

보도시점 2023.12.22.(금) 11:30 / 배포 2023.12.22.(금) 08:30

제12차 소비자정책위원회 개최

- '24년 소비자정책 종합 시행계획 의결 및 소비자 지향적 제도개선 권고
- 슈링크플레이션 관련 대응방안 및 청년 소비자 사업 실적과 향후계획 논의

소비자정책위원회(공동위원장: 국무총리, 김성숙 계명대 교수)는 12.22.(금) 10시, 김성숙 민간위원장 주재로 「2024년도 소비자정책 종합시행계획 수립」 등 4개 안건*을 심의·의결하였다.

- * (의결안건) ① 2024년도 소비자정책 종합시행계획 수립
② 2023년 하반기 소비자 지향적 제도개선 권고
(보고안건) ③ 슈링크플레이션 관련 대응방안
④ 청년소비자 사업 실적 및 향후계획

소비자정책위원회는 국무총리와 민간위원장이 공동으로 위원장을 맡고 8개 관계부처 장관과 민간위원(15명) 및 한국소비자원장으로 구성되며, 범정부 소비자정책을 수립·조정하고 심의·의결하는 국무총리 소속 위원회이다.

이날 회의에서는 ①전화자동응답시스템(Automated Response System, 이하 'ARS') 평가 제도 개선, ②의류 취급상 주의사항 표시 개선, ③신유형 상품권 표준약관 개정, ④소비자 오인방지를 위한 조미김류 식품유형 명칭 개선, ⑤소비환경 변화에 따른 광고 정보 명시사항 개선, ⑥소비자 선택권 확대를 위한 식품 중량변화 표시제도 개선 등 국민생활 밀접분야 소비자 지향적 제도개선 사항에 대한 권고안도 채택하였다.

아울러 이날 회의에서는 2024년도 소비자정책 종합 시행계획을 의결하여 내년도 소비자 정책 추진 및 환류 기반을 마련하였으며, 이와 더불어 최근 기업들이 가격은 그대로 두고 용량만 줄이는 이른바 슈링크플레이션*에 대한 대응방안 및 청년 소비자 사업 실적과 향후 계획도 함께 논의하였다.

* 기업이 제품 가격을 그대로 두면서 용량은 줄이는 식으로 가격 인상 효과를 노리는 것

이번 제12차 소비자정책위원회 안건의 주요 내용은 다음과 같다.

〈 안건 1. 2024년도 소비자정책 종합 시행계획 〉

- 소비자정책위원회는 각 중앙행정기관(17개)과 광역지방자치단체(17개)의 내년도 소비자정책 시행을 위한 과제들로 구성된 ‘2024년도 소비자정책 종합 시행계획’을 의결하였다.
 - 올해는 제6차 기본계획(’24~’26년)에 따라 시행계획을 수립하는 첫 번째 해로, ’24년도 종합 시행계획은 ①소비자가 안심할 수 있는 시장환경 조성, ②소비자가 신뢰할 수 있는 온라인플랫폼 거래기반 구축, ③소비자와 정부가 함께 준비하는 디지털·그린경제 전환 등을 위한 총 166개(중앙행정기관 85개, 광역지방자치단체 81개)를 담고 있다.
- 주요 내용을 살펴보면, 소비환경이 디지털 중심으로 변화함에 따라 디지털 거래에서 소비자의 권익을 보호하기 위한 과제들이 포함되었다.
 - 구체적으로 ▲다크패턴, 온라인상 부당광고 등에 대한 조사 및 시정을 강화하고, ▲금융·미디어·게임 등 플랫폼 기반 거래에서 소비자권익을 보장하는 한편, ▲마이데이터 서비스 등 신기술 환경에서의 데이터 주권 보장 강화 등으로 소비자 선택권이 보장되는 거래환경을 조성한다.
 - 또한 취약소비자의 역량을 강화하기 위하여 ▲디지털 거래역량 제고 및 취약소비자 디지털 이용 여건을 개선하고, ▲소비자친화적 지속가능 소비 환경 조성으로 소비자참여를 활성화하는 한편, ▲고령 친화시장 육성 및 고령자 맞춤형 소비자교육 제공을 통해 소비자역량 강화와 바람직한 소비 문화를 선도한다.
- 아울러 소비자의 안전을 확보하고 소비자 피해구제 및 정책추진 기반을 강화하기 위한 과제들도 포함하였다.
 - ▲전기차, IoT, 디지털 치료기기 등 신기술 제품 안전을 확보하고, ▲수산물 등 식품안전관리 강화로 소비자 안심 거래 환경을 조성하는 한편, ▲비대면 온라인 분쟁해결 시스템 또한 활성화 계획이다.

< 안건 2. 2023년 하반기 소비자 지향적 제도개선 과제 >

□ 소비자정책위원회는 국민공모, 소비자단체 건의, 자체 연구 등을 통해 발굴한 「소비자 지향적 제도개선 과제」를 심의해, 각 소관 부처에 과제 이행을 권고*했으며, 구체적인 내용은 다음과 같다.

* 소비자정책위원회는 각종 법령·고시·예규·조례 등의 소비자권익 제한 요소를 발굴·평가하여 개선을 권고하고 있음.(소비자기본법 제25조 제2항)

- ① (신유형 ARS 평가 지표 마련) 최근 인공지능(AI) 챗봇, 보이는 ARS 등 신유형의 ARS가 증가함에 따라, 이용자 불편을 최소화할 수 있도록 정부의 ARS 운용실태 평가지표에도 신유형의 ARS 평가지표를 마련하도록 권고하였다. (과기부)
- ② (의류취급상 주의사항 표시 개선) 소비자들이 의류취급 상 주의사항(이른바 ‘케어라벨’)에서 해당 의류의 기계건조 가능 여부를 쉽게 알아볼 수 있도록, ‘기계건조 가능여부’ 기호 표기 시 기호 내에 한글로도 ‘기계건조’라고 표시할 수 있도록 개선을 권고하였다. (산업부)
- ③ (신유형 상품권 표준약관 개정) 신유형 상품권 유효기간 경과 후 환불금액이 합리적 수준이 될 수 있도록 신유형 상품권 표준약관 개정을 권고하였다. (공정위)
* 신유형 상품권은 통상 유효기간이 1년 이내로 지류형 상품권(5년)에 비하여 짧지만, 대다수 기업이 표준약관에 따라 신유형 상품권 유효기간 경과 시 구매금액의 90%만 반환
- ④ (소비자 오인방지를 위한 조미김류 식품유형 명칭 개선) 현재 「식품의 기준 및 규격 고시」에 따르면, 간을 하지 않고 구운 김과 간을 하고 구운 김이 모두 ‘조미김’으로 분류되어 소비자 오인을 유발하고 있어, 해당 고시를 개정하여 식품유형 명칭을 개선하도록 권고하였다. (식약처)
- ⑤ (소비환경 변화에 따른 광고 정보 명시사항 개선) 영리목적의 광고성 정보 송신 방법이 다양해짐에 따라, 소비환경 변화에 맞는 광고 수신거부 등 방식을 정하도록 「매체별 광고성 정보의 명시사항 및 명시방법」을 개선하도록 권고하였다. (방통위)
- ⑥ (소비자 선택권 확대를 위한 식품 중량변화 표시제도 개선) 소비자가 식품 내용량의 변화를 쉽게 인지하여 합리적인 선택을 할 수 있도록, 내용량이 변경되어 단위가격이 상승한 경우 내용량 변경사항을 표시하도록 권고하였다. (식약처)

< 안건 3. 슈링크플레이션 관련 대응방안 >

- 공정위는 최근 문제가 되고 있는 이른바 슈링크플레이션에 대한 대응방안을 소비자정책위원회에 보고하였다. 슈링크플레이션은 소비자들이 알지 못하는 사이에 제품사양이 변하는 것이 문제이므로, 소비자 선택에 영향을 미칠 수 있는 용량, 규격, 주요 원재료 등에 관한 변경사항을 소비자들이 쉽게 인식할 수 있도록 알리는 것이 중요하다. 주요 내용은 다음과 같다.
- 우선, 한국소비자원이 유통업체·제조업체와 자율협약을 체결하기로 하였다.
 - (유통) 먼저 대형마트, 백화점 및 온라인 유통업체가 판매상품에 대한 정보를 공유하고, 한국소비자원이 용량변경 제품을 선별 및 검증 후 이를 홍보하는 내용의 자율협약을 체결하였다(2023.12.20.).
 - (제조) 제조업체는 생산제품의 용량 변경 시 해당 사실을 자사 홈페이지 등을 통해 적극적으로 알리고, 한국소비자원은 해당 정보를 취합 후 유통업체, 참가격 및 소비자24에 게시하는 내용으로 자율협약을 체결할 예정이다(2024년 1월 예정).
- 또한 한국소비자원의 참가격 모니터링 대상을 확대하고, 가격정보뿐만 아니라 중량 변동 정보까지 조사하여 슈링크플레이션 관련 정보를 참가격 및 소비자24에 상시 제공할 계획이다.
 - 참가격 조사품목 외 품목들에 대해서는 소비자단체들이 소비자환경개선 사업을 통해 모니터링할 예정이다.
- 아울러 공정위는 물품을 제조하는 사업자가 용량 등 상품의 중요사항을 변경하였음에도 해당 사실을 알리지 아니하는 행위를 사업자 부당행위로 지정하기 위하여 ‘사업자의 부당한 소비자거래행위 지정 고시’ 개정작업에 착수하였다.

< 안건 4. 청년 소비자 사업 실적 및 향후 계획 >

- 마지막으로 한국소비자원은 청년 소비자 대상 사업 추진실적 및 향후 계획을 소비자정책위원회에 보고하였다. 이는 정부가 수립한 ‘청년정책 기본계획 (2021~2025)’의 성공적인 이행을 지원하기 위하여 추진되고 있다.
- 한국소비자원은 ①청년층의 소비생활 안전 확보를 위한 ‘소비자안전모니터’ 및 ②시장질서 확보를 위한 ‘대학생광고감시단’을 운영 중이며, ③청년 소비자 피해예방을 위하여 지역별 유관기관과 공동으로 대응해오고 있다.
 - 소비자안전 및 공익활동 의지가 높은 20대 청년을 선발하여, 위해정보를 수집 및 소비자안전 콘텐츠를 제작하였으며, 부당광고 의심사례를 발굴하고 추가 피해 방지를 위한 조치를 완료하였다. 또한 한국소비자원의 지방지원이 각 지역의 소비자단체, 대학 등과 협업하여 청년 소비자 피해 예방에 공동으로 대응하고 있다.
- 앞으로도 한국소비자원은 업무영역별 청년 소비자 관련 사업을 지속적으로 발굴하고 지원 확대방안을 모색할 계획이다. 청년세대의 소비 관련 정책연구 및 조사를 강화하고, 한국소비자원이 보유한 데이터에 기반하여 청년 소비자 문제에 대한 시의성 있는 대안을 마련할 예정이다.

- <붙임> 1. 상정안건별 주요 내용
 2. 소비자정책위원회 개요
 2. 소비자정책위원회 위원 명단

담당 부서 <총괄>	소비자정책국 소비자정책총괄과	책임자	과 장	이승규 (044-200-4405)
		담당자	사무관	권혜지 (044-200-4406)
			사무관	장민선 (044-200-4407)
			사무관	주진아 (044-200-4411)

제1호-의결

24년도 소비자정책 종합시행계획(안)

1 개요

- 제6차 소비자정책 기본계획*('24~'26년)의 비전과 정책목표를 달성하기 위해 3차연도 시행계획을 수립 (주체: 중앙행정기관, 광역지자체)

* 우리나라의 최상위 소비자정책 계획으로 3년마다 수립(소정위 심의·의결 사항)

< 제6차 기본계획 비전 및 방향 >

◆ 비전 : "소비자와 함께하는 안전하고 공정한 디지털·그린경제 전환"

◆ 기본방향

- ① 소비자가 안심할 수 있는 시장 환경 조성
- ② 소비자가 신뢰할 수 있는 온라인 플랫폼 거래기반 구축
- ③ 소비자와 정부가 함께 준비하는 디지털·그린경제 전환

2 정책추진 여건

① 대내외 경기둔화 및 불확실성 상존

- 전 세계적인 고물가·저성장 추세로 우리 경제 회복세도 더딜 전망
- 고금리 등 제약요인에도 불구하고, 우리 경제는 반도체 중심의 IT 경기 회복으로 다소 개선되고 민간 소비도 완만하게 회복할 것으로 전망

* 한국 경제 성장률 전망('23.11월, OECD): ('22년) 2.6%, ('23년) 1.4% ('24년) 2.3%

② 디지털 경제 전환 관련 신유형의 소비자 이슈

- 디지털 헬스케어, 가상자산, 생성형 AI 등 신유형의 시장 등장으로 소비자 피해·불만이 증가함에 따라 이에 대한 대응방안 마련 필요
- 특히 온라인에서 소비자 기만행위, 이른바 다크패턴(Dark Commercial Pattern)등이 빈발하고 있으며, 그 피해도 빠르게 확산되는 상황

* '23년 11월, 한국소비자원 조사결과에 따르면 국내 38개 온라인 쇼핑몰 76개 실태 조사 결과 약 429건의 다크패턴(눈속임) 사례발생, 쇼핑몰당 평균적으로 11.3건

③ 친환경 녹색 소비경제로의 전환

- 기후변화 심화로 전 세계적으로 지속가능 소비 수요가 증대됨에 따라, 관련 정보 제공 및 자원순환 소비촉진을 위한 정책 수립 필요

3 주요 내용

◆ 제6차 기본계획 비전·정책 방향 및 정책추진 여건을 고려하여, 총 166개 (중앙행정기관 85개, 광역지방자치단체 81개)의 세부과제를 수립

(1) 국민이 체감하는 소비자안전 확보

- ▲전기차, IoT, 디지털 치료기기 등 신기술 제품안전성을 확보, ▲수산물 등 식품안전관리 강화로 소비자 안심거래환경 조성, ▲해외직구, 온라인 쇼핑몰 상 위해제품 감시 차단 강화

(2) 소비자 선택권이 보장되는 거래환경 조성

- ▲다크패턴, 온라인상 부당광고 등에 대한 조사 및 시정 강화, ▲금융·미디어·게임 등 플랫폼 기반 거래에서 소비자권익을 보장, ▲마이데이터 서비스 등 신기술 환경에서의 데이터 주권 보장 강화

(3) 취약소비자 역량 강화 및 바람직한 소비문화 선도

- ▲디지털 거래역량 제고 및 취약소비자 디지털 이용여건 개선, ▲소비자 친화적 지속가능 소비환경 조성, ▲고령 친화시장 육성 및 고령자 맞춤형 소비자교육 제공을 통해 소비자역량 강화 및 바람직한 소비문화 선도

(4) 소비자 피해구제 및 정책추진 기반 강화

- ▲소비자 유관분야 분쟁조정제도 운영을 활성화, ▲AI 챗봇 등 신기술 기반 분쟁해결제도 접근성을 개선, ▲글로벌 협력기반 강화를 통해 소비자정책 추진 역량을 제고

추진전략	대표 과제	
국민이 체감하는 소비자안전 확보	▶IoT 융복합 신제품의 소비자안전성 확보 강화 ▶농축산물의 안전 및 원산지 관리 강화 ▶온라인 쇼핑몰 내 불법·리콜제품의 유통차단	과기부 농식품부 산업부
소비자 선택권이 보장되는 거래환경 조성	▶온라인서비스 개인정보 침해 점검 및 시정강화 ▶디지털 금융 가상자산 시장에서의 소비자보호 체계확립 ▶온라인 다크패턴 관련 법제도 개선 관련 행위 조사 및 제재	개보위 금융위 공정위
취약소비자 역량 강화 및 바람직한 소비문화 선도	▶디지털 배움터 운영 등 디지털 거래역량 제고 방안 모색 ▶디지털점자표시 도입으로 장애인의 식품표시정보 접근성 개선 ▶고령소비자 친화 식품의 확산	과기부 식약처 농식품부
소비자 피해구제 및 정책추진 기반 강화	▶실효적인 개인정보 분쟁조정으로 소비자 피해구제 강화 ▶비대면 온라인분쟁해결 시스템 활성화	개보위 공정위

< 중앙행정기관 종합시행계획 수립현황 >

추진기관	개수	주요 추진과제	
공정거래위원회	15	• [안전] 소비자안전기본법 제정을 통한 소비자안전 종합관리체계 마련 (1-1-1-1) • [안전] 해외위해제품 유통 차단을 통한 소비자안전 확보 (1-2-1-1) • [거래] 불공정약관 시정 및 표준약관 제·개정 (2-1-2-1) • [거래] 특수거래 분야 부당행위 감시 강화 (2-1-2-2)	
	16	• [안전] 신기술·신유형 적용 제품 및 시설·서비스, 식의약품에 대한 안전 감시 강화 (1-1-1-7) • [안전] 온라인 위해제품 신속차단 및 선제적 대응을 통한 안전사각지대 해소 (1-2-1-4) • [거래] 플랫폼 기반 개인 간 거래에서의 소비자피해 대응 (2-2-1-7) • [거래] 소비자 정보 수요에 기반한 맞춤형 상품 비교정보 제공으로 합리적 소비생활 지원 (2-3-1-3) • [피해구제·정책협력] 인공지능 기반 민원처리서비스 개발 및 제공 (4-1-2-3)	
개인정보보호위원회	4	• [거래] 온라인서비스 개인정보 침해 점검 및 시정 강화 (2-1-1-1) • [역량] 디지털 취약계층 대상 개인정보 이해력 교육 강화 (3-1-1-1)	
과학기술정보통신부	5	• [안전] IoT 융복합 신제품의 소비자안전성 확보강화 (1-1-1-3) • [역량] 디지털배움터를 통한 디지털 거래 역량제고 방안 모색 (3-1-1-2)	
교육부	1	• [역량] 학교 교육에서 소비자교육 활성화 (3-1-2-2)	
국토부	3	• [안전] 전기차 및 관련부품, 시설에서의 소비자안전 확보 (1-1-1-4)	
금융위원회	2	• [거래] 디지털 금융, 가상자산 시장에서의 소비자보호 체계 확립 (2-2-1-2)	
기획재정부	1	• [거래] 소비자가 체감할 수 있는 서민물가의 안정적 관리 (2-2-1-8)	
농림축산식품부	5	• [안전] 농축산물의 안전 및 원산지 관리 강화 (1-1-2-1) • [역량] 고령소비자 친화 식품의 확산 (3-1-1-6)	
문화체육관광부	2	• [안전] 문화·체육·관광시설 소비자 안전관리 강화 (1-1-3-4) • [거래] 게임콘텐츠 시장에서 이용자 권익보호 (2-2-1-3)	
방송통신위원회	5	• [거래] 플로팅 광고 모니터링 및 제도 개선 (2-1-1-4)	
보건복지부	3	• [거래] 치료 경험담 등 온라인상 불법 의료광고 단속 (2-1-1-5)	
산업통상자원부	8	• [안전] 신기술·신수요 제품의 안전관리 기반 조성 (1-1-1-6) • [안전] 온라인 쇼핑물 내 불법·리콜 제품의 유통차단 (1-2-1-2) • [안전] 고령자 장애인 안전관리 강화 (1-3-2-3) • [역량] 전기차 효율등급 표시제도 개선을 통한 에너지절감 촉진 (3-2-2-3)	
국가기술표준원			
식품의약품안전처	6	• [안전] 디지털치료기기 등 새로운 의료기기 소비자 안전강화 (1-1-1-5) • [안전] 다소비 농·축·수산물 안전관리 강화 (1-1-2-2) • [역량] 소비기한 표시제도 안정적 정착으로 탄소중립 실천 (3-2-1-3)	
중소벤처기업부	1	• [역량] 소상공인의 온라인 활용역량 제고 통한 소비자참여 기회촉진 (3-2-1-4)	
해양수산부	1	• [안전] 수산식품의 안전 및 원산지 관리 강화 (1-1-2-3)	
행안부	1	• [안전] 어린이이용시설 종사자 안전교육 의무화 제도 확산 (1-3-2-2)	
환경부	6	• [안전] 생활화학제품 관리 선진화 (1-1-3-2) • [안전] 환경유해인자 함유 어린이용품 안전관리 강화 (1-3-2-5) • [역량] 녹색제품 구매 촉진을 위한 녹색제품 정보제공 및 구매접근성 강화 (3-2-1-5) • [역량] 수리권 대화용기 선택권 보장 등 자원순환 소비 실천여건 개선 (3-2-1-7)	
합계	85		

1 전화자동응답시스템(ARS) 평가 제도 개선 (과기부)

- (현행) 최근 신유형의 전화자동응답시스템(ARS)*가 증가하며 이에 따른 소비자 불편도 발생하나, 현재 정부의 ARS 운용실태 평가 지표는 버튼식 ARS를 기준으로 하고 있어, 신유형 ARS에 대한 평가가 불가능

* 인공지능(AI) 챗봇, 보이스 ARS, 말로 하는 ARS 등

- (권고) 신유형 ARS 평가지표를 마련하여 소비자 불편 최소화

* 이용요금 사전 고지 등 신유형 ARS 서비스 비용 관련 필수지표 마련

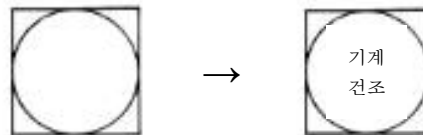
2 의류 취급상 주의사항 표시 개선 (산업부)

- (현행) 의류 취급상 주의사항에 '기계건조 가능여부'는 다른 기호들과 달리 기호 내에 한글 표기가 없어, 소비자들이 그 뜻을 쉽게 알기 어려움

< 현행 섬유제품의 취급상 주의사항의 표시 기호 >

염소계 표백제 사용 가능 여부		드라이 가능 여부		기계건조 가능 여부	

- (권고) 기계건조 가능여부 기호 표기 시, 기호 내 한글 표기도 병기하도록 「KS K 0021 섬유 제품의 취급에 관한 표시 기호 및 그 확인 표시 방법」을 개정



3 합리적 소비생활을 위한 신유형 상품권 표준약관 개정 (공정위)

- (현행) 신유형 상품권의 유효기간은 통상 1년 이내로 유효기간 내 미사용하는 경우가 많지만, 대다수 기업이 표준약관에 따라 유효기간 경과 시 구매금액의 90%만 반환하여 소비자 불만이 다수 제기

- (권고) 소비자 권익 향상을 위해 신유형 상품권의 유효기간 경과 후 환불규정이 합리적 수준이 될 수 있도록 신유형 상품권 표준약관 개정

4 소비자 오인성 제거를 위한 식품유형 명칭 개선 [식약처]

- (현행) 현재 「식품의 기준 및 규격 고시」에 따르면 ▲마른 김에 소금, 기름 등 간을 하지 않고 구운 경우(구운김)와 ▲간을 하고 구운 김(조미김)을 모두 '조미김'으로 표시*하도록 하고 있어 소비자 오인을 유발

* 수산가공식품류를 어육가공품류, 젓갈류, 건포류, 조미김으로 구분하고, 그 중 조미김은 "마른김(얼구운김 포함)을 굽거나, 식용유지, 조미료, 식염 등으로 조미·가공한 것"으로 정의

- (권고) 식품유형 명칭에 '조미김'과 함께 '구운 김'도 병기하도록 「식품의 기준 및 규격 고시」를 개정하여 소비자 오인을 방지

5 소비환경변화에 따른 광고 정보 명시 사항 개선 [방통위]

- (현행) 최근 영리목적의 광고성 정보 송신 방법이 기존의 문자 방식뿐 아니라 앱 푸시 등으로 다양해졌으나, 현행 법령은 '문자' 방식을 기준으로 하고 있어 앱 푸시 등 방식에는 법령 적용이 어려움

* 「정보통신망법 시행령」 '매체별 광고성 정보의 명시사항 및 명시방법'에서 정하고 있는 '그 밖의 전자적 전송매체' 중 음성 외 형태로 전송되는 광고의 경우 '문자' 방식을 기준으로 하고 있음

- (권고) 현재 소비환경 변화에 맞게 '그 밖의 전자적 전송매체'를 세분화하는 등 영리목적의 광고성 정보 송신방법에 대한 수신거부 등의 방식을 정하도록 「정보통신망법 시행령」 개정

6 소비자 선택권 확대를 위한 식품 중량변화 표시제도 개선 [식약처]

- (현행) 「식품위생법」(중량신고 및 표시) 및 「물가안정법」(단위가격표시)에 따라 식품의 단위가격 표시가 이루어지고 있으나, 그것만으로는 내용량 변화에 대해 소비자가 인지하기 어려움

- (권고) 소비자가 내용량의 변화를 쉽게 인식할 수 있도록, 내용량이 변경되어 단위가격이 상승한 경우 내용량 변경 사항을 표시하도록 「식품 등의 표시기준」 개선

1 추진배경

- ☐ 기업들이 소비자 저항을 피하기 위해 가격은 유지한 채 용량 등을 줄이는 일명 슈링크플레이션으로 인해 소비자 구매시 오인 우려 제기
- ☐ 소비자 구매선택에 영향을 미칠 수 있는 용량규격·중요 원재료 등 변경 정보를 소비자들이 쉽게 인식할 수 있도록 알리는 방안을 마련할 필요

2 대응방안

1. 한국소비자원-사업자 간 자율협약 체결

- ☐ (유통) 대형마트·백화점·온라인 등에서 유통되는 1만여개 상품에 대한 모니터링 체계를 신속하게 구축·운영하기 위한 자율협약 체결(12.20.)
 - * (대형마트) 이마트, 홈플러스, 롯데마트 (백화점) 롯데, 현대, 신세계 (온라인) 쿠팡, 컬리
- (유통업체) 판매하고 있는 가공식품 및 생활용품의 용량 등 정보를 소비자원에 제출(매분기) 및 용량변경 상품 관련 게시물 매장 내 부착
- (소비자원) 용량변경 제품 선별·검증 후 홍보물 제작·배포
- ☐ (제조) 생산제품의 용량 변경 사실을 소비자에게 적극적으로 알리도록 하기 위한 자율협약 체결 추진('24.1. 예정)
 - (제조업체) 생산제품의 용량 변경시 해당 사실을 자사 홈페이지 등을 통해 적극적으로 알리고 한국소비자원에 통지
 - (소비자원) 제조사로부터 제공받은 정보를 취합하여 유통업체, 참가격 및 소비자24에 게시하여 소비자들의 인지 가능성 제고

2. 소비자원 및 소비자단체의 모니터링 및 정보제공 확대

- ① (참가격 확대개편) 소비자원 모니터링 대상을 현재 주요 생필품 128개 품목(336개 상품)에서 **158개 품목(500여개 상품)으로 확대**(‘24~)
 - * 전국 500여개 판매점의 가격정보 데이터를 격주로 조사·분석하여 공개
 - 또한, 가격정보에 더해 **중량 변동 정보**까지 조사하여 슈링크플레이션 관련 정보 상시 제공 (참가격·소비자24)
 - 확대 개편된 참가격을 차질없이 운영하고 자율협약 이행점검·신고 센터 운영 등을 위해 소비자원 내 **가격조사전담팀 신설**
- ② (소비자단체 모니터링) 소비자환경개선사업을 통해 소비자단체가 참가격 조사품목 외 품목들에 대한 슈링크플레이션 모니터링

3. 숨은 용량축소를 사업자 부당행위로 지정 [고시개정]

- 물품을 제조하는 사업자가 용량 등 상품의 중요사항을 변경하였음에도 불구하고 **해당 사실을 알리지 아니하는 행위**를 금지행위로 지정
 - * 용량 등을 축소하는 행위, 제품명에 사용한 원재료 함량 비율을 낮추는 행위
 - (적용대상 품목) 국민생활에 밀접한 품목에 한정
 - * 「가격표시제 실시요령」(산업부고시)에 따른 단위가격 표시의무품목, 한국소비자원의 참가격 조사대상품목, 한국소비자단체협의회 가격조사품목 참고
 - (고지 방법) ‘변경 전 사항과 변경 후 사항’을 3개월 이상 ①포장 등에 표시하거나 ②제조사 홈페이지 또는 ③판매장소에 게시하고, 한국소비자원에 통지하도록 함
 - (사업자 부당행위 지정) 제조업자가 적절한 정보제공 없이 중요사항을 변경하는 행위를 위반행위로 지정(「사업자의 부당한 소비자거래행위 지정 고시」)
 - * 「소비자기본법 시행령」 별표2에 근거하여 1차 위반시 500만원, 2차 위반시 1,000만원 부과

1 추진배경 및 대응방향

- 정부의 청년정책 기본계획(2021~2025)의 성공적인 이행을 지원하기 위하여 소비자들의 주요 업무별 청년 소비자 대상 사업을 추진
 - 청년정책 기본계획의 5대 방향* 중 ‘교육’과 ‘참여·권리’ 측면과 한국소비자들의 ‘소비자안전’, ‘시장개선’, ‘피해예방’ 사업 연계
- * (5대 정책 방향) : ①일자리, ②주거, ③교육, ④복지·문화, ⑤참여·권리

2 주요 추진실적

① 청년층의 소비생활 안전 확보를 위한 ‘소비자안전모니터’ 운영

- 소비자안전 및 공익활동 의지가 높은 20대 청년을 선발하여 ①위해정보 수집, ②소비자안전 콘텐츠 제작 및 확산, ③안전동향 수집 및 게시, ④대외 홍보·캠페인 진행

- (위해정보 수집) 해외리콜 제품, 중고거래 플랫폼 재유통 모니터링 등 598건의 위해정보 수집
- (콘텐츠 제작 및 확산) 카드뉴스 및 인포그래픽, SNS의 숏폼 등 다양한 콘텐츠를 활용하여 36개 콘텐츠 제작 및 417건 확산
- (안전동향 수집) 소비자안전 관계기관의 기준·고시 개정 등 총 388건의 안전동향 수집·게시
- (홍보 및 캠페인) OECD 정례회의에서 청년들이 제작한 소비자안전 콘텐츠 영상을 상영하고 위해정보 차단을 위한 국제공조 강화

② 시장질서 확보를 위한 ‘대학생광고감시단’ 운영

- 헬스케어·친환경 표방(그린워싱)·다크패턴(소비자 기만 상술)과 관련된 제품·서비스의 광고를 감시하고 추가 피해를 막기 위한 개선 조치

- 부당광고 의심 사례를 337건 발굴하여 53건의 광고 수정·삭제 등 조치 완료
- 전화권유판매의 소비자피해를 줄이기 위해 두낫콜 시스템*을 홍보하고 신규 가입자의 등록을 유도(112명)하는 등 대국민 정보제공 (* 전화권유판매 수신거부의사 등록시스템)
- 한국광고자율심의기구 등 광고감시 전문가 특강을 실시하여 청년층의 피해 대응 역량 제고

③ 청년 소비자 피해예방을 위한 지역별 유관기관 공동 대응

- 지역별 청년 소비자 피해 공동 대응을 위하여 간담회를 통한 공동 대응 계획을 수립하고 신학기 피해예방·교육 활동, 하반기 실태조사, 연말 예비 청년(고3) 교육 추진

- (부산·울산·경남지원) 해외직구·헬스 등 청년층의 관심이 높은 분야의 피해예방 콘텐츠 확산, 신유형 통신판매 피해 예방을 위한 예비 청소년 교육 실시
- (대구·경북지원) 소비자단체와 협업하여 대학생 소비자전문강사를 20명 육성하고 사회배려계층 대상 소비자교육 실시(58회 1,173명)
- (광주·호남지원) 해외직구 유의사항 등 소비자피해예방 캠페인 개최, 지역대학 신입생 오리엔테이션에 소비자피해 예방 교육 동영상 강의 프로그램 참여
- (대전·세종·충청지원) 지역 대학과의 협업을 통해 스터디카페 관련 소비자 피해 실태 조사를 실시하고 개선방안 도출(사업자 자율개선 및 소비자피해 예방활동 연계)
- (제주지원) 지역 청년대상 방문판매 피해예방 리플릿을 배포하고 대학교 이동상담 실시

3 향후 계획

- 한국소비자원의 업무영역별 청년 소비자 관련 사업을 지속 발굴하고 지원 확대를 위한 방안 모색
 - 소비자안전, 시장개선, 피해예방 등 주요 업무분야의 청년 참여사업 지속 수행 및 확대
 - ①청년세대의 지속가능한 소비를 위한 정책연구, ②청년을 대상으로 하는 비대면·신유형 거래 및 국제거래 분야 조사 강화('24년 사업계획 반영)
 - 한국소비자원이 보유한 민원, 안전 데이터에 기반하여 청년 소비자 문제의 동향을 모니터링하고 시의성 있는 대안 마련

- **(목적)** 소비자의 권익증진 및 소비생활의 향상에 관한 기본적인 정책을 종합·조정하고 심의·의결하기 위해 설치*(소비자기본법 제23조)
 * 소비자보호위원회('82년) → 소비자정책심의위원회('86년) → 소비자정책위원회('06년)
- **(기능)** 소비자정책에 관한 사항을 심의·의결(법 제25조①), 소비자의 권리를 제한하는 법령·고시 등의 개선을 위해 필요한 조치를 권고(법 제25조②)
 - 기본계획(3년 단위) 및 정책종합시행계획(매년)의 수립·평가와 그 결과공표
 - 소비자정책의 종합적 추진 및 조정에 관한 사항
 - 소비자보호 및 안전 확보를 위하여 필요한 조치에 관한 사항
 - 소비자정책의 평가 및 제도개선에 관한 사항
- **(구성)** 위원장 2인(국무총리, 민간위원장) 포함, 총 25인 이내
 - (당연직) 관계 중앙행정기관장, 소비자원장 등
 - (위촉직) 민간공동위원장, 소비자대표, 경제계대표 등
- **(산하 위원회)** 실무위원회 및 분야별 전문위원회(7개)

소비자정책 위원회	• 위원장(2명) : 국무총리, 민간공동위원장 • 위원(23명) : 정부위원(간사 : 공정거래위원회위원장), 한국소비자원장, 민간위원 • 기능 : 소비자정책에 관한 사항을 종합·조정·심의·의결
실무위원회	• 위원장 : 공정거래위원회위원장 • 위원 : 관계부처의 차관·차장·부위원장, 한국소비자원장 • 기능 : 소정위 상정 안건을 사전 검토·조정, 소정위 운영지원
전문위원회	• 위원장 : 소비자정책위원회 민간위원 • 위원 : 관계부처 국장, 소비자정책국장, 소비자원 임원, 민간위원 • 기능 : 소정위 상정 안건 중 전문성이 요구되는 사안의 연구·검토 • 구성 : 7개 분야 및 관계부처 * 공산품, 식의약품, 보건의료, 금융보험, 자동차·교통, 방송통신, 일반

붙임 3

소비자정책위원회 위원 명단

① 당연직·정부위원 (10명)

연번	소속·직위	비고
1	국무총리	위원장
2	부총리 겸 기획재정부장관	
3	행정안전부장관	
4	농림축산식품부장관	
5	산업통상자원부장관	
6	보건복지부장관	
7	환경부장관	
8	국토교통부장관	
9	공정거래위원회위원장	간사위원
10	한국소비자원장	

② 위촉직·민간위원 (15명)

연번	성명	소속·직위	비고
1	김성숙	계명대학교 경제통상학부 교수	공동위원장
2	남인숙	소비자단체협의회 회장, 한국부인회총본부 회장	
3	김연화	소비자공익네트워크 회장	
4	변웅재	소비자분쟁조정위원회 위원장	
5	최다혜	건국대 경영학과 재학	
6	류진	한국경제인연합회 회장	
7	최태원	대한상공회의소 회장	
8	김기문	중소기업중앙회 회장	
9	문은숙	소비자정책연구소 대표	
10	이주영	소비자컨텐츠연구소 소장	
11	김윤	서울대 의과대학 교수	
12	주소현	이화여대 소비자학과 교수	
13	박은미	목원대 도시공학부 교수	
14	주정민	전남대학교 정책대학원 원장	
15	나종연	서울대학교 소비자학과 교수	