

지방 소비자행정에서의 한국소비자원의 역할

김정호(한국소비자원 대전본부장)

I. 서론

정부기관의 세종시 이전과 공공기관의 지역별 분산 배치 정책으로 수도권 중심의 행정에서 지방으로의 분권이 점차 가속화 되고 있다. 이러한 정책은 지역의 균형 발전을 이룰 수 있는 기회이며, 그 동안 상대적으로 소외되었던 지방에 더 많은 정책적 수혜를 제공하는 계기가 되고 있다.

우리나라는 1995년 지방행정을 그 지역 주민의 힘으로 운영하는 지방자치제도가 본격 도입 시행되었고, 이는 지역주민의 권리 행사와 지방의 발전을 도모하는 전환점이 되었다. 그러나 아직도 지방 재정, 인프라, 전문화 등의 제약으로 지역 주민의 기대에 미치지 못하는 부분도 많이 있다.

지방자치제도의 시행은 지역 소비자문제를 해결하기 위한 지방 소비자행정에도 적지 않은 영향을 미쳤다. 대전광역시에서는 전국 최초로 1996. 4. 15. 소비자조례를 제정하고 지자체 차원에서 지역 소비자권익 증진을 위한 노력을 대외적으로 알렸다. 이어서 경상남도 등 다른 지자체도 소비자조례를 제정·시행하기 시작했으며, 지역 소비자문제의 해결을 위하여 광주광역시를 시발로 소비생활센터를 설치하고 지방 소비자행정을 적극적으로 펼치게 되었다. 지방 자체 단체의 소비자행정은 주민의 복지증진과 긴밀한 연관이 있는 고유 사무인 만큼 소비자조례의 제정 시행, 소비생활센터의 개설·운영은 지자체의 소비자업무에 대한 관심을 높이고 지방 소비자행정이 발전하는 계기가 되었다. 소비자행정 주무 부처인 공정거래위원회에서는 2010. 6. 광역 지자체에 표준 소비자조례(안)를 만들어 보급했다. 표준 소비자조례(안)에는 소비자안전, 계약·거래의 적정화, 소비자정보 제공 등의 내용을 담고 있다.

우리나라의 소비자업무는 민간 소비자단체의 활동을 시작으로 1987년도 한국소비자보호원이 개원하면서 본격화 되었다. 한국소비자원은 소비자문제에 대한 정책 연구, 시장에서의 소비자 불평등 해소를 위한 거래개선 활동, 물품에 대한 시험검사, 소비자의 안전할 권리 확보, 소비자정보 제공 및 교육 등 다양한 분야에서 활동을 해 오고 있다. 그러나 한국소비자원은 서울에만 본원을 두고 활동해 왔으며, 지방 소비자행정 지원을 위하여 지방의 소비생활센터에 직원을 파견하거나 지방의 소비자분쟁 처리를 위하여 공정거래위원회 지방 사무소에 직원을 파견하는 형태로 지방 소비자 권익 증진을 위한 업무를 추진해 왔다. 공공기관의 지방 이전 정부 정책에 따라 한국소비자원은 충북 음성군으로 이전이 계획되어 있으며, 이를 계기로 지역별 소비자권익 증진을 위한 주요 대도시 거점의 지방 사무소 설치의 자연스러운 현상이 되었다. 늦은 감이 있지만 지방 소비자권익 증진과 지방 소비자행정의 지원을 위하여 지역별 한국소비자원 사무소의 설치의 바람직한 현상이라고 볼 수 있다. 한국소비자원은 공정거래위원회의 승인을 받아 금년 2월부터 부산, 대전, 광주지역에 사무실을 개설하고 해당

지역 소비자문제 해결을 위한 분쟁조정, 피해구제, 시장감시를 통한 거래 개선 업무 등을 시작하였다. 본 연구에서는 한국소비자원이 지방에서 소비자와 지자체 그리고 소비자단체를 위하여 어떠한 역할을 해야 하는지에 대하여 지자체 및 소비자단체의 요구도를 살펴보고 향후 한국소비자원이 지향해야 할 역할을 모색하는 데 목적을 두었다.

II. 한국소비자원의 지방 소비자권의 증진을 위한 지원

1. 한국소비자원의 기능과 역할

한국소비자원은 1987. 7. 1. 개원 이래 소비자기본법에 제4조에 따른 소비자의 기본적 권리 실현을 위한 다양한 사업을 추진하고 있다. 한국소비자원의 주된 역할 및 기능은 소비자기본법 제35조에 명시된 ①소비자의 권익과 관련된 제도와 정책의 연구 및 건의 ②소비자의 권익증진을 위하여 필요한 경우 물품 등의 규격·품질·안전성·환경성에 관한 시험·검사 및 가격 등을 포함한 거래조건이나 거래방법에 대한 조사·분석 ③소비자의 권익증진·안전 및 소비생활의 향상을 위한 정보의 수집·제공 및 국제협력 ④소비자의 권익증진·안전 및 능력개발과 관련된 교육·홍보 및 방충사업 ⑤소비자의 불만처리 및 피해구제 ⑥소비자의 권익증진 및 소비생활의 합리화를 위한 종합적인 조사·연구 ⑦국가 또는 지방자치단체가 소비자의 권익증진과 관련하여 의뢰한 조사 등의 업무 ⑧그 밖에 소비자의 권익증진 및 안전에 관한 업무 등이다.

2. 그 동안 지방 소비자권의 증진을 위한 추진 업무

가. 지방 소비자문제 제기

1990년대 이후 사회, 경제 환경의 여건 변화와 삶의 질 추구에 대한 소비자들의 의식수준 향상으로 소비자문제의 중요성에 대한 인식이 확산되고, 지방화 시대의 도래로 각 지방자치단체의 소비자문제에 대한 관심이 고조되었다. 한국소비자원 이용자 대부분이 수도권 소비자로 파악됨에 따라 수도권에 비해 상대적으로 소외된 지방소비자의 적극적인 보호 방안 마련이 필요하였다. 매년 국정감사 수감 시 한국소비자원 업무의 수도권 편중과 지방 소비자보호 방안을 강구할 것을 요청받았다. 특히 소비자 관련법에 소비자 관련 업무의 많은 부분이 지방자치단체로 위임되어 있으나 지방 소비자들의 증대되는 욕구에 효율적으로 대처할 만큼 지방자치단체의 인력과 예산, 전문성이 충분하지 못하여 소비자의 요구를 충족시키지 못하고 있는 실정이었다. 조사에 의하면 소비자업무를 담당한지 6개월 미만인 공무원은 28.5%, 1년 미만인 공무원까지 포함하면 57.5%로, 전문성과 업무의 숙련도를 요하는 소비자분야에 대한 담당업무를 맡아 담당할 기간이 너무 짧아 업무 처리에 문제가 많은 것으로 지적 할 수 있다.(백병성, 2001) 실제로 필자가 있던 지역에 2년 동안 소비자담당 사무관이 3번 교체되는 것을 확인하였다. 지방소비자 행정의 추진을 위한 전문인력의 취약성을 인정하면서 대전·광

주·충남·제주 등 일부 지방자치단체에서 우리 원에 지방조직 설치를 요청하기도 하였다. 이에 따라 지방 소비자의 불만과 피해에 대한 신속하고 공정한 처리로 공공서비스에 대한 신뢰도를 높이고, 지방자치단체와 소비자단체의 유기적인 업무추진으로 지방 소비자보호 기반을 확충하기 위하여 지방자치단체별로 소비자보호 전담기구를 설치·운영토록 지원하게 되었다.

나. 지방 소비자행정 지원

정부는 2000. 4. 지방소비자행정 담당관 회의를 통하여 지방자치단체에 “소비생활센터” 설치를 추진하고 지방소비자 보호를 강화키로 하였다. 또한 지방소비자의 권익을 보호하고, 공공서비스에 대한 신뢰도를 높이기 위해 한국소비자원과 지방자치단체간의 전략적 제휴를 통해 지방 소비자가 보호받을 수 있는 방안을 강구하게 되었다. 이를 위한 첫 단계로 한국소비자원은 2001. 11. 20. 광주광역시 “소비생활센터” 개소에 맞추어 직원 2명을 파견하였다. 소비생활센터는 공무원 2명, 한국소비자원 파견 직원 2명, 소비자단체 직원 등 6명으로 구성하여 운영하였다. 소비자원의 파견 직원은 소비자 상담 및 피해구제 업무, 해당지역의 분쟁 조정지원, 소비자교육 등의 업무를 담당하였다. 한국소비자원은 광주를 필두로 부산, 대구, 대전광역시 및 전국의 각 도에 2005. 12.까지 총 25명의 직원을 파견하여 해당 지역의 각종 소비자문제 해결을 위한 지방 소비자행정을 지원하였다. 지역적 특성을 고려한 각종 조사와 정보제공으로 소비자문제 처리에 대한 지역 간 불평등을 해소하고 지방 소비자의 권리 의식을 높이는데 기여하였다.

지방 소비자행정 지원을 위하여 2005. 1. 지방소비자 지원 전담조직인 대외지원팀을 신설·운영하여 지방 소비자행정의 활성화를 위한 지방 소비생활센터의 전문성 보완과 상호 협력 체계 구축 등을 위하여 노력하였다. 2005년부터 매년 재정경제부와 함께 실시한 지방 소비자행정 평가는 지방자치단체의 소비자행정에 대한 관심 제고와 업무 전문화를 유도하는데 크게 기여하였다. 그 외에도 한국소비자원은 지방 소비생활센터 워크숍 개최·지방 소비자행정 담당자 해외연수·‘지역별 소비자상담 동향 및 사례 분석집’ 발간, 지방 소비생활센터용 ‘소비넷’ 프로그램 개발과 보급, 소비자상담·피해구제 관련 정보를 제공하기 위한 HOT-LINE 운영, 담당공무원의 업무 능력 향상을 위한 소비자법령 연수를 비롯한 강사지원·각종 리플릿과 교육자료 지원 등을 통한 소비자교육 지원 등 지방 소비자행정의 정착과 활성화를 위하여 다양한 지원을 하였다.(한국소비자원 20년 실적집)

소비자정책 주관부처가 재정경제부에서 공정거래위원회로 변경된 이후인 2008년도부터는 공정거래위원회 지방사무소가 설치되어 있는 부산, 대구, 광주, 대전지역에 직원 2명을 파견하여 해당 지역의 소비자불만에 대한 처리 및 분쟁조정, 소비자교육 등을 추진하였다. 2010년도부터는 부산, 대전 지역 등에서 지자체, 소비자단체 등과 협력하여 지방에서는 개최하지 않았던 국제 공동세미나를 열어 지방에서 국제간에 소비자문제를 이슈화하고 공유하는 등의 시너지 효과를 창출하였다.

다. 독립적인 지방 소비자 업무의 추진

본격적인 지방소비자 권익 증진을 위한 시책의 일환으로 한국소비자원은 2011년 공정거래위원회 부산 지방사무소에 파견된 2명의 직원 외에 2명을 추가로 배치하고 T/F형태로 독립된 사무실을 얻어 부산센터를 설치하였다. 부산센터는 지역 소비자문제에 대한 활발한 문제 제기 및 해결 방안 제시를 통하여 지방에서의 소비자행정 활성화를 위한 가능성을 제시하였다. 소비자분쟁조정위원회를 통한 지역 소비자문제 해결, 해당 지역 소비자불만 분석을 통한 지역 밀착형 시장 감시 활동 및 문제점에 대한 조사, 소비자정보 전시회 후원 등 소비자단체·학계와의 협력, 지자체와의 공동으로 현안 소비자문제에 대한 세미나 개최, 노인·청소년·새터민 등 다양한 소비자층을 대상으로 한 교육, 지역 언론에 대한 보도자료 제공 및 고정 방송 출연을 통한 정보제공 등 지역 소비자 권익 증진을 위한 활발한 활동을 펼쳤다.

2012. 1. 25. 한국소비자원은 소비자기본법 제33조 3항에 근거하여 공정거래위원회의 승인을 받아 정식으로 부산광역시, 광주광역시, 대전광역시에 지방본부를 설치하였다. 향후 대구광역시, 강원도 등 다른 지역에도 지방본부를 설치할 계획이다. 이로써 지방에서 한국소비자원의 업무 추진으로 지방 소비자보호와 소비자권익 향상 등 소비자후생 증진에 많은 기여를 하게 될 것으로 기대된다.

Ⅲ. 한국소비자원 지역본부 역할

1. 대전·충청지역의 지방자치단체 및 소비자단체 설문조사 실시

(가) 개요

한국소비자원의 지역본부 설치와 관련하여 대전·충청지역의 광역·기초지방자치단체와 소비자단체를 대상으로 지역 소비자활동, 소비자 관련 기관의 활동에 대한 주관적 평가, 한국소비자원의 지역에서의 활동 등에 대하여 설문 조사를 실시하였다. 설문조사는 조사대상 전수 조사를 원칙으로 하고 사전에 조사대상 기관의 담당자에게 유선으로 조사 협조를 요청하고 이메일로 설문지를 전송 후 이메일이나 팩스로 회수하는 방법을 이용하였다. 조사기간은 2011. 3. 12.~3. 21.이며, 설문에 응한 기관은 지자체 24곳과 소비자단체 29곳 등 모두 53개 기관이었다.

(나) 설문 조사 결과

1) 지역 소비자문제 해결을 위한 활동

대전·충청지역의 광역·기초지방자치단체와 소비자단체 담당자를 대상으로 지역에서 소비자 문제 해결과 관련하여 질문한 결과, 가장 보람스러웠던 활동(52개 기관 응답)으로는 '피해구제가 잘되어 소비자가 만족 시'가 51.9%로 가장 높았으며, 다음으로는 '상담으로 소비자가 만족 시' 19.2%, '소비자교육으로 소비자 만족 시'가 17.3% 순으로 나타났다. 이는 지방의 소비자단체 등이 소비자 상담·피해구제 및 소비자교육 중심으로 업무가 추진되고 있기 때문으로 해석된다.

또, 조사 대상기관(53개 기관)이 소비자문제 해결과 관련하여 가장 어려움을 느끼는 상황에 대하여 질의한 결과, '업무에 필요한 전문지식 부족'이 28.3%로 가장 높았으며, '사업자가 비협조적일 때'가 24.5%, '업무상 경비 부족'과 '적절한 인력 부족'이 각 18.9% 순이었다. 같은 질문에 대하여 지자체(24개 기관 응답)는 '업무에 필요한 전문지식 부족'이 37.5%로 가장 높았고, '적절한 인력부족'이 25% 등의 순으로 응답한 반면, 소비자단체(29개 기관 응답)는 '사업자가 비협조적일 때'가 31%로 가장 높았으며, 다음은 '업무상 경비 부족'이 27.6%, '업무에 필요한 전문지식 부족' 20.7%의 순으로 응답하였다.

지역소비자 문제 중 해결이 가장 안 되는 분야에 대한 복수 응답 질문에서는 의료·의약, 금융·보험, 디지털·정보통신, 의류·세탁, 일반 공산품, 식품 등의 순으로 답했으며, 처리가 어렵다고 생각하는 이유는 '전문지식 부족', '사업자의 협조 부족', '소비자 협조 부족'을 들었다. 소비자문제의 해결이 상대적으로 잘 되는 분야로는 일반 공산품, 교육·문화서비스, 디지털·정보통신분야의 순으로 대답하였다.

지자체와 소비자단체가 속한 지역에 대한 소비자권의 수준은 어떻다고 생각하는가에 대한 질문(53개 기관 응답)에는 '보통이다'가 58.5%로 가장 많았고, '높은 편이다' 37.7%, '낮은 편이다' 3.8%로 응답하였다.

2) 소비자보호 기관의 활동에 대한 평가

대전·충청지역의 광역·기초지방자치단체와 소비자단체 담당자를 대상으로 우리나라 소비자보호 기관의 활동에 대하여 어떻게 평가하는지를 질문(53개 기관 응답)한 결과, 공정거래위원회 등 중앙행정기관에 대하여는 '그저 그렇다'가 39.6%로 가장 높았고, '잘 한다' 35.8%였으며, 한국소비자원에 대하여는 '잘 한다'가 50.9% 가장 높았고, '그저 그렇다'가 24.5%로 나타났다. 소비자단체협의회와 각 소비자단체 전국본부에 대하여는 각각 '잘 한다'가 54.7%로 가장 높았고, '그저 그렇다'가 30.2%로 나타났다.

우리나라 소비자보호 기관에 대한 평가

기관별	계(53개 기관)			
	잘 한다	그저 그렇다	잘 못한다	잘 모르겠다
중앙행정기관(예:공정거래위원회)	19(35.8)	21(39.6)	3(5.7)	10(18.9)
한국소비자원	27(50.9)	13(24.5)	2(3.8)	11(20.8)
소비자단체협의회	29(54.7)	16(30.2)	1(1.9)	7(13.2)
각 소비자단체 전국본부	29(54.7)	16(30.2)	-	8(15.1)

소비자단체는 공정거래위원회 등 중앙행정기관에 대하여 '그저 그렇다'가 37.9%로 가장 높았고, '잘 한다' 응답은 34.4%였다. 소비자단체가 '잘 한다' 고 응답한 비율을 기관별로 보면, 한국소비자원 51.7%, 소비자단체협의회 65.5%, 각 소비자단체 전국본부 69%로 나타났다. 지자체는 중앙행정기관에 대하여 '그저 그렇다'가 41.6%로 가장 높았고, '잘 한다' 응답은 37.5%였으며, 한국소비자원에 대하여 50%가 '잘 한다', '그저 그렇다'가 29.1%였다. 소비자단체협의회와 각 소비자단체 전국본부에 대하여는 '그저 그렇다'가 각각 45.8%로 가장 높았고, '잘 한다'는 각각 41.6%, 37.5%로 나타났다.

우리나라 소비자보호 기관에 대한 평가(소비자단체, 지자체별)

기관별	소비자단체(29)				지자체(24)			
	잘 한다	그저 그렇다	잘 못한다	모르겠다	잘 한다	그저 그렇다	잘 못한다	모르겠다
중앙행정기관 (예:공정거래위원회)	10(34.4)	11(37.9)	2((6.9)	6(20.7)	9(37.5)	10(41.6)	1(4.2)	4(16.7)
한국소비자원	15(51.7)	6(20.7)	1(3.4)	7(24.1)	12(50.0)	7(29.1)	1(4.2)	4(16.7)
소비자단체협의회	19(65.5)	5(17.2)	1(3.4)	4(13.8)	10(41.6)	11(45.8)	-	3(12.5)
각 소비자단체 전국본부	20(69.0)	5(17.2)	-	4(13.8)	9(37.5)	11(45.8)	-	4(16.7)

또한, 지자체와 소비자단체가 활동하는 지역의 기관이나 각 단체의 소비자보호 활동에 대한 평가 결과를 보면, 광역시청, 도청에 대하여는 '그저 그렇다'가 39.6%, 기초단체(시·군·구)에 대하여 '그저 그렇다' 52.8%, 지역 소비자단체에 대하여 '잘 한다' 62.2%, 공정위 지역사무소에 대하여 '잘 모르겠다' 41.5%, 지역 소재 대학(소비자 관련학과, 교수)에 대하여 '잘 모르겠다' 49.1%가 각각 높은 것으로 나타났다.

지역의 소비자보호 기관에 대한 평가

기관별	계(53개 기관)			
	잘 한다	그저 그렇다	잘 못한다	잘 모르겠다
광역시청, 도청	18(34.0)	21(39.6)	4(7.5)	10(18.9)
기초단체(시·군·구)	17(32.1)	28(52.8)	3(5.7)	5(9.4)
지역 소비자단체	33(62.2)	16(30.2)	1(1.9)	3(5.7)
공정위 지역사무소	13(24.5)	16(30.2)	2(3.8)	22(41.5)
지역소재 대학(소비자관련학과, 교수)	7(13.2)	16(30.2)	4(7.5)	26(49.1)

조사대상 지자체가 평가한 광역시청, 도청의 활동에 대한 평가는 '그저 그렇다'가 50%로 높았고, '잘 한다'는 37.5%로 나타났다. 시·군·구 등 기초단체의 활동에 대하여는 '그저 그렇다'

다' 62.5%, '잘 한다' 33.3%로 나타나 소비자보호 활동에 대한 지자체 스스로의 평가가 그리 높지 않은 것으로 나타났다. 반면, 지역 소비자단체의 활동에 대하여는 '잘 한다' 58.3%, '그저 그렇다' 37.5%로 나타났다.

지역의 소비자단체가 보는 광역시청, 도청의 활동에 대한 평가는 '잘 한다', '그저 그렇다' 각각 31%, '잘 못한다' 10.3%이며, 시·군·구 등 기초단체의 활동에 대하여는 '그저 그렇다' 44.8%, '잘 한다' 31%, '잘 못한다' 10.3% 등으로 응답하여 역시 이들 기관의 활동에 대한 만족도가 높지 않은 것으로 나타났다. 반면, 소비자단체 스스로 활동에 대하여 '잘 한다'가 65.5%, '그저 그렇다' 24.1%로 나타났다.

지역의 소비자보호 기관에 대한 평가(소비자단체, 기관별)

기관별	소비자단체(29)				지자체(24)			
	잘 한다	그저 그렇다	잘 못한다	모르겠다	잘 한다	그저 그렇다	잘 못한다	모르겠다
광역시청, 도청	9(31.0)	9(31.0)	3(10.3)	8(27.6)	9(37.5)	12(50.0)	1(4.2)	2(8.3)
기초단체(시·군·구)	9(31.0)	13(44.8)	3(10.3)	4(13.8)	8(33.3)	15(62.5)	-	1(4.2)
지역 소비자단체	19(65.5)	7(24.1)	1(3.4)	2(6.9)	14(58.3)	9(37.5)	-	1(4.2)
중정위 지역사무소	5(17.2)	9(31.0)	1(3.4)	14(48.3)	8(33.3)	7(29.1)	1(4.2)	8(33.3)
지역소계대학(소비자관련학과, 교수)	2(6.9)	9(31.0)	2(6.9)	16(55.2)	5(20.8)	7(29.1)	2(8.3)	10(41.7)

3) 한국소비자원 역할

조사대상 기관의 담당자에게 '한국소비자원' 하면 가장 먼저 떠오르는 업무가 무엇인가를 묻는 질문(53개 기관 응답)에 대하여 58.5%가 '소비자상담 및 피해구제'라고 응답하여 가장 많았고, 다음으로는 '소비자 분쟁조정'으로 26.4%, '소비자안전, 시험기관'과 '소비자 정책 등 제도 개선'이 각각 5.7% 등으로 응답하여, 지자체 및 소비자단체는 한국소비자원 업무에 대하여 소비자피해의 사후 구제적 성격인 상담, 피해구제, 분쟁조정 업무를 주로 하는 기관으로 인식하고 있는 것으로 나타났다.

한국소비자원이 각 지역에서 사무실을 개설하여 활동을 할 때, 가장 주안점을 두어서 해야 할 업무에 대하여 복수응답으로 질문한 결과, '지역 상담원에 대한 상담기법, 전문지식 등 전문화 교육'에 대한 요구가 50.9%로 가장 높았고, '지역의 소비자단체, 지자체, 언론기관 등과 협력체계 구축', '지역별 분쟁조정위원회 구성 등 활동 강화'가 각각 45.3%로 그 다음으로 높았으며, '의류, 세탁 등 분쟁다발 품목 심의, 시험검사 등 지원'이 39.6% 등으로 나타났다. 소비자단체는 '지역의 소비자단체, 지자체, 언론기관 등과 협력체계 구축'에 대한 요구가 58.6%로 가장 높았으며, '지역별 분쟁조정위원회 구성 등 활동 강화' 51.7%, '의류, 세탁 등 분쟁다발 품목 심의, 시험검사 등 지원' 48.3%, '지역 상담원에 대한 상담기법, 전문지식 등 전문화 교육' 44.8% 등이었다. 이에 비하여 지자체는 '지역 상담원에 대한 상담기법, 전문지식 등 전문화 교육'에 대한 요구가 58.3%로 가장 높았으며, '소비자의 상품비교정보 등 선택

정보 제공' 41.7%, 지역별 분쟁조정위원회 구성 등 활동 강화, 지역 소비자문제 해결을 위한 정책·제도 조사 연구, 소비자안전 확보를 위한 활동 등으로 나타나 지역에서 한국소비자원 역할에 대한 요구에 차이가 있었다.

한국소비자원 지역본부 역할

한국소비자원 지역본부 역할	계	지자체	소비자단체
지역 소비자단체, 지자체, 언론기관 등과 협력체계 구축	24(45.3)	7(29.2)	17(58.6)
지역 상담원에 대한 상담기법, 전문지식 등 전문화 교육	27(50.9)	14(58.3)	13(44.8)
의료, 금융, 정보통신 등 전문분야 활동 노하우 전달	17(32.1)	7(29.2)	10(34.5)
지역별 분쟁조정위원회 구성 등 활동 강화	24(45.3)	9(37.5)	15(51.7)
지역 소비자문제 해결을 위한 정책·제도 조사 연구	15(28.3)	9(37.5)	6(20.7)
의류, 세탁 등 분쟁다발 품목 심의, 시험검사 등 지원	21(39.6)	7(29.2)	14(48.3)
소비자안전 확보를 위한 활동	12(22.6)	9(37.5)	3(10.3)
소비자의 상품비교정보 등 선택정보 제공	15(28.3)	10(41.7)	5(17.2)

한국소비자원의 지역별 본부 설치가 지역 소비자권의 증진에 어느 정도 도움이 될 것인가에 대한 질문(52개 기관 응답)에는 58.3%가 '많은 도움이 될 것이다'고 응답했으며, '도움이 될 것이다' 25%, '보통이다' 19.2%, '도움이 되지 못할 것이다' 1.9%로 응답하였고, 또, 한국소비자원의 지역에서 활동에 대하여 어느 정도 협력 할 것이냐는 질문에 대하여 71.7%가 적극적으로 협력하겠다고 응답하여 한국소비자원의 지역본부 설치에 대하여 대부분 긍정적으로 평가하는 것으로 나타났다.

한국소비자원이 지역에서 소비자 관련 업무를 추진함에 있어 바라는 것을 기록해 달라는 주관적 질문에 대하여 소비자단체는 화장품·식품 등 검사 지원, 소비자단체와 정기적인 교류, 상담 관련 체계적인 교육 및 매뉴얼 제공 등 상담 지원, 업무 공유, 지역 소비자 이슈에 대한 공동해결 방안 모색 등에 대한 것이었으며, 지자체는 소비자 피해 방지를 위한 홍보 활동, 지자체와 협력분야에 대한 명확화, 잦은 인사이동에 따른 전문성 부족 보완 등을 요구하였다.

4) 응답자 특성

조사에 응한 응답자의 소비자문제 종사 기간은 소비자단체의 경우 평균 6년 3개월이었으며, 지자체의 경우 1~6개월이 33.3%(8명), 6~12개월 16.7%(4명), 12개월 이상이 45.8%(11명), 무응답 4.2%(1명) 이었고, 평균 1년 이었다. 주요 활동 분야는 소비자단체의 경우 소비자상담·피해구제, 물가조사, 소비자교육 강사, 방송출연·캠페인 등 이었고, 지자체의 경우 소비자행정, 물가조사, 소비자상담 업무 등이었다. 현재 직위는 소비자단체의 경우 간사 등 실무 활동가 65.5%, 사무국장 등 중간 간부 24.1%, 대표 등 최고 간부 10.3%였다.

2. 한국소비자원 지역본부의 주요 업무 영역별 역할

(가) 소비자분쟁의 해결

소비자 분쟁조정 절차는 접수된 상담사건을 피해구제로 이관하여 소비자단체나 한국소비자원에서 합의권고 과정을 거치며, 이 단계에서 30일 이내에 합의권고가 성립하지 않으면 소비자기본법 제65조에 따라 소비자분쟁조정위원회에 상정하게 된다. 소비자분쟁조정위원회는 양 당사자의 요구 사항을 검토하여 조정결정을 하며, 조정이 성립하면 재판상 화해와 동일한 효력을 갖게 되고, 이로써 분쟁의 종국적 해결이 이루어진다. 지방 소비자 사건에 대해서는 지방분쟁조정위원회를 개최하고, 해당 지역의 소비자분쟁에 대해 조정결정을 하고 있다. 지방 소비자분쟁 해결은 지역 소비자보호를 위해서도 중요하며, 분쟁으로 발생하는 사회적 비용의 감소에도 큰 역할을 하게 된다.

해마다 증가하는 소비자분쟁을 신속하게 해결하기 위하여 대전, 광주, 부산, 대구 등 각 권역별로 소비자분쟁조정위원회를 상설화하여 운영하는 것이 필요하다. 이를 위하여 분쟁조정 사무국을 권역별로 두어 업무를 지원하고, 지방소비자분쟁조정위원회를 수시로 개최하는 것이 바람직하다. 권역별 소비자분쟁조정위원회 비상임 위원 풀도 여러 명의 지역 소비자 대표, 사업자 대표, 변호사 중심으로 확대하는 등 시스템 개선이 필요하다. 지역별 사무국 상설화는 해당 지역 사건의 신속한 처리, 지역 소비자의 위원회 참석 편리, 지역 소비자분쟁에 대한 체계적인 대응이 가능하다는 장점이 있다.

아울러, 현재 피해구제와 분쟁조정을 분리하여 운영하는 것을 지방 사건의 경우 일원화하여 지역별 사무국에서 피해구제와 분쟁조정을 동시에 처리하고, 분쟁조정 본래 목적인 신속·공정한 처리가 가능하도록 검토할 필요가 있다. 또한, 지역의 소비자단체와 상호 연계하여 합의권고가 되지 못한 개별 분쟁조정 사건이나 지역의 집단분쟁조정 사건에 대하여 사실조사, 관련법 적용 등 처리 방향에 대한 정보 공유로 소비자단체의 피해구제를 지원하는 역할도 가능할 것이다. 향후 지방 소비자분쟁조정위원회의 상설화와 분쟁조정사무국의 권역별 설치·운영으로 한국소비자원이 지역별로 분쟁조정 허브 역할을 할 수 있을 것으로 기대된다.

소비자분쟁조정위원회 분쟁조정사건 처리 실적

구 분		2010년		2011년		
사건 접수	일반	수도권	427건	수도권	1,050건	
		지방	부산권역	494건	부산권역	189건
			광주권역	81건	광주권역	94건
			대전권역	73건	대전권역	107건
			대구권역	55건	대구권역	72건
			강원권역	17건	강원권역	28건
			소계	720건	소계	490건
	총계	1,147건	총계	1,540건		
집단	15건		15건			
회의개최	전체	61회(지방 12회 포함)		80회(지방 18회 포함)		

(나) 소비자안전 업무

소비생활과 관련하여 결함물품으로부터 생명, 신체 및 재산상의 안전을 확보하는 것은 중요한 문제이다. 안전할 권리는 소비자의 권리 가운데 가장 우선하는 권리라고 해도 과언이 아니다. 일상생활에서 안전한 소비생활을 영위하고 안심할 수 있다는 것은 삶을 질을 높이는 소비 환경이 될 것이며 소비자는 당연히 이러한 소비환경을 요구하게 될 것이다. 그러나 일상생활에서 소비자의 안전 문제를 확인하고 시장에서 결함 상품을 제거하는 활동은 그리 쉬운 문제가 아니다. 첨단 기능의 자동차, 물질간 상호 작용에 의한 화학반응으로 인한 위해 문제, 장난감의 위해물질, 식품내에 함유되어 있는 다양한 첨가물질, 동일 물품이라고 하더라도 제조공정상 또는 원재료의 하자로 인한 결함 발생 등 우리의 주변에는 일일이 안전 여부를 확인하고 위해의 원인을 밝히는 것은 쉽지 않은 업무 영역이다. 한국소비자원은 소비자의 안전할 권리 실현을 위하여 소비자기본법 51조에 의거 소비자안전센터를 설치·운영하고 있다. 소비자안전 확보를 위하여 가장 중요한 것은 시장에서의 결함상품에 대하여 신속하게 확인하고, 이를 통하여 리콜 등 시정조치로 시장에서 결함을 제거하는 활동이다. 선진국가에서는 시장에서 유통되는 결함상품에 대한 정보를 병원의 응급실을 통하여 수집하는 시스템을 운영하고 있다. 대표적인 것이 미국 소비자제품안전위원회(CPSC)에서 미국의 전역을 대상으로 통계적으로 추출된 병원 응급실을 통하여 결함상품에 대한 정보를 수집하는 NEISS(National Electronic Injury Surveillance System)이다. 한국소비자원은 1988년도부터 위해정보를 수집하기 시작했으며, 1996년부터는 정부의 고시 형태로 전국의 병원·소방서·학교 등을 대상으로 위해정보를 수집하고 있다. 2007년도에 전국의 83개 위해정보제출기관 등으로부터 위해정보를 수집하고 있으며, 이를 “소비자위해감시시스템(CISS, Consumer Injury Surveillance System)”에 통합 관리하고 있다. 소비자안전 업무는 결함정보의 수집, 위해에 대한 분석·평가, 결함시정을 위한 조치 등 프로세스를 거쳐 실시해야 하기 때문에 이러한 시스템을 운영하고 있는 기관 이외에는 소비자업무를 종합적으로 추진하기가 쉽지 않다. 따라서 지방에서의 소비자안전 업무 추진은 사실상 한국소비자원이 중심이 되어 추진하는 것이 효

을적이라고 할 수 있다. 물론 식품, 의약품 안전문제의 경우 국가기관인 지방 식품의약품안전청이 담당 할 수 있을 것이다. 한국소비자원 지방본부는 주재지역의 소비자안전 문제를 중심으로 업무를 추진 할 수 있다. CISS 통계를 바탕으로 해당지역의 소비자의 위해사례에 대한 전체적인 분석과 아울러 어린이, 노인 등 특정 계층을 중심으로 위해를 분석하여 정보를 제공할 수 있을 것이다. 또한 가정 내, 공공시설, 레저 활동 등 장소별 위해사례 분석을 통한 소비자위해 예방을 위한 정보제공이 가능하다. 또한 CISS를 통하여 특정지역에서 발생하는 위해사례에 대한 감시와 위해의 확산 방지를 위한 대응도 가능하다. 한국소비자원은 소비자안전 업무에 있어 필수적인 시험 검사 시설 및 전문 인력을 갖추고 있다. 이에 따라 학교 주변 등 안전 취약 영역에 대한 물품수거를 통한 실태조사 등 기획 조사도 가능하다. 그리고 한국소비자원은 식품의약품안전청, 기술표준원 등 국가 기관과도 업무 협약을 맺고 있어 이들 기관과 지역 내 식품 및 공산품에 대한 공동 기획 조사, 식중독 예방 캠페인, 결함 상품에 대한 전시회 개최 등을 통하여 지방 소비자의 안전 확보와 더불어 안전의식 제고에도 기여할 수 있을 것이다.

(다) 소비자 피해구제 업무

소비자피해와 관련한 상담은 2009년 전국에 소재한 상담기관(한국소비자원, 16개 광역자치단체, 소비자단체)을 네트워크화 하여 단일 상담전화로 상담을 할 수 있도록 하였고, 모든 상담기관의 상담정보를 수집, 통합 관리할 수 있는 “1372 상담센터”가 구축되었다. 이로써 그동안 문제가 많았던 소비자상담 응답률도 38%에서 83%로 획기적으로 개선되었고 전국의 소비자상담 정보에 대한 통계를 일원화하였다.

소비자는 소비자기본법 55조에 의거 물품 등의 사용으로 인한 피해구제를 한국소비자원에 신청할 수 있으며, 국가·지방자치단체 또는 소비자단체도 피해구제 신청 사건을 한국소비자원에 처리 의뢰할 수 있다. 해마다 지방소비자 피해구제 신청은 대폭적으로 증가하고 있다. 이러한 추세는 지방에 거주하는 소비자의 소비자주권에 대한 의식이 수도권 소비자에 비해 결코 뒤지지 않는 것을 나타낸다고 할 수 있다.

지방 권역별 피해구제 접수·처리 현황

구 분	2010년	2011년
부산권역(부산, 울산, 경남)	2,571건	3,120건
광주권역(광주, 전남북)	1,712건	1,990건
대전권역(대전 충남북)	1,565건	2,143건

한국소비자원의 지방본부에서는 관할 지역에 거주하는 소비자가 신청한 피해구제 접수 사건에 대하여 사업자와 신청인간의 합의 권고를 수행하고 있다. 지역 소비자는 소비자 거주 지역에서 발생한 소비자 피해를 주거 지역과 가까운 곳에서 도움을 받을 수 있어 좋은 면이 있고, 필요시 당사자 간의 면담을 통한 합의 권고도 가능하여 효과적이다. 소비자피해에 대

한 합의 권고는 지방의 소비자단체에서도 실시하고 있으나 세탁사고 사건이나 의류의 품질 문제 등 원인 규명이 어려운 사안과 시험검사가 필요한 사안에 대하여는 사실상 합의 권고가 어려운 경우가 많아 한국소비자원으로 처리를 의뢰하여 처리에 소요되는 기간이 길어지는 문제가 있다. 따라서 한국소비자원의 지방본부에서는 소비자단체의 피해구제 합의 권고 기능을 지원하기 위하여 지역별 세탁심의위원회를 운영하여 소비자단체 사건도 공동 심의하는 방안의 강구도 필요하다. 일반 공산품이나 소비자분쟁해결기준이 정해져 있는 품목과 달리 의료, 금융 등 전문 영역에 대한 소비자상담 및 피해구제는 관련 전문가가 아니면 어렵다. 최근 한국소비자원에서는 근거당 설정비의 환급과 관련하여 보도자료를 내고 전국적으로 소비자피해 구제 신청을 받았고, 합의 권고를 거부하는 사업자를 대상으로 소비자소송지원번호인단 변호사를 통하여 소송지원을 실시하려고 준비 중에 있다. 이와 관련한 언론보도로 한국소비자원뿐만 아니라 전국의 소비자단체에 관련 소비자상담 및 문의가 폭주를 하였다. 한국소비자원의 지역 본부는 이러한 사안에 대하여 한국소비자원 본부와 유기적인 협력을 통하여 지역 소비자단체에서 사전에 상담시 알고 있어야 하는 정보내용을 신속하게 제공하고 소비자단체가 상담과 관련한 정보 부족으로 혼란에 빠지지 않도록 지원하는 역할도 매우 중요하다. 소비자 피해구제 업무는 피해를 입은 소비자를 직접 도와주는 것으로 소비자에게는 손해를 입은 경제적 손실을 보상받는 주요한 기능이다. 그러나 실무에 있어서는 당사자 간의 이견이 많아 합의에 이르기가 쉽지 않은 업무 영역이다. 이를 해결하기 위한 방법으로는 객관적인 원인 규명과 관련 소비자법규의 해석 및 적용 등을 통하여 당사자를 설득하는 방법이다. 지방본부는 지역 사건에 대한 처리와 아울러 소비자단체 등의 피해구제 사건에 대한 합의 권고에 필요한 정보 제공과 원인 규명을 위한 지원을 통하여 당사간의 합의 권고를 보다 객관적으로 이끌 수 있도록 협력, 지원해 나가야 할 것이다.

(라) 소비자정보 제공 및 교육

소비자보호법을 대폭 개정한 소비자기본법이 2007. 3. 28. 시행됨에 따라 과거 열등한 지위에 있는 소비자를 보호하는데 초점을 맞췄던 '보호론적 관점'에서 소비자가 자주적으로 문제를 해결할 수 있도록 지원해 주는 '주권론적 관점'으로 패러다임이 전환되었다. 소비자의 능력을 배양하는 효과적인 소비자정책은 소비자에게는 직접적인 후생증대를, 기업체에게는 기술 개발과 가격 인하를 유도하는 경쟁압력으로 적용하는 선순환 구조의 초석이 된다(공정위 홈페이지 소비자정책일반). 소비자기본법 제5조 소비자의 책무에서 소비자는 물품 등을 올바르게 선택하고, 스스로의 권익증진을 위하여 필요한 지식과 정보를 습득하도록 노력해야 한다고 선언적으로 명시하고 소비자가 스스로 역량을 강화하고 시대의 경제주체로서 역할을 강조하고 있다. 합리적인 소비생활을 위한 소비자의 역량 강화는 결국 소비자에게 필요한 정보 제공과 소비생활에 필요한 교육을 체계적으로 실시하여 소비자의 스스로의 대응력을 높이는 것이다. 정보의 부재나 불완전한 정보는 정보의 비대칭성을 야기하고 소비자문제를 발생시키는 원인이 된다. 소비자문제는 소비자정보의 부재 그리고 부적절하거나 왜곡된 정보의 만연과 소비자의 비합리적인 이성이 상호 복합적으로 작용함으로써 야기되는 구조적인 문제

이다.(백병성 2004) 지역에서의 소비자문제는 그 지역이 갖는 소비환경과 사업자의 특정지역에서 관측 활동이나 영업 행위 등에 의하여 발생한다. 한국소비자원의 지역본부는 지역소비자의 역량강화를 위하여 소비자단체 등 지역 소비자문제를 담당하는 기관과의 협력을 통하여 그 지역에서 발생하는 거래, 안전상의 소비자문제에 대한 파악, 그리고 이에 대한 정보 분석과 가공을 통하여 필요한 정보를 제공 하는 것이 중요한 역할이 될 것이다. 소비자피해의 확산 방지를 위하여 소비자단체 등과 공유된 지역 관련 소비자정보가 수시로 제작되고, 지역 언론 등을 통한 정보제공 기능은 소비자 피해의 확산 방지를 위하여 효과적이다. 또한 지역 소비자정보를 수시로 확인하고 소비생활에 활용할 수 있도록 공정거래위원회에서 추진 중인 '소비자종합정보망'에 지역별 소비자정보를 종합하여 제공하는 것도 유용할 것으로 생각된다. 일본의 동경도 소비생활종합센터에서도 지역 소비자정보 제공을 위하여 홈페이지 '도쿄생활 web'을 운영하면서 소비자 정보를 제공하고 있으며, 도서자료실 운영, 고령자 및 젊은 층을 대상으로 한 피해방지 캠페인 등을 실시하고 있다(소비자 역량 강화를 위한 지방화 시대 소비자분야 파트너십 증진, 인천소비자단체협의회주관 소비자포럼 2011. 11. 15.). 지방의 경우 중·소도시로 내려 갈수록 소비자로서 권리 의식을 가질 만한 정보를 습득하거나 교육을 받을 수 있는 환경에 노출되기가 쉽지 않은 여건이다. 한국소비자원이 서울에만 본부를 두고 운영할 때는 지방과 관련한 사업 시 주로 지방의 대도시를 대상으로 하였다면, 지방의 본부는 지역의 중소 도시 소비자를 대상으로 정보 제공과 소비자 교육 사업을 펼쳐 지역 차별 없이 소비자 권리가 행사될 수 있도록 지원하는 역할이 필요하다. 이를 위하여 지역 소비자리더를 대상으로 하는 교육을 중심으로 운영하되, 중소 도시는 직접 소비자를 대상으로 찾아가는 소비자 교육도 필요하다. 일본의 동경도 소비생활종합센터는 소비자교육을 위하여 제도용 강좌, 시읍면 공동 주최 강좌, 초등학교 대상 소비자 강좌, 지역이나 직장에서 중심적 업무를 수행하는 인재를 육성하기 위한 마스터 강좌, 교사 대상 강좌, 중·고·대학·지역단체 등에 출장 강좌, 소비자문제에 대한 만담·공트 시나리오 제작을 통한 출장공연 등을 실시하고 있다. 전국의 소비자상담 품질 균질화를 위한 1372 상담원 교육, 소비자단체 종사자 교육, 중소 도시의 주민자치센터나 경로당 등을 통한 소비자 직접 교육, 차세대 소비자리더인 소비자 관련 학과 대학생을 대상으로 한 실무 교육, 노인·청소년·다문화 가족 등 취약계층을 대상으로 한 소비자교육 등을 통하여 소비자가 정보력과 경쟁력을 갖추고 경제주체로서의 역할을 다 할 수 있도록 지원하고, 지역 소비자의 피해예방과 소비자권익 증진을 위한 기능이 필요하다.

(마) 시장 감시를 위한 거래조사

지방에서의 소비자권리 강화는 지역 주민의 삶의 질을 높이는데 기여하는 것이다. 시장의 거래 질서를 문란하게 하거나 소비자문제를 유발한 사업자에 대한 견제와 감시 활동은 경쟁

시장을 통한 합리적인 소비를 조장하는 역할을 한다. 한국소비자원은 지방에서 소비자 피해를 유발하는 분야에 대한 실태조사를 실시하고 부당한 행위나 관행, 제도 개선을 유도하는 역할을 해 나아가야 한다. 필요한 경우 공정거래위원회 지방사무소나 해당 지자체 등과 협력하여 조사 및 사업자의 시정을 유도 해 나갈 수 있을 것이다. 또한 소비자단체와의 정기적인 간담회 등을 통하여 거래관련 소비자문제에 대한 지역 현안 논의와 협력으로 사업자를 견제 해 나가는 역할도 요구된다. 전자상거래 피해, 지역간·유통업소별 가격비교 등 가격문제, 표시·광고, 약관문제 뿐만 아니라 지역 금융, 의료서비스 문제 등 전문서비스 영역까지 부당거래 실태 조사를 통한 문제점 개선으로 지역 소비자의 소비생활 향상을 도모해 나가야 한다.

(바) 지역 소비자후생 증진을 위한 타 기관과 협력

지역 소비자의 삶의 질을 개선하고 지역 소비자문제를 해결하기 위해서는 지자체, 지역의 소비자단체, 한국소비자원 지방본부 그리고 지방 식품의약품안전청 등 소비자와 관련되어 업무를 추진하는 기관과의 유기적인 협력이 필수적이다. 지역내에서 발생하는 소비자 문제의 신속한 인지, 그리고 문제 인식 및 해결을 위하여 지역 유관기관간 협조가 원활하게 이루어진다면 소비자문제 해결을 위한 시너지 효과를 기대 할 수 있다. 한국소비자원의 지역본부가 지역 소비자문제 해결을 위하여 유관기관간의 협력을 이끌어 낼 수 있도록 구심적 역할을 해야 할 것이다. 타기관의 경쟁이 아니라 지원과 협력, 업무 차별화, 그리고 관련기관과의 정기적인 간담회 주최 등을 통하여 지역 소비자 문제를 이끌어 내고 논의를 통하여 공동 대응을 해 나간다면 지역 내 소비자문제를 해결하는데 많은 도움이 될 것이다. 지역 소비자의 날 행사 참여, 지방 소비자정책위원회 위원 참여를 통한 지역 소비자 문제 논의, 필요한 경우 공동 사업 및 세미나 실시, 지역 언론과 협조를 통한 소비자 이슈 홍보, 소비자단체 등이 필요로 하는 시험검사 지원 등의 활동으로 지역 소비자의 후생을 증진하는데 기여 할 수 있을 것이다.

IV. 결어

지방 소비자행정의 실행단위는 지역의 소비자를 중심으로 국가보다는 광역단체가, 광역단체보다는 기초단체가, 기초단체보다는 주민이 사는 집 앞의 행정시설(예:주민센터)이 고려되어야 할 것이며, 소비자는 집에서, 또는 집 앞에서 서비스를 받을 수 있도록 소비자행정 체계가 이루어져야 할 것이다.(2011. 12 8. 지방 소비자행정 활성화 방안 모색 경상남도·한국소비자원 공동주최 세미나, 지방화시대 소비자행정 활성화 제언, 이기현) 이러한 점에서 한국소비자원의 지방본부 설치의 지방의 소비자에게 한걸음 더 가까이 다가간 것으로 평가된다. 한국소비자원의 지방본부가 지역에서 뿌리를 잘 내리기 위해서는 지자체, 지역 소비자단체, 그리고 지역 소비자의 니즈를 파악하고, 이를 충족시켜 나갈 수 있도록 노력해 나가야 할 것이다.

참고문헌

공정거래위원회 홈페이지, 소비자정책일반.

백병성(2001), '지방 소비자행정의 정착방안에 관한 연구', 한국소비자보호원.

_____ (2004), '지방소비생활센터 운영체계화 방안 연구', 한국소비자보호원.

사토우 나오키(佐藤直樹)(2011), '일본 소비자분야 파트너쉽, 동경도 소비생활종합센터 활동 중심', '2011 소비자역량강화를 위한 지방화 시대 소비자분야 파트너쉽 증진' 세미나 주제 발표, 인천소비자단체협의회.

이기현(2011) '지방화시대 소비자행정 활성화 제언', 지방 소비자행정 활성화 방안 모색 경상남도·한국소비자원 공동주최 세미나 주제 발표.

한국소비자원 20년 실적집, 한국소비자원.