

# 지역소비자행정의 현황과 미래

김시월(건국대학교 소비자정보 전공 교수)

## I. 소비자정책과 행정

우리나라의 소비자행정 및 정책은 ‘소비자보호법’ 제정과 더불어 본격화되었다고 할 수 있으며, 본격적인 추진은 1980년대 들어선 이후라고 할 수 있다. 그 이전인 1960년대와 1970년대는 경제성장이 국가의 최우선 과제이던 시절이었으므로 소비자행정과 정책의 자리매김에는 많은 제약이 있었다.

구체적으로 보면, 1980년에 ‘소비자보호법’이 제정되었으며, 1983년에 개최된 제2회 소비자보호위원회에서 소비자보호 기본정책이 처음으로 수립되어 기본정책의 내용을 구체화시켰다. 이 시기에 있어 소비자정책의 기본 목표는 소비자안전의 확보, 공정한 상거래질서의 확립, 소비자불만의 해소, 그리고 소비자 지위의 향상 등으로 정해졌다(이강현, 2003).

‘소비자보호법’은 1980년 제정, 1986년 전면 개정된 이후 6차례에 걸쳐 소폭 개정되어 왔다. 1986년에 한국소비자보호원(현, 한국소비자원) 설립을 포함하는 전면적인 개정 이후 소폭 개정된 내용들은 일부 필요한 내용들을 담고 있지만, 급속도로 변화하는 사회 환경이나 소비생활 관련 여러 여건의 변화, 소비자문제 전반에 대한 내용을 담기에는 충분하지 않았다. 1990년대 후반 들어서면서부터 이를 반영하는 전면적인 법 개정 수요가 발생함으로써 ‘소비자보호법’ 전면 개정의 방향으로 돌입하였으며, 2006년 전면 개정되고, ‘소비자보호법’도 ‘소비자기본법’으로 변화하였다.

소비자정책은 소비자보호를 달성하기 위한 구체적인 수단, 즉 정부가 공식적으로 결정한 방침이라고 할 수 있다. 해서, 1960년대의 소비자정책은 소비자보호, 소비자정책, 소비자보호입법 등의 용어가 구체적으로 사용되지 않은 시대이며, 1970년대 초반부터 정부는 소비자보호를 위한 분야별 법제 구축에 노력을 기울이기 시작하였다. 이때는 한국소비자보호운동을 주도해 온 여성단체들이 중심이 되어 소비자보호 법제의 필요성을 주장하였으며, 이에 1970년대는 태동기를 지나 성장기로 진입하는 시기였다(백병성, 2004; 김시월, 2007).

1980년대는 세계 경제구조의 복잡화, 경제여건의 불안화를 겪으면서 국내외적 많은 변화를 동반하여 주요한 소비자보호 법제가 제정되고 강화되었다. 또한 1987년 소비자원의 설립과 더불어 한국소비자정책 실현의 발판이 되었다고 볼 수 있다. 1990년대에는 경제기획원이 재정경제부 및 공정거래위원회로 분리되면서(1994) 경쟁정책부서와 소비자정책부서가 분리되었으며, 1990년대에는 주요 소비자보호 관련법들이 제정된 시기라고 볼 수 있다. 이에 외국과의 교류 등으로 소비자안전이 중요한 사회적 이슈로 제기되었다. 1996년에 우리나라는 OECD에 가입하여 소비자안전에 대한 정책적 해결방안이 강구되기 시작하였고, 관련 제도 등이 도입되었다. 2000년대는 지식정보화, 글로벌화, 디지털화 등 수많은 사회 시스템과 사회구성원들의 삶의 모습이 새롭게 변화되면서 생산자 중심에서 수요자 중심의 사회로 이전되

어가는 과정에서 사회의 제반 시스템 관련 문제들이 등장하고, 20세기와는 달리 소비자의 지위 변화, 소비자와 기업 간의 관계 변화, 그리고 소비자의 의사결정의 중요화, 소비자에 대한 인식 변화 등으로 새로운 시대에 맞는 '소비자보호법' 개정 논의가 이루어졌다.

이러한 변화와 더불어 소비자기본법은 소비자행정의 초석이라고 볼 수 있다.

이에 '소비자보호법'이 1986년 개정된 이후 2007년에는 '소비자기본법'으로 변경되었다. 그리고 1991년 지방의회가 구성되고, 1995년 6월 27일 자치단체장 선거에 따라 본격적인 지방자치체가 부활되면서 과거의 권위주의적 행정의 퇴조와 함께 주민에 대한 서비스 중심, 주민생활밀착형 행정, 성과중심의 행정이 강조되었다. 즉, 지역 실정에 적절한 행정서비스를 제공하는 수단과 방법들은 다양하지만 지역 주민의 삶의 질을 높이고 주민의 만족 수준을 향상시키는 것은 지역 소비자행정의 중요한 목표라고 할 수 있다(민현선, 2008).

공정거래위원회에서 추진하고 있는 소비자정책의 일반적인 내용을 보면, 시장경제에서 소비자문제를 해결하기 위하여 정부가 법과 제도 등을 통하여 시장에 직·간접적으로 개입하는 일련의 과정으로 정의하고 있다. 또한 과거 열등한 지위에 있는 소비자를 보호하는 데 초점을 맞췄던 '보호론적 관점'에서 소비자가 자주적 문제를 해결할 수 있도록 지원해 주는 '주권론적 관점'으로 패러다임이 전화되어 소비자의 능력을 배양하는 효과적인 소비자정책은 소비자에게는 직접적인 후생증대를, 기업에게는 기술개발과 가격인하를 유도하는 경쟁압력으로 작용하는 선순환 구조의 조직이라고 명명하고 있다.

이에 소비자정책 패러다임의 변화로 소비자정책 추진체계를 확립하였다. 앞에서 살펴봤듯이 소비자보호법과 동법 시행령을 대폭 개정한 '소비자기본법'과 '소비자기본법시행령'이 2007년 3월 28일부터 시행되었고, 2008년 2월 29일 정부조직을 개편하여 소비자정책 추진체계를 공정거래위원회로 일원화하였다. 또한 '한국소비자보호원'의 명칭을 '한국소비자원'으로 변경하여 공정위로 이관하였으며, 공정거래위원장은 민간위원장과 함께 소비자정책위원회의 공동 위원장으로 소비자 입장을 정책에 적극 반영하는 역할을 수행하게 되었다. 이러한 변화는 종래와 같이 소비자가 일방적 보호의 대상이 아니라 자주적 권리를 행사하는 주체, 즉 소비자주권을 행사하는 주체로서의 지위를 강화하기 위한 목적에서 비롯되었다. 따라서 종래의 단년도 위주 시책에서 벗어나 중장기적 관점에서 소비자정책을 체계적이고 일관성 있게 추진해 나갈 수 있도록 3년 단위 소비자정책에 관한 기본계획을 수립할 수 있는 근거규정을 마련하였다.

공정거래위원회의 소비자정책은 거래 적정화, 안전성 보장, 정보제공, 소비자교육과 피해구제의 5개 영역으로 크게 구분하고 있다. 정부부처들은 이들 영역에서 개별 법령에 근거하여 소비자정책을 수행하며, 공정위는 각 부처 소비자정책을 총괄 조정하고 있다.

< 표 1 > 소비자정책 우선 순위

구분 소비자 정책	산업화된 국가	저개발 국가	산업화된 국가		
			정보탐색자	일반소비자	취약소비자
보호	3	1	3	3	1
교육	2	2	2	1	2
정보	1	3	1	2	3

출처: Thorelli, H. B.(1983). Consumer Policy in Developing Countries, American Council on Consumer Interests, pp. 147-153(유두련, 2010, 재인용).

경쟁정책과 소비자정책은 ‘시장’을 그 대상으로 한다는 점과 궁극적 목적이 ‘소비자후생’ 증대에 있다는 점에서 상호 밀접한 관련성을 갖게 되며, 소비자정책이 공정위로 일원화됨에 따라 경쟁정책과 소비자정책을 연계하여 추진할 수 있는 토대가 마련되었다고 볼 수 있다(공정거래위원회, 2012). 경쟁정책의 영역은 다수의 우량상품이 거래되는 경쟁적 시장환경, 가격 품질 서비스에 대한 사업자의 경쟁유발이 될 것이고, 소비자정책의 영역은 정확한 시장정보 제공과 효율적 피해구제 절차, 그리고 최적의 소비자선택과 불량 부실기업의 퇴출 등에 근거를 두며, 이를 통해 국가경쟁력의 제고와 소비자 후생의 극대화를 도모하는 것이다.

< 표 2 > 소비자정책 영역

구분		주요 법령		주요 관련 기관
		공정위 소관	타부처 소관	
규제 행정	거래의 적정화	공정거래법, 표시광고법, 할부거래법, 방문판매법, 약관규제법, 전자상거래, 소비자기본법 등	품질경영및공산품안전관리법, 산업표준화법 등	공정위, 지식경제부
	안전성 보장	소비자기본법	약사법, 식품위생법, 품질경영 및 공산품 안전관리법 등	복지부(식약청), 지식경제부
지원 행정	정보제공	표시광고법	각 부처 개별 법령	공정위, 소비자원
	소비자교육	소비자기본법	평생교육법	각 부처 공통
	피해구제	소비자기본법, 제조물책임법	민법	공정위, 소비자원, 법원

## II. 지역소비자행정의 현황

여기에서 주목할 것은 경쟁정책과 소비자정책의 관계, 그리고 지역소비자행정의 자리매김과 발전이라고 볼 수 있다.

이러한 중앙소비자행정은 여러 연구자들이 소비자정책위원회의 총괄 및 조정기능의 한계, 경쟁정책과 소비자정책의 명확한 구분의 모호성, 여러 부처의 분산으로 인한 혼선 등을 들 수 있다.

지역소비자행정의 법령상 근거가 되는 것은 소비자기본법과 지방자치법이다. 그리고 지방정부의 존재이유는 자기 관할 지역을 살기 좋은 생활터전으로 만드는 데 있다(이도형, 2000)면 지방 정부에서 관내 소비자와 사업자를 위하여 소비자행정을 적극적으로 전개함으로써 소비자권리의 확장과 삶의 질을 높이고, 나아가 사업자에게도 소비자의 불만과 요구사항을 전달하고 소비자위주의 경영방식으로 유인함으로써 해당 기업의 경쟁력 향상을 통해 결국 지역경제의 활성화에도 기여하는 것이 마땅할 것이다(백병성, 2004)

특히 정부는 2001년 7월부터 개정 시행되고 있는 소비자보호법의 제5조의 2(지방행정조직에 대한 지원)에 지역소비자행정을 지원하기 위한 규정을 두고 일부 인력 등의 지원을 강구하고 있다. 이것의 일환으로 서울, 경기도를 제외한 광역자치단체에서는 ‘소비생활센터’를 설치하여 지역소비자의 행정수요에 대응하고 있다.

소비자정책의 추진체계에서도 보듯이 지역소비자행정은 공정위 지역사무소, 12개 중앙행정기관, 16개 광역지방자치단체, 그리고 지역 소비자단체, 지역 한국소비자원, 지역 소비자, 지역 사업자 등이 그 구성원이라고 할 수 있다.

< 표 3 > 중앙소비자행정과 지역소비자행정의 시기별 특성

시기 구분	년도	소비자행정 특성	관련 내용	지역소비자 행정 특성
제1기	60년대	잠재기		잠재기
제2기	70년대	태동기	소비자단체 중심으로 법 필요성	잠재기
제3기	80년대	진입기	1980;소비자보호법 개정 1983;소비자위원회 1987; 한국소비자원 설립	잠재기
제4기	90년대	초기활성기	1995년 지방자치단체장 선거, 지자체로 하여금 소비자보호조례 제정	태동기
제5기	2000년대	활성기	2001년부터 전국 16개 시도에 소비생활센터의 설치 추진, 2003년에 총 17개(경기도에 2개)의 소비생활센터 설치 완료 2005년부터 ‘지방소비자행정 평가제도’, 2007년 ‘지방소비자행정협의체’, ‘권역별 소비자정책전문가협의체’등 구성, 운영	초기활성기
제6기	2010년대	도약기		활성기

지방자치단체는 국가 소비자정책과 지역의 여건을 고려하여 매년 소비자시책을 수립하고

시행하고 있다. 특히 소비자시책 추진체계의 정비, 소비자정보제공 및 교육의 강화, 소비자안전의 강화, 거래과정에서 소비자권익 강화, 소비자상담 및 피해구제 강화 등을 들 수 있다.

구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 소비자시책의 추진체제로 소비자조례의 정비, 소비자시책의 수립, 소비생활센터의 운영, 기초자치단체의 지원, 소비자단체의 지원, 그리고 유관기관과의 협력인 대외 협력을 확대하고 있다.

소비자조례는 대략 1990년대 말부터 제정되기 시작하여 대전광역시가 1996년 가장 먼저 소비자조례를 제정하였으며, 울산광역시가 2007년 가장 늦게 조례를 제정하였다. 그 후 대구와 제주를 제외한 14개 시도가 모두 한 차례 이상 개정을 하여 다양한 명칭으로 구성과 내용을 간소화 하였다.

< 표 4 > 지자체의 소비자조례 현황

지자체 지역명	조례명	제정일
서울	소비자보호조례	1997.01
부산	소비자권익증진지원조례	1997.02
대구	소비자보호조례	2003.05
인천	소비자보호조례	2001.09
광주	소비자권익증진지원조례	1997.06
대전	소비자기본조례	1996.04
울산	소비자센터 등에 관한 조례	2007.11
경기	소비자기본조례	1997.01
강원	소비자조례	1998.01
충북	소비자기본조례	1998.01
충남	소비자보호조례	1997.11
전북	소비자보호조례	1998.01
전남	소비자보호조례	1997.05
경북	소비자보호조례	1997.03
경남	소비자기본조례	1996.12
제주	소비자보호조례	2006.10

출처: 강성진(2008) 지방소비자행정 시책 활성화 방안 연구, p.54.

이러한 소비자조례의 구성내용은 소비자권익보호, 소비자단체의 등록 및 육성지원, 사업자의 의무, 소비자피해의 구제, 조사 권고 및 공표, 소비자정책심의위원회 등의 내용으로 구성되어 있다.

소비자기본법에 따라 소비자조례를 아직 개정하지 않은 일부 시도의 소비자보호조례에서는 별도로 사업자의 의무라는 장을 두어, 소비자보호에의 협력, 위해물품의 제공 금지, 표시

의 적정화, 계량 및 규격의 적정화, 광고의 적정화 등을 규정하고 있는데, 이는 선언적 조항에 가까워 해당 책무의 이행 여부를 판단하기 어려운 문제점이 있어 실효성의 한계를 지적할 수 있다.

그 실행에서 보면, 지역별 차이가 있으나 소비자조례의 정비를 추진하고 있으며, 소비자관련 시책의 수립과 소비생활센터 이용자를 대상으로 한 만족도 조사를 실시하여 그 결과를 업무 개선에 활용하고 있다. 뿐만 아니라, 그 지역의 대학교와 협력을 중심으로 다양한 대외 협력을 확대하고 있으며, 근간에는 국제적 협력을 시도하고 있다(강성진, 2008; 허경옥 외, 2008).

둘째, 소비자정보제공 및 교육의 강화로 소비자에게 다양한 매체를 통하여 정보제공을 시도하며, 소비자교육을 실시하고 있다.

합리적 소비생활을 위하여 소비자에게 정보를 제공함과 동시에 교육을 실시해야 한다는 조항을 소비자권익보호를 위한 지자체의 책무로 규정하고 있다. 이러한 것을 근거로 거의 모든 시도가 책자, 리플릿 등 인쇄매체를 통해 소비자에게 정보를 지속적으로 제공하고 있으며, 일부 시·도에서는 월간지도 발행하고 있다. 그리고 지역 언론 및 방송에 고정코너를 확보하여 소비자정보를 정기적으로 제공하고 있으며, 인터넷 홈페이지를 개설한 소비생활센터를 통해 효율적인 소비자정보를 제공하고 있다. 소비자정보제공과 더불어 실질적인 소비자교육을 교재 및 프로그램 개발, 인력풀을 활용한 교육실행, 콘텐츠 공모전, 그리고 소비자교육 데이터베이스 구축 사업도 부분적으로 진행되고 있다.

일부 시·도에서는 지역의 특성에 맞게 다문화가정의 교육, 군인가족의 교육을 실시하며, 또한 사업자를 대상으로 한 소비자 관련 법령교육도 실시하고 있다.

셋째, 소비자안정의 강화로 소비자 위해방지 시장을 감시하고, 위해정보를 수집하며, 리콜 제도를 운용하고 있다. 모든 시·도가 소비자위해 시장 감시, 부정 불량 상품에 대한 조사 점검 단속을 소비자안전 시책의 핵심 사업으로 추진하고 있다(허경옥 외, 2010; 유두련, 2010; 강성진, 2008). 그리고 소비자기본법 제52조 및 동법 시행령 제39조에 의거하여 위해정보 제출이 의무화된 기관인 병원, 소방서 등의 기관에서 수집된 정보는 한국소비자원의 '소비자위해감시시스템'을 통해 수집되고 있다. 그 외 리콜제도의 운용은 어느 정도 미미한 상태이다.

넷째, 거래과정에서 소비자권익 강화로 부당 거래행위의 감시, 부당 표시·광고의 감시, 불공정 약관의 시정, 그리고 계량의 적정화 등을 추진하고 있다(허경옥 외, 2011). 특히 각 시·도는 특수판매업체 가운데 전자상거래업체에 대한 지도 및 단속에 비중을 두고 있으며, 대부분 업체 등에 대해 등록업체를 대상으로 정기적으로 영업실태를 조사하고 불법 부당한 채권추심 행위를 감시하고 교육하는 등의 업무를 수행하고 있다. 그 외 표시·광고에 대한 실태조사, 부당 표시·광고에 대한 지도 단속은 거래 적정화를 위한 시·도의 주요 시책 가운데 하나이다.

다섯째, 소비자상담 및 피해구제 강화로 소비자상담의 편의성 제고, 소비자상담 관련 자료의 사례집 발간 등을 통한 업무의 개선, 소비자피해구제의 확충 등을 도모하고 있다. 특히 지역에 따라 아동, 노인 등 취약계층에 중점을 두기도 하고, 도·시·군·읍·면·동 사무소에 소비자보호신고센터를 운영하면서 소비자 피해 및 불만처리를 시행하기도 하고, 소송지원도 진

행되는 곳이 있다.

< 표 5 > 시·도 소비자시책의 개관

분야	주요 시책	사업
1. 소비자시책 추진체계정비	소비자조례의 정비	*소비자조례 개정 *조례 하위규정 개정
	소비자시책의 수립	*연도별 소비자시책 수립
	소비생활센터의 운영	*소비생활센터 운영 내실화 *소비생활센터 만족도 조사
	기초자치단체 지원	*소비자업무 담당공무원교육 *소비자업무 매뉴얼 개발보급
	소비자단체 지원	*소비자단체 사업비 지원 *소비자단체 연계사업 추진
	대외협력 확대	*시·도 소비자행정간 협력 *관내 유관기관 협의체 운영 *소비자 관련 관·학 협력 추진 *국제 소비자업무교류 MOU 체결
2. 소비자정보 제공 및 교육의 강화	인쇄매체를 통한 정보제공	*소비자정보, 책자, 리플릿 발간 *월간 소비자정보지 발간
	언론매체를 통한 정보제공	*지역신문 방송 고정코너 운영
	인터넷을 통한 정보제공	*홈페이지 콘텐츠 게재 *인터넷 방송 소비자코너 운영
	소비자교육 인프라 구축	*소비자교육 인력풀 구축 *소비자교육 교재, 프로그램 개발 *소비자교육 시범학교 운영
	소비자교육 시행	*취약계층 대상 맞춤형 교육 실시
3. 소비자안전의 강화	소비자위해 시장 감시	*부정·불량 상품조사·점검·단속 *시설물 안전실태 조사
	위해정보 수집	*소비자모니터 이용 위해 정보 수집 *홈페이지 위해정보수집코너 운영
	리콜제도 운영	*품목별 리콜명령 시행
4. 거래과정에서 소비자권의 강화	부당거래 행위 감시	*특수거래업체 부당거래 지도·단속 *대부업체 영업실태조사
	부당 표시 광고 감시	*농산물·공산품원산지표시 단속 *공산품 가격표시제 지도·단속 *표시·광고 이행실태 점검
	불공정 약관 시정	*약관 유통실태 조사 *표준약관 보급
	계량의 적정화 추진	*불법·불량 계량기 단속
5. 소비자상담 및 피해구제 강화	소비자상담의 편의성 제고	*소비자신고센터 개설 확대 *아동 소비자상담실 운영 *온라인 소비자상담 확대
	소비자상담 업무의 개선	*소비자상담 만족도 조사 실시 *소비자불만·피해사례집 발간
	소비자피해구제의 확충	*전문서비스 피해구제 확충 *소비자소송지원제도 도입

출처: 강성진(2008), 지방 소비자행정 시책 활성화 방안 연구, 한국소비자원, pp. 108-109.

< 표 6 > 소비자기본법에 의한 정책영역별 국가·지방자치단체의 책무

정책영역	국가 및 지방자치단체의 책무			해당 조항
	책무의 내용	책무의 주체		
		국가	지자치	
국가 및 지방자치단체의 책무	*관계법령 및 조례 제정·개정·폐지 *행정조직 정비 및 운영 개선 *소비자의 건전하고 적극적인 조직 활동의 지원 육성	○	○	제6조
지방소비자 행정조직에 대한 지원	*지방자치단체의 소비자행정 조직 설치·운영 지원	○		제7조
위해 방지	*위해방지기준의 제정	○		제8조
	*사업자의 위해방지기준 준수여부에 대한 정기적인 시험·검사, 조사	○		
계량·규격 적정화	*계량에 관한 시책의 강구 *규격에 관한 시책의 강구	○	○	제9조
표시기준	*표시·포장 등에 관한 표시기준의 제정	○		제10조
광고기준	*광고내용 및 방법에 관한 기준의 제정			제11조
거래 적정화	*거래 적정화 시책의 수립 사업자의 부당행위 지정·고시	○		제12조
	특수거래에 관한 시책의 강구	○	○	
정보제공	*소비자권익과 관련된 주요시책을 소비자에게 제공 *거래관련 사업자의 정보가 소비자에게 제공되도록 시책의 강구	○	○	제13조
소비자능력향상	*소비자교육의 실시 *소비자 능력향상 프로그램의 개발 *소비자교육·학교교육·평생교육과 연계하는 시책의 강구 *소비자능력 향상을 위한 방송사업 실시	○	○	제14조
개인정보보호	*소비자 개인정보보호시책의 강구 *소비자 개인정보보호기준 제정	○	○	제15조
분쟁해결	*소비자불만·피해의 처리 관련 기구 설치의 강구 *소비자분쟁해결기준의 제정	○	○	제16조
시험·검사 시설설치	*시험·검사, 조사 기구와 시설 구비 *시험·검사기관에 의뢰를 통한 시험의 실시 *시험결과의 공포 및 소비자권익을 위한 조치 시행 *소비자단체 시험·검사시설 구비지원 *기준제정 및 시책 수립을 위해 필요한 경우 조사·연구 의뢰	○	○	제17조

출처: 유두련(2010), 지방소비자행정 현황과 활성화 방안, 사회과학논집 9, 59.



### III. 지역소비자행정의 발전 과제

전반적으로 인력과 재원이 부족한 상황임에도 불구하고 각 시·도 지자체에서는 다양한 사업과 교육, 그리고 소비자주권보호를 위한 많은 시책과 실행을 하고 있다. 그러나 현 상황에서 좀 더 활성화를 위한 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 지역소비자행정 간의 연계가 필요하다. 다양한 지역별 특성적인 정책입안, 규제, 실행 등을 하여야 하며, 많은 정보를 수집하면 분석을 통하여 그 결과를 반영하여야 할 것이다.

둘째, 지역소비자행정 간의 지원이 더 요구된다. 특히 지방자치단체장의 소비자 관련 업무에 대한 관심이 다르므로 꾸준한 정책 실행을 위한 재정지원, 지역소비자행정 강화를 위한 중앙정부의 인력지원 등이 요구된다.

셋째, 지역소비자행정의 확대화가 요구된다. 각 지역의 소비생활센터의 확대 및 소비자원 지원, 공정거래위원회 지역사무소 등의 꾸준한 확대가 요구되며, 이들 간의 교류를 통해 지역소비자행정이 지역별 다양한 방법으로의 확대가 요구된다.

넷째, 지역소비자행정의 지역 특성화가 요구된다. 물론 군인, 다문화가족, 취약계층 등 지역별 인구구조에 따른 다양한 지원 및 교육, 정보제공 등이 이루어지고 있으나, 앞으로 더 많은 소비자문제를 사전 예방 및 사후 해결을 위한 지역 특성별 특화가 요구된다.

다섯째, 지역소비자행정의 변화 및 발전을 위한 지역 기업의 활동 확대가 요구된다. 기업과 소비자의 관계에서 지역소비자행정은 지역 시장의 거래질서 확립 및 시장경쟁을 유도하고 보다 합리적인 소비자선택이 이루어지도록 하여야 한다. 특히 앞으로 행정도시의 이전이 본격화되면서 다양한 변화를 예측하고 그에 따른 지역소비자행정도 변화가 요구된다.

가까운 일본은 한국과 지정학적으로 근거리 국가이며, 이는 심리적, 경제적, 정책적 관계가 밀접하다. 특히 2009년 일본은 소비자정책입안 및 행정, 지원, 규제 등의 일원화를 위하여 소비자청을 구성하였다. 즉, 소비자 정책입안과 규제의 일원화, 정보의 일원화, 상담창구의 일원화를 도모하고 있다.

그러나 현재 3년이 지난 이후 많은 문제점을 논의하고 있다. 그 중에서 소비자행정과 법의 일원화로 인하여 힘의 약화를 지적하고 있으며, 한국의 소비자원이라고 할 수 있는 기능을 하고 있는 국민생활센터의 위상 및 위치의 문제를 지적하고 있다. 그리고 일원화로 인한 시장경제 측면에서 볼 때, 규제의 강화도 완화도 아닌, 집행 체제가 약화된 현상을 지적하고 있다.

따라서 소비자청으로의 일원화가 과연 긍정적인가를 다시 생각하는 계기가 되고 있으며, 특히 경쟁정책과 소비자정책을 한 곳에서 하는 것이 오히려 위력의 약화가 되지 않는지 등의 문제를 살피고 있다. 뿐만 아니라 전국의 도·도·부·현 시·구·정·촌에 540개 이상의 소비생활센터의 예산 지원 문제와 근간 예산을 차단할 예정인 점 등이 주목되고 있어, 앞으로 우리의 지역소비자행정의 변화와 함께 비교될 수 있는 우려 사항이다(일본 자료 참조).

이에 일본의 소비자청은 문부과학성과 연계하여 “소비자교육추진법”의 개정을 추진하여 그 개정이 눈앞에 다가오고 있다(松本恒雄, 2012).

우리의 교훈은 지역소비자행정이 앞으로 무척이나 중요한 점이라는 것이다. 지역소비자행정의 본격적인 활성화와 도약기인 현재, 특히 지역소비자행정의 예산, 인력, 그리고 분포 등의 차원에서 좀 더 면밀한 분석과 연계가 요구된다.

또한 소비자행정, 법, 소비자는 상관관계가 밀접하여, 소비자행정이나 법이 강화될수록 그리고 감시 및 규제가 강화될수록 소비자는 보호의 대상이 되어 소비자 주권의 강화보다는 보호의 객체로 간주될 가능성이 클 것으로 예상된다. 이에 지역별 특성화도 중요하지만, 기본적인 지역소비자행정의 정책 실현의 성과를 달성하기 위해서는 그 근간이 될 수 있는 소비자교육법 등의 개정도 고려해 봐야 할 것이며, 지역 기업의 다양한 협력이 요구된다.

또한 선진국으로 갈수록, 대화, 조정, 화해 등 ADR의 기능이 강화되고 있어, 앞으로 지역 소비자행정에서 어떠한 유형으로 지역소비자의 지원과 관계되는 ADR지원시스템이 정착화 되어야 할 것이다.

근간 세계적 이슈가 되고 있는 금융 관련 소비자문제가 확대되고 있는데, 이러한 고도의 전문성을 요하는 소비자문제 및 이슈는 지역 소비자 관련 학과와 긴밀한 연계를 통해 소비자 관련 전문가를 양성하고, 전문인으로 역할을 하게끔 하고, 학계와 관의 관계 개선을 통해 다양한 프로그램 개발이 진행되어야 할 것이다. 뿐만 아니라 이러한 좋은 프로그램은 지역간의 연계를 통해 공통된 프로그램은 공유하고, 그 외에 지역적 특성별 구체적인 프로그램을 개발 하여야 할 것이다.

## 참고문헌

- 강성진(2008), 지방소비자행정 시책 활성화 방안 연구, 한국소비자원.
- 강성진(2009), 기초지방자치단체의 소비자행정 실태와 과제-대구·경북지역을 중심으로-, 소비자문제연구, 35, 1-18.
- 공정거래위원회(2009, 2010, 2011), 공정거래 백서.
- 공정거래위원회(2011), 공정거래위원회 30년사.
- 김시월(2007), 소비자가 세상을 움직인다, 전국대학교출판부.
- 김영신, 김인숙, 이희숙, 강성진, 유두련(2007), 새로 쓰는 소비자법과 정책, 교문사.
- 공정거래위원회(2011), 2012년도 업무계획; 따뜻한 시장경제 구현을 위한 공정거래위원회의 업무계획.
- 민현선(2008), 지자체소비자행정 평가의 의미와 지방소비자행정 활성화를 위한 향후 과제, 소비자정책교육연구, 4(1), 39-50.
- 백병성(2004), 지방분권에 따른 지방소비자행정의 정착, 지방행정연구, 18(2), 141-164.
- 유두련(2010), 지방소비자행정 현황과 활성화 방안, 사회과학논집, 9, 53-74.
- 이강현(2003), 소비자정책행정론, 시그마프레스.
- 전정환(2007), 지방정부의 소비자행정체계에 대한 평가, 한국거버넌스학회보, 14(2), 239-270.
- 허경옥, 이현진, 지영애(2008), 지방자치단체 소비생활센터의 운영현황 및 발전방안 연구, 소비자정책교육연구, 4(4), 41-59.

허경옥, 박희주, 이은희, 김혜선, 김시월(2011), 소비자법과 정책의 이론과 실제, 파워북.  
松本恒雄(2012), 日本の消費者行政と法の最近の動向, 한국소비자원 세미나.  
日本消費者廳(2010), 消費者教育推進方策研究事業(教育手法と効果測定)調査研究報告書の概要.  
日本消費者廳(2010), 消費者教育に関するOECD消費者政策委員会の政策提言に対する.  
日本内閣部(2008), 消費者行政の推進に関する世論調査.  
日本消費者廳(2012), 安心安全 豊かにくらせる社会に.  
공정거래위원회 [www.ftc.go.kr](http://www.ftc.go.kr)  
日本消費者廳 [www.caa.go.jp](http://www.caa.go.jp)  
日本国民生活センター [www.kokusen.go.jp](http://www.kokusen.go.jp)  
日本内閣部消費者委員会 [www.cao.go.jp/consumer/](http://www.cao.go.jp/consumer/)