 제작배포는 1회, 보도자료 건수는 8건이며 TV(지역케이블 포함) 18건, 신문 122건을 진행하였다.

2. 소비자교육 운영 현황

- 1) 연도별 소비자교육 현황
 - 2014년도에 청소년(중고등학생)은 34회에 6,920명이 교육에 참여하였다. 대학생은 3회 210명, 일반 성인 17회 1264명, 고령자 112회 8,048명 기타 대상 18건 1,488명이 교육에 참여하였다.
 - 2015년도에는 청소년(중고등학생) 62회 7,639명, 대학생 10회 605명, 일반성인 14회 834명이 교육에 참여하였다. 단체실무자, 상담원은 1회 30명, 공무원 대상으로 2회 89명, 고령자 87회 5,991명, 기타 대상 16회 2,057명이 교육에 참여하였다.

V. 소비생활 관련 민원 관리 현황

1. 소비생활 관련 민원 접수 현황

- 1) 소비생활 관련 민원 접수 방법
 - 홈페이지 내 전자민원 서비스, 종합민원실, 민원전화서비스를 통해 민원을 건의할 수 있으며, 서울특별시 홈페이지 경제/일자리 정보 페이지 내 ‘눈물그만’ 게시판을 통해 민원을 접수 할 수 있다.
 - 민원은 주무과에서 직접 처리하며 답변 및 처리 결과 통보에 대한 최대 5일이다.

2) 연도별 소비생활 관련 민원 처리 결과

- 2014년도의 건의 사항은 334건, 해결 건수는 189건으로 약 56%가 처리되었고, 2015년도의 건의 사항은 386건, 해결 건수는 146건으로 약 37%가 처리되었다.

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 명칭은 [소비생활센터]이며, 1998년 10월 개설하였다. 2004년 9월 3일 [서울 전자상거래센터]가 추가 개설되었다.

- 소비생활센터에는 민간단체 파견 상담원이 비상근이 3명 근무하고 있다. 근무 연한은 각각 14년, 6년, 5년이며 월평균 보수는 모두 35만원이다. 전자상거래센터에 자체 임용 상담원이 상근으로 3명이 근무하고 있다. 근무연한과 월평균 보수는 각각 7년 2개월 185만원, 6년 4개월 180만원, 1년 1개월 155만원이다.

- 1372 상담전화는 2016년 개설하여 2대를 운영하고 있다.

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

- 전자상거래센터와 종합한 2014년도의 상담 건수는 총 15,362건(소비생활센터는 607건)이 접수되었으며, 2015년도에는 17,178건(소비생활센터 460건)을 접수하였다.

- 2015년도를 기준 시 답변처리 1위는 기타정보제공이며, 2순위는 환급, 3순위는 계약이행, 4순위는 교환, 5순위는 배상이다.

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 소비생활센터의 홈페이지는 별도로 운영하고 있지 않다. 반면 전자상거래센터는 별도의 홈페이지를 운영하고 있다.

- 전자상거래센터 홈페이지는 다음과 같이 운영되고 있다.

- 센터 안내: 센터 소개, 위치 및 연락처
- 접근성 : 시도청 홈페이지의 메인 페이지에 위치하고 있으며, 키워드 광고를 하고 있다.
- 피해처리안내 : 온라인상담, 상담/피해 사례, 관련사이트를 안내하고 있다.
- 소비자교육 : 소비자의 권리, 소비자 정보에 대해 교육하고 있다.
- 특수거래소비자정보 : 특수거래 중 통신판매에 대해 안내하고 있으며, 그 외 특수거래사업자정보조회외의 정보를 제공하고 있다.

VII. 지자체의 소비자행정 총괄 평가

〈표 2〉 서울시 소비자행정에 대한 전문가 평가 결과

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	50.0점
소비자정책의 수립 및 규제	60.0점
기초지자체 및 소비자단체 지원	51.3점
소비자정보 및 교육 시행	52.3점
민원센터의 소비자문제 관리	59.8점
소비생활센터 운영	55.3점
총 평균	54.8점

1) 소비자정책위원회가 구성되어 자문과 심의를 진행하고 있는데, 주요 안건이 소비자단체 보조고금 지원사업에 대한 평가가 주를 이루고 있어 더욱 다양한 안건으로 위원회가 운영되어야 할 필요가 있다. 특히, 소비자단체의 위원의 비율 부분에 대한 보완이 필요가 있다.

2) 소비자행정 예산이 매년 감소하고 있어 소비자를 위한 적극적인 행정을 위한 예산 부분의 증가가 여러 각도에서 이루어져야 할 필요가 있다. 또한, 소비자행정 담당 공무원의 대부분이 현 업무 수행기간이 1년이 되지 않음을 알 수 있었다. 충분한 업무 수행기간이 보장되어 담당 공무원이 소비자 업무를 제대로 파악하고 전문적으로 수행할 수 있도록 하여 소비자행정의 수혜자인 소비자(시민)들이 불편하지 않도록 하여야 할 필요가 있다.

3) 소비자단체에 대한 예산과 지원 대상 단체 수가 2014년부터 2016년까지 계속 감소하고 있어 소비자단체지원과 소통에 더 많은 관심과 노력이 요구된다.

4) 소비자교육 부분에 있어서 일부 교육 대상은 계속적으로 소외되고 있음을 알 수 있어 교육을 받지 못하는 소외된 소비자가 없도록 더 많은 노력이 요구된다. 소비자정보제공의 방법이 신문이 아직까지 가장 많은 비율을 차지하고 있어 소비 및 홍보 트렌드에 맞춘 정보제공 방법에 대한 다양화 및 개발이 필요하다.

부산광역시 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 부산광역시의 소비자조례는 “부산광역시소비자권익증진지원조례”로 1997. 2. 21에 제정하였으며 2015. 5. 27에 개정되었음.
- 조례 제·개정 시 의견 수렴은 조례 제정 절차에 따라 진행됨.

2. 부산광역시 소비자정책 및 물가위원회 운영 현황

1) 부산광역시 소비자정책위원회 운영 현황

- “부산광역시소비자정책위원회”의 명칭으로 설치근거는 소비자기본법 시행령 제20조, 소비자권익증진 지원조례 제10조이다. 위원회의 역할은 안전에 대한 심의를 하며 물가위원회와는 별도로 운영함.

- 정책위원회의 담당 부서는 경제기획과이며, 위원장은 부산광역시 경제부시장이며 위원회의 총 인원은 13명이고 이중 소비자단체 대표 인원은 5명이며 임기는 2년임.

- 2015년 연간 정책위원회는 1회 개최하였으며 주요 안건은 2015년 도시가스 공급비용 조정 심의하였음.

2) 부산광역시 물가위원회 운영 현황

- “부산광역시물가대책위원회”는 부산광역시 물가대책위원회 설치 및 운영에 대한 조례를 근거로 설치되었으며 안전에 대한 자문 역할을 하고 있음.

- 물가대책위원회의 경제기획과가 담당하고 있으며 총 위원 수는 24명이고 이중 소비자단체 대표 인원 수는 5명이며 위원장은 부산시의원임.

- 2015년 물가대책위원회는 1회 개최되었으며 회의 시 주요 안건은 도시가스요금 조정안, 광역폐기물 처리시설반입수수료에 대해 논의함.

3. 부산광역시 소비자행정 예산 현황

- 연간 소비자행정 예산과 부산광역시 예산 내 비율을 보면 <표 1>과 같음.

<표 1> 부산광역시 소비자행정 예산 현황

연도	2014년도	2015년도	2016년도
금액(백만원)	182백만원	207백만원	205백만원
총예산 중 소비자행정 예산비율	0.002%	0.002%	0.002%

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 소비자행정 담당 공무원은 임기제 계약직으로 2명을 채용하고 있으며 소비생활센터 운영, 소비자정책위원회 운영 등의 업무를 담당하고 있음.
- 6급 일반 행정직은 선불식 할부거래업 등록, 서민금융종합지원센터 지원, 물가대책위원회 운영, 착한가격업소 지정 및 운영 등을 담당하고 있고 7급 일반 행정직은 소비자생활협동 조합인가, 다단계판매업, 후원방문판매 업체 관리 등을 담당하고 있음.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 부산광역시 주요 정책 중 소비자정책

- 각 연도별 부산광역시의 소비자정책 현황을 비교하면 다음과 같으며 2015년과 2016년의 차이가 없음.

<표 2> 부산광역시 주요 소비자정책

연도	2015년	2016년
주요 정책	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자상담 및 피해구제 업무 • 소비자 교육, 정보제공 등 • 소비자정책위원회 운영 • 소비자보호시책종합계획 수립 	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자상담 및 피해구제 업무 • 소비자 교육, 정보제공 등 • 소비자정책위원회 운영 • 소비자보호시책종합계획 수립

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 특수거래업체에 대한 규제 등록 및 규제는 소비자경제팀에서 담당하고 있으며 규제 등록 및 성과는 다음과 같음.

<표 3> 부산광역시 특수거래에 대한 규제 성과

구분	소관부서 (계·팀)	2015년 상반기	2015년 하반기	2016년 상반기
① 다단계판매 등록업체 수	소비자경제팀	4	3	3
② 선불식 할부거래 등록업체 수	"	23	24	24
③ 후원 방문판매 등록업체 수	"	237	240	239
④ 특수판매업 시정권고 건수	"	-	4	6
⑤ 특수판매업체 과태료부과 건수	"	-	6	-

Ⅲ. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

- 기초지자체 지원은 담당자 교육과 합동지도, 점검 등으로 지원하였으며 2015년과 2016년 모두 소비자업무담당자교육, 방문·전화권유 판매업체 합동지도, 점검 등으로 지원하였음.

2. 소비자단체 지원 현황

- 부산광역시 내 소비자단체 7개 모두에게 매년 지원을 하였으며 지원액은 증가하였음.

<표 4> 부산광역시 소비자단체 지원 현황

	2014년도	2015년도	2016년도
관내 소비자단체 수	7개	7개	7개
지원 대상 소비자단체 수	7개	7개	7개
연간 지원 금액 합계	162,347만원	185,288만원	186,164만원

Ⅳ. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 연도별 인쇄 및 언론보도별 소비자정보 제공 현황을 보면 인쇄물을 통한 정보제공 현황만 나타났으며 2014년과 2015년의 차이가 크지 않았음.

<표 5> 소비자정보제공 현황

구분	인쇄물을 통한 정보제공		언론매체를 통한 정보제공			
	책자	리플렛	보도자료 제공 건수	보도 건수		
				라디오	TV (지역케이블 포함)	신문
2014년	4회	24,800회	-	-	-	-
2015년	4회	21,100회	-	-	-	-

2. 소비자교육 운영 현황

- 연도별 소비자교육 시행 현황을 보면 2014년에 비해 2015년에 감소되었으며 다양한 대상에 시행되지 않았음.

<표 6> 연도별 소비자교육 시행 현황

구분	2014년		2015년	
	횟수(회)	참여인원(명)	횟수(회)	참여인원(명)
어린이(유치원, 초등학생)	26	1,689	-	-
청소년(중고등학생)	44	20,020	38	14,634
대학생	-	-	-	-
일반 성인	-	-	-	-
단체 실무자, 상담원	1	34	1	37
공무원	-	-	-	-
사업자	-	-	-	-
고령자	30	2,733	35	3,449
다문화가족, 새터민	3	55	3	55
장애인	-	-	-	-
군장병, 민방위대원	-	-	-	-
기타	-	-	-	-

V. 민원센터 내 소비자상담 관리 현황

- 부산광역시 시청 홈페이지 내 전자 민원 서비스 및 종합 민원 센터 등을 통해 민원을 접수하고 있음.
- 민원센터에서 접수된 소비자상담은 주무과에서 직접 처리 등 다양한 방법으로 처리하고 있으며 답변 및 처리는 최대 20일의 기한을 두고 처리하고 있음.
- 민원센터에서 접수하고 있는 소비자상담 현황은 주무과에서 처리하고 있기 때문에 전체 통계가 어려움

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 센터 명칭은 “부산광역시소비생활센터”이며 2002년 7월 개설되어 운영하고 있음.
- 센터 내 상담원은 민간소비자단체에서 파견된 1명이 근무하고 있으며 근무연수는 3년이고 월 평균 161만원을 보조를 받으며 상근으로 근무하고 있음. 1372 전화 회선의 전화기는 2대가 설치되어 있음.
- 소비생활센터에서 접수되는 소비자상담 건수는 2014년 2,824건이었으며 2015년 2,225건이 접수되었음.
- 2015년도를 기준으로 답변처리 1위는 환급이며, 2순위는 수리보수, 3순위는 교환, 4순위는 계약해제, 해지, 5순위는 법·제도 설명임.

2. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 소비생활센터 홈페이지를 별도 운영하고 있음.
- 접근성 : 시도청 홈페이지 내 관련 부서 page에 위치
- 피해처리안내: 상담안내, 온라인상담, 상담/피해 사례, 소비자분쟁조정사례, 내용증명작성법, 세탁심의안내, 관련사이트 등
- 소비자교육 : 소비자의 권리, 소비자 정보
- 특수거래소비자 정보 : 청약철회권, 항변권
- 소비자안전 : 위해정보제도, 안전정보
- 법령 : 소비자시책, 법령, 소비자분쟁해결기준, 표준약관

VII. 지자체의 소비자행정 총괄 평가

<표 7> 부산 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	59.3점
소비자정책의 수립 및 규제	58.7점
기초지자체 및 소비자단체 지원	53.3점
소비자정보 및 교육 시행	60.5점
민원센터의 소비자문제 관리	61.3점
소비생활센터 운영	59.8점
총 평균	58.8점

- 1) 소비자정책건수가 많이 부족하다. 소비자의 권익과 소비자단체의 발전을 위한 정책이 더욱 필요함.
- 2) 소비자교육이 전반적으로 부족하며 교육 내용도 소비자피해 예방에 대한 교육을 반복적으로 실시하고 있어 다양한 교육 내용으로 소비자교육의 교육 횟수가 증가되어야 할 것임.
- 3) 소비자단체에 대한 예산이 2015년도에 비하여 조금씩 증가하고 있지만 부족한 실정임. 또한 소비자단체 소통과 네트워크 운영을 위해 노력이 더 필요함.

대구광역시 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 「대구광역시 소비자권익증진조례」는 2003년 5월 30일 제정, 2009년 12월 21일 전부 개정하였음.

- 각 자치법규의 제·개정 시 의견 수렴 방법은 시 홈페이지 입법예고로 소비자 단체와 시민의 의견을 수렴함.

2. 대구광역시 소비자정책위원회 운영 현황

1) 대구광역시 소비자정책위원회

- 소비자정책위원회의 설치 근거는 「대구광역시 소비자권익증진조례」이나 조례에 의해 위원회의 기능을 「대구광역시 지역경제협의회 조례」에 따라 설치된 대구광역시지역경제협의회 소비자분과위원회가 대행함.

- 위원회의 담당부서는 경제정책과(지역경제협의회 운영 담당자), 위원임기 2년, 위원의 총 인원은 7명(위원장: 경제부시장, 소비자학과 및 관련 교수 3명, 변호사 1명, 소비자단체 대표 2명)이었으며 이중 소비자단체 대표는 2명으로 구성함.

- 2015년에는 정책위원회를 개최하지 않음.

2) 대구광역시 물가위원회

- 물가위원회는 대구광역시 지역경제협의회 「공공요금물가분과위원회」로 운영함.

- 물가위원회의 담당부서는 경제정책과(지역경제협의회 운영 담당자)이며 위원 총 수는 7명(위원장: 경제부시장, 학계 2명, 회계사 2명, 관련기관 1명, 소비자단체 대표 1명)이고, 위원임기 2년이고 소비자단체 대표는 1명으로 구성함.

- 2015년 연간 위원회 개최 횟수는 1회 개최하였으며 주요 안건은 하수도 요금 조정, 도시가스 공급비용 조정함.

3. 대구광역시의 소비자행정 예산 현황

- 2015년 소비자행정 예산 금액은 11,612만원으로 2015년에 비해 증가하였으나 대구광역시 전체 예산 중 소비자행정 예산 비율은 0.003%로 동일함.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 담당 공무원의 소속 부서는 대구광역시 창조경제본부 내 경제정책과 경제산업분석팀(팀장- 5급)이며 소비자권익증진업무 주무관(공모 계약직), 상담임.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 주요 정책 중 소비자정책 현황

- 각 연도별 지역의 소비자정책 현황을 보면 2015년과 2016년 동일함.

<표 1> 각 연도별 주요 정책 중 소비자정책 현황

구분	주요 정책 중 소비자정책 건수	주요 소비자정책 내용
2015년/ 2016년	11건	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자상담과 피해구제(소비생활센터 운영) • 찾아가는 소비정보센터 운영 지원 • 소외계층 소비역량 강화사업(3개사업) • 지역소비 역량 강화사업(2개사업) • 1372 소비자상담센터 지원 사업 • 소비자의 날 기념식 및 어울림 한마당 개최 • 찾아가는 맞춤형 소비자교육 추진 • 고3생 특수거래 소비자피해예방 교육 • 대구광역시 소비자전문가 연수 개최 • 시 찾아가는 시민사랑방 '소비자상담코너' 운영(1회/월) • 인터넷 쇼핑물 모니터링 헬스장 설문 및 방문 제도

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 특수거래 업체에 대한 규제와 관리 현황을 보면 다음과 같음. 다단계판매 업체와 선불식 할부거래업체, 후원방문판매업체가 매년 등록되고 있음. 한편 이들 특수판매업체에 대한 시정권과나 과태료 부과 등과 같은 규제 실적은 없는 것으로 나타남.

〈표 2〉 특수거래 업체 관리 현황

구분	소관부서 (계·팀)	2015년 상반기	2015년 하반기	2016년 상반기
① 다단계판매 등록업체 수	경제정책과 (경제산업분석 팀)	6	5	6
② 선불식 할부거래 등록업체 수		18	17	17
③ 후원 방문판매 등록업체 수		150	147	157
④ 특수판매업 시정권고 건수		-	-	-
⑤ 특수판매업체 과태료부과 건수		-	-	1

Ⅲ. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

- 기초지자체에 대한 지원은 소비자교육 교재 및 정보 자료 지원과 소비자전문가 연수에 대한 지원을 실시함.

〈표 3〉 기초지자체 지원 현황

지원항목	2014년도 실적 (회, 건)	2015년도 실적 (회, 건)	2016년도 실적 (회, 건)
• 소비자분쟁해결기준,보고서	2회/24부	1회/16부	
• 교육홍보용 부채, 화일, 포스트잇	3회/960개	3회/1,040개	3회/1,200개
• 리플렛 제공	1회/800부	3회/1,680부	1회/800부
• 전자상거래 사업자 준수사항 안내책자		1회/200부	
• 시 소비자전문가 연수 실시(민관합동)	1회	1회	1회

2. 소비자단체 지원 현황

- 지역 내 등록되어 있는 5개 소비자단체에 모두 지원하고 있으며 총 지원액은 다음과 같이 연도별로 큰 차이가 없음.

〈표 4〉 소비자단체 지원 현황

	2014년도	2015년도	2016년도
관내 소비자단체 수	5개	5개	5개
지원 대상 소비자단체 수	5개	5개	5개
연간 지원 금액 합계	11,224.4만원	11,224.4만원	11,612만원

- 소비자단체가 운영하는 1372 상담전화 5대에 대한 보조금은 월별 대당 70만원을 지원하고 있음.

Ⅳ. 소비자정보 및 교육 현황

- 인쇄물을 이용한 정보제공은 2014년과 2015년과 큰 차이는 없으나 언론매체를 이용한 정보제공에서는 2015년에서 감소하였음.

〈표 5〉 소비자정보 제공 현황

구분	인쇄물 정보제공		언론매체 정보제공			
	책자 배포	리플렛 제작 배포	보도자료 제공 건수	보도 건수		
				라디오	TV (지역케이블 포함)	신문
2014년	5회	5회	9건	3건	1건	30건
2015년	2회	6회	6건	2건	2건	18건

- 연도별 소비자교육 시행은 전체적으로 2014년에 비해 2015년에는 교육 횟수는 감소하였으나 참여 인원은 증가한 것으로 나타남. 이는 대강의 중심인 청소년 대상 교육이 증가한 이유 때문인 것으로 보임.

〈표 6〉 소비자교육 시행 현황

구분	2014년		2015년	
	횟수(회)	참여인원(명)	횟수(회)	참여인원(명)
합계	283	16,515	245	21,693
어린이(유치원, 초등학교)	183	7,251	147	5,315
청소년(중고등학생)	36	4,270	59	11,950
대학생	-	-	-	-
일반 성인	11	556	4	190
단체 실무자, 상담원	1	40	1	45
공무원				
사업자	5	2,500	5	2,500
고령자	41	1,770	24	1,603
다문화가족, 새터민	6	128	5	90

V. 민간센터 내 소비자상담 관리 현황

- 소비생활 관련 민원은 시청홈페이지 내 전자민원 서비스 (두드리스 등), 시청 내 종합민원실 운영 (방문, 전화, FAX 등), 시청에서 운영하는 종합 민원 전화 서비스 인 두드리스 120번을 통해 접수가능 함.

- 소비생활 관련 민원 처리 방법은 주무과에서 직접 처리하거나 소비생활센터로 이첩하고 있음.

- 소비생활 민원 처리 기간은 최장14일임.
(조례상 최대 30일->소비자분야 행정서비스 이행기준에 의해 14일로 단축)

- 연도별 소비생활 관련 민원 처리 결과(이첩제외)

〈표 7〉 민원에서의 소비생활 관련 상담 현황

	2014년	2015년
건의 사항	1,636건	1,251건
해결 건수	326건	287건

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 센터 명칭은 「대구광역시 소비생활센터」로 2003년 9월 개설함.

- 센터 내 상담원은 민간단체과전 상담원 1명으로 현재 3개월, 월평균 보수 151만원을 받고 있음.

- 1372 전화는 2대가 설치되어 있음.

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

〈표 8〉 소비자상담 접수 및 처리 현황

	2014년도	2015년도
전체 상담건수(건)	1,636	1,251
전체 처리 (건)	1,636	1,251

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

〈표 9〉 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

센터안내	- 센터소개 - 위치 및 연락처		
접근성	시도청 홈페이지 내 관련 부서 page에 위치 * '17년부터 1월부터 시 홈페이지 메인 '민원'란에 '소비자상담신청' 추가 하여 시센터 홈페이지 바로가기 연결 개편 중임.		
피해처리안내	- 상담안내	- 온라인상담	- 상담/피해 사례
	- 소비자분쟁조정사례	- 내용증명작성법	- 세탁심의안내
	- 관련사이트		
소비자교육	- 소비자의 권리	- 소비자정보	- 물가정보
특수거래소비자 정보	- 특수거래 안내	- 청약철회권	- 항변권
	- 특수거래사업자정보조회		
소비자안전	- 위해정보제도	- 안전정보	
법령	- 소비자지침	- 법령	- 소비자분쟁해결기준
	- 표준약관		

VII . 지자체의 소비자행정 총괄 평가

<표 10> 대구광역시 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	56.4점
소비자정책의 수립 및 규제	64.0점
기초지자체 및 소비자단체 지원	53.7점
소비자정보 및 교육 시행	61.5점
민원센터의 소비자문제 관리	65.6점
소비생활센터 운영	58.0점
총 평균	59.8점

- 지역의 특성에 맞는 소비자행정을 발전시키기 위해 소비자정책위원회의 운영이 이루어져야 할 것이며 소비자정책 개발도 적극적으로 만들어져야 할 필요가 있음.
- 특수거래의 소비자 피해는 취약 계층의 소비자와 청년 소비자 등 다양한 계층의 소비자에게 나타나고 있으며 피해 규모도 크고 보상도 받기 어려우므로 소비자의 피해 예방 차원에서 특수거래 업체에 대한 관리 감독이 강화되어야 함.
- 지역민들의 편의를 위해 민간소비단체 상담운영에 대한 지원이 강화되었으면 함. 소비자단체와의 원활한 네트워크를 통해 잘 관리되는 편임.

인천광역시 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I . 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 1) 소비자 조례의 명칭과 제 · 개정일
 - 소비자 조례 명칭은 [인천광역시 소비자권익증진조례]로 표기되었으며 2001년 9월 24일 제정되었으며, 2008년 8월 4일 개정하였다.
- 2) 각 자치법규의 제 · 개정 시 의견 수렴 방법
 - 제 · 개정에 대한 의견 수렴은 소비자단체 및 이해당사자 의견조회, 공청회가 가능하도록 입법공람 형식을 취하고 있다.

2. 인천광역시 소비자정책위원회 운영 현황

- 1) 인천광역시 소비자정책위원회
 - 위원회 명칭은 [인천광역시 소비자 정책위원회]이며 설치근거는 [인천광역시 소비자 권익증진조례]에 근거한다. 위원회 성격으로는 소비자권익과 관련된 심의 · 의결기구이며 물가위원회와는 별개이지만 물가위원회에서 논의한 결과를 최종적으로 의결한다.
 - 위원은 총16명이며 그 중 소비자단체 대표는 5명이다.
 - 2015년 정책위원회는 개최되지 않았다.
- 2) 인천광역시 물가위원회
 - 인천광역시의 위원회명칭은 [물가대책위원회]이며 설치근거는 [인천광역시지방 물가대책위원회 설치 및 운영조례]에 의한다.
 - 물가대책위원회의 위원장은 정무경제부시장이며 인원은 23명이며 이중 소비자단체 대표 인원은 4명이고 위원들의 임기는 2년이다.
 - 2015년 물가대책위원회는 총 3회 개최하였으며 각 회의의 주요 안건은 시내버스 요금 조정, 인천도시철도 운임 조정, 도시가스요금 조정 등의 안건이었다.

3. 인천광역시 소비자행정 예산 현황

- 소비자행정 예산의 금액과 인천광역시의 총 예산 대비 소비자행정 예산 비율을 살펴보면 2015년에 크게 삭감된 것을 알 수 있다. 즉 2014년도 29백만원 0.001%, 2015년도 15백만원 0.0002%, 2016년도 17백만원으로 0.0002%이다.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 담당공무원은 2명으로 소속부서는 경제정책과 부서이며, 행정6급으로 담당 업무는 특수거래업무 부정경쟁방지업무 대부업 업무 수행기간은 8년 10개월이다.
- 일반 행정직으로 3개월차이며 특수거래업무 부정경쟁방지업무 대부업 업무를 담당한다.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 인천광역시 주요 정책 중 소비자정책 현황

- 2015년의 주요 소비자정책으로는 소비자 상담 및 피해규제 소비자교육, 소비자 정보제공 소비자 문제 실태조사였으며 이는 2016년도에도 동일하게 진행되고 있다.

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 1) 소비자거래 규제 등록
 - 다단계판매등록 업체 수는 2015년부터 2016년 현재까지 등록된 업체가 없으며 선불식 할부거래 등록업체수는 2015년 상반기 2개 업체, 2015년 하반기에 3개, 2016년 상반기에 3개가 등록되었다.
 - 후원 방문판매 등록업체수는 2015년 상반기 179개 업체였으나 2015년 하반기에 169개 2016년 상반기에 167개 업체가 등록되어있다.
- 2) 규제 건수 현황
 - 특수판매업체에 대한 시정권고는 한건도 없다.

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

- 기초지자체의 소비자관련 행정에 대한 지원방법은 담당자 교육과 합동지도, 점검, 홍보포스터 보급 등이 있다.

2. 소비자단체 지원 현황

- 1) 관내 소비자단체 중 지원 대상 수
 - 관내 소비자단체는 2014년 5개, 2015년 5개, 2016년 7개였으며 관내 등록된 소비자단체 모두에게 지원하여 지원대상 소비자 단체 수는 2014년 5개, 2015년 5개, 2016년 7개 단체다.
 -
- 2) 연도별 소비자단체 지원 금액
 - 2014년도에는 5,100만원, 2015년도에 4,100만원이며 2016년도에는 5,000만원이다.

IV. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 1) 연도별 인쇄 및 언론보도별 소비자정보 제공 현황
 - 2014년도 책자제작배포는 1회, 리플렛 제작배포는 1회, 보도자료는 8건, 언론 보도는 2014년, 라디오0회, tv 지역케이블포함 52건이며 신문 8건 등이다.
 - 2015년도에 책자는 1회, 리플렛 제작배포는 1회, 보도자료 건수는 7건이며 언론매체 라디오는 0건, tv지역케이블포함 52건이며 신문은 7건이다.

2. 소비자교육 운영 현황

- 1) 연도별 소비자교육 현황
 - 2014년도에 어린이는 100회에 500명, 청소년(중고등학생)은 96회에 17,000명이 교육에 참여하였다. 또한 다문화·세터민은 2회에 걸쳐 62명이 참여하였다.

- 2015년도에는 어린이는 3회에 600명 · 청소년교육은 120회에 걸쳐 25,000명이 참여하였으며, 고령자는 634회에 걸쳐 12,680명, 다문화는 1회에 걸쳐 80명, 교육에 참여하였다.

V. 민원센터 내 소비자상담 관리

1. 민원 접수 현황

- 시청 내 종합민원실(방문, 전화 팩스 등)과 종합 민원 콜센터를 운영하며 시민들의 민원을 접수처리하고 있다.
- 처리방법으로는 민원내용에 따라 주무과에서 직접 처리하는 방법과, 1372나 소비생활센터로 이첩하는 등 다양하게 처리하고 있다.

2. 민원센터 내 소비자상담 처리 현황

- 민원 상담에 대한 답변 및 처리통보 기간은 최대7일이라는 규정이 있다.
- 각 민원은 직접 주무과에서 처리하며 이중 소비자관련 상담은 2014년에 7건 2015년에 15건으로 모두 15건이 해결되었다.

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 센터의 명칭은 [인천광역시 소비생활센터]이며, 2003년4월1일 개설하였다.
- 상담원은 민간소비자단체에서 파견한 2명이 상근하고 있으며 근무연수는 3년이다.
- 1372 전화 회선 유무 및 전화기는 2대가 설치되어 운영되고 있다.

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

- 2014년도에는 총 8,120건이 접수되었으며, 2015년도에는 8,499건이 접수되었다.
- 2015년도를 기준 시 답변처리 1위는 기타정보제공 으로 가장 많고 2순위는 분쟁해결기준설명, 3순위는 법·제도설명, 4순위는 상품정보제공 5순위는 피해구제 접수 안내로 처리하였다. 실제 교환이나 환불, 반품 등은 미비한 실정이다.

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 인천광역시 소비생활센터의 별도 홈페이지를 개설, 운영하고 있다.
- 접근성 : 시도청 홈페이지 main page에 위치.
- 피해처리안내 : 상담안내와 온라인상담, 피해사례, 분쟁조정사례, 내용증명성법, 세탁심의안내와 관련 사이트 연계, 물가정보 등이 안내되고 있다.
- 소비자교육 : 소비자권리와 소비자 정보, 물가정보, 소비자교육정보자료 공유 등 사이트가 운영 중이다.
- 특수거래소비자정보 : 특수거래안내와 청약철회권, 항변권, 특수거래사업자 정보조회, 특수판매 소비자신고 등을 운영하고 있었다.
- 소비자안전 :위해정보와 안전정보, 리콜소식과 검사기관등이 안내되었다.

VII . 지자체의 소비자행정 총괄 평가

<표 1> 인천 소비자행정에 대한 전문가 평가 전체 평균

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	64.8점
소비자정책의 수립 및 규제	64.3점
기초지자체 및 소비자단체 지원	67.3점
소비자정보 및 교육 시행	61.5점
민원센터의 소비자문제 관리	68.4점
소비생활센터 운영	70.2점
총 평균	66.1점

1) 소비자정책위원회와 물가대책위원회 등이 구성되어 1년 1~2회 진행하고 있다. 그

려나 소비자대표는 23명 중 4인에 불과하여 소비자단체대표 참여를 높여야 한다.

2) 소비자정책건수는 매년 정확하지 않아 확실한 데이터는 나오지 않았지만 지역소비자단체와 사전에 논의하고 함께 진행하고 있어 시너지효과를 높이는 것이 좋다.

3) 반복적인 소비자피해를 예방하기 위해서는 소비자교육이 필요하다. 특히 학생소비자와 고령자소비자에 대한 소비자교육에 주력하고 있어 소비자권익보호에 노력하고 있다.

4) 소비자단체에 대한 예산이 턱없이 부족하다.

5) 1372 상담건수는 해마다 비슷한 통계이나 처리결과를 보면 소비자보상측면에서 환불, 교환, 반품보다는 기준 설명, 법규 안내 등이 많아 더욱 적극적인 해결 노력이 요구된다.

6) 홈페이지 안내가 잘되어 있으나 소비자사례는 최근년도에 맞추어 신경을 써야 한다.

광주 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 소비자 조례 명칭은 [광주광역시 소비자권익증진 지원조례]로 표기되었으며 2001년 1월 9일 제정되었으며, 최근 2015년 1월 1일 개정하였다.

- 소비자보호관련 규칙으로는 「광주광역시 소비자정책업무 처리규정」이 1993년 10월 30일 제정되었으며, 최근 2012년 9월 14일 개정되었고 「광주광역시 물가담당관 규정」은 1979년 3월26일 제정되었다.

- 제·개정에 대한 의견 수렴은 소비자단체 및 이해당사자 의견조회, 공청회가 가능하도록 입법공람 형식을 취하고 있다.

2. 광주광역시 소비자정책 및 물가 위원회 운영 현황

1) 광주광역시 소비자정책위원회

- 소비자정책위원회는 [광주광역시 소비자 권익증진 지원조례]에 근거하여 설치할 수 있게 되어 있으나 물가대책위원회가 그 기능을 대신하고 있다. 위원회의 성격은 물가위원회에서 논의한 결과를 최종적으로 자문하여 심의한다.

- 정책 위원회의 위원은 총 20명이며 이중 소비자단체 대표는 6명이 포함되어 있다.

- 2015년에는 3회 회의를 개최하였으며 주요 안건으로는 2015년도에는 3월 17일 상수도요금 적정화 조정심의를 하였고 5월22일에는 신규 직행좌석 시내버스 요금 결정을 조정심의 하였으며 6월24일은 도시 가스 소매공급비용결정을 조정심의 하였다

2) 물가위원회

- 위원회 명칭은 [광주광역시 물가대책위원회]이며 설치근거는 [물가대책위원회의 설치 및 운영에 관한 법률]에 근거한다. 위원회 성격은 협의, 조정 역할을 한다.

- 위원회의 위원은 총20명이며 이중 소비자단체 대표는 6명이 포함되었다.

- 물가위원회는 소비자정책위원회와 공동으로 운영하고 있으므로 2015년 운영 개최 현황은 정책위원회의 개최 현황과 동일하다.

3. 소비자행정 예산 현황

- 소비자행정에 대한 예산은 2014년도 204백만원, 2015년도에는 262백만원, 2016년도에는 203백만원이다.
- 광주광역시 총 예산 중 소비자행정 예산 비율을 보면 2014년과 2015년도는 0.7%이었으나 2016년은 1.5%로 예산 금액은 변동이 없었으나 전체 예산 중 비율은 증가하였다.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 소비자행정 담당공무원은 2명으로 소속부서는 일자리경제정책관 부서이다. 소비생활센터 운영 담당자 1명은 지방행정 6급이며 근무기간은 9개월, 1명은 사무운영 7급(정규직)이며 근무기간은 9개월이다.
- 담당 업무로는 지방행정 6급 공무원의 주 업무는 상담 및 피해구제, 소비자교육, 소비자정보제공 및 홍보, 생협업무 전반, 방문·전화권유 통신판매관리, 민간소비자단체 지원 및 관리, 물가대책위원회 운영 등이다. 일반 행정직 7급 공무원의 주 업무는 위조상품 단속, 선불식 할부거래법, 다단계, 담배수입 판매업등록, 복권법, 방문·통신·담배 도소매업 지도관리, 대부업 지도관리 등이다.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 주요 정책 중 소비자정책 현황

- 2015년, 2016년 지자체의 주요 정책 중 소비자정책은 포함되지 않았다.

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 1) 소비자거래 규제 등록
 - 다단계판매등록 업체 수(소상공인팀)는 2015년부터 2016년 현재까지 1개 업체만 등록된 상태이며 선불식 할부거래 등록 업체수는 2015년 상반기 13개, 2016년 13개 업체가 등록된 상태이다. 후원 방문판매 등록 업체수는 2015년 상반기 79개 업체였으나 2016년 현재 6개 업체가 폐쇄하면서 73개 업체가 등록되어 있다.

2) 규제 준수 현황

- 특수판매업 시정권고는 한건도 없으며 특수업체 과태료 부과건수는 2015년 단 1건에 대하여 과태료를 부과하였다.

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체 지원 현황

- 2014년과 2015년 기초지자체에 대한 별도의 소비자 행정 지원 실적은 없다.

2. 소비자단체 지원 현황

- 관내 소비자단체 중 소비자업무를 보고 있는 단체는 2014년에는 9개 단체였으며 이중 5개 단체를 지원하였으며 2015년에는 3개 단체를 지원하였고 2016년에는 4개 단체를 지원하고 있다.
- 2014년에는 총 5,766만원, 2015년 8,036만원, 2016년 8,540만원을 지원하였다.

IV. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 1) 연도별 인쇄 및 언론보도별 소비자정보 제공 현황
 - 2014년도 책자제작배포는 1회, 리플렛 제작배포는 4회, 보도자료는 10건, 신문10건 이다.
 - 2015년도 책자는 1회, 리플렛 제작배포는 4회, 보도자료 건수는 56건이며 언론매체라디오는 55건, 신문은 1건 이다.

2. 소비자교육 운영 현황

- 2014년도에 어린이 대상 교육은 30회에 1,827명이 참여하였고 청소년(중고등학생)은 15회에 1,001명이 교육에 참여하였다. 대학생은 2회에 걸쳐 132명이 교육에 참여하였고 일반 성인은 7회에 걸쳐 743명이 참여하였다. 고령자는 8회에 933명, 다문화·세터민은 3회에 걸쳐 80명, 장애인은 2회에 60명, 기타 소비자전문가 양성과정 2회에 488명이 참여하여 총 5,264명이 교육에 참여하였다.
- 2015년 소비자교육에는 어린이는 33회에 걸쳐 1,930명이 참여하였으며 청소년(중고등학생)은 6회에 400명이 교육에 참여하였다. 대학생은 1회에 50명이 교육에 참여하였고 일반 성인은 14회에 걸쳐 1,650명이 참여하였다. 고령자는 18회에 1,650명, 다문화·세터민은 9회에 걸쳐 280명이 장애인이 9회에 320명이 참

여하여 총6,280명이 교육에 참여하였다.

V. 민원센터 내 소비자상담 관리 현황

- 광주광역시시는 시청홈페이지를 통한 전자민원 서비스와 종합민원실방문, 민원콜센터 서비스 등 다양한 채널을 통해 소비자민원을 제기할 수 있다.
- 민원 처리방법은 민원내용에 따라 직접 주무과에서 직접 처리하거나 소비생활센터로 이첩하는 방법 등 다양하게 처리하고 있다. 답변 및 처리 통보 기간은 최대 7일이라는 규정을 두고 있다.
- 민원센터 내 소비자상담의 현황은 주무과에서 처리하고 있기 때문에 전체 통계가 어려운 상황이다.

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 소비생활센터는 [광주광역시소비생활센터]의 명칭으로 2001년 11월 개설하였다.
- 소비생활센터의 상담원은 자체임용상담원 1명이 약 1년 4개월 근무하고 있으며 월 186만원을 보조를 받으며 상근으로 근무하고 있다. 민간소비자단체에서 파견한 1명은 근무연수는 2년이다. 또한 월 161만원을 보조를 받으며 상근으로 근무하고 있다.
- 1372 상담전화는 2대를 운영하고 있다.

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

- 2014년도에는 총 1,325건이 접수되었으며, 2015년도에는 1,142건이 접수되었다.
- 2015년도를 기준 시 답변처리 1위는 분쟁해결기분설명이며, 2순위는 피해구제접수 안내, 3순위는 기타정보제공, 4순위는 상품정보제공, 5순위는 부당행위시정으로 처리되고 있다.

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 소비생활센터의 홈페이지는 별도로 운영되고 있다.
- 접근성 : 광주광역시 소비생활센터는 광주광역시 홈페이지 내 시민맞춤정보에 위치하고 있다.
- 피해처리안내 : 상담안내, 온라인상담, 상담.피해사례, 내용증명작성법을 제공하고 있다.
- 소비자교육 : 소비자권리와 소비자 정보 사이트가 운영 중이다.
- 특수거래소비자정보 : 특수거래안내, 청약철회권 등을 운영하고 있었다.
- 소비자안전 : 위해정보와 안전정보가 안내되었다.

VII. 지자체의 소비자행정 총괄 평가

〈표 1〉 광주 소비자행정에 대한 전문가 평가 전체 평균

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	57.3점
소비자정책의 수립 및 규제	59.3점
기초지자체 및 소비자단체 지원	52.2점
소비자정보 및 교육 시행	55.9점
민원센터의 소비자문제 관리	60.2점
소비생활센터 운영	61.1점
총 평균	57.7점

- 1) 소비자행정 담당 공무원이 자주 변동사항이 발생하여 업무에 어려움이 많다
- 2) 반복적인 소비자피해를 예방하기 위해서는 소비자교육이 필요하다. 특히 학생소비자와 고령자소비자에 대한 소비자교육에 주력하고 있어 소비자권익보호에 노력하고 있다.
- 3) 소비자단체에 대한 예산이 2015년도에 비하여 50%가 증가하고 있어 소비자단체 지원과 소통에 노력하고 있음을 알 수 있다.

4) 소비자생활센터 상담건수는 해마다 비슷한 통계이나 처리결과를 보면 직접 해결해주는 환불, 교환, 반품이 없이 기준 설명, 법규 안내 등이 많아 더욱 적극적인 해결 노력이 요구된다.

5) 소비자교육에 단체 실무자나 상담원교육이 없어서 지자체와 소비자단체의 정보공유가 부족하다.

6) 홈페이지 안내가 잘되어 있으나 소비자홍보가 부족하여 최근년도에 맞추어 신경을 써야 한다.

대전광역시 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 소비자 조례 명칭은 [대전광역시 소비자기본조례]로 표기되었으며 1996년 4월 15일 제정되었으며, 2016년 4월 12일 개정되었다.
- 소비자보호 관련 규칙·규정들은 제정되지 않았다.
- 각 자치법규 제·개정에 대한 의견 수렴 방법은 입법예고의 방식의 형식을 취하고 있다.

2. 대전광역시 소비자정책 및 물가 위원회 운영 현황

1) 대전광역시 소비자정책위원회

(1) 소비자정책위원회 현황

- 위원회의 명칭은 [대전광역시 소비자정책위원회]이며 설치근거는 대전광역시 소비자기본조례에 근거한다. 위원회의 성격은 심의·의결기구이며 물가위원회와는 공동으로 운영한다.
- 위원회의 담당부서는 일자리경제과에서 담당하며, 위원 수는 위원장 포함 총 20명이며, 이중 소비자단체 대표인원수는 8명이 포함되어 있다. 위원으로 위촉이 되면 3년의 임기를 가진다.

(2) 위원회 개최 현황

- 위원회는 연간 2회의 회의를 개최한다.
- 각 회의 시 주요 안건으로는 1차 회의는 2015년 5월 28일 개최되었으며 주요 안건으로는 시내버스, 도시철도 요금 조정심의를 하였다. 2차 회의는 2015년 8월 4일 개최되었으며 주요안건으로는 상하수도 요금 조정 심의, 도시가스 공급비용 조정 심의를 하였다.
- 물가위원회는 소비자정책위원회와 공동으로 운영한다.

3. 소비자행정 예산 현황

- 1) 연간 소비자행정 예산 금액
 - 2014년도에는 144백만원, 2015년도에는 195백만원, 2016년도에는 173백만원이다.
- 2) 총 예산 대비 소비자행정 예산 비율
 - 총 예산대비 소비자행정 예산 비율은 2014년부터 2016년까지 모두 0.01%를 차지하고 있다.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 담당공무원은 3명으로 소속부서는 일자리경제과에서 담당하나 3명 중 2명은 소비자 업무 이외에 타 업무도 담당한다.
- ① 소비자업무 총괄하는 담당자는 직급은 행정5급이며 업무수행 기간은 1년 10개월이다. 담당 소비자업무는 소비생활센터장을 겸임하고 소비자업무를 총괄하고 있다.
- ② 소비생활센터 운영하는 담당자는 행정6급이며 업무수행기간은 1년3개월이다. 담당 소비자업무는 소비생활센터를 운영하며, 소비자단체 지원, 소비자조례 운영, 소비자시책 수립 및 평가, 다단계 및 후원 방문, 판매업 등 특수거래 업무, 부정경쟁행위 업무, 소비자민원 처리 등을 하며 소비자업무 이외 타 업무도 담당한다.
- ③ 소비자정책위원회를 운영하는 담당자는 행정6급이며 업무수행 기간은 3 개월이다. 담당 소비자업무는 소비자 조례 운영, 소비생활협동조합인가, 선불식할부거래업을 담당하며 소비자 업무 이외 타 업무도 담당한다.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 주요 정책 중 소비자정책 현황

- 2015년과 2016년 모두 총 4건의 소비자정책을 이행하였으며 그 내용은 소비생활센터운영, 1372 소비자상담센터 운영 지원, 소비자단체 지원사업, 착한가격업소 홍보 책자 제작 진행으로 동일하다.

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 소비자거래 규제의 소관부서는 생활경제팀에서 담당하고 있다.
- ① 다단계판매 등록업체 수는 2015년 상반기 2개 등록 하반기 1개 등록 2016년 상반기 등록 2개 업체가 등록하였다.
- ② 선불식 할부거래 등록 업체 수는 2015년 상반기 10개 등록, 2015하반기 10개

등록, 2016 상반기 10개 등록하였다.

- ③ 후원 방문판매 등록업체 수는 2015년 상반기 102개 등록, 2015년 하반기 102개 등록, 2016년 상반기 100개 등록하였다.

- ④ 특수판매업 시정권고 건수는 2015년 상반기 3개, 2015년 하반기 1개, 2016년 상반기 2개 업소를 시정권고 하였다.

- ⑤ 특수판매업체 과태료부과 건수는 2015년 상반기 4건의 과태료를 부과한 이후 2015년 하반기, 2016년 상반기에는 과태료를 부과한 건수는 없다.

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

- 연도별 기초지자체 지원 방법 및 실적은 다음과 같다.

- ① 2014년도의 경우 소비자정보 홍보물 제작 및 배부는 1회, 소비자시대 책자 구입 배부는 12회, 부정경쟁행위 합동단속의 경우 4회 단속, 착한 업소 홍보물의 경우 1회 배부 하였다.

- ② 2015년도의 경우 소비자정보 홍보물 제작 및 배부는 1회, 소비자시대 책자 구입 배부의 경우 12회, 부정경쟁행위 합동 단속의 경우 4회 단속, 착한가격 업소 홍보물의 경우 2회 배부 하였다.

- ③ 2016년의 경우 소비자정보 홍보물, 착한가격업소 홍보물 제작 및 배부는 제작 중이며, 부정경쟁행위 합동단속의 경우 4회 단속을 진행하였다.

2. 소비자단체 지원 현황

- 2014년도의 경우 관내 10개 소비자단체 중 2개 소비자단체만 연간 18,050천원을 지원하였고 2015년에는 관내 10개 단체 중 8개 소비자단체에 연간 80,790천원을 지원하였다. 2016 역시 관내 10개 단체 중 8개 소비자단체에 지원하였으나 지원액은 감소하여 연간 79,413천원을 지원하였다.

IV. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 2014년도의 경우 책자제작배포는 7회, 리플렛 제작 배포는 1회, 보도자료 제공 건수는 29건 신문 보도건수는 29건 제공하였다.

- 2015년도의 경우 책자제작배포는 7회, 리플렛 제작 배포는 1회, 보도자료 제공 건수는 34회, 신문 보도건수는 34건 제공하였다.

2. 소비자교육 운영 현황

- 2014년도의 경우 어린이 대상 15회에 305명 참여, 청소년 대상 19회 5,380명 참여, 일반 성인 대상 5회 300명 참여, 고령자 대상 20회 801명 참여, 다문화가족, 새터민 대상 5회 32명 참여, 장애인 대상 3회 123명 참여, 기타 2회 6명이 교육에 참여하였다.
- 2015년도의 경우 어린이 대상 15회 218명 참여, 청소년 대상 19회 5,260명 참여, 성인 대상 5회 280명 참여, 고령자 20회 621명 참여하였고 다문화가족, 새터민 대상 15회 150명 참여, 장애인 대상 3회 131명 참여, 기타 3회 22명이 교육에 참여하였다.

V. 소비생활 관련 민원 관리 현황

1. 소비생활 관련 민원 접수 현황

- 대전광역시 홈페이지 내 전자민원 서비스, 대전광역시 내 종합민원실 방문, 전화 FAX를 통한 접수, 대전광역시에서 운영하는 120번 종합 민원 전화서비스를 운영하고 있다.
- 소비생활 관련 민원 처리는 주무과에서 직접 처리하며 상담 일부는 소비생활센터와 병행하여 처리한다.

2. 소비생활 관련 민원 처리 현황

- 소비생활 관련 민원에 대한 답변 및 처리 결과 통보에 대한 기한은 최대 7일이라는 규정이 있다.
- 연도별 소비생활 관련 민원 처리 현황을 보면,
 - ① 2014년 소비생활 관련 민원은 1건이었으며 1건을 해결하였다.
 - ① 2015년 소비생활 관련 민원은 1건이었으며 1건을 해결하였다.

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 소비생활센터는 2003년 3월 대전광역시 소비생활센터를 개설하였다.

- 소비생활센터 내 상담원은 민간단체 파견 상담원(상근)은 1명이며, 근무연한은 2015년 11월~2017년 10월까지 근무하며, 월 평균 150만원의 보수를 받는다.

- 1372 전화 회선은 1대가 설치되어 있다.

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

- 소비자상담 접수 현황은 2014년도에는 전체 상담건수는 1,176건, 2015년도에는 전체 상담건수는 1,098건의 접수를 받았다.
- 2015년 소비자상담 답변 처리가 많은 순위를 보면 1순위는 기타정보 제공이며, 답변 처리 2순위는 분쟁해결기준, 답변 처리 3순위는 법·제도설명, 답변 처리 4순위는 비 소비자상담처리, 답변 처리 5순위는 처리 불능으로 처리하였다. 실제 교환이나 반품 등은 미비한 실정이다.

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 대전광역시 소비생활센터 홈페이지를 별도로 운영하고 있다.
 - ① 센터 안내 : 소비생활센터 소개 및 위치, 연락처가 안내되어 있다.
 - ② 접근성 : 대전광역시 홈페이지 메인페이지에 위치하고 있다.
 - ③ 피해처리안내 : 상담안내, 온라인상담, 상담/피해사례, 소비자분쟁조정 사례, 내용증명작성법, 세탁심의안내, 관련 사이트, 기타(소비자뉴스 등)을 안내하고 있다.
 - ④ 소비자교육 : 소비자의 권리, 소비자 정보, 물가 정보를 안내하고 있다.
 - ⑤ 특수거래소비자정보 : 특수거래 안내, 청약철회권, 항변권, 특수거래사업자 정보조회를 안내하고 있다.
 - ⑥ 소비자안전 : 위해정보제도를 안내하고 있다.
 - ⑦ 법령 : 소비자분쟁해결기준을 안내하고 있다.

VII . 지자체의 소비자행정 총괄 평가

〈표 1〉 대전광역시 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	58.1점
소비자정책의 수립 및 규제	63.7점
기초지자체 및 소비자단체 지원	61.7점
소비자정보 및 교육 시행	60.3점
민원센터의 소비자문제 관리	66.0점
소비생활센터 운영	64.5점
총 평균	62.4점

- 1) 소비자정책건수는 매년 4건 정도이다. 소비자정책에 대해 적극 건의하고 이행할 수 있도록 지자체와 소비자단체 활발한 교류가 필요하다.
- 2) 대전광역시의 경우 소비자기본조례는 있으나 소비자보호 관련 규칙·규정은 제정되어 있지 않다. 입법예고 방식 이외에 공청회 및 소비자단체의 의견 등을 적극 수렴하여 소비자보호관련 규칙을 제정하는 등 지자체의 적극적인 노력과 관심이 필요하다.
- 3) 세계화, 정보화, 네트워크화 등 소비 환경이 다변화 되고 새로운 소비자문제들이 계속적으로 등장하고 있으며 이는 소비자정책에 대한 정부 영역의 지원의 필요성을 증대시킨다. 지역단위의 소비자 정책 및 시책 개발, 소비자 피해예방을 위한 다양한 프로그램들 더 개발되어야 하나 지자체 소비자행정 예산은 작년에 비해 0.001% (22백만원) 예산이 줄어든 것으로 확인이 된다. 소비자 문제 해결 및 권익 증진 소비자의 생활 향상을 위하여 지자체의 관심과 예산의 증대가 필요하다.
- 4) 소비생활센터 1372 상담건수를 확인해보면 처리현황 1순위는 기타정보제공으로 확인되었다. 소비자보호 측면에서의 적극적인 해결 노력이 필요하다.

울산광역시 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I . 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 1) 소비자 조례의 명칭과 제·개정일 현황
 - 현재 소비자 조례의 명칭은 「울산광역시 소비자센터 등에 관한 조례」 2007년 11월 8일 제정되면서 2003년 5월 30일 제정되었던 「울산광역시 소비자보호 조례」는 폐지되었다.
 - 「울산광역시 소비자센터 등에 관한 조례」는 2015년 6월 30일 개정되었다.
- 2) 소비자보호 관련 규칙·규정들의 명칭과 제·개정일 현황
 - 소비자보호 관련 규칙의 명칭은 「소비자센터 운영 규정」이며 2007년 11월 8일 제정되어 개정된 적이 없다.
- 3) 각 자치법규의 제·개정 시 의견 수렴 방법 현황
 - 울산광역시 홈페이지 게시판에 입법예고하여 팩스 또는 서면으로 의견을 받았다.

2. 울산광역시 소비자정책 및 물가 위원회 운영 현황

- 1) 울산광역시 소비자정책위원회
 - (1) 울산광역시 소비자정책위원회 현황
 - 위원회 명칭은 「소비자정책위원회」이며 설치근거는 「울산광역시 소비자센터 등에 관한 조례」 제6조에 근거한다. 소비자정책위원회는 소비자권익과 관련된 시책의 수립 및 시행에 필요한 사항을 심의 의결하는 기구이다.
 - 소비자정책위원회의 위원은 총 10명으로 당연직으로 울산광역시 경제부시장인 위원장으로 있으며 이중 소비자단체는 울산YWCA, 울산녹색소비자연대 2명이 포함되어있다. 그 밖에 부시장 1명, 시의원 1명, 학계1명, 법조계 1명 언론 1명, 유관기관(울산광역시교육청) 1명, 전문기관(울산발전연구원) 1명으로 구성되어 있다.
 - 소비자정책위원회는 물가대책위원회와 별개로 운영되고 있다.

- (2) 소비자정책위원회 개최 현황

- 소비자정책위원회는 정기적으로 개최되지 않고 위원장이 소집하도록 되어 있다. 특별한 안건이 있는 경우 위원회 개최가 되는 상황으로 1년에 한 번도 개최가 안 되고 있다.

2) 울산광역시 물가정책위원회

(1) 울산광역시 물가정책위원회 현황

- 울산광역시의 위원회 명칭은 「물가대책위원회」이며 지역물가안정을 위한 물가 심의 및 조정 의결하는 기구이다.
- 물가대책위원회는 경제부시장을 위원장으로 총 20명의 위원으로 구성되어 있으며 이 가운데 소비자 단체 대표 인원은 총 3명이다.

(2) 위원회 개최 현황

- 물가대책위원회의 개최는 위원장이 필요하다고 인정하거나 재적위원 과반수의 요구가 있을 때 수시로 소집하게 되어 있다. 즉, 공공요금 변동 시에 개최되며 연간 1회 개최되고 있다.
- 최근 개최한 2015년도 위원회에서는 버스요금, 하수도요금에 대한 조정 심의를 하였다.

3. 울산광역시의 소비자행정 예산 현황

- 울산광역시 소비자행정 예산은 2014년 205백만 원, 2015년 125백만 원 2016년 109백만 원으로 점차 감소되었다. 2015년 예산이 크게 감소한 이유는 소비자단체 상담원 인건비 지원이 없어졌으며, 소비자생활센터의 인원감축이 있었다.
- 울산광역시의 총 예산은 2014년 2조 7천억, 2015년 2조 9천억, 2016년 3조 2천억 원이며 이 가운데 소비자행정 예산은 2014년 0.007%, 2015년 0.004%, 2016년 0.003%로 매년 비율이 줄어 들고 있다.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 담당공무원은 2명으로 소속부서는 창업일자리과이며, 전임계약직 1명은 6급으로 수행기간은 13년 3개월이다. 일반행정직 1명은 7급으로 수행기간은 10개월 이다.
- 전임계약직 6급의 주 업무는 소비자종합시책 수립, 소비자정책위원회 운영, 소비자조례 운영, 소비자센터 운영, 소비자단체 지원, 소비자교육, 소비자 정보 제공, 소비자상담, 피해구제업무를 하고 있다.

- 일반행정직 7급의 주요 업무는 소비자생활협동조합 인가, 후원방문판매업체 등록, 선불식할부거래업 등록, 특수거래업무 등을 하고 있다.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 울산광역시 주요 업무 중 소비자정책 현황

- 현재 울산광역시 주요 업무는 신 성장산업 육성을 통한 일자리창출에 중점을 두면서 울산광역시 주요업무 중 소비자정책관련 내용은 없었다.

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

1) 울산광역시 특수거래업체 등록 현황

- 다단계 판매 등록 업체는 없으며, 선불식 할부거래 등록업체는 2015년부터 2016년까지 1개 업체가 등록되어 있는 상태이다. 후원 방문판매 등록업체는 2015년 상반기 76개 업체에서 2015년 하반기 77개 업체, 2016년 상반기 76개 업체로 큰 변동은 없다.

2) 울산광역시 특수거래 규제 건수

- 특수판매업 시정권고는 2015년 상반기 2건, 2016년 하반기 2건이 있었으며, 2016년 하반기에 과태료 부과도 있었다.

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

- 2014년, 2015년 소비자행정 실무자대상 1박2일 워크샵, 2016년에는 소비자정보 다이어리 배급 지원이 있었다.

2. 소비자단체 지원 현황

1) 지역 내 소비자단체 중 지원 대상 수

- 울산광역시에는 2014년 까지 4개 단체가 있었으며, 2015년 1개 소비자단체가 생기면서 2016년 현재 총 5개의 소비자단체가 있다.

- 2014년 까지 울산광역시 등록되어있는 4개 소비자 단체 상담원 인건비 지원이 있었다. 2015년부터 상담원 인건비 지원이 없어지면서 프로그램사업을 하는 단체에만 사업비로 지원이 이루어지고 있다. 2015년에는 2개 단체에 지원 했으며, 2016년에는 1개 단체(YMCA)에 대한 지원이 있었다.

* 소비자단체가 공모 사업에 지원하지 않았다고 함.

IV. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 2014년도 책자 제작·배포는 총 4회가 있었으며, 리플렛 제작 배포 9회, 보도자료 제공 건수 94건이 있었다. 라디오 71건, TV 20건, 신문 32건이다.
- 2015년도 책자 제작·배포는 총 4회, 리플렛은 총 9회, 보도자료 제공건수는 81회이다. 라디오는 57건, TV는 2건, 보도자료 24건이다.

2. 소비자교육 운영 현황

- 2014년도에는 어린이는 66회에 걸쳐 7,860명, 청소년(중·고등학생)은 9회에 걸쳐 2,690명, 대학생은 6회에 걸쳐 120명이 교육에 참여하였다. 단체실무자나 상담원은 2회에 걸쳐 80명, 공무원은 1회 10명, 고령자는 26회에 걸쳐 1,535명이 참여하여 총 12,295명이 교육에 참여하였다.
- 2015년도에는 어린이는 61회에 걸쳐 7,209명, 청소년(중·고등학생)은 27회에 걸쳐 4,221명, 대학생은 2회에 걸쳐 180명이 교육에 참여하였다. 일반성인은 1회 80명, 단체 실무자나 상담원은 3회에 걸쳐 90명, 공무원은 2회에 걸쳐 40명, 고령자는 31회에 걸쳐 2,210명이 참여하여 총 14,030명이 교육에 참여하였다.

V. 민원센터 내 소비자상담 관리 현황

- 민원 접수는 시청의 홈페이지의 전자민원 서비스와 시청에서 운영 하고 있는 종합 민원 전화를 통해서 접수할 수 있다.
- 접수된 민원 중 소비자상담은 소비생활센터로 이첩되어 처리된다. 민원 처리는 최대 14일내 답변 및 처리결과를 통보하도록 되어 있다.
- 2014년에는 총 22건의 소비자 상담 민원이 접수되었으며 모두 해결하였다. 2015년도에는 33건 접수되었고 모두 해결되었다.

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 명칭은 [울산광역시 소비자센터]이며, 2003년 5월 20일 개설하였다.

- 상근 상담원은 1명이며 근무연수는 1년 10개월이다.

- 1372 상담전화는 1대 운영하고 있다.

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

- 2014년도에는 2,702건, 2015년도에는 3,197건이 접수되었다.
- 2015년도 기준 답변처리 현황 순위를 살펴보면 1순위가 법·제도 설명, 2순위가 분쟁해결기준설명, 3순위가 기타정보제공, 4순위가 계약이행, 5순위가 피해구제 접수 안내로 나타났다.

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 소비생활센터 홈페이지를 별도로 운영하고 있다.
- 접근성 : 울산시청 홈페이지 내 관련 부서 페이지에 위치하고 있다.
- 피해처리안내 : 상담안내와 온라인상담, 상담/피해 사례, 내용증명작성법, 관련 사이트, 기타(대부업피해신고 처리센터) 등이 안내되고 있다.
- 소비자교육 : 소비자의 권리와 소비자 정보, 기타(소비자교육 신청) 등이 있다.
- 특수거래소비자정보 : 특수거래사업자정보조회가 안내되고 있다.
- 소비자안전 : 기타(CISS위해정보신고)가 안내되고 있다.
- 법령 : 법령과 소비자분쟁해결기준이 안내되고 있다.

VII . 지자체의 소비자행정 총괄 평가

<표 1> 울산 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	54.4점
소비자정책의 수립 및 규제	57.3점
기초지자체 및 소비자단체 지원	53.0점
소비자정보 및 교육 시행	62.5점
민원센터의 소비자문제 관리	68.0점
소비생활센터 운영	63.0점
총 평균	59.7점

- 소비자정책위원회 물가대책위원회 등이 구성되어 있으나 위원장이 소집할 경우 개최하는 것으로 되어 있다 보니 위원회가 개최되고 있지 않아 위원회가 유명무실한 상태이다. 소비자정책위원회의 경우 위원의 구성이 10명으로 이 가운데 학계가 1명 포함되었는데 의류학과 교수이며, 유관기관으로 교육청, 산업건설위원회 소속의 시의원이 포함되면서 소비자측면에서의 전문성이 다소 부족한 구성이다.
- 소비자정책이 전혀 시행되고 있지 않으며, 소비자단체와 시청의 담당자가 같이 소비자정책에 대한논의를 하고 있지 않는 상황이다. 2014년, 2015년 시에서 워크숍을 실시하기는 했지만 대부분 실무자들과 모니터 회원들의 참석으로 소비자정책에 대한 논의가 부족했으며, 그마저도 2016년에는 실시되지 않았다. 울산에 필요한 소비자정책에 대해 시와 소비자단체가 함께 진지한 논의를 할 필요가 있다.
- 2015년부터 상담원 인건비 지원이 없어지면서 소비자상담을 하지 않는 단체까지 생기고 소비자업무를 전담하는 활동가가 없어지면서 오히려 정책을 해야하는 시에서 직접 소비자교육 및 행사를 진행하고 소비자생활센터의 고유업무로 소비자모니터 인력을 양성하여 각종 행사, 소비자교육 강사로 활동할 수 있게 하고 있다. 소비자단체의 활동과 시청에서의 활동이 다소 겹치는 상황이다.
- 소비자단체 지원금이 급격하게 감소하고 있으며, 소비자단체 역시 시청의 소비자관련 사업에는 지원을 안 하고 있는 상황이다. 즉 시청과 소비자 단체의 소통이 거의 없는 상황이다.
- 최근 울산광역시 홈페이지 개편으로 소비자생활센터의 홈페이지가 개선되어 가독성과 활용도는 좋으나 아직 홈페이지의 접근성이 떨어져 이는 개선할 필요가 있다.

세종시 지자체 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I . 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 소비자조례명칭은 < 세종특별자치시 소비자 보호조례 >로 표기되었으며 2012년 7월 2일 제정되었으며, 최근 2015년 9년 30일 개정하였다.
- 제·개정에 대한 의견 수렴은 소비자단체 및 이해당사자 의견 조회, 공청회가 가능하도록 입법공람 형식을 취하고 있다.

2. 세종특별자치시 소비자정책 및 물가 위원회 운영 현황

1) 소비자정책위원회 현황

- 위원회 명칭은 < 세종특별자치시 소비정책위원회 >이며 설치근거는 < 소비자 보호 조례 제17조 >에 근거한다. 위원회 성격으로는 심의 의결 기구이다.
- 위원회의 위원은 총 12명이며 이중 소비자단체 대표 인원수는 2명 포함되었다.
- 2015년 위원회는 1회 개최하였으며 주요 안건은 새청사 및 부설주차장 주차요금 징수안을 조정 심의하였다.

2) 물가위원회 현황

- 세종특별자치시의 물가위원회는 개별적으로 운영되지 않으며 소비자정책위원회와 공동으로 운영되고 있다

3. 시의 소비자행정 예산 현황

- 연간 소비자행정 예산 금액은 2014년에 500만원, 2015년에 500만원, 2016년에 1,000만원으로 인상되었으나 2014년부터 2016년까지 시 전체 예산 중 소비자행정 예산 비율은 0.001%로 동일하다.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 담당공무원은 2명으로 소속부서이며 일자리정책과 부서이며 소비생활센터인 소비자정보센터 운영 담당자 1명은 일반행정직 7급(정규직)이며 수행기간은 1년 9개월, 1명은 일반행정직 7급(정규직)이며 수행기간은 9개월이다
- 일반행정직 7급 1인의 담당소비자업무는 소비자 조례 운영, 소비자정책위원회,

소비자생활협동조합, 불공정행위지도 등이다. 다른 1인의 담당 업무는 다단계판매 업체 등록, 선불식 할부거래업체 등록, 후원 방문판매등록, 특수거래 업무를 담당하고 있다

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 주요 정책 중 소비자정책 현황

- 2015년와 2016년 모두 지자체의 주요 정책 중 소비자정책은 3건이었으며 그 내용은 동일하였다.
 - ▶ 주요정책으로는 명절 물가안정대책 수립 실시, 지방공공요금의 인하를 통한 소비자 부담 감소-도시가스 취사전용세대 기본료 인하(-740원), 착한가격업소 일제정비 등을 진행하였다.

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 다단계판매등록 업체 수 관련 (생활경제팀) 2015년부터 2016년 현재까지 1개 업체만 등록된 상태이다. 선불식 할부거래 등록 업체 수는 한건도 없다. 후원 방문판매 등록업체수는 2015년 상반기 2개 업체였으나 2016년 현재는 2개 업체가 폐쇄하면서 등록된 업체가 없다.
- 특수거래업체에 대한 규제 건수는 한 건도 없다.

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

- 기초지자체에 대한 지원방법은 담당자 교육과 합동지도, 점검, 홍보포스터 보급 등으로 시행되나 2014년도, 2015년도, 2016년도 실적은 한 건도 없다

2. 소비자단체 지원 현황

- 관내 소비자단체 중 소비자업무를 보고 있는 단체는 2014년부터 현재까지 1개 단체가 있으며, 지원 역시 1개 단체를 지원하고 있다.
- 2014년도에는 500만원, 2015년에도 500만원이며 2016년도에는 500만원이 증가한 1,000만원이 지원되고 있다.

IV. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 2014년도 책자제작배포는 한 건도 없고 리플렛 제작배포는 1회, 보도자료는 2건, 언론보도는 신문건 홍보물 2종이다.
- 2015년도 책자제작배포는 한 건도 없고 리플렛 제작배포는 1회, 보도자료 건수는 3건이며 언론매체로 신문은 2건이며 홍보물은 2종에 걸쳐 진행하였다.

2. 소비자교육 운영 현황

- 2014년도에 어린이는 2회에 50명이 청소년(중고등학생)은 2회에 56명이 교육에 참여하였다. 또한 일반성인은 4회에 걸쳐 120명이 참여하였다. 단체실무자나 상담원은 1회에 걸쳐 2명, 고령자는 2회에 60명, 다문화·세터민은 2회에 걸쳐 40명이 기타소비자전문가양성과정 1회에 2명이 참여하여 총 15명이 교육에 참여하였다.
- 2015년도에는 어린이·청소년교육은 한 건도 없었다. 일반성인은 6회에 걸쳐 120명, 단체실무자(상담원포함)는 1회에 7명, 고령자는 2회에 걸쳐 65명, 다문화는 2회에 걸쳐 445명, 소비자전문가양성과정은 1회에 걸쳐 외부센터와 연합하여 2명이 교육에 참여하였다.

V. 소비생활 관련 민원 관리 현황

1. 소비생활 관련 민원 접수 현황

- 세종시는 시청 홈페이지를 통한 전자민원 서비스와 종합민원실방문, 종합 민원 서비스 다양한 채널을 통해 소비자민원을 제기할 수 있다.
- 처리방법은 민원내용에 따라 주무과에서 직접 처리하는 방법과 1372로 이첩하는 방법 등 다양하게 처리하고 있다. 답변 및 처리통보 기간의 기한은 없다.
- 민원센터로 접수된 소비자상담 현황은 주무과에서 처리하고 있기 때문에 전체 통계가 어려운 상황이다.

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 명칭은 [세종시소비자정보센터]이며, 2008년 6월 4일 개설하였다.
- 센터 내 상담원은 민간소비자단체에서 1명이 소속단체의 타 업무와 함께 병행하며 근무하며 근무연수는 년이다. 또한 월 15만원의 상담인건비를 받으며 근무하고 있다.
- 2015년도에는 1,794건(3분기까지)이 접수되었으며, 2016년도에는 2,192건(3분기까지)이 접수되어 전년도에 비해 22% 건수가 늘어났다.
- 2015년도를 기준 시 답변처리 1위는 계약해지, 청약철회, 계약불이행(34%)이며, 2순위는 품질, AS 26.8%정보제공, 3순위는 단순 문의 상담 19.1%, 4순위는 부당행위 9.6%, 5순위는 가격요금, 이자 등 3.3%, 기타 순으로 처리하였다.

2. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 별도로 운영되는 소비생활센터의 운영 현황은 다음과 같다.
 - 접근성 : 세종시 소비생활센터는 세종시 홈페이지 내 관련부서 페이지에 위치하고 있다.
 - 피해처리안내 : 상담안내와 온라인상담, 피해사례, 분쟁조정사례, 내용증명작성법, 세탁심의안내와 관련 사이트 연계와, 물가정보 등이 안내되고 있다.
 - 소비자교육 : 소비자권리와 소비자 정보, 물가정보, 소비자교육정보자료 공유등 사이트가 운영 중이다.
 - 특수거래소비자정보 : 특수거래안내와 청약철회권,항변권,특수거래사업자 정보조회, 특수판매 소비자신고 등을 운영하고 있었다.
 - 소비자안전 : 위해정보와 안전정보, 리콜소식과 검사기관등이 안내되었다.

VII. 지자체의 소비자행정 총괄 평가

<표 1> 세종 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	59.5점
소비자정책의 수립 및 규제	61.7점
기초지자체 및 소비자단체 지원	58.3점
소비자정보 및 교육 시행	55.3점
민원센터의 소비자문제 관리	65.8점
소비생활센터 운영	59.7점
총 평균	60.0점

- 1) 소비자정책위원회와 물가대책위원회 등이 구성되어 1년 1회 진행하고 있다. 소비자동행과 실태 파악 보다 질 높은 소비자 정책을 수행하기 위해선 최소 1회정도는 더 진행해야한다고 보여 진다. 또한 소비자대표는 12명 중 2인에 불과하여 소비자단체대표 참여를 높여야 한다.
- 2) 소비자정책건수는 매년 3건 정도이다. 명절 물가안정대책 수립 실시, 공공요금의 인하를 통한 소비자 부담감소, 착한가격업소 일제 정비 및 신규 지정으로 이러한 정책이 지역소비자단체와 사전에 논의하고 함께 진행하고 있다.
- 3) 반복적인 소비자피해를 예방하기 위해서는 소비자교육이 필요하다. 특히 학생소비자와 다문화여성, 고령자소비자 즉 취약계층에 대한 소비자교육에 주력하고 있어 소비자권익보호에 노력하고 있다.
- 4) 소비자단체에 대한 예산이 2015년도에 비하여 100%가 증가하여 소비자단체지원과 소통에 노력하고 있음을 알 수 있지만 보다 광범위하게 소비자활동을 실시하기 위한 홍보, 실행을 위해서는 재정적인 뒷받침이 아직 취약함을 알 수 있다.
- 5) 1372 상담건수는 해마다 비슷한 통계이나 처리결과를 보면 소비자보상측면에서 환불, 교환, 반품보다는 기준 설명, 법규 안내 등이 많아 더욱 적극적인 노력이 요구된다.
- 6) 지자체와 소비자단체간 업무체계와 업무에 따른 소통이 잘되고 있으나 좀 더 긴밀하게 정책과정부터 함께 진행하면 시너지 효과와 파급효과가 높아질 것이라 본다.

경기도 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 소비자 조례의 명칭과 제·개정일 현황
 - “경기도 소비자기본조례”를 1997년 1월 13일 제정하고, 2016년 7월 19일 최종 개정함
- 소비자보호 관련 규칙·규정들의 명칭과 제·개정일 현황
 - “경기도 소비자기본조례시행규칙”을 1997년 7월 5일 제정하고, 2014년 1월 28일 최종 개정함
 - “경기도사무위임조례”를 1972년 5월 16일 제정하고, 2016년 6월 7일 최종 개정함
 - “경기도 사무위임규칙”을 1980년 5월 16일 제정하고, 2016년 10월 5일 최종 개정함

○ 각 자치법규의 제·개정 시 의견 수렴 방법 현황 : 입법공람

2. 경기도 소비자정책 및 물가 위원회 운영 현황

1) 소비자정책위원회

(1) 소비자정책위원회 현황

- 위원회 설치근거 및 명칭, 위원회 성격
 - 설치근거는 “경기도 소비자기본조례 제18조”, 명칭은 “경기도 소비자정책 위원회”, 위원회 성격은 자문/심의/의결기구임

○ 물가위원회와의 관계 : 별도의 물가위원회 없음

- 담당 부서, 구성 현황 및 위원 임기, 위원 중 소비자단체 대표 인원수
 - 담당부서는 “공정경제과”, 위원장은 “행정2부지사”, 위원은 “24명으로 구성되며, 소비자단체 대표는 ” 9명 “임

(2) 위원회 개최 현황

- 연간 위원회 개최 횟수 : 2015년에는 3회 개최됐으나, 2016년에는 개최되지 않음
- 각 회의 시 주요 안건 : 버스, 택시요금 등 주요 공공요금 인상 심의

2) 물가위원회

- 경기도의 경우 별도의 물가위원회를 설치하지 않음

3. 소비자행정 예산 현황

- 연간 소비자행정 예산 금액
 - 2014년 9천3백만원, 2015년 1억5천4백만원, 2016년 4억4천4백만원 등 큰 폭으로 증액되었음.

- 총 예산 대비 비율은 2014년과 2015년은 0.001%였으나 2016년에는 0.003%로 증가함.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 담당 공무원의 소속 부서 및 직급, 업무 수행 기간
 - 소비자행정은 공정경제과 소관 업무로 일반직 3명, 전임계약직 3명으로 추진되며, 5급 팀장 사무관 1명, 전임계약직 6급 2명, 전임계약직 7급 1명, 일반 행정직 7급 1명, 무기계약직 1명 등이며, 업무수행기간은 전임계약직 6급 1명은 17년 4개월, 또다른 전임계약직 6급은 7개월 근무했으며, 전임계약직 7급 1명은 13년, 무기계약직 1명은 5년째 근무중임

○ 각 공무원의 담당 업무

- 5급 팀장 사무관 1명이 소비자정책 및 소비자정보센터운업을 총괄하면서 전임 계약직 6급 1명은 “소비자종합시책수립, 소비자정보센터운영, 소비자교육, 소비자상담원 관리 및 피해구제업무 등”을, 또 다른 전임계약직 6급 1명은 “소비자조례운영, 소비자단체지원, 소비자정책개발, 물가 및 공공요금관리 등”의 업무를, 전임계약직 7급 1명은 “소비자정책위원회운영” 업무를 담당하고 있음. 7급 일반행정직은 “다단계판매업체등록, 선불식할부거래업체등록, 후원방문판매 업체등록 등 특수거래업무”를 담당하고 있고 무기 계약직 1명은 북부지역 소비자상담을 담당하고 있음.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 주요 정책 중 소비자정책 현황

- 각 연도별 지역의 소비자정책 현황 비교
 - 2015년 및 2016년 주요 소비자정책은 “소비자피해구제(소비자정보센터운영 등), 계층별 소비자교육, 소비자단체 민관협력사업, 물가안정관리 (공공요금 및 착한가격업소관리), 소비자상담전문상담원 양성, 소비자정책위원회 운영” 등으로 수립하며, 연도별로 큰 틀의 소비자정책 수립의 차이점은 없음

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 소비자거래 규제 등록 및 규제 건수 현황
 - 경기도의 다단계판매 등록업체는 2015년 10개에서 2016년 8개로 감소했으며, 선불식 할부거래 등록업체는 2015년 34개 업체에서 2016년 29개 업체로 감소함. 반면 후원 방문판매업 등록업체는 2015년 상반기 709개, 2015년 하반기 710개에서 2016년 736개로 증가함
- 규제건수는 2015년 상반기 시정권고 1건 및 과태료 1건, 2015년 하반기 과태료 1건이며, 2016년은 실적이 없음

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

- 연도별 기초지자체 지원 방법
 - 소비자정보 제공, 법령 및 책자 제작, 공무원연수, 소비자교육지원, 유공자 표창 등의 방법으로 기초지자체를 지원함
- 연도별 기초지자체 지원 실적
 - 2015년 상반기에는 “소비자정보제공 17회”, “법령집 등 책자 제공 2회”, “시군 공무원 연수 3회”, “ccm 인증설명회 4회” 등의 실적이 있음.
 - 2015년 하반기에는 “소비자정보제공 15회”, “법령집 등 책자 제공 2회”, “시군 공무원 연수 2회”, “주민센터 등 교육지원 5회” 등의 실적이 있음
 - 2016년 상반기에는 “소비자정보제공 19회”, “시군 공무원 연수 2회”, “유공자 표창 1회” 등의 실적이 있음

2. 소비자단체 지원 현황

- 지역 내 소비자단체 중 지원 대상 수
 - 지원 소비자단체는 2014년 22개, 2015년 25개, 2016년 27개 단체임
- 연도별 소비자단체 지원 금액
 - 소비자단체 지원 예산은 2014년 2백만원, 2015년 2천만원에서 2016년 2억 8백만원으로 크게 증액됨

IV. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 연도별 인쇄 및 언론보도별 소비자정보 제공 현황
 - 2014년 소비자정보제공 실적은 책자 및 리플릿 등 인쇄물을 통한 정보제공은 12회이며, 언론매체를 통한 정보제공은 보도자료 22건, 라디오 16건, TV 24건, 신문 98건 등임
 - 2015년 소비자정보제공 실적은 책자 및 리플릿 등 인쇄물을 통한 정보제공은 17회이며, 언론매체를 통한 정보제공은 보도자료 12건, 라디오 20건, TV 12건, 신문 76건 등임

2. 소비자교육 운영 현황

- 연도별 소비자교육 현황
 - 2014년 소비자교육은 어린이 202회 23,199명, 청소년 68회 16,944명, 대학생 1회 1,257명, 일반성인 14회 370명, 단체회원 및 상담원 2회 70명, 노인 79회 3,456명, 군장병 및 민방위대원 2회 330명 등임
 - 2015년 소비자교육은 어린이 100회 10,609명, 청소년 8회 1,961명, 일반성인 6회 313명, 단체회원 및 상담원 3회 170명, 노인 18회 1,693명, 군장병 및 민방위대원 2회 500명 등임

V. 민원센터 내 소비자상담 관리 현황

- 민원 접수 방법
 - 소비생활 민원은 도청 홈페이지 전자민원, 종합민원실 민원, 경기도 120콜센터 전화 민원 및 경기도 소비자정보센터로 직접 접수함

- 민원 중 소비자상담 처리
 - 소비생활민원은 경기도 소비자정보센터로 이관, 처리하며 답변 및 처리기한은 최대 7일임
- 민원센터 내 소비자상담 현황
 - 소비생활 관련 민원은 2014년 27건, 2015년 36건임

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 센터 명칭 및 개설일
 - 센터 명칭은 “경기도 소비자보호정보센터”로 1999년 8월 설치했으며, 2003년 “경기도 소비자정보센터”로 개명함
- 소비생활센터 내 상담원 임용 현황 및 인원수, 근무 연한, 월평균 보수
 - 상담원은 상근 1명, 비상근 10명으로 운영하며, 근무기간은 최소 9개월에서 최대 13년 9개월임. 월평균 보수는 최대 150만원에서 최소 35만원임
- 1372 전화 회선 유무 및 전화기 설치 현황
 - 경기도의 1372회선은 총 6개 회선이며, 본청 소비자정보센터, 수원역 365민원실, 의정부 365 민원실 등에서 운영함

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

- 소비자상담 접수 현황
 - 소비자상담은 2014년 15,059건, 2015년 18,220건을 접수함
- 소비자상담 처리 현황
 - 소비자상담 처리는 1.기타정보제공, 2.분쟁해결기준설명, 14.부당행위시정, 4.법제도설명, 7.상품정보제공 등의 순서임

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 운영하고 있는 경우 운영 내용 현황
 - 경기도 소비자정보센터 홈페이지는 당초 별도의 홈페이지(www.goodconsumer.net)로 운영하다가 2016년 9월 경기도청의 메인 홈페이지로 흡수 통합됨.
 - 홈페이지 구성은 센터소개, 위치 및 연락처, 상담정보, 특수거래 사업자 안내 등으로 구성돼 있으며, 소비자분쟁조정사례, 내용증명작성법, 세탁심의안내,

관련사이트, 소비자의 권리, 청약철회권, 항변권, 위해정보제도, 안전정보, 법령, 소비자분쟁해결기준, 표준약관 등이 정보를 제공함

VII. 지자체의 소비자행정 총괄 평가

〈표 1〉 경기도 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	55.6점
소비자정책의 수립 및 규제	58.1점
기초지자체 및 소비자단체 지원	52.7점
소비자정보 및 교육 시행	57.4점
민원센터의 소비자문제 관리	65.6점
소비생활센터 운영	62.2점
총 평균	58.6점

- 전국 최대 인구를 보유한 경기도는 1999년 8월 전국 광역지방자치단체 등 최초로 소비자전담기구(경기도 소비자보호정보센터)를 설치하고 전담 인력을 채용하는 등 지방소비자행정을 선도함
- 소비자상담 전국 최다, 소비자교육 확대 및 프로그램 개발, 소비자문제 조사연구 사업, 언론을 통한 정보제공 등 지방소비자행정의 종합서비스 모델을 제시했으나, 경기도 경제정책과의 부수업무로 갈수록 입지가 위축돼, 소비자행정이 담보 상태에 있음
- 2015년 소비자행정 예산을 큰 폭으로 늘리는 등 소비자행정에 대한 전환을 꾀하고 있으나, 전체 예산이나 인구에 비해 아직 부족하며, 일본의 지방자치단체 소비자행정 전담기구(예, 동경 소비생활센터)와 같이 독립된 조직으로 발전을 꾀해야 할 것임

강원도 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 강원도의 소비자 관련 조례의 제.개정 현황은 <표 1>과 <표 2>와 같으며 조례의 제.개정 시 의견 수렴은 입법 공람으로 관계 당사자들의 의견을 수렴하였다.

<표 1> 강원도 소비자조례 제.개정 현황

명칭	강원도 소비자 조례		
제정일	1997년 11월 9일	최근 개정일	2013년
제.개정 의견 수렴 방법	입법공람, 당사자 의견조회 등		

<표 2> 기타 소비자보호 관련 규칙 및 규정 현황

명칭	강원도소비자조례 시행규칙		
제정일	2008년 4월 4일	최근 개정일	-
제.개정 의견 수렴 방법	입법공람, 의견조회		

2. 강원도 소비자정책 및 물가 위원회 운영 현황

- 강원도 소비자정책위원회는 [강원도 소비자조례]를 근거로 설치되고 있으며 총 인원 19명과 소비자대표 5명으로 구성되어 <표 3>과 같이 운영되고 있다.
- 물가위원회와 공동으로 운영되고 있으며 2015년에 1회 개최되어 주요 안건인 도시가스 평균 공급 비용에 대해 심의, 의결하였다.
- 소비자정책위원회와 물가위원회 외에 소비자 관련 위원회로는 강원도소비자정책실무위원회를 설치하여 운영하고 있으며 2015년 1회 개최하여 정책위원회의 안건에 대해 사전 협의하였다.

<표 3> 소비자정책위원회 운영 현황

위원회 명칭	강원도소비자정책위원회		
설치근거	강원도 소비자 조례 제 9조		
구성	위원장: 경제부지사		인원수 : 19명
	위원 중 소비자단체 대표 인원수 : 5명		
위촉위원 임기	2년	담당부서	경제정책과
위원회 성격	심의, 의결	물가위원회와의 관계	공동운영
2015년 개최현황	연간 개최횟수: 1회		
	회의 주요 안건		
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일시 : 2015. 10. 19. ■ 주요 안건: 2015 도시가스 평균공급비용 심의 · 의결 		

<표 4> 기타 소비자 관련 위원회 현황

위원회 명칭	강원도소비자정책실무위원회		
설치근거	강원도 소비자 조례 제13조		
구성	위원장 : 경제진흥국장		인원수 : 15명
	위원 중 소비자단체 대표 인원수 : 5명		
위촉위원 임기	2년	담당 부서	경제정책과
위원회 성격	자문		
2015년 개최현황	연간 개최횟수 : 1회		
	회의 주요 안건		
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 일시 : 2015. 10.13. ■ 주요 안건: - 2015 도시가스 평균공급비용 심의 · 의결을 위한 사전협의 		

3. 소비자행정 예산 현황

- 소비자행정 예산은 2014년부터 2016년까지 모두 99.6백만원으로 동일하였으며 강원도 총 예산 중 소비자행정 예산 비율은 0.002%를 차지하고 있었다.

〈표 5〉 소비자행정 예산 현황

연도	2014년도	2015년도	2016년도
금액(백만원)	99.6 백만원	99.6 백만원	99.6백만원
총예산 대비 소비자행정 예산 비율	0.002%	0.002%	0.002%

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 소비자행정 담당 공무원은 4명이며 전임계약직 1명과 일반행정직 3명이 담당하고 있으며 구체적인 현황은 〈표 6〉과 같다.

〈표 6〉 소비자행정 담당 공무원 현황

(2016년 10월31일 현재)

구분	전임계약직(1)	일반행정직(1)	일반행정직(2)	일반행정직(3)
직급	지방행정7급	6급	6급	7급
소속부서	경제정책과	경제정책과	경제정책과	경제정책과
현 업무 수행기간	11년 1월	10 월	2 년 3월	10 월
담당 소비자 업무	소비자정책수립 소비생활센터운영 소비자정보제공 상담 및 피해구제 소비자교육 소비자단체 지원 리콜관련 업무 등	소비자정책 위원회 운영, 소비자조례 운영	소비자생활협동 조합인가	특수거래 업무 (특수거래업체 등록)

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

- 경기도의 2015년과 2016년의 주요 정책 중 소비자정책은 거의 비슷하였다.

〈표 7〉 지자체 주요 정책 중 소비자정책 현황

구분	주요 정책 중 소비자정책 건수	주요 소비자정책 내용
2015년	7건	* 사회적 배려계층 맞춤형 교육 확대 * 수요자 중심의 맞춤형 가격정보 제공 * 소비자피해구제 종합시스템 구축 등
2016년	6건	* 사회적 배려계층 맞춤형 교육 확대 * 수요자 중심의 맞춤형 가격정보 제공 * 소비자피해구제 종합시스템 구축 * 찾아가는 소비자이동상담실 운영 등

- 다단계판매업체의 등록 건수는 전혀 없으며 선불식 할부거래 등록업체는 각 시기별 3건, 후원 방문판매 등록 업체는 2015년 상반기는 146건, 2015년 하반기 136건, 2016년 상반기 143건이 있었다.

- 특수판매업체에 대한 과태료 부과 규제는 없었으며 시정권고는 2015년 상반기에는 6건, 하반기는 12건이었다.

〈표 8〉 지역 내 소비자거래 규제 현황

구분	소관부서 (계·팀)	2015년 상반기	2015년 하반기	2016년 상반기
① 다단계판매 등록업체 수	경제정책과	-	-	-
② 선불식 할부거래 등록업체 수	경제정책과	3	3	3
③ 후원 방문판매 등록업체 수	경제정책과	146	136	143
④ 특수판매업 시정권고 건수	경제정책과	6	12	-
⑤ 특수판매업체 과태료부과 건수	경제정책과	-	-	-

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

- 기초지자체에 대한 지원은 소비자업무 담당자 교육과 소비자행정 자료를 제공하였다.

〈표 9〉 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

지원항목	2014년도 실적 (회, 건)	2015년도 실적 (회, 건)	2016년도 실적 (회, 건)
소비자업무 담당자 교육	2회	2회	2회
소비자행정 자료 제공	8회	11회	13회

- 관내 소비자단체는 총 5개 단체이며 이들 모든 단체에게 지원하고 있음. 연간 지원 금액은 2014년부터 2016년까지 매년 5,100만원씩 지원하고 있다.

<표 10> 소비자단체 지원 현황

	2014년도	2015년도	2016년도
관내 소비자단체 수	5 개	5 개	5 개
지원 대상 소비자단체 수	5 개	5 개	5 개
연간 지원 금액 합계	5, 100 만원	5, 100 만원	5, 100 만원

IV. 소비자정보 및 교육 현황

- 소비자정보는 TV를 제외한 인쇄물과 언론매체를 통해 제공하였다.

<표 11> 소비자정보 제공 현황

구분	인쇄물 정보		언론매체 정보			
	책자	리플렛	보도자료 제공 건수	보도 건수		
				라디오	TV (지역케이블 포함)	신문
2014년	4 회	1 회	4 건	190 건	- 건	2 건
2015년	3 회	1 회	5 건	189 건	- 건	3 건

- 소비자교육은 여러 대상에게 시행되었으나 군장병 및 민방위대원, 다문화가족 및 새터민을 대상으로 한 소비자교육은 상대적으로 적었다.
- 여러 대상 중 청소년의 소비자교육이 다른 대상에 비해 가장 많이 수행하였다.

<표 12> 소비자교육 시행 현황

구분	2014년		2015년	
	횟수(회)	참여인원(명)	횟수(회)	참여인원(명)
어린이(유치원, 초등학교)	31	684	33	750
청소년(중고등학생)	58	7,225	64	9,798
일반 성인	12	830	13	700
단체 실무자, 상담원	3	80	5	170
공무원	2	74	6	725
고령자	18	1,035	15	905
다문화가족, 새터민	1	30	1	30
군장병, 민방위대원	-	-	3	470

V. 민원센터 내 소비자상담관리 현황

- 민원 접수 방법은 도청 내 종합민원실과 전자민원 서비스, 종합 민원 콜센터를 이용할 수 있다.
- 민원센터에 접수된 소비자상담은 소비생활센터로 이첩하여 처리하며 최장 7일 이내에 처리하는 것을 원칙으로 하고 있다. 소비자상담 접수 현황은 <표 13>과 같다.

<표 13> 민원센터 내 소비자상담 현황

	2014년	2015년
건의 사항	1,152 건	1,092 건
해결 건수	1,049 건	1,017 건

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 소비생활센터의 명칭은 「강원도 소비생활센터」로 2003년 7월에 개설하여 운영하고 있다.
- 소비생활센터의 상담원은 자체 임용한 상담원 1명과 민간단체 파견 상담원 2명으로 구성되어 운영하고 있으며 3명 모두 상근으로 근무하고 있다. 자체 임용 상담원의 근무기간은 9년 10개월이고 월평균 400만원의 보수를 지급 받고 있다. 민간단체 파견 상담원의 근무기간은 각각 7년, 3년 10개월이고 이들은 월평균 200만원, 156만원의 보수를 받고 있다.
- 1372 전화 회선 유무 및 전화기는 1대가 설치되어 운영되고 있다.
- 소비생활센터의 상담 접수 현황은 <표 14>와 같다.

<표 14> 소비생활센터 상담 현황

	2014년도	2015년도
전체 상담건수(건)	1,152	1,092

2. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 소비생활센터 홈페이지를 도청 홈페이지 내 관련 부서에서 별도로 운영하고 있음.
- 홈페이지 구성은 센터소개, 위치 및 연락처, 상담정보, 온라인 상담 방법, 상담/피해 사례, 소비자분쟁조정사례, 내용증명작성법, 관련사이트, 소비자의 권리, 청약철회권, 항변권, 위해정보제도, 안전정보, 소비자시책, 법령, 소비자분쟁해결기준, 표준약관 등의 정보를 제공함

VII. 지자체의 소비자행정 총괄 평가

<표 15> 강원도 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	58.8점
소비자정책의 수립 및 규제	63.7점
기초지자체 및 소비자단체 지원	57.3점
소비자정보 및 교육 시행	60.8점
민원센터의 소비자문제 관리	66.2점
소비생활센터 운영	66.7점
총 평균	62.3점

- 강원도 소비자 행정 담당자의 업무부서의 잦은 이동으로 담당자의 업무이해도가 낮으며, 해결능력 부족으로 소비생활센터 전임계약직에게 업무를 전적으로 위임하여 해결하고 있으며 소비생활 센터 전임 계약 직원은 소비생활 센터 본래의 업무보다 경제정책과의 보조역할을 하고 있다.
- 소비자정책위원회는 물가정책위원회 외에 역할이 없으며 위원회 19명중 소비자단체 대표 5명으로 구성되어 있어 소비자를 대변하는 민주적인 의결 구조가 될 수 없다.
- 강원도의 총 예산중 약 0.002%가 소비자 행정예산이며, 예산의 대부분은 인건비로 지급되고 있다.
- 소비자 행정 담당 부서(소비자 생활 센터 포함)의 역할이 민간단체의 역할과 대부분 중복되고 있으며,(업체 등록 업무제외) 민간단체 역할을 그대로 답습하는 경향이 있다.

충청북도 지자체 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 소비자 조례의 명칭과 제·개정일 현황
 - 충청북도 소비자기본조례
 - 제정일 1998.1.16.
(일부개정) 2001-01-12 조례 제 2636호
(전문개정) 2007-08-10 조례 제 3021호
(일부개정) 2010-06-30 조례 제 3265호
(일부개정) 2010-11-05 조례 제 3289호
(일부개정) 2014-10-17 조례 제 3695호
(일부개정) 2016-12-16 조례 제 3974호

- 소비자보호 관련 규칙·규정들의 명칭과 제·개정일 현황
 - 충청북도소비생활센터 설치 및 운영규정
(제정) 2003-05-02 훈령 제 01151호
(일부개정) 2010-10-15 훈령 제 1307호
(일부개정) 2011-01-07 훈령 제 1313호 증
(일부개정) 2012-03-30 훈령 제 1344호

2. 충청북도 소비자정책 및 물가 위원회 운영 현황

- 위원회 명칭 소비자정책·물가대책분과위원회로 물가대책위원회와 공동 운영하고 있음.
- 설치근거 : 충청북도경제정책심의위원회 설치 및 운영조례 제8조
충청북도경제정책심의위원회 설치 및 운영조례 시행규칙 제5조
- 위원회 담당 부서는 경제정책과이며 총 인원은 10명, 위원 중 소비자단체 대표 인원수는 3명으로 구성되었음. 위원의 임기는 2년.
- 2015년에 위원회는 3회 개최되었으며 주요 안건은 시내버스·택시·도시가스의 요금결정, 소비자보호 주요시책 등이었음.

3. 지자체의 소비자행정 예산 현황

- 소비자행정 예산은 2014년 41백만원, 2015년 70백만원, 2016년 64백만원으로 매년 차이가 있었음.
- 지자체의 총 예산 대비 소비자행정 예산 비율은 2014년 0.001%였으며 2015년부터 2016년에는 0.002%로 증가함.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 소비자행정 담당 공무원은 총 3명이었으며 구체적인 현황은 <표 1>과 같음.

<표 1> 소비자행정 담당 공무원 현황

소속부서	직급	업무수행 기간	담당업무
경제정책과	지방행정주사	5년	소비자생활협동조합
	지방행정주사보	6개월	다단계판매업체등록, 선불식할부거래업체등록 후원방문판매업체등록 특수거래 업무
	지방행정주사보	10년	소비자종합시책 수립 소비자생활센터 운영 소비자교육정보제공, 상담 및 피해구제 등 소비자단체 지원 등

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 주요 정책 중 소비자정책 계획

- 지자체의 주요 정책 중 소비자정책에 대해 2015년과 2016년 동일하였으며 그 내용은 맞춤형 소비자교육, 소비자정보제공, 공산품 및 부정경쟁방지 등 건전소비시장 구축, 소비자피해구제 및 소비자단체 지원 등이 있음.

2. 소비자거래 규제 관리 현황

- 다단계판매업체는 1개 업체가 등록되어 있으며 선불식 할부거래 업체는 7개 업체, 후원 방문판매 업체는 2015년 하반기에 113개 업체가 등록되어 있었으나 2016년에는 110개 업체만이 등록되어 있음.
- 이들 업체에 대한 규제는 2015년에 시정권고 조치만 있었음.

Ⅲ. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 현황

- 2015년과 2016년 기초지자체에 대한 소비자행정 지원에 대한 실적은 없음.

2. 소비자단체 지원 현황

- 관내에 등록되어 있는 소비자단체는 없으나 매년 소비자단체 3곳에 지원하고 있음.

Ⅳ. 소비자정보 및 교육 현황

- 소비자정보는 인쇄물과 언론매체를 이용하여 제공하고 있으나 2015년에 비해 2016년의 소비자정보 제공은 상대적으로 감소함.

〈표 2〉 소비자정보 제공 현황

소비자정보제공	인쇄		언론
	중	부	
2015년	6	18,920	99
2016년	6	33,640	54

- 소비자교육은 2015년에는 총 119회, 15,006명이 참여하였으며 2016년에는 총 138회, 13,291명이 참여하였음.
- 대상별로는 청소년과 고령 소비자를 대상으로한 소비자교육이 가장 많이 시행되었음.

〈표 3〉 소비자교육 시행 현황

구분	2014년		2015년	
	횟수(회)	참여인원(명)	횟수(회)	참여인원(명)
어린이(유치원, 초등학교)	5	284	6	44
청소년(중고등학교)	57	13,152	56	11,817
대학생	7	444	-	-
일반 성인	1	30	2	73
단체 실무자, 상담원	1	25	1	48
공무원	1	31	-	-
사업자	4	950	-	-
고령자	40	846	41	1,754
다문화가족, 새터민	3	58	5	119
장애인	2	130	2	75
군장병, 민방위대원	3	284	3	300
기타	-	-	2	106

Ⅴ. 민원센터 내 소비자상담 관리 현황

- 민원 접수 방법 : 전화, 인터넷, 서신 등
- 민원 센터 내 소비자상담은 소비생활센터로 이첩하여 처리하며 최대 10일 이내에 처리 결과 통보나 답변을 하고 있음.

Ⅵ. 소비생활센터 운영 현황

- 센터 명칭 및 개설일 : 충청북도소비생활센터이며 2003년 8월 15일에 개설함
- 소비생활센터 내 상담원은 민간단체 파견직 1명이며, 근무기간은 2년 6개월로 월평균 126만원의 보수를 받고 있음.
- 1372 전화 회선 및 전화기는 1개가 설치되어 있음.

- 1372 상담은 2014년에는 8,889건, 2015년 8,474건이 접수되었음.
- 소비자상담처리는 1순위 기타정보제공, 2순위 분쟁해결기준 설명, 3순위 상품 정보제공, 4순위 피해구제접수 안내, 5순위 법·제도 설명의 순으로 나타남.

2. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 별도의 소비생활센터 홈페이지를 운영하고 있지 않음. 충청북도 소비생활정보망을 통해 물가, 소비자교육, 소비자상담, 소비자정보제공 등의 정보를 제공하고 있음.

VII . 지자체의 소비자행정 총괄 평가

<표 4> 충청북도 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	58.1점
소비자정책의 수립 및 규제	63.7점
기초지자체 및 소비자단체 지원	55.3점
소비자정보 및 교육 시행	60.1점
민원센터의 소비자문제 관리	63.6점
소비생활센터 운영	56.7점
총 평균	59.6점

충청남도 지자체 소비자행정 현황 및 평가보고서

I . 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치법규의 제정 운영 현황

- 충청남도 소비자조례는 1997년 제정되어 최근 2015년 개정되었으며 의견 수렴 방법은 입법 예고 방법을 이용함.

<표 1> 충청남도 소비자조례 재·개정 현황

구분	소비자조례
명칭	충청남도 소비자 기본 조례
제정일	1997. 11. 10.
최근 개정일	2015. 2. 23.
제·개정 의견 수렴 방법	입법예고

2. 충청남도 소비자정책 및 물가 위원회 운영

1) 소비자정책위원회

- 소비자정책위원회의 운영 현황은 <표 2>와 같으며 물가위원회와 공동으로 운영 되고 있음. 2015년 위원회는 개최되지 않았음.

<표 2> 소비자정책위원회 현황

위원회 명칭	충청남도 소비자정책 위원회		
설치근거	충청남도 소비자 기본 조례		
구성	위원장: 행정부지사		인원수: 18명
	위원 중 소비자단체 대표 인원수 : 3명		
위촉위원 임기	2년		
담당부서	경제정책과		
위원회 성격	심의, 의결	물가위원회와의 관계	공동운영

3. 소비자 행정 예산현황

- 충청남도 소비자행정 예산은 2014년부터 2016년까지 매년 4천만원을 지원하였으며 이는 충청남도 총 예산 중 0.001%로 동일하였음.

4. 소비자행정 담당 공무원

- 소비자행정 담당 공무원은 경제정책과 소속 전임계약직 1명으로 <표 3>에서와 같은 담당 업무를 수행하고 있음.

<표 3> 충청남도 소비자행정 담당 공무원 현황

구분	전임계약직	인원	1명
직급	지방행정7급	소속부서	경제정책과
현 업무 수행기간	10년 7 월		
담당소비자 업무	소비자정책위원회 운영, 소비자조례 운영, 소비자종합시책 수립, 소비생활센터 운영, 소비자단체 지원, 다단계판매업체 등록, 선불식 할부거래업체 등록, 후원 방문판매업체 등록, 특수거래 업무, 부당 거래행위고시 업무, 소비자교육, 소비자상담, 피해구제 업무 등		

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 지자체 주요 정책 중 소비자정책 현황

- 충청남도의 주요 정책 중 소비자정책은 2015년, 2016년 모두 3건이었으며 <표 4>와 같이 동일한 소비자정책을 계획하여 수행하고 있음.

<표 4> 지자체 주요 정책 중 소비자정책

구분	주요 정책 중 소비자정책 건수	주요 소비자정책 내용
2015년	3건	- 소비자 권익보호를 위한 소비생활센터운영 - 취약계층 소비자교육 - 특수판매업 관리
2016년	3건	- 소비자 권익보호를 위한 소비생활센터운영 - 취약계층 소비자교육 - 특수판매업 관리

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 지역 내 특수거래업체 등록 관리하고 있었으며 특수판매업체에 대한 규제는 2015년 시정권고가 있었음.

<표 5> 지역 내 특수거래 규제 현황

구분	소관부서 (계 · 팀)	2015년 상반기	2015년 하반기	2016년 상반기
① 다단계판매 등록업체 수	경제정책과 (생활경제팀)	2	2	2
② 선불식 할부거래 등록업체 수		2	2	2
③ 후원 방문판매 등록업체 수		150	157	142
④ 특수판매업 시정권고 건수		2	5	-
⑤ 특수판매업체 과태료부과 건수		-	-	-

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

- 2014년 ~ 2015년동안 기초지자체 지원에 대한 해당 사항 없음.

- 관내에 소비자단체는 4곳이었으나 지원은 2개 단체에 하였음. 매년 4천 ~ 5천만원의 지원을 함.

<표 6> 지역 내 소비자단체 지원 현황

	2014년도	2015년도	2016년도
관내 소비자단체 수	4개	4개	4개
지원 대상 소비자단체 수	2개	2개	2개
연간 지원 금액 합계	4,000만원	5,000만원	4,000만원

IV. 소비자정보 및 교육 현황

- 인쇄물과 언론매체를 이용하여 소비자정보 제공을 함. 언론 매체는 TV와 신문을 중심으로 정보를 제공함.

〈표 7〉 소비자정보 제공 현황

구분	인쇄물 정보제공		언론매체 정보제공			
	책자 제작 배포	리플렛 제작 배포	보도자료 제공 건수	보도 건수		
				라디오	TV (지역케이블 포함)	신문
2014년	4회	7회	5건	- 건	2건	12건
2015년	5회	7회	5건	- 건	2건	12건

- 주로 어린이와 고령자 대상 소비자교육을 수행하였음. 어린이, 청소년, 다문화 가족 및 새터민 대상 교육은 204년에 비해 2015년은 감소하였으나 고령자 교육은 2015년에 상대적으로 증가하였음.

〈표 8〉 소비자교육 시행 현황

구분	2014년		2015년	
	횟수(회)	참여인원(명)	횟수(회)	참여인원(명)
어린이(유치원, 초등학교)	47	1,614	17	594
청소년(중고등학교)	18	1,344	8	691
대학생	-	-	-	-
일반 성인	4	250	4	190
단체 실무자, 상담원	4	100	4	100
공무원	-	-	-	-
사업자	-	-	-	-
고령자	41	2,062	69	2,983
다문화가족, 새터민	17	518	10	204
장애인	4	112	6	140
군장병, 민방위대원	-	-	-	-
기타	3	82	2	40

V. 소비생활 관련 민원 관리 현황

- 소비생활 관련 민원 접수 방법은 도청 홈페이지 내 전자민원 서비스, 도청 내 종합민원실 운영 (방문, 전화, FAX 등)과 도청에서 운영하는 종합 민원 전화 서비스를 운영하고 있음.

- 소비생활 관련 민원이 접수된 경우 주무과에서 직접 처리하거나 소비생활센터로 이첩하여 처리하고 있음.

〈표 9〉 소비생활 민원 처리기간

	2014년	2015년
건의 사항	45건	37건
해결 건수	40건	32건
처리 기간	최장 30일 이내	

VI. 소비생활센터 운영현황

1. 소비생활센터의 일반현황

- 센터 명칭은 「충청남도 소비생활센터」이며, 2005년 7월에 개설함.
- 자체 임용 상담원은 없으며 민간단체 파견 상근 상담원 1명이 있고 근무 기간은 2년, 월평균 150만원의 보수를 받고 있음.
- 1372 전화 회선 유무 및 전화기 설치 현황 : 1대

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

〈표 10〉 소비생활센터 1372 상담 현황

	2014년도	2015년도
전체 상담건수(건)	530	480

- 상담처리 현황 : 2015년 상담처리 상위 순서 5개 (1- 2-19-4-16)
 1순위 : 기타 정보 제공 2순위 : 분쟁해결기준 설명
 3순위 : 수리 보수 4순위 : 법·제도 설명
 5순위 : 계약해제 및 해지

3. 소비생활센터 홈페이지 운영현황

- 충청남도의 부서 내 소비생활센터 홈페이지를 운영하고 있으며 제공하는 소비자 정보는 <표 11>과 같음.

<표 11> 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

센터안내	센터소개, 위치 및 연락처
접근성	도청 홈페이지 내 관련 부서 page에 위치
피해처리안내	- 상담안내 - 온라인상담 - 상담/피해 사례 - 소비자분쟁조정사례 - 내용증명작성법
소비자교육	- 소비자의 권리 - 소비자 정보 - 물가정보
특수거래소비자 정보	- 특수거래 안내 - 청약철회권 - 항변권 - 특수거래사업자정보조회
소비자안전	- 위해정보제도 - 안전정보

VII. 지자체의 소비자 행정 총괄평가

<표 12> 충청남도 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	62.4점
소비자정책의 수립 및 규제	62.7점
기초지자체 및 소비자단체 지원	59.7점
소비자정보 및 교육 시행	63.3점
민원센터의 소비자문제 관리	68.9점
소비생활센터 운영	66.5점
총 평균	63.9점

- 지자체, 소비자 단체 인력 부족과 더불어 재정지원이 너무 열악함

- 도 소비생활센터에서는 상담 보다는 지자체, 소비자단체 상담센터에서 하는 일 등을 도민을 중심으로 홍보를 하는 것이 바람직한 역할일 것임

- 도 소비생활센터 소비자단체에 비해 상담율이 저조하므로 저소득층 취약 계층이 살고 있는 지역으로 이동상담 등을 실시하여 다양한 소비자들이 혜택을 볼 수 있도록 해야 할 것임

- 소비자를 위한 물가정책에 대한 노력이 필요한데도 불구하고 소비자 물가에 대한 관심이 저조하므로 가정경제의 안정을 위해 다양한 소비자 중심 물가 교육도 필요한 것이 현실임

- 소비자 상담 시 불만을 줄이기 위해서는 무엇보다 지역 소비자단체와 협조 관계를 지속적으로 유지해야 할 것임

전라북도 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 1) 소비자 조례의 명칭과 제·개정일 현황
 - 소비자 조례 명칭은 [전라북도 소비자기본조례]로 표기되었으며 1997년 1월 20일 제정되었으며, 최근 2015. 10. 30일 개정하였다.
- 2) 소비자보호 관련 규칙·규정들의 명칭과 제·개정일 현황
 - 소비자보호관련 규칙의 명칭은 「전라북도 소비자기본조례 시행규칙」이며 2008년 11월 28일 제정되었으며, 최근 2016. 7. 8일 개정되었다.
- 3) 각 자치법규의 제·개정 시 의견 수렴 방법 현황
 - 제·개정에 대한 의견 수렴은 소비자단체 및 이해당사자 의견조회, 공청회가 가능하도록 입법공람 형식을 취하고 있다.

2. 전라북도 소비자정책 및 물가 위원회 운영

- 1) 소비자정책위원회
 - (1) 소비자정책위원회 현황
 - 위원회 명칭은 [전라북도 소비자정책위원회]이며 설치근거는 [전라북도 소비자기본조례 제11조]에 근거한다. 위원회 성격으로는 소비자권익과 관련된 심의·의결기구이며 물가위원회와는 별개이지만 물가위원회에서 논의한 결과를 최종적으로 의결한다.
 - 위원은 총20명이며 이중 소비자단체는 한국여성소비자연합과 소비자교육중앙회대표 2명이 포함되었다.
 -
- (2) 위원회 개최 현황
 - 연간 약1~2회 회의를 개최한다.
- 2015년도에는 7월 30일 도시가스 공급비용 조정심의를 하였다.

2) 물가위원회

- (1) 물가정책위원회 현황
 - 전북도의 위원회명칭은 [물가대책실무위원회]이며 공공요금 변동 시 1차 심의하는 역할이다.
- 위원회는 총 10명이며, 이중 소비자대표는 2명이다.
- (2) 위원회 개최 현황
 - 연간 개최는 1~2회 공공요금 변동 시 회의가 개최된다.
 -
 - 2015년도에는 도시가스 공급비용 조정심의를 하였다.

3. 소비자행정 예산 현황

- 1) 연간 소비자행정 예산 금액
 - 2014년도에는 132,494백만원, 2015년도에는 130,394백만원, 2016년도에는 163,770백만원이다. 2015년도에 비하여 2016년도에는 25.5%가 증가하였다.
- 2) 총 예산 대비 비율
 - 전북도 총 4,458,580백만원 예산 중 소비자행정예산 비율을 보면 2014년도는 0.003%, 2015년도 총예산 4,484,910백만원 중 0.003%, 2016년도 총예산 4,777,917백만원으로 0.003%이다.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 1) 담당 공무원의 소속 부서 및 직급, 업무 수행 기간/비정규직 현황
 - 담당공무원은 2명으로 소속부서는 일자리경제정책관 부서이며, 소비생활센터 운영 담당자 1명은 지방행정8급(임기제)이며 수행기간은 11년, 1명은 사무운영 7급(정규직)이며 수행기간은 9개월이다.
- 2) 각 공무원의 담당 업무
 - 지방행정 8급의 주 업무는 상담 및 피해구제, 소비자교육, 소비자정보제공 및 홍보, 소비자종합계획수립, 방문·전화권유 통신판매관리, 민간소비자단체 지원 및 관리. 소비자정책위원회 운영 등이다.

- 일반 행정직 7급의 주 업무는 위조상품 단속, 가격표시제 이행여부점검, 복권법, 담배수입판매법, 후원방문판매 등록 및 관리, 소비자생활협동조합 설립인가 및 관리 등이다.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 전라북도 주요 업무 중 소비자정책 현황

- 1) 각 연도별 지역의 소비자정책 현황 비교
 - 2015년도에는 21건의 소비자정책을 이행하였다.
 - ☞ 주요 정책으로는 소비자취약계층 대상 교육 실시, 특수거래분야(방문, 전화권유, 통신)관리강화, 대학생 소비자문제 협의회구성(이동상담 및 캠페인), 가구분야 소비자문제에 공동대응 협의회 구성 등을 진행하였다.
 - 2016년도에는 22건의 정책을 이행하였다.
 - ☞ 주요정책으로는 대상자별 맞춤형 교육 실시, 소비자단체 간담회 및 소비자문제 토론회, 소비자불만 ZERO화 사업, 소비자리더 양성사업 등을 진행하였다.

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 1) 소비자거래 규제 등록
 - 다단계판매등록 업체 수 관련 (소상공인팀) 2015년부터 2016년 현재까지 1개 업체만 등록된 상태이다.
 - 선불식 할부거래 등록업체수를 보면 (소상공인팀) 2015년 상반기 10개 업체였으나 2015년 하반기 1개 업체가 폐쇄되어 현재 9개 업체가 등록되어있다.
 - 후원 방문판매 등록업체수를 보면 (소상공인팀) 2015년 상반기 155개 업체였으나 2016년 현재 10개 업체가 폐쇄하면서 145개 업체가 등록되어있다.
- 2) 규제 건수 현황
 - 특수판매업 시정권고는 한건도 없으며 특수업체 과태료 부과건수는 2015년 단 3건에 대하여 과태료를 부과하였다.

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

- 1) 연도별 기초지자체 지원 방법
 - 지원방법은 담당자 교육과 합동지도, 점검, 홍보포스터 보급 등이 있다.
- 2) 연도별 기초지자체 지원 실적
 - 전북14개 시·군에 대한 지원을 보면
 - ☞ 2014년도에는 1회씩 소비자업무 담당자교육을 진행하였으며
 - ☞ 2015년도 각1회씩 소비자업무담당자교육과 방문·전화권유 판매업체 합동지도, 점검과 방문판매 예방홍보 포스터 보급(1만부)이 진행되었다.
 - ☞ 2016년도에는 각 1회씩 소비자업무 담당자교육과 방문·전화권유 판매업체 합동 지도, 점검이 이루어졌다.

2. 소비자단체 지원 현황

- 1) 지역 내 소비자단체 중 지원 대상 수
 - 관내 소비자단체 중 소비자업무를 보고 있는 단체는 2014년부터 현재까지 2개 단체가 있으며, 지원역시 2개 단체를 지원하고 있다.
- 2) 연도별 소비자단체 지원 금액
 - 2014년도에는 5,440만원, 2015년도에 5,440만원이며 2016년도에는 1,440만원이 증가한 6,880만원이 지원되고 있다.

IV. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 1) 연도별 인쇄 및 언론보도별 소비자정보 제공 현황
 - 2014년도 책자제작배포는 4회, 리플렛 제작배포는 4회, 보도자료는 14건, 언론보도는 2014년, 라디오1회, 신문47건 홍보물 5종이다.
 - 2015년도 책자는 3회, 리플렛 제작배포는 5회, 보도자료 건수는 15건이며 언론매체라디오는 1건, 신문은 78건이며 홍보물은 4종에 걸쳐 진행하였다.

2. 소비자교육 운영 현황

- 2014년도에 어린이는 59회에 1,492명이 청소년(중고등학생)은 70회에 9,404명이 교육에 참여하였다. 또한 일반성인은 16회에 걸쳐 1,403명이 참여하였다. 단체실무자나 상담원은 1회에 걸쳐 50명, 고령자는 1회에 50명, 다문화·세터민은 3회에 걸쳐 90명이 기타소비자전문가양성과정 7회에 175명이 참여하여 총 12,664명이 교육에 참여하였다.

- 2015년도에는 어린이·청소년교육은 102회에 걸쳐 8,712명이 참여하였으며, 일반성인 10회에 걸쳐 805명, 단체실무자(상담원포함)는 1회에 15명, 고령자는 33회에 걸쳐 1,554명, 다문화는 2회에 걸쳐 45명, 장애인은 1회에 걸쳐 25명, 소비자전문가양성과정은 7회에 걸쳐 175명 총 11,156명이 교육에 참여하였다.

V. 소비생활 관련 민원 관리 현황

1. 소비생활 관련 민원 접수 현황

1) 소비생활 관련 민원 접수 방법
- 전북도는 도청홈페이지를 통한 전자민원 서비스와 종합민원실방문, 민원전화 서비스 등 다양한 채널을 통해 소비자민원을 제기할 수 있다.

2) 소비생활 관련 민원 처리 과정
- 처리방법으로는 민원내용에 따라 예를 들어 쓰레기 처리 관련 등은 직접 주무과에서 직접 처리하는 방법과, 1372로 이첩하는 방법 등 다양하게 처리하고 있다.

2. 소비생활 관련 민원 처리 현황

1) 소비생활 관련 민원 처리 방법
- 답변 및 처리통보 기간은 최대7일이라는 규정이 있다.

2) 연도별 소비생활 관련 민원 처리 결과
- 각 직접 주무과에서 처리하고 있기 때문에 전체 통계가 어려운 상황이다.

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 1) 센터 명칭 및 개설일
- 명칭은 [전북소비생활센터]이며, 2003년 8월1일 개설하였다.
- 2) 소비생활센터 내 상담원 임용 현황 및 인원수, 근무 연한, 월평균 보수
- 상담원은 민간소비자단체에서 파견한 1명이 근무하며 근무연수는 3년이다. 또한 월 161만원을 보조를 받으며 상근으로 근무하고 있다.
- 3) 1372 전화 회선 유무 및 전화기 설치 현황
- 1372 상담전화는 2대이다.

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

- 1) 소비자상담 접수 현황
- 2014년도에는 총 1,440건이 접수되었으며, 2015년도에는 1,149건이 접수되었다.
- 2) 소비자상담 처리 현황
- 2015년도를 기준 시 답변처리 1위는 분쟁해결기분설명(310건)이며, 2순위는 정보제공(267건), 3순위는 법·제도설명(122건), 4순위는 타기관알선기관(104건), 5순위는 계약해제·해지(61건)로 처리하였다. 실제 교환이나 환불, 반품 등은 미비한 실정이다.

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 접근성 : 전북도 소비생활센터는 전북도 홈페이지 내 관련부서 페이지에 위치
- 피해처리안내 : 상담안내와 온라인상담, 피해사례,분쟁조정사례,내용증명작성법,세탁심의안내와 관련 사이트 연계와, 물가정보 등이 안내되고 있다.
- 소비자교육 : 소비자권리와 소비자 정보, 물가정보, 소비자교육정보자료 공유 등 사이트가 운영 중이다.
- 특수거래소비자정보 : 특수거래안내와 청약철회권,항변권,특수거래사업자정보조회, 특수판매 소비자신고 등을 운영하고 있었다.

- 소비자안전 : 위해정보와 안전정보, 리콜소식과 검사기관등이 안내되었다.

VII . 지자체의 소비자행정 총괄 평가

〈표 1〉 전라북도 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	65.2점
소비자정책의 수립 및 규제	71.7점
기초지자체 및 소비자단체 지원	64.3점
소비자정보 및 교육 시행	65.5점
민원센터의 소비자문제 관리	70.2점
소비생활센터 운영	68.8점
총 평균	67.6점

- 1) 소비자정책위원회와 물가대책위원회 등이 구성되어 1년 1~2회 진행하고 있다. 그러나 소비자대표는 20명 중 2인에 불과하여 소비자단체대표 참여를 높여야 한다.
- 2) 소비자정책건수는 매년 21건 정도이다. 특히 대부분 정책이 지역소비자단체와 사전에 논의하고 함께 진행하고 있어 시너지효과를 높이고 있다.
- 3) 반복적인 소비자피해를 예방하기 위해서는 소비자교육이 필요하다. 특히 학생 소비자와 고령자소비자에 대한 소비자교육에 주력하고 있어 소비자권익보호에 노력하고 있다.
- 4) 소비자단체에 대한 예산이 2015년도에 비하여 25.5%가 증가하고 있어 소비자단체 지원과 소통에 노력하고 있음을 알 수 있다.
- 5) 1372 상담건수는 해마다 비슷한 통계이나 처리결과를 보면 소비자보상측면에서 환불, 교환, 반품보다는 기준 설명, 법규 안내 등이 많아 더욱 적극적인 해결 노력이 요구된다.
- 6) 홈페이지 안내가 잘되어 있으나 소비자사례는 최근년도에 맞추어 신경을 써야 한다.

전라남도 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 1) 소비자 조례의 명칭과 제·개정일 현황
 - 소비자 조례 명칭은 [전라남도 소비자기본조례]로 표기되었으며 1997년 5월 15일 제정되었으며, 최근 2015. 7. 13일 개정하였다.
- 2) 소비자보호 관련 규칙·규정들의 명칭과 제·개정일 현황
 - 소비자보호관련 규칙의 명칭은 「전남 소비자기본조례 시행규칙」이며 2003년 7월 18일 제정되었으며, 최근 2016. 1. 21일 개정되었다.
- 3) 각 자치법규의 제·개정 시 의견 수렴 방법 현황
 - 제·개정에 대한 의견 수렴은 입법 공람, 소비자단체 및 이해당사자 의견조회, 공청회 및 기타(직접 기술)등 형식을 취하고 있다.

2. 전라남도 소비자정책 및 물가 위원회 운영 현황

- 1) 소비자정책위원회 현황
 - 위원회 명칭은 [소비자정책위원회]이며 설치근거는 [전라남도 소비자기본조례]에 근거한다. 위원회 성격으로는 소비자권익과 관련된 자문·심의 기구이며 물가위원회와의 관계는 공동운영이다.
 - 위원회 담당 부서는 지역경제과이며, 위원은 총21명이며 이중 소비자단체 대표 5명도 포함 되었다.
- 2) 위원회 개최 현황
 - 2015년 2회 회의를 개최하였으며 주요 안건은 2015년 7월 17일 1차 회의 때는 도시가스 공급비용 조정심의를 하였고, 2015년 8월 24일 2차 회의 때는 도시가스 공급비용 조정을 하였다.

3. 전라남도의 소비자행정 예산 현황

- 2014년도에는 50백만원, 2015년도에는 80백만원, 2016년도에는 80백만원이다. 2014년도에 비하여 2015년에는 60%증가하였으나, 2016년도에는 동결 되었다.
- 총예산 대비 소비자행정 예산비율을 보면 2014년 2015년 2016년 0.1%이다.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 소속부서는 지역경제과이며, 직급은 행정7급(전임계약직), 업무수간은 9년 8개월이다.
- 지방행정 7급의 주 업무는 소비자시책 추진, 소비자정책위원회 운영, 소비자단체지원, 소비자교육, 소비자 정보제공(라디오), 소비생활센터 운영, 생협인가, 관리, 물가안정관리, 소비자정책위원회 운영 등이다.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 지자체의 주요 정책 중 소비자정책 현황

- 해당 사항 없음

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 다단계판매등록, 선불식 할부거래 등록업체수는 없으나 후원 방문판매 등록업체 수는(중소기업과 소상공인팀) 2015년 상반기 100개 업체 2015년 하반기 108개 업체, 2016년 상반기에는 115개 업체가 등록된 상태이다.
- 특수판매업 시정권고 건수는 2015년 상반기 5건, 2015년 하반기 7건, 2016년 상반기 7건으로 특수판매업체 과태료 부과 건수는 없다.

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

- 기초지자체의 소비자교육 지원으로 소비자업무 담당자 교육을 2014년부터 2016년 동안 매년 1회 실시 하였다.

2. 소비자단체 지원 현황

- 관내 소비자단체 중 소비자업무를 보고 있는 단체는 2014년부터 현재까지 4개 단체가 있으며, 지원 역시 4개 단체(한국부인회, 한국소비자연맹, 소비자교육중앙회, 여수 YMCA)를 지원하고 있다.
- 연도별 소비자단체 지원 금액은 2014년도에는 2,000만원이며, 2015년도에는 3,500만원이 증가한 5,500만원이 지원 되었고, 2016년도에는 2015년도에 비해 1,100만원이 감소한 4,400만원이 지원 되었다.

IV. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 2014년도 책자제작 배포는 5회, 리플렛 제작 배포는 2회, 총 보도자료 제공 건수는 55건으로 라디오 51건, TV(지역케이블포함)2건, 신문 2건이다.
- 2015년도 책자 제작 배포는 2회, 리플렛 제작 배포는 1회, 총 보도 자료 제공 건수는 5건으로, 라디오에 정보제공을 하였다.

2. 소비자교육 운영 현황

- 2014년도에 어린이 대상은 49회로 1,914명, 청소년은 18회로 1,344명이 교육에 참여하였다. 또한 일반성인은 5회에 걸쳐 270명이 참여하였고, 단체 실무 자나 상담원은 4회에 걸쳐 100명이 교육을 받았으며, 고령자는 43회에 걸쳐 2,199명, 다문화·새터민은 19회에 걸쳐 517명이 교육을 받았고, 장애인은 6회에 걸쳐 98명이 교육을 받았으며, 기타소비자전문가양성과정 3회 82명이 참여하여 총 147회 교육에 총 6,524명이 교육에 참여하였다.
- 2015년도에는 어린이 대상은 11회 551명, 청소년의 경우는 8회에 걸쳐 708명, 일반 성인의 경우 3회 190명, 단체실무자나 상담원은 1회 100명, 고령자는 6회 2,081명, 다문화·새터민은 8회 201명, 장애인의 경우 6회로 140명이 교육을 받았고, 기타 기타소비자전문가양성과정은 2회 40명이 교육에 참여하여, 총 106회에 걸쳐서 4,011명이 교육에 참여하였다.

V. 민원센터 내 소비자상담 관리 현황

- 전라남도청 홈페이지 내 전자민원 서비스와 종합민원실 방문, 민원 전화 서비스 등 다양한 채널을 통해 소비자민원을 제기할 수 있다.
- 처리방법은 주무과에서 직접 처리하는 방법과 소비생활센터로 이첩하는 방법 등 다양하게 처리하고 있다. 최대 처리 기한은 7일로 규정되어 있다.
- 연도별 민원센터 내 소비자상담 건수는
 - ① 2014년도 건의 사항은 19건 이었으며, 19건 모두 해결 되었다.
 - ② 2015년도 건의 사항은 12건 이었으며, 12건 모두 해결 되었다.

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 센터 명칭은 “전라남도 소비생활센터”이며, 2007년 3월 개설되었다.
- 상담원은 민간소비자단체에서 파견한 1명으로 근무기간은 5개월이며, 월 150 만원을 보조 받으며 상근으로 근무하고 있다.
- 1372상담전화가 설치되어 있고, 1대의 회선이다.

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

- 소비자상담은 2014년도에는 총 431건이 접수되었으며, 2015년도에는 395건이 접수되었다.
- 소비자상담 처리는 2015년도를 기준 시 답변처리 1순위는 기타정보제공 2순위는 분쟁해결기준설명, 3순위는 수리보수, 4순위는 법제도 설명, 5순위는 계약해제, 해지로 처리하였다. 실제 교환이나 환불, 반품 등은 미비한 실정이다.

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 소비생활센터 홈페이지 운영에 대한 구체적인 사항은 다음과 같다.
 - ① 센터안내 : 전라남도 소비생활센터소개
 - ② 접근성: 전라남도 홈페이지의 main page에 위치하고 있다.
 - ③ 피해처리안내 : 상담 내와 온라인상담, 피해사례, 분쟁조정사례, 내용증명 작성법, 세탁심의안내와 관련 사이트 연계와, 물가정보 등이 안내되고 있다.
 - ④ 소비자교육 : 소비자권리와 소비자 정보, 물가정보, 소비자교육정보자료 공유하고 있다.
 - ⑤ 특수거래소비자정보 : 특수거래안내와 청약철회권, 항변권, 특수거래사업자 정보조회, 특수판매 소비자신고 등을 운영하고 있었다.
 - ⑥ 소비자안전 : 위해정보와 안전정보, 리콜소식과 검사기관 등이 안내되었다.

VII. 지자체의 소비자행정 총괄 평가

〈표 1〉 전라남도 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	69.8점
소비자정책의 수립 및 규제	73.0점
기초지자체 및 소비자단체 지원	70.7점
소비자정보 및 교육 시행	71.1점
민원센터의 소비자문제 관리	71.1점
소비생활센터 운영	62.0점
총 평균	69.6점

- ① 소비자정책위원회와 물가대책위원회 등이 구성되어 년 2회 진행하고 있다.
- ② 소비자정책건수가 미비한 관계로 지역소비자단체와의 소통을 위해 늘려야 할 필요성이 있을 것으로 보여진다.
- ③ 반복적인 소비자피해 예방을 위해서는 소비자 교육이 필요하다. 특히 학생 소비자와 고령소비자와 다문화가족에 대한 소비자교육에 주력하여 소비자권익 보호에 노력을 해야 된다.
- ④ 소비자단체에 대한 예산이 2014년 2,000만원, 2015년도 5,500만원으로 2016년도에는 1,100만원 감소한 4,400만원 지원하였으나 현재는 소비자단체지원과 소통에 노력하려는 움직임이 있다.
- ⑤ 1372 상담건수는 해마다 비슷한 통계이나 처리결과를 보면 소비자보상측면에서 환불, 교환, 반품보다는 기준 설명, 법규 안내 등이 많아 더욱 적극적인 해결 노력이 요구된다.
- ⑥ 전라남도소비생활센터 홈페이지 안내가 잘 되어있으며, 인터넷상담 및 전화, 방문상담 및 처리결과 조회 확인 가능하며, 자가진단, 자주 묻는 질문 등으로 소비자피해에 대해 소비자가 직접 확인해 볼수 있으며 관련기준 및 법령에 대해서도 잘 안내가 되어있다.

경상북도 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 경상북도 소비자조례는 [소비자권익증진조례]로 2001년 제정되어 최근 2014년 개정되어 시행되고 있음.

- 제·개정 시 소비자정책위원회를 개최하여 관계 당사자들의 의견을 수렴하고 있으며 이와 더불어 도보 게재도 함.

<표 1> 소비자조례 제·개정 현황

명칭	소비자권익증진조례		
제정일	2001. 8. 1.	최근 개정일	2014. 9. 22.
제개정 의견 수렴 방법	소비자정책위원회 개최로 의견수렴, 도보게재		

- 소비자조례 외에 [경상북도 소비자행복센터 설치 및 운영 등에 관한 규칙]을 제정하여 운영하고 있음.

<표 2> 자치 법규의 제·개정 현황

명칭	경상북도 소비자행복센터 설치 및 운영 등에 관한 규칙		
제정일	2003. 7. 28.	최근 개정일	2016. 4. 14
제개정 의견 수렴 방법	소비자정책위원회 개최로 의견수렴, 도보게재		

2. 경상북도 소비자정책 및 물가 위원회 운영

1) 소비자정책위원회

- 소비자정책위원회는 총 16명의 위원으로 구성되어 있으며 이 중 소비자단체 대표는 3명임. 위원회의 성격은 자문, 심의를 하며 물가위원회와는 별도로 운영함.

- 2015년에는 정책위원회가 개최되지 않음.

<표 3> 소비자정책위원회 현황

위원회 명칭	경상북도 소비자정책위원회		
설치근거	경상북도 소비자권익증진조례 제22조		
구성	위원장: 1명		인원수: 16명
	위원 중 소비자단체 대표 인원수 : 3명		
위촉위원 임기	2년	담당부서	사회적경제과
위원회 성격	자문, 심의	물가위원회의 관계	별도 운영

2) 물가대책위원회

- 물가대책위원회는 [경상북도 물가대책위원회 설치 및 운영에 관한 조례]를 근거로 설치하고 있으며 총 인원 19명, 소비자단체 대표 6명으로 구성되어 있음.

<표 4> 물가대책위원회 현황

위원회 명칭	경상북도 물가대책위원회		
설치근거	경상북도 물가대책위원회 설치 및 운영에 관한 조례		
구성	위원장: 1명		인원수: 19명
	위원 중 소비자단체 대표 인원수 : 6명		
위촉위원 임기	2년	담당부서	일자리경제교통단
위원회 성격	심의, 의결		

- 2015년 물가대책위원회가 2회 개최되었으며 주요 안건은 도시가스공급 비용 조정(안), 시내 농어촌버스 요금 조정(안)에 대한 심의·의결하였음.

3. 소비자행정 예산 현황

- 소비자행정 예산은 2014년부터 2015년까지 160백만원이었으나 2016년에 185백만원으로 증가함.

- 경상북도 총 예산 중 소비자행정 예산 비율은 2014년부터 2016년까지 0.002%로 변화가 없었음.

<표 5> 소비자행정 예산 현황

연도	2014년도	2015년도	2016년도
금액(백만원)	160백만원	160백만원	185백만원

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 담당 공무원은 일반 행정직 1명(5급), 전임 계약직 1명(행정주사보, 7급)으로 소속 부서는 사회적 경제과임. 현 업무의 수행 기간은 전임 계약직의 경우 11년임.
- 일반 행정직의 주 업무는 협동경제이며, 전임 계약직의 주 업무는 소비자정책 위원회 운영, 소비자조례 운영, 소비자종합시책 수립, 소비생활센터 운영, 소비자단체 지원, 소비자생활협동조합 인가, 다단계판매업체 등록, 선불식 할부거래 업체 등록, 후원 방문판매업체 등록, 특수거래 업무, 부당거래행위고지 업무, 소비자교육, 소비자상담 및 피해구제 업무 등임.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 주요 정책 중 소비자정책 현황

- 경상북도 주요 정책 중 소비자정책은 2015년, 2016년 모두 7건이었으나 그 내용은 모두 동일하였음. 구체적인 소비자정책은 <표 6>과 같음.

<표 6> 지자체의 주요 정책 중 소비자정책 현황

구분	주요 정책 중 소비자정책 건수	주요 소비자정책 내용
2015년 / 2016년	7건	<ul style="list-style-type: none"> • 소비자행복센터 운영 • 사회적 배려계층을 위한 소비자경제교육 • 불합리한 소비행태 개선사업 • 바른소비 실천학교 지정 운영 사업 • 선불식 할부거래업(상조회사) 등록 및 관리 • 특수판매업 관리 • 후원방문판매업 등록 및 관리

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 다단계판매 등록 업체는 1개 업체가 등록되어 있으며 선불식 할부거래 등록업체는 2016년 상반기 현재 6개 업체가 등록되어 있음. 후원 방문판매 등록업체는 2015년 하반기에 비해 증가하여 2016년 상반기에는 165개 업체가 등록되어 있음.
- 특수판매업체의 규제 성과는 2015년 하반기에만 이루어졌고 시정권고 16건, 과태료 부과 2건이 있었음.

<표 7> 지역 내 특수거래 규제 현황

구분	소관부서 (계·팀)	2015년 상반기	2015년 하반기	2016년 상반기
① 다단계판매 등록업체 수	시장소비자계	1	1	1
② 선불식 할부거래 등록업체 수	“	7	7	6
③ 후원 방문판매 등록업체 수	“	167	157	165
④ 특수판매업 시정권고 건수	“	-	16	-
⑤ 특수판매업체 과태료부과 건수	“	-	2	-

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

- 기초지자체에 대한 지원은 취약계층 교육에 대한 지원과 리플렛 배포 지원을 2014년부터 2016년까지 지속적으로 지원하고 있음.

<표 8> 기초지자체의 교육 지원 현황

지원항목	2014년도 실적(회, 건)	2015년도 실적(회, 건)	2016년도 실적(회, 건)
• 사회적배려계층 소비자경제교육	330회	312회	266회
• 리플렛 제작·배부	10,000부	10,000부	10,000부

- 관내 등록된 소비자단체 17개 중 지원 대상 단체는 2014년과 2015년은 5개 단체와 2016년 3개 단체로 감소하였음. 단체 지원액은 65,000만원으로 동일함.

<표 9> 지자체 내 소비자단체 및 지원 현황

	2014년도	2015년도	2016년도
관내 소비자단체 수	17개	17개	17개
지원 대상 소비자단체 수	5개	5개	3개
연간 지원 금액 합계	65,000만원	65,000만원	65,000만원

IV. 소비자정보 및 교육 현황

- 소비자정보는 인쇄물과 언론매체를 이용하여 제공하고 있으며 인쇄물은 책자와 리플렛을 제작, 배포하였음.
- 언론매체는 보도자료를 꾸준히 제공하고 있으나 TV, 신문 등을 통한 성과는 없었음.

<표 10> 소비자정보 제공 현황

구분	인쇄물을 통한 정보제공		언론매체를 통한 정보제공			
	책자 배포	리플렛 배포	보도자료 제공건수	보도 건수		
				라디오	TV (지역케이블포함)	신문
2014년	7회	2회	6건	- 건	- 건	- 건
2015년	3회	1회	7건	1건	- 건	- 건

- 소비자교육은 청소년과 고령자 소비자를 대상으로만 교육 지원하였음. 2015년에 비해 청소년 소비자교육이 증가함.
- 2015년에는 다문화 가족, 새터민의 교육을 시작함.

<표 11> 소비자교육 시행 현황

구분	2014년		2015년	
	횟수(회)	참여인원(명)	횟수(회)	참여인원(명)
어린이(유치원, 초등학교)	-	-	-	-
청소년(중고등학생)	48	1,002	74	2,311
대학생	-	-	-	-
일반 성인	-	-	-	-
단체 실무자, 상담원	-	-	-	-
공무원	-	-	-	-
사업자	-	-	-	-
고령자	330	7,295	312	7,431
다문화가족, 새터민	-	-	11	225
장애인	-	-	-	-
군장병, 민방위대원	-	-	-	-
기타	-	-	-	-

V. 민원센터 내 소비자상담 관리 현황

1. 민원센터 접수 현황

- 소비생활 관련 민원 접수 방법
: 시·도청 홈페이지 내 전자민원 서비스 및 시·도청 내 종합민원실 운영과 종합 민원 콜센터 운영함.
- 소비생활 관련 민원은 주무과에서 직접 처리하거나 소비생활센터로 이첩함.

<표 12> 민원 센터 내 소비생활 관련 민원 현황

	2014년	2015년
건의 사항	27건	13건
해결 건수	27건	13건

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 소비자행복센터는 2003년 9월에 개설 운영하고 있음.
- 1372 전화회선 및 전화기는 1대 설치함.
- 소비자행복센터 상담원은 자체 임용 1명과 민간단체 파견 1명이 상근으로 근무하고 있으며 구체적인 근무 상황은 <표 14>와 같음.

<표 13> 소비자행복센터 상담원 현황

유형		인원수(명)	현업 근무연한	월평균 보수
자체 임용	상근	1	7년 9월	220만원
민간단체 파견	상근	1	4년	155만원

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

- 소비자생활센터 상담 건수는 2014년은 2,405건, 2015년 1,543건이 접수, 처리됨.

<표 14> 소비자행복센터 상담 현황

	2014년도	2015년도
전체 상담건수(건)	2,405	1,543

- 상담처리 현황 : 2015년 상담처리 상위 순서
 - 1순위 : 분쟁해결기준 설명
 - 2순위 : 기타 정보 제공
 - 3순위 : 타 기관 알선 및 이관
 - 4순위 : 법·제도 설명
 - 5순위 : 사업자 상담실 안내

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 소비자행복센터 홈페이지는 별도로 운영되고 있으며 제공하고 있는 정보는 <표 15>와 같음.

<표 15> 소비자행복센터 홈페이지 운영 현황

센터안내	- 센터소개	- 위치 및 연락처
접근성	- 시도청 홈페이지의 main page에 위치	
피해처리안내	- 상담안내 - 상담/피해 사례 - 세탁심의안내	- 온라인상담 - 내용증명작성법 - 관련사이트
소비자교육	소비자의 권리 및 소비자 정보 제공	
특수거래소비자 정보	- 청약철회권에 대한 정보 제공	
법령	- 소비자시책 - 소비자분쟁해결기준	

VII. 지자체의 소비자행정 총괄 평가

<표 15> 경상북도 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	57.6점
소비자정책의 수립 및 규제	63.0점
기초지자체 및 소비자단체 지원	54.7점
소비자정보 및 교육 시행	57.2점
민원센터의 소비자문제 관리	64.4점
소비생활센터 운영	59.8점
총 평균	59.4점

- 부족한 인력으로 다양한 사업을 수행하는데 있어 재정지원 확충과 인력보강으로 주민생활 밀착형 서비스 제공 기대
- 소비생활센터의 대한 홍보가 부족하며 거의 노인피해가 많으므로 실제 상담처리 결과에 대한 불편함을 호소, 상담자 역할이 커져야한다고 봄

- 지역 내 소비자상담센터 홈페이지 방문빈도수는 낮으며 다양한 정보는 많으나 필요한 정보검색에 어려움이 있음
- 인력부족 등으로 상담처리 결과가 정보제공에 그치는 사례가 민원을 적극적 구제에 필요한 상담원 보충이 필요하다고 봄
- 홈페이지 전담 상담인력 배치가 필요, 홈페이지를 통한 상담이 바로 이뤄질 수 있도록 인력배치가 필요
- 소비자단체와 소비생활센터의 업무 구분이 명확하게 되고, 사업비 부분에 있어서도 지자체와 소비자단체의 역할 분담에 맞게 배분이 필요함
- 젊은 세대를 겨냥한 온라인 상담창구 마련하여 바로바로 상담이 이루어질 수 있어야 함.
- 민간단체의 활동을 그대로 답습하고 있으며 업무의 중복으로 민간단체의 활동을 위축 시키고 있음
- 소비자생활센터 운영을 소비자 상담이 아닌 정보제공 및 제도개선 교육 등의 역할로 수정 필요

경상남도 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 소비자 조례 명칭은 [경상남도소비자기본조례]로 표기되었으며 1996년12월 31일 제정되었으며, 최근 2015년 12월 17일 개정하였다.
- 각 자치법규의 제·개정 시 별도의 의견 수렴 방법은 없음

2. 경상남도 소비자정책 및 물가 위원회 운영

1) 소비자정책위원회

- 위원회 명칭은 [경상남도 소비자정책위원회]이며 설치근거는 [경상남도 소비자기본조례 제11조]에 근거한다. 위원회 성격으로는 소비자권익과 관련된 심의·의결기구이며 물가위원회와는 별개이지만 물가위원회에서 논의한 결과를 최종적으로 의결한다.

- 위원은 총25명이며 위원 중 소비자단체 대표 인원수는 8명이 포함되었다.

- 2015년 3회 회의를 개최하였으며 주요 안건은 2015년도에는 2월 10일 설 대비 물가안정 관계기관 대책보고 및 토론을 하였고 6월 29일 도시가스 공급 비용 조정 심의,의결하였고 9월 16일 추석대비 물가안정 관계기관 대책보고 및 토론을 하였다.

2) 소비자정책실무위원회 현황

- 경남도의 위원회명칭은 [소비자정책실무위원회]이며 공공요금 변동 시 심의 하는 역할이다.

- 위원은 총 12명이며, 이중 소비자단체대표는 5명이다.

- 공공요금 변동 시 회의가 개최되며 2015년에는 1회 개최되어 도시가스 공급비용 조정심, 시내·농어촌버스 운임요율 저정(안) 사전 심의를 하였다.

3. 소비자행정 예산 현황

- 2014년도에는 112백만원, 2015년도에는 112백만원, 2016년도에는 110백만원이다. 2015년도에 비하여 2016년도에는 0.02%가 감소하였다.
- 경상남도 총예산 중 소비자행정예산 비율을 보면 2014년도부터 2016년까지 모두 0.002%이다.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 담당공무원(일반행정직)은 3명으로 소속부서는 경상남도 경제정책과 부서이며, 수행기간은 2명은 3개월, 1명은 10개월이다.
- 담당계약직공무원(전임계약직)은 3명으로 소속부서는 경상남도 경제정책과 부서이며, 전임계약직 2명은 각각 수행기간이 10월, 5년 7개월이고, 단체파견직은 1명이며 수행기간은 6개월이다.
- 일반행정 주 업무는 상담 및 피해구제, 소비자교육, 소비자정보제공 및 홍보, 소비자종합계획수립, 방문·전화권유 통신판매관리, 민간소비자단체 지원 및 관리, 소비자정책위원회 운영 등이다.
- 전임계약직 주 업무는 소비자 및 경제교육, 소비자정책개발, 소비자 상담 및 피해구제 분쟁 조정 등이다.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 지자체 주요 정책 중 소비자정책 현황

- 2015년과 2016도 모두 7건의 소비자정책을 이행하였으며 내용은 동일하다.
- ☞ 주요 정책으로는 소비자 상담 지원, 의류세탁분야 소비자분쟁조정 사업 지원, 생명을 살리는 윤리적(착한소비) 소비교육, 소비자 인식조사 및 토론회, 소비자단체 합동 워크숍, 소비자정책위원회 운영, 소비자생활협동조합 인가 및 관리 등을 진행하였다.

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 1) 소비자거래 규제 등록
 - 다단계판매 등록업체수 관련 (소상공인팀) 2015년부터 2016년 현재까지 3개 업체만 등록된 상태이다.
 - 선불식 할부거래 등록업체수를 보면 (소상공인팀) 2015년 상반기 12개, 2015년 하반기 9개, 2016년 상반기 7개 업체가 등록되어있다.
 - 후원 방문판매 등록업체수를 보면 (소상공인팀) 2015년 상반기 252개, 2015년 하반기 254개, 2016년 상반기 238개 업체가 등록되어있다.
- 2) 규제 건수 현황
 - 특수판매업 시정권고 건수는 2015년 상반기 3건, 20158년 하반기 50건이며 특수업체 과태료 부과건수는 없었다.

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구) 지원 현황

- 1) 연도별 기초지자체 지원 방법
 - 지원방법은 담당자 교육과 합동지도, 점검, 홍보포스터 보급 등이 있다.
- 2) 연도별 기초지자체 지원 실적
 - 경남 시·군에 대한 지원 항목에서 시단위 소비자 상담원 인건비 지원이 2014년도 905건, 2015년도 1,164건, 2016년도 2,552건이었고, 청소년경제교육은 2014년도 335회로 32,170명, 2015년도 226회로 30,059명, 2016년도 154회로 14,713명 지원되었다.

2. 소비자단체 지원 현황

- 관내 소비자단체 중 소비자업무를 보고 있는 단체는 2014년부터 현재까지 18개 단체가 있으며, 지원 대상은 1개 단체를 지원하고 있다.
- 2014년도에는 51,895만원, 2015년에도 52,270만원이며 2016년도에는 54,100만원이 지원되고 있다.

IV. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 2014년도 책자제작배포, 리플렛 제작배포는 없으며, 보도자료는 45건, 언론 보도는 2014년 신문 45건이다.

- 2015년도 책자제작배포, 리플렛 제작배포는 없으며, 보도자료 건수는 9건이며, 신문은 9건이다.

2. 소비자교육 운영 현황

- 2014년도에 청소년(중고등학생) 82회에 17,430명이 교육에 참여하였다. 또한 공무원은 1회에 51명이 참여하였다. 고령자는 176회에 걸쳐 12,088명이 교육에 참여하였다.

- 2015년도에 청소년(중고등학생)은 62회에 걸쳐 11,450명이 참여하였으며, 공무원은 22회에 853명, 고령자는 136회에 걸쳐 8,944명이 교육에 참여하였다.

V. 민원센터 내 소비자상담 관리 현황

- 경상남도는 도청홈페이지를 통한 전자민원 서비스와 종합민원실방문, 민원전화 서비스 등 다양한 채널을 통해 소비자민원을 제기할 수 있다.

- 처리방법으로는 민원내용에 따라 예를 들어 쓰레기 처리 관련 등은 직접 주무과에서 직접 처리하는 방법과, 1372로 이첩하는 방법 등 다양하게 처리하고 있다.

- 답변 및 처리통보 기간은 최대7일이라는 규정이 있다.

- 2014년 해결 건수 699건, 2015년 465건이었다.

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

1) 센터 명칭 및 개설일

- 명칭은 [경남도소비생활센터]이며, 2003년 1월 개설하였다.

2) 소비생활센터 내 상담원 임용 현황 및 인원수, 근무 연한, 월평균 보수

- 상담원은 자체임용 상담원 2명근무 하며 근무기간은 각각 10개월이고 월 370만원, 5년 7개월이고 월 210만원이며 민간소비자단체에서 파견 1명이며 근무연수는 6개월이며, 월 180만원을 보조를 받으며 상근으로 근무하고 있다.

3) 1372 전화 회선 유무 및 전화기 설치 현황

- 1372 상담전화는 2대이다.

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

1) 소비자상담 접수 현황

- 2014년도에는 총 4,511건이 접수되었으며, 2015년도에는 1,917건이 접수되었다.

2) 소비자상담 처리 현황

- 2015년 상담처리 순서는 피해구제접수안내-분쟁해결기준설명-기타정보제공-법·제도 설명-취하, 중지 순서였다.

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 소비생활센터의 홈페이지 운영 현황은 다음과 같다.

- 접근성 : 경남도 소비생활센터는 경남도 홈페이지 내 관련부서 페이지에 위치하고 있다.
- 피해처리안내 : 상담안내와 온라인상담, 피해사례,분쟁조정사례,내용증명작성법,세탁심의안내와 관련 사이트 연계와, 물가정보 등이 안내되고 있다.
- 소비자교육 : 소비자권리와 소비자 정보, 물가정보, 소비자교육정보자료 공유 등 사이트가 운영 중이다.
- 특수거래소비자정보 : 특수거래안내와 청약철회권, 항변권, 특수거래사업자 정보조회, 특수판매 소비자신고 등을 운영하고 있었다.

- 소비자안전 : 위해정보와 안전정보, 리콜소식과 검사기관등이 안내되었다.

VII . 지자체의 소비자행정 총괄 평가

<표 1> 경상남도 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	전체 평균
소비자행정 기반	57.6점
소비자정책의 수립 및 규제	59.7점
기초지자체 및 소비자단체 지원	59.7점
소비자정보 및 교육 시행	60.4점
민원센터의 소비자문제 관리	61.6점
소비생활센터 운영	60.7점
총 평균	59.9점

- 1) 소비자정책건수는 매년 7건 정도이다. 특히 대부분 정책이 지역소비자단체와 사전에 논의하고 함께 진행하고 있어 시너지효과를 높이고 있다.
- 2) 반복적인 소비자피해를 예방하기 위해서는 소비자교육이 필요하다. 특히 취약계층인 결혼이주여성이나, 학생소비자와 고령자소비자에 대한 소비자교육에 주력하고 있어 소비자권익보호에 노력하고 있다.
- 3) 소비자단체에 대한 예산이 2015년도에 0.02%가 감소하여 있어 소비자단체지원과 소통에 노력해야 한다.
- 4) 1372 상담건수는 해마다 비슷한 통계이나 처리결과를 보면 소비자보상측면에서 환불, 교환, 반품보다는 기준 설명, 법규 안내 등이 많아 더욱 적극적인 해결 노력이 요구된다.
- 5) 소비생활센터의 홈페이지 안내가 잘되어 있으나 소비자사례는 최근 년도에 맞추어 신경을 써야 한다.

제주특별자치도 소비자행정 현황 및 평가 보고서

I. 지자체의 소비자행정 기반

1. 자치 법규의 제정 운영 현황

- 1) 소비자 조례의 명칭과 제·개정일 현황
 - 소비자 조례 명칭은 [제주특별자치도 소비자기본조례]로 표기되었으며 2008년 7월 16일 제정되었다.
- 2) 각 자치법규의 제·개정 시 의견 수렴 방법 현황
 - 제·개정에 대한 의견 수렴은 소비자단체 및 이해당사자 의견조회, 공청회가 가능하도록 입법공람 형식을 취하고 있다.

2. 제주특별자치도 소비자정책위원회 운영 현황

- 1) 소비자정책위원회
 - 위원회 명칭은 [제주특별자치도 소비자정책위원회]이며 설치근거는 [제주특별자치도 소비자기본조례]에 근거한다. 위원회 성격으로는 소비자권익과 관련된 심의·의결기구이며 물가위원회와는 별개로 운영된다. 위원은 총 4명이다.
 - 2015년에는 1회 개최하여 주요 안건은 소비자정책시행계획을 심의하였다.
- 2) 물가위원회
 - 제주특별자치도의 위원회명칭은 [물가대책위원회]이며 공공요금 변동 시 1차 심의하는 역할이다.
 - 총 30명이며, 위원장은 행정부지사이며 이중 소비자대표는 3명이다.
 - 연간 개최 횟수는 4회 개최되었고 주요 안건은 제1차 회의 2015년 2월 2일 ‘2015년도 추석맞이 물가안정 대책 등 방안 발표 및 협의를 하였으며, 2차 회의는 2015년 12월 11일 2015 향만하역요금조정, 3차회의는 2015년 9월 17일 ‘ 15년도 추석맞이 물가안정 대책 등 방안 발표 및 협의, 4차 회의는 12월 11일 서귀포의료원 의료수가 신설안에 대해서 논의하였다.

3. 소비자행정 예산 현황

- 2014년도에는 4백만원, 2015년도에는 26백만원, 2016년도에는 28백만원으로 아주 미비한 수준이다.

- 제주특별자치도 2014년도에는 0.0015%였으며 2015년과 2016에는 0.0008%의 비율이다.

4. 소비자행정 담당 공무원 현황

- 담당공무원은 1명으로 소속부서는 경제정책과이며 지방행정 7급(정규직)이며, 수행기간은 1년 6개월이다.

- 담당공무원의 소비자담당 업무는 소비자정책위원회 운영, 소비자조례운영, 소비자종합생활센터 운영, 소비자단체 지원 등이다.

II. 소비자정책의 계획과 규제 관리 성과 현황

1. 지자체 주요 정책 중 소비자정책 현황

- 2015년과 2016년도에는 5건의 소비자정책이 있으며 내용은 동일하다.
 - ☞ 주요 정책으로는 소비자이동상담실 운영, 소비생활센터 운영, 소비자교육 실시, 장바구니 물가조사, 소비자정책 위원회 구성 및 운영을 진행하였다.

2. 지역 내 소비자거래 규제 현황

- 1) 소비자거래 등록 현황
 - 다단계판매등록 업체 수 관련 (소상공인팀) 2015년부터 2016년 현재까지 등록은 없다.
 - 선불식 할부거래 등록업체수를 보면 2015년 상반기 2개 업체 2015년 하반기 2개 업체, 2016년 상반기 3개 업체가 등록하였다.
 - 후원 방문판매 등록업체 수를 보면 2015년 상반기 24개 업체, 2015년 24개 업체, 2016년 상반기도 24개 업체가 등록 하였다.

2) 규제 준수 현황

- 특수판매업 시정권고나 과태료 부과는 한건도 없었다.

III. 기초지자체 및 단체 지원 현황

1. 기초지자체(시·군·구 지원) 현황

- 2015년 기초지자체 지원 실적은 없는 것으로 조사되었다.

2. 소비자단체 지원 현황

- 관내 소비자단체 중 소비자업무를 보고 있는 단체는 2014년 6개 단체, 2015년과 2016년도에는 각 7개 단체이다. 이중 지원소비자단체는 2014년 3개, 2015년, 2016년도에는 각 6개 단체이다.
- 2014년도에는 4백만원, 2015년도에 2천6백만원이며 2016년도에는 2천8백만원이 지원되었다.

IV. 소비자정보 및 교육 현황

1. 소비자정보 제공 현황

- 2014년과 2015년이 동일하였으며 책자 제작 배포는 없었고, 리플렛 제작 배포는 2,000회, 보도자료나 언론보도, 라디오, 신문 홍보를 통한 정보제공은 없었다.

2. 소비자교육 운영 현황

- 2014년도에 어린이는 어린이(유치원, 초등학교) 대상 교육을 2회 약 100명 운영하였으며 고령자 대상 5회 1,219명 교육하였다.
- 2015년도에는 소비자피해 예방 교육, 경제교육, 건전소비교육 등을 17회 1,150명을 교육하였다.

V. 민원센터 내 소비자상담 관리 현황

1. 민원 접수 현황

- 시도청 홈페이지 내 전자민원서비스, 시도청 내 종합민원실 운영, 시도청에서 운동하는 민원전화서비스 등 다양한 방법으로 소비자 관련 민원을 접수할 수 있다.
- 소비생활센터로 이첩하여 처리한다. 답변 및 처리통보 기간은 최대 30일 이라는 규정이 있다.
- 접수된 소비자 상담은 2014년 829건 이 중 해결은 191건, 2015년도 소비자 상담은 775건, 해결건수는 207건이다.

VI. 소비생활센터 운영 현황

1. 소비생활센터의 일반 현황

- 명칭은 [소비생활센터]이며, 2003년 9월 개설하였다.
- 상담원은 상근 1명이 근무하며 2014년부터 근무연수는 3년이다. 민간단체 파견 상담원도 1명이 있다.
- 1372 상담전화는 2대이다.

2. 소비생활센터 1372 상담 현황

- 2014년도에는 총 829건이 접수되었으며, 2015년도에는 775건이 접수되었다.
- 2015년도를 기준 시 답변처리 1위는 기타정보제공, 2순위는 환급, 3순위는 교환, 4순위는 수리보수, 5순위는 계약해제·해지로 처리하였다.

3. 소비생활센터 홈페이지 운영 현황

- 별도로 운영하고 있는 소비생활센터 홈페이지는 다음과 같이 운영하고 있다.
- 접근성 : 제주특별자치도 소비생활센터는 제주특별자치도 홈페이지 내에 특

별페이지로 운영되고 있다.

- 피해처리안내 : 상담안내와 온라인상담, 피해사례, 분쟁조정사례, 내용증명 작성법 등이 안내되고 있다.
- 소비자교육 : 물가정보 사이트가 운영 중이다.
- 특수거래소비자정보 : 특수거래안내와 특수거래사업자정보조회 등을 운영하고 있었다.
- 기타 소비자시책, 법령, 소비자분쟁해결기준 등을 안내하고 있다.

VII . 지자체의 소비자행정 총괄 평가

<표 1> 제주도 소비자행정에 대한 전문가 평가

지방소비자행정 영역	평균
소비자행정 기반	54.3점
소비자정책의 수립 및 규제	55.0점
기초지자체 및 소비자단체 지원	47.0점
소비자정보 및 교육 시행	43.6점
민원센터의 소비자문제 관리	53.1점
소비생활센터 운영	53.2점
총 평균	51.0점

1) 제주특별자치도 소비자정책위원회와 물가대책위원회 등이 구성되어 소비자정책 위원회는 1년 1~2회, 물가감시위원회는 연 4회 진행하고 있다. 그러나 소비자 대표 는 30명 중 3인에 불과하여 소비자단체대표 참여를 높여야 한다.

2) 2015년, 2016년 소비자정책 건수는 5건으로 미비한 수준이므로 좀 더 적극적인 지역소비자단체와의 소비자정책 수행이 필요한 것으로 보인다.

3) 반복적인 소비자피해를 예방하기 위해서는 소비자교육이 필요하다. 특히 학생 소비자와 고령자소비자에 대한 소비자교육에 주력하여야 하는데 이에 대한 교육도 아주 미비한 수준이다.

4) 총예산 대비 소비자행정 예산은 아주 미비한 수준이다. 지역 소비자 단체와 함께

시너지를 만들 수 있도록 단체 지원 예산을 물론 소비자 행정예산도 늘려야 할 것으로 보인다.

5) 1372 상담건수는 해마다 비슷한 통계이며 처리건수는 늘어나고 있으며 환급, 교환, 수리보수 처리가 상위권에 있는 것으로 보아 소비자 처리에 적극적임을 볼 수 있다.

6) 홈페이지 종합민원 메뉴에 ‘식품안전소비자신고안내’로 안내가 되어 있어 식품 이외에 다양한 소비자피해 신고 안내가 부족하므로 페이지에 정보수정과 사례 업데이트가 필요한 것으로 보인다.

부록 II. 지방소비자행정 실태 조사지

안녕하십니까?

소비자단체협의회는 「지역 소비자행정 현황 조사」를 실시하고 있습니다.

이 조사의 목적은 지역 소비자행정의 전반적인 현황 파악을 통해 지역 소비자행정 활성화 방안을 마련하는데 활용하기 위한 것입니다.

바쁘시더라도 설문 문항에 성의껏 답변해 주시고 필요한 자료를 제출해 주시면 감사하겠습니다.

2016년 10월

한국소비자단체협의회 연락처 :

☐ 소 속 : _____ (국,실, 본부)
_____(과)
_____(팀, 계, 담당)

☐ 작성자 : (직위): _____ (성명) : _____

☐ 연락처

전화 : _____

이메일 : _____

I. 소비자행정기반

1. 자치법규의 제정 운영

구분	소비자조례
명칭	
제정일	
최근 개정일	
제·개정 의견 수렴 방법	

구분	소비자보호 관련 규칙·규정		
명칭			
제정일			
최근 개정일			
제·개정 의견 수렴 방법			

[조사표 답변 기재요령]

소비자보호 관련 자치법규 제·개정 의견 수렴 방법은 입법 공람, 소비자단체 및 이해당사자 의견 조회, 공청회 및 기타(직접 기술) 등으로 작성해 주십시오.

2. 시·도의 소비자행정 예산

연도	2014년도	2015년도	2016년도
금액(백만원)	백만원	백만원	백만원
총예산 대비 소비자행정 예산 비율	%	%	%

[조사표 답변 기재요령]

- 예산서의 단위 사업에 '소비자'가 명시된 사업의 예산을 말합니다.
- 시·도 본청의 소비자업무 담당자의 인건비는 제외합니다. 단 시·도에서 예산을 지원하는 일용직, 상담원 등 관련 인력의 인건비는 포함합니다.

3. 소비자행정 담당 공무원

2016년 10월31일 현재

구분	전임계약직(1)	전임계약직(2)	전임계약직(3)
직급			
소속부서			
현 업무 수행기간	년 월	년 월	년 월
담당소비자 업무			

구분	일반행정직(1)	일반행정직(2)	일반행정직(3)
직급			
소속부서			
현 업무 수행기간	년 월	년 월	년 월
담당소비자 업무			

[조사표 답변 기재요령]

※ 소비자업무는 아래의 업무분장 사례 등을 참고로 하여 실제로 맡고 있는 일을 기재하여 주십시오.

소비자정책위원회 운영, 소비자조례 운영, 소비자종합시책 수립, 소비생활센터 운영, 소비자단체 지원, 소비자생활협동조합인가, 다단계판매업체 등록, 선불식 할부거래업체 등록, 후원 방문판매업체 등록, 특수거래 업무, 부당거래행위고지 업무, 소비자교육, 소비자상담, 피해구제 업무 등

4. 시·도 소비자정책위원회 일반 현황

위원회 명칭		
설치근거		
구성	위원장:	인원수:
	위원 중 소비자단체 대표 인원수 :	
위촉위원 임기	년	
담당부서		
위원회 성격 (해당되는 곳에 모두 표시)	자문 () 심의() 의결()	
물가위원회와의 관계	별도 운영 () 공동운영 ()	
2015년 개최현황	연간 개최횟수:	
	제 1 차 회의	제 2 차 회의
	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -
	제 3 차 회의	제 4 차 회의
	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -

5. 시·도 물가위원회 일반 현황

위원회 명칭		
설치근거		
구성	위원장:	인원수:
	위원 중 소비자단체 대표 인원수 :	
위촉위원 임기	년	
담당부서		
위원회 성격 (해당되는 곳에 모두 표시)	자문 () 심의() 의결()	
2015년 개최현황	연간 개최횟수:	
	제 1 차 회의	제 2 차 회의
	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -
	제 3 차 회의	제 4 차 회의
	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -

6. 시·도에서 운영하는 소비자관련 기타 위원회 현황

위원회 명칭		
설치근거		
구성	위원장:	인원수:
	위원 중 소비자단체 대표 인원수 :	
위촉위원 임기	년	
담당부서		
위원회 성격 (해당되는 곳에 모두 표시)	자문 () 심의() 의결()	
2015년 개최현황	연간 개최횟수:	
	제 1 차 회의	제 2 차 회의
	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -
	제 3 차 회의	제 4 차 회의
	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -	■ 일시 : ■ 주요 안건: - - - -

[조사표 답변 기재요령]

※ 소비자 업무와 관련된 위원회로 소비자정책 실무위원회 등과 같은 위원회 운영에 대한 현황을 기재해 주십시오.

II. 소비자행정담당 부서의 시책

1. 시·도 주요 업무 중 소비자정책 현황

구분	주요 업무 중 소비자정책 건수	주요 소비자정책 내용
2015년	건	• • • •
2016년	건	• • • •

2. 소비자거래규제 현황

구분	소관부서 (계·팀)	2015년 상반기	2015년 하반기	2016년 상반기
① 다단계판매 등록업체 수				
② 선불식 할부거래 등록업체 수				
③ 후원 방문판매 등록업체 수				
④ 특수판매업 시정권고 건수				
⑤ 특수판매업체 과태료부과 건수				

[조사표 답변 기재요령]

1. 등록업체 수는 해당 기간의 말일 현재 누적 숫자를 기재하여 주십시오.
2. 시정권고 및 과태료 부과건수는 해당 기간의 실적을 기재하여 주십시오.

3. 소비자단체 지원

	2014년도	2015년도	2016년도
관내 소비자단체 수	개	개	개
지원 대상 소비자단체 수	개	개	개
연간 지원 금액 합계	만원	만원	만원

[조사표 답변 기재요령]

소비자단체 지원액은 민간경상보조에 의한 지원액을 기재해주시시오.

4. 기초지자체(시·군·구) 지원

지원항목	2014년도 실적 (회, 건)	2015년도 실적 (회, 건)	2016년도 실적 (회, 건)
•			
•			
•			
•			

[조사표 답변 기재요령]

소비자업무 담당자 교육, 소비자행정 관련 자료 보급 등 시군구 소비자행정 활성화
화를 위한 지원항목과 실적을 자유롭게 기재해주시시오.

5. 소비자정보제공(소비생활센터 실적 포함)

구분	인쇄물을 통한 정보제공		언론매체를 통한 정보제공			
	책자 제작 배포	리플렛 제작 배포	보도자료 제공 건수	보도 건수		
				라디오	TV (지역케이블 포함)	신문
2014년	회	회	건	건	건	건
2015년	회	회	건	건	건	건

6. 소비자교육(소비생활센터 실적 포함)

구분	2014년		2015년	
	횟수(회)	참여인원(명)	횟수(회)	참여인원(명)
어린이(유치원, 초등학생)				
청소년(중고등학생)				
대학생				
일반 성인				
단체 실무자, 상담원				
공무원				
사업자				
고령자				
다문화가족, 새터민				
장애인				
군장병, 민방위대원				
기타				

[조사표 답변 기재요령]

1. 소비자피해 예방 교육, 경제교육, 건전소비교육 등을 포함한 소비자교육 현황을 기재해 주십시오.

7. 기타행정

지역에서 추진하는 소비자행정과 관련된 고유업무 내용을 자유롭게 기재해 주십시오.

8. 소비생활 관련 민원 건의 방법(소비생활센터 상담 방법 외)

8-1. 소비자들의 소비생활 관련 민원(소비자업무 관련 민원) 건의 방법
(모두 표시해 주십시오.)

- ① 시·도청 홈페이지 내 전자민원 서비스
- ② 시·도청 내 종합민원실 운영 (방문, 전화, FAX 등)
- ③ 시·도청에서 운영하는 민원 전화 서비스(예) 다산콜센터 등)
- ④ 기타 _____

8-2. 소비생활 관련 민원(소비자업무 관련 민원)을 처리 방법

- ① 주무과에서 직접 처리
- ② 소비생활센터로 이첩
- ③ 기타 _____

8-3. 소비생활 관련 민원(소비자업무 관련 민원)에 대한 처리 신속성

- ① 답변 및 처리 결과 통보에 대한 기한이 있음 (최대 _____일)
- ② 답변 및 처리 결과 통보에 대한 기한이 없음

8-1. 소비생활 관련 민원 건의사항 및 해결 건수

	2014년	2015년
건의 사항	건	건
해결 건수	건	건

III. 소비생활센터

1. 일반현황

구분	내용
센터 명칭	
센터 개설 일자	년 월

2. 상담원 인력 현황

자체임용 상담원			
구분	인원수(명)	현업 근무연한	월평균 보수
상근		년 월	만원
		년 월	만원
		년 월	만원
비상근		년 월	만원
		년 월	만원
		년 월	만원

민간단체 파견 상담원			
구분	인원수(명)	현업 근무연한	월평균 보수
상근		년 월	만원
		년 월	만원
		년 월	만원
비상근		년 월	만원
		년 월	만원
		년 월	만원

[조사표 답변 기재요령]

공공근로자 또는 인턴은 인력에서 제외합니다.

3. 상담현황

4-1. 1372 소비자상담센터 전화회선 설치 현황

① 설치(4-2문항으로) ② 미설치 (5번 문항으로)

4-2. 1372 소비자상담센터 전화회선 대수
()대

4-3. 상담건수

	2014년도	2015년도
전체 상담건수(건)		

4-4. 상담처리 현황

아래의 상담처리 결과를 참고하여 2015년 상담처리 상위 순서 5개
(- - - -)

[조사표 답변 기재요령]

1372상담센터 처리결과별 내용 중 상위 5개를 택해서 순서대로 작성(예시: 1-2-3-4-5)

1. 기타정보제공 2. 분쟁해결기준설명 3. 피해구제접수안내 4. 법·제도 설명
5. 이관완료 6. 처리중 7.상품정보제공 8.시장정보제공 9.비소비자상담처리
10. 합의불성립 11. 환급 12. 사업자자율상담 13. 계약이행 14. 부당행위시정
15.시험결과, 의류심의의뢰 16. 계약해제, 해지 17.처리불능 18.타기관알선·이관
19.수리보수 20. 취하, 중지 21. 교환 22. 배상 23. 반려(권익위 등)
24. 사업자상담실안내 25. 자율분쟁이관 26. 이관완료 (피해처리 후)

5. 홈페이지 운영현황

- ① 소비생활센터 홈페이지 별도 운영함(5-1문항으로)
 ② 소비생활센터 홈페이지 별도 운영하지 않음(5-2문항)

5-1. 홈페이지 운영 내용(운영내용을 모두 표기해주시시오.)

센터안내	①센터소개 ②위치 및 연락처
접근성	①시도청 홈페이지의 main page에 위치 ②시도청 홈페이지 내 관련 부서 page에 위치 ③기타 ()
피해처리안내	①상담안내 ②온라인상담 ③상담/피해 사례 ④소비자분쟁조정사례 ⑤내용증명작성법 ⑦세탁심의안내 ⑧관련사이트 ⑨기타()
소비자교육	①소비자의 권리②소비자 정보 ③물가정보 ④기타()
특수거래소비자 정보	①특수거래 안내(방문판매, 전화권유판매, 다단계판매, 통신 판매, 할부거래, 계속거래) ②청약철회권 ③항변권 ④특수거래사업자정보조회 ⑤기타()
소비자안전	①위해정보제도 ②안전정보 ③기타()
법령	①소비자시책 ②법령 ③소비자분쟁해결기준 ④ 표준약관 ⑤기타()

5-2. 홈페이지 운영을 하지 않은 이유는 무엇입니까?

예시) 준비 중이다, 관리하기 번거롭다, 소비자에게 별 도움이 될 것 같지 않아서 등