

정책연구 15-07

기초지방자치단체의 소비자행정 현황 및 과제

지광석·장호석

머 리 말

올해는 지방자치가 부활한지 20년을 맞이하는 해입니다. 소비자행정 분야에서도 지난 20년 동안 지역소비자행정을 활성화하기 위한 다각적인 노력을 기울여왔습니다만, 지역소비자행정의 제반 여건이나 서비스 수준이 미흡하다는 지적이 지속적으로 제기되고 있습니다. 그동안 우리나라의 소비자행정은 중앙정부 중심으로 추진되어 왔으나 중앙의 소비자행정서비스가 기초지방자치단체까지는 제대로 미치지 못하고 있는 것이 현실이며, 심지어 일부 지방자치단체 현장에서는 여전히 소비자행정을 국가행정으로 인식하고 있습니다.

그런데 최근 지역밀착형의 현장행정 또는 근거리행정의 중요성이 점차 높아져가고 있습니다. 더욱이, 삶의 질에 대한 전 국민적 관심이 높아지면서 지역소비자들에게 더 나은 소비환경을 실현하는 것이 지방자치단체의 중요한 정책과제 중 하나가 되었습니다. 하지만, 지역소비자행정에 대한 지방자치단체의 인식과 관심은 여전히 매우 낮은 수준이며, 기초지방자치단체의 경우 그 실상마저도 파악하기가 어려운 실정입니다.

지역밀착형 소비자행정을 구현하고 지역소비자의 권익을 강화하기 위해서는 기초자치단체에서 최소한의 소비자행정서비스를 제공하기 위한 여건이 마련되어야 합니다. 소비자기본법에서 광역지방자치단체와 더불어 기초지방자치단체를 지역소비자행정의 추진 주체로 규정하

고 있는 것도, 지역소비자의 실질적 권익을 보장하기 위해서는 그들과의 접점에 있는 기초지방자치단체의 역할이 중요하기 때문입니다.

이러한 상황과 문제의식을 바탕으로, 한국소비자원에서는 기초지방자치단체 소비자행정의 현주소를 짚어보고 향후 추진방향을 모색하고자 동 보고서를 발간하게 되었습니다. 한국소비자원에서 실시한 “2015년 기초지방자치단체 소비자행정 현황 및 인식 조사” 결과에 따르면, 현재 기초지방자치단체의 소비자행정에 대한 인식과 기반·업무·네트워크 등 추진 여건이 매우 미흡한 것으로 나타났습니다.

이에 따라, 보고서에서는 기초지방자치단체의 소비자행정 추진을 위한 기본 방향으로 광역지방자치단체 소비자행정과의 관계를 고려한 단계별 추진, 병행추진, 절충적 접근의 3가지 접근법을 제시하였습니다. 그리고 기초지방자치단체의 소비자행정 추진을 위한 세부 방안으로서 i) 소비자행정에 대한 교육·홍보의 강화, ii) 시·군·구별 특성을 고려한 소비자행정의 점진적 기반 확충, iii) 선택과 집중을 통한 소비자행정 업무의 전문성 제고, iv) 협력적 거버넌스의 강화를 제시하였습니다. 또한, 지역소비자 권익증진을 위한 공정거래위원회, 한국소비자원, 광역자치단체, 지역소비자단체 등 관련기관의 역할을 단·중·장기의 관점에서 제시하였습니다.

정부가 추진하는 ‘지역균형 발전’과 ‘지방분권 강화’를 구현하기 위해서는 지역경제의 발전뿐만 아니라 지역에 거주하는 소비자들의 권익향상이 뒷받침되어야 합니다. 지역소비자들이야말로 지역경제의 구성원이자 지역의 주인이기 때문입니다. 아무쪼록 이 보고서가 기초지방

자치단체 소비자행정의 여건과 현실을 이해하고자 하는 정책당국과 연구자들에게 실질적인 도움을 주고, 지역소비자 권익증진에 보다 많은 관심과 노력을 기울이는 발판이 되기를 기대합니다.

2015. 9.

한국소비자원

원장 

국문요약

최근, 국내외적으로 주민밀착형의 근거리행정 혹은 현장행정의 중요성이 점차 높아져가고 있다. 그러나 국내에서는 소비자행정서비스의 접점이 되는 기초자치단체의 소비자행정에 대한 관심과 인식이 매우 미흡한 상태이다. 이러한 문제의식을 바탕으로, 본 연구는 국내 처음으로 기초자치단체의 소비자행정 현황과 인식에 대한 조사를 통해 기초자치단체 소비자행정의 현 주소를 짚어보고 향후 추진방향을 제시한다.

본 연구는 기초자치단체의 소비자행정 현황과 인식을 파악하기 위해 설문조사를 실시하였다. 현황 조사는 226개 기초자치단체의 소비자업무 담당자를 대상으로 실시하여 120곳이 응답하였고(회수율 53.1%), 인식 조사는 기초자치단체 외에도 광역자치단체 소비자업무 담당자와 한국소비자원 지원 근무자를 포함한 총 307명을 대상으로 실시하였다. 그리고 소비자행정 추진의 애로사항과 문제점 등에 대한 현장의 생생한 의견을 듣기 위해, 기초자치단체 3곳을 대상으로 심층인터뷰를 실시하였다.

기초자치단체의 소비자행정 현황 및 인식 조사 결과, 소비자행정에 대한 인식과 기반·업무·네트워크 등 추진 여건이 매우 미흡한 것으로 나타났다. 첫째, 기초자치단체 소비자행정을 추진하기 위한 제도가 미비하고, 시설·인력·재정 등의 기반도 열악한 것으로 나타났다. 둘째, 소비자행정 업무 중에서 특수거래 업무의 비중이 매우 높은 반면 소비자상담, 소비자정보제공, 소비자교육 등의 비중은 낮아 규제행정 중심의 소극적 소비자행정이 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 셋째,

소비자행정 업무와 관련하여 기관 내·외부와의 협력 및 교류가 잘 이루어지지 않아 자원 및 전문성의 공유가 원활하지 않은 것으로 나타났다. 넷째, 지역소비자행정에 대한 필요성은 높게 인식하지만, 이해나 인지도는 매우 낮은 것으로 나타났다.

이러한 결과를 토대로, 본 연구는 기초자치단체의 소비자행정 추진을 위한 기본 방향으로 광역자치단체 소비자행정과의 관계를 고려한 단계별 추진, 병행추진, 절충적 접근의 3가지 접근법을 제시하고, 세부 방안으로는 지역소비자행정 구성요소별 추진 방안과 주체별·추진시기별 역할 방안을 제시하였다.

구체적으로, 지역소비자행정 구성요소별 추진 방안에서는 소비자행정의 인식·기반·업무·네트워크의 4가지 측면에서, i)소비자행정에 대한 교육·홍보의 강화, ii)시·군·구별 특성을 고려한 소비자행정의 점진적 기반 확충, iii)선택과 집중을 통한 소비자행정 업무의 전문성 제고, iv)협력적 거버넌스의 강화를 제시하였다. 그리고 주체별·추진시기별 역할 방안에서는 지역소비자 권익증진을 위한 공정거래위원회, 한국소비자원, 광역자치단체, 지역소비자단체 등 관련기관의 역할을 단·중·장기의 관점에서 제시하였다.

본 연구는 국내에서 처음으로 기초자치단체의 소비자행정 현황과 인식을 실증적으로 분석·제시함으로써 관련 정책을 위한 기초자료를 제공하고, 향후 보다 다양한 연구가 이루어질 수 있는 토대를 마련하였다는 점에서 의의가 있다. 다만, 설문 타당성과 회수율 제고를 위한 다각적 노력에도 불구하고, 설문 회수율이 50%를 조금 상회하는 수준에 머물러 전체 기초자치단체의 현황을 파악하지는 못했다는 점이 연구의 아쉬움으로 남는다. 향후, 지역밀착형 소비자행정에 대한 보다 많은 정책적·학문적 관심과 노력이 기울여지기를 기대한다.

차 례

머 리 말	1
국문요약	5
제1장 서론	23
제1절 연구의 배경 및 목적	25
제2절 연구의 흐름 및 방법	28
1. 연구의 흐름	28
2. 연구의 방법	29
제2장 기초자치단체 소비자행정의 의의 및 필요성 ...	31
제1절 기초자치단체 소비자행정의 개념과 범위	33
1. 지방자치단체의 계층 및 특징	33
2. 기초자치단체 소비자행정의 개념	35
3. 기초자치단체 소비자행정의 범위	36
제2절 기초자치단체 소비자행정의 필요성	42
1. 지역소비자행정의 추진경과 및 한계	42
2. 지역소비자행정 관련 선행연구	43
3. 기초자치단체 소비자행정의 필요성	44

제3장 2015년 기초자치단체 소비자행정 현황 및	
인식 조사 개요	47
제1절 조사 설계	49
1. 설문조사의 대상 및 방법	49
2. 설문의 구성	52
제2절 설문 응답 및 회수 현황	55
1. 표본 및 응답 현황	55
2. 응답자 특성	57
제3절 분석 방법	59
제4장 2015년 기초자치단체의 소비자행정 현황 분석 ..	61
제1절 기초자치단체의 소비자행정 기반 현황	63
1. 자치법규의 운영	63
2. 소비자행정 담당 조직	66
3. 소비자행정 담당 인력	72
4. 소비자행정 예산	84
제2절 기초자치단체의 소비자행정 업무 현황	89
1. 개요	89
2. 특수거래 업무	93
3. 소비자정보제공	100
4. 소비자교육	105
5. 소비자상담	112
6. 소비자안전	119

7. 조사·연구, 시험·검사	122
제3절 기초자치단체의 소비자행정 네트워크 현황 ..	124
1. 관할 광역자치단체의 지원·협조 현황	124
2. 그 밖의 소비자행정 유관기관과의 협력·교류 현황	127
3. 기관 내부의 협력 및 교류 현황	135
제4절 기초자치단체 소비자행정 현황에 대한 심층인터뷰	138
1. 심층인터뷰의 대상 및 방법	138
2. 심층인터뷰 결과	139
제5절 기초자치단체 소비자행정 현황 요약	149
1. 기초자치단체의 소비자행정 기반	149
2. 기초자치단체의 소비자행정 업무	150
3. 기초자치단체의 소비자행정 네트워크	153
제5장 2015년 기초자치단체의 소비자행정 인식 분석	157
제1절 기초자치단체 소비자행정의 인지도 및 필요성 인식	159
1. 지역소비자행정의 인지도	159
2. 기초자치단체 소비자행정의 필요성	162
제2절 기초자치단체 소비자행정의 현황 인식	165
1. 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도 ..	165
2. 잘 수행되는 분야와 미흡한 분야	168

제3절 기초자치단체 소비자행정의 발전 인식	171
1. 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 필요한 요소	171
2. 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 협력이 필요한 기관	177
3. 향후 역점을 두어야 하는 소비자행정의 분야	181
4. 소비자행정 추진 조직의 형태	185
제4절 기초자치단체 소비자행정 인식 요약	188
제6장 기초자치단체 소비자행정의 추진방향	191
제1절 기본 방향	193
제2절 세부 방안	196
1. 지역소비자행정 구성요소별 추진 방안	196
2. 주체별·추진시기별 역할 방안	208
제7장 결론	213
제1절 연구의 요약	215
제2절 연구의 의의 및 한계	221
<참고 문헌>	223
Executive Summary	227

부	록	231
1.	소비자행정에서 지방자치단체의 법제상 역할	233
2.	기초자치단체 소비자행정 기초자료	245
3.	2015년 기초자치단체 소비자행정 현황 및 인식 설문조사지	257
4.	2014년 일본 지방소비자행정 현황 조사 결과(요약 정리)	283

표 목차

<표 2-1> 기초자치단체의 인구규모	35
<표 2-2> 소비자행정 사무배분의 주요 원칙	37
<표 2-3> 지방자치법에 의한 지방자치단체의 소비자보호사무	38
<표 2-4> 법규상 기초자치단체 소비자행정의 사무 범위 · 41	
<표 2-5> 기초자치단체 소비자행정 관련 선행연구	44
<표 3-1> 조사 대상 및 방법	50
<표 3-2> 설문조사 일정	51
<표 3-3> 기초자치단체용 설문의 구성	53
<표 3-4> 이해관계자용 설문의 구성	54
<표 3-5> 기초자치단체의 표본 및 응답 현황	55
<표 3-6> 기초자치단체의 응답자 특성	58
<표 4-1> 소비자보호조례(규칙) 보유 현황(시·군·구별) · 64	
<표 4-2> 소비자보호조례(규칙) 보유 현황(관할 시·도별) · 65	
<표 4-3> 인구규모별 소비자보호조례 보유율	65
<표 4-4> 소비자상담실 설치율(시·군·구별)	68
<표 4-5> 소비자상담실의 설치율(관할 시·도별)	68
<표 4-6> 인구규모별 소비자상담실 설치율	69
<표 4-7> 일본과 한국의 인구규모별 기초자치단체 소비자상담실의 설치율 비교	71
<표 4-8> 소비자행정 담당 공무원의 배치 현황 (시·군·구별)	73

<표 4-9> 인구규모별 소비자행정 담당 공무원의 수	74
<표 4-10> 소비자행정 전임 공무원의 배치 현황 (시·군·구별)	76
<표 4-11> 소비자행정 업무의 비중(시·군·구별)	77
<표 4-12> 소비자상담원 배치 현황(시·군·구별)	79
<표 4-13> 인구규모별 소비자상담원의 수	80
<표 4-14> 상근 상담원의 현황(시·군·구별)	81
<표 4-15> 자체 임용 상담원의 현황(시·군·구별)	82
<표 4-16> 일본과 한국의 기초자치단체 인구규모별 소비자상담원 수의 비교	83
<표 4-17> 상근 상담원들의 월 평균 보수 현황	84
<표 4-18> 2015년 기초자치단체 소비자행정 예산 현황	85
<표 4-19> 2015년 기초자치단체 소비자행정 예산 분포	86
<표 4-20> 2015년 시·군·구별 소비자행정 예산의 비교	87
<표 4-21> 인구규모별 소비자행정 예산의 규모	88
<표 4-22> 소비자행정 영역별 수행 현황(시·군·구별)	90
<표 4-23> 소비자행정 영역별 업무 비중(시·군·구별)	92
<표 4-24> 시·군·구 간 소비자행정 업무의 비중 차이	93
<표 4-25> 특수거래 신고 업체 현황	94
<표 4-26> 시·군·구 간 신고업체 수 평균값의 차이	95
<표 4-27> 특수거래 관련 집행 현황	96
<표 4-28> 특수거래 관련 법 집행률	96
<표 4-29> 특수거래 업무 수행 관련 애로사항(시·군·구별) ·	98
<표 4-30> 특수거래 업무 수행 관련 장애요인(시·군·구별) ·	99

<표 4-31> 자체 소비자정보 제공 현황(시·군·구별) ... 101

<표 4-32> 인구규모별 자체 소비자정보 제공율 101

<표 4-33> 자체 소비자정보 제공 건수 102

<표 4-34> 소비자정보제공 관련 장애요인(시·군·구별) · 105

<표 4-35> 자체 소비자교육 실시 현황(시·군·구별) ... 106

<표 4-36> 인구규모별 자체 소비자교육 실시율 107

<표 4-37> 자체 소비자교육 예산 편성율 107

<표 4-38> 자체 소비자교육 실시 횟수 108

<표 4-39> 소비자교육 실시 관련 장애요인 111

<표 4-40> 소비자상담 실시 현황(시·군·구별) 113

<표 4-41> 인구규모별 소비자상담 실시율 113

<표 4-42> 2014년도 소비자상담 실시 건수 114

<표 4-43> 2014년도 평균 소비자상담 건수의
시·군·구간 차이 115

<표 4-44> 소비자상담의 방식(시·군·구별, N=78) 116

<표 4-45> 소비자상담 업무의 장애요인(시·군·구별) ... 119

<표 4-46> 소비자안전 업무의 장애요인(시·군·구별) · 121

<표 4-47> 2014년도 관할 광역자치단체의
지원·협조 현황(인구규모별) 126

<표 4-48> 2014년도 타 기관과의 협력·교류
여부(시·군·구별) 128

<표 4-49> 2014년도 인구규모별 타 기관과의
협력·교류 현황 129

<표 4-50> 2014년도 기관별 협력 및 교류 업무의 현황 · 134

<표 4-51> 2014년도 타부서와의 협의·교류 여부(시·군·구별)	136
<표 4-52> 2014년도 타부서와의 협의·교류 업무(시·군·구별, N=33)	137
<표 4-53> 심층인터뷰의 대상 및 일자	139
<표 4-54> 기초자치단체 소비자행정 현황 요약	154
<표 5-1> 지역소비자행정의 인지도(시·군·구별)	160
<표 5-2> 지역소비자행정의 인지도(이해관계자별)	161
<표 5-3> 기초자치단체 소비자행정의 필요성(시·군·구별) ..	163
<표 5-4> 기초자치단체 소비자행정의 필요성(이해관계자별) ·	164
<표 5-5> 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도(시·군·구별)	166
<표 5-6> 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도(이해관계자별)	167
<표 5-7> 가장 잘 수행되는 분야 vs. 가장 미흡한 분야(시·군·구별)	169
<표 5-8> 가장 잘 수행되는 분야 vs. 가장 미흡한 분야(이해관계자별)	170
<표 5-9> 기초자치단체 소비자행정 활성화 요소의 필요성 정도(시·군·구별)	173
<표 5-10> 기초자치단체 소비자행정 활성화 요소의 필요성 정도(이해관계자별)	176
<표 5-11> 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 협력이 필요한 기관(시·군·구별)	179

<표 5-12> 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 협력이 필요한 기관(이해관계자별)	181
<표 5-13> 향후 역점을 두어야 하는 소비자행정의 분야(시·군·구별)	183
<표 5-14> 향후 역점을 두어야 하는 소비자행정의 분야(이해관계자별)	185
<표 5-15> 소비자행정 추진을 위해 적합한 조직 형태(시·군·구별)	186
<표 5-16> 소비자행정 추진을 위해 적합한 조직 형태(이해관계자별)	187
<표 5-17> 기초자치단체 소비자행정 인식 요약	189
<표 6-1> 기초자치단체 소비자행정 추진 접근법	194
<표 6-2> 기초자치단체의 소비자기구 설치 방안	200
<표 6-3> 기초자치단체의 소비자행정 업무 수행 범위 ·	204
<표 6-4> 기초자치단체 소비자행정 추진을 위한 주체별·추진시기별 역할 방안	212

그림 목차

[그림 1-1] 연구의 흐름과 방법	30
[그림 2-1] 기초자치단체 소비자행정의 개념	36
[그림 4-1] 소비자보호조례(규칙) 보유율(N=226)	63
[그림 4-2] 소비자보호조례(규칙) 보유 현황 (시·군·구별, N=226)	64
[그림 4-3] 소비자행정 업무 수행 조직(N=120)	66
[그림 4-4] 소비자행정 수행 별도 기구/조직 설치 여부(N=119)	67
[그림 4-5] 일본과 한국의 기초자치단체 소비자상담실의 설치율	70
[그림 4-6] 소비자행정 담당 공무원의 수(N=119)	72
[그림 4-7] 소비자행정 전임 공무원의 수(N=113)	75
[그림 4-8] 소비자행정 업무의 비중(N=107)	77
[그림 4-9] 소비자상담원의 배치 여부(N=119)	78
[그림 4-10] 소비자상담원의 수(N=119)	79
[그림 4-11] 자체 임용 상담원의 수(N=18)	81
[그림 4-12] 2015년 시·군·구별 소비자행정 예산의 차이	87
[그림 4-13] 소비자행정 영역별 수행 비율(N=117)	89
[그림 4-14] 소비자행정 영역별 업무 비중(N=117)	91
[그림 4-15] 주요 업무의 비중 비교(시·군·구별)	92

[그림 4-16] 평균 특수거래 신고 업체 수의 비교 (시·군·구별)	94
[그림 4-17] 특수거래 업무 수행 관련 애로사항(N=118) ..	97
[그림 4-18] 특수거래 업무 수행 관련 장애요인(N=117) ..	99
[그림 4-19] 자체 소비자정보 제공 여부(N=118)	100
[그림 4-20] 소비자정보제공 이용 매체(N=21)	103
[그림 4-21] 제공된 소비자정보의 내용(N=22)	103
[그림 4-22] 소비자정보제공 관련 장애요인(N=113)	104
[그림 4-23] 자체 소비자교육 실시 여부(N=118)	106
[그림 4-24] 자체 소비자교육의 대상(N=18)	108
[그림 4-25] 자체 소비자교육의 내용(N=18)	109
[그림 4-26] 소비자교육의 방식(N=16)	110
[그림 4-27] 소비자교육 실시 관련 장애요인(N=114)	111
[그림 4-28] 소비자상담 실시 여부(N=118)	112
[그림 4-29] 인구 50만 이상 기초자치단체의 소비자상담 여건과 현황(N=11)	114
[그림 4-30] 소비자상담의 방식(N=78)	115
[그림 4-31] 전화상담의 운영 방식(N=76)	117
[그림 4-32] 전화상담의 운영 방식(시·군·구별, N=76) ..	117
[그림 4-33] 소비자상담 업무의 장애요인(N=114)	118
[그림 4-34] 소비자안전 업무 수행부서(N=119)	119
[그림 4-35] 소비자안전 업무를 수행하기에 적합하다고 생각하는 부서(N=118)	120
[그림 4-36] 소비자안전 업무의 장애요인(N=118)	121

[그림 4-37] 소비자권익증진 관련 조사·연구의 수행여부 (N=118)	122
[그림 4-38] 소비자권익증진 관련 시험·검사의 수행여부 (N=113)	123
[그림 4-39] 2014년도 관할 광역자치단체의 지원·협조 여부(N=118)	124
[그림 4-40] 2014년도 관할 광역자치단체의 지원·협조 현황 (시·군·구별, N=118)	125
[그림 4-41] 관할 광역자치단체의 지원·협조 현황 (인구 20만 이상 vs. 20만 미만, N=118)	126
[그림 4-42] 2014년도 관할 광역자치단체의 지원·협조 내용(N=58)	127
[그림 4-43] 2014년도 타 기관과의 협력·교류 여부(N=118) · 128	
[그림 4-44] 타 기관과의 협력·교류 현황 (인구 20만 이상 vs. 20만 미만, N=118)	130
[그림 4-45] 2014년도 협력 및 교류의 대상(N=28)	131
[그림 4-46] 협력 및 교류 기관의 비중 (공공부문 vs. 민간부문, N=28)	132
[그림 4-47] 2014년도 협력 및 교류 업무(N=28)	133
[그림 4-48] 2014년도 타부서와의 협의·교류 여부(N=117) · 135	
[그림 4-49] 2014년도 타부서와의 협의·교류 업무(N=33) · 136	
[그림 4-50] 수원시청 종합민원실 입구	140
[그림 4-51] 소비자상담창구가 위치한 내부	140
[그림 4-52] 단양군 소비자상담실 외부	143

[그림 4-53] 단양군 소비자상담 창구	143
[그림 4-54] 소비자피해방지 홍보물 표지	144
[그림 4-55] 소비자피해방지 홍보물 내용	144
[그림 4-56] 강남구 소비자보호팀 안내판	145
[그림 5-1] 지역소비자행정의 인지도(N=118)	159
[그림 5-2] 지역소비자행정의 인지도(종합)	161
[그림 5-3] 기초자치단체 소비자행정의 필요성(N=118) ..	162
[그림 5-4] 기초자치단체 소비자행정의 필요성(종합) ..	164
[그림 5-5] 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도(N=118)	165
[그림 5-6] 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도(종합)	167
[그림 5-7] 가장 잘 수행되는 분야(N=115)	168
[그림 5-8] 가장 미흡한 분야(N=113)	169
[그림 5-9] 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 필요한 요소	171
[그림 5-10] 소비자행정 활성화 요소들의 필요성 정도의 평균(이해관계자별)	174
[그림 5-11] 소비자행정 활성화 요소들의 우선순위 (이해관계자별)	175
[그림 5-12] 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 협력이 필요한 기관(N=117)	178
[그림 5-13] 협력이 필요한 기관(공공부문 vs. 민간부문, N=117)	180

[그림 5-14] 향후 역점을 두어야 하는 소비자행정의 분야 (N=117)	182
[그림 5-15] 주요 소비자행정 분야에 대한 시·군·구별 인식 차이	184
[그림 5-16] 소비자행정 추진을 위해 적합한 조직 형태 (N=115)	186
[그림 6-1] 기초자치단체 소비자행정 거버넌스	208

제1장 서론

제1절 연구의 배경 및 목적

제2절 연구의 흐름 및 방법

제1절 연구의 배경 및 목적

우리나라에서 1995년 지방자치제도가 본격 시행된 후 올해로 20주년을 맞았다¹⁾. 또한, 같은 해 소비자보호법 개정으로 지역소비자행정이 지방자치단체의 주요 사무의 하나가 된 이래, 여러 주체들이 지역소비자행정 활성화를 위한 다각적 노력을 기울여왔으나, 지역소비자행정의 조직, 인력, 예산 등 기반과 업무 추진이 여전히 미흡하다는 지적이 계속되고 있다(강성진, 2012; 지광석·곽윤영, 2014).

우리나라는 그동안 중앙정부 중심의 국가소비자행정 위주의 운영을 하여 왔고, 지역소비자행정은 광역지방자치단체의 소비생활센터 위주로 추진되고 있어 기초지방자치단체 수준까지는 소비자행정서비스가 제대로 미치지 못하고 있는 실정이다. 하지만, 지역소비자행정 서비스의 주요 고객인 지역소비자의 권익증진을 위해서는 지역소비자가 보다 쉽고 편리하게 접근하여 소비자행정서비스를 제공받을 수 있는 여건이 조성될 필요가 있다.

지방자치법, 소비자기본법, 특수거래 관련법, 소비자안전 관련법 등에서는 기초지방자치단체를 포함한 지방자치단체의 책무나 사무에 대해 규정하고 있으나, 규정상 역할 구분이 모호하거나 일부 법률간 규정이 불일치하는 등의 문제가 있다. 다시 말해서, 기초자치단체²⁾에 부여된 책무나 권한의 대부분이 중앙정부 혹은 광역자치단체

1) 우리나라의 지방자치는 제1공화국 시대인 1952년부터 제2공화국이 끝나는 1961년 5월 16일까지 실시되었다가 근 30년 동안이나 중단된 후 1990년 말 지방자치관계 법률의 제정 및 개정으로 다시 부활되었다. 그리하여 1991년에는 기초자치단체와 광역자치단체의 의회가 구성되었고, 1995년 6월에는 광역 및 기초 자치 단체장 선거가 실시되어 본격적인 지방자치 시대가 개막되었다.

2) 이하, 기초지방자치단체는 ‘기초자치단체’로, 광역지방자치단체는 ‘광역자치단체’로 축약하여 사용하는 것을 원칙으로 하되, 필요에 따라 ‘기초지자체’와 ‘광역지자체’(주

와의 공통책무 또는 공동사무로 규정되어 있거나, 지방자치법과는 달리 소비자기본법상 소비자보호조직의 설치에 대한 책무가 광역자치단체에 한해서만 부여되어 있다.

국내외적으로 행정서비스에서 주민밀착형의 근거리행정 혹은 현장행정의 중요성이 점차 높아져감에도 불구하고, 국내에서는 소비자행정서비스의 접점이 되는 기초자치단체의 소비자행정에 대한 관심과 인식이 매우 미흡한 실정이다. 이에 따라 지역소비자행정에 대한 연구는 광역자치단체의 소비자행정 여건과 현황을 파악한 조사나 연구가 대부분이었고, 기초자치단체의 소비자행정에 대한 연구는 소수의 자치단체만을 대상으로 한 사례분석이 있었을 뿐이다. 결국, 현재까지 기초자치단체의 소비자행정 현황 전반에 대한 조사나 연구가 전무한 상태에서 기초자치단체의 소비자행정은 매우 열악할 것이라는 추측만 있을 뿐, 그에 대한 실증적인 분석 결과는 제시하지 못하고 있는 형편이다. 따라서 본 연구는 국내 처음으로 기초자치단체의 소비자행정 현황 전반과 인식을 조사하고 실증적으로 분석결과를 제시한 연구라는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다.

또한, 정부의 소비자정책 방향과 전략을 나타내는 제3차 소비자정책기본계획('15~'17)에서는 중점 과제 중 하나로 '지역소비자행정 활성화 및 거버넌스 구축'을 선정하고, '기초자치단체의 소비자행정 현황 조사·분석'(3.3.1)을 세부 과제로 명시하고 있으며, 이어 2015년 소비자정책 종합시행계획에도 동 내용이 반영되었다(공정거래위원회, 2015; 공정거래위원회 외, 2015).

이러한 상황과 문제의식을 바탕으로, 본 연구는 기초자치단체의 소비자행정 현황과 인식에 대한 조사를 통해 기초자치단체 소비자행

로 도표 안에 사용할 경우)를 혼용키로 한다.

정의 현 주소를 짚어보고, 향후 추진방향을 제시해보고자 한다. 아울러 지역소비자행정 활성화를 위한 정책수립과 연구의 기초자료를 제공함으로써, 향후 지역밀착형 소비자행정과 지역소비자 권익증진의 제고에 보다 많은 관심과 노력이 이루어지는 발판을 마련하고자 한다.

이를 위해 첫째, 기초자치단체 소비자행정의 의의 및 필요성을 고찰하고 둘째, 2015년 기초자치단체 소비자행정의 현황과 인식 조사 및 분석을 통해 기초자치단체 소비자행정의 현 위치를 파악하며 셋째, 조사 및 분석 결과를 토대로 기초자치단체 소비자행정의 추진방향을 제시하고자 한다.

제2절 연구의 흐름 및 방법

1. 연구의 흐름

본 연구는 제1장 서론, 제2장 기초자치단체 소비자행정의 의의 및 필요성, 제3장 2015년 기초자치단체 소비자행정의 설문조사 개요, 제4장 2015년 기초자치단체 소비자행정 현황 분석, 제5장 2015년 기초자치단체 소비자행정 인식 분석, 제6장 기초자치단체 소비자행정의 추진 방향, 제7장 결론의 총 7개의 장으로 구성된다.

먼저, 제1장에서는 본 연구의 문제의식과 수행배경을 설명한다. 제2장에서는 문헌 고찰 및 법률 검토를 통해 기초자치단체 소비자행정의 개념을 정의하고, 지역소비자행정에서 기초자치단체 소비자행정이 차지하는 위치와 범위를 제시하는 한편, 기초자치단체 소비자행정의 필요성을 고찰한다.

제3장에서는 2015년 기초자치단체 소비자행정 현황 및 인식 조사의 대상과 방법, 설문문의 구성 등에 관한 조사설계를 제시하고, 설문 응답 및 회수 현황과 설문조사의 분석방법을 소개한다.

제4장에서는 2015년 기초자치단체 소비자행정 현황 분석 결과를 제시한다. 여기서는 기초자치단체 소비자행정의 현황을 크게 소비자행정 기반, 소비자행정 업무, 소비자행정 네트워크로 구분하여 조사 결과의 전체 현황, 시·군·구별 비교 현황을 제시하고 주요 항목에 대해서는 일본과 한국의 자료를 비교·분석한다. 또한, 주요 기초자치단체를 대상으로 한 심층인터뷰의 대상 및 방법과 주요 결과를 요약하여 제시한다.

제5장에서는 2015년 기초자치단체 소비자행정 인식 분석 결과를

제시한다. 여기에서는 기초자치단체 소비자행정의 인지도 및 필요성, 기초자치단체 소비자행정의 현황 인식, 기초자치단체 소비자행정의 발전 인식의 주요 항목에 대해 기초자치단체의 자체 인식 수준과 시·군·자치구³⁾별 인식 차이, 그리고 이해관계자 간 인식의 차이를 분석·제시한다.

제6장에서는 2015년 기초자치단체 소비자행정 현황 및 인식 조사 결과를 토대로, 기초자치단체 소비자행정의 추진 방향을 제시한다. 먼저, 기초자치단체 소비자행정 추진을 위한 기본 방향에서는 단계별 추진, 병행 추진, 절충안의 3가지 접근법을 제시하고, 기초자치단체 소비자행정 추진을 위한 세부 방안에서는 지역소비자행정 구성요소별 추진 방안과 주체별·추진시기별 역할 방안을 제시한다.

끝으로, 제7장에서는 본 연구의 결론으로서 연구의 요약과 함께 이 연구가 지니는 가치와 의의 및 한계를 제시한다.

2. 연구의 방법

본 연구는 기초자치단체 소비자행정의 현황과 인식을 파악하고 향후 추진방향을 제시하기 위해 주로 관련 문헌·자료의 고찰, 설문조사와 심층인터뷰의 실시 및 분석을 한다. 먼저, 기초자치단체 소비자행정의 의의 및 필요성을 고찰하기 위해 관련 문헌과 2014년도 일본 소비자행정 현황 조사 결과를 검토하고 지방자치법, 소비자기본법 등 관련법을 고찰한다.

그리고 기초자치단체의 소비자행정 현황을 파악하기 위해 기초자

3) 구에는 ‘자치구’에 외에 단순한 행정 구역상의 ‘행정구’도 있으나 본 연구에서 ‘구’는 특별한 경우를 제외하고는 ‘자치구’의 의미로 사용하며, 시·군·자치구의 표기는 ‘시·군·구’로 통일하여 사용한다(단, 도표 안에서는 ‘시·군·구’를 혼용함).

치단체의 소비자행정 업무 담당 공무원을 대상으로 소비자행정 기반, 업무, 네트워크 현황에 대한 설문조사를 실시하고, 주요 기초자치단체를 대상으로 심층인터뷰를 실시한다. 또, 기초자치단체 소비자행정에 대한 인식에 있어서는 기초자치단체 외에도 이해관계자인 광역자치단체와 한국소비자원 지원의 담당자들을 포함하여 인식 조사를 실시한다.

본 연구의 흐름과 방법을 요약하여 정리하면 [그림 1-1]과 같다.

[그림 1-1] 연구의 흐름과 방법

흐름	연구 내용	연구 방법
① 문헌 고찰	<ul style="list-style-type: none"> 기초자치단체 소비자행정의 의의 및 필요성 고찰 - 선행연구 및 관련 법률 검토 - 2014년 일본 소비자행정 현황조사 자료 검토 	<ul style="list-style-type: none"> 문헌고찰 법률 내용 분석
② 현황 및 인식 조사	<ul style="list-style-type: none"> 기초자치단체의 소비자행정 현황 조사 (기반, 업무, 네트워크) 기초자치단체의 소비자행정 인식 조사 (자체, 이해관계자) 	<ul style="list-style-type: none"> 설문조사 심층인터뷰
③ 추진 방향 제시	<ul style="list-style-type: none"> 기초자치단체 소비자행정의 추진방향 제시 - 기본 방향(3가지 접근법) - 세부 방안 	<ul style="list-style-type: none"> 전문가 자문 세미나 의견수렴

제2장 기초자치단체 소비자행정의 의의 및 필요성

제1절 기초자치단체 소비자행정의
개념과 범위

제2절 기초자치단체 소비자행정의
필요성

제1절 기초자치단체 소비자행정의 개념과 범위

1. 지방자치단체의 계층 및 특징

지방자치단체는 일정한 지역적 범위를 구역으로 하여, 그 안의 모든 주민들에 의해 선출된 기관이 국가로부터 상대적으로 독립하여 자주적으로 지방 사무를 처리할 권능을 가지는 법인격이 있는 단체를 말한다(임승빈, 2002). 현재 우리나라의 지방자치단체는 특별시/광역시/도의 광역자치단체와 시/군/자치구의 기초자치단체의 2계층(two-tire system)으로 되어 있다⁴⁾. 여기서 특별시/광역시/도(이하 ‘시·도’라고 함)는 정부의 직할 아래 두고, 시는 도의 관할구역 안에, 군은 도 또는 광역시의 관할구역 안에 두며, 자치구는 특별시와 광역시의 관할구역 안에 둔다⁵⁾.

기초자치단체는 지역주민의 일상적 생활과 직결되어 있는 공동체적 단위로서, 그 규모는 공동사회의 지역적 범위를 의미하며 지방자치에 있어서는 가장 기본적인 단위가 된다(임승빈, 2002). 2015년 현재 우리나라는 중앙정부 아래 17개의 광역자치단체를 두고 있고, 이들 광역자치단체 아래 226개의 기초자치단체(75시, 82군, 69자치구)를 두고 있다. 그리고 기초자치단체인 시·군·구들도 인구, 면적, 재정 규모 등의 여건과 도시·농촌의 특성에 따라 공공서비스 수요에서 차이가 있을 수밖에 없다.

먼저, 기초자치단체인 시는 75개로 광역자치단체인 도 아래에 있고 평균 면적(529.39km²)이 넓으며, 인구규모가 3만 이상에서 100만 이

4) 지방자치법 제2조 제1항 참조

5) 동법 제3조 제2항 참조

상에 이르기까지 매우 다양하다. 예컨대, 경기도 수원시와 경상남도 창원시는 100만 명이 넘는 반면,⁶⁾ 충청남도 계룡시는 4만이 조금 넘는 수준이다. 그리고 인구 50만 이상의 시에는 특례조항으로서 자치구가 아닌 일반(행정)구를 둘 수 있다⁷⁾.

군은 82개인데 대부분 도에 소속되어 있고(93.9%),⁸⁾ 평균 면적(669.36km²)이 시·군·구중 가장 넓으며 군의 64.6%가 인구 5만 미만에 해당될 정도로 인구의 밀집도가 낮다. 예를 들어, 군 가운데 인구가 가장 많은 울산광역시 울주군도 인구가 20만에 미치지 못한다.

특별시와 광역시의 아래 설치되어 있는 자치구는 69개이며 도시성이 높은 지역을 근거로 하는 만큼 인구와 산업의 밀집도가 매우 높고, 대다수 주민이 2·3차 산업에 종사하며, 사회·문화적으로 도시풍(urbanism)이 지배한다(임승빈, 2002; 김병준, 2009). 평균 면적(49.58km²)은 매우 좁지만 인구 30만이 넘는 곳이 55.1%에 이를 정도로 인구가 과밀한 특징이 있다⁹⁾.

한편, 2014년 12월 대통령 소속 지방자치발전위원회가 발표한 「지방자치발전 종합계획」에는 핵심과제(총 8개)의 하나로 대도시 특례제도 개선 내용이 포함되어 있다. 이에 따르면, 인구 50만 이상은 ‘특례시’, 100만 이상은 ‘특정시’로 새로운 명칭을 부여하고, 사무·행정운영·재정운영 특례를 부여하는데 이를 위해서는 지방자치법 개정

6) 이는 광역자치단체인 제주특별자치도(약 60만 명)나 세종특별자치시(약 15만 명)보다 많은 수이며, 울산광역시(약 110만 명)와 맞먹는 수준이다.

7) 2015년 현재 일반구는 성남 분당구, 부천 원미구, 고양 덕양구 등을 포함하여 35개 이다(행정자치부, 2015). 특히 인구 50만 이상 시의 61.5%가 경기도(수원시, 성남시, 고양시, 용인시, 부천시, 안산시, 안양시, 남양주시)에 집중되어 있다.

8) 군의 일부(5곳)는 광역시에 소속되어 있다.

9) 특히 인구 50만이 넘는 자치구의 62.5%가 서울특별시(송파구, 노원구, 강서구, 강남구, 관악구)에 집중되어 있다.

과 지방일괄이양법 제정이 추진되어야 한다(국회입법조사처, 2015; 지방자치발전위원회, 2014).

〈표 2-1〉 기초자치단체의 인구규모

구분*	시	군	자치구	합계
100만 이상	2			2
70만 이상 100만 미만	5			5
50만 이상 70만 미만	6		8	14
40만 이상 50만 미만	5		12	17
30만 이상 40만 미만	5		18	23
20만 이상 30만 미만	16		16	32
10만 이상 20만 미만	21	3	9	33
5만 이상 10만 미만	14	26	5	45
3만 이상 5만 미만	1	32	1	34
3만 미만		21		21
합계	75	82	69	226

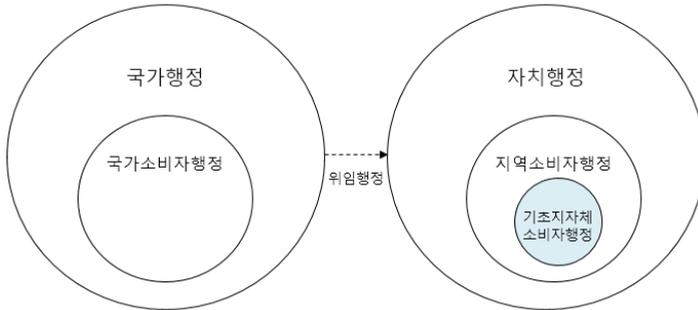
* 인구규모는 통계청(2010)의 2010년 인구주택 총조사 자료에 기초하여 분류함

2. 기초자치단체 소비자행정의 개념

지역소비자행정은 지방자치단체가 지역에 거주하는 소비자들이 일상생활에서 겪게 되는 소비자피해나 문제의 예방과 해결을 위하여 소비자정책을 실현하고자 노력하는 일련의 과정을 의미한다(유두련, 2010). 즉, 중앙정부가 수행하는 국가소비자행정에 대해 지방정부(지방자치단체)가 지역소비자의 권익증진을 위하여 수행하는 일련의 행정을 의미한다고 할 수 있다(지광석·하현상, 2015). 그리고 지역소비자행정은 지방자치단체의 계층과 수준에 따라 다시 광역자치단체 소비자행정과 기초자치단체 소비자행정으로 구분할 수 있다.

따라서 기초자치단체 소비자행정은 기초지방자치단체인 시·군·구가 해당 지역 소비자의 권익증진을 위하여 수행하는 일련의 행정이라고 할 수 있다. 위에서 언급한 바와 같이, 기초자치단체라 하더라도 시·군·구는 생활여건, 인구규모와 면적 등에서 차이가 크므로 소비자행정의 접근방식도 달라질 필요가 있다.

[그림 2-1] 기초자치단체 소비자행정의 개념



3. 기초자치단체 소비자행정의 범위

가. 소비자행정 사무배분의 원칙

기초자치단체의 소비자행정 사무와 기능의 범위는 국가와 지방자치단체 간, 그리고 광역자치단체와 기초자치단체 간에 이루어지는 일과 책임 및 권한을 어떻게 배분하느냐에 따라 달라질 수 있다. 일반적으로, 중앙정부와 지방자치단체 간의 사무배분 원칙으로는 보충성의 원칙(지방정부 우선의 원칙), 비경합의 원칙, 효율성의 원칙, 포괄성의 원칙 등이 제시되고 있으며(김병준, 2009; 김수신, 2002), 이러한

원칙은 우리나라의 「지방자치법」과 「지방분권 및 지방행정체제개편에 관한 특별법」(이하 ‘지방분권법’이라고 함)에서도 확인할 수 있다.

이러한 사무배분의 원칙에 따라 소비자행정 사무를 기초자치단체에 배분하는데 있어서는 첫째, 중앙정부와 각급 지방자치단체 간에 소비자행정 사무를 처리함에 있어서 서로 중복 또는 경합되지 않도록 사무의 소속과 처리의 책임을 명확히 해야 한다(비경합의 원칙). 둘째, 소비자행정 사무가 서로 경합하거나 지역주민생활과 밀접한 관련이 있는 경우에는 원칙적으로 기초자치단체에서 처리하도록 해야 한다(보충성의 원칙). 셋째, 규모, 행·재정적 능력, 자치능력 등을 고려하여 중앙정부와 지방자치단체 간에 소비자행정 사무를 효율적으로 배분하여야 한다(효율성의 원칙). 넷째, 소비자행정사무를 자기 책임 하에 종합적으로 처리할 수 있도록 관련 사무를 포괄적으로 배분하여야 한다(포괄성의 원칙).

소비자행정 사무의 배분에 관한 주요 원칙을 요약하여 정리하면 <표 2-2>과 같다.

<표 2-2> 소비자행정 사무배분의 주요 원칙

사무배분의 원칙	내용	법률 근거
비경합의 원칙	소비자행정 사무의 권한과 책임의 명확화	지방자치법 제10조 제3항, 지방분권법 제9조 제1항
보충성의 원칙	지역주민생활과 밀접한 관련이 있는 소비자행정 사무를 기초자치단체에 우선 배분	지방자치법 제10조 제3항, 지방분권법 제9조 제2항
효율성의 원칙	소비자행정 사무의 효율적 배분	지방자치법 제10조 제1항, 지방분권법 제9조 제2항
포괄성의 원칙	소비자행정 사무의 포괄적 배분	지방분권법 제9조 제3항

나. 법규상의 범위

기초자치단체 소비자행정은 해당 지역 소비자의 권익증진을 위한 일련의 행정(사무)을 의미하므로 이에는 소비자행정서비스를 제공하기 위한 인프라의 조성 및 제공과 소비자행정 관련 업무의 수행이 모두 포함된다. 기초자치단체의 소비자행정은 법적 근거를 토대로 이루어지는데, 기초자치단체의 소비자행정 사무를 제시하는 법률로는 지방자치법, 소비자기본법, 특수거래관련법, 소비자안전관련법 등이 있다.

첫째, 지방자치법에서는 ‘소비자보호 및 저축 장려’를 지방자치단체의 사무로 보아 광역자치단체와 기초자치단체 간 소비자보호사무의 배분을 예시하고 있다¹⁰⁾. 이에 따라, 기초자치단체에 속하는 소비자보호사무에는 소비자보호정책의 수립·시행, 소비자보호 전담기구의 운영·관리, 민간 소비자보호단체 육성 등의 기본적 사무와 물가단속, 가격표시제 실시업소 지정·관리, 소비자 계몽과 교육 등 영역별 사무가 있다.

〈표 2-3〉 지방자치법에 의한 지방자치단체의 소비자보호사무

구분		시·도 사무	시·군·구 사무
기본적 사무	소비자보호정책	수립	수립·시행
	소비자보호 전담기구	설치·운영	운영·관리
	지방소비자보호위원회	설치	-
	민간 소비자보호단체	육성	육성

10) 지방자치법 제9조 제2항 제3호의 카 참조

정책 영역별 사무	물가관리	시책 수립·추진	단속
			가격표시제 실시업소 지정·관리
	소비자교육	소비자 계몽과 교육	소비자 계몽과 교육
시험·검사	시설의 지정 또는 설치	-	

* 자료: 지방자치법 시행령 제8조 별표 1을 토대로 정리

둘째, 소비자기본법에서는 소비자권익증진을 위한 국가 및 지방자치단체의 공통책무를 규정하고 있는 바, 이를 토대로 기초자치단체에도 기본적 책무와 소비자정책 영역별 책무가 부여된다고 할 수 있다¹¹⁾. 이에 따라 기초자치단체에 속하는 기본적 책무로는 소비자보호조례의 제·개정 및 폐지, 소비자단체·소비자생활협동조합 등에 대한 지원·육성의 책무가 있고, 정책영역별 책무로는 계량·규격, 거래적정화, 소비자정보제공, 소비자능력향상, 개인정보보호, 소비자분쟁해결, 시험·검사, 소비자안전 등에 대한 책무가 있다.

다만, 소비자 불만 또는 피해의 신속·공정한 처리를 위한 전담기구의 설치, 지방소비자정책위원회의 설치, 시·도 시행계획의 수립 등은 소비자기본법상 광역자치단체에만 부여된 책무이다¹²⁾. 특히, 지방자치법에서는 소비자보호전담기구의 운영·관리를 기초자치단체의 사무로 제시하고 있지만, 소비자기본법에서는 소비자 불만 또는 피해의 신속·공정한 처리를 위한 전담기구의 설치에 대한 책무를 광역자치단체에만 부여하고 있다.

셋째, 공정거래위원회 소관의 특수거래 관련법(방문판매법, 전자상거래소비자보호법, 할부거래법 등)에서도 특수거래 관련 지방자치단

11) 소비자기본법상 지방자치단체의 역할에 대한 자세한 내용은 <부록 1> 1-1 참조

12) 소비자기본법 시행령 제7조, 제20조, 제22조 제2항 참조

체의 역할 및 권한에 대한 상세한 규정을 두고 있어, 기초자치단체에 부여된 소비자행정 사무를 확인할 수 있다¹³⁾. 관련법상 대부분의 사무는 공정거래위원회와 광역자치단체 혹은 기초자치단체와의 공동사무로 되어 있으며, 지방자치단체 내에서는 특수거래의 유형에 따라 역할이 배분되기도 한다¹⁴⁾. 이에 따라, 기초자치단체에 속하는 사무로는 방문판매업자·통신판매업자 등의 신고 수리, 위반행위의 조사·신고·시정권고, 소비자피해분쟁조정 요청, 과태료 부과·징수와 선불식 할부거래업자의 위반행위 조사 및 신고, 시정권고, 과태료 부과·징수 등이 있다¹⁵⁾.

넷째, 소비자안전과 관련한 주요 법률인 식품위생법에서도 소비자안전 관련 기초자치단체의 소비자행정 사무를 규정하고 있다. 이들 사무는 대부분 중앙부처와 지방자치단체의 공동사무이고, 지방자치단체 내에서는 광역과 기초에 중복되어 있는 경우가 다수이다. 이에 따라, 기초자치단체에 속하는 사무로는 식품의 위해평가 공표, 검사·수거, 영업 허가·신고·등록, 위해식품 회수 보고 수리, 이물발견 신고 접수 및 보고 수리, 시정명령, 위해식품 폐기처분·리콜·공표명령, 시설개수명령, 폐쇄조치, 과징금·과태료 부과, 위반사실 공표, 식중독 발견 및 원인조사 등이 있다¹⁶⁾.

관련 법규를 통해 소비자행정에서 기초자치단체의 역할 범위를 중

-
- 13) 특수거래 관련법상 지방자치단체의 사무에 대한 자세한 내용은 <부록 1> 1-2 참조
 14) 대표적으로, 다단계판매업자·후원방문판매업자의 등록은 공정위와 광역자치단체의 공동사무이고, 선불식 할부거래업자 등록은 광역자치단체의 단독사무이며, 방문판매업자·통신판매업자 등의 신고 수리는 공정위와 기초자치단체의 공동사무에 해당된다.
 15) 이들 사무 중에서 신고 수리 사무는 공정위와의 공동사무이고, 나머지 사무들은 공정위 및 광역자치단체와의 공동사무에 해당된다.
 16) 소비자안전 관련 지방자치단체의 사무에 대한 자세한 내용은 <부록 1> 1-3 참조

합적으로 정리해보면, 소비자행정 인프라의 구성과 정책영역별 사무의 수행으로 구분해 볼 수 있다. 먼저, 소비자행정 인프라의 구성에는 소비자보호시책의 수립·실시, 소비자보호 전담기구의 운영, 소비자조례의 정비, 소비자단체 등의 지원 등이 있다. 그리고 소비자정책 영역별 사무에는 소비자거래(계량·규격, 특수거래, 개인정보보호, 물가관리), 소비자정보제공, 소비자교육, 소비자분쟁해결, 시험·검사, 조사·연구, 소비자안전 등이 있다.

법규상 부여된 기초자치단체 소비자행정의 사무 범위를 정리하면 <표 2-4>와 같다.

<표 2-4> 법규상 기초자치단체 소비자행정의 사무 범위

구분	역할 범위	내용
소비자 행정 인프라 구성	시책	소비자보호시책의 수립·실시
	조직	소비자보호 전담기구의 운영·관리
	제도	소비자조례의 정비(제·개정/폐지)
	협력	소비자단체 등록/등록취소, 보조금 지급 등
정책 영역별 사무 수행	소비자거래	계량·규격, 특수거래 신고·관리/감독·집행, 개인정보보호, 물가관리 등
	소비자정보제공	소비자정책 및 상품 관련 주요 사항 제공
	소비자교육	소비자교육, 학교교육·평생교육과의 연계, 소비자능력향상 프로그램 개발, 소비자방송 등
	소비자분쟁해결	소비자상담, 피해구제 의뢰, 집단분쟁조정 의뢰 등
	시험·검사	시설 구비, 의뢰, 공표·조치 등
	조사·연구	의뢰
	소비자안전	영업 허가·신고·등록 업무, 이물발견 신고 접수, 법위반 집행, 위해식품 리콜, 식중독 관리 등

제2절 기초자치단체 소비자행정의 필요성

1. 지역소비자행정의 추진경과 및 한계

우리나라는 1995년부터 지방자치제가 본격적으로 실시되면서, 각 지방자치단체의 새로운 정책과제의 하나로 국민들의 생활과 삶의 질에 직접적으로 영향을 미치는 지방소비자행정 활성화를 설정하고 법률 개정을 비롯한 다각적 노력을 해오고 있다. 특히, 1995년에는 소비자보호법을 개정하여 지방소비자행정의 구현을 위한 기반을 마련하였고, 2003년에는 전국 16개 광역자치단체에 소비자행정 전담기구인 소비생활센터의 설립을 완료하였다(백병성, 2004). 그리고 2005년에는 지방소비자행정평가 제도를 도입하여 지방소비자행정의 기반과 업무에 대한 평가를 실시함으로써 각 지방자치단체의 소비자행정 활성화를 위한 유인책을 마련하였다¹⁷⁾.

또한, 국가소비자정책의 기본 방향을 제시하는 제2차 소비자정책 기본계획(2012~14년)에서는 ‘지방소비자행정 활성화’를 중점과제의 하나로 채택하였고, 제3차 소비자정책기본계획(2015~17년)에서도 ‘지역소비자행정 활성화 및 거버넌스 구축’을 중점과제의 하나로 채택하였다(공정거래위원회, 2014; 2015; 지광석·하현상, 2015).

하지만, 관련 법·제도의 지속적인 발전에도 불구하고 현장에서의 지역소비자행정 서비스 수준은 여전히 미흡하다는 지적이 제기되고 있다. 이러한 지적은 주로 지방자치단체의 소비자행정 추진을 위한 인력·예산·조직 등 인프라가 취약하고, 지역소비자행정 주체의 역

17) 이후, 2008년도에 지방소비자행정평가가 개별평가에서 정부합동평가로 편입됨으로써 사실상 지방소비자행정 서비스에 대한 평가가 이루어지고 있지 못하다.

할 배분과 업무가 모호하며, 각 주체 간 협력 활동도 미흡하다는 내용이 주를 이루고 있다(전정환, 2007; 강성진, 2009; 강성진, 2012; 박희주, 2013; 지광석·곽윤영, 2014).

특히, 법제상 지방자치단체에 소비자행정과 관련한 주요 역할과 책임을 부여하였지만, 역할 배분의 모호성이나 역할 범위의 불명확성으로 인해 업무추진이 효율적으로 추진되지 못하는 측면이 있다. 실제로, 지방자치단체 소비자행정 현장에서는 소비자행정이라는 영역이 어디까지인지, 무엇을 해야 하는지에 대해 혼란을 겪고 있는 것으로 알려져 있다(강성진, 2008; 지광석·하현상, 2015).

2. 지역소비자행정 관련 선행연구

지역소비자행정에 관한 선행연구는 광역자치단체의 소비자행정 현황을 조사·분석한 연구가 다수를 이루고 있다. 즉, 선행연구들은 대체로 지방자치단체의 범위에서는 광역자치단체를 대상으로 하며(송인숙·제미경, 2002; 백병성, 2004; 강성진, 2012; 지광석·곽윤영, 2014; 지광석·하현상, 2015), 내용에서는 지역소비자행정의 추진을 위한 인프라와 업무의 현황을 다루고 있다(백병성, 2001; 백병성, 2004; 전정환, 2007; 강성진, 2008; 유두련, 2010; 강성진, 2012).

지역소비자행정과 관련하여 기초자치단체를 대상으로 한 연구가 일부 있으나, 기초자치단체의 소비자행정 현황 전반을 다루기보다는 소수 기초자치단체를 대상으로 사례 분석을 실시하고 그 결과를 제시하는데 그치고 있다(송인숙, 1998; 강성진, 2009; 박희주, 2013). 이 연구들은 현재 기초자치단체는 소비자행정 관련 조직·제도가 미비하고, 업무는 법률 또는 제도상 부여된 최소한의 수준에서 수행되고

있다고 지적하고 있다.

예를 들어 강성진(2009)의 연구에 따르면, 대구·경북지역 31개 시·군·구 가운데 소비자조례를 제정한 곳은 1곳에 불과하며, 본청에 소비자행정 전담부서를 둔 곳은 없다. 또, 소비자행정 업무 추진에 있어서 방문판매업과 통신판매업의 신고 업무와 소비자상담 업무가 일부 이루어지고 있지만, 특수거래규제의 사후관리, 소비자교육과 정보 제공, 피해구제 및 분쟁조정 의뢰 등은 제대로 수행되지 않고 있다.

다음으로 박희주(2013)의 연구에 따르면 경기도, 경상남도, 울산광역시 관할 7개 기초자치단체 중에서 성남시만이 소비자행정 전담팀에서 3명의 공무원이 소비자관련 업무를 수행하고 있고, 거창군은 소비자관련 업무를 수행하는 공무원이 없으며, 나머지 자치단체는 지역경제 관련 팀에서 1명의 공무원이 다른 업무와 함께 소비자행정 업무를 수행하는 것으로 나타났다.

〈표 2-5〉 기초자치단체 소비자행정 관련 선행연구

연구자(연도)	주요 내용	대상 기초자치단체
송인숙(1998)	○ 소비자지원행정 현황	부천시(총 1개)
강성진(2009)	○ 소비자행정의 법적 기반, 추진 실태, 분야별 개선과제 등	대구광역시 관할 8개, 경상북도 관할 23개(총 31개)
박희주(2013)	○ 기초자치단체의 소비자법 집행 체계	경기도 관할 3개, 경상남도 관할 3개, 울산광역시 관할 1개 (총 7개)

3. 기초자치단체 소비자행정의 필요성

선행연구들에 따르면, 현재 기초자치단체는 소비자행정 관련 조직, 제도, 인력이 미비하고, 업무는 법률 또는 제도상 부여된 최소한의

수준에서 수행되고 있다. 따라서 기초자치단체 소비자행정의 낮고 열악한 수준을 끌어올리기 위해서는 그 필요성을 고찰해볼 필요가 있다.

첫째, 해당 지역의 주민을 만족시키는 주민 중심의 소비자행정을 구현하기 위해서 기초자치단체 단위의 소비자행정을 추진할 필요가 있다. 지방자치단체가 행정서비스를 제공하는 궁극적인 목표는 주민들에게 안정되고 질이 높은 서비스를 제공하는 것이다(이성복, 1996). 따라서 지역주민들의 요구에 신속히 대응하는 소비자행정서비스를 제공하고, 이에 대한 지속적인 주민의 신뢰를 얻기 위해서는 주민을 만족시키는 주민 중심의 소비자행정을 해야 한다(김중수, 2007). 또한, 이를 위해서 지방자치단체가 제공하는 소비자행정서비스는 효율성, 효과성, 형평성 및 응답성을 갖추어야 할 것이다(Morgan, 1990).

둘째, 해당 지역의 소비자문제 현실에 적합한 소비자행정을 위해서는 기초자치단체 단위의 맞춤형 소비자행정 시책을 수립·시행할 필요가 있다. 지방정부에서는 해당지역의 소비자문제 현실에 적합한 맞춤형 소비자행정 시책을 수립하여 필요 시 주민과의 접점에서 업무를 수행하는 것이 지역주민의 소비자권리 실현과 소비자복지 증진을 위해 중요하다(유두련, 2010). 최근 삶의 질에 대한 관심이 높아지면서 지역소비자행정의 중요성이 부각되고 있고, 특히 지역의 특성과 다양한 소비자 욕구와 기대에 부합하기 위한 협력의 필요성이 증가하고 있다(지광석·하현상, 2015). 따라서 안정적이고 질 높은 소비자행정서비스를 제공하기 위해서는 지역소비자와의 접점인 기초자치단체 단위에서 소비자행정 시책을 수립·시행하는 것이 필요하다.

셋째, 기초자치단체를 통한 소비자행정 서비스의 제공은 근거리행정을 가능하게 하고, 접근성이 높아 지역소비자의 만족도를 높일 수

있다. 선행연구에 따르면, 행정서비스에 대한 주민의 평가에 있어서 행정기관의 방문 경험이 있는 주민의 행정서비스에 대한 만족도가 더 긍정적인 것으로 나타났는데, 이는 주민이 행정에 대해 인식하는 ‘거리감’이 행정서비스에 대한 주민의 만족도에 영향을 미치게 됨을 의미한다(Katz, et al., 1975; Goodsell, 1982; 권경득, 1998).

넷째, 기관 간 효율적인 소비자행정서비스 전달 체계의 구축을 위해서 기초자치단체의 소비자행정 인프라를 마련할 필요가 있다. 한국소비자원이 발표한 「2013 한국의 소비생활지표」에 따르면, 정부의 식품안전정책에 대한 지방 거주 소비자들의 인지도는 수도권 소비자들에 비해 낮은 것으로 나타났다¹⁸⁾. 또한, 2011년부터 2013년까지 3년 동안 1372 소비자상담센터를 통한 서울특별시·인천광역시·경기도 등 수도권 거주 소비자들의 상담 비율이 58.7%로 나타나 수도권 편중 현상이 두드러졌다(1372 소비자상담센터)¹⁹⁾.

이는, 중앙정부의 소비자행정서비스가 각 지역에 골고루 전달되지 못하고 있음을 의미한다. 따라서 중앙정부와 광역자치단체에서 제공되는 소비자행정서비스를 각 지역에 전달하고 활용하기 위해서는 기초자치단체 단위에서도 최소한의 제도, 기구, 인력 등 기반이 마련되어야 소비자행정서비스의 공유·전달·연결이 용이해질 것이다.

18) 식품 리콜제도에 대한 소비자들의 인지도에 있어서 수도권은 42.2%가 ‘안다’고 응답한 반면에 충청권(34.6%), 호남권(35.6%), 영남권(38.7%), 강원권(31.6%) 등 비수도권은 ‘안다’고 응답한 비율이 30%대에 머물렀다. 또한, 식품안전인증인 HACCP에 대해서도 수도권은 61.5%가 ‘안다’고 응답한 반면, 비수도권 지역들은 50%대에 머물렀다(황은애·손지연, 2013).

19) 한편, 이들 세 지역의 인구는 2010년 인구주택 총조사 기준으로 49.1%이다(통계청, 2010).

제3장 2015년 기초자치단체 소비자행정 현황 및 인식 조사 개요

제1절 조사 설계

제2절 설문 응답 및 회수 현황

제3절 분석 방법

제1절 조사 설계

2015년 기초자치단체 소비자행정 현황 및 인식 조사는 설문조사와 심층인터뷰로 구성된다. 현황 조사는 기초자치단체를 대상으로 하였고, 인식 조사는 기초자치단체를 비롯하여 광역자치단체와 한국소비자원 지원 등 이해관계자를 포함하였으며, 기초자치단체의 소비자행정 현황에 대한 현장의 생생한 의견을 듣기 위해 주요 기초자치단체를 대상으로 심층인터뷰를 실시하였다. 제3장에서는 2015년 기초자치단체의 소비자행정 현황과 인식에 대한 설문조사의 설계와 응답 및 회수 현황을 설명하며, 심층인터뷰에 관한 사항은 제4장 제4절에서 다루기로 한다.

1. 설문조사의 대상 및 방법

2015년 기초자치단체 소비자행정 설문조사는 크게 소비자행정 현황조사와 인식조사로 구분된다. 먼저, 소비자행정 현황조사는 2015년 현재 총 226개 기초자치단체의 소비자행정 업무 담당자를 대상으로 하였다. 그리고 인식조사에 있어서는 기초자치단체 외에도 소비자행정의 추진과 관련된 이해관계자인 광역자치단체(20명)와 한국소비자원 지원(61명)의 업무 담당자 81명을 포함하여 총 307명을 대상으로 실시하였다.

조사 방법은 설문조사의 대상에 따라 설문지 발송 및 이메일 회수 또는 현장 회수의 방법을 사용하였다. 먼저, 기초자치단체 소비자행정 업무 담당자를 대상으로 한 현황 및 인식 조사에 있어서는 공정거래위원회에 협조를 구하여 공정위에서 광역자치단체에 설문조사에

대한 협조요청 공문을 발송하고, 광역자치단체가 다시 관할 기초자치단체에 설문작성을 요청하였으며, 기초자치단체 소비자행정 담당자가 설문을 작성한 후 연구진 이메일을 통해 회신하도록 하였다. 또한, 소비자행정 이해관계자인 광역자치단체의 소비자행정 담당자²⁰⁾와 한국소비자원의 7개 지원²¹⁾ 근무자에 대한 인식조사는 현장 및 이메일을 통한 요청과 회수를 실시하였다.

설문조사의 대상 및 방법을 요약하여 제시하면 <표 3-1>과 같다.

<표 3-1> 조사 대상 및 방법

구분	대상	방법	표본	비고
현황 조사	기초 자치단체	○ 설문 요청 공문 발송(공정위 → 광역지자체)	226	기초지자체 소비자행정 담당자 작성
		○ 설문 요청(광역지자체 → 기초지자체) ○ 이메일 회수(기초지자체 → 한국소비자원)		
소계			226	
인식 조사	기초 자치단체	○ 상동	226	상동
	광역 자치단체	○ 시·도 소비자행정 공무원 연수 시 현장 조사 및 회수('15. 3. 27)	20	일반임기제 16명 포함
	소비자원 지원	○ 이메일 요청 및 회수	61	7개 지원 근무자 대상
소계			307	

20) 설문조사는 2015년도 소비자행정 및 법령 실무 연수에 참가한 공무원들을 대상으로 실시되었다. 한국소비자원은 소비자행정 담당 공무원의 업무역량 강화 및 지역 사회 소비자리더 양성을 통한 소비자권익증진의 확산과 지역소비자행정 활성화를 통한 지역 내 유관기관 네트워크 기반의 조성을 위하여 매년 광역자치단체의 소비자행정 업무 담당자를 대상으로 소비자행정 및 법령 실무 연수를 실시하고 있다.
21) 7개 지원은 서울지원, 경기지원, 부산지원, 광주지원, 대전지원, 대구지원, 강원지원이다.

본 연구는 설문 구성의 타당성과 응답의 용이성 및 설문 회수율의 제고를 위하여 연구협의회(2회) 및 사전조사(3곳) 등의 절차를 거쳤다. 즉, 설문지 초안에 대하여 내·외부 전문가를 대상으로 2회('15. 3. 4/16)에 걸쳐 연구협의회를 개최하여 설문지를 수정·보완하였으며, 설문 구성 및 내용의 타당성과 응답의 용이성을 검증하기 위해 기초자치단체 3곳(경기도 성남시, 경기도 연천군, 인천광역시 남동구)을 대상으로 사전조사를 실시하였다.

이러한 절차를 거쳐 2015년 3월 20일 설문지를 확정하여 3월 23일부터 기초자치단체와 한국소비자원 지원의 담당자들을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 광역자치단체 소비자행정 담당자들에 대한 조사는 3월 27일 실시하였다. 이렇게 하여 광역자치단체와 한국소비자원 지원을 대상으로 한 인식 조사는 3월 27일까지 완료되었으나, 기초자치단체를 대상으로 한 현황 및 인식 조사는 4월 15일 완료되어 총 24일이 소요되었다. 그리고 회수된 설문지는 약 한달 간의 데이터 확인 및 오류 검증을 거쳐 코딩을 완료하였다.

설문조사의 일정을 정리하여 제시하면 <표 3-2>와 같다.

<표 3-2> 설문조사 일정

일정	기간
○ 제1차 연구협의회(설문지 초안 관련)	'15. 3. 4
○ 설문지 초안 수정	3. 5 ~ 6
○ 사전조사 실시(경기도·인천광역시 내 기초자치단체 3곳) 및 설문지 수정·보완	3. 9 ~ 13
○ 제2차 연구협의회(설문지 최종 점검) 및 설문지 수정·보완	3. 16 ~ 20
○ 기초자치단체 현황 설문 본조사 실시	3. 23 ~ 4. 15

o 소비자원 지원 인식 본조사 실시	3. 23 ~ 27
o 광역자치단체 인식 본조사 실시	3. 27
o 코딩 및 오류 수정	3. 28 ~ 4. 30

2. 설문문의 구성

본 연구의 설문조사는 크게 소비자행정 현황 조사와 소비자행정 인식 조사로 구분된다. 여기서 소비자행정 현황 조사는 기초자치단체만을 대상으로 하므로 단일 설문지로 하였으나, 소비자행정 인식 조사는 기초자치단체 외에도 이해관계자인 광역자치단체와 한국소비자원 지원을 대상으로 하므로 설문지를 기초자치단체용과 이해관계용으로 구분하여 작성하였다.

이에 따라, 기초자치단체용 설문은 총 2개 영역, 4개 섹션, 15개 항목으로 구성된다. 2개 영역은 지역소비자행정 현황과 지역소비자행정 인식으로 구성되며, 4개 섹션은 ①지역소비자행정 기반, ②지역소비자행정 업무, ③지역소비자행정 네트워크, ④지역소비자행정 인식으로 구성된다. 그리고 이해관계자용 인식조사 설문은 ①지역소비자행정의 인지 및 필요성, ②지역소비자행정의 현황 인식, ③지역소비자행정의 발전 인식의 3개 항목으로 구성된다.

기초자치단체용 설문과 이해관계자용 설문의 구성을 요약하여 제시하면 각각 <표 3-3> 및 <표 3-4>와 같다.

〈표 3-3〉 기초자치단체용 설문지의 구성

조사 항목		조사 내용	
소비자 행정 현황	기반	제도	○ 자치법규(소비자조례 등)의 운영 여부
		조직	○ 본청 소비자행정 담당조직의 소속 및 단위(부서, 과, 팀) ○ 별도 소비자행정 전문조직(소비생활센터, 소비자상담실 등) 설치여부, 조직 형태 및 기능
		인력	○ 소비자행정 담당 공무원(총인원, 전임인원, 업무비중 등) ○ 소비자상담 인력(총인원, 상근 인원, 자체임용 인원, 월 평균보수 등)
		예산	○ 2015년 소비자행정 예산 규모 ○ 2015년 소비자단체 지원 금액
	업무	종합	○ 정책 영역별 수행 여부 및 비중
		특수 거래	○ 2014년 신고업체 수, 집행실적 ○ 애로사항 및 장애요인
		정보 제공	○ 자체 정보제공 여부, 2014년 자체 정보제공 건수, 이용 매체, 정보제공 내용 ○ 장애요인
		소비자 교육	○ 자체 소비자교육 실시 여부, 교육예산 편성 여부, 2014 년 소비자교육 실시 횟수·대상·내용·방법 ○ 2014년 자체 프로그램 개발 여부, 지역 교육강사 양성 여부 ○ 장애요인
		분쟁 해결	○ 소비자상담 실시 여부 ○ 2014년 소비자상담 건수, 방식 ○ 장애요인
		소비자 안전	○ 소비자안전 수행 부서 ○ 장애요인
		조사 연구, 시험 검사	○ 수행 여부 ○ 수행 방식
		네트워크	○ 소속 광역자치단체의 지원·협조 여부 및 내용 ○ 타 기관 협력 및 교류 여부, 협력 기관 유형 및 대상 업무 ○ 기관 내부 협의 또는 교류 여부, 대상 업무

소비자 행정 인식	인지 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지역소비자행정의 인지 ○ 기초자치단체 소비자행정의 필요성
	현황 인식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자행정의 원활한 수행 정도 ○ 잘 수행되는 분야와 미흡한 분야
	발전 인식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자행정 활성화 필요 요소 ○ 협력이 필요한 기관 ○ 향후 가장 역점을 두어야 하는 소비자행정 분야 ○ 소비자행정을 추진을 위해 적합한 조직 형태

〈표 3-4〉 이해관계자용 설문문의 구성

조사 항목		조사 내용
소비자 행정 인식	인지 및 필요성	<ul style="list-style-type: none"> ○ 지역소비자행정의 인지 ○ 기초자치단체 소비자행정의 필요성
	현황 인식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자행정의 원활한 수행 정도 ○ 잘 수행되는 분야와 미흡한 분야
	발전 인식	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자행정 활성화 필요 요소 ○ 협력이 필요한 기관 ○ 향후 가장 역점을 두어야 하는 소비자행정 분야 ○ 소비자행정을 추진을 위해 적합한 조직 형태

제2절 설문 응답 및 회수 현황

1. 표본 및 응답 현황

기초자치단체의 소비자행정 현황에 대한 설문 회수 결과, 총 226개의 기초자치단체 중에서 120곳이 응답하여 회수율은 53.1%에 이르렀다. 기초자치단체를 관할하는 시·도 기준으로 회수율은 최소 18.8%에서 최대 100.0%로 차이를 나타냈다. 그리고 특별·광역시에서 관할하는 기초자치단체는 74곳 중에서 44곳이 응답하여 회수율이 59.5%를 나타냈고, 도에서 관할하는 기초자치단체는 152곳 중 76곳이 응답하여 회수율이 50.0%로 나타났다. 한편, 시·군·구별로는 회수율이 시 56.0%, 군 46.3%, 자치구 58.0%로 나타났다.

기초자치단체의 표본 및 응답 현황을 요약하여 정리하면 <표 3-5>와 같다.

〈표 3-5〉 기초자치단체의 표본 및 응답 현황

광역	기초자치단체 수				응답수	회수율	
	시	군	자치구	합계			
시	서울	-	-	25	25	17	68.0%
	부산	-	1	15	16	3	18.8%
	대구	-	1	7	8	8	100.0%
	인천	-	2	8	10	7	70.0%
	광주	-	-	5	5	3	60.0%
	대전	-	-	5	5	2	40.0%
	울산	-	1	4	5	4	80.0%
	세종	-	-	-	-	-	-
소계(a)	-	5	69	74	44	59.5%	
도	경기	28	3	-	31	14	45.2%
	강원	7	11	-	18	7	38.9%
	충북	3	8	-	11	10	90.9%
	충남	8	7	-	15	8	53.3%
	전북	6	8	-	14	14	100.0%
	전남	5	17	-	22	6	27.3%
	경북	10	13	-	23	10	43.5%
	경남	8	10	-	18	7	38.9%
	제주	-	-	-	-	-	-
소계(b)	75	77	0	152	76	50.0%	
합계(a+b)	75	82	69	226	120*	53.1%	
응답수	42	38	40				
회수율	56.0%	46.3%	58.0%				

* 120개의 기초자치단체 중에서 1개 자치단체의 경우 설문문항의 80% 이상에서 결측치가 발견되어 통계 산출에서는 제외함으로써 최종 유효 응답 샘플은 119개임

한편, 기초자치단체 소비자행정에 관한 인식 조사에 있어서는 기초자치단체 소비자행정 담당자 외에도 광역자치단체 소비자행정 담당자 20명, 한국소비자원 지원 근무자 61명이 참여하여 총 201명이 설문에 응답하였다.

2. 응답자 특성

기초자치단체의 설문 응답자는 기초자치단체에서 소비자행정 업무를 담당하는 공무원들이다. 응답자가 소속된 조직 현황을 보면, 경제 관련 조직(79.2%)의 비중이 가장 높고 그 뒤를 이어 유통(10.0%), 일자리(3.3%), 소비자(2.5%)의 순으로 나타났다²²⁾. 응답자들의 직급은 7급(44.2%)이 가장 높은 비중을 차지했고, 그 뒤를 이어 8급(26.7%), 9급(15.8%), 6급(7.5%)의 순으로 나타났다²³⁾.

기초자치단체의 설문 응답자 특성을 정리하면 <표 3-6>과 같다.

22) 응답자 소속 조직 현황은 응답자가 기재한 소속 팀·계·담당 명을 목적에 맞게 재 분류하여 산출한 것이다.

23) 직급을 분류하는데 있어서 직군이나 직렬은 고려하지 않았다.

〈표 3-6〉 기초자치단체의 응답자 특성

(단위: 명, %)

구분		응답 수	비율
전체		120	100.0
소속 팀·계·담당	경제	95	79.2
	유통	12	10.0
	일자리	4	3.3
	소비자	3	2.5
	전통시장	2	1.7
	중소기업	1	0.8
	노사	1	0.8
	산업	1	0.8
	에너지	1	0.8
직급	6급	9	7.5
	7급	53	44.2
	8급	32	26.7
	9급	19	15.8
	계약직	3	2.5
	기타	4	3.3

이해관계자를 대상으로 한 인식조사에 있어서 광역자치단체는 2015년도 3월 26일부터 27일까지 한국소비자원 본원에서 실시된 소비자행정 및 법령 실무 연수에 참가한 소비생활센터장, 특수거래담당 공무원, 소비자보호업무 전담자 등 20명을 대상으로 하였다. 그리고 한국소비자원 지원은 2015년 현재 서울지원 등 7개 지원에서 근무하고 있는 61명을 대상으로 하였다.

제3절 분석 방법

본 연구는 설문조사 결과에 대해 통계분석 프로그램인 SPSS(ver21)를 이용하여 통계분석을 실시하였다. 설문문항에 대한 분석은 빈도 분석과 교차분석을 중심으로 실시하였으며, 필요한 경우 T-test, 일원 배치 분산분석(ANOVA)을 추가로 실시하였다.

제4장 2015년 기초자치단체의 소비자행정 현황 분석

제1절 기초자치단체의 소비자행정
기반 현황

제2절 기초자치단체의 소비자행정
업무 현황

제3절 기초자치단체의 소비자행정
네트워크 현황

제4절 기초자치단체 소비자행정
현황에 대한 심층인터뷰

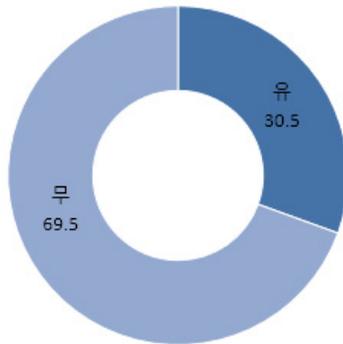
제5절 기초자치단체 소비자행정
현황 요약

제1절 기초자치단체의 소비자행정 기반 현황

1. 자치법규의 운영

소비자행정과 관련한 자치법규²⁴⁾인 소비자보호조례(규칙)를 보유하고 있는 기초자치단체는 69곳으로 30.5%에 불과한 것으로 나타났다²⁵⁾.

[그림 4-1] 소비자보호조례(규칙) 보유율(N=226)
(단위: %)



시·군·구별로 소비자보호조례(규칙)의 보유율은 시가 66.7%로 비교적 높은 반면, 군과 자치구는 각각 18.3%, 5.8%에 불과한 것으로 나타났다²⁶⁾.

24) 자치법규라 함은 법령의 범위 안에서 지방자치단체가 제정하는 자치에 관한 규정, 즉 조례와 규칙을 의미한다.

25) 이 중에서 1곳은 조례가 아닌 규칙의 형태로 보유하고 있다.

26) 소비자(보호)조례 및 규칙을 보유하고 있는 자치구는 4곳으로 광주광역시 서구, 남구, 광산구와 대전광역시 중구이다.

〈표 4-1〉 소비자보호조례(규칙) 보유 현황(시·군·구별)

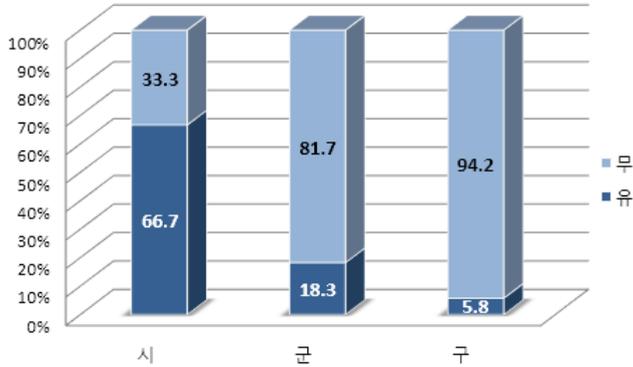
(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	개수	비율	개수	비율	개수	비율	개수	비율
유	50	66.7	15	18.3	4	5.8	69	30.5
무	25	33.3	67	81.7	65	94.2	157	69.5
합계	75	100.0	82	100.0	69	100.0	226	100.0

* 자료: 자치법규정보시스템(www.elis.go.kr), 검색일: 2015. 6. 11²⁷⁾

[그림 4-2] 소비자보호조례(규칙) 보유 현황(시·군·구별, N=226)

(단위: %)



기초자치단체를 관할하는 시·도별로는 ‘도’ 관할 기초자치단체의 42.8%(65곳)가 소비자보호조례(규칙)를 보유하고 있는 반면, ‘특별·광역시’ 관할 기초자치단체는 5.4%(4곳)만이 소비자보호조례(규칙)를 보유하고 있는 것으로 나타나 차이를 드러냈다.

27) 해당 사이트에서 ‘소비자조례’, ‘소비자보호조례’, ‘소비자권익증진조례’ 등으로 검색한 결과이다.

〈표 4-2〉 소비자보호조례(규칙) 보유 현황(관할 시·도별)

(단위: 개, %)

구분	시		도		전체	
	개수	비율	개수	비율	개수	비율
유	4	5.4	65	42.8	69	30.5
무	70	94.6	87	57.2	157	69.5
합계	74	100.0	152	100.0	226	100.0

* 자료: 자치법규정보시스템(www.elis.go.kr), 검색일: 2015. 6. 11

한편, 기초자치단체의 인구규모별로 소비자보호조례의 보유율을 살펴보면, 인구 50만 이상 기초자치단체의 소비자보호조례 보유율이 52.5%로 가장 높게 나타났고, 그 뒤를 이어 5만 미만(40.0%), 20만 이상 30만 미만(37.5%)의 순으로 나타나, 인구규모와 소비자보호조례 보유율은 연관이 적은 것으로 나타났다.

〈표 4-3〉 인구규모별 소비자보호조례 보유율

(단위: 개, %)

인구규모*	시·군·구 수		보유율($c=b/a \times 100$)
	전체(a)	조례 보유(b)	
50만 이상	21	11	52.5
40만 이상 50만 미만	17	4	23.5
30만 이상 40만 미만	23	5	21.7
20만 이상 30만 미만	32	12	37.5
10만 이상 20만 미만	33	1	3.0
5만 이상 10만 미만	45	14	31.1
5만 미만	55	22	40.0
전체	226	69	30.5

* 인구규모는 통계청(2010)의 2010년 인구주택 총조사 자료에 따라 구분함(이하 동일함)

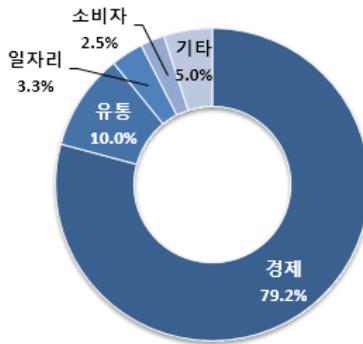
그밖에, 자치법규는 아니지만 소비자보호업무처리 관련 규정으로서 행정규칙(훈령)을 보유한 기초자치단체는 6곳으로 나타났다²⁸⁾.

2. 소비자행정 담당 조직

가. 소비자행정 업무 수행 조직

기초자치단체에서 소비자행정 업무를 수행하는 조직은 대부분 경제(79.2%), 유통(10.0%), 일자리(3.3%) 등 소비자업무와 직접적 관련이 없는 조직인 것으로 나타났다. 한편, ‘소비자관련’ 조직에서 소비자업무를 수행하는 곳은 2.5%에 불과하며 조직 단위는 팀 또는 담당 수준인 것으로 나타났다²⁹⁾.

[그림 4-3] 소비자행정 업무 수행 조직(N=120)



28) 이 중 5곳은 자치구(인천광역시 관할)이며, 나머지 1곳은 시(경상북도 관할)이다. 기타 기초자치단체의 소비자보호조례 정비 현황은 <부록 2> 2-2 참조

29) 여기서 ‘소비자관련’ 조직이란 조직 명칭에 ‘소비자’를 사용한 경우를 말한다. 소비자관련 팀 또는 담당을 두고 있는 곳은 서울특별시 강남구(소비자보호팀), 도봉구(소비자보호팀)와 경상남도 김해시(소비자보호담당)이다.

나. 소비자행정 수행 별도 기구/조직

소비자행정 업무를 수행하는 별도 기구나 조직(예: 소비생활센터, 소비자상담실 등)³⁰⁾을 설치하고 있는 기초자치단체는 18.5%에 불과한 것으로 나타났다. 별도 기구나 조직을 두고 있는 곳은 모두 소비자상담실의 형태였으며, 소비생활센터를 두고 있는 곳은 한 군데도 없는 것으로 나타났다.

[그림 4-4] 소비자행정 수행 별도 기구/조직 설치 여부(N=119)

(단위: %)



소비자상담실의 설치율에 있어서 시는 42.9%, 군은 10.5%이고 자치구는 설치한 곳이 없는 것으로 나타나 시·군·구별 차이를 드러냈다.

30) 소비생활센터는 명칭을 불문하고 시도의 '소비생활센터'와 유사한 형태의 기구를 모두 포함하며, 소비자상담실은 명칭을 불문하고 소비자상담 및 소비자 불만처리나 피해처리를 수행하는 조직 또는 기구를 의미한다.

〈표 4-4〉 소비자상담실 설치율(시·군·구별)

(단위: 개, %)

유무	구분	시		군		구		전체	
		응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
유	소비생활센터	-	-	-	-	-	-	-	-
	소비자상담실	18	42.9	4	10.5	-	-	22	18.5
	소계	18	42.9	4	10.5	-	-	22	18.5
무		24	57.1	34	89.5	39	100.0	97	81.5
합계		42	100.0	38	100.0	39	100.0	119	100.0

기초자치단체를 관할하는 시·도별로는 ‘도’ 관할 기초자치단체의 28.9%가 소비자상담실을 두고 있는 반면, ‘특별·광역시’ 관할 기초자치단체는 소비자상담실을 두고 있는 곳이 없는 것으로 나타나 대비를 이루었다.

〈표 4-5〉 소비자상담실의 설치율(관할 시·도별)

(단위: 개, %)

유무	구분	시		도		전체	
		응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
유	소비생활센터	-	-	-	-	-	-
	소비자상담실	-	-	22	28.9	22	18.5
	소계	-	-	22	28.9	22	18.5
무		43	100.0	54	71.7	97	81.5
합계		43	100.0	76	100.0	119	100.0

한편, 인구규모별로 소비자상담실의 설치율을 살펴보면, 인구 10만 이상 20만 미만 기초자치단체의 설치율이 41.2%, 20만 이상 30만 미만이 23.5%로 높은 비율을 나타냈다. 반면, 인구 50만 이상 대도시의

소비자상담실 설치율은 18.2%, 40만 이상 50만 미만이 16.7%, 30만 이상 40만 미만이 6.3%에 불과하여 인구밀도가 높은 지역의 소비자상담실 설치율이 높지 않은 것으로 나타났다.

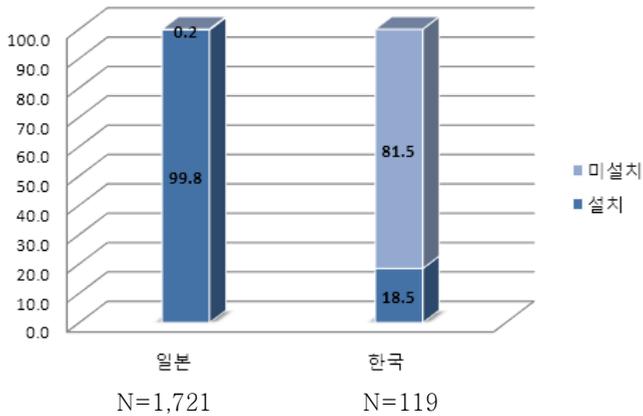
〈표 4-6〉 인구규모별 소비자상담실 설치율

(단위: 개, %)

인구규모	시·군·구 수			설치율 ($c=b/a \times 100$)
	전체	응답(a)	상담실 설치 (b)	
50만 이상	21	11	2	18.2
40만 이상 50만 미만	17	12	2	16.7
30만 이상 40만 미만	23	16	1	6.3
20만 이상 30만 미만	32	17	4	23.5
10만 이상 20만 미만	33	17	7	41.2
5만 이상 10만 미만	45	20	2	10.0
5만 미만	55	26	4	15.4
전체	226	119	22	18.5

일본과 한국의 기초자치단체 소비자상담실의 설치율을 비교하여 보면, 일본의 경우 기초자치단체인 시·구·정·촌(市·區·町·村) 전체의 소비자상담창구 설치율이 99.8%로 거의 모든 기초자치단체에 소비자상담창구가 설치되어 있어(消費者庁, 2014), 우리나라 기초자치단체의 소비자상담실 설치율(18.5%)보다 훨씬 높은 것으로 나타났다.

[그림 4-5] 일본과 한국의 기초자치단체 소비자상담실의 설치율
(단위: %)



이를 인구규모별로 비교하여 보면, 일본의 경우 인구 1만 이상의 기초자치단체 중 1곳을 제외한 모든 곳에 상담창구가 설치되어 있는 반면, 우리나라는 30만 이상의 고인구밀도 지역도 소비자상담실 설치율이 12.8%에 불과하여 소비자상담서비스를 제공받기 위한 여건이 일본에 비해 매우 열악한 것으로 나타났다.

〈표 4-7〉 일본과 한국의 인구규모별 기초자치단체 소비자상담실의 설치율 비교
(단위: 개, %)

인구규모*	일본			한국			
	시구청 존 수(a)	상담 창구 수(b)**	설치율 (c=b/a ×100)	시군구 수	응답 수 (d)	상담실 수(e)	설치율 (f=e/d× 100)***
30만 이상	64	64	100.0	61	39	5	12.8
20만 이상 30만 미만	50	50	100.0	32	17	4	23.5
15만 이상 20만 미만	50	50	100.0	14	8	2	25.0
10만 이상 15만 미만	106	106	100.0	19	9	5	55.6
7만5천 이상 10만 미만	92	92	100.0	18	10	2	20.0
5만 이상 7만5천 미만	183	182	99.5	27	10	-	-
3만 이상 5만 미만	239	239	100.0	34	11	2	18.2
2만 이상 3만 미만	154	154	100.0	14	11	1	9.1
1만 이상 2만 미만	296	296	100.0	6	3	1	33.3
1만 미만	487	484	99.4	1	1	-	-
전 체	1,721	1,717	99.8	226	119	22	18.5

* 한국의 인구규모는 통계청(2010)의 2010년 인구주택 총조사 자료에 의함

** 소비생활센터를 포함함

*** 우리나라의 경우 전수조사가 이루어지지 못하였기 때문에 응답한 기초자치단체(119개)에 대한 소비자상담실의 설치율을 계산함

자료: 일본의 소비자상담창구 현황 자료는 일본 消費者庁(2014)의 자료 참조

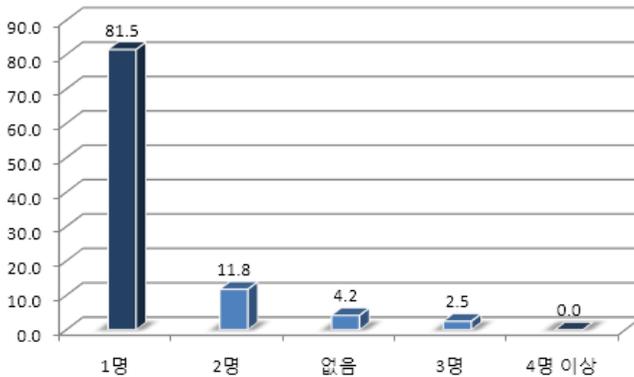
3. 소비자행정 담당 인력

가. 소비자행정 담당 공무원의 배치

소비자행정 업무를 담당하는 공무원(전임·겸임 모두 포함)의 수는 1명인 경우가 81.5%로 가장 높은 비중을 차지했고, 그 뒤를 이어 2명(11.8%), 없음(4.2%), 3명(2.5%)의 순이었으며 4명 이상인 곳은 한 군데도 없는 것으로 나타났다.³¹⁾

[그림 4-6] 소비자행정 담당 공무원의 수(N=119)

(단위: %)



한편, 시·군·구별로는 소비자행정 담당 공무원의 수에 있어서 뚜렷한 차이를 나타내지 않았다.

31) 직접 소비자행정 실무를 담당하지 않고 결재 및 관리 책임만 있는 팀장, 과장, 부서장 등의 보직자는 제외하였다.

〈표 4-8〉 소비자행정 담당 공무원의 배치 현황(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
1명	34	81.0	32	84.2	31	79.5	97	81.5
2명	7	16.7	3	7.9	4	10.3	14	11.8
3명	-	-	1	2.6	2	5.1	3	2.5
4명 이상	-	-	-	-	-	-	-	-
없음	1	2.4	2	5.3	2	5.1	5	4.2
전체	42	100.0	38	100.0	39	100.0	119	100.0

인구규모별로 소비자행정 업무 담당 공무원(전임·겸임 모두 포함)의 수를 살펴보면, 인구 50만 이상과 인구 30만 이상 40만 미만인 기초자치단체는 1명 또는 2명의 소비자행정 담당 공무원을 두고 있는 것으로 나타났다.

〈표 4-9〉 인구규모별 소비자행정 담당 공무원의 수

(단위: 개, %)

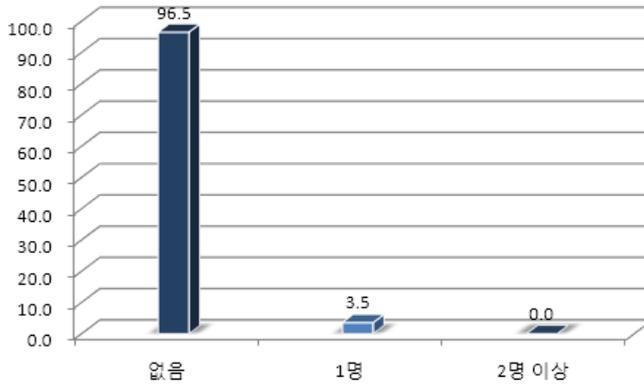
인구규모	전체 지자체 수	소비자행정 담당 공무원 수									
		1명		2명		3명		없음		합계	
		응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
50만 이상	21	10	90.9	1	9.1	-	-	-	-	11	100.0
40만 이상 50만 미만	17	9	75.0	1	8.3	1	8.3	1	8.3	12	100.0
30만 이상 40만 미만	23	14	87.5	2	12.5	-	-	-	-	16	100.0
20만 이상 30만 미만	32	13	76.5	2	11.8	1	5.9	1	5.9	17	100.0
10만 이상 20만 미만	33	13	76.5	3	17.6	-	-	1	5.9	17	100.0
5만 이상 10만 미만	45	15	75.0	3	15.0	1	5.0	1	5.0	20	100.0
5만 미만	55	23	88.5	2	7.7	-	-	1	3.8	26	100.0
전체	226	97	81.5	14	11.8	3	2.5	5	4.2	119	100.0

* 전임과 겸임 모두 포함

기초자치단체 중에서 소비자행정을 담당하는 전임 공무원을 두고 있는 경우는 3.5%에 불과하였으며, 대다수는 소비자행정 담당 전임 공무원을 두고 있지 않은 것으로 나타났다. 전임 공무원을 두고 있는 경우에 전임 공무원의 수는 모두 1명이며, 2명 이상을 두고 있는 곳은 없는 것으로 나타났다.

[그림 4-7] 소비자행정 전임 공무원의 수(N=113)

(단위: %)



시·군·구별 소비자행정 전임 공무원의 배치에 있어서 시와 군은 소비자행정 전임 공무원을 두고 있는 곳이 없으며, 구는 10.8%가 전임 공무원을 두고 있는 것으로 나타났다.³²⁾

32) 소비자행정 전임 공무원을 두고 있는 곳은 서울특별시 강남구, 광진구, 영등포구, 용산구의 4곳이며, 이 중 강남구만이 특수거래와 소비자보호업무를 총괄하는 공무원을 두고 있고, 나머지 3곳은 해당 공무원이 특수거래 관리·감독 업무만을 담당하고 있어 사실상 소비자행정 전임이라고 보기 어려운 측면이 있다.

〈표 4-10〉 소비자행정 전임 공무원의 배치 현황(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
1명	-	-	-	-	4	10.8	4	3.5
2명	-	-	-	-	-	-	-	-
3명	-	-	-	-	-	-	-	-
4명 이상	-	-	-	-	-	-	-	-
없음	40	100.0	36	100.0	33	89.2	109	96.5
전체	40	100.0	36	100.0	37	100.0	113	100.0

기초자치단체에서 소비자행정 업무를 담당하는 공무원은 대부분 타 업무와 겸하여 소비자행정 업무를 수행하고 있다. 이와 같은 겸임 공무원의 업무 중에서 소비자행정 업무가 차지하는 비중³³⁾에 있어서는 25% 미만인 경우가 가장 높은 비중을 차지하였고(70.1%), 그 뒤를 이어 25~50% 미만(20.6%), 50~75% 미만(9.3%)의 순으로 나타났다. 따라서 담당 공무원의 업무 중에서 소비자행정 업무가 차지하는 비중이 50% 미만인 경우가 90.7%에 이를 정도로 대부분 소비자행정 업무의 비중이 매우 낮은 것으로 나타났다.

33) 소비자행정 업무가 차지하는 비중은 자신이 수행하는 모든 업무 중에서 소비자행정 업무가 차지하는 비중을 주관적으로 판단한 것으로, 소비자행정 담당 인력이 복수인 경우에는 평균 비중으로 산정하였다.

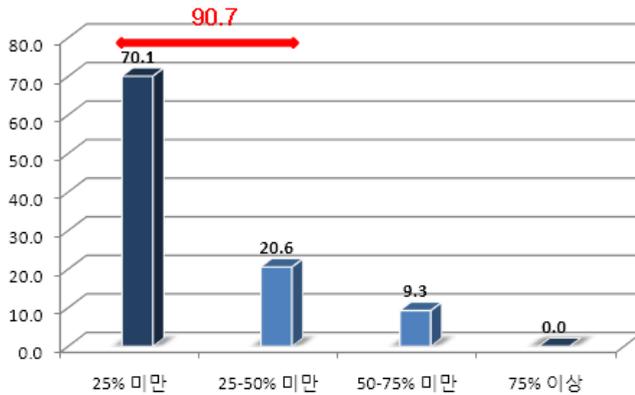
〈표 4-11〉 소비자행정 업무의 비중(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
25% 미만	26	65.0	27	79.4	22	66.7	75	70.1
25-50% 미만	10	25.0	6	17.6	6	18.2	22	20.6
50-75% 미만	4	10.0	1	2.9	5	15.2	10	9.3
75-90% 미만	-	-	-	-	-	-	-	-
90% 이상	-	-	-	-	-	-	-	-
전체	40	100.0	34	100.0	33	100.0	107	100.0

[그림 4-8] 소비자행정 업무의 비중(N=107)

(단위: %)

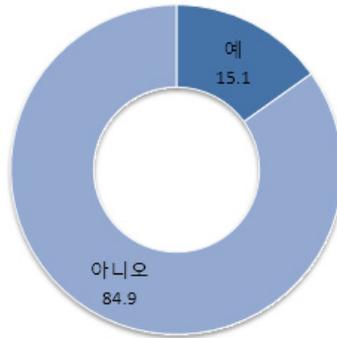


나. 소비자상담원의 고용 및 처우

기초자치단체 중에서 소비자상담 또는 피해처리³⁴⁾를 담당하는 상담원을 두고 있는 곳은 15.1%에 불과하며, 다수의 기초자치단체가 상담원을 두고 있지 않은 것으로 나타났다.

[그림 4-9] 소비자상담원의 배치 여부(N=119)

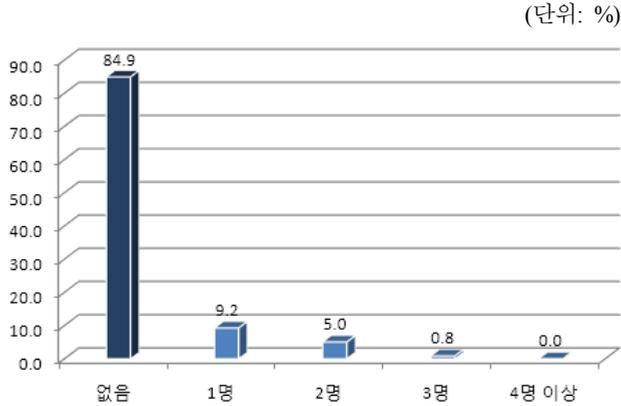
(단위: %)



소비자상담원(상근·비상근 모두 포함)의 수에 있어서는 없는 경우가 84.9%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 그 뒤를 이어 1명(9.2%), 2명(5.0%), 3명(0.8%)의 순으로 나타났다.

34) 소비자기본법상 한국소비자원에 ‘피해구제’를 의뢰하기 전에 지방자치단체나 소비자단체에서 합의처리를 하는 것을 말한다.

[그림 4-10] 소비자상담원의 수(N=119)



시·군·구별 소비자상담원의 수를 비교하여 보면, 시는 33.3%, 군은 10.5%가 소비자상담원을 배치하고 있으나, 자치구 중에는 소비자상담원을 두고 있는 곳이 없는 것으로 나타났다.

〈표 4-12〉 소비자상담원 배치 현황(시·군·구별)

(단위: 개, %)

유무	구분	시		군		구		전체	
		응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
유	1명	8	19.0	3	7.9	-	-	11	9.2
	2명	5	11.9	1	2.6	-	-	6	5.0
	3명	1	2.4	-	-	-	-	1	0.8
	4명 이상	-	-	-	-	-	-	-	-
	소계	14	33.3	4	10.5	-	-	18	15.1
무		28	66.7	34	89.5	39	100.0	101	84.9
합계		42	100.0	38	100.0	39	100.0	119	100.0

기초자치단체를 관할하는 시·도별로는 ‘도’ 관할 기초자치단체의 23.7%가 상담원을 두고 있는 반면, ‘특별·광역시’ 관할 기초자치단체 중에는 상담원을 두고 있는 곳이 없는 것으로 나타났다. 한편, 기초자치단체의 인구규모별 소비자상담원의 수에 있어서는 뚜렷한 차이를 나타내지 않았다.

〈표 4-13〉 인구규모별 소비자상담원의 수

(단위: 개, %)

인구규모	전체 지자체 수	소비자상담원의 수									
		1명		2명		3명		없음		합계	
		응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
50만 이상	21	-	-	2	18.2	-	-	9	81.8	11	100.0
40만 이상 50만 미만	17	1	8.3	-	-	-	-	11	91.7	12	100.0
30만 이상 40만 미만	23	1	6.3	-	-	-	-	15	93.8	16	100.0
20만 이상 30만 미만	32	1	5.9	1	5.9	1	5.9	14	82.4	17	100.0
10만 이상 20만 미만	33	4	23.5	2	11.8	-	-	11	64.7	17	100.0
5만 이상 10만 미만	45	3	15.0	-	-	-	-	17	85.0	20	100.0
5만 미만	55	1	3.8	1	3.8	-	-	24	92.3	26	100.0
전체	226	11	9.2	6	5.0	1	0.8	101	84.9	119	100.0

* 상근과 비상근 모두 포함

소비자상담원 중에서 상근 상담원³⁵⁾의 수는 1명인 경우가 가장 높은 비중을 차지하였고(61.1%), 그 뒤를 이어 2명(22.2%), 없음(11.1%), 3명(5.6%)의 순이며, 4명 이상인 경우는 없는 것으로 나타났다.

35) 상근은 풀타임(full-time) 근무 형태를 말한다.

〈표 4-14〉 상근 상담원의 현황(시·군·구별)

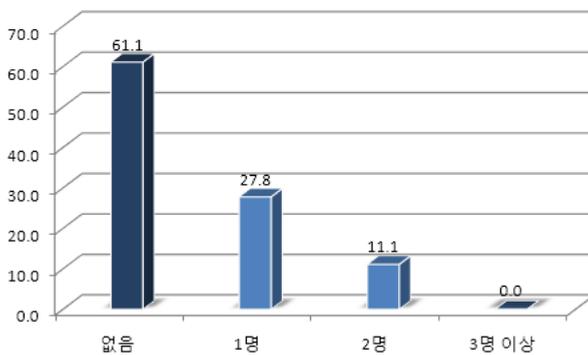
(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
1명	9	64.3	2	50.0	-	-	11	61.1
2명	4	28.6	-	-	-	-	4	22.2
3명	1	7.1	-	-	-	-	1	5.6
4명 이상	-	-	-	-	-	-	-	-
없음	-	-	2	50.0	-	-	2	11.1
전체	14	100.0	4	100.0	-	-	18	100.0

소비자상담원 중에서 기초자치단체에서 자체 임용한 상담원³⁶⁾ 수에 있어서는 없는 경우가 가장 높은 비중을 차지했고(61.1%), 그 뒤를 이어 1명(27.8%), 2명(11.1%)의 순이며, 3명 이상인 경우는 없는 것으로 나타났다.

[그림 4-11] 자체 임용 상담원의 수(N=18)

(단위: %)



36) 자체 임용한 상담원은 민간소비자단체에서 파견된 상담원을 제외하고 해당 기초자치단체에서 직접 채용한 상담원을 말한다.

자체 임용 상담원의 현황을 시·군·구별로 살펴보면, 시는 50.0%가 자체 임용한 상담원인 반면에, 군은 자체 임용한 상담원이 없으며, 자치구는 소비자상담원을 배치하고 있지 않은 것으로 나타나 차이를 드러냈다.

〈표 4-15〉 자체 임용 상담원의 현황(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
1명	5	35.7	-	-	-	-	5	27.8
2명	2	14.3	-	-	-	-	2	11.1
3명	-	-	-	-	-	-	-	-
4명 이상	-	-	-	-	-	-	-	-
없음	7	50.0	4	100.0	-	-	11	61.1
전체	14	100.0	4	100.0	-	-	18	100.0

한편, 일본과 우리나라 기초자치단체의 인구규모별 소비자상담원의 수를 비교하여 보면, 일본은 소비자상담원을 1명 이상 배치한 기초자치단체가 60.3%에 이르는 반면, 우리나라는 15.1%에 불과한 것으로 나타났다. 특히, 일본은 인구 30만 이상 시·구·정·촌 전체가 상담원 3명 이상을 배치하고 있는 반면, 우리나라는 10.3%의 시·군·구만이 상담원을 1명 또는 2명 배치하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 4-16〉 일본과 한국의 기초자치단체 인구규모별 소비자상담원 수의 비교
(단위: 개, %)

인구규모*	일본						한국					
	0명	1명	2명	3명 이상	합계	1명 이상 비율**	0명	1명	2명	3명 이상	합계	1명 이상 비율***
30만명이상	-	-	-	64	64	100.0	35	2	2	-	39	10.3
20만명이상 30만명미만	1	1	3	45	50	98.0	14	1	1	1	17	17.6
15만명이상 20만명미만	-	1	5	44	50	100.0	7	1	-	-	8	12.5
10만명이상 15만명미만	2	10	23	71	106	98.1	4	3	2	-	9	55.6
7만5천명이상 10만명미만	4	14	34	40	92	95.7	8	2	-	-	10	20.0
5만명이상 7만5천명미만	10	53	62	56	181	94.5	9	1	-	-	10	10.0
3만명이상 5만명미만	44	121	45	27	237	81.4	11	-	-	-	11	-
2만명이상 3만명미만	49	66	26	7	148	66.9	10	-	1	-	11	9.1
1만명이상 2만명미만	175	77	21	9	282	37.9	2	1	-	-	3	33.3
1만명미만	375	65	9	3	452	17.0	1	-	-	-	1	-
전 체	660	408	228	366	1,662	60.3	101	11	6	1	119	15.1

* 한국의 인구규모는 통계청(2010)의 2010년 인구주택 총조사 자료에 의함

** 1명 이상 비율 = 상담원을 1명 이상 고용한 기초자치단체 수의 합 / 기초자치단체 전체 수의 합 × 100

*** 1명 이상 비율 = 상담원을 1명 이상 고용한 기초자치단체 수의 합 / 설문 응답 기초자치단체의 수 × 100

자료: 일본의 상담원 현황 자료는 일본 消費者庁(2014)의 자료 참조

소비자상담원 중에서 상근 상담원들의 월 평균 보수액³⁷⁾에 있어서는 110만원 미만인 경우가 가장 높은 비중을 차지하였고(53.3%), 그 뒤를 이어 110~139만원(33.3%), 140~169만원과 170~199만원(각각 6.7%)의 순이며, 200만 원 이상인 곳은 한 군데도 없는 것으로 나타났다.

〈표 4-17〉 상근 상담원들의 월 평균 보수 현황

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
110만원 미만	7	50.0	1	100.0	-	-	8	53.3
110 ~ 139만원	5	35.7	-	-	-	-	5	33.3
140 ~ 169만원	1	7.1	-	-	-	-	1	6.7
170 ~ 199만원	1	7.1	-	-	-	-	1	6.7
200만원 이상	-	-	-	-	-	-	-	-
전체	14	100.0	1	100.0	-	-	15	100.0

4. 소비자행정 예산

2015년 기준으로, 소비자행정 예산³⁸⁾을 두고 있다고 응답한 기초자치단체 65곳의 소비자행정 평균 예산은 1,550만원으로 나타났다³⁹⁾. 이 중 기초자치단체의 자체 예산 평균 금액이 1,507만원이고, 광역자

37) 상근 상담원들의 월 평균 보수액은 상근 상담원의 월 보수총액을 상근 상담원 수로 나눈 값이며, 비상근 상담원은 제외하였다.

38) 여기서의 소비자행정 예산은 소비자업무 담당 부서의 소비자업무 수행과 관련하여 편성된 ‘협의의 소비자행정 예산’을 말한다.

39) 설문에 응답한 119곳 중, 소비자행정 예산 설문 항목에 응답한 기초자치단체는 65곳(54.6%)이며, 이들 자치단체만을 대상으로 소비자행정 예산 현황을 살펴보았다. 만일, 설문에 응답하지 않은 자치단체의 사례까지 모두 포함하여 계산할 경우 소비자행정 평균 예산은 훨씬 더 낮게 나올 가능성이 있다.

치단체의 평균 지원금이 43만원이다⁴⁰). 소비자행정 예산을 두고 있는 기초자치단체의 소비자행정 예산은 최소 52만원에서부터 최대 7,110만원으로 나타났다. 또한, 소비자단체에 대한 기초자치단체의 평균 지원 금액은 1,204만원이며, 소비자행정 예산에서 소비자단체 지원금이 차지하는 비율은 77.6%인 것으로 나타났다⁴¹).

〈표 4-18〉 2015년 기초자치단체 소비자행정 예산 현황

(단위: 개, 만원)

구분	응답 수	총액	최소값	최대값	평균	표준편차
기초자치단체 자체 예산	65	97,948	52	7,110	1,506.9	1,533
광역자치단체 지원금	65(4) ⁴²⁾	2,823	0	909	43.4	152.0
전체 예산(a)	65	100,771	52	7,110	1,550.3	1,550.9
소비자단체 지원금(b)	65(48) ⁴³⁾	78,243	0	5,760	1,203.7	1,367.9
비율(b/a)	-	77.6%	-	-	-	-

* 괄호 안의 숫자는 응답 기초자치단체(65개) 중에서 실제 지원을 하는 자치단체의 수를 의미함

2015년도 기초자치단체 소비자행정 예산을 구간별로 살펴보면, 1,000만원 미만인 곳이 41.5%이고, 2,000만원 미만인 곳이 73.8%에 이르며, 5,000만원 이상인 곳은 4.6%에 불과한 것으로 나타났다.

40) 한편, 2014년 세종특별자치시를 제외한 16개 광역자치단체의 소비자행정 평균 예산은 173백만 원으로 기초자치단체 소비자행정 평균 예산의 약 11배에 이른다(지광석·곽윤영, 2014).

41) 소비자행정 예산이 있는 65개의 기초자치단체 중에서 소비자단체에 예산을 지원하는 기초자치단체는 48곳이다. 만일, 48개 기초자치단체의 소비자행정 예산(92,248만원) 대비 소비자단체 지원금이 차지하는 비율을 계산하면 84.8%이다.

42) 65개 기초자치단체 중에서 광역자치단체로부터 지원을 받는 기초자치단체는 4곳이며, 이들의 평균 지원액은 706만원이다.

43) 65개 기초자치단체 중에서 소비자단체에 지원금을 제공한 기초자치단체는 48곳이며, 이들 48개 자치단체의 평균 지원액은 1,630만원이다.

〈표 4-19〉 2015년 기초자치단체 소비자행정 예산 분포

(단위: 개, %)

구분	응답수	비율
1,000만원 미만	27	41.5
1,000만원 이상 2,000만원 미만	21	32.3
2,000만원 이상 3,000만원 미만	7	10.8
3,000만원 이상 4,000만원 미만	4	6.2
4,000만원 이상 5,000만원 미만	3	4.6
5,000만원 이상	3	4.6
합계	65	100.0

2015년 기초자치단체의 소비자행정 예산 규모를 시·군·구별로 살펴보면, 시의 평균(2,169만원)이 군(794만원)이나 자치구(217만원)에 비해 월등히 높은 것으로 나타났다. 또한, 소비자단체에 대한 평균 지원금에 있어서도 시 1,712만원, 군 596만원이며, 구는 없는 것으로 나타나 차이를 드러냈다.

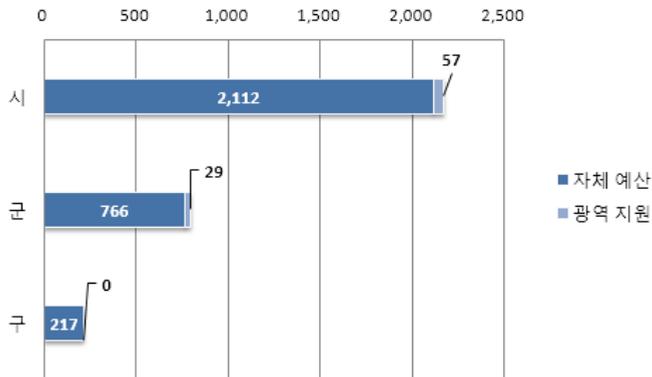
〈표 4-20〉 2015년 시·군·구별 소비자행정 예산의 비교

(단위: 개, 만원)

구분		기관	사례수(N)	평균	표준편차
소비자 행정 예산	기초 지자체 자체예산	시	37	2,112.2	1,740.7
		군	25	765.7	615.9
		구	3	217.3	192.5
	광역 지자체 지원금	시	37	57.0	181.5
		군	25	28.6	106.9
		구	3	-	-
	합계	시	37	2169.2	1,753.7
		군	25	794.3	624.2
		구	3	217.3	192.5
소비자단체 지원(예정) 금액	시	37	1,712.0	1,541.0	
	군	25	596.0	680.9	
	구	3	-	-	

[그림 4-12] 2015년 시·군·구별 소비자행정 예산의 차이

(단위: 만원)



한편, 기초자치단체의 인구규모별로 소비자행정 예산의 규모를 살펴보면, 인구 20만 이상 30만 미만 기초자치단체의 평균 예산 규모가 3,459만원으로 가장 큰 가운데, 대체로 인구 20만 이상 기초자치단체의 소비자행정 예산이 인구 20만 미만 기초자치단체의 소비자행정 예산보다 큰 것으로 나타났다.

〈표 4-21〉 인구규모별 소비자행정 예산의 규모

(단위: 개, 만원)

인구규모	시·군·구 수		평균 예산
	전체	응답	
50만명이상	21	6	2,247.7
40만명이상 50만명미만	17	4	2,524.0
30만명이상 40만명미만	23	2	2,070.0
20만명이상 30만명미만	32	9	3,459.4
10만명이상 20만명미만	33	12	1,354.0
5만명이상 10만명미만	45	15	872.1
5만명미만	55	17	740.3
전체	226	65	1,550.3

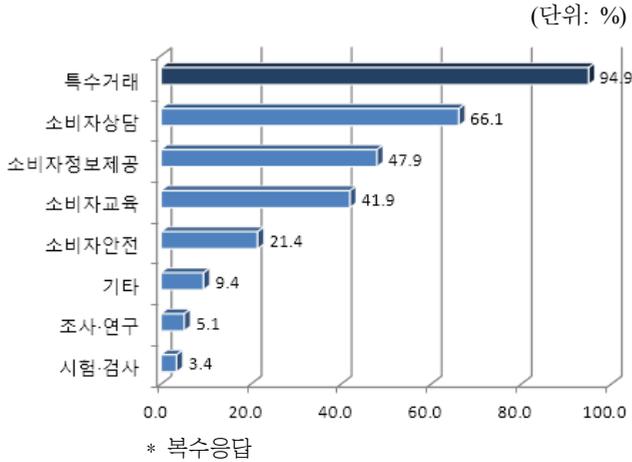
제2절 기초자치단체의 소비자행정 업무 현황

1. 개요

가. 소비자행정 영역별 수행 여부

기초자치단체의 소비자행정 영역별 수행 여부에 있어서 94.9%의 기초자치단체가 특수거래 업무를 수행한다고 응답해 가장 높은 수행 비율을 나타냈고, 그 뒤를 이어 소비자상담(66.1%), 소비자정보제공(47.9%), 소비자교육(41.9%), 소비자안전(21.4%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-13] 소비자행정 영역별 수행 비율(N=117)



시·군·구별로는 시·군·구 모두 특수거래 업무의 수행 비율이 가장 높은 가운데, 소비자정보제공과 소비자교육에 있어서는 시와 군에 비해 자치구의 수행비율이 현저히 낮게 나타났다.

〈표 4-22〉 소비자행정 영역별 수행 현황(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체		
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	순위
유효표본(N)	42	-	37	-	38	-	117	-	-
특수거래 업무	40	95.2	34	91.9	37	97.4	111	94.9	1
소비자정보제공	28	66.7	21	56.8	7	18.4	56	47.9	3
소비자교육	24	57.1	19	51.4	6	15.8	49	41.9	4
소비자상담	34	81.0	23	60.5	21	55.3	78	66.1	2
소비자안전	9	21.4	7	18.9	9	23.7	25	21.4	5
조사·연구	3	7.1	2	5.4	1	2.6	6	5.1	7
시험·검사	1	2.4	1	2.7	2	5.3	4	3.4	8
기타	4	9.5	4	10.8	3	7.9	11	9.4	6

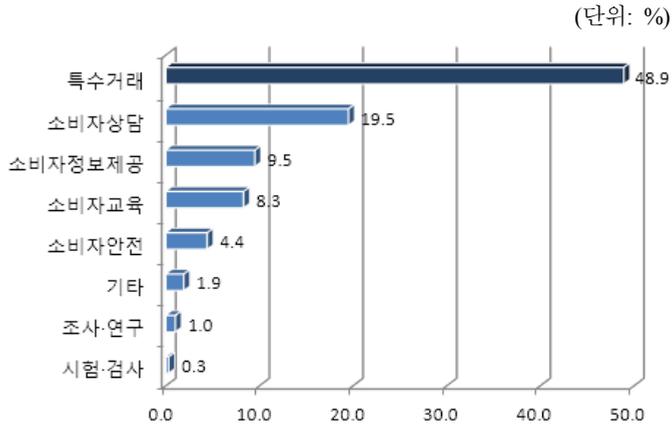
* 복수응답

나. 소비자행정 영역별 업무 비중

기초자치단체의 소비자행정 업무 비중⁴⁴⁾에 있어서는 특수거래 업무가 거의 절반에 가까운 비중을 차지하는 것으로 나타났고(48.9%), 그 뒤를 이어 소비자상담(19.5%), 소비자정보제공(9.5%), 소비자교육(8.3%), 소비자안전(4.4%)의 순으로 나타났다.

44) 지역소비자행정 업무의 비중(%)은 기초자치단체의 소비자행정 업무 담당자가 각각의 업무를 수행하는데 필요한 인력, 예산, 시간, 노력 등을 종합적으로 고려하여 주관적으로 산정한 값을 평균한 것이다.

[그림 4-14] 소비자행정 영역별 업무 비중(N=117)



시·군·구의 소비자행정 영역별 업무 비중을 비교하여 보면, 자치구의 경우 시나 군에 비해서 상대적으로 특수거래의 업무 비중이 높은 반면, 소비자정보제공과 소비자교육의 업무 비중은 매우 낮은 것으로 나타났다. 또, 시는 군이나 자치구에 비해서 소비자상담의 비중이 높게 나타났다.

〈표 4-23〉 소비자행정 영역별 업무 비중(시·군·구별)

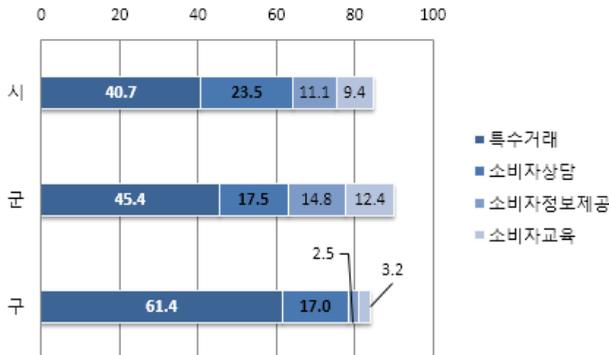
(단위: 개, %)

구분	시	군	구	전체	순위
유효표본(N)	42	37	38	117	-
특수거래 업무	40.7	45.4	61.4	48.9	1
소비자정보제공	11.1	14.8	2.5	9.5	3
소비자교육	9.4	12.4	3.2	8.3	4
소비자상담	23.5	17.5	17.0	19.5	2
소비자안전	5.8	1.9	5.4	4.4	5
조사·연구	2.3	0.5	0.1	1.0	7
시험·검사	0.2	0.0	0.5	0.3	8
기타	2.6	1.1	2.0	1.9	6

기초자치단체의 소비자행정 업무 비중 기준으로, 상위 4개 업무(특수거래, 소비자상담, 소비자정보제공, 소비자교육)의 비중을 시·군·구별로 비교하면 [그림 4-15]와 같다.

[그림 4-15] 주요 업무의 비중 비교(시·군·구별)

(단위: %)



한편, 시·군·구의 소비자행정 영역별 비중에 대해 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시한 결과, 시·군·구 세 집단 간 특수거래, 소비자정보제공, 소비자교육 업무 비중의 평균값은 $p < 0.01$ 에서 통계적으로 유의미한 차이를 나타낸 반면, 다른 업무들에 있어서는 유의미한 차이를 나타내지 않았다.

〈표 4-24〉 시·군·구 간 소비자행정 업무의 비중 차이

(단위: 개, %)

구분	기관	사례수(N)	평균	표준편차	F
특수거래	시	42	40.7	25.8	5.57***
	군	37	45.4	30.8	
	구	38	61.4	29.9	
소비자정보제공	시	42	11.1	11.4	9.49***
	군	37	14.8	17.7	
	구	38	2.5	6.3	
소비자교육	시	42	9.4	11.4	6.03***
	군	37	12.4	15.3	
	구	38	3.2	7.7	

주) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

2. 특수거래 업무

가. 특수거래업 신고 현황

2014년 말 기준으로, 기초자치단체의 평균 특수거래 신고 업체 수는 통신판매업 1,928개, 방문판매업 125개, 전화권유판매업 33개로 나타났다⁴⁵⁾. 시·군·구별로 특수거래 신고 업체 수를 비교하여 보면,

세 가지 특수거래 유형 모두 자치구에 신고 업체 수가 가장 많고, 그 뒤를 이어 시와 군의 순으로 나타났다.

〈표 4-25〉 특수거래 신고 업체 현황

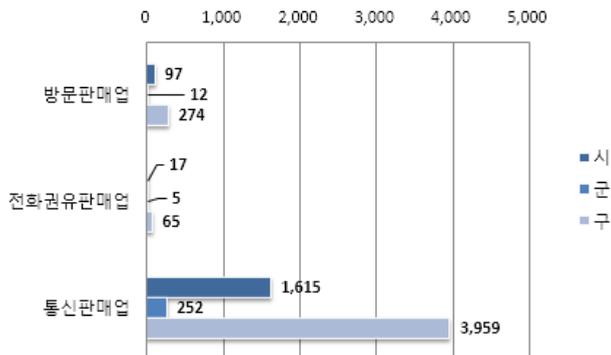
(단위: 개)

유형	시			군			구			전체		
	업체수	평균	유효표본	업체수	평균	유효표본	업체수	평균	유효표본	업체수	평균	유효표본
방문 판매업	4,082	97.2	42	456	12.0	38	10,123	273.6	37	14,662	125.3	117
전화권유 판매업	614	16.6	37	86	4.5	19	2,336	64.9	36	3,036	33.0	92
통신 판매업	67,838	1,615.2	42	9,339	252.4	37	146,468	3,958.6	37	223,645	1,928.0	116

* 2014년 말 기준

[그림 4-16] 평균 특수거래 신고 업체 수의 비교(시·군·구별)

(단위: %)



45) 방문판매법, 전자상거래소비자보호법에 따라 방문판매, 전화권유판매, 통신판매 업체의 신고 수리는 공정위와 기초자치단체의 공동 사무에 해당된다.

특수거래 신고 업체 수의 시·군·구별 차이를 확인하기 위해 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시한 결과, 시·군·구 세 집단 간에 방문판매업, 전화권유판매업, 통신판매업 신고업체 수의 평균값에 있어서 $p < 0.01$ 에서 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다.

〈표 4-26〉 시·군·구 간 신고업체 수 평균값의 차이

(단위: 개)

유형	기관	사례수(N)	평균	표준편차	F
방문판매업	시	42	97.2	116.2	14.17***
	군	38	12.0	15.9	
	구	37	273.6	365.3	
전화권유판매업	시	37	16.6	20.9	9.91***
	군	19	4.5	11.6	
	구	36	64.9	86.2	
통신판매업	시	42	1,615.2	2,373.5	21.25***
	군	37	252.4	167.2	
	구	37	3,958.6	3,577.9	

주) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

나. 특수거래 관련 집행 현황

기초자치단체에 신고된 특수거래 업체 수는 다수이지만, 이들에 대한 집행실적은 미미한 것으로 나타났다. 2014년도에 특수거래 업체를 대상으로 시정권고를 한 기초자치단체 53곳의 시정권고 건수는 469건이고, 과태료 부과를 한 기초자치단체는 9곳(12건), 특수거래 관련 소비자분쟁조정 요청을 한 기초자치단체는 4곳(6건)에 불과한 것으로 나타났다.

〈표 4-27〉 특수거래 관련 집행 현황

(단위: 건, 개)

유형	시		군		구		전체	
	건수	유효표본	건수	유효표본	건수	유효표본	건수	유효표본
시정권고	205	27	31	9	233	17	469	53
과태료 부과	5	4	1	1	6	4	12	9
소비자분쟁 조정 요청	1	1	-	-	5	3	6	4

* 2014년 기준

다음으로, 특수거래 관련 집행 실적을 특수거래 신고 업체 수로 나누어 특수거래 관련 법 집행률을 계산해보니, 시·군·구 전체가 0.202%로 나타났다. 그리고 시·군·구별로는 군 0.320%, 시 0.291%, 자치구 0.154%의 순으로 나타나 특수거래 신고 업체 수가 많을수록 집행률이 낮은 것으로 확인되었다.

〈표 4-28〉 특수거래 관련 법 집행률

(단위: 개, 건, %)

구분	시	군	구	전체
특수거래 신고 업체 수*	72,534	9,881	158,927	241,342
특수거래 관련 집행 실적**	211	32	244	487
특수거래 관련 법 집행률***	0.291	0.320	0.154	0.202

* 특수거래 신고 업체 수(a): 방문판매업, 전화권유판매업, 통신판매업 신고 업체 수의 합계(2014년 기준)

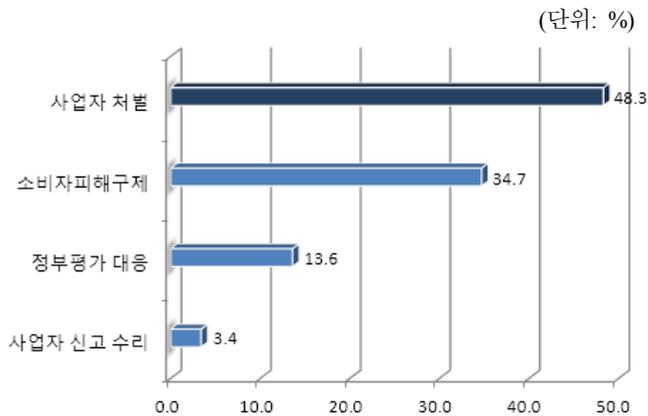
** 특수거래 관련 집행 실적(b): 시정권고, 과태료 부과, 소비자분쟁조정 요청 건수의 합계(2014년 기준)

*** 특수거래 관련 법 집행률: $b/a \times 100$ (2014년 기준)

다. 특수거래 업무 수행 관련 애로사항

특수거래 업무 수행과 관련하여 기초자치단체가 겪는 애로사항으로는 사업자 처벌(시정권고, 과태료 부과 등)의 비중이 가장 높게 나타났다(48.3%), 그 뒤를 이어 특수거래 관련 소비자피해구제(34.7%), 정부평가 대응(13.6%), 사업자 신고 수리(3.4%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-17] 특수거래 업무 수행 관련 애로사항(N=118)



시·군·구별로 시와 군은 사업자 처벌에 가장 어려움을 겪고 있다고 응답한 반면, 자치구는 특수거래 관련 소비자피해구제를 가장 큰 애로사항으로 느끼고 있는 것으로 나타났다⁴⁶⁾.

46) 이는, 자치구가 시나 군에 비해서 상대적으로 특수거래 신고 업체 수가 많다보니 이로 인한 소비자피해구제 신청 건수도 많기 때문인 것으로 판단된다.

〈표 4-29〉 특수거래 업무 수행 관련 애로사항(시·군·구별)

(단위: 개, %)

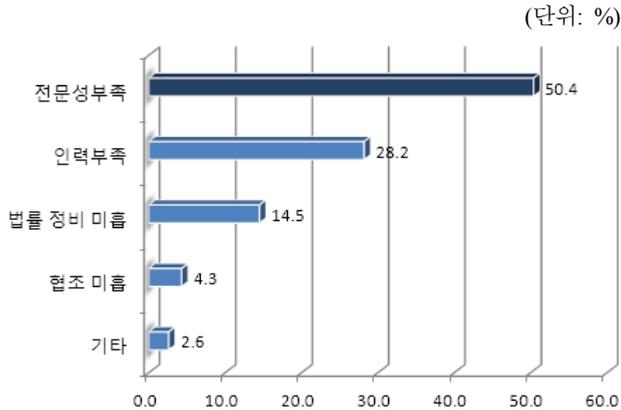
구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
사업자 신고 수리	-	-	4	10.5	-	-	4	3.4
사업자 처벌	25	61.0	16	42.1	16	41.0	57	48.3
특수거래 관련 소비자피해구제*	11	26.8	10	26.3	20	51.3	41	34.7
정부평가 대응(지자체 합동평가)	5	12.2	8	21.1	3	7.7	16	13.6
합계	41	100.0	38	100.0	39	100.0	118	100.0

* 한국소비자원 소비자분쟁조정위원회, 기타 사도나 부처에 설치된 분쟁조정기관에 요청한 경우를 말함

라. 특수거래 업무 수행 관련 장애요인

특수거래 업무 수행과 관련한 장애요인으로는 전문성 부족이 가장 높은 비중을 차지했고(50.4%), 그 뒤를 이어 인력부족(28.2%), 관련 법률 정비 미흡(14.5%), 관련 부처 및 기관의 협조 미흡(4.3%), 기타(2.6%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-18] 특수거래 업무 수행 관련 장애요인(N=117)



특수거래 업무 수행 관련 장애요인으로 시·군·구 모두 ‘전문성 부족’의 비중이 가장 높게 나타난 가운데, 군의 경우 전문성 부족을 가장 큰 장애요인이라고 답한 비중이 시나 자치구보다 10%p 이상 높게 나타났다.

〈표 4-30〉 특수거래 업무 수행 관련 장애요인(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
인력부족	12	29.3	10	27.0	11	28.2	33	28.2
전문성부족	20	48.8	22	59.5	17	43.6	59	50.4
관련 법률 정비 미흡	7	17.1	3	8.1	7	17.9	17	14.5
관련 부처 및 기관의 협조 미흡	-	-	2	5.4	3	7.7	5	4.3
기타	2	4.9	-	-	1	2.6	3	2.6
합계	41	100.0	37	100.0	39	100.0	117	100.0

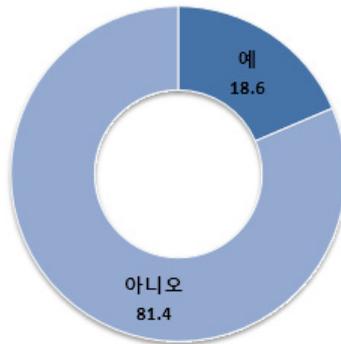
3. 소비자정보제공

가. 자체 소비자정보 제공 현황

공정거래위원회, 한국소비자원 등 타 기관에서 생산된 정보를 2차 전달하는 형태가 아니라, 기관 자체에서 생산 혹은 가공한 ‘자체 소비자정보’를 제공하는 기초자치단체는 18.6%에 불과한 것으로 나타났다.

[그림 4-19] 자체 소비자정보 제공 여부(N=118)

(단위: %)



시·군·구별 자체 소비자정보 제공율에 있어서는 시와 군이 각각 22.0%, 26.3%인 반면, 자치구는 7.7%에 불과한 것으로 나타났다.

〈표 4-31〉 자체 소비자정보 제공 현황(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
제공	9	22.0	10	26.3	3	7.7	22	18.6
미제공	32	78.0	28	73.7	36	92.3	96	81.4
합계	41	100.0	38	100.0	39	100.0	118	100.0

기초자치단체의 인구규모별로 자체 소비자정보 제공율을 살펴보면, 인구 5만 미만 기초자치단체의 자체 소비자정보 제공율이 30.8%로 가장 높고, 인구 규모가 큰 50만 이상, 40만 이상 50만 미만, 30만 이상 40만 미만 기초자치단체의 자체 소비자정보 제공율은 각각 18.2%, 0.0%, 6.3%로 매우 저조한 것으로 나타났다.

〈표 4-32〉 인구규모별 자체 소비자정보 제공율

(단위: 개, %)

인구규모	시군구 수 (전체)	제공		미제공		합계	
		응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
50만 이상	21	2	18.2	9	81.8	11	100.0
40만 이상 50만 미만	17	-	-	12	100.0	12	100.0
30만 이상 40만 미만	23	1	6.3	15	93.8	16	100.0
20만 이상 30만 미만	32	3	17.6	14	82.4	17	100.0
10만 이상 20만 미만	33	5	29.4	12	70.6	17	100.0
5만 이상 10만 미만	45	3	15.8	16	84.2	19	100.0
5만 미만	55	8	30.8	18	69.2	26	100.0
전체	226	22	18.6	96	81.4	118	100.0

자체 소비자정보를 제공한다고 응답한 기초자치단체의 2014년도 자체 소비자정보 제공 건수는 평균 29.1건으로 나타났으며, 시의 평균 제공 건수가 군이나 자치구에 비해 근소하게 많은 것으로 나타났다.

〈표 4-33〉 자체 소비자정보 제공 건수

(단위: 건, 개)

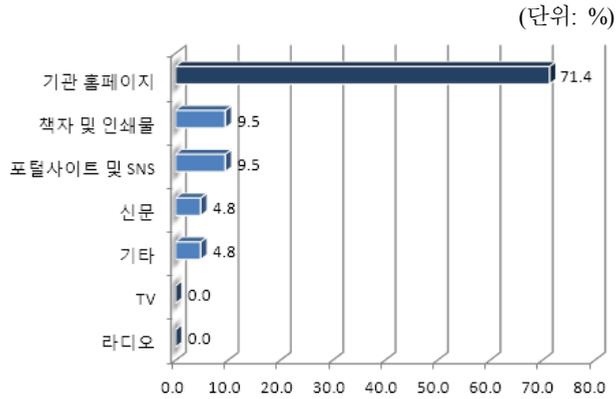
유형	시			군			구			전체		
	건수	평균	유효 표본	건수	평균	유효 표본	건수	평균	유효 표본	건수	평균	유효 표본
자체 소비자 정보 제공	252	31.5	8	242	26.9	9	88	29.3	3	582	29.1	20

* 2014년 기준

나. 소비자정보 제공 매체

기초자치단체가 자체 소비자정보를 제공하는 데 있어서 가장 자주 이용하는 매체는 기관 홈페이지가 압도적으로 높은 비중을 차지했고 (71.4%), 그 뒤를 이어 책자 및 인쇄물과 포털사이트 및 SNS(각각 9.5%), 신문과 기타(각각 4.8%)의 순으로 나타났다.

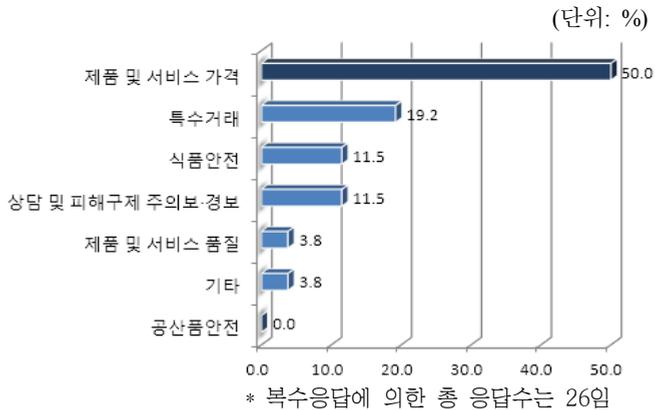
[그림 4-20] 소비자정보제공 이용 매체(N=21)



다. 소비자정보 내용

기초자치단체가 제공하는 소비자정보의 내용에 있어서는 제품과 서비스 가격 관련이 가장 높은 비중을 차지했고(50.0%), 그 뒤를 이어 특수거래(19.2%), 식품안전과 상담 및 피해구제 주의보·경보(각각 11.5%)의 순으로 나타났다.

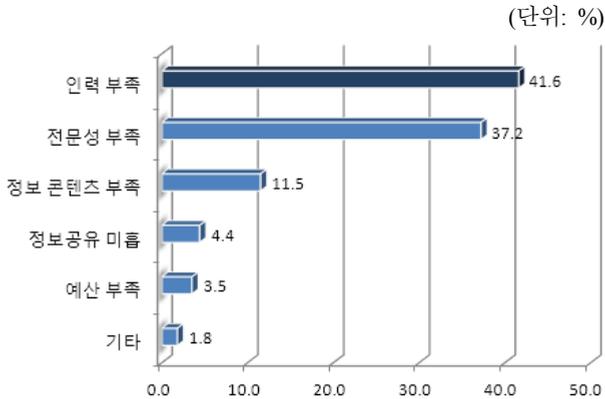
[그림 4-21] 제공된 소비자정보의 내용(N=22)



라. 소비자정보제공 관련 장애요인

기초자치단체의 소비자정보제공과 관련한 장애요인에 있어서는 인력 부족이 가장 높은 비중을 차지했고(41.6%), 그 뒤를 이어 전문성 부족(37.2%), 정보 콘텐츠 부족(11.5%), 정보공유 미흡(4.4%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-22] 소비자정보제공 관련 장애요인(N=113)



시·군·구별로 군과 자치구는 인력 부족이 가장 높은 비중을 차지한 반면, 시는 전문성 부족이 가장 높은 비중을 차지하여 차이를 드러냈다.

〈표 4-34〉 소비자정보제공 관련 장애요인(시·군·구별)

(단위: 개, %)

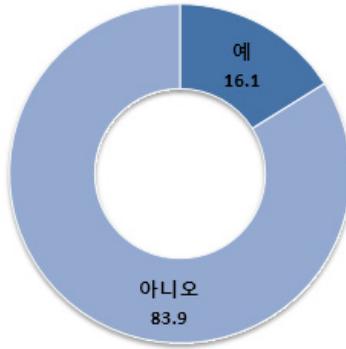
구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
인력 부족	14	34.1	14	40.0	19	51.4	47	41.6
전문성 부족	21	51.2	11	31.4	10	27.0	42	37.2
예산 부족	1	2.4	2	5.7	1	2.7	4	3.5
정보 콘텐츠 부족	3	7.3	4	11.4	6	16.2	13	11.5
정보공유 미흡	1	2.4	3	8.6	1	2.7	5	4.4
기타	1	2.4	1	2.9	-	-	2	1.8
전체	41	100.0	35	100.0	37	100.0	113	100.0

4. 소비자교육

가. 자체 소비자교육 실시 현황

공정거래위원회, 한국소비자원, 광역자치단체에서 실시하는 소비자 교육에 참가하는 경우가 아니라, 기관 자체에서 소비자 등을 대상으로 하는 교육인 ‘자체 소비자교육’을 실시하는 기초자치단체는 16.1%에 불과한 것으로 나타났다.

[그림 4-23] 자체 소비자교육 실시 여부(N=118)
(단위: %)



시·군·구별로 시는 자체 소비자교육 실시율이 31.7%인데 반해, 군과 자치구는 각각 7.9%, 7.7%에 불과한 것으로 나타났다.

<표 4-35> 자체 소비자교육 실시 현황(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
실시	13	31.7	3	7.9	3	7.7	19	16.1
미실시	28	68.3	35	92.1	36	92.3	99	83.9
합계	41	100.0	38	100.0	39	100.0	118	100.0

기초자치단체의 자체 소비자교육 실시율을 인구규모별로 살펴보면, 인구 10만 이상 20만 미만 기초자치단체의 자체 소비자교육 실시율이 29.4%로 가장 높은 가운데, 인구 30만 이상의 기초자치단체는 자체 소비자교육 실시율이 20%에도 미치지 못하는 것으로 나타났다.

〈표 4-36〉 인구규모별 자체 소비자교육 실시율

(단위: 개, %)

인구규모	시군구 수 (전체)	실시		미실시		합계	
		응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
50만 이상	21	2	18.2	9	81.8	11	100.0
40만 이상 50만 미만	17	2	16.7	10	83.3	12	100.0
30만 이상 40만 미만	23	1	6.3	15	93.8	16	100.0
20만 이상 30만 미만	32	4	25.0	12	75.0	16	100.0
10만 이상 20만 미만	33	5	29.4	12	70.6	17	100.0
5만 이상 10만 미만	45	2	10.0	18	90.0	20	100.0
5만 미만	55	3	11.5	23	88.5	26	100.0
전 체	226	19	16.1	99	83.9	118	100.0

자체 소비자교육을 실시하는 기초자치단체 중에서 소비자교육 관련 예산을 별도로 편성하고 있는 기관의 비율은 63.2%로 나타났다.

〈표 4-37〉 자체 소비자교육 예산 편성율

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
편성	9	69.2	2	66.7	1	33.3	12	63.2
미편성	4	30.8	1	33.3	2	66.7	7	36.8
합계	13	100.0	3	100.0	3	100.0	19	100.0

자체 소비자교육을 실시한다고 응답한 기초자치단체의 2014년도 자체 소비자교육 실시 횟수는 평균 16.7회로 나타났으며, 시·군·구 별로 시가 군이나 자치구에 비하여 평균적으로 자체 소비자교육을 더 많이 실시하는 것으로 나타났다.

〈표 4-38〉 자체 소비자교육 실시 횟수

(단위: 회, 개)

유형	시			군			구			전체		
	횟수	평균	유효 표본	횟수	평균	유효 표본	횟수	평균	유효 표본	횟수	평균	유효 표본
자체 소비자 교육 실시	270	22.5	12	4	2.0	2	10	3.3	3	284	16.7	17

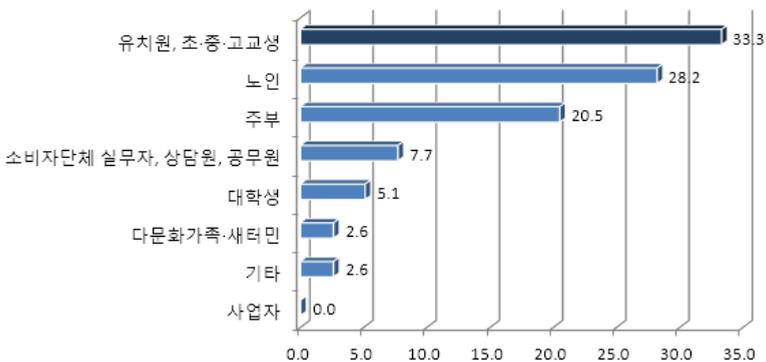
* 2014년 기준

나. 소비자교육의 대상

2014년도에 기초자치단체가 실시한 자체 소비자교육의 대상에 있어서는 유치원, 초·중·고교생이 가장 높은 비중을 차지했고(33.3%), 그 뒤를 이어 노인(28.2%), 주부(20.5%), 소비자단체 실무자, 상담원, 공무원(7.7%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-24] 자체 소비자교육의 대상(N=18)

(단위: %)

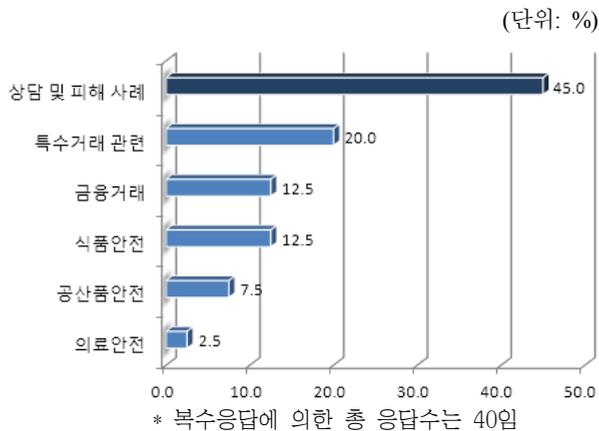


* 복수응답에 의한 총 응답수는 39임

다. 소비자교육의 내용

2014년도에 기초자치단체가 실시한 자체 소비자교육의 내용에 있어서는 상담 및 피해 사례가 가장 높은 비중을 차지했고(45.0%), 그 뒤를 이어 특수거래 관련(20.0%), 금융거래와 식품안전(각각 12.5%), 공산품 안전(7.5%)의 순으로 나타났다.

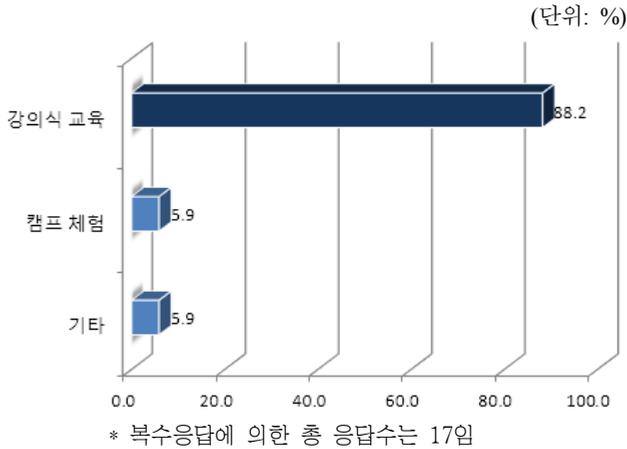
[그림 4-25] 자체 소비자교육의 내용(N=18)



라. 소비자교육의 방식

기초자치단체의 소비자교육 방식에 있어서는 강의식 교육이 압도적으로 높은 비중(88.2%)을 차지해, 다양한 방식을 통한 교육이 이루어지고 있지 못한 것으로 나타났다.

[그림 4-26] 소비자교육의 방식(N=16)

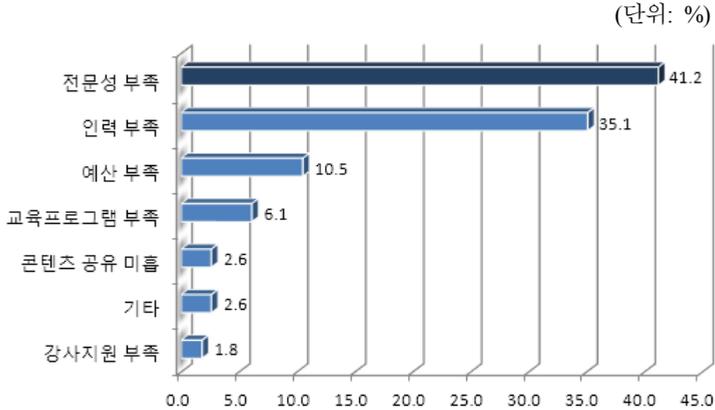


그밖에, 기초자치단체가 2014년도에 자체 교육프로그램을 개발하거나 지역 교육강사를 양성한 실적은 없는 것으로 나타났다.

마. 소비자교육 실시 관련 장애요인

기초자치단체의 소비자교육 실시와 관련한 장애요인에 있어서는 전문성 부족이 가장 높은 비중을 차지했고(41.2%), 그 뒤를 이어 인력 부족(35.1%), 예산 부족(10.5%), 교육프로그램 부족(6.1%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-27] 소비자교육 실시 관련 장애요인(N=114)



시·군·구별로 시는 전문성 부족(52.5%)이 가장 높은 비중을 차지한데 반해, 군은 인력 부족과 전문성 부족(각각 38.9%)이 동일한 비중을 차지하였고 자치구는 인력 부족(42.1%)이 가장 높은 비중을 차지한 것으로 나타났다.

〈표 4-39〉 소비자교육 실시 관련 장애요인

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
인력 부족	10	25.0	14	38.9	16	42.1	40	35.1
전문성 부족	21	52.5	14	38.9	12	31.6	47	41.2
예산 부족	4	10.0	5	13.9	3	7.9	12	10.5
교육프로그램 부족	4	10.0	2	5.6	1	2.6	7	6.1
콘텐츠 공유 미흡	-	-	-	-	3	7.9	3	2.6
강사지원 부족	1	2.5	1	2.8	-	-	2	1.8
기타	-	-	-	-	3	7.9	3	2.6
전체	40	100.0	36	100.0	38	100.0	114	100.0

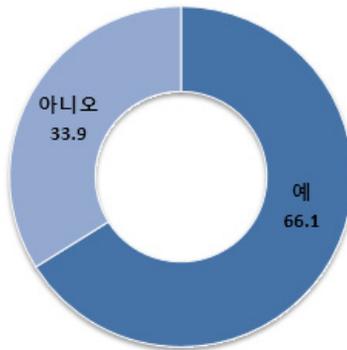
5. 소비자상담

가. 소비자상담 실시 현황

소비자상담을 실시하고 있는 기초자치단체는 66.1%로, 소비자정보 제공이나 소비자교육의 수행율(각각 47.9%, 41.9%)보다는 높게 나타났다.

[그림 4-28] 소비자상담 실시 여부(N=118)

(단위: %)



시·군·구별로는 시의 소비자상담 실시율(81.0%)이 군이나 자치구(각각 60.5%, 55.3%)보다 높게 나타났다.

〈표 4-40〉 소비자상담 실시 현황(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
실시	34	81.0	23	60.5	21	55.3	78	66.1
미실시	8	19.0	15	39.5	17	44.7	40	33.9
합계	42	100.0	38	100.0	38	100.0	118	100.0

인구규모별로 소비자상담 실시율을 살펴보면, 인구 50만 이상 기초자치단체의 소비자상담 실시율이 90.9%로 가장 높고, 그 다음으로 인구 10만 이상 20만 미만이 81.3%를 차지하였다.

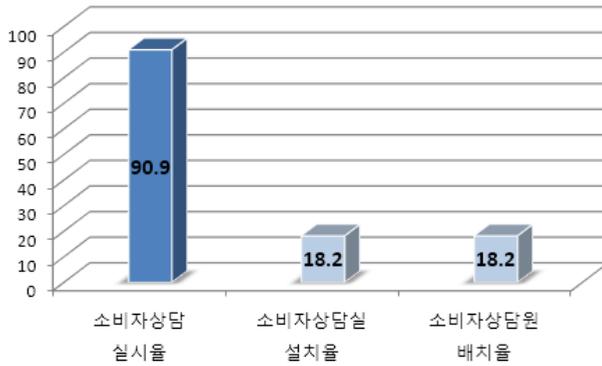
〈표 4-41〉 인구규모별 소비자상담 실시율

(단위: 개, %)

인구규모	시군구 수 (전체)	실시		미실시		합계	
		응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
50만 이상	21	10	90.9	1	9.1	11	100.0
40만 이상 50만 미만	17	7	58.3	5	41.7	12	100.0
30만 이상 40만 미만	23	9	56.3	7	43.8	16	100.0
20만 이상 30만 미만	32	10	58.8	7	41.2	17	100.0
10만 이상 20만 미만	33	13	81.3	3	18.8	16	100.0
5만 이상 10만 미만	45	12	60.0	8	40.0	20	100.0
5만 미만	55	17	65.4	9	34.6	26	100.0
전체	226	78	66.1	40	33.9	118	100.0

특히, 인구 50만 이상 기초자치단체의 경우 소비자상담 실시율은 90.9%인데 반해, 소비자상담실 설치율과 소비자상담원 배치율은 각각 18.2%에 그쳐 전문적 상담이 이루어지고 있지 않은 것으로 분석되었다.

[그림 4-29] 인구 50만 이상 기초자치단체의 소비자상담 여건과 현황(N=11)
(단위: %)



2014년도 기초자치단체의 소비자상담 건수에 있어서는 69개 기초자치단체가 총 106,962건의 소비자상담을 실시하여 평균 1,550.2건을 실시한 것으로 나타났다. 시·군·구별로 시는 평균 2,774.7건, 군은 평균 732.2건, 자치구는 평균 87.3건을 실시한 것으로 나타나 차이를 드러냈다⁴⁷⁾.

<표 4-42> 2014년도 소비자상담 실시 건수

(단위: 건, 개)

유형	시			군			구			전체		
	건수	평균	유효 표본	건수	평균	유효 표본	건수	평균	유효 표본	건수	평균	유효 표본
소비자 상담 건수	91,565	2,774.7	33	13,912	732.2	19	1,485	87.3	17	106,962	1,550.2	69

47) 2013년도 기준, 세종특별자치시를 제외한 16개 광역자치단체의 평균 소비자상담 건수는 2,930.8건이다(지광석·곽윤영, 2014).

시·군·구 세 집단 간 평균 소비자상담 실시 건수를 비교하기 위해 일원배치 분산분석(ANOVA)을 실시한 결과, $p < 0.05$ 에서 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다.

〈표 4-43〉 2014년도 평균 소비자상담 건수의 시·군·구간 차이

(단위: 개, 건)

유형	기관	사례수(N)	평균	표준편차	F
소비자상담 건수	시	33	2,774.7	4,895.9	4.18**
	군	19	732.2	779.1	
	구	17	87.3	131.4	

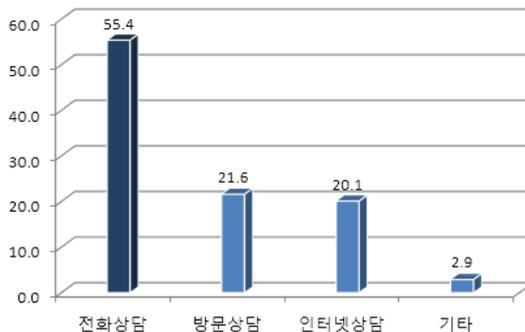
주) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

나. 소비자상담의 방식

소비자상담의 방식에 있어서는 전화상담이 가장 높은 비중을 차지했고(55.4%), 그 뒤를 이어 방문상담(21.6%), 인터넷상담(20.1%), 기타(2.9%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-30] 소비자상담의 방식(N=78)

(단위: %)



* 복수응답에 의한 총 응답수는 139임

시·군·구별로는 시·군·구 모두 전화상담의 비중이 가장 높았으나, 군의 경우 특히 전화상담의 비중이 매우 높게 나타났다.

〈표 4-44〉 소비자상담의 방식(시·군·구별, N=78)

(단위: 개, %)

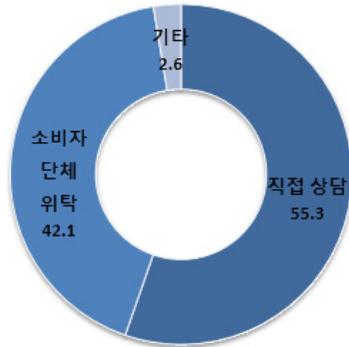
구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
방문상담	14	23.3	6	19.4	10	20.8	30	21.6
전화상담	34	56.7	22	71.0	21	43.8	77	55.4
인터넷상담	12	20.0	3	9.7	13	27.1	28	20.1
기타	-	-	-	-	4	8.3	4	2.9
전체	60	100.0	31	100.0	48	100.0	139	100.0

* 복수응답에 의한 총 응답수는 139임

전화상담의 경우 기초자치단체의 직접 상담 방식(55.3%)이 소비자단체 위탁 방식⁴⁸⁾(42.1%)보다 높은 비중을 차지하였다.

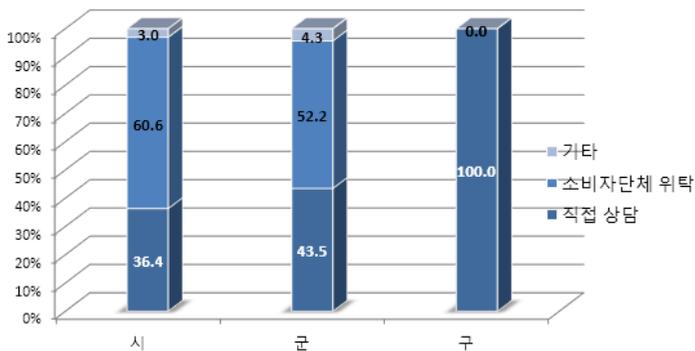
48) 소비자단체 위탁방식이란 1372 회선을 받아 소비자상담을 하는 소비자단체에 기초자치단체가 운영비 등 일부 보조금을 지급하여 상담을 대행하게 하는 방식을 말한다. 예를 들어, 충청북도 제천시의 경우 한국여성소비자연합에 사무실 운영비, 상담 인건비 등 보조금을 지급함으로써 소비자상담을 위탁하고 있다.

[그림 4-31] 전화상담의 운영 방식(N=76)
(단위: %)



하지만, 시·군·구별로 보면 시와 군은 기초자치단체의 직접 상담보다 소비자단체 위탁의 비중이 높은 반면, 자치구의 경우는 응답 기관 전체가 직접 상담을 하는 것으로 나타났다.

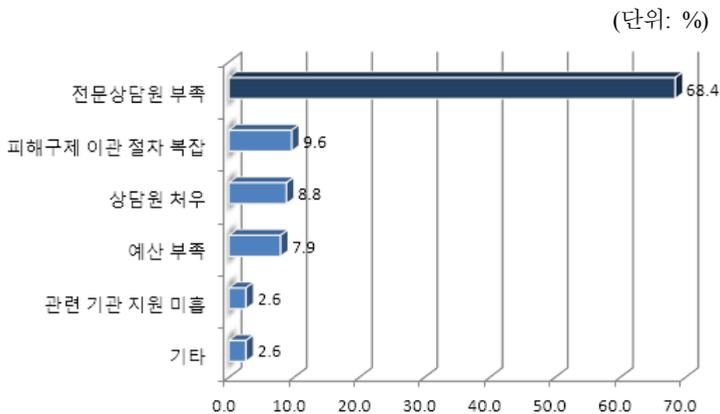
[그림 4-32] 전화상담의 운영 방식(시·군·구별, N=76)
(단위: %)



다. 소비자상담 업무 관련 장애요인

소비자상담 업무와 관련한 장애요인에 있어서는 전문상담원 부족이 가장 높은 비중을 차지했고(68.4%), 그 뒤를 이어 피해구제 이관 절차⁴⁹⁾ 복잡(9.6%), 상담원 처우(8.8%), 예산 부족(7.9%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-33] 소비자상담 업무의 장애요인(N=114)



시·군·구별로는 시·군·구 모두 전문상담원 부족이 가장 높은 비중을 차지한 가운데, 그 밖에 주요 장애요인으로 시와 군은 상담원 처우, 그리고 자치구는 피해구제 이관절차 복잡 문제를 지적하였다.

49) 소비자들이 지방자치단체에서 소비자상담을 받은 후에, 해당 지자체를 통해 바로 피해처리를 받거나 여기서 해결되지 않는 경우 한국소비자원의 피해구제, 그리고 소비자분쟁조정위원회의 분쟁조정 절차를 밟게 된다(지광석·하현상, 2015).

〈표 4-45〉 소비자상담 업무의 장애요인(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
전문상담원 부족	26	61.9	27	75.0	25	69.4	78	68.4
예산 부족	6	14.3	2	5.6	1	2.8	9	7.9
상담원 처우	7	16.7	3	8.3	-	-	10	8.8
관련 기관 지원 미흡	1	2.4	1	2.8	1	2.8	3	2.6
피해구제 이관 절차 복잡	2	4.8	2	5.6	7	19.4	11	9.6
기타	-	-	1	2.8	2	5.6	3	2.6
전체	42	100.0	36	100.0	36	100.0	114	100.0

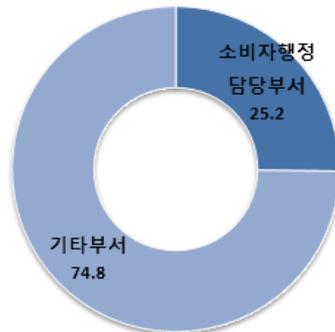
6. 소비자안전

가. 소비자안전 업무 수행부서

기초자치단체는 소비자안전 업무를 소비자행정 담당부서에서 수행하는 경우(25.2%)보다, 기타 부서에서 수행하는 경우(74.8%)가 압도적으로 높게 나타났다.

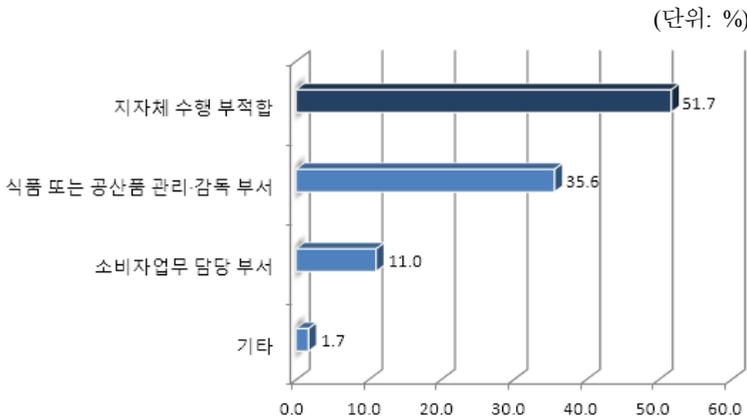
[그림 4-34] 소비자안전 업무 수행부서(N=119)

(단위: %)



한편, 소비자안전 업무를 수행하기에 적합하다고 생각하는 부서에 있어서는 지방자치단체에서 수행하는 것이 부적합하다는 의견이 가장 높은 비중을 차지했고(51.7%), 그 뒤를 이어 식품 또는 공산품 관리·감독 부서(35.6%), 소비자업무 담당부서(11.0%), 기타(1.7%)의 순으로 나타났다. 이를 통해, 기초자치단체는 소비자안전 업무를 지방자치단체의 사무로 보기 보다는 국가사무로 보는 경향이 강함을 알 수 있다.

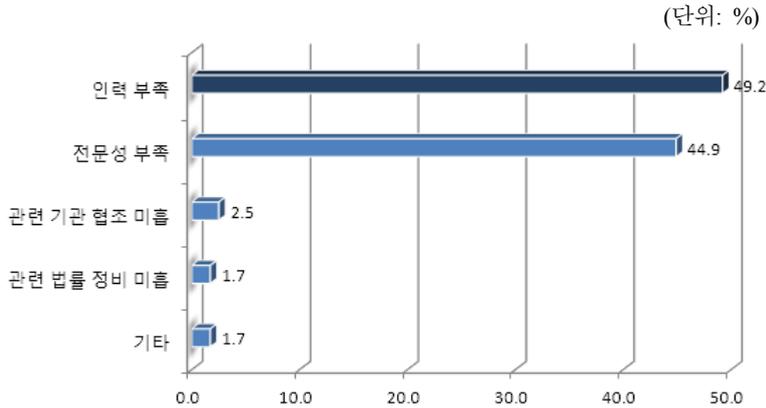
[그림 4-35] 소비자안전 업무를 수행하기에 적합하다고 생각하는 부서(N=118)



나. 소비자안전 업무 관련 장애요인

소비자안전 업무의 수행과 관련한 장애요인에 있어서는 인력 부족이 가장 높은 비중을 차지했고(49.2%), 그 뒤를 이어 전문성 부족(44.9%), 관련 기관 협조 미흡(2.5%), 관련 법률 정비 미흡과 기타(각각 1.7%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-36] 소비자안전 업무의 장애요인(N=118)



시·군·구별로는 시의 경우 전문성 부족의 비중(54.8%)이 가장 높았고, 군은 인력 부족의 비중(59.5%)이 가장 높았으며, 자치구는 인력 부족과 전문성 부족의 비중(각각 43.6%)이 동일하게 나타났다.

〈표 4-46〉 소비자안전 업무의 장애요인(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
인력 부족	19	45.2	22	59.5	17	43.6	58	49.2
전문성 부족	23	54.8	13	35.1	17	43.6	53	44.9
관련 법률 정비 미흡	-	-	-	-	2	5.1	2	1.7
관련 기관 협조 미흡	-	-	2	5.4	1	2.6	3	2.5
기타	-	-	-	-	2	5.1	2	1.7
전체	42	100.0	37	100.0	39	100.0	118	100.0

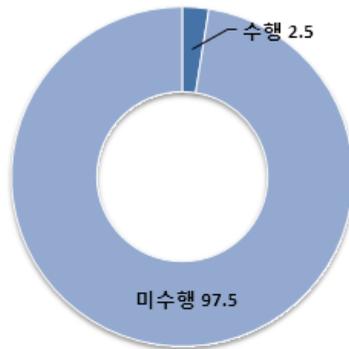
7. 조사·연구, 시험·검사

가. 조사·연구 수행 현황

2014년도에 소비자권익증진 관련 조사·연구를 수행한 적이 있는 기초자치단체는 2.5%(3건)에 불과한 것으로 나타났다. 그리고 조사·연구의 수행방식에 있어서 2건은 공동수행(66.7%), 1건은 자체수행(33.3%)을 통해 이루어진 것으로 나타났다.

[그림 4-37] 소비자권익증진 관련 조사·연구의 수행여부(N=118)

(단위: %)

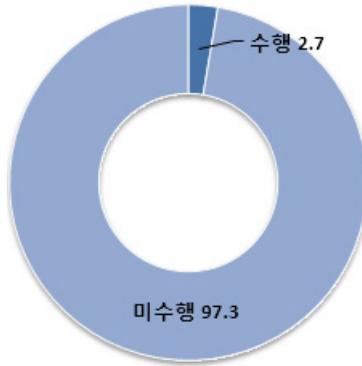


나. 시험·검사 수행 현황

2014년도에 소비자권익증진 관련 시험·검사를 수행한 적이 있는 기초자치단체는 2.7%(3건)에 불과한 것으로 나타났다. 그리고 시험·검사의 수행방식에 있어서 2건은 자체수행(66.7%), 1건은 공동수행(33.3%)을 통해 이루어진 것으로 나타났다.

[그림 4-38] 소비자권익증진 관련 시험·검사의 수행여부(N=113)

(단위: %)



제3절 기초자치단체의 소비자행정 네트워크 현황

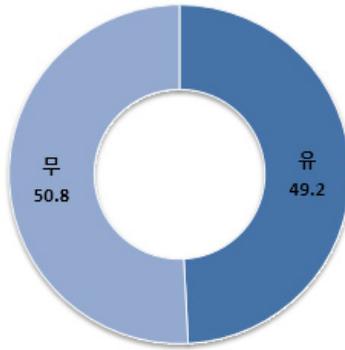
1. 관할 광역자치단체의 지원·협조 현황

가. 관할 광역자치단체의 지원·협조 여부

2014년도에 소비자행정 업무와 관련하여 관할 광역자치단체로부터 지원 혹은 협조를 받은 적이 있는 기초자치단체는 49.2%로 절반에 조금 미치지 못하는 수준이었다.

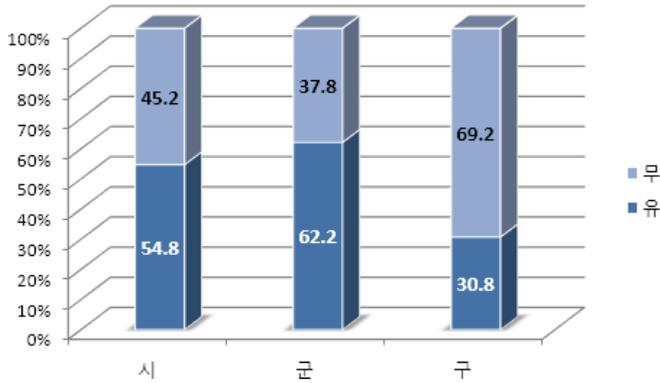
[그림 4-39] 2014년도 관할 광역자치단체의 지원·협조 여부(N=118)

(단위: %)



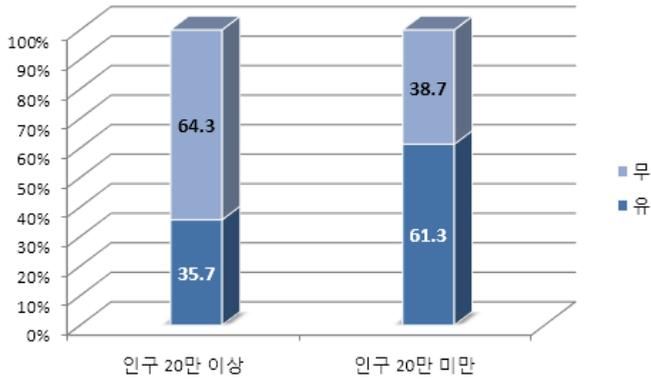
시·군·구별로 시와 군은 관할 광역자치단체의 지원 혹은 협조를 받은 비율이 더 높았으나, 자치구의 경우에는 지원 혹은 협조를 받지 못한 자치단체가 더 많은 것으로 나타났다.

[그림 4-40] 2014년도 관할 광역자치단체의 지원·협조 현황(시·군·구별, N=118)
(단위: %)



관할 광역자치단체로부터 지원 혹은 협조를 받은 기초자치단체의 비율을 인구규모별로 살펴보면, 인구 20만 이상 기초자치단체가 지원 혹은 협조를 받은 비율이 35.7%인 반면, 인구 20만 미만의 기초자치단체는 61.3%인 것으로 나타나 인구규모가 작은 기초자치단체가 관할 광역자치단체로부터 더 많은 지원과 협조를 받은 것으로 분석되었다.

[그림 4-41] 관할 광역자치단체의 지원·협조 현황(인구 20만 이상 vs. 20만 미만, N=118)
(단위: %)



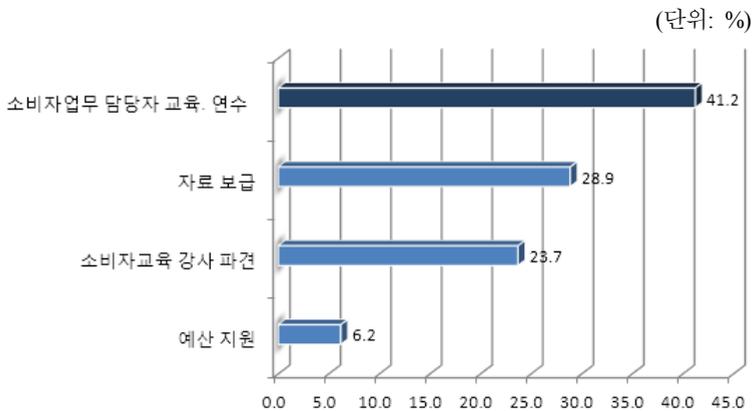
<표 4-47> 2014년도 관할 광역자치단체의 지원·협조 현황(인구규모별)
(단위: 개, %)

인구규모	시군구 수 (전체)	유		무		합계	
		응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
50만 이상	21	4	36.4	7	63.6	11	100.0
40만 이상 50만 미만	17	4	33.3	8	66.7	12	100.0
30만 이상 40만 미만	23	6	37.5	10	62.5	16	100.0
20만 이상 30만 미만	32	6	35.3	11	64.7	17	100.0
10만 이상 20만 미만	33	10	58.8	7	41.2	17	100.0
5만 이상 10만 미만	45	13	65.0	7	35.0	20	100.0
5만 미만	55	15	60.0	10	40.0	25	100.0
전체	226	58	49.2	60	50.8	118	100.0

나. 관할 광역자치단체의 지원·협조 내용

기초자치단체의 소비자행정 업무와 관련하여 관할 광역자치단체가 지원 혹은 협조한 내용에 있어서는 소비자업무 담당자 교육·연수(41.2%)의 비중이 가장 높았고, 그 뒤를 이어 자료 보급(28.9%), 소비자교육 강사 파견(23.7%), 예산 지원(6.2%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-42] 2014년도 관할 광역자치단체의 지원·협조 내용(N=58)



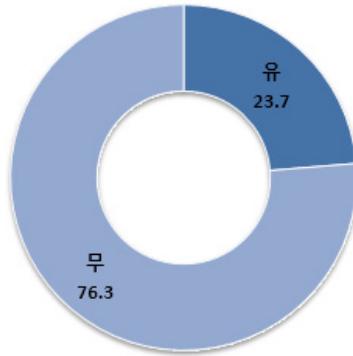
* 복수응답에 의한 총 응답수는 97임

2. 그 밖의 소비자행정 유관기관과의 협력·교류 현황

가. 소비자행정 유관기관과의 협력·교류 현황

2014년도에 소비자행정 업무와 관련하여 관할 광역자치단체를 제외하고 타 기관과 협력 및 교류를 실시한 적이 있는 기초자치단체는 23.7%에 불과한 것으로 나타났다.

[그림 4-43] 2014년도 타 기관과의 협력·교류 여부(N=118)
(단위: %)



시·군·구별로 시와 자치구가 군에 비해 타 기관과 협력 및 교류를 한 비율이 더 높게 나타났다.

<표 4-48> 2014년도 타 기관과의 협력·교류 여부(시·군·구별)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
유	11	26.2	6	16.2	11	28.2	28	23.7
무	31	73.8	31	83.8	28	71.8	90	76.3
전체	42	100.0	37	100.0	39	100.0	118	100.0

기초자치단체가 타 기관과 협력 혹은 교류한 비율을 인구규모별로 살펴보면, 인구 50만 이상 기초자치단체가 타 기관과 협력·교류한 비율이 54.5%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 인구 30만 이상 40만 미만의 기초자치단체가 37.5%였다.

〈표 4-49〉 2014년도 인구규모별 타 기관과의 협력·교류 현황

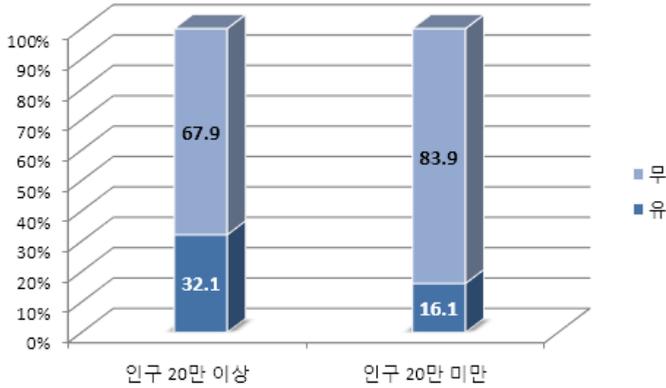
(단위: 개, %)

인구규모	시군구 수 (전체)	유		무		합계	
		응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
50만 이상	21	6	54.5	5	45.5	11	100.0
40만 이상 50만 미만	17	2	16.7	10	83.3	12	100.0
30만 이상 40만 미만	23	6	37.5	10	62.5	16	100.0
20만 이상 30만 미만	32	4	23.5	13	76.5	17	100.0
10만 이상 20만 미만	33	4	23.5	13	76.5	17	100.0
5만 이상 10만 미만	45	2	10.0	18	90.0	20	100.0
5만 미만	55	4	16.0	21	84.0	25	100.0
전 체	226	28	23.7	90	76.3	118	100.0

이를 인구 20만 이상과 20만 미만의 기초자치단체로 구분하여 살펴보면, 인구 20만 이상 기초자치단체가 타 기관과 협력·교류한 비율(32.1%)이 20만 미만 기초자치단체의 협력·교류 비율(16.1%)보다 더 높게 나타났다⁵⁰⁾.

50) 이와는 달리, 관할 광역자치단체의 지원·협조 비율은 인구 20만 미만의 기초자치단체(61.3%)가 인구 20만 이상의 기초자치단체(35.7%)보다 더 높게 나타났다.

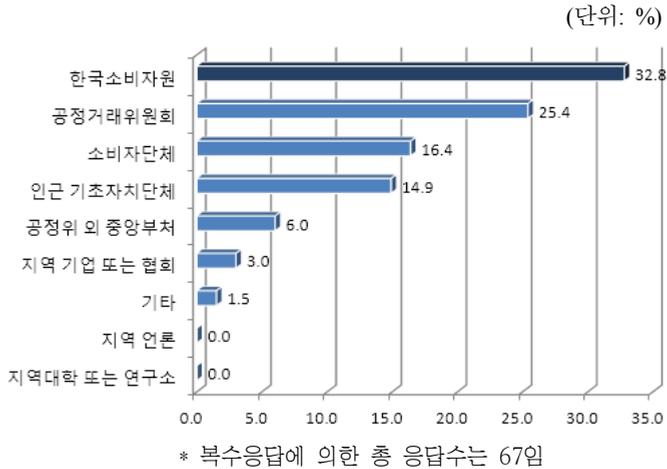
[그림 4-44] 타 기관과의 협력·교류 현황(인구 20만 이상 vs. 20만 미만, N=118)
(단위: %)



나. 협력 및 교류의 대상

2014년도에 관할 광역자치단체를 제외하고 협력 및 교류를 한 대상에 있어서는 한국소비자원이 가장 높은 비중을 차지했고(32.8%), 그 뒤를 이어 공정거래위원회(25.4%), 소비자단체(16.4%), 인근 기초자치단체(14.9%)의 순으로 나타났다. 반면, 지역 언론이나 지역 대학 및 연구소와는 협력 및 교류를 실시한 적이 없는 것으로 나타났다.

[그림 4-45] 2014년도 협력 및 교류의 대상(N=28)

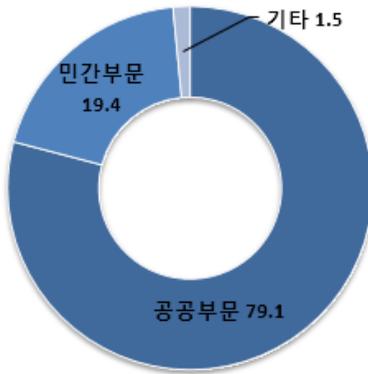


위의 협력 및 교류의 대상을 공공부문과 민간부문으로 구분하여 보면, 공공부문과의 협력 및 교류 비율이 79.1%인데 반해, 민간부문과의 협력 비율은 19.4%에 불과하여 공공부문에의 편중 현상이 두드러진 것으로 나타났다⁵¹⁾.

51) 여기에 광역자치단체와의 협력 및 교류를 합하면 공공부문과의 협력 및 교류 비율은 더 높아질 것이다. 한편, 광역자치단체의 소비자행정 협력 현황을 보면, 2011년부터 2013년까지 3개년 동안 민간부문과의 협력이 64.2%(335건), 공공부문과의 협력이 28.5%(149건)로 나타나 기초자치단체에 비해 민간과의 협력적 거버넌스가 활발한 것으로 나타났다(지광석·곽윤영, 2014).

[그림 4-46] 협력 및 교류 기관의 비중(공공부문 vs. 민간부문, N=28)

(단위: %)

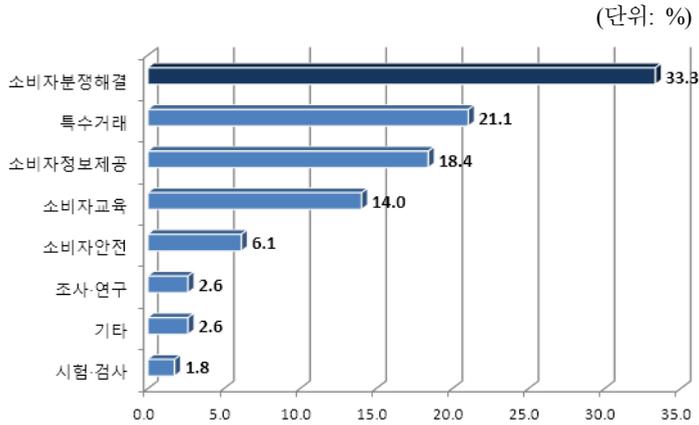


* 복수응답에 의한 총 응답수는 67임

다. 협력 및 교류 업무

기초자치단체가 소비자행정 유관기관과 협력 및 교류를 한 업무 중에는 소비자분쟁해결(33.3%)이 가장 높은 비중을 차지했고, 그 뒤를 이어 특수거래 업무(21.1%), 소비자정보제공(18.4%), 소비자교육(14.0%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-47] 2014년도 협력 및 교류 업무(N=28)



* 복수응답에 의한 총 응답수는 114임

한편, 기초자치단체는 특정 기관과 특정 업무에 대해 협력 및 교류를 더 많이 한 것으로 나타났는데, 예컨대 공정거래위원회와는 특수거래(35.5%), 한국소비자원과는 소비자분쟁해결(44.1%), 소비자단체와는 소비자교육 및 소비자분쟁해결(각각 28.6%)과 관련하여 가장 많은 협력·교류를 한 것으로 나타났다.

〈표 4-50〉 2014년도 기관별 협력 및 교류 업무의 현황

(단위: 건, %)

협력 및 교류 기관	협력 및 교류 업무								계	유효 표본
	특수 거래	소비자 정보 제공	소비자 교육	소비자 분쟁 해결	소비자 안전	조사·연구	시험·검사	기타		
공정거래 위원회	11 (35.5)	5 (16.1)	3 (9.7)	8 (25.8)	2 (6.5)	- (-)	1 (3.2)	1 (3.2)	31 (100.0)	16
한국 소비자원	4 (11.8)	7 (20.6)	4 (11.8)	15 (44.1)	1 (2.9)	2 (5.9)	- (-)	1 (2.9)	34 (100.0)	21
소비자 단체	2 (9.5)	5 (23.8)	6 (28.6)	6 (28.6)	1 (4.8)	- (-)	- (-)	1 (4.8)	21 (100.0)	10
공정위 외 중앙부처	3 (27.3)	2 (18.2)	1 (9.1)	2 (18.2)	1 (9.1)	1 (9.1)	1 (9.1)	- (-)	11 (100.0)	4
인근 기초 자치단체	4 (28.6)	2 (14.3)	2 (14.3)	6 (42.9)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	14 (100.0)	9
지역대학 또는 연구소	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	-
지역 기업 또는 협회	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	2 (100.0)	- (-)	- (-)	- (-)	2 (100.0)	2
지역 언론	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	-
기타	- (-)	- (-)	- (-)	1 (100.0)	- (-)	- (-)	- (-)	- (-)	1 (100.0)	1
합계	24 (21.1)	21 (18.4)	16 (14.0)	38 (33.3)	7 (6.1)	3 (2.6)	2 (1.8)	3 (2.6)	114 (100.0)	28

* 각 기관에 대해 복수응답

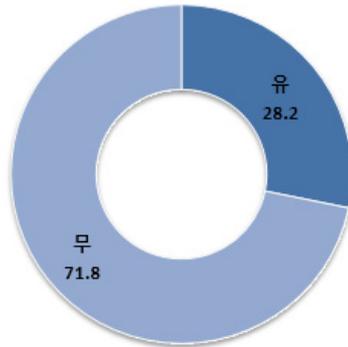
3. 기관 내부의 협력 및 교류 현황

가. 타부서와의 협의 및 교류 현황

2014년도에 소비자행정 업무와 관련하여 기관 내부의 타부서와 협의 또는 교류를 한 적이 있는 기초자치단체는 28.2%에 불과한 것으로 나타났다.

[그림 4-48] 2014년도 타부서와의 협의·교류 여부(N=117)

(단위: %)



시·군·구별로는 시가 군이나 자치구에 비하여 타부서와의 협의 및 교류를 더 많이 실시한 것으로 나타났다.

〈표 4-51〉 2014년도 타부서와의 협의·교류 여부(시·군·구별)

(단위: 개, %)

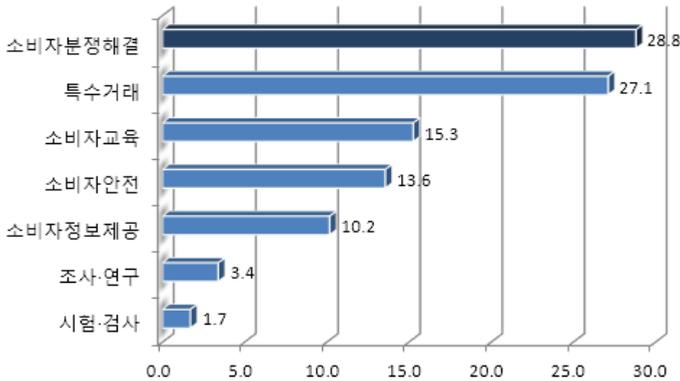
구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
유	15	35.7	8	22.2	10	25.6	33	28.2
무	27	64.3	28	77.8	29	74.4	84	71.8
전체	42	100.0	36	100.0	39	100.0	117	100.0

나. 타부서와의 협의 및 교류 업무

기초자치단체가 타부서와 협의 및 교류를 한 업무 중에는 소비자 분쟁해결이 가장 높은 비중을 차지했고(28.8%), 그 뒤를 이어 특수거래(27.1%), 소비자교육(15.3%), 소비자안전(13.6%), 소비자정보제공(10.2%)의 순으로 나타났다.

[그림 4-49] 2014년도 타부서와의 협의·교류 업무(N=33)

(단위: %)



* 복수응답에 의한 총 응답수는 59임

시·군·구별로 타부서와 협의 및 교류를 가장 많이 한 업무에 있어서 시는 특수거래와 소비자분쟁해결(각각 28.1%), 군은 특수거래(33.3%), 자치구는 소비자분쟁해결(40.0%)로 나타나 다소 차이를 드러냈다.

〈표 4-52〉 2014년도 타부서와의 협의·교류 업무(시·군·구별, N=33)

(단위: 개, %)

구분	시		군		구		전체	
	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율	응답수	비율
특수거래	9	28.1	4	33.3	3	20.0	16	27.1
소비자정보제공	4	12.5	1	8.3	1	6.7	6	10.2
소비자교육	6	18.8	2	16.7	1	6.7	9	15.3
소비자분쟁해결	9	28.1	2	16.7	6	40.0	17	28.8
소비자안전	2	6.3	2	16.7	4	26.7	8	13.6
조사·연구	1	3.1	1	8.3	-	-	2	3.4
시험·검사	1	3.1	-	-	-	-	1	1.7
전체	32	100.0	12	100.0	15	100.0	59	100.0

* 복수응답에 의한 총 응답수는 59임

제4절 기초자치단체 소비자행정 현황에 대한 심층인터뷰

1. 심층인터뷰의 대상 및 방법

본 연구는 기초자치단체의 소비자행정 현황에 대한 세부적인 사항을 확인하고, 소비자행정을 추진하는데 있어서 기초자치단체가 어떤 어려움을 겪고 있는지에 대한 현장의 생생한 의견을 듣기 위하여 주요 기초자치단체를 대상으로 심층인터뷰를 실시하였다. 심층인터뷰의 대상은 소비자행정의 여건과 기반, 소비자행정 담당자의 현 업무 수행 기간, 인터뷰 수락 여부 등을 종합적으로 고려하여 시·군·구별로 1곳씩 선정하였다. 이는 시·군·구별로 인구규모, 면적, 재정 여건 등이 상이하기 때문에 각각의 특징을 대표할 수 있는 대상을 선정하는 것이 결과의 편의를 최소화할 수 있다고 판단했기 때문이다.

먼저, 시에서는 인구 100만 이상에 면적이 121.05km²로 인구밀집도가 높고, 소비자업무 전담팀 및 소비자상담창구를 두고 있어 상대적으로 소비자행정 추진여건이 우수한 경기도 ‘수원시’를 대상으로 선정하였다⁵²⁾. 또, 수원시의 소비자업무 담당자는 심층면접일 현재 현 업무 수행기간이 약 2년으로 해당 업무에 대한 이해도와 전문성이 높은 점도 고려되었다.

다음으로, 군에서는 인구밀도는 높지 않으나 군 중에는 드물게 소비자상담실을 두고 있고 소비자행정 예산도 책정되어 있어 소비자행정 추진 여건이 우수하며, 소비자상담 및 자체 소비자교육도 실시하고 있는 충청북도 ‘단양군’을 선정하였다. 또, 단양군 소비자업무 담

52) 다만, 수원시는 2015년 기초자치단체 소비자행정 현황 및 인식 설문조사에 대해서는 응답하지 않아 통계치에서는 제외되어 있다.

당자의 현 업무 수행기간은 조사일 현재 8개월가량 되어 소비자업무에 대한 이해도도 충분할 것으로 판단되었다.

마지막으로, 자치구에서는 인구 50만 이상에 면적이 39.51km²로 인구밀도가 높으며, 소비자업무 전담팀과 전임 공무원을 두고 있어 소비자행정 추진 여건이 우수한 서울특별시 ‘강남구’를 선정하였다. 강남구 소비자업무 전담자의 현 업무 수행기간은 조사일 현재 약 7개월로 심층질문에 대한 응답이 가능할 것으로 판단되었다.

심층인터뷰를 위한 질문지는 각 기초자치단체의 소비자행정 여건에 적합하게 소비자행정 기반, 업무, 네트워크, 기타로 구분하여 사전에 준비하였다. 그리고 2015년 8월 11일과 13일 양일에 걸쳐 각 담당자가 근무하는 본청 사무실을 방문하여 약 2시간씩 진행되었다.

〈표 4-53〉 심층인터뷰의 대상 및 일자

구분	대상	인구(명)*	면적(km ²)	선정 배경	일자
시	수원시	1,071,913	121.05	- 소비자업무 전담팀 有, 소비자상담 창구 有, 담당자 업무 수행기간(약 2년)	'15. 8. 11
군	단양군	28,165	781.06	- 소비자상담실 有, 소비자행정예산 有, 자체 소비자교육 실시	'15. 8. 13
자치구	강남구	527,641	39.51	- 소비자업무 전담팀 有, 소비자행정 전담공무원 有	'15. 8. 11

* 인구규모는 통계청(2010)의 2010년 인구주택 총조사 자료에 의함

2. 심층인터뷰 결과

소비자행정 현황과 관련하여 3개 기초자치단체를 대상으로 한 심층인터뷰 결과의 주요 내용을 제시하면 아래와 같다.

가. 경기도 ‘수원시’ 사례: 지역소비자단체와의 협력 통한 소비자상담 수행

♣ 소비자행정 기반

수원시는 소비자업무를 수행하는 전담팀(소비자지원팀)을 두고 있다⁵³⁾. 인원은 팀장(6급)을 포함하여 총 3명인데, 3명이 모두 소비자업무를 전임으로 하는 것은 아니고 다른 업무와 함께 수행하고 있으며, 소비자업무의 비중은 약 50% 미만이다.

수원시는 소비자상담실을 별도로 두고 있지는 않지만, 수원시청 1층에 위치한 종합민원실의 창구 중 하나를 소비자상담 창구로 활용하고 있다⁵⁴⁾. 소비자상담을 위한 자체 상담원을 두고 있지는 않고, 사)소비자교육중앙회 경기 수원시 지회(구 전국주부교실)의 회원 2명(상근)이 격주로 파견되어 상담 창구에서 상담을 받고 있다.

2015년 소비자행정예산은 소비자단체 지원금으로 1,225만원이 책정되어 있고, 그 밖에 사)소비자교육중앙회 경기 수원시 지회의 사무실 임차료로 2,900만원이 지원되고 있다.

[그림 4-50] 수원시청 종합민원실 입구 [그림 4-51] 소비자상담창구가 위치한 내부



♣ 소비자행정 업무

소비자지원팀에서는 소비자정책심의위원회 운영,⁵⁵⁾ 소비자단체 관리 및 지원 등의 일반행정 업무와 소비자민원 상담 및 피해처리(주로 착한가격업소, 대부업, 대규모점포 관련), 어린이놀이시설 안전관리(대형마트, 백화점, 쇼핑몰 등 대규모 점포 내), 착한가격업소 운영관리, 물가(생필품 가격) 정보 공개, 공정거래(가격표시 등) 및 공산품 관련 업무 등 소비자업무를 담당하고 있다.

수원시는 소비자행정 업무 중에서 소비자상담을 가장 활발하게 수행하고 있다. 상담은 시청 내 종합민원실의 전화 또는 방문을 통한 직접 상담도 이루어지고 있고, 사)소비자교육중앙회 경기 수원시 지회에 보조금을 지급함으로써 간접 상담도 이루어지고 있다. 하지만, 담당자는 “소비자상담에 대한 전문지식이 부족하여 상담에 어려움이 있으며, 피트니스센터 환불 요청 건이 다발하고 있지만 관할부서가 애매하여 처리가 잘 되지 않고 있다.”고 답변하였다.

소비자상담 외에, 생필품 등 물가정보를 수원시 홈페이지에 게시하는 등 자체 소비자정보제공도 이루어지고 있고, 2014년에는 소비자단체 실무자와 상담원 대상 교육(1회)도 실시하였다. 하지만, 2015년에는 소비자지원팀 인력 감소(△1명)로 소비자교육을 계획하고 있지 않다. 한편, 특수거래 관련 업무는 구로 위임하였다.

♣ 소비자행정 네트워크

수원시는 시 관할 소비자단체와 가장 활발한 협력 활동을 벌이고 있다. 수원시가 보조금 지급 등을 통해서 지원하고 있는 소비자단체는 수원 YWCA, 사)소비자교육중앙회 경기 수원시 지회, 사)한국여성소비자연합 수원지부(구 주부클럽)의 3개이다. 먼저, 수원 YWCA에는 보조금 지급을 통해

경제·소비자관련 교육, 청년소비자교육, Level-up 소비자교육 등을 실시하고 있다. 또, 사)소비자교육중앙회 경기 수원시 지회와 사)한국여성소비자연합 수원지부에는 1372 상담 보조금을 지급하고 있다⁵⁶⁾.

소비자단체 외에 다른 기관과는 네트워크가 활발하지는 않은 편이다. 2014년에는 경기도와 한국소비자원 경기지원 공동으로 수원시 소비자업무 담당자 교육·연수를 실시한 바 있다. 기관 내 타부서와는 설·추석 물가관리, 원산지 감시, 위생 감시, 방사선 검사 등과 관련하여 협력하고 있다.

끝으로, 담당자는 한국소비자원을 통한 소비자교육·연수 기회가 제공될 필요가 있음을 제기하였다. “현재 경기도 인재개발원 교육 프로그램이 운영되고 있으나 소비자관련 교육이 개설되어 있지 않아 소비자교육의 기회와 접근이 사실상 제한되어 있다. 따라서 한국소비자원 등을 통해 소비자업무와 관련한 지식과 전문성 제고를 위한 교육 기회가 제공될 필요가 있다.”

나. 충청북도 ‘단양군’ 사례: 소비자의 접근성 고려한 소비자상담실 운영

♣ 소비자행정 기반

단양군은 소비자업무를 지역경제과 생활경제팀에서 담당하며, 1명(7급)이 다른 업무와 함께 소비자업무를 겸하고 있다. 또, 소비자상담을 위한 소비자상담실(주차장관리소와 함께 사용)을 별도로 두고 있는데, 군청 내에 있지 않고 군청 5분 거리에 있는 시장 근처에 위치하여 주민들의 접근성이 좋다. 소비자상담실 내 전화기 1대를 두고, 소비자단체(한국여성소

53) 일자리경제국 경제정책과 소비자지원팀

54) 종합민원실은 경제정책과가 아닌 시민봉사과 소관이다.

55) 사용료나 이용료에 대한 심의를 담당하고 있고, 실제 소비자정책과 관련한 심의를 하는 것은 아니다.

56) 하지만, 사)한국여성소비자연합 수원지부는 2014년에 보조금 미신청으로 인해 2015년에는 지급하지 않았다. 이는 보조금 지급신청이 이전 실적 제시 후 자부담을 포함하여 신청하는 것으로 절차가 더욱 엄격해졌기 때문이다.

비자연합 단양군 지부)의 2명(대표, 간사)이 1주일에 2~3일 출근하면서(비상근) 전화 및 방문 상담을 받고 있다. 상담 내용은 주로 소비자들이 원하는 정보, 피해구제 절차, 중개기관 안내 등이다.

2015년 단양군의 소비자행정 예산은 700만원이 책정되어 있는데, 이 중 600만원은 소비자상담실 운영비로 사용되고 나머지 100만원은 캠페인, 홍보물/전단지 제작비로 사용된다. 그리고 운영비 중 일부는 소비자단체 간사에게 월 30만원(연 360만원)씩 지급되고 있다.

[그림 4-52] 단양군 소비자상담실 외부



[그림 4-53] 단양군 소비자상담 창구



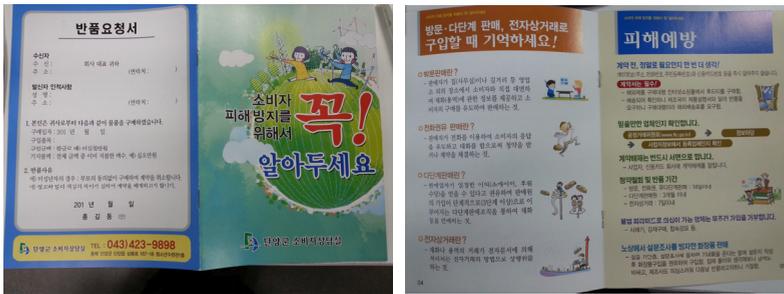
♣ 소비자행정 업무

단양군은 소비자상담 외에 특수거래업무, 소비자교육 등의 소비자 업무를 수행하고 있다. 소비자교육은 한국여성소비자연합 단양군 지부에 위탁(보조금 지급)하여 연 1회 정도 실시하며, 기타 충청북도에서 예산을 지원 받아 연 12회 가량 소비자교육을 실시(주로 봄과 늦가을 사이)하고 도에 결과를 보고한다.

소비자상담은 소비자상담실을 통한 전화 및 방문 상담 외에, 한 달에 1~2회 현장민원처리의 한 분야로 현장방문상담을 실시하고 있다. 그리고 계속거래, 건강식품, 방문·다단계 판매, 전자상거래 등과 관련한 주의사

항, 피해유형, 반품요청 등의 내용을 담은 소비자피해방지 홍보물을 제작하여 지역주민들에게 배포하고 있다.

[그림 4-54] 소비자피해방지 홍보물 표지 [그림 4-55] 소비자피해방지 홍보물 내용



♣ 소비자행정 네트워크

단양군은 지역소비자단체와 관할 광역자치단체를 제외한 타 기관과는 거의 협력을 하고 있지 않은 것으로 확인되었다. 이에 대해 담당자는 “실제로 공정위나 소비자원이 구체적으로 어떤 업무를 하는지를 잘 몰라 어떤 도움을 구해야 할지도 모르는 상황이다. 하지만, 소비자가 도움을 요청할 때 우리도 적극적 문제해결 방법을 모를 때가 많아 소비자원 등을 통한 소비자관련 교육·연수가 필요하다.”고 응답하였다.

다. 서울특별시 ‘강남구’ 사례: 특수거래 업무 중심의 소비자업무 추진

♣ 소비자행정 기반

강남구는 소비자업무를 담당하는 소비자보호팀을 두고 있다. 팀 인원은 총 8명 이지만, 이 중에서 소비자업무를 담당(전임)하는 인원은 1명(7급)이며, 2015년에는 전화 업무를 담당하는 기간제 근로자 1명을 추가로 채용하였다. 소비자보호팀은 특수거래 업무의 비중이 높지만, 해당 업무의 특성상 별도의 예산이 소요되지 않아 별도로 소비자행정예산을 책정하고 있지 않다.

[그림 4-56] 강남구 소비자보호팀 안내판



♣ 소비자행정 업무

소비자보호팀에서 주로 수행하는 업무는 특수거래 업무이며, 이 외에 농지관리, 수의사 등록 및 관리, 애완동물 등록, 원산지 관리, 농산물가격 표시제 등도 담당하고 있다. 강남구의 소비자업무는 주로 특수거래와 관련되어 있다. 소비자상담도 이루어지고 있지만 별도의 상담실 없이 소비자행정 전담 공무원(1명)이 사무실 내 전화로 특수거래 관련 피해 상담을

받고 있다.

강남구에는 특수거래 업체가 많은데, 그 중에서도 특히 통신판매업체가 2만여 개에 이를 정도로 다수의 업체가 신고되어 있다. 이에 대해 담당자는 “실제로는 주소지만 강남구로 등록하고 사무실은 없는 업체(비상주 업체)가 다수이어서 소비자피해구제나 처벌이 어려운 실정이다. 최근에는 이러한 업체들의 우편물 관리 등을 대행해 주는 전문업체도 생겨났다. 또, 최근 소비자피해가 다발하고 있는 해외구매 대행업체도 이와 같은 형태로 영업을 하고 있어 문제가 되고 있다.”⁵⁷⁾고 답변하였다.

이와 같이 특수거래 업체가 다수 분포되어 있지만, 강남구의 2014년 과태료 부과실적은 단 한 건도 없는 것으로 확인되었다. 이에 대해 담당자는 “위반사항에 대해 우선은 계도 절차가 필요하며, 바로 과태료를 부과하는 것은 곤란하다.”고 답변하였다. 즉, 시정권고 수락서 및 확인서를 수령해야 하는 등의 절차적 요건이 필요하며, 또 대부분 비상주업체이어서 과태료를 부과하고 싶어도 못하는 경우도 다반사라는 것이다. 그리고 2014년에 소비자분쟁조정요청은 총 6건이 있었는데, 주로 헬스나 피부미용 등 계속거래가 이루어지는 방문판매와 관련된 것으로 확인되었다.

피해가 다발하는 통신판매에 대한 대책과 관련하여서는 소비자가 신뢰할 수 있는 쇼핑물을 선택할 수 있도록 인터넷쇼핑물 등급제(별표 부여)의 실시나 위법행위 적발 시 강력한 처벌을 할 수 있는 법제의 정비 등의 대안을 제시하였다.

기타 자체 소비자정보제공이나 소비자교육은 실시하지 않는 것으로 확인되었다.

♣ 소비자행정 네트워크

강남구의 경우, 관할 광역자치단체를 제외한 타 기관과의 협력은 이루어지고 있지 않다. 하지만 담당자는 특수거래 관련 다양한 문제를 해결하

기 위해 무엇보다 한국소비자원의 협력과 지원이 절실함을 피력하였다. 그러한 방안으로 우선 기관 간에 정보를 공유함으로써 효율적으로 업무 처리를 할 수 있는 시스템 구축의 필요성을 제기하였다. “소비자들은 피해를 입었을 때 소비자원, 지자체 등 다수의 기관에 민원을 접수하게 되는데, 이 경우 소비자원은 단속·감독 권한이 없고, 지자체는 소비자업무에 대한 전문성이 없다 보니 업무가 비효율적으로 추진되는 경향이 있다. 따라서 소비자원에서 전문 인력을 파견하여 관련 업무를 공동으로 수행하거나 시스템을 공유함으로써 신속·효율적인 처리를 도모할 수 있을 것이다. 실제, 강남구에는 대부업 관련하여 금융감독원 직원이 파견되어 공동으로 업무를 수행하고 있다.”

또한, 소비자문제에 대한 전문적 지식과 권한이 있는 기관(공정거래위원회나 한국소비자원)이 컨트롤타워로서의 역할을 할 필요가 있음을 지적하였다. “기초자치단체는 자동차 온라인 공매(경매) 등과 같은 전문적인 영역을 담당해 낼 수 없다. 따라서 공정위가 업무 수행을 위한 제도 마련 등 기본 여건을 조성해주고, 소비자원이 인력 파견 혹은 지식·노하우 전수 등을 위해 기초자치단체 공무원들을 대상으로 교육·연수를 실시할 필요가 있다. 또한 교육·연수는 타 지자체와 업무 노하우를 공유하는 기회가 된다.”

라. 심층인터뷰 결과의 요약

3개 기초자치단체와의 심층 인터뷰 결과를 요약하면, 다음과 같다. 먼저, 수원시와 단양군은 소비자업무 중에서 소비자상담에 가장 중점을 두고 있으며, 소비자상담시설과 인력을 구비하는 등 상대적으로 소비자들이 상담을 받을 수 있는 여건이 나은 편이라고 할 수 있

57) 강남구는 이와 관련하여 실제 신고된 사무실 공간에서 영업을 하는 업체와 신고된 사무실 공간에서 영업을 하지 않는 업체를 구분하여 관리할 수 있는 방안에 대해 공정위에 유권해석을 의뢰해 놓은 상태라고 한다.

다. 또한, 이들 2곳은 보조금 지급 등 지역소비자단체와 활발한 교류를 하면서 상담 인력의 부족 문제 등을 해결하고 있다. 그리고 소비자상담 업무 외에 미흡하나마 소비자교육 등도 이루어지고 있다. 하지만, 수원시의 경우에는 특수거래 업무를 ‘구’(행정구)⁵⁸⁾에 위임함으로써 직접 특수거래 업무를 수행하고 있지 않다.

한편, 자치구인 강남구는 ‘소비자보호팀’을 별도로 두고 있기는 하지만, 대부분의 업무가 특수거래와 관련되어 있다. 즉, 구역 내에 2만여 개가 몰려있는 통신판매업체에 대한 신고, 관리·감독, 집행 및 피해 상담과 관련한 업무 비중이 매우 높으며, 기타 소비자정보제공이나 소비자교육 등은 실시하지 않고 있다. 또한, 수원시와 단양군이 지역소비자단체와 활발한 협력 및 교류를 하고 있는 것과는 달리, 광역자치단체를 제외한 타 기관과의 협력은 잘 이루어지고 있지 않다.

결과적으로, 이들 세 기초자치단체는 대체로 제4장에서 분석한 소비자행정 현황의 시·군·구별 특징을 잘 대표하고 있는 것으로 확인되었다. 하지만, 이러한 특징과 차이점에도 불구하고 이들 세 자치단체는 공통적으로 전문성 부족을 해결하기 위한 공정거래위원회나 한국소비자원 등 소비자전문기관의 역할과 한국소비자원을 통한 소비자행정 실무 교육·연수의 필요성을 지적하였다.

58) 행정구는 특별시, 광역시가 아닌 인구 50만 이상의 시에 설치할 수 있다(지방자치법 제3조 제3항 참조)

제5절 기초자치단체 소비자행정 현황 요약

이상의 분석 결과를 토대로, 기초자치단체 소비자행정 현황의 주요 내용을 요약하여 제시하면 아래와 같다.

1. 기초자치단체의 소비자행정 기반

첫째, 기초자치단체의 소비자행정을 추진하기 위한 자치 법규에 해당하는 소비자보호조례(규칙)의 보유율이 30.5%에 불과하여 기초자치단체가 소비자행정을 추진하기 위한 제도적 기반이 매우 취약한 것으로 나타났다. 시·군·구별로는 특히 군과 자치구가 소비자보호조례(규칙)를 거의 제정·운영하고 있지 않은 것으로 나타났으며, 인구규모별로는 인구 50만이 넘는 대도시들이 상대적으로 소비자보호조례를 더 많이 보유하고 있는 것으로 분석되었다.

둘째, 기초자치단체의 소비자행정을 추진하기 위한 시설 자원에 해당하는 소비자관련 조직과 소비자상담실의 설치율이 각각 2.5%, 18.5%에 불과하여 소비자행정을 추진하기 위한 인프라가 대단히 취약한 것으로 나타났다. 먼저, 소비자업무를 대부분 경제관련 부서(79.2%)에서 수행하다보니, 소비자행정 업무에 대한 관심과 중요도가 상대적으로 떨어질 수밖에 없어 적극적인 소비자행정을 펼치기 어려운 것으로 분석되었다.

그리고 대다수의 기초자치단체에 소비자상담실이 설치되어 있지 않다보니, 지역소비자들이 소비자상담을 제대로 받기 어려운 여건인 것으로 확인되었다. 이웃나라인 일본의 경우 기초자치단체인 시·군·정·촌 전체의 소비자상담실 설치율이 99.8%에 이르는 것과 비

교하여 볼 때, 우리나라 지역소비자들의 소비자상담 서비스 수혜율이 매우 낮을 수밖에 없음을 알 수 있다.

셋째, 기초자치단체의 소비자행정을 수행하기 위한 인적 자원에 해당하는 소비자행정 전임 공무원과 소비자상담원의 배치율이 각각 3.5%, 15.1%에 불과하여 소비자행정서비스를 제공할 인력이 절대적으로 부족한 것으로 나타났다. 먼저, 소비자행정 업무는 대부분 1명의 공무원이 타 업무와 겸하여 수행하고 있으며, 그나마 이들의 소비자행정 업무 비중은 50%에도 미치지 못하는 것으로 나타났다. 또한, 소비자상담원의 배치율에 있어서도 일본은 상담원을 1명 이상 고용한 기초자치단체가 60.3%인 반면, 우리나라는 15.1%에 불과하다.

넷째, 소비자행정을 추진하기 위한 재정적 자원인 소비자행정 예산을 두고 있는 기초자치단체의 연간 소비자행정 예산 규모는 평균 1,550만원에 불과하며, 이 중 77.6%는 소비자단체에 지원되고 있어 자체적으로 소비자행정 사업을 수행하기 어려운 여건인 것으로 확인되었다.

2. 기초자치단체의 소비자행정 업무

첫째, 기초자치단체에서 수행하는 소비자행정 업무 중에서 특수거래 업무의 비중이 매우 높은 반면, 상대적으로 소비자상담, 소비자정보제공, 소비자교육 등 조정 및 지원 행정 영역의 비중이 낮은 것으로 나타났다. 특히 자치구의 경우, 시나 군에 비해서 특수거래 업무의 비중(61.4%)이 매우 높고, 소비자정보제공과 소비자교육의 비중(각각 2.5%, 3.2%)은 매우 낮아 이러한 현상이 두드러졌다⁵⁹⁾.

59) 예를 들어, 심층인터뷰의 대상이었던 서울특별시 강남구의 경우 특수거래의 비중이

둘째, 특수거래 업무와 관련하여 자치구에는 시나 군에 비해 특수거래 신고 업체 수가 다수 분포되어 있으나, 시정권이나 과태료 부과 등 특수거래 관련 법 집행률이 매우 낮고 특수거래 관련 피해에 대한 구제도 원활하게 이루어지고 있지 않은 것으로 나타났다. 또한, 특수거래 업무의 수행과 관련하여 담당자들은 사업자 처벌에 가장 큰 어려움을 겪고 있으며, 전문성 부족을 가장 큰 장애요인으로 인식하는 것으로 나타났다.

셋째, 자체 소비자정보를 제공하는 기초자치단체는 18.6%에 불과하며 특히 자치구는 거의 자체 소비자정보를 제공하고 있지 않은 것으로 나타났다. 또한, 기초자치단체는 주로 기관 홈페이지를 통해 소비자정보를 제공하며, 제품과 서비스 가격 관련한 정보가 주를 이루고 있는 것으로 나타났다. 그리고 기초자치단체의 소비자행정 담당자들은 인력과 전문성 부족을 소비자정보제공의 주요 장애요인으로 인식하는 것으로 나타났다.

넷째, 기초자치단체의 자체 소비자교육 실시율은 16.1%에 불과하며, 특히 군과 자치구는 자체 소비자교육을 거의 실시하고 있지 않은 것으로 나타났다. 또한, 자체 소비자교육은 주로 유치원, 초중고 교생, 노인, 주부 등을 대상으로 실시되고 있고, 상담 및 피해사례와 관련한 교육이 주를 이루며, 대부분 강의식 교육으로 진행되는 것으로 나타났다. 그리고 기초자치단체의 소비자행정 담당자들은 전문성과 인력 부족을 소비자교육의 주요 장애요인으로 인식하는 것으로 나타났다.

매우 높고 소비자상담도 이루어지고 있으나 특수거래 피해와 관련한 소비자상담이 다수이며, 그 밖에 소비자정보제공과 소비자교육은 수행되지 않고 있다. 제4장 제4절 2. 참조

다섯째, 기초자치단체의 소비자상담 실시율은 66.1%이며, 시의 경우 군이나 자치구에 비해 소비자상담을 보다 많이 실시하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 인구 50만 이상의 소비자상담 실시율이 90.9%에 이르고 있지만, 이들의 소비자상담실 설치율과 소비자상담원 배치율은 각각 18.2%에 불과하여 제대로 된 전문적 상담을 받기 어려운 여건인 것으로 확인되었다.

또한, 소비자상담은 주로 전화상담(55.4%)을 통해 이루어지고 있으나 방문상담도 21.6%를 차지하는 것으로 나타났다. 전화상담의 경우, 시와 군은 소비자단체에 위탁하는 비중이 높은 반면, 자치구는 모두 직접 상담을 하는 것으로 나타났는데, 자치구 중에 소비자상담실을 두고 있거나 소비자상담원을 배치하고 있는 곳이 없는 점을 고려할 때, 제대로 된 상담이 이루어지기 어려운 것으로 판단된다.⁶⁰⁾ 그리고 기초자치단체의 소비자행정 담당자들은 전문상담원의 부족을 소비자상담의 가장 큰 장애요인으로 인식하는 것으로 나타났다.

여섯째, 기초자치단체의 소비자안전 업무는 대부분 소비자행정 담당 부서가 아닌 기타 부서(74.8%)에서 수행되고 있으며, 다수의 담당자들은 소비자안전 업무를 지방자치단체의 사무가 아닌 국가사무로 인식(51.7%)하는 것으로 나타났다. 그리고 기초자치단체의 소비자행정 담당자들은 인력과 전문성 부족을 소비자안전 업무의 주요 장애요인으로 인식하는 것으로 나타났다.

일곱째, 기초자치단체에서는 소비자권익증진과 관련한 조사·연구나 시험·검사를 거의 수행하고 있지 않은 것으로 나타났다.

60) 이러한 점은 수원시, 단양군, 강남구를 대상으로 한 심층인터뷰 결과에서도 확인되었다. 실제로 수원시나 단양군은 지역소비자단체에 보조금을 지급하는 형태로 소비자상담을 위탁하고 있으며, 강남구는 소비자상담실이나 상담원 없이 소비자행정 담당 공무원이 직접 상담을 맡고 있는 것으로 확인되었다.

3. 기초자치단체의 소비자행정 네트워크

첫째, 소비자행정 업무와 관련하여 관할 광역자치단체로부터 지원 혹은 협조를 받고 있는 기초자치단체는 절반에 다소 못 미치는 것으로 나타났다(49.2%). 시·군·구별로 시와 군은 관할 광역자치단체로부터 지원·협조를 받은 비율이 더 높았으나, 자치구는 지원·협조를 받지 않은 비율이 더 높게 나타났다. 그리고 관할 광역자치단체의 지원·협조 사항은 주로 소비자업무 담당자 교육·연수인 것으로 나타났다.

둘째, 관할 광역자치단체를 제외하고 소비자행정 업무와 관련하여 타 기관과 협력 및 교류를 실시한 기초자치단체는 23.7%에 불과한 것으로 나타났다. 또한, 관할 광역자치단체를 제외한 협력 및 교류 기관에 있어서 한국소비자원(32.8%), 공정거래위원회(25.4%), 소비자단체(16.4%) 등의 순으로 나타나, 공공부문의 협력 및 교류(79.1%)에 편중되어 있는 것으로 분석되었다. 그리고 공정위와는 주로 특수거래, 한국소비자원과는 소비자분쟁해결, 소비자단체와는 소비자교육 및 소비자분쟁해결과 관련하여 협력 및 교류하는 등 특정 기관과 주로 협력하는 업무의 유형이 다르게 나타났다.

셋째, 기초자치단체는 소비자행정 업무와 관련하여 기관 내부의 타부서와도 협의나 교류를 잘 하고 있지 않은 것으로 나타났다.

〈표 4-54〉 기초자치단체 소비자행정 현황 요약

구분	현황	전체	시	군	구	표본 (개)	비고		
기 본	제도	소비자보호조례 보유율(%)	30.5	66.7	18.3	5.8	226	인구 50만 이상의 보유 율 52.5%	
	조직	소비자관련 조직 설치율(%)	2.5	2.4	-	5.0	120	3곳(시1, 구2)	
		소비자상담실 설치율(%)	18.5	42.9	10.5	-	119	인구 30만 이상의 설 치율 12.8%(일본 시·구· 정·촌 설치율 99.8%)	
	인력	소비자행정 담당 공무원 1명 이상 배치율(%)	95.8	97.6	94.7	94.9	119	1명 배치 81.5%	
		소비자행정 전임 공무원 배치율(%)	3.5	-	-	10.8	113	4곳(3곳은 특수거래 업 무 전담)	
		소비자행정 겸임공무원의 업무비중이 50% 이상인 비율(%)	9.3	10.0	2.9	15.2	107	비중 50~75% 미만	
		소비자상담원 배치율(%)	15.1	33.3	10.5	-	119	일본 소비자상담원 배치율 60.3%	
		상근상담원 비율(%)	88.9	100.0	50.0	-	18		
		자체 임용 상담원 비율(%)	38.9	50.0	-	-	18		
	예산	협회의 소비자행정 예산 평균(만원)	1,550	2,169	794	217	65	소비자행정 예산을 두고 있는 65곳의 평균임	
		소비자단체 평균 지원금 (만원)	1,204	1,712	596	-	65	소비자행정 예산을 두고 있는 65곳의 평균임	
	업 무	특수 거래	특수거래 업무 비중(%)	48.9	40.7	45.4	61.4	117	업무비중 전체 1위
		정보 제공	소비자정보제공 업무 비중(%)	9.5	11.1	14.8	2.5	117	업무비중 전체 3위
			자체 소비자정보 제공율(%)	18.6	22.0	26.3	7.7	118	
업 무 교 육	교육	소비자교육 업무 비중(%)	8.3	9.4	12.4	3.2	117	업무비중 전체 4위	
		자체 소비자교육 실시율(%)	16.1	31.7	7.9	7.7	118		

구분	현황	전체	시	군	구	표본 (개)	비고	
업무	상담	소비자상담 업무 비중(%)	19.5	23.5	17.5	17.0	117	업무비중 전체 2위
		소비자상담 실시율(%)	66.1	81.0	60.5	55.3	118	
		직접 상담의 비중(%)	55.3	36.4	43.5	100.0	76	전화 상담 중 기초자치단체가 소비자단체에 위탁하지 않고 직접 상담하는 비중
	안전	소비자안전 업무 비중(%)	4.4	5.8	1.9	5.4	117	
		소비자행정 담당 부서 수행 비율(%)	25.2	23.8	21.1	30.8	119	기타 부서 수행비율(74.8%)이 훨씬 높음
	조사 연구	조사·연구 업무 비중(%)	1.0	2.3	0.5	0.1	117	
		조사·연구 수행율(%)	2.5	4.9	2.6	-	118	
	시험 검사	시험·검사 업무 비중(%)	0.3	0.2	-	0.5	117	
		시험·검사 수행율(%)	2.7	7.5	-	-	113	
	네트 워크	외부	소속 광역자치단체의 지원·협조율(%)	49.2	54.8	62.2	30.8	118
타 기관 협력·교류율(%)			23.7	26.2	16.2	28.2	118	2014년도 기준, 소속 광역자치단체 제외
내부		타부서와의 협의·교류율(%)	28.2	35.7	22.2	25.6	117	2014년도 기준

제5장 2015년 기초자치단체의 소비자행정 인식 분석

제1절 기초자치단체 소비자행정의
인지도 및 필요성 인식

제2절 기초자치단체 소비자행정의
현황 인식

제3절 기초자치단체 소비자행정의
발전 인식

제4절 기초자치단체 소비자행정
인식 요약

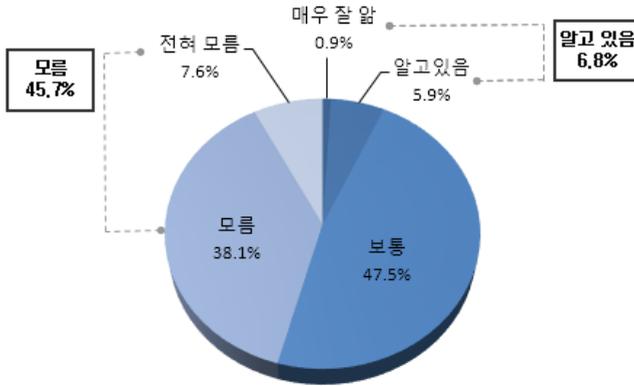
제1절 기초자치단체 소비자행정의 인지도 및 필요성 인식

1. 지역소비자행정의 인지도

가. 기초자치단체의 자체 인식

지역소비자행정이 무엇인지에 대하여 기초자치단체 응답자의 45.7%가 모른다고 응답한 반면, 잘 안다는 응답은 6.8%에 불과하여 지역소비자행정에 대한 인식이 매우 낮은 것으로 나타났다.

[그림 5-1] 지역소비자행정의 인지도(N=118)



이를 5점 만점으로 환산하여 보면, 지역소비자행정에 대한 기초자치단체담당자의 인지도는 평균 2.54점으로 중간값(3점)에 미치지 못하는 것으로 나타났다⁶¹⁾. 시·군·구별로는 시(2.69점), 군(2.54점), 자

61) 설문은 5점 척도로 '1(전혀 모름) - 2(모름) - 3(보통) - 4(잘 앎) - 5(매우 잘 앎)'을 의미한다. 여기서 3은 보통수준을 의미하고, 3보다 작은 수는 부정적인 의견이며, 3보다 큰 수는 긍정적인 의견을 의미한다. 이하 5점 척도에 대한 해석은 동일하다.

치구(2.38점)의 순이었으며, 통계적으로 집단 간에 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다.

〈표 5-1〉 지역소비자행정의 인지도(시·군·구별)

(단위: %, 점)

구분	사례수 (개)	전혀 모름	모름	보통	잘 알	매우 잘 알	종합			5점 평균	F
							모름	보통	잘 알		
전체	118	7.6	38.1	47.5	5.9	0.9	45.7	47.5	6.8	2.54	-
시	42	2.4	40.5	45.2	9.5	2.4	42.9	45.2	11.9	2.69	1.664
군	37	8.1	35.1	51.4	5.4	-	43.2	51.4	5.4	2.54	
구	39	12.8	38.5	46.2	2.6	-	51.3	46.2	2.6	2.38	

주) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

나. 이해관계자별 인식

지역소비자행정에 대한 이해관계자의 인지도 평균은 광역자치단체 3.90점, 한국소비자원 지원 3.73점으로 기초자치단체의 평균인 2.54점보다 월등히 높은 것으로 나타났다. 특히 광역자치단체 소비자행정 담당자의 경우 70.0%가 지역소비자행정에 대해 잘 안다고 응답하여 다른 집단에 비해 지역소비자행정에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다. 지역소비자행정의 인지도에 대한 평균은 $p < 0.01$ 에서 집단 간에 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다.

〈표 5-2〉 지역소비자행정의 인지도(이해관계자별)

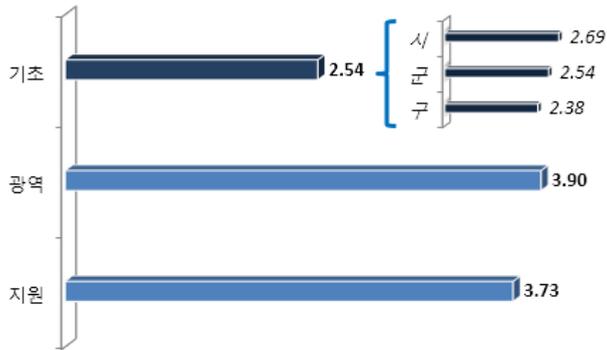
(단위: %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 모름	모름	보통	잘 알	매우 잘 알	종합			5점 평균	F
							모름	보통	잘 알		
기초 지자체	118	7.6	38.1	47.5	5.9	0.8	45.7	47.5	6.7	2.54	52.00 ***
광역 지자체	20	0.0	10.0	20.0	40.0	30.0	10.0	20.0	70.0	3.90	
소비자원 지원	61	5.0	25.6	39.7	19.1	10.6	30.6	39.7	29.7	3.73	

주) *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

[그림 5-2] 지역소비자행정의 인지도(종합)

(단위: 점)

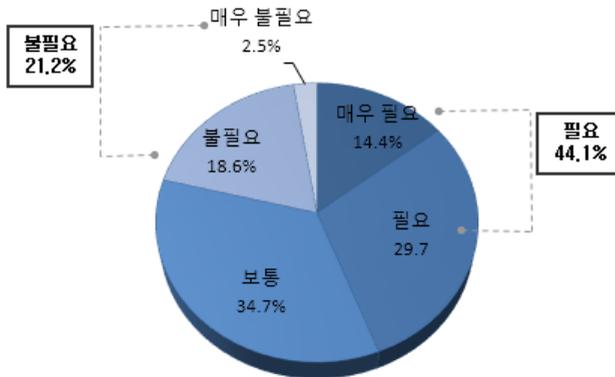


2. 기초자치단체 소비자행정의 필요성

가. 기초자치단체의 자체 인식

기초자치단체의 소비자행정이 지역소비자권익증진을 위하여 필요하다는 응답(44.1%)이 불필요하다는 응답(21.2%)의 두 배가 넘어, 전반적으로 기초자치단체의 담당자들은 기초자치단체 소비자행정의 필요성을 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 5-3] 기초자치단체 소비자행정의 필요성(N=118)



이를 5점 만점으로 환산하면, 기초자치단체 소비자행정의 필요성은 평균 3.35점으로 중간값을 상회하는 것으로 나타났다. 시·군·구 별로는 시(3.83점), 군(3.35점), 자치구(2.82점)의 순으로 나타났으며, $p < 0.01$ 에서 집단 간에 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다.

〈표 5-3〉 기초자치단체 소비자행정의 필요성(시·군·구별)

(단위: %, 점)

구분	사례수 (개)	매우 불필요	불필요	보통	필요	매우 필요	종합			5점 평균	F
							불필요	보통	필요		
전체	118	2.5	18.6	34.7	29.7	14.4	21.2	34.7	44.1	3.35	-
시	42	2.4	4.8	26.2	40.5	26.2	7.1	26.2	66.7	3.83	11.69 ***
군	37	2.7	13.5	40.5	32.4	10.8	16.2	40.5	43.2	3.35	
구	39	2.6	38.5	38.5	15.4	5.1	41.0	38.5	20.5	2.82	

주) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

나. 이해관계자별 인식

기초자치단체 소비자행정의 필요성에 대한 이해관계자의 평균은 광역자치단체 4.35점, 한국소비자원 지원 4.36점으로 기초자치단체의 평균인 3.35점보다 훨씬 높게 나타났다. 특히, 기초자치단체 소비자행정 담당자의 44.1%만이 기초자치단체의 소비자행정이 지역소비자 권익증진을 위하여 필요하다고 응답한 반면, 광역자치단체 소비자행정 담당자는 80.0%, 한국소비자원 지원 근무자는 60.8%가 필요하다고 응답하여 기초자치단체 소비자행정의 필요성을 더 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 기초자치단체 소비자행정의 필요성의 평균은 $p < 0.01$ 에서 집단 간에 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다.

〈표 5-4〉 기초자치단체 소비자행정의 필요성(이해관계자별)

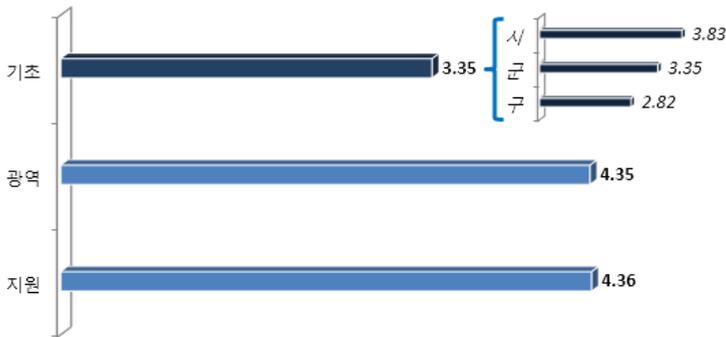
(단위: %, 점)

구분	사례수 (명)	매우 불필요	불필요	보통	필요	매우 필요	종합			5점 평균	F
							불필요	보통	필요		
기초 지자체	118	2.5	18.6	34.7	29.7	14.4	21.2	34.7	44.1	3.35	29.07 ***
광역 지자체	20	0.0	0.0	20.0	25.0	55.0	0.0	20.0	80.0	4.35	
소비자원 지원	61	1.5	11.1	26.6	31.7	29.1	12.6	26.6	60.8	4.36	

주) *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

[그림 5-4] 기초자치단체 소비자행정의 필요성(종합)

(단위: 점)



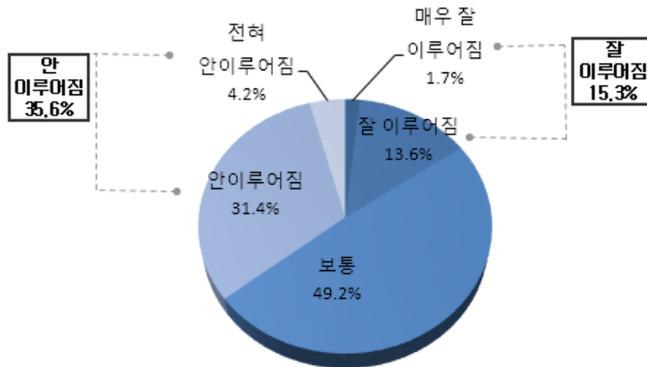
제2절 기초자치단체 소비자행정의 현황 인식

1. 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도

가. 기초자치단체의 자체 인식

기초자치단체 소비자행정 담당자의 15.3%만이 자신이 속한 기초자치단체의 소비자행정이 잘 이루어지고 있다고 응답함으로써, 전체적으로 기초자치단체의 소비자행정이 잘 이루어지고 있지 않다고 인식하는 것으로 나타났다.

[그림 5-5] 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도(N=118)



이를 5점 만점으로 환산하여 보면, 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도는 평균 2.77점으로 중간값에 미치지 못하는 것으로 나타났다. 기초자치단체 소비자행정이 잘 이루어지는 정도에 대한 시·군·구별 평균은 시(3.00점), 군(2.73점), 자치구(2.56점)의 순으로

나타났으며, $p < 0.05$ 에서 집단 간에 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다.

〈표 5-5〉 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도(시·군·구별)

(단위: %, 점)

구분	사례수 (개)	전혀 안 이루어짐	안이 루어 짐	보통	잘 이루 어짐	매우 잘 이루어짐	종합			5점 평균	F
							안 이루어짐	보통	잘 이루어짐		
전체	118	4.2	31.4	49.2	13.6	1.7	35.6	49.2	15.3	2.77	-
시	42	2.4	28.6	40.5	23.8	4.8	31.0	40.5	28.6	3.00	3.19**
군	37	5.4	24.3	62.2	8.1	0.0	29.7	62.2	8.1	2.73	
구	39	5.1	41.0	46.2	7.7	0.0	46.2	46.2	7.7	2.56	

주) * $p < 0.1$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

나. 이해관계자별 인식

기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도에 대한 광역자치단체와 한국소비자원 지원의 인식은 각각 평균 3.10점으로 중간값을 상회하여 기초자치단체의 자체 인식(2.77점)보다 높았다. 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도에 대한 인식의 평균은 $p < 0.05$ 에서 집단 간에 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다.

〈표 5-6〉 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도(이해관계자별)

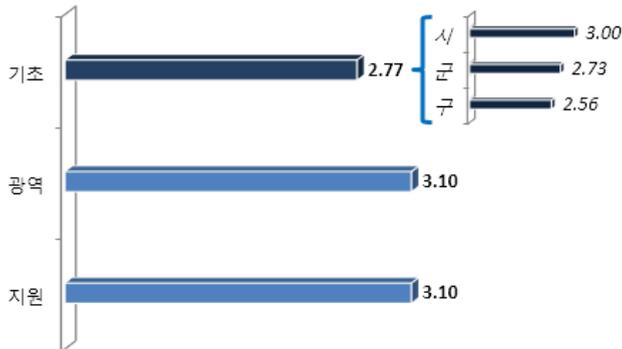
(단위: %, 점)

구분	사례수 (개)	전혀 안이루 어짐	안이루 어짐	보통	잘이루 어짐	매우 잘이루 어짐	종합			5점 평균	F
							안이루 어짐	보통	잘이루 어짐		
기초 지자체	118	4.2	31.4	49.2	13.6	1.7	35.6	49.2	15.3	2.77	3.24**
광역 지자체	20	5.0	30.0	30.0	20.0	15.0	35.0	30.0	35.0	3.10	
소비자원 지원	61	4.5	26.6	48.2	15.1	5.5	31.1	48.2	20.6	3.10	

주) *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

[그림 5-6] 기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행 정도(종합)

(단위: 점)

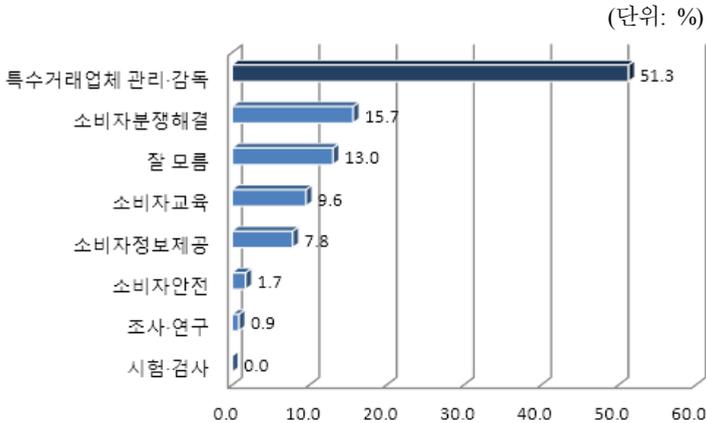


2. 잘 수행되는 분야와 미흡한 분야

가. 기초자치단체의 자체 인식

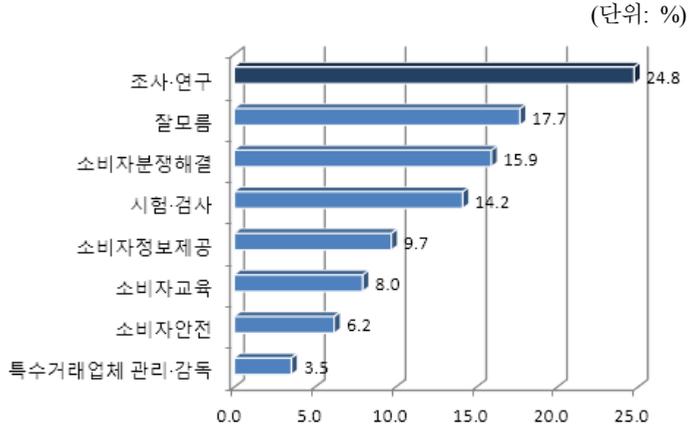
기초자치단체의 소비자행정 담당자들은 기초자치단체의 소비자행정 분야 중에서 특수거래 업무(51.3%), 소비자분쟁해결(15.7%)의 순으로 잘 수행되고 있다고 인식하는 것으로 나타났다. 또한, 시·군·구 모두 가장 잘 수행되고 있는 분야로 특수거래를 꼽았다.

[그림 5-7] 가장 잘 수행되는 분야(N=115)



한편, 소비자행정 분야 중에서 가장 미흡하다고 생각하는 분야에 있어서는 조사·연구(24.8%), 잘 모름(17.7%), 소비자분쟁해결(15.9%)의 순으로 인식하는 것으로 나타났다. 또한, 시·군·구별로 시는 조사·연구(37.5%), 군은 소비자분쟁해결(24.3%), 자치구는 잘 모름(30.6%)을 가장 미흡한 분야로 꼽아 차이를 드러냈다.

[그림 5-8] 가장 미흡한 분야(N=113)



〈표 5-7〉 가장 잘 수행되는 분야 vs. 가장 미흡한 분야(시·군·구별)

(단위: %)

구분	가장 잘 수행되는 분야				가장 미흡한 분야			
	전체	시	군	구	전체	시	군	구
사례 수(개)	115	42	37	36	113	40	37	36
특수거래	51.3	50.0	54.1	50.0	3.5	-	5.4	5.6
소비자정보제공	7.8	4.8	16.2	2.8	9.7	2.5	16.2	11.1
소비자교육	9.6	14.3	10.8	2.8	8.0	2.5	8.1	13.9
소비자분쟁해결	15.7	16.7	10.8	19.4	15.9	15.0	24.3	8.3
소비자안전	1.7	4.8	-	-	6.2	10.0	8.1	-
조사·연구	0.9	2.4	-	-	24.8	37.5	16.2	19.4
시험·검사	-	-	-	-	14.2	20.0	10.8	11.1
잘 모름	13.0	7.1	8.1	25.0	17.7	12.5	10.8	30.6

나. 이해관계자별 인식

기초자치단체와 마찬가지로 광역자치단체의 소비자행정 담당자들도 기초자치단체의 소비자행정 분야 중에서 특수거래 업무(57.9%)가 가장 잘 수행되고 있다고 인식하지만, 한국소비자원 지원 근무자들은 소비자분쟁해결(29.5%)이 가장 잘 수행되고 있다고 인식하는 것으로 나타나 차이를 드러냈다. 한편, 기초자치단체의 소비자행정 분야 중에서 가장 미흡하다고 생각하는 분야에 있어서 광역자치단체의 소비자행정 담당자들은 조사·연구와 시험·검사(각각 22.2%)의 응답 비율이 가장 높았고, 한국소비자원 지원 근무자들은 잘모름(23.0%)에 이어 특수거래(19.7%)의 비율이 높게 나타났다.

〈표 5-8〉 가장 잘 수행되는 분야 vs. 가장 미흡한 분야(이해관계자별)

(단위: %)

구분	가장 잘 수행되는 분야			가장 미흡한 분야		
	기초 지자체	광역 지자체	소비자원 지원	기초 지자체	광역 지자체	소비자원 지원
사례 수(개)	115	19	61	113	18	61
특수거래	51.3	57.9	21.3	3.5	5.6	19.7
소비자정보제공	7.8	5.3	9.8	9.7	5.6	3.3
소비자교육	9.6	31.6	18.0	8.0	16.7	6.6
소비자분쟁해결	15.7	5.3	29.5	15.9	16.7	8.2
소비자안전	1.7	0.0	0.0	6.2	0.0	9.8
조사·연구	0.9	0.0	0.0	24.8	22.2	13.1
시험·검사	-	-	-	14.2	22.2	16.4
잘모름	13.0	0.0	21.3	17.7	11.1	23.0

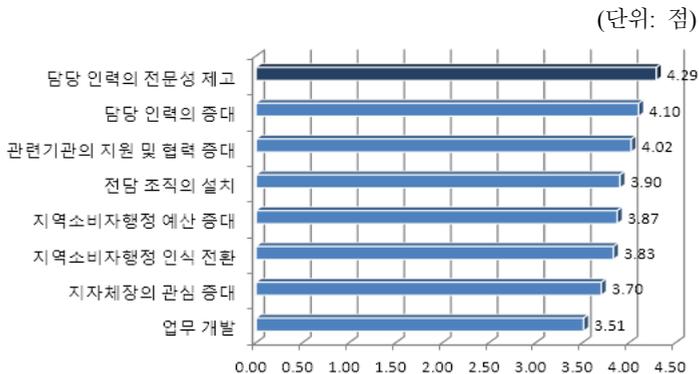
제3절 기초자치단체 소비자행정의 발전 인식

1. 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 필요한 요소

가. 기초자치단체의 자체 인식

기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해 필요한 요소들의 필요성 정도에 있어서 담당 인력의 전문성 제고가 5점 만점에 평균 4.29점으로 가장 높은 점수를 나타냈고, 그 뒤를 이어 담당 인력의 증대(4.10점), 관련 기관의 지원 및 협력 증대(4.02점), 전담 조직의 설치(3.90점), 지역소비자행정 예산 증대(3.87점), 지역소비자행정 인식 전환(3.83점), 지방자치단체장의 관심 증대(3.70), 업무 개발(3.51)의 순으로 나타났다. 또한, 기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해 필요한 여덟 가지 요소들의 필요성 정도는 모두 중간값인 평균 3.0점을 상회함으로써, 기초자치단체의 소비자행정 담당자들은 여덟 가지 요소들의 필요성을 모두 높게 인식하는 것으로 나타났다.

[그림 5-9] 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 필요한 요소



한편 지방자치단체장의 관심 증대, 지역소비자행정에 대한 인식 전환(제고), 지역소비자행정 전담조직 설치 등 세 요소의 필요성 정도의 평균은 시·군·구 세 집단 간에 통계적으로 유의미한 차이를 나타냈다.

〈표 5-9〉 기초자치단체 소비자행정 활성화 요소의 필요성 정도(시·군·구별)
(단위: %, 점)

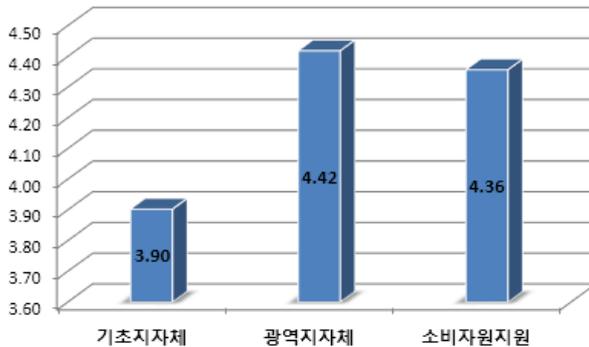
구분	사례수 (개)	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	종합			5점 평균	F	
							불필요	보통	필요			
지자체장의 관심 증대	전체	115	-	6.1	32.2	47.0	14.7	6.1	32.2	61.7	3.70	3.39**
	시	42	-	2.4	34.1	43.9	19.5	2.4	34.1	63.4	3.80	
	군	37	-	-	21.6	70.3	8.1	-	21.6	78.4	3.86	
	구	39	-	16.2	40.5	27.0	16.2	16.2	40.5	43.2	3.43	
지역소비자행 정에 대한 인식 전환 (제고)	전체	116	-	3.4	23.3	60.3	12.9	3.4	23.3	73.3	3.83	4.91***
	시	41	-	-	14.6	65.9	19.5	-	14.6	85.4	4.05	
	군	37	-	-	21.6	73.0	5.4	-	21.6	78.4	3.84	
	구	38	-	10.5	34.2	42.1	13.2	10.5	34.2	55.3	3.58	
관련기관의 지원 및 협력 증대	전체	118	-	1.7	21.2	50.8	26.3	1.7	21.2	77.1	4.02	1.60
	시	42	-	-	14.3	59.5	26.2	-	14.3	85.7	4.12	
	군	37	-	-	21.6	48.6	29.7	-	21.6	78.4	4.08	
	구	39	-	5.1	28.2	43.6	23.1	5.1	28.2	66.7	3.85	
지역소비자행 정 담당 인력 (자체 인력)의 증대	전체	117	-	3.4	15.4	48.7	32.5	3.4	15.4	81.2	4.10	0.25
	시	41	-	-	14.6	53.7	31.7	-	14.6	85.4	4.17	
	군	37	-	5.4	16.2	43.2	35.1	5.4	16.2	78.4	4.08	
	구	39	-	5.1	15.4	48.7	30.8	5.1	15.4	79.5	4.05	
지역소비자 행정 예산 (자체 예산)의 증대	전체	115	-	3.5	27.8	47.0	21.7	3.5	27.8	68.7	3.87	2.15
	시	41	-	2.4	22.0	43.9	31.7	2.4	22.0	75.6	4.05	
	군	36	-	2.8	25.0	55.6	16.7	2.8	25.0	72.2	3.86	
	구	38	-	5.3	36.8	42.1	15.8	5.3	36.8	57.9	3.68	
지역소비자 행정 담당 인력의 전문성 제고	전체	117	-	1.7	6.8	52.1	39.3	1.7	6.8	91.5	4.29	0.27
	시	41	-	2.4	2.4	53.7	41.5	2.4	2.4	95.1	4.34	
	군	37	-	-	8.1	54.1	37.8	-	8.1	91.9	4.30	
	구	39	-	2.6	10.3	48.7	38.5	2.6	10.3	87.2	4.23	
지역소비자 행정 전담 조직의 설치	전체	117	-	6.8	29.1	31.6	32.5	6.8	29.1	64.1	3.90	3.34**
	시	42	-	2.4	19.0	35.7	42.9	2.4	19.0	78.6	4.19	
	군	37	-	10.8	35.1	27.0	27.0	10.8	35.1	54.1	3.70	
	구	38	-	7.9	34.2	31.6	26.3	7.9	34.2	57.9	3.76	
지역소비자 행정 업무의 개발	전체	115	0.9	8.7	44.3	30.4	15.7	9.6	44.3	46.1	3.51	1.38
	시	41	-	2.4	41.5	41.5	14.6	2.4	41.5	56.1	3.68	
	군	37	-	13.5	45.9	18.9	21.6	13.5	45.9	40.5	3.49	
	구	37	2.7	10.8	45.9	29.7	10.8	13.5	45.9	40.5	3.35	

주) *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

나. 이해관계자별 인식

기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해 필요한 여덟 가지 요소들의 필요성 정도의 평균은 광역자치단체 4.42점, 한국소비자원 지원 4.36점, 기초자치단체 3.90점으로 나타나 기초자치단체에 비해 광역자치단체와 한국소비자원 지원이 각 요소들의 필요성을 더 높게 인식하는 것으로 나타났다⁶²⁾. 또한, 여덟 가지 요소들의 필요성 정도의 평균은 각각 통계적으로 집단 간에 유의미한 차이를 나타냈다.

[그림 5-10] 소비자행정 활성화 요소들의 필요성 정도의 평균(이해관계자별)
(단위: 점)



기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해 필요한 요소들의 우선순위에 서도 이해관계자별로 다소 차이를 나타냈다. 즉, 기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위한 필요성 정도의 평균을 기준으로 집단별로 상위 세 가지 요소를 선정하였더니, 먼저 기초자치단체는 지역소비자행정 담당인력의 전문성 제고(4.29점), 지역소비자행정 담당 인력의 증

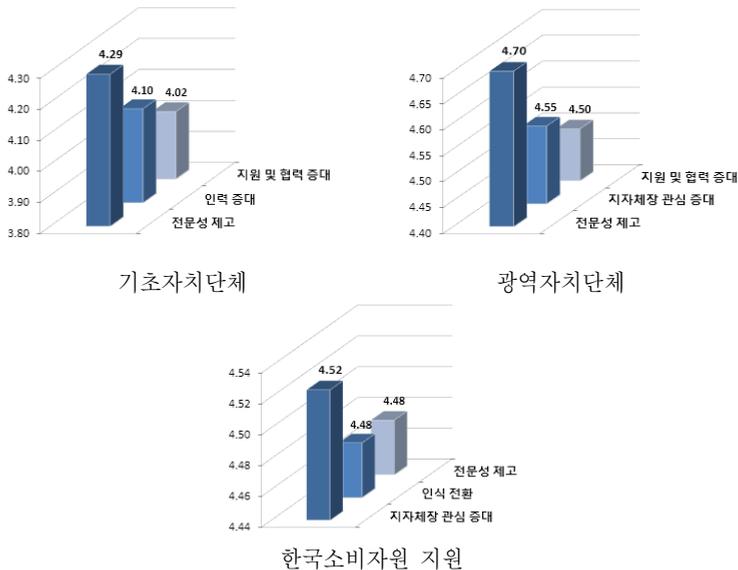
62) 「각 요소들의 필요성 정도의 평균값의 합 / 8(요소의 개수)」로 산출하였다.

대(4.10점), 관련 기관의 지원 및 협력 증대(4.02점)가 뽑혔다.

한편, 광역자치단체의 경우에는 담당 인력의 전문성 제고(4.70점), 지방자치단체장의 관심 증대(4.55점), 관련 기관의 지원 및 협력 증대(4.50점)가 상위 세 가지 요소로 선정되었고, 한국소비자원 지원의 경우에는 지방자치단체장의 관심 증대(4.52점), 지역소비자행정에 대한 인식 전환(제고)과 지역소비자행정 담당 인력의 전문성 제고(각각 4.48점)의 우선순위가 높게 나타났다. 이를 통해 볼 때, 기초자치단체는 소비자행정 활성화를 위하여 주로 물리적 변화가 수반되어야 한다고 인식하는 반면, 이해관계자인 광역자치단체나 한국소비자원 지원의 경우 인식이나 관심과 같은 정신적 변화도 필요하다고 인식하는 것으로 나타났다.

[그림 5-11] 소비자행정 활성화 요소들의 우선순위(이해관계자별)

(단위: 점)



<표 5-10> 기초자치단체 소비자행정 활성화 요소의 필요성 정도(이해관계자별)

(단위: %, 점)

구분	사례수 (명)	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	종합			5점 평균	F	
							불필요	보통	필요			
지자체장의 관심 증대	기초 지자체	115	-	6.1	32.2	47.0	14.7	6.1	32.2	61.7	3.70	29.53 ***
	광역 지자체	20	-	-	10.0	25.0	65.0	-	10.0	90.0	4.55	
	소비자원 지원	61	-	-	8.2	31.1	60.7	-	8.2	91.8	4.52	
지역 소비자 행정에 대한 인식 전환 (제고)	기초 지자체	116	-	3.4	23.3	60.3	12.9	3.4	23.3	73.3	3.83	18.14 ***
	광역 지자체	20	-	5.0	20.0	20.0	55.0	5.0	20.0	75.0	4.25	
	소비자원 지원	61	-	-	4.9	42.6	52.5	-	4.9	95.1	4.48	
관련기관의 지원 및 협력 증대	기초 지자체	118	-	1.7	21.2	50.8	26.3	1.7	21.2	77.1	4.02	8.00 ***
	광역 지자체	20	-	-	10.0	30.0	60.0	-	10.0	90.0	4.50	
	소비자원 지원	61	-	-	8.2	44.3	47.5	-	8.2	91.8	4.39	
지역 소비자행정 담당 인력(자체 인력)의 증대	기초 지자체	117	-	3.4	15.4	48.7	32.5	3.4	15.4	81.2	4.10	2.77*
	광역 지자체	20	-	5.0	10.0	35.0	50.0	5.0	10.0	85.0	4.30	
	소비자원 지원	61	-	1.6	6.6	44.3	47.5	1.6	6.6	91.8	4.38	
지역 소비자 행정 예산 (자체예산) 의 증대	기초 지자체	115	-	3.5	27.8	47.0	21.7	3.5	27.8	68.7	3.87	11.98 **
	광역 지자체	20	-	-	15.0	25.0	60.0	-	15.0	85.0	4.45	
	소비자원 지원	61	-	2.0	20.5	44.4	33.2	2.0	20.5	77.6	4.38	

구분	사례수 (명)	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	중합			5점 평균	F	
							불필요	보통	필요			
지역 소비자 행정 담당 인력의 전문성 제고	기초 지자체	117	-	1.7	6.8	52.1	39.3	1.7	6.8	91.5	4.29	4.11 **
	광역 지자체	20	-	5.0	-	15.0	80.0	5.0	-	95.0	4.70	
	소비자원 지원	61	-	-	4.9	42.6	52.5	-	4.9	95.1	4.48	
지역 소비자 행정전담 조직의 설치	기초 지자체	117	-	6.8	29.1	31.6	32.5	6.8	29.1	64.1	3.90	4.40 **
	광역 지자체	20	-	5.0	15.0	20.0	60.0	5.0	15.0	80.0	4.35	
	소비자원 지원	61	-	3.3	14.8	34.4	47.5	3.3	14.8	81.9	4.26	
지역 소비자 행정 업무의 개발	기초 지자체	115	0.9	8.7	44.3	30.4	15.7	9.6	44.3	46.1	3.51	10.23 ***
	광역 지자체	20	-	-	20.0	25.0	45.0	-	20.0	70.0	4.25	
	소비자원 지원	61	-	1.6	23.0	52.5	23.0	1.6	23.0	75.5	3.97	

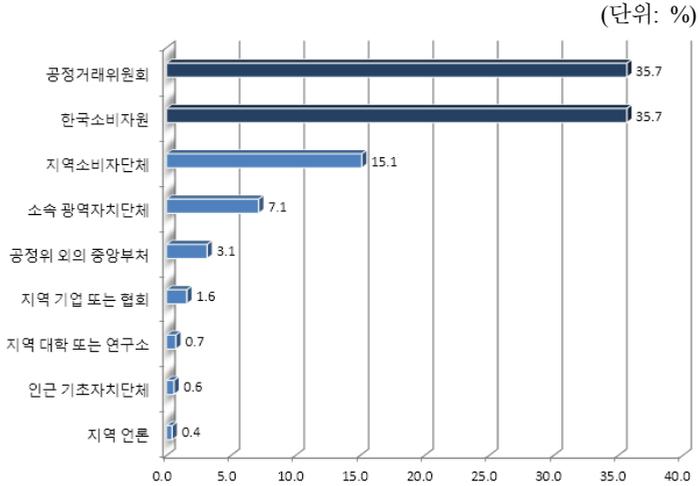
주) *p<0.1, **p<0.05, ***p<0.01

2. 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 협력이 필요한 기관

가. 기초자치단체의 자체 인식

기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해 가장 협력이 필요한 기관에 있어서는 공정거래위원회와 한국소비자원(각각 35.7%)이 가장 높은 비중을 차지했고, 그 뒤를 이어 지역소비자단체(15.1%), 소속 광역자치단체(7.1%), 공정위 외의 중앙부처(3.1%)의 순으로 나타났다.

[그림 5-12] 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 협력이 필요한 기관(N=117)



시·군·구별로 시는 한국소비자원(38.9%), 공정거래위원회(28.6%), 지역소비자단체(21.0%)의 순이고, 군은 공정거래위원회(36.5%), 한국소비자원(31.5%), 지역소비자단체(16.7%)의 순이며, 자치구는 공정거래위원회(42.7%), 한국소비자원(36.1%), 관할 광역자치단체(8.4%)의 순으로 나타났다.

〈표 5-11〉 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 협력이 필요한 기관(시·군·구별)
(단위: %)

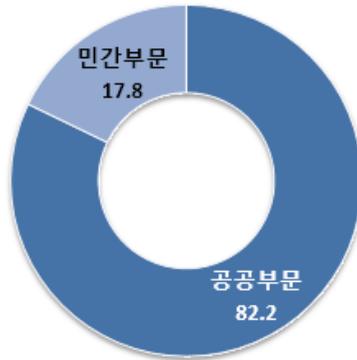
구분	전체	시	군	구
사례 수(개)	117	42	37	38
공정거래위원회	35.7(①)	28.6(②)	36.5(①)	42.7(①)
한국소비자원	35.7(①)	38.9(①)	31.5(②)	36.1(②)
지역소비자단체	15.1(③)	21.0(③)	16.7(③)	7.0
공정위 외의 중앙부처	3.1	3.2	3.2	3.1
관할 광역자치단체	7.1	5.2	8.1	8.4(③)
인근 기초자치단체	0.6	0.8	0.0	0.9
지역 대학 또는 연구소	0.7	0.4	1.4	0.4
지역 기업 또는 협회	1.6	2.0	1.4	1.3
지역 언론	0.4	-	1.4	-

* 협력이 필요한 기관의 비율 산정 방법: ①응답자가 협력이 필요한 기관의 1순위, 2순위, 3순위를 선택, ②각 항목별 가중빈도수 산출(1순위*300+2순위200+3순위*100), ③가중빈도수에 대한 비율 산정(해당 항목의 가중빈도수/가중빈도수의 총합)

※ 괄호 안의 원숫자는 집단별 순위를 의미함

기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해 협력이 필요한 기관을 공공부문과 민간부문으로 구분하여 보면, 공공부문과의 협력이 필요하다고 응답한 비율이 82.2%인데 반해, 민간부문과의 협력이 필요하다고 응답한 비율은 17.8%에 그쳤다.

[그림 5-13] 협력이 필요한 기관(공공부문 vs. 민간부문, N=117)
(단위: %)



나. 이해관계자별 인식

기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해 가장 협력이 필요한 기관에 대하여 이해관계자별로 다소 순위가 다르게 나타났다. 즉, 기초자치단체는 협력이 필요한 기관에 대해 공정거래위원회와 한국소비자원(각각 35.7%), 지역소비자단체(15.1%)의 순으로 응답하였으나, 광역자치단체는 한국소비자원(33.3%), 지역소비자단체(24.2%), 공정거래위원회(21.7%)의 순이었고, 한국소비자원 지원은 관할 광역자치단체(26.5%), 한국소비자원(23.0%), 공정거래위원회(21.9%)의 순으로 응답하였다.

〈표 5-12〉 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 협력이 필요한 기관(이해관계자별)
(단위: %)

구분	기초 지자체	광역 지자체	소비자원 지원
사례 수(명)	117	20	61
공정거래위원회	35.7 (①)	21.7 (③)	21.9 (③)
한국소비자원	35.7 (①)	33.3 (①)	23.0 (②)
지역소비자단체	15.1 (③)	24.2 (②)	10.9
공정위 외의 중앙부처	3.1	3.3	9.0
관할 광역자치단체	7.1	10.8	26.5 (①)
인근 기초자치단체	0.6	1.7	6.0
지역 대학 또는 연구소	0.7	1.7	0.8
지역 기업 또는 협회	1.6	3.3	0.8
지역 언론	0.4	-	1.1

* 협력이 필요한 기관의 비율 산정 방법: ①응답자가 협력이 필요한 기관의 1순위, 2순위, 3순위를 선택, ②각 항목별 가중빈도수 산출(1순위*300+2순위200+3순위*100), ③가중빈도수에 대한 비율 산정(해당 항목의 가중빈도수/가중빈도수의 총합)

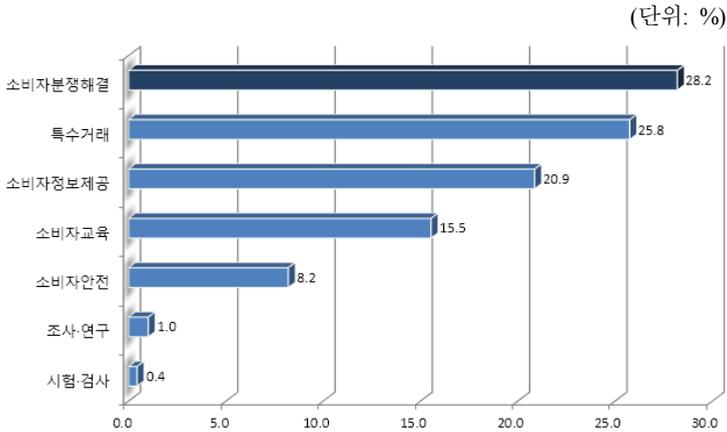
※ 괄호 안의 원숫자는 집단별 순위를 의미함

3. 향후 역점을 두어야 하는 소비자행정의 분야

가. 기초자치단체의 자체 인식

기초자치단체가 향후 가장 역점을 두어야 하는 소비자행정 분야에 있어서는 소비자분쟁해결(28.2%)이 가장 높은 비중을 차지했고, 그 뒤를 이어 특수거래(25.8%), 소비자정보제공(20.9%), 소비자교육(15.5%)의 순으로 나타났다.

[그림 5-14] 향후 역점을 두어야 하는 소비자행정의 분야(N=117)



시·군·구별로 시는 향후 소비자분쟁해결(32.9%), 소비자정보제공(21.3%), 소비자교육(18.1%)과 같은 조정·지원 행정 분야에 역점을 두어야 한다고 인식하는 반면, 군과 자치구는 여전히 특수거래 업무에 역점을 두어야 한다는 응답 비중(각각 26.1%, 29.9%)이 가장 높게 나타났다.

〈표 5-13〉 향후 역점을 두어야 하는 소비자행정의 분야(시·군·구별)

(단위: %)

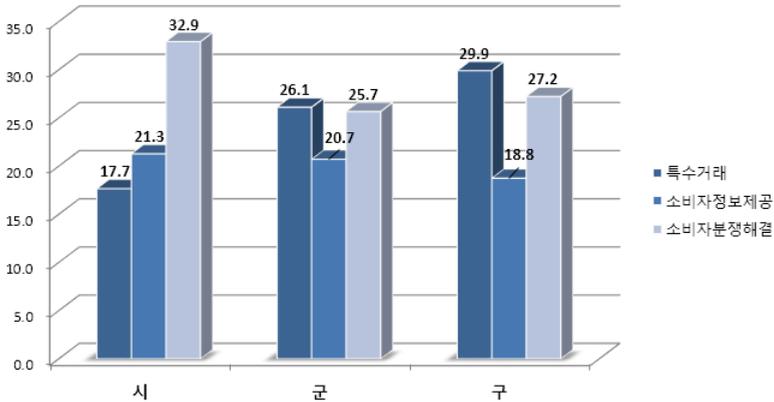
구분	전체	시	군	구
사례 수(개)	117	42	37	38
특수거래	25.8(②)	17.7	26.1(①)	29.9(①)
소비자정보제공	20.9(③)	21.3(②)	20.7(③)	18.8(③)
소비자교육	15.5	18.1(③)	16.7	17.0
소비자분쟁해결	28.2(①)	32.9(①)	25.7(②)	27.2(②)
소비자안전	8.2	9.2	8.1	5.4
조사·연구	1.0	-	2.3	1.8
시험·검사	0.4	0.8	0.5	-

* 향후 역점을 두어야 하는 소비자행정 분야의 비율 산정 방법: ①응답자가 향후 역점을 두어야 하는 분야의 1순위, 2순위, 3순위를 선택, ②각 항목별 가중빈도수 산출(1순위*300+2순위200+3순위*100), ③가중빈도수에 대한 비율 산정(해당 항목의 가중빈도수/가중빈도수의 총합)

※ 괄호 안의 원숫자는 집단별 순위를 의미함

기초자치단체에서 향후 가장 역점을 두어야 한다고 응답한 상위 세 가지 분야(소비자분쟁해결, 특수거래, 소비자정보제공)에 대한 시·군·구별 인식 차이를 나타내면 [그림 5-15]와 같다. 이를 통해, 시는 향후 소비자분쟁해결에 역점을 두어야 한다는 응답 비중이 특수거래 분야보다 훨씬 높은 반면, 군과 자치구는 소비자분쟁해결보다 특수거래에 대한 응답 비중이 근소하고 높음을 확인할 수 있다.

[그림 5-15] 주요 소비자행정 분야에 대한 시·군·구별 인식 차이
(단위: %)



나. 이해관계자별 인식

기초자치단체가 향후 가장 역점을 두어야 하는 소비자행정 분야에 있어서는 이해관계자별로 다소 순위가 다르게 나타났다. 즉, 소비자분쟁해결(28.2%), 특수거래(25.8%), 소비자정보제공(20.9%)의 순으로 응답한 기초자치단체와는 달리, 광역자치단체는 특수거래와 소비자교육(각각 25.0%), 소비자분쟁해결(23.3%)의 순으로 응답하였고, 한국소비자원 지원은 특수거래(28.9%), 소비자정보제공(22.8%), 소비자분쟁해결(21.9%)의 순으로 나타났다.

〈표 5-14〉 향후 역점을 두어야 하는 소비자행정의 분야(이해관계자별)

(단위: %)

구분	기초 지자체	광역 지자체	소비자원 지원
사례 수(명)	117	20	61
특수거래	25.8 (㉔)	25.0 (㉑)	28.9 (㉑)
소비자정보제공	20.9 (㉓)	18.3	22.8 (㉒)
소비자교육	15.5	25.0 (㉑)	15.6
소비자분쟁해결	28.2 (㉑)	23.3 (㉓)	21.9 (㉓)
소비자안전	8.2	3.3	8.6
조사·연구	1.0	3.3	1.4
시험·검사	0.4	1.7	0.8

* 향후 역점을 두어야 하는 소비자행정 분야의 비율 산정 방법: ①응답자가 향후 역점을 두어야 하는 분야의 1순위, 2순위, 3순위를 선택, ②각 항목별 가중빈도수 산출(1순위*300+2순위200+3순위*100), ③가중빈도수에 대한 비율 산정(해당 항목의 가중빈도수/가중빈도수의 총합)

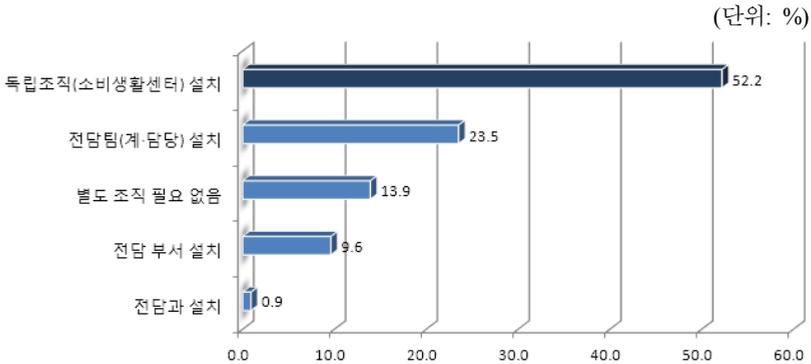
※ 괄호 안의 원숫자는 집단별 순위를 의미함

4. 소비자행정 추진 조직의 형태

가. 기초자치단체의 자체 인식

기초자치단체의 소비자행정 담당자들은 기초자치단체 소비자행정을 추진하기 위한 조직 형태로 독립조직(소비생활센터) 설치(52.2%)가 가장 적합하다고 인식하는 것으로 나타났다. 그리고 그 뒤를 이어 전담 팀(계·담당) 설치(23.5%), 별도 조직 필요 없음(13.9%), 전담 부서 설치(9.6%)의 순으로 나타났다.

[그림 5-16] 소비자행정 추진을 위해 적합한 조직 형태(N=115)



한편, 시·군·구 모두 소비자행정 추진을 위해 독립조직의 설치가 필요하다는 응답 비중이 가장 높았으나, 별도 조직의 설치가 필요 없다는 응답에 있어서는 시가 4.8%임에 반해, 군과 자치구는 각각 16.7%, 21.6%로 상대적으로 높게 나타났다.

<표 5-15> 소비자행정 추진을 위해 적합한 조직 형태(시·군·구별)

(단위: %)

구분	전체	시	군	구
사례 수(개)	115	42	36	37
전담 부서 설치	9.6	14.3	5.6	8.1
전담과 설치	0.9	2.4	-	-
전담팀(계·담당) 설치	23.5	28.6	22.2	18.9
독립조직(소비생활센터) 설치	52.2	50.0	55.6	51.4
별도 조직 필요 없음	13.9	4.8	16.7	21.6

나. 이해관계자별 인식

기초자치단체의 소비자행정을 추진하기 위해서 독립조직(소비생활센터) 설치가 가장 적합하다고 응답한 기초자치단체와는 달리, 광역자치단체는 전담팀(계·담당) 설치(55.0%), 한국소비자원 지원은 전담부서 설치(30.4%)가 가장 높은 비중을 차지하였다.

〈표 5-16〉 소비자행정 추진을 위해 적합한 조직 형태(이해관계자별)

(단위: %)

구분	기초 지자체	광역 지자체	소비자원 지원
사례 수(개)	115	20	56*
전담 부서 설치	9.6	-	30.4
전담과 설치	0.9	25.0	14.3
전담팀(계·담당) 설치	23.5	55.0	23.2
독립조직(소비생활센터) 설치	52.2	20.0	25.0
별도 조직 필요 없음	13.9	-	7.1

* 소비자원 지원 근무자 중에서 '잘 모름' 으로 응답한 4명의 사례는 결측으로 처리함

제4절 기초자치단체 소비자행정 인식 요약

이상의 분석 결과를 토대로, 기초자치단체 소비자행정 인식의 주요 내용을 요약하여 제시하면 아래와 같다.

첫째, 기초자치단체 소비자행정 담당자들의 기초자치단체 소비자행정의 필요성에 대한 인식(평균 3.35점)은 높은 반면, 지역소비자행정의 인지도(평균 2.54점)는 낮은 것으로 나타났다. 인지도 및 인식의 수준은 기초자치단체 유형별로 시, 군, 자치구의 순이었고, 광역자치단체나 소비자원 지원이 기초자치단체에 비해 인식의 수준이 높게 나타났다.

둘째, 기초자치단체의 담당자들은 기초자치단체의 소비자행정이 잘 이루어지고 있지 않다고 인식하는 것으로 나타났다(평균 2.77점). 그리고 소비자행정 분야 중에서 특수거래 업무(51.3%)가 가장 잘 수행되고 있다고 인식하고 있으며, 조사·연구(24.8%)가 가장 미흡하다고 인식하는 것으로 나타났다.

셋째, 기초자치단체의 담당자들은 기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해 담당인력의 전문성 제고(4.29점), 담당인력의 증대(4.10점), 관련 기관의 지원 및 협력 증대(4.02점)의 순으로 필요하다고 인식하는 것으로 나타났다. 이에 반해, 광역자치단체나 한국소비자원 지원에서는 지방자치단체장의 관심 증대나 지역소비자행정에 대한 인식 전환의 순위가 높게 나타나 대비를 이루었다.

넷째, 기초자치단체의 담당자들은 기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해서 공정거래위원회와 한국소비자원(각각 35.7%), 지역소비자단체(15.1%), 관할 광역자치단체(7.1%)와의 협력이 필요하다고 인식하는 것으로 나타나 공공부문(82.2%)과의 협력이나 지원에 대한

의존도가 높은 것으로 분석되었다.

다섯째, 기초자치단체의 담당자들은 기초자치단체가 향후 소비자분쟁해결(28.2%), 특수거래(25.8%), 소비자정보제공(20.9%)의 순으로 역점을 두어야 한다고 인식하는 것으로 나타났다. 시·군·구별로 시는 향후 소비자분쟁해결에 역점을 두어야 한다는 응답 비중이 가장 높은 반면, 군과 자치구는 특수거래의 비중이 가장 높게 나타났다.

여섯째, 기초자치단체의 소비자행정을 추진하기 위해서는 독립조직(소비생활센터)이 설치되어야 한다는 응답 비중(52.2%)이 가장 높게 나타났다.

〈표 5-17〉 기초자치단체 소비자행정 인식 요약

구분	현황	전체	시	군	구	표본 (개)	비고	
인지	지역소비자행정에 대한 인지도(점)	2.54	2.69	2.54	2.38	118		
	기초자치단체 소비자행정의 필요성(점)	3.35	3.83	3.35	2.82	118		
현황	기초자치단체 소비자행정의 원활한 수행정도(점)	2.77	3.00	2.73	2.56	118		
발전 필요성	소비자 행정 활성화를 위한 필요성	지자체장의 관심 증대(점)	3.70	3.80	3.86	3.43	115	7위
		인식 전환(점)	3.83	4.05	3.84	3.58	116	6위
		지원 및 협력 증대(점)	4.02	4.12	4.08	3.85	118	3위
		담당인력의 증대(점)	4.10	4.17	4.08	4.05	117	2위
		예산 증대(점)	3.87	4.05	3.86	3.68	115	5위
		전문성 제고(점)	4.29	4.34	4.30	4.23	117	1위
		전담조직 설치(점)	3.90	4.19	3.70	3.76	117	4위
		업무 개발(점)	3.51	3.68	3.49	3.35	115	8위

제6장 기초자치단체 소비자행정의 추진방향

제1절 기본 방향

제2절 세부 방안

제1절 기본 방향

소비자기본법상 광역자치단체와 기초자치단체 모두 지역소비자행정의 주요 추진 주체이며, 지역밀착형 소비자행정의 구현을 위해서는 양 주체의 역할이 중요하다고 할 수 있다. 하지만 현재 지역소비자행정이 처한 제반 여건을 고려할 때, 기초자치단체의 소비자행정 추진에 있어서는 세 가지 접근 방식을 고려해 볼 수 있다.

첫째, 광역자치단체를 중심으로 지역소비자행정을 우선 정착시킨 후, 기초자치단체로 순차적 확대를 해 나가는 단계별 추진 접근(Step-by-step approach)이다. 이는, 현재 광역자치단체조차도 지역소비자행정을 추진하기 위한 조직·인력·예산 등 인프라가 미흡한 상황에서 기초자치단체의 소비자행정 활성화를 논하는 것은 시기상조라는 관점에 입각한 것이다.

이에 따르면, 광역자치단체의 소비자행정 추진 여건이 보다 발전되고 성숙된 후에야 기초자치단체의 소비자행정 강화를 추진하게 되므로, 당장은 광역자치단체 소비자행정에 보다 집중하면서 기초자치단체 소비자행정에 대해서는 좀 더 장기적인 관점에서 접근하게 된다. 하지만, 2003년 광역자치단체에 소비생활센터가 완비된 이후에도 광역자치단체의 소비자행정에 대한 관심도가 여전히 높지 않은 점을 고려하면, 순차적 접근에 입각하여 기초자치단체 소비자행정의 강화를 꾀하는 것이 과연 현실 가능성이 있는지에 대해 의문의 여지가 있을 수 있다.

둘째, 광역자치단체와 기초자치단체의 소비자행정 활성화를 함께 추진하는 병행 추진 접근(Two-track approach)이다. 이는 광역자치단체와 기초자치단체 모두 자치단체의 특성에 맞는 지역밀착형 소비자행

정의 구현을 위해 함께 힘써야 한다는 입장이다. 하지만, 현재 소비자행정 추진을 위한 인프라와 업무 전문성 및 소비자행정에 대한 인식과 관심이 매우 부족한 기초자치단체가 과연 얼마나 적극적·능동적으로 움직이겠느냐 하는 우려가 제기될 수 있다.

셋째, 단계별 추진(안)과 병행 추진(안)의 단점을 보완·보충하여 보다 현실 가능성 있게 조절하는 절충적 접근(Compromise approach)이 있다. 이 접근법은 모든 것을 일시에 추진하기 보다는 광역자치단체와 기초자치단체의 현실적 여건을 고려하여 각자의 입장에서 실행 가능한 사항부터 함께 추진해 나가는 것이다. 즉, 소비자행정에 대한 기본적인 인프라가 구비된 광역자치단체의 경우 지속적 인프라의 확대와 함께 지역소비자행정의 전문성과 내실을 강화하는데 집중하고, 소비자행정에 대한 인식과 인프라가 매우 취약한 기초자치단체의 경우 단기적으로는 소비자행정에 대한 인식 제고와 제도 기반 마련에 주력하면서 장기적으로 광역자치단체와 같은 소비생활센터 등 전담기구 설치로 범위를 확대해나가는 것을 모색하는 것이다.

〈표 6-1〉 기초자치단체 소비자행정 추진 접근법

접근법	내용	고려 사항
(1안) 단계별 추진 접근	광역자치단체 소비자행정 우선 정착 후, 기초자치단체로 순차적 확대	광역자치단체 소비자행정 정착의 가능성과 시기 불확실
(2안) 병행추진 접근	광역자치단체와 기초자치단체의 소비자행정 활성화를 함께 추진	기초자치단체의 추진 여건과 의지 미약
(3안) 절충적 접근	광역자치단체와 기초자치단체의 현실적 여건을 고려하여 실행 가능한 사항부터 동시에 추진	소비자정책 당국 및 지방자치단체의 의지 필요

위에서 제시한 기초자치단체 소비자행정 추진의 3가지 접근법은 나름의 장·단점을 지니고 있지만, 현재 지방자치단체가 처한 현실적 여건과 지역소비자행정의 중요성을 고려할 때, 아래에서는 제3안인 절충적 접근에 입각하여 지역소비자행정 구성요소별 추진 방안과 주체별·추진시기별 역할 방안의 세부 방안을 제시하고자 한다.

제2절 세부 방안

1. 지역소비자행정 구성요소별 추진 방안

아래에서는 지역소비자행정 추진을 위한 구성요소인 지역소비자행정 인식, 기반, 업무, 네트워크의 4가지 관점에서 기초자치단체 소비자행정 추진 방안을 제시한다.

가. (인식) 소비자행정에 대한 교육·홍보의 강화

2015년 기초자치단체의 소비자행정 인식 조사 결과를 보면, 기초자치단체의 소비자행정 담당자들은 기초자치단체 소비자행정의 필요성에 대해서는 비교적 높게 인식하지만, 지역소비자행정에 대한 이해와 기초자치단체의 소비자행정 현황에 대한 인식은 매우 낮은 것으로 나타났다. 또한, 대부분의 기초자치단체 담당자들은 소비자행정 업무를 지방자치단체의 사무가 아닌 국가사무로 인식하는 경향이 강하여, 법적으로 주어진 최소한의 업무(특수거래 업무 등)만을 수행하려고 하며 여타의 소비자행정 업무는 귀찮고 어려운 일로 인식하는 것으로 분석되었다.

소비자업무는 지방자치법, 소비자기본법, 특수거래관련법, 소비자안전관련법 상 기초자치단체를 포함한 지방자치단체의 주요 사무에 해당되며, 지역소비자와의 접점에서 그들의 삶의 질에 영향을 미치는 중요한 공공서비스 중 하나이다. 광역자치단체의 경우에는 세종특별자치시를 제외한 16개 시·도에 소비생활센터가 설치되어 있고, 소비자행정 업무를 전담할 공무원(대부분 일반임기제)이 배치되어 있

어서 그나마 소비자행정 업무에 대한 인식이 높은 편이다(지광석·곽윤영, 2014). 하지만, 기초자치단체는 소비자행정을 추진할 조직, 인력, 예산 등 인프라가 전반적으로 취약하고 최고 의사결정권자인 지방자치단체장은 물론이고 소비자행정 담당자조차도 소비자행정에 대한 이해와 인식이 매우 미흡하여 지역소비자행정 활성화를 저해하고 있는 것으로 분석된다.

따라서 점진적으로 기초자치단체의 소비자행정 인프라 확충을 위한 노력을 유도하는 한편, 기초자치단체장과 소비자행정 담당 부서장 및 실무 담당자 등을 대상으로 소비자행정에 대한 교육과 홍보를 강화할 필요가 있다. 이를 위해 공정거래위원회와 한국소비자원은 소비자행정서비스에 대한 공공정책 마케팅(public policy marketing)⁶³⁾의 도입·적용 방안을 모색하는 한편, 현재 주로 광역자치단체의 소비자행정 담당자들을 대상으로 실시하는 교육 및 연수를 기초자치단체 소비자행정 담당자에까지 확대하여 소비자행정에 대한 이해와 인식을 제고시킬 필요가 있다⁶⁴⁾.

나. (기반) 시·군·구별 특성을 고려한 소비자행정의 기반 확충

2015년 기초자치단체의 소비자행정 현황 조사 결과를 보면, 현재 기초자치단체 소비자행정의 제도·조직·인력·예산 등의 수준이 전반적으로 매우 열악하여 소비자행정을 추진하기 위한 환경과 여건이

63) 고객으로서의 국민의 욕구와 편익을 자발적인 가치의 교환을 통해 충족시켜주기 위해 공공정책의 기획, 분석, 집행, 평가의 전 과정에 걸쳐 마케팅의 개념과 기법을 활용하는 것을 말한다(김규현·김광식, 2006).

64) 심층인터뷰의 대상이었던 수원시, 단양군, 강남구의 소비자행정 담당자들은 하나같이 소비자원을 통한 소비자업무 교육연수가 필요하며 이러한 과정이 개설될 경우 참석할 의향이 있음을 표명하였다.

제대로 마련되어 있지 못한 것으로 분석된다. 또한, 지방자치법에서는 소비자보호전담기구의 운영을 광역자치단체 및 기초자치단체의 사무로 규정하고 있지만, 소비자기본법에서는 기초자치단체를 제외하고 있는 점도 기초자치단체의 소비자행정 활성화를 저해하는 하나의 요인으로 작용하는 것으로 추정된다⁶⁵⁾.

이와 같이 열악한 자원과 기반 하에서는 제대로 된 소비자행정 업무를 수행하기 어렵기 때문에 지역소비자들의 권익증진을 위한 질 높은 서비스를 제공할 수 없다. 따라서 기초자치단체의 소비자행정을 효과적으로 추진하기 위해서는 첫째, 점진적인 소비자행정의 기반 확충 노력이 필요하다. 지방자치단체의 소비자행정에 대한 관심과 인식이 미흡하고, 광역자치단체조차도 소비자행정의 자원과 기반이 부족한 상황에서 모든 기초자치단체가 소비자행정 조직·인력·예산 등을 갖출 것을 기대하기는 어렵다. 또한 인력, 예산, 조직 등은 자원을 필요로 하며 정책의 우선순위에 따라 일시에 해결하기 어려운 측면이 있으므로 점진적·단계적 확충방안을 마련할 필요가 있다.

둘째, 기초자치단체라 하더라도 시·군·구에 따라 인구규모, 예산 및 재정자립도, 면적 및 근접성 등 환경과 여건이 상이하므로 소비자행정의 기반 확충에 있어서 이러한 특성을 고려할 필요가 있다⁶⁶⁾. 이와 같이 시·군·구별 특성을 고려한 기초자치단체 소비자행정 인프라의 점진적 확충방안을 제시하면 아래와 같다.

65) 지방자치법 시행령 제8조 및 소비자기본법 시행령 제7조 참조

66) 한편, 기초자치단체는 소비자행정을 추진하기 위해서 독립조직(소비생활센터 등)의 설치가 필요하다는 응답이 가장 높은 비중(52.2%)을 차지하였다. 이는 소속 부서에서 경제 및 물가 업무와 함께 소비자행정 업무를 겸하고 있고 지자체 내부에서 소비자행정 업무에 대한 이해와 인식이 낮다보니, 차라리 이를 전담할 독립적인 조직이 설치되어야 한다고 인식하는 것으로 해석된다.

먼저, 시는 광역자치단체인 도 아래에 있고 평균 면적(529.39km²)이 넓으며 인구분포가 매우 다양한 특징을 지니고 있다. 따라서 지역소비자들의 접근성과 인구규모에 따라 소비자행정서비스를 위한 조직 설치 여부와 유형을 결정할 필요가 있다. 예컨대, 우선적으로 인구 50만 이상의 시는 1개 이상의 소비자상담실을 설치하도록 하고, 장기적으로는 인구 20만 이상의 시에 원칙적으로 1개 이상의 소비자상담실을 설치하며, 인구 20만 미만의 시는 인근의 시나 군과 연계하여 공동 소비자상담실을 설치·운영하도록 하는 것이다. 또한, 장기적으로 인구 100만 이상의 대도시는 광역자치단체에 준하는 소비생활센터를 설치함으로써 소비자상담 외에도 소비자정보제공이나 소비자교육 등 복합적인 기능을 수행하도록 하는 것을 검토해볼 수 있다⁶⁷⁾.

또, 군은 대부분 도에 소속되어 있고, 평균 면적(669.36km²)이 시·군·구중 가장 넓으며 인구규모가 가장 적은 특징이 있다. 이와 같이, 인구밀도는 높지 않지만 광역자치단체인 도의 면적이 넓고 교통이 불편한 농어촌 지역이 다수이어서 도의 소비생활센터를 이용하기 곤란한 경우가 많다. 따라서 인근 소비자상담실의 접근성과 군의 재정 여건 등을 고려하여 단기적으로는 광역자치단체나 지역소비자단체, 한국소비자원 지원 등과 합동으로 이동 소비자상담실을 운영하고, 장기적으로는 인근의 시나 군과 연계하여 공동 소비자상담실을 설치·운영하는 방안을 검토할 필요가 있다.

자치구는 특별시 또는 광역시 아래에 있고, 평균 면적(49.58km²)이 매우 좁으며 인구가 과밀한 특징이 있다. 자치구가 속한 특별시나

67) 기초자치단체라 하더라도 인구 100만이 넘는 곳은 다수의 소비자가 소비행위로 인한 피해를 받을 가능성이 높으므로, 광역자치단체의 소비생활센터 설치 사례를 참고하여 설치방안을 마련할 필요가 있다.

광역시에는 도에 비해 면적이 좁기 때문에 지역소비자들의 ‘시’ 소비생활센터에 대한 접근성은 시나 군에 비해 나은 편이다. 하지만 인구 50만이 넘는 자치구도 다수이므로 장기적으로 ‘시’ 소비생활센터와의 접근성을 고려하여 소비자상담실을 설치할 필요가 있다⁶⁸⁾.

셋째, 이와 같은 기초자치단체의 소비자기구 마련에 앞서 소비자불만 및 피해처리를 위한 전담기구의 설치·운영에 대한 책무를 광역자치단체에만 부여하고 있는 소비자기본법을 개정하여 기초자치단체도 이를 설치·운영할 수 있는 근거 규정을 마련할 필요가 있다⁶⁹⁾.

〈표 6-2〉 기초자치단체의 소비자기구 설치 방안

인구 규모	시		군		자치구	
	기구 유형	추진 시기	기구 유형	추진 시기	기구 유형	추진 시기
100만 이상	소비자상담실	단기				
	소비생활센터	장기				
50만 이상 100만 미만	소비자상담실	단기			소비자상담실 (접근성 고려)	장기
20만 이상 50만 미만	소비자상담실	장기				
20만 미만	공동 상담실	장기	이동 상담실	단기		
			공동 상담실	장기		

68) 특히 인구 50만이 넘는 자치구의 62.5%가 서울특별시(송파구, 노원구, 강서구, 강남구, 관악구)에 집중되어 있다.

69) 소비자기본법 시행령 제7조 참조

다. (업무) 선택과 집중을 통한 소비자행정 업무의 전문성 제고

2015년 기초자치단체의 소비자행정 현황 조사 결과를 보면, 기초자치단체에서는 소비자행정 업무 중에서 특히 특수거래 업무에 치중하고 있으며, 소비자상담에도 적잖은 노력을 기울이고 있으나 그 밖에 소비자정보제공, 소비자교육, 소비자안전, 조사·연구, 시험·검사 등에 있어서는 이해와 관심이 낮고 수행실적도 매우 저조함을 알 수 있다.

먼저, 특수거래 업무의 수행율과 비중은 전반적으로 높지만 신고수리나 관리·감독 등 규제 업무에 편중되어 있어 특수거래로 인한 소비자피해의 구제나 정보제공은 미흡한 것으로 나타났다. 또, 소비자상담은 다수의 기초자치단체(66.1%)에서 수행되고 있기는 하지만 시설과 인력 등 인프라가 부족하여 지역소비자들의 상담서비스에 대한 접근성과 편의성이 미흡한 것으로 나타났으며, 소비자정보제공과 소비자교육도 제대로 수행되지 못하고 있는 것으로 확인되었다. 그리고 소비자안전 업무는 관련 법률에서 기초자치단체의 사무로 규정된 위임사무임에도 불구하고, 소비자행정 담당 부서가 아닌 타 부서에서 수행되는 경우가 많고 중앙정부의 업무라는 인식이 강하여 적극적으로 수행되고 있지 못한 것으로 나타났다.

현재와 같이, 소비자행정과 관련한 기초자치단체의 업무와 역할 범위가 모호하고 분담체계가 명확하지 않다면, 기초자치단체가 소비자행정 업무를 적극적으로 추진하기 어려워 결과적으로 지역소비자들이 제대로 된 소비자행정서비스를 제공받기 어렵게 된다. 또한 국가, 광역자치단체, 기초자치단체 간 소비자행정 업무의 중복적 추진에 따른 예산의 낭비와 비효율을 초래할 수도 있다.

따라서 지역소비자의 권익증진을 위해서는 소비자행정을 추진하는 국가-광역자치단체-기초자치단체 간의 합리적·효율적 기능과 역할 배분이 필요하다. 즉, 기초자치단체는 국가소비자행정이나 시·도 소비자행정과 중복되거나 경합하지 않고(비경합의 원칙), 지역소비자와의 접점에서 수행하는 것이 지역소비자들의 권익향상에 보다 유리하며(보충성의 원칙), 기초자치단체의 자원과 능력 내에서 수행 가능한(효율성의 원칙) 소비자행정 분야에 선택·집중할 필요가 있다.

이를 기초자치단체에서 수행되고 있는 소비자행정 영역별로 살펴보면, 첫째, 특수거래 업무는 대부분의 특수거래가 특정 지역을 기반으로 하여 이루어지는 관계로 해당 지역의 소비자와 밀접한 관계가 있다. 따라서 보충성의 원칙에 따라 기초자치단체는 해당 지역에서 발생한 특수거래 관련 소비자피해의 방지와 해결을 위해 우선적 노력을 기울일 필요가 있다. 이를 위해, 기초자치단체의 특수거래 업무를 방문판매법, 전자상거래소비자보호법, 할부거래법 등 관련법상의 특수거래 신고 수리 및 관리·감독 등 규제업무로만 한정할 것이 아니라, 특수거래로 인한 소비자피해의 구제와 정보제공에까지 확대하여 소비자권익 보호를 강화할 필요가 있다.

둘째, 소비자안전과 관련하여 식품위생법 등에서는 기초자치단체에 사업자의 영업 허가·신고·등록, 관리·감독 및 처벌 등의 권한을 부여하는 등 대부분이 국가 또는 광역자치단체와의 공동사무로 규정되어 있다. 여전히 다수의 지방자치단체 소비자행정 담당자들은 소비자안전 업무를 국가사무로 인식하여 적극적으로 수행하지 않으려는 경향이 있으나,⁷⁰⁾ 식품 이물이나 식중독 발견에 대한 신고 등

70) 이와 같은 경향은 광역자치단체에서도 유사한 것으로 알려져 있다(지광석·곽윤영, 2014).

은 지역소비자와 보다 가까운 기초자치단체에서 수행하는 것이 효율적이다(보충성과 효율성의 원칙).

셋째, 소비자상담은 이미 소비자단체, 한국소비자원, 광역자치단체가 참여하는 1372 소비자상담센터를 통하여 수행되고 있다. 하지만, 소비자가 피해를 입은 경우 이의 해결을 위해서 가까운 관공서를 방문하여 직접 상담받기를 원하는 경우가 많으며, 특히 피해를 입힌 사업자가 해당 지역을 기반으로 한 경우에는 해당 사업자의 관리·감독권이 있는 기초자치단체에서 상담 및 조정을 하는 것이 보다 효과적이다. 따라서 보충성과 효율성의 원칙에 따라 지역소비자의 접근성이 좋고 지역사업자와의 조정이 보다 용이한 기초자치단체에서 소비자상담 업무를 핵심 업무로서 추진하게 할 필요가 있다⁷¹⁾.

넷째, 지역소비자의 피해를 사전에 방지하기 위한 소비자정보제공을 위해서는 정보생산을 위한 전문성과 정보 콘텐츠 및 시스템 등을 보유해야 한다. 하지만, 자원의 효율적 배분의 측면에서 이러한 자원과 역량을 보유하지 못한 기초자치단체가 소비자정보를 직접 생산하여 제공하도록 하는 것은 바람직하지 않다. 따라서 효율성의 원칙에 따라 기초자치단체는 한국소비자원, 광역자치단체, 소비자단체 등에서 생산된 소비자정보를 지역소비자에게 2차 전달하면서 해당 지역에서 발생하는 특수거래 피해나 소비자상담과 관련한 정보제공에 주력할 필요가 있다.

다섯째, 지역소비자의 능력 함양을 위한 소비자교육을 실시하기 위해서는 교육 콘텐츠와 강사 등 물적·인적 자원이 필요하다. 그러므로 기초자치단체에서 직접 교육을 실시하기 보다는 효율성의 원칙

71) 기초자치단체 소비자행정 담당자들도 소비자행정의 분야 중에서 향후 가장 역점을 두어야 하는 분야로 소비자분쟁해결(28.2%)을 꼽았다.

에 따라 이러한 자원과 능력을 보유한 한국소비자원, 광역자치단체, 소비자단체의 지원과 협력을 통해 자원을 공유하는 것이 바람직하다. 그 밖에, 조사·연구나 시험·검사는 고도의 전문성과 설비 등이 요구되는 분야이므로 효율성의 원칙에 따라 국가나 전문기관에서 담당하고 기초자치단체는 이를 활용토록 하는 것이 좋다.

결과적으로, 소비자행정의 영역 중에서 지역소비자와의 접점에서 수행하는 것이 지역소비자들의 권익향상에 보다 유리한 특수거래 업무, 소비자안전(이상 규제행정)과 소비자상담(조정행정)의 영역은 기초자치단체에서 직접 수행하도록 하는 것이 바람직하다. 그리고 소비자정보제공이나 소비자교육(이상 지원행정)과 같이 국가나 광역자치단체에서 수행하는 것이 보다 효율적인 영역은 일차적으로 국가나 광역자치단체가 수행하고 기초자치단체는 이들로부터 지원과 협력을 받거나 자원을 공유하도록 하는 것이 효과적이다. 또한, 조사·연구나 시험·검사와 같이 고도의 전문적·기술적 능력을 필요로 하는 영역은 국가나 광역자치단체가 수행토록 하는 것이 바람직하다.

〈표 6-3〉 기초자치단체의 소비자행정 업무 수행 범위

구분		규제행정		조정행정	지원행정			조사·연구
		특수거래	소비자 안전	소비자 상담	소비자 정보제공	소비자 교육	시험·검사	
중앙정부	국가	○	○	○	○	○	○	○
지방정부	광역	○	○	○	○	○	△	△
	기초	○	○	○	△	△	×	×

○: 직접 수행 영역, △: 자원 공유 영역, ×: 미수행 영역

라. (네트워크) 협력적 거버넌스의 강화

2015년 기초자치단체의 소비자행정 현황 조사 결과를 보면, 기초자치단체는 소비자행정 업무와 관련하여 관할 시·도로부터 지원 및 협조를 제대로 받지 못하고 있으며, 기관 내·외부와의 협력 및 교류도 매우 미흡한 것으로 나타났다. 특히, 실제 협력 및 교류에 있어서 한국소비자원, 공정거래위원회 등 공공부문에 편중되어 있고, 기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해 협력이 필요한 기관에 대한 인식에서도 공공부문의 비중이 높게 나타났다.

기초자치단체는 소비자행정 영역별 업무 추진에 있어서 전문성 부족과 인력 부족을 주요 장애요인으로 꼽았고, 기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해서 전문성 제고, 인력 증대 및 지원·협력 증대가 더욱 필요하다고 인식하는 것으로 나타났다. 이를 통해 볼 때, 기초자치단체 담당자들은 소비자행정 업무를 수행하는데 있어서 인력과 전문성의 미흡으로 인해 어려움을 겪고 있으며, 이를 극복하기 위해서는 상급기관 및 소비자행정 전문기관으로부터의 전문성과 노하우의 전수 및 인력의 지원과 협력이 필요하다고 생각하는 것으로 해석된다⁷²⁾.

소비자행정에 관한 인프라와 전문성이 매우 미흡한 기초자치단체 입장에서는 기관 내·외부와의 협력 및 교류를 통해 자원을 공유하고 노하우를 전수받는 한편, 지역소비자문제의 원활한 해결을 위해 공공부문(공정거래위원회, 광역자치단체, 지방 식품의약품안전청, 한

72) 서울특별시 강남구와의 심층인터뷰에서 담당자는 특수거래 업무 관련 피해구제를 위해 한국소비자원과의 시스템 공유나 인력 지원이 절실함을 강조하였고, 담당자의 전문성 제고를 위해서 소비자원 등의 교육연수 프로그램이 필요함을 제언하였다.

국소비자원) 및 민간부문(지역소비자단체, 지역대학, 지역언론, 지역사업자, 지역소비자)과의 협력적 거버넌스를 강화할 필요가 있다. 특히, 소비자행정 영역별 특징이 상이하고 소비자행정 유관기관별로 합리적 기능과 역할 배분이 필요한 만큼, 거버넌스 구축도 유형별로 달리 접근할 필요가 있다.

첫째, 특수거래에 있어서는 특수거래 업체 관리·감독 강화를 위해 공정거래위원회, 광역자치단체와의 합동점검 및 업무분담을 통해 공조체계를 구축하고,⁷³⁾ 사업자의 위법사실 수사를 위해 경찰청의 협조가 필요하며, 특수거래 관련 정보제공 및 지역소비자의 피해구제를 확대하기 위해서 공정거래위원회, 한국소비자원과의 협력 및 지역소비자의 참여를 강화할 필요가 있다.

둘째, 소비자안전에 있어서는 식품안전에 대한 감독과 범위반에 대한 집행 강화를 위해 지방 식품의약품안전청 및 광역자치단체와의 공조체계가 필요하고, 위해정보의 공유나 신속한 리콜조치를 위해 한국소비자원과의 협력체계 구축이 필요하며,⁷⁴⁾ 식품안전 감시 및 신고 등을 통한 지역소비자 등 민간부문의 참여가 이루어질 필요가 있다.

셋째, 소비자상담에 있어서는 장기적으로 소비자상담실의 설치와 상담원의 배치 등 인프라 조성을 위해 지방자치단체의 재원 확보와 공정거래위원회의 재정적 지원이 이루어져야 하고,⁷⁵⁾ 소비자상담의

73) 예컨대, 특수거래업체의 관리·감독과 사실조사 및 위법 확인을 위해 공정거래위원회와 지방자치단체가 합동 점검반을 운영하는 것을 검토할 수 있다.

74) 예컨대, 한국소비자원이 보유한 위해정보 중에서 해당 기초자치단체에 해당되는 정보를 신속히 전달·공유한다든지, 해당 기초자치단체가 관리·감독하는 사업자가 제조한 결함제품의 리콜조치를 위해 한국소비자원과 기초자치단체가 협업하는 것을 고려할 수 있다.

75) 현재 논의되고 있는 ‘(가칭) 소비자권익증진기금’이 현실화될 경우 소비자상담실 설치 등 지역소비자권익증진을 위한 기반 조성에 우선적으로 활용될 필요가 있다.

전문성 확보를 위해 한국소비자원의 전문 상담인력 양성 지원과 지역소비자단체의 상담인력 파견 등의 협조가 필요하다. 또한, 소비자의 불만처리 및 피해구제를 원활하게 수행하기 위해서는 지역소비자와 지역사업자의 적극적 참여도 필수적인 요소이다. 한편, 기초자치단체에 소비자상담실의 설치나 상담원의 배치가 이루어지기 어려운 단기적 상황에서는 한국소비자원에서 실시하는 이동상담을 기초자치단체로 확대하는 것을 검토할 필요가 있다.

넷째, 소비자정보제공에 있어서는 국가단위의 소비자정보를 생산하는 한국소비자원과 지역단위의 소비자정보를 생산하는 광역자치단체 및 지역소비자단체와의 정보 공유 및 전달 체계를 마련할 필요가 있으며, 신속한 정보 전달을 위한 지역 언론의 협조도 필요하다.

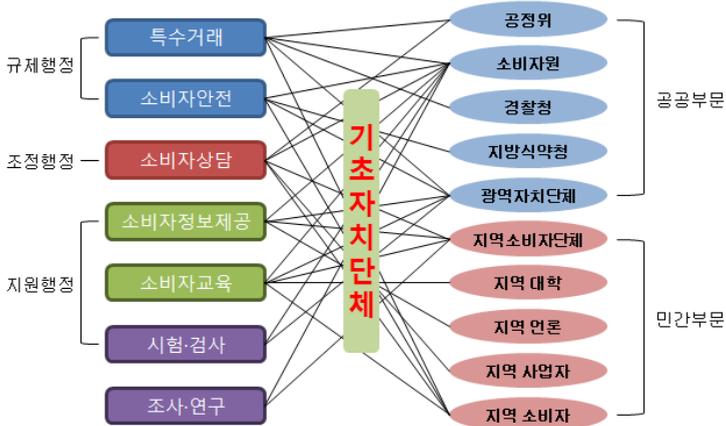
다섯째, 소비자교육에 있어서는 소비자원과 광역자치단체의 소비자 업무 담당자 연수과정 운영⁷⁶⁾을 통한 지원과 지역소비자단체나 지역 대학의 강사 지원, 그리고 지역소비자의 적극적 교육 참여가 필요하다.

여섯째, 한국소비자원과 소비자단체의 조사·연구 결과와 광역자치단체, 한국소비자원, 전문 시험·검사기관의 시험·검사 결과의 원활한 공유와 전달 체계를 구축하기 위한 협력이 필요하다.

[그림 6-1]은 소비자행정 영역별로 기초자치단체와의 협력 및 지원이 필요한 기관을 연결한 거버넌스 관계를 제시한 것이다.

76) 가령, 한국소비자원은 전체 기초자치단체에 공통으로 적용되는 공통과정에 대한 교육연수를 담당하고, 광역자치단체는 관할 기초자치단체에 적용되는 지역특수과정에 대한 교육연수를 담당함으로써 역할분담을 할 수 있다.

[그림 6-1] 기초자치단체 소비자행정 거버넌스



2. 주체별 · 추진시기별 역할 방안

위에서 살펴본 바와 같이, 현재 소비자행정에 대한 인프라와 인식이 매우 취약한 기초자치단체가 독자적으로 지역밀착형 소비자행정의 추진과 지역소비자의 권익증진 활동을 하도록 맡겨두는 것은 바람직하지 않다. 특히, 소비자행정에 대한 인프라와 전문성 및 인식이 단기적으로 해결되기 어렵다는 점을 고려하면, 소비자정책 전문기관들의 협조와 지원이 반드시 이루어질 필요가 있다.

다시 말해, 기초자치단체 소비자행정의 한정된 자원과 여건을 극복하고 소비자행정에 대한 관심과 인식을 제고시키기 위해서는 국가 소비자행정을 이끄는 공정거래위원회와 한국소비자원, 그리고 지역 소비자행정을 이끄는 광역자치단체, 지역소비자단체, 한국소비자원 지원 등이 지역소비자의 권익증진이라는 공통 목표를 추구하면서 기

초자치단체의 소비자행정이 정착될 수 있도록 단·중·장기의 관점에서 각자 나름의 역할을 수행하지 않으면 안 된다.

첫째, 기초자치단체의 소비자행정에 대한 인식과 관심을 제고시키기 위해서 공정거래위원회는 중기적으로 소비자정책의 필요성과 중요성에 대한 대국민 홍보를 강화하는 한편, 지역소비자행정 활성화를 위한 공공정책 마케팅 도입을 추진하고, 한국소비자원은 이를 지원하기 위해 관련 연구를 수행할 필요가 있다.

둘째, 기초자치단체 소비자행정 담당자들의 전문성 제고를 위해서 현재 한국소비자원에서 광역자치단체 소비자행정 담당자들을 대상으로 실시하는 소비자행정 실무 교육·연수를 기초자치단체로 확대·운영할 필요가 있다. 보다 구체적으로, 기초자치단체의 소비자행정 담당 공무원들을 대상으로 소비자법령·행정 실무 과정을 운영하고, 소비자상담원 양성을 위한 소비자상담 실무 과정을 운영하는 것이다⁷⁷⁾. 그리고 한국소비자원이 지역공통과정을 담당하고 관할 광역자치단체가 지역특수과정을 담당하도록 함으로써 역할분담을 하고, 지역소비자단체는 지역특수과정에 강사 지원을 하거나 소비자상담원 파견을 통해 참여할 수 있다.

셋째, 기초자치단체의 소비자행정 추진을 위한 제도적 기반을 마련하기 위해 공정거래위원회와 한국소비자원이 단기적으로 관련 법규의 제·개정을 검토할 필요가 있다. 우선, 공정거래위원회는 기초자치단체 소비자전담기구(소비자상담실 등)의 설치 근거 마련을 위해 소비자기본법 개정을 추진할 필요가 있다⁷⁸⁾. 또한, 공정거래위원회가

77) 단기적으로, 권역별 시범사업 실시를 통해 효과성과 타당성을 점검한 후, 장기적으로는 ‘(가칭) 소비자교육연수센터’를 설치·운영하는 방안을 검토할 수 있다.

78) 물론 현재, 지방자치법상 기초자치단체도 소비자보호 전담기구를 운영·관리할 수 있도록 규정되어 있으나(동법 시행령 제8조 별표 1), 소비자기본법상에는 소비자

기초자치단체의 소비자업무 범위와 내용을 담은 기초자치단체 표준 소비자조례(안)을 마련하여 전국 기초자치단체에 보급하고, 이를 위해 한국소비자원은 관련 연구 및 검토를 수행할 필요가 있다⁷⁹⁾.

넷째, 기초자치단체의 소비자행정 추진을 위한 기반 조성을 위해 단·중기적으로 소비자정책 주무기관인 공정거래위원회와 해당 기초자치단체를 관할하는 광역자치단체의 재정 지원이 이루어질 필요가 있다. 특히, 소비자행정에 대한 여건과 인식이 낮은 초기 단계에서는 어느 정도 재정 지원이 이루어져야만 소비자행정에 대한 기초자치단체의 관심과 노력을 유인할 수 있다. 재정 지원을 위한 재원은 일본의 사례와 같이 지역소비자행정 활성화 기금을 별도로 조성하든지,⁸⁰⁾ 아니면 ‘(가칭) 소비자권익증진기금’이 설치될 경우 그 주요 용처를 지역소비자행정 활성화로 정하여 우선적으로 사용하는 방안이 있다⁸¹⁾.

다섯째, 단·중기적으로 기초자치단체의 소비자업무 수행과 관련하여 관련 기관이 보유한 자원과 전문성 등을 공유하는 등 협력적

뿐만 또는 피해의 신속·공정한 처리를 위한 전담기구의 설치에 대한 책무를 광역자치단체에만 부여하고 있다(동법 시행령 제7조). 따라서 기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해서는 소비자정책 및 소비자업무에 대한 보다 전문적 사항을 포함하고 있는 소비자기본법에 기초자치단체도 소비자보호 전담기구를 설치·운영할 수 있도록 근거규정을 마련할 필요가 있다.

79) 광역자치단체에 대해서는 공정거래위원회가 2010년 표준 소비자조례(안)을 제정하여 보급한 바 있다.

80) 일본은 2008년 150억 엔의 지방소비자행정활성화기금을 조성한 이래, 2014년까지 약 356억 엔을 조성하여 소비자상담 강화 등에 사용하여 왔다. 동 기금의 운용절차는 지방자치단체인 도·도·부·현과 시·정·촌이 국가에 사업계획서 제출, 도·도·부·현이 국가에 지방소비자행정활성화 교부금 교부 신청, 국가의 교부, 도·도·부·현과 시·정·촌이 동 교부금을 받아 활성화 사업 실시로 이루어진다. 지원 범위는 당해 도·도·부·현 예산 총액의 2분의 1 한도이며, 지진피해를 입은 4현은 3분의 2 한도이다(消費者庁, 2014).

81) 현재, 재단법인 형태의 ‘(가칭) 소비자권익증진기금’의 설립과 관련하여 이운룡 의원 대표발의안(의안번호: 13450)과 김기준 의원 대표발의안(의안번호: 16119)이 국회에 상정되어 소관위(정무위)에 계류 중이다.

지원 역할을 강화할 필요가 있다. 예컨대, 단기적으로는 특수거래 업무와 관련하여 공정거래위원회 및 광역자치단체가 기초자치단체와 공조체계 구축 및 업무분담을 하고, 한국소비자원은 벽·오지 등 소비자상담서비스를 제공받기 어려운 곳을 중심으로 이동상담을 확대·실시할 필요가 있다. 그리고 중기적으로는 한국소비자원에서 특수거래 관련 소비자피해구제를 위한 시스템 구축 등을 통해 기초자치단체의 특수거래 업무를 지원하고, 한국소비자원에 기초자치단체 전문 소비자상담원 양성과정을 개설할 필요가 있다.

〈표 6-4〉 기초자치단체 소비자행정 추진을 위한 주체별·추진시기별 역할 방안

주체	역할	추진 시기
공정위	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자정책에 대한 인식 제고를 위한 공공정책 마케팅 도입 추진 ○ 기초자치단체 소비자전담기구(소비자상담실 등) 설치근거 마련을 위한 소비자기본법(시행령) 개정 ○ 기초자치단체 표준 소비자조례(안) 마련 ○ 기초자치단체 소비자행정 기반 조성을 위한 재정 지원(소비자권익증진기금 등) ○ 특수거래 업무 추진 관련 협력 	<p>중기 단기</p> <p>단기</p> <p>단·중기</p> <p>단기</p>
한국 소비자원	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기초자치단체 표준 소비자조례(안) 개발 연구, 소비자정책에 있어서의 공공정책 마케팅 도입방안 연구 수행 ○ 기초자치단체 소비자업무 담당자 대상 실무 교육·연수 실시(공통과정) ○ 벽·오지 중심 이동상담 확대, 기초자치단체 전문 상담인력 양성 과정 개설 ○ 특수거래 분야 소비자피해구제 협조(시스템 연계 등) ○ 해당 자치단체 관련 소비자정보 및 위해정보의 공유 	<p>단·중기</p> <p>단기</p> <p>단·중기</p> <p>중기 단기</p>
광역 자치단체	<ul style="list-style-type: none"> ○ 재정 지원(관할 기초자치단체 대상) ○ 관할 기초자치단체 소비자업무 담당자 대상 실무 교육·연수 실시(지역특수과정) ○ 특수거래, 소비자안전 업무 추진 관련 협력 ○ 지역소비자정보의 공유 	<p>단·중기</p> <p>단·중기</p> <p>단기</p> <p>단기</p>
지역 소비자 단체	<ul style="list-style-type: none"> ○ 기초자치단체 소비자업무 담당자 교육·연수를 위한 강사 지원 ○ 소비자상담인력 파견 지원 ○ 지역소비자정보의 공유 	<p>단기</p> <p>중기</p> <p>단기</p>

제7장 결론

제1절 연구의 요약

제2절 연구의 의의 및 한계

제1절 연구의 요약

지역소비자행정의 제도적 기반이 마련된 지 20년이 흘렀지만 조직·인력·예산 등 기반과 업무 추진이 여전히 미흡하고, 소비자행정서비스가 기초자치단체의 지역소비자에까지 제대로 공급되지 못하면서 기초자치단체의 소비자행정은 사실상 유명무실한 실정이다. 또한, 소비자행정과 관련하여 관련법에 규정되어 있는 지방자치단체의 책무나 사무는 규정상 역할 구분이 모호하고 소비자기본법에는 소비자보호조직의 설치에 대한 책무가 광역자치단체에만 부여되어 있는 등 여전히 법·제도상의 문제도 남아있다.

최근 국내외적으로 행정서비스에서 주민밀착형의 근거리행정 혹은 현장행정의 중요성이 점차 높아져감에도 불구하고, 국내에서는 소비자행정서비스의 접점이 되는 기초자치단체의 소비자행정에 대한 관심과 인식이 매우 미흡한 실정이다. 하지만, 지역소비자행정서비스의 주요 고객인 지역소비자의 권익증진을 위해서는 지역소비자들이 보다 쉽고 편리하게 접근하여 소비자행정서비스를 제공받을 수 있는 여건이 조성될 필요가 있다. 이러한 상황과 문제의식을 바탕으로, 본 연구는 2015년 기초자치단체의 소비자행정 현황과 인식에 대한 조사를 통해 기초자치단체 소비자행정의 현 주소를 돌아보고, 향후 추진 방향을 제시해보고자 하였다.

이를 위해 우선, 중앙정부가 수행하는 국가소비자행정에 대해 지방정부인 기초자치단체(시·군·구)가 지역소비자의 권익증진을 위하여 수행하는 일련의 행정을 기초자치단체 소비자행정으로 정의하였다. 또한, 관련 법규의 검토를 통해 기초자치단체 소비자행정의 범위를 크게 소비자행정 인프라의 조성 과 정책영역별 사무의 수행으로

구분하여 제시하였다. 그리고 그간의 지역소비자행정의 추진 경과와 문제점 및 지역소비자행정과 관련한 선행연구의 한계와 기초자치단체 소비자행정의 필요성을 고찰하였다.

본 연구는 2015년 기초자치단체의 소비자행정 현황과 인식을 파악하기 위해 설문조사 및 심층인터뷰를 실시하였다. 먼저, 소비자행정 현황 조사에 있어서는 총 226개 기초자치단체의 소비자행정 담당자를 대상으로 설문요청을 하고 이메일을 통해 설문지를 회수하였으며, 3개의 주요 기초자치단체(시·군·구 각각 1개)를 대상으로 심층인터뷰를 실시하였다. 그리고 인식 조사에 있어서는 기초자치단체 외에도 광역자치단체 소비자행정 담당자와 한국소비자원 지원 근무자를 포함한 총 307명을 대상으로 현장 또는 이메일을 통한 조사를 실시하였다. 그 결과 현황 조사의 경우 총 120곳이 설문문에 응답함으로써 회수율은 53.1%에 이르렀으며, 설문 회수까지는 총 24일이 소요되었다.

2015년 기초자치단체의 소비자행정 현황 및 인식에 대한 주요 분석 결과를 소비자행정의 기반, 업무, 네트워크, 인식의 네 가지 측면에서 제시하면 아래와 같다.

첫째, 기초자치단체가 소비자행정을 추진하기 위해 필요한 제도적·조직적·인적·재정적 자원에 해당하는 기반(인프라)이 매우 취약한 것으로 나타났다. 먼저, 기초자치단체의 소비자보호조례(규칙) 보유율이 30.5%이고, 소비자관련 조직과 소비자상담실의 설치율은 각각 2.5%, 18.5%에 불과한 것으로 나타났다. 또한, 소비자행정 전임 공무원과 소비자상담원의 배치율은 각각 3.5%, 15.1%에 불과하여 소비자행정서비스를 제공할 인력이 절대적으로 부족하며, 소비자행정 예산을 두고 있는 기초자치단체의 연간 소비자행정 예산 규모는 평

균 1,550만원에 불과한 것으로 확인되었다.

둘째, 기초자치단체에서 수행하는 소비자행정 업무 중에서 특수거래 업무의 비중이 매우 높은 반면, 상대적으로 소비자상담, 소비자정보제공, 소비자교육 등 조정 및 지원 행정 영역이 소홀히 다루어지고 있는 것으로 나타났다. 먼저, 특수거래 업무는 기초자치단체 소비자행정 업무 중에서 가장 비중 있게 추진되고 있지만, 영업 신고 수리나 관리·감독 등 규제 업무 위주이어서 특수거래 관련 정보제공이나 소비자피해구제 등 지역소비자의 권익을 보호하기 위한 활동은 미흡한 것으로 나타났다.

또, 자체 소비자정보 제공율과 자체 소비자교육 실시율이 매우 낮아(각각 18.6%, 16.1%) 지역소비자의 선택권 보장과 능력 함양에는 미흡했으며, 소비자상담 실시율은 66.1%이지만 소비자상담실 설치율과 소비자상담원 배치율이 각각 20%에도 미치지 못하는 관계로 제대로 된 전문적 상담을 받기 어려운 여건인 것으로 확인되었다. 그리고 소비자안전 업무는 대부분 소비자행정 담당 부서가 아닌 기타 부서(74.8%)에서 수행되고 있으며, 다수의 담당자들이 소비자안전 업무를 국가사무로 인식(51.7%)하는 것으로 나타났다. 기타 소비자권익 증진과 관련한 조사·연구나 시험·검사는 거의 수행되지 않고 있는 것으로 나타났다. 한편, 기초자치단체 소비자행정 담당자들은 대부분의 소비자행정 업무를 수행하는데 있어서 전문성 부족과 인력 부족으로 인해 어려움을 겪고 있다고 응답하였다.

셋째, 기초자치단체는 소비자행정과 관련한 내·외부와의 협력 및 교류가 매우 미약한 것으로 나타났다. 즉, 소비자행정 업무와 관련하여 관할 광역자치단체로부터 지원 혹은 협조를 제대로 받지 못하고 있고, 타 기관과의 협력 및 교류가 미흡한 가운데 협력의 대상도 주

로 공공부문에 편중되어 있으며, 기관 내부의 타부서와도 협의나 교류가 잘되고 있지 않은 것으로 나타났다.

넷째, 기초자치단체의 소비자행정 담당자들은 기초자치단체 소비자행정에 대한 인지도(평균 2.54점)와 현황에 대한 인식(평균 2.77점)은 낮은 반면, 향후 발전이나 필요성(평균 3.35점)에 대해서는 상대적으로 높게 인식하는 것으로 나타났다. 그리고 기초자치단체의 소비자행정 활성화를 위해서는 담당인력의 전문성 제고, 담당인력의 증대 등이 필요하며 공정거래위원회, 한국소비자원, 지역소비자단체, 관할 광역자치단체 등과의 협력이 필요하다고 인식하는 것으로 조사되었다. 또, 향후 기초자치단체가 소비자분쟁해결, 특수거래, 소비자정보제공에 역점을 두어야 하며, 소비자행정을 추진하기 위해서는 독립조직(소비생활센터)의 설치가 필요하다는 응답 비중이 높게 나왔다.

이러한 분석 결과를 토대로, 본 연구는 우선 기초자치단체의 소비자행정 추진을 위한 기본 방향으로서 단계별 추진, 병행 추진, 절충안의 3가지 접근법을 제시하고, 지방자치단체가 처한 현실적 여건과 지역소비자행정의 중요성을 고려하여 제3안인 절충안을 제안하였다. 그리고 기초자치단체 소비자행정 추진을 위한 세부 방안으로서 지역 소비자행정 구성요소별 추진 방안과 주체별·추진시기별 역할 방안을 제시하였다.

먼저, 지역소비자행정 구성요소별 추진 방안에서는 기초자치단체 소비자행정의 인식·기반·업무·네트워크의 4가지 관점에서, i) 소비자행정에 대한 교육·홍보의 강화, ii) 시·군·구별 특성을 고려한 소비자행정의 기반 확충, iii) 선택과 집중을 통한 소비자행정 업무의 전문성 제고, iv) 협력적 거버넌스의 강화를 제시하였다.

이를 보다 자세히 살펴보면 첫째, 지방자치단체장과 소비자행정

담당 부서장 및 실무 담당자를 대상으로 소비자행정에 대한 교육과 홍보를 강화할 필요가 있다. 이를 위해 소비자행정서비스에 대한 공공정책 마케팅을 도입·적용하는 방안을 모색하는 한편, 현재 주로 광역자치단체의 소비자행정 담당자들을 대상으로 실시되는 교육 및 연수를 기초자치단체 소비자행정 담당자에까지 확대하여 소비자행정에 대한 이해와 인식을 제고시킬 필요가 있다.

둘째, 시·군·구별 여건과 특성을 고려한 점진적인 소비자행정의 기반 확충 노력이 필요하다. 예컨대, 우선적으로 인구 50만 이상의 시에는 1개 이상의 소비자상담실을 설치하도록 하고, 장기적으로 인구 20만 이상의 시에 원칙적으로 1개 이상의 소비자상담실을 설치하며, 인구 20만 미만의 시·군과 인구 50만 이상의 자치구에도 수개의 기초자치단체가 공동으로 소비자상담실을 설치·운영하도록 할 필요가 있다. 또한, 인구 100만 이상의 대도시는 광역자치단체에 준하는 소비생활센터를 설치함으로써 소비자상담 외에도 소비자정보제공이나 소비자교육 등 복합적인 기능을 수행하도록 하는 것을 검토해볼 수 있다. 또한, 이를 위해서는 소비자불만 및 피해처리를 위한 전담기구의 설치·운영에 대한 책무를 광역자치단체에만 부여하고 있는 소비자기본법을 개정하여 기초자치단체도 이를 설치·운영할 수 있는 근거 규정을 마련할 필요가 있다.

셋째, 기초자치단체에서 수행하는 것이 적합한 소비자행정 영역에 선택과 집중하도록 하여 소비자행정 업무의 전문성을 제고할 필요가 있다. 예를 들어, 소비자행정 영역 중에서 지역소비자와의 접점에서 수행하는 것이 지역소비자들의 권익향상에 보다 유리한 특수거래 업무, 소비자안전과 소비자상담의 영역은 기초자치단체에서 직접 수행하도록 하고, 소비자정보제공이나 소비자교육과 같이 국가나 광역자

치단체가 수행하는 것이 보다 효율적인 영역은 기초자치단체가 이들로부터 지원과 협력을 받거나 자원을 공유하도록 하는 것이 효과적이다. 또한, 조사·연구나 시험·검사와 같이 고도의 전문적·기술적 능력을 필요로 하는 영역은 국가나 광역자치단체가 수행토록 하는 것이 바람직하다.

넷째, 기초자치단체는 소비자행정에 관한 인프라와 전문성이 매우 미흡하므로 기관 내·외부와의 협력 및 교류를 통해 자원을 공유하고 노하우를 전수받는 한편, 지역소비자문제를 원활하게 해결할 수 있도록 공공부문(공정거래위원회, 광역자치단체, 지방 식품의약품안전청, 한국소비자원) 및 민간부문(지역소비자단체, 지역대학, 지역언론, 지역사업자, 지역소비자)과의 협력적 거버넌스를 강화할 필요가 있다. 특히, 소비자행정 영역별 특징이 상이하고 소비자행정 유관기관 간에 합리적 기능과 역할 배분이 필요한 만큼, 소비자행정 유형별로 거버넌스의 대상과 방식을 달리 설계하는 것이 바람직하다.

다음으로, 주체별·추진시기별 역할 방안에서는 기초자치단체 소비자행정 추진을 위한 공정거래위원회, 한국소비자원, 광역자치단체, 지역소비자단체 등 다양한 주체들의 역할을 추진시기(단·중·장기)에 따라 체계적으로 정리하여 제시하였다.

제2절 연구의 의의 및 한계

본 연구는 그동안 지역소비자행정에 대한 무관심과 이해 부족으로 인해 상대적으로 지역소비자의 권익이 제대로 보호받지 못하고 있으며, 기초자치단체의 소비자행정 현황에 대한 체계적인 조사나 연구가 전무한 상태에서 국내 처음으로 기초자치단체의 소비자행정 현황 전반과 인식을 조사하고 실증적으로 분석결과를 제시한 연구라는 점에서 의의가 있다. 또한, 소비자정책 관련 연구자나 정책 담당자들에게 우리나라 기초자치단체 소비자행정의 현주소를 통찰하고 향후 지역소비자행정 활성화 방안을 제시하거나 정책을 추진하는데 필요한 기초자료를 제공하였다는 점에서도 학술적·실무적 가치가 있을 것으로 기대한다.

본 연구는 총 226개의 기초자치단체를 대상으로 소비자행정 현황 조사를 실시하는 과정에서 설문지의 타당성과 회수율을 제고하기 위하여 사전조사와 설문지에 대한 자문 및 연구협의를 수차례 실시하였고, 공정거래위원회와 광역자치단체 등 다수 기관의 협조를 구하는 등의 다각적인 노력을 기울였다. 하지만, 이러한 노력에도 불구하고 설문 회수율이 50%를 조금 넘는 수준에 머물렀다는 점은 연구의 한계와 아쉬움으로 남는다. 그러나 아직은 기초자치단체의 소비자행정에 대한 이해와 인식이 저조하고 모든 기초자치단체가 현황 조사에 응할 만큼 여건이 무르익지 않은 상태에서 이루어진 연구라는 점에서 현재로서도 가치가 있다고 자평한다.

아울러, 향후 지역소비자행정을 정착시키고 활성화하기 위해서는 이해관계자들의 인식과 이해를 제고시키기 위한 연구가 우선적으로 수행되어야 함을 제언하고자 한다. 예를 들어, 최종 고객인 지역소비

자나 최고 의사결정자인 지방자치단체장의 지역소비자행정에 대한 인식을 확인함으로써, 지역소비자행정이 활성화되지 못하는 메커니즘을 규명할 필요가 있다. 또한, 지방자치단체장이나 소비자행정 담당자들의 지역소비자행정에 대한 동기를 부여하고 유인을 강화하기 위한 수단으로서, 지방자치단체의 소비자행정에 대한 성과를 측정하고 결과를 환류하는 방안이 모색될 필요가 있다.

<참고문헌>

국내자료

- 강성진(2012). 2012년 지방 소비자행정 현황 조사, 한국소비자원 정책 연구보고서 12-06.
- _____ (2009). 기초지방자치단체의 소비자행정 실태와 과제: 대구·경북 지역을 중심으로, 『소비자문제연구』, 35.
- _____ (2008). 지방 소비자행정 시책 활성화 방안 연구, 한국소비자원 정책연구보고서 08-05.
- 국회입법조사처(2015). 『지방자치발전 종합계획』의 주요 내용과 국회의 과제, 『이슈와 논점』, 제1022호.
- 권경득(1998). 지방행정서비스에 대한 지역주민의 인식과 평가에 관한 연구: 아산시의 사례, 『한국정책과학학회보』, 1(2): 71-92.
- 김규현·김광식(2006). 서울시 청계천 복원사업에 적용된 공공정책 마케팅 전략에 관한 연구, 『국토계획』, 41(3): 181-201.
- 김기준 외(2015). 소비자기본법 일부개정법률안, 의안번호 16119, 2015. 7. 17.
- 김병준(2009). 지방자치론, 법문사.
- 김수신(2002). 지방자치행정론, 한국방송통신대학교출판부.
- 김종수(2007). 지방행정서비스의 주민만족도 측정·분석: 경기도를 중심으로, 『한국정책과학학회보』, 11(1): 229-248.
- 박희주(2013). 지방자치단체의 소비자법 집행 개선에 관한 연구, 한국 소비자원 정책연구보고서, 13-11.

- 백병성(2004). 지방분권에 따른 지방소비자행정의 정착: 소비생활센터
를 중심으로, 『지방행정연구』, 18(2): 141-165.
- _____(2001). 지방소비자행정의 정착방안에 관한 연구, 한국소비자원
정책연구보고서.
- 공정거래위원회(2015). 「'15~'17년 소비자정책 기본계획(안)」.
- _____(2014). 「'12~'14년 소비자정책 기본계획(안)」.
- 공정거래위원회 외(2015). 「2015년 소비자정책 종합시행계획(안)」.
- 송인숙(1998). 부천 지역 소비자행정 현황과악과 소비자요구조사를 통
한 활성화 방안 연구, 『한국가정관리학회지』, 16(2): 53-70.
- 송인숙·제미경(2002). 지방소비자행정 발전을 위한 광역자치단체의
소비자보호조례와 소비자정책심의위원회 운영 현황 비교분석,
『대한가정학회지』, 40(9): 79-95.
- 유두련(2010). 지방소비자행정 현황과 활성화 방안, 『사회과학논총』, 9.
- 이성복(1996). 도시행정론, 법문사.
- 이운룡 외(2015). 소비자기본법 일부개정법률안, 의안번호 13450, 2014.
12. 30.
- 1372소비자상담센터(2014). 소비자상담 및 피해구제 통계.
- 임승빈(2002). 지방자치론, 법문사.
- 전정환(2007). 지방정부의 소비자행정체제에 대한 평가, 『한국거버넌
스학회보』, 14(2): 239-270.
- 지광석·곽윤영(2014). 지역소비자보호 거버넌스 활성화 방안 연구,
한국소비자원 정책연구보고서 14-07.
- 지광석·하현상(2015). 소비자행정에서 지방자치단체의 역할에 관한 연
구: 지방소비자행정의 법제와 현실의 괴리, 『지방정부연구』,
19(1): 45-74.

- 지방자치발전위원회(2014). 지방자치발전 종합계획.
- 통계청(2010). 2010년 인구주택 총 조사.
- 행정자치부(2015). 지방자치단체 행정구역 및 인구 현황.
- 행정자치부 자치법규정보시스템, www.elis.go.kr.
- 황은애 · 손지연(2013). 2013 한국의 소비생활지표, 한국소비자원 정책 자료집 13-01.

국외자료

- D. R. Morgan(1990). *Managing Urban America*(Pacific Grove, California: Brooks), pp.148-154.
- Goodsell, Charles T.(1985). *The Case for Bureaucracy: A Public Administration Polemic* Chatham, NJ: Chatham House Publishers, Inc.
- Katz, D., B. A. Gutek, R. L. Kham & E. Barton(1975). *Bureaucratic Encounter: A Pilot Study in the Evaluation of Government Services*. Ann Arbor, MI: University of Michigan.
- 消費者庁(2014) 平成26年度 地方消費者行政の現況調査,
<http://www.caa.go.jp/region>.

Executive Summary

Current Situation and Challenges of Consumer Administration in Lower Tier Local Government

Ji, Kwangseok · Jang, Hoseok

In recent years, resident-friendly administration closer to the people is becoming increasingly critical at home and abroad. In Korea, however, concern and perception regarding consumer administration in lower tier local government, which acts as a touchpoint and frontline of consumer administration service, is considerably poor. Recognizing this situation, this study reviews, for the first time, the current status of consumer administration in lower tier local government using survey data and suggests the future policy directions for local consumer administration.

This study conducted a survey to examine current situation and perception regarding consumer administration of lower tier local government in the spring of 2015, which consists of two parts: 1)current situation survey, 2)perception survey. In current situation survey, survey questionnaire was sent to 226 basic local governments and survey respondents were consumer administration officials. Among 226 basic local governments, a total of 120 completed surveys were returned for an

overall response rate of 53.1 percent. The perception survey was conducted on 307 survey respondents including consumer administration officials of upper level local government [provinces (Do) and metropolitan cities (metropolitan Si)] and local branch officials of Korea Consumer Agency, in addition to 226 basic local governments. Also, in-depth interview was conducted to obtain public officials' lively opinions regarding difficulties or problems experienced in carrying out consumer administration.

The overall results show that the level of perception regarding consumer administration is low and that infrastructures (ex, ordinances, organizations, work force, and budget), consumer works (ex, special sale, information provision, consumer education, dispute settlement, and so on), and networking for implementing consumer administration are considerably insufficient. Firstly, the results show that institutional devices necessary to implement consumer administration are not well equipped and that infrastructures such as facilities, human and financial resources are not well established. Secondly, works related to special sales have a high rate of the consumer-related works, but consumer counselling, information provision, and consumer education have a relatively low rate. That is, the results show that lower tier local government has focused on implementing regulatory consumer administration. Thirdly, while implementing consumer-related works, local governments do not usually cooperate and communicate with other organizations or institutions inside and outside their governments and do not well share their resources and expertise with one another. Finally, consumer administration officials

recognize highly the need for consumer administration of lower tier local government, but the level of their understanding and perception regarding consumer administration is relatively very low.

Based on the findings of the research, this study suggests three approaches for effectively promoting consumer administration of lower tier local government, considering the relationship between upper tier local government and lower tier local government: 1) step-by-step approach, 2) two-track approach, 3) compromise (balanced) approach. And, as details of the measure, this study proposes action plans by components of consumer administration and the roles of major participants with the plan period.

Specially, this study suggests action plans by four components (perception of consumer administration, infrastructures, works, and networks) of consumer administration in lower tier local government: 1) enhancement of consumer education and public relations, 2) incremental expansion of consumer administration infrastructures considering distinct characteristics of municipal cities (Si), rural districts (Gun), and autonomous urban districts (Gu, located inside metropolitan cities), 3) enhancement of professional expertise regarding consumer-related works through choice and concentration strategy, 4) strengthening collaborative governance. From short-, mid-, and long-term perspectives, also, this study suggests the roles of collaborative bodies such as Korea Fair Trade Commission, Korea Consumer Agency, upper tier local government, and local consumer organization.

This study has significance for consumer administration research in that it provides, for the first time, basic and essential information for

consumer-related policies by empirically analyzing the current situation and perception of consumer administration in lower tier local government and a basis for later study. Nonetheless, this study has limitations in that we do not fully examine and analyze the whole status of consumer administration of 226 lower tier local governments, with more than around 50% response rate, despite a lot of efforts for increasing validity and response rate of survey. In the future, we expect more of academic concerns and policy efforts for activating resident-friendly consumer administration.

부 록

1. 소비자행정에서 지방자치단체의 법제상 역할
2. 기초자치단체 소비자행정 기초자료
3. 2015년 기초자치단체 소비자행정 현황 및 인식 설문조사지
4. 2014년 일본 지방소비자행정 현황 조사 결과 (요약 정리)

부록 1. 소비자행정에서 지방자치단체의 법제상 역할

1-1. 소비자기본법상 지방자치단체의 역할

구분	역할	조항	비고
기본적 책무	○ 관계 법령 및 조례의 제·개정 및 폐지 - 소비자보호조례의 제·개정 및 폐지	§ 6, 영 § 3	책무
	○ 필요한 행정조직의 정비 및 운영 개선 - 소비자 불만 또는 피해의 신속·공정한 처리를 위한 전담기구 설치 - 지방소비자정책위원회 구성	§ 6 영 § 7 영 § 20	
	○ 필요한 시책의 수립 및 실시 - 시·도별 시행계획 수립 - 종합시행계획의 추진을 위한 재정조치 강구	§ 6 § 22② § 22④	
	○ 소비자의 건전하고 자주적인 조직활동의 지원·육성 - 소비자단체 등록 신청에 대한 심사·취소 - 등록 소비자단체 보조금 지급 - 소비자단체·소비자생활협동조합 및 소비자조직 활동 지원·육성 - 소비자단체·소비자생활협동조합 등에 대한 자금 지원	§ 6 § 29,30 § 32 영 § 4① 영 § 4②	
	정 책 영 역 별 책 무 (사 무)	○ 계량에 관한 시책의 강구 ○ 규격의 제정 및 시책의 강구 ○ 약관거래 및 특수거래에 관한 시책의 강구 ○ 소비자 개인정보보호 시책의 강구 ○ 소비자권익증진 위반에 대한 시정조치명령(청문 포함), 공표명령 및 과태료 부과·징수	
○ 소비자정책 주요 사항의 정보제공 ○ 상품관련 정보 제공에 관한 시책의 강구 ○ 소비자 정보제공을 위한 검사 및 명령 - 사업자의 물품·시설 검사, 제출 명령 및 위반에 대한 과태료 부과·징수	§ 13 § 13 § 77①,② § 86②	책무 책무 위임	

구분		역할	조항	비고
정책영역별 책무(사무)	소비자 교육	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자교육의 실시 ○ 소비자능력향상 프로그램의 개발 ○ 소비자교육과 학교교육·평생교육의 연계를 위한 시책 수립·시행 ○ 소비자방송 사업 실시 	§ 14	<ul style="list-style-type: none"> 책무 책무 책무
	소비자 분쟁해결	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자 불만·피해의 처리를 위한 조치의 강구 - 소비자피해구제기구 설치 등 ○ 소비자피해구제 처리 의뢰(한국소비자원) ○ 집단분쟁조정 의뢰(소비자분쟁조정위원회) ○ 소비자 분쟁해결을 위한 검사 및 명령 - 사업자의 물품·시설 검사, 제출 명령 및 위반에 대한 과태료 부과·징수 	<ul style="list-style-type: none"> § 16① 영 § 7 § 55② § 68① § 77①,② § 86② 	<ul style="list-style-type: none"> 책무 책무 책무 위임
	시험· 검사	<ul style="list-style-type: none"> ○ 시험·검사, 조사 기구와 시설의 구비 ○ 시험·검사 조사의 의뢰 ○ 시험·검사, 조사 결과의 공표 및 조치 ○ 소비자단체의 시험·검사 시설 구비 지원 	§ 17	<ul style="list-style-type: none"> 책무 책무 책무 책무
	조사· 연구	<ul style="list-style-type: none"> ○ 소비자권익증진 관련 기준(법 제20조) 위반여부 판단을 위한 조사 의뢰 ○ 기준 제정 또는 시책 수립을 위한 조사·연구 의뢰 	<ul style="list-style-type: none"> § 81① § 17 	<ul style="list-style-type: none"> 책무 책무
	소비 자 안 전	<ul style="list-style-type: none"> ○ 안전취약계층에 대한 우선적 보호시책 강구 ○ 소비자안전센터의 위해정보 관련 시정조치·제도개선 건의 처리 ○ 사업자의 위해방지기준 준수 여부 시험·검사, 조사 ○ 위해방지기준 위반에 대한 시정조치명령, 공표 명령(청문 포함) 및 과태료 부과·징수 ○ 소비자안전을 위한 검사 및 명령 - 사업자의 물품·시설 검사, 제출 명령 및 위반에 대한 과태료 부과·징수 	<ul style="list-style-type: none"> § 45① § 52② § 8② § 80①,② § 82, § 86② § 77①,② § 86② 	<ul style="list-style-type: none"> 책무 책무 위임 위임 위임

구분		역할	조항	비고
	결합 정보	○ 사업자의 결합내용 보고의 수리, 시험·검사의 의뢰 및 조치	§ 47①,②	위임
		○ 중대한 결합의 미보고 또는 허위보고에 대한 과태료 부과징수	§ 86②	위임
	리콜	○ 리콜권고 - 사업자의 수락 여부 통지의 수리 - 권고 미이행 사업자에 대한 조치	§ 49①,②, ④	위임
		○ 리콜 명령 - 청문 - 시정계획서의 접수 - 결과보고서의 수리 - 명령 미이행 사업자에 대한 조치	§ 50①,② § 82 영 § 38	위임
		○ 자발적 리콜 - 시정계획서의 접수 - 결과보고의 수리	영 § 36	위임

책무: 국가와 지방자치단체의 공통책무, 위임: 중앙행정기관의 장으로부터 시도 지사에게 위임되는 사무

1-2. 특수거래 관련 지방자치단체의 사무

법률명	사무 내용	역할 배분			해당 조항
		공정위	시·도	시·군·구	
방문 판매법	○ 방문판매업자등의 신고	○		○	§ 5
	○ 방문판매업자등의 신고사항 말소	○		○	§ 12 ②
	○ 다단계판매업자의 등록	○	○		§ 13
	○ 다단계판매업자의 등록 말소	○	○		§ 26 ③
	○ 다단계판매업자의 주소변경 등 공고	○	○		§ 27
	○ 후원방문판매업자의 등록	○	○		§ 29 ③
	○ 위반행위의 조사(방문판매, 전화권유판매, 계속거래, 사업권유거래)	○	○	○	§ 43
	○ 위반행위의 조사(다단계판매, 후원방문판매)	○	○		§ 43
	○ 위반행위의 신고(방문판매, 전화권유판매, 계속거래, 사업권유거래)	○	○	○	§ 43
	○ 위반행위의 신고(다단계판매, 후원방문판매)	○	○		§ 43
	○ 위반행위의 시정권고	○	○	○	§ 48
	○ 시정권고사항의 공정위 보고		○	○	§ 47 ①
	○ 공정위 요구에 의한 조사·확인, 자료제출 및 기타 조치		○	○	§ 47 ②
	○ 다단계판매업자의 등록취소	○	○		§ 49 ⑤
	○ 소비자피해분쟁조정요청	○	○	○	§ 50
	○ 과태료 부과·징수(방문판매, 전화권유판매, 계속거래, 사업권유거래)	○	○	○	§ 66 ④
	○ 과태료 부과·징수(다단계판매, 후원방문판매)	○	○		§ 66 ④

법률명	사무 내용	역할 배분			해당 조항
		공정위	시·도	시·군·구	
전자상 거래 소비자 보호법	○ 통신판매업자의 신고 등	○		○	§ 12
	○ 통신판매업자의 신고사항 직권말소	○		○	§ 22 ②
	○ 위반행위의 조사와 신고	○	○	○	§ 26
	○ 위반행위의 시정권고	○	○	○	§ 31
	○ 시정권고사항의 공정위 결과보고		○	○	§ 30 ①
	○ 공정위 요구에 의한 조사·확인, 자료제출 및 기타 조치		○	○	§ 30 ②
	○ 소비자피해분쟁조정의 요청	○	○	○	§ 33
할부 거래법	○ 과태료 부과·징수	○	○	○	§ 45 ③
	○ 선불식 할부거래업자의 등록, 휴·폐업 신고		○		§ 18
	○ 선불식 할부거래업자의 위반행위 조사 및 신고	○	○	○	§ 35
	○ 선불식 할부거래업자의 위반행위의 시정 권고	○	○	○	§ 38
	○ 선불식 할부거래업자의 등록취소 및 청문		○		§ 40 ②
○ 과태료 부과·징수	○	○	○	§ 53 ⑥	

1-3. 소비자안전 관련 지방자치단체의 사무

법률명	사무 내용	역할 배분			해당 조항
		정부 부처	시·도	시·군·구	
식품 위생법	○ 위해평가 등의 공표	○	○	○	§ 15의 2②
	○ 식품 등의 검사·수거 등	○	○	○	§ 22, § 23
	○ 자가품질검사 부적합 시 자가품질위탁 시험·검사기관에 위탁 검사 지시	○	○		§ 31②
	○ 소비자식품위생감시원 위촉 등	○	○	○	§ 33
	○ 시민식품감사인의 지정	○	○		§ 34①
	○ 시민식품감사인의 위생 상태 개선 권고에 대한 영업자의 미이행 보고	○	○	○	§ 34③
	○ 시민식품감사인의 위촉 또는 해촉 관련 사항 보고	○	○	○	§ 34⑤
	○ 시민식품감사인을 위촉한 영업소에 대한 출입·검사·수거 면제	○	○	○	§ 34⑥
	○ 위생 우수 업소에 대한 검사 등 면제	○	○	○	§ 35③
	○ 영업 허가·신고·등록	○		○	§ 37
	○ 식품 또는 식품첨가물 제조·가공 사실 보고	○		○	§ 37⑥
	○ 영업허가 신고·등록의 제한	○		○	§ 38
	○ 생산실적 등의 보고	○	○		§ 42②
	○ 식품접객업의 영업제한		○		§ 43
	○ 위해식품 회수의 보고 수리 등	○	○	○	§ 45
	○ 영업자의 식품 등 이물 발견 신고 접수 보고	○	○	○	§ 46①
	○ 식품 등의 이물 발견 신고 접수 등		○	○	§ 46③
○ 위생등급 우수업소에 대한 지원 등	○	○	○	§ 47②	

법률명	사무 내용	역할 배분			해당 조항
		정부 부처	시·도	시·군·구	
	○ 위해요소중점관리기준 적용업소에 대한 지원 등	○	○	○	§ 48①
	○ 위생수준 안전평가 받은 업체에 대한 검사 면제 등	○	○	○	§ 50⑧, ⑨
	○ 시정명령	○	○	○	§ 71
	○ 폐기처분, 리콜 등	○	○	○	§ 72
	○ 위해식품 등에 대한 공표명령	○	○	○	§ 73
	○ 시설개수명령 등	○	○	○	§ 74
	○ 영업 허가·등록 취소, 영업 정지, 영업소 폐쇄 명령	○		○	§ 75
	○ 폐쇄조치 등	○	○	○	§ 79
	○ 과징금 부과 등	○	○	○	§ 82, § 83
	○ 과징금부과 업무 기초지자체에 위임 시 제반경비에 대한 지원		○		§ 82⑥
	○ 위반사실의 공표	○	○	○	§ 84
	○ 식중독 진단·발견 보고 수리			○	§ 86①
	○ 식중독에 관한 원인조사			○	§ 86②
	○ 식품진흥기금의 관리 및 운용		○	○	§ 89④
	○ 위반행위 신고자 포상금 지급	○	○	○	§ 90
	○ 과태료 부과 및 징수	○	○	○	§ 101④
공산품	○ 판매중지 등의 명령 등		○		§ 31
안전	○ 사업자에 대한 보고명령 및 검사	○	○		§ 32
관리법	○ 과태료 부과·징수		○		§ 41③

1-4. 지방자치단체의 소비자행정 역할 종합·정리

구분	역할	비고	역할배분				
			국가	광역	기초		
기본적 사무	소비자 보호시책 수립·실시	○ 소비자정책기본계획의 수립 협조	책무		○		
		○ 시·도별 시행계획 수립, 추진실적 평가	책무		○		
		○ 종합시행계획 추진을 위한 재정조치 강구	책무		○		
		○ 시책 추진에 있어 시(도)민의 의견 반영	책무		○		
	소비자 보호 조직 설치·운영	○ 소비자 불만 및 피해 처리를 위한 전담 기구(소비생활센터) 설치·운영 * 소비생활센터의 업무: 상담·피해구제, 소비자정보 수집·제공, 소비자교육 실 시, 조사·연구, 소비자 위해정보의 수 집·통보	책무		○	○	
		○ 지방소비자정책위원회 구성·운영	책무		○		
	소비자 보호법령 및 조례 정비	○ 소비자조례의 제·개정 및 폐지	책무		○	○	
	소비자 조직활동 지원·육성	○ 소비자단체 등록 및 등록취소	책무	○	○	○	
		○ 등록 소비자단체 보조금 지급	책무	○	○	○	
		○ 소비자단체·소비자생활협동조합 등 보 조금 지원 및 보조금 지원 성과 평가	책무	○	○	○	
	정책영 역별 사무	소비자 거래 규격	○ 계량에 관한 시책 강구	책무	○	○	○
			○ 계량기 제작업·수리업·증명업자 등의 등록 업무	광역		○	
○ 계량기 수시 검사 및 개선명령			광역		○		
○ 법정 계량단위 사용정착 노력			광역		○		
○ 계량기 제작업자에 대한 자료제출 명령 및 검사 등			광역		○		
○ 규격의 제정 및 시책 강구			책무	○	○	○	

구분	역할	비고	역할배분				
			국가	광역	기초		
정책영역별 사무	특수 거래	○ 약관거래 및 특수거래 시책 강구	책무	○	○	○	
		○ 특수거래업자 신고·등록 업무	공동	○	○	○	
		○ 위반행위의 조사, 신고 수리 및 시정권 고(관리·감독)	공동	○	○	○	
		○ 공정위 요구에 의한 조사·확인, 자료제 출 및 조치	지자체		○	○	
		○ 소비자피해분쟁조정요청의 요청	공동	○	○	○	
		○ 과태료 부과·징수	공동	○	○	○	
		○ 위법한 거래행위 예방 및 감시	광역		○		
		○ 위법행위로 인한 피해의 전국적 조치가 필요한 경우 공정위에 처리 의뢰	광역		○		
		○ 통신판매업자의 신고사항 신원정보데이 터베이스에 반영	광역		○		
		○ 기초자치단체의 신고업무, 위법행위 감 시 업무 등 확인	광역		○		
	개인 정보 보호	○ 소비자 개인정보보호 시책 강구	책무	○	○	○	
		물가 관리	○ 물가관리 시책 수립·추진	광역		○	
			○ 물가지도 단속	기초			○
	○ 가격표시제 실시 업소 지정·관리		기초			○	
	정보제공	○ 소비자정책 주요 사항의 정보제공	책무	○	○	○	
		○ 상품관련 정보제공에 관한 시책 강구	책무	○	○	○	
		○ 소비자정보제공을 위한 사업자 검사 및 보고·제출 명령	위임		●		
		○ 검사 및 명령 위반에 대한 과태료 부과· 징수	위임		●		

구분		역할	비고	역할배분			
				국가	광역	기초	
정책영역별 사무	교육	○ 소비자교육의 실시	책무	○	○	○	
		○ 소비자교육과 학교교육·평생교육의 연계를 위한 시책 수립·시행	책무	○	○	○	
		○ 소비자능력향상 프로그램의 개발(소비자의 자주적 학습 지원)	책무	○	○	○	
		○ 소비자방송 사업 실시	책무	○	○	○	
	분쟁해결	소비자상담	○ 소비자 불만·피해 처리를 위한 조치 강구(소비자피해구제기구 설치·운영 등) - 담당인력 배치, 필요 예산 지원	책무	○	○	○
		피해구제	○ 소비자피해구제 처리 의뢰(한국소비자원)	책무	○	○	○
			○ 소비자 피해구제를 위한 사업자 검사 및 보고·제출 명령	위임		●	
			○ 검사 및 명령 위반에 대한 과태료 부과·징수	위임		●	
	분쟁조정	○ 집단분쟁조정 의뢰(소비자분쟁조정위원회)	책무	○	○	○	
		○ 소비자분쟁조정위원회에 분쟁조정 신청	광역		○		
	시험·검사	○ 시험·검사, 조사 기구와 시설 구비	책무	○	○	○	
		○ 시험·검사, 조사의 의뢰(국·공립 시험·검사기관 및 한국소비자원)	책무	○	○	○	
		○ 시험·검사, 조사 결과의 공표 및 조치	책무	○	○	○	
		○ 소비자단체의 시험·검사 시설 구비 지원	책무	○	○	○	
	조사·연구	○ 소비자권익증진 관련 기준 위반에 대한 조사 의뢰	책무	○	○	○	
		○ 소비자권익증진 기준 위반에 대한 청문, 시정명령, 공표명령, 과태료 부과·징수	위임		●		
○ 소비자권익증진 기준 제정 또는 시책 수립을 위한 조사연구 의뢰(한국소비자원 또는 국·공립 시험·검사기관)		책무	○	○	○		

구분	역할	비고	역할배분			
			국가	광역	기초	
정책영역별 사무	위해 방지	○ 안전취약계층에 대한 우선적 보호시책 강구	책무	○	○	○
		○ 소비자안전센터의 위해정보 관련 시정 조치·제도개선 건의 처리	책무	○	○	○
		○ 사업자의 위해방지기준 준수 여부 시험·검사(의뢰), 조사	위임		●	
		○ 사업자의 위해방지기준 위반에 대한 청문, 시정조치명령, 공표명령, 과태료 부과·징수, 조치 건의	위임		●	
		○ 소비자안전전을 위한 사업자 검사 및 보고·제출 명령	위임		●	
		○ 검사 및 명령 위반에 대한 과태료 부과·징수	위임		●	
	결함 정보 보고 제도	○ 사업자의 결함내용 보고의 수리, 시험·검사 의뢰 및 조치	위임		●	
		○ 중대한 결함의 미보고 또는 허위보고에 대한 과태료 부과·징수	위임		●	
	리콜 제도	○ 리콜권고 및 미이행에 대한 조치	위임		●	
		○ 리콜명령 및 미이행에 대한 조치	위임		●	
		○ 자발적리콜에 대한 접수 및 결과보고 수리	위임		●	
		○ 소비자안전센터에 위해정보 제출 요청	광역		○	
	식품 안전	○ 위해평가 등의 공표	공동	○	○	○
		○ 식품 검사·수거	공동	○	○	○
		○ 품질검사	공동	○	○	
		○ 소비자식품위생감시원제도 운영	공동	○	○	○
		○ 시민식품감사인제도 운영	공동	○	○	○
		○ 영업 허가·신고·등록 업무	공동	○		○
		○ 식품 또는 식품첨가물 제조·가공 사실 보고 수리	공동	○		○
		○ 생산실적 등의 보고 수리	공동	○	○	
	○ 식품접객업 영업 제한	광역		○		

구분	역할	비고	역할배분			
			국가	광역	기초	
정책영역별 사무	소비자 안전	○ 위해식품 회수의 보고 수리	공동	○	○	○
		○ 이물발견 신고 접수	공동		○	○
		○ 우수업소(위생등급 우수업소, 위해요소 중점관리기준 적용업소)에 대한 지원	공동	○	○	○
		○ 시정명령	공동	○	○	○
		○ 법위반 식품의 압류·폐기 조치/명령, 위해식품의 회수·폐기 조치/명령	공동	○	○	○
		○ 위해식품 공표 명령	공동	○	○	○
		○ 시설 개수 명령	공동	○	○	○
		○ 무허가·미신고·미등록 영업소에 대한 폐쇄 조치	공동	○	○	○
		○ 과징금·과태료 처분	공동	○	○	○
		○ 위반사실 공표	공동	○	○	○
		○ 식중독 발견 보고 수리, 원인조사 및 결과 보고	기초			○
		○ 식품진흥기금의 관리·운용	지자체		○	○
		○ 위반행위 신고자 포상금 지급	공동	○	○	○
	공산품 안전	○ 판매중지·개선·수거·과기 명령	광역		○	
		○ 사업자에 대한 보고명령 및 검사	공동	○	○	
○ 과태료 처분		광역		○		

○: 법령에 따른 공통책무, 공동사무, 자치사무 또는 단체위임사무인 경우,

●: 기관위임사무

부록 2. 기초자치단체 소비자행정 기초자료

2-1. 지역별 기초자치단체 현황

시·도	시	군	자치구	계
서울			25	25
부산		1	15	16
대구		1	7	8
인천		2	8	10
광주			5	5
대전			5	5
울산		1	4	5
세종				-
경기	28	3		31
강원	7	11		18
충북	3	8		11
충남	8	7		15
전북	6	8		14
전남	5	17		22
경북	10	13		23
경남	8	10		18
제주				-
합계	75	82	69	226*

* 2014. 7월 충북 청원군이 청주시로 통합되면서 227개에서 226개로 조정된 자료: 안전행정부(2014)

2-2. 기초자치단체 소비자(보호)조례 정비 현황

(2015. 06. 11 기준)

구 분	조례의 명칭	제정일	최근 개정일	
경기	광주시	소비자기본조례	2001.03.21	2013.11.29
	구리시	소비자보호조례	1999.11.13	2007.02.15
	군포시	소비자보호조례	1990.01.15	2014.12.10
	김포시	소비자기본조례	1998.04.01	2014.12.26
	남양주시	소비자보호조례	1999.07.22	2015.05.14
	동두천시	소비자기본조례	1999.10.11	2015.05.02
	부천시	소비자기본조례	1999.09.08	2015.02.16
	성남시	소비자보호조례	2000.03.15	2014.11.03
	수원시	소비자보호조례	1999.07.19	2015.02.06
	시흥시	소비자기본조례	1999.10.04	2014.12.12
	안산시	소비생활의 안정 및 향상에 관한 조례	1999.11.20	2015.05.18
	안성시	소비자보호조례	2001.05.10	2007.01.04
	안양시	소비자보호조례	1999.06.14	2014.11.14
	양주시	소비자보호조례	2003.10.19	2015.04.06
	양평군	소비자기본조례	1999.08.16	2015.01.28
	여주시	소비자기본조례	2013.09.23	-
	연천군	소비자기본조례	1999.08.17	2012.08.10
	오산시	소비자보호조례	2008.07.24	2013.06.10
	용인시	소비자보호조례	1999.02.05	2015.01.09
	이천시	소비자보호조례	1999.08.09	2014.12.31
	의왕시	소비자보호조례	1999.09.15	2015.04.03
	의정부시	소비자기본조례	1999.07.09	2013.12.13
	파주시	소비자보호조례	1997.05.15	2014.12.30

구 분	조례의 명칭	제정일	최근 개정일		
	포천시	소비자보호조례	2003.10.19	2014.08.14	
	평택시	소비자보호조례	1998.12.04	2015.06.09	
	하남시	소비자보호조례	1999.11.22	2014.12.26	
	화성시	소비자보호조례	2001.03.21	2013.06.13	
강원	강릉시	소비자보호조례	2001.11.15	2014.12.31	
	동해시	소비자기본조례	2001.01.13	2014.12.19	
	삼척시	소비자보호조례	2004.02.27	2015.02.27	
	속초시	소비자보호조례	2003.09.18	2010.07.22	
	원주시	소비자기본조례	2002.12.23	2015.01.02	
	정선군	소비자보호조례	2002.12.24	2010.12.15	
	춘천시	소비자기본조례	2008.03.07	2008.10.30	
	태백시	소비자보호조례	2003.12.30	-	
	평창군	소비자보호조례	2002.06.04	2015.01.02	
	충북	제천시	소비자보호조례	2009.07.10	-
		충주시	소비자보호조례	2008.05.20	2013.06.28
		청주시	소비자기본조례	2014.07.01	-
충남	계룡시	소비자보호조례	2003.12.10	2014.12.30	
	공주시	소비자보호조례	1999.01.05	2014.12.15	
	금산군	소비자기본조례	1999.03.02	2015.04.15	
충남	논산시	소비자보호조례	1999.12.02	2015.04.10	
	당진시	소비자보호조례	2012.01.01	2015.02.13	
	보령시	소비자보호조례	1999.07.20	2014.12.22	
	부여군	소비자보호조례	1999.03.24	2014.08.18	
	서산시	소비자보호조례	1999.05.10	2015.01.26	
	서천군	소비자보호조례	1999.04.30	2015.01.26	
	아산시	소비자보호조례	2000.01.15	2014.12.15	

구 분		조례의 명칭	제정일	최근 개정일
	예산군	소비자보호조례	1999.08.16	2013.10.30
	천안시	소비자보호조례	1998.09.15	2014.11.21
	청양군	소비자보호조례	1998.11.17	2012.02.22
	태안군	소비자보호조례	1999.10.09	2015.01.06
	홍성군	소비자기본조례	1999.10.30	2014.12.30
전북	군산시	소비자기본조례	2008.08.14	2014.12.26
	고흥군	소비자기본조례	2009.12.31	2015.01.01
	목포시	소비자기본조례	2008.02.18	2010.03.29
	순천시	소비자보호조례	2001.05.08	2014.12.31
	신안군	소비자보호조례	2003.08.07	2010.12.20
	여수시	소비자보호조례	1998.10.19	2014.12.31
	장성군	소비자보호조례	2010.06.29	2015.02.05
경북	포항시	소비자보호조례	2000.07.27	2014.12.30
	거창군	소비자보호조례	2003.04.08	2014.12.31
	김해시	소비자보호조례	2003.11.05	2014.11.25
	창원시	소비자보호조례	2010.11.17	2014.12.24
	서구	소비자보호조례	2008.09.22	-
	남구	소비자보호조례	2008.12.30	2015.03.30
	광산구	소비자보호조례	2009.04.15	2012.11.14
대전	중구	소비자보호규칙	1998.09.24	2012.05.18

자료: 자치법규정보시스템(www.elis.go.kr)

2-3. 시·군·구별 인구

(단위: 명)

시군구	총인구			내국인			외국인		
		남자	여자		남자	여자		남자	여자
전국	48,580,293	24,167,098	24,413,195	47,990,761	23,840,896	24,149,865	589,532	326,202	263,330
동부	39,822,647	19,798,739	20,023,908	39,363,373	19,558,869	19,804,504	459,274	239,870	219,404
읍부	4,200,183	2,117,563	2,082,620	4,149,316	2,086,111	2,063,205	50,867	31,452	19,415
면부	4,557,463	2,250,796	2,306,667	4,478,072	2,195,916	2,282,156	79,391	54,880	24,511
서울특별시	9,794,304	4,803,373	4,990,931	9,631,482	4,726,028	4,905,454	162,822	77,345	85,477
종로구	155,575	76,408	79,167	151,069	74,331	76,738	4,506	2,077	2,429
중구	121,144	59,974	61,170	117,253	58,125	59,128	3,891	1,849	2,042
용산구	227,400	109,321	118,079	217,228	104,156	113,072	10,172	5,165	5,007
성동구	296,135	146,608	149,527	290,277	143,855	146,422	5,858	2,753	3,105
광진구	368,021	179,711	188,310	358,319	175,344	182,975	9,702	4,367	5,335
동대문구	346,770	172,136	174,634	339,599	168,991	170,608	7,171	3,145	4,026
중랑구	403,105	198,985	204,120	400,027	197,674	202,353	3,078	1,311	1,767
성북구	457,570	223,518	234,052	452,704	221,374	231,330	4,866	2,144	2,722
강북구	324,413	158,689	165,724	322,587	158,027	164,560	1,826	662	1,164
도봉구	348,625	170,761	177,864	347,220	170,210	177,010	1,405	551	854
노원구	587,248	286,386	300,862	584,906	285,461	299,445	2,342	925	1,417
은평구	450,583	219,881	230,702	448,112	218,864	229,248	2,471	1,017	1,454
서대문구	313,814	151,125	162,689	307,562	148,501	159,061	6,252	2,624	3,628
마포구	369,432	177,353	192,079	363,343	174,405	188,938	6,089	2,948	3,141
양천구	469,434	231,595	237,839	466,456	230,301	236,155	2,978	1,294	1,684
강서구	546,938	267,246	279,692	543,559	265,856	277,703	3,379	1,390	1,989
구로구	417,339	209,430	207,909	401,239	200,713	200,526	16,100	8,717	7,383
금천구	242,510	123,007	119,503	230,447	116,529	113,918	12,063	6,478	5,585
영등포구	396,243	197,600	198,643	374,543	186,507	188,036	21,700	11,093	10,607
동작구	397,317	195,641	201,676	390,197	192,429	197,768	7,120	3,212	3,908
관악구	520,849	261,964	258,885	511,185	257,548	253,637	9,664	4,416	5,248
서초구	393,270	188,932	204,338	388,220	186,678	201,542	5,050	2,254	2,796
강남구	527,641	250,957	276,684	522,198	248,319	273,879	5,443	2,638	2,805
송파구	646,970	314,787	332,183	640,732	311,991	328,741	6,238	2,796	3,442

시군구	총인구			내국인			외국인		
		남자	여자		남자	여자		남자	여자
강동구	465,958	231,358	234,600	462,500	229,839	232,661	3,458	1,519	1,939
부산광역시	3,414,950	1,676,689	1,738,261	3,393,191	1,664,678	1,728,513	21,759	12,011	9,748
중구	48,197	23,626	24,571	47,260	22,983	24,277	937	643	294
서구	116,600	56,653	59,947	116,214	56,499	59,715	386	154	232
동구	93,976	45,911	48,065	93,256	45,559	47,697	720	352	368
영도구	139,723	69,683	70,040	138,808	69,178	69,630	915	505	410
부산진구	380,395	184,779	195,616	378,965	184,200	194,765	1,430	579	851
동래구	266,147	129,877	136,270	265,596	129,666	135,930	551	211	340
남구	293,900	144,404	149,496	291,406	143,351	148,055	2,494	1,053	1,441
북구	302,141	149,659	152,482	301,296	149,351	151,945	845	308	537
해운대구	410,084	199,000	211,084	407,851	197,879	209,972	2,233	1,121	1,112
사하구	343,324	170,402	172,922	340,844	168,838	172,006	2,480	1,564	916
금정구	247,333	121,157	126,176	245,725	120,363	125,362	1,608	794	814
강서구	54,347	28,496	25,851	52,207	26,615	25,592	2,140	1,881	259
연제구	202,943	98,700	104,243	202,523	98,544	103,979	420	156	264
수영구	169,814	81,175	88,639	169,081	80,845	88,236	733	330	403
사상구	252,243	126,970	125,273	249,053	125,072	123,981	3,190	1,898	1,292
기장군	93,783	46,197	47,586	93,106	45,735	47,371	677	462	215
대구광역시	2,446,418	1,212,584	1,233,834	2,431,774	1,204,428	1,227,346	14,644	8,156	6,488
중구	72,925	35,306	37,619	72,399	35,050	37,349	526	256	270
동구	319,754	158,015	161,739	319,022	157,787	161,235	732	228	504
서구	211,593	105,901	105,692	210,409	105,230	105,179	1,184	671	513
남구	168,574	80,914	87,660	167,873	80,618	87,255	701	296	405
북구	453,228	226,693	226,535	450,218	225,171	225,047	3,010	1,522	1,488
수성구	445,365	218,214	227,151	444,119	217,631	226,488	1,246	583	663
달서구	605,752	302,050	303,702	600,509	298,794	301,715	5,243	3,256	1,987
달성군	169,227	85,491	83,736	167,225	84,147	83,078	2,002	1,344	658
인천광역시	2,662,509	1,334,576	1,327,933	2,632,035	1,315,562	1,316,473	30,474	19,014	11,460
중구	83,623	42,337	41,286	81,846	41,458	40,388	1,777	879	898
동구	73,455	36,636	36,819	72,794	36,266	36,528	661	370	291
남구	416,088	209,497	206,591	411,756	207,139	204,617	4,332	2,358	1,974
연수구	277,429	139,642	137,787	274,352	137,905	136,447	3,077	1,737	1,340

시군구	총인구			내국인			외국인		
		남자	여자		남자	여자		남자	여자
남동구	460,750	229,800	230,950	453,903	224,735	229,168	6,847	5,065	1,782
부평구	547,395	272,182	275,213	542,433	269,631	272,802	4,962	2,551	2,411
계양구	336,809	167,551	169,258	334,970	166,750	168,220	1,839	801	1,038
서구	395,777	201,508	194,269	389,057	196,367	192,690	6,720	5,141	1,579
강화군	56,633	27,535	29,098	56,423	27,456	28,967	210	79	131
옹진군	14,550	7,888	6,662	14,501	7,855	6,646	49	33	16
광주광역시	1,475,745	729,330	746,415	1,466,143	724,161	741,982	9,602	5,169	4,433
동구	104,639	51,731	52,908	103,998	51,436	52,562	641	295	346
서구	305,230	150,031	155,199	304,469	149,737	154,732	761	294	467
남구	215,270	104,220	111,050	214,612	104,000	110,612	658	220	438
북구	480,020	237,293	242,727	477,593	236,159	241,434	2,427	1,134	1,293
광산구	370,586	186,055	184,531	365,471	182,829	182,642	5,115	3,226	1,889
대전광역시	1,501,859	750,762	751,097	1,490,158	745,150	745,008	11,701	5,612	6,089
동구	246,915	123,437	123,478	244,344	122,354	121,990	2,571	1,083	1,488
중구	255,486	125,699	129,787	254,577	125,339	129,238	909	360	549
서구	500,984	245,704	255,280	498,524	244,654	253,870	2,460	1,050	1,410
유성구	293,505	152,136	141,369	289,303	149,805	139,498	4,202	2,331	1,871
대덕구	204,969	103,786	101,183	203,410	102,998	100,412	1,559	788	771
울산광역시	1,082,567	557,694	524,873	1,071,673	550,869	520,804	10,894	6,825	4,069
중구	222,493	113,199	109,294	221,373	112,739	108,634	1,120	460	660
남구	335,340	171,077	164,263	332,617	169,544	163,073	2,723	1,533	1,190
동구	166,297	88,150	78,147	164,051	86,582	77,469	2,246	1,568	678
북구	169,399	88,014	81,385	167,821	86,986	80,835	1,578	1,028	550
울주군	189,038	97,254	91,784	185,811	95,018	90,793	3,227	2,236	991
경기도	11,379,459	5,705,613	5,673,846	11,196,053	5,599,570	5,596,483	183,406	106,043	77,363
수원시	1,071,913	538,990	532,923	1,054,053	529,820	524,233	17,860	9,170	8,690
성남시	949,964	470,760	479,204	936,267	464,320	471,947	13,697	6,440	7,257
의정부시	417,412	205,500	211,912	415,170	204,529	210,641	2,242	971	1,271
안양시	602,122	298,756	303,366	596,772	296,162	300,610	5,350	2,594	2,756
부천시	853,039	423,670	429,369	842,482	418,314	424,168	10,557	5,356	5,201
광명시	329,010	161,990	167,020	326,418	160,855	165,563	2,592	1,135	1,457
평택시	388,508	197,235	191,273	381,731	193,189	188,542	6,777	4,046	2,731

시군구	총인구			내국인			외국인		
		남자	여자		남자	여자		남자	여자
동두천시	91,828	45,499	46,329	90,433	44,708	45,725	1,395	791	604
안산시	728,775	373,471	355,304	699,063	356,059	343,004	29,712	17,412	12,300
고양시	905,076	443,323	461,753	897,222	439,587	457,635	7,854	3,736	4,118
과천시	66,704	32,810	33,894	66,319	32,634	33,685	385	176	209
구리시	185,550	91,450	94,100	184,503	91,003	93,500	1,047	447	600
남양주시	529,898	263,646	266,252	526,639	261,921	264,718	3,259	1,725	1,534
오산시	183,890	93,430	90,460	180,996	92,124	88,872	2,894	1,306	1,588
시흥시	407,090	214,273	192,817	393,293	205,262	188,031	13,797	9,011	4,786
군포시	278,083	138,185	139,898	274,198	136,179	138,019	3,885	2,006	1,879
의왕시	144,501	72,166	72,335	143,378	71,569	71,809	1,123	597	526
하남시	138,829	70,034	68,795	137,569	69,365	68,204	1,260	669	591
용인시	856,765	424,383	432,382	847,138	419,471	427,667	9,627	4,912	4,715
파주시	328,128	166,278	161,850	323,955	163,570	160,385	4,173	2,708	1,465
이천시	195,175	96,963	98,212	192,918	95,643	97,275	2,257	1,320	937
안성시	179,782	91,663	88,119	175,824	89,313	86,511	3,958	2,350	1,608
김포시	224,350	114,596	109,754	217,280	109,124	108,156	7,070	5,472	1,598
화성시	488,758	253,385	235,373	474,160	242,708	231,452	14,598	10,677	3,921
광주시	228,747	116,495	112,252	224,269	113,572	110,697	4,478	2,923	1,555
양주시	187,911	95,714	92,197	183,673	92,489	91,184	4,238	3,225	1,013
포천시	140,997	72,813	68,184	136,580	69,508	67,072	4,417	3,305	1,112
여주군	101,203	50,060	51,143	100,052	49,362	50,690	1,151	698	453
연천군	41,770	21,428	20,342	41,295	21,096	20,199	475	332	143
가평군	50,879	25,619	25,260	50,272	25,381	24,891	607	238	369
양평군	82,802	41,028	41,774	82,131	40,733	41,398	671	295	376
강원도	1,471,513	738,399	733,114	1,463,650	735,075	728,575	7,863	3,324	4,539
춘천시	276,232	136,312	139,920	274,220	135,482	138,738	2,012	830	1,182
원주시	311,449	155,734	155,715	309,803	154,928	154,875	1,646	806	840
강릉시	218,471	108,806	109,665	217,481	108,390	109,091	990	416	574
동해시	90,574	45,999	44,575	90,321	45,910	44,411	253	89	164
태백시	51,558	26,457	25,101	51,400	26,413	24,987	158	44	114
속초시	80,791	39,166	41,625	80,505	39,038	41,467	286	128	158
삼척시	67,454	34,064	33,390	67,131	33,901	33,230	323	163	160

시군구	총인구			내국인			외국인		
		남자	여자		남자	여자		남자	여자
홍천군	62,888	31,643	31,245	62,540	31,527	31,013	348	116	232
횡성군	37,798	18,646	19,152	37,497	18,493	19,004	301	153	148
영월군	35,050	17,526	17,524	34,880	17,453	17,427	170	73	97
평창군	37,522	18,758	18,764	37,349	18,711	18,638	173	47	126
정선군	35,980	18,438	17,542	35,804	18,396	17,408	176	42	134
철원군	43,271	22,300	20,971	43,109	22,246	20,863	162	54	108
화천군	22,119	12,455	9,664	22,015	12,422	9,593	104	33	71
양구군	19,363	10,190	9,173	19,252	10,163	9,089	111	27	84
인제군	28,765	15,300	13,465	28,591	15,230	13,361	174	70	104
고성군	26,753	13,638	13,115	26,458	13,501	12,957	295	137	158
양양군	25,475	12,967	12,508	25,294	12,871	12,423	181	96	85
충청북도	1,512,157	758,214	753,943	1,495,984	748,622	747,362	16,173	9,592	6,581
청주시	666,924	332,260	334,664	662,102	329,906	332,196	4,822	2,354	2,468
충주시	203,212	102,103	101,109	201,361	100,998	100,363	1,851	1,105	746
제천시	134,698	67,411	67,287	133,626	66,910	66,716	1,072	501	571
청원군	143,762	72,929	70,833	142,017	71,849	70,168	1,745	1,080	665
보은군	30,509	14,596	15,913	30,311	14,527	15,784	198	69	129
옥천군	49,730	24,509	25,221	49,295	24,270	25,025	435	239	196
영동군	46,231	22,618	23,613	45,974	22,512	23,462	257	106	151
진천군	61,915	32,602	29,313	59,324	30,623	28,701	2,591	1,979	612
괴산군	31,392	15,266	16,126	31,116	15,100	16,016	276	166	110
음성군	84,088	44,178	39,910	81,645	42,415	39,230	2,443	1,763	680
단양군	28,165	13,887	14,278	28,009	13,834	14,175	156	53	103
증평군	31,531	15,855	15,676	31,204	15,678	15,526	327	177	150
충청남도	2,028,002	1,023,882	1,004,120	2,000,473	1,007,454	993,019	27,529	16,428	11,101
천안시	574,623	293,376	281,247	565,201	287,547	277,654	9,422	5,829	3,593
공주시	122,153	59,745	62,408	120,660	59,058	61,602	1,493	687	806
보령시	97,770	48,539	49,231	97,091	48,142	48,949	679	397	282
아산시	278,676	144,119	134,557	272,282	139,990	132,292	6,394	4,129	2,265
서산시	156,843	80,700	76,143	155,082	79,691	75,391	1,761	1,009	752
논산시	119,222	58,483	60,739	117,686	57,703	59,983	1,536	780	756
계룡시	41,528	20,758	20,770	41,395	20,707	20,688	133	51	82

시군구	총인구			내국인			외국인		
		남자	여자		남자	여자		남자	여자
금산군	52,952	25,982	26,970	52,442	25,796	26,646	510	186	324
연기군	81,447	41,929	39,518	80,542	41,371	39,171	905	558	347
부여군	67,584	32,552	35,032	67,102	32,324	34,778	482	228	254
서천군	53,914	25,716	28,198	53,620	25,580	28,040	294	136	158
청양군	29,755	14,327	15,428	29,506	14,214	15,292	249	113	136
홍성군	82,811	40,691	42,120	81,876	40,149	41,727	935	542	393
예산군	77,830	38,140	39,690	77,209	37,773	39,436	621	367	254
태안군	53,888	26,548	27,340	53,673	26,437	27,236	215	111	104
당진군	137,006	72,277	64,729	135,106	70,972	64,134	1,900	1,305	595
전라북도	1,777,220	872,724	904,496	1,766,044	867,630	898,414	11,176	5,094	6,082
전주시	649,728	319,648	330,080	646,512	318,359	328,153	3,216	1,289	1,927
군산시	260,546	132,090	128,456	258,845	131,212	127,633	1,701	878	823
익산시	296,366	146,891	149,475	294,479	146,026	148,453	1,887	865	1,022
정읍시	110,352	53,020	57,332	109,458	52,472	56,986	894	548	346
남원시	78,770	37,603	41,167	78,425	37,473	40,952	345	130	215
김제시	83,302	39,989	43,313	82,739	39,647	43,092	563	342	221
완주군	83,408	42,339	41,069	82,041	41,606	40,435	1,367	733	634
진안군	20,446	9,736	10,710	20,318	9,719	10,599	128	17	111
무주군	21,827	10,473	11,354	21,752	10,459	11,293	75	14	61
장수군	19,424	9,197	10,227	19,293	9,170	10,123	131	27	104
임실군	23,663	11,066	12,597	23,490	11,012	12,478	173	54	119
순창군	25,241	11,589	13,652	25,063	11,565	13,498	178	24	154
고창군	53,333	25,156	28,177	53,052	25,061	27,991	281	95	186
부안군	50,814	23,927	26,887	50,577	23,849	26,728	237	78	159
전라남도	1,741,499	852,513	888,986	1,728,749	845,952	882,797	12,750	6,561	6,189
목포시	249,960	125,019	124,941	248,694	124,387	124,307	1,266	632	634
여수시	269,937	135,185	134,752	268,727	134,498	134,229	1,210	687	523
순천시	258,670	127,989	130,681	257,800	127,699	130,101	870	290	580
나주시	78,679	37,379	41,300	77,825	37,000	40,825	854	379	475
광양시	137,810	70,957	66,853	137,100	70,611	66,489	710	346	364
담양군	41,027	19,602	21,425	40,726	19,455	21,271	301	147	154
곡성군	27,272	12,569	14,703	26,975	12,401	14,574	297	168	129

시군구	총인구			내국인			외국인		
		남자	여자		남자	여자		남자	여자
구례군	22,419	10,420	11,999	22,291	10,398	11,893	128	22	106
고흥군	63,392	29,075	34,317	63,179	29,021	34,158	213	54	159
보성군	40,166	18,374	21,792	39,963	18,332	21,631	203	42	161
화순군	62,219	29,465	32,754	61,825	29,331	32,494	394	134	260
장흥군	35,763	16,658	19,105	35,590	16,605	18,985	173	53	120
강진군	34,204	15,897	18,307	34,029	15,839	18,190	175	58	117
해남군	66,042	31,344	34,698	65,685	31,238	34,447	357	106	251
영암군	58,748	30,607	28,141	55,665	28,432	27,233	3,083	2,175	908
무안군	68,462	33,340	35,122	67,697	32,959	34,738	765	381	384
함평군	30,995	14,498	16,497	30,770	14,397	16,373	225	101	124
영광군	48,663	23,257	25,406	48,432	23,178	25,254	231	79	152
장성군	38,507	18,862	19,645	37,899	18,448	19,451	608	414	194
완도군	46,777	22,454	24,323	46,476	22,306	24,170	301	148	153
진도군	28,565	13,337	15,228	28,414	13,302	15,112	151	35	116
신안군	33,222	16,225	16,997	32,987	16,115	16,872	235	110	125
경상북도	2,600,032	1,296,071	1,303,961	2,575,370	1,281,510	1,293,860	24,662	14,561	10,101
포항시	511,390	260,124	251,266	508,736	258,710	250,026	2,654	1,414	1,240
경주시	256,150	127,642	128,508	252,750	125,267	127,483	3,400	2,375	1,025
김천시	127,889	62,390	65,499	126,823	61,842	64,981	1,066	548	518
안동시	166,197	81,055	85,142	165,399	80,758	84,641	798	297	501
구미시	402,607	207,089	195,518	399,019	205,107	193,912	3,588	1,982	1,606
영주시	108,888	53,692	55,196	108,268	53,447	54,821	620	245	375
영천시	95,256	47,052	48,204	94,350	46,401	47,949	906	651	255
상주시	98,103	47,403	50,700	97,559	47,192	50,367	544	211	333
문경시	69,021	33,316	35,705	68,692	33,180	35,512	329	136	193
경산시	266,036	134,391	131,645	260,643	131,087	129,556	5,393	3,304	2,089
군위군	19,993	9,470	10,523	19,794	9,335	10,459	199	135	64
의성군	51,247	23,726	27,521	51,024	23,619	27,405	223	107	116
청송군	24,008	11,529	12,479	23,930	11,515	12,415	78	14	64
영양군	16,540	7,751	8,789	16,453	7,740	8,713	87	11	76
영덕군	36,428	16,831	19,597	36,220	16,723	19,497	208	108	100
청도군	38,228	17,639	20,589	37,935	17,506	20,429	293	133	160

시군구	총인구			내국인			외국인		
		남자	여자		남자	여자		남자	여자
고령군	31,817	15,840	15,977	31,000	15,195	15,805	817	645	172
성주군	36,859	17,862	18,997	36,319	17,480	18,839	540	382	158
칠곡군	114,246	58,668	55,578	112,104	57,185	54,919	2,142	1,483	659
예천군	43,015	20,323	22,692	42,757	20,264	22,493	258	59	199
봉화군	31,242	15,255	15,987	31,081	15,201	15,880	161	54	107
울진군	47,108	23,025	24,083	46,777	22,768	24,009	331	257	74
울릉군	7,764	3,998	3,766	7,737	3,988	3,749	27	10	17
경상남도	3,160,154	1,591,430	1,568,724	3,119,571	1,562,686	1,556,885	40,583	28,744	11,839
진주시	337,896	167,005	170,891	335,297	165,447	169,850	2,599	1,558	1,041
통영시	129,366	65,858	63,508	127,896	64,908	62,988	1,470	950	520
사천시	107,524	53,890	53,634	106,175	52,924	53,251	1,349	966	383
김해시	494,510	250,799	243,711	484,244	242,884	241,360	10,266	7,915	2,351
밀양시	99,128	47,570	51,558	98,564	47,272	51,292	564	298	266
거제시	231,271	125,850	105,421	225,014	121,140	103,874	6,257	4,710	1,547
양산시	252,507	126,503	126,004	249,529	124,434	125,095	2,978	2,069	909
창원시	1,058,021	539,958	518,063	1,047,488	532,588	514,900	10,533	7,370	3,163
의령군	25,602	11,892	13,710	25,249	11,652	13,597	353	240	113
함안군	60,794	30,434	30,360	59,330	29,250	30,080	1,464	1,184	280
창녕군	55,189	26,148	29,041	54,580	25,720	28,860	609	428	181
고성군	51,703	25,831	25,872	51,026	25,340	25,686	677	491	186
남해군	43,919	20,312	23,607	43,599	20,158	23,441	320	154	166
하동군	41,862	19,623	22,239	41,668	19,568	22,100	194	55	139
산청군	31,898	14,882	17,016	31,712	14,802	16,910	186	80	106
함양군	38,002	17,728	20,274	37,729	17,608	20,121	273	120	153
거창군	57,323	27,333	29,990	57,085	27,256	29,829	238	77	161
합천군	43,639	19,814	23,825	43,386	19,735	23,651	253	79	174
제주특별 자치도	531,905	263,244	268,661	528,411	261,521	266,890	3,494	1,723	1,771
제주시	401,192	198,542	202,650	398,677	197,356	201,321	2,515	1,186	1,329
서귀포시	130,713	64,702	66,011	129,734	64,165	65,569	979	537	442

자료: 통계청(2010), 인구주택총조사

부록 3. 2015년 기초자치단체 소비자행정 현황 및 인식 설문조사지

♣ 기초자치단체 소비자행정 현황조사(기초자치단체용)

안녕하십니까?

공정거래위원회와 한국소비자원은 기초지방자치단체 소비자행정의 현 위치를 파악하고 지역소비자행정 활성화 정책의 기초 자료로 활용하고자 「2015년 기초지방자치단체의 소비자행정 현황조사」를 실시하고 있습니다. 본 조사는 크게 **I. 지역소비자행정 기반, II. 지역소비자행정 업무, III. 지역소비자행정 네트워크, IV. 지역소비자행정 인식, V. 기타 의견**으로 구성되어 있습니다. 바쁘시더라도 설문지 문항에 성의껏 답변해주시면 감사하겠습니다.

또한, 설문문항 중에서 **개인의 비밀에 속하는 사항은 통계법 제13조에 의거 엄격히 보호**되므로 염려하지 않으셔도 됩니다. 조사지를 작성하시는 중에 궁금하신 사항은 아래 담당자에게 연락주시기 바랍니다.

2015. 3.

한국소비자원 정책연구실 지광석 책임연구원
(☎ 043-880-5664, policy2015@kca.go.kr)

소속	소속 시·도	시·군·자치구명	국·실·본부	과	팀·계·담당
작성자	직급	직위		성명	
연락처	전화		이메일		

I 지역소비자행정 기반

- o 1)번부터 7)번까지는 제도, 조직, 인력, 예산 등 기초자치단체의 소비자행정 추진 기반(인프라) 현황을 조사하기 위한 항목입니다. 1)번부터 5)번까지의 현황은 2015년 3월을 기준으로 응답 또는 작성하여 주십시오.

자치법규의 운영

- 1) 귀 기관(시·군·자치구)은 자체 소비자(보호)조례를 가지고 있습니까? ()
- ① 예 ② 아니오

소비자행정 담당 조직

- 2) 귀 기관(시·군·자치구)은 소비자행정 업무를 어느 조직 단위에서 수행하고 있습니까? ()
- ① 국·실·본부 단위 ② 과 단위 ③ 팀·계·담당 단위
④ 해당 조직 단위 없음

* 소비자행정 업무란 소비자기본법 상의 소비자권익증진 또는 소비자보호를 위하여 수행하는 업무로서 특수거래, 소비자정보제공, 소비자교육, 소비자상담 및 피해구제, 소비자안전, 조사·연구 및 시험·검사 등과 관련한 업무를 말함

□ 소비자행정 담당 인력

4) 귀 기관(시·군·자치구)의 소비자행정 담당 공무원(전임·겸임 모두 포함)은 모두 몇 명입니까? ()

- ① 1명 ② 2명 ③ 3명 ④ 4명 이상 ⑤ 없음(☞ 5)로 이동)

* 직접 실무를 담당하지 않고 결재 및 관리 책임만 있는 경우(팀장, 과장, 부서장)는 제외

* 소비자상담 업무를 담당하는 상담원 제외

4-1) 소비자행정 담당 공무원 중에서 전임(專任)은 모두 몇 명입니까? ()

- ① 1명 ② 2명 ③ 3명 ④ 4명 이상 ⑤ 없음

* 전임은 자신이 맡은 업무 중에서 소비자행정 업무의 비중이 100%인 경우

4-2) 겸임(兼任)의 경우 수행하는 모든 업무 중에서 소비자행정 업무가 차지하는 비중은 평균적으로 얼마입니까? ()

- ① 25% 미만 ② 25~50% 미만 ③ 50~75% 미만
④ 75~90% 미만 ⑤ 90%이상

* 겸임은 소비자행정 업무 외에 타 분야의 행정 업무를 함께 수행하는 경우를 말함

* 소비자행정 담당 인력이 복수인 경우 평균 비중으로 산정

5) 귀 기관(시·군·자치구)에는 소비자상담 또는 피해구제를 담당하는 상담원이 있습니까? ()

- ① 예 ② 아니오(☞ 6)으로 이동

5-1) 상담원(상근·비상근 모두 포함)은 모두 몇 명입니까? ()

- ① 1명 ② 2명 ③ 3명 ④ 4명 이상

5-2) 상담원 중에서 상근(常勤)*은 모두 몇 명입니까? ()

- ① 1명 ② 2명 ③ 3명 ④ 4명 이상 ⑤ 없음

* 상근은 풀타임(full-time) 근무 형태를 말함

5-3) 상담원 중에서 귀 기관(시·군·자치구)에서 자체 임용* 한 인원은 모두 몇 명입니까? ()

- ① 1명 ② 2명 ③ 3명 ④ 4명 이상 ⑤ 없음

* 민간소비자단체에서 파견된 상담원을 제외하고 지자체에서 자체 채용한 상담원을 말함

5-4) 상근 상담원들의 월 평균 보수액은 얼마입니까? ()

- ① 110만원 미만 ② 110만원 ~ 139만원
 ③ 140만원 ~ 169만원 ④ 170만원 ~ 199만원
 ⑤ 200만원 이상

* 「상근 상담원의 월 보수총액 ÷ 상근 상담원 수」로 계산함. 비상근 상담원은 제외함

□ 소비자행정 예산

6) 귀 기관(시·군·자치구)의 2015년도 소비자행정 예산의 금액을 기재하여 주십시오.

구분	금액(만원)
기초자치단체 자체 예산	
광역자치단체 지원금	
합계	0

* '소비자행정 예산'이란 소비자업무 담당 부서의 소비자업무 수행과 관련하여 편성된 예산을 말함(소비자행정 업무: 소비자기본법상의 소비자권익증진 또는 소비자보호를 위하여 수행하는 업무로서 특수거래, 소비자정보제공, 소비자교육, 소비자상담 및 피해구제, 소비자안전, 조사·연구 및 시험·검사 등과 관련한 업무)

7) 귀 기관(시·군·자치구)의 2015년도 소비자행정 예산 중에서 소비자단체에 지원(예정)되는 금액을 기재하여 주십시오.

2015년도 소비자단체 지원(예정) 금액	(만 원)
------------------------	-------------

II 지역소비자행정 업무

○ 8)번부터 23)번까지는 기초자치단체의 지역소비자행정 업무 추진 현황을 조사하기 위한 항목입니다.

□ 종합

8) 귀 기관(시·군·자치구)은 다음의 지역소비자행정 업무를 수행하고 있습니까? “수행여부”의 칸에는 수행하고 있는 모든 항목에 각각 “○”를 표시하여 주시고, “비중(%)” 칸에는 좌측에 “○”를 표시한 항목에 한하여 숫자로 업무 비중을 기재하여 주십시오.

지역소비자행정 업무	수행여부	비중(%)*
① 특수거래업체 관리·감독 (특수거래업체의 정의 아래 참조)		
② 소비자정보제공		
③ 소비자교육		
④ 소비자상담		
⑤ 소비자안전		
⑥ 조사·연구		
⑦ 시험·검사		
⑧ 기타		
합계		0

* 지역소비자행정 업무의 비중(%): 해당 업무를 수행하는데 필요한 인력, 예산, 시간, 노력 등을 종합적으로 고려하여 0~100의 숫자를 기입함(아래 **합계가 “100”**이 나오도록 기입)

** 각 업무에 대한 설명은 아래를 참고하여 주십시오.

(특수거래) 통상 정해진 영업장에서 거래가 이루어지는 일반거래와 구분되는 **방문판매, 전화권유판매(텔레마케팅), 전자상거래, 통신판매, 할부거래** 등 특수한 형태의 거래

(소비자정보제공) 소비자가 물품 등을 **합리적으로 선택**할 수 있도록 하기 위하여 물품 등의 거래조건·거래방법·품질·안전성 및 환경성 등에 관련되는 사업자의 정보를 소비자에게 제공하는 것

(소비자교육) 소비자의 **올바른 권리행사**를 이끌고, 물품등과 관련된 **판단능력**을 높이며, 소비자가 자신의 **선택에 책임**을 지는 소비생활을 할 수 있도록 필요한 교육을 하는 것

(소비자상담) 소비자의 불만이나 피해가 신속·공정하게 처리될 수 있도록 일차적으로 **전화, 인터넷, 방문** 등을 통해 상담을 하는 것

(소비자안전) 식품·공산품 등의 **안전**과 관련한 업무로, 예를 들어 식품업체의 영업 허가·신고·등록, 식품 이물 감시, 식중독 감시, 위해 물품의 회수(리콜)·폐기 등의 업무를 말함

□ 특수거래

9) 2014년 말 기준으로 귀 기관(시·군·자치구)에 신고된 특수거래 업체 수를 기재하여 주십시오.

구분	업체 수
방문판매업 신고	(개)
전화권유판매업(텔레마케팅) 신고	(개)
통신판매업 신고	(개)

13-3) 2014년도 귀 기관에서 제공한 소비자정보의 내용은 무엇에 관한 것입니까? ()

* 복수 응답(해당되는 사항 모두 선택)

- ① 상담 및 피해구제 관련 주의보·경보
- ② 식품안전
- ③ 공산품안전
- ④ 제품 및 서비스 가격 관련
- ⑤ 제품 및 서비스 품질 관련
- ⑥ 특수거래 관련(방문판매, 전자상거래, 상호회 가입 등)
- ⑦ 기타(내용:)

14) 소비자정보제공과 관련하여 가장 큰 장애요인은 무엇이라고 생각하십니까? ()

- ① 인력 부족
- ② 전문성 부족
- ③ 예산 부족
- ④ 정보 콘텐츠 부족
- ⑤ 관련 부처 및 기관의 정보 공유 미흡
- ⑥ 기타(내용:)

□ 소비자교육

15) 귀 기관(시·군·자치구)은 자체 소비자교육을 실시하고 있습니까? ()

- ① 예
- ② 아니오(☞ 16)으로 이동)

* **자체 소비자교육**이란 공정위, 한국소비자원, 시·도에서 실시하는 소비자교육에 참여하는 경우가 아닌 **기관 자체에서 소비자 등을 대상으로 교육을 실시하는 경우**를 말함

15-1) 귀 기관(시·군·자치구)은 소비자교육 관련 예산이 **별로** 편성되어 있습니까? ()

- ① 예 ② 아니오

15-2) 2014년도에 실시한 **자체 소비자교육 횟수**를 기재하여 주십시오.

2014년도 자체 소비자교육 횟수	(회)
--------------------	------

15-3) 2014년도에 실시한 **자체 소비자교육의 대상**은 누구였습니까? ()

* **복수 응답**(해당되는 사항 모두 선택)

- ① 유치원, 초·중·고교생 ② 대학생 ③ 주부
④ 노인 ⑤ 소비자단체 실무자, 상담원, 공무원 ⑥ 사업자
⑦ 다문화가족·새터민 ⑧ 기타(내용:)

15-4) 2014년도에 실시한 자체 소비자교육의 내용은 무엇에 관한 것입니까? ()

* 복수 응답(해당되는 사항 모두 선택)

- ① 상담 및 피해 사례 ② 식품안전(건강기능식품 등)
- ③ 공산품안전
- ④ 금융 거래 ⑤ 의료 안전
- ⑥ 특수거래 관련(방문판매, 전자상거래, 상조회 가입 등)
- ⑦ 기타(내용:)

15-5) 귀 기관(시·군·자치구)은 소비자교육을 실시하는데 있어서 강의식 교육 외에 어떤 방법을 사용합니까?

* 복수 응답(해당되는 사항 모두 선택)

- ① 캠프 체험 ② 인형극 공연 ③ 뮤지컬 공연
- ④ 원탁회의 ⑤ 강의식 교육 방법만 사용
- ⑥ 기타(내용:)

15-6) 귀 기관(시·군·자치구)은 2014년도에 자체 교육프로그램을 개발한 적이 있습니까? ()

- ① 예 ② 아니오

15-7) 귀 기관(시·군·자치구)은 2014년도에 지역 교육강사를 양성한 적이 있습니까? ()

- ① 예 ② 아니오

16) 소비자교육의 실시와 관련하여 가장 큰 장애요인은 무엇이라고 생각하십니까? ()

- ① 인력 부족 ② 전문성 부족 ③ 예산 부족
- ④ 교육 프로그램 부족
- ⑤ 관련 부처 및 기관의 콘텐츠 공유 미흡
- ⑥ 강사 지원 부족
- ⑦ 기타(내용:)

□ 소비자상담

17) 귀 기관(시·군·자치구)은 소비자상담을 실시하고 있습니까? ()

- ① 예 ② 아니오(☞ 18)로 이동)

17-1) 2014년도에 실시한 소비자상담 건수를 기재하여 주십시오.

2014년도 소비자상담 건수	(건)
-----------------	---------

17-2) 소비자상담은 어떤 방식으로 이루어지고 있습니까?
() * 복수 응답(해당되는 사항 모두 선택)

- ① 방문상담(소비자가 지자체에 직접 방문) ② 전화상담
- ③ 인터넷상담(소비자가 지자체 홈페이지를 통해 문의)
- ④ 기타(내용:)

17-3) 소비자상담 중 **전화 상담**은 어떤 방식으로 이루어지고 있습니까? ()

- ① 직접 상담(기초자치단체 자체 전화 이용)
- ② 소비자단체에 보조금 지급*
- ③ 기타(내용:)

* 소비자단체에 보조금 지급: 1372 회선을 받아 상담을 하고 있는 소비자단체에 기초자치단체가 운영비 등 일부 보조금을 지급하는 경우를 말함

18) 소비자상담 업무와 관련하여 **가장 큰 장애요인**은 무엇이라고 생각하십니까? ()

- ① 전문상담원 부족 ② 예산 부족 ③ 상담원의 열악한 처우
- ④ 관련 부처 및 기관의 지원 미흡
- ⑤ 소비자피해구제 이관 절차의 복잡
- ⑥ 기타(내용:)

소비자안전

19) 귀 기관(시·군·자치구)은 **소비자업무 담당 부서**에서 소비자안전 관련 업무를 수행하고 있습니까? ()

- ① 예 ② 아니오

20) 소비자안전 관련 업무는 어느 부서에서 수행하는 것이 적
합하다고 생각하십니까? ()

- ① 소비자업무 담당 부서 ② 식품 또는 공산품 관리·감독 부서
- ③ 지자체에서 수행하는 것은 적합하지 않음
- ④ 기타(내용: _____)

21) 소비자안전 업무와 관련하여 가장 큰 장애요인은 무엇이라
고 생각하십니까? ()

- ① 인력 부족 ② 전문성 부족 ③ 관련 법률 정비 미흡
- ④ 관련 부처 및 기관의 협조 미흡 ⑤ 기타(내용: _____)

□ 조사·연구, 시험·검사

22) 귀 기관(시·군·자치구)은 2014년도에 “소비자, 소비자보
호, 혹은 소비자권익”과 관련한 조사 혹은 연구를 수행한
적이 있습니까? ()

- ① 예 ② 아니오(☞ 23)으로 이동)

22-1) 조사 혹은 연구는 어떤 방식으로 이루어졌습니까? ()

* 복수 응답(해당되는 사항 모두 선택)

- ① 자체 수행 ② 공동 수행(외부 기관 협업)
- ③ 외부 의뢰(용역 등) ④ 기타(내용: _____)

25-1) 2014년도에 소속 광역자치단체를 제외하고 협력 및 교류를 한 기관을 “협력 및 교류 여부”의 칸에 각각 “○”를 표시하여 주십시오. 또한, “○”를 표시한 항목에 대해서는 우측의 “협력 및 교류 업무(복수 선택)”의 칸에 해당 기관과 협력 및 교류한 업무를 아래의 「※ 협력 및 교류 업무 선택 표」를 참고하여 해당 번호를 모두 선택(복수 선택)하여 주십시오.

협력 및 교류 기관	협력 및 교류 여부	협력 및 교류 업무(복수 선택)
① 공정거래위원회		
② 한국소비자원(지원 포함)		
③ 지역소비자단체		
④ 공정위 외의 중앙부처		
⑤ 인근 기초자치단체		
⑥ 지역 대학 또는 연구소		
⑦ 지역 기업 또는 협회		
⑧ 지역 언론		
⑨ 기타 (내용:)		

※ 협력 및 교류 업무 선택 표

① 특수거래	② 소비자정보제공	③ 소비자교육
④ 소비자분쟁해결	⑤ 소비자안전	⑥ 조사·연구
⑦ 시험·검사	⑧ 기타(내용:)	

IV 지역소비자행정 인식

[작성 요령]

- 27)번부터 34)번까지는 본 설문조사의 작성자(소비자행정 담당자)가 소속된 부서에서 지역소비자행정에 대하여 가지고 있는 인식을 조사하기 위한 항목입니다. **평소 지역소비자행정 업무를 추진하시면서 생각하셨거나 느끼셨던 점**을 토대로 솔직하게 작성하여 주시기 바랍니다.

□ 지역소비자행정의 인지 및 필요성 인식

- 27) 귀하는 지역소비자행정이 무엇인지에 대해 얼마나 알고 있다고 생각하시는지 **5점 만점**의 점수로 응답해 주십시오.
(점)



- 28) 귀하는 기초자치단체의 소비자행정이 지역소비자권익증진을 위하여 얼마나 필요하다고 생각하시는지 **5점 만점**의 점수로 응답해 주십시오. (점)



□ 지역소비자행정의 현황 인식

29) 현재 귀 기관(시·군·자치구)의 소비자행정이 얼마나 잘 이루어지고 있다고 생각하시는지 5점 만점의 점수로 응답해 주십시오. (점)



30) 현재 귀 기관(시·군·자치구)의 소비자행정 분야 중에서 가장 잘 수행되고 있다고 생각되는 분야와 가장 미흡하다고 생각되는 분야를 각각 한 개 씩 선택하여 해당 칸에 “○”를 표시하여 주십시오.

소비자행정 분야	가장 잘 수행되는 분야	가장 미흡한 분야
① 특수거래업체 관리·감독		
② 소비자정보제공		
③ 소비자교육		
④ 소비자분쟁해결 (상담 및 피해구제 의뢰 등)		
⑤ 소비자안전		
⑥ 조사·연구		
⑦ 시험·검사		
⑧ 기타(내용:)		
⑨ 잘 모름		

□ 지역소비자행정의 발전 인식

31) 귀 기관(시·군·자치구)의 소비자행정 활성화를 위해서 아래 각 요소들이 어느 정도로 필요하다고 생각하시는지 각 요소에 대해 해당 칸에 “○”를 표시해 주십시오.

기초자치단체 소비자행정 활성화를 위해 필요한 요소	전혀 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요
① 지자체장의 관심 증대					
② 지역소비자행정에 대한 인식 전환(제고)					
③ 관련기관의 지원 및 협력 증대					
④ 지역소비자행정 담당 인력(자체 인력)의 증대					
⑤ 지역소비자행정 예산(자체 예산)의 증대					
⑥ 지역소비자행정 담당 인력의 전문성 제고					
⑦ 지역소비자행정 전담 조직의 설치					
⑧ 지역소비자행정 업무의 개발					

32) 귀 기관(시·군·자치구)의 소비자행정 활성화를 위해서 어느 기관의 협력이 가장 필요하다고 생각하십니까? 가장 필요하다고 생각되는 순서에 따라 각각 1순위, 2순위, 3순위의 칸에 해당 번호를 선택하여 주십시오.

34) 귀 기관(시·군·자치구)의 소비자행정을 추진하기 위해서는 어떤 조직 형태가 가장 적합하다고 생각하십니까? ()

- ① 소비자행정 전담 부서 설치
- ② 소비자행정 전담 과 설치
- ③ 소비자행정 전담 팀(계·담당) 설치
- ④ 소비자행정 독립조직(소비생활센터) 설치
- ⑤ 소비자행정 조직이 별도로 설치될 필요 없음

V

시·군·자치구 소비자행정 담당 부서의 의견

※ 지역소비자행정 업무 수행 중 애로사항, 공정거래위원회와 한국소비자원에 **바라는 사항**, 기타 지역소비자행정의 발전을 위한 **의견** 등을 자유롭게 기재해주시시오.

-
-

☺ 설문 작성에 응해 주셔서 매우 감사드립니다.

부록 4. 2014년 일본 지방소비자행정 현황 조사 결과
(요약 정리)

平成 26年度 地方消費者行政の現況調査

(2014년 지방소비자행정 현황조사)

지방소비자행정 현황조사는 소비자청 설립이전(내각부 국민생활국)부터 도·도·부·현·정령지정 도시 등을 대상으로 실시해 옴

1. 조사 대상

- 도·도·부·현(都道府縣) 47곳, 정령지정 도시 20곳, 시·구·정·촌(市區町村) 1,721곳, 소비자행정을 추진하고 있는 특별지방 공단체(광역연합, 일부 사무조합) 7곳 등 총 1,795개 지자체

2. 조사 시점: 2014년(헤세이 26년) 4월 1일

3. 조사 내용

- 소비자행정 담당조직, 직원 배치, 예산, 사업 동향(2013년도 조사항목 기초)

4. 기타

- 인구 규모 별 분류는 주민기본대장에 근거한 인구데이터에 의함
- 「소비생활센터」는 소비자안전법(헤세이 21 년 법률 제50호) 제 10조 제1항 및 제2항의 「소비생활센터」를 가리킴

I. 消費生活相談窓口の状況(소비생활상담창구 현황)

1. 소비생활센터 수

매년 4월 1일 기준

구분	2011년	2012년	2013년	2014년
전 지자체 계	684	724	745	763
도도부현 (내부 소속센터)	113 (66)	110 (63)	106 (59)	103 (56)
정령시 (내부 소속센터)	30 (11)	31 (11)	31 (11)	31 (11)
시구정촌 (정령시 제외)	538	579	603	624
광역연합, 일부사무조합	3	4	5	5

2. 소비생활센터를 설치하고 있는 지자체 수

매년 4월 1일 기준

구분	2011년	2012년	2013년	2014년
전체 지자체 수 (설치율)	702 (39.1%)	792 (44.3%)	840 (47.0%)	881 (49.3%)
내부 단독설치	602	644	668	689
광역연계	100	148	172	192
(참고) 지자체 수	1,794	1,789	1,789	1,788
도도부현	47	47	47	47
소속 센터 설치 도도부현 수	23	23	22	21
정령시	19	20	20	20
소속 센터 설치 정령시 수	4	4	4	4

시구정촌(정령 시 제외) (설치율)	636 (36.8%)	725 (42.1%)	773 (44.9%)	814 (47.3%)
내부 단독설치	536	577	601	622
광역연계	100	148	172	192
(참고) 시구정촌 수	1,728	1,722	1,722	1,721

※ 광역 연합, 일부 사무 조합 또는 광역적 연계에 의한 상담창구(소비생활센터 포함)를 설치하고 있는 관내 지자체에 대해서는 설치 지자체로 정리

3. 시구정촌(정령시 제외)의 상담창구(소비생활센터 포함) 설치 현황

매년 4월 1일 기준

구분	2011년	2012년	2013년	2014년
상담창구 설치 시구정촌 수 (설치율)	1,580 (91.4%)	1,603 (93.1%)	1,627 (94.5%)	1,717 (99.8%)
내부 센터 설치	636	725	773	814
내부 단독 설치	536	577	601	622
광역 연계	100	148	172	192
내부 상담창구 설치	944	878	854	903
내부 단독 설치	939	869	843	893
광역 연계	5	9	11	10
상담창구 미설치 시구정촌 수 (미설치율)	148 (8.6%)	119 (6.9%)	95 (5.5%)	4 (0.2%)
(참고) 시구정촌 수	1,728	1,722	1,722	1,721

4. 시구정촌(정령시 제외)의 상담창구 수

매년 4월 1일 기준

연도	소비생활센터	상담창구	합계
2011년	538	1,009	1,547
2012년	579	981	1,560
2013년	603	971	1,574
2014년	624	1,040	1,664
(참고) 시구정촌 수	1,721		

5. 시구정촌(정령시 제외)의 인구규모별 상담창구 설치현황

2014년 4월 1일 기준

인구 규모	소비생활센터		상담창구 (소비생활센터 포함)	
	설치 시구정촌 수	설치율	설치 시구정촌 수	설치율
시구정촌 전체	814	47.3%	1,717	99.8%
30만명 이상	64	100.0%	64	100.0%
20만명 이상 30만명 미만	50	100.0%	50	100.0%
15만명 이상 20만명 미만	46	92.0%	50	100.0%
10만명 이상 15만명 미만	92	86.8%	106	100.0%
7만5천명 이상 10만명 미만	70	76.1%	92	100.0%
5만명 이상 7만5천명 미만	124	67.8%	182	99.5%
3만명 이상 5만명 미만	117	49.0%	239	100.0%
2만명 이상 3만명 미만	61	39.6%	154	100.0%
1만명 이상 2만명 미만	80	27.0%	296	100.0%
1만명 미만	110	22.6%	484	99.4%

* 인구 5만명 이상 시구정촌의 소비생활센터 설치율 과반수 초과(67.8%)

** 시구정촌 전체의 상담창구(소비생활센터 포함) 설치율 99.8%

*** 광역연합, 일부사무조합, 광역적 연계에 의한 소비생활센터를 설치한 지자체는 설치지자체로 정리

II. 消費者行政担当職員の配置(소비자행정 담당직원 배치)

1. 소비자행정 담당 직원 수의 추이

(단위: 명)

구분	2011년	2012년	2013년	2014년
사무직원	5,180	5,182	5,158	5,200
소비생활상담원	3,321	3,391	3,371	3,345
상품테스트 직원	73	76	71	63
합계	8,574	8,649	8,600	8,608

2. 지자체별 소비자행정 담당 직원 수

2014년 4월 1일 기준(단위: 명)

구분	사무직원	소비생활상담원	상품테스트 직원	합계
도도부현	1,079	661	52	1,792
정령시	261	265	7	533
시구정촌 등	3,860	2,419	4	6,283
합계	5,200	3,345	63	8,608

3. 전임/겸임 별 소비자행정 담당 사무직원 수

2014년 4월 1일 기준(단위: 명)

구분	도도부현	정령시	시구정촌 등	계
전임 직원	819	226	486	1,531(29.4%)
겸임 직원	260	35	3,374	3,669(70.6%)
합계	1,079	261	3,860	5,200(100.0%)

※ 시구정촌 등에는 광역 연합 및 일부 사무조합을 포함(정령 시 제외)

4. 시구정촌 등(정령시 제외) 검임 사무직원의 소비자행정 사무 비중

2014년 4월 1일 기준(단위: 명)

구분	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%	합계
인원	45	61	78	72	220	163	490	687	1,558	3,374
비율(%)	1.3	1.8	2.3	2.1	6.5	4.8	14.5	20.4	46.2	100.0
									평균비중	23.8%

5. 자격 보유/미보유 소비생활상담원 수

2014년 4월 1일 기준(단위: 명)

구분	도도부현	정령시	시구정촌등	계
자격 보유		564	257	1,791
자격 미보유		97	8	628
합계		661	265	2,419
				3,345(100.0%)

6. 시구정촌 인구규모별 상담원 배치 창구 수

2014년 4월 1일 기준

인구 규모	배치		미배치		창구당 상담원 수
	수	비율	수	비율	
30만명 이상	64	100.0%			5.9
20만명 이상 30만명 미만	49	98.0%	1	2.0%	4.2
15만명 이상 20만명 미만	51	100.0%			3.7
10만명 이상 15만명 미만	105	98.1%	2	1.9%	3.1
7만5천명 이상 10만명 미만	88	95.7%	4	4.3%	2.5
5만명 이상 7만5천명 미만	171	94.5%	10	5.5%	2.2
3만명 이상 5만명 미만	193	81.4%	44	18.6%	1.6
2만명 이상 3만명 미만	99	66.9%	49	33.1%	1.5
1만명 이상 2만명 미만	107	37.9%	175	62.1%	1.4
1만명 미만	77	17.0%	375	83.0%	1.3
시구정촌 전체	1,004	60.3%	660	39.7%	2.4

* 광역연합, 일부사무조합, 광역적 연계에 의한 소비생활상담창구(소비생활센터 포함)를 설치한 지자체 제외

7. 인구규모별 상담원수별 시구정촌 수

2014년 4월 1일 기준

인구 규모	상담원 수				창구설치 시구정촌
	0명	1명	2명	3명 이상	
30만명 이상				64	64
20만명 이상 30만명 미만	1	1	3	45	50
15만명 이상 20만명 미만		1	5	44	50
10만명 이상 15만명 미만	2	10	23	71	106
7만5천명 이상 10만명 미만	4	14	34	40	92
5만명 이상 7만5천명 미만	10	53	62	56	181
3만명 이상 5만명 미만	44	121	45	27	237
2만명 이상 3만명 미만	49	66	26	7	148
1만명 이상 2만명 미만	175	77	21	9	282
1만명 미만	375	65	9	3	452
시구정촌 전체	660	408	228	366	1,662

* 광역연합 등 일부 사무조합 제외(정령시 제외)

8. 상품테스트 담당직원의 채용형태별 배치 현황

2014년 4월 1일 기준(단위: 명)

정원 내			정원 외	기타	합계
전임	겸임	계			
29	7	36	19	8	63

Ⅲ. 消費生活相談員の採用形態・待遇 (소비생활상담원의 채용형태 및 대우)

1. 채용형태별 상담원 수

2014년 4월 1일 기준(단위: 명)

구분	정원 내 (상근직원)	정원 외 (비상근직원)	법인 위탁	개인 위탁	계
상담원 수	101	2,569	436	239	3,345
비율	3.0%	76.8%	13.0%	7.1%	100.0%

* 광역연합 등 일부 사무조합 포함

2. 정원 외(비상근직원)의 채용형태별 상담원 수

2014년 4월 1일 기준(단위: 명)

구분	특별직 비상근직원	일반직 비상근직원	임시직 임용직원	임기부 단시간 근무직원	기타	계
상담원 수	1,816	515	161	9	68	2,569
비율	70.7%	20.0%	6.3%	0.4%	2.6%	100.0%

* 광역연합 등 일부 사무조합 포함

3. 상담원(상근직원 이외)의 보수형태

2014년 4월 1일 기준

시급	일급	주급	월급	연봉
8.3%	38.3%	0.0%	52.4%	0.9%

* 광역연합 등 일부 사무조합 포함

4. 상담원(상근직원 이외)의 평균보수액(1시간당 보수단가)

2014년 4월 1일 기준(단위: 엔)

구분	2014년
전체	1,526
도도부현	1,456
정령시	1,626
시	1,500
구	2,253
정	1,433
촌	1,243

※ 전체에는 광역연합 등 일부 사무조합 포함

※ 1일 근무시간이 4시간 이상인 상담원을 대상으로 집계

5. 상담원(상근직원 이외)의 계약상 고용기간

2014년 4월 1일 기준

1년 미만	1년	2년	3년 이상	기타
3.0%	87.5%	4.1%	0.8%	4.7%

* 광역연합 등 일부 사무조합 포함

6. 상담원(상근직원 이외) 고용기간의 갱신횟수 제한 유무

2014년 4월 1일 기준

구분	전체	도도부현	정령시	시구정촌 등
제한 있음	17.1%	27.5%	13.6%	14.6%
제한 없음	82.9%	72.5%	86.4%	85.4%

* 광역연합 등 일부 사무조합 포함

IV. 消費者行政担当部署の配置・事務分掌

(소비자행정 담당부서의 배치 및 사무분장)

1. 소비자행정 전담부서(기구·조직) 설치 현황

2014년 4월 1일 기준

전담부서	유무	전체		도도부현		정령시		시구정촌		특별지방공공단체	
		수준	수	비율	수	비율	수	비율	수	비율	수
없음	-	1,252	69.7%	1	2.1%	1	5.0%	1,246	72.4%	4	57.1%
있음	부국	1	0.1%	1	2.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
	과	176	9.8%	19	40.4%	11	55.0%	145	8.4%	1	14.3%
	실	62	3.5%	6	12.8%	3	15.0%	52	3.0%	1	14.3%
	계	304	16.9%	20	42.6%	5	25.0%	278	16.2%	1	14.3%
	합계	543	30.2%	46	97.9%	19	95.0%	475	27.6%	3	42.9%

* 시구정촌에는 정령시 제외

* 특별지방공공단체는 광역연합과 일부사무조합

2. 시구정촌의 사무분장 규정 현황

2014년 4월 1일 기준

인구 규모	규정하고 있는 시구정촌 수	규정률	(참고) 시구정촌 수
30만명 이상	64	100.0%	64
20만명 이상 30만명 미만	50	100.0%	50
15만명 이상 20만명 미만	50	100.0%	50
10만명 이상 15만명 미만	103	97.2%	106
7만5천명 이상 10만명 미만	91	98.9%	92
5만명 이상 7만5천명 미만	178	97.3%	183
3만명 이상 5만명 미만	225	94.1%	239
2만명 이상 3만명 미만	140	90.9%	154
1만명 이상 2만명 미만	257	86.3%	296
1만명 미만	401	82.3%	487
시구정촌 전체	1,559	90.6%	1,721

* 광역연합 등 일부 사무조합 제외(정령시 제외)

V. 消費者行政予算(소비자행정 예산)

1. 협의*의 소비자행정 예산의 동향

(2014년**, 단위: 천 엔)

구분	내부 기금***	기금 이외	합계
도도부현	2,108,711(38.3%)	3,403,467(61.7%)	5,512,178
정령시	388,349(20.3%)	1,523,211(79.7%)	1,911,560
시구정촌 등****	2,259,613(30.6%)	5,113,062(69.4%)	7,372,675
합계	4,756,673(32.1%)	10,039,740(67.9%)	14,796,413

* 협의: 소비자행정 본과 및 소비생활센터의 소비자행정 예산

** 2014년 당초예산 기준

*** 기금: 지방소비자행정활성화기금

**** 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

2. 광의*의 소비자행정 예산의 동향

(2014년**, 단위: 천 엔)

구분	내부 기금***	기금 이외	합계
도도부현	2,264,609(31.1%)	5,024,250(68.9%)	7,288,859
정령시	400,955(17.0%)	1,950,936(83.0%)	2,351,891
시구정촌 등****	2,452,355(30.2%)	5,676,420(69.8%)	8,128,775
합계	5,117,919(28.8%)	12,651,606(71.2%)	17,769,525

* 광의: 소비자행정 본과 및 소비생활센터 이외의 부서를 포함한 지자체 전체의 소비자행정 예산

** 2014년 당초예산 기준

*** 기금: 지방소비자행정활성화기금

**** 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

3. 소비자행정 예산이 없는 시구정촌(정령시 제외)

2014년 기준

인구 규모	광역의 소비자행정 예산이 없는 시구정촌 수	기금 이외 내부 자주재원이 없는 시구정촌 수
10만명 이상	-	1
7만5천명 이상 10만명 미만	1	3
5만명 이상 7만5천명 미만	2	2
3만명 이상 5만명 미만	6	12
2만명 이상 3만명 미만	9	18
1만명 이상 2만명 미만	25	45
1만명 미만	108	150
시구정촌 전체	151(8.8%)	231(13.4%)

* 광역연합, 일부 사무조합 제외

** 2014년 당초예산 기준

*** 비율: 예산이 없는 시구정촌 수 / 시구정촌 전체 수(1,721)

**** 자주재원: 지방자치단체가 중앙정부에 의존하지 않고 독자적으로 조달할 수 있는 자원(지방세 외에 수수료·사용료·기부금 등)

4. 소비생활상담원 인건비 동향

(2014년, 단위: 천 엔)

구분	내부 기금	기금 이외	합계
도도부현	143,835	1,352,785	1,496,620
정령시	117,479	657,997	775,476
시구정촌 등	937,667	3,070,177	4,007,844
합계	1,198,981(19.1%)	5,080,959(80.9%)	6,279,940

* 2014년 당초예산 기준

** 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

VI. 事業の實施狀況(사업 실시 현황)

1. 상담 사업 실시 현황

① 소비생활센터의 상담업무 실시 현황

(2014년 4월 1일 기준, 단위: 지자체 수)

실시 체계	도도부현	정령시	시구정촌 등	전체
직영	39	14	556	609
법인위탁	7	5	35	47
개인위탁	0	0	33	33
지정관리	1	1	1	3
기타	0	0	2	2

* 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

② 상담업무 실시 현황(접수 건수)

(2013년 기준, 단위: 건)

실시 체계	도도부현	정령시	시구정촌 등	전체
접수 건수	317,264	199,389	513,566	1,030,219
내부 알선 건수	19,237	12,878	50,378	82,493
알선 비율	6.1%	6.5%	9.8%	8.0%

* 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

2. 연수 실시 · 참가 현황

① 연수 실시 현황(도도부현 및 정령시)

(2013년 기준)

구분	도도부현	정령시
연수실시 지자체 수	47	18
연수미실시 지자체 수	0	2

② 연수 참가 현황

(2013년 기준)

구분	도도부현	정령시	시구정촌 등
연수참가 지자체 수	47	20	1,310
연수불참가 지자체 수	0	0	418
참가지자체 비율	100.0%	100.0%	75.8%

* 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

** 참가지자체 비율: 참가지자체 수 / 전체 지자체 수

③ 연수실시주체별 참가 현황(대상: 연수참가 지자체)

(2013년 기준)

연수 실시 주체	도도부현		정령시		시구정촌 등	
	지자체 수	참가율	지자체 수	참가율	지자체 수	참가율
국가	42	89.4%	17	85.0%	280	21.4%
국민생활센터	47	100.0%	20	100.0%	797	60.8%
도도부현(위탁 포함)	21	44.7%	17	85.0%	1,169	89.2%
시구정촌 등	5	10.6%	5	25.0%	127	9.7%
기타	28	59.6%	19	95.0%	503	38.4%
(참고) 연수참가 지자체 수	47	-	20	-	1,310	-

* 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

3. 소비자교육 · 계발 · 홍보사업 실시 현황

(2013년 기준)

구분	도도부현	정령시	시구정촌 등
강습 등 실시 지자체 수	47	20	967
배달강좌 실시 지자체 수	47	20	829
강습 등 미실시 지자체 수	0	0	761
배달강좌 미실시 지자체 수	0	0	899
실시 지자체의 비율	100.0%	100.0%	56.0%
배달강좌 실시 지자체의 비율	100.0%	100.0%	48.0%

* 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

* 실시 지자체의 비율: 실시 지자체 수 / 전체 지자체 수

4. 법집행 실시 현황

(2013년 기준, 단위: 건 수)

구분	도도부현	정령시	합계
경품표시법 ¹⁾	62	0	62
지시	62	0	62
조치강구	0	0	0
JAS법 ²⁾	33	0	33
지시	32	0	32
명령	1	0	1
식품위생법	250	95	345
물품폐기명령	23	8	31
영업정지명령	201	44	245
영업금지명령	26	43	69
영업허가취소명령	0	0	0
건강증진법	51	3	54
가정용품품질표시법	0	0	0
지시	0	0	0
공표	0	0	0
특정상거래법 ³⁾	99	0	99
지시	29	0	29
영업정지명령	70	0	70
할부판매법	0	0	0
개선명령	0	0	0
업무정지명령	0	0	0
허가등록취소	0	0	0
대부업법	24	0	24
업무개선명령	6	0	6
업무정지명령	12	0	12
등록취소	6	0	6

구분	도도부현	정령시	합계
여행업법	14	0	14
업무개선명령	12	0	12
업무정지명령	0	0	0
등록취소	2	0	2
택견업법 ⁴⁾	306	0	306
지시	62	0	62
업무정지명령	64	0	64
면허취소	180	0	180
소비생활관계조례	337	214	551
지도	309	204	513
권고	12	6	18
공표	16	4	20
금지명령	0	0	0

- 1) 부당경품 및 부당표시방지법
- 2) 농림물자의 규격화 및 품질표시의 적정화에 관한 법률
- 3) 특정상거래에 관한 법률
- 4) 택지건물거래업법

5. 상품테스트 실시 현황

① 전 지자체에 있는 상품테스트 실시 설비 현황

(2014년 4월 1일 기준)

	실시설비가 있는 지자체 수(A)	지자체 수(B)	비율(A/B)
도도부현	25	47	53.2%
정령시	8	20	40.0%
시구청촌 등	40	1,728	2.3%
합계	73	1,795	4.1%

* 시구청촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

② 상담창구(소비생활센터 포함)에 있는 상품테스트 실시 대비 현황

(2014년 4월 1일 기준)

	실시설비가 있는 지자체 수(A)	상담창구 설치 지자체 수(B)	비율(A/B)
도도부현	25	47	53.2%
정령시	8	20	40.0%
시구정촌 등	40	1,668	2.4%
합계	73	1,735	4.2%

* 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

③ 상품테스트 실시 현황

(2013년 기준)

구분	도도부현			정령시			시구정촌 등			합계		
	건 수	단체 수	비율 (%)									
자체 실시	567	18	60.1	21	4	13.0	22	7	5.2	610	29	40.0
외부 위탁	18	2	1.9	45	4	28.0	2	2	0.5	65	8	4.3
타 부국 의뢰	7	2	0.7	1	1	0.6	3	2	0.7	11	5	0.7
국민생활센터 의뢰	47	25	5.0	29	13	18.0	149	104	35.5	225	142	14.8
기타 공적기관 의뢰	77	23	8.2	64	11	39.8	180	92	42.9	321	126	21.1
민간 검사기관 의뢰	15	6	1.6	-	-	-	39	18	9.3	54	24	3.5
기타	212	6	22.5	1	1	0.6	25	17	6.0	238	24	15.6
합계	943	82	-	161	34	-	420	242	-	1,524	358	-

* 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

6. 각 주체와의 협력 현황

① 연락회의, 본부 등의 설치 현황

(2014년 4월 1일 기준)

구분	청 내의 타 부국 소집 회의 설치		타 지자체, 단체 등과의 회의 등 설치		(참고) 지자체 수
	지자체 수	비율	지자체 수	비율	
도도부현	46	97.9%	46	97.9%	47
정령시	18	90.0%	15	75.0%	20
시구정촌 등	248	14.4%	546	31.6%	1,728
합계	312	17.4%	607	33.8%	1,795

* 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

② 외부 유식자, 전문가 등의 활용 현황

(2013년 기준)

구분	활용 지자체 수		미활용 지자체 수		(참고) 지자체 수
	수	비율	수	비율	
도도부현	47	100.0%	0	0.0%	47
정령시	20	100.0%	0	0.0%	20
시구정촌 등	562	32.5%	1,166	67.5%	1,728
합계	629	35.0%	1,166	65.0%	1,795

* 시구정촌 등: 광역연합 및 일부사무조합 포함(정령시 제외)

③ 전문가별 활용 현황(대상: 활용하고 있는 도도부현, 정령시)

	활용 지자체 수	변호사	사법서사	건축사	기타
지자체 수	67	67	22	8	16
비율	-	100.0%	32.8%	11.9%	23.9%

정책연구 15-07

기초지방단체의 소비자행정 현황 및 과제

인 쇄 / 2015년 09월

발 행 / 2015년 09월

발행인 / 한국소비자원 원장 정대표

인쇄인 / (사)아름다운사람들복지회 ☎ 6948-9650

발 행 / 한국소비자원

☎ 27738

충청북도 음성군 맹동면 용두로 54

전 화 / 043-880-5500

등 록 / 제3-348호(1991년 5월 17일)

값 12,000원

ISBN 979-11-5649-129-3

본 연구의 내용은 연구자 개인의 견해이며
본원의 공식 견해가 아닙니다.