

생각하는 페이지

04 '굿바이 물티슈' 환경을 살린다

실태조사

06 세탁세제 품질비교 분석, 세탁세제 세척력 · 안전성 · 경제성 고려한 소비자 선택 필요해

12 손소독제, 손세정제, 살균소독제 차이를 알고 있는 소비자 50.8%에 불과, 손세정제는 1일 평균 7.4회 정도 사용

17 6년 사이 62.0% 상승한 운전전문학원 수강료 지역별 · 학원별로 천차만별, 수강료 책정 기준 수립 및 공시 필요

특집-후쿠시마 방사는 오염수 방출, 소비자 안전은 어떻게 지킬 수 있을까?

22 후쿠시마 오염수 방류를 방지해선 안된다.

30 세계 최고수준으로 일본산 수입식품 방사능 안전관리 하겠습니다

34 후쿠시마 원전 오염수 해양방출과 소비자단체 역할

소비자정보

37 렌트카 이용 대금 환급

상담분석

39 렌털서비스 이용 해지 시 위약금 과다청구 개선필요

43 해외소비자소식

45 상담사례

50 단체소식

54 소비자상담센터 · 전국소비자단체 전화번호

2021년 5월호(통권 428)

발행일 2021년 5월 31일 발행 등록일 1978.8.21 등록번호 라-2338 발행 한국소비자단체협의회 발행인 원영희 편집인 이정수

인쇄 · 디자인 대도씨앤피 발행처 서울시 중구 명동11길 20 서울YWCA회관 701호 전화 774-4050·4151~2·8081

팩스 774-4090 홈페이지 <http://www.consumer.or.kr> 편집위원장 최애연 편집위원 김미리·김미경·안정희·양정연·윤명·이현주·전계순·정지연·정현주·이명주 담당 정윤경

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

## '굿바이 물티슈' 환경을 살린다



김연화 회장  
(사)소비자공익네트워크

코로나19 팬데믹은 우리 사회 소비 생활에 큰 패러다임의 격변기를 가지고 왔다. 사회적 거리 두기로 인해 각 가정에서 간편하게 먹을 수 있는 외식 메뉴가 급속도로 증가하였으며, 이는 HMR, 밀키트 등을 통한 새벽 배송 급증으로까지 이어졌다. 재택근무, 온라인 수업 등으로 인해 사람들이 가정에서 머무는 시간이 많아짐에 따라 외식 메뉴가 가정 안으로 이동하게 되었고, 먹거리에 대한 위생과 안전을 지키려는 소비자의 안전의식 또한 크게 고양되었다.

또한 코로나19 이후 편의성 위주로 소비생활 습관이 바뀌면서 일회용품 사용량도 폭발적으로 늘어났다. 현재 일회용품 규제 대상은 1회용 용기, 1회용 나무젓가락 등으로 음식점, 카페, 마트 등에서 사용이 제한되어 있다. 이러한 일회용품 급격한 증가는 정부의 폐기물 부담금 부과 대상에 포함시켜 규제하지 않으면 탄소 중립은 현실적으로 어려운 부담을 안게 될 것이다.

게다가 최근에는 코로나 이후 소비자 위생을 위한 '물티슈'를 제공하는 식당이 급속도로 늘어나고 있다. 너나 할 것 없이 비닐봉지를 뜯어 물티슈를 이용하고 있다. 아무 생각 없이 사용하고 버리는 일회용 물티슈는 소비자 안전과 위생, 편의성을 담보로 한다지만 한편으로는 폐기물 발생이 커져서 오히려

탄소 중립 효과에는 좋지 않은 영향을 미치고 있다.

물티슈는 단순히 비치하는 용도의 위생도구이지만 실제로 원재료는 100년간 썩지 않는 “폴리에스테르”이다. 경기도민 1,000명의 의식조사에서도 도민 76%가 물티슈 일회용 규제에 찬성한다는 조사 결과가 나왔다. 또한 물티슈 이용자들은 하루 평균 5.1장을 사용하는 것으로 나타났고 물티슈 사용 용도로는 가정, 사무실 등 청소용 86%로 가장 많았고, 손 세정용이 57%, 비데 청결용이 37%, 영유아 위생 관리용이 22%, 반려동물 위생관리용 17%, 메이크업 클렌징용이 10%의 순으로 나타났다.

금번 기후환경네트워크에서도 소비자 단체를 중심으로 “1회용 굿바이 물티슈, 환경을 위한 작은 실천”을 캐치 플레이어로 전국적 캠페인을 확산시키고 있다. 이러한 ‘물티슈 사용 절감’ 캠페인은 우리 환경을 지키고 탄소 중립을 위한 실천적 모델을 만들어가는 시작점이 될 것이다.

앞으로는 소비자들도 소비가치 창출자로서 사회적 책임을 생각하고 탄소 중립 실천에 적극 동참해야 할 것이다. 정부 정책과 함께 소비자들의 자발적인 작은 실천이 폐기물 저감화와 자원 낭비를 최소화 하는데 중요한 터닝 포인트가 될 것이다. ▲

# 세탁세제 품질비교 분석

세탁세제 세척력 · 안전성 · 경제성 고려한 소비자 선택 필요해



김보민 간사  
서울YWCA 소비자환경팀  
ysaram@seoulywca.or.kr

## 조사 개요

최근 1인 가구가 증가되면서 편의성을 중시하고, 기후변화 환경 위기에 따라 환경 영향을 최소화하고자 하는 소비자 요구 또한 커지고 있어 세제 시장도 빠르게 변화하고 있다. 서울YWCA에서는 2020년 9월~11월에 소비자 선호도가 높은 국내 및 수입 브랜드 중 4개 제형(액체, 시트, 캡슐, 폼 형태), 15개 제품을 대상으로 가격과 품질을 비교분석하였다.

## 조사항목

시험 항목 및 평가 방법은 세탁세제 제품 분야 시험분석 전문가의 자문을 거쳐 6가지 오염포에 대한 세척력, 색상변화·이염, 5가지 유해물질에 대한 안정성, 가격 및 표시사항 등을 시험·평가하였다.

## 조사 결과

### 1. 세척력

■ 6종의 오염포(①습식인공오염포, ②메이크업, ③카레, ④혈액·우유·잉크, ⑤케찹, ⑥블루베리 주스)를 이용하여 세척력을 확인한 결과는 [표1]과 같다. [EL302/EL307(환경마크 인증기준)에 명시된 계산식을 활용하여 결과를 %로 계산]

○ (제품 세척력) 센트라린 카포드, 키클랜드 시그니취 울트라 클린팩 2개 제품이 6개 오염 모두에서 세척력이 상대적으로 우수한 반면, 비트(진드기 침투 세탁), 디졸브 제품은 상대적으로 낮았다.

〈표1. 제품별 세척력〉

제품명	세척력(%)						
	습식 인공 오염포	메이크업	카레	혈액/우유/잉크	케찹	블루베리 주스	평균 세척력 상대비교
퍼실 파워젤	49.5	56.6	7.7	22.8	64.7	48.1	★★★★
엑츠 퍼펙트 베이킹소다	47.5	53.4	5.8	21.1	62.1	47.8	★★★
리큐 제트	51.6	51.1	7.4	23.8	61.3	49.4	★★★★
비트	33.2	42.5	7.4	8.7	58.9	47.1	*
피지 파워젤 오리지널	42.7	52.2	8	20.2	60.8	47.8	★★★★
다우니 프리미엄 액체형	48.4	51.7	7.4	24.2	71.2	49.1	★★★★
프로닥스 시트세제 더블액션	32.6	34.3	7.8	9	59.1	50.2	★★

디졸브 시트	25.5	30.1	7.9	8.3	57.5	47.3	*
피지 파워젤 프레쉬	38.5	34.8	8.1	9.7	58.7	49.4	**
테크 간편시트 후레쉬 브리즈	50.2	47.4	8.7	10.8	61.1	50.9	****
센트라린 카포드	57.3	52.9	6.8	16.9	64.4	52.9	*****
커클랜드 시그니춰 울트라 클린팩	53.8	70.3	9.4	23.2	95	52.1	*****
퍼실 고농축 듀오캡스 파워	41.9	50	0.6	14.2	69.9	52.7	****
테크 슈퍼볼 초고농축 클린향	36.2	45.9	4.9	8.9	60.7	51.7	**
다우니 폼형 블루	35.2	44.9	9.2	8.8	60	51.2	**

## 2. 색상변화 및 이염

■ 세탁세제는 세탁물의 염료가 손실되지 않는 것이 중요하므로 각 제품별로 염료에 대한 색 빠짐(color loss) 정도와 이염(color transfer) 정도를 평가하였다.

○ 색상변화 및 이염의 경우 변화량을 수치화 한 것이기 때문에 수치가 클수록 변화가 많이 일어났다고 해석할 수 있다. 결과 계산을 위하여 세탁 전후 반사율 값을 활용하는 점에서는 세척력과 같으나 %가 아닌 색의 차이를 수치화하여 결과가 ΔE 값으로 계산된다.

- (색상변화) 중성 회색과 차이가 없을수록 5등급에 가까우며, 색이 밝아져 중성 회색과의 차이가 클수록 급수가 1등급에 가까워짐
- (이염) 흰색과 비교하여 동일한 흰색일수록 5등급, 어두워 질수록 1등급에 가까워짐

〈표 2. 색상변화 및 이염 시험 결과〉

제품명	색상변화 및 이염(ΔE)			
	Diret Blue 90		Acid red	
	색상변화	이염	색상변화	이염
평가	ΔE값	등급	ΔE값	등급

퍼실 파워젤	2.1	3-4	4.3	4	3.3	3-4	6.6	3-4
액츠 퍼펙트 베이킹소다	1.8	4	7.7	3	3.4	3-4	6.0	3-4
리큐 제트	2.8	3-4	2.7	4-5	3.7	3-4	4.7	4
비트	1.9	4	7.8	3	3.7	3-4	7.9	3
피지 파워젤 오리지널	1.9	4	6.6	3-4	3.4	3-4	5.1	4
다우니 프리미엄 액체형	3.1	3-4	2.8	4-5	3.6	3-4	5.1	4
프로닥스 시트세제 더블액션	2.1	3-4	7.7	3	3.5	3-4	9.4	3
디졸브 시트	2.1	3-4	7.0	3-4	3.6	3-4	10.2	3
피지 파워젤 프레쉬	2.0	4	7.1	3-4	3.4	3-4	10.6	2-3
테크 간편시트 후레쉬 브리즈	1.9	4	8.3	3	3.7	3-4	4.7	4
센트라린 카포드	1.6	4	8.8	3	3.8	3	4.4	4
커클랜드 시그니춰 울트라 클린팩	2.5	3-4	3.5	4	3.8	3	5.3	3-4
퍼실 고농축 듀오캡스 파워	2.6	3-4	3.6	4	3.6	3-4	6.6	3-4
테크 슈퍼볼 초고농축 클린향	1.6	4	8.4	3	3.5	3-4	9.0	3
다우니 폼형 블루	2.0	4	6.3	3-4	3.4	3-4	8.5	3

(KS K ISO 105-A02(퇴색용), A03(오염용) 색차값 참조)

## 3. 안전성

■ 세탁세제를 포함하여 안전확인대상 생활화학제품에 적용되는 시험방법에 따라 5가지 물질(벤젠, 비소, 염화비닐, 브롬화 에틸, 테트라클로로에틸렌)에 대한 정량 분석을 실시하였다. 분석결과 쏠 제품 모두 안전기준에 적합하였다.

〈표 3. 유해물질 분석 시험 결과〉

제형	제품명	벤젠	비소	염화비닐	브롬화 에틸	테트라클로로에틸렌
액체	퍼실 파워젤	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
	액츠 퍼펙트 베이킹소다	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
	리큐 제트	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
	비트	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
	피지 파워젤 오리지널	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
시트	다우니 프리미엄 액체형	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
	프로닥스 시트세제 더블액션	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출

시 트	디졸브시트	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
	피지파워시트 프래쉬	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
	테크 간편시트 후레쉬 브리즈	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
캡 슐	센트라린 카포드	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
	커클랜드 시그니취 울트라 클린팩	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
	퍼실 고농축 듀오캡스 파워	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
폼	테크 슈퍼볼 초고농축 클린향	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
	다우니 폼형 블루	불검출	불검출	불검출	불검출	불검출
	검출한계	2mg/kg	0.4mg/kg	2mg/kg	2mg/kg	1mg/kg
분석장비	HS-GC/ MS	ICP/MS	HS-GC/ MS	HS-GC/ MS	HS-GC/ MS	

#### 4. 표시사항

■ 국내에서 판매되는 모든 국산브랜드 세탁세제는 세탁 시 필요한 적정 세제량을 의무적으로 표시해야하며(세제사용지수), 이번 시험에 사용된 15종의 제품은 모두 적정 세제량이 표시되어있다.(2010년 11월 지식경제부 기술표준원)

■ 액체형 세탁세제의 경우 모든 제품이 세탁량 7kg당 세제량을 표시하고 있다. 하지만, 7kg당 42.5ml에서 68ml까지 투입되는 적정 세제량은 각각 다를 수 있다. 또한, 캡슐형의 경우 대부분의 제품이 세탁량 7kg당 캡슐 1개를 표기하고 있는데, 어떤 제품의 경우는 '보통빨래량' 당 캡슐 1개 또는 7kg 이상의 경우 1개라고 표기해 모호한 세제량을 표기하고 있다. 시트형의 경우 세탁량 7kg당 시트 1장~1.5장을 표기하고 있고, 중수위(60L)당 1장이라고 표기한 제품도 있었다. 폼형의 경우는 세탁량 3-7kg당 폼 1개라고 표기했지만 3kg와 7kg의 세탁량에 동일한 세제량을 사용하는 것도 소비자들에게 혼란을 줄 수 있다.

■ 2010년, 세탁물 7kg에 맞춰 액체 세제량 1컵으로 정하고 눈금도 표시하도록 했지만, 10년 전 기준이다 보니 1인 가구 증가 등의 변화를 반영하기엔 어려움이 있다고 보여진다.

#### 5. 경제성

■ 가격 대비한 품질은 오히려 가장 비싼 제품의 세척력이 상대적으로 저조한 것으로 나타나, 가격과 품질이 반드시 비례하지는 않았다.

○ 상대적으로 우수한 품질인 커클랜드 시그니취(캡슐형) 제품은 1회 세탁(세탁량 7kg 기준)시 194원으로, 상대적으로 품질이 낮은 디졸브(시트형)와 비트진드기 침투세탁(액체형) 제품이 각각 450원, 214원인 것에 비해 가격이 낮은 것으로 나타났다.

#### 결론 및 제언

■ 제품별로 오염 종류별 세척력 품질의 차이를 보여, 소비자 폭넓은 선택을 위한 제품 품질 정보 세분화 검토되어야

○ 이번 시험 결과, 카레 오염의 경우 세척력이 가장 좋은 제품(9.4%)과 아닌 제품(0.6%)의 차이가 약 15배 정도 차이가 나는 등 오염별로 세척력이 우수한 세제가 다르게 나타났다. 세척력은 다소 떨어지지만, 세탁물 간의 색상변화 및 이염 부분에서 상대적으로 우수한 제품도 있었다.

○ 각 오염별로 우수한 세척력을 가진 세제가 다르다는 것을 알 수 있었다. 이에 따라, 소비자들이 제

거하고 싶은 오염이 어떤 부류인지 파악하고 그에 가장 최적화된 세제를 선택할 수 있도록, 제품에 관련 정보를 표기하는 등의 업계 노력이 요구된다. 어떤 오염을 잘 제거하는 세제인지 정보가 제공된다면 소비자들의 선택 폭을 넓힐 수 있다. 따라서 특정 오염에 최적화된 세제임을 표기하거나, 컬러 의류 전용임을 표기 또는 이염 방지 효과의 유무에 대한 정보를 표기된다면 세제 선택 시 적절하게 고려될 수 있도록 하는 것이 필요하다.

■ 제형에 따른 세척력의 큰 차이는 없어, 가격 대비 품질 및 개인의 편의를 고려한 제품 선택이 필요

○ 최근 세탁세제는 가루형, 액체형을 넘어 시트, 캡슐, 폼 등 다양한 제형으로 출시되고 있고, 1인가구의 증가, 환경영향 평가 등 시장의 흐름을 고려하면 이같은 추세는 확대될 것으로 전망된다. 이번 소비자 인식조사 결과 새로운 제형의 세제 사용률은 시트, 캡슐이 각각 2.8%로 낮은 반면, 81.6%가 액체형 세제를 사용하고 있어 가장 보편적이었으며, 제형별 세척력 또한 시험결과 유의미한 차이를 보이지 않았다.

○ 가격 대비한 품질은 오히려 가장 비싼 제품의 세척력이 상대적으로 저조한 것으로 나타나, 가격과 품질이 반드시 비례하지는 않았다. 이에 소비자는 사용 환경을 고려한 편의성과 주요 성분, 가격적 혜택 등을 꼼꼼히 따져보고 제품을 선택하는 것이 좋겠다.

■ 소비 환경 변화를 반영한 사용단위 세분화, 적정 사용량 정보 제공 검토되어야

○ 세탁세제는 가루에서 액체로, 최근에는 캡슐, 시트, 폼 등 소비 행태와 시장 변화에 따라 변천하고 있다. 제품별로 현재 모든 제품이 세탁물 양 7kg(4인 가족 1회 평균 세탁량 기준)을 기준으로 세제량을 표시하고 있는데, 제품별로 사용량의 차이가 있고 정확한 세탁물 양 정보 없이 '보통빨래량', '3-7kg당 1개' '중수위(60ℓ)당 1장' 등으로 기준이 모호한 경우도 있어 소비자 오인의 소지가 있는 경우도 있었다. 적정사용량 정보를 소비자가 보다 쉽게 확인할 수 있도록 정확한 정보가 제공이 필요하다.

○ 또한, 최근 증가하고 있는 1인가구를 고려(2017년 561만8677가구, 28.6%)하여 고체 세제의 경우 단위를 1인가구용과 다인가구용으로 구분, 사용단위를 세분화하는 등 소비 환경 변화를 고려한 제품 생산과 사용량 정보 제공 검토되어야 할 것으로 보인다.

■ 환경을 고려한 제품 생산·소비 적극 모색되어야

○ 리필용 제품의 용기는 본 제품 용기 대비 폐기물 발생량이 매우 적다. 세제 사용에 따라 폐기물이 많이 발생하는 제품을 피하고, 분리배출이 쉬운 포장을 적용한 세탁세제를 선택하는 책임있는 소비 행동 모색이 필요하다. 캡슐형 제품은 사용할 때마다 폐캡슐이 발생하고, 제작 또한 많은 에너지를 필요로 하는 반면, 분말 및 액체 세제는 상대적으로 낮은 탄소 발자국을 남긴다.

○ 소비자 인식조사 결과, 향후 지속가능한 환경을 고려할 때, 자연분해 가능한 친환경 소재의 패키지/용기 제품을 이용하고 싶다는 응답률이 59%였다. 이에 따라, 세제의 성분에서 나아가 패키지/용

기 측면에서도 친환경제품 개발과 사용에 대한 적극적 모색이 필요하다고 보여진다. ^

## 세탁세제 시험결과(15개 제품)

No.	제품명	업체명	세척력							세탁물간 색상변화				세탁물간 이염		경제성		
			습식인공오염 (피지성분)	MAKE - UP	카레	혈액· 유유· 잉크	캐첩	블루 베리 주스	평균 세척력과 상대비교주(1)	염색포1	염색포2	염색포1	염색포2	세제 형태	안전 성주(4)	용량 (g)	구입가격 주(5)	1회 세탁시 비용 (세탁량 7kg 당)
1	파실 파워젤	헨켈홈케어 코리아	49.5	56.	7.7	22.8	64.7	48.1	★★★★★	△T값주(2)	2.1	3.3	4.3	6.6	○	2.7L	21,800	519
										등급주(3)	3-4	3-4	4	3-4				
2	액츠 퍼펙트 베이킹소다	피죤	47.5	53.4	5.8	21.1	62.1	47.8	★★★	△T값	1.8	3.4	7.7	6	○	3.5L	8,700	161
										등급	4	3-4	3	3-4				
3	리큐 제트	애경	51.6	51.1	7.4	23.8	61.3	49.4	★★★★	△T값	2.8	3.7	2.7	4.7	○	2.7L	21,500	512
										등급	3-4	3-4	4-5	4				
4	비트	라이온코리아	33.2	42.5	7.4	8.7	58.9	47.1	★	△T값	1.9	3.7	7.8	7.9	○	3L	9,400	214
										등급	4	3-4	3	3				
5	피지 파워젤 오리지널	LG생활건강	42.7	52.2	8	20.2	60.8	47.8	★★★★	△T값	1.9	3.4	6.6	5.1	○	2.7L	14,900	373
										등급	4	3-4	3-4	4				
6	다우니 프리미엄	한국P&G	48.4	51.7	7.4	24.2	71.2	49.1	★★★★★	△T값	3.1	3.6	2.8	5.1	○	2.8L	22,200	336
										등급	3-4	3-4	4-5	4				
7	프로닥스 시트세제 더블액션	네스트업	32.6	34.3	7.8	9	59.1	50.2	★★	△T값	2.1	3.5	7.7	9.4	○	15매	5,500	367
										등급	3-4	3-4	3	3				
8	다졸브	다졸브 인더스트리	25.5	30.1	7.9	8.3	57.5	47.3	★	△T값	2.1	3.6	7	10.2	○	20매	9,000	450
										등급	3-4	3-4	3-4	3				
9	피지 파워시트 프레쉬	LG생활건강	38.5	34.8	8.1	9.7	58.7	49.4	★★	△T값	2	3.4	7.1	10.6	○	45매	14,900	331
										등급	4	3-4	3-4	2-3				
10	테크 간편시트 후래쉬 브리즈	LG생활건강	50.2	47.4	8.7	10.8	61.1	50.9	★★★★	△T값	1.9	3.7	8.3	4.7	○	20매	4,500	225
										등급	4	3-4	3	4				
11	센트라린 카포드	웰스맨센트 라린코리아	57.3	52.9	6.8	16.9	64.4	52.9	★★★★★★	△T값	1.6	3.8	8.8	4.4	○	42개	28,800	686
										등급	4	3	3	4				
12	카클랜드 시그니취 올트라 클린팩	코스트코 코리아	53.8	70.3	9.4	23.2	95	52.1	★★★★★★	△T값	2.5	3.8	3.5	5.3	○	152개	29,490	194
										등급	3-4	3	4	3-4				
13	파실 고농축 듀오캡스 파워	헨켈홈케어 코리아	41.9	50	0.6	14.2	69.9	52.7	★★★★	△T값	2.6	3.6	3.6	6.6	○	32개	24,900	778
										등급	3-4	4	3-4	3-4				
14	테크 슈퍼볼 초고농축 클린향	LG생활건강	36.2	45.9	4.9	8.9	60.7	51.7	★★	△T값	1.6	3.5	8.4	9	○	30개	14,900	497
										등급	4	3-4	3	3				
15	다우니	한국P&G	35.2	44.9	9.2	8.8	60	51.2	★★	△T값	2	3.4	6.3	8.5	○	24개	24,900	1038
										등급	4	3-4	3-4	3				

주1) 평균 세척력 비교는 각 오염포별로 세척력의 평균과 비교하여 평균 이상이면 ★ 부여  
(각 제품의 반복시험에 대한 세척력 평균값과 표준편차 값을 함께 고려함)

-> 오염이 총 6종이므로 최소 0개에서 최대 6개의 ★ 부여, ★ 개수가 많을수록 상대적으로 세척력이 우수함

오염포	습식인공 오염	Make-up (swissatest 143/1)	카레 (CFT C-BC-04)	혈액 · 우유 · 잉크 (swissatest 116)	케첩 (WFK 10T)
평균 세척력(%)	47.9	7.1	15.4	64.4	49.8

〈사용 염색포〉

- 규격에 명시된 염색포 중 2가지 종류의 염색포와 백포를 이용하여 각 염료에 대한 색 빠짐 (color loss) 정도와 이염(color transfer) 정도를 평가

- Direct blue 90(Testfabrics 제조사) 면과 Acid red 151(Testfabrics 제조사) 폴리아마이드(나일론)를 사용

- 이염 판정용 백포로는(Testfabrics 제조사) 면을 사용

주2)

- 색상변화 및 이염의 경우 변화량을 수치화 한 것이기 때문에 수치가 클수록 변화가 많이 일어났다고 해석

- 색상변화 및 이염의 경우 결과 계산을 위하여 세탁 전후 반사율 값을 활용하는 점에서는 세척력과 같으나 %가 아닌 색의 차이를 수치화하여 결과가 계산됨.

염색포를 활용하여 색상변화를, 백포를 활용하여 이염을 평가하며, 결과에 단위가 없고 수치가 클수록 원래 상태에서 크게 변화가 일어났음을 의미

	세탁물간 색상변화		세탁물간 이염	
	염색포1(blue)	염색포2(red)	염색포1(blue)	염색포2(red)
평균	2.1	3.6	6.2	6.9

비교

# 손소독제, 손세정제, 살균소독제 차이를 알고 있다고 응답한 소비자는 50.8%에 불과해, 동일 마스크는 평균 2.5회, 손세정제<sup>1</sup>는 1일 평균 7.4회 정도 사용하는 것으로 나타나



우미진 팀장  
한국여성소비자연합 기획연구부  
kwconsumer@naver.com

## ▶ 조사개요

### 1. 조사목표

한국여성소비자연합에서는 2021년 4월 19일~4월 30일까지 서울시내 거주, 성인 1,000명을 대상으로 마스크, 손소독제, 소독 살균제 등 코로나19 감염병과 관련된 방역위생용품 사용 실태를 조사하였다. (표본오차는 95%신뢰수준, ±3.10% point) 마스크, 손소독제, 손세정제는 의약외품과 화장품법 등으로 관리되는 제품으로 법적인 공식명칭은 아니지만 이번 조사결과에서는 방역위생용품으로 통칭하고, 물로 씻어내는 손 세정제와 물을 사용하지 않는 젤 타입의 손세정제를 포함하여 조사를 진행하였다. 금번 조사결과를 통해 코로나19라는 감염병에

<sup>1</sup> 손소독제는 피부 살균, 소독을 위한 의약외품이며, 손세정제는 손세정과 청결을 위한 화장품으로 주로 물과 함께 사용하지만 젤 타입으로 물 없이 사용하는 제품도 본 조사에 포함됨. 본 결과는 물과 함께 사용하는 손세정제임.

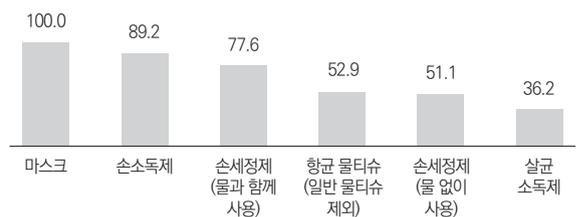
방을 위해 사용 중인 방역위생용품의 사용빈도, 사용습관, 우려점 등을 파악, 향후 방역위생용품의 올바른 사용을 위한 소비자 정보 제공을 하고자 한다.

## ▶ 조사결과

### 1. 방역 위생용품 사용 현황, (마스크)손소독제)손세정제 순으로 사용 빈도 높아

최근 한 달 내에 사용 중인 방역위생용품에 대해 조사한 결과(복수 응답), 마스크가 100%로 가장 높고 다음으로 손소독제(89.2%), 손세정제(물과 함께 사용, 77.6%), 항균 물티슈(52.9%), 손세정제(물 없이 사용하는 형태, 51.1%), 살균 소독제(36.2%) 순으로 나타났다.

〈그림1. 방역위생용품 사용 현황〉 (n=1,000, 복수응답, 단위:%)



## 2. 방역위생용품 중복 사용, 6개 조사대상 모두 중복 사용하는 비율이 가장 높아

마스크, 손소독제, 손세정제 I<sup>2</sup>, 손세정제 II<sup>3</sup>, 항균 물티슈, 살균소독제 등 총 6종의 방역위생용품과 관련하여 중복 사용 여부에 대한 조사 결과, 중복 사용 빈도가 높은 순으로 볼 때, 마스크와 손소독제, 손세정제 I, II, 항균 물티슈, 살균 소독제까지 6종 모두 사용하는 것으로 응답한 비율이 18.7%로 가장 높게 나타났으며, 마스크, 손소독제, 손세정제 I 등 3종을 사용 중인 비율이 12.3%, 마스크, 손소독제, 손세정제 I, II, 항균물티슈 5종을 사용 중인 비율이 10.2% 마스크, 손소독제, 손세정제 I, 항균물티슈 등 총 4종을 사용 중인 응답자가 8.3%, 마스크와 손소독제만 사용하는 비율은 7.5% 순으로 나타났다. 중복 사용 중인 응답자중 마스크와 손소독제, 손세정제 I, II, 항균물티슈, 살균소독제까지 총 6종류의 방역위생용품을 중복으로 사용 중인 응답자의 빈도가 가장 높게 나타난 점은 코로나19라는 초유의 감염병 사태에 대해 방역 위생용품의 과도한 사용이 우려되는 부분이다.



## 3. 방역위생용품별 사용 횟수, 인구통계학적 유의미한 차이 나타내

- 그림2의 편의를 위해 물로 씻어내는 형태의 손세정제를 손세정제 I 로 표시함.
- 그림2의 편의를 위해 물 없이 겔 타입으로 사용하는 손세정제를 손세정제 II로 표시함.

방역위생용품 관련 1일 사용 횟수를 조사한 결과, 동일한 마스크를 착용하는 횟수는 평균 2.5회, 손을 씻는 횟수는 8.2회, 손세정제(물과 함께 사용)를 사용하는 횟수는 1일 평균 7.4회로, 1일 손 씻기 횟수와 물을 사용하는 손세정제 사용 횟수가 유사하게 조사되었다. 동일 마스크 착용 횟수는 성별, 연령별, 결혼여부별, 가족구성원 수별, 유의미한 차이를 나타냈다. 동일 마스크를 남성이 2.6회로 여성 2.3회 보다 더 오래 착용하였으며, 연령별로는 만60세 이상이 가장 긴 3.0회, 50대가 2.5회, 40대가 2.4회로 나타났다. 가족 구성원은 2인 가정이 가장 긴 2.7회, 3인이 2.6회로 나타났다. 손 씻기 횟수도 성별, 연령별, 월평균 가구 소득별 결과에서 유의미한 차이를 나타냈다. 여성이 1일 평균 9.0회로 남성 7.4회보다 빈번했고, 연령별로는 30대가 가장 높은 9.0회, 40대 8.9회, 50대는 8.0회로 나타났다. 20대 7.4회, 60대 이상이 7.7회로 타 연령보다 상대적으로 낮게 나타났다. 손세정제 사용 횟수는 성별, 연령별로 유의미한 차이를 나타냈으며, 특히 여성이 1일 8.1회로 남성 6.4보다 높게 나타났으며 연령별로는 40대>50대>30대>순으로 빈도가 높게 나타났다. 살균소독제는 성별, 연령별 의미 있는 차이를 나타내, 남성이 1일 평균 3.5회로 여성 2.7회 보다 더 많이 사용하는 것으로 나타났다.

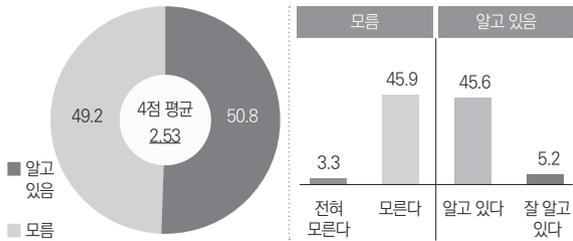
〈표1. 방역 위생용품의 사용 및 관련 활동 횟수〉 (n=1,000)

항목	횟수
마스크	동일마스크 평균 착용 2.5회
손을 씻는 횟수	1일 평균 8.2회
손소독제	1일 평균 4.4회
손세정제 I (물과 함께 사용)	1일 평균 7.4회
손세정제 II (물 없이 사용, 겔타입)	1일 평균 3.9회
항균 물티슈	1일 평균 3.3회
살균 소독제	1일 평균 3.0회

#### 4. 손소독제, 손세정제, 살균 소독제 차이점 인지도, 모르는 경우가 49.2%

손소독제, 손세정제, 살균 소독제의 차이점에 대해 알고 있다는 응답이 50.8%(잘 알고 있다 5.2%+알고 있다 45.6%)에 불과한 것으로 나타났다. 해당 차이점에 대해서는 월평균 가구소득별, 직업별 유의미한 차이를 나타냈으며, 월평균 가구소득이 높을수록 알고 있다는 응답률이 높은 것으로 나타났다.

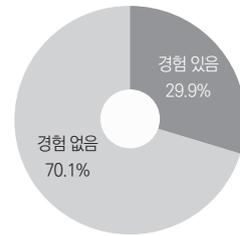
〈그림3. 손소독제, 손세정제, 살균 소독제 차이점〉 (n=1,000,단위: %)



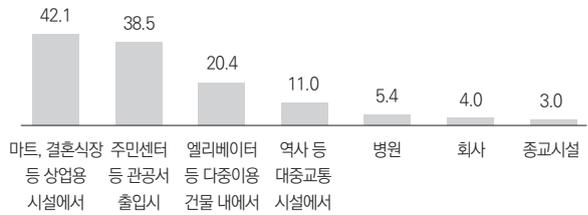
#### 5. 분무형 살균 소독 경험 결과, 29.9%가 경험한 것으로 나타나

코로나19 이후 스프레이로 뿌려지는 분무형 살균 소독의 직접 경험 여부에 대해 조사한 결과, 29.9%가 분무형 살균소독을 경험한 것으로 나타났다. 스프레이로 뿌려지는 분무형 살균 소독 경험이 있는 299명에게 경험한 장소에 대해(복수 응답) 조사한 결과 마트, 결혼식장 등 상업용 시설에서(42.1%), 주민센터 등 관공서 출입 시(38.5%), 엘리베이터 등 다중이용 건물 내에서(20.4%), 역사 등 대중교통 이용 시설에서(11.0%), 병원(5.4%), 회사(4.0%) 순으로 나타났다. 분무형 살균소독의 경우 자칫 코 등 호흡기로 흡입될 경우 위해 가능성이 있어 직접 분무 등에 노출되지 않도록 해야 한다.

〈그림4. 분무형 살균소독 경험〉 (n=1,000,단위%)



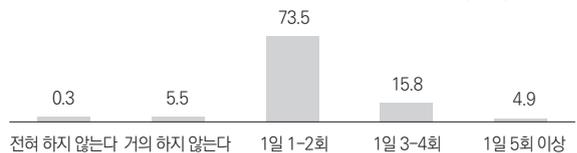
〈그림5. 분무형 살균 소독 경험 장소〉 (n=299, 단위: 복수%)



#### 6. 가정에서 환기 정도, 1일 1~2회가 73.5%가 환기횟수 부족해

가정에서의 환기 정도에 대해 1일 1-2회(73.5%), 1일 3-4회(15.8%), 거의 하지 않는다(5.5%), 1일 5회 이상(4.9%) 순으로 나타났다. 가정에서 환기를 하는 응답자 997명에게 1회당 환기를 하는 시간에 대해 조사한 결과, 30~60분 미만(33.4%), 15분 미만(27.0%), 15~30분 미만(20.9%), 60분 이상(18.8%) 순으로 나타났으며 1회 평균 31.5분 환기하는 것으로 나타났다. 환기횟수와 시간 등에 대한 홍보 등이 더욱 필요한 것으로 나타났다.

〈그림6. 가정에서의 환기 정도〉 (n=1,000, 단위:%)



#### 7. 방역위생용품 사용 전 표시사항 확인 여부, 살균소독제 >마스크>손소독제>항균물티슈 순으로 확인 빈도 높아

방역 위생용품 사용 전 표시사항 확인 여부에 대

해 조사한 결과, 확인한다는 응답은 살균 소독제(68.8%), 마스크(56.5%), 손소독제(51.7%), 항균 물티슈(50.9%), 손세정제(물 없이 사용)(48.9%), 손세정제(물과 함께 사용)(42.5%) 순으로 나타났다. 방역위생용품 사용 시 표시사항을 확인하지 않는 이유와 응답 비율은 다음과 같다.

〈표2. 방역위생용품 표시사항 미확인 이유〉

항목	미확인 응답자 (명)	표시사항 미확인 이유				
		특별히 신경을 쓰지 않아서	정부 허가를 받은 제품이 라 안전할 것 같아서	습관적으로 확인하지 않음	글자가 너무 작아서	표시사항이 어디에 있는지 몰라서
마스크	435	43.7%	36.1%	17.7%	1.6%	0.9%
손소독제	431	46.4%	24.1%	23.2%	4.2%	2.1%
손세정제 (물과 함께 사용)	446	50.0%	24.9%	21.1%	3.1%	0.9%
손세정제 (물 없이 사용)	261	43.3%	24.9%	22.2%	6.1%	3.4%
항균 물티슈	260	48.5%	26.5%	18.5%	3.8%	2.7%
살균소독제	113	46.9%	24.8%	23.9%	2.7%	1.8%

### 8. 방역위생용품 사용 후 피해 경험 여부, 마스크 10명중 1명꼴로 피해 경험해

방역위생용품 사용 후 피해 경험 여부에 대해 조사한 결과, 피해 경험이 있다는 응답은 마스크(10.9%), 손소독제(3.7%), 손세정제(물 없이 사용)(3.6%), 살균 소독제(2.7%), 항균 물티슈(2.3%), 손세정제(물과 함께 사용)(2.0%) 순으로 나타났으며 방역위생용품 사용 후 피해 경험 내용은 다음과 같다. 가정 내를 제외하고 외출하는 순간, 계속 사용하는 마스크의 경우, 다른 방역위생용품보다 피해 경험률 높게 나타났다. 피부이상이 86.2%로 가장 높고, 어지러움, 냄새로 인한 두통 순으로 나타났다.

〈표3. 방역위생용품 관련 피해사례〉

항목	피해 경험 응답자 (명)	피해 사례				
		피부 발진, 가려움 등 피부 이상	어지러움, 호흡곤란	제품의 냄새로 인한 두통	어린이에게 노출되어 사고발생	가방, 의류 등의 변색
마스크	109	86.2%	26.6%	24.8%	-	-
손소독제	37	73.0%	2.7%	51.4%	2.7%	5.4%
손세정제 (물과 함께 사용)	20	35.0%	10.0%	40.0%	10.0%	20.0%
손세정제 (물 없이 사용)	36	66.7%	2.8%	27.8%	11.1%	13.9%
항균 물티슈	23	47.8%	13.0%	34.8%	13.0%	21.7%
살균소독제	27	48.1%	14.8%	37.0%	7.4%	7.4%

### 9. 방역위생용품 사용량 및 성분에 대한 우려도, 성별, 연령별 유의미한 차이 나타나

방역 위생용품 사용량에 대하여 우려한다(매우 우려한다+우려한다)는 살균 소독제(36.7%), 마스크(33.3%), 항균 물티슈(31.2%), 손소독제(29.6%), 손세정제(물 없이 사용)(27.2%), 손세정제(물과 함께 사용)(16.9%) 순이며, 5점 척도로는 살균 소독제(3.1점), 항균 물티슈(2.97점), 마스크(2.93점), 손소독제(2.92점), 손세정제(물 없이 사용)(2.89점), 손세정제(물과 함께 사용)(2.55점) 순으로 나타났다. 사용량에 대한 우려는 6종 모두 성별에서 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈으며, 여성이 남성보다 6종 모두 더 사용량을 우려하는 것으로 나타났다. 성분에 대한 우려(매우 우려한다+우려한다)는 살균 소독제(51.7%), 손소독제(41.8%), 항균 물티슈(41.6%), 손세정제(물 없이 사용)(40.5%), 마스크(31.5%), 손세정제(물과 함께 사용)(27.6%) 순이며, 5점 척도로는 살균 소독제(3.40점), 항균 물티슈(3.22점), 손소독제(3.17점), 손세정제(물 없이 사용)(3.15점), 마스크(2.93점), 손세정제(물과 함께 사용)(2.84점) 순으로 나타났다. 6개

제품 모두 성별과 연령에서 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈으며 여성이 남성보다 연령이 높을수록 더 우려하는 것으로 나타났다. 방역위생용품중 손소독제, 손세정제, 살균소독제를 사용하면서 가장 우려하는 점은 제품의 성분관리(위해 성분포함 우려 67.6%)이며, 다음으로는 지나친 사용빈도 13.1%, 지나친 사용량 11.2% 순으로 나타났다. 반면에 일상생활에서 주로 사용하는 생활용 화학제품과 방역 위생용품의 성분에 대한 우려도를 조사한 결과, 살충제(76.6%), 청소용 세정제(68.2%), 합성세제, 섬유유연제, 표백제(63.4%), 탈취제(62.2%), 욕실용품(42.5%), 손소독제(42.2%), 손세정제(36.6%)순으로 나타나 손소독제, 손세정제와 같은 방역위생용품 보다 생활화학제품에 대한 우려도가 더 높은 것으로 나타났다.

## ▶ 결론 및 제언

앞으로 코로나19 감염병이 종식 된 후 일상생활에서의 방역 위생용품 사용에 대해 조사한 결과, 지금보다 적게 사용할 것 같다는 응답은 손소독제(62.4%), 손세정제(물 없이 사용)(55.4%), 손세정제(물과 함께 사용)(28.0%) 순, 지금과 비슷할 것 같다는 응답은 손세정제(물과 함께 사용)(62.4%), 손세정제(물 없이 사용)(26.8%), 손소독제(22.8%)이며, 더 자주 사용할 것 같다는 응답은 손세정제(물과 함께 사용)(4.4%), 손세정제(물 없이 사용)(2.3%), 손소독제(2.1%) 순이다. 코로나19 감염병이 끝난 후에도 손 씻기에 사용하는 손 세정제 사용은 지속될 가능성이 크다. 방역위생용품은 코로나19 감염병 사태에서 소비자들이 예방적 차

원에서 사용이 불가피한 제품으로 금번 조사에서도 방역위생용품의 중복 사용 등을 확인할 수 있었다. 본 조사에서 사용된 6가지의 방역위생용품을 현재 모두 사용 중인 응답자 비율이 18.7%로 필수 불가결한 마스크와 손소독제만 사용한다는 응답자는 7.5%에 불과한 것으로 나타났다. 코로나19 감염병 예방을 위한 최선의 대책으로 마스크, 손소독제 등 방역위생용품의 사용이 필수품이 되었으나 코로나 19 사태가 장기간 이어지면서 방역위생용품으로 인한 소비자 피해도 간과할 수는 없다. 이번 설문조사에서도 6종의 방역위생용품 중 마스크가 가장 많은 109명, 손소독제 37명 등이 피해를 경험한 것으로 나타났으며, 2020년 1월1일부터 2020년 12월 31일까지 방역위생용품관련 소비자 피해사례는 마스크 및 거래관련 피해사례를 제외한 사례가 635건으로 인체에 심각한 피해를 유발할 수 있음을 인식해야 한다. 반면에, 일상 속 생활화학제품과 방역 위생용품의 성분 등에 관한 우려도를 비교 조사한 결과, 손소독제, 손세정제의 우려도가 살충제나 세탁세제 등보다 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 코로나19라는 감염병 예방 효과에 대한 기대가 자칫 과도한 사용 등을 유발, 과도한 화학제품에의 노출 등을 유발 할 수 있어 본회는 소비자피해사례 분석 및 본 인식조사 결과를 토대로 소비자 대상 방역 위생용품의 올바른 사용을 위한 정보제공 및 관련 상품에 대한 표시사항 모니터링, 제품의 허위과대 광고 여부 등의 모니터링을 진행하고자 한다. ▲

## 6년 사이 62.0% 상승한 운전전문학원 수강료 지역별·학원별로 천차만별이나 소비자는 그 이유 알기 어려워

# 수강료 책정 기준 수립 및 공시 필요해

홍연금 본부장  
한국소비자단체협의회 물가감시센터  
sohyub@consumer.or.kr

### ▶ 조사개요

우리나라 국민의 10명 중 6명에 해당하는 약 3,265만 명이 운전면허를 소지하고 있으며<sup>1</sup> 최근 코로나19로 대중교통에 대한 불안감이 증가하여 운전면허에 대한 수요가 더욱 늘고 있다. 운전면허와 함께 운전전문학원의 수요도 증가하며 운전전문학원의 수강료가 지속적으로 상승하고 있어 소비자 부담이 심화되는 형세이다. 이에 한국소비자단체협의회(회장 원영희) 물가감시센터는 운전전문학원의 수강료 현황을 살펴보고, 운전전문학원의 재무구조를 분석하여 운전전문학원의 수강료 적정성을 파악해보고자 한다.

### ▶ 조사결과

2015년 대비 자동차학원비 물가지수는 65.7% 상승, 수강료는 62.0% 상승

- 소비자물가지수 비해 자동차 학원비의 소비자물가지수 약 9배 이상 차이나

자동차학원비의 소비자물가지수 상승 폭은 소비자물가지수 총지수의 상승 폭과 비교했을 때, 9.55배 차이로 매우 커 소비자의 부담이 급격하게 증가했을 것으로 분석되었다. 소비자물가지수 총지수가 2015년 기준 100에서 2021년 1분기 기준 106.88로 6.88% 상승한 데 반해, 자동차 학원비의 소비자물가지수는 2015년 기준 100에서 2021년 1분기에는 165.72로 65.72% 상승하여 매우 가파른 상승세를 보인다. 운전전문학원의 전국 평균 수강료는 2015년에는 395,000원이었으나 2017년에는 전년 대비 32.4% 상승한 543,000원으로 나타나 2016년 12월 면허 제도개편 관련하여 큰 폭으로 상승한 것으로 나타났다. 2017년 이후에도 수강료 상승은 계속되어 2017년 대비 2021년 1분기는 17.9% 오른 640,000원으로 나타났는데, 이는 소비자물가지수 상승폭(3.95%)보다 13.95%p 높은 것이다. 면허 제도 개편 이후에도 소비자물가지수 대

1 경찰청, 「운전면허소지자현황」, 2019년 기준

비 큰 폭으로 상승한 운전전문학원 수강료의 뚜렷한 이유를 분석하기 어려웠다. 더욱이, 운전전문학원의 수강료는 일정한 기준 제시 없이 학원별로 산정되고 있기 때문에 소비자들은 지속적인 수강료 상승의 이유를 알기 어려운 상황이다.

〈표1. 소비자물가지수와 자동차학원비 비교〉

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년 1분기
소비자 물가 지수	100.00	100.97	102.93	104.45	104.85	105.42	106.88
자동차 학원비	100.00	104.90	135.87	151.82	161.17	165.45	165.72

\*출처: 통계청

### 지역별 운전전문학원 수강료 지역별 최대 52.6% 차이로 천차만별- 서울 711,000원으로 가장 비싸고, 대구 466,000원으로 가장 저렴해

지역별 운전전문학원의 수강료를 살펴본 결과, 2021년 1분기 기준 수강료가 제일 높은 서울특별시(711,000원)와 제일 낮은 대구광역시(466,000원)의 수강료는 52.6%(245,000원) 차이로 운전전문학원 수강료의 지역별 편차가 심한 것으로 나타났다.

지역별 운전전문학원 수강료 차이의 원인을 분석하기 위하여, 운전전문학원의 영업비용 중 지역별 수강료 차이에 크게 영향을 미칠 수 있는 임차료를 비교하기 위해 공시지가를 살펴보았다. 2020년 기준 재무제표가 공시되는 10개의 운전전문학원 중 수강료가 가장 저렴한 대구광역시의 성당운전학원의 경우 공시지가는 1㎡당 2,835,000원이며 운전학원 면적을 곱한 금액은 20,168백만 원이었다.

이는 재무제표가 공시된 10개 운전전문학원 중 수강료가 가장 비싼 서울특별시 사당학원의 1㎡당 공시지가인 2,601,000원보다도 높고, 두 번째로 수강료가 비싼 경상남도 창원시 부성학원의 1㎡당 공시지가 246,100원보다 높은 비용이나, 대구광역시 성당운전학원의 수강료는 재무제표가 공시된 10개의 운전전문학원 중 가장 낮았기 때문에, 지역별 운전전문학원의 수강료는 지역별 임차료에 따른 차이로는 보여지지 않았다.

수강료 책정에 있어 임차료 외에 보유 차량 수나 시장 경쟁 현황 등 여러 요인들이 영향을 고려할 수 있으나 수강료 산정 및 인상 요인에 대한 정보가 공개되지 않아 본 협의회에서 분석하는데 한계가 있었다. 이는 운전면허학원 선택 시 합리적 수강료인지 소비자가 납득할 수 있는 정보 제공이 이루어지지 않고 있음을 확인할 수 있는 대목이라 할 수 있다.

〈표2. 운전전문학원 수강료 현황 추이〉

(단위: 천원, 부가세 별도)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년 1분기
서울	368	407	580	675	703	708	711
부산	403	409	538	626	680	703	706
대구	294	307	425	433	462	467	466
인천	389	378	547	628	653	663	666
광주	324	374	567	563	550	545	530
대전	429	450	522	578	641	675	675
울산	422	402	550	567	576	584	615
세종	-	-	-	-	540	583	583
경기 남부	422	423	560	641	665	669	668
경기 북부	363	416	576	650	677	664	664

강원	426	447	568	628	667	673	673
충북	408	405	560	574	658	667	667
충남	403	436	574	613	629	650	650
전북	377	396	512	572	657	670	649
전남	375	375	533	551	625	623	608
경북	413	435	504	535	563	575	575
경남	408	424	555	602	652	673	670
제주	433	392	509	506	565	588	589
전국 평균	395	410	543	594	633	643	640

\*출처 : 경찰청 '분기별 운전학원교육성과', 수강료는 학과,장내기능,도로주행 검정료(부가세별  
도)로 표시되어있음.

### 운전전문학원 영업이익률, 동종업계보다 약 5배 높아 - 2019년 동종업계인 교육서비스업 영업이익률 4.2%인 데 반해, 운전전문학원(10개)의 영업이익률 21.1%로 약 5배 차이

수강료 뿐만 아니라 보유한 자동차 대수 및 강사 수, 강사 적격성 여부 등에 대하여 운전전문학원이 제공하는 정보는 부족한 상황이며 재무제표가 공시되는 운전전문학원도 매우 적다. 그중 재무 자료가 공시된 운전 전문학원 10개의 재무 현황을 분석해 보면, 2019년 평균 영업이익률은 21.1%로, 동종업인 교육서비스업 영업이익률의 평균인 4.2%를 훨씬 상회하고 있으며 그 차이는 약 5배나 된다. 5년간 산업 전체의 영업이익률 평균(5.2%)과 비교하여도, 운전전문학원의 5년간 평균 영업이익률(8.9%)이 3.7%p 높은 수치를 보여, 운전전문학원의 영업이익률이 매우 높음을 알 수 있다.

또한 소비자는 운전전문학원의 수강 서비스 질에 대한 정보를 확인하고 학원을 선택하는데 제한적인 여건 속에서 운전면허를 취득하기 위하여 비싼

수강료를 부담할 수밖에 없는 실정이다. 매년 계속되는 운전전문학원 수강료 인상으로 소비자의 부담이 가중되고 있고 운전전문학원은 높은 수강료로 높은 이익을 거두고 있는 상황에서, 소비자를 이해시킬 수 있는 합리적인 수강료 산정 기준이 정립되어야 할 것으로 보인다.

〈표3. 10개 운전전문학원 재무분석〉 (단위 : 백만원)

지역	학원명	구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
서울	사당	매출액	3,634	5,042	4,568	5,427	6,356
		영업이익	716	1,397	868	1,932	2,269
		영업이익률	19.71%	27.71%	19.00%	34.61%	35.70%
		당기순이익률	17.91%	23.48%	15.59%	29.49%	29.13%
		수원	매출액				7,351
경기남부	현대	영업이익				1,723	1,888
		영업이익률				23.44%	24.82%
		당기순이익률				16.08%	16.92%
		매출액				2,033	2,789
		영업이익				526	792
경기남부	용남	영업이익률				25.87%	28.41%
		당기순이익률				22.95%	25.57%
		매출액				1,849	2,503
		영업이익				282	355
		영업이익률				15.28%	14.19%
경기북부	자유로	당기순이익률				8.66%	12.25%
		매출액	1,143	1,502	1,008	2,157	2,965
		영업이익	39	376	43	530	776
		영업이익률	3.48%	25.07%	4.30%	24.61%	26.18%
		당기순이익률	2.72%	25.64%	0.22%	26.70%	22.31%
광주광역시	금호	매출액	718	1,045	899	1,118	1,491
		영업이익	-608	46	34	66	188
		영업이익률	-84.62%	4.47%	3.79%	5.95%	12.63%
		당기순이익률	-78.63%	1.04%	2.22%	4.34%	10.93%
		매출액					
경남	부성	영업이익					
		영업이익률					
		당기순이익률					
		매출액					
		영업이익					

제주	제주	매출액		1,567	1,533	1,651	1,913
		영업이익		486	477	466	517
		영업이익률		31.00%	31.11%	28.24%	27.05%
		당기순이익률		31.30%	28.01%	20.70%	21.67%
충북	조양	매출액	857		1,072	1,455	1,646
					1,072	1,455	1,646
		영업이익	-242		97	211	254
		영업이익률	-28.28%		9.06%	14.52%	15.47%
	당기순이익률	151.46%		4.21%	10.50%	11.43%	
대전광역시	흥일	매출액		1,095	1,313	1,484	
		영업이익			-59	37	79
		영업이익률			-5.43%	2.85%	5.33%
		당기순이익률			-4.60%	5.09%	6.26%
대구광역시	성당	매출액		2,980	2,173	2,564	
		영업이익		524	65	364	
		영업이익률		17.58%	2.99%	14.19%	
		당기순이익률		18.83%	0.39%	14.09%	
10개 영업이익률평균		-22.43%	17.64%	9.26%	18.96%	21.09%	
10개 당기순이익률평균		23.37%	16.72%	6.58%	15.86%	17.39%	

\*출처: 전자공시시스템 감사보고서 및 키스라인 기업분석

〈표4. 동종업종 교육서비스업 및 산업전체 재무비율〉 (단위: %)

업종	구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
교육서비스업	영업이익률	4.06	3.73	3.32	3.85	4.20
	당기순이익률	2.43	1.84	1.81	1.89	4.18
산업전체	영업이익률	4.70	5.42	6.11	5.64	4.21
	당기순이익률	3.34	3.69	4.73	3.88	2.68

\*출처: 한국은행 경제통계시스템

## 결론 및 제언

운전전문학원의 수강료는 매년 증가하고 있으며

지역별·학원별로 천차만별이다. 문제는 수강료 인상 이유와 학원의 교육 서비스를 소비자가 확인할 수 있는 정보도 제대로 주어지지 않는 상황에서 학원을 선택해야 한다는 것이다.

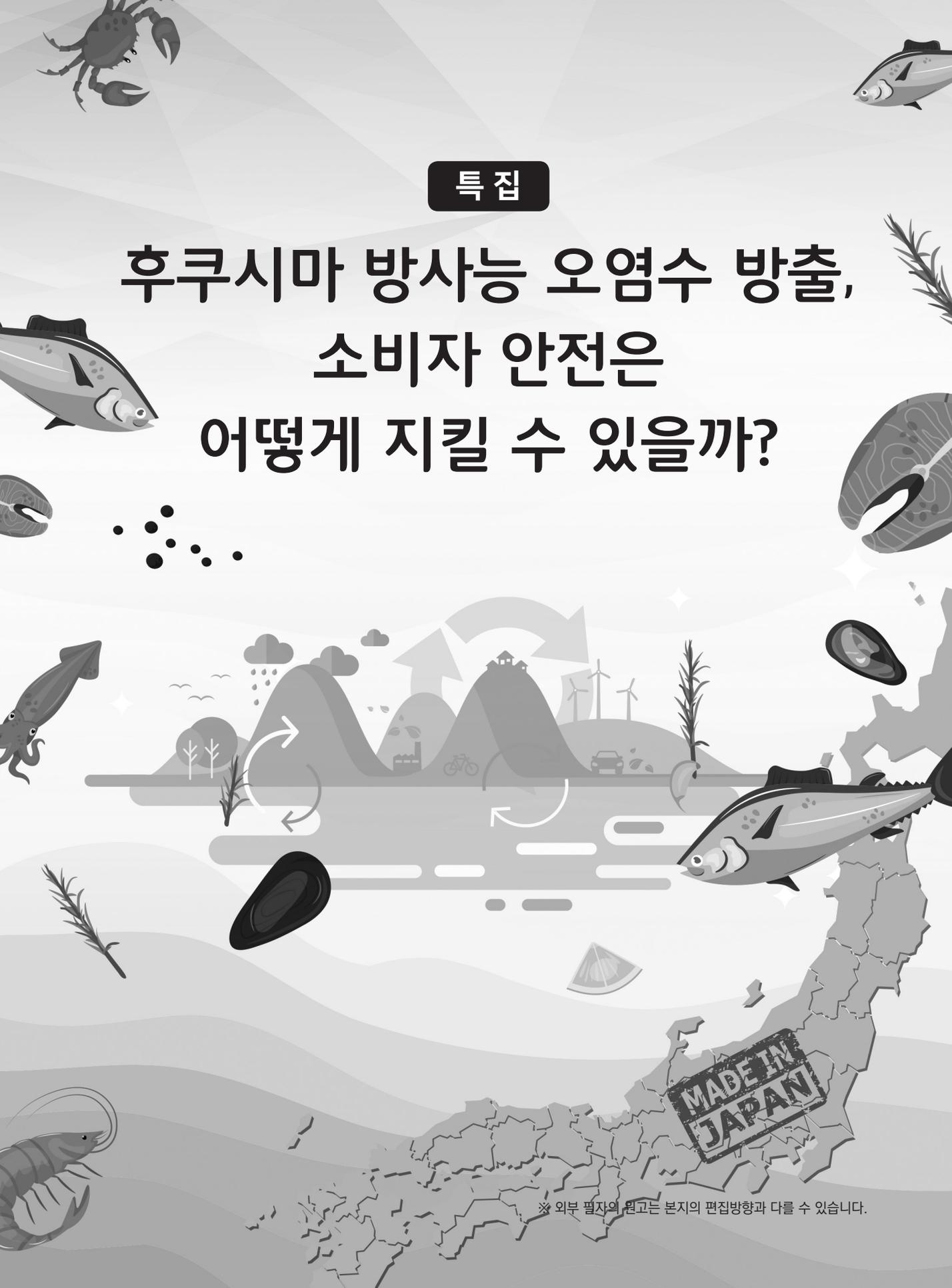
이같은 문제의 심각성은 2021년 2월 국민권익위원회에서 “자동차운전학원 수강료에 대한 지방경찰청장 조정권 마련” 제도 개선을 경찰청장에게 권고하는 결과에 이르렀다. 이번 권고안은 운전전문학원이 수강료를 과도하게 인상하였을 때 수강료 조정을 통하여 소비자 부담을 경감시킨다는 것을 골자로 하고 있다. 따라서 경찰청은 권고 안에 따라 소비자 보호를 위하여 조속히 도로교통법령 개정을 추진해야 할 것이다.

또한 가격 조정 권고에서만 그칠 것이 아니라, 정부는 소비자 알 권리 보장을 위하여 수강료 책정 기준 제시와 운전전문학원의 서비스 품질을 파악할 수 있는 기본 정보 제공 등에 대한 가이드를 마련하여 소비자가 운전전문학원 선택 시 수강료와 서비스의 차이를 파악하여 선택할 수 있도록 해야 할 것이다.

한국소비자단체협의회 물가감시센터는 운전전문학원 관련 제도 개선이 제대로 이루어지는지 끝까지 확인할 것이며 앞으로도 운전전문학원의 수수료 변동에 대한 지속적이고 철저한 감시활동을 통해 소비자들의 부담을 경감시킬 수 있도록 노력할 것이다. ▲

특 집

# 후쿠시마 방사능 오염수 방출, 소비자 안전은 어떻게 지킬 수 있을까?



※ 외부 필자의 원고는 본지의 편집방향과 다를 수 있습니다.

# 후쿠시마 오염수 방류를 방치해선 안된다.



서균렬 명예교수  
서울대학교 원자핵공학과

## 후쿠시마 시계는 2011년 3월 11일에 멈춰있다

2021년 4월 13일 일본 정부는 후쿠시마 사고 원전에서 만들어진 대량의 방사성 오염수를 태평양에 흘려보내겠다고 발표했다. 인접국뿐 아니라 자국 내 우려와 반대에도 아랑곳하지 않고 해양 방류를 밀어붙일 것으로 보인다.

소비자 안전이 바람 앞에 촛불인데, 4월 26일 한국원자력학회는 국민에게 미치는 방사선 피폭 영향은 거의 없으며, 과도한 공포 조장을 자제하라고 했다. 일본 방사능 재해에 관한 한 가장 가까운 이웃으로 아무리 걱정해도 지나침이 없을 텐데. 더욱이 일본 정부와 도쿄전력도 사고 전모를 파악하지 못하고, 수습하느라 허덕이고 있는데.

10년 전 3월 11일, 도후쿠 지방 바다에서 규모 9에 이르는 지진이 일어났다. 이어서 15m 넘는 해일이 덮쳐와 많은 사람이 목숨을 잃고, 후쿠시마 제1 원전 1, 3, 2, 4호기에서 차례로 수소가 폭발해 격납건물 지붕이 날아가고 1~3호기는 핵연료가 녹아내리고, 원자로에 구멍이 뚫렸다. 정비 중 원자로가 비어 있었던 4호기는 핵연료저장조가 망가지는 초유의 다수호기 동시다발 사고가 일어났다. 원자로는 냉각하고, 격납건물은 차폐하는 안전 수칙도 어기고, 사고 관리도 놓치며 후쿠시마는 아직 진행형이다.

## 방사성 오염수를 바다에 버리겠다고?

당시 사고 원전은 지진으로 모두 멈춰 섰지만, 이어진 해일에 전원을 모두 잃어버린 상황에서 원자로는 뜨거워지고, 핵연료는 녹기 시작했다. 녹아내

려 콘크리트 바닥에 굳어버린 핵연료 더미에선 방사선과 붕괴열이 끊임없이 나오고 있다. 원자로 펄 감은 5%의 우라늄235와 95%의 우라늄238로 이뤄져 있다.

여기에 불쏘시개인 중성자를 쏘이면 우라늄235는 쪼개져 핵분열 생성물 두 조각과 엄청난 열을 낸다. 또한 2~3개 중성자가 나와 이들이 다시 옆에 있는 우라늄235를 쪼개는 연쇄 반응을 일으키며 열이 계속 나온다. 한편 우라늄238은 쪼개지지 않고 오히려 중성자 하나를 더해 플루토늄239가 되는데 이는 중성자를 맞으면 우라늄235처럼 쪼개지며 핵분열 생성물 두 조각과 엄청난 열을 내며 역시 2~3개 중성자가 나와 연쇄 반응을 일으킨다.

원자로가 멈추면 이러한 핵분열은 곧바로 끝나지만 이미 만들어진 다량의 핵분열 생성물은 5년 넘게 알파, 베타, 감마 등 방사선을 내며 보다 안정된 핵종으로 바뀌면서 줄곧 열을 내뿜는다. 이러한 붕괴열, 또는 잔열을 제때 제대로 식혀주지 않으면 핵연료는 다시 뜨거워지고 심지어 녹을 수도 있다. 그래서 도쿄전력이 지금도 냉각수를 꾸준히 핵연료 더미에 부어 넣고 있는 것이다.

이런 상황에서 후쿠시마 부지 내 용기에 보관해오던 대량의 방사성 오염수를 2023년부터 폐포가 끝나는 2053년까지 바다에 내다 버리겠다는 것이다. 내년 여름이면 137만t(톤)이 가득 차 더는 모아둘 곳이 없다는 것이다. 도쿄전력에 따르면 1,000개가 넘는 용기에 보관 중인 오염수는 현재 125만t이다.

이는 올림픽 규격 수영장 625개에 해당하는데 문제의 진정한 심각성은 이면에 도사리고 있다. 해양 방류가 시작된다고 지하수 유입이 멈출 리가 없기 때문이다. 단순 계산으로 137만t 방류가 지속되는 30년간 추가로 발생할 오염수는 도쿄전력의 하루 140t을 그대로 받아들인다 해도 하루 140t × 1년 365일 × 30년 = 153만t이니 도합 현재 137만t + 추가 153만t = 290만t이다. 즉 수영장 1,450개 분량 방사성 오염수를 바다에 버리겠다는 게 일본 정부의 속셈이다.

## 방사성 오염수는 이미 흘러나가고 있다

여기서 짚고 넘어갈 숫자가 몇 개 더 있다. 인근 산에서 내려오는 지하수가 사고 원자로 아래를 흐르며 매일 170t만큼 오염수가 들어났다는 건데 이는 사고 초기 물량과 비교하면 큰 차이가 있다. 사고 당시 지하수 하루에 1,000t 가운데 400t이 원전 건물 내로 들어와 오염수와 뒤섞인다.

하루에 140t 저장한다는 도쿄전력 발표를 액면 그대로 받아들인다면 당장 400t - 140t = 260t이 비고, 새 나오는 냉각수가 100t이라면 모두 360t, 여기에 빗물 등 하루에 400t 정도는 행방이 묘연하다. 무단 방류하는 것으로 가정해도 오판은 아닐 것이다. 호미로 막을 것을 가래로도 못 막게 된 것이다.

도쿄전력은 동토차수벽으로 막아서 돌려보내다고 항변할 수도 있지만, 1~4호기 주변 땅을 1년 내내 얼려서 하루 1,000t씩 내려오는 지하수를 막는다

는 공상과학은 믿어지지 않는다. 후쿠시마 동토차 수벽은 원전 주위 1.4km를 냉각관으로 둘러싸 땅을 얼려 만든 빙벽이다. 지하수와 뒤섞인 오염수는 땅으로 스며들어 또 다른 지하수와 만난다.

2014년 6월부터 3500억 원 들여 시공, 2016년 4월 본격 가동하였으나 두 달도 안 돼 동토벽은 완전 실패한 것으로 보인다. 여전히 지하수는 원전으로 흘러들어와 고스란히 바다로 유출되고 있어 결국 콘크리트로 막아야 할 것이지만 엄두를 내지 못하고 있다. 게다가 제빙기 30개 중 절반이 정전으로 멈춰 섰는데 도쿄전력은 원인을 찾지 못한 체 차수벽은 역사의 후미경 속으로 사라지고 말았다.

## 오염수는 걸러내도 방사성 물질은 남아있다

일본은 오염수를 방사성 물질을 제거했다는 의미에서 '처리수'라고 부른다. 하지만 도쿄전력의 지난해 12월 발표 자료를 보면 일부 방사성 물질은 여전히 배출 기준을 크게 웃돌고 있다. 골수에 축적돼 혈액암 위험을 높이는 스트론튬90은 3,355Bq/L(베크렐/리터) 들어 있어 배출 기준인 30Bq/L의 100배를 훨씬 뛰어넘는다.

참고로 여기서 1Bq/L은 1L당 1Bq를 뜻하며, 오염수와 같은 물의 경우 1L는 섭씨 4°에서 1kg과 같다. 즉, 1Bq/L = 1Bq/kg로 오염수 1L 또는 1kg에서 종류에 무관하게 방사선 1개가 나온다는 뜻이다. 삼중수소 농도는 58만1,689Bq/L로 배출 기준인 6만Bq/L의 10배 가깝고, 요오드129의 농도도

9,361Bq/L로 배출 기준 9Bq/L을 웃돈다.

일본 정부는 배출 전 오염수를 다핵종제거설비(ALPS)로 재처리해 배출 기준을 맞추고, 처리가 안 되는 삼중수소는 바닷물로 희석해 농도를 배출 기준 1,500Bq/L 밑으로 떨어뜨려 내보냈다는 것이다. 하지만 삼중수소의 총량은 줄지 않는다.

오염수 속 삼중수소의 방사능 총량은 860조Bq로 추정된다. 이는 한국 원전 전체에서 연간 내보내는 삼중수소의 4배가 넘는다. 최근 월성 원전에서 유출 논란을 빚은 삼중수소는 오염된 수산물을 통해 인체로 들어와 유기 결합하면서 내부 피폭을 일으키는 것으로 알려져 있다.

## 다핵종제거설비는 시제품이다

일본은 오염수가 ALPS를 거치면 세슘, 스트론튬, 요오드 등 62가지 방사성 물질이 기준치 아래로 떨어지고, 걸리지 않는 삼중수소는 바닷물로 희석한 뒤 흘려보내므로 안전하다고 주장한다. 그러나 방사성 물질 외에도 중수와 같은 독극성 물질, 금속과 같은 부식성 물질도 뒤엉켜 있다. 이런 독극물, 부식물은 방사선은 안 나오니 그대로 내보내겠다...태평양이 잡폐수 집하장인가.

또한 2018년 정화를 끝내고 저장용기에 보관 중이던 오염수 89만t 중 75만t에서 여전히 기준치를 웃도는 방사성 물질이 있다는 사실이 드러났다. 도쿄전력은 이를 인정하면서도 ALPS로 2차 정화하면

오염수를 흘려보낼 수 있는 기준치까지 낮출 수 있다고 주장한다. 말이 안 되는 소리다.

ALPS를 통해 1차 처리한 오염수에서 가장 위험한 방사성 물질인 스트론튬이 기준치보다 2만 배 높게 나온 것을 수년간 숨겼던 일본 정부와 도쿄전력을 믿을 수 있을까?

ALPS로 재처리할 계획이지만 미숙한 1차 처리를 보완할 기술적 개선은 찾아볼 수 없다. 더구나 탄소14나 삼중수소처럼 체내 탄소와 물 분자 구조를 변이시키고 유전자 손상과 기형을 유발하는 방사성 물질은 아예 걸러내지 못한다. 2차 ALPS 처리가 오염수를 안전하게 정화할 것이라는 예측은 이미 드러난 기술적 실패를 눈 가리고 아웅 하는 궤변이자 환상에 불과하다.

삼중수소를 바닷물로 희석한다는 것 또한 말장난에 지나지 않는다. 자 137만t을 10배로 늘려 희석한다면 1,370만t, 100배로 한다면 1억3,700만t. 이는 올림픽 수영장 7천~7만 개에 해당하는 바닷물을 퍼온다는 건데 들어가는 전력은 얼마나 될까?

최저가라는 이유로 해양 방류를 택한 도쿄전력이 천문학적 전기료를 부담해가며 희석한다는 건 믿어지지 않는다. 게다가 어차피 희석한 다음 바다에 버릴 거라면 차라리 솔직하게 희석하지 말고 방류하는 게 낫지 않을까?

## 걸러내고 뭍게 하면 된다고?

일본 정부는 우리가 후쿠시마 오염수 문제는 삼중수소뿐이라고 믿기를 바라고 있다. 오염수에 득실거리는 스트론튬, 세슘, 요오드, 플루토늄 등 극도로 위험한 방사성 물질이 드러나 보이지 않기를 바라기 때문이다. 이런 건 모두 걸러내기도 힘들다

일본은 방류 기준치를 충족하지 못하는 이런 물질이 125만t 오염수 중 70% 넘게 차지한다고 밝혔다. 이들은 짧게는 수백 년, 길게는 수십만 년 바다를 떠돌며 해양 생태계를 위협할 것이다. 이는 결국 먹이사슬 꼭지에 있는 우리에게 명백하고 실존하는 위협이다. 후쿠시마 방사성 오염수가 위험한 건 삼중수소 때문만은 아니다.

"후쿠시마 방사성 오염수 해양 방류 처분은 통상 원전에서 발생하는 오염수의 배출 처리와 같아 한국이 특별히 반박할 수 없다." 오염수 관련 국내 보도에서 심심찮게 이런 내용을 볼 수 있다. 이런 잘못된 비교는 최인접국의 권리로 오염수의 해양 방류를 막을 수 있는 한국 정부의 발목을 잡는 자충수다. 하수인이라도 이런 망언을 해선 안 될 것이다.

후쿠시마 고준위 방사성 오염수와 정상 운전하는 원전의 냉각수는 차원이 180° 다르다. 사고로 녹아 내린 핵연료와 직접 닿고 나온 오염수 내 대량의 고준위 방사성 핵종은 대부분 원전 사고가 나지 않았으면 절대 나오지 않는 물질이다. 자연 수준에 가까운 국내 원전의 냉각수와 고준위 방사성 물질로 가득한, 일본이 주장하는 '처리수'는 근본이 다르다.

정상 운전 중 자동차 엔진 외부를 식히는 물이 냉각

수라면, 화재 사고로 폭발한 엔진 내부를 씻어내 온갖 매연물질과 엔진오일로 얼룩진 물이 오염수라고 보면 된다. 우리나라 정상 원전 냉각수와 후쿠시마 사고 원전 오염수가 같다는 주장 역시 일본 정부가 뱉어내는 막말이다. 적반하장이다 어불성설이다.

## 불확실한 해류 예측은 혼란을 부추긴다

2012년 독일 헬름홀츠 해양연구소가 후쿠시마 사고 시 배출된 세슘137 확산 전산모사 결과가 오염수 해양 방출의 영향을 언급할 때 자주 인용된다. 우리나라 해역에 유의미한 농도의 세슘137이 도달하는 시기는 방출로부터 5년 뒤가 될 것이란 분석이다. 하지만 연구팀이 논문과 별도로 공개한 동영상에 소수점 아래 여덟째 자리까지 낮춘 농도를 넣어보면 세슘137이 220~400일, 즉 1년 안팎에 제주도 서해까지 올라오는 것으로 모사된다. 후쿠시마에서 북동쪽으로 올라가는 쿠로시오 해류와 반대쪽으로 흐르는 미세한 해류에 의한 확산이 포착되기 때문이다.

이러한 연구 결과는 후쿠시마에서 방출될 방사성 물질이 1년 안에 우리 바다에 흘러들어올 가능성은 충분하지만, 환경에 미칠 영향은 아직 미지수다. 자체 전산모형을 돌려 영향을 분석해야 할 텐데 그마저도 일본 측이 정량적 초기조건과 다양한 경계조건을 제공해주지 않는 한 모사 결과의 신뢰 수준은 낮을 수밖에, 오차범위는 클 수밖에 없다.

일본이 해양 방출을 결정하면서 공개한 정보는 삼중수소를 배출 기준의 1/40로 희석해 배출한다는 정도다. 방사성 물질이 어느 정도 남아있는지 등 구체적 정보는 전혀 공개하지 않았다. 독극성, 부식성 물질 언급도 없었다. 사고 당사국으로서 지구 생태계 위협이나 소비자 안전은 안중에도 없다. 일본은 사전을 다시 써야 한다.

따라서 앞으로 도쿄전력이 자진해서 세부 계획을 내놓을 때까지는 국내 영향을 파악하기 위한 본격 전산 해석은 무의미할 것이다. 게다가 해류는 시기별로 변화무쌍해서 정교한 모사를 위해선 방류 시점, 농도, 위치 등 양질의 정보 획득이 선결 조건이다. 일본이 공신력 있는 정보를 제공하지 않는 상황에서 모사하면 불필요한 혼란과 소모적인 논쟁만 부추길 수 있다.

## 일본 오염수 해양 방류는 안전에 문제가 없다고?

오염수엔 수많은 방사성 물질이 녹아 있다. 뼈에 흡수돼 골수암을 유발하는 스트론튬90, 갑상샘에 문제를 일으키는 요오드129, 근육을 손상시키는 세슘137 등이 대표적이다. 일본 주장처럼 정말 이 핵종들이 2년 안에 ALPS로 여과돼 농도가 기준치 아래로 내려갈지 의문이다.

해양 방류는 해양생물의 생명권이 전혀 고려되지 않은 선택이기도 하다. 해양생물 역시 피폭의 대상

이 되고, 안전에 위협을 받을 것이다. 삼중수소가 바다로 흘러나가면 해양생물을 거쳐 먹이사슬로 올라오고, 밥상을 거쳐 사람에게 들어올 수 있다. 삼중수소는 몸에서 10일 정도 지나면 땀, 변 등으로 절반이 빠져나간다. 반감기가 10일이면 짧다고 생각하겠지만 몸에서 영향이 미미해지기까지는 반감기의 10배, 즉 석 달이 넘는다. 게다가 유기 결합하면 웬만해서 빠져나오지 않을 것이다.

일부 삼중수소는 몸 안에서 정상적인 수소를 밀어내고 그 자리를 차지한다. 우리 몸의 핵산 중 DNA를 이루는 수소 자리에 삼중수소가 대신 들어갈 수도 있다. 불안정한 삼중수소는 중성자 하나가 양성자가 되며 방사선을 내면서 안정한 헬륨3으로 바뀐다. 이때 나오는 베타선이 음이온처럼 DNA의 이중나선을 끊으며, 주변의 잘못된 나선과 달라붙으면 돌연변이가 일어날 수 있다. 변이된 세포가 증식하면 먼 훗날 암으로 발병할 수 있다.

히로시마와 나가사키 원자폭탄 피해 자료를 보면, 생존자가 사고 당시 어렸을수록 암 발생률이 높게 나타났다. 세포가 분열하며 성장이 활발하게 일어나는 시기에 방사선에 노출되면 DNA가 잘못 복제되는 등 문제가 심각하게 발현할 수 있다. 우리 모두 여러 위협성에 대해 아무리 조심해도 오히려 부족할 지경이다.

## 바다의 날에 태평양을 그리다

5월 31일은 우리나라 바다의 날이다. 일본에도 있다.

7월 셋째 월요일. 바다는 지구 표면의 70%를 차지한다. 우주에서 보면 파랗게 빛나는 단 하나뿐인 행성, 바로 우리가 공유하는 '푸른 구슬'이 바다로부터 왔다. 우리가 숨 쉬는 산소의 70%를 만들어내는 지구의 청정공장에, 오대양을 돌아가며 육대주를 살찌우는 식량창고다.

무수한 생물을 품은 무한한 생명의 보고다. 삶의 받침돌이고 버팀목이다. 그래서 지구는 지구란 이름보다 수구란 이름이 더 어울릴지도 모른다. 아니면 해구라 할까. 우리는 땅을 딛고 살지만, 모두 한때는 물고기였다. 그래서 바다는 더욱 소중하고 보배로운 것이다.

일본의 방사성 오염수 방류 발표는 이렇게 태평한 바다에 대한 선전포고나 다름없다. 단순히 지역 주민이나 인근 어민의 문제가 아니다. 일본 국민만의 고민도 아니다. 그렇기 때문에 세계 시민은 이 사안을 깊숙이 알아야 하고, 끝까지 막아야 한다. 우리 국민도 소비자 중심으로 뭉치고, 한목소리를 내야 한다.

## 국제 분쟁 해결법을 찾는다

후쿠시마 원전 오염수 방류 결정은 우리나라뿐 아니라 일본 내부에서도 반대의견이 있다. 한 가지 애석한 것은 일본 지식층의 계속되는 침묵이다. 전 세계를 돌고 도는 바다인데, 일본의 결정을 막을 방법은 없는 걸까?

우리 정부는 "일본의 결정은 해양 환경에 큰 위협을 줄 뿐 아니라, 가까운 나라인 우리나라와 충분한 협

의나 양해 없이 이뤄진 일방적 조치였다”며 유감을 드러냈다. 문재인 대통령은 “후쿠시마 오염수 해양 방류 결정을 국제해양법재판소로 가져가는 방안까지 검토하겠다.”라고 말했다.

중국 역시 “바다는 일본의 쓰레기통이 아니다”라고 비판했다. 전 세계 해양 환경에 영향을 줄 수 있는 현안인 만큼 러시아, 대만, 필리핀 등 다른 주변국도 이번 결정에 반대하는 모습이다.

반면, 미국과 국제원자력기구(IAEA)는 긍정적 견해를 내놓았다. 유일하게 일본의 결정을 지지하는 듯한 나라는 미국이다. 중국을 견제하기 위해 일본과 협력하는 모양새다. 하지만, 후쿠시마산 농수산물 수입 금지 품목을 늘리고, 기한을 늘리는 등 이중적 잣대를 들이밀고 있다.

국제기구에서 강국은 분담금을 많이 내는 나라다. 미국, 중국, 일본 순으로 IAEA 분담금이 많다. 일본인 유키야 아마노가 2019년까지 11년 사무총장하면서 이미 2013년 해양 방류 결정을 염두에 두고 국제 동조 분위기를 조성해놓았다.

런던 협약에는 바다에서 수송선이나 비행기로 방사성 물질을 버리는 것을 금지하는 조항은 있지만, 자국 연안에 방사성 물질을 방류하는 것에 대해선 따로 규정이 없다. 미국은 핵잠수함에서 나오는 방사성 폐기물을 처리한 뒤 육지에서 해양으로 버리는 등 일본과 이해관계가 맞아 떨어져, 간접적이거나 지지 의사를 밝혔을 것이다.

## 국제해양법재판소에 제소할 수 있다

국제해양법협약에선 해양 오염물질을 인접국에 전가하는 것을 금지한다. 또 타국에 환경 피해를 주지 않도록 보장하고 있다. 해양 오염 위험이 따르는 계획을 결정할 때는 현실적 위험뿐 아니라 잠재적 위해까지도 고려해야 한다. 관련 정보는 인접국과 공유해야 한다. 우리나라는 일본에 투명한 정보 제공을 요구한 상태다.

하지만 “악마는 각론에 있다.” 육하원칙으로 무장해 일본이 빠져나가지 못하게 촘촘한 그물을 쳐놓아야 하는데 정부 부처 어디를 보아도 총론에 머물고 있어 자칫 공염불에 그칠 수도 있다. 학계는 무사안일, ‘전문가’들은 갑론을박, 소비자단체와 환경단체들은 고군분투. 결국 국민이, 소비자가 각자 도생해야 하는 현실이 눈앞에 보인다.

일본은 국제 사회의 심각한 우려를 해소하지 못하고 있다. 계속 오염수 방류를 하려는 경우 국제해양법재판소에 이를 금지하는 제소를 할 수 있다. 방류되면 비가역적 오염 위험이 발생하기 때문에 사전에 금지하는 조치다. 제소하면 1년 내 일본의 오염수 처리 과정을 샅샅이 들여다볼 수 있는 법적 장치를 갖게 될 것이다.

철저히 준비해 오염수 방류를 결단코 저지해야 한다. 결국 우리가 얼마나 과학적으로 예습하고, 기술적으로 복습해 한 치의 오차도 없이 일본의 파렴치한 결정을 철회하게 하느냐에 명운이 달려 있다. 일

본대사관 앞에서 농성해온 대학생들이 한 달 만에 농성을 풀었지만, 결국 민초 운동이 풀뿌리 해법이 될 수 있다.

1993년에 러시아가 핵잠수함에서 나온 저준위 핵폐기물 900t을 일본 인근 바다에 버렸을 때 일본 정부는 강력히 반대했다. 결국 수송선이나 비행기로 바다에 오염물질을 버릴 수 없게 하는 런던 협약이 만들어졌다. 그때 버린 폐기물량은 900t인데, 이번에 일본이 버리려는 오염수는 우선 137만t이니 벌써 1,500배가 넘는다.

게다가 이게 전부가 아니고, 시작일 뿐이다. 3천 배에 이를 수도 있다. 이번에 발표한 방류 계획에 총량 제한이 없다는 것도 심각한 문제다. 이는 한·일 분쟁이 아니다. 지구촌이 생태계를 지켜야 할 역무다. 운동은 지난하고, 과정은 험난할 것이다. 소비자의 결집된 행동만이 한반도의 생존과 지구적인 성공을 예약할 수 있다.

## 일본의 결정에 대해 정부가 할 일은?

바다로 들어간 방사성 물질은 먹이사슬을 타고 우리 밥상에까지 올라올 수 있다. 후쿠시마 원전 사고 오염수 해양 방출 계획에 지리적으로 가장 가깝고 해산물, 특히 활어를 즐겨 먹는 우리 소비자들은 불안할 수밖에 없다. 지난 4월 13일 일본 발표에 노량진 수산시장은 그리잖아도 코로나19로 휘청거리다 그나마 발길이 뚝 끊겼다.

5월 16일 외교부에 따르면 정부는 IAEA를 통한 검증과 별도로 한·일 간 양자 협의가 필요하다고 한다. 일본의 방류 결정 이후 비판으로 일관해온 정부가 막상 뚜렷한 대책을 찾지 못하자 출구 전략을 찾는 모양새다. 그러나 각론도 없이 총론만의 만남은 오히려 우리 쪽에 불이익이 될 뿐, 일본의 한국에 대한 고자세를 꺾기엔 역부족이다.

한편 우리나라는 해양 환경에 대한 심각한 피해를 방지하기 위한 가치분 형태의 잠정 조치를 국제해양법재판소에 청구할 수 있을 것이다. 이로써 본격적인 국제법 소송 시작 전에 신속하고 즉각적인 진행이 가능하며, 방류 조치를 일단 저지할 수 있다.

또한 후쿠시마 세계무역기구(WTO) 분쟁과 마찬가지로 여러 인접국이 이 같은 잠정 조치에 가담할 수 있어 우리가 필요한 국제 공조와 협력을 단기간 내 구축할 수 있을 것이다. 한국 정부는 이미 WTO 후쿠시마 수산물 분쟁의 최종 승소를 통해 오염수 해양 방류 시 우리나라에 미칠 위험성에 대해 국제적으로 인정받은 상태다. 가장 가까워서 국제법적 권리를 강력하게 촉구할 수 있는 곳이 바로 우리나라다. ▲

# 세계 최고수준으로 일본산 수입식품 방사능 안전관리 하겠습니다



김솔 과장  
식품의약품안전처  
수입식품정책과

2011년 3월 11일 일본 동북부 지역에서 발생한 지진과 쓰나미 영향으로 도쿄전력의 후쿠시마 제1원자력발전소에서 방사능이 외부에 누출되는 사고가 발생하게 되었다. 이에 우리 정부는 수산물에 포함한 일본산 수입식품에 대한 안전관리를 위해 방사능 검사를 강화해 왔다.

일본 정부가 출하를 제한한 식품의 국내 수입을 금지하고, 일본 정부 증명서(생산지, 방사능 검사)를 첨부하여 수입신고 하도록 의무화했다. 모든 일본산 수입식품에 대해 매 수입시마다 방사능 검사를 실시하고 방사성 물질(요오드, 세슘)이 미량이라도 검출된 농산물과 가공식품은 스트론튬 등 추가핵종 검사증명서를 요구하였다.

2013년 8월 도쿄전력은 후쿠시마 제1원자력발전소에서 매일 수백톤의 방사능 오염수가 바다로 누출되고 있다는 사실을 발표하였다. 방사능 오염수가 태평양으로 유출된다는 사실이 밝혀지자 우리 국민들의 불안감이 고조되고 일본산뿐만 아니라 국내산 수산물 소비까지 급감하였다. 국민 건강과 직결되는 일본산 수산물 방사능 관리를 강화해야 한다는 요구가 증가하였다.

정부는 일본에서의 사태가 어떻게 진전될지 불확실하며, 향후 사태를 정확히 예측하기 어렵다는 판단에 따라 2013년 9월 9일부터 일본산 수산물 임시특별조치를 취하였다. 이에 따라, 당시 후쿠시마 주변 8개현 50개 수산물 수입금지를 8개현 모든 수산물로 확대하였다. 수산물 및 축산물을 포함한 모든 일본산 식품에 대해 방사성 물질이 미량이라도 검출되면 추가핵종 검사증명서 요구하도록 관리 방법을 일치시켰다. 또한, 국내산 식품의 방사능 세슘 기준을 기존 370Bq/kg에서 100Bq/kg으로 강화하였다.

일본 정부는 우리 정부의 일본산 수산물 임시특별조치를 강하게 반발하고 여러 차례 해제를 요청하였다. 그러나 우리 정부가 일관되게 조치를 유지하자 2015년 5월 일본 정부는 무역 차별과 과도한 조치라는 이유로 WTO

에 제소했다.

국가간 무역을 활성화하는 것이 주목적인 WTO에서 분쟁 조정은 규제를 시행한 국가가 불리한 상황이었다. 그러나 우리 정부는 그간 식품 방사능에 대한 WTO 분쟁 사례가 없었던 점을 주목하고 1심(패널)부터 일관된 논리로 대응하였다.

후쿠시마 원전 사고로 일본의 자연환경은 방사능 오염물질이 오염된 특수성이 있으며 이러한 환경에서 생산된 식품에 대해 더욱 엄격한 안전관리를 하는 것은 수입국으로서 당연한 권리임을 주장하였다. 비록 1심(패널)에서는 패소하였으나 2심(상소)에서는 우리 주장이 받아들여지게 되었다. 이는 4년 동안 우리 조치에 대해 정당성을 치밀하게 준비하고 대응한 결과로 최종 승소(2019. 4)하여 현재까지 수입규제를 유지해오고 있다.

표 1. 상소기구 판정 주요내용

쟁점 1. 차별성	쟁점 2. 무역제한성
관련규정 // 제2.3조	관련규정 // 제5.6조
판정내용 // (일본에 대한 자의적 차별) 상소기구는 패널이 일본과 제3국의 상황이 유사한지 여부를 판단하면서 식품의 방사능 검사 수치만을 고려한 것은 잘못되었다고 판정함.	판정내용 // (불필요한 무역제한성) 상소기구는 패널이 한국 ALOP(보호수준)의 다른 2개의 정성적 기준(자연방사능 수준, 달성 가능한 최대로 낮은 수준)을 같이 검토하지 않은 것이 잘못되었다고 판정함
WTO 협정 합치여부 // 잘못된 기준에 의거한 패널의 우리 조치 협정위반 판정 파기	WTO 협정 합치 여부 // 잘못된 기준에 의거한 패널의 우리 조치 협정위반 판정 파기
쟁점 3. 투명성	쟁점 4. 검사절차
관련규정 // 제7조 부속서 B	관련규정 // 제8조
판정내용 // (절차상 조치의 불명확성) 우리 수입규제조치 관련 정보를 불명확하게 공개한 부분만 협정 위반으로 본 패널 판정 인용함	판정내용 // (검사절차) 추가핵종 검사증명서 요구 조치가 다른 나라 수입품과 일본산 제품을 차별하지 않는다고 판정
WTO 협정 합치여부 // 일부 불합치	WTO 협정 합치여부 // 합치

2020년 2월 일본의 다핵종제거설비(ALPS) 소위원회는 후쿠시마 원전에 보관해오던 방사능 오염수 처리 방법에 대해 검토한 보고서를 정부에 제출하였다. 이 보고서는 5가지 방사능 오염수 처리 방법 중에서 대기와 해양에 방출하는 것이 실현 가능하며 이중 설비 운용 및 방사성 물질 감시에 용이한 점을 들어 해양 방출의 기술적 우위성을 강조하였다.

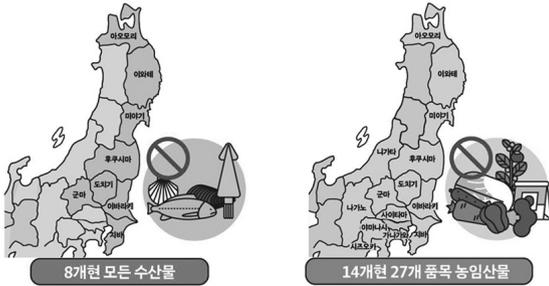
2020년 4월부터 일본 정부는 후쿠시마 어민단체 등 이해관계자의 의견을 청취하기 시작하였다. 이해관계자 의견은 7차례의 설명회와 1차례 서면의견 절차로 종료되었다. 그리고 올해 4월 13일 일본 정부는 다핵종제거설비를 거친 오염수를 바닷물과 희석하여 약 30~40년 동안 해양에 방출하므로 환경에 미치는 영향은 낮다는 주장과 함께 방사능 오염수 해양 방출 방침을 발표하였다.

그러나, 일본 정부의 주장은 일본 어업인이나 국민 들조차 설득하지 못하고 있다. 현재 원전사고 이후 일본산 수산물에 대한 품문피해를 호소하는 후쿠시마현 어업인 뿐만 아니라 전국어업인 단체까지 나서 정부에 일방적인 결정에 '단호한 반대' 입장을 명확하게 하고 있다.

일본 현지에서조차 일본 정부의 후쿠시마 오염수 해양 방출 결정을 반대하는 상황에서 우리 국민의 일본산 수입식품에 대한 관심과 우려는 더욱 커질 수밖에 없다. 어쩌면 방사능 오염수가 실제로 방출되게 되면 2013년처럼 또 다시 국내산과 수입산을 불문하고 수산물 자체의 소비가 급감하는 일이 재연될 수 있다.

현재 우리나라의 일본산 수입식품에 대한 방사능

검사체계는 세계 최고 수준이라고 말할 수 있다. 후쿠시마를 포함한 인근 8개현 수산물 및 후쿠시마 주변 14개현 27개 농산물에 수입을 금지하여 국내 유입을 원천 차단하고 있다.



〈그림1〉 일본산 식품 수입금지 품목

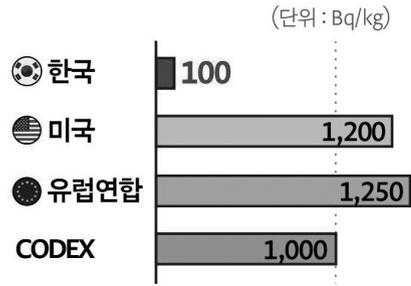
수입금지 품목 이외에 모든 식품은 일본 정부가 발행한 생산지 증명서나 방사능 검사증명서를 제출하도록 하고 있다. 일본산 수산물 생산지 증명서는 어획·생산현과 가공·포장현을 모두 기재하도록 하여 어느 한 곳이라도 수입규제 지역에 포함되면 관련 규제 대상에 포함시키고 있다.

일본산 수입식품은 매 수입 시마다 촘촘하게 방사능 검사를 실시하고 미량이라도 방사성 물질이 검출되면 스트론튬 등 추가핵종 검사증명서를 요구하고 있으나, 현재까지 관련 증명서를 제출한 사례가 없어 방사능에 오염된 일본산 수입식품 통관을 차단하고 있다.



〈그림2〉 방사성 물질 미량 검출 시 추가핵종 검사증명서 요구

또한, 국제식품규격위원회(CODEX)의 권고보다 10배나 엄격한 방사성 세슘 기준(영유아 식품 50Bq/kg, 기타 식품 100Bq/kg)을 적용하여 더 세밀하게 관리하고 있다.



〈그림4〉 국가별 방사성세슘 기준

식약처는 지난해 10월부터 수입식품 방사능 검사 정보를 손쉽게 확인할 수 있도록 전용 누리집을 개발하여 국민들에게 제공하고 있다. 새 누리집에서는 방사능 검사 결과와 정부의 식품 방사능 안전관리 체계를 설명하고, 통관단계부터 방사능 검사 현황을 수치와 차트, 인포그래픽으로 제공하여 한눈에 알아볼 수 있다. 통관된 수입식품의 정보 또한 편하게 검색하게 함으로써 정보 부족으로 겪는 소비자의 불편을 최소화하고 있다.



〈그림5〉 수입식품방사능안전정보



〈그림3〉 일본산 식품 수입검사 절차

현재 일본 정부는 후쿠시마 원전 오염수 처리를 해양방출로 결정하였으나 우리 정부는 오염수 해양방출 결정에 단호하게 반대하며 국민 안전을 최우

선 원칙으로 국제사회와도 공조하여 대응하고 일본산 식품의 수입규제 조치를 계속 유지할 것이다. ♡

# 후쿠시마 원전 오염수 해양방출과 소비자단체 역할



정지연 실행위원장  
한국소비자단체협의회  
한국소비자연맹 사무총장

지난 4월13일 일본 정부는 후쿠시마(福島) 제1원자력발전소에서 나오는 방사성 물질을 포함한 오염수를 2022년 10월부터 2051년까지 30년에 걸쳐 태평양 바다에 방류하겠다는 입장을 공식 발표했다. 우리나라를 포함한 주변국들 뿐 아니라 일본 자국 내에서도 강한 우려와 반대를 표명하고 있음에도 오염수 방류 계획을 강행하겠다는 입장이다.

이에 한국소비자단체협의회는 당일 일본 대사관 앞에 모여 국제사회 우려를 무시하는 일본의 오염수 방류를 규탄하며 일본정부가 이를 즉각 철회할 것을 요구했다. 이와 함께 우리 정부에도 소비자의 안전을 위해 일본산 수산물 수입 전면금지와 국제재판소 회부를 요구했다.

일본 오염수 해양방류 결정은 해양생태계와 인류의 먹거리 안전을 심각하게 위협할 것이다. 단순히 지금 우리세대가 격어야 할 문제에서 그치지 않고 미래세대에도 영향을 미칠 수 있다는 점에도 매우 위험하고 반드시 막아야 할 것이다.

일본이 국제사회의 우려와 자국 어민들의 거센 반발에도 해양방출을 강행하려는 이유는 도쿄올림픽을 앞두고 후쿠시마 원전 사고를 제대로 대처했다는 식의 외교적 홍보도 배경으로 지적되고 있지만 경제적 고려가 가장 클 것이라고 생각한다. 추가 저장탱크 확충, 대기방출, 지층주입 등 방법이 없는 것이 아니고 다양한 대안이 있음에도 비용이 가장 적게 들고 손쉬운 방법을 선택했다는 점에서 우리를 분노하게 한다.

일본정부는 저장탱크의 포화가 임박했다며 오염수를 다행중계저설비(ALPS)를 통해 처리해 방류하겠다고 하지만 ALPS 처리와 희석만으로 인체와 해

“

**소비자단체협의회 소속 회원단체들은 이 문제를 대응하기 위해 6월부터  
일본정부가 후쿠시마 오염수 해양방류를 중단할 때까지 일본대사관 앞에서  
무기한 일인시위를 진행할 예정이다.**

**소비자단체는 원산지 표시 및 관리가 보다 철저하게 이루어질 수 있도록  
제도 보완 및 모니터링을 강화를 위해 노력할 것이다.**  
**또한 방사능에 대한 오해로 불필요한 공포를 갖는 것도 바람직하지 않을 것이기  
때문에 소비자에게 정확한 정보제공을 위한 교육에도 힘을 쓸 것이다.**

”

양환경에 미치는 영향을 안심할 수 없다는 것이 많은 전문가들의 의견이다. ALPS로 제거할 수 없는 삼중수소나 미처 제거되지 않은 탄소-14와 같은 방사성 핵종이 수산물에 축적되어 인체 내부에서 피폭 가능성이 있기 때문이다. 더욱 우려하는 점은 후쿠시마 원전 오염수는 이미 ALPS 정화처리를 거쳤음에도 현재 보관 중인 오염수의 70% 이상이 배출기준을 충족하지 못했다는 점이다. 추가 처리를 하더라도 배출기준 미만으로 방출하겠다는 일본의 계획은 검증이 필요한 상황이고 희석한다고 해도 총량 차이는 없으며 저선량이 인체에 미치는 영향도 과학적으로 완전히 검증되지 않은 상황이다.

주변국의 국민 생명과 안전에 직결되는 문제에 관해, 일본은 방류계획 수립과 결정과정에서 주변국의 우려에 대해 모든 정보를 투명하게 공개하고 협의했어야 한다. 일본은 오염수 방류 총량과 같은 기본적인 정보부터 투명하게 공개하지 않았고 국제원자력기구(IAEA)와 협의하고 있다는 말만 되풀이하고 있지만 국제원자력기구(IAEA)의 결정조차도 이제는 신뢰하기 어려운 상황이다.

일본이 최인접국인 한국에 어떠한 영향이 발생할지 모르는 오염수 대량 방출 결정과 관련 사전협의를 전혀 없었다는 사실은 국민으로서 우리정부에 아쉬움이 남는 부분이다.

지난 2011년3월 발생했던 쓰나미로 일본 후쿠시마 원전에서 대규모 방사능 유출사고가 난지 벌써 10년이 지났다. 사고직후 인공방사능 물질인 31개 핵종의 유출이 시작되었고 사고 며칠 후 일본 후생성은 반감기 1년 이상인 세슘, 스트론튬, 플루토늄, 류테늄을 규제 대상 핵종으로 정했다. WTO 최종 결정에 따라 우리나라를 포함한 중국 등 23개국 지역의 후쿠시마현 인근 수산물 수입금지조치가 계속되고 있다. 이번 오염수 방류가 시작되고 7개월 후면 오염수가 제주도에 도달할 것이라고 한다. 분명 일본이 결정이 우리 먹거리와 수산업시장에 미치는 영향을 클 수밖에 없다.

우리정부는 일본 정부에 오염수 해양 방류 반대 입장을 공식적으로 전달하고, 엄중한 항의와 결정 철회 요구를 해야 할 것이다. 일본 정부가 발표하는 내용에만 의존할 것이 아니라 정부가 독자적으로 후쿠시마 방사능오염 현황과 오염실태, 먹거리 오염 위험성, 오염수 유출시 인체에 미칠 영향 등에 대한 면밀한 조사를 실시하고 이를 투명하게 공개하여 국민들의 우려와 걱정을 해소시켜 주어야 한다. 일본 정부는 우리 정부에 후쿠시마산 식품 수입 규제를 풀어달라고 요구하고 있어 소비자들의 먹거리 불안은 한층 더 커지고 있다. 안전성이 확보되지 않은 먹거리는 절대 우리 국민, 소비자들의 식탁에 올라가게 해서는 안 된다.

이미 자국민의 건강과 안전을 위해 수입식품을 제한하고 있는 중국·대만·러시아 등 주변국들과의

공동대응도 적극적으로 추진해 볼 필요가 있으며 이와 같은 공조를 통해 국제재판소 회부 등과 같은 법적 근거로 적극 대응하는 적극적 조치가 있어야 할 것이다.

또한 미국이 외부적으로는 국제원자력기구(IAEA)와 함께 일본 측 조치가 ‘국제적 안전기준에 따른 것’이라며 원전 오염수 처리를 투명하게 하려는 일본의 조치를 지지하고 있지만 일본에서 들어오는 수산물의 수입금지 기간을 연장하고 품목을 확대하며 자국민에 대한 보호는 강화하고 있다는 점에 우리정부는 주목해야 할 것이다.

소비자단체협의회 소속 회원단체들은 이 문제를 대응하기 위해 6월부터 일본정부가 후쿠시마 오염수 해양방류를 중단할 때까지 일본대사관 앞에서 무기한 일인시위를 진행할 예정이다.

소비자단체는 원산지 표시 및 관리가 보다 철저하게 이루어질 수 있도록 제도 보완 및 모니터링을 강화를 위해 노력할 것이다. 또한 방사능에 대한 오해로 불필요한 공포를 갖는 것도 바람직하지 않을 것이기 때문에 소비자에게 정확한 정보제공을 위한 교육에도 힘을 쓸 것이다. 원산지가 정확하게 표시되고 소비자가 제대로 알고 일본산 수산물에 대해 소비자의 선택에 의해 구매를 하지 않게 된다면 그것이 일본정부에 가장 강력한 규제와 압박이 될 것이다. ▲

# 렌트카 이용 대금 환급

한국소비자단체협의회 자율분쟁조정위원회

소비자기본법 제31조에 따라 한국소비자단체협의회에 설치된 자율분쟁조정위원회에서 조정 결정한 사건 중 참고할만한 사례를 소개한다(편집자 주).

## 사건의 개요

신청인은 2021. 01. 25. 피신청인1 홈페이지를 통해 피신청인2 업체 차량 렌트를 예약하고 금 76,000원을 결제 하였다. 렌트카 수령 당일인 2021. 01. 28. 신청인을 포함한 4인의 일행이 예약한 차량 픽업을 위해 피신청인2를 방문하였다. 피신청인2 직원이 신청인에게 탑승예정인원을 문자 “5-6명 정도 탑승할 수 있다.”고 답하여 그건 안된다고 하자 “4인까지만 타겠다.”고 답 하였으나 피신청인2 직원은 차량인수를 거부하였다. 신청인은 당일 피신청인1 홈페이지의 다른 차량 렌트업체에서 예약을 하고 렌트카를 문제 없이 이용하였다. 신청인은 피신청인1에게 환불요청 하였으나, 환불을 거부하여 신청인은 본 위원회로 직접 분쟁조정을 신청하였다.

## 소비자 주장

피신청인2의 직원이 “5인 이상 탑승이 안 된다.”고 하여 신청인이 수궁하며 “4명만 이용하겠다.”고 하였음에도 직원이 차량인도를 거부한 것은, 피신청인2가 임의로 판단하여 서비스 제공을 거부하고 일방적으로 계약을 취소한 것이다. 따라서 피신청인2의 책임에 따른 계약취소이므로 전액 환급을 원한다.

## 사업자들의 주장

피신청인1은 렌트카 플랫폼 사업자로, 신청인이 피신청인2에게 환불 협의를 요청하였으나 피신청인2가 환불 불가능하다는 입장이므로 이를 강제할 수는 없다.

피신청인2는 신청인이 '5인 이상 탑승 금지'를 어기고 6인 정도까지 탑승할 것으로 판단되어 차량 인도를 거부한 것이다. 취소와 환불에 관한 규정은 피신청인1의 약관에 따른다.

## 사업자의 환급의무 판단

피신청인1은 소비자와 렌트카 업체를 연결해주는 중개 플랫폼일 뿐이라고 주장하지만, 피신청인1회사의 이용약관이 각 소비자를 계약상대로 하고 있는 사실, 피신청인1이 계약체결의 당사자인 사실, 환불규정 등을 피신청인1이 규정하고 있는 사실 등을 종합하면 피신청인1은 단순 중개업이라고 볼 수 없고, 통신판매중개업자로서 통신판매의 당사자가 아니라는 사실을 소비자가 쉽게 알 수 있도록 고지하지도 않았으므로 계약 당사자로서의 책임을 면할 수 없다.

이 사건 계약은 피신청인2가 일방적으로 계약이행을 거절한 것으로 보인다. 피신청인2가 계약이행을 거절함으로써 채무를 불이행하게 된 것이 피신

청인2의 고의나 과실 없이 이행할 수 없었던 경우가 아니며, 신청인에게 피해가 가지 않도록 상당한 주의를 기울인 경우라고 볼 수 없다. 신청인과 일행들은 직계가족이었으므로 피신청인2가 추가적인 확인을 거쳤더라면 차량인수에 문제가 없었을 것으로 예견되는 점, 신청인이 "4인만 탑승하겠다."고 이야기 했음에도 타당한 이유 없이 차량 인도를 거부한 점, 설사 5인 이상이 차량에 탑승한다 하더라도 과태료 등의 불이익이 신청인에게 부과되는 점 등이 인정된다.

이러한 사실들을 종합적으로 고려해보면, 이 사건 계약은 신청인이 충분히 4인에 한해 차량을 이용할 수 있는 상황임에도 불구하고 피신청인2의 자의적 판단에 따라 계약이 불이행 된 것이므로 피신청인1과 피신청인2는 신청인에게 발생한 재산상 손해에 대하여 채무불이행으로 인한 손해배상책임을 진다 할 것이다.

## 결론

따라서 피신청인들은 연대하여 신청인에게 금 76,000원을 환급하도록 한다. ▲

# 렌탈서비스 해지 시 과도한 위약금 청구로 소비자 불만 증가 상품별 특성 반영한 관련규정 정비 필요



김성하 팀장  
한국소비자연맹

## 분석개요

필요한 때에 필요한 만큼만 빌려쓰는 ‘렌탈’이 새로운 소비 트렌드로 부상하고 있다. 물품을 소유하던 과거와 달리 다양한 신제품 체험을 선호하는 소비층이 늘어나면서 구매 보다는 렌탈서비스를 선택하는 소비가 점차 증가하고 있다. 렌탈서비스는 일정기간의 대여료를 내고 물품을 빌려 쓰는 소비 형태로 불과 몇 년 전까지는 정수기로 대표되었으나 최근에는 TV, 냉장고, 안마의자 등 생활전반에 걸쳐 광범위하게 사업영역이 확대되고 있으며, 시장규모도 40조원 규모로 고속성장하고 있는 가운데, 소비자 피해도 함께 증가하고 있다. 이에 1372소비자상담센터에 접수된 생활가전 렌탈서비스와 관련한 상담을 분석하여 피해유형을 알아보고 개선점을 찾아보고자 한다.

## 분석결과

1372소비자상담센터에 접수된 렌탈서비스에 대한 소비자불만은 2018년 13,383건, 2019년 15,317건, 2020년 17,524건, 2021년 4월까지 3,662건이 접수되어 해마다 증가하고 있는 추세이다.

표 1 | 렌탈서비스 연도별 상담 접수 현황

연도	2018년	2019년	2020년	2021년 4월말
건수	13,383	15,317	17,524	3,662

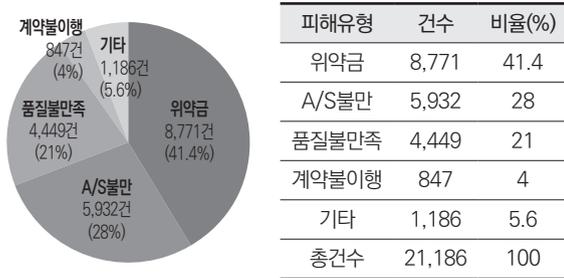
1372소비자상담센터

### ▣ 피해유형 분석

2020년, 2021년 4월 기간 중 접수된 21,186건의 렌탈서비스의 소비자불만을 유형별로 살펴보면, 위약금 관련이 8,771건(41.4%), A/S불만이 5,932건(28%), 품질불만족이 4,449(21%), 계약불이행 847건

(4%), 기타가 1,186건(5.6%)으로 나타났다.

[표 2] 2020년~2021년 4월 렌탈서비스 불만유형별 접수현황



### 위약금 과다 청구 불만이 가장 많아

불만유형중 가장 큰 비중을 차지한 위약금 불만의 경우 총 8,771건으로 전체의 약 41%로 계약해지 시 과다한 위약금 불만이 대부분이었으며, 위약금에 등록비, 설치비, 철거비 등을 부과하는 것에 대한 불만이 많았다. 또한 계약자가 사망하여 계약을 해지할 경우에도 위약금을 부과하는 등 귀책사유를 소비자에게 전가시켜 과다한 위약금을 청구하는 것에 대한 불만이 많았다.

### 계약해지 사유 A/S와 품질불만족이 다수

소비자가 의무사용 기간 내 증도 해지하는 이유는 대부분 A/S와 품질불만족 때문인 것으로 나타났다. A/S불만의 경우 사업자가 A/S일정을 잘 지키지 않고, 수리해도 크게 개선되지 않는다는 점, 특히 음식물처리기의 경우 냄새와 소음 등의 문제로 불편을 겪고 있으나 사업자는 하자로 인정하지 않는다는 등의 불만이 접수되었다.

### 계약불이행의 경우 사업자가 약속을 지키지 않기 때문

계약불이행의 경우 사업자가 제휴카드에 대해 잘못 안내하여 할인혜택을 받지 못했거나 렌탈비용 면제에 대한 사업자의 약속불이행의 경우로 나타났다. 또 계약당시 장소불문하고 이전설치가 가능하다는 안내와는 달리 이전설치가 되지 않았다는 점 등으로 확인되었다.

### 기타불만으로는 명의도용, 제품으로 인한 피해보상, 채권 추심 등으로 나타나

명의도용으로 인한 피해시 사업자 대응에 대한 불만, 제품 문제로 발생한 누수피해에 대한 피해보상 요구 등으로 나타났다. 특히 렌탈사업자의 부도로 인해 사업자와 연락두절 되고 대여물품이 수거되지 않아 채권 양수 사업자로부터 채권추심을 받고 있다는 상담도 기타불만의 상당수를 차지했다.

### ▣ 문제점 분석

상담내용 중 가장 많은 소비자불만은 사업자의 과다한 위약금 청구로 분석되었으며, 위약금 외에도 등록비, 설치비, 철거비 등이 추가로 청구되면서 소비자가 해약 시 부담을 느끼고 있는 것으로 나타났다. 이렇게 과다하게 청구되는 위약금은 소비자분쟁해결기준과 표준약관에는 소비자귀책으로 해지할 경우에 대한 설치비 청구와 관련된 내용이 없고, 설치비 및 철거비 청구에 대한 상한선도 정해져 있지 않다. 소비자보호 목적의 소비자분쟁해결기준과 표준약관이 오히려 위약금 30% 수준(1년미만)의 다소 불리한 기준을 제공하고, 사업자가 임의로 청구하는 설

치비, 철거비 등에 대한 부과 근거를 제공하고 있는 것으로 분석된다.

아래는 공정거래위원회 고시 위약금 기준과 표준약관을 정리하였다.

### 공정거래위원회 고시 위약금 기준

공정거래위원회에서 고시한 물품대여업의 소비자 분쟁해결기준에는 의무사용기간과 임대차기간에 따라 위약금이 다르게 적용된다. 소비자의 귀책사유로 인한 계약해지의 경우 위약금 기준은 다음과 같다.

[표 3] 공정거래위원회 고시 소비자분쟁해결기준

임대기간	배상기준
의무사용기간을 1년 이하로 정한 경우	의무사용기간의 잔여월 임대료의 30%에 해당하는 금액과 임대차기간 임대료 총합의 10%에 해당하는 금액 중 적은 금액 배상
의무사용기간을 1년 초과로 정한 경우	의무사용기간 잔여월 임대료의 10%에 해당하는 금액 배상
의무사용기간은 없고 임대차기간을 1년 이하로 정한 경우	임대차기간 잔여월 임대료 30%에 해당하는 금액과 임대료 총합의 10%에 해당하는 금액 중 적은 금액 배상
의무사용기간은 없고 임대차기간을 1년 초과로 정한 경우	임대차기간 잔여월 임대료의 10%에 해당하는 금액 배상

### 공정거래위원회 고시 표준약관 문제점

표준약관에는 등록비에 대해 10% 범위내에서 받을 수 있다고 되어 있는데 등록비가 어떤 용도인지에 대한 규정이 없고, 소비자귀책으로 인한 해지 시 설치비에 대한 소비자부담 여부 및 설치비 철거비

의 상한선에 대해서도 명시되어 있지 않다.

#### 공정거래위원회 표준약관 중에서

(등록비) 등록비용은 판매가격의 10%를 넘지 않는 범위 내에서 등록비 또는 보증금을 소비자에게 요구할 수 있다. 다만 사업자 귀책으로 계약해지시 등록비 상당의 손해배상금액을 소비자에게 반환하고, 소비자 귀책일 경우 등록비는 반환하지 않는다.

(철거비) 제품인도시 설치비용 및 임대차가 종료된 후 철거비용은 사업자가 부담한다. 다만 소비자 귀책으로 해지할 경우 철거비를 소비자가 부담한다.

### 사업자 약관분석

렌탈서비스 7개 사업자의 약관을 검토한 결과, 사업자마다 다른 기준으로 소비자에게 위약금을 청구하는 것으로 분석되었다.

[표 4] 사업자별 약관비교 : 소비자귀책 시 위약금 부과 항목

구분	청호 나이스	코웨이	교원 웰스	SK매 직	LG전 자	쿠쿠 홈시스	웰릭스
위약금 기준	* 코웨이, 교원웰스, 쿠쿠홈시스 : 소비자 분쟁해결기준과 동일 * 청호나이스 : 기간 구분없이 10% * SK매직 : 기간구분없이 10%(특정상품은 30%) * LG전자 : 1년 경과전 30%, 2년 경과전 20%, 3년경과전 10% * 웰릭스 : 기간 구분없이 30%						
설치비	소비자 부담	소비자 부담	약관에 내용 없음	소비자 부담	약관에 내용 없음	소비자 부담	약관에 내용 없음
등록비 반환 (보증금)	반환 안해준	반환 안해준	반환 안해준	반환 안해준	반환 안해준	반환 안해준	반환 안해준
철거비	소비자 부담	소비자 부담	소비자 부담	소비자 부담	소비자 부담	소비자 부담	소비자 부담
청약 철회	소모품 실비 부담	소모품 실비 부담	소모품 실비 부담	철거비 +반환 비용	소모품 실비+ 철거비	소모품 실비 부담	약관에 내용 없음
이전 설치 불가시	약관에 내용 없음	약관에 내용 없음	약관에 내용 없음	소비자 부담	약관에 내용 없음	소비자 부담	약관에 내용 없음

사업자 대부분이 공정거래위원회의 표준약관 기준과 크게 다르지 않으나, 음식물처리기를 판매하는 웰릭스의 경우 기간 구분 없이 30%로 정해 소비자에게 불리한 것으로 확인되었다.

설치비는 4개 사업자가 소비자부담으로 되어 있으며, 그중 SK매직과 쿠쿠홈시스는 최초 설치시에도 소비자에게 설치비를 받는 것으로 확인되었다. 등록비의 경우 7개 사업자 모두 반환해주지 않았고, 철거비도 7개 사업자 모두 소비자부담으로 명시하였다.

청약철회는 14일 이내 가능한 것으로 명시한 사업자가 대부분이고, 이 경우 설치된 소모품 등에 대해 소비자가 실비를 부담하도록 5개 사업자가 명시하였다. 다만 SK매직의 경우 전자상거래법 및 방문판매법 적용에 따른다고 되어 있다.

소비자의 이사 등으로 렌탈제품의 이전 설치가 필요한 경우, 이전하는 장소가 서비스가 안되는 지역이거나 기술적, 환경적으로 서비스가 제한되어 계약해지를 하게 되는 경우에도 위약금이 발생하게 된다. 이 경우 5개 사업자가 약관에 표시하지 않았고 2개 사업자가 소비자에게 위약금을 청구하는 것으로 확인되었다.

## ▣ 결론 및 제언

렌탈서비스 시장은 지속적으로 성장하고 있지만 여러 유형의 소비자피해에 대한 적용 가능한 처리기준이 미흡하고 세분화 되어 있지 않다.

소비자분쟁해결기준과 표준약관에는 위약금에 대해 1년 미만의 경우에는 잔여기간 렌탈요금의 30%를 부과할 수 있도록 명시하고 있고, 추가적으로 등록비, 설치비, 철거비 등을 청구할 수 있도록 되어 있다.

그러나 추가되는 설치비나 철거비 등에 대한 상한선이 없어 위약금 외에도 사업자가 임의로 금액을 정해 청구할 수 있는 근거를 제공하고 있어 소비자에게 불리하게 적용되고 있어 위약금 부과기준에 대한 보완책이 필요하다.

또한 이사 등으로 인해 제품의 이전설치가 불가할 경우 책임 사유에 따라 위약금 부담 주체와 위약금 범위를 정해 소비자피해 및 분쟁을 줄이는 노력이 필요하다.

현재 렌탈서비스 약관은 공정거래위원회에서 고시한 정수기 임대차(렌탈) 표준약관을 적용하고 있다. 그러나 렌탈서비스 품목이 다양해지고, 이에 따른 소비자불만도 증가함에 따라 품목의 특성을 반영해 위약금 등과 관련해 보다 세밀하게 약관을 마련하고 분쟁해결기준을 보완할 필요가 있다. 한편 렌탈서비스에 대한 소비자 이해를 높이는 부분도 중요해 소비자가 잘 알고 계약할 수 있도록 소비자교육을 강화하는 것도 필요할 것이다. ♡



## 태국

### 건조식품의 온라인 구매 시 곰팡이 및 유통기한 관련 문제 주의할 것 당부

태국 보건부(DOH)는 온라인에서 건조식품을 구매할 시 곰팡이가 피거나 유통기한이 지난 식품이 아닌지 판매자를 통해 먼저 확인한 후 구매할 것을 당부했다. 보건부는 최근 시간 절약 및 코로나19 감염 예방을 목적으로 식품의 온라인 구매가 계속해서 증가하고 있는 가운데, 소비자들은 식품의 품질에 대해 확인한 후 구매를 진행해야 한다고 언급했다. 특히 곡물, 콩 및 건조 과일 식품을 구매할 시에는 식품에 곰팡이 문제가 발생할 확률이 크기 때문에 더욱 주의해야 한다고 전했다.

무게를 줄이기 위해 굵거나 건조시키는 공정을 거친 식품의 경우 효소의 작용을 억제시키고 부패를 일으키는 미생물의 생장을 늦추기 때문에 곰팡이에 쉽게 오염될 수 있다고 설명했다. 만약 습기가 있는 곳에 보관하거나 식품을 제대로 건조시키지 않는 등 올바르지 못한 방법으로 식품을 관리할 경우 아플라톡신을 발생시킬 수 있으며 이를 지속적으로 많은 양을 섭취할 경우 암에 걸릴 확률도 있다고 설명했다.

보건부는 온라인으로 건조식품을 구매하기 전 구매자에게 식품의 품질 및 유통기한에 대해 확인을 받고, 제품의 사진을 자세히 관찰해 식품의 품질에 대해 기본적으로 검사할 것을 당부했다. 또한 제품을 배송 받은 후 포장이 깨끗한 지 그리고 밀폐되어 있는 지를 확인하고 라벨 표기 또한 잘 확인할 것을 당부했다. 특히 말린 표고버섯, 건조 새우, 또는 건조 오징어의 경우 섭취 전 오염물질을 줄이기 위해 물에 오랜 시간 담그거나 뜨거운 물에 데치는 방법 등으로 여러 번 깨끗이 세척해야 한다고 당부했다. 건조식품을 지속적으로 섭취할 경우 건조식품으로부터 유입된 오염물질이 체내 잔류해 쌓일 수 있으므로, 오염물질이 배출될 수 있도록 시간 간격을 두고 섭취할 것을 당부했다.

\*출처: 식품안전정보원 '오늘의 식품안전 생활정보'(2021.4.26.)



## 미국 연방거래위원회(FTC)

### 'Fashion Nova'로 피해를 입은 소비자들에게 650만 달러 이상 보상

FTC가 우편, 인터넷, 전화 주문 상품 규정을 위반한 온라인 마켓인 'Fashion Nova'에 피해를 입은 약 170개국, 52만 명의 소비자들에게 650만 달러이상의 보상금 전달하고 있다.

'Fashion Nova'는 소비자에게 빠른 배송을 약속했지만 지속적으로 이를 지키지 못했고, 배송 지연에 대해서도 소비자에게 제대로 알리지 않았다. 또한 주문취소 및 환불 기회를 제공하지 않았으며 환불 대신 불법으로 기프트카드를 사용하였다. 규정에 의하면, 미배송 상품에 대해 소비자에게 환불 대신 상품권을 지급하는 것은 불법 행위로 간주된다.

FTC는 169개국의 518,552명의 소비자들에게 650만 달러 이상의 지불금을 제공하고 있으며 여기에는 미국 밖에 사는 4만 명 이상의 소비자들을 포함한 숫자이다. FTC로부터 환불을 받는 소비자는 각각 12달러 60센트를 받게 된다. 대부분의 결제는페이팔을 통해 영향을 받는 소비자의 이메일 주소로 전송되고 있으며, 일부 소비자들은 종이 수표를 통해 결제를 받을 것이다. FTC가 송금하는 대금 외에 패션노바가 일부 소비자에게 직접 환불할 것이다.(2021.03.25.)

\*출처 : <https://www.ftc.gov/news-events/press-releases/2021/03/ftc-sends-more-65-million-consumers-harmed-fashion-nova>



## 유럽연합

### 식품포장재 및 일회용 식기에 과불화화합물 포함돼...사용 금지해야

유럽 9개 NGO 단체들(\*)은 유럽에서 사용되는 식품 포장재 및 일회용 식기에 인체에 해롭다고 알려진 과불화화합물(PFAS)이 함유돼 있다는 내용의 보고서(\*\*)를 발표하며 PFAS 사용 금지를 촉구했다.

단체들은 체코, 덴마크, 프랑스, 독일, 네덜란드, 영국의 패스트푸드점(맥도날드, 던킨도너츠, 도미노피자 등), 테이크아웃 식당, 슈퍼, 온라인 식품 포장판매회사 제품들을 대상으로 포장재를 분석하였다. 보고서의 주요 내용은 다음과 같다.

△ 유럽의 식품포장재 및 일회용 식기에 PFAS가 널리 사용되고 있다.

△ 실험실 분석에 사용된 샘플 전체에서 PFAS 흔적이 확인되었다. 이는 종이 및 골판지 포장 식품의 생산 및 공급체인 전반에 걸쳐 PFAS 화학물질에 오염돼 있다는 사실을 보여주었다.

△ 일부 샘플에서 측정된 유기불소함량(TOF)은 덴마크 수의식품청(DVFA)이 규정한 기준치보다 60배 더 높게 나타났다.

△ 42개 샘플을 수집해 PFAS 존재 여부를 확인했다. 42개 샘플 중 32개 샘플에서 의도적으로 PFAS 처리를 거친 사실이 확인되었다.

△ PFAS 처리된 샘플에 존재하는 TOF 약 1%는 특정 PFAS 화학물질에 의한 것으로 추정할 수 있었다. 특정 화학물질은 표적분석을 통해 확인되었다.

그러나 PFAS 약 99%는 파악되지 않았다. 모든 PFAS가 환경에 지속해서 존재하고 있고, 일부 PFAS 화학물질에 노출되면 인체에 해로우며, 포장재에서 식품으로 PFAS가 이행할 수 있다는 사실을 고려할 때 이는 매우 우려스러운 사실이 아닐 수 없다.

△ 또한, 조사 결과 일부 식품포장재에 존재하는 PFAS가 갑상선 기능을 변화시킬 수도 있다는 사실도 확인되었다.

△ PFAS 농도가 가장 높게 나타난 제품은 '생분해성 제품', '퇴비로 재활용되는 제품'이라고 광고하는 그릇, 접시 등의 성형 섬유 제품(moulded fibre products)이었다.

△ 2020년 7월부터 종이 및 골판지 식품 포장재에 PFAS 사용을 금지하고 있는 덴마크의 경우, 어떠한 맥도날드 프렌치프라이 포장재에서도 PFAS 처리 사실이 확인되지 않았다. 체코, 영국에서도 같은 종류의 샘플을 검사한 결과 동일한 결과를 얻을 수 있었다.

이는 인체에 유해 화학물질 노출을 줄이고, 안전한 물질로 대체하도록 산업체를 압박하기 위해서는 규제가 효과적인 수단이라는 사실을 보여준다. 그러나 반대로 식품접촉물질에 대해 EU 차원의 규제나 보호가 부재하다는 점을 보여주는 것이기도 하다.

이러한 결과를 바탕으로 단체들은 EU에 식품 포장재 및 일회용 식기를 포함해 인체·안전·사회 작용에 필수적이지 않은 모든 PFAS 사용을 금지하라고 촉구하고, 비 EU 국가에는 비슷한 제한조치를 개발하라고 요구했다. 또한, 기업에는 즉시 PFAS를 퇴출하라고 주장하는 한편, 시민들에게는 테이크아웃 시 직접 재사용 가능한 용기를 가져가라고 권고했다.

출처 : 식품안전정보원 식품안전나라

[https://www.foodsafetykorea.go.kr/portal/board/boardDetail.do?menu\\_no=2869&bbs\\_no=bbs077&ntctxt\\_no=1084131&menu\\_grp=MENU\\_NEW05](https://www.foodsafetykorea.go.kr/portal/board/boardDetail.do?menu_no=2869&bbs_no=bbs077&ntctxt_no=1084131&menu_grp=MENU_NEW05)



## 호주 연방법원

### 구글의 위치 정보 수집 및 사용에 대해 불법 판결을 내린 호주 연방법원

호주 연방법원은 2017년 1월~2018년 12월, 구글이 안드로이드 모바일 기기를 통해 개인 위치 정보를 불법으로 수집했다고 판결하였다. 호주 경쟁소비자위원회(ACCC)는 위치기록을 끄더라도 웹 앤 앱 액티비티(Web&App Activity) 기능이 켜져 있으면 구글이 개인의 위치정보를 수집 및 사용이 가능해, 소비자의 오인을 유발한다고 주장하였다.

ACCC 위원장, Rod Sims은 “이번 판결은 구글 등의 대기업이 고객을 오인하게 만들어서는 안 된다는 강력한 메시지를 전달하기 때문에, 소비자들(특히 온라인상의 사생활 침해에 대해 우려하는 사람들에게 중요) 승리”라고 언급하였다.(2021.04.16.)

\*출처 : <https://www.accc.gov.au/media-release/google-misled-consumers-about-the-collection-and-use-of-location-data>

# 상담사례

## 한국YWCA연합회

### 홈쇼핑에서 구입한 창문형 에어컨, 단순개봉을 하였을 뿐인데 청약철회 거절은 부당

#### 상담

소비자(여, 양산)는 2021년 4월 9일에 A홈쇼핑에서 TV방송 중에 창문형 에어컨을 678,000원에 구입하였다. 4월 15일 제품을 배송 받아 개봉하였고, 설명서를 확인하다가 소비자가 설치하고자 하는 창문에는 브라켓을 추가 구매해야 설치 가능한 제품임을 알게 되었다. 브라켓을 추가로 구매해야 해서 4월 19일경 해당 홈쇼핑에 연락하여 계약취소 및 환불요청을 하였다. 사업자인 A홈쇼핑에서는 에어컨 업체에 연락하였고, 에어컨 업체는 소비자가 제품을 개봉하였으므로 환불을 해줄 수 없다고 하였다. 소비자는 제품을 배송받아 포장을 열어 봤을 뿐 제품을 사용하지 않았고, 업체에서는 에어컨 판매 시 어떤 창에 추가설비가 필요한지 사전 안내가 전혀 없었다고 하였다. 소비자는 제품 개봉 후 확인하는 과정에서 이를 알았고 사업자는 충분히 소비자에게 제품 사양에 관한 안내를 하지 않았으므로 환불을 요구하는 것이었다. 소비자는 사업자와 환불 관련으로 다툼이 있어 소비자상담센터에 상담을 요청하였다.

#### 처리

〈전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률〉에 의하면 전자상거래 및 통신판매로 구입한 물품에 대하여 청약철회가 가능하고, TV홈쇼핑으로 구입한 창문형 에어컨도 청약철회가 가능하다. 일반적으로 청약철회는 재화를 공급받은 날부터 7일 이내 가능하므로 소비자가 제품을 배송 받고 7일 이내 환불 요청하였으니, 사업자는 환불을 해주어야 한다. 다만 단순변심에 의한 청약철회인 경우에 배송비는 소비자부담으로 되어 있다. 또한 소비자의 사용으로 가치가 훼손되었을 경우 청약철회가 제한하기도 하지만, 물품을 확인하기 위한 단순개봉인 경우라면 가치훼손으로 보지 않기 때문에 청약철회가 가능하다. 1372 소비자상담센터에서는 A홈쇼핑 측에 공문을 발송하였다. 소비자가 사용을 위해 개봉을 하였으나 박스만 훼손, 제품 확인 또한 사용

설명서를 통해 확인하였으므로 제품을 사용하지 않았기에 가치가 훼손되었다고 보기 어렵다고 판단, 사업자에게 환불을 요청한 것이다. 이에 에어컨 사업자는 상품을 수거하여 분실물이 없고 제품의 이상이 없을시 사전 공지된 택배비 16,000원을 공제하고 소비자에게 환불 가능하다고 답변하였다. 이후 소비자로부터 5월 7일경 물품이 반품처리 되었다고 연락을 받았고, 상담원은 차후 환불 처리가 되지 않으면 다시 연락하기로 하고 상담을 종결하였다.

상담자\_조정원

## 한국YMCA전국연맹

### 상조서비스 계약해제에 따른 환급금 지연 건

#### 상담

소비자(남, 40대)는 7년 전 H상조에 가입하여 상조회비를 2021년 4월까지 매월 3만원씩 83회 납입하여 총 2,490,000원을 적립하였다. 개인 사정으로 상조서비스 해지 신청하였으나 해당업체는 명확한 사유도 없이 환급금은 7주 후에 입금된다는 답변을 하였다. 소비자는 계약해제 후 영업일 기준 3일 내 환급이 이루어져야함을 주장하였지만, 고객센터에서는 이의를 제기할수록 환급만 늦어진다고 주장하였다. 이에 소비자는 상조회사의 소비자 응대에 문제가 있음을 항의하였고 환급금이 빠르게 지급될 수 있도록 중재를 요청하였다.

#### 처리

본 상담센터에서는 「선불식 할부거래 법 25조 4항」에 따라 “선불식 할부거래업자는 선불식 할부계약이 해제된 경우 해제된 날부터 3영업일 이내에 이미 지급 받은 대금에서 위약금을 뺀 금액을 소비자에게 환급하여야 한다. 이 경우 선불식 할부거래업자가 환급을 지연한 때에는 그 지연기간에 따라 지연배상금을 함께 환급하여야 한다.”는 조항을 근거로 계약해제 환급금의 빠른 환급을 요청하는 공문을 접수하였다. 이에 해당 업체는 전산시스템의 오류로 환급이 늦어지고 있으며 상담시점으로부터 2주 내 환급을 하되 지연된 부분만큼 소비자에게 지연이자를 지급하겠다는 답변을 하였다. 소비자는

상조회사의 조치를 받아들였고 2주 후 지연이자가 포함된 환급금을 돌려받기로 하고 상담을 종결하였다.

상담자\_김선희

## 한국부인회총본부

### 유아용 키보드 초기하자 제품 환불요청 거부

**상담** 소비자(여, 경기)은 2021년 04월 22일 지마켓에서 유아용 키보드를 구매하고 38,460원 결제하고 4월 23일에 부모님 집으로 배송을 받았다. 2일 후에 부모님이 조립해서 공원에서 만나서 키보드를 타는데 핸드 브레이크 조작이 되지 않아 판매처인 유니랜드에 연락하였다. 유니랜드 측은 동영상 촬영을 요구하여 카톡으로 동영상을 촬영해서 보냈으나 소비자가 사용 전에 확인을 하지 않고 탔다며 제조사인 삼천리 고객센터 통해서 서비스가 가능하고 환불은 안 된다고 하여, 소비자는 고객센터에 환불받기 원하는 상담요청을 하였다.

**처리** 소비자분쟁해결기준에 따라 구입 후 10일 이내 정상적인 사용 상태에서 발생한 성능, 기능상 하자로 중요수리를 요할 경우 구입이 가능하다. 그러므로 오픈마켓을 통해서 환불요청을 하였으나 판매자 처리 지연으로 회수 후 환불처리는 어렵게 되어 대신 지마켓에서 수거하고 소비자에게 계좌출금이 가능한 현금으로 지원해 드리는 것으로 피해처리 종결 되었다.

상담자\_송미재

## 소비자공익네트워크

### 암환자 치료용 사우나 기기 및 정수기 판매 과대(허위)광고 업체 제품 구입 건

**상담** 소비자(여)는 현재 암환자로 투병 중인데, 2020년 12월에 암 치료에 좋다는 권유로 사우나 기기를 218만원, 정수기를 138만원에 각각 구입하였다. 암 등

여러 질병의 치료에 효능이 있다는 사용자의 체험담을 이용한 광고를 믿고 구입하여 사용했는데, 암 치료에 전혀 효과가 없었다. 이에 환자 가족들은 특정 질병을 예방하고 치료 효능이 있다는 과대광고 및 허위광고를 하여 제품을 구입하게 한 업체에게 구매 취소를 할 수 있는지 여부를 상담센터에 문의하였다.

**처리** '할부 거래에 관한 법률상 보호받을 수 있는 할부결제에 해당되나 7일이 지나거나 할부결제에 해당되지 않을 때에는 동 사안과 같이 전화로 권유 또는 방문하여 판매를 한 경우라면 '방문판매 등에 관한 법률'에 의해 계약서를 받은 날부터 14일 이내에 청약철회가 가능하다. 그러나 2020년 12월에 구입한 제품이라 4개월이 경과한 상태이고, 하자가 있는 제품이 아니기 때문에 할부거래나 방문판매 등에 관한 법률 관련해서는 상담센터의 도움을 받기 어렵다고 판단했다. 그러나 특정 질병의 치료에 효능이 있다고 혼동할 우려가 있는 과대광고나 허위광고로 인한 판매에 해당되기 때문에 먼저 공정거래위원회에 해당 업체가 의료기기 판매업체로 등록된 업체인지 확인했다. 확인 결과 건강/식품을 파는 업체로 등록되어 있었다. 이에 상담원은 해당 업체에 건강/식품을 파는 업체에서 의료기기를 판매하면서 질병의 예방/치료에 효능이 있는 것으로 소비자가 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고는 과대광고 및 불법판매에 해당됨을 알리고 소비자에게 환불을 진행하도록 요청하였고, 소비자는 친인척에게 구매한 점을 감안해서 70%를 환불 받기로 하였다.

상담자\_신정인

**소비자기본법 시행령**  
제8조 3항 일반적인 소비자분쟁 해결기준  
구입후 10일 이내 정상적인 사용상태에서 발생한 성능.기능상 하자로 중요수리 요할경우는 제품교환 또는 구입가 환급이 가능하다.

**전자상거래법 17조3항**  
재화등의 내용이 표시내용 또는 계약내용과 다르게 이행된 경우 비록, 소비자의 귀책사유로 재화등의 가치감소가 있어도 재화를 공급받은 날로부터 3개월이내, 그 사실을 알 수 있었던 날로부터 30일이내 청약철회 가능하다.

## 한국소비자교육원

### 해외구매대행으로 구입한 신발 주문과 다른 사이즈 배송 환불요청

#### 상담

소비자(여, 경기)는 2021년 3/25일 온라인에서 숙녀화를 구매하고 13만원 정도를 결제 하였다. 해외 구매대행 상품을 구입하였으며 제품은 4/6일 배송 되었다. 배송 받아 착화해보니 신발이 작아서 신을 수가 없었다. 처음에는 잘못 주문한 줄 알았으나, 구매 사이트에서 확인해보니 신발사이즈표시가 us8 = it38인데, 배송된 제품 박스에는 it38로 표시되어 있으나 신발 바닥에는 us7로 표시되어 있었다. 판매자에게 표시사이즈와 다르게 배송이 돼서 이의 제기하고 반품을 요청하니 표시된 사항은 권장 사이즈 안내 사항이므로 반품 요청 시 배송비 10만원 중에 5만원을 소비자가 부담할 경우 반품이 가능하다고 한다. 반품 배송비 부담 없이 결제금액 전액 환불을 받으며 상담을 신청하였다.

#### 처리

전자상거래법 17조 3항에 의하면 표시 내용과 다르거나 계약 내용과 다르게 이행된 경우에는 배송 받은 날로부터 3개월, 사실을 안 날로부터 30일 이내 청약에 대한 취소 요청이 가능하다. 위 사실을 판매자에게 전달하였으며 판매 당시 표시된 사이즈와 다르게 배송 되었으니 배송비 부담 없이 환불을 해줄 것을 요청하였다. 추후 소비자에게 구입가 전액 환불 받았다는 확인을 받아 상담을 종결하였다.

상담자\_최순림

#### Tip

##### 해외구매대행 사이버몰을 이용할 경우 구매안전 수칙

1. 해외구매대행 사이버몰을 이용한 구매도 주문 취소, 반품, 환불 가능합니다.
2. 반품이나 청약 철회 시 왕복 국제 운송료 등으로 부담이 매우 클 수 있습니다.
3. 반품 시, 청구 내역을 꼼꼼하게 확인해야 합니다.

4. 사이즈나 색상(특히 의류, 신발류) 선택에 신중해야 합니다.
5. 지속적인 A/S가 필요한 고가품 구입에 더욱 신중해야 합니다.
6. 무겁거나 부피가 큰 제품의 높은 국제 운임료 부담에 유의해야 합니다.
7. 환율 변동, 관세율표 개정 시 차액 정산을 요구할 수 있습니다.
8. 구매안전서비스 가입 확인과 이용은 필수입니다.

## 녹색소비자연대전국협의회

### 자동차 대여 개시 24시간 이전 해지에 따른 이용료 환불 거부 의견

#### 상담

신청인은 2021년 5월 5일(수) 제주모카를 통해 아반떼 차량에 대해 2021년 5월 12일~14일 3일간 이용료 15만원을 현금으로 지불하여 계약을 체결하였다. 청인을 포함하여 4인 이용하기로 하였으나 이용인중 1인이 코로나 19 확진자와 3차 간접 접촉자로 검사를 받은바 동사유로 이용예정일 5월 12일 오후 2시 이전 11시에 계약해지 의사를 전달하였으나 당일 취소 불가하다며 환불은 어렵고 사용자 변경은 가능하다며 양도를 권유하였다. 이용예정일 3일중 당일을 공제하고 라도 2일에 대해 환불처리 받을 수 있도록 중재 요청하다.

#### 처리

공정거래위원회에서 고시한 소비자분쟁해결기준 46. 자동차대여업 관련 보상 기준은

##### 3) 대여기간 중 계약해지로 인한 피해

- ① 소비자의 귀책사유로 인한 중도 해지 시 - 잔여기간 대여요금의 10% 공제 후 현금
- ② 사업자의 귀책사유로 인한 중도 해지 시 - 잔여기간 대여요금의 10% 가산 후 현금

으로 규정되어 있는바 상기 기준에 의한 분쟁에 대해 해결 요청  
한바 해당업체에서 1차적으로 소비자가 대체 이용자 제안에 동  
의한 이후 중재진행 사항으로 1일 이용료는 반환이 어려우며 2일  
이용료를 반환에 대해 소비자가 수용하여 중재 종결 하였다.

자동차 대여업 관련하여 피해의 대표적인 유형으로 계약 해지 시  
사업자의 일방적으로 계약에 의해 소비자에게 불리한 약관으로  
계약금이나 이용금액에 대해 반환 거절하거나 대여기간 중 사고  
발생으로 인해 차량 파손에 대한 수리비등에 대한 과대한 보상요  
구 등 다수 피해가 발생하고 있다.

상담자\_정영란

### Tip

자동차 대여 계약시 주의사항

- ▲ 자동차 대여 계약, 해지관련하여 렌트 사업자들이 정한  
약관이 소비자분쟁해결기준이나 자동차대여 표준약관  
을 사용하고 있는지 확인할 것
- ▲ 이용중 발생할 수 있는 사고발생을 대비하여 자기차량  
손해보험에 가입할 것
- ▲ 계약서에 보험처리 시 대인, 대물처리에 대해 면책금을  
소비자에게 부담한다는 조항이 있는지 확인할 것
- ▲ 차량을 인수하기 전에 차량 외관 손상 또는 기능에 이상  
이 있는지 여부를 꼼꼼히 확인한 후 이상이 있다면 계약  
서에 그 내용을 반드시 명기할 것

## 소비자시민모임

### 무료샘플 써 보라고 전화권유 후 업체 연락두절

#### 상담

소비자는(여, 성남) 최근 본인의 휴대폰으로 모르는  
번호의 전화를 받았다. 홈쇼핑으로 납품할 화장품인  
데 샘플을 보내준대며 사용해보고 평가만 해달라고  
하여 주소를 알려주었다. 이후 생각해보니 업체를 믿을 수도 없  
고 의심이 되어 걸려온 번호로 취소하려고 전화를 했지만 전화는  
연결이 되지않아 걱정되는 마음에 상담센터에 문의하였다.

#### 처리

전화권유판매의 경우 방문판매 등에 관한 법률에 따라  
계약서나 상품을 인도받은 날로부터 14일 이내, 다만  
계약서에 청약철회 등에 관한 사항이 적혀 있지 아니한  
경우에는 청약철회 등을 할 수 있음을 안 날 또는 알 수 있었던 날부  
터 14일 이내 계약철회를 요구할 수 있다. 소비자에게 해당기준과 제  
품이 배송되는 경우 수령하지 말고 수취 거절할 것을 안내하였다.

상담자\_정경우

## 소비자교육중앙회

### 모바일 세탁서비스, 동의없이 비용추가 서비스 처리해

#### 상담

소비자(여, 경기도)는 모바일 세탁서비스 앱  
(application)을 이용해 세탁 신청을 하면, 업체에서  
세탁물을 수거해서 세탁 후에 배송해주는 서비스를  
이용했다. 의류와 가방을 세탁 의뢰한 후 의류는 세탁 후 배송되  
었으나, 가방은 배송되지 않았다. 업체측은 금요일 밤 8시경 앱  
메시지로 해당 가방이 가족으로 분류되어 다른 업체에 맡겨야 하  
고 세탁비가 9만원이니 3시간 이내에 연락 달라는 내용을 보내왔  
고, 소비자는 4시간 만에 메시지를 확인해 세탁취소 요청하는 메  
시지를 보냈으나 답변이 없었다. 해당 접수일 이후 다음주 월요  
일에 상담전화 연결 안 되고 콜백 전화번호를 남겨도 처리 받지  
못해 상담을 요청했다.

#### 처리

소비자는 비용추가 세탁비가 비싸서 세탁취소를 원  
했고, 가방이 50만원 대 가격이지만 가족소재가 아  
니라고 했다. 고지내용을 보니 고가의 제품이나 명  
품은 선별하여 프리미엄 세탁 가능한 내용이 있었지만, 소비자의  
동의없이 답변시간 지정한 후 임의로 비용추가 서비스를 진행하  
는 것은 부당하다고 하였으며, 세탁업체에 취소처리를 해주도록  
요청했다. 세탁업체는 이미 다른 업체에 가방을 보내 세탁진행  
중이었으며, 처리과실을 인정하고, 기본 세탁비 5천원만 소비자  
가 부담하고 8만5천원은 감액하기로 하여 세탁 완성된 가방을 소  
비자에게 배송해주었다.

상담자\_김영란

## 한국여성소비자연합

### 해외구매대행 사이트를 통한 전자고대기 구입 환불 건

#### 상담

소비자(남, 50대 서울)는 2020년 10월에 해외구매대행 사이트를 통해 전기고대기를 구입하였다. 소비자는 사용 중 고장이 발생하여 국내 A/S센터에 요청하니 불가하다는 답변을 받았다. 이후 사설 A/S센터에 의뢰한 결과 해당 상품이 정품이 아니라는 것을 알게 되었다. 소비자는 고대기를 수리해서 사용할 방법이 없어 구매할 사이트에 문의하였으나 아직까지 확인되지 않고 있다며 배송비 없이 환불이 가능한지 문의하였다.

#### 처리

구매대행업체에 공문을 발송하여 정품여부를 확인해 줄 것과 정품인 경우 A/S 처리해줄 것을 요청한 결과, 구매대행업체 담당자는 판매자가 답변을 거부하고 있는 상태이며 판매자가 정품에 대한 증빙자료를 제출하고 있지 않아 문의 내용에 대한 확인이 불가하다고 하였다. 다만 담당자는 판매자에게 정품 증빙이 어려운 경우 판매자에게 과실이 있는 것으로 보고 소비자에게 환불을 진행한다는 부분을 고지하였다고 답변하였다. 상담사는 판매자와 연락되지 않아 피해처리가 지체될 것을 우려해 구매대행업체가 환불을 우선 처리한 후 판매자에게 제품을 회수할 수 있도록 안내하였다. 구매대행업체는 소비자에게 환불 처리는 물론 상품이 가품으로 확인될 경우 판매자에게 별도의 제재하기로 하고 상담을 완료하였다.

상담자\_조인순

## 한국소비자연맹

### 피부관리샵에 대한 계속거래 해지 요청의 건

#### 상담

소비자(여, 광주)는 2021년2월 피부관리샵을 방문하여 10회 120만원을 결제하고 피부관리를 받기로 하였다. 2회 서비스 이용 후 개인적인 사유로 해당업체에 계약해지 및 환불을 요청하였는데 회당 12만원이라고 했던 처음 애기와 다르게 정상가는 15만원이라며 30만원과 총 금액의 10%를

위약금으로 공제하고 78만원을 환불해주겠다고 한다. 계약당시 계약서에 사인은 하였으나 환불 규정에 대해 설명해 주지 않았고 계약서도 교부해주지 않았기에 정상가 차감에 대해 전혀 알지 못했다. 처음 들었던 금액으로 차감 후 환급 원한다.

#### 처리

광주소비자연맹은 해당업체에 서비스 횟수로 계약한 경우로 2회 이용금액 12만원과 총금액의 10% 위약금 공제 후 환급해줄 것을 요청하고 계약 시 계약서 교부 및 환불규정 등에 대해 소비자에게 정확하게 고지하도록 했다. 해당업체는 정상가로 계산해 소비자에게 6만원 환급처리 하는 것으로 처리되었다.

공정거래위원회 고시 소비자분쟁해결기준에 의하면 소비자의 귀책사유로 인한 계약 해지 시 개시일 이후인 경우, 소비자는 해지일까지의 이용일수에 해당하는 금액과 총 이용금액의 10% 부담하도록 하고 있다.

- \* 서비스 횟수로 계약한 경우 이용횟수에 해당하는 금액 공제 후 환급한다.
- \* 총 이용금액이란 이용자가 사업자에게 계약 시 정한 총 금액을 말하며, 계약금·월 이용료 등의 금액을 모두 포함한다. 다만, 보증금은 포함되지 않는다.

상담자\_장운숙

## 한국소비자단체협의회



### 4월 28일 '후쿠시마 방사능 오염수 방출, 소비자안전은 어떻게 지켜낼 수 있을까' 라운드테이블 개최

한국소비자단체협의회(회장 원영희)는 4월 28일 수요일 10시, 서울YWCA 4층 대강당에서 '후쿠시마 방사능 오염수 방출, 소비자 안전은 어떻게 지켜낼 수 있을까'란 주제로 라운드테이블을 개최하였다. 서균렬 명예교수(서울대 원자핵공학과)의 강의로 진행되었으며, 원영희 회장님 외 각 단체 실행위원 및 실무자(총29명)이 참석하였다. 서교수님은 오염수 방류 문제는 2년 안에 반드시 막아야 하는 시급한 문제이며, 절대적이고 단호한 접근이 필요함을 강조하였다. 또한 알랄라원칙(As Low As Reasonably Achievable)에 따라 '숫자'가 나타내는 '안전성'에 재고가 필요하다고 강조하였다. 식품의 위험성이 가장 크지만 오염도, 유제품, 분유, 화장품, 맥주 등 훨씬 더 많은 소비품목들이 영향을 받게 된다면 정부의 단호한 조치와 시민단체의 지속적인 관심을 당부하였다.

## 녹색소비자연대전국협의회



### 4월 22일 원데이캠페인 발대식 진행

녹색소비자연대전국협의회는 4월22일 11:00 지구의 날을 맞아 서울시민청 지하2층 태평홀에서 원데이캠페인 발대식을 진행했다. 원데이캠페인은 '지구는 불타고 있다'를 슬로건으로 3無(No plastic, No car, No beef)를 매월 30일 실천하는 캠페인이다. 이는 지구 환경을 위협하는 세 가지로부터 지구를 지키고자 하는 상징적인 의미를 갖고 있다. 녹색소비자연대의 공동대표, 이사, 지역 녹색소비자연대 회원, 대학생 회원들이 참여하여 3無 캠페인 서약과 함께 불타는 지구가 시민들의 녹색소비 실천으로 진화되는 비대면 퍼포먼스를 진행했다. 녹색소비자연대전국협의회는 원데이캠페인을 통해 전국의 녹색소비자연대 회원들뿐만 아니라 일반 시민들도 쉽게 녹색소비실천에 참여할 수 있도록 유도하고, 이러한 적정소비 실천 문화가 전국적으로 퍼져나갈 수 있도록 지속적으로 노력할 예정이다. 또한 Earthday 네트워크에 활동 보고서를 보내 지구 환경을 지키는 동참을 시작으로 원데이캠페인이 글로벌액션으로 발전할 수 있도록 할 것이다.

## 한국부인회총본부



### 4월 29일 홈플러스, 한국식품안전관리인증원과 함께 "소비자 대상 HACCP 바로알기" 협약식 체결

(사)한국부인회총본부(회장 남인숙)는 4월 29일(목) 한국부인회총본부 교육장에서 올해 제20회 식품안전의 날(5월 14일)을 맞이하여 홈플러스(주)(대표이사 연태준), 한국식품안전관리인증원(원장 조기원)과 함께 식품안전 문화 정착을 위한 HACCP 홍보 캠페인을 공동으로 추진하기 위한 업무협약(MOU)을 체결하였다.

이날 (사)한국부인회총본부 남인숙 회장은 “이번 MOU를 통해서 식품과 축산물의 원료관리에서부터 제조, 유통까지 위해물질이 섞이거나 오염되지 않도록 각 과정의 위해요소를 평가해 중점 관리하는 사전예방적인 안전관리시스템인 HACCP제도에 대한 소비자의 인지도를 높이고, 소비자 스스로가 식품을 구매할 때 HACCP를 확인하는 것을 실천토록 유도함으로써 궁극적으로 식품업체의 HACCP 인증 활성화가 기대된다.”고 하였다. 이번 업무협약(MOU)를 통하여 한국부인회 전국 소비자운동가들 중심으로 식품안전주간인 5월 7일 ~ 5월 21일 사이에 서울을 포함한 전국 10개 시·도(부산, 광주, 대구, 인천, 세종&충청, 경기, 전남, 전북, 경남) 지역의 홈플러스 매장에서 38회 “소비자 HACCP 바로알기” 홍보·캠페인을 추진한다. 이번 업무협약과 HACCP 홍보·캠페인은 HACCP 인증기관인 정부와 유통업체인 홈플러스 기업 그리고 민간소비자단체인 한국부인회총본부가 ‘HACCP 바로알기 홍보’에 함께 한다는 것에 의미가 있다. 앞으로 소비자들이 식품 구입 시 HACCP 인증 제품 구입을 할 수 있도록 유도하여 범국민적 식품안전 실천문화 확산에 함께 기여하고자 한다.

## 소비자공익네트워크

### ‘남양유업 발효음료’ 성명서 발표

(사)소비자공익네트워크(회장 김연화)는 남양유업 발효음료 사태에 대해 소비자 입장을 대변하여 지난 4월 29일 성명서를 발표했다. 남양유업은 지난달 13일 한국과학기술연구원 주관으로 학술 토론회를 열고 불가리스가 코로나에 대한 항바이러스 효과가 있다는 사실을 확인했다고 검증되지 않은 결과를 발표해 제품 품질 및 추가 폭등 등의 물의를 빚었다. 성명서 발표 이후 남양유업은 대표이사가 대국민 사과를 하고 사의를 표명하였다. 하단은 성명서 전문이다.

#### 〈성명서 전문〉

최근 남양유업의 불가리아 요구르트 사태를 보면서 소비자들은 분노를 금할 수가 없다. 코로나 예방을 빙자한 발효음료·불가리스가 삽시간에 품질되고 심지어 주식까지 폭등하는 어처구니없는 사태로 번지고 있다. 늦었지만 식품의약품안전처가 남양유업을 식품표시광고법 위반이라고 판단하고, 영업정지 2개월의 행정처

분과 형사 고발을 한 것에 대해 진심으로 칭찬의 박수를 보낸다. 남양유업은 앞으로 반드시 잘못에 대한 처벌을 받고, 진심으로 소비자에게 사죄하기를 촉구한다. 그동안 기업의 사회적 책임의 일환으로 투명하고 윤리성을 확보하기 위해 모든 기업들이 노력해 왔다. 이에 소비자들도 노력하는 기업에게는 제품 구매를 통해 화답하고, 반대로 진심이 없이 이미지 각인에만 노력하는 기업에게는 “흔내주기식 불매운동” 등으로 엄격하게 차별화하는 방식으로 변화했다.

이런 가운데 최근 ESG 경영(Environment, Social, Governance)의 중요성이 부각되고 있고, 기업의 사회적 책임이 더욱 중시되고 있다. 그러나 남양유업은 이런 사회적 분위기에 찬물을 끼얹고, 소비자를 기만하는 내용으로 코로나로 전 세계가 신음하고 국민들의 기대가 큰 것을 악용하는 과대광고를 진행했는 바, 소비자들은 또 한 번 실망을 금치 않을 수 없었다.

지금 소비자가 원하는 것은 진실된 기업의 모습이다. 바른 기업, 바른 경영철학이 소비자에게는 “BUYCOTT”로 이어진다. 작금의 남양유업의 행위는 결코 용납될 수 없는 시대에 뒤떨어진 경영철학의 표상이며, 이에 소비자는 축적된 분노로 남양유업의 모든 제품에 대한 불매운동을 전개할 것을 선언한다.

### 4월 22일 단체 월례회의 실시

소비자공익네트워크(회장 김연화)는 지난 4월 22일 비대면으로 4월 월례회의를 개최하였다. 이날 월례회의는 코로나19로 인해 비대면(zoom)으로 진행되었으며, 전국 8개 지부가 참석하였다. 회의 안건으로는 지부 현안 공유 및 1372상담전화 관리 등에 대해 협의하였다. 한편 소비자공익네트워크는 새롭게 추진주 간사가 입사하여 활동 중이다. 다음 월례회의는 5월에 진행될 예정이다.

## 소비자시민모임

### 「제24회 올해의 에너지위너상」공모

소비자시민모임(회장 백대용)은 4월 22일(목) 오후 4시 달개피 컨퍼런스 하우스에서 「제24회 올해의 에너지위너상」공모를 위한 심사부문 및 심사기준 검토 회의를 개최하고 2020년 5월 10일부터 21일까지 공모

신청을 진행한다. 소비자시민모임이 개최하는 올해의 에너지위너상은 1997년부터 고효율 및 친환경 제품 소비 확산을 위해 에너지절약 효과, 환경성이 우수한 제품 및 업체(기관) 등을 선정하여 에너지 효율화를 통한 에너지절약 및 기후변화에 대응하는 우수 제품을 생산하도록 기업을 독려하고, 소비자가 에너지위너 제품을 소비함으로써 기후변화에 대응하는 에너지 절약 소비를 유도하고 있다. 제24회 올해의 에너지위너상은 6월 전문 위원회 심사를 통해 7월 중 올해의 에너지위너상 선정 제품을 발표할 예정이다.

## 소비자교육중앙회



### 5월 19일 소비자가 찾아가는 정보 전시회 개최

소비자교육중앙회 대전광역시지부에서는 소비자에게 유익한 정보 전달을 위해 매년 4~5회 '소비자에게 찾아가는 정보전시회'를 개최하고 있으며, 5월 19일(수) 도솔 생태숲 등산로 입구에서 올해 첫 전시회를 열었다. 이번 전시회는 코로나19 대응시기 및 보이스피싱 예방 안내와 건강기능 식품의 올바른 이해, 안마의자 구매 관련 소비자 피해 사례 등 소비자라면 한 번쯤 꼭 체크해야 할 유익한 소비 정보를 담은 총 15점의 판넬을 준비해 전시하며 홍보 리플릿과 마스크를 무상으로 배부했다.

## 한국여성소비자연합



## 온라인 zoom을 통한 제로 웨이스트(Zero Waste) 교육 진행

(사)한국여성소비자연합에서는 2021년 5월 20일(목) 오후 4시 온라인 zoom을 통해 소비자 대상 환경교육을 진행하였다. 서울시 비영리민간단체 공익활동 지원사업의 일환으로 진행된 환경교육은 소비자 33명이 참여한 가운데 (사)자연순환사회로가는길 김정지현 상임이사의 강의로 1시간동안 진행되었다. "쓰레기 없는 녹색소비"라는 제목으로 진행된 강의 내용은 '플라스틱 사용의 문제점, 미세플라스틱이 우리에게 주는 문제와 우리 생활 속에서 쓰레기를 줄이는 방법'으로 구성되었다. 강의에 참여한 소비자들은 쓰레기 문제에 대해 공감하고 생활 속에서 쓰레기를 줄이겠다고 다짐하면서 강의를 마무리 하였다.

※ 한국여성소비자연합은 장학생 모집 및 선발을 진행 중입니다. 장학재단을 통해 소비자 전공학생을 비롯한 대학생 4명을 선발하여 각 300만원씩 총 1,200만원을 지급할 예정입니다.

## 한국소비자교육원



### 5월 12일 초등학생 생태하천 모니터링단 발대식 개최

한국소비자교육원 대전지부에서는 5월 12일(수) 평송청소년문화센터 다목적실에서 생태하천(유동천) 모니터링단 발대식을 가졌다. 모니터링단은 대전지역 8개 초등학교 10개 팀으로 학생 35명 및 지도교사 8명으로 구성돼 유동천 생태계 주변 생물 및 수질 등을 관찰 조사하고 이를 바탕으로 하천 생태지도를 작성하며, 수질 보전 등 환경 보호를 위한 감시활동을 전개한다.

이에 모니터링단은 모든 구성원들과 함께하는 실천운동을 통해 훼손된 하천 생태계를 원래의 건강한 하천으로 회복시켜 나가는 데 앞장 설 것을 다짐하였다.

## 한국YWCA연합회



### 가사근로자의 고용개선 등에 관한 법률안,

#### 국회 본회의 통과

가사근로자가 법적 근로자로 인정받게 됐다. 68년만이다. 고용노동부는 국회 본회의에서 '가사근로자의 고용개선 등에 관한 법률'(가사근로자법) 제정안이 의결됐다고 21일 밝혔다. 가사서비스를 제공하는 기관과 이용자 간 서면으로 계약 체결이 가능해지고 정부가 가사서비스 제공기관의 서비스 책임성, 신뢰도, 품질 인증 제도를 도입하는 내용이 포함됐다. 가사근로자의 이용자 선택권을 위해 기존 직업소개 방식의 서비스 제공은 계속 허용토록 했다. 근로기준법은 1953년 제정됐다. 보호 대상에는 가정 내 청소, 돌봄 등 서비스를 제공하는 가사근로자가 제외됐다. 이에 한국가사노동자협회, 한국YWCA연합회 등 가사관련 및 연대 단체들은 수차례 기자회견 등을 통해 가사근로자법 제정 및 노동권 보장을 촉구했다. 50~60대에 자신의 얼굴을 드러내고 법 제정 촉구에 나선 근로자들은 이제 60~70대가 됐다. 이번 국회 본회의 통과로 가사근로자는 4대 보험, 연차휴가, 퇴직금 등을 보장받을 수 있게 된다. 법은 공포 후 1년 뒤 시행예정이다. 근로기준법 적용 등에 따른 요금 인상 가능성 우려에 대해 정부는 지원방안을 마련한다는 방침이다. 5월 21일 오후 2시 한국YWCA연합회와 산하 52개 지역 YWCA를 비롯한 한국가사노동자협회와 15개 회원단체, 한국여성노동자회와 11개 회원단체, 전국가정관리사협회와 8개 회원단체가 국회 앞에서 통과 환영 논평 기자회견을 열었다. 한국YWCA는 논평을 통해 “한국 노동자의 역사가 새로 쓰이는 날이다. 중요한 노동임에도 불구하고 밖에서 보이지 않는, 가정에서 일한다는 이유로 노동보호에서 배제되어 온 지 68년. 개인 가구를 사용자로 볼 수도 없고 직업소개소를 사용자로 볼 수도 없어 방치된 채 흘러 온 68년. 이제 요건을 갖춘 기업은 '제공기관'으로 등록을 하고 노동자를 고용할 수 있게 됐고, 고용을 원하는 사람들은 '노동자'라는 당연한 이름을 얻을 수 있게 됐다”고 말했다.

## 한국소비자연맹



### 온라인 맞춤형 광고와 알고리즘 규제 토론회 개최

한국소비자연맹(회장 강정화)는 공정거래위원회가 입법예고한 '전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률' 개정안의 주요내용 중 하나인 온라인 맞춤형 광고를 진단하기 위해 5월 3일(월) 오후 2시 서울시청 시민청 바스락홀에서 토론회를 개최했다. 이날 토론회는 한국소비자연맹과 서울대학교 경쟁법센터, 개인정보보호법학회가 공동주최했다.

토론회는 이봉의 센터장(서울대 경쟁법센터)이 좌장을 맡아 진행했고 발제는 최경진 교수(가천대 법과대학)가 '온라인 맞춤형 광고:글로벌 규제동향과 바람직한 개인정보 규제', 황태희 교수(성신여대 지식산업법학과)가 '온라인 맞춤형 광고와 표시광고 규제', 나종연 교수(서울대 소비자학과)가 '이용자 관점에서의 온라인 맞춤형 광고 규제:개인정보의 활용과 소비자 프라이버시 보호의 조화'를 주제로 각각 발표를 진행했다. 이어진 토론에는 강태욱 변호사(법무법인 태평양), 최세정 교수(고려대 미디어학부), 이진규 이사(네이버), 김직동 과장(개인정보보호위원회 신기술개인정보과), 문종숙 과장(공정거래위원회 소비자안전정보과), 정지연 사무총장(한국소비자연맹)이 토론자로 참여해 다양한 관점의 논의가 진행되었다.

한국소비자연맹은 향후 온라인 맞춤형 광고와 AI 알고리즘으로 인한 개인정보 보호 이슈가 소비자 관점에서 논의될 수 있도록 지속적인 활동을 전개할 예정이다.

# 소비자상담센터: 전국 어디서나



## 전국 소비자단체 전화번호

### 서울특별시(02)

녹색소비자연대	3273-4998
소비자공익네트워크	325-3300
소비자교육중앙회	2273-2485, 6300
소비자시민모임	739-5441, 5530
소비자시민모임 서울지부	454-3243
한국소비자 교육원	577-9977
한국소비자연맹	795-1042
한국여성소비자연합	752-4228
한국부인회총본부	322-1378, 332-1372
한국YMCA전국연맹	754-7891
YWCA	3705-6060-1

### 부산광역시(051)

녹색소비자연대	442-1376
소비자공익네트워크	852-0007
소비자교육중앙회	469-9898
소비자연맹	806-6699
여성소비자연합	802-8686
한국부인회	469-1371, 441-1371
YMCA	440-3355
YWCA	441-2221-5

### 대구광역시(053)

소비자교육중앙회	424-7262
소비자연맹	650-7041
YMCA	255-0218
YWCA	652-0070
한국부인회	743-1376

### 인천광역시(032)

녹색소비자연대	421-6112
소비자공익네트워크	504-1372
소비자연맹	434-4123~4

### 광주광역시(062)

소비자 교육중앙회	232-0642
소비자시민모임	526-9898
소비자연맹	385-5060-1
여성소비자연합	381-1372

### 대전광역시(042)

소비자공익네트워크	482-7002
소비자교육중앙회	535-4480-2
소비자시민모임	222-4999
소비자연맹	863-9982~3
YMCA	472-3399
YWCA	254-3035

### 울산광역시(052)

소비자공익네트워크	260-0032
소비자교육중앙회	245-4376
YMCA	289-8570

### 경기도(031)

고양	녹색소비자연대	911-6641
	소비자교육중앙회	965-5858
	소비자시민모임	974-1316
	여성소비자연합	919-6080
김포	소비자시민모임	996-9898
부천	한국부인회	070-8820-1372 (032)674-9898

성남	녹색소비자연대	704-7563
	소비자시민모임	755-5331
	YWCA	709-9855

수원	녹색소비자연대	247-7102
	소비자교육중앙회	246-4848
	여성소비자연합	248-0661

안산	녹색소비자연대	485-1199
	소비자시민모임	484-3788
	여성소비자연합	411-9898

	YMCA	410-3570
안양	한국부인회	383-0356
	YWCA	455-2700

오산	소비자교육중앙회	375-9898
용인	YMCA	265-7676
의정부	녹색소비자연대	855-2463

	소비자공익네트워크	837-1372
이천	소비자교육중앙회	637-9898
파주	여성소비자연합	944-4920

하남	소비자교육중앙회	793-8808
	여성소비자연합	793-8902
화성	여성소비자연합	366-0708

### 강원도(033)

강릉	여성소비자연합	645-9098
동해	YWCA	532-6070
속초	YWCA	635-3523
원주	소비자시민모임	748-3277
춘천	소비자연맹	242-9898

### 충청북도(043)

제천	여성소비자연합	642-9898
청주	녹색소비자연대	221-7877
	소비자교육중앙회	252-6740
	여성소비자연합	252-9898

충주	소비자교육중앙회	851-5858
	여성소비자연합	852-9898

### 충청남도(041)

공주	소비자교육중앙회	854-9898
금산	여성소비자연합	753-9898
논산	소비자교육중앙회	736-9898

당진	여성소비자연합	352-9898
보령	소비자교육중앙회	935-9898

부여	소비자교육중앙회	836-9898
서산	소비자교육중앙회	664-9898
아산	여성소비자연합	541-9898
예산	소비자교육중앙회	335-3456
천안	소비자공익네트워크	553-1372
	소비자교육중앙회	556-9898
	소비자시민모임	553-8399

### 전라북도(063)

고창	여성소비자연합	564-3131
군산	여성소비자연합	442-2038
	소비자교육중앙회	462-7778

김제	여성소비자연합	548-9898
남원	YWCA	626-3626
무주	여성소비자연합	324-9898

부안	여성소비자연합	584-0500
순창	여성소비자연합	652-4848
완주	여성소비자연합	261-9898

익산	여성소비자연합	853-1941
임실	여성소비자연합	643-9898
장수	여성소비자연합	351-9898

전주	소비자교육중앙회	272-4400
	여성소비자연합	282-9898
정읍	여성소비자연합	533-3368

진안	여성소비자연합	432-1222
----	---------	----------

### 전라남도(061)

나주	소비자교육중앙회	333-9898
목포	소비자연맹	274-9961-2
순천	한국부인회	745-9898
여수	한국부인회	682-9898
	YMCA	642-0001

### 경상북도(054)

경산	소비자공익네트워크	(053)851-5858
경주	YMCA	743-1004
구미	소비자교육중앙회	453-9898
포항	녹색소비자연대	253-2227

### 경상남도(055)

김해	YMCA	328-3303
	YWCA	332-6000

마산	YMCA	251-4837
양산	여성소비자연합	382-0587
	YWCA	367-1144

진주	YWCA	755-3463
진해	YWCA	542-0020
창원	소비자교육중앙회	244-9898
	YMCA	266-8680

### 제주도(064)

제주	녹색소비자연대	723-7818
	소비자교육중앙회	743-8057
	한국부인회	713-1372

(단체명 기재 순서: 가나다 순임)