

현행 표시제도에 대한 소비자 인식과 태도

김정희(안동대학교 생활환경복지학과 교수)
조성혁(안동대학교 생활환경복지학과 석사과정)

소비자의 알 권리에 대한 관심과 요구가 증대되면서 각종 표시가 중요한 정보로서 기능하게 되고 그에 따라 현행 표시제도가 어떠한지, 또한 어떻게 개선되어야 할지에 대한 진단과 대책이 필요하게 되었다. 이에, 본 연구는 현행 표시제도에 대한 소비자 인식과 태도를 알아보고자 소비자들을 대상으로 설문조사를 실시하였고 설문지의 신뢰도는 Cronbach's α 0.833으로 매우 높게 나타났다.

대구, 경북 지역에서 20대 이상 성인을 대상으로 2013년 12월 3일부터 2014년 1월 6일까지 예비조사와 본조사를 시행하였으며 총 600부를 배포, 그 중 445부를 분석 자료로 활용하였다. 본 연구의 자료 분석을 위해 SPSS WIN.19를 이용하였으며 응답자들의 일반적 특성은 아래 <표 1>과 같다.

<표 1> 조사 대상자의 일반적 특성.

항목	구분	빈도(%)	항목	구분	빈도(%)	
성별	남	182(40.4)	직업	전문·사무직	162(36.0)	
	여	268(59.6)		생산·판매·서비스직	74(16.4)	
연령대	20대	215(47.8)		대학생·대학원생	146(32.4)	
	30-40대	154(34.2)		기타	68(15.1)	
	50대 이상	81(18.0)		가계소득 (만원/월)	200만원 미만	98(21.8)
결혼상태	미혼	242(53.8)			200~400만원 미만	203(45.1)
	기혼	192(42.7)			400만원 이상	149(33.1)
학력	기타	16(3.6)		계	445(100.0)	
	고졸이하	55(12.2)				
	대학교재학	163(36.2)				
	대졸이상	232(51.6)				

먼저 가격표시제도에 대한 소비자 인식은 아래 <표2>와 같다.

<표 2> 가격표시제도 문항

항목	구분	빈도(%)	항목	구분	빈도(%)
가격표시제도에 관하여 알고 계십니까?	잘 알고 있다.	69(15.3)	유태가격표시 제도에 대해 알고계신가요?	알고 있다.	113(25.1)
	약간 알고 있다.	271(60.2)		알지 못한다.	337(74.9)
	전혀 모른다.	110(24.4)		계	445(100.0)
계	445(100.0)				
권장소비자 가격에 관하여 알고 계십니까?	잘 알고 있다.	96(21.3)	유태가격표시제도에 대해 알고 계신다면 어떤 경로를 통해 알게 되셨나요?	신문, TV, 라디오 등 대중매체	90(79.7)
	약간 알고 있다.	274(60.9)		정부기관발표	5(4.4)
	전혀 모른다.	80(17.8)		교육(소비자단체, 강연)	5(4.4)
계	445(100.0)	가족 친구		10(8.8)	
				기타	3(2.7)
계	445(100.0)	계	113(100.0)		
Open Price(오픈 프라이스 제도)에 관하여 알고 계십니까?	잘 알고 있다.	40(8.9)	유태가격표시제도를 알지 못하는 이유는 무엇 때문인가요?	들어보지 못해서	207(63.4)
	약간 알고 있다.	171(38.0)		내용이 어려워서	20(6.1)
	전혀 모른다.	239(53.1)		관심이 없어서	83(25.4)
계	445(100.0)	필요성을 느끼지 못해서		10(3.1)	
				기타	6(1.8)
계	445(100.0)	계	326(99.8)		

다음으로, 표시제도의 필요성에 대한 결과는 모든 표시제품에 대한 표시제도 및 법이 필요하다는 문항에 대해 그렇다(47.3%)와 매우 그렇다 (42.4%) 가 90% 정도로 높은 응답률을 보여서 모든 표시제품에 대한 표시제도 및 법의 필요성에 대해 응답자 대부분이 그 필요성을 강하게 인식하는 것으로 나타났다. 상세한 결과는 아래 <표 3>과 같다.

<표 3> 표시제도의 필요성

항 목	구 분	빈도(%)	항 목	구 분	빈도(%)
모든 표시제품에 대한 표시제도 및 법이 필요하다.	그렇지 않다.	3(0.7)	의약품 표시제도는 필요하다.	그렇지 않다.	1(0.2)
	그저 그렇다.	43(9.6)		그저 그렇다.	31(6.9)
	그렇다.	213(47.3)		그렇다.	164(36.4)
	매우 그렇다.	191(42.4)		매우 그렇다.	254(56.4)
계		445(100.0)	계		445(100.0)
식품 표시제도는 필요하다.	그렇지 않다.	1(0.2)	가격표시제도는 필요하다.	그렇지 않다.	2(0.4)
	그저 그렇다.	25(5.6)		그저 그렇다.	30(6.7)
	그렇다.	188(41.8)		그렇다.	179(39.8)
	매우 그렇다.	236(52.4)		매우 그렇다.	239(53.1)
계		445(100.0)	계		445(100.0)
화장품 표시제도는 필요하다.	그렇지 않다.	4(0.9)			
	그저 그렇다.	36(8.0)			
	그렇다.	190(42.2)			
	매우 그렇다.	220(48.9)			
계		445(100.0)			

또한, 표시제도의 문제점 및 개선방안에 관한 결과는 아래 <표4>에 나타나있듯이 표시제도 관리와 정부정책에 대해 상당히 부정적으로 보고 있음을 알 수 있다.

<표 4> 표시제도 문제점 및 개선방안

항목	구분	빈도(%)	항목	구분	빈도(%)	항목	구분	빈도(%)
표시제도가 체계적으로 구축되어 있다	전혀 그렇지 않다.	27(6.0)	표시제도에 대한 정부 정책이 명확하다	전혀 그렇지 않다.	58(12.9)	상품의 중요표시 기재 위치가 적절하다	전혀 그렇지 않다.	55(12.2)
	그렇지 않다.	104(23.1)		그렇지 않다.	145(32.2)		그렇지 않다.	132(29.3)
	그저 그렇다.	229(50.9)		그저 그렇다.	187(41.6)		그저 그렇다.	179(39.8)
	그렇다.	71(15.8)		그렇다.	40(8.9)		그렇다.	67(14.9)
	매우 그렇다.	19(4.2)		매우 그렇다.	20(4.4)		매우 그렇다.	17(3.8)
계		445(100.0)	계		445(100.0)	계		445(100.0)
표시제도 관리가 체계적으로 실시되고 있다	전혀 그렇지 않다.	41(9.1)	각 상품의 표시 내용은 적절하다	전혀 그렇지 않다.	46(10.2)	표시 내용만으로 다른 상품과 품질을 비교할 수 있다	전혀 그렇지 않다.	78(17.3)
	그렇지 않다.	115(25.6)		그렇지 않다.	121(26.9)		그렇지 않다.	139(30.9)
	그저 그렇다.	221(49.1)		그저 그렇다.	199(44.2)		그저 그렇다.	154(34.2)
	그렇다.	58(12.9)		그렇다.	66(14.7)		그렇다.	63(14.0)
	매우 그렇다.	15(3.3)		매우 그렇다.	18(4.0)		매우 그렇다.	16(3.6)
계		445(100.0)	계		445(100.0)	계		445(100.0)
표시제도 활성화를 위한 소비자교육이 활발히 진행되고 있다	전혀 그렇지 않다.	56(12.4)	상품별 표시내용의 글자크기는 적당하다.	전혀 그렇지 않다.	99(22.0)			
	그렇지 않다.	150(33.3)		그렇지 않다.	160(35.6)			
	그저 그렇다.	175(38.9)		그저 그렇다.	131(29.1)			
	그렇다.	51(11.3)		그렇다.	46(10.2)			
	매우 그렇다.	18(4.0)		매우 그렇다.	14(3.1)			
계		445(100.0)	계		445(100.0)			

본고에서는 설문조사 결과의 일부만 제시하였으나 조사대상자들은 식품, 화장품, 의약품 등의 각종 주요 표시들을 비교적 적극적으로 확인하였으며 표시제도와 관련법이 제대로 작

동해야 한다고 인식하고 있다. 따라서 현행 표시제도의 미흡함과 제도로서의 한계점을 파악하고 각종 표시들이 실질적인 정보로서의 역할을 할 수 있도록 제도와 관련법의 보완과 개선이 필요하다. 점점 더 정보화되고 적극적으로 되어가는 소비자들의 선택에 도움을 주고 소비자 안전이 보장될 수 있도록 현행 우리나라의 표시제도에 대한 정확한 진단과 개선방안을 모색하는 연구로 발전시켜나아가야 할 것이다.

참고문헌

- 김도년(2014). [독일] 착향규칙과 초콜릿 ‘천연착향’ 표시를 둘러싼 분쟁. 한국 소비자원 글로벌 소비자법제 동향 1(1), 해외동향(3).
- 김성숙(2010). 소비자의 쇠고기 안전관련 표시 이용 행동. 소비자문제연구 제37호.
- 김성용·이정희(2010). 소비자의 식품선택에 대한 영양표시 이용의 효과 분석. 소비자학연구 21(3).
- 박성용(2013). 표시광고실증제도에 관한 연구. 소비자문제연구 44(3)
- 박희주(2014). [EU] 화장품 규칙 시행. 한국 소비자원 글로벌 소비자법제 동향 1(1), 해외동향 (2).
- 송민수·정용수·박희주·정연희(2011). 정부 분야별 정책·제도의 소비자기향성 연구(Ⅲ). 한국소비자원 정책연구 11-10.
- 여정성(2008), 중요정보고시제도 개선방안에 대한 연구, 공정거래위원회 연구용역보고서.
- 조성국(2009) 부당한 표시·광고의 규제에 관한 연구, 중앙법학논문집, 33(1), 171-194.
- 최신애·여정성(2010). 소비자정책으로서의 표시·광고규제 성과 평가. 소비자학연구 21(4).
- 공정거래위원회 보도자료(2013.10.1.). 모바일 쿠폰 판매 시 환불 방법 표시해야 -통신판매에 대한 상품정보제공공시 개정안 행정예고-
- 공정거래위원회 보도자료(2013.11.14.). 「표시·광고의 공정화에 관한 법률 시행령」 개정 및 시행
- 공정거래위원회 보도자료(2013.12.30.). “부당표시·광고로 인한 피해, 신속히 구제받을 수 있다” - 동의를결제 도입을 위한 표시·광고법 개정안 국회 본회의 통과
- 법제처 국가법령정보센터. www.law.go.kr
- 식품의약품안전처 보도자료(2014.3.21.). 유통기한 미표시 제품을 소분한 ‘특선 조미김가구’ 회수조치
- 한국소비자원. www.kca.go.kr
- 한국소비자원 보도자료(2013.6.3.). 유기농화장품 허위표시·과장광고 많아 소비자 선택에 혼란- 조사제품의 70%가 화장품법 등의 표시·광고 기준 위반
- 한국소비자원 보도자료(2014.3.6.). GMO 표시의무, 모든 가공식품으로 확대해야 -수입산 유기농 카놀라유 1개 제품, GMO 원료 사용 추정-