

















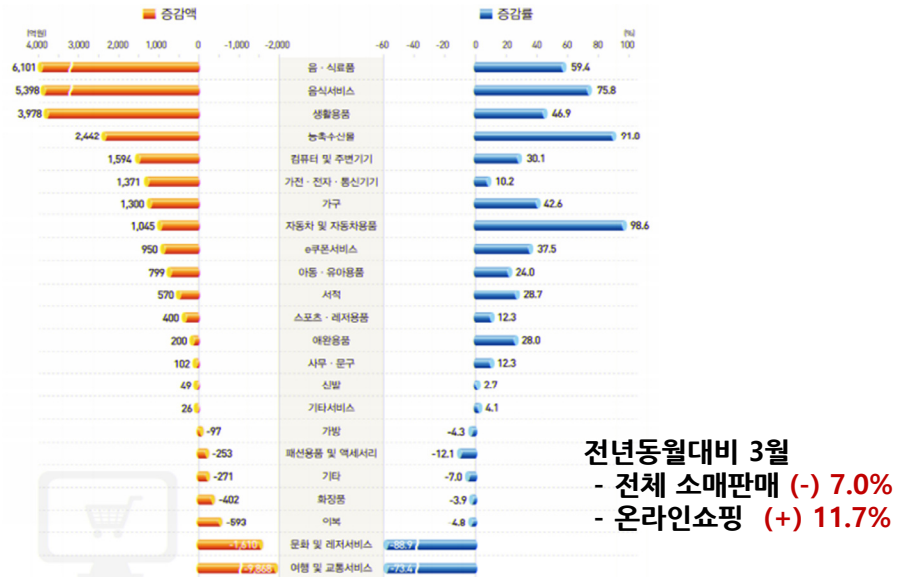


홍성국 의원실  
임현종 보좌관

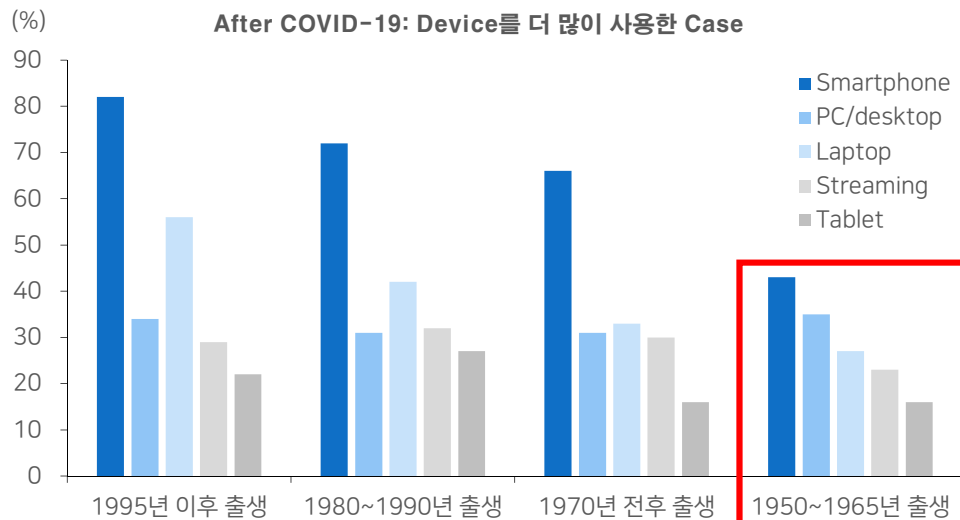
# 정보취약계층 지원 소비자기본법 일부개정안 대표발의 취지

## 입법 배경

## 1. 소비패턴의 변화 : 업종별 온라인 거래 증감

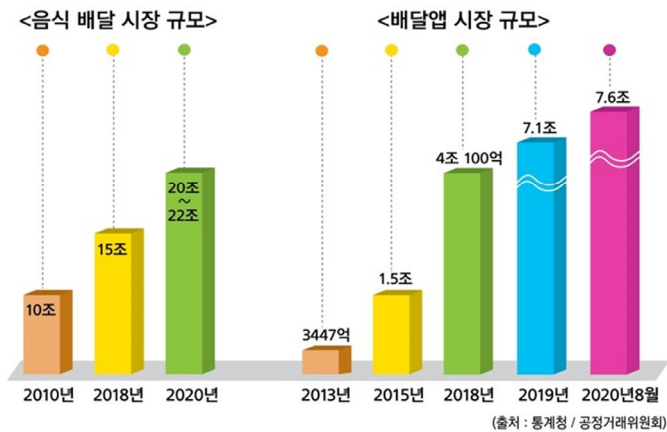


## 1. 소비패턴의 변화 : 코로나19 이후 장치를 많이 이용한 현황

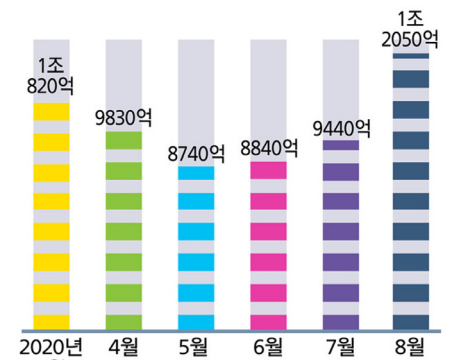


## 1. 소비패턴의 변화 : 온라인 플랫폼의 급성장

성장 추이 비교



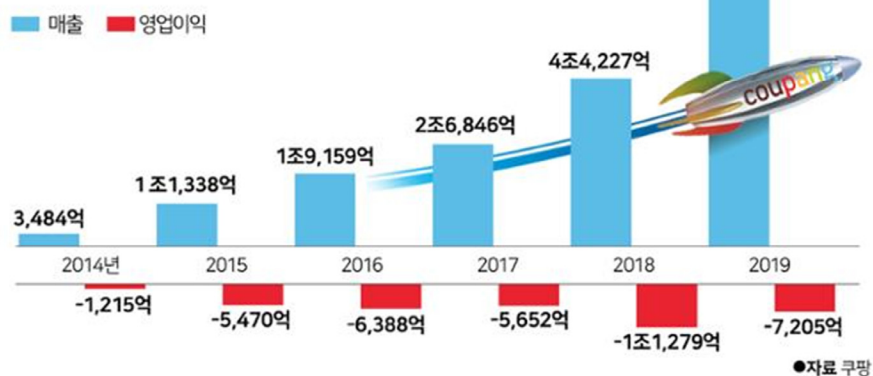
월별 배달앱 결제 금액 추이 (단위: 원)



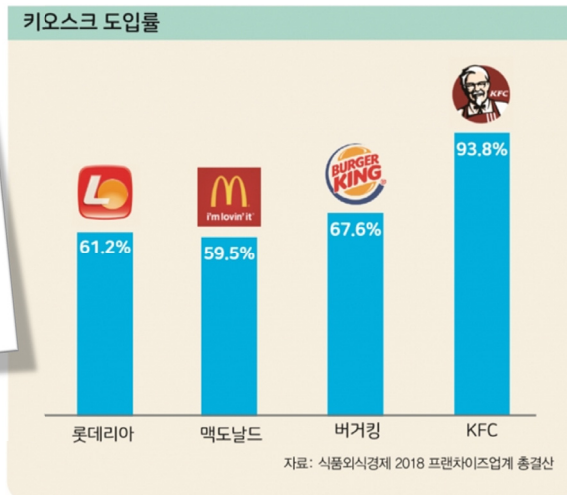
배달의 민족, 요기요, 배달통, 푸드플라이 결제 금액 표본조사 후 추정.  
자료: 와이즈앱

## 1. 소비패턴의 변화 : 온라인 플랫폼의 급성장

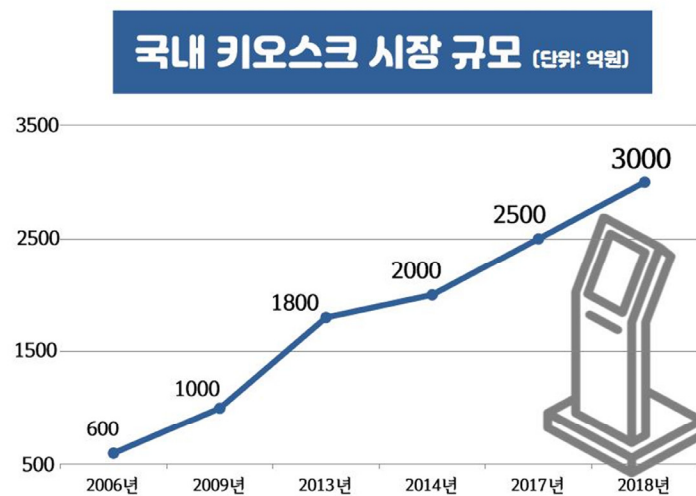
2014~2019년 쿠팡의 매출·손익 (단위: 원)



## 2. 시장의 변화: 키오스크 증가



## 2. 시장의 변화: 키오스크 증가







## 2. 시장의 변화: 일반 소비 시장 외에도...



## 3. 제도적 미비점: 현행 「소비자기본법」

- 제14조(소비자의 능력 향상) ① 국가 및 지방자치단체는 소비자의 올바른 권리행사를 이끌고, 물품등과 관련된 판단능력을 높이며, 소비자가 자신의 선택에 책임을 지는 소비생활을 할 수 있도록 필요한 교육을 하여야 한다.
- ② 국가 및 지방자치단체는 경제 및 사회의 발전에 따라 소비자의 능력 향상을 위한 프로그램을 개발하여야 한다.
- ③ 국가 및 지방자치단체는 소비자교육과 학교교육·평생교육을 연계하여 교육적 효과를 높이기 위한 시책을 수립·시행하여야 한다.
- ④ 국가 및 지방자치단체는 소비자의 능력을 효과적으로 향상시키기 위한 방법으로 「방송법」에 따른 방송사업을 할 수 있다.
- ⑤ 제1항의 규정에 따른 소비자교육의 방법 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

일반적인 소비생활능력 향상 및 소비자피해 예방·신속 피해구제에 중점

### 3. 소비자교육 대상 (2018년 기준)

교육실적	교육대상	대상별 실적	
		교육횟수(회)	인원(명)
564회 (17,322명)	장애인	60	1,464
	노인	82	7,455
	북한이탈주민	25	271
	결혼이민자	138	2,518
	주부	22	1,425
	어린이	237	4,189

### 3. 소비자교육 대상별 교육교재 (2018년 기준)

대상	교육교재의 주요내용
노인	- 노인이 많이 이용하는 물품 및 서비스와 <b>피해사례</b> (건강기능식품, 가정용의료기구, 상조서비스, 홍보관) - 청약철회 기간 및 청약철회 방법, 내용증명우편제도, 상담센터(1372) 이용방법 - <b>전화금융사기 대처방법</b> , 개인정보의 필요성과 사후 관리 방법
주부	- 주부가 어려워하는 <b>금융서비스와 피해사례</b> (예·적금, 보험, 카드, 대부업) - 전자상거래에 관한 설명 - 청약철회 기간 및 청약철회 방법, 내용증명우편제도, 상담센터(1372) 이용방법 - <b>금융사기와 개인정보보호방법</b>
장애인	- 다양한 통신서비스와 관련 <b>피해사례</b> 설명 - 청약철회 기간 및 청약철회 방법, 내용증명우편제도, 상담센터(1372) 이용방법 - <b>전화금융사기 대처방법</b> , 개인정보의 필요성과 사후 관리 방법
어린이	- 소비자의 역할, 시장경제의 이해 - 합리적 소비(착한소비)와 비합리적 소비(나쁜소비), 녹색소비 - <b>소비자피해의 사전 예방과 사후 해결</b> , 소비자의 권리와 책임 - <b>안전한 소비생활</b> (안전한 먹거리, 화학물질과 안전, 화장품이용) - 올바른 용돈관리 방법 체험
결혼이민자	- 결혼이민자가 한국사회에서 어려움을 느끼는 서비스 설명( <b>예·적금, 금융기관 이용, 신용카드 사용방법</b> 등) - 청약철회 기간 및 청약철회 방법, 내용증명우편제도, 상담센터(1372) 이용방법 - <b>금융사기와 개인정보보호방법</b>
북한이탈주민 (성인)	- 소비생활에 필요한 금융서비스와 통신서비스(보험가입시 <b>주의사항</b> , 신용정보 관리 및 카드사용, 통신서비스 이용) - 전자상거래 활용시 주의사항 - 청약철회 기간 및 청약철회 방법, 내용증명우편제도, 상담센터(1372) 이용방법 - <b>금융사기와 개인정보보호방법</b>
북한이탈주민 (청소년)	- 통신서비스와 <b>온라인 모바일게임 이용시 유의사항</b> - 전자상거래에서의 주의사항 - 청약철회 기간 및 청약철회 방법, 내용증명우편제도, 상담센터(1372) 이용방법 - <b>금융사기와 개인정보보호방법</b>

### 3. 제도적 미비점 : 현행 「국가정보화기본법」

제3조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

9. “**정보격차**”란 사회적, 경제적, 지역적 또는 신체적 여건으로 인하여 정보통신서비스에 접근하거나 정보통신서비스를 이용할 수 있는 기회에 차이가 생기는 것을 말한다.

제35조(정보격차해소교육의 시행 등) ① 국가기관과 지방자치단체는 정보격차의 해소를 위하여 필요한 교육(이하 이 조에서 “정보격차해소교육”이라 한다)을 시행하여야 한다.

② ~ ③ (생략)

④ 정보격차해소교육의 대상 및 종류는 대통령령으로 정한다.

시행령 제34조(정보격차해소교육의 대상과 종류 등)

④ 법 제35조제4항에 따른 정보격차해소교육의 종류는 다음 각 호와 같다.

1. 컴퓨터와 인터넷 등에 관한 기본교육

2. 컴퓨터와 인터넷 등을 활용하여 필요한 정보를 검색·가공 및 생산하는 방법에 관한 교육

3. 그 밖에 국가기관이나 지방자치단체가 필요하다고 인정하는 교육

**컴퓨터 기반 인터넷 등에 관한 기본 교육, 정보 검색·가공·생산 등으로 한정**

**“바이러스는 사람을 가리지 않지만  
감염병이 만드는 사회·경제적 위기는  
모든 사람에게 공평하지 않다”**

**“코로나 위기 대응에서  
사회적 약자 보호에  
특별히 중점을 뒀야 한다”**

문재인 대통령 10월 20일 국무회의 발언중..



소비자기본법 일부개정법률안  
(홍성국의원 대표발의)

의안  
번호 5429

발의연월일 : 2020. 11. 17.  
발 의 자 : 홍성국·임종성·양정숙  
송재호·이광재·김경만  
허영·윤준병·장경태  
민형배·조오섭·강문원  
박재호·문진석·이용우  
남인순 의원(16인)

제안이유 및 주요내용

최근 소비자금융 서비스와 유통플랫폼이 온라인 중심으로 재편되고, 오프라인에서도 전자화폐나 모바일앱 등의 전자지급수단을 활용하는 매장이 증가하고 있음. 이에 따라 노화, 장애, 언어, 경제적 수준, 그 밖의 사회·문화적 요소로 인하여 정보화기기에 대한 접근 및 활용에 제약을 받는 정보취약계층인 소비자집단이 증가하고 있어 이들에 대한 정보격차해소를 위한 사회·정책적 배려와 지원이 필요한 실정임.

현행법은 국가 및 지방자치단체가 소비자의 올바른 권리행사와 판단능력 제고 등을 위해 필요한 소비자교육을 실시하도록 규정하고 있으나, 일반적인 소비생활능력 향상에 중점을 두고 있어 정보취약계층의 온라인 금융·유통서비스나 전자적 지급수단 등에 대한 접근·활용 능력을 제고하는 데는 한계가 있음.

- 1 -

# 소비자기본법 일부개정법률안 홍성국의원 대표발의

## 1. 제anyi유

최근 소비자금융 서비스와 유통플랫폼이 온라인 중심으로 재편되고, 오프라인에서도 전자화폐나 모바일앱 등의 전자지급수단을 활용하는 매장이 증가하고 있음. 이에 따라 노화, 장애, 언어, 경제적 수준, 그 밖의 사회·문화적 요소로 인하여 정보화기기에 대한 접근 및 활용에 제약을 받는 정보취약계층인 소비자집단이 증가하고 있어 이들에 대한 정보격차해소를 위한 사회·정책적 배려와 지원이 필요한 실정임.

현행법은 국가 및 지방자치단체가 소비자의 올바른 권리행사와 판단능력 제고 등을 위해 필요한 소비자교육을 실시하도록 규정하고 있으나, 일반적인 소비생활능력 향상에 중점을 두고 있어 정보취약계층의 온라인 금융·유통서비스나 전자적 지급수단 등에 대한 접근·활용 능력을 제고하는 데는 한계가 있음.

이에 노약자·장애인·결혼이민자·북한이탈주민 등을 정보취약계층으로 새롭게 규정하고, 이들에게 발생하는 정보격차의 해소를 위한 시책을 수립·시행하도록 함으로써 정보취약계층의 소비생활 여건을 개선하려는 것임(안 제14조제3항 신설 및 제45조제1항).

## 2. 신·구조문 대비표

현 행	개 정 안
제14조(소비자의 능력 향상) ①·② (생략)	제14조(소비자의 능력 향상) ①·② (현행과 같음)
<신설>	③ 국가 및 지방자치단체는 <b>노약자·장애인·결혼이민자</b> (「재한외국인 처우 기본법」 제2조제3호에 따른 결혼이민자를 말한다. 이하 같다) 및 <b>북한이탈주민</b> (「북한이탈주민의 보호 및 정착지원에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 북한이탈주민을 말한다) 등 <b>정보취약계층에 대하여 발생하는 정보격차</b> (「국가정보화 기본법」 제3조제9호에 따른 정보격차를 말한다)의 <b>해소를 위한 시책을 수립·시행하여야 한다.</b>

## 3. 지자체 시행 디지털 역량 강화 교육 (경기도)

### 경기도민 전국민 디지털 역량강화 교육

**디지털 역량강화 교육**  
우리 생활 곳곳에 디지털 대안편의 가속화됨에 따라 디지털 격차가 일상 생활 속 불편을 가중시키고 있습니다. 이에 ① 국민 누구나, ② 일상생활에 필요한 기본 역량부터 위급한 교육까지, ③ 집 근처에서 편하게 받을 수 있는 디지털 종합 교육을 진행합니다. 전 국민의 디지털 역량을 키워드립니다.

- 교육 대상: 경기도민 누구나
- 교육 기간: 2020.9.14 ~ 2021.1.31
- 신청 방법: **디지털배움터** **QR** 검색창에 디지털배움터를 검색하세요.
- 교육 문의: 1800-0096  
코로나19로 인해 사정은 모든 교육이 비대면 온라인 형태로 진행됩니다.
- 교육 프로그램: 1.디지털 기초 2.디지털 생활 3.디지털 종합 4.디지털 특별

**디지털배움터**

국민 누구나 함께 참여할 수 있는  
디지털 종합 역량 교육

**디지털 배움터 대면 교육 신청**

경기도 내 디지털 배움터에 방문하여 수강하는 교육



**비대면 온라인 교육 신청**

PC, 스마트폰 등으로 접속이 가능한 경우 교육생의 원하는 장소에서 비대면으로 수강하는 교육  
\*데이터 과금 주의



**감사합니다**



[발 제 2]

**자유학기제를 활용한 청소년 소비자  
교육 방안**

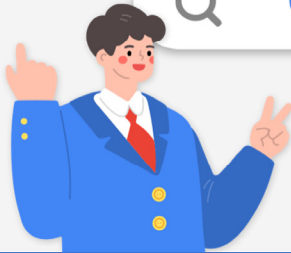
**이혜진 국장 / 의정부녹색소비자연대**



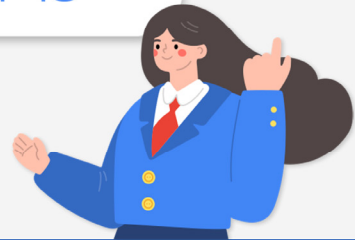
# 미리중1소비자교육



이혜진 의정부녹색소비자연대 사무국장



'여러분 오늘은 1단원 첫 수업이에요!  
지금부터 귀쫄긋 두 눈 반짝!'



## 자유학기제를 활용한 청소년 소비자교육방안



학습 목표



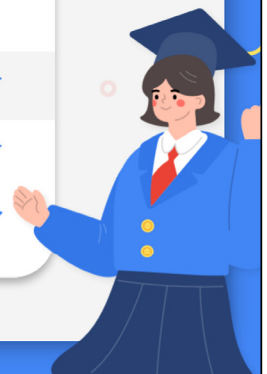
2016년-2020년 자유학기제 맞춤 소비자 교육



학교에서 바라는 소비자교육



2021년 청소년 소비자교육 프로그램 과제





2016  
2020



### 자유학기제란

중학교 과정에서 1년동안 시험없이 치르는 제도

○ 2016 / 자유학년제 시범사업

- 의정부서중학교 (환경교육)

○ 2017 / 자유학기제 운영

- 의정부서중학교, 금오중학교(환경교육)

○ 2018 / 자유학년제 시행

- 동암중학교, 충의중학교(청소년소비자기자단)

- 경민여자중학교, 다온중학교(환경교육)

○ 2019

- 경민중학교, 의정부중학교(소비자교육)

- 동암중학교, 솔빛중학교(환경교육/녹소연 개발 프로그램)

○ 2020

- 경민중학교, 의정부중학교 (소비자교육/ 녹소연 개발 프로그램)

- 와부중학교(환경교육/녹소연 개발 프로그램)



## 청소년 소비자 기자단 |

### 02 올바른 정보 확인

TV, 유튜브, 인스타그램  
속 직·간접광고

### 03 직업체험

기자, 방송인 직업 특강  
및 실습교육

### 01 소비자이슈

공유경제(전동킥보드)  
청소년소비자피해사례  
(게임아이템/소액결제)

### 04 소비자의역할

소비자의 권리와 의무  
(블랙컨슈머/감정노동자)

### '8차시 교육'

주제선택, 사회, 과학, 도덕





1차시	오리엔테이션	청소년 소비자자단의 역할소개 / 청소년과 소비자 이슈 연관성 찾기
2차시	현명한 소비자되기	청소년 소비자 이슈 살펴보기
3차시	먹거리 문제	안전한 식품마크의 중요성 /식품안전마크(HAPPC) 인증 제품으로 샌드위치 만들기
4차시	TV광고와 소비자문제	소비자 피해사례와 광고의 관계
5차시	'언론의 기능과 글쓰기 방법'	'기자특강 / 기자처럼 글쓰기
6차시	청소년 이슈탐구 '화장품' (조사하기)	교내 소비자 이슈 찾아보기 / 조별 교내 재학생 대상 설문조사 스티커 판넬 만들기
7차시	청소년 이슈탐구 '화장품'(기사작성)	조별 설문조사 결과 발표 / 청소년 화장품 이용실태 기사 작성
8차시	방송이 만들어지기까지	방송기자 실습체험

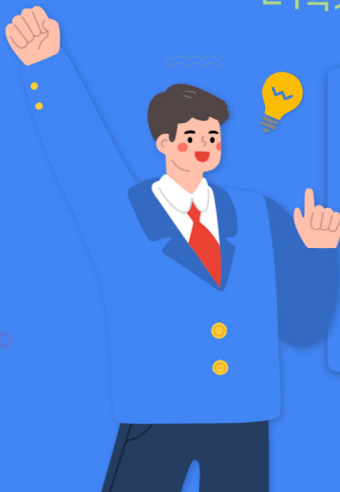


## 01. 중학교 자유학년제 프로그램 운영방식

↳ 1학기당, 각 8차시씩, 총16차시 운영 시스템

### 프로그램 섭외 시 학교 측 요구사항

- ☒ 1개반(15명~20명내외) 8월 중순부터 8차시교육
- ☒ 1학년 전체반(예시. 3~7반) 각 2~3회차씩 교육
- ☒ 주제선택반 1개반 / 8차시씩 / 총2팀 (2학기기준\_1팀 8월~10월/ 2팀 10월~12월)



## 02. 중학교 1학년 자유학기제 담당자를 찾아라

### 주제선택프로그램

자유학년제 프로그램 담당자  
1학년부장 선생님

희망하는 프로그램 운영방식



☒ 1개반, 8월 중순부터 8차시교육

### 교과목 연계

사회, 과학, 도덕과목  
선생님

희망하는 프로그램 운영방식



☒ 1학년 전체반, 각 2~3회차씩 교육

### 진로학습 프로그램

진로부장

희망하는 프로그램 운영방식



☒ 주제선택반 1개반 / 8차시씩 / 총2팀

## 03. 학교에서 바라는 소비자교육

### 주제선택프로그램

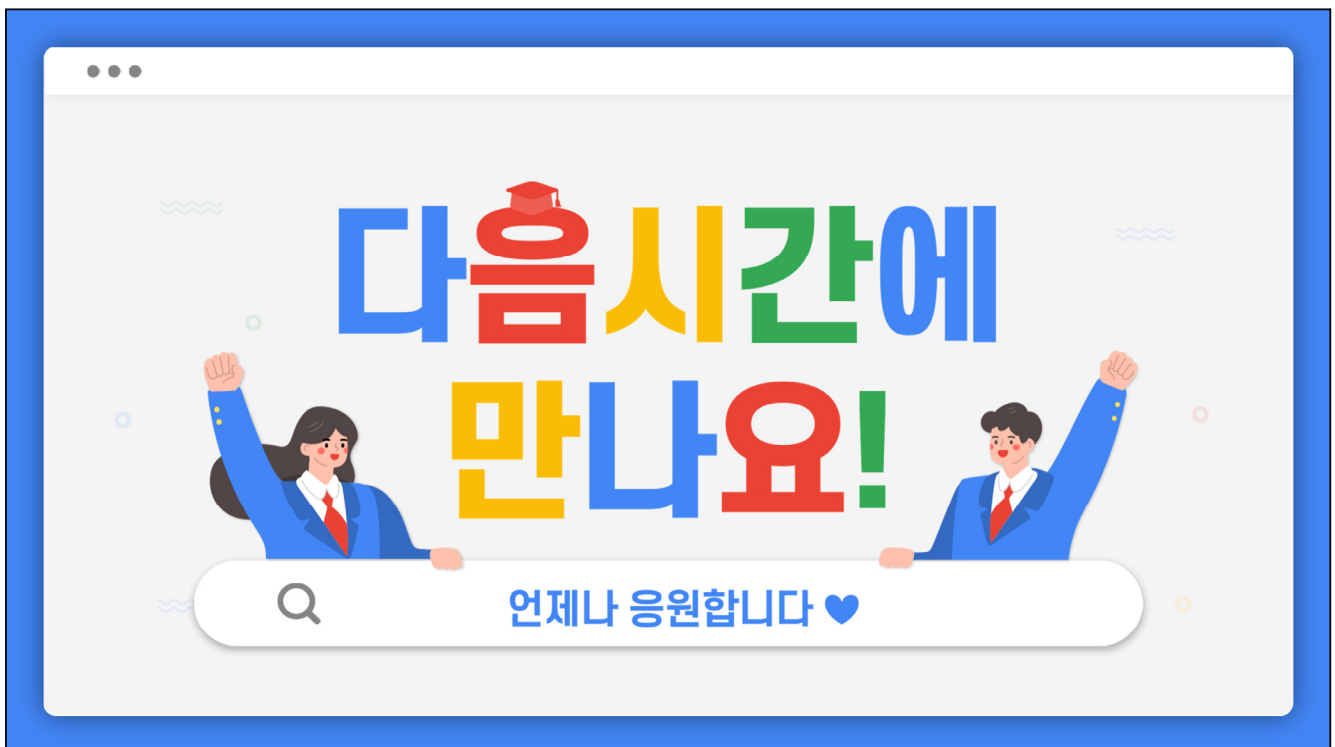
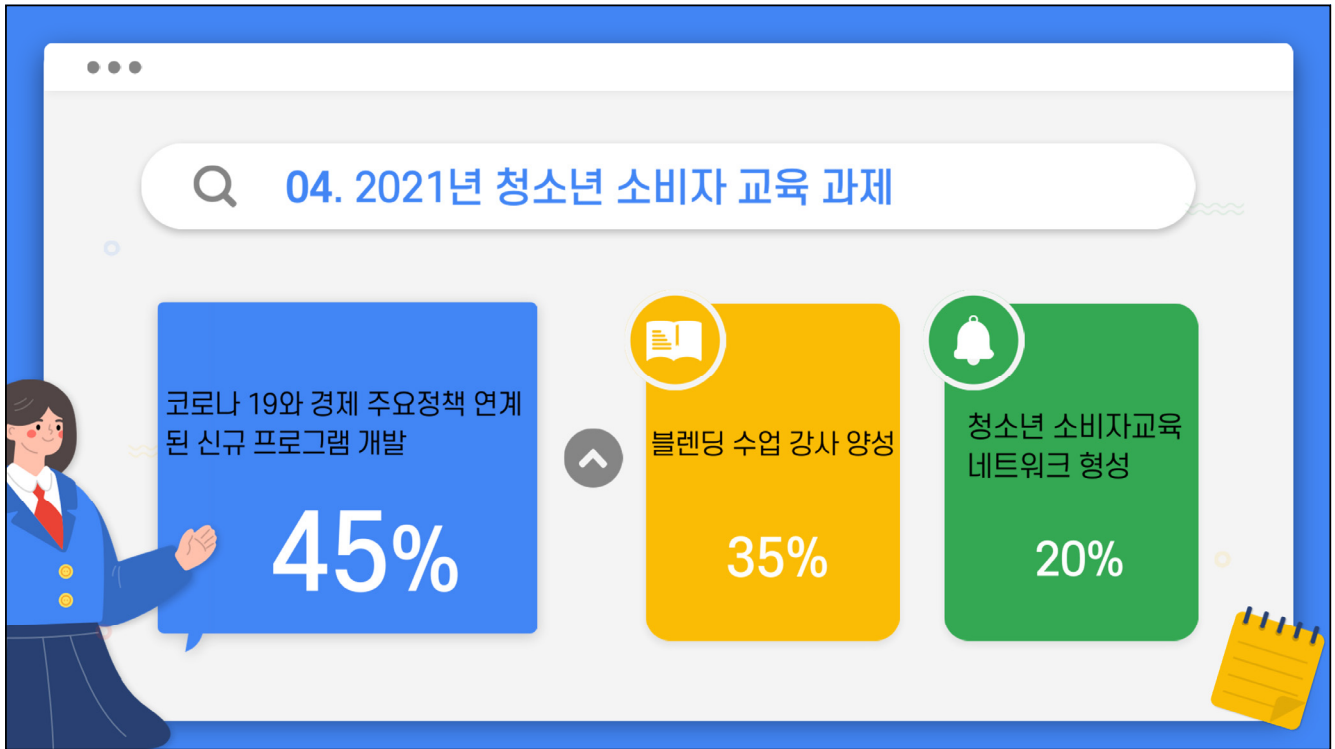
대상 학년 전체가  
평등하게 교육 받는 방향

### 교과목 연계

프로그램을 통해 해당  
과목에 대한학생들의  
흥미가 높아지는 방향

### 진로학습 프로그램

직업체험과 연계 된 수  
업으로 시민단체 활동  
가란 직업에 이해도를  
높일 수 있는 방향





## 종합토론



## 토론1. 소비자기본법 일부 개정 관련; 소비자교육의 구체화

김시월(건국대학교 교수)

오늘 국회의원실 대표발의 내용과 소비자단체 지부에서의 소비자교육 현황을 잘 들었고, 관련 토론 글 및 제언을 서술하면 다음과 같다.

몇 가지 관련 내용에 대해 토론하면서 제언을 언급하고 한다.

**우선, 고령화사회를 지나서 초고령화사회를 눈앞에 두고 있다는 점을 강조하고 싶다.**

UN에서는 65세 이상 노인 인구의 비율이 7%를 넘으면 고령화 사회, 14%를 넘으면 고령사회, 20%를 넘으면 초고령 사회라고 정의하고 있다. 우리나라는 현재 고령사회이며, 2026년에 ‘초고령 사회’로 진입할 것으로 전망하고 있다. 한국은 세계적으로 그 유례를 찾을 수 없을 정도로 짧은 기간인 17년 만에 고령화 사회에서 고령사회로 진입하게 되었고, 또 8~9년 만에 초고령 사회로 진입할 것으로 관측되고 있다. 주요 국가별로 고령화 진행 속도를 보면, 한국은 26년, 일본은 36년, 프랑스는 154년, 그리고 미국은 94년이라고 하여, 우리나라의 경우 그 기간이 매우 짧은 것을 알 수 있다(박진우; 2015; 통계청, 2016; 행정안전부, 2017).

〈표 1〉 세계 각국의 고령 관련 도달 연도 및 소요 연수

	도달 연도(년도)			소요 연수(년)	
	7%(고령화)	14%(고령)	20%(초고령)	7%→14%	14%→20%
한국	2000	2017	2026	17	9
미국	1942	2015	2036	73	21
독일	1932	1972	2009	40	37
일본	1970	1994	2005	24	11
중국	2001	2024	2034	23	10
영국	1929	1976	2021	47	45
프랑스	1964	1979	2018	115	39

출처: 통계청(2016); 행정안전부(2017) 자료를 참고하여 정리함.

그 어느 국가에 비해 고령사회, 초고령사회 진입이 가장 빠르고 짧은 점을 고려한다면, 보다 급격한 확산과 확대를 의미하며, 이에 대한 초고령사회에서의 생활 분석, 그리고 그 대책 및 준비가 필요합니다. 이런 점에서 소비자교육의 필요성을 강조해야 할 것이다.

### **둘째, 인구감소와 관련하여 강조할 필요가 있다.**

통계청의 2017 인구주택 총조사 결과(2018)에 따르면 11월 1일 기준 총인구(외국인 포함)는 5,142만3,000명으로 전 년에 비해 15만3000명(0.3%) 증가하였으나, 중요한 것은 15~64세 사이 생산연령인구가 처음으로 감소하였다. 전체 인구증가율이 정부 수립 이래 최저치로 떨어진 가운데 65세 이상 고령 인구는 큰 폭으로 증가하여, 공식적으로 '고령사회'에 진입한 것으로 나타났다. 또한 연간 인구증가율 0.3%는 1949년 인구 조사를 시작한 이래 가장 낮게 나타났으며, 2016년 증가율 0.4%보다 0.1%포인트나 하락하였다(통계청, 2018).

이는 당연히 인구 감소가 멀지 않았다는 것이며, 또한 중요한 것은 생산연령인구는 소비 규모와 노동 공급 절대량을 결정하기 때문에 경제성장률 등 경제지표에 직접적인 영향을 미친다는 것이다. 이러한 고령사회는 소비시장에서 생산력 감소, 소비력 감소, 그리고 소비자 문제 증가 등과 밀접한 관련이 있다.

### **셋째, 소비자 소외와 관련하여 소비자교육을 강조해야 할 것이다.**

소비자 소외는 어떤 연령 계층이던 관계 없이 다가오지만, 인구의 변화, 기술의 변화, 그리고 시대적 사회의 가치관 변화 측면에서 보면 고령 소비자에게 더 문제가 된다. 특히 정보격차, 고령화 속도의 가속화, 고령화 관련 소비자정책의 미완비, 경제적 사회참여 격차의 발생 등은 이를 부추기고 있다.

일반적으로 정보격차는 사회적, 경제적, 지역적 또는 신체적 여건으로 인하여 정보통신서비스에 접근하거나 정보통신서비스를 이용할 수 있는 기회에 차이가 생기는 것을 말한다(국가정보화기본법 제3조). 정보격차는 정보사회의 편익 향유가 곤란하고, 불이익을 초래하며, 정보사회로부터의 배제로 인하여 일상생활로부터의 배제를 초래하며, 사회적 불평등을 고착화 및 심화시킨다. 그리고 무엇보다 사회적으로 비효율적이며 디지털 경제성장에 장애로 작용한다.

2017 인터넷이용실태조사(인터넷진흥원)에 의하면 전체 국민 인터넷 이용율은 90.3%이나 60세 이상 인터넷 이용율은 58.8%로 나타났다. 이를 연령별로 살펴보면, 3~9세는 83.9%,





















### 토론3. 소비자교육 확대방안 모색을 위한 라운드테이블

이정수(소비자재단 사무국장)

1. 우리나라는 1980년 소비자보호법 제정 이후 2006년 소비자기본법으로의 전면개정을 통해 소비자를 보호의 대상으로 보지 않고 주권을 가진 경제주체로서 소비자 스스로 역량을 강화할 수 있도록 국가, 지자체 등의 책무로 소비자교육을 규정하고 있음.

- 그러나 이웃나라 일본이 2004년 소비자기본법을 개정 한 후, 많은 노력 끝에 2012년 소비자교육추진에 관한 법률을 제정하여 적극적인 소비자교육을 추진하는 것이 비해 우리나라는 2006년 법 개정 이후 소비자교육에 대한 단독 법률은 고사하고 소비자기본법의 소비자교육에 관한 조항조차 한 줄도 변한 것이 없고 소비자교육에 관한 정책적 노력이 무엇이었는지 많은 아쉬움이 남음.
- 일본은 소비자시민사회에서 걸맞는 소비자육성을 주요 목표로 체계적인 소비자교육을 추진하고 있으며 제정된 소비자교육추진에 관한 법률에 따라 ‘소비자교육추진위원회’를 국가차원에서 운영하고 있고 각 지자체에도 지자체 소비자교육추진지역협의회를 구성하여 법상교육기구로 승격되어 운영되고 있음.
- 우리나라에서는 소비자정책위원회가 운영되고 있지만 운영방식이나 내용에 있어 한계가 있어서 소비자교육을 중점적으로 논의하고 소비자교육의 확대 발전을 위한 논의기구로만 운영될 수 없으므로 교육추진위원회 구성 등을 생각해 볼 수 있을 것임.
- 소비자교육에 대한 새로운 단독법률을 제정하는 것은 여러 가지 측면에서 어려움이 있으므로 우선 소비자기본법에 소비자교육에 관한 조항을 보다 섬세하고 체계적으로 규정하여 시행하고 점차적으로 단독법률을 제정하는 것이 필요하다고 생각함. 소비자기본법은 기본법으로서 가지는 한계가 있으므로 소비자교육에 관한 내용만을 구체적으로 명기한 법률이 반드시 필요하다고 봄.
- 주무부처인 공정거래위원회와 소비자단체, 뜻있는 입법기관 등이 노력하여 소비자교육에 대한 단독법률 입법에 대해 적극적으로 협력하는 것이 필요함.

2. 자유학기제를 활용한 청소년 소비자교육 방안에 대한 발제는 소비자단체가 학교 교육의 시스템에 맞춰 효과적인 소비자교육을 추진한 우수사례를 포함한 다양한

교육진행 및 접근 방법에 대한 내용으로 많은 다른 지역 소비자단체에서 활용할 수 있을 것 같고, 이를 지속적으로 추진하기 위해 충분한 예산확보가 이루어지면 좋을 것임.

- 소비자재단에서 2018년에 ‘청소년소비자기자단’이라는 프로그램을 기획하여 녹색소비자연대전국협의회, 여성소비자연합 전북지회, 의정부녹색소비자연대 등 3개 지역에서 중학교 자유학기제 프로그램으로 학교에서 청소년 소비자기자단 교육을 실시한 바 있음.
- 소비자교육, 진로교육, 현장체험교육 등 다양한 수요를 충족하며 효과적인 교육이 이루어졌으나 예산부족으로 지속되지 못한 점이 아쉬움으로 남음.
- 소비자교육은 투입되는 재정이나 시간에 비해 효과는 늦게 나타나지만 우리나라가 소비자중심사회로 변화하기 위해 비단 정보취약계층뿐만 아니라 아동·청소년시기부터 청년, 중·장년, 노년기까지 계층별, 대상별로 최적화된 교육이 반드시 필요하며 이를 위해서는 일정수준의 재정확보도 반드시 필요함.

#### 토론4. 소비자단체의 소비자교육 확대 방안

최애연(소비자교육중앙회 국장)

소비자교육은 대량생산으로 인한 생산자와 소비자의 비대칭적 관계에서 정보격차를 해소하고자, 소비자의 역량 강화 측면에서 대두되었으나 최근에는 기술혁신의 가속화로 인한 소비자간의 정보격차가 심화되고 있어 소비자교육의 필요성이 더욱 증가되고 있다.

소비자기본법에도 소비자는 물품 등을 선택함에 있어서 필요한 지식 및 정보를 제공받을 권리와 합리적인 소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리가 명시되어있으며, 소비자는 스스로의 권익을 증진하기위하여 필요한 지식과 정보를 습득하도록 노력하여야한다고 되어있다.

또한 소비자의 능력 향상을 위해서 국가와 지방자치단체는 필요한 교육을 하여야하고, 소비자교육과 학교교육, 평생교육을 연계하여 교육적 효과를 높이기 위한 시책을 수립, 시행하여야한다고 되어 있고, 소비자단체의 업무에도 소비자교육이 포함되어 있다.

소비자단체는 소비자교육을 실행하는 주체로 앞장서왔으며, 취약계층인 노인, 주부, 결혼이민자, 장애인, 북한이탈주민 등을 대상으로 정보격차를 해소하고, 소비자 문제해결 능력을 함양하는 소비자교육을 실시하여왔다.

소비자단체는 취약계층을 중심으로 계층별 대면교육의 형태로 진행하였으며, 소비자들에게 실질적으로 필요한 정보를 제공하고, 소비자문제 해결을 위한 대처 방법 등을 전달하여 소비자 피해를 예방하고 감소화시키는데 주력하여왔다.

올해 코로나19로 인해 대면 교육이 거의 중단되다시피 하면서 소비자단체들이 실시해왔던 소비자교육의 근간이 크게 흔들리게 되었다.

이번 코로나19를 계기로 오프라인 중심의 소비자교육에서 온라인 소비자교육으로 전환 필요성을 크게 인식하였으며, 다양한 형태의 교육 프로그램 개발이 시급함을 느끼게 하였다.

소비자단체가 수행하고 있는 소비자교육 프로젝트에 대해 교육효과 측정 및 교육평가 수치화 등을 통한 소비자교육 수행 평가를 지속적으로 해온 정부는 보다 더

적은 예산으로, 보다 더 많은 인원을, 보다 더 효율적으로 교육하는 것을 주 평가 기준으로 삼고 있으며, 이를 맞추기 위해서 소비자단체도 가급적이면 1회에 많은 인원을 교육하는데 중점을 둘 수밖에 없으며, 심층 교육보다는 1회성 교육 위주로 교육을 해왔다.

그동안 소비자단체가 소비자교육을 실시하면서 문제점으로 지적하여왔던, 과도한 1회 교육 인원, 1회성 교육, 저렴한 교육 예산, 틀에 박힌 교육 프로그램, 교육평가 시스템 등을 이제는 개선해야할 시점이라고 생각한다.

**첫째, 대상별로 교육 프로그램이 달라야하며, 일반인들은 온라인 소비자교육 위주로 하고, 취약계층은 오프라인 소비자교육 위주로 할 필요가 있다.**

취약계층이 아닌 일반인들을 대상으로 하는 온라인 소비자교육 프로그램을 개발하여야하고, 다양성과 흥미를 유발하는 온라인 소비자교육 콘텐츠를 만들어 주제별, 계층별로 다양한 형태(유튜브, 웹툰, 카드뉴스 등)로, 다양한 경로(유튜브, SNS 등)를 통해서 온라인 콘텐츠를 소비자들 스스로 활용할 수 있도록 하여야 한다.

한국소비자단체협의회가 온라인 소비자교육 프로그램 개발을 전담하는 프로그램 개발 부서를 만들고, 11개의 소비자단체의 전담 요원을 육성 및 활용하여 지속적인 온라인 콘텐츠를 개발하는 것이 필요하다.

취약계층은 온라인 소비자교육 프로그램보다는 오프라인 소비자교육 프로그램 위주로 정보격차 해소에 중점을 두어 교육하는 것이 더 효율적이라고 생각되는데 기존의 교육방식을 바꿀 필요가 있다.

소규모 교육(5인~10인), 1대1 교육, 1회성이 아닌 주제별 다회성 교육, 방문교육 등 보다 더 다양한 방식의 교육을 허용하는 게 필요하며, 집합교육, 온라인 교육도 같이 병행하고, 교육 인원위주보다는 실질적인 교육 위주로 소비자교육을 실시하는 것이 필요하다.

1회 교육으로 너무 많은 내용을 한꺼번에 교육하기보다는 여러 가지 주제로 다회성으로 너무 길지 않은 교육시간으로 여러 번 나누어서 교육하는 방식도 고려해봐야 한다.

**둘째, 소비자교육의 체계화가 필요하다.**

일반대상 소비자교육의 실행주체는 소비자단체 외에 학교와 가정, 그리고 사회로 영역을 확대해야하고, 사회교육과 마찬가지로 유아, 아동, 청소년, 성인, 노인 등의 생애주기 관점에서 평생 소비자교육 프로그램을 체계적으로 개발할 필요가 있다.

취약계층도 보다 체계적인 소비자교육을 실시해야 한다.

노인, 주부, 결혼이민자, 장애인, 북한이탈주민을 대상으로 심층적인 소비자교육 체

계를 갖출 필요가 있다.

또한 새롭게 등장하는 플랫폼 경제, 언택트 소비문화, 온라인 금융을 비롯한 각종 온라인 서비스 등 기술 혁신의 가속화로 인해 정보소외 계층이 확대되는 것을 방지하기 위해 정보격차 해소를 위한 소비자교육이 지속적으로 이루어져야한다.

특히 초고령화사회 진입을 앞두고 있는 우리나라에서 고령자의 정보격차는 심각한 소비자 문제로 대두될 수 있기 때문에 고령자에 대한 소비자교육을 지속적으로 할 필요가 있다.

#### **셋째, 소비자교육 전문가 육성이 필요하다.**

한국소비자단체협의회에서 분야별 강사교육을 실시하고 있고, 강사교육을 이수한 강사들이 각 지역에서 활발하게 활동하고 있다.

이번 코로나19를 계기로 온라인으로 교육하는 강사 역량을 함양할 필요가 있다.

온라인 교육 스킬, 온라인 교육 프로그램 이용 방법, 온라인 콘텐츠 이용 방법, 온라인상에서 소비자와 의사소통 방법 등 온라인 전문 강사 교육을 실시하여 온오프라인에서 소비자교육 강사의 전문성을 강화할 필요가 있으며, 강사 교육 체계화를 통해 온라인 강사, 지역 활동 강사, 분야별 특화된 강사 등으로 다양한 강사풀을 구축하여 소비자교육 전문가를 육성하는 데 보다 더 많은 노력을 기울여야한다.

#### **넷째, 소비자교육을 위한 안정적인 예산이 지원되어야 한다.**

지속적인 소비자교육을 활성화하기 위해서는 소비자교육을 위한 예산 확보가 선행되어야 한다.

소비자단체에 지원되는 소비자교육 예산은 대체로 피교육자 인원에 비례한 예산으로 대부분의 소비자교육 예산은 매우 낮게 책정되어있다.

소비자 중심 위주로 시장 경제가 전환되었음을 감안한다면 소비자교육의 필요성은 더욱 증가하였으나 이에 대한 예산은 여전히 박하다.

소비자교육 전문가 양성, 다양한 소비자 교육 콘텐츠 개발, 지속적인 소비자교육 활성화, 취약계층 정보격차 해소 등을 위해서 보다 더 안정적이고, 지속적인 소비자교육 예산이 뒷받침될 때 진정한 소비자 권익증진이 실현될 수 있다.

소비자교육에 대한 지원을 법으로 제도화해주는 것은 이를 위한 첫걸음이며, 정부는 이를 위해 더 많은 노력을 기울여야할 때라고 생각된다.

소비자들 스스로 현명해지고, 스마트해 질 때, 소비자들간 정보격차가 해소될 때, 소비자 피해를 사전에 예방할 수 있고, 소비자 피해를 감소시키는 데 드는 사회적 비용도 절감될 수 있다고 생각된다.



## 토론5. 소비자교육 확대방안 모색을 위한 라운드테이블

허용림(평택YMCA 국장)

노인, 장애인, 결혼이민자, 북한이탈주민 등 소비자피해에 대한 취약한 부분은 맞지만, 국민 전체에게 소비자교육의 필요성과 적극적인 교육을 지원할 수 있는 컨트롤 타워가 필요하다고 생각됨.

북한이탈주민을 정착 지원하는 ‘하나센터’에서는 초기 정착하는 교육내용에 소비자교육을 의무적으로 진행하고 있음.

기관과 소비자교육을 할 수 있는 전문적인 기관과의 네트워크를 통해 취약대상에 대한 소비자교육을 원활하고 효과성을 가져갈 수 있는 교육지원이 필요하다고 보여짐.

국민 모두가 소비자만큼 지역 사회에 내 소비자활동이 활발할 수 있도록 지역의 소비자단체에 대한 지자체 예산과 활동 지원이 적극적으로 필요하다고 보여짐.





## MEMO

## MEMO