소비자정책동향 제142호

지방소비자행정 발전을 위한 정책 제안

목 차

1. 서론 / 01
2. 국내 지방소비자행정 현황 / 04
3. 일본의 지방소비자행정 현황과 변화 / 08
4. 일본 지방소비자행정을 통한 시사점 / 29
5. 결론 및 제언 / 32

김시월 건국대학교 교수 | October@konkuk.ac.kr

1. 서론

□ 우리나라 인구의 평균 나이는 점차 상향하고 있으며, 초고령화 속도 또한 매우 빠르게 진행하고 있음

○ 행정안전부(2024)의 주민등록인구 통계에 따르면, 2023년 말 44.8세였던 주민등록인구의 평균 나이는 2024년 말 45세를 넘길 것으로 보았음. 평균 연령이 2014년 말 40세를 넘어선 지 10년 만에 5세 늘어났으며, 추정 시기가 1년이나 앞당겨졌음

○ 주민등록인구 평균 나이가 집계되기 시작한 2008년의 평균 나이는 37세였으나 연평균 0.5세씩 늘어나는 추세로, 통계청은 평균 연령이 2035년에 50세, 2049년에는 55세를 넘어설 것으로 보고 있음. 한국의 중위 연령은 45.1세로 일본(49.4세)보다는 낮지만, 영국(40세)·미국(38.3세) 등 주요 선진국보다 높음(조선일보, 2024). 이 또한 고령화의 진전을 의미함

○ 우리나라는 2000년 '고령화 사회'로 진입한 이후 18년 만인 2018년 '고령사회'로 진입하였으며, 2026년에 '초고령사회'로 진입할 것으로 예측하였음. 그러나 우리의 '초고령사회'는 2025년으로 재조정되었으며, 이미 지역별 극명한 차이를 보임

□ 반면에, 소비자를 둘러싼 환경은 나날이 변화하고 있음

○ 그중에서 온라인 거래의 증가, AI 기술의 발전 등 급격한 디지털화의 진전은 현저함. 특히 COVID-19 이후 소비자의 일상은 건강과 안전 중심, 온라인 중심, 외부 생활의 집안으로의 이동 중심 등의 이슈가 더 부각 되었음. 이를 고려할 때에 급변하는 시대 변화에 맞는 행정, 정책, 교육, 소비생활 상담 등에서

소비자 중심적 가치와 비전이 다시 다듬어지고 점검되어야 함

○ 이러한 환경변화는 비단 우리나라뿐만 아니라, 다양한 국가나 지역에서 공통으로 존재하며 일반화되고 있음

- 디지털화는 소비자가 더 많은 정보에 접근성, 용이성을 높이고, 상품이나 서비스의 선택·구입 또한 용이하게 하는 등 보다 많은 편의성 향상을 도모함. 아울러 직업의 종류 및 근무 양상의 변화, 연령별 양극화의 확대, 그리고 정보 및 기술에 대한 취약자를 양산하는 부정적인 측면 또한 양존하고 있음

○ 디지털 기술의 진전이나 거래 환경의 변화가 다시 새로운 과제를 발생시키고 있어 소비자행정도 이러한 시대적 변화에 적극적으로 대응해야 함

□ 소비자는 언제 어디서나, 거주 지역, 거주 시기와 무관하게 잘 갖추어진 소비자행정의 혜택을 받을 권리가 있으며, 중앙정부와 지자체는 이를 지원할 의무가 있음

○ 그럼에도 불구하고 지역 간의 극심한 불균형이 높아지며, 취약자(고령자, 장애인, 외국인 등)가 증가하고, 이로 인하여 인구이동이 편향적으로 증가하고 있음

○ 우리나라의 지방소비자행정은 '소비자기본법'과 '지방자치법'에 근거하며, 지방소비자행정은 소비자 측면에서는 소비자권리의 확장과 삶의 질을 증대시키고, 기업 측면에서는 소비자의 불만과 요구사항을 전달하고 소비자 위주의 경영방식을 권장하고, 궁극적으로는 기업의 경쟁력 향상과 지역경제의 활성화를 도모할 수 있음

□ 구체적으로 소비자행정은 소비자주권 보호를 달성하기 위한 구체적인 관리 과정으로, 정책과 행정의 관계는 매우 중요함. 모든 국민은 어디서나

삶의 영위를 위하여 소비자로서의 기본적인 권리를 지니고 있고 사회에 대한 책무가 있으므로, 지역소비자정책과 행정의 주체가 되고 있음. 이러한 소비자행정은 소비자정책, 소비자교육, 소비자상담 등이 대표적인 영역임

○ 소비자정책은 소비자의 권익 증진과 소비생활의 향상을 목적으로 하고, 정보제공 및 교육을 통해 소비자의 선택권을 확보하며, 소비자의 능력을 향상시키고, 소비생활의 합리화를 도모함. 또한 시장에서 부당거래 행위와 위해한 물품 및 서비스를 규제하고, 소비자피해를 예방 및 구제하며, 소비자의 자주적 활동을 지원함으로써 소비자주권의 실현을 추구함

○ 소비자교육은 효과 측면에서는 보다 많은 시간이 소요되지만 소비자문제의 사전적 예방을 구현하며, 소비자상담은 소비자문제의 사후해결을 도모함.

□ 근간 지방소비자행정의 과제 및 활성화 방안 분석을 살펴본 연구결과, 다양한 의견이 도출되고 있음

○ 기존 연구에서 지적한 사항을 보면, 첫째, 지방소비자행정 간의 연계 및 사업확대, 둘째, 지방소비자행정의 전문화, 국제화 확대를 통한 지역 인력 및 물적 자원의 적극적인 활용, 셋째, 지방소비자행정의 지역적 특성화 확대, 넷째, 지방소비자행정의 변화와 발전을 위한 지역 기업 및 소비자단체와의 활동 연계 확대, 다섯째, 지방소비자행정의 지속적인 다양한 소비자교육 및 정보 제공 확대 등이 필요함을 지적함

○ 이는 무엇보다 지역별 인구구조의 차이, 지역의 산업별 특성 차이로 인한 소비자문제의 차이점 등을 우선적으로 고려해야 하며, 아울러 지속적으로 지역의 소비자 중심으로 시대와 지역 특성에 맞는 다양한 시각에서 접근이 요구되며, 이러한 것을 통해 지방소비자행정 거버넌스의 중요성과 필요성을 연계시켜야 한다고 강조함

2. 국내 지방소비자행정의 체계 및 현황

□ 우리나라의 소비자 관련 행정체계는 중앙행정기관인 공정거래위원회, 지방자치단체, 그리고 특수공익법인인 한국소비자원으로 구성되어 있으며, 이에 공정거래위원회는 소비자본부를 서울, 부산, 광주, 대전, 대구 사무소에 소비자 관련 부서를 설치하고 운영하고 있음

○ 지방소비자행정체제는 지방자치법과 소비자보호 조례 등에 근거하여 소비자정책을 총괄하는 지방소비자정책심의위원회를 두고, 그 아래에 소비자 관련 규제와 행정업무를 수행하는 행정 부서를 두고 있음

○ 지방자치단체는 소비자지원 업무를 위탁 운영하고 있으며 행정 권한을 가진 공무원과 소비자원의 전문성, 민간소비자단체의 소비자 참여 및 운동 정신을 통한 시너지 효과를 기대하고 소비생활센터를 설치하고 있음

- 서울과 경기도를 제외한 14개 광역자치단체에서는 '소비생활센터'를 설치하여 지방소비자의 행정수요에 대응하고, 지방 소비생활센터 운영은 대체로 소비자업무 전문성을 지닌 소비자단체가 파견 형식으로 투입되어 활동하고 있음

- 소비생활센터의 주요 기능은 지방소비자보호시책 수립 및 시행, 지방소비자정책심의위원회 운영, 소비자 관련 비영리법인 설립인가 및 감독, 소비자법령 관련 행정처분, 민간소비자단체 육성지원 및 등록 관리, 지방물가 감시기능, 가격표시제 위반사업자 단속 등임

○ 지방소비자행정의 업무는 국가가 위임한 각종 규제업무의 수행, 조정행정과 지원행정, 그리고 지역의 특성을 살린 소비자책임 등을 들 수 있음

- 각 지방자치단체의 소비자행정업무를 직접 다루고 있는 부서는 소비자보호(정책) 담당, 유통소비(경제) 담당, 물류 항만 담당, 상거래 소비 담당 및 소비자팀 등으로

다양한 명칭이나 내용으로 구성되어 있음

- 각 지방자치단체는 소비자보호 조례를 제정하고 소비자보호 업무를 전담하는 부서를 설치하여 운영하고자 노력하고 있음. 지방정부는 관내 소비자와 사업자를 위하여 소비자행정을 적극적으로 전개함으로써 소비자권리의 확장과 삶의 질을 높이고, 나아가 사업자에게도 소비자의 불만과 요구사항을 전달하고 소비자중심 경영방식으로 유인함으로써 해당 기업의 경쟁력 향상, 지역경제 활성화를 꾀하고 있음
- 지방자치단체의 소비자행정 범위를 살펴보면, 고유사무로는 소비자보호 시행계획 수립, 소비자정책심의위원회 설치, 기타 행정조직, 소비자교육 정보제공, 시험검사 등이 있음. 단체위임 사무로는 소비자단체의 지원 육성, 소비자협동조합의 육성, 소비자상담 및 피해구제, 소비자소송지원, 분쟁조정, 위해의 방지 기준집행, 거래의 적정화 기준·집행 등이 있음

□ 실질적으로 이러한 지방소비자행정의 체계에 대한 평가를 살펴보면 다음과 같음

○ 첫째, 중앙정부로부터 지방자치단체에 위임한 일부 소비자보호 업무 중에서는 기관위임 사무의 성격을 띤 업무임에도 항구적인 인력 지원이 없는 점을 지적함

○ 둘째, 지방소비자행정은 아직 정착되지 못하고, 관계 담당 공무원의 겸직 및 순환보직으로 업무의 전문성 연결이 어렵고, 소비자행정을 집행하기 위한 예산 확보에 어려움을 겪고 있음

○ 셋째, 소비자단체들은 소비자단체와 소비생활센터 업무의 중복에 대해 비판적인 시각이 있고, 공무원의 지시 및 업무 방식에 대한 어느 정도의 불만이 있음

□ 그 외에 지방소비자행정의 운영에 대한 평가를 살펴보면 다음과 같음

○ 첫째, 지방자치단체의 소비자행정 인력 예산 및 조직 등 인프라가 취약하고, 지방소비자행정 주체들 간의 역할 배분과 업무가 모호하며, 그리고 행정주체 간 공조 노력이 미흡하다는 지적이 있음

○ 둘째, 법제상 지방자치단체에 소비자행정과 관련한 주요 역할과 책임을 부여하지만 역할 배분의 모호성이나 역할 범위의 불명확성으로 인해 업무 추진이 효율적으로 추진되지 못하는 결과를 초래하고 있다는 지적이 있음

○ 셋째, 지방자치단체의 소비자행정은 지역의 특성을 고려하여 이를 적극적으로 반영하고 보완하는 장점이 있으나 실제로 지역 특성화된 행정 수행이 되지 못하는 점을 지적하고 있음

○ 그리고 구체적인 지방자치단체의 소비자행정의 문제점으로는 무엇보다 지역 특성에 대한 반영이 없는 점, 지방자치단체 간의 업무 공조나 연대가 부족한 점, 소비자행정업무의 분산 및 공조가 부족한 점, 소비자행정업무 전문가 부족 및 전문 인력 양성의 부족, 그리고 소비생활센터 운영의 문제점, 그리고 무엇보다 소비환경 변화 및 새로운 소비자 문제 대응의 부족 등을 들고 있음

□ 이에 인접한 국가인 일본의 지방소비자행정 강화 전략의 시행 전과 시행 후의 변화와 현황을 구체적으로 살펴보면서, 그 시사점을 통해 국내 지방소비자행정의 개선을 위한 제안점을 도출하고자 함

○ 왜냐하면, 일본은 지정학적으로 우리와 매우 가깝고, 많은 사회역사적 사회문화적 연계가 있음. 그리고 일본의 소비자행정은 오랜 기간 행정 주도에서 소비자 중심으로 변화를 시도하고 있고, 지자체의 자립적 성장을

지원하는 점에서 많은 시사점을 주며, 또한 고령화, 장애인, 정보부족자, 심리적 약자 등 사회적 약자 중심인 점에서 우리에게 많은 시사점을 주기 때문임

○ 아울러 일본은 중위 연령이 우리보다 높은 점, 그리고 초고령화가 앞선 점, 취약자 중심적인 측면이 많은 점에서 선험적 측면이 있는 점을 들 수 있음

3. 일본의 지방소비자행정 현황과 변화

3.1. 일본 지방소비자행정의 목표와 강화 전략

□ 일본 소비자행정의 목표는 소비자행정과 정책을 통하여 소비자시민사회 형성을 목표로 하고 있음

○ 일본 소비자청에 의하면, '소비자시민사회는 소비자가 공정하고 지속 가능한 사회 형성에 적극적으로 참여하는 사회임. 모든 소비자의 다양성을 상호존중하고, 자신만이 아니라 주변과 장래에 태어날 사람들의 상황, 국내외의 사회경제 정세나 지구환경까지 생각하는 가치관과 사고를 넓혀, 매일 매일 생활하는 사회'로 정의함

□ 일본 소비자행정의 사령탑은 소비자청으로 2024년 현재 정원 465명의 조직으로 신미래창조전략본부를 비롯하여 소비자교육추진회의 등의 심의회, 그리고 지방협력과 등으로 구성됨

○ 아울러 「소비자청 및 소비자위원회설치법」 제6조 제2항 제1호에 근거하여, 내각총리대신, 관계 각 대신 또는 소비자청장관에 대해 의견표명의 체계를 두고 있음

□ 일본 지방소비자행정 강화 전략

○ 현재 가장 근접한 일본의 지방소비자행정 강화 추진 전략은 '지방소비자행정 강화 전략 2020'이며, 이의 개요를 살펴보면, 다음 〈표 3-1〉과 같음

〈표 3-1〉 일본 지방소비자행정 강화 전략 2020

구 분
1. 제4기 소비자기본계획(2020년 3월 31일 각의 결정)을 바탕으로 소비자는 어디에 거주하건, 질 높은 상담·구제를 받을 수 있고, 소비자의 안전·안심이 확보되는 지역 체제를 전국적으로 유지·확충을 목표로 책정(대상 기간은 2020-2024) 제4기 소비자기본계획(2020년 3월 31일 각의결정)을 바탕으로 소비자는 어디에 거주하건 질 높은 상담·구제를 받을 수 있고 소비자의 안전·안심이 확보되는 지역 체제를 전국적으로 유지·확충하는 것을 목표로 '지방소비자행정 강화 전략'(2015년 3월 24일자 소교지 제117호)을 개정하여 '지방소비자행정 강화 전략 2020'(이하 '강화 전략 2020'이라 한다)으로 정한다. **2. 지방의 자주성·자립성이 충분히 발휘되도록 유의하고, 지방소비자행정의 충실·강화를 위한 교부금 등을 통해서 지방에 계획적·안정적인 대처를 지원** 강화 전략 2020의 추진에서 소비자청은 지방소비자행정이 자치사무임을 고려하여 지방공공단체의 자주성·자립성이 충분히 발휘되도록 유의하며, 동시에 지방소비자행정의 충실·강화를 위한 교부금을 통해 지방공공단체의 소비자행정 추진을 위한 계획적·안정적인 대처를 지원한다. **3. 매년 진전된 상황에 대한 검증·평가를 실시하며, PDCA를 통해 진전 및 관리를 철저히 한다.** 소비자청은 지방소비자행정의 충실·강화를 통해 소비자의 보다 풍요롭고 안전·안심한 생활을 실현하고 지방소비자행정의 충실·강화를 위해 교부금을 활용하여 당면 정책목표를 도도부현별로 이하의 항목 달성을 목표로 지방공공단체의 대응을 지원한다.

정책목표	
〈정책목표1〉 소비생활상담체제 강화 【소비생활센터의 설치 촉진】 1-1 설치 시구정촌의 도도부현 내 인구 커버율 90% 이상 **〈정책목표2〉 소비생활상담 질 향상** 【소비생활상담원의 배치 · 수준 향상(레벨업) 촉진】 2-1 배치 시구정촌 도도부현 내 인구 커버율 90% 이상 2-2 상담원 자격 보유율 75% 이상	3-7 윤리 소비 추진(전체 도도부현) 3-8 소비자 지향 경영의 보급·추진(전체 도도부현) 3-9 식품 손실 삭감 대응 추진(전체 도도부현, 정령시) **〈정책목표4〉 고령자 등의 소비자피해방지를 위한 보호 활동 강화** 【소비자안전확보지역협의회의 설치】 4-1 설치 시구정촌의 도도부현 내 인구 커버율 50% 이상 【지역 지킴이 활동의 충실】

2-3 상담원의 연수참가율 100%(매년) 2-4 지정 소비생활상담원 배치(전체 도도부현) **〈정책목표3〉 소비자교육의 추진 등** 【젊은이 소비자교육 추진】 3-1 소비자교육 교재 '사회로의 문'을 활용하여 전국에서 실천적 소비자교육 실시 3-2 젊은이의 소비자 핫라인 188번 인지도 30% 이상(전국) 3-3 젊은이의 소비생활센터 인지도 75% 이상(전국) 【지역 소비자교육추진체계의 확보】 3-4 소비자교육 코디네이터 배치 추진(전체 도도부현, 정령시) 3-5 소비자교육추진지역협의회 설치, 소비자교육추진계획의 책정(도도부현내의 정령시 및 중핵시의 대응 완료 비율 50% 이상 3-6 강습 등(출장강좌를 포함하여) 실시 시구정촌 비율 75% 이상	4-2 지역 보호 활동에 소비생활협력원·협력단체를 활용하는 시구정촌의 도도부현 내 인구 커버율 50% 이상 4-3 지킴이 활동을 통한 소비자피해 미연 방지, 확대 방지 **〈정책목표5〉 특정 적격소비자단체, 적격소비자단체, 소비자단체의 활동 강화** **〈정책목표6〉 법집행체제의 충실(전체 도도부현)** **〈정책목표7〉 지방소비자정책 추진을 위한 체제 강화** 【지방판 소비자기본계획】 7-1 지방판 소비자기본계획 책정(전 도도부현, 정령시) 【소비자행정직원】 7-2 소비자행정직원의 연수참가율 80% 이상(매년)

□ 전략적인 내용과 목적, 취지를 통해서 강조하고 있는 것은 다음과 같음

○ 어디에 거주하건, 질 높은 상담·구제를 받을 수 있고 소비자의 안전·안심이 확보되는 지역 체제를 전국적으로 유지·확충하는 것을 목표로 함

○ 모든 지방의 자주성·자립성이 충분히 발휘되도록 유의하고, 지방소비자행정의 충실·강화를 위한 교부금 등을 통해서 지방에 계획적·안정적인 대처를 지원함

○ 매년 진전 상황을 검증·평가하며, PDCA(Plan(계획), Do(실행), Check(확인), Act(조치)) 사이클에 의한 진전 및 관리를 철저하게 수행함

- 후속 보고(PDCA 시트)로 소비자지향, 자주 선언의 내용에 근거한 대처 성과나 개선내용 등을 웹사이트 등에 정기적(원칙은 1년 이내마다, 길어도 2년마다)으로 공표하도록 요구함

○ 진전 상황에 대한 평가는 언제부터 시작해, 어디까지 진행되고 있으며, 현재 어떠한 상황인가, 그리고 그 대처를 실시한 결과, 대처 전부터 어떻게 변화되어 정량적으로 나타나고 있는가 등임

- 강화 전략 2020에서는 정책 추진에 전제가 되는 체제 정비 상황 등을 중심으로 목표를 설정하므로, 해당 목표의 달성과 더불어 각 지방공공단체에서 실효성 있는 대응 추진이 중요하다고 지적함
- 소비생활센터는 지방공공단체가 설치하는 소비생활상담창구 중에서 주 4일 이상 개소하는 등 '소비자안전법'(2009년 법률 제50호)이 정하는 일정한 요건을 충족하고 있는 것을 말함
- '상담원 자격'은 소비자안전법 제10조 3항에 규정된 소비생활상담원 자격시험과 부당경품류 및 부당표시방지법 등의 일부를 개정하는 등의 법률 일부 시행에 따른 경과조치에 관한 내각부령(2015년 내각부령 제17호) 제2조에 규정된 자격을 가리킴(독립행정법인 국민생활센터가 부여하는 소비생활전문상담원의 자격, 일반재단법인 일본산업협회가 부여하는 소비생활어드바이저 자격, 일반재단법인 일본소비자협회가 부여하는 소비생활컨설턴트 자격)
- 젊은이 소비자교육은 '청년 소비자교육 추진 액션 프로그램에 따라 추진하고, 소비자 핫라인 번호(188) 인지도, 소비생활센터 인지도는 '소비자의식기본조사'에서 실시함
- 윤리 소비에 관한 소비자용 계발 · 실시 상황, 소비자(단체)·사업자(단체) 와의 제휴·협동 상황 등을 파악하는 것임
- 식품 손실의 실태 파악, 주민·소비자에 대한 계발, 음식점이나 식품 관련 사업자, 푸드뱅크 등과 연계한 대처 등의 실시 상황, 식품 손실 삭감 추진 계획의 책정 상황 등을 파악하는 것을 고려함
- 소비자단체 등에 대한 지원이나 연계·협동 상황 등을 파악하는 것도 중요하며, 법 집행 담당 직원의 배치 상황, 법 집행 연수 참가 상황, 경찰 등 관계 기관과의 제휴 상황, 법 집행 상황 등을 파악하는 것을 고려함

3.2. 일본 소비자위원회의 적극적인 의견 반영

□ 소비자위원회(2024년 9월)는 차기 소비자기본계획 수립을 위한 소비자위원회 의견(제2회)을 고려해야 하며, 구체적인 의견 내용은 다음과 같음

○ 소비자기본법(1968년 법률 제78호)에서 소비자기본계획안을 작성할 때나 소비자기본계획의 검증·평가·감시 결과를 정리할 경우, 소비자위원회의 의견을 들어야 한다(소비자기본법 제27조 제3항). 이에 소비자위원회는 2024년 4월 차기 소비자기본계획 수립을 위한 「제1회 의견」을 제시함

○ 첫째, 차기 소비자기본계획에서 특히 중요한 기본 시점으로 전체에 대해서는 다음과 같음

- 전체에 대하여: 소비자기본계획은 소비자청 뿐만 아니라 정부 전체의 소비자정책에 대한 계획적인 추진을 나아가기 위해 책정됨. 디지털화, 국제화, 고령화 등 소비자를 둘러싼 현상과 거기에서 발생할 수 있는 과제를 바탕으로 관계 행정기관은 과제에 대응하는 해결책을 제시하고, 그 시책별로 목표의 도달점에 대해서도 구체적으로 제시해야 함. 아울러 시책을 공정하게 관리할 수 있는 구조 또한 강구할 필요가 있음

○ 소비자행정 본연의 자세에 대해서는 다음과 같은 의견이 있음

- 국가의 체제 정비 등에 관한 사항; 관계 행정기관은 법 규제를 비롯한 악질사업자를 시장에서 배제하는 구조를 명시하고, 악질사업자 관련 법 집행, 사업자의 컴플라이언스에 대한 인센티브 부여 등을 충실하게 실시해야 함

- 소비자청은 소비자행정의 사령탑 역할을 수행하는 동시에, 소비자청 신미래창조전략본부의 기능 또한 활용하면서 정책 입안 기능, 조사 기능의 강화, 법 집행, 소비자교육, 홍보·계발 등의 실행 능력 강화를 도모해야 함

- 소비자위원회는 소비자 의견이 직접 전달되는 투명성 높은 시스템을 최대한 활용하고, 전문적 관점에서 적극적으로 조사·심의나 건의 등을 실시해야 함 (소비자청과 소비자위원회의 연계)

- 소비자청과 소비자위원회는 각각 소비자행정과 관련된 사령탑과 감시역할을 담당하며 일정한 긴장 관계유지를 기본으로 함. 그 후에, 소비자청과 소비자위원회 모두 소비자보호에 대해 책임지면서 소비자청과 유기적인 연계를 구축할 필요가 있음 (미래창조전략본부)

- 소비자행정의 싱크 탱크 기능으로 소비자 동향이나 사회경제 정세의 변화에 따라 보다 본질적이고 우선도가 높은 분야의 조사 연구 및 프로젝트를 실시하여 소비자정책에 반영하며 소비자문제 해결에 기여하는 것을 목표로 해야 함

- 그로 인하여 정책 과제에 반영된 대처나 소비자청 내에서의 제휴 상황을 구체적으로 제시하는 동시에, 박사학위자 등 전문가를 다양한 대처에 추가하고, 전문가의 의견을 활용해서 보다 정밀하고 전문적으로 대응해야 함

○ 지방소비자행정과 관련된 사항으로는 다음과 같은 의견을 제시하고 있음

- 소비자청은 2020년도부터 2024년도까지의 지방소비자행정 강화 전략 2020에 대해, 목표 달성 상황을 검증하는 동시에 2025년 이후의 지방소비자행정에 관한 소비자청의 방침을 시급하게 해야 함

- 소비자청은 소비생활센터의 상담체제나 알선 상황 등 실태 파악에 노력하고, 향후 소비생활센터에 어떤 역할이 요구되는지, 소비생활상담의 디지털 전환 추진, 소비자상담처의 확보·충실 등에 대해 지방공공단체의 의견을 듣고 검토하고 필요 방안을 강구해야 함

- 지방소비자행정 강화 교부금은 지금까지 지방소비자행정의 내실화·강화에 일정 성과를 올렸으나, 교부금의 사업 메뉴에 따라서 활용 실적이 적거나 없기도 할 뿐만 아니라, 활용하기 쉬운 내용으로 요구하는 경우도 있음. 소비자청은 교부금 효과를 검증하는 동시에 향후 정책목표의 설정, 시행에서 한정된 예산의 효과적

활용 관점에서 지방공공단체의 지원 요구를 파악하는 보다 실효적인 연구(현명한 지출의 철저함)가 요망됨

- 소비자행정을 지탱하는 소비생활상담원의 인재 확보는 매우 중요한 과제임. 이는 향후 상담체제의 지속가능성에도 영향을 끼칠 수 있음. 소비생활 상담원 수는 2018년을 정점으로 감소하고 있으며, 2018년 대비 약 100명이 감소하고 있음. 소비자청은 이러한 상황을 바탕으로 상담원을 늘리기 위한 대책과 동시에 인구감소 와중에 상담원이 증가하지 않는 것을 전제로 한 상담체제의 기본방향 등 양 측면에서 검토해야 함

○ 소비자행정담당자에 관한 사항에 대해서는 다음과 같은 의견이 있음

- 소비자행정의 민관 연계: 소비자청은 소비자단체, 사업자·사업자단체, 연구기관·대학, 기존 지역 네트워크 등과의 민관 연계를 적극적으로 추진하여 보다 많은 조직이나 젊은 층에서 고령자까지 폭넓은 세대의 소비자가 소비자행정에 관여할 수 있는 환경을 정비해야 함. 이를 위해 매칭 플랫폼을 구축하는 등 디지털을 활용해 실효성이 있는 대책을 채택해야 함

- 적격 소비자단체 활동의 의의 및 강화: 적격 소비자단체가 실시하는 금지청구는 거래를 적정화하여 건전하고 공정한 시장 실현에 의의가 있으며, 일종의 공익을 목적으로 하는 것임. 금지청구 담당자인 적격 소비자단체가 이러한 역할을 충분히 완수하기 위해서 담당자의 확보와 재정적 안정을 강화해야 함

- 관민 협동자금 지원의 구조나, 사업자·소비자로부터의 기부를 촉진하는 제도적 구조 등도 검토되어야 하며, 보조금에 대해서도, 향후 계속·확충해야 함. 적격 소비자단체의 지원을 검토할 경우, 소비자단체소송지원법인 지원도 함께 검토해야 함

- 재정이 어렵다는 이유로 활동적이고 열성적인 전문 자원봉사자에게만 의존할 수밖에 없는 상황은 활동상황이나, 재정상 건전하다고 볼 수 없으며, 사업모델·제도설계로서도 지속가능성이 없는 것으로 판단됨. 단체 간의 노하우, 인재, 플랫폼의 공유화나 새로운 수익 사업 전략에 대해 검토해야 함

- 금지청구권 행사는 재판 외의 교섭을 통해 이루어지는 경우가 대부분이며, 재판 외의 교섭에서도 78% 시정을 달성함. 재판 외의 교섭에 사업자가 적절히 대응하지 않는 경우도 있는 바, 그 원인은 사업자의 소비자단체소송제도에 대한 인지·이해 부족, 적격 소비자단체와 사업자와의 커뮤니케이션 부족을 들 수 있음. 소비자청은 사업자·소비자에 대해 더 한층 계발·정보 제공에 노력해야 함

- 사업자와 소비자·소비자단체가 실시하는 쌍방향 커뮤니케이션은 소비자단체소송제도의 의의를 사업자에게 인식시킴으로써 건전한 시장 형성에 이바지하는 것임. 이러한 대응을 전국적으로 확대하기 위해서 소비자청은 리더십을 발휘해 사업자와 소비자·소비자단체의 커뮤니케이션을 도모하는 것도 고려해야 함

- 적격 소비자단체와 사업자단체의 연계에 있어 공정경쟁규약을 정하여 인정받는 사업자단체는 시장을 적정화하고자 하는 의욕이 있으므로 적격 소비자단체와 가깝다고 평가할 수 있음. 소비자청은 이러한 사업자단체와 적격 소비자단체의 정보교환 촉진과 지원이 요망됨

- 그 외에 각론으로는 신용카드 부정이용방지의 강화, SNS형 투자 로망스 사기 대책, 자율운전에 대한 소비자보호, 식품안전 확보, 고령자 등 종신지원사업 등을 다루고 있음

○ 이러한 일본의 지방소비자행정 강화 전략 2020의 목표, 지침, 그리고 소비자위원회의 최근 제언 및 조언을 중심으로 일본의 지방소비자행정이 구체적으로 어떻게 변화하였는지 살펴보면 다음과 같음

3.3 최근 일본의 지방소비자행정 변화와 현황

3.3.1 최근 일본의 소비생활상담 현황

□ 일본의 지방소비자행정 강화 전략의 중심이 되는 2023년 소비생활상담의 토픽을 살펴보면 다음과 같음

○ 첫째, 성인연령의 기준이 하향되므로 18세, 19세 소비생활상담이 중요해짐. 그 내용은 미용, 오락, 내근, 부업 등에 관한 상담이 증가

○ 둘째, 인터넷 통신판매나 SNS 관련 소비생활상담이 중심임. 인터넷 통신판매, 정기구독 관련 소비생활상담 증가, 특히 20세 미만의 과반수는 인터넷게임, 인터넷에서 예약한 호텔이나 항공권 관련, SNS 관련 소비생활상담이 증가

○ 셋째, 2024년 노토반도 지진 관련 소비자청의 대응, 노토반도 지진 피해지역에 대한 '공사·건축·수리 서비스' 등 재해 관련 소비생활상담 중심

□ 2023년 소비자피해 · 트러블 경험과 피해, 트러블 액의 추이는 다음과 같음

○ 첫째, 소비자피해 · 트러블 경험: 상품과 서비스에 대한 소비자피해 · 트러블 경험의 비율 증가, 지난 1년간 소비자피해·트러블을 경험한 사람 중 상담 또는 신청을 한 사람은 약 40%임

○ 둘째, 소비자피해 · 트러블 액의 추이: 소비자피해 · 트러블 금액의 추계액은 다음 〈표 3-2〉와 같이 매년 증가하고 있음

〈표 3-2〉 일본의 소비자피해 · 트러블 금액

	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
계약구입 금액	약 6.6조엔	약 5.0조엔	약 7.3조엔	약 8.4조엔	약 10.6조엔
기지불 금액 (신용공여 포함)	약 5.1조엔	약 3.8조엔	약 5.9조엔	약 6.5엔	약 8.8조엔

출처: 消費者庁(2024), '2023년 지방소비자행정의 현황 조사'
1. 소비자피해 · 트러블 금액은 소비자피해 · 트러블 상품, 서비스에 지출한 금액을 의미
2. 기지불 금액(신용공여 포함)은 이미 지불한 금액, 신용카드 등을 활용한 장래 지불을 포함

□ 변화하는 거래 환경과 소비자-디지털 사회와 소비자 취약성을 강조함

○ 소비자 취약성 중 공통 특징은 연령대가 높아질수록 인지기능의 저하에 불안을 느끼고 있고, 젊은이들도 지식, 경험 항목에서 소비자 트러블을 겪고 불안감을 느끼고 있음. 특히 소비자는 '연령'이나 '경제상황' 을 이유로 사업자와의 관계에서 취약한 입장에 놓여 있다고 인지함

3.3.2 일본 지방소비자행정의 변화와 현주소

□ 일본 소비자청이 책정한 '지방소비자행정 현황 조사(2023년 4월 1일)는 정책의 실현 및 목표 달성뿐만 아니라, 각 지방공공단체에서 실효성 있는 대응과 진행에 중요한 근간이 됨. 일본의 지방소비자행정 강화 전략에 근거한 현황(2023년도 현황 조사)을 2024년 4월 기준으로 살펴보면 다음과 같음

〈표 3-3〉 일본 지방소비자행정 강화 전략 2020 정책목표의 변화 정도 (2023년 조사 결과)

목표 1: 소비생활상담 체제의 강화

소비생활센터의 설치 촉진: 설치 시구정촌의 도도부현 내 인구 커버율 90% 이상 도도부현 47곳 중에서 28곳 달성 완료

목표 2: 소비생활상담의 질적 향상

소비생활상담원 배치· 수준향상(레벨업) 촉진:

2-1 배치 시구정촌의 도도부현 내 인구 커버율 90% 이상: 도도부현 47곳 중에서 43곳 달성 완료

2-2 상담원 자격 보유율 75% 이상, 도도부현 47곳 중에서 30곳 달성 완료

2-3 상담원의 연수참가율 100%, 도도부현 47곳 중에서 4곳 달성 완료

2-4 지정 소비생활상담원을 배치, 도도부현 47곳 중에서 22곳 달성 완료

목표 3: 소비자교육의 추진

3-1 소비자교육교재 [사회의 벽] 등을 활용한 전국에서 실천적인 소비자교육 실시, 도도부현 47곳 중에서 5곳 달성 완료

3-2 젊은이의 소비자 핫라인 188번에 대한 인지도 30% 이상(전국), 15-19세의 소비자 핫라인 188번의 인지도는 51.6% 달성

3-3 젊은이의 소비생활센터 인지도 75% 이상(전국), 15-19세의 소비생활센터 인지도는 62.0% 달성

목표 3중 지역 소비자교육 추진 체제의 확보 중

3-4 소비자교육 코디네이터의 배치 추진(전 도도부현, 정령시), 47개 도도부현 중에서 47곳 모두 달성, 정령시 20곳 중에서 18곳 달성

3-5 소비자교육추진지역협의회 설치, 소비자교육추진계획의 책정(도도부현내의 정령시 및 중핵시의 대응 비율 50% 이상), 협의회는 44곳 도도부현 중에서 14곳, 추진계획의 책정은 44곳 중에서 17곳 달성

3-6 강습회(출장강습회 포함)의 실시 시구정촌 비율 75% 이상, 도도부현 47곳 중에서 5곳 달성

목표 4: 고령자 등의 소비자피해방지를 위한 감시 활동의 충실

4-1 소비자안전확보지역협의회 설치, 설치 시구정촌의 도도부현 내 인구 커버율 50% 이상, 47곳의 도도부현 중에서 20곳 달성(2024년 현재)

4-2 지역을 지키는 활동에 소비생활협력원·협력단체를 활용하는 시구정촌의 도도부현내 인구 커버율 50% 이상, 47곳의 도도부현 중에서 3곳 달성

7-1 지방소비자기본계획의 책정(전 도도부현 33/47 달성, 정령시 14/20 달성

7-2 소비자행정직원의 연수참가율 80% 이상 목표(47개 도도부현 중에서 1곳만 달성

□ 구체적으로 지방소비자행정 변화와 현황(2023년 4월 1일자 현황조사)을 살펴보면 다음과 같음

○ 일본 소비자행정 예산의 현황은 다음 〈표 3-4〉와 같으며, 2015년에 급격하게 감소하였으나, 그 후 지속적으로 증가하였으며, 2023년도는 전년 대비 증가함

〈표 3-4〉 일본 소비자행정 예산

(단위 : 백만엔)

	2010	2015	2020	2021	2022	2023		
							전년 도차	증감 율
전체 자치체계	19,472	17,510	18,327	18,222	18,658	19,364	706	3.8%
기금 및 교부금	7,215 (37.1%)	4,914 (28.1%)	3,506 (19.1%)	3,287 (18.0%)	3,168 (17.0%)	3,215 (16.6%)	47	1.5%
자치 재원	12,257 (62.9%)	12,585 (71.9%)	14,820 (80.9%)	14,935 (82.0%)	15,490 (83.0%)	16,150 (83.4%)	660	4.3%

출처: 消費者庁(2024), '2023년 지방소비자행정의 현황 조사'

○ 소비자행정 예산이 없는 시구정촌 수는 다음 〈표 3-5〉와 같이 2010년부터 2022년까지 증가하였으나, 2023년은 전년 대비 한 지역 감소함

〈표 3-5〉 일본 소비자행정 예산이 없는 시구정촌 수: 2023년은 전년 대비 감소

	2010	2015	2020	2021	2022	2023	전년도차
시구정촌 수	144	141	156	163	165	164	▼ 1

출처: 消費者庁(2024), '2023년도 지방소비자행정의 현황 조사'

○ 일본의 소비생활센터의 수는 2023년 4월 1일 현재 전국 857개소이며 매년 증가하고 있음

- 기초자치단체(정령지정도시를 제외)에 소비생활센터를 설치하고 있는 지방공공단체의 수는 2023년 4월 1일 현재 1,132개 자치단체임. 또한, 기초자치단체의 소비생활에 관한 상담창구(소비생활센터 포함)를 설치하고 있는 자치단체의 수는 1,721개로 설치율이 100.0%임

〈표 3-6〉 소비생활센터의 설치 수

(단위: 개소)

	2010	2015	2020	2021	2022	2023	증감율
전체 자치체 합계	611	768	853	854	856	857	1
도도부현(내부 서브센터 수)	116	102	86	86	86	86	0
정령시(내부 서브센터 수)	30	31	28	26	26	26	0
시구정촌(정령시는 제외)	462	648	727	730	732	733	1
광역연합, 일부 사무조합	3	5	12	12	12	12	0

출처: 消費者庁(2024), '2023년 지방소비자행정의 현황 조사'

□ 일본의 소비생활상담원 관련 상황은 다음과 같음

○ 소비생활상담원의 배치와 수는 〈표 3-7〉과 같으며, 상담원 수는 2022년에 비해 2023년에 증가함

〈표 3-7〉 소비생활상담원의 배치 및 수

(단위: 명)

년도			2010	2015	2020	2021	전년 도차	2022	전년 도차	2023	전년 도차
전체			3,138	3,359	3,324	3,335	11	3,313	▲22	3,332	19
	자격 보유		2,325 (74.1%)	2,651 (78.9%)	2,672 (80.4%)	2,646 (79.3%)	▲26	2,659 (80.3%)	3	2,662 (79.9%)	3
		소비생활 상담원 자격시험 합격자	- -	- -	1248 (46.7%)	1,324 (50.0%)	76	1,439 (54.1%)	115	1,571 (59.0%)	132
	자격 미보유		813 (25.9%)	708 (21.1%)	652 (19.6%)	689 (20.7%)	37	654 (19.7%)	▲35	670 (20.1%)	16

출처: 消費者庁(2024), '2023년 지방소비자행정의 현황 조사'

○ 소비자행정담당의 사무직원 배치에서 사무직원 수는 전년 대비 감소함(〈표 3-8〉 참조)

〈표 3-8〉 소비자행정담당 사무직원의 수

(단위: 명)

년도		2010	2015	2020	2021	전년 도차	2022	전년 도차	2023	전년 도차
전체		5,226	5,183	5,169	5,164	▲ 5	5,166	2	5,161	▲ 5
	전 임 직원	1,570	1,497	1,389	1,356	▲ 33	1,342	▲14	1,362	20
	겸 임 직원	3,656	3,686	3,780	3,808	28	3,824	16	3,799	25

출처: 消費者庁(2024), '2023년 지방소비자행정의 현황 조사'

○ 소비생활상담원의 연령대는 60대가 가장 많으며, 그 다음은 50대, 40대, 70대 이상, 30대 이하의 순서임(〈표 3-9〉 참조)

〈표 3-9〉 소비생활상담원의 연령대

(단위: 명)

	30대 이하	40대	50대	60대	70대 이상	합계
도도부현	14	60	247	246	20	587
	(2.4%)	(10.2%)	(42.1%)	(41.9%)	(3.4%)	(100.0%)
정령시	2	27	113	102	7	251
	(0.8%)	(10.8%)	(45.0%)	(40.6%)	(2.4%)	(100.0%)
시구정촌 등	88	324	850	988	244	2,494
	(3.5%)	(13.0%)	(34.1%)	(39.6%)	(9.8%)	(100.0%)
전체	104	411	1,210	1,336	271	3,332
	(3.1%)	(12.3%)	(36.3%)	(40.1%)	(8.1%)	(100.0%)

출처: 消費者庁(2024), '2023년 지방소비자행정의 현황 조사'

□ 소비생활 상담원의 처우 변화와 현황은 다음과 같음

○ 소비생활 상담원의 평균보수액(1인 보수단가); 평균보수액은 2023년 전년 대비 증가(〈표 3-10〉 참조)

〈표 3-10〉 소비생활 상담원의 평균보수액

(단위: 엔)

	2011	2015	2020	2021	2022	2023	전년도차
전체	1,500	1,521	1,760	1,827	1,841	1,868	27
도도부현	1,446	1,472	1,749	1,831	1,793	1,835	42
정령시	1,657	1,634	1,973	2,038	2,034	2,055	21
시	1,459	1,481	1,692	1,759	1,772	1,792	20
구	2,249	2,268	2,751	2,872	2,772	2,798	26
정촌	1,369	1,431	1,609	1,630	1,790	1,816	26

출처: 消費者庁(2024), '2023년 지방소비자행정의 현황 조사'

□ 사업 실행으로 인한 구체적인 변화는 다음과 같음

○ 전 지자체 합계의 상담 및 문의 건수는 2010년에 1,013,557건, 2015년 1,031,187건, 2020년 1,038,161건, 2021년 950,581건, 2022년은 1,007,784건이었으며, 상담 건수, 문제 건수는 전년 대비 증가함

○ 지자체 직원, 소비생활상담원의 연수참가는 시구정촌 등의 약 64%의 직원이나 상담원이 연수에 참가함

○ 강습 등(심포지엄이나 세미나를 포함하여)의 출장강좌는 전체 도도부현에서 개최함

○ 지역 서포터, 소비생활협력단체, 소비생활협력원의 활용 상황에서는

〈표 3-11〉과 같이 소비생활협력단체, 소비생활협력원은 전년 대비 같으나, 지역 서포터는 전년 대비 감소함

〈표 3-11〉 지역 서포터, 소비생활협력단체, 소비생활협력원의 활동상황

	지역서포터(자치체 수)				소비생활협력단체(자치체 수)				소비생활협력원(자치체 수)			
	2021	2022	2023	전년 도차	2021	2022	2023	전년 도차	2021	2022	2023	전년 도차
전체	174	176	175	▲1	122	122	122	0	122	144	144	0
도도부현	26	26	26	0	2	2	1	▲1	3	3	3	0
정령시	14	14	14	0	1	1	1	0	1	2	2	0
시구정촌	134	136	135	▲1	119	119	120	▲1	118	139	139	0

출처: 消費者庁(2024)'2023년 지방소비자행정의 현황 조사'

○ 소비자교육 계발 인원은 다음 〈표 3-12〉와 같이 지속적으로 증원됨

〈표 3-12〉 소비자교육 계발 인원

(단위: 명)

	2015	2020	2021	2022	2023	증감
도도부현	145	190	202	202	186	▲ 16
정령시	28	46	46	54	61	▲ 7
시구정촌 등	299	447	464	464	474	▲ 10
전체	472	683	712	720	721	▲ 1

출처: 消費者庁(2024) '2023년 지방소비자행정의 현황 조사'

○ 소비자행정 담당 직원의 수(소비자행정 본과 · 소비생활센터)는 다음 〈표 3-13〉과 같음

〈표 3-13〉 소비자행정 담당 직원의 수

(단위: 명)

구분	사무직원	소비생활상담원	상품테스트직원	소비자교육 · 계발원
도도부현	970	587	34	186
정령시	217	251	4	61
시구정촌 등	3,974	2,494	20	474
합계	5,161	3,332	58	721

출처: 消費者庁(2024) '2023년 지방소비자행정의 현황 조사'
* 사무직원과 소비생활상담원 모두 담당하거나, 복수의 역할을 담당하면 두 곳에 모두 계산
* 소비생활상담원은 위탁처의 상담원, 개인위탁으로 상담사무를 위탁하고 있는 개인도 포함

○ 상품테스트 시설설비 현황은 2023년 4월 1일 조사 시점에 전체 자치체 수(1,796개소) 대비 시설설비를 갖춘 자치체 수는 65개소로 전체 대비 3.6%에 불과하며, 도도부현은 46.8%, 시구정촌 등은 2.3% 임

□ 아울러 일본 소비자기본계획 공정표에 의하면, 기본계획은 2020년 소비자정책회의에서 결정되었으며, 2021년부터 2024년까지 계속 개정되고 있음. 아울러 소비자기본계획 공정표 평가서의 KPI 진척이나 대응 실적도 언급하고 있음

○ 그 중에서 지방소비행정의 내실화 및 강화, 소비생활 상담의 디지털화를 위한 지방공공단체에 대한 지원은 다음 〈표 3-14〉와 같음

〈표 3-14〉 지방소비자행정의 내실화 및 강화, 소비생활상담의 디지털화를 위한 지방공공단체에 대한 지원

<table>
<tr><td>소비자 기본 계획 대상 부분</td><td colspan="3">소비자청은 지방소비자행정이 자치사무인 점을 감안하여 지방공공단체의 자주성·자립성이 충분히 발휘되도록 유의하며, 더불어 지방소비자행정을 위한 교부금 등을 통해 지방공공단체 등에 의한 소비자행정 추진을 위해 계획적·안정적인 대처를 지원한다.</td></tr>
<tr><td>목표</td><td colspan="3">지방소비자행정의 기능을 강화하여, 상담체제를 충실히 하도록 한다(소비자청)</td></tr>
<tr><td>KPI (output 지표)</td><td colspan="3">1. 지방공공단체의 수장에 대한 상담체제의 기능 강화나 디지털화 등의 직접적인 활동 실시 상황【전국 6개 지역/매년도】(소비자청)
2. 각 지역 지방공공단체의 소비자행정 담당자와의 정보 공유·의견 교환 회의의 실시 횟수【블록 회의에 대해서는 전국 6개 지역/매년 담당 과장회의에 대해서는 1회/매년】(소비자청)
3. 소비생활상담원 담당자 확보사업의 수강자 수【1,600명/매년】(소비자청)
4. 소비자 핫라인 및 소비생활센터 홍보 실시 횟수【2회 이상/매년】(소비자청)
5. 국민생활센터에서 연수 실시 상황【독립행정법인 국민생활센터 중기 목표에 준함/매년】(소비자청)
6. 소비생활협력원·협력단체 양성사업 강좌 개최 수【2회 이상/매년】(소비자청)</td></tr>
<tr><td rowspan="2">KPI (outcome 지표)</td><td>초기</td><td>중기</td><td>최종</td></tr>
<tr><td>1. 소비생활센터 설치 도시구정촌의 도도부현내 인구 커버율【90%이상 (전 도부현) 】(소비자청)
2. 소비생활 상담원 배치 시구정촌의 도도부현내 인구 커버율【90%이상 (전 도도부현)】(소비자청)
3. 상담원자격보유율【75% 이상 (전 도도부현)】(소비자청)
4. 상담원의 연수참가율【100% (전 도도부현)】(소비자청)
5. 지정소비생활상담원을 배치【전 도도부현】(소비자청)
6. 젊은이의 소비자의 핫라인 188에 대한 인지도【30%이상(전국)】(소비자청)
7. 젊은이의 소비 생활센터에 대한 인지도【75% 이상(전국)】(소비자청)
8. 강습 등(출장강좌 포함)의 실시 시구정촌</td><td></td><td>1. 소비생활센터 설치 도시구정촌의 도도부현내 인구 커버율【상승】(소비자청)
2. 젊은이의 소비생활센터 카운터의 인지도[상승] (소비자청)
3. 소비자안전확보지역협의회 설치 시구정촌의 도도부현내 인구커버율[상승](소비자청)</td></tr>
</table>

	비율【75% 이상(전 도도부현)】(소비자청) 9. 소비자안전확보지역협의회 설치 시구정촌의 도도부현내 인구 커버율【50% 이상(전체 도도부현)】(소비자청) 10. 소비자안전확보지역협의회 설치가 완료된 자치체 수(소비자청) 11. 지역의 감시활동에 소비생활협력원·협력단체를 활용하는 시구읍면의 도도부현내 인구 커버율【50 % 이상(전체 도도부현)】(소비자청) 12. 지방판 소비자기본계획의 책정【전체 도도부현, 정령시】(소비자청) 13. 소비자행정 직원의 연수강 참가율【80% 이상(전체 도도부현)】(소비자청) 14. 온라인 상담 접수를 실시하는 자치체 수(소비자청)		

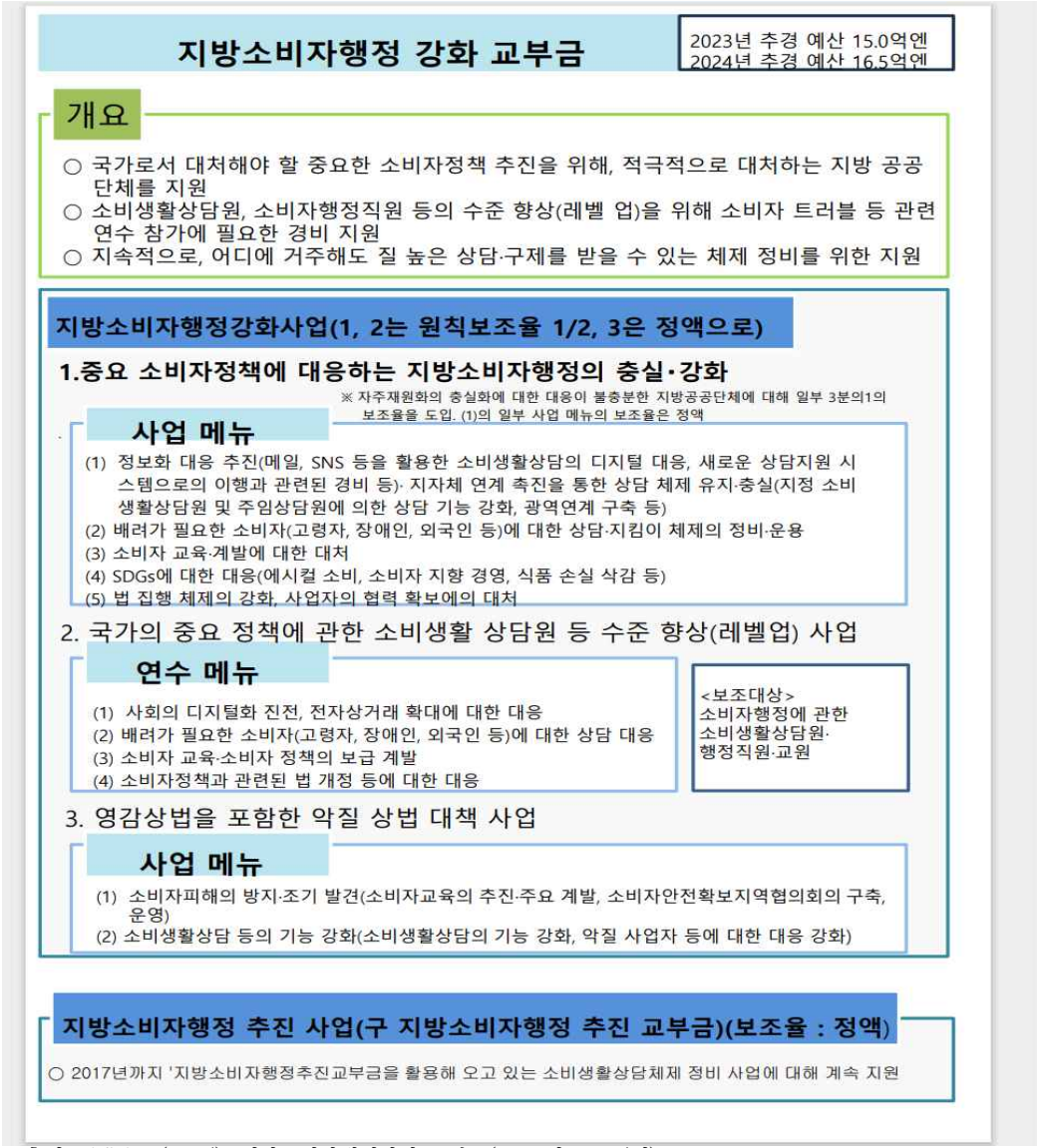
대응	2023년	a. 지방공공단체의 자주 재원으로 뒷받침된 예산 확보를 촉진하는 동시에, 지방소비자행정 강화 교부금에 의해 상담체제의 기능 강화나 디지털화 등 소비자행정에 적극적으로 임하는 지방공공단체를 지원(소비자청) b. 지방소비자행정의 충실화·강화를 위한 카라반 실시 등을 통해 소비자 안정, 안전 확보 지역협의회의 설치, 소비생활 상담원의 처우 개선 및 스킬 향상 등의 지방공공단체의 대처에 대한 움직임을 추진(소비자청) c. 지방공공단체의 소비자행정 담당 부서와의 정보 공유·의견을 교환하는 회의 등을 정기적으로 실시(소비자청) d. 지방소비자행정에 관한 선진적 시범 사업, 소비생활 상담원 담당자 확보사업, 소비생활협력원·소비생활협력단체 양성사업, 이들의 홍보계발 등, 지방에 대한 중층적인 지원을 위한 각종 사업 실시(소비자청) e. 소비자 핫라인이나 소비생활센터의 인지도 향상을 위해 PR 동영상의 작성과 광고 전달 등의 사업실시(소비자청) f. 국민생활센터의 기능 강화, 연수의 내실화 등을 촉진(소비자청) g. 소비생활 상담의 디지털 전환을 위한 대처나, 지방공공단체에 대한 활동을 추진(소비자청)
	2024년	2023년의 대응을 지속적으로 실시(소비자청)

	2025년	a 중기의 결과 지표를 보고, 지방소비자행정 강화 작전 2020의 내용을 보고, 수정한 후, 그에 근거해 지방 소비자행정의 충실·강화를 위해 필요한 조치 실시(소비자청) b. 소비생활 상담의 디지털 전환을 위한 대처를 전개(소비자청)

출처: 消費者庁(2024), 소비자기본계획 공정표, 2020년 7월 7일 소비자정책회의 결정 2021년, 2022년, 2023년 개정

□ 일본 지방소비자행정 강화를 위한 교부금 개요는 다음 〈그림 3-1〉과 같음

〈그림 3-1〉 일본 지방소비자행정 강화 교부금의 개요와 메뉴



출처: 消費者庁(2024), 지방소비자행정강화 교부금(2023년, 2024년)

4. 일본 지방소비자행정의 변화와 현황을 통한 시사점

□ 일본의 지방소비자행정 활성화 전략에서 중요한 지방소비자행정의 목표를 살펴보면, 전략적인 내용, 목적, 취지를 통해서 강조하고 있는 것은 ‘모든 소비자가 어디에 거주하건, 질 높은 상담·구제를 받을 수 있고 소비자의 안전·안심이 확보되는 지역 체제를 전국적으로 유지·확충하는 것을 목표로 함

○ 이러한 과정에서 소비자청과 소비자정책위원회의 공조적인 관계는 매우 중요하며, 논의의 결과를 중요하게 반영하고 있음

□ 일본은 중앙정부 차원에서 지방소비자행정 정책을 세우고, 중앙정부 차원에서 지방소비자행정의 활성화 정책을 마련하는 한편, 모든 지방의 자주성·자립성이 충분히 발휘되도록 지원함

□ 일본은 지방소비자행정의 충실, 강화를 위하여 중앙정부 차원에서 지방소비자행정의 활성화 정책을 마련하는 한편, 교부금을 통해 지방자치단체의 효과적 추진을 지원해오며, 지방에 계획적·안정적인 대처를 지원함

□ 이러한 지원의 근거는 주기적인 평가에 의하며, 평가 결과를 공표하여 추후 지원과 향상을 위한 지침으로 활용하고 있음

○ 매년 진전 상황의 검증·평가는 PDCA 사이클에 의한 진전 및 관리를 철저하게 수행함

○ 아울러 지방소비자행정 활성화 전략의 강화를 위한 내용과 항목의 KPI를 정하고, 세부적인 항목, 문항 등의 명확한 지침을 부여함. 그 결과 지방소비자행정의 안정적 변화에 기여함

□ 소비자의 사전 예방의 효과가 있는 소비자교육은 연령별 주요 주제로 공통적인 측면의 가이드라인이 있으며, 특히 젊은이(15세에서 19세)의 소비자교육 추진 액션 프로그램을 관련 부처와 결정하여, 공통적인 소비자교육교재 [사회의 벽] 등을 활용한 전국에서 실천적인 소비자교육 실시함

○ 특히 이러한 과정에서 젊은이에게 '소비자의식기본조사'를 실시하여, 소비자 핫라인 번호(188) 인지도, 소비생활센터 인지도 등 자신이 거주하는 지역의 소재나 연락처, 업무 내용을 인지하도록 격려함

○ 눈여겨 볼 것은 소비자교육 코디네이터의 배치를 추진하고, 소비자교육 추진지역협의회를 설치하고 소비자교육추진계획의 책정 등은 지역 소비자교육 추진 체제를 확보하고 수준을 높였음

□ 그리고 소비자안전확보지역협의회의 설치, 지역을 지키는 활동으로 소비생활협력원과 협력 단체를 활용하고, 지방소비자기본계획을 책정하였음, 소비자행정직원의 다양한 연수를 독려하여, 고령자 등의 소비자피해방지를 위한 감시 활동의 충실한 결과를 이룸으로써 일본의 지방소비자행정은 소비생활상담체계 구축과 소비자문제 해결능력 향상 측면에서 실질적인 성과를 거둔 것으로 보임

○ 소비생활상담 체제가 강화되고, 소비생활센터의 설치가 857개소로 증가되었으며, 이로 인하여 거주인구 커버율이 증가하였음

○ 아울러 소비생활상담원의 배치 증가, 수준 향상, 상담원 자격 보유율 증가, 연수참가율 100%, 그리고 지정 소비생활상담원의 배치를 통해 소비생활상담의 질적인 향상을 이룬 것으로 보임

○ 기초자치단체(정령지정도시를 제외)에 소비생활센터를 설치하고 있는 지방공공단체의 수는 2023년 4월 1일 1,132개 자치단체가 되었음. 그리고 기초자치단체의 소비생활에 관한 상담창구(소비생활센터 포함)를 설치하고 있는 자치단체의 수는 1,721개로 설치율이 100.0%임

5. 결론 및 제언

□ 일본의 지방소비자행정의 변화와 현황에서의 시사점을 중심으로, 국내 지방소비자행정의 발전 방안에 대한 제언은 다음과 같음

□ 우리는 초고령사회로의 진입 단축, 노인연령의 상향, 지방소멸 속도의 증가, 생산연령층 인구의 감소, 외국인 인구의 지역 유입 확대, 지역 일거리 감소 등 여러 가지 사회 환경변화가 예상되는 만큼, 이에 맞는 지방소비자행정 체계를 구축할 필요가 있음

○ 2026년으로 예측된 초고령화 사회로의 진입이 2025년으로 앞당겨졌으며, 이미 지역별 초고령화 사회로 진입된 곳도 있음

○ 지역의 배려가 필요한 취약소비자의 다양한 소비자문제로 인한 불만과 피해를 예방하고 해결하는 시스템이 필요함

○ 이와 관련하여, 지방소비자행정의 활성화를 위해 중앙정부 차원에서 정책과 재원 마련 등에 앞장선 일본의 사례가 참고될 수 있음

□ **조직과 역할 차원에서의 변화와 지원, 그리고 연결:** 정부의 소비자정책을 통합하고, 실효성 있는 소비자 중심의 지방소비자행정을 실행하기 위하여 획적인 구조화가 필요하며, 주무 부처와 소비자정책위원회의 공조 및 의견 반영 체계의 연결이 필요함

□ **목표와 내용에서의 재정립:** 지방소비자행정의 명확한 방향과 목표가 필요하며, 지역의 특성을 반영한 지방소비자행정체제의 궁극적 목표

내용의 확립과 정비가 요구됨

□ **평가의 확대와 지원의 변화:** 객관적이고 타당한 평가의 확대가 요구됨. 지방자치단체 소비자행정 및 소비생활센터, 관련 단체 및 기관 평가를 확대해 지역의 자립과 활성화를 지속적으로 실현하도록 해야 함

□ **자립능력의 함양과 강화:** 주기적인 평가는 물적자원의 확대화를 위한 노력뿐만 아니라, 궁극적으로는 자립적인 능력 함양을 도모함. 그리고 연령별 인적자원의 확대를 도모하여, 지역 거주인의 관심도, 참여도, 만족도를 높이고 궁극적으로는 지방소비자행정의 실효성을 확보할 수 있음

□ **지방소비자행정 네트워크 구축:** 일원화 및 다변화할 수 있는 지방소비자행정, 정책, 교육, 상담은 근거리 지역별, 목적별 지방소비자행정 네트워크의 구축이 필요함. 이를 통해 보다 효과적이고 효율적이고 포용적인 소비자정책, 소비자교육, 소비자상담 등을 실행할 수 있음

□ **협업과 단합, 그리고 융합의 확대:** 관련 기관 간, 단체 간, 지역 간, 세대 간, 다양한 유형의 네트워크는 협업과 단합, 그리고 융합을 통해 소비자보호, 소비자자립의 근거가 될 것으로 보임. 아울러 다양한 협업과 단합은 소비자보호, 소비자자립의 근간이 될 것임

□ **소비생활상담체계의 디지털화 대비:** 소비생활상담은 지속적인 소비자 지원 체계이며, 상담의 수요가 증가하고, 상담 방법도 다양화를 요구

하고 있음. 아울러 상담 건수가 확대되고 있으므로 상담원의 규모를 고려하여 디지털화를 대비하여야함

□ **소비생활상담원 지원 체계 및 조직화의 변화:** 소비생활상담원 지원 체계의 상향, 보수교육의 확대, 상담 후의 분석을 통한 기여도 확대 등이 고려되어야 하며 이러한 측면에서 기본적으로 자격증화를 고려할 필요가 있고 인력양성의 조직화가 요구됨

□ **소비자교육의 방법과 내용의 변화:** 소비자의 거주지와 관계없이 어디에서나 질 높은 소비생활을 지원할 수 있는 소비자교육이 선행되어야 하며, 기본적으로는 통일된 교재를 중심으로 선제적인 소비자교육이 이루어지고, 지역적인 특성을 고려한 소비자교육이 요구됨

□ **지방소비자행정 수요조사 및 만족도 조사:** 지방소비자행정의 지역별 소비자 수요조사 및 만족도 조사의 정례화가 필요하며, 이러한 조사를 통해 새로운 소비자문제의 예측, 새로운 소비자정책 확립, 변화를 대비한 선행적 소비자교육, 그리고 사후 해결을 위한 대처가 요구됨

[참고 목록]

- 조선일보(2024.10.5), 세계 최고속 고령화, 대한민국 평균나이 어느덧 45세
- 김시월, 이현진(2018), 일본 지방소비자행정의 현황을 통해 본 시사점, 소비자정책교육연구 제14권 1호(175-195).
- 消費者庁(2024), 지방소비자행정강화 교부금(2023년, 2024년); 地方消費者行政強化交付金(2023年, 2024年),
- 消費者庁(2024), 지방소비자행정강화 전략 2020; 地方消費者行政強化作戦 2020 令和2年4月1日
- 消費者庁(2024), 지방소비자행정 강화 전략 2020 정책목표와 현상(2023년 4월 1일 시점); 地方消費者行政強化作戦2020 政策目標ごとの現状（令和5年度現況調査 R5.4. 1 時点 ）
- 消費者庁(2024), 소비자기본계획 공정표, 2020년 7월 7일 소비자정책회의 결정 2021년, 2022년, 2023년 개정; 消費者基本計画 工程表 令和2年 7月 7日 消費者政策会議 決定, 令和3年6月 15日 改定, 令和4年6月 15日 改定, 令和5年6月 13日 改定, 令和6年6月 14日 改定
- 消費者庁(2024), 소비자청의 조직(2024년 4월 1일 이후); 消費者庁の組織(令和6年4月1日 以降)
- 消費者庁(2024), 지방소비자행정의 현황: 2023년도 지방소비자행정의 현황 조사; 地方消費者行政の現況: 令和5年度 地方消費者行政の現況調査
- 消費者庁(2024), 2023년도 소비자정책의 실시 상황, 2023년도 소비자사고 등에 관한 정보 집약 및 분석 결과 보고, 제213회 국회(상임회의) 제출본; (令和5年度消費者政策の実施の状況 令和5年度 消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告 第213回 国会(常会) 提出)

- 消費者庁(2024), 我が国の消費者政策, 2020 年 12 月公表, (「ハンドブック消費者」一部改訂版)
- 강성진(2012). 2012년 지방 소비자행정 현황 조사. 한국소비자원 정책연구보고서, 12-06
- 박희주(2013). 지방자치단체의 소비자법 집행 개선에 관한 연구, 한국소비자원 정책연구보고서, 13-11
- 배순영·황미진·전상민(2019), 지역 소비생활 진단 및 개선 방안 연구, 한국소비자원 정책연구보고서 19-16
- 손지연·강하영(2018), 2018 지역소비자행정 현황 분석 및 과제 연구, 한국소비자원 정책연구보고서 18-04
- 지광석(2017), "소비자기본법 시행 10년에 따른 소비자행정의 평가와 전망-소비자정책기본계획상의 계획과 성과를 중심으로", 「소비자문제연구」, 48(2), 27-60
- _____·곽윤영(2014). 지역소비자보호 거버넌스 활성화 방안 연구. 한국소비자원 참고 문헌 137정책연구보고서, 14-07
- _____·장호석(2015). 기초지방자치단체의 소비자행정 현황 및 과제, 한국소비자원 정책연구보고서, 15-07
- _____·장호석(2015). 지역소비자행정 성과측정 방안 연구. 한국소비자원 정책연구보고서, 15-11
- _____·하현상(2015). 소비자행정에서 지방자치단체의 역할에 관한 연구: 지방소비자행정의 법제와 현실의 괴리, 「지방행정연구」, 19(1): 45-74.
- 황미진(2020), 소비자정책 기본계획 운용 단계별 지자체 참여 활성화 방안 연구, 한국소비자원 정책연구보고서 20-12
- 일본 소비자청 홈페이지 www.caa.go.jp

- 일본 국민생활센터 홈페이지 www.kokusen.go.jp

*본 연구의 내용은 연구자 개인의 견해이며 공식 견해가 아닙니다.