

정책연구 19-04

# 소비자교육 내용체계 개선방안 연구

손지연



한국소비자원  
Korea Consumer Agency



## 머 리 말

최근 고령자와 이민자들의 소비생활 적응 이슈가 증가하면서 취약계층을 위한 맞춤형 소비자교육 추진의 필요성이 주목 받고 있습니다. 또한 소비자 주권의 향상과 발맞추어 소비자에게도 높은 수준의 사회적 책임이 요구되고 있고, 비대면 거래가 확장 되면서 소비자소외의 문제가 발생하고 있습니다. 이 밖에도 인구의 큰 비중을 차지하는 베이비부머 세대의 은퇴와 가계대출 규모의 증가로 인해 개인재무관리의 중요성이 증대되고, 생활화학제품의 안전성 및 재난안전사고와 관련하여 소비자안전 교육의 중요성 또한 주목을 받고 있는 상황입니다.

본 연구는 이러한 시대적 상황의 변화에 따른 소비자교육 현장의 수요와 필요성에 따라 소비자교육 내용체계 전반을 개선하고자 하였습니다. 소비자 교육 자체가 소비생활 전반을 아우르는 광범위한 영역으로 확대되고 있는데 반해 그동안의 소비자교육 내용체계는 이를 포괄하는데 부족함이 있었습니다. 그렇다고 그동안 한국소비자원이 진행한 일반 성인 대상 소비자교육에서 취약 계층 대상의 교육이나 소비자안전교육 등을 다루지 않았던 것은 아닙니다. 그러나 시대변화에 따라 소비자교육의 각 세부 내용에 대한 수요의 양상에도 변화가 있었기 때문에 소비자교육 내용체계를 새롭게 정립하는 작업이 필요하게 된 것입니다.

소비자교육은 소비자역량 향상을 통해 시장경제 체제 하에서 불가피하게 발생하는 소비자와 사업자 사이의 정보비대칭을 완화시킴으로서 더 나은 소비

선택을 가능하게 합니다. 이 때문에 사업자에 대한 규제 강화보다 더 간접적인 방식으로 작용하는 소비자정책으로서 중앙정부 및 지방자치단체에 의해 오랜 기간 동안 선호되어 왔습니다. 소비자교육의 알려진 효과로는 소비자역량 강화 외에도 소비자피해 예방, 소비자피해에 대한 대응 수준 향상 등이 있습니다.

소비자교육 내용체계는 소비자교육 콘텐츠를 개발하고, 대상에 적합한 교육 내용을 선정하는 등 소비자교육을 추진함에 있어 가이드라인으로 작용할 수 있습니다. 특히 이번 소비자교육 내용체계 개선방안 연구는 한국소비자원과 지방자치단체에서 일하는 소비자교육 전문가 및 학계 연구자들의 의견을 수렴하였다는 점에서 의의를 가지고 있습니다. 또한 소비자교육이 포괄하는 내용 영역을 소비자시민성과 소비자안전 영역으로 확대하였고, 일반 성인에 대한 내용체계 뿐만 아니라 고령자, 이민자 등을 위한 내용체계도 제시하였다는 측면에서도 소비자교육 내용의 발전에 기여하는 부분이 있습니다.

본 보고서에서 제안하는 소비자교육 내용체계가 소비자교육 분야에서 다양한 교육 내용이 개발되는데 작은 계기가 되었으면 하며, 또 이를 위해 노력하고 계신 소비자교육 분야의 전문가들에게 도움이 되었으면 합니다. 그동안 연구를 수행하는 과정에서 의견을 주신 원내 전문가 여러분과 전국 시·도의 소비자정책담당 공무원, 자문 의견을 주신 교수님들께 감사의 마음을 전합니다.

2019. 11.

한국소비자원

원장 이 희 숙

## 국문요약

본 연구는 성인 대상 소비자교육의 대영역을 새롭게 수립하고, 대학·연구기관, 정부산하기관, 지방자치단체, 시민단체 등에서 소비자교육 관련 업무를 수행해온 다수의 전문가를 대상으로 소비자교육의 세부 내용에 대한 중요도 평가와 이상적인 소비자상에 대한 개방형 설문조사를 실시한 결과이다. 소비자교육 내용체계의 대영역은 선행연구에서 제시하고 있는 소비자교육 내용체계를 해체하여 분석한 결과와 전문가 패널을 대상으로 수행된 FGI 결과를 종합하여, ① 소비자시민성, ② 소비자피해예방·구제, ③ 소비자정보·구매의사결정, ④ 안전사고의 예방과 대응, ⑤ 소비자재무관리의 다섯 가지 영역으로 구분하였다. 그리고 이 내용체계에 대하여 세 차례에 걸쳐 각계 전문가 의견을 수렴하였다.

제1차 전문가의견 수렴은 FGI방식으로 소비자단체와 연구자를 초빙하여 실시하였으며, 제2차 전문가의견 수렴은 학계 연구자들을 대상으로 서면 자문 형식을 빌어 의견을 수렴하였다. 마지막으로 제3차 의견수렴은 온라인 전문가 조사의 형식으로 실시하였다. 온라인 전문가조사는 2019년 7월 22일부터 26일까지 5일 동안 실시하였으며, 전문가조사에는 공공기관, 지방자치단체, 시민단체 등에서 소비자교육 관련 실무를 오랫동안 담당해온 현장전문가 14명과 소비자교육과 관련하여 학문적·이론적 전문성을 보유하고 있는 연구전문가 8명 등 총 22명이 참여하였다. 제3차 전문가 의견수렴 단계에서는 내용체계에 관한 의견 외에도 일반 성인과 고령자 및 이민자 등 세 집단을 대상으로 소비자교육을 실시한다고 했을 때, 어떤 내용이 중요한지 알아보았다. 소비자교육의 대상 집단은 ① 만 20세 이상 65세 미만 일반 성인, ② 만 65세 이상 고령자, ③ 결혼이민자와 북한이탈주민 등 이민자로 구분하였다.

먼저, 개방형 문항을 이용하여 이상적인 소비자상에 대한 전문가 의견을

청취한 결과를 살펴보면, 이상적인 소비자상에 대해서는 ① 사회경제적 주체로서 주체적이고 똑똑한 소비자, ② 시장환경 변화에 적극적으로 적응하고, 그 변화를 주도하는 소비자, ③ 합리적인 구매의사결정을 내리는 소비자, ④ 환경친화적이고 지속가능한 소비를 실천하는 소비자, ⑤ 시민의식을 가지고, 소비자의 사회적 책임을 고려하며 소비하는 소비자시민 등의 다섯 가지 측면으로 의견이 수렴되었다. 중요도 평가 결과에서는 소비자교육의 대상(일반 성인, 고령자, 이민자)에 따라 대영역의 중요도 순위가 다르게 나타났는데, 일반 성인 대상 소비자교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 대영역은 “소비자시민성”이었다( $M=4.27$ ,  $SD=1.03$ ). 고령자 대상 소비자교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 대영역은 “소비자피해의 예방·구제”였으며( $M=4.73$ ,  $SD=0.46$ ), 이민자 대상 소비자교육에서도 중요도를 가장 높게 평가받은 대영역은 “소비자피해의 예방·구제”였다( $M=4.50$ ,  $SD=0.60$ ). 본 연구의 분석 결과는 소비자교육이 대상 집단에 따라 각기 다른 영역에 중점을 두고 진행되어야 함을 시사한다.

본 연구에서 제시한 이상적인 소비자상과 소비자교육 내용의 중요도 평가 결과는 최근의 소비환경 변화와 각계 전문가 의견을 고루 반영하였다는 의의가 있다. 본 연구의 결과는 향후 소비자교육 강사 대상 전문과정 운영 및 표준교안 작성의 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다.

# 차 례

머리말 .....	i
국문요약 .....	iii
 제1장 서론 .....	7
제1절 연구 배경 및 목적 .....	9
1. 연구의 배경 .....	9
2. 연구의 목적 .....	11
제2절 연구 범위 및 방법 .....	13
1. 연구 범위 .....	13
2. 연구 방법 .....	17
 제2장 소비자시장 환경의 변화와 소비자교육의 목표 .....	21
제1절 소비자시장 환경의 변화 .....	23
1. 인구적 측면 .....	23
2. 기술적 측면 .....	26
3. 사회·문화적 측면 .....	31
제2절 소비자교육의 목표 수립 .....	33
1. 소비자의 합리성 향상 .....	36
2. 책임있는 소비를 실천하는 소비자시민 양성 .....	37
3. 소비문화를 선도하는 주체적 소비자 양성 .....	39

### 제3장 소비자교육 내용체계 개발의 기초 ..... 41

#### 제1절 소비자교육 실시 현황 ..... 43

1. 한국소비자원의 소비자교육 추진 현황 ..... 43
2. 지방자치단체의 소비자교육 추진 현황 ..... 48
3. 기타 기관의 소비자교육 실시 현황 ..... 52

#### 제2절 소비자역량 수준 ..... 53

1. 연령대별 소비자역량 수준 ..... 53
2. 북한이탈주민의 소비자역량 수준 ..... 55

#### 제3절 자주 경험하는 소비생활 문제 ..... 58

1. 연령대별 자주 경험하는 소비생활 문제 ..... 59
2. 고령자가 자주 경험하는 소비생활 문제 ..... 62
3. 이민자가 자주 경험하는 소비생활 문제 ..... 63

### 제4장 소비자교육 내용체계의 1차안 수립 ..... 69

#### 제1절 대영역의 선정 ..... 72

#### 제2절 중영역의 선정 ..... 77

1. 소비자시민성 ..... 77
2. 소비자피해 예방·구제 ..... 79
3. 소비자정보·구매의사결정 ..... 81
4. 소비자안전사고의 예방과 대응 ..... 83
5. 소비자재무관리 ..... 86

### 제5장 전문가 의견조사 ..... 91

#### 제1절 FGI를 통한 각계 전문가 의견 수립 ..... 94

1. FGI 실시 개요 ..... 94
2. FGI 주요 결과 ..... 95



제2절 서면자문을 통한 학계 전문가 의견 수렴 .....	98
1. 서면자문 실시 개요 .....	98
2. 소비자교육 내용체계의 2차안 .....	99
3. 서면자문의 주요 내용 .....	103
제3절 온라인 전문가조사를 통한 중요도와 우선순위 분석 ..	106
1. 온라인 전문가조사 실시 개요 .....	106
2. 소비자교육 내용체계의 3차안 .....	109
제4절 온라인 전문가조사의 주요 결과 .....	113
1. 소비자교육의 목표와 이상적인 소비자 상에 관한 전문가 의견 ..	113
2. 대영역의 중요도와 우선순위 분석 결과 .....	116
3. 중영역의 중요도와 우선순위 분석 결과 .....	118
4. 소결 .....	126
 제6장 대상집단별 소비자교육 내용체계 .....	131
제1절 성인 대상의 소비자교육 내용체계 .....	135
제2절 고령자 대상의 소비자교육 내용체계 .....	139
제3절 이민자 대상의 소비자교육 내용체계 .....	143
 제7장 결론 및 제언 .....	147
 참고 문헌 .....	154
Executive Summary .....	159
 부 록 .....	161
1. 소비자교육 내용체계 관련 선행연구 고찰 .....	163
2. 소비자교육 내용체계 개선을 위한 전문가 조사 .....	184

## 표 차례

〈표 2-1〉 결혼이민자 현황 .....	24
〈표 2-2〉 북한이탈주민 입국 현황 .....	25
〈표 2-3〉 인구고령화 현황 .....	26
〈표 2-4〉 인터넷 이용률 .....	27
〈표 2-5〉 판매방법별 피해구제 현황 .....	28
〈표 2-5〉 모바일 금융서비스 이용경험 비율 .....	29
〈표 2-6〉 2018 모바일 지급서비스 이용경험 비율 .....	30
〈표 2-7〉 연간 개인정보 침해신고 상담 건수 .....	31
〈표 3-1〉 한국소비자원의 소비자교육 추진 실적 .....	44
〈표 3-2〉 한국소비자원의 2018년 소비자교육 전문강사 양성 프로그램 추진 사례 .....	45
〈표 3-3〉 2018년 한국소비자원의 소비자교육(수탁교육) 주제와 교육 대상 .....	46
〈표 3-4〉 한국소비자원의 소비자교육 콘텐츠 제작 실적(2016-2018) ..	47
〈표 3-5〉 지역별 인구대비 소비자교육 받은 사람의 수 .....	49
〈표 3-6〉 광역자치단체의 소비자교육 관련 시책 .....	50
〈표 3-7〉 2018 소비자역량지수의 체계 .....	53
〈표 3-8〉 연령대별 2018 소비자역량지수 .....	54
〈표 3-9〉 북한이탈주민 2015 소비자역량지수 .....	57
〈표 3-10〉 한국소비자원의 상위 10대 피해구제 접수 품목(2014-2018) ..	58
〈표 4-1〉 소비자교육 내용체계의 대영역 .....	76
〈표 4-2〉 선행연구에서 “소비자시민성” 대영역의 중영역 내용 ..	78
〈표 4-3〉 “소비자시민성” 대영역의 중영역 1차안 .....	78
〈표 4-4〉 선행연구에서 “소비자피해 예방·구제” 대영역의 중영역 내용 ..	79

<표 4-5> “소비자피해 예방·구제” 대영역의 중영역 1차안 .....	80
<표 4-6> 선행연구에서 “소비자정보·구매의사결정” 대영역의 중영역 내용 ..	81
<표 4-7> “소비자정보·구매의사결정” 대영역의 중영역 1차안 .....	83
<표 4-8> 선행연구에서 “소비자안전사고의 예방과 대응” 대영역의 중영역 내용 .....	84
<표 4-9> “소비자안전사고의 예방과 대응” 대영역의 중영역 1차안 ..	85
<표 4-10> 선행연구에서 “소비자재무관리” 대영역의 중영역 내용 ...	86
<표 4-11> “소비자재무관리” 대영역의 중영역 1차안 .....	88
<표 5-1> 제1차 의견수렴 참석자 명단 .....	94
<표 5-2> 제1차안에 대한 FGI 결과 수렴된 대영역별 개선 사항 ..	97
<표 5-3> 제2차 의견수렴 참석자 명단 .....	98
<표 5-4> “소비자시민성” 대영역의 2차안 .....	99
<표 5-5> “소비자피해의 예방·구제” 대영역의 2차안 .....	100
<표 5-6> “소비자정보의 활용과 구매의사결정” 대영역의 2차안 ...	100
<표 5-7> “안전사고의 예방과 대응” 대영역의 2차안 .....	101
<표 5-8> “소비자재무관리” 대영역의 2차안 .....	102
<표 5-9> 제2차 전문가패널의 주요 의견 .....	103
<표 5-10> 전문가조사 응답자의 인구통계학적 특성 (n=22) .....	108
<표 5-11> “소비자시민성” 대영역의 3차안 .....	109
<표 5-12> “소비자피해의 예방·구제” 대영역의 3차안 .....	110
<표 5-13> “소비자정보의 활용과 구매의사결정” 대영역의 3차안 ...	110
<표 5-14> “안전사고의 예방과 대응” 대영역의 3차안 .....	111
<표 5-15> “소비자재무관리” 대영역의 3차안 .....	112
<표 5-16> 이상적인 소비자상에 대한 개방형 전문가 의견조사 결과 ..	115
<표 5-17> 대상별 소비자교육 내용체계 대영역의 중요도와 우선순위 .....	117
<표 5-18> 대상별 소비자시민성 영역의 중요도와 우선순위 .....	119

〈표 5-19〉 대상별 소비자피해의 예방·구제 영역의 중요도와 우선순위 .....	120
〈표 5-20〉 대상별 소비자정보의 활용과 구매의사 결정 영역의 중요도와 우선순위 .....	122
〈표 5-21〉 대상별 안전사고의 예방과 대응 영역의 중요도와 우선순위 .....	123
〈표 5-22〉 대상별 소비자재무관리 영역의 중요도와 우선순위 ...	125
〈표 5-23〉 제2차 전문가패널의 주요 의견 .....	127
〈표 6-1〉 성인 대상의 소비자교육 내용체계 최종안 .....	135
〈표 6-2〉 고령자 대상의 소비자교육 내용체계 .....	139
〈표 6-3〉 이민자 대상의 소비자교육 내용체계 .....	143
〈표 7-1〉 소비자교육 내용체계와 소비자역량지수의 대영역 비교표 .....	151

## 그림 차례

〈그림 1-1〉 소비자교육 내용체계 개선방안 연구의 방법과 내용 ...	19
〈그림 5-1〉 전문가 의견 수렴의 과정 .....	93

# 제1장 서론

제1절 연구 배경 및 목적

제2절 연구 범위 및 방법



## 제1장 서론

### 제1절 연구 배경 및 목적

#### 1. 연구의 배경

- 제4차 소비자정책 기본계획('18~'20)에서는 중점과제인 “맞춤형 교육·정보제공 강화”의 세부과제 중 하나로 “소비자교육의 목표 및 내용체계, 실행방안의 재정립”을 채택함
  - 소비자주권이 실현되기 위해서는 시장에서 자유롭고 공정한 경쟁질서가 유지되어야 하며, 소비자는 합리적으로 선택할 수 있는 능력을 보유하고 있어야 함
  - 시대 변화에 부응하는 소비자교육 내용체계를 정립하고 공감대를 형성하는 것은 소비자주권 실현을 위해 반드시 필요한 정책과제임
- 소비자권의 증진시책의 효과적 추진을 위해 설립된 한국소비자원은 소비자기본법에서 정한 업무에 따라 소비자의 권익증진·안전 및 능력개발과 관련된 교육·홍보 사업을 지속적으로 추진해오고 있음
  - 한국소비자원은 소비자교육 내용체계 관련 연구를 지속적으로 수행해왔으며, 최근 발간된 소비자교육 관련 연구보고서로는 「초등학교 소비자교육 표준안 개발을 위한 기초연구<sup>1)</sup>」, 「소비자 안전교육 내용 체계화에 관한 연구<sup>2)</sup>」 등이 있음

1) 오수진. (2015). 초등학교 소비자교육 표준안 개발을 위한 기초연구. 한국소비자원 정책연구보고서 15-18.

2) 송순영. (2015). 소비자 안전교육 내용 체계화에 관한 연구. 한국소비자원 정책연구보고서 15-19.

- 선행연구에서는 교육 대상이 초등학생으로 제한되어 있거나, 교육 내용이 안전교육으로 제한되어 있었고, 북한이탈주민, 결혼이민여성 등 소비자교육을 필요로 하는 취약계층에 대한 고려가 소비자교육 내용체계 안에서 충분하지 못한 측면이 있었음
- 과거 수립된 소비자교육의 내용체계를 시대 변화에 맞게 재검토하고, 현재와 미래의 소비자교육이 사회에서 담당해야 할 역할을 고민한 새로운 내용체계 수립이 필요한 시점임
  - 시대 변화에 부응하는 소비자교육 내용체계를 정립하고 공감대를 형성하는 것은 소비자교육을 기반을 구축하기 위해 반드시 필요한 정책과제임
  - 소비자교육의 목표를 분석하여 이에 따라 내용영역을 구분하고, 범주화하며, 범주간의 관련성에 따라 구조화하는 과정을 거쳐 소비자교육의 내용체계를 정립할 수 있음
- 본 소비자교육 내용체계 개선방안 연구는 한국소비자원 등 공공기관과 광역·기초지방자치단체, 그리고 소비자단체가 맞춤형 소비자교육을 추진할 수 있도록 하는 기반으로 작용할 것임
  - 본 보고서는 시대적 변화에 부응하여 소비자교육 내용체계를 정비하고, 소비자교육 대상집단 별 적절한 교육내용을 추천·제시하고자 함
  - 소비자교육에 대한 전문가 의견을 바탕으로 소비자교육의 목표 및 내용체계, 실행방안 등의 재정립하여 소비자교육의 품질을 제고할 수 있음



## 2. 연구의 목적

- 소비자교육의 발전을 위해서는 교육내용 체계를 포함한 추진체계 전반의 정비가 필요하다는 사실이 다수의 연구에서 공통적으로 지적되고 있음(배윤정·김기욱, 2000, 송순영, 2007, 김시월, 2010, 배순영·손지연, 2013, 김시월, 2017)4)
- 본 연구의 목적은 소비환경 변화에 부응하는 방향으로 소비자교육의 내용체계를 개선하는 것임
  - “소비자교육 내용체계”란, 소비자들에게 어떠한 교육목표를, 어떠한 교육내용을 통해 성취할 것인지를 체계적으로 정해 놓은 공통적·일반적 기준이라고 할 수 있음<sup>3)</sup>
  - 본 보고서는 소비자교육 내용체계를 정비하는 한편, 소비자교육 대상집단을 일반 성인, 노년층, 이민자로 분리하고, 적절한 교육내용을 대상별로 추천·제시하고자 함
- 이후 본 연구는 다음과 같이 전개됨
  - 제2장에서는 최근의 소비자시장 환경 변화에 대해 알아보고, 소비자교육의 목표와 이상적인 소비자상에 대해 논의함
  - 제3장에서는 성인/노년층/이민자 집단에 대하여 소비자교육 실시 현황과 소비자역량 수준 및 자주 경험하는 소비생활 문제 유형에 대해 알아봄

3) 김원정·최평임. (2009). 발달장애 특수교육 대상자의 기본교육과정 운영 개선방향 모색. 지적장애연구, 11(3), 45-67.

- 제4장에서는 앞서 제2장과 제3장에서 검토한 내용을 바탕으로 소비자교육 내용체계의 가안을 수립함
- 제5장에서는 제4장에서 수립한 내용체계 가안의 타당성을 검토하기 위한 전문가 조사를 실시함
- 제6장에서는 타당성 검토를 거친 집단별(성인/노년층/이민자) 소비자교육 내용체계를 제시함
- 제7장에서는 결론을 제시하며, 연구의 한계와 후속 연구를 위한 제언을 설명함

## 제2절 연구 범위 및 방법

### 1. 연구 범위

#### 1) 소비자교육의 대상에 따른 소비자교육 내용체계 제시

- ☐ 본 연구는 소비자교육의 대상 집단을 성인으로 한정하며, 연령대와 특성에 따라 연구 대상을 일반 성인, 노년층, 이민자의 세 집단으로 구분하여 소비자교육 내용체계를 제시하였음<sup>4)</sup>
  - 일반 성인 대상 소비자교육 내용체계
    - 연령 20세 이상 65세 미만의 일반 성인 소비자를 대상으로 하는 소비자교육에서는 어떤 내용을 체계적으로 다루어야 하는지 연구함
  - 고령자 대상 소비자교육 내용체계
    - 연령 65세 이상의 고령자를 대상으로 하는 소비자교육에서는 어떤 내용을 체계적으로 다루어야 하는지 연구함
  - 이민자 대상 소비자교육 내용체계
    - 결혼이민자, 북한이탈주민 등 한국 국적 취득 예정자들은 한국 국적 취득 과정에서 소비자교육을 경험하게 되는데, 이 때 제공되는 소비자교육에서는 어떤 내용을 체계적으로 다루어야 하는지 연구함
- ☐ 유아, 초등생, 중등생, 고등학생 대상 소비자교육은 본 연구에서 개발한 소비자교육 내용체계의 대상 집단에서 제외함

4) 본 보고서는 소비자교육 내용체계를 개선함에 있어 소비자교육의 대상 집단을 ① 일반 성인, ② 노인, ③ 이민자로 구분하고자 하며, 참고로, 김시월(2017)에서는 소비자교육의 수혜 대상을 ① 유아/아동소비자, ② 청소년, ③ 성인, ④ 노인으로 구분함

- 초등학교 소비자교육의 내용체계는 한국소비자원의 정책연구보고서 「초등학교 소비자교육 표준안 개발을 위한 기초연구(정책연구 15-18)」에 수록되어 있음
- 중학교 소비자교육의 내용체계는 교육부와 교육개발원이 한국소비자원과 함께 2017년 개발한 자유학기제 주제선택활동 자료집 “소비자교육”의 목차 구성을 참조하기 바람
- 고등학교 대상 소비자교육은 고3 수험생을 대상으로 대학신입생 때 당할 위험이 높은 소비자피해에 대한 피해 예방 교육을 중심으로 이루어지고 있음

## 2) 소비자교육의 실시 주체를 고려한 소비자교육 내용체계 제시

- 우리나라의 소비자정책당국인 공정거래위원회는 시장에서의 소비자권을 증진시키기 위한 방편으로 규제행정과 지원행정을 추진하고 있으며, 소비자교육은 소비자정보제공, 소비자피해구제와 함께 지원행정의 영역에 해당하는 소비자정책의 한 분야임
- 정부 주도적 소비자교육은 공정거래위원회가 한국소비자원과 전국 17개 광역자치단체 산하 소비생활센터 및 소비자단체의 소비자교육 추진을 지원하는 방식으로 이루어지고 있음
- 본 연구는 연구의 결과물인 소비자교육 내용체계의 활용 주체로 한국소비자원과 지방자치단체 소비생활센터, 시민단체를 고려함
- 정부가 주도하는 소비자교육의 추진 근거는 「소비자기본법」과 「지방자치법」에서 확인이 가능함

- 첫째, 한국소비자원은 소비자권의 증진시책의 효과적 추진을 위해 설립되었으며, 소비자기본법에서 정한 업무에 따라 소비자의 권익증진·안전 및 능력개발과 관련된 교육·홍보 사업을 지속적으로 추진해 오고 있음
  - 「소비자기본법」 제14조에서는 소비자교육 프로그램의 개발과 교육의 효과적 추진을 도모하기 위한 구체적인 시책의 수립·시행을 국가와 지방자치단체의 책무로 규정함
  - 「소비자기본법」 제35조 4항과 제51조 3항에서는 소비자교육을 한국소비자원의 업무 가운데 하나로 규정하고 있음
- 둘째, 전국 17개 광역자치단체는 소비생활센터 운영을 통해 일반 소비자 및 취약계층(유아, 청소년, 중·고령자, 북한이탈주민, 결혼이민자, 군인 등) 대상 소비자교육을 제공함
  - 「지방자치법」 시행령 제8조(지방자치단체의 종류별 사무)에서는 소비자계몽과 교육 등을 지방자치단체의 책무로 정함
- 셋째, 소비자단체는 소비자의 복지 증진이라는 목표를 공유하는 시민단체로, 회원과 일반소비를 대상으로 소비자교육을 실시함(박성연·손상희, 2017<sup>5)</sup>)
  - 「소비자기본법」 제28조 4항에서는 소비자교육을 소비자단체의 업무로 정함

5) 박성연·손상희. (2017). 내용분석을 통한 소비자교육 이러닝 동영상 콘텐츠 현황 연구 - 관련 기관 및 소비자단체를 중심으로. 한국소비자정책교육학회지, 13(3), 1-24.

### 3) 소비자교육의 내용

- 소비자교육의 내용 범위는 좁게, 혹은 넓게 설정이 가능함
  - (협의의 소비자교육) 소비생활에서의 최대 만족을 위한 합리적인 자원관리 능력, 의사결정능력, 그리고 소비자이익 실현을 위한 참여행동 능력을 기르는데 필요한 지식과 기술을 익히는 과정이라고 정의할 수 있음(이득연·송순영, 1992, p.15<sup>6)</sup>)
  - (광의의 소비자교육) 소비생활에 영향을 미칠 수 있는 정치, 경제, 사회, 문화 등 거시적인 사회체계를 세부 내용으로 포괄하므로, 경제교육, 금융교육, 시민교육, 법교육, 환경교육과 일부 내용영역을 공유함
- 1회성으로 이루어지는 성인 대상 소비자교육은 소비자정보제공과 소비자교육의 중간적 성격을 갖고 있음
  - 소비자정보제공과 소비자교육은 단절적인 개념이 아니며, 하나의 연속선을 이룸(Burton, 2002; 나종연, 2006, 재인용<sup>7)</sup>)
  - 상대적으로 간단하고 안전한 재화, 즉 소비자위험이 크지 않은 재화의 경우, 소비자정보제공만으로도 소비자지식의 확산이 가능함
    - 소비자정보제공은 소비자문제의 맥락에 대한 이해를 전제하지 않고, 특정한 상품에 대한 지식을 전달하는 것임(Fast et al, 1989; Dolon et al., 2000; 나종연, 2006 재인용)

6) 이득연·송순영. (1992). 소비자교육의 교육내용모형 개발 연구-사회교육을 중심으로. 한국 소비자보호원.

7) 나종연. (2006). 기업의 소비자교육 사례를 통해 살펴본 소비자교육에서의 기업의 역할. 소비자정책교육연구, 2(2), 105-121.

- 내재된 위험이 높고, 기술적으로 복잡한 요소가 다수 포함된 소비자 재화·서비스의 경우, 소비자교육을 통해 소비자재화·서비스에 대한 지식을 전달해야 할 필요가 있음
- 소비자정보제공이 기본적인 지식을 제공하는 하위 수준의 교육활동이라면, 소비자교육은 보다 높은 차원에서 고도화된 학습을 제공하는 것임
- 본 연구에서 다루는 소비자교육의 내용은, 소비자주권의 의미, 소비자권리와 책무의 내용, 소비자피해의 신고와 피해구제·분쟁조정 절차, 소비자안전의 향상, 소비자재무관리 등을 폭 넓게 포괄함
- 소비자교육의 내용은 다방면의 소비생활 영역과 관련이 있으며, 소비생활 지식과 가치관·태도 및 기술의 향상을 통해 소비자의 삶의 질을 높이는 것을 주요 목표로 하는 교육임

## 2. 연구 방법

- 문헌 연구
  - 소비자교육 대상별 특성을 고찰하고, 소비자를 둘러싼 최근의 시장 환경 변화를 검토하며, 소비자교육의 목표와 이상적인 소비자상을 살펴봄
  - 한국소비자원과 학계에서 기개발된 소비자교육 내용체계 등을 검토하여 공통 영역을 추출하고, 이를 바탕으로 소비자교육 내용체계의 제1차안을 수립함

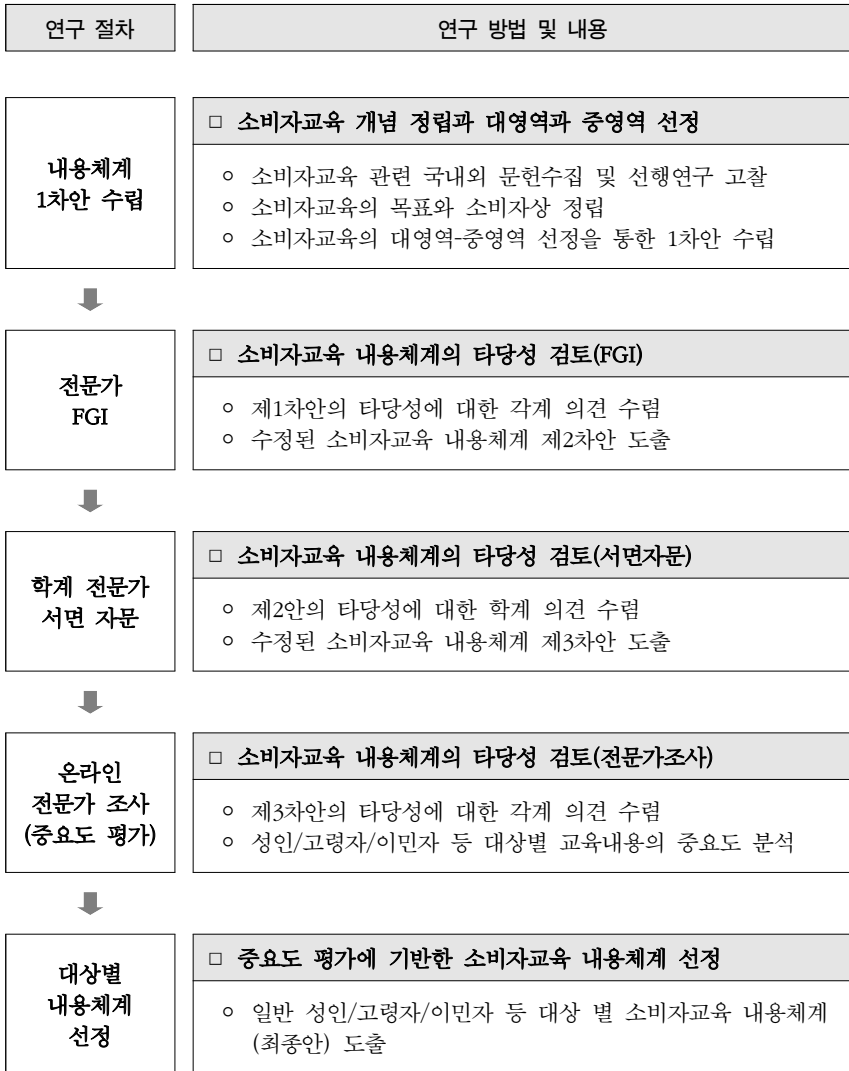
□ 전문가 의견 조사

- 본 연구는 소비자교육 내용체계의 내용 검토와 타당성 평가를 위해 FGI, 서면 자문, 구조화된 설문지에 의한 전문가 대상 중요도 조사 등 세 차례에 걸쳐 전문가 의견을 수렴함
- FGI와 구조화된 설문지에 의한 전문가 대상 중요도 조사에 참여하는 전문가 패널은 학계의 소비자교육 연구자와 소비자단체의 소비자교육 전문가, 지방자치단체의 소비자행정 담당 실무자 및 한국소비자원의 소비자교육 전문가를 고르게 선정함

□ 자료 분석

- 본 연구는 소비자교육 내용체계에 대한 각계 전문가의 타당성과 중요도 분석 결과를 바탕으로 일반 성인용, 노인용, 이민자용 소비자교육 내용체계를 제안함





〈그림 1-1〉 소비자교육 내용체계 개선방안 연구의 방법과 내용



## 제2장 소비자시장 환경의 변화와 소비자교육의 목표

제1절 소비자시장 환경의 변화

제2절 소비자교육의 목표 수립



## 제2장 소비자시장 환경의 변화와 소비자교육의 목표

### 제1절 소비자시장 환경의 변화

- 본 절에서는 소비자교육 내용체계 수립에 앞서 주목할 필요가 있는 최근의 시장 환경 변화를 살펴보고, 이 가운데 소비자교육내용에 반영이 필요한 이슈로는 무엇이 있는지 선정하고자 함

#### 1. 인구적 측면

- 인구적 측면의 사회 변화로는 이민자 증가에 따른 사회 구성원의 다양성 증대와 고령사회의 도래를 꼽을 수 있음
  - 결혼이민자, 북한이민자의 유입으로 인해 사회 구성원의 다양성의 증가하였으며, 이들의 사회적응을 돕기 위한 정책이 필요한 상황임
    - 약 3만 명에 달하는 국내거주 북한이탈주민과 약 12만 명에 달하는 국내거주 결혼이민자는 한국에 영구적으로 거주할 가능성이 높고, 이들의 2세 역시 우리나라 국적을 가진 국민이 될 가능성이 높으므로 소비자교육이 반드시 필요한 집단이라 할 수 있음
  - 고령인구 증가와 출산율 감소로 인한 고령사회 도래하였으며, 노인 에 대한 정책적 지원을 마련하는 일이 중요한 사회적 이슈로 등장함
- **(결혼이민자의 증가)** 결혼이민자의 한국사회 정착이 안정적으로 이루어질 수 있도록 조력하기 위한 소비자교육이 요구됨
  - 결혼이민자는 체류외국인 중 국민의 배우자 체류자격을 가진 자를 지칭함

- 결혼이민자의 국적은 중국과 베트남, 일본, 필리핀이 다수를 차지하며, 최근에는 캄보디아, 몽골, 태국 등 출신 국적이 다양해지는 추세임<sup>8)</sup>
- 결혼이민자의 성비를 살펴보면, 여성이 약 83%, 남성이 약 17%를 차지하는 등 여성의 비중이 높음
- 최근 5년간 결혼이민자의 수는 <표 2-1>에서 확인할 수 있는 내용과 같이 약 15만 명 규모를 유지하고 있음
- 2008년 「결혼중개업의 관리에 관한 법률」이 제정·시행과 함께 법무부의 결혼비자 심사가 강화됨에 따라 결혼이민자 수의 증가폭이 둔화됨
- 약 15만 명에 달하는 결혼이민자로 인해 한국사회 내의 인구 구성이 예전보다 다양해졌으며, 다양한 배경을 지닌 이민자의 사회적응 문제가 소비자교육이 속해 있는 평생교육·사회교육 분과의 주요 관심사로 떠오름

&lt;표 2-1&gt; 결혼이민자 현황

(단위: 명)

		2013	2014	2015	2016	2017	2018
합계		150,865	150,994	151,608	152,374	155,457	159,206
성별	남자	22,039	22,801	23,272	23,856	25,230	26,815
	여자	128,826	128,193	128,336	128,518	130,227	132,391
지역	경인	79,905	78,802	78,769	78,585	80,570	83,015
	영남	31,689	32,036	32,506	33,101	33,713	34,299
	호남	15,852	15,936	16,001	16,145	16,086	16,137
	충청	16,545	16,528	16,705	16,211	17,161	17,710
	기타	5,773	5,851	5,981	6,563	6,118	6,257
국적	중국	62,400	60,663	58,788	56,930	57,644	58,706
	베트남	39,854	39,725	40,847	41,803	42,205	42,460
	일본	12,220	12,603	12,861	13,110	13,400	13,738
	필리핀	10,383	11,052	11,367	11,606	11,783	11,836
	기타	26,008	26,951	27,745	28,925	30,425	32,466

출처: e-나라지표 <http://www.index.go.kr/>

8) 한국 국적을 취득하면 신분이 외국인에서 국민으로 변동하기 때문에 결혼이민자 현황에서 제외됨

- **(북한이탈주민의 증가)** 북한이탈주민의 한국사회 정착이 안정적으로 이루어질 수 있도록 노력하기 위한 소비자교육의 수요 또한 증대됨
- 북한이탈주민은 북한에 주소·직계가족·배우자·직장 등을 두고 있는 자로서 북한을 벗어난 후 외국의 국적을 취득하지 아니한 자를 지칭함
  - 북한이탈주민의 경우 결혼이민자와 마찬가지로 여성의 성비가 높다는 점이 특징임: 북한이탈주민의 약 70%가 여성이며, 결혼이민자의 약 84%가 여성임
  - 최근 5년간 북한이탈주민 입국 현황은 <표 2-2>에서 확인할 수 있는 내용과 같이 연간 1,500명 대 이하를 유지하고 있으며, 2018년 12월 기준 입국한 북한이탈주민의 누적 인원 수는 총 3만 2,476명에 달함
  - 북한이탈주민이 소비자로서 자신의 역할을 발견하고, 그 역할에 따른 책임을 다 할 수 있을 때, 비로소 한국에서의 생활에 적응했다고 볼 수 있음

<표 2-2> 북한이탈주민 입국 현황

		2013	2014	2015	2016	2017	2018
합계		1,514	1,397	1,275	1,418	1,127	1,137
성별	남자	369	305	251	302	188	168
	여자	1,145	1,092	1,024	1,116	939	969

출처: 통일부 「2019 통일백서」, p. 205

- **(노인 인구의 증가)** 고령사회의 도래에 따라 건강, 보건, 복지, 주택 등 다양한 소비생활 분야에서 노인에 대한 정책적 지원을 마련하는 일이 중요한 사회적 이슈로 등장함

- 생산가능인구(만 15세 이상) 가운데 노인인구(65세 이상)의 백분비를 의미하는 노인인구부양비<sup>9)</sup>를 통해, 우리나라 인구의 연령 구조를 파악할 수 있음
  - 우리나라의 노인인구부양비는 2019년 20.4%에 도달함
- 소년인구(0-14세)에 대한 노인인구(65세 이상)의 백분비를 의미하는 고령화지수<sup>10)</sup> 또한, 인구고령화 정도를 나타내는 대표적인 지표임
  - 우리나라의 고령화지수는 2019년 기준 119.4에 도달함
- 고령 일인가구가 소비생활 취약계층으로 부상함에 따라 이들을 위한 소비자교육이 필요하며, 중년 이후 건강이 급속도로 나빠진다는 점을 고려할 때, 의료 서비스와 보조기기, 건강보조식품 관련 소비자문제의 발생 증가가 예상됨

〈표 2-3〉 인구고령화 현황

(단위: %)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
노인인구부양비	16.3	16.8	17.5	18.0	18.8	19.6
고령화지수	81.5	87.0	93.0	98.4	105.1	111.9

출처: e-나라지표 <http://www.index.go.kr/>

## 2. 기술적 측면

- ☐ 기술적 측면에 있어서의 사회 변화로는 유통채널이 오프라인에서 온라인으로 이동했다는 점과, 소비자의 개인정보에 대한 프라이버시가

9) 노인부양인구비 = (65세 이상 인구 ÷ 15-64세 인구) × 100. (출처: 통계청, 「장래인구추계」)

10) 고령화지수 = (65세 이상 인구 ÷ 15세 미만 인구) × 100. (출처: 통계청, 「장래인구추계」)



약화되었다는 점, 그리고 상품·서비스의 복잡성이 증가함에 따라 소비자소의 문제의 발생 가능성이 증가했다는 점을 꼽을 수 있음

- **(인터넷 사용의 확산)** 우리나라의 만 3세 이상 인구의 인터넷 이용률이 2018년 기준 91.5%에 달하는 등 인터넷 이용 확산에 따라 소비자유통과 지급·결제 수단에도 꾸준한 변화가 일어나고 있음
  - 한국인터넷진흥원의 “인터넷 이용 실태조사” 자료를 살펴보면, 최근 1개월간 PC나 모바일 스마트폰을 이용하여 인터넷을 이용한 사람의 비율이 10대-50대 연령 구간에서 거의 99%에 달하는 것을 확인할 수 있음

〈표 2-4〉 인터넷 이용률

(단위: %)

	2017	2018
전체	90.3	91.5
3-9세	83.9	87.8
10대	99.9	99.9
20대	99.9	99.9
30대	99.9	99.9
40대	99.7	99.7
50대	98.7	98.7
60대	82.5	88.8
70대 이상	31.8	38.6

출처: 『인터넷이용실태조사』(국가승인 지정통계 제120005호), 과학기술정보통신부 및 한국인터넷진흥원

- **(전자상거래 소비자피해의 증가)** 한국소비자원에 2018년 한 해 동안 접수된 피해구제 사건을 판매 방법별로 살펴보면, 일반판매 17,462건(47.2%), 특수판매 17,148건(47.0%), 기타 2,146건(5.8%)으로 나누어짐

- 특수판매 피해구제 건 가운데 가장 높은 비율을 차지하는 판매방법은 “전자상거래”임
- 전자상거래 피해구제 건은 2016년 8,165건(22.1%), 9,457건(24.7%), 10,139건(27.4%)으로 지속적으로 증가함

〈표 2-5〉 판매방법별 피해구제 현황

(단위: %)

		2016	2017	2018
일반판매		55.6	52.4	47.2
기타		6.0	5.1	5.8
특 수 판 매	전자상거래	22.1	24.7	27.4
	방문판매	6.8	5.9	4.9
	기타통신판매	3.9	3.9	4.5
	전화권유판매	2.1	2.0	3.4
	모바일거래	-	2.6	2.8
	소셜커머스(쇼핑)	1.9	1.7	2.1
	TV홈쇼핑	1.4	1.5	1.6
	노상판매	0.1	0.1	0.1
	다단계판매	0.1	0.1	0.1
	후원방문판매	-	-	0
	소계	38.4	42.5	47.0
계		100	100	100
건		36,937	38,303	37,026

출처: 한국소비자원 2018 소비자 피해구제 연보 및 사례집

- (유통채널의 변화) 소비자가 자주 이용하는 유통채널의 중심이 온라인으로 이동함에 따라, 향후 스마트폰과 PC이용에 능숙하지 못한 소비자, 스마트폰이 없는 소비자, 신용카드가 없는 소비자가 기본적인 쇼핑/뱅킹 서비스이용 혜택에서 배제당하는 상황이 발생할 것으로 우려됨

- **(모바일 뱅킹서비스 이용의 확산)** 스마트폰 등 모바일 기기를 이용한 거래은행 계좌잔액조회, 계좌이체 등의 은행서비스 이용이 보편화되고 있으며, 이에 따라 은행 점포의 수가 급격히 감소하는 추세임
- 한국은행의 2018 지급결제보고서에 따르면, 모바일 뱅킹 확산에 따라 이용 경험 비율이 57.9%에 달함에도 불구하고, 60대 이상 연령층의 모바일뱅킹 이용 경험률은 저조한 편임

〈표 2-5〉 모바일 금융서비스 이용경험 비율

(단위: %)

	2017	2018
전체	46.0	57.9
20대	74.0	79.6
30대	71.8	89.3
40대	61.2	76.9
50대	33.5	51.8
60대 이상	5.5	13.1

출처: 한국은행 2018 지급결제보고서

- **(모바일 지급서비스 이용의 확산)** 스마트폰 등 모바일 기기를 이용하여 온라인·오프라인 상점에서 상품구매 대금을 지급하는 간편결제, 간편송금, 소액결제, 앱카드 서비스 이용이 확산되었음
- 20·30대 청년층 소비자의 경우, 스마트폰 등 최신 정보화 기기를 활용한 소비생활에 능숙하며, 가격·품질과 관련된 소비자정보 활용도 능숙하여 소비자거래역량이 대체로 준수한 편이지만, 60대 이상 고령층에서는 이용경험 비율이 저조함

〈표 2-6〉 2018 모바일 지급서비스 이용경험 비율

(단위: %)

항목	간편송금	간편결제	앱카드	휴대폰 소액결제
전체	23.5	29.6	15.3	28.3
청년층(20~30대)	46.9	54.8	30.2	54.7
중·장년층(40~50대)	17.7	25.2	11.5	22.1
고령층(60대 이상)	1.2	3.0	1.3	3.0

출처: 한국은행 2018 지급결제보고서

- **(개인정보 보호)** 정보사회를 맞이하여 사회 각 분야에서 인터넷과 정보통신기술의 사용이 일상화되면서, 개인정보가 전자상거래, 고객관리, 금융거래 등 사회의 구성, 유지, 발전을 위한 필수적인 요소로서 기능하고 있음
- 사물인터넷을 이용한 스마트홈 기술과 AI기술의 초기 버전이 각 가정에 도입되고 있으며, 온라인 소매 유통 기업들이 빅데이터를 활용한 알고리즘 마케팅 기술을 적극적으로 활용하기 시작한 상황을 고려할 때, 소비자의 정보 프라이버시가 새로운 소비자이슈로 부상할 것으로 예상됨
  - 2017년 기준 연간 10만 건 이상의 개인정보 무단수집, 개인정보 무단 이용 제공, 주민번호 등 타인정보 도용, 회원탈퇴 또는 정정 요구 불응 등으로 인한 개인정보 침해신고 상담이 한국인터넷진흥원 개인정보침해신고센터에 접수되고 있음

〈표 2-7〉 연간 개인정보 침해신고 상담 건수

	2014	2015	2016	2017
합계	158,900	152,151	98,210	105,122
개인정보 무단수집	3,923	2,442	2,568	1,876
개인정보 무단 이용 제공	2,242	3,585	3,141	3,881
주민번호 등 타인정보 도용	83,126	77,598	48,557	63,189
회원탈퇴 또는 정정요구 불응	792	957	855	862
법 적용 불가 침해사례	57,705	60,480	38,239	30,972
기타	11,112	7,089	4,850	4,342

출처: 방송통신위원회(한국인터넷진흥원 개인정보침해신고센터 접수자료)

### 3. 사회·문화적 측면

- 뉴 미디어와 혁신 기술의 발달에 따라 소비자의 역할이 수동적인 구매자에서 생산에 참여하고, 판매역할을 수행하는 방식으로 다각화되고 있음(유창조, 2008<sup>11)</sup>; 구혜경·나종연, 2009<sup>12)</sup>)
  - **(프로슈머)** 구매자-사용자-처분자로 이어지던 일련의 소비자역할에서 나아가 프로슈머적인 소비자, 시민사회의 참여자로서의 소비자 등 시장에 능동적으로 참여하는 소비자의 역할이 강조되는 추세임
  - **(파워블로거와 유튜버)** 체험단, 소비자 모니터 등 기업의 소비자참여 마케팅 활동이 파워블로거와 유튜버 활동 등을 통해 다각화되고 있으며, 이와 같은 마케팅이 활발해짐에 따라 소비자의 구매후기 정보가 주요한 정보 원천으로 부각되는 반면, 정보의 중복성이 훼손되는 문제가 발생함

11) 유창조, (2008). 소비자의 역할변화에 대한 탐색적 연구: 새로운 소비문화 발현자로서의 소비자. 한국마케팅저널, 10(2), 153-159.

12) 구혜경·나종연, (2009). “소비자 - 기업 협력”에 대한 탐색적 연구. 소비자학연구, 20(3), 99-133.

- 소비자주권 향상과 발을 맞추어, 소비자에게 보다 책임감 있는 소비생활을 요구해야 한다는 주장이 제기됨
  - **(책임감 있는 소비자)** 소비자주권이 강화됨에 따라 그동안 소비자 측에서 권리에 따르는 책무의 이행이 다소 소홀한 부분에 대해 사회적 문제 제기가 이루어지고 있으며, 이 부분에 대하여 소비자교육을 통한 인식 전환이 필요한 상황임
    - 예: 악성민원 소비자, 예약부도 등
- **(소비자안전의 중요성 증대)** 제품의 유해성이 개인에게 미치는 악영향에 대한 소비자인식이 높아지고, 시설 안전에 대한 경각심이 조성되면서, 소비자안전에 관한 교육 수요가 이전 시대보다 증대함
- **(젊은 층의 보상적 소비)** 20대 대학생 소비자의 경우, 심리적 압박으로부터 도피하기 위한 돌파구로 자신을 위한 보상적 소비행동을 하는 경향이 있으며, 자신이 중요하다고 여기는 상품은 과감히 소비하는 가치소비 경향을 보임(이은희, 유현정, 이준영, 2016)<sup>13)</sup>

13) 이은희·유현정·이준영. (2016). 20대 청년세대의 고민과 경제문제에 대한 탐색적 연구-주요 인터넷 게시판 분석을 중심으로. 소비자정책교육연구, 12(2), 121-143.

## 제2절 소비자교육의 목표 수립

- 본 절에서는 새로운 시대를 맞아 이상적인 소비자상을 새롭게 수립한다면, 어떠한 측면이 부각될 수 있는지에 대해 기존의 문헌에서 제시하고 있는 내용을 근거로 논의를 진행하고자 함
  - 소비자교육의 발전을 위해서는 시대적 변화에 부응하는 소비자교육의 기본적인 목표를 재정립하고, 변화된 사회가 추구하는 소비자상을 수립할 필요가 있음(김시월, 2017<sup>14)</sup>, p. 113)
- 먼저 소비자교육 내용체계 수립에 앞서 국내외 정부기관과 국제기구 및 다종의 학술연구에서 제시되어온 소비자교육의 목표를 살펴볼 필요가 있음
  - 국제소비자연맹(IOCU: International Organization of Consumers' Union; 1995년 Consumers International로 개명함)의 소비자교육 정의는 오늘날 소비자단체가 시행하는 소비자교육의 기본 개념이 되었음(Steffens & Rosenberg, 1986)
    - 비판적 자각, 능동적 행동, 사회적 관심, 환경적 책임, 연대
  - 미국소비자교육위원회(NICE: National Institute for Consumer Education)은 소비자교육을 “소비자 개인의 가치관, 시장에서의 대체안 인식, 사회적·경제적·환경적인 상황에 비추어 소비자가 합리적이고 현명한 의사결정을 할 수 있도록 이해, 태도, 기능을 전달함으로써 시장에 참여하거나 또는 공적·사적 자원의 이용을 포함한 상황에 참가할 준비를 시키는 노력”이라고 정의함

14) 김시월. (2017). 소비자기본법 10년, 소비자교육 평가와 전망. 소비자문제연구, 48(2), 87-119.

- 한국소비자원은 2002년 수립한 「소비자교육 종합 발전계획」에서 첫째, 소비자로서 상품과 서비스 구입을 위한 합리적인 의사결정을 하는 능력을 기르는 것, 둘째, 소비생활을 향상시키기 위한 합리적인 방법을 터득하는 것, 셋째, 경제 사회 전체에서 소비 및 소비자의 의의를 자각시키는 것을 소비자교육의 목표로 정의하고, 그에 따라 주체적 소비자, 정보화된 소비자, 책임 있는 소비자를 이상적인 소비자 상으로 제시함(송순영 외, 2002)<sup>15)</sup>
  - 주체적 소비자: 소비 의사결정을 자신의 가치에 입각하여 스스로 결정하는 소비자
  - 정보화된 소비자: 소비자정보의 중요성을 인식, 소비자정보를 충분히 취득하여 의사결정에 적절히 활용하는 소비자
  - 책임 있는 소비자: 자신의 소비가 사회와 자연환경에 미칠 영향을 고려하는 소비자
- OECD 소비자정책위원회(Committee on Consumer Policy)에서는 소비자교육의 목표로 다음 세 가지 사항을 언급함(OECD, 2010)
  - 첫째, 의사결정 능력의 함양
  - 둘째, 소비자의 권리에 대한 인식 제고, 권리 침해시의 피해구제에 대한 인식 제고
  - 셋째, 책임 있는 소비행태 촉진

15) 송순영·김남수·정윤선·김성숙. (2002). 소비자교육 종합 발전계획. 한국소비자보호원 연구 보고서, 2002-03.



- 배순영·손정원(2014)<sup>16)</sup>은 통일대비 소비자교육에 관한 기초 연구에서 소비자교육의 목표를 다음 세 가지로 정의하였으며, 이 내용에 비추어 취약계층 소비자교육의 목표를 설정할 수 있음
  - 첫째, 통일사회에서의 소비자권리를 스스로 보호하고 관련 지식과 이해를 키움
  - 둘째, 통일 사회에 걸맞는 소비생활기술과 선택역량을 배양
  - 셋째, 통일사회가 요구하는 공익에 참여할 수 있는 태도 및 가치관을 형성
- 이 밖에도 소비자교육의 목표 수립에 앞서 유념해야 하는 소비자교육의 특성으로 다음을 꼽을 수 있음(Schoenfeld & Natella, 1980<sup>17)</sup>; 최병모·이준혁, 1998<sup>18)</sup> 재인용)
  - 소비자교육은 이론적 지식의 습득보다는 실생활에 구체적으로 활용되는 것이어야 함
  - 소비자교육은 학생들에게 지적인 선택을 할 수 있는 판단력을 기르도록 기회를 제공하는 것임
  - 소비자교육은 상품의 선택과 구매에 대한 기술을 가르치는 것에 국한되지 않고, 더 나아가 태도와 가치관의 변화를 요구하는 것임 (지식/태도와 가치관/기술)
  - 소비자교육은 어떤 한 가지 측면만을 강조하는 것이 아니라 종합적으로 여러 측면을 다루어야 함

16) 배순영·손정원 (2014). 통일대비 소비자교육에 관한 기초연구. 소비자정책교육연구, 10(4), 31-49.

17) David Schoenfeld & Arthur A. Natella (1980). The Consumer and his Dollars, (New York: Ocean Publication, pp. 335-344.

18) 최병모·이준혁. (1998). 소비자교육 중심의 경제교육 내용구성을 위한 연구. 경제교육연구, 4, 273-308.

- 본 연구는 이상의 논의를 참고하여, 소비자의 내적 합리성을 향상 시키고, 소비자시민으로서 책임있는 소비행동의 실천을 도모하며, 올바른 소비가치관 형성을 통해 주체적인 소비문화를 형성할 수 있도록 하는데 소비자교육의 목표가 있다고 보았음

## 1. 소비자의 합리성 향상

- 소비자교육 추진의 첫 번째 기대효과는 소비자의 의사결정 과정에서 기대할 수 있는 “사적 합리성의 향상”임
- 소비자교육이 소비자의 사적 합리성을 향상시킨다는 뜻은, 자본주의 시장경제 체제 내에서 소비자교육을 받은 소비자는 소비자교육을 받지 않았을 때보다 더 높은 수준의 사적 이익을 거둘 수 있다는 뜻임
  - 소비자교육은 소비자로 하여금 자신의 욕구를 합리적으로 분석하고, 욕구의 우선순위에 따라 자원을 배분하며, 자원의 배분을 하는데 있어서 필요한 정보를 수집하고 활용하도록 함(나종연, 2006<sup>19)</sup>)
- 소비자교육 추진을 통해 “소비자피해의 예방”을 기대할 수 있으며, 이 경우 소비자피해가 다발하는 품목에 대해 소비자의 지식과 기술이 부족하지 않도록 하는 것이 소비자교육의 목표가 됨
- 소비자 교육은 낮은 소비자능력으로 인해 직면하게 되는 소비자문제를 예방할 수 있는 가장 기본적인 수단임(강수영·김정숙, 2008, p.84)”

19) 나종연. (2006). 기업의 소비자교육 사례를 통해 살펴본 소비자교육에서의 기업의 역할. 소비자정책교육연구, 2(2), 105-121.

- 소비자교육은 현대사회에 심각한 사회문제의 하나인 소비자문제의 근본적인 해결을 목표로 함(이정·유현정, 2013<sup>20)</sup>)
- 소비자교육을 통해 소비자의 사적 합리성이 향상될 경우, 시장 전체의 가격과 품질이 양호해지는 상황을 기대할 수도 있음
- 소비자교육을 통해 시장에서 정보탐색을 하는 소비자가 증가하면, 기업은 정보탐색자의 선택을 받기 위해 소비자에게 정보를 제공할 유인이 생기기 때문에, 소비자교육을 통해 소비자의 공적 합리성을 향상시킬 수 있음(서정희, 1998<sup>21)</sup>; 나종연, 2006<sup>22)</sup> 재인용)
- 보다 구체적으로 살펴보면, 소비자교육을 통해 합리성이 향상된 소비자는 화폐 투표를 통해 기업이 기술혁신과 품질개선을 하도록 압력을 행사할 것이며, 그 결과 경쟁을 통해 품질은 향상되고 가격은 낮아지는 방향으로 시장 상황이 작동하여 이른바 “피치마켓”을 형성한다는 논리임

## 2. 책임있는 소비를 실천하는 소비자시민 양성

- 오늘날 소비자교육의 목표는 소비자교육을 통해 소비자의 시민성을 개발하고, 소비자시민으로서 “책임있는 소비”를 실천하는 소비자를 육성하는 것임

---

20) 이정·유현정. (2013). 중국의 소비자교육내용 체계화에 관한 연구. 소비자정책교육연구, 9(2), 19-40.

21) 서정희. (1998). 어머니와 교사의 학령전 아동소비자교육 요구분석: 울산시를 중심으로. Family and Environment Research, 36(1), 81-98.

22) 나종연. (2006). 기업의 소비자교육 사례를 통해 살펴본 소비자교육에서의 기업의 역할. 소비자정책교육연구, 2(2), 105-121.

- 문영훈·이수희·손상희(2012)<sup>23)</sup>는 전통적·지배적 진영의 소비자교육과 신생·도전적 영역의 소비자교육을 대비하여, 소비자의 사회적 책임을 강조하는 소비자교육의 패러다임 변화를 설명함
  - 전통적·지배적 진영의 소비자교육은 소비자의 이익과 권리, 기업의 사회적 책임, 상품과 서비스에 관한 소비자정보 습득·이용 능력 등을 강조
  - 신생·도전적 영역의 소비자교육은 소비자의 사회적 책임과 상호이익, 인간 스스로의 내적 힘과 사회 발전의 지속 가능성에 주목함
- 배순영·손지연(2013)<sup>24)</sup>은 이마이 코에이 외(2003)를 인용하여 지난 1세기 동안 소비자교육의 패러다임이 금전의 가치 → 소비자의 힘과 권리 → 생활의 질 → 웹에서의 신뢰 → 소비자시민의 힘의 순으로 변화해왔다고 설명함
- 송순영(2015)<sup>25)</sup>은 소비자교육의 확장이 단순한 구매기술 및 지식, 자원관리, 소비자행동의 개선에서 나아가, 소비사회 전반에 대한 이해를 도모하고, 개인의 소비행동이 사회에 미치는 영향력을 일깨우는 방향으로 이루어져 왔다고 해석함
- 박주희(2016)<sup>26)</sup>는 청소년 대상 소비자교육이 내용적 측면에서 개인으로서의 구매의사결정 뿐만 아니라 사회에서 시민으로서의 변화를 주도하는 역할을 강조하는 방향으로 발전해왔다고 설명함

23) 문영훈·이수희·손상희. (2012). 가정과 교사들이 지각한 소비자교육 패러다임과 관련 요인. 한국가정과교육학회지, 24(2), 63-85.

24) 배순영·손지연. (2013). 소비자교육 추진체계 및 방향에 대한 연구, 한국소비자원 정책연구보고서 13-07.

25) 송순영. (2015). 소비자 안전교육 내용 체계화에 관한 연구, 한국소비자원 정책연구보고서, 15-19.

26) 박주희. (2016). 학교협동조합을 통한 청소년소비자의 사회적경제 교육에 대한 연구 : 한국과 영국의 사례를 중심으로, 소비자정책교육연구, 12:1, 203-228.

- 또한, 방법적 측면에서 단순한 지식의 전달에서 한 발 나아가 실천 중심 학습을 강조하는 관점이 제기되고 있다고 함

### 3. 소비문화를 선도하는 주체적 소비자 양성

- 시장의 경제구조가 소비 중심으로 전환됨에 따라, 과거의 소비자역할(계획자-구매자-사용자-처분자)이 프로슈머적인 소비자, 소비트렌드를 창출하는 선구자로 확장되었으며, 시장을 주도하는 역할까지 소비자에게 기대할 수 있게 되었음(김시월, 2017)<sup>27)</sup>
- 이기춘(1999), 김정숙(2014), 송순영(2015) 등 일련의 국내 선행연구들은 소비자교육의 목표와 관련하여 소비를 통해 사회문화를 형성하는데 영향을 미칠 수 있음을 언급하였으며, 그 내용을 자세히 살펴보면 다음과 같음
  - 소비지교육은, “단순히 구매와 관련된 지식을 가르치는 것이 아니라, 소비자가 개인적·사회적 존재로서 자아실현을 하기 위해 필요한 기술과 태도와 지식을 총체적으로 향상시켜, 새로운 소비문화 형성에 필요한 소비자능력(consumer competency)을 개발하도록 도와주는 것”임(이기춘, 1999)<sup>28)</sup>
  - 소비지교육은, “소비자교육은 경제적 효용을 높이는 구매론 관점에서 벗어나 소비자가 개인적, 사회적 존재로서 자아실현을 해나가기 위한 소비생활 방법을 추구하고 새로운 소비문화를 형성하는데 필요한 소비자능력(소비자지식, 태도, 기능의 총체)을 개발할 수 있도록 도와주는 것”임(김정숙, 2014, p.66)

27) 김시월. (2017). 소비자기본법 10년, 소비자교육 평가와 전망. 소비자문제연구, 48(2), 87-119.

28) 이기춘. (1999). 소비자교육의 이론과 실제. 서울: 교문사.

- 소비자교육은, “경제적 효용을 높이는 구매 뿐만 아니라 소비자가 개인적·사회적 존재로서 자아실현을 해나가기 위한 소비생활 방법을 추구하고, 새로운 소비문화를 형성하는데에 필요한 소비자능력(consumer competency)을 개발할 수 있도록 도와주는 것”임(송순영, 2015)<sup>29)</sup>
- 주체적인 소비문화 형성을 기대해봄직한 까닭은 그 동안의 소비자교육을 통해 소비자주권 의식이 향상되어 왔기 때문임
- “소비자교육은 통해 소비자들은 올바른 가치관을 형성하고, 자원을 효율적으로 관리·사용할 수 있으며, 소비자역할을 잘 수행할 수 있고, 미래의 소비환경이 소비자의지향적으로 조성될 수 있도록 소비자주권 의식을 높여 갈 수 있음”(강수영·김정숙, 2008, p.83<sup>30)</sup>)

---

29) 송순영. (2015). 소비자 안전교육 내용 체계화에 관한 연구, 한국소비자원 정책연구보고서, 15-19.

30) 강수영·김정숙. (2008). 제주지역 성인소비자의 소비자교육에 대한 태도 및 필요성 인식에 관한 연구. 소비자정책교육연구, 4(3), 81-103.

## 제3장 소비자교육 내용체계 개발의 기초

제1절 소비자교육 실시 현황

제2절 소비자역량 수준

제3절 자주 경험하는 소비생활 문제





## 제3장 소비자교육 내용체계 개발의 기초

### 제1절 소비자교육 실시 현황

- 앞서 제1장 제2절에서 언급한 바와 같이 우리나라의 소비자교육은 법령에 근거하여 정부 주도적으로 실시되고 있으며, 대표적인 추진 주체로 한국소비자원, 지방자치단체 소비생활센터와 소비자단체가 있음
- 본 절에서는 한국소비자원과 지방자치단체 소비생활센터의 소비자교육 추진 실적과 프로그램 개발 현황을 중심으로 소비자교육 실시 현황을 살펴보고자 함
  - 한국소비자원은 소비자교육을 효율적으로 추진하기 위해 전문강사 양성 프로그램을 운영하는 한편, 강사들이 현장에서 활용할 수 있는 소비자교육 자료를 제작·배포함
  - 지방자치단체 산하 소비생활센터는 지역 소비자단체와 연계하여, 소비자교육 수요에 부응하기 위한 강사풀을 운영함
- 이 밖에도 통일부 산하 북한이탈주민정착지원사무소(하나원) 등에서 북한이탈주민을 위한 소비자교육이 일부 이루어지고 있음

#### 1. 한국소비자원의 소비자교육 추진 현황

- 한국소비자원의 소비자교육 추진 사업은 크게 1) 기획교육과 2) 수탁교육, 그리고 3) 소비자교육 자료 개발로 구분할 수 있음

- 기획교육은 전문강사 양성 등의 목적으로 한국소비자원이 직접 기획하여 운영하는 교육 프로그램으로, 4-10개의 강좌를 1-3일의 교육기간 동안 연속하여 제공하고 수료증을 발급함
  - 연간 40-60회 개최되는 기획교육의 수혜 대상은 지방자치단체 소비자업무 담당자, 소비자단체 활동가, 교원 등을 포함함
- 수탁교육은 외부기관(예: 지방자치단체, 법무부, 공공기관, 농협중앙회 등) 요청에 의해 한국소비자원 소속 강사가 외부 기관에 파견을 나가는 형식으로 이루어지는 소비자교육임
  - 연간 400-500회 개최되는 수탁교육의 수혜 대상은 공무원, 사업자, 학생, 전문강사, 소비자단체 등을 포함함

〈표 3-1〉 한국소비자원의 소비자교육 추진 실적

		2014	2015	2016	2017	2018
기획교육	횟수	21	26	33	38	61
	참가인원	728	796	1,133	1,428	2,732
수탁교육	횟수	376	345	392	390	503
	참가인원	40,041	38,357	46,663	37,199	48,652
계	횟수	397	371	425	428	564
	참가인원	40,769	39,153	47,796	38,627	51,384

출처: 한국소비자원 내부자료

## 1) 기획교육

- 한국소비자원은 지방자치단체 소비자업무 담당자, 소비자단체 활동가, 교원 등을 위한 전문성 있는 소비자교육 프로그램을 기획하여 운영함
  - 2018년에 추진된 전문강사 양성 프로그램의 사례(〈표 3-2〉참조)를 살펴보면, 결혼이민자, 북한이탈주민, 고령자 등 소비자교육이 필요

한 취약계층 특성별 맞춤형 소비자교육을 추진하기 위한 내용으로 구성되어 있음

〈표 3-2〉 한국소비자원의 2018년 소비자교육 전문강사 양성 프로그램 추진 사례

프로그램 명	운영 개요
충북지역 고령자 대상 소비자교육 전문강사 양성 연수	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기간: '18. 4. 18.~20. (3일, 19시간)</li> <li>- 대상: 충북지역 소비자단체 활동가, 충남대·충북대 소비자학과 재학 중인 대학생(21명)</li> <li>- 내용: 소비자 피해사례(피해구제·안전), 강의기법 실습 등</li> </ul>
이민자·다문화가정 대상 소비자교육 전문강사 양성 연수	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기간: '18. 5. 10.~11. (2일, 12시간)</li> <li>- 내용: 특수거래 관련 소비자피해 예방방법, 피해구제 신청서 작성 방법 등</li> </ul>
충북 다문화가정 지원센터 통·번역사 대상 소비자교육 아카데미	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기간: '18. 4. 25. (1회, 5시간)</li> <li>- 대상: 충북지역 11개 다문화가족지원센터 소속 통·번역사 27명</li> <li>- 내용: 한국소비자원 소개, 소비자안전의 이해, 금융과 소비자피해 등</li> </ul>
지방 소비자업무 담당자 대상 실무연수	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기간: 3.20., 3.29., 7.11., 10.2. (1일, 4~7시간)</li> <li>- 대상: 수원, 충남, 경남, 대구 지역 공무원 및 소비자단체 관계자 (총 4회, 144명)</li> <li>- 내용: 식품안전과 위해정보, 소비자 법령, 분쟁조정 실습 및 피해사례 연구 등</li> </ul>
고령소비자 지킴이 교육 (인천지원)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 기간: '18. 4월 ~ 9월 (총 5회, 1회 2시간)</li> <li>- 대상: 인천광역시 고령소비자 지킴이 (老老케어) 590명</li> <li>- 내용: 고령소비자 주요 피해사례 및 예방법, 피해구제 신청방법 등</li> </ul>

출처: 한국소비자원 내부자료

## 2) 수탁교육

- ☐ 한국소비자원은 지방자치단체, 법무부, 공공기관, 농협중앙회 등 외부 기관의 요청이 있을 경우, 원내 강사를 파견하여 소비자교육(수탁교육)을 실시함

- 외부기관 요청 교육은 2017년 390회(37,199명), 2018년 502회(48,602명) 실시 되었으며, 교육주제와 교육대상은 아래 표와 같음

〈표 3-3〉 2018년 한국소비자원의 소비자교육(수탁교육) 주제와 교육 대상

주제	횟수(%)	교육 대상	인원(%)
결혼중개업 및 국제결혼	16(3.2)	학생(초·중·고·대학생)	16,858(34.7)
소비자법령 및 정책	13(2.6)	고령자	12,644(26.0)
CCM의 이해	11(2.2)	농업인	11,306(23.3)
노인 소비자피해예방	135(26.9)	일반 소비자	1,987(4.1)
농업인 소비자피해예방	98(19.5)	기업체(임직원)	1,731(3.6)
고3 소비자교육	88(17.5)	이민자	1,405(2.9)
이민자 소비자교육	57(11.4)	공무원·교사·공공기관	575(1.2)
일반 소비자교육	43(8.6)	소비자교육 전문강사	471(1.0)
기타	41(8.2)	기타	1,625(3.3)
합계	502(100.0)	합 계	48,602(100.0)

출처: 한국소비자원 내부자료

### 3) 소비자교육 자료 개발

- 한국소비자원은 소비자교육 콘텐츠의 표준화 작업을 지속적으로 추진하고 있으며, 한국소비자원이 개발한 소비자교육 자료들은 무료 배포되어 소비자교육 현장에서 활용됨
- 표준강의안: PPT의 형태로 개발되며 지금까지 사회초년생, 신학기 대학생, 고령자 등을 위한 다종의 표준 강의안이 개발됨
  - 예: 2018년에는 고령소비자 교육을 위한 3종의 표준강의안을 개발
- 리플렛: 인쇄출력되어 소비자교육 현장에서 배포되며, 지금까지 청소년, 성인, 고령자 등을 위한 다종의 리플렛이 개발됨

- 예: 대학 캠퍼스에서 자주 발생하는 소비자피해 주요 사례 및 피해예방 방법을 수록한 리플렛을 활용하여 신학기(매년 3~4월)마다 지방지원 및 제주센터에서 대학생 대상 소비자피해 예방교육을 실시함
- 예: 고령소비자피해가 빈발하는 품목(예: 임플란트, 상조서비스 등)에 대하여 소비자피해예방 가이드를 발간·배포함
- 워크북: 책자로 발간되어 소비자교육에 활용됨
  - 예: 2018년에는 국적취득예정자 대상 소비자교육 수요에 대응하고, 법무부 사회통합프로그램과 연계한 소비자교육의 품질을 제고하기 위해 이민자·다문화가정·유학생·외국인근로자 대상 소비자교육 워크북을 제작하여 보급함(영어, 중국어, 베트남어, 러시아어, 캄보디아어, 태국어, 몽골어, 필리핀어 등 한국어 외 총 8개 언어별 버전을 제작)

〈표 3-4〉 한국소비자원의 소비자교육 콘텐츠 제작 실적(2016-2018)

연도	대상	내용	비고
2016	성인	예약부도(25종)	동영상, 리플렛, 포스터
	성인	소비자피해예방(3종): 방문판매-건강기능식품, 전자상거래- 의류, 피해구제-아파트 시공하자	동영상
	청소년	사회초년생 대상 소비자피해 예방교육 표준교안(1종)	PPT
	청소년	미성년 소비자피해 예방(1종)	리플렛
2017	어린이	구매 의사결정, 식품표시 이해, 스마트폰 사용(3종, 4개 언어)	동영상
	청소년	자유학기제 자료집 (1종)	교과서
	성인	작은 결혼식 (19종)	기타
	대학생	신학기 대학생을 위한 소비자피해 예방 교육 표준교안(1종)	PPT
	대학생	다단계, 방문판매, 여행, 학원수강 피해 예방(3종)	동영상

2018	성인	환경친화적 소비생활(23종)	동영상, 카드뉴스
	성인	예약부도(1종)	리플렛
	고령자	피해예방 가이드(5종): 상조서비스, 건강기능식품, 임플란트, 스마트폰, 전자상거래	리플렛
	고령자	고령소비자교육 표준 강의안(3종): 피해사례, 안전한 생활, 소비자의식	PPT
	이민자	다문화사회를 위한 쉽고 재미있는 소비자교육(9개 언어)	책자(워크북)
	대학생	신학기 대학생 소비자피해 예방 리플렛(1종)	리플렛
	청소년	사회초년생 소비자피해 예방(2종)	동영상

출처: 한국소비자원 기관운영 및 사업추진실적집을 바탕으로 정리

## 2. 지방자치단체의 소비자교육 추진 현황

- 광역 지방자치단체 내 설치된 지역 소비생활센터 등에서 지역 내 교육청, 지역 소비자단체 등과 연계 협력 네트워크를 결성하여 소비자교육을 추진하고 있음
  - 16개 광역자치단체는 2017년 한 해 동안 평균 250건의 소비자교육을 실시함
    - 지자체 1곳 당 소비자교육 수혜자 수는 평균 약 1만 4천 여 명이며, 1회당 평균 교육인원은 약 75명임
    - 인구 만 명당 소비자교육 수혜자 수는 울산(157명), 인천(89명), 대구(83명) 순으로 높게 나타남

〈표 3-5〉 지역별 인구대비 소비자교육 받은 사람의 수

지자체	인구 수	소비자교육 실시 현황			
		소비자교육 건 수	소비자교육 인원	1회 교육 당 평균 교육 인원	인구 만 명당 소비자교육 받은 인원(명)
서울	9,857,426	84	7,206	86	7
부산	3,470,653	137	26,611	194	77
대구	2,475,231	237	20,441	86	83
인천	2,948,542	719	26,153	36	89
광주	1,463,770	96	4,781	50	33
대전	1,502,227	74	7,570	102	50
울산	1,165,132	191	18,261	96	157
경기	12,873,895	801	35,000	44	27
강원	1,550,142	139	10,785	78	70
충북	1,594,432	124	9,462	76	59
충남	2,396,870	176	3,599	20	17
전북	1,854,607	158	10,324	65	56
전남	1,896,424	75	6,866	92	36
경북	2,691,706	751	20,969	28	78
경남	3,380,404	231	20,697	90	61
제주	657,083	10	530	53	8
평균	-	250	14,328	75	57

출처: 손지연·강하영(2018)<sup>31)</sup>, 80쪽

- 광역지방자치단체가 2018년 지방비 예산으로 추진한 소비자정책 가운데 소비자교육과 관련된 대표적인 내용을 살펴보면 다음과 같음
  - (학교 소비자교육) 교육청과 연계하여 소비자교육 특성화 학교를 운영하는 한편, 초·중·고 대상 소비자교육 전문강사를 파견함
  - (고령소비자교육) 고령자 대상 소비자피해예방 교육을 실시함

31) 손지연·강하영. (2018). 2018 지역소비자행정 현황 분석 및 과제 연구. 한국소비자원 정책연구보고서, 18-04.

- (성인소비자교육) 공정무역, 전통시장 소비증진 등 소비자시민성 향상을 위한 소비자교육을 실시함
- 소비자교육 전문강사(예: 소비자리더, 대학생 경제멘토 등)를 양성함

〈표 3-6〉 광역자치단체의 소비자교육 관련 시책

지역	광역자치단체소비자시책	비고	예산
서울	소비자역량 강화를 위한 학교 소비자교육	교육청 협조, 소비자교육 운영 학교 (목표: 6개교)	20
대구	학교 소비자교육 추진 연계	초중고 대상 찾아가는 소비자교육	21.5
대구	착하고 윤리적 소비문화 확산	대구YMCA, 대구녹색소비자연대에 보조금 지급하여 추진/전통시장체험이용	8.5
인천	지역소비자교육 수요반영 교육 프로그램 개발 및 교육	어린이, 초등학생, 중고생, 대학생, 중장년, 노인 등 대상 소비자교육 (목표: 교육 800회)	78
인천	취약소비자의 소비생활 기반 및 소비여건 지원	고령소비자피해예방(노-노 케어)활동가 모집/ 경로당 대상 정보제공	40
인천	소비자상담센터 직원 상담 역량 배양 등 분쟁해결 전문화	소비생활센터 상담원 대상 전문교육 실시(2회) 및 간담회(4회) 개최	1
광주	지역소비자 교육수요 반영 교육 프로그램 개발 및 교육	취약계층대상소비자교육실시	
광주	지역의 실정에 부합하는 증거 기반 소비자정책 추진	취약계층 대상 찾아가는 소비자교육 운영, 청소년 대상 바른소비 실천학교 운영/대학생 소비자교육 운영	
울산	소비자교육 수요 반영 프로그램 개발 및 교육	소비자교육프로그램개발및강사파견 (목표:연간180회실시)	40
울산	건전한 소비문화 및 소비자 행동 확산 노력	환경교육 프로그램 공모, 어린이·청소년기후 변화포럼, 탄소포인트제 안내 및 가입 홍보 등	100
경기	지역소비자 교육 수요 반영 교육 프로그램 개발 및 교육	경기도 소비자정보센터 노인소비자교육 교재개발, 소비자단체-노인복지관 협회 간MOU, 고령자교육 전문강사 양성	120
경기	학교교육과 소비자교육의 연계 강화	학교 청소년 대상 경제뮤지컬 교육 실시(연간 35회)	50
강원	지역 소비자교육 수요반영 및 맞춤형 소비자교육	다문화가족,북한이탈주민,지역아동센터대상	



강원	학교교육 및 계층별 평생 소비자교육 실시	청소년, 군장병, 고령자, 가정주부, 여성 지도자	
충북	지역소비자 교육 수요 반영 교육 프로그램 개발 및 지역 소비자정책 인프라 및 유관기관 간 협력강화	소비자교육 전문강사 인력풀(12명) 운영, 소비자교육 실시 (목표: 연간130회)	22.5
충남	지역소비자교육 수요 반영 교육 프로그램 개발 및 교육	소비자교육 전문강사 인력풀 구성/ 관련 기관 대상 교육수요 조사 및 교육 실시	10
충남	취약소비자의 소비생활 기반 및 소비여건 지원	고령자, 청소년, 다문화가족, 장애인, 저소득층 등 취약계층 소비자 대상 교육계획 수립 및 전문강사 인력풀 운영	10
전북	취약계층 대상자별 맞춤형 교육 실시	어린이, 청소년, 주부, 노인, 농업인, 결혼 이주여성등취약계층대상소비자교육실시	
전북	소비자리더 양성 사업	"컨슈머리더 대학" 운영을 통한 활동 전문가(소비자리더) 양성	44
전북	노인소비자 주권확보를 위한 시책 강화	노인소비자 피해신고 창구마련/ 피해 구제 기관과 연계 체계 구축/ 특수판 매사업자 대상 감시·제재 강화/노인 소비자 피해 예방 교육 및 홍보 강화	
전남	소비자교육 수요 반영 프로그램 개발 및 교육	소비자교육 수요조사 및 전문강사 인력 풀 운영 (목표: 연간소비자교육 65회)	15
전남	소비자상담센터 상담역량 배양 등 분쟁해결 전문화	소비자업무 담당자 실무교육(연간 2회)/ 소비자분쟁해결 전문화 과정(연간 2회)	10
경북	2PM & 30AM 프로그램	대학생 경제멘토양성, 학교소비자교육 실시	18
경북	사회적배려계층 소비경제교육 사업	다문화가정, 고령자대상소비자교육실시	18
경북	빈발 소비자민원 공동대응 사업	성숙한 시민문화 형성을 위한 캠페인 추진	18
경북	바른소비 실천학교 지정·운영	교육청/소비자교육특성화학교운영	10
경북	경북 경제교육 지원	경북지역경제교육센터/취약계층대상 경제교육	70
경남	취약계층(노인·청소년) 소비자 피해 예방교육 강화	노인, 청소년대상소비자피해예방법, 기만상술사례, 피해발생시구제방법교육	26
경남	생명을 살리는 윤리적 소비교육	민간보조/ 경남소협/ 지역 내5개소비자 단체가 윤리적소비, 공정무역 등을 주제로 도민 3백명 대상 소비자교육 실시	5
제주	지역 소비자교육 수요반영 프로그램 개발 및 교육	초중고 소비자교육, 마을노인회 대상 소비자교육, 제주지역 경제교육센터 를 통한도민 경제교육	70

### 3. 기타 기관의 소비자교육 실시 현황

- (북한이탈주민) 통일부는 북한이탈주민의 국적 취득 과정에서 처음 12주 동안 북한이탈주민정착지원사무소(하나원)를 통해 사회적응교육을 실시하는데, 이때의 교육과정 안에 경제·소비생활 교육이 일부 포함되어 있음(통일부, 2018<sup>32)</sup>)
  - 통일부 산하 남북하나재단에서 운영하고 있는 “하나센터”의 북한이탈주민 사회적응 프로그램인 “힘내라 정착성공”의 세부 내용을 살펴보면, 합리적 소비방법 및 가계부 작성하기, 보험사기·다단계 사기 예방법 등의 소비자교육 내용이 포함된 것을 확인할 수 있음
  - 하나센터는 북한이탈주민을 대상으로 심리상담, 진로상담, 생활정보 제공 등을 종합적으로 제공하는 일종의 지역적응센터이며, 남북하나재단은 2019년 현재 서울 4곳, 경기 6곳 등 전국 25개소의 하나센터를 운영한다.

32) 통일부(2018). 통일백서.

## 제2절 소비자역량 수준

### 1. 연령대별 소비자역량 수준

- 본 절에서는 한국소비자원이 2018년 발간한 「2018 소비자역량지수」<sup>33)</sup>의 조사결과에 기반하여 우리나라 소비자의 소비자역량 수준을 살펴봄
- 한국의 소비자역량지수(Consumer Empowerment Index)는 소비자 재무역량, 소비자거래역량, 소비자시민역량의 3대 대영역의 지식, 태도, 실천 점수에 대하여 중영역별 가중치를 반영하여 산출함

〈표 3-7〉 2018 소비자역량지수의 체계

대영역	중영역	측정
소비자재무역량	재무설계역량	재무설계, 수입·지출관리, 노후설계
	재무관리역량	저축·투자, 신용카드·부채관리, 보험관리
소비자거래역량	정보이해·활용역량	정보탐색·선별, 표시·정보 이해, 정보통신기술 활용
	구매의사결정역량	가격, 계약·거래조건, 품질 비교
	사용·분쟁해결역량	분쟁해결, 안전한 사용
소비자시민역량	권리주장역량	소비자관련 법·제도의 이해, 소비자권리인식 및 권리 사용
	책임수용역량	윤리적 소비, 녹색소비, 소비자참여

출처: 오수진, 배순영(2018)

- 2010년 제1차 조사, 2014년 제2차 조사에 이어, 세 번째로 행해진 「2018 소비자역량지수」 산출을 위한 조사는 전국 거주 20세 이상의 성인 남녀 2,000명을 대상으로 2018년 7월 9일부터 8월 8일 사이 1:1 면접조사의 형태로 이루어짐

33) 오수진·배순영. (2019). 2018 한국의 소비자역량지수. 한국소비자원 정책연구보고서18-13.

- 조사 표본은 성, 연령, 지역별 인구비례할당 추출방식에 의해 추출하며, 표본오차 범위는  $95\% \pm 2.19\%p$ 임

□ 한국소비자원이 2018년 발간한 「2018 소비자역량지수」를 대영역별·연령대별로 분석한 결과는 <표 3-8>과 같음

- 소비자재무역량지수는 평균 65.75점이며, 평균을 기준으로 살펴보았을 때 20대와 65세 이상에서 재무역량이 부족한 편임
- 소비자거래역량지수는 평균 65.97점이며, 평균을 기준으로 살펴보았을 때 20대부터 40대 까지 연령층의 소비자는 거래역량이 우수한 반면, 60세 이상 소비자는 거래역량이 부족한 편임
- 소비자시민역량지수는 평균 64.43점이며, 평균을 기준으로 살펴보았을 때 60대 이상 고령자의 시민역량이 부족한 편임

<표 3-8> 연령대별 2018 소비자역량지수

(단위: 점)

연령대	N	소비자재 무역량	소비자 거래역량	소비자 시민역량	소비자역량 수준 진단
만 20세~29세	321	62.47	69.23	64.73	재무역량 부족 거래역량 우수
만 30세~39세	345	67.82	69.84	66.67	거래역량 우수
만 40세~49세	409	67.76	69.65	67.26	거래역량 우수
만 50세~59세	406	67.50	65.94	64.59	-
만 60세~64세	160	65.60	60.46	61.52	거래역량 부족 시민역량 부족
만 65세 이상	359	62.49	57.63	59.90	거래역량 부족 재무역량 부족 시민역량 부족
평균	2,000	65.75	65.97	64.43	

- <표 3-8>의 소비자역량 수준 진단 결과를 살펴보면, 65세 이상 고령층에서 타 연령 구간에 비해 소비자역량지수가 낮게 나타남
  - 만 65세 이상 고령자는 다른 성인 소비자와 소비자역량 수준에 차이가 있으며, 고령자 집단의 소비자역량 향상을 위한 소비자교육이 필요
  - 특히 만 65세 이상 고령자 집단의 소비자거래역량이 매우 낮게 나타남
- 또한, 20대 사회초년생 집단의 소비자재무역량지수 또한 타 연령구간에 비해 상대적으로 낮은 편임
  - 소비자교육을 통해 사회초년생 소비자의 재무역량 향상을 조력하고, 이를 통해 20대 소비자들이 이후의 사회경제적 삶의 기반을 성공적으로 형성할 수 있도록 조력할 필요

## 2. 북한이탈주민의 소비자역량 수준

- 먼저, 북한이탈주민의 소비자역량은 한국소비자원이 2015년 발간한 「2015 통일 소비자정책 연구(Ⅱ): 북한이탈주민의 소비자역량 실태조사 및 정책적 시사점」을 통해 살펴볼 수 있음
  - 북한이탈주민의 소비자역량 실태조사는 한국소비자원이 2014년 발간한 「2014 한국의 소비자역량지표」 문항 가운데 일부에 기반하여 국내 거주 20-40대 북한이탈주민의 소비자역량을 조사한 결과임
  - 국내 거주 20대-40대 북한이탈주민 621명을 대상으로 2015년 6월 25일부터 7월 9일 사이 1:1 면접조사의 형태로 자료가 수집되었음<sup>34)</sup>

34) 2015년 수집된 이 조사 결과는 보고서 작성 시점(2019년 7월) 기준으로 한국소비자원이 보유한 북한이탈주민 대상 소비자역량 조사 결과 가운데 사용이 가능한 가장 최근의 자료임

- 조사 포본은 성, 연령, 남한거주기간(3년 미만 25%, 3-5년 25%, 5년 이상 50%)에 의한 비례할당에 의한 무작위 추출방식에 의해 추출하며, 표본오차 범위는  $95\% \pm 1.36\%p$ 임

□ 북한이탈주민의 재무역량, 거래역량, 시민역량의 3대 대영역별 소비자역량 수준을 연령 구간 별로 분석하여 살펴보면, 전반적인 소비자역량 수준이 60점 미만으로 낮게 나타남

- 북한이탈주민의 소비자역량지수는 재무역량 54.1점, 거래역량 53.5점, 시민역량 55.4점으로, 남한거주 일반 성인소비자에 비해 상대적으로 낮은 편임

- 동 보고서에서는 북한이탈주민의 경우, 입국한지 적어도 7년이 지나야 기존 남한 주민이 보유한 소비자역량의 약 88%에 이르게 됨을 설명함(배순영, 2015<sup>35)</sup>)

- 북한이탈주민의 경우 소비자의 개념에 대한 이해가 부족하며, 소비자로서의 권리나 의식에 대한 이해가 결여되어 있고, 체계적인 소비자교육이나 소비자보호 기제를 경험해보지 못한 것으로 알려져 있음(이기춘, 나종연, 2007<sup>36)</sup>)

35) 배순영. (2015) 통일 소비자정책 연구Ⅱ): 북한이탈주민의 소비자역량 실태조사 및 정책적 시사점. 한국소비자원 정책연구보고서, 15-03. ISBN: 979-11-5649-125-5.

36) 이기춘·나종연. (2007). 북한이탈주민의 북한과 남한에서의 소비생활경험 연구. 소비자정책교육연구, 3(2), 101-122.

〈표 3-9〉 북한이탈주민 2015 소비자역량지수

연령대		재무역량	거래역량	시민역량
만 20세~29세	188	53.4	51.8	54.6
만 30세~39세	232	54.8	56.3	57.3
만 40세~49세	201	53.8	52.0	53.9
Total	621	54.1	53.5	55.4

출처: 「2015 통일 소비자정책 연구(II)」 자료 분석

- 결혼이민자의 소비자역량과 관련하여 가용한 원내 자료가 부재하여, 부득이하게 선행연구를 통해 결혼이민자의 소비자교육 요구도를 살펴봄
- 박혜영, 김시월(2014)<sup>37)</sup>은 다문화가정 여성결혼이민자들의 소비자교육 요구도를 5점 만점으로 조사하였으며, 그 결과 소비자상담·피해구제(4.16) > > 저축과 보험(4.07) > > 경제 및 구매생활(3.91)의 순으로 소비자교육 요구도가 높게 나타남
  - 소비자상담·피해구제: 소비자문제나 피해를 입었을 때 어떻게 해야 하는가?
  - 저축과 보험: 저축은 왜 필요하며 저축을 어떻게 해야 하는가?/ 보험은 무엇이며 보험에 가입하려면 어떻게 해야 하는가?
  - 경제 및 구매생활: 상품과 서비스의 가격에 대한 정보는 어디에서 얻을 수 있는가? 지불방법은 무엇이 있는가? 사고 파는 곳은 어디인가?

37) 박혜영·김시월. (2014). 다문화가정 여성결혼이민자의 금융경제 관련 소비자교육 요구에 관한 연구. Financial Planning Review, 7(2), 33-64

### 제3절 자주 경험하는 소비생활 문제

- 2014년부터 2018년 사이 한국소비자원의 피해구제 데이터에서 나타나는 상위 10대 품목은 아래 <표 3-9>와 같으며, 이를 통해 소비자가 소비생활 문제를 자주 경험하는 품목을 알 수 있음
- 지난 5년간 1-3위에는 간편복, 회원권, 세탁서비스 등이 랭크되어 있음
  - 최근 (2018년)으로 가까워질수록 여객운송서비스, 투자서비스, 이동통신과 관련한 피해구제가 많이 접수됨

<표 3-10> 한국소비자원의 상위 10대 피해구제 접수 품목 (2014-2018)

순위	2014	2015	2016	2017	2018
1	간편복	간편복	간편복	세탁서비스	회원권
2	세탁서비스	회원권	세탁서비스	회원권	간편복
3	회원권	세탁서비스	회원권	신발	투자
4	신발	신발	신발	간편복	여객운송서비스
5	이동통신	이동통신	여객운송서비스	여객운송서비스	세탁서비스
6	유사보험	통신기기	민영보험	이동통신	신발
7	기타자동차관련업	여객운송서비스	이동통신	통신기기·액세서리	이동통신
8	병·의원서비스	기타자동차관련업	통신기기·액세서리	민영보험	여행
9	승용자동차	화물운송서비스	기타자동차관련업	여행	화물운송서비스
10	통신기기	여행	여행	양복	양복

출처: 한국소비자원 2014-2018 소비자 피해구제 연보 및 사례집



## 1. 연령대별 자주 경험하는 소비생활 문제

- 먼저, 한국소비자원 빅데이터 분석팀이 1372 소비자상담센터에 접수된 소비자상담 데이터를 바탕으로 소비생활에 있어서 문제를 자주 경험하는 품목을 도출한 결과와 소비자를 대상으로 면접 조사를 실시한 자료를 살펴볼 필요
  - 이들 자료를 살펴보면, 연령대별로 자주 경험하는 소비생활문제가 상이함을 확인할 있으며, 특히 은퇴기와 그 이전 단계, 60대와 그 이전 단계의 차이가 두드러짐을 확인할 수 있음
- 한국소비자원 빅데이터 분석팀(2018)<sup>38)</sup>은 2017년 1372 소비자상담센터에 접수된 소비자상담 약 79만 5천여 건을 분석하여 각 생애주기별 소비자이슈 품목을 도출함
  - (20대 사회진입기) 자기계발, 취업 관련 품목
    - 품목: 독서실·고시원 이용, 외국어 강습, 스커트, 운전강습, 지갑
    - 상담내용: 계약취소, 환불거부
  - (30대 가족형성기) 결혼, 육아 관련 품목
    - 품목: 유아용 식생활용품, 유모차, 산후조리원, 유아·아동복, 예식관련서비스
    - 상담내용: 품질·AS관련 상담(유아용품), 계약취소 및 환불거부(산후조리원, 예식관련서비스 등)

38) 한국소비자원(2018). 생애주기별 소비자상담 트렌드 분석. 한국소비자원 소비자정보국 빅데이터분석팀 기획분석 02 (2018. 12.)

- (40대 자녀양육기) 자녀교육, 자영업 관련 품목
    - 품목: 교복, 대형승용자동차, 신용카드조회기, 경비·관리서비스, 학습지
    - 상담내용: 품질·AS관련 상담(교복, 대형승용자동차), 계약취소 및 환불거부(신용카드 조회기, 경비·관리서비스, 학습지)
  - (50대 노후준비기) 노후준비 관련 품목
    - 품목: 상조서비스/골프용품, 신경외과, 상가·오피스텔 임대차, 보험, 김치냉장고
    - 상담내용: 품질·AS관련 상담(골프용품, 신경외과, 김치냉장고), 계약 취소 및 환불거부(상가, 오피스텔 임대차, 부당행위(보험))
  - (60대 노년건강기) 의료기기, 의료서비스 관련 품목
    - 품목: 보청기, 성기능향상기기, 비뇨기과, 안과, 신경외과
    - 상담내용: 품질·AS관련 상담(보청기, 비뇨기과, 안과, 신경외과) 계약취소 및 환불거부(성기능향상기기)
- 황은애·황미진(2015)<sup>39)</sup>은 「2015 한국의 소비생활지표」와 「2015 한국의 소비자시장평가지표」를 분석하여, 여섯 단계의 생애주기별 피해다발 품목을 선정하였으며, 그 결과를 요약하면 다음과 같음
- (1인 독신기) “의료서비스”와 “뷰티·헬스 서비스” 분야에서 소비자문제를 자주 경험하는 것으로 나타남
    - 의료서비스: 영양보조제, 안경/컨택트렌즈, 치과치료 등
    - 뷰티·헬스 서비스: 일반화장품 등

39) 황은애·황미진. (2015). 생애주기별 소비자문제와 개선방안 마련을 위한 연구 1. 한국소비자원 정책연구보고서 15-20.

- (다인 독신기) “정보통신 서비스”와 “주생활” 분야에서 소비자문제를 자주 경험하는 것으로 나타남
  - 정보통신서비스: 휴대폰 단말기, 이동통신 서비스
  - 주생활: 주택수리 인테리어, 부동산 중개 서비스
- (부부가족기) “주생활”과 “뷰티·헬스 서비스” 분야에서 소비자문제를 자주 경험하는 것으로 나타남
  - 주생활: 침대, 부동산중개서비스, 렌탈 서비스 등
- (자녀양육·학령기) “교육서비스”와 “자동차·교통서비스” 분야에서 소비자문제를 자주 경험하는 것으로 나타남
  - 교육서비스: 중고등교복, 어린이집, 민간자격증
  - 자동차·교통서비스: 중고차, 자동차 수리 서비스
- (자녀독립전기·독립기) “정보통신 서비스”와 “의료서비스” 분야에서 소비자문제를 자주 경험하는 것으로 나타남
  - 정보통신서비스: 휴대폰 단말기, 이동통신 서비스, 인터넷서비스
  - 의료서비스: 영양보조제, 치과치료
- (은퇴기) “주생활”, “정보통신서비스”, “금융보험서비스” 분야에서 소비자문제를 자주 경험하는 것으로 나타남
  - 주생활: 주택수리인테리어, 부동산중개서비스, 렌탈서비스
  - 정보통신서비스: 휴대폰단말기, 이동통신서비스, TV
  - 금융보험서비스: 자동차보험, 주택담보대출

## 2. 고령자가 자주 경험하는 소비생활 문제

- 송순영(2000)<sup>40)</sup>은 고령소비자의 경우 새로운 소비자정보 탐색이나 신유행 서비스 이용방법 습득에 어려움을 겪는 경향이 있음을 다음과 같이 소개함
  - (상품 구매 시의 문제) 상품설명서를 이해할 수 없거나, 상품설명서의 글자·표시가 작아 잘 볼 수 없는 점, 새로운 가전기기를 다룰 수 없는 점, 쇼핑하면서 알아 설 곳이 없음 등
  - (거래·계약의 문제) 법률지식을 몰라서 겪는 자산관리의 어려움, 보험회사 이용시 불만·피해경험, 투신사·증권사 이용시 손해 위험에 대한 설명 부족, 은행 이용시 자동인출기 이용을 강요하는 문제 등
- 황진자(2012)<sup>41)</sup>는 금융상품 불완전판매에 따른 고령소비자 피해 양상을 분석하고 대안을 제시함
  - (금융상품의 불완전 판매) 고령소비자는 주로 은행(저축은행)을 이용하는데, 예전과는 달리 은행에서 변액보험, 펀드, 후순위채권 등 원금보장이 되지 않는 금융상품을 판매하면서 고령소비자들이 이러한 금융상품들을 단지 이율이 조금 더 높은 예·적금으로 오인하는 소비자문제가 발생하고 있음
- 김시월, 조향숙(2017)<sup>42)</sup>은 노인소비자의 경우 비노인소비자에 비해 통신서비스 이용과정에서 소비자문제를 경험하고 있다고 보고하였으며,

40) 송순영. (2000). 노인소비자 보호 방안에 관한 연구. 한국소비자보호원, p. 57.

41) 황진자. (2012). 금융상품 판매에 있어 고령소비자보호 방안. 소비자문제연구, 41, 171-183.

42) 김시월·조향숙. (2017). 소비자역량이 통신서비스에서의 소비자문제 경험과 만족도에 미치는 영향 - 노인과 비노인 소비자의 통신서비스 비교분석을 중심으로. 소비자문제연구, 48(3), 97-121.

통신서비스가 생활에 있어서 필수적인 요소로 자리 잡은 만큼, 노인소비자 대상의 소비자피해 예방을 위한 교육이 필요하다고 주장함

### 3. 이민자가 자주 경험하는 소비생활 문제

#### 1) 북한이탈주민

□ 북한이탈주민의 소비자피해경험률이 일반 성인에 비해 높은 편임<sup>43)</sup>

- 한국소비자원이 2015년 「통일 소비자정책 연구(Ⅱ): 북한이탈주민의 소비자역량 실태조사 및 정책적 시사점」에서 20-40대 북한이탈주민을 대상으로 조사한 최근 3년간 소비자피해 경험률은 27.5%임
- 동일한 조사년도(2015년)에 성인 소비자 2,575명을 대상으로 한국소비자원이 실시한 「2015 한국의 소비생활지표」에서, 최근 1년간 소비자피해 경험률은 13.6%임
- 「2017 한국의 소비생활지표」에서 성인 소비자 5,000명을 대상으로 조사한 최근 2년간 소비자피해 경험률은 16.2%임

□ 윤선길, 정기현, 지원배(2008)<sup>44)</sup>는 북한이탈주민이 남한의 광고를 어떻게 이해하고 받아들이는지 알아보기 위해 북한이탈주민을 대상으로 주스, 세제, 대출상품, 약, 보험상품에 대한 남한의 실제 광고를 제시하고, 각 광고에 대한 반응을 조사·분석함

43) 단, 각각의 설문조사에서 응답자에게 기억의 회상을 요구한 기간이 3년과 1년, 2년으로 상이하며, 조사 대상자의 연령 구성과 소비자피해 경험 측정을 위한 조사 문항의 설계 방식에도 차이가 있으므로 조사 결과 나타난 수치를 단순 비교하는 것은 적절하지 않음

44) 윤선길·정기현·지원배. (2008). 북한이탈주민의 광고인식에 대한 실증적 연구. 한국광고홍보학보, 10(1), 195-228.

- 북한이탈주민들은 광고에 대해 판단할 수 있는 제품지식이 부족한 나머지 광고의 주장을 거의 그대로 수용하는 경향이 있으며, 문화적인 차이에 의해 광고의 내용을 이해하는데 어려움을 경험하는 것으로 나타남
- 박용석·원혜일(2010)<sup>45)</sup>의 한국소비자원 보고서에서도 북한이탈주민들은 상품의 품질에 대해 이해하지 못하거나, 광고의 내용이 사실인지 여부를 판단하지 못하며, 계약서의 내용을 잘 이해하지 못하고, 사기 피해에 대한 두려움이 있는 것으로 나타남
- 한국소비자원이 2015년 발간한 「통일 소비자정책 연구(Ⅱ): 북한이탈주민의 소비자역량 실태조사 및 정책적 시사점」보고서<sup>46)</sup>에서도 소비자정보 탐색 및 활용 분야의 어려움이 두드러짐
- 북한이탈주민이 소비생활 중 겪는 어려움으로는 “소비생활 언어 및 용어 이해 어려움”, “상품 광고 내용이 사실인지 알 수 없음”, “상품·서비스의 품질이 좋은지 알 수 없음”과 같이 소비자정보와 관련된 내용이 많음
- 배순영, 손정원(2015)<sup>47)</sup>은 북한 주민이 자본주의 시장 경제 하에서 경험할 수 있는 소비자문제로 1) 체제이질성으로 인한 시장시스템 적응 문제, 2) 저소득으로 인한 자립적 소비생활 관리 미흡 문제, 3) 표시·

45) 박용석·원혜일. (2010). 북한이탈주민의 소비실태 및 소비의식 조사 연구. 한국소비자원 조사보고서, 10-08.

46) 배순영. (2015). 통일 소비자정책 연구Ⅱ: 북한이탈주민의 소비자역량 실태조사 및 정책적 시사점. 한국소비자원 정책연구보고서, 15-03. ISBN: 979-11-5649-125-5.

47) 배순영·손정원. (2014). 통일대비 소비자교육에 관한 기초 연구. 소비자정책교육연구, 10(4), 31-49.

광고 등 소비자정보 이해 및 거래기술의 부족 문제, 4) 소비생활에 대한 기대와 현실 간의 격차 및 소비자간 격차 문제 등의 네 가지 사항을 지목함

- 나종연·박서니(2019)<sup>48)</sup>는 북한이탈주민이 경험하는 소비생활 어려움을 크게 1) 시장거래에 있어서의 어려움과 2) 금전관리에 있어서의 어려움으로 양분하여 제시함
- 천혜정·서여주(2014)<sup>49)</sup>은 심층면접을 통해 북한이탈주민이 자본주의적 의미의 소비자로서 소비해본 경험이 부족하며, 북한에서의 생활에 대한 보상심리와 무시·차별을 피하기 위한 심리 등이 작용하여 남한 입국 이후 금전관리에 어려움을 경험하고 있다고 보고함
- 정은찬(2016)<sup>50)</sup>은 북한이탈주민이 금융생활 기초지식을 보유하고 있지 않으며, 합리적 선택능력, 즉 의사결정 능력이 미비하기 때문에 한국에서의 금융생활에 어려움을 겪고 있다고 진단함

## 2) 결혼이민자

- 박혜영·김시월(2014)<sup>51)</sup>의 연구는 FGI를 실시하여 다문화가정 여성결혼이민자들이 금융경제 관련 소비생활 분야에서 경험하는 어려움을

48) 나종연·박서니. (2019). 소비생활문제 인식에 따른 북한이탈주민 유형화 및 소비자교육방안에 대한 연구. 소비자문제연구, 50(1), 1-31.

49) 천혜정·서여주. (2014). 북한이탈주민이 남한사회에서 경험하는 소비행위의 의미. 소비자정책교육연구, 10(3), 109-135.

50) 정은찬(2016), 북한이탈주민의 금융생활 정착: 문제점과 개선방안, KDI 북한경제리뷰, 2016년 3월호.

51) 박혜영·김시월. (2014). 다문화가정 여성결혼이민자의 금융경제 관련 소비자교육 요구에 관한 연구. Financial Planning Review, 7(2), 33-64

다음과 같이 정리함

- 언어적응의 문제(한국 언어의 어려움)
  - 고물가 문제(비싼 물가, 생활비)
  - 화폐사용의 문제(화폐에 대한 의식과 사용 방법의 문제)
  - 은행 관련 업무 문제(저축, 적금 방법에 대한 정보 부족, 통장 개설 등의 어려움)
  - 금융 관련 업무 문제(보험, 투자 정보의 부족과 적절한 의사결정의 어려움)
  - 외국인 차별 문제(인종차별, 여성차별, 법적 차별)
  - 가족 적응 문제 등
- 김효정(2018)<sup>52)</sup>은 결혼이민자 여성의 디지털정보격차에 대해 논의하면서, 사회통합을 도모하는 차원에서 결혼이민자의 디지털 소외 해소를 위한 정책적 노력이 필요함을 역설함
- 국내 거주 결혼이민자는 약 12만 8천명(2016년 기준)으로, 여성이 전체의 약 84%를 차지함. 결혼이민여성은 대체로 20대에 매매혼으로 한국에 정착함
  - 결혼이민자 여성을 연령대(20, 30, 40대)별로 구분하였을 때 정보접근성과 정보이용능력은 40대가 높지만, 스마트폰 활용도는 20대가, 인터넷 이용량은 30대가 높음
  - 결혼이민여성은 한국에 영구적으로 거주할 가능성이 높으며, 결혼이민자 2세들도 우리나라 국적을 가진 국민이 될 가능성이 높음

52) 김효정. (2018). 결혼이민자 여성소비자의 디지털정보격차지수 결정 요인: 연령별 차이 연구. Family and Environment Research, 56(3), 217-232.



- 녹색소비자연대(2010)의 다문화가정 경제현황과 소비실태에 대한 조사 결과에서, 결혼이주여성의 56.1%가 본인 명의의 신용카드를 소지하지 않고 있다고 보고함
- 결혼이민여성 대상 신용카드 발급, 사용 및 관리를 위한 소비자교육이 필요할 것으로 예상됨



## 제4장 소비자교육 내용체계의 1차안 수립

제1절 대영역의 선정

제2절 중영역의 선정



## 제4장 소비자교육 내용체계의 1차안 수립

- “소비자교육 내용체계”란, 소비자교육에 있어 대상인 소비자들에게 어떠한 교육목표를, 어떠한 교육내용을 통해 성취할 것인지를 체계적으로 정해 놓은 공통적·일반적 기준이라고 할 수 있음<sup>53)</sup>
- 소비자교육의 “내용체계(content structure)”는 일반적으로 대영역-중영역-구성요소의 3단계로 구조화되어 있음
  - 소비자교육의 내용은 소비자교육의 목표를 분석하여 이에 따라 내용영역을 구분하고, 범주화하고, 범주간의 관련성에 따라 구조화하는 과정을 거쳐 체계화할 수 있음
  - 본 장에서는 선행연구에서 제시하고 있는 소비자교육 내용을 분석하고, 교육대상별 소비자교육 내용을 선정하고자 함
- 본 연구에서 소비자교육 내용체계를 조직할 때에는 대상 집단의 인지능력을 고려하여 체계적이고 효과적인 소비자교육의 방안을 모색하고자 함
- 본장의 다음과 같이 구성함
  - 제1절에서는 소비자교육 내용체계의 대영역이 어떻게 조정되어야 하는가에 대하여 논의함
  - 제2절에서는 소비자교육 내용체계의 중영역이 어떻게 조정되어야 하는가에 대하여 논의함

53) 김원경·최평인. (2009). 발달장애 특수교육 대상자의 기본교육과정 운영 개선방향 모색. 지적장애연구, 11(3), 45-67.

## 제1절 대영역의 선정

- 먼저 대영역을 선정하기 위해, 한국소비자원의 연구보고서 및 소비자학 분과의 학술지(소비자정책교육연구, 소비자문제연구, 한국생활과학회지 등)에서 제시한 소비자교육 내용체계의 대영역을 분류하고, 계열성의 원리를 파악하였음
- 선행연구에서 제시한 내용체계 분석 결과(<표 4-1> 참조)를 종합하여, 소비자교육의 대영역을 다음과 같이 구분함
  - (대영역 1) 소비자시민성
  - (대영역 2) 소비자피해예방·구제
  - (대영역 3) 소비자정보·구매의사결정
  - (대영역 4) 소비자안전
  - (대영역 5) 소비자재무관리·시장경제 이해
- 본 장에서 제시하는 소비자교육 내용체계(가안)은 대영역 분류에 있어 다음과 같은 특징을 보유하고 있음
  - 첫째, 소비자시민성과 소비자피해예방·구제를 대영역 수준에서 분리하여 두 개의 대영역으로 구성함
  - 둘째, 소비자안전을 하나의 단독 대영역으로 분리 배치함
  - 셋째, 소비자정보와 구매의사결정을 대영역에서 통합함
  - 넷째, 소비자재무관리를 단독 대영역으로 분리 배치함
- 첫째, 이전까지 종종 하나의 대영역에서 소비자의 권리와 책임을 중심으로 논의되던 “소비자시민성”과 “소비자피해예방·구제”를 대영역 수준에서 분리한 까닭은 두 대영역이 지향하는 방향성이 상이하기 때문임

- 소비자의 소비생활을 일컬어 “지극히 개인적인 문제이면서도 사회적 문제”라고 칭하는 까닭은, 소비자의 선택이 사적 합리성을 추구하면서도 사회적 책임을 요하기 때문임
  - “소비자시민성” 강화를 위한 소비자교육은 소비생활이 개인의 욕구를 충족하는 데에서 나아가, 시민사회에 바람직한 영향을 미치는 방향으로 이루어지도록 장려하기 위한 소비자교육으로, 소비자의 사회적 책임을 강조함
    - 예를 들어, 지구온난화, 자연재해 등 환경문제가 발생하면서, 지속가능한 소비행동에 관한 관심이 증대되었음
  - “소비자피해 예방 및 구제 강화”를 위한 소비자교육은 소비자의 경제적 이익과 사적 합리성 향상을 도모하기 위한 소비자교육으로, 실제 한국소비자원 교육기획팀에서 실시하고 있는 수탁교육의 대부분이 소비자피해 예방·구제를 위한 교육에 해당함
    - 소비자피해 예방을 위한 계약시 주의사항, 피해구제 신청방법 및 처리절차 등에 대한 인지도를 향상시킬 필요
  - 이처럼 “소비자시민성(consumer-citizenship)” 대영역이 소비자의 사회적 책임을 강조하는 교육 내용으로 구성된다면, “소비자피해예방·구제” 대영역은 소비자의 사적 합리성과 경제적 이익을 도모하기 위한 교육내용으로 구성되므로 두 대영역을 분리하는 것이 적절함
- 둘째, 이전까지 소비자거래 부문 대영역의 하위 중영역으로 다루어지던 “소비자안전”을 단독 대영역으로 분리 배치한 까닭은 그동안 소비자거래 영역에 비해 상대적으로 적은 비중으로 다루어져 왔던 소비자안전 관련

교육 내용이 확대 개편되어야 할 필요성이 다수의 선행연구에서 제기되었기 때문이다

- 소비자안전 교육이 전체 소비자교육 내에서 5%의 비중도 갖지 못하며 시행되고 있으며, 소비자 안전교육을 강화하기 위해서는 전략적으로라도 소비자안전 교육을 소비자교육 모형 내의 대영역으로 설정할 필요(송순영, 2015)
  - 소비자안전정보 제공(예: 사용설명서, 경고문 등)만으로 안전한 사용이 가능한 재화도 있지만, 안전한 사용을 위해서는 소비자교육이 필요한 재화가 있으며, 소비자교육이 반드시 필요한 재화와 서비스에 대한 정부 차원의 구분이 필요함(나종연, 2006<sup>54)</sup>)
    - 소비자안전 문제의 발생 원인은 크게 제품 설계상, 제조상, 표시상의 결함과 소비자의 사용상 잘못으로 인해 발생하는데, 소비자교육은 소비자의 사용상 부주의로 인해 발생하는 안전사고를 예방하는 작용을 함
  - 소비자의 안전할 권리를 적극적으로 실현시키기 위해서는 소비자입법이나 기업의 자율규제 못지 않게 안전에 대한 소비자교육이 중요함(배순영·유두련, 2009<sup>55)</sup>)
- 셋째, 소비자정보와 구매의사결정을 대영역에서 통합한 까닭은 모바일 인터넷 보급과 사물인터넷 시대를 맞아 소비자정보 부문이 부각됨에 따른 것임

54) 나종연. (2006). 기업의 소비자교육 사례를 통해 살펴본 소비자교육에서의 기업의 역할. 소비자정책교육연구, 2(2), 105-121.

55) 배순영·유두련. (2009). 소비자안전과 소비자교육. 한국가정과교육학회 2008년 동계 학술대회 (2009. 01.)



- 구매의사결정과 관련된 기존의 소비자교육 내용은 소비자교육의 전통적인 내용 가운데 하나이지만, 학교 소비자교육을 통해 충분히 다루어지고 있는 부분이어서 성인 대상 소비자교육의 내용체계를 구성할 때에는 그 비중을 줄여야 할 필요가 있음
  - 기업의 소비자 참여 마케팅 활동이 활발해지면서 소비자가 작성하는 구매 후기의 중립성이 상당부분 훼손됨에 따라 구매후기 정보의 활용에 주의가 필요한 상화이 도래함
  - 고령자, 장애인, 결혼이민자 여성 등 취약계층은 온라인 뱅킹, 온라인 쇼핑 등을 이용하는 과정에서 어려움을 경험하고 있음(김효정, 2018)<sup>56)</sup>
    - 정보격차로 인해 필연적으로 발생하는 소비자소외 문제를 해소하기 위한 소비자교육이 필요
  - 기업의 빅데이터 활용 기술 발전에 따라 소비자의 개인정보보호 및 정보 프라이버시, 잊힐 권리 등 소비자정보 관련 이슈가 새롭게 등장함
- 넷째, 소비자재무관리를 단독 대영역으로 분리 배치한 까닭은 최근들어 한국소비자원 교육기획팀에 유사투자자문, 주식투자, 보험가입 관련 금융교육 신청이 증가하는 추세를 반영한 결과임
- 소비자재무교육의 효과와 필요성에 관하여 논의한 다수의 선행연구가 축적된 가운데, 소비자역량의 3대 영역(소비자시민성, 소비자거래, 소비자재무관리) 가운데 소비자재무관리 관련 내용의 중요성이 부각되고 있음

56) 김효정. (2018). 결혼이민자 여성소비자의 디지털정보격차지수 결정 요인: 연령별 차이 연구. Family and Environment Research, 56(3), 217-232.

- 우리원에서는 현재 보이스피싱 예방을 위한 소비자교육, 상조서비스 관련 소비자피해 예방 교육 등을 실행 하고 있으나, 최근들어 한국소비자원 교육기획팀에 노년층, 북한이탈주민 대상 유사투자자문, 주식투자, 보험가입 관련 금융교육과 다단계 소비자피해 예방 교육 신청이 증가하는 추세를 반영한 결과임

〈표 4-1〉 소비자교육 내용체계의 대영역

	대영역 1	대영역 2	대영역3		대영역4	대영역 5		
	소비자 시민성	소비자 피해 예방·구제	소비자 정보	구매 의사 결정	소비자 안전	소비자 재무 관리	시장 경제 이해	기타 대영역
*이득연·송순영(1992) <sup>57)</sup>	○			○				가치교육
배윤정·김기옥(2000) <sup>58)</sup>	○		○	○		○		
김태은(2002) <sup>59)</sup>	○			○		○		
*송순영 외(2002) <sup>60)</sup>	○	○		○			○	가치교육
김선미(2004) <sup>61)</sup>	○	○		○		○	○	
*배순영(2005) <sup>62)</sup>	○	○		○			○	신 소비문화 형성
이정·유현정(2013)	○			○		○		
*오수진(2015) <sup>63)</sup>	○	○		○			○	가치교육
김시월(2017) <sup>64)</sup>	○	○		○			○	신 소비문화 형성
배순영·손정원(2014) <sup>65)</sup>	○			○	○		○	
*교육부 외(2017) <sup>66)</sup>	○	○	○		○		○	
일본 소비자청	○		○		○			생활관리와 계약

\*한국소비자원 정책연구보고서

57) 이득연·송순영. (1992). 소비자교육의 교육내용모형 개발 연구 -사회교육을중심으로-. 한국 소비자보호원.

58) 배윤정·김기옥. (2000). 정보사회의 소비자교육내용 체계화를 위한 연구. 소비자학연구, 11(4), 63-83.

59) 김태은. (2002). 사회소비자교육 프로그램 개발을 위한 교육내용과 운영방안 모색: 현황분석과 요구도 조사를 통하여. 상명대학교 대학원 가정학과 석사학위 논문(2002. 7.).

60) 송순영·김남수·정윤선·김성숙. (2002). 소비자교육 종합 발전계획. 한국소비자보호원 연구보고서 2002-03.

61) 김선미. (2004). 지식정보화 사회의 주부소비자교육을 위한 기초연구. 한국생활과학회지, 13(3), 425-440.

62) 배순영. (2005). 학교 소비자교육 교과과정 개선방안. 한국소비자원 정책연구보고서.

## 제2절 중영역의 선정

### 1. 소비자시민성

- “소비자시민성”은 공적이었던 시민성의 개념이 보다 사적인 일상 소비 생활의 영역으로 확장된 것으로, 소비자가 지니는 사회적 책임의 정체성이라고 할 수 있음(김정은·이기춘, 2009)<sup>67)</sup>
  - “소비자시민성”은 소비자가 소비생활을 영위하는데 있어서 지녀야 할 도덕적 윤리의식수준과 참여행동으로 정의할 수 있음(장일훈, 이성립, 박은정, 2017)
- 선행연구에서 “소비자시민성” 대영역이 포괄하는 교육내용을 살펴보면, 소비자의 권리와 책무에 관한 내용 외에도 지속가능한 소비생활, 공동체 지향적 소비생활에 관한 내용을 다루고 있음

63) 오수진. (2015). 초등학교 소비자교육 표준안 개발을 위한 기초연구. 한국소비자원 정책연구보고서 15-18.

64) 김시월. (2017). 소비자기본법 10년, 소비자교육 평가와 전망, 소비자문제연구, 48(2), 87-119.

65) 배순영·손정원. (2014). 통일대비 소비자교육에 관한 기초연구. 소비자정책교육연구, 10(4), 31-49.

66) 교육부·한국교육개발원·17개 시·도 교육청(2017) 자유학기제 주제선택활동 자료집 “소비자교육” (TL 2017-06-02)

67) 김정은·이기춘. (2009). 소비자시민성의 구성요소와 소비생활영역별 차이 분석. 소비자학연구, 20(2), 27-51.

〈표 4-2〉 선행연구에서 “소비자시민성” 대영역의 중영역 내용

연구자 (연도)	중영역과 내용요소	연구자 (연도)	중영역과 내용요소
이득연· 송순영 (1992)*	○ 가치교육 - 소비윤리 및 가치관 - 소비환경변화와 소비생활	송순영 외 (2002)*	○ 가치관 교육 - 소비윤리 - 환경보호
배순영 (2005)*	○ 신 소비문화 형성 - 소비문화와트렌드 - 공동체와소비자	배순영· 손정원 (2014)	○ 소비자시민사회 형성 - 타 소비문화에 대한 이해 - 소비자의 참여·협동 - 공생적 소비문화
오수진 (2015)*	○ 가치 교육 - 개인의가치 - 공동체가치	김시월 (2017)	○ 신소비문화 형성 - 생활양식과 소비균형 - 지속가능한 소비문화
교육부 외(2017)	○ 소비환경 ○ 소비자권리와 책임 ○ 윤리적 소비	일본 소비자청	○ 소비자시민사회 구축 - 소비의영향력이해 - 지속가능한소비실천 - 소비자의참여,협동

\*한국소비자원 발간물

- 선행연구를 참고하여, 전문가 의견 수렴을 위한 “소비자시민성” 대영역의 중영역을 선정하였으며, 1차안은 아래 〈표 4-3〉과 같음

〈표 4-3〉 “소비자시민성” 대영역의 중영역 1차안

중영역	내용 요소
소비자참여	- 소비자와 관련된 단체나 기관(현황, 활동 등) - 시민사회와 소비자운동 - 소비자와 관련한 정책에 참여할 수 있는 방법
소비자권리와 책무	- 소비자의 8대 권리와 5대 책임 - 소비자주의란 무엇인가 - 소비자의 권리와 권리를 실현시키는 방법
가치관 교육	- 소비윤리: 소비욕구, 소비태도, 소비문화
신소비문화 (윤리적 소비)	- 공정무역, 로컬소비 - 기부, 자선, 봉사 참여 방법과 의미 등에 대한 소비자교육 - 착한소비
지속가능한 소비 (녹색소비)	- 환경보호(수질, 대기, 토양)와 자원의 보존 - 가정생활에서 할 수 있는 에너지 절약 방법 - 교통문제 - 분리수거, 재활용, 쓰레기 종량제

## 2. 소비자피해 예방·구제

- “소비자피해 예방·구제” 대영역의 소비자교육 내용은 소비자교육을 통해 소비자피해의 발생을 사전에 예방하고, 소비자피해를 경험한 소비자의 대응 수준을 향상시키기 위한 실질적인 목표를 가지고 설계되었음
  - OECD 소비자정책위원회(Committee on Consumer Policy)에서는 의사결정 능력의 함양, 책임 있는 소비행태 촉진과 함께 소비자의 권리에 대한 인식 제고와 권리 침해시의 피해구제에 대한 인식 제고를 소비자교육의 목표로 설정함(OECD, 2010)
- 선행연구에서 “소비자피해 예방·구제” 대영역이 포괄하는 교육내용을 살펴보면, 소비자의 권리와 책임 외에 소비자피해 이후의 처리과정에 관한 내용을 다루고 있음

〈표 4-4〉 선행연구에서 “소비자피해 예방·구제” 대영역의 중영역 내용

연구자 (연도)	중영역과 내용요소	연구자 (연도)	중영역과 내용요소
이득연·송 순영 (1992)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민의식 교육               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자권리</li> <li>- 소비자책임</li> <li>- 소비자참여</li> </ul> </li> </ul>	배순영 (2005)*	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자문제해결 및 예방               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자문제의해결</li> <li>- 소비자주권과소비자참여</li> </ul> </li> </ul>
배윤정·김 기옥 (2000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자주의               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자권리와 책임</li> <li>- 소비자보호 법·행정</li> <li>- 소비자참여·단체</li> </ul> </li> </ul>	김태은 (2002)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자주의               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자권리와책임</li> <li>- 소비자관련법</li> <li>- 소비자피해구제</li> <li>- 소비자보호행정·활동</li> </ul> </li> </ul>
송순영 외 (2002)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자시민교육               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자역할</li> <li>- 소비자권리와 책임</li> <li>- 소비자 문제와 해결</li> </ul> </li> </ul>	송순영 (2003)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 문제인식 교육               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 현대사회와 소비자</li> <li>- 소비자문제의 배경·본질</li> <li>- 소비자문제의 현황</li> </ul> </li> </ul>

연구자 (연도)	중영역과 내용요소	연구자 (연도)	중영역과 내용요소
			<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자립교육</li> <li>- 소비자권리</li> <li>- 소비자책임</li> <li>- 소비자피해와 불만처리</li> </ul>
오수진 (2015)*	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시민의식 교육</li> <li>- 소비자의 권리와 책임</li> <li>- 소비자문제와 해결</li> </ul>	김시월 (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자문제의 해결과 예방</li> <li>- 소비자권리와 책임</li> <li>- 소비자안전</li> </ul>
EU의 소비자역량 내용체계	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자법에 대한 인식</li> <li>- 불법적인 상거래행위</li> <li>- 구매 후 청약철회</li> <li>- 보증기간</li> <li>○ 소비자참여(2)</li> <li>- 소동 경향</li> <li>- 소비자피해와 구제</li> </ul>	교육부 (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자문제해결</li> <li>- 소비자상담, 인터넷 쇼핑 소비자피해, 분쟁조정</li> </ul>

□ 선행연구를 참고하여, 전문가 의견 수렴을 위한 “소비자피해 예방·구제” 대영역의 중영역을 선정하였으며, 1차안은 아래 <표 4-5>과 같음

<표 4-5> “소비자피해 예방·구제” 대영역의 중영역 1차안

중영역	내용 요소
소비자보호 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자상담기관 안내</li> <li>- 소비자피해의 구제방법 및 절차</li> <li>- 한국소비자원과 공정거래위원회</li> <li>- 중앙행정부처/지자체의 소비자보호 행정</li> <li>- 소비자단체/소비자운동</li> </ul>
소비자관련법	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자보호법</li> <li>- 제조물 책임법</li> <li>- 방문판매법</li> <li>- 할부거래법</li> </ul>

피해구제	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자의 만족/불만족과 대응행동</li> <li>- 소비자권리를 지켜줄 수 있는 품목별 소비자피해보상규정</li> <li>- 소비자 피해구제, 분쟁조정</li> <li>- 물건이나 서비스에 대한 불만을 보상받을 수 있는 방법</li> <li>- 리콜, 클링오프</li> </ul>
소비자계약	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 핸드폰·통신서비스 소비자계약</li> <li>- 헬스장 소비자계약</li> <li>- 해외여행, 항공권, 패키지 소비자계약</li> <li>- 교육서비스 관련 소비자계약</li> </ul>

### 3. 소비자정보·구매의사결정

- “소비자정보·구매의사결정” 대영역의 소비자교육 내용은 소비자거래역량의 향상을 도모하기 위한 목적으로 설계되었음
- 선행연구에서 “소비자정보·구매의사결정” 대영역이 포괄하는 교육내용을 살펴보면, 광고 등 소비자정보원천에 관한 내용과 식품 라벨 등 표시정보 이용에 관한 내용을 다루고 있음

〈표 4-6〉 선행연구에서 “소비자정보·구매의사결정” 대영역의 중영역 내용

연구자 (연도)	중영역과 내용요소	연구자 (연도)	중영역과 내용요소
이득연· 송순영 (1992)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 구매교육               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 안전·위해</li> <li>- 품질·규격</li> <li>- 표시·정보</li> <li>- 광고</li> <li>- 거래조건·방법</li> </ul> </li> </ul>	배순영 (2005)*	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 합리적 구매와 사용               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정보의 수집과 분석</li> <li>- 구매의사결정과 구매, 그리고 사용</li> </ul> </li> </ul>
배윤정· 김기옥 (2000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 구매의사결정               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 의사결정 영향요인</li> <li>- 의사결정 과정</li> </ul> </li> <li>○ 소비자정보기술               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 인터넷거래 이용법</li> <li>- 소비자정보 활용법</li> </ul> </li> </ul>	배순영· 손정원 (2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 구매와 사용               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고와 소비자정보</li> <li>- 구매의사 결정과 계약</li> </ul> </li> </ul>

연구자 (연도)	중영역과 내용요소	연구자 (연도)	중영역과 내용요소
김태은 (2002)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 구매의사결정               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 문제인식</li> <li>- 소비자정보탐색</li> <li>- 구매절차</li> <li>- 구매결과에 대한 평가</li> </ul> </li> </ul>	오수진 (2015)*	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 합리적 구매 교육               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 의사결정과정과 영향요인</li> <li>- 소비자정보</li> <li>- 소비자안전</li> </ul> </li> </ul>
송순영 외 (2002)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 합리적 구매교육               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 의사결정</li> <li>- 구매</li> <li>- 영향요인</li> <li>- 소비자정보</li> </ul> </li> </ul>	김시월 (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 합리적 구매와 사용               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 광고와 소비자정보</li> <li>- 구매의사결정과 사용법</li> </ul> </li> </ul>
송순영 (2003)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 구매교육               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품</li> <li>- 서비스</li> </ul> </li> </ul>	일본 소비자청	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 정보와 미디어               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정보의 수집·발신·활용 능력</li> <li>- 정보사회의 규칙과 정보 윤리의 이해</li> <li>- 소비 생활 정보에 대한 비판적 사고력</li> </ul> </li> </ul>
EU의 소비자 역량 내용체계	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자기술(1)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 라벨 해석능력</li> <li>- 표시 해석 능력</li> </ul> </li> <li>○ 소비자참여(1)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품 비교</li> <li>- 거래용어 및 조건</li> <li>- 소비자정보에 대한 관심</li> </ul> </li> </ul>	교육부 외 (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자정보               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품표시, 광고</li> </ul> </li> </ul>

□ 선행연구를 참고하여, 전문가 의견 수렴을 위한 “소비자정보·구매의사결정” 대영역의 중영역을 선정하였으며, 1차안은 아래 <표 4-7>과 같음

- 한국소비자원의 피해구제 사건 가운데 전자상거래 관련 소비자피해가 2016년 8,165건, 2017년 9,457건, 2018년 10,139건으로 점진 증가함을 반영하여 전자상거래 관련 내용을 “소비자정보·구매의사결정”영역의 중영역으로 구성함



〈표 4-7〉 “소비자정보·구매의사결정” 대영역의 중영역 1차안

중영역	내용 요소
인터넷 이용하기	- 인터넷 이용/정보탐색/전자우편 이용
온라인 쇼핑	- 쇼핑몰 사이트 접근 방법 - 구매절차 알기 - 결제 시스템
온라인 बैं킹	- 인터넷 은행 서비스 이용법 - 인터넷 주식거래 서비스 이용법
각종 사이트 이용	- 원격 의료 사이트 안내 및 이용방법 - 원격 교육 사이트 안내 및 이용방법 - 인터넷 주식거래 이용방법 - 온라인 저널 이용방법
소비자정보 탐색	- 소비자정보 탐색 방법 - 정보비용과 정보평가 - 물건 구매시 고려기준
정보 프라이버시	- 개인정보 보호 등 공개되는 정보에 관한 권리와 그에 상응하는 책임 - 사생활보호, 사이버범죄와 신분 보호
소비자정보	- 어디에서 좋은 소비자정보를 얻을 수 있는가 - 피해를 입기 쉬운 최신 정보 - 싼 가격에 구매할 수 있는 시장정보 - 새롭게 바뀌는 생활법률이나 정보

#### 4. 소비자안전사고의 예방과 대응

- 소비자안전 교육은 “위해요소, 위험으로부터의 소비자 피해를 최소화하기 위한 물품 및 서비스의 구매·사용, 사고에 대한 대응 등과 관련된 의식, 지식, 행동에 관한 교육”이라고 정의할 수 있음(송순영, 2015, 7쪽)<sup>68)</sup>
  - “소비자안전(consumer safety)”이란, 소비자가 제품이나 서비스를 구매, 사용, 처분하는 과정에서 생명, 신체, 재산상의 위험, 손해가

68) 송순영. (2015). 소비자 안전교육 내용 체계화에 관한 연구. 한국소비자원 정책연구보고서, 15-19.

존재하지 않는 상태를 의미함(오경임·이승신, 2012)<sup>69)</sup>

- 선행연구에서 “소비자정보·구매의사결정” 대영역이 포괄하는 교육내용을 살펴보면, 광고 등 소비자정보원천에 관한 내용과 식품 라벨 등 표시정보 이용에 관한 내용을 다루고 있음

〈표 4-8〉 선행연구에서 “소비자안전사고의 예방과 대응” 대영역의 중영역 내용

연구자 (연도)	중영역과 내용요소	연구자 (연도)	중영역과 내용요소
송순영 (2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지식               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내외 소비자안전 사건 발생 역사</li> <li>- 위험, 위해의 개념과 안전 및 소비자안전의 개념, 범위</li> <li>- 소비자안전관리제도</li> <li>- 상품별 안전표시제도 이해</li> <li>- 소비자안전 피해사례</li> <li>- 소비자안전 관련 피해구제 사례</li> </ul> </li> <li>○ 의식               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자생활안전의 중요성</li> <li>- 현대사회 변화와 소비자위험</li> <li>- 상품별 안전정보의 탐색</li> <li>- 소비자위해정보 탐색</li> <li>- 소비자 8대 권리와 소비자안전</li> <li>- 안전소비문화의 이해와 창출</li> </ul> </li> <li>○ 행동               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생활안전 영역 및 영역별 소비자안전문제</li> <li>- 위험 커뮤니케이션과 소비자</li> <li>- 안전한 상품 및 서비스의 선택: 안전성의 고려</li> <li>- 제품사용시 안전 유의사항</li> <li>- 안전관련 피해구제 기관의 활용</li> <li>- 리콜제도, 제조물 책임제도의 활용</li> </ul> </li> </ul>	배순영·손정원 (2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 안전 및 문제대응               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자안전</li> <li>- 소비자문제대응능력</li> </ul> </li> </ul>
		김시월 (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자문제의 해결과 예방               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자권리와 책임</li> <li>- 소비자안전</li> </ul> </li> </ul>
		일본 소비자청	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 상품 등의 안전               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품안전의 이해와 위험회피능력</li> <li>- 문제 대응 능력</li> </ul> </li> </ul>
		교육부 외 (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자안전               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제품안전, 식품안전, 생활안전</li> </ul> </li> </ul>

69) 오경임·이승신. (2012). 소비자안전 정보탐색에 따른 안전추구행동. Family and Environment Research, 50(5), 101-113.

- 선행연구를 참고하여, 전문가 의견 수렴을 위한 “소비자안전사고의 예방과 대응” 대영역의 중영역을 선정하였으며, 1차안은 아래 <표 4-9>과 같음
- “식품안전에 대한 소비자들의 불안감이 커지면서 이와 관련한 소비자교육의 필요성도 중요해지고 있음” (조유현, 박명희, 손상희, 2011<sup>70)</sup>)
  - “안전 교육이 여타 소비자교육에 비해 실시 횟수가 적은 편임(송순영, 2015<sup>71)</sup>)”

<표 4-9> “소비자안전사고의 예방과 대응” 대영역의 중영역 1차안

중영역	내용 요소
가치관	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 8대 권리와 소비자안전</li> <li>- 안전, 위해, 소비자안전의 개념</li> </ul>
구매	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품별 안전정보의 탐색</li> <li>- 소비자 위해정보의 탐색</li> <li>- 위험 커뮤니케이션과 소비자</li> <li>- 안전한 상품 및 서비스의 선택</li> <li>- 제품 사용시 안전 유의사항</li> </ul>
정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 안전관리 제도</li> <li>- 상품별 안전표시 제도</li> </ul>
소비자시민성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내외 소비자안전 사건의 발생 역사</li> <li>- 생활영역별 소비자안전문제</li> <li>- 소비자안전 피해사례</li> <li>- 소비자안전 관련 피해구제 사례</li> <li>- 안전관련 피해구제 기관의 활용</li> <li>- 리콜제도, 제조물책임제도의 활용</li> </ul>
대중교통	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대중교통의 개념, 버스이용, 지하철 이용, 환승의 개념, 택시, 기차 및 고속버스 이용</li> <li>- 차량관리를 보다 잘 할 수 있는 방법</li> </ul>

70) 조유현·박명희·손상희. (2011). 식품안전 소비자교육 프로그램의 방향과 사례 프로그램 제작 연구. 한국생활과학회지, 20(6), 1167-1184.

71) 송순영. (2015). 소비자 안전교육 내용 체계화에 관한 연구. 한국소비자원 정책연구보고서 15-19.

중영역	내용 요소
제품안전	- 사용설명서나 표시를 보다 쉽게 이해할 수 있는 방법 - 가전제품 등의 관리방법
식품안전	- 유통기한, 영양표시, 첨가물, 유해물질 - 수입 농, 수, 축산물 안전관련 원산지 표시제, 이력추적제 - 건강기능식품 품질인증 관련 제도 - 친환경 농산물
의약품·화장품	- 약물 남용 및 통제 - 의약품과 화장품의 유통기한 - 부작용과 주의사항

## 5. 소비자재무관리

- “소비자재무관리” 대영역의 소비자의 재무적 복지 향상을 도모하기 위한 목적으로 설계되었음
- 선행연구에서 “소비자재무관리” 대영역이 포괄하는 교육내용을 살펴보면, 기본적인 경제원리 외에 수입·지출, 저축·투자, 차용, 은퇴설계, 증여와 상속 등의 내용을 포함함

〈표 4-10〉 선행연구에서 “소비자재무관리” 대영역의 중영역 내용

연구자 (연도)	중영역과 내용요소	연구자 (연도)	중영역과 내용요소
김시월, 노영래 (2013) <sup>72)</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 개인재무설계 실행               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경제구조와 재무상태</li> <li>- 재무태도</li> <li>- 소득과 지출관리</li> <li>- 신용과 부채</li> </ul> </li> <li>○ 개인재무복지               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 주관적 재무복지</li> <li>- 객관적 재무복지</li> </ul> </li> <li>○ 개인재무관리 교육</li> </ul>	김태은 (2002)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 가계재무관리               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가계재무관리 기초: 가계재무설계의 원리</li> <li>- 효율적 소비: 지출/차용/세금관리</li> <li>- 재정적 안정: 보험/저축</li> <li>- 자산의 증대: 주식/부동산</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 개인재무관리 교육프로그램 개발 및 기초연구</li> <li>- 재무관리 교육 효과분석</li> <li>○ 개인위험관리               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 위험관리와 보험</li> <li>- 은퇴설계와 상속</li> </ul> </li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 노후자산관리: 노후설계, 증여와 상속</li> </ul>
		송순영 외 (2002)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자원관리 교육               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 경제원칙</li> <li>- 금전관리</li> </ul> </li> </ul>
배윤정·김기옥 (2000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자재무관리               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입과 지출의 관리</li> <li>- 소득과 자산의 보호</li> <li>- 자산의 증대</li> <li>- 노후설계와 상속</li> </ul> </li> </ul>	배순영 (2005)*	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시장경제의 이해               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시장경제의 기본원리</li> <li>- 소비자자원의 관리</li> </ul> </li> </ul>
이정·유현정 (2013)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자원관리               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 수입과 지출의 관리 (지출, 차용, 자금, 세금관리)</li> <li>- 자산보호 (보험, 위험관리)</li> <li>- 자산의 증대 (저축, 투자)</li> <li>- 노후설계 상속 (노후설계, 증여와 상속)</li> </ul> </li> </ul>	배순영·손정원 (2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시장과 소비자 이해               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시장경제와 소비자역할</li> <li>- 소비생활 설계·관리</li> </ul> </li> </ul>
오수진 (2015)*	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 자원관리 교육               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 자원관리의 원칙</li> <li>- 자원관리의 실제</li> </ul> </li> </ul>	김시월 (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 시장경제의 이해               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 시장경제와 소비자역할</li> <li>- 돈과 돈의 관리</li> </ul> </li> </ul>
EU의 소비자 역량 내용체계 73)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자기술(2)               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 가격비교</li> <li>- 이자율 계산</li> </ul> </li> </ul>	교육부 외 (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자의 경제생활               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 선택과 희소성</li> <li>- 스마트 컨슈머</li> </ul> </li> </ul>

72) 김시월·노영래. (2013). 개인재무관리 관련 교과영역 현황 및 교육 요구도 연구 -전국의 소비자학 관련 학과를 중심으로-. Financial Planning Review, 6(2), 2013. 05. 1-34.

73) 오수진(2017). EU 소비자교육 현황 및 시사점: 소비자교육자료 플랫폼을 중심으로. 소비자정책동향, 제85호, 1-20.

- 선행연구를 참고하여, 전문가 의견 수렴을 위한 “재무관리” 대영역의 중영역을 선정하였으며, 1차안은 아래 <표 4-11>과 같음
- 다문화가정 여성결혼이민자의 경우 소득, 소비, 저축, 보험, 구매문제 등 금융경제 영역에서 어려움을 경험하고 있으며, 한국에서 은행업무를 수행하는 데 있어서도 어려움을 경험
  - 어떤 은행을 어떻게 선정하고 거래하는 것이 좋은지, 저축이나 적금은 어느 것이 좋은지 등 금융소비자정보가 부족하며, 금융·경제 관련 소비자교육에 대한 참여의사가 높음 (박혜영·김시월, 2014)<sup>74)</sup>

&lt;표 4-11&gt; “소비자재무관리” 대영역의 중영역 1차안

중영역	내용 요소
기초	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가계 재무관리의 기초와 재무설계의 원리</li> <li>- 경제원칙: 욕구와 자원, 희소성, 인플레이션</li> </ul>
수입/지출	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 가계소득에 맞춘 예산계획 방법</li> </ul>
저축·투자	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 금융상품의 선택</li> <li>- 주식투자 방법과 유의사항</li> <li>- 부동산투자(주택 구입시 고려사항)</li> <li>- 주택과 관련한 계약, 등기, 보수 등</li> </ul>
보험 위험관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 보험상품 선택 및 계약과 가입</li> <li>- 보험관리</li> </ul>
대출	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신용에 대한 올바른 이해: 이익과 불이익</li> <li>- 신용 관리 방법</li> <li>- 채무불이행자 문제</li> <li>- 신용카드의 기능과 특징, 선택기준과 발급신청 방법</li> <li>- 신용카드 관련 소비자문제 해결방법</li> </ul>

74) 박혜영·김시월. (2014). 다문화가정 여성결혼이민자의 금융경제 관련 소비자교육 요구에 관한 연구. Financial Planning Review, 7(2), 33-64

중영역	내용 요소
세금	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 세금의 납부(각종 세금을 줄일 수 있는 방법)</li> <li>- 상속세와 증여세 절세요령</li> <li>- 소득공제</li> </ul>
노후설계	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국민연금과 개인연금</li> <li>- 기업 퇴직금</li> <li>- 은퇴 후의 소득과 지출</li> <li>- 장단기 저축상품, 연금 등 금융상품의 선택요령</li> </ul>
증여/상속	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 증여와 상속</li> </ul>





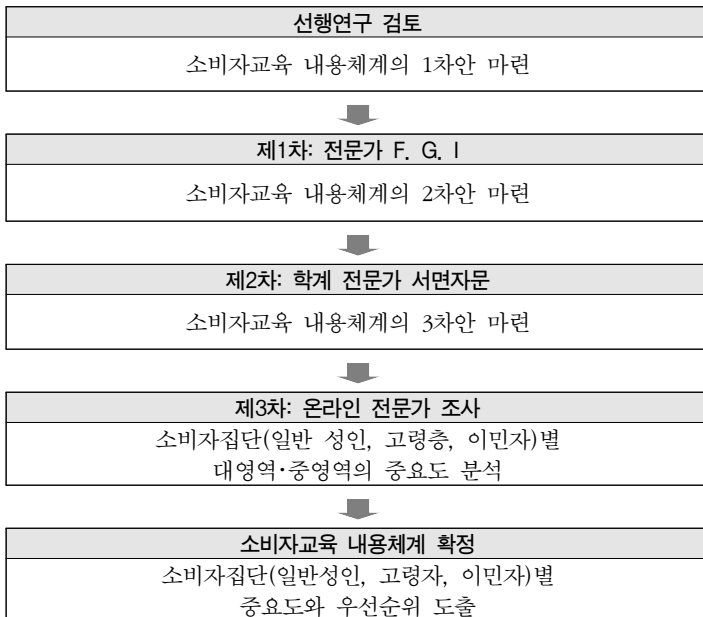
## 제5장 전문가 의견조사

- 제1절 FGI를 통한 각계 전문가 의견 수렴
- 제2절 서면자문을 통한 학계 전문가 의견 수렴
- 제3절 온라인 전문가조사를 통한 중요도와  
우선순위 분석
- 제4절 소결



## 제5장 전문가 의견조사

- 앞서 제4장에서 수립한 소비자교육 내용체계의 제1차안에 대하여 타당성을 확보하고, 내용 중요도를 바탕으로 최종 내용체계를 확정하기 위해 <그림 5-1>과 같은 순서로 전문가 의견을 수렴함
- 제1차 의견수렴은 2019년 5월 17일 한국소비자원 서울지원 회의실에서 FGI 형식으로 이루어짐
- 제2차 의견수렴은 2019년 6월 30일부터 7월 1일 사이 실시되었으며, 자유기술식 서면자문 형식을 빌어 이루어짐
- 제3차 의견수렴은 2019년 7월 22일부터 7월 26일 사이 구조화된 조사지에 근거하여 이루어짐



<그림 5-1> 전문가 의견 수렴의 과정

## 제1절 FGI를 통한 각계 전문가 의견 수렴

### 1. FGI 실시 개요

- ☐ 앞서 제4장에서 소개한 소비자교육 내용체계의 1차안에 대하여 10명의 전문가 패널을 한 자리에 모아 FGI 형식으로 의견을 구함
  - FGI는 한국소비자원의 서울지원 회의실에서 2019년 5월 17일에 개최되었음
  - FGI에 참여한 전문가들은 소비자단체와 대학·연구기관, 한국소비자원에서 근무하고 있으며 참석자 명단은 아래 <표 5-1>과 같음

<표 5-1> 제1차 의견수렴 참석자 명단

	소속기관	대상자	비고
단체	한국○○○	○○○ 회장	본원 비상임이사
	소비자○○○○○	○○○ 국장	소비자교육 전문가
	소비자○○○○○	○○○ 국장	소비자교육 전문가
학계	한국○○○○원	○○○ 실장	평생교육 전문가
	○○대학교	○○○ 교수	소비자교육 전문가
	○○○○대학교	○○○ 교수	현 소비자정책교육학회장
	○○대학교	○○○ 교수	소비자교육 전문가
K C A	○○○○팀	○○○ 팀장	본원 교육기획팀장
	○○○○○○○○팀	○○○ 팀장	소비자교육 전문가
	○○○○○○○○팀	○○○ 연구원	소비자학 박사과정

- ☐ 제1차 의견수렴을 위한 자리에서는 소비자교육 내용체계 개선연구의 효율적인 수행을 위해 다음 내용이 논의되었음
  - 새로운 시대, 이상적인 소비자상은 어떻게 정립될 수 있는가?
    - 새로운 시대, 소비자에게 가장 필요한 소비자역량은 무엇인가?

- 소비자교육이 가장 필요한 소비자 집단은 누구인가?  
(예: 사회초년생, 고령화 시대 노인소비자, 1인 가구, 결혼이민여성, 북한이탈주민 등)
- 새로운 시대, 이상적인 소비자상을 새롭게 묘사한다면, 어떻게 설명할 수 있는가?
- 새로운 시대, 소비자교육의 목표는 어떻게 재설정될 수 있는가?
  - 소비자교육 내용체계 수립에 앞서 주목할 필요가 있는 최근의 시장 환경 변화로는 무엇이 있는가?
  - 소비자시장에서 최근 발생하고 있는 소비자문제 가운데, 소비자교육 내용에 반영이 필요한 이슈로는 무엇이 있는가?
  - 향후 소비자교육의 목표는 어떻게 재설정될 수 있는가?
- 소비자교육 내용체계를 바탕으로 생각할 때, 특정 소비자 집단에게 어떤 영역/내용요소는 다른 영역/내용요소보다 더 중요성을 갖는가?
  - 소비자교육 내용체계의 대영역 가운데 교육대상(취약계층, 청소년, 청년층, 중·장년층, 노년층)별로 가장 중요한 영역은 무엇인가?
  - 소비자교육 내용체계의 중영역 가운데 교육대상(취약계층, 청소년, 청년층, 중·장년층, 노년층)별로 가장 중요한 영역은 무엇인가?

## 2. FGI 주요 결과

- ☐ <표 5-1>에 포함된 전문가 의견은 비슷한 내용의 발언을 정리하여 대표적인 내용을 중심으로 유목화하는 방식으로 내용분석 함

- (소비자교육의 목표) 소비자교육의 중장기 목표를 수립해야 할 필요가 있으며, 소비자교육의 영역이 확대됨에 따라 새로운 영역에서 어떠한 교육을 할 수 있을지 확인해 볼 필요
- (이상적인 소비자상) 이상적인 소비자상은 시대 흐름에 따라 달라지는 것이 아니며, 그보다는 소비자시장의 환경과 교육내용이 변화하는 것이라고 사료됨
- (소비자교육의 대상) 소비자교육의 대상으로 한국사회에 새로 유입되는 이민자들을 주요하게 고려할 필요가 있으며, 특히 이민자용 교육체계와 일반인용 교육 체계를 구분하기 바람
  - 청소년 대상 소비자시민성 교육이 중요
  - 고령자 대상 정보화 교육이 중요
  - 이민자 대상 신용카드 발급 관련 교육이 중요
- (시장환경 변화) 다음 사항을 소비자교육 내용체계 개선에 있어 추가적으로 고려하기 바람
  - 기술적 변화: 기술수용과 소비자소외, 개인정보 보호, 정보 격차
  - 사회·문화적 변화: 매너있는 소비자, 책임감 있는 소비자, 생산에 참여하는 소비자
  - 인구구조 변화: 한국 사회의 인구 변화와 고령사회의 도래
- <표 5-2>에 포함되지 않은 기타 의견으로는 다음이 있었음
  - (학계) 소비자교육을 지식형과 참여형으로 구분하기 바람
  - (소비자단체) 소비자시민성과 관련하여, 개인들이 스스로 조직화하여 사회에 참여하고, 사회 변화를 이끌어 내고, 소비자권익 증진을 도모하는 움직임이 있음을 강조하기 바람

- <표 5-2>는 각 대영역에 관한 전문가패널의 의견을 정리하여 수록함
- 대영역의 배치 순서와 관련하여, 소비자시민성 영역이 첫 번째로 배치될 필요가 있다는 의견이 있었음

〈표 5-2〉 제1차안에 대한 FGI 결과 수렴된 대영역별 개선 사항

구분	내용
대영역 배치 순서	- ① 소비자시민성 ② 소비자안전 ③ 자원관리 ④ 소비자정보 ⑤ 소비자피해예방-피해구제의 순으로 배치되는 것이 적절함
소비자 시민성	- 소비자교육의 제1대영역으로 전진배치되는 것이 합당함 - 청소년 대상 소비자시민성 교육이 필요함 - “소비자주권”이라는 용어를 명시하여 사용하기 바람 - 공생적 소비문화에 대한 강조가 필요함
소비자피해 예방·구제	- 소비자계약과 관련하여 피해예방 교육 내용을 포함하기 바람
소비자정보의 활용과 구매의사결정	- 노년층 대상 정보화 교육(키오스크 이용 주문방법 등)을 포함하기 바람
안전사고의 예방과 대응	- 품목별 내용체계 수립이 불가피함 - 소비생활에서 제품보다 서비스가 차지하는 비중이 증가하고 있음
소비자 재무관리	- 이민국 대상 교육 내용에서 신용카드 발급과 관련된 내용을 다루어야 할 필요

## 제2절 서면자문을 통한 학계 전문가 의견 수렴

### 1. 서면자문 실시 개요

- 제1차안에 대하여 FGI한 결과를 바탕으로 소비자교육 내용체계의 제2차안을 마련하고, 제2차안에 대하여 학계 전문가에게 서면 질의서를 발송하여 개선의견을 수렴함
- 서면자문을 통한 학계 전문가 의견수렴은 2019년 6월 30일~7월 8일 사이 실시되었으며, 자유기술식 서면자문 형식으로 이루어짐
- 서면자문에 참여할 학계 전문가 선정시 고려한 사항은 다음과 같음 (Famer & Richman, 1965<sup>75)</sup>)
  - 첫째, 연구 분야에 대한 기본적인 지식과 지식의 적용능력을 보유한 자
  - 둘째, 합리적이며 객관적이어야 함
  - 셋째, 해당 분야의 성과나 실적이 우수한 자
  - 넷째, 연구가 진행되는 동안 참여가 가능한 자

〈표 5-3〉 제2차 의견수렴 참석자 명단

소속기관		대상자	비고
학 계	○○대학교	○○○ 교수	소비자재무교육 전문가
	○○대학교	○○○ 교수	소비자교육 전문가
	○○○○대학교	○○○ 교수	소비자정책교육학회장
	○○대학교	○○○ 교수	이민자 소비자교육 전문가

75) Farmer, R. N., & Richman, B. M. (1965). Comparative management and economic progress. Homewood, IL: Richard D. Irwin.



## 2. 소비자교육 내용체계의 2차안

- ☐ <표 5-2>에 수록된 전문가의견을 반영하여 다음과 같은 소비자교육 내용체계의 2차안을 마련함

〈표 5-4〉 “소비자시민성” 대영역의 2차안

중영역1	○ 소비자권리와 책임 (지식)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자주권</li> <li>- 소비자주의</li> <li>- 소비자의 권리와 책무</li> </ul>
중영역2	○ 지속가능한 소비생활 (태도, 가치관)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 환경보호(수질, 대기, 토양)</li> <li>- 자원재활용과 분리수거, 쓰레기 줄이는 법</li> <li>- 에너지절약</li> </ul>
중영역3	○ 공동체 지향적 소비생활 (태도, 가치관)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬소비와 공정무역</li> <li>- 기부·자선·봉사</li> <li>- 예약부도 근절/ 매너있는 소비행동</li> </ul>
중영역4	○ 바람직한 소비문화 형성 (태도, 가치관)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 과소비와 충동구매</li> <li>- 상표권의 의미와 모조품 소비</li> </ul>
중영역5	○ 소비자의 시민사회 참여 (기술)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 시민사회와 소비자운동의 역사</li> <li>- 소비자정책에 참여할 수 있는 방법</li> <li>- 소비자단체 현황</li> </ul>

〈표 5-5〉 “소비자피해의 예방·구제” 대영역의 2차안

중영역	○ 소비자보호 관련 법률 (지식)
	- 소비자기본법 - 제조물책임법 - 방문판매법 - 할부거래법
중영역	○ 피해예방정보의 탐색과 활용 (지식)
	- 소비자피해예방주의보 - 사기의심사이트(국제거래소비자포털)
중영역	○ 계약시 주의사항 (지식)
	- 콜링오프 - 다단계 소비자피해 예방 - 구매 후 불만족시 계약 해지 방법 - 소비자피해가 자주 일어나는 품목의 소비자피해보상규정
중영역	○ 정보 프라이버시 인식 제고 (태도, 가치관)
	- 개인정보와 사생활 - 사이버 범죄
중영역	○ 소비자피해 대응방법 (기술)
	- 한국소비자원/소비생활센터의 기능 - 1372 소비자상담센터 이용 방법 - 소비자피해구제 신청방법과 처리절차 (상담, 피해구제, 분쟁조정)

〈표 5-6〉 “소비자정보의 활용과 구매의사결정” 대영역의 2차안

중영역	○ 구매 의사결정의 단계 (지식)
	- 문제인식 - 대안평가·선택 - 소비자정보탐색 - 구매결과에 대한 평가
중영역	○ 가격·품질 정보의 획득 방법 (지식)
	- 품질정보( <a href="http://consumer.go.kr">http://consumer.go.kr</a> ) - 가격정보( <a href="http://price.go.kr">http://price.go.kr</a> ) - 상품 표시와 광고(제품 라벨 읽기)
중영역	○ 온라인 구매 서비스 이용의 실제 (기술)
	- 온라인 쇼핑몰 이용법 - 온라인 배송 이용법 - 기차표, 버스표 예매 방법 - 키오스크 이용 주문 방법

〈표 5-7〉 “안전사고의 예방과 대응” 대영역의 2차안

중영역	○ 소비자안전에 대한 이해 (지식)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자안전의 개념</li> <li>- 소비자안전과 관련된 소비자의 권리와 책임</li> </ul>
중영역	○ 상품 사용시 안전 유의사항 (지식)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 안전 표시(유통기한, 영양표시, 첨가물, 원산지, 위생문제, 식중독 등)</li> <li>- 건강기능식품(다이어트 식품 등)</li> <li>- 의약품(유통기한, 부작용, 약품남용 등)</li> <li>- 화장품</li> <li>- 생활화학용품(자동차 관리용품, 세제, 살균제, 페인트 및 기타 유해물질)</li> <li>- 가전제품(사용설명서와 표시 이해, 감전, 누전, 화재예방, 전자파 등)</li> </ul>
중영역	○ 시설 이용시 안전 유의사항 (지식)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 어린이보호구역, 유치원·학교 시설안전, 키즈카페, 어린이 문화센터, 과학체험시설, 슬라이드카페</li> <li>- 장애인 편의시설</li> <li>- 노인요양원/요양병원, 노인존</li> <li>- 가정내 위험한 장소와 위험한 물건</li> <li>- 승강기와 자동계단의 올바른 사용법</li> </ul>
중영역	○ 서비스 이용시 안전 유의사항 (지식)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성형수술·시술</li> <li>- 비만 시술 및 관리 서비스</li> <li>- 차량 관련 서비스(렌터카, 전기차 충전소, 카셰어링 등)</li> </ul>
중영역	○ 소비자 안전정보의 탐색과 활용 (기술)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 어린이안전넷(<a href="http://www.isafe.go.kr">http://www.isafe.go.kr</a>)</li> <li>- 소비자위해감시시스템(<a href="http://www.ciss.go.kr">http://www.ciss.go.kr</a>)</li> <li>- 안전정보 제공 제도(<a href="http://www.consumer.go.kr">www.consumer.go.kr</a>): 리콜정보, 위해/인증정보</li> </ul>
중영역	○ 소비자안전사고 대응방법 (기술)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자안전 관련 피해구제 기관의 활용</li> <li>- 리콜제도와 제조물책임제도</li> </ul>

〈표 5-8〉 “소비자재무관리” 대영역의 2차안

중영역	○ 시장경제의 기본 원리 (지식)
	- 희소성, 기회비용과 선택 - 돈의 시간가치
중영역	○ 소득과 지출 (기술)
	- 생애주기별 소득과 지출의 변화 - 각종 세금을 줄일 수 있는 방법, - 가계의 소득에 맞추어 예산을 수립하고 실행하는 방법
중영역	○ 저축과 투자 (기술)
	- 생애주기별 재무목표 설정 - 주택 구입시 고려해야 할 사항
중영역	○ 연금과 은퇴설계 (기술)
	- 가계 특성 및 재무목표 파악(왜 투자를 하는가?) - 자산상태표, 가계수지상태표, 재무비율 - 은퇴 후 필요자금 산정 - 현재 자산상태 분석과 부족분 계산 - 국민연금, 퇴직연금, 개인연금제도 - 주택담보노후연금
중영역	○ 부채와 신용 (기술)
	- 신용카드 발급방법, 이용시 주의사항 - 소득, 자산 대비 부채상환비율 - 금융기관 이용방법
중영역	○ 위험과 보험 (기술)
	- 보험 용어와 약관 - 보험금과 보험료, 세제혜택 - 보험 가입시 주의사항
중영역	○ 금융소비자정보의 탐색과 활용 (기술)
	- 금융소비자정보포털 파인( <a href="http://fine.fss.or.kr">http://fine.fss.or.kr</a> ) - 각 은행의 금융소비자보호 홈페이지
중영역	○ 금융소비자피해 예방 (기술)
	- 불완전판매와 금융소비자피해 - 금융소비자피해구제 기관의 활용 - 금융사기 주의사항 - 신용카드 이용할 때 주의사항 - 보이스피싱 소비자피해 예방 - 상조서비스 소비자피해 예방

### 3. 서면자문의 주요 내용

- 서면자문은 비슷한 내용의 발언을 정리하여 대표적인 내용을 중심으로 유목화하는 방식으로 내용분석 하였으며, 그 결과는 <표 5-9>와 같음

<표 5-9> 제2차 전문가패널의 주요 의견

구분	내용
전반적 타당성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대영역, 중영역 등 영역별 반영 비율이 적정하고, 순서 또한 적당하다고 사료됨</li> <li>- 소비자교육대상을 5개 집단, 5개의 대영역으로 구분한 것은 적절하다고 판단됨. 다만 중영역과 영역별 포함내용(구성요소)의 비율은 조정이 필요함</li> <li>- 소비자교육의 내용체계를 개선하는 데에 기존의 청년층, 중장년층, 노년층 등에 취약계층(결혼이민자, 탈북자)을 포함한 것은 매우 적절</li> </ul>
소비자교육의 목표	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 청소년 소비자교육의 경우, 소비자교육 세부목표를 2개 정도(합리적소비, 책임있는 소비)로만 보고 있음</li> </ul>
소비자 시민성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자주권은 취약계층뿐만 아니라 전체 소비자에게서 가장 중요한 기본 지식임</li> <li>- 소비자권리와 책임을 책임으로 할 것인지, 책무로 할 것인지 용어를 통일할 필요</li> <li>- 실제 소비생활에서 청소년들이나 청년의 인식 수준은 상당히 높아지고 있으나 중장년층 이상 소비자의 친환경 소비에 대한 실천도가 떨어지는(무관심) 현상이 발견됨</li> <li>- ‘소비자참여’는 시민사회 활동, 기업활동에 의견 개진 등 다양한 형태로 나타나므로 시민사회의 개념으로만 국한할 필요는 없음</li> <li>- 소비자주의와 소비자운동을 함께 다루는 경우가 많음</li> <li>- 취약계층에게도 지속가능한(환경친화적) 소비생활 교육이 필요함</li> <li>- 소비자정책에 참여할 수 있는 방법이 소비자교육의 구성 내용으로 적절한가?</li> </ul>
소비자피해 예방·구제	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자보호 관련 법률(지식) → 법률 자체를 교육하기 보다는 법률에서 제시하는 “내용”이 중심이 되어야 할 것임</li> <li>- 법률 이외에 제도, 규정 포함 필요</li> <li>- 소비자피해보상규정의 경우 현재 중영역3) 계약시 주의사항에 포함되어 있으나 중영역1)에 포함되는 것이 더 적절할 것으로 생각됨</li> </ul>

구분	내용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 특수거래 관련 법률 이외의 법률 검토 (기본적인 민법 내용 등)</li> <li>- 피해예방정보의 탐색과 활용(지식) → 소비자피해예방주의보에 대한 지식을 전달하기 보다는 해당 내용을 확인하여 실천하는 내용(기술)이 교육되어야 함</li> <li>- 법률 및 규정 - 프라이버시 인식 - 계약전(정보탐색 및 예방) - 계약시(청약철회 등) - 계약후(피해대응 등)</li> </ul>
소비자정보의 활용과 구매의사결정	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구매의사결정단계의 경우는 중고등 교과서에서 충분히 수록하고 다루고 있음</li> <li>- 소비자 구매의사결정 단계별 실천 방법 등을 다음 중영역에 하나씩 배치하는 것 고려</li> <li>- 청소년, 청년 대상으로 인플루언서 정보, 유튜브 정보 등의 광고/정보 구분 등 관련 특성을 이해할 수 있는 중영역 혹은 구성요소가 추가되기를 바람.</li> <li>- 온라인 활용이 증가하고 있는 점을 감안할 때, 온라인 정보탐색 및 구매 시 유의사항 영역에 대한 수정 보완이 필요</li> <li>- 비교사이트 이용방법에 대한 내용을 추가하기 바람</li> </ul>
안전사고의 예방과 대응	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 안전 관련 주요 제도가 리콜제도이며, 안전정보 외에 리콜 정보를 확인할 수 있는 사이트 등에 대한 교육 내용이 언급되기를 바람.</li> <li>- 단지 제도 자체를 설명하는 것 보다, 리콜 사례를 보여주는 것이 더 효과적이므로 ‘상품사용시 안전 유의사항 및 사례’ 등으로 중영역 명칭이 구성되면 좋을 것으로 사료됨.</li> </ul>
소비자 재무관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 예산을 포함한 기본적인 현금관리 방법을 내용체계에 포함할 필요</li> <li>- 중영역 명칭 변경(“자산상태표, 가계수지상태표, 재무비율” → “현금관리와 재무상태”)하고, 현재 “연금과 은퇴설계”에 포함되어 있는 “자산상태표, 가계수지상태표, 재무비율”을 여기에 포함</li> <li>- 중영역 명칭 변경(“가계 특성 및 재무목표 파악(왜 투자를 하는가?)” → 저축과 투자)</li> <li>- 세금을 포함하여 “비소비지출 관리 방법”으로 구성요소 수정</li> <li>- “저축과 투자” 중영역에서 목표 별 금융상품에 대한 기본 정보 추가를 추천함</li> <li>- 재무비율의 내용이 쉽지 않으므로 이를 쉽게 진단할 수 있는 사이트 정보를 제공하는 것이 바람직함</li> <li>- 은퇴 후 필요자금 산정, 현재 자산상태 분석과 부족분 계산→ 일반 소비자들에게는 어려운 내용이므로 은퇴필요자금 등 진단할 소개 및 사이트 정보와 활용방법 안내</li> </ul>

구분	내용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국민연금, 퇴직연금, 개인연금제도 등은 이론에 치우치기 쉬운 내용 이므로 예상 연금 수령액에 대한 확인 방법(내 연금확인, 통합연금 포털서비스 등)을 중심으로 교육할 필요</li> <li>- 부채와 신용 중영역은 명칭을 “소비자금융과 신용”으로 수정 권함</li> <li>- 주택구입시 고려해야할 사항이 대출 관련 내용 중심이라면 중영역 이동을 고려할 수 있음</li> <li>- 금융기관 이용방법 보다는 “대출 시 유의사항” 내용이 포함되어야 하며 이 내용이 먼저 제시되어야 함</li> <li>- 신용카드 발급방법 이전에 신용카드 이용시 주의사항 및 특징이 교육되어야 함</li> <li>- 신용평점 관리 방법, 대부업 이용 관련 내용이 포함되어야 할 필요가 있으며, 특히 이민자와 고령자에게 이와 같은 내용이 중요함</li> <li>- “위험과 보험” 중영역에서는 보험의 원리와 필요성, 증권(보장내용) 확인 방법(증서 확인방법), 보험의 종류와 특성, 보험 가입 시 주의 사항, 중장년층 및 노년층 대상 실버보험 특징과 주의사항 포함 필요</li> </ul>

### 제3절 온라인 전문가조사를 통한 중요도와 우선순위 분석

- 앞서 1절에서 소개한 FGI, 2절에서 소개한 서면자문 절차를 거쳐 마련된 소비자교육 내용체계(3차안)에 대하여, 각계 전문가를 대상으로 전문가조사를 실시하여 각 내용 영역의 중요도를 평가하고, 대상별 교육 우선순위를 도출함

#### 1. 온라인 전문가조사 실시 개요

- 본 절에서 수행한 온라인 전문가조사는 소비자교육이 대상에 따라 주로 어떤 내용을 중심으로 구성되어야 하는가에 대하여, 소비자교육과 관련하여 다년간의 경험을 축적해 온 현장 전문가와 연구 전문가 총 22명의 합의를 도출하는 데에 그 목적이 있음
  - 본 절에서 수행한 온라인 전문가조사에는 한국소비자원, 지방자치단체 소비생활센터, 소비자단체 등에서 근무하는 현장 전문가와 대학교 교원 등으로 근무하는 연구 전문가가 두루 포함됨
    - 현장 전문가는 소비자교육과 관련하여 직업으로서의 전문성을 보유하고 있으며, 소비자교육 관련 실무를 오랫동안 추진해 왔거나 사업의 목적과 성격을 잘 알고 있는 패널로 구성함
    - 연구 전문가는 소비자교육과 관련하여 학문적·이론적 전문성과 연구 업적을 보유하고 있으며, 소비자교육 정책의 방향에 관한 학술적 논의에 지속적으로 참여해 온 이들을 패널로 구성함
- 전문가 의견 조사에 참여한 전문가 패널의 전체 인원 수는 총 22명이며, 조사기간은 2019. 7. 22.-26.임



- 중요도 평가를 위한 문항은 아래와 같은 5점 리커트 척도를 이용하여 설계하였음. 중요도의 다섯 단계는 다음과 같음
  - 1점(보통)/ 2점(약간 중요)/ 3점(중요)/ 4점(매우 중요)/ 5점(극히 중요)
- 온라인 전문가조사에 참여한 패널의 특성은 <표 5-5>에서 제시된 바와 같음. 대부분이 소비자교육 관련 업무경력 10년 이상의 여성, 박사학위 소지자로 한국소비자원, 소비자단체, 지방자치단체, 대학교 등의 공공영역 기관·단체에서 근무하고 있는 자임
  - (성별) 여성의 비중이 90% 이상으로 다수를 차지함
  - (연령) 40대가 54.5%로 절반 이상을 차지함
  - (학력) 박사 학위 소지자가 63.6%로 다수를 차지함
  - (직장) 대학교 교원과 한국소비자원, 지방자치단체 직원이 다수를 차지함
  - (직급) 고위급, 중간급, 실무급이 고르게 분포함
  - (경력) 10년 이상 15년 미만 구간이 40.9%로 가장 높은 비중을 차지하며, 15년 이상도 31.8%를 차지함

〈표 5-10〉 전문가조사 응답자의 인구통계학적 특성 (n=22)

변수	항목	빈도	%
성별	남성	2	9.1
	여성	20	90.9
연령	만 30-39세	3	13.6
	만 40-49세	12	54.5
	만 50-59세	6	27.3
	만 60세 이상	1	4.5
학력	학사	1	4.5
	석사	7	31.8
	박사	14	63.6
현 직장	한국소비자원	6	27.3
	소비자단체/시민단체	2	9.1
	지방자치단체	5	22.7
	대학교	8	36.4
	기타	1	4.5
현 직장 내 직위	고위관리자/임원	8	36.4
	중간관리자	8	36.4
	실무담당자	6	27.3
소비자교육 관련 업무를 맡아온 기간	5년 미만	2	9.1
	5년 이상 10년 미만	4	18.2
	10년 이상 15년 미만	9	40.9
	15년 이상 20년 미만	3	13.6
	20년 이상	4	18.2

## 2. 소비자교육 내용체계의 3차안

- <표 5-9>에 수록된 전문가의견을 반영하여 다음과 같은 소비자교육 내용체계의 3차안을 마련함

〈표 5-11〉 “소비자시민성” 대영역의 3차안

중영역1	○ 소비자권리와 책무
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자주권</li> <li>- 소비자의 권리</li> <li>- 소비자의 책무</li> </ul>
중영역2	○ 지속가능한 소비생활
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 환경보호(수질, 대기, 토양)</li> <li>- 자원재활용과 분리수거, 쓰레기 줄이는 법</li> <li>- 에너지절약</li> </ul>
중영역3	○ 공동체 지향적 소비생활
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬소비와 공정무역</li> <li>- 기부·자선·봉사</li> <li>- 예약부도 근절/ 매너있는 소비행동</li> </ul>
중영역4	○ 주체적인 소비문화 형성
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 과시소비와 충동구매</li> <li>- 상표권의 의미와 모조품 소비</li> <li>- 저작권의 의미와 바람직한 소비생활</li> </ul>
중영역5	○ 소비자의 시민사회 참여
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자주의</li> <li>- 시민사회와 소비자운동의 역사</li> <li>- 소비자단체의 활동 현황과 참여 방법</li> <li>- 기업/정부의 소비자 대상 활동에 참여하는 방법</li> </ul>

〈표 5-12〉 “소비자피해의 예방·구제” 대영역의 3차안

중영역1	○ 소비자보호 관련 법률과 규정의 주요 내용
	- 품목별 소비자피해보상규정의 내용 - 소비자기본법, 제조물책임법, 방문판매법, 할부거래법의 내용
중영역2	○ 정보 프라이버시 인식 제고
	- 개인정보와 사생활 - 사이버 범죄
중영역3	○ 계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용
	- 소비자피해예방주의보 활용 방법 - 사기의심사이트(국제거래소비자포털) - 그 밖의 피해예방 정보 탐색방법
중영역4	○ 계약 시 소비자의 주의사항
	- 다단계 소비자피해 예방 방법 - 구매 후 불만족 시 계약 해지 방법
중영역5	○ 계약 후 소비자피해 대응방법
	- 한국소비자원/소비생활센터의 기능 - 1372 소비자상담센터 이용 방법 - 소비자피해구제 신청방법과 처리절차(상담, 피해구제, 분쟁조정)

〈표 5-13〉 “소비자정보의 활용과 구매의사결정” 대영역의 3차안

중영역1	○ 구매 의사결정의 단계
	- 구매의 필요성 인식 - 대안평가 - 구매 후 결과에 대한 평가
중영역2	○ 신유형 광고와 소비자정보
	- 신 유형 광고(블로그 후기, 유튜브의 동영상 등)와 소비자정보 - 기만·허위·과장광고
중영역3	○ 소비자 비교정보의 이용 방법
	- 상품 표시와 소비자정보(제품 라벨 읽기) - 품질·가격 등 공공적 성격의 소비자정보 비교 사이트 소개 - 품질정보 웹사이트( <a href="http://consumer.go.kr">http://consumer.go.kr</a> ) 이용방법 - 가격정보 웹사이트( <a href="http://price.go.kr">http://price.go.kr</a> ) 이용방법
중영역4	○ 온라인 구매 서비스 이용 방법
	- 온라인(모바일 포함) 결제를 할 때 주의사항 - 기차표, 버스표 예매 방법 - 키오스크를 이용한 상품 주문 방법
중영역5	○ 구매·이용후기 작성 요령과 소비자정보의 활용
	- 구매 후기의 작성 방법 - 구매 후기 정보의 활용 방법

〈표 5-14〉 “안전사고의 예방과 대응” 대영역의 3차안

중영역1	○ 소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응방법
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자안전의 개념</li> <li>- 소비자안전과 관련된 소비자의 권리와 책임</li> <li>- 소비자안전 관련 피해구제 기관의 활용</li> <li>- 리콜제도와 제조물책임제도</li> </ul>
중영역2	○ 소비자 안전정보의 탐색과 활용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 어린이안전넷(<a href="http://www.isafe.go.kr">http://www.isafe.go.kr</a>)</li> <li>- 소비자위해감시시스템(<a href="http://www.ciss.go.kr">http://www.ciss.go.kr</a>)</li> <li>- 안전정보 제공 제도(<a href="http://www.consumer.go.kr">www.consumer.go.kr</a>): 리콜정보, 위해/인증정보</li> <li>- 리콜 정보 확인 방법</li> </ul>
중영역3	○ 상품 사용시 안전 유의사항과 사례
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 안전 표시(유통기한, 영양표시, 첨가물, 원산지, 위생문제, 식중독 등)</li> <li>- 건강기능식품(다이어트 식품 등)</li> <li>- 의약품(유통기한, 부작용, 약품남용 등)</li> <li>- 화장품</li> <li>- 생활화학용품(자동차 관리용품, 세제, 살균제, 페인트 및 기타 유해물질)</li> <li>- 가전제품(사용설명서와 표시 이해, 감전, 누전, 화재예방, 전자파 등)</li> </ul>
중영역4	○ 시설 이용 시 안전 유의사항과 사례
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 어린이보호구역, 유치원·학교 시설안전, 키즈카페, 어린이 문화센터, 과학체험시설</li> <li>- 장애인 편의시설</li> <li>- 노인요양원/요양병원, 노인존</li> <li>- 가정 내 위험한 장소와 위험한 물건</li> <li>- 승강기와 자동계단의 올바른 사용법</li> </ul>
중영역5	○ 서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성형수술·시술</li> <li>- 비만 시술 및 관리 서비스</li> <li>- 차량 관련 서비스(렌터카, 전기차 충전소, 카셰어링 등)</li> </ul>

〈표 5-15〉 “소비자재무관리” 대영역의 3차안

중영역1	○ 시장경제의 기본 원리
	- 희소성, 기회비용과 선택      - 돈의 시간가치
중영역2	○ 금융소비자정보의 탐색과 활용
	- 금융소비자정보포털 파인( <a href="http://fine.fss.or.kr">http://fine.fss.or.kr</a> ) - 각 은행의 금융소비자보호 홈페이지 - 온라인 बैं킹 서비스 이용 방법
중영역3	○ 금융소비자피해 예방
	- 불완전판매와 금융소비자피해 - 금융소비자피해구제 기관의 활용 - 금융사기 피해 예방을 위한 주의사항 - 노년층 대상 실버보험의 특징과 주의사항 - 보이스피싱 소비자피해 예방 - 상조서비스 소비자피해 예방
중영역4	○ 현금관리와 재무상태
	- 생애주기별 소득과 지출의 변화 - 각종 세금을 줄일 수 있는 방법, - 가계의 소득에 맞추어 예산을 수립하고, 현금을 관리하는 방법 - 자산상태표, 가계수지상태표, 재무비율 - 미소비지출(세금) 관리방법
중영역5	○ 저축과 투자
	- 생애주기별 재무목표 설정 - 가계 특성 및 재무목표 파악 (왜 투자를 하는가?) - 목표 별 금융상품에 대한 기본 정보 - 주택 구입시 고려해야 할 사항
중영역6	○ 연금과 은퇴설계
	- 은퇴 후 필요자금 산정 - 현재 자산상태 분석과 부족분 계산을 위한 웹사이트 활용 방법 - 국민연금, 퇴직연금, 개인연금제도의 확인 방법(내연금확인, 통합 연금포털서비스 등) - 주택담보노후연금
중영역7	○ 소비자금융과 신용
	- 대출 이용시 유의사항 (대부업 이용시 주의사항 포함) - 신용평점 관리 방법 - 신용카드 발급과 이용시 주의사항 - 소득, 자산 대비 부채상환비율 - 주택 구입시 고려해야 할 사항(대출 관련)
중영역8	○ 위험과 보험
	- 보험의 원리와 필요성      - 보험의 종류와 특성 - 보험 용어와 약관 및 가입시 주의사항 - 보험 가입시 주의사항(보험금과 보험료, 세제혜택 등) - 증권(보장내용) 확인 방법(증서 확인방법)

## 제4절 온라인 전문가조사의 주요 결과

### 1. 소비자교육의 목표와 이상적인 소비자 상에 관한 전문가 의견

- 본격적인 중요도 평가에 들어가기 전에, 향후 소비자교육이 지향해야 하는 이상적인 소비자상을 새롭게 제시한다면, 어떤 내용을 전면에서 제시하고 싶은지에 대하여 개방형으로 질문함
- 22명의 전문가 패널의 의견을 수렴하면 다음의 다섯 유형으로 분류할 수 있음
  - 첫째, 소비자교육은 소비자가 기술 혁신에 따른 소비시장 환경의 변화에 잘 적응하도록 하기 위한 것임
    - “고령화, 소비자피해예방, 유통환경 변화 등 소비환경 변화에 적응할 수 있는 소비자역량의 육성”
    - “새로운 시대의 기술, 가치 등을 자유롭게 공유하고 이해하며, 소외되는 소비자 없이 모든 소비자가 적극적으로 참여”
    - “독립적이며 정보화되고 시장환경 변화에 주도적인 소비자”
    - 미래지향적인 소비자
  - 둘째, 소비자교육은 소비자가 시민사회의 일원으로서 공동체를 위해 사회적 책임을 다하도록 의식수준을 향상시키기 위한 것임
    - “소비가 사회에 미치는 영향을 이해하고, 책임 있는 소비를 할 수 있도록 하는 것”
    - “개인과 사회, 환경의 조화를 이루는 소비자”
    - “합리적이고 능동적이며 사회적 책임을 다하는 소비자”

- “소비윤리를 지키고 소비자의 사회적 책임을 다하는 의식있는 소비자”
- “소비자의식을 시민의식으로 승화시키는 소비자”
- “책임있는 소비생활을 할 수 있는 소비자”
- “소비행동에 대한 책임(책임있는 소비행동)”
- “소비자로서의 책무 관련 내용”
- 셋째, 소비자교육은 소비자의 사적 합리성을 향상시키기 위한 것임
  - “제품·서비스 구매 시 의사결정에 도움이 되는 정보를 전달하는 것”
  - “자주적이고 합리적 의사결정을 할 수 있는 소비자”
  - “합리적인 의사결정을 통해 소비자권리와 책무를 실천하는 역량있는 사회, 경제적 주체”
- 넷째, 소비자교육은 지속가능한 소비생활, 환경친화적 소비생활과 관련하여 소비자의 의식 수준을 제고하기 위한 것임<sup>76)</sup>
  - “환경친화적 소비생활로 국민 경제를 발전시키고 지구를 구하자”
  - “가치있는 소비 및 친환경 소비에 대한 의식을 갖춘 소비자”
  - “친환경, 자원절약을 포함한 개념으로서 지속가능한 소비의 내용이 필요”
- 다섯째, 소비자교육은 사회·경제적 주체로서 주체적이고 똑똑한 소비자를 육성하기 위한 것임
  - “나약하고 정보가 없는 보호의 대상이 아니라 똑똑하고 주체적이며 사회적 가치에 부합하는 소비생활을 하는 소비자상”

76) 소비 관련 지식의 습득과 훈련(소비자교육)을 통해 합리적 행동을 기대하기에는 작금의 소비환경 변화 속도가 너무 빠른 측면이 있으므로, 소비자교육의 목표는 소비자의 의식제고를 우선하여야 한다는 의견이었음



- “주체적이고 합리적인 소비를 통해 현명한 소비자로서 지속가능한 소비 생활을 하고, 국민 경제의 한 축으로 적극적인 역할을 하는 것”
  - “합리적인 의사결정을 통해 소비자권리와 책무를 실천하는 역량있는 사회·경제적 주체”
- 기타 소수의견으로, 소비자와 기업이 상생할 수 있도록 소비자교육의 목표를 세워야 한다는 입장이 있었음

〈표 5-16〉 이상적인 소비자상에 대한 개방형 전문가 의견조사 결과

구분	주요 내용
소비자교육의 목표	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비 관련 지식의 습득과 훈련을 통해 합리적 행동을 기대하기에는 작금의 소비환경 변화 속도가 너무 빠른 측면이 있으므로, 소비자교육의 목표는 소비자의 의식제고를 우선하여야 한다고 생각함</li> <li>- 소비가 사회 미치는 영향을 이해하고, 책임 있는 소비를 할 수 있도록 하는 것이 소비자시민성 교육의 목표임</li> <li>- 소비자와 기업이 상생할 수 있도록 하는 것이 소비자교육의 목표임</li> <li>- 제품·서비스 구매 시 의사결정에 도움이 되는 정보를 전달하는 것이 소비자교육의 목표임</li> <li>- 환경친화적 소비생활로 국민 경제를 발전시키고 지구를 구하는 것이 소비자교육의 목표임</li> <li>- 지속가능한 소비생활 진작</li> <li>- 고령화, 소비자피해예방, 유통환경 변화 등 소비환경 변화에 적용할 수 있는 소비자 역량의 육성</li> </ul>
이상적인 소비자상	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자의식을 시민의식으로 승화시키는 소비자</li> <li>- 개인과 사회, 환경의 조화를 이루는 소비자</li> <li>- 새로운 시대는 기술, 가치등을 자유롭게 공유하고 이해하며, 소외되는 소비자 없이 모든 소비자가 적극적으로 참여</li> <li>- 합체적이고 능동적이며 사회적 책임을 다하는 소비자</li> <li>- 소비윤리를 지키고 소비자의 사회적 책임을 다하는 의식있는 소비자</li> <li>- 독립적이며 정보화되고 시장환경 변화에 주도적인 책임있는 소비자</li> <li>- 가치있는 소비 및 친환경 소비의식을 갖춘 소비자</li> <li>- 자주적이고 합리적 의사결정을 할 수 있으며, 소비자의 권리 추구 뿐만 아니라 책임있는 소비생활을 할 수 있는 소비자</li> </ul>

구분	주요 내용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 책임있는 소비행동을 하는 소비자</li> <li>- 미래지향적인 소비자</li> <li>- 나약하고 정보가 없는 보호의 대상이 아니라 똑똑하고 주체적이며 사회적 가치에 부합하는 소비생활을 하는 소비자상</li> <li>- 주체적이고 합리적인 소비를 통해 현명한 소비자로서 지속가능한 소비생활을 하고, 국민 경제의 한 축으로 적극적인 역할을 하는 소비자</li> <li>- 선택에 책임지는 소비자</li> <li>- 합리적인 의사결정을 통해 소비자권리와 책무를 실천하는 역량있는 사회, 경제적 주체</li> </ul>

## 2. 대영역의 중요도와 우선순위 분석 결과

- 본 연구에서 수립한 소비자교육 내용체계 내의 다섯 가지 대영역에 대하여 전문가의 관점에서 중요도를 평가한 결과는 <표 5-6>과 같음
- 소비자교육의 대상(일반 성인, 고령자, 이민자)에 따라 대영역의 중요도 순위가 다르게 나타났으며, 소비자교육의 대상별로 가장 중요하다고 평가받은 대영역에 어떠한 차이가 있는지 살펴보면 다음과 같음
  - 일반 성인 대상 소비자교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 대영역은 “소비자시민성”임( $M=4.27$ ,  $SD=1.03$ )
    - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 대영역은 “안전사고의 예방과 대응” 임( $M=3.73$ ,  $SD=0.83$ )
  - 고령자 대상 소비자교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 대영역은 “소비자피해의 예방·구제”임( $M=4.73$ ,  $SD=0.46$ )
    - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 대영역은 “소비자시민성”임( $M=3.36$ ,  $SD=0.95$ )

- 이민자 대상 소비자교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 대영역은 “소비자피해의 예방·구제”임( $M=4.50$ ,  $SD=0.60$ )
- 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 대영역은 “안전사고의 예방과 대응”임( $M=3.73$ ,  $SD=0.77$ )

〈표 5-17〉 대상별 소비자교육 내용체계 대영역의 중요도와 우선순위

대상	대영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
일반 성인	소비자시민성	4.27	1.03	1
	소비자 채무관리	4.09	1.02	2
	소비자피해의 예방·구제	4.00	0.76	3
	소비자정보의 활용과 구매의사결정	4.00	0.87	3
	안전사고의 예방과 대응	3.73	0.83	5
대상	대영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
고령자	소비자피해의 예방·구제	4.73	0.46	1
	안전사고의 예방과 대응	4.36	0.85	2
	소비자정보의 활용과 구매의사결정	3.95	0.90	3
	소비자 채무관리	3.86	1.04	4
	소비자시민성	3.36	0.95	5
대상	대영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
이민자	소비자피해의 예방·구제	4.50	0.60	1
	소비자정보의 활용과 구매의사결정	4.50	0.67	1
	소비자 채무관리	4.14	0.94	3
	소비자시민성	3.77	0.92	4
	안전사고의 예방과 대응	3.73	0.77	5

### 3. 중영역의 중요도와 우선순위 분석 결과

#### 1) 소비자시민성

- 소비자시민성 대영역 안에서 소비자교육의 대상(일반 성인, 고령자, 이민자)별로 가장 중요하다고 평가받은 중영역을 살펴보면 다음과 같음
  - 일반 성인을 대상으로 하는 소비자시민성 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “지속가능한 소비생활”임( $M=4.50$ ,  $SD=0.67$ )
    - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “소비자의 시민사회 참여”임( $M=3.45$ ,  $SD=1.10$ )
  - 고령자를 대상으로 하는 소비자시민성 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “공동체 지향적 소비생활”임( $M=4.05$ ,  $SD=0.72$ )
    - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “소비자의 시민사회 참여”임( $M=3.14$ ,  $SD=1.13$ )
  - 이민자를 대상으로 하는 소비자시민성 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “소비자의 권리와 책무”임( $M=4.18$ ,  $SD=0.85$ )
    - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “소비자의 시민사회 참여”임( $M=3.18$ ,  $SD=1.10$ )

〈표 5-18〉 대상별 소비자시민성 영역의 중요도와 우선순위

대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
일반 성인	지속 가능한 소비생활	4.50	0.67	1
	공동체 지향적 소비생활	4.36	0.58	2
	소비자의 권리와 책무	4.09	0.75	3
	주체적인 소비문화 형성	4.00	0.98	4
	소비자의 시민사회 참여	3.45	1.10	5
대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
고령자	공동체 지향적 소비생활	4.05	0.72	1
	지속 가능한 소비생활	3.91	0.75	2
	소비자의 권리와 책무	3.55	0.86	3
	주체적인 소비문화 형성	3.50	0.91	4
	소비자의 시민사회 참여	3.14	1.13	5
대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
이민자	소비자의 권리와 책무	4.18	0.85	1
	지속 가능한 소비생활	3.95	0.79	2
	공동체 지향적 소비생활	3.82	0.96	4
	주체적인 소비문화 형성	3.86	0.94	3
	소비자의 시민사회 참여	3.18	1.10	5

## 2) 소비자피해의 예방·구제

- 소비자피해의 예방·구제 대영역 안에서 소비자교육의 대상(일반 성인, 고령자, 이민자)별로 가장 중요하다고 평가받은 중영역을 살펴보면 다음과 같음
- 일반 성인을 대상으로 하는 소비자피해의 예방·구제 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용”임(M=4.36, SD=0.58)
  - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “정보 프라이버시 인식 제고”임(M=3.91, SD=1.19)

- 고령자를 대상으로 하는 소비자피해의 예방·구제 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “계약 시 소비자의 주의사항”임( $M=4.59$ ,  $SD=0.59$ )
  - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “소비자보호 관련 법률과 규정의 주요 내용”임( $M=3.50$ ,  $SD=1.01$ )
- 이민자를 대상으로 하는 소비자피해의 예방·구제 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “계약 시 소비자의 주의사항”임( $M=4.73$ ,  $SD=0.46$ )
  - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “소비자보호 관련 법률과 규정의 주요 내용”임( $M=3.73$ ,  $SD=0.94$ )

〈표 5-19〉 대상별 소비자피해의 예방·구제 영역의 중요도와 우선순위

대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
일반 성인	계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용	4.36	0.58	1
	계약 후 소비자피해 대응방법	4.27	0.70	2
	계약 시 소비자의 주의사항	4.23	0.61	3
	소비자보호 관련 법률과 규정의 주요 내용	4.05	1.09	4
	정보 프라이버시 인식 제고	3.91	1.19	5
대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
고령자	계약 시 소비자의 주의사항	4.59	0.59	1
	계약 후 소비자피해 대응방법	4.50	0.67	2
	계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용	4.05	1.17	3
	정보 프라이버시 인식 제고	3.64	1.05	4
	소비자보호 관련 법률과 규정의 주요 내용	3.50	1.01	5
대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
이민자	계약 시 소비자의 주의사항	4.73	0.46	1
	계약 후 소비자피해 대응방법	4.68	0.48	2
	계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용	4.41	0.67	3
	정보 프라이버시 인식 제고	3.82	0.96	4
	소비자보호 관련 법률과 규정	3.73	0.94	5

### 3) 소비자정보의 활용과 구매의사 결정

- 소비자정보의 활용과 구매의사 결정 대영역 안에서 소비자교육의 대상(일반 성인, 고령자, 이민자)별로 가장 중요하다고 평가받은 중영역을 살펴보면 다음과 같음
- 일반 성인을 대상으로 하는 소비자정보의 활용과 구매의사 결정 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “신유형 광고와 소비자정보”임( $M=4.36$ ,  $SD=0.73$ )
    - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “구매 의사결정의 단계”임( $M=3.45$ ,  $SD=1.10$ )
  - 고령자를 대상으로 하는 소비자정보의 활용과 구매의사 결정 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “신유형 광고와 소비자정보”임( $M=4.32$ ,  $SD=0.65$ )
    - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “구매 의사결정의 단계”임( $M=3.32$ ,  $SD=1.17$ )
  - 이민자를 대상으로 하는 소비자정보의 활용과 구매의사 결정 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “신유형 광고와 소비자정보”임( $M=4.45$ ,  $SD=0.67$ )
    - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “구매 의사결정의 단계”임( $M=3.77$ ,  $SD=1.02$ )

〈표 5-20〉 대상별 소비자정보의 활용과 구매의사 결정 영역의 중요도와 우선순위

대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
일반 성인	신유행 광고와 소비자정보	4.36	0.73	1
	소비자 비교정보 이용 방법	4.05	0.72	2
	온라인 구매 서비스 이용 방법	4.00	0.82	3
	구매·이용후기 작성요령과 소비자정보의 활용	3.95	0.95	4
	구매 의사결정의 단계	3.45	1.10	5
대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
고령자	신유행 광고와 소비자정보	4.32	0.65	1
	온라인 구매 서비스 이용 방법	4.32	0.84	1
	소비자 비교정보 이용 방법	3.86	0.89	3
	구매·이용후기 작성요령과 소비자정보의 활용	3.45	1.18	4
	구매 의사결정의 단계	3.32	1.17	5
대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
이민자	신유행 광고와 소비자정보	4.45	0.67	1
	소비자 비교정보 이용 방법	4.27	0.70	2
	온라인 구매 서비스 이용 방법	4.27	0.83	2
	구매·이용후기 작성요령과 소비자정보의 활용	3.86	1.08	4
	구매 의사결정의 단계	3.77	1.02	5

#### 4) 안전사고의 예방과 대응

- 안전사고의 예방과 대응 대영역 안에서 소비자교육의 대상(일반 성인, 고령자, 이민자)별로 가장 중요하다고 평가받은 중영역을 살펴보면 다음과 같음
- 일반 성인을 대상으로 하는 안전사고의 예방과 대응 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “상품 사용 시 안전 유의사항과 사례”임( $M=4.59$ ,  $SD=0.59$ )
  - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응방법”임( $M=4.09$ ,  $SD=0.81$ )



- 고령자를 대상으로 하는 안전사고의 예방과 대응 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “시설 이용 시 안전 유의사항과 사례”임( $M=4.77$ ,  $SD=0.53$ )
- 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “소비자 안전정보의 탐색과 활용”임( $M=3.73$ ,  $SD=0.88$ )
- 이민자를 대상으로 하는 안전사고의 예방과 대응 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “상품 사용 시 안전 유의사항과 사례”임( $M=4.59$ ,  $SD=0.50$ )
- 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “소비자 안전정보의 탐색과 활용”임( $M=3.77$ ,  $SD=0.75$ )

〈표 5-21〉 대상별 안전사고의 예방과 대응 영역의 중요도와 우선순위

대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
일반 성인	상품 사용 시 안전 유의사항과 사례	4.59	0.59	1
	시설 이용 시 안전 유의사항과 사례	4.32	0.78	2
	소비자 안전정보의 탐색과 활용	4.23	0.61	3
	서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례	4.18	0.96	4
	소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응방법	4.09	0.81	5
대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
고령자	시설 이용 시 안전 유의사항과 사례	4.77	0.53	1
	상품 사용 시 안전 유의사항과 사례	4.68	0.57	2
	서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례	4.09	1.15	3
	소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응방법	3.95	1.09	4
	소비자 안전정보의 탐색과 활용	3.73	0.88	5
대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
이민자	상품 사용 시 안전 유의사항과 사례	4.59	0.50	1
	시설 이용 시 안전 유의사항과 사례	4.41	0.67	2
	서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례	4.23	0.87	3
	소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응방법	3.91	1.23	4
	소비자 안전정보의 탐색과 활용	3.77	0.75	5

### 5) 소비자재무관리

- 소비자재무관리 대영역 안에서 소비자교육의 대상(일반 성인, 고령자, 이민자)별로 가장 중요하다고 평가받은 중영역을 살펴보면 다음과 같음
- 일반 성인을 대상으로 하는 소비자재무관리 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “금융소비자피해 예방”임( $M=4.50$ ,  $SD=0.80$ )
    - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “시장경제의 기본 원리”임( $M=3.32$ ,  $SD=1.00$ )
  - 고령자를 대상으로 하는 소비자재무관리 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “금융소비자피해 예방”임( $M=4.73$ ,  $SD=0.63$ )
    - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “시장경제의 기본 원리”임( $M=2.91$ ,  $SD=1.07$ )
  - 이민자를 대상으로 하는 소비자재무관리 교육에서 중요도를 가장 높게 평가받은 중영역은 “금융소비자피해 예방”임( $M=4.55$ ,  $SD=0.60$ )
    - 반면, 중요도를 가장 낮게 평가받은 중영역은 “연금과 은퇴설계”임( $M=3.73$ ,  $SD=0.99$ )

〈표 5-22〉 대상별 소비자재무관리 영역의 중요도와 우선순위

대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
일반 성인	금융소비자피해 예방	4.50	0.80	1
	위험과 보험	4.36	0.66	2
	연금과 은퇴설계	4.36	0.90	2
	소비자금융과 신용	4.32	0.78	4
	현금관리와 재무상태	4.14	0.77	5
	저축과 투자	4.09	0.87	6
	금융소비자정보의 탐색과 활용	3.86	1.08	7
	시장경제의 기본 원리	3.32	1.00	8
대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
고령자	금융소비자피해 예방	4.73	0.63	1
	연금과 은퇴설계	4.32	0.95	2
	금융소비자정보의 탐색과 활용	3.91	1.02	3
	위험과 보험	3.82	1.10	4
	현금관리와 재무상태	3.64	1.18	5
	소비자금융과 신용	3.64	1.00	5
	저축과 투자	3.55	0.91	7
	시장경제의 기본 원리	2.91	1.07	8
대상	중영역	중요도		
		평균	표준편차	순위
이민자	금융소비자피해 예방	4.55	0.60	1
	금융소비자정보의 탐색과 활용	4.32	0.89	2
	현금관리와 재무상태	4.27	0.77	3
	위험과 보험	4.14	0.71	4
	시장경제의 기본 원리	4.05	1.25	5
	저축과 투자	4.05	0.90	5
	소비자금융과 신용	3.91	0.81	7
	연금과 은퇴설계	3.73	0.99	8

#### 4. 소결

- 소비자교육 전문가들을 대상으로 중요도에 대한 의견조사를 실시한 결과, 모든 교육 내용이 대체로 중요한 것으로 나타났지만, 중요도가 낮게 나타난 몇 가지 영역의 유형을 살펴보면 다음과 같음
- 먼저, 중영역 가운데 초·중·고등학생 대상 학교 소비자교육을 통해 제공될 수 있거나, 제공되어 지고 있다고 여겨지는 내용은 성인 대상 소비자교육 내용체계에서 중요도가 낮게 나타남
- (소비자재무관리) “시장경제의 기본 원리” 중영역의 중요도는 타 중영역에 비해 상대적으로 낮게 평가받음
  - 단, 교육대상이 이민자인 경우는 예외임
  - (소비자정보의 활용과 구매의사 결정) “구매 의사결정의 단계” 중영역의 중요도는 타 중영역에 비해 상대적으로 낮게 평가받음
- 또한, 소비자가 알기에 지나치게 어려운 내용일 경우에도 성인 대상 소비자교육 내용체계에서 중요도가 낮게 나타남
  - (소비자시민성) “소비자의 시민사회 참여” 중영역의 중요도는 타 중영역에 비해 상대적으로 낮게 평가받음
  - (소비자피해의 예방·구제) “소비자보호 관련 법률과 규정” 중영역의 중요도는 타 중영역에 비해 상대적으로 낮게 평가받음
  - (안전사고의 예방과 대응) “소비자 안전정보의 탐색과 활용” 중영역의 중요도는 타 중영역에 비해 상대적으로 낮게 평가받음

- 고령자, 이민자 등 취약계층의 경우, 중요한 내용이어도 지금 당장의 삶의 질과 직접적인 연관이 없는 경우 중요도가 낮게 나타남
- (대영역) 고령자에게 “소비자시민성” 교육은 상대적으로 덜 중요하며, 마찬가지로 이민자에게 “안전사고의 예방과 대응” 교육은 상대적으로 덜 중요한 것으로 나타남
  - (소비자재무관리) 이민자 대상의 교육일 경우, “연금과 은퇴설계” 중 영역의 중요도는 타 중영역에 비해 상대적으로 낮게 평가받음
- 이밖에도 소비자교육 내용체계의 3차안에 대하여 개방형으로 의견을 수렴하였으며, 주요 내용을 <표 5-4>에 정리하여 수록함

〈표 5-23〉 제2차 전문가패널의 주요 의견

구분	내용
소비자 시민성	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사회적 경제, 공유 경제 관련 소비에 대한 내용 추가</li> <li>- 소비윤리, 혹은 윤리적 소비라는 용어를 사용해야 함</li> <li>- 소비 절제에 대한 내용 추가</li> <li>- 모조품, 저작권 등은 공동체 지향적 소비에 해당</li> <li>- “과시소비와 충동구매”는 “비이성적 소비행동”으로 수정</li> <li>- 예약부도 근절은 너무 지엽적인 내용임</li> <li>- 책무 보다는 책임이라는 용어 사용을 추천함</li> <li>- 1회 용품 안 쓰기 등의 내용 추가</li> <li>- 분리수거 등은 지엽적이므로 “자원절약과 소비”로 수정</li> <li>- 주체적인 소비문화보다 “건전한”, 혹은 “합리적인” 소비문화로 수정</li> <li>- 지속가능한 소비생활에 “친환경”이라는 용어 추가</li> <li>- 매너있는 소비행동의 용어 구체화</li> <li>- 공동체 지향적 소비생활은 “사회적 가치(공동체 가치)를 반영한 소비문화 형성”으로 수정</li> <li>- 소비자권리와 책무의 내용이 다소 추상적이므로, 소비자주권의 정의와 범위, 소비자권리 알아보고 합리적으로 행사하기 등으로 수정</li> </ul>

구분	내용
소비자피해 예방·구제	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 약관규제법 내용 추가</li> <li>- 계약의 의미 내용 추가</li> <li>- 모의 계약서 작성 실습 내용 추가</li> <li>- 온라인 상의 주체적 피해예방 노력 활동 추가</li> <li>- 전자상거래 등에서의 소비자보호에 관한 법률 내용 추가</li> <li>- 제조물책임법 관련 내용은 제외해도 무방함</li> <li>- 사업자정보확인방법 내용 추가</li> <li>- 다단계는 다단계 및 홍보관, 체험관, 멋다방 등으로 추가</li> <li>- “계약시 주의사항”으로 계약서 보관, 판매원 정보확인, 카드결제 추가</li> <li>- 온라인, 모바일, 글로벌 등 구매와 관련된 주의사항 포함</li> <li>- 개인정보와 사생활을 “개인정보와 자기결정권”으로 수정</li> <li>- 구매후 불마족시 계약 해지 방법은 계약 후로 이동</li> <li>- 라벨 정보 확인법 내용 추가</li> <li>- 거래 종류별 계약 과정에서 확인하여야 하는 내용 추가</li> </ul>
소비자 정보의 활용과 구매의사 결정	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 키오스크는 “무인결제시스템”으로 한글 병기</li> <li>- 온라인 소비선택 및 구매 관련 내용 추가</li> <li>- 유통채널(전자상거래, 해외직구, 생협, 개인간 거래)별 소비자교육</li> <li>- 스마트폰 사용법, 어플 설치 등 데이터 소외 계층을 위한 내용 추가</li> <li>- 블로그 후기, 유튜브 동영상 등 구매 이용후기 작성과 활용에 관한 내용 추가(객관성, 신뢰성, 중립성)</li> <li>- 모바일 앱을 통한 선주문 서비스 이용 방법</li> <li>- 품질 정보는 행복드림으로 통합되었으며, 이전 페이지는 소비자정책위원회 웹사이트임</li> <li>- 온라인 택시 서비스 관련 내용 추가</li> <li>- 저렴한 온라인 커머스 관련 내용 추가</li> <li>- 기차표, 버스표 예매는 중영역에 포함하기에 너무 지엽적임</li> <li>- 구매후기 작성방법을 교육하기는 어려울 것 같음. 구매후 소비자정보의 활용 유의사항과 활용 방법</li> </ul>
안전사고의 예방과 대응	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품에 비해 서비스 부분의 내용이 양적으로 빈약함</li> <li>- 노인요양원과 요양병원은 관리자 영역이므로, 노인병원, 노인편의시설에 대한 안전 유의사항이 필요</li> <li>- 서비스 영역에서 비만시설, 관리서비스보다 대중교통, 관광시설(숙소, 관광지 등)에 대한 안전 유의사항 필요</li> <li>- 신기술 제품 관련 안전과 관련된 내용이 더 포함되어야 함</li> <li>- 리콜정보 확인 방법은 리콜정보 확인 및 리콜하는 방법으로 수정</li> <li>- 의약품(모기기피제, 생리대 등) 내용 추가</li> </ul>

구분	내용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 안전확인대상생활화학제품 환경부관련 품목의 안전표시 (주의문구, 사용방법, 성분등)</li> <li>- 생활화학제품 의 예시품목 수정(예: 세정제, 표백제, 방향제, 탈취제)</li> <li>- 시설이용시 안전 유의사항과 관련하여 “레저스포츠 관련 대여” 내용 포함 (왕발통, 전동킥보드, 자전거 등)</li> <li>- “가정 내 위험한 장소와 위험한 물건”은 표현을 “가정내 안전사고 및 유해 제품, 식품 관련 안전사고 등”으로 수정</li> <li>- 소비자 안전에 관한 과도한 불안감을 방지하기 위하여 객관적이고 전문적인 사실에 근거를 둔 안전 수준과 객관적 위험성에 대한 정확한 정보 제공, 안전의 비용(가격 상승, 책임있는 사용) 등에 대한 인식 교육이 중요</li> <li>- 소비자 안전정보의 탐색과 활용 내용이 어린이 안전넷, 소비자위해감시시스템, 안전정보제공 제도 등 사이트 소개 위주여서 이를 식품, 어린이 제품 및 공산품 의료서비스 등 상품과 서비스 품목 중심으로 재분류</li> <li>- 식품 안전 표시(유통기한, 영양표시, 첨가물, 원산지, 위생문제, 식중독)를 식품 으로 수정 (식품의 안전 유의사항은 표시만 해당되지는 않는다고 판단됨)</li> <li>- 주요 품목의 유의사항과 사례 등(중영역3~중영역5) 교육하고, 마지막으로 관련 정보를 탐색하고 확인할 수 있는 방법을 알려주는 것도 좋을 것 같음</li> <li>- 소비자안전 관련 피해구제 기관의 활용보다는 소비자안전 관련 피해구제 및 정보수집(신고)기관 으로 수정필요(소비자안전 관련해서는 피해의 신고 및 수집이 더 강조되며 해당 피해의 구제보다는 신고 등으로 인한 리콜이나 제조물 책임법 적용등이 더 중요)</li> <li>- 서비스 이용시 안전 유의 사례에서, 성형수술, 비만수술은 하나의 영역으로 묶고, 다른 영역의 서비스를 하나 더 추가</li> </ul>
소비자 재무관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상조 서비스와 보험의 비교 내용 추가</li> <li>- 각종 세금을 줄일 수 있는 방법은 제외해도 무방함</li> <li>- 소비자금융과 신용에서 현금카드 관련 내용 추가</li> <li>- 생애주기별 가계자산관리, 가정경제 운영, 절약과 저축, 투자 등에 관한 내용 추가</li> <li>- “금융소비자피해 예방”은 “금융소비자 보호”로 수정</li> <li>- 소비자금융과 신용관리로 중영역 명칭 수정</li> <li>- 위험관리와 보험으로 중영역 명칭 수정</li> <li>- 내용이 많음</li> <li>- 금융상품 비교 방법 내용 추가</li> </ul>

구분	내용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 불법 대출 소비자피해 예방 내용 추가</li> <li>- 온라인으로 보험상품 정보를 제공하는 보험다모아 (www.e-insmarket.or.kr) 내용 추가</li> <li>- 일반 은행, 투자, 연금보다 보험에 대한 소비자정보가 부족하며, 교육 수요도 높은 편임</li> <li>- 신용카드 결제 시스템에 대한 내용 추가</li> <li>- 유사 투자자문업체(서비스)로 인한 소비자피해 내용 추가</li> <li>- 유사수신행위로 인한 소비자피해 내용 추가</li> <li>- 은행 금융소비자보호 페이지 관련 내용은 제외해도 무방함</li> <li>- 비대면 금융상품(펀드 슈퍼마켓, 다이렉트 보험) 관련 정보 포함</li> <li>- 보험소비자피해와 예방 관련 내용 추가</li> <li>- “시장경제의 기본원리” 관련 내용에 돈의 시간가치 외 물가, 수요공급원리, 경제순환 구조 등의 내용 추가</li> </ul>



## 제6장 대상집단별 소비자교육 내용체계

제1절 성인 대상의 소비자교육 내용체계

제2절 고령자 대상의 소비자교육 내용체계

제3절 이민자 대상의 소비자교육 내용체계



## 제6장 대상별 소비자교육 내용체계

- 본 장에서는 소비자교육 내용체계의 대영역과 중영역을 조합하여 소비자교육 내용체계를 제시함
  - (대영역) 중요도를 높게 평가받은 대영역에서 낮게 평가받은 대영역 순서로 배치함
  - (중영역) 각 대영역에서 소비자교육의 대상(일반 성인, 고령자, 이민국)별로 중요도를 가장 낮게 평가받은 한 개에서 두 개 중영역을 제외하였으며, 그 결과 제3차안 중영역의 20~25%가 최종안에서 제외됨
- 일반 성인용, 고령자용, 이민국용 소비자교육체계는 공통적인 대영역으로 구성되어 있으며, 대상별 중요도 평가 결과에 따라 더 중요한 대영역부터 덜 중요한 대영역의 순서로 배치함
- 이상적인 소비자상은 다음과 같이 수립할 수 있음
  - 사회경제적 주체로서 주체적이고 똑똑한 소비자
  - 시장 환경 변화에 적극적으로 적응하고, 그 변화를 주도하는 소비자
  - 합리적인 구매의사결정을 내리는 소비자
  - 환경친화적이고 지속가능한 소비를 실천하는 소비자
  - 시민의식을 가지고, 소비자의 사회적 책임을 고려하며 소비하는 소비자시민
- 대영역별 교육의 목표는 다음과 같음
  - (소비자시민성)

- 소비자가 시민으로서의 사회적 책임에 대해 자각하고, 소비사회 전반의 운영 메커니즘에 대하여 한 차원 높은 이해를 달성할 수 있도록 노력함
- 개인의 소비행동이 지역사회와 국가, 글로벌 공동체와 후속 세대에 미치는 영향에 대해 알리고, 소비자교육을 경험한 소비자들이 환경 친화적·공동체 지향적 소비선택을 실천하도록 장려함

#### ○ (소비자재무관리)

- 소비자가 자신이 보유한 금전 자원을 효율적으로 관리하고 사용할 수 있도록 노력함
- 금융소비자피해의 발생을 예방하고, 금융상품 이용과 관련한 의사결정을 내리는데 필요한 지식을 제공함

#### ○ (소비자피해의 예방·구제)

- 소비자피해 다발 품목의 계약 등과 관련하여 피해 예방에 필요한 지식과 정보를 제공함
- 소비자피해를 입은 소비자가 상담·피해구제·분쟁조정 절차를 밟을 수 있도록 필요한 정보를 안내함

#### ○ (소비자정보의 활용과 구매의사 결정)

- 소비자가 온라인·오프라인 채널을 통해 소비자정보를 적극적으로 탐색하도록 독려하며, 소비자정보를 탐색하는데 필요한 기술을 전수함
- 온라인화, 무인화되고 있는 소비 환경 변화에 적응하는데 어려움을 겪고 있는 소비자들이 소외를 극복하고 불편함과 어려움 없이 소비 생활을 영위할 수 있도록, 정보화·자동화된 소비사회에 필요한 소비 기술을 전수함

○ (안전사고의 예방과 대응)

- 이용시 소비자안전사고가 발생할 수 있는 상품·서비스·시설에 대하여 소비자 주의사항을 사전에 공유하여 안전사고의 발생을 예방함

## 제1절 성인 대상의 소비자교육 내용체계

- 본 연구 결과 도출된 성인 대상 소비자교육 내용체계 최종안은 <표 6-1>과 같음

<표 6-1> 성인 대상의 소비자교육 내용체계 최종안

소비자 시민성	○ (중영역 1) 환경 친화적 소비생활
	- 환경보호: 수질, 대기, 토양오염 - 자원절약 방법: 재활용, 1회용품 사용자제, 쓰레기 분리배출, 에너지절약 등
	○ (중영역 2) 공동체 지향적 소비생활
	- 로컬소비와 골목상권 - 공정무역 제품 소비 - 사회적 경제와 공유경제 - 기부·자선·봉사 등 그 밖의 윤리적 소비
	○ (중영역 3) 소비자권리와 책무
	- 소비자주권의 정의와 범위 - 소비자 권리 알아보고 정당하게 주장하기 - 소비자 책무의 의미와 실천 방법
	○ (중영역 4) 건전한 소비문화 형성
	- 비이성적 소비행동: 과소비와 충동구매 - 소비문화 형성: 예약부도 근절 - 상표권의 의미와 모조품 소비 근절 - 저작권의 의미와 불법 다운로드 근절

소비자 재무관리	○ (중영역 1) 금융소비자 보호
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 불완전판매와 금융소비자피해 예방(예: 노년층 대상 실버보험, 상조서비스 소비자피해 예방을 위한 주의사항)</li> <li>- 금융소비자피해구제 기관의 활용</li> <li>- 금융사기 피해 예방을 위한 주의사항</li> <li>- 보이스피싱 소비자피해 예방을 위한 주의사항</li> <li>- 유사 투자자문업체 피해 예방을 위한 주의사항</li> <li>- 유사 수신행위 피해 예방을 위한 주의사항</li> </ul>
	○ (중영역 2) 위험관리와 보험
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 보험의 원리와 필요성</li> <li>- 보험의 종류와 특성</li> <li>- 보험 용어와 약관</li> <li>- 보험 가입시 주의사항: 보험금과 보험료, 세제혜택 등</li> <li>- 온라인 보험상품 정보(보험다모아 <a href="http://www.e-insmarket.or.kr">www.e-insmarket.or.kr</a>) 활용방법</li> <li>- 보험 증권외 보장내용 확인 방법</li> </ul>
	○ (중영역 3) 은퇴설계와 연금
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 은퇴 후 필요자금 산정</li> <li>- 현재 자산상태 분석과 부족분 계산을 위한 웹사이트 활용 방법</li> <li>- 국민연금, 퇴직연금, 개인연금제도의 확인 방법(예: 내 연금확인, 통합연금 포털서비스 등)</li> <li>- 주택담보 노후연금(역모기지 상품)의 이해</li> <li>- 연금 상품의 이율과 수수료</li> </ul>
	○ (중영역 4) 신용관리와 소비자금융
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대출 이용시 유의사항 (※ 대부업 이용시 주의사항 포함)</li> <li>- 불법 대출 소비자피해 예방</li> <li>- 신용평점 관리 방법</li> <li>- 신용카드 발급과 이용시 주의사항</li> <li>- 부채관리 방법: 부채 보유 목적의 점검, 부채부담 적절성 평가</li> <li>- 주택 구입시 고려해야 할 사항과 부채상환 방법 및 전략</li> </ul>
	○ (중영역 5) 소득과 지출관리
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생애주기별 소득과 지출의 변화</li> <li>- 재무상태 분석: 자산상태표, 가계수지상태표, 재무비율</li> <li>- 소득관리, 현금을 관리하는 방법</li> <li>- 소비지출 관리를 위한 예산수립과 실행: 소득에 맞추어 예산을 수립하고 관리하는 방법</li> <li>- 비소비지출 관리: 각종 세금을 줄일 수 있는 방법</li> </ul>

소비자 피해의 예방·구제	○ (중영역 6) 저축과 투자
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생애주기별 재무목표 설정</li> <li>- 투자 원리의 이해 및 투자 의사결정에서의 유의사항</li> <li>- 가계 특성 및 재무목표 파악: 왜 투자를 하는가?</li> <li>- 저축 상품의 이해: 이율과 수수료</li> <li>- 금융투자상품의 이해: 이율과 수수료</li> <li>- 부동산 투자의 이해: 주택 구입시 고려해야 할 사항</li> </ul>
	○ (중영역 1) 계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자피해예방주의보 활용 방법</li> <li>- 사기의심사이트(국제거래소비자포털) 활용 방법</li> <li>- 사업자정보 확인방법</li> <li>- 그 밖의 피해예방 정보 탐색방법(예: 온라인 소비자후기 등)</li> </ul>
	○ (중영역 2) 계약 후 소비자피해 대응방법
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구매 후 불만족시 계약 해지 방법(외국어 강습, 학습지, 예식 관련 서비스 등)</li> <li>- 소비자피해구제 신청 방법(예: 1372상담센터/ 지자체 소비생활센터)</li> <li>- 소비자피해구제 처리절차: 상담-피해구제-분쟁조정</li> <li>- 소비자분쟁조정위원회의 역할과 이용방법</li> </ul>
	○ (중영역 3) 계약 시 소비자의 주의사항
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 표준계약서와 모의 계약서 작성 실습</li> <li>- 온라인/모바일/글로벌 구매 관련 계약시 주의사항</li> <li>- 다단계 및 홍보관, 체험관, 텃다방 등의 소비자피해 예방 방법(예: 계약서 보관, 다단계 판매원 정보 확인, 항변권 확보를 위한 카드결제 등)</li> <li>- 계속거래 소비자피해 예방 방법</li> </ul>
	○ (중영역 4) 소비자보호 관련 법률과 규정의 주요 내용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 계약과 서명의 의미</li> <li>- 품목별 소비자피해보상규정의 내용</li> <li>- 소비자기본법, 방문판매법, 할부거래법, 약관규제법, 전자상거래법</li> </ul>
소비자 정보의 활용과 구매의사 결정	○ (중영역 1) 신유형 광고와 소비자정보
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 블로그 후기, 유튜브의 동영상 등 구매후기 정보 이용시 주의사항</li> <li>- 기만·허위·과장광고</li> </ul>
	○ (중영역 2) 소비자 비교정보의 이용 방법
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품 표시와 소비자정보(제품 라벨 읽기)</li> <li>- 공공적 성격의 소비자정보 비교 사이트 소개(행복드림 등)</li> <li>- 가격정보 웹사이트(<a href="http://price.go.kr">http://price.go.kr</a>) 이용방법</li> </ul>

안전 사고의 예방과 대응	○ (중영역 2) 비대면 구매 서비스 이용 방법
	- 온라인(모바일 포함) 결제를 할 때 주의사항
	- 키오스크를 이용한 상품 주문 방법
	- 모바일 애플리케이션을 이용한 선주문 서비스 이용 방법
	- 온라인 택시 서비스 이용 방법
	○ (중영역 4) 구매·이용후기 작성 요령
	- 중립적 소비자정보로서 구매·이용 후기의 작성 방법
	○ (중영역 1) 상품 사용시 안전 유의사항과 사례
	- 식품(유통기한, 영양표시, 첨가물, 원산지, 위생 등)
	- 생활화학용품(세정제, 표백제, 방향제, 탈취제 등)
안전 사고의 예방과 대응	- 의약품과 의료기기, 건강기능식품(유통기한, 부작용, 약품남용 등)
	- 가전제품(사용설명서와 표시 이해, 감전, 누전, 화재예방, 전자파 등)
	- 리콜제도와 제조물 책임 제도
	○ (중영역 2) 시설 이용 시 안전 유의사항과 사례
	- 가정 내 안전사고 예방을 위한 유의사항
	- 승강기와 자동계단의 올바른 사용법
	- 재난(지진, 화재, 홍수)관련 안전한 대피방법
	○ (중영역 3) 소비자 안전정보의 탐색과 활용
	- 어린이안전넷( <a href="http://www.isafe.go.kr">http://www.isafe.go.kr</a> )
	- 소비자위해감시시스템( <a href="http://www.ciss.go.kr">http://www.ciss.go.kr</a> )
안전 사고의 예방과 대응	- 안전정보 제공 제도( <a href="http://www.consumer.go.kr">www.consumer.go.kr</a> ): 리콜정보, 위해/인증정보
	- 리콜 정보 확인 방법
	○ (중영역 4) 서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례
	- 성형·비만 수술·시술 서비스 및 기타 의료 서비스 이용 시 유의사항
	- 치과·한의원 시술 서비스 이용 시 유의사항
	- 피부·미용 시술 서비스 및 기타 건강관리 서비스 이용 시 유의사항
	- 대중교통, 관광시설 이용시 안전 유의사항



## 제2절 고령자 대상의 소비자교육 내용체계

- 본 연구 결과 도출된 고령자 대상 소비자교육 내용체계 최종안은 <표 6-2>과 같음

<표 6-2> 고령자 대상의 소비자교육 내용체계

소비자 피해의 예방· 구제	○ (중영역 1) 계약 시 소비자의 주의사항
	- 표준계약서와 모의 계약서 작성 실습(주택수리 인테리어, 부동산 중개 서비스, 렌탈서비스, 상조 서비스 등)
	- 온라인/모바일/글로벌 구매 관련 계약시 주의사항
	- 다단계 및 홍보관, 체험관, 떼다방 등의 소비자피해 예방 방법(예: 계약서 보관, 다단계 판매원 정보 확인, 항변권 확보를 위한 카드결제 등)
	- 계속거래 소비자피해 예방 방법
	○ (중영역 2) 계약 후 소비자피해 대응방법
안전 사고의 예방과 대응	- 구매 후 불만족시 계약 해지 방법
	- 소비자피해구제 신청 방법(예: 1372상담센터/ 지자체 소비생활센터)
	- 소비자피해구제 처리절차: 상담-피해구제-분쟁조정
	- 소비자분쟁조정위원회의 역할과 이용방법
	○ (중영역 3) 계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용
	- 소비자피해예방주의보 활용 방법
	- 사기의심사이트(국제거래소비자포털) 활용 방법
	- 사업자정보 확인방법
	- 그 밖의 피해예방 정보 탐색방법(예: 온라인 소비자후기 등)
	○ (중영역 4) 정보 프라이버시 인식 제고
	- 개인정보와 사생활
	- 사이버 범죄 피해 예방 방법
	○ (중영역 1) 시설 이용 시 안전 유의사항과 사례
	- 노인병원, 노인편의시설에 대한 안전 유의사항
	- 가정 내 안전사고 예방을 위한 유의사항
	- 승강기와 자동계단의 올바른 사용법
	○ (중영역 2) 상품 사용시 안전 유의사항과 사례
	- 식품(유통기한, 영양표시, 첨가물, 원산지, 위생 등)
	- 생활화학용품(세정제, 표백제, 방향제, 탈취제 등)
	- 의약품과 의료기기(보청기, 성기능 향상 기기)
	- 건강기능식품(유통기한, 부작용, 약품남용 등)
	- 가전제품(사용설명서와 표시 이해, 감전, 누전, 화재예방, 전자파 등)

	○ (중영역 3) 서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 비뇨기과, 안과, 신경외과 등 의료서비스 이용 시 유의사항</li> <li>- 치과·한의원 시술 서비스 이용 시 유의사항</li> <li>- 대중교통, 관광시설 이용시 안전 유의사항</li> </ul>
	○ (중영역 4) 소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응방법
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 재난(지진, 화재, 홍수)관련 안전한 대피방법</li> <li>- 자전거, 오토바이, 자동차 등과 관련된 도로교통 안전</li> <li>- 선박, 항공기 이용시 안전</li> <li>- 물놀이, 해양 레저 스포츠 등 수상 안전</li> <li>- 응급처치 교육</li> </ul>
소비자 정보의 활용과 구매의사 결정	○ (중영역 1) 신유형 광고와 소비자정보
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 블로그 후기, 유튜브의 동영상 등 구매후기 정보 이용시 주의사항</li> <li>- 기만·허위·과장광고</li> </ul>
	○ (중영역 2) 비대면 구매 서비스 이용 방법
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인(모바일 포함) 결제를 할 때 주의사항</li> <li>- 키오스크를 이용한 상품 주문 방법</li> <li>- 모바일 애플리케이션을 이용한 선주문 서비스 이용 방법</li> <li>- 온라인 택시 서비스 이용 방법</li> </ul>
	○ (중영역 3) 소비자 비교정보의 이용 방법
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품 표시와 소비자정보(제품 라벨 읽기)</li> <li>- 공공적 성격의 소비자정보 비교 사이트 소개(행복드림 등)</li> <li>- 가격정보 웹사이트(<a href="http://price.go.kr">http://price.go.kr</a>) 이용방법</li> </ul>
	○ (중영역 4) 구매·이용후기 작성 요령
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중립적 소비자정보로서 구매·이용 후기의 작성 방법</li> <li>- 구매·이용 후기를 소비자정보로 활용할 때 주의 사항</li> </ul>
소비자 재무관리	○ (중영역 1) 금융소비자 보호
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 불완전판매와 금융소비자피해 예방(예: 노년층 대상 실버보험, 상조서비스 소비자피해 예방을 위한 주의사항)</li> <li>- 금융소비자피해구제 기관의 활용</li> <li>- 금융사기 피해 예방을 위한 주의사항</li> <li>- 금융보험서비스(자동차보험, 주택담보대출)이용 시 주의사항</li> <li>- 보이스피싱 소비자피해 예방을 위한 주의사항</li> <li>- 유사 투자자문업체 피해 예방을 위한 주의사항</li> <li>- 유사 수신행위 피해 예방을 위한 주의사항</li> </ul>

	<p>○ (중영역 2) 은퇴설계와 연금</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 은퇴 후 필요자금 산정</li> <li>- 현재 자산상태 분석과 부족분 계산을 위한 웹사이트 활용 방법</li> <li>- 국민연금, 퇴직연금, 개인연금제도의 확인 방법(예: 내 연금확인, 통합연금포털서비스 등)</li> <li>- 주택담보 노후연금(역모기지 상품)의 이해</li> <li>- 연금 상품의 이율과 수수료</li> </ul> <p>○ (중영역 3) 금융소비자정보의 탐색과 활용</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 금융소비자정보포털 파인(<a href="http://fine.fss.or.kr">http://fine.fss.or.kr</a>)</li> <li>- 금융 관련 허위·과장 광고 판단 방법</li> <li>- 비대면 금융상품 이용의 이점과 관련 정보</li> <li>- 온라인 बैं킹 서비스 이용 방법</li> </ul> <p>○ (중영역 4) 위험관리와 보험</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 보험의 원리와 필요성</li> <li>- 보험의 종류와 특성</li> <li>- 보험 용어와 약관</li> <li>- 보험 가입시 주의사항: 보험금과 보험료, 세제혜택 등</li> <li>- 온라인 보험상품 정보(보험다모아 <a href="http://www.e-insmarket.or.kr">www.e-insmarket.or.kr</a>) 활용방법</li> <li>- 보험 증권의 보장내용 확인 방법</li> </ul> <p>○ (중영역 5) 소득과 지출관리</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 생애주기별 소득과 지출의 변화</li> <li>- 재무상태 분석: 자산상태표, 가계수지상태표, 재무비율</li> <li>- 소득관리, 현금을 관리하는 방법</li> <li>- 소비지출 관리</li> <li>- 비소비지출 관리: 각종 세금을 줄일 수 있는 방법</li> <li>- 예산수립과 실행: 소득에 맞추어 예산을 수립하고 관리하는 방법</li> </ul> <p>○ (중영역 6) 신용관리와 소비자금융</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 대출 이용시 유의사항(※ 대부업 이용시 주의사항 포함)</li> <li>- 불법 대출 소비자피해 예방</li> <li>- 신용평점 관리 방법</li> <li>- 신용카드 발급과 이용시 주의사항</li> <li>- 부채관리 방법: 부채 보유 목적의 점검, 부채부담 적절성 평가</li> <li>- 주택 구입시 고려해야 할 사항과 부채상환 방법 및 전략</li> </ul>
--	--

소비자 시민성	○ (중영역 1) 공동체 지향적 소비생활
	- 로컬소비와 골목상권
	- 공정무역 제품 소비
	- 사회적 경제와 공유경제
	- 기부·자선·봉사 등 그 밖의 윤리적 소비
	○ (중영역 2) 환경친화적 소비생활
	- 환경보호: 수질, 대기, 토양오염
	- 자원절약 방법: 재활용, 1회용품 사용자제, 쓰레기 분리배출, 에너지절약 등
	○ (중영역 3) 소비자권리와 책무
	- 소비자주권의 정의와 범위
	- 소비자 권리 알아보고 정당하게 주장하기
	- 소비자 책무의 의미와 실천 방법
	○ (중영역 4) 주체적인 소비문화 형성
	- 비이성적 소비행동: 과소소비와 충동구매
	- 소비문화 형성: 예약부도 근절
	- 상표권의 의미와 모조품 소비 근절
	- 저작권의 의미와 불법 다운로드 근절

### 제3절 이민자 대상의 소비자교육 내용체계

- 본 연구 결과 도출된 이민자 대상 소비자교육 내용체계 최종안은 <표 6-3>과 같음

<표 6-3> 이민자 대상의 소비자교육 내용체계

소비자 피해의 예방·구제	○ (중영역 1) 계약 시 소비자의 주의사항
	- 표준계약서와 모의 계약서 작성 실습 - 온라인/모바일/글로벌 구매 관련 계약시 주의사항 - 다단계 및 홍보관, 체험관, 떃다방 등의 소비자피해 예방 방법(예: 계약서 보관, 다단계 판매원 정보 확인, 항변권 확보를 위한 카드결제 등) - 계속거래 소비자피해 예방 방법
	○ (중영역 2) 계약 후 소비자피해 대응방법
	- 구매 후 불만족시 계약 해지 방법 - 소비자피해구제 신청 방법(예: 1372상담센터/ 지자체 소비생활센터) - 소비자피해구제 처리절차: 상담-피해구제-분쟁조정 - 소비자분쟁조정위원회의 역할과 이용방법
	○ (중영역 3) 계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용
	- 소비자피해예방주의보 활용 방법 - 사기의심사이트(국제거래소비자포털) 활용 방법 - 사업자정보 확인방법 - 그 밖의 피해예방 정보 탐색방법(예: 온라인 소비자후기 등)
	○ (중영역 4) 정보 프라이버시 인식 제고
	- 개인정보와 사생활 - 사이버 범죄 피해 예방 방법
소비자 정보의 활용과 구매의사 결정	○ (중영역 1) 신유형 광고와 소비자정보
	- 블로그 후기, 유튜브의 동영상 등 구매후기 정보 이용시 주의사항 - 기만·허위·과장광고
	○ (중영역 2) 소비자 비교정보의 이용 방법
	- 상품 표시와 소비자정보(제품 라벨 읽기) - 공공적 성격의 소비자정보 비교 사이트 소개(행복드림 등) - 가격정보 웹사이트( <a href="http://price.go.kr">http://price.go.kr</a> ) 이용방법

소비자 재무관리	○ (중영역 3) 비대면 구매 서비스 이용 방법
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인(모바일 포함) 결제를 할 때 주의사항</li> <li>- 키오스크를 이용한 상품 주문 방법</li> <li>- 모바일 애플리케이션을 이용한 선주문 서비스 이용 방법</li> <li>- 온라인 택시 서비스 이용 방법</li> </ul>
	○ (중영역 4) 구매·이용후기 작성 요령
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 중립적 소비자정보로서 구매·이용 후기의 작성 방법</li> </ul>
	○ (중영역 1) 금융소비자 보호
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 불완전판매와 금융소비자피해 예방(예: 노년층 대상 실버보험, 상조서비스 소비자피해 예방을 위한 주의사항)</li> <li>- 금융소비자피해구제 기관의 활용</li> <li>- 금융사기 피해 예방을 위한 주의사항</li> <li>- 보이스피싱 소비자피해 예방을 위한 주의사항</li> <li>- 유사 투자자문업체 피해 예방을 위한 주의사항</li> <li>- 유사 수신행위 피해 예방을 위한 주의사항</li> </ul>
	○ (중영역 2) 금융소비자정보의 탐색과 활용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 금융소비자정보포털 파인(<a href="http://fine.fss.or.kr">http://fine.fss.or.kr</a>)</li> <li>- 금융 관련 허위·과장 광고 판단 방법</li> <li>- 비대면 금융상품 이용의 이점과 관련 정보</li> <li>- 온라인 बैं킹 서비스 이용 방법</li> </ul>
	○ (중영역 3) 소득과 지출관리
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생애주기별 소득과 지출의 변화</li> <li>- 재무상태 분석: 자산상태표, 가계수지상태표, 재무비율</li> <li>- 소득관리, 현금을 관리하는 방법</li> <li>- 현금카드와 신용카드 이용</li> <li>- 소비지출 관리를 위한 예산수립과 실행: 소득에 맞추어 예산을 수립하고 관리하는 방법</li> <li>- 비소비지출 관리: 각종 세금을 줄일 수 있는 방법</li> </ul>
	○ (중영역 4) 위험관리와 보험
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 보험의 원리와 필요성</li> <li>- 보험의 종류와 특성</li> <li>- 보험 용어와 약관</li> <li>- 보험 가입시 주의사항: 보험금과 보험료, 세제혜택 등</li> <li>- 온라인 보험상품 정보(보험다모아 <a href="http://www.e-insmarket.or.kr">www.e-insmarket.or.kr</a>) 활용방법</li> <li>- 보험 증권에의 보장내용 확인 방법</li> </ul>

	○ (중영역 5) 시장경제의 기본 원리
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 희소성, 기회비용과 선택</li> <li>- 돈의 시간가치</li> <li>- 물가, 수요공급의 원리, 경제의 순환 구조</li> </ul>
	○ (중영역 6) 저축과 투자
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생애주기별 재무목표 설정</li> <li>- 투자 원리의 이해 및 투자 의사결정에서의 유의사항</li> <li>- 가계 특성 및 재무목표 파악: 왜 투자를 하는가?</li> <li>- 저축 상품의 이해: 이율과 수수료</li> <li>- 금융투자상품의 이해: 이율과 수수료</li> <li>- 부동산 투자의 이해: 주택 구입시 고려해야 할 사항</li> </ul>
소비자 시민성	○ (중영역 1) 소비자권리와 책무
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자주권의 정의와 범위</li> <li>- 소비자 권리 알아보고 정당하게 주장하기</li> <li>- 소비자 책무의 의미와 실천 방법</li> </ul>
	○ (중영역 2) 환경 친화적 소비생활
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 환경보호: 수질, 대기, 토양오염</li> <li>- 자원절약 방법: 재활용, 1회용품 사용자제, 쓰레기 분리배출, 에너지절약 등</li> </ul>
	○ (중영역 3) 공동체 지향적 소비생활
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 로컬소비와 골목상권</li> <li>- 공정무역 제품 소비</li> <li>- 사회적 경제와 공유경제</li> <li>- 기부·자선·봉사 등 그 밖의 윤리적 소비</li> </ul>
	○ (중영역 4) 건전한 소비문화 형성
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 비이성적 소비행동: 과시소비와 충동구매</li> <li>- 소비문화 형성: 예약부도 근절</li> <li>- 상표권의 의미와 모조품 소비 근절</li> <li>- 저작권의 의미와 불법 다운로드 근절</li> </ul>
안전 사고의 예방과 대응	○ (중영역 1) 상품 사용시 안전 유의사항과 사례
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품(유통기한, 영양표시, 첨가물, 원산지, 위생 등)</li> <li>- 생활화학용품(세정제, 표백제, 방향제, 탈취제 등)</li> <li>- 의약품과 의료기기, 건강기능식품(유통기한, 부작용, 약품남용 등)</li> <li>- 가전제품(사용설명서와 표시 이해, 감전, 누전, 화재예방, 전자파 등)</li> <li>- 리콜제도와 제조물책임제도</li> </ul>

	○ (중영역 2) 시설 이용 시 안전 유의사항과 사례
	- 가정 내 안전사고 예방을 위한 유의사항 - 승강기와 자동계단의 올바른 사용법
	○ (중영역 3) 서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례
	- 성형·비만 수술·시술 서비스 및 기타 의료 서비스 이용 시 유의사항 - 치과·한의원 시술 서비스 이용 시 유의사항 - 피부·미용 시술 서비스 및 기타 건강관리 서비스 이용 시 유의사항 - 대중교통, 관광시설 이용시 안전 유의사항
	○ (중영역 4) 소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응방법
	- 재난(지진, 화재, 홍수)관련 안전한 대피방법 - 자전거, 오토바이, 자동차 등과 관련된 도로교통 안전 - 선박, 항공기 이용시 안전 - 물놀이, 해양 레저 스포츠 등 수상 안전 - 응급처치 교육



## 제7장 결론 및 제언



## 제7장 결론 및 제언

- 소비자교육 영역은 가정경제 영역과 더불어 생활과학에서의 소비자학을 태동시킨 주역으로 1980년대 후반부터 연구가 활발했던 영역이며<sup>77)</sup>, 지속적 발전을 위한 체계화가 필요한 시점
- 소비자기본법 10년을 맞아 소비자교육의 전망에 대해 논의한 김시월 (2017)<sup>78)</sup>에서는 소비자교육의 중요도에 대한 인식 수준이 10년 전에 비해 증가하였으며, 소비자정책의 영역을 규제행정(거래 적정화, 안정성 보장)과 지원행정(정보제공, 소비자교육, 피해구제)로 구분하였을 때, 소비자기본법이 개정된 이래 지난 10년간 지원행정 부문의 소비자정책이 더욱 강화되는 경향성이 있었다고 평가함
  - 2000년부터 2009년까지 국내외 소비자교육 영역의 동향을 분석한 김시월은 (2010)<sup>79)</sup> 소비자교육이 프로그램화, 효과검증, 그리고 피드백을 통한 구체적인 방법의 시도 및 강화에서 괄목할 만한 결과를 이루었다고 평가
- 반면, 소비자기본법이라는 새로운 정책 패러다임 변화에도 불구하고 추진체계 및 주체간의 역할분담 미비 등으로 인해 소비자교육의 확산이 미흡하다고 보는 견해도 다수 존재함
  - 지난 20여년 간 소비자 관련 법률 제·개정과 전반적인 소비자정책 추진은 강화되었으나, 소비자행정 예산, 지방정부의 담당부서, 담당 인원은 강화되지 못하였음(손지연·강하영, 2018)<sup>80)</sup>

77) 이기춘·이승진. (2000). 소비자교육연구의 전개와 새로운 지평. 소비자학연구, 11(2), 181-199.

78) 김시월. (2017). 소비자기본법 10년, 소비자교육 평가와 전망. 소비자문제연구, 48(2), 87-119.

79) 김시월. (2010). 소비자교육 연구의 동향 분석 및 확대 방안. 소비자학연구, 21(2), 91-113.

- 소비자교육이 “국가 중심, 제도권 중심, 공급자 중심, 법·제도 중심의 구조화된 교육”에서 나아가, “학습자 중심, 수요자 중심의 자기주도적 교육”으로 발전하는 것이 바람직하지만, 실제 현장의 교육 수요는 이에 미치지 못하는 상황임(김시월, 2017)<sup>81)</sup>
- 본 연구에서 마련한 소비자교육 내용체계가 향후 실제 추진되기 위해서는 재원 마련과 제도적 뒷받침이 이루어져야 함
  - 또한, 소비자교육 내용체계와 별도로 수업안과 워크시트 개발이 이루어져야 하며, 이를 위한 구체적 방안 제시는 본 연구에서 다루지 못한 부분이므로 후속 연구에서 다루어져야 할 필요가 있음
- 후속 연구에서는 소비자교육 내용체계와 소비자역량 평가체계를 통일하여, 소비자교육의 효과를 과학적으로 파악할 수 있는 근거를 마련할 필요가 있음
  - 소비자역량 평가체계는 편의상 크게 3개의 대영역으로 구성되어 있으므로, 소비자안전역량을 평가할 수 있는 문항의 개발이 추가적으로 필요함
  - 후속연구에서는 중요도와 성취도 분석(IPA: Importance-Performance Analysis) 기법을 이용하여, 소비자교육 내용체계 안의 각 영역에서 소비자 역량의 수준을 파악하고, 우선적인 시정 노력이 필요한 영역을 선별하여 대상별 소비자교육의 전략적 추진 근거를 마련할 수 있음

80) 손지연·강하영. (2018). 3 2018 지역소비자행정 현황 분석 및 과제 연구. 한국소비자원 정책연구보고서, 18-04.

81) 김시월. (2017). 소비자기본법 10년, 소비자교육 평가와 전망. 소비자문제연구, 48(2), 87-119.

〈표 7-1〉 소비자교육 내용체계와 소비자역량지수의 대영역 비교표

2019 소비자교육 내용체계	2018 소비자역량지수 <sup>82)</sup>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자시민성</li> <li>○ 소비자재무관리</li> <li>○ 소비자피해의 예방·구제</li> <li>○ 소비자정보의 활용과 구매의사결정</li> <li>○ 안전사고의 예방과 대응</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 소비자재무역량</li> <li>○ 소비자거래역량</li> <li>○ 소비자시민역량</li> </ul>

□ 본 보고서에서 제시한 이상적인 소비자상과 소비자교육 내용의 중요도 평가 결과는 최근의 환경 변화를 반영하고, 다양한 분야의 전문가들의 의견을 수렴하여 작성된 것임

- 특히 소비활동의 가장 큰 주체임에도 체계적 소비자교육의 기회가 부족한 일반 성인과, 취약계층에 속하는 고령자 및 이민자에 초점을 두고 소비자교육 내용체계를 마련한 점에 의미가 큼
- 향후 고령자, 이민자 등 사회취약계층을 위한 소비자교육 전문강사 대상 소비자교육 심화 과정을 운영할 때 본 연구의 소비자교육 내용체계가 기초 자료로 활용될 수 있음
- 또한 소비자교육 전문강사에게 배포하기 위한 표준교육안을 개발하고자 할 때에도 본 연구의 소비자교육 내용체계가 기초 자료로 활용될 수 있음

□ 다만, 소비자교육 전문가의 의견수렴만 있고, 소비자교육의 대상자인 소비자의 의견수렴이 없다는 점에 다소 아쉬움이 있음

82) 오수진·배순영. (0218). 2018 한국의 소비자역량지수. 한국소비자원 정책연구보고서 18-13.

- 대영역, 중영역까지는 전문가만의 의견수렴으로도 내용체계 수립에 부족함이 없지만, 소영역(세부내용) 수립에 있어서는 소비자의 의견 및 피해다발 품목에 대한 고려가 필요함
  - 향후 구체적인 수업안을 작성하는 단계에서 소비자의 의견 및 피해다발 품목에 대한 고려가 반영되기를 기대함
- 기개발된 소비자교육 내용 체계가 소비자정보제공과 상담 분야에서도 활용될 수 있음
- 소비자교육과 소비자정보제공 간의 경계가 점점 더 모호해지고 있으며, 소비자에게 정보를 제공할 때 교육적 목표를 고려해야 함(p.42)
  - 소비자상담은 소비자피해구제의 첫 단계로 인식되어 왔으나, 최근 사전 예방의 기능을 갖는 상담이 강화되는 추세이며, 특히 취약계층 소비자의 역량 강화를 위한 개별상담 및 조언의 효과가 입증됨(노형식, 2013)<sup>83)</sup>
- 또한, 본 연구에서 개발한 소비자교육 내용체계의 중영역 가운데 일부 내용이 타 영역에 비해 다소 세부적인 것은 본 내용체계의 한계로, 향후 소비자역량지표 등 측정도구의 개발 및 요인분석을 통해 더욱 정교한 내용체계 마련이 가능함
- 본 연구는 “소비자교육의 목표 및 내용체계, 실행방안의 재정립”을 세부 과제의 하나로 채택한 제4차 소비자정책 기본계획(’18~’20)에 발맞추어 소비자교육 내용체계를 개편하는 것을 목적으로 함

83) 노형식. (2013). 금융포커스: 금융교육, 금융상담, 금융자문의 역할 분담 체계. 주간금융브리프, 22(27), 10-11.

- 이를 위해 선행연구 검토와 이론적 고찰을 실시하여 소비자교육 내용체계의 가안을 마련하였으며, FGI와 서면자문 및 온라인 전문가 조사 방법을 이용하여 타당성을 확보하고 중요도와 우선순위를 평가함
- 본 연구에서 개발한 소비자교육 내용체계는 4개의 대영역, 18개 중영역으로 구성되어 있으며, 일반성인, 고령층, 이민자 등 대상에 따라 내용을 다르게 구성함
- 전문가 의견수렴을 거쳐 타당도를 확보한 내용체계를 개발했다는 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있음

## 【참고문헌】

- 강수영·김정숙. (2008). 제주지역 성인소비자의 소비자교육에 대한 태도 및 필요성 인식에 관한 연구. 소비자정책교육연구, 4(3), 81-103.
- 교육부·한국교육개발원·17개 시·도 교육청(2017) 자유학기제 주제선택활동 자료집 “소비자교육” (TL 2017-06-02)
- 구혜경·나종연. (2009). “소비자 - 기업 협력”에 대한 탐색적 연구. 소비자학 연구, 20(3), 99-133.
- 김선미. (2004). 지식정보화 사회의 주부소비자교육을 위한 기초연구. 한국 생활과학회지, 13(3), 425-440.
- 김시월. (2017). 소비자기본법 10년, 소비자교육 평가와 전망 . 소비자문제 연구, 48(2), 87-119.
- \_\_\_\_\_, 노영래. (2013). 개인재무관리 관련 교과영역 현황 및 교육 요구도 연구 -전국의 소비자학 관련 학과를 중심으로-. Financial Planning Review, 6(2), 2013. 05. 1-34.
- \_\_\_\_\_, 조향숙. (2017). 소비자역량이 통신서비스에서의 소비자문제 경험 과 만족도에 미치는 영향 - 노인과 비노인 소비자의 통신서비스 비교 분석을 중심으로. 소비자문제연구, 48(3), 97-121.
- 김원경·최평임. (2009). 발달장애 특수교육 대상자의 기본교육과정 운영 개선방향 모색. 지적장애연구, 11(3), 45-67.
- 김정은·이기춘. (2009). 소비자시민성의 구성요소와 소비생활영역별 차이 분석. 소비자학연구, 20(2), 27-51.
- 김태은. (2002). 사회소비자교육 프로그램 개발을 위한 교육내용과 운영방안



- 모색: 현황분석과 요구도 조사를 통하여. 상명대학교 대학원 가정학과 석사학위 논문(2002. 7.).
- 김효정. (2018). 결혼이민자 여성소비자의 디지털정보격차지수 결정 요인: 연령별 차이 연구. *Family and Environment Research*, 56(3), 217-232.
- 나종연. (2006). 기업의 소비자교육 사례를 통해 살펴본 소비자교육에서의 기업의 역할. *소비자정책교육연구*, 2(2), 105-121.
- \_\_\_\_\_, 박서니. (2019). 소비생활문제 인식에 따른 북한이탈주민 유형화 및 소비자교육방안에 대한 연구. *소비자문제연구*, 50(1), 1-31.
- 문영훈·이수희·손상희. (2012). 가정과 교사들이 지각한 소비자교육 패러다임과 관련 요인. *한국가정과교육학회지*, 24(2), 63-85.
- 박성연·손상희. (2017). 내용분석을 통한 소비자교육 이러닝 동영상 콘텐츠 현황 연구 - 관련 기관 및 소비자단체를 중심으로. *한국소비자정책교육학회지*, 13(3), 1-24.
- 박용석·원혜일. (2010). 북한이탈주민의 소비실태 및 소비의식 조사 연구. *한국소비자원 조사보고서*, 10-08.
- 박주희. (2016). 학교협동조합을 통한 청소년소비자의 사회적경제 교육에 대한 연구: 한국과 영국의 사례를 중심으로. *소비자정책교육연구*, 12:1, 203-228.
- 박혜영·김시월. (2014). 다문화가정 여성결혼이민자의 금융경제 관련 소비자교육 요구에 관한 연구. *Financial Planning Review*, 7(2), 33-64.
- 배순영. (2005). 학교 소비자교육 교과과정 개선방안. *한국소비자원 정책연구보고서*.
- 배순영. (2015). 통일 소비자정책 연구Ⅱ): 북한이탈주민의 소비자역량 실태 조사 및 정책적 시사점. *한국소비자원 정책연구보고서*, 15-03. ISBN: 979-11-5649-125-5.

- \_\_\_\_\_, 손정원. (2014). 통일대비 소비자교육에 관한 기초 연구. 소비자정책교육연구, 10(4), 31-49.
- \_\_\_\_\_, 손지연. (2013). 소비자교육 추진체계 및 방향에 대한 연구, 한국소비자원 정책연구보고서 13-07.
- \_\_\_\_\_, 유두련. (2009). 소비자안전과 소비자교육. 한국가정과교육학회 2008년 동계 학술대회 (2009. 01.)
- 배윤정·김기옥. (2000). 정보사회의 소비자교육내용 체계화를 위한 연구. 소비자학연구, 11(4), 63-83.
- 서정희. (1998). 어머니와 교사의 학령전 아동소비자교육 요구분석: 울산시를 중심으로. Family and Environment Research, 36(1), 81-98.
- 손지연·강하영. (2018). 2018 지역소비자행정 현황 분석 및 과제 연구. 한국소비자원 정책연구보고서, 18-04.
- 송순영. (2015). 소비자 안전교육 내용 체계화에 관한 연구. 한국소비자원 정책연구보고서 15-19.
- 송순영. (2000). 노인소비자 보호 방안에 관한 연구. 한국소비자보호원, p. 57.
- \_\_\_\_\_, 김남수·정윤선·김성숙. (2002). 소비자교육 종합 발전계획. 한국소비자보호원 연구보고서 2002-03.
- 오수진. (2015). 초등학교 소비자교육 표준안 개발을 위한 기초연구. 한국소비자원 정책연구보고서 15-18.
- 오수진. (2017). EU 소비자교육 현황 및 시사점: 소비자교육자료 플랫폼을 중심으로. 소비자정책동향, 제85호, 1-20.
- 오수진·배순영. (2019). 2018 한국의 소비자역량지수. 한국소비자원 정책연구보고서18-13.

- 유창조. (2008). 소비자의 역할변화에 대한 탐색적 연구: 새로운 소비문화 발현자로서의 소비자. 한국마케팅저널, 10(2), 153-159.
- 윤선길·정기현·지원배. (2008). 북한이탈주민의 광고인식에 대한 실증적 연구. 한국광고홍보학보, 10(1), 195-228.
- 이기춘. (1999). 소비자교육의 이론과 실제. 서울: 교문사.
- 이기춘·나종연. (2007). 북한이탈주민의 북한과 남한에서의 소비생활경험 연구. 소비자정책교육연구, 3(2), 101-122.
- 이득연·송순영. (1992). 소비자교육의 교육내용모형 개발 연구-사회교육을 중심으로. 한국소비자보호원.
- 이은희·유현정·이준영. (2016). 20대 청년세대의 고민과 경제문제에 대한 탐색적 연구-주요 인터넷 게시판 분석을 중심으로, 소비자정책교육연구 제12권 2호
- 이정, 유현정. (2013). 중국의 소비자교육내용 체계화에 관한 연구. 소비자정책교육연구, 9(2), 19-40.
- 정은찬. (2016). 북한이탈주민의 금융생활 정착: 문제점과 개선방안, KDI 북한경제리뷰, 2016년 3월호.
- 조유현·박명희·손상희. (2011). 식품안전 소비자교육 프로그램의 방향과 사례 프로그램 제작 연구. 한국생활과학회지, 20(6), 1167-1184.
- 천혜정·서여주. (2014). 북한이탈주민이 남한사회에서 경험하는 소비행위의 의미. 소비자정책교육연구, 10(3), 109-135.
- 최병모·이준혁. (1998). 소비자교육 중심의 경제교육 내용구성을 위한 연구. 경제교육연구, 4, 273-308.
- 통일부(2018). 통일백서.

- 황은애·황미진. (2015). 생애주기별 소비자문제와 개선방안 마련을 위한 연구 Ⅰ. 한국소비자원 정책연구보고서 15-20.
- 황진자. (2012). 금융상품 판매에 있어 고령소비자보호 방안. 소비자문제연구, 41, 171-183.
- 한국소비자원. (2018). 생애주기별 소비자상담 트렌드 분석. 한국소비자원 소비자정보국 빅데이터분석팀 기획분석 02 (2018. 12.)
- 한국소비자원. (2016). 2016 소비자 피해구제 연보 및 사례집.
- 한국소비자원. (2018). 2018 소비자 피해구제 연보 및 사례집.
- Schoenfeld, D. & Natella, A. A. (1980). The Consumer and his Dollars, (New York: Ocean Publication, pp. 335-344.
- Farmer, R. N., & Richman, B. M. (1965). Comparative management and economic progress. Homewood, IL: Richard D. Irwin.
- OECD(2010). Consumer Policy Toolkit. Committee on Consumer Policy. ISBN: 978-92-64-07965-6.

## 〈Executive Summary〉

# Development and Validation of the Contents of Consumer Education for Specified Target Groups

Jiyeon Son

This study established and validated the contents of consumer education for 3 different target groups. Based on previous studies on contents of consumer education, domains of consumer education were divided into five categories: ① consumer-citizenship, ② consumer damages, ③ consumer information and decision-making, ④ safety accident, and ⑤ personal finance. As a series of validation process, various research tools such as focus group interview(FGI), written advice and expert survey were employed to refine the details of the content structure for consumer education.

Firstly, a session of focus group interview(FGI) with researchers as well as activists from civic groups was conducted on May 17 2019 and 10 of experts was participated. Second, written advices were gathered from June 30 to July 8 2019. In this stage, 4 of professors who are specialized in consumer education provided their opinions. At last, expert survey was conducted from July 22 to 26 July 2019. A total of 22 Respondents of the expert survey include both field

experts and academic researchers. In addition to critiques to the contents, importance of each domain for three different target groups was evaluated with 5 point likert scale. Target groups of consumer education include adults, elderlys, and immigrants.

In addition, opinions on the characteristics of an idealistic consumer was collected in the expert survey. Respondents of the survey replied that an idealistic consumer is a socio-economic agent who is ① spontaneous and smart, ② adaptive to changes in the market environment and able to lead that changes, ③ able to make rational decisions, ④ practicing sustainable consumption, ⑤ considering consumers' social responsibility.

In the results of evaluating importance of each domains with 5 point liker scale, consumer-citizenship was the most important domain for adults, consumer damages was the most important domain for elderlys, and consumer damages was the most important domain for immigrants as well. Based on above findings, this study suggests that consumer education for different target groups should focus on different domains. Results of this study can be used as a guideline for implementing the consumer education policy for adults, elderlys, and immigrants.

## 부 록

1. 소비자교육 내용체계 관련  
선행연구 고찰
2. 소비자교육 내용체계 개선을 위한  
전문가 조사





## [부록 1] 소비자교육 내용체계 관련 선행연구 고찰

### 1) 한국소비자원

- 한국소비자원이 개발한 소비자교육 내용 체계로 이득연·송순영(1992), 송순영 외(2003), 송순영(2003), 배순영(2005), 오수진(2015), 송순영(2015) 등이 있음
- 이득연·송순영(1992). 소비자교육의 교육내용모형 개발 연구-사회교육을 중심으로. 한국소비자보호원.
  - ① 가치교육, ② 구매교육, ③ 시민의식 교육의 3개 대분류 아래의 12개 중분류, 27개 소분류로 구성되어 있음

〈표 1〉 한국소비자원의 소비자교육 내용 모형(이득연·송순영, 1992)

대분류	중분류	소분류
가치교육	소비윤리 및 가치관	소비욕구와 소비생활, 소비문화
	소비환경변화와 소비생활	고령화, 정보화, 국제화, 환경문제, 기타 경제 상황 변화
구매교육	안전·위해	소비자위해 가능 품목, 구매 및 사용(이용)시 안전 유의사항
	품질·규격	품질·규격 비교기준, 품질 비교 선택요령
	표시·정보	품목별 표시 사항 유형, 표시 및 정보 활용 요령
	광고	허위·과장광고 유형, 광고 선별 요령
	거래조건·방법	부당거래의 유형과 대처, 특수한 거래방법에서의 대응
	가격·유통	품목별 가격·유통 구조의 특성, 적정 가격 구입 요령
	소비자불만처리	품목별 피해보상 기준, 피해보상 절차·방법
시민의식 교육	소비자권리	소비자권리, 소비자보호 법제
	소비자책임	생태학적 책임, 사회적 책임
	소비자참여	소비자운동, 소비자관련 정책에의 영향력

- 송순영·김남수·정윤선·김성숙(2003). 소비자교육 종합 발전계획, 한국소비자보호원.
- ① 가치관 교육, ② 자원관리 교육, ③ 합리적 구매교육, ④ 소비자 시민교육의 4개 대분류 아래 12개 내용영역, 73개 기본요소로 구성되어 있음

〈표 2〉 한국소비자원의 소비자교육 내용 모형(송순영 외, 2003)

주제영역	내용	기본요소
가치관 교육	소비윤리	소비욕구, 소비태도, 물자절약, 소비문화, 분수에 맞는 생활, 충동구매, 아껴 쓰기, 취미와 여가생활
	환경보호	환경보호(수질, 대기, 토양), 교통문제, 재활용, 쓰레기 분리수거, 쓰레기 종량제
자원관리 교육	경제원칙	욕구, 자원, 수입과 지출, 희소성, 생산, 화폐, 금융, 재정, 공급과 수요, 협업과 분업, 가격, 교환, 경쟁, 시장, 실업, 인플레이션, 물자의 이동, 산업
	금전관리	용돈, 용돈기입장, 살림살이, 가계부, 수입, 지출, 재산, 소득분배, 예산, 저축, 소비, 신용, 보험, 세금, 연금
합리적 구매교육	의사결정	문제인식, 정보탐색, 대안평가, 선택
	구매	의류, 식품, 상품과 서비스
	영향요인	환경적 영향, 심리적 영향, 개인적 영향
	소비자정보	안전·위해, 품질·규격, 표시·정보, 광고, 거래조건·방법, 가격·유통
소비자 시민교육	소비자역할	소비자참여, 소비자의식
	소비자의 권리와 책임	안전, 선택, 보상, 교육, 단체
	소비자문제해결	기만, 배상, 제품안전, 피해구제, 분쟁조정

- 송순영(2003). 노인소비자를 위한 소비자교육 프로그램 개발. 한국 소비자원 정책연구보고서 03-12.
- ① 문제인식 교육, ② 구매교육, ③ 자립교육의 3개 대분류 아래 8개 중분류로 구성되어 있음
- (대영역 1) 문제인식교육의 교육 목표: 소비자의 개념 및 소비자문제의 본질을 인식함으로써 소비자로서의 역할 정체성 확립과 소비생활 과정에서 경험하게 되는 구조적 문제로서 소비자문제에 대한 시각 확립
- (대영역 2) 구매교육의 교육 목표: 구매관련 지식을 습득함으로써 구매와 관련된 의사결정능력을 육성
- (대영역 3) 자립교육의 교육 목표: 소비자주의에 대한 이해 및 소비자피해에 대한 대처능력을 개발하여 소비자 자립기반 구축

〈표 3〉 한국소비자원의 노인 소비자교육 내용 모형(송순영, 2003)

대분류	중분류	소분류	주요 내용
문제인식 교육	현대사회와 소비자	- 소비자의 개념 - 현대사회에서 소비자의 지위	피해사례, 대처요령
	소비자문제의 배경 및 본질	- 소비자문제의 배경 - 소비자문제의 본질	
	소비자문제의 현황	- 안전·위해 - 품질·기능 - 가격·요금 - 표시 - 광고 - 계량·규격 - 거래·계약 - 판매방법·상술	

대분류	중분류	소분류	주요 내용
구매교육	상품	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품</li> <li>- 의류</li> <li>- 주택</li> <li>- 가구·가정기기</li> <li>- 건강관련 제품</li> </ul>	피해사례, 표시제도, 피해대처요령
	서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주거서비스</li> <li>- 재가서비스</li> <li>- 보건서비스</li> <li>- 금융서비스</li> <li>- 교육·여가서비스</li> </ul>	
자립교육	소비자권리	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자권리</li> <li>- 소비자보호법제</li> <li>- 소비자보호기관</li> </ul>	
	소비자책임	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비행위의 사회적 책임</li> <li>- 소비행위의 생태학적 책임</li> </ul>	
	소비자피해와 불만처리	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 피해보상제도</li> <li>- 소비자 불만처리 체계</li> </ul>	

○ 배순영(2005). 초등학교 소비자교육과정 개선방안, 한국소비자보호원.

- ① 시장경제의 이해, ② 합리적 구매와 사용, ③ 소비자문제 해결 및 예방, ④ 신 소비문화 형성의 4개 대영역 아래 8개 중분류로 구성되어 있음

〈표 4〉 한국소비자원의 소비자교육 내용 모형(배순영, 2004)

대영역	중영역	내용 및 목표 (생략)
시장경제의 이해	시장경제의 기본원리	희소성(욕구와 자원), 기회비용, 교환, 생산성 등 기본 경제 원리 이해하기
		수요와 공급, 시장과 가격, 유통 경쟁과 시장, 시장실패, 정부 역할 등 미시경제원리 이해하기
		국민총생산, 인플레이션, 실업, 금융정책, 재정정책 등 거시경제원리 이해하기
		정부, 기업, 가계 등 경제주체의 역할과 원-원 관계 이해하기
		환율과 국제수지, 국제경쟁과 국제협력, 주요국 시장동향 등 글로벌 시장경제환경 이해하기
	소비자자원의 관리	소득 획득의 의미와 관리법 알기(돈의 이해, 소득의 원천, 직업선택, 사회보장 등)
		자금관리의 의미와 관리법 알기(예산수립, 금융선택, 보험과 위험관리, 세금납부 등)
		지출 및 신용의 의미와 관리법 알기(비교구매, 지불방법, 신용유형, 신용비용과 책임 등)
		저축과 투자의 의미와 관리법 알기(관련 상품, 위험과 수입, 장단기 저축플랜, 노후설계 등)
		금전 외의 자원(시간, 각종 내구재와 공공재 등)의 의미와 관리법 알기
합리적 구매와 사용	정보의 수집과 분석	인터넷, 신문, 잡지 등에서 다양한 소비자정보를 수집하고, 읽고, 분석할 수 있기
		광고, 마케팅 전략 등 각종 상업적 정보의 목적과 소비자 선택에 미치는 영향을 파악하기
		소비자단체나 언론, 정부 등이 제공하는 각종 중립적 정보의 중요성을 알고 활용하기
		규격·품질·안전·위해·가격 등 각종 표시정보를 알고 활용하기
		상품·서비스 구매시 계약서, 약관, 사용설명서 등을 읽고 활용하기
	구매의사결정과 구매, 그리고 사용	구매의사결정과정(정보수집, 정보처리, 의사결정)을 이해하고 이에 영향을 미치는 각종 요인을 고려하여 선택하기
		상품과 서비스 구매 시 적절한 거래 및 계약방식을 알고 부당한 거래 선택하지 않기
		전자상거래, 홈쇼핑, 방문판매, 백화점, 할인점 등 다양한 구매유형의 장단점과 올바른 이용방식을 알고 선택하기
		현금, 할부, 신용카드 등 다양한 대금지불 방식의 장단점을 알고 선택하기
		구매한 각종 소비자 제품 및 서비스의 안전하고 편리한 사용과 보존법 알기

대영역	중영역	내용 및 목표 (생략)
신 소비문화 형성	소비자문제의 해결	소비자문제의 원인과 빈번하게 발생하는 소비자문제를 알고 예방하기
		제조물책임법과 리콜제도 등 소비자안전과 관련된 법과 제도를 알고 적용하기
		효과적인 불만제시방식(서면, 전화, 대면 접촉 등)을 알고 실천할 수 있기
		소비자피해 및 분쟁 해결 시 활용할 수 있는 제도와 기관 알기
		소비자이익을 돌보는 지역 및 전국단위, 국제단위의 기관 및 조직을 알고 활용하기
	소비자주권과 소비자참여	소비자주권의 의미, 소비자 권리와 책임의 개념을 알고 그 중요성을 인식하기
		누가 소비자법과 제도를 만들며 이것이 위반될 경우 어떠한 손실이 있을지 알기
		소비자참여 및 운동의 역사를 알고 이것이 더 나은 경제환경, 법 및 제도를 만듦을 인식하기
		기업모니터링, 소비자패널, 인터넷정보생산 등 각종 새로운 소비자참여방식을 알고 실천하기
		소비자단체 등 소비자대표기관의 역할을 이해하고 지원하기
	소비문화와 트렌드	소비의 의미와 소비문화현상의 역사적 변화과정 알기
		생활주기와 개인의 욕구에 따라 소비문화가 다름을 알고 자신과 타인의 소비문화 이해하기
		연령별, 세대별, 성별, 국가별 등 국내외의 다양한 소비문화를 알고 그 배경을 이해하기
		각종 소비유행과 트렌드를 읽고 소비자의 눈으로 다시보기
		나눔의 문화 등 바람직한 소비문화를 인식하고 개발하기
	공동체와 소비자	지역사회에서 선택 가능한 공공시설물을 알고 올바르게 이용하기
		공동체에서 건강하고 안전한 소비생활양식(금연, 안전한 제품사용 등)을 알고 선택하기
		에너지와 물, 식물, 동물 등 각종 자연자원을 아끼고 보존하는 법을 알고 선택하기
		쓰레기를 줄이고 재활용하는 소비생활양식을 선택하고 실천하기
		지속 가능한 소비, 국경 없는 소비자 등 각종 글로벌 소비 환경 이슈를 알고 행동하기

- 오수진(2015). 초등학교 소비자교육 표준안 개발을 위한 기초연구. 한국소비자원 정책연구보고서 15-18.
- ① 가치교육, ② 자원관리교육, ③ 합리적 구매 교육, ④ 시민의식 교육의 4개 대분류 아래 9개 중분류로 구성되어 있음

〈표 5〉 한국소비자원의 초등학교 소비자교육 내용체계(오수진, 2015)

대분류	중분류	소분류
가치교육	개인의 가치	소비욕구, 소비태도, 물자절약, 소비문화, 충동구매, 과시소비, 윤리적 소비
	공동체 가치	소비와 환경, 환경보호(수질, 대기, 토양), 자원재활용, 친환경자원배분, 쓰레기 줄이는 법, 쓰레기 분리수거
자원 관리교육	자원관리의 원칙	희소성, 기회비용과 선택, 필요와 욕구, 시장과 가격, 수요와 공급, 경쟁과 시장구조, 시장실패, 정부의 역할, 국민총생산, 총공급과 총수요, 실업, 인플레이션, 통화정책, 재정정책
	자원관리의 실제	소비자와 가용자원의 이해, 시간자원의 관리, 돈의 의미와 예산 세우기, 수입, 지출, 재산, 소득분배, 저축, 소비, 신용, 보험, 세금, 연금
합리적 구매 교육	의사결정과정과 영향요인	문제인식, 정보탐색, 대안평가, 선택, 환경적 영향, 심리적 영향, 개인적 영향
	소비자정보	안전·위해, 품질·규격, 표시·정보, 광고, 거래조건·방법, 가격·유통, 소비자정보원천의 특징
	소비자안전	안전한 상품 고르기, 리콜제도의 의미, 제품 안전사고 예방방법, 제품 안전사고 발생시 대처방법
시민의식 교육	소비자의 권리와 책임	소비자안전, 선택, 보상, 교육, 단체, 소비자참여, 소비자의식
	소비자문제와 해결	불만제기 방법, 소비자피해구제 방법

- 송순영. (2015). 소비자 안전교육 내용 체계화에 관한 연구. 한국소비자원 정책연구보고서, 15-19.

- 송순영(2015)의 연구보고서는 소비자교육 내용체계 안에서 소비자 안전 관련 내용이 소비자거래 관련 내용에 비해 적은 비중으로 다루어지고 있음을 지적함
- 한국소비자원이 2013년 한 해 동안 실시한 총 472회의 교육 552개 강좌 가운데 소비자안전과 직접 관련된 강좌는 21개에 불과한 것으로 나타남
- 송순영(2015)은 교육 내용체계와 함께 소비자안전교육의 주요 대상·상품군을 제시함
  - (상품) 식품·건강기능식품, 의약품·화장품, 의료기기·미용기기, 가구 및 가구설비, 가전제품, 문구 및 완구류, 화학제품, 차량 및 승용물
  - (시설 및 설비) 전기 및 가스, 난방설비, 승강기·자동계단, 거주지 건물·건축자재, 놀이시설·문화관람시설·스포츠시설·야영시설, 교통 시설·도로
  - (서비스) 의료서비스, 산후조리·요양서비스, 미용시술 및 관리 서비스



〈표 6〉 한국소비자원의 소비자안전교육 내용체계(송순영, 2015)

	의식	지식	행동
가치관 교육	소비자생활안전의 중요성 현대사회 변화와 소비자위험	국내외 소비자안전 사건 발생 역사 위험, 위해의 개념과 안전 및 소비자안전의 개념, 범위	생활안전 영역 및 영역별 소비자안전문제 위험커뮤니케이션과 소비자
구매 교육	상품별 안전정보의 탐색 소비자위해정보 탐색	소비자안전관리제도 상품별 안전표시제도 이해	안전한 상품 및 서비스의 선택: 안전성의 고려 제품사용시 안전 유의 사항
소비자시민성 교육	소비자 8대 권리와 소비자안전 안전소비문화의 이해와 창출	소비자안전 피해사례 소비자안전 관련 피해구제 사례	안전관련 피해구제 기관의 활용 리콜제도, 제조물 책임제도의 활용

## 2) European Union

□ EU의 Consumer Classroom<sup>84)</sup>은 유럽연합 가입국의 소비자교육 콘텐츠를 한데 모은 온라인 아카이브로, 내용체계의 형식으로 조직화되어 있지는 않은 대신 양적으로 방대한 자료가 수록되어 있음

- 소비자권리(consumer rights): 소비자권리에 대해 알기, 휴가 예약 시 소비자보호 방법, 제품안전 법률, 불공정 약관, 불공정 거래 등
  - 소비자의 권리와 책무
  - 소비자로서 항의(불평행동)하는 방법
  - 소비자보호 관련 법률
  - 패키지여행상품(투어)에 대한 규제

84) <http://www.consumerclassroom.eu>

- 항공기 승객의 소비자권리
- 소비자안전을 위한 제품 들여다보기
- 소비자계약에서의 불공정 조항
- 어린이 안전/장난감
- 불공정 광고 사례
- 불공정한 계약 조항
- 지속가능한 소비(sustainable consumption)
  - 탄소발자국(biomass footprint)
  - 공정무역
  - 음식물 쓰레기 처리법
  - 풍력발전(wind energy)
  - 2020 에너지
  - 재활용
  - 에너지소비
- 재무역량(financial literacy)
  - 용돈 관리 요령
  - 예산 계산기
  - 가계대출
  - 인플레이션이 경제에 미치는 영향
  - 지출과 저축
  - 재무관리 수학(money math)
  - 재정정책 게임
- 광고와 마케팅(advertising and marketing practices)

- 음식과 음료
- 어린이를 광고로부터 보호하기 위한 캠페인(campaign for a commercial-free childhood)
- 소비자 의사결정(consumer choice)
  - 식품 영양성분에 대한 이해
  - 금전감각(money sense)
  - 소비자선택의 일곱 단계
  - 가격 표시와 규제
- 소비자 보호(consumer protection)
  - 더 건강한 식품 선택을 위한 라벨 읽기
  - 식품안전 이슈
  - 소비자피해 예방
- 건강과 영양교육(health and nutritional education)
  - malnutrition에 대해 할 수 있는 일
  - 학교급식의 중요성
  - 청년층을 위한 식생활 교육
  - 학교에서의 물 사용 줄이기를 위한 요령
- 정보와 커뮤니케이션(information and communication)
  - 사이버폭력(cyber-bullying)
- 소셜미디어와 인터넷 정보보안(social media and internet safety)
  - 인터넷 정보보안(Internet Safety)

- 인터넷 리터러시(the Internet literacy)
- 교통과 도로안전(transport and road safety)
  - 도로안전(road safety)
- 미디어 리터러시(media literacy)
  - 식이장애(eating disorders)
- 에너지(energy)
  - 재생가능 에너지: 내일을 위한 선택
- 지속가능한 발전(sustainable development)
  - 책임있는 소비: 글로벌적 발상, 로컬적 행동
  - 지속가능한 의생활
- 고객관리(customer care)
- 온라인 쇼핑(online shopping)
- 제품 안전(product safety)
- 디지털 시장(digital single market)
- 협력적 소비(collaborative consumption)
- 기타
  - 기후변화에 대한 소비자역량(climate literacy)
  - biomass energy
  - 공유경제 열풍
  - 정보보호 법률

□ EU의 소비자교육 현황 및 시사점 (오수진, 2017)<sup>85)</sup>

- EU는 소비자정책을 통해, 소비자들의 더 나은 선택을 조력하고, 시장 경쟁을 강화하여, 유럽 공동체 시장이 정상적으로 작동하도록 하는 것을 목표로 삼음
- EU는 소비자교육을 소비자 권리 보장을 위해 유럽연합 회원국들이 달성해야 하는 공동 목표로 수립
- EU집행위원회는 디지털 소비자역량 강화를 소비자교육의 주요 측면으로 설정함

〈표 7〉 EU의 소비자역량 내용체계 및 가중치

내용영역		지표
대영역	중영역	
소비자 기술	기본 기능(0.5)	QA42: 가격 비교 가능 여부(더 싼제품 찾기)(0.25)
		QA43: 가장 높은 이자율 상품 (0.3)
		QA44: 대출 이자율 계산(0.45)
	로고·라벨 해석 능력(0.5)	QA45: 식품표시에서 “지방함량”에 대한 지식(0.2)
		QA46: 식품표시에서 유통기한에 대한 지식(0.3)
		QA47(b): EU 로고에 대한 정확한 인식(0.5)
소비자 법에 대한 인식	불법적인 상거래행위 (0.4)	QA8: 불법 광고에 대한 지식(0.33)
		QA11: 주문하지 않은 DVD를 배송받았을 때 비용을 지불해야 하는지에 대한 지식 (0.33)
		QA13: 광고 가격(비행기티켓)에 대한 지식(0.33)
	구매 후 청약철회 (0.4)	QA6: 우편, 전화, 인터넷으로 주문한 제품의 청약철회에 대한 지식(0.33)
		QA9: 자동차보험 체결후 청약철회에 대한 지식(0.33)
		QA10: 방문판매에서 구입한 청소기의 청약철회에 대한 지식(0.33)

85) 오수진(2017). EU 소비자교육 현황 및 시사점: 소비자교육자료 플랫폼을 중심으로. 소비자정책동향, 제85호, 1-20.

내용영역		지표
대영역	중영역	
	보증기간 (0.2)	QA7: 냉장고 보증기간에 대한 지식
소비자 참여	제품 비교 (0.2)	QA17: 내구제 제품구매 시 제품 비교 행동(0.5) QA18: 지난 12개월 동안 제품 가격비교를 하기 위해 얼마나 자주 단위가격(unit price)을 살펴보았는지(0.5)
	거래 용어 및 조건 (0.2)	QA14-15: 거래용어와 조건 읽기 QA14: 전기, 가스 전화, 은행계좌 개설 또는 보험가입시 거래용어와 조건을 읽었는지 QA15: 읽지 않았다면 그 이유는 무엇인지
	소비자정보에 대한 관심 (0.2)	QA16: 소비자관련 정부부처, 기관, 관련단체 명을 응답할 수 있는지(0.33)
		QA40: 지난 1년 동안 소비자 관련 TV(라디오)프로그램을 시청·청취한 적이 있는지(0.33)
		QA41: 지난 1년 동안 소비자로서 소비자권리에 대한 정보를 탐색한 적이 있는지(0.33)
	소통 경향 (0.2)	QA25: 제품, 서비스, 유통업자와 제조업자에 대하여 불만을 경험했을때 얼마나 많은 사람들(사업자, 업체 직원 제외)에게 이를 말하였는지(0.5)
		QA26: 제품, 서비스, 유통업자, 제조업자에 대하여 긍정적인 경험을 하였을 때 얼마나 많은 사람들(사업자, 업체 직원 제외)에게 이를 말하였는지(0.5)
	소비자피해와 구제(0.2)	QA27, QA28, QA31, QA36, QA37 조합: 소비자불만을 경험했을 때 하는 행동(시나리오 상황 포함)

※ 출처: Nardo, et al. (2011); 오수진·배순영(2018) 재인용

\*\* 주: ( )값 가중치

### 3) 일본 소비자청

- ☐ 일본 소비자청은 소비자교육 포털 사이트(<http://www.kportal.caa.go.jp>)를 운영함
  - 일본 소비자청은 최근 경제 구조의 변화와 규제 완화의 흐름 속에서 소비자 문제가 발생하고 있으며, 소비자문제의 내용이 복잡해지고 고도화하고 있는 만큼 소비자교육의 중요성 또한 높아지고 있다고 설명함
- ☐ 소비자교육 이미지 맵<sup>86)</sup>은 소비자교육 대상자를 연령에 따라 구분함
  - 유·소아, 초등학생, 중학생, 고등학생, 성인기(청년/성인 일반/고령자)
- ☐ 소비자교육의 패러다임 변화가 있었으며, 이에 따라 소비자교육에 있어서 내용 중요성의 우선순위도 변화함
  - 대영역1: 소비자시민사회
  - 대영역2: 상품 안전
  - 대영역3: 생활 관리
  - 대영역4: 정보

---

86) 학교, 가정, 지역 학습 내용 체계적으로 구성 이해를 진행하기 쉽도록 정리 한 것

〈표 8〉 일본 소비자청의 소비자교육 내용체계

대영역	중영역
소비자 시민 사회 구축	소비의 영향력 이해
	지속 가능한 소비의 실천
	소비자의 참여·협동
상품 등의 안전	상품 안전의 이해와 위험 회피 능력
	문제 대응 능력
생활관리와 계약	선택, 계약에 대한 이해와 태도
	생활 디자인, 관리 능력
정보와 미디어	정보의 수집·발신·활용 능력
	정보사회의 규칙과 정보 윤리의 이해
	소비 생활 정보에 대한 비판적 사고력

(※ 출처: 소비자교육 이미지맵)

- 금전의 가치 → 소비자 힘과 권리 → 생활의 질 → 웹에서의 신뢰  
→ 소비자시민의 힘의 순으로 패러다임이 변화함
- 일본의 경우, 2012년 「소비자교육추진에 관한 법률」 제정을 계기로 소비자교육 내용 체계를 정립하였으며, 새 내용체계는 ‘**소비자시민사회에 걸맞은 소비자의 육성**’을 소비자교육의 목표로 설정함
- 이를 뒷받침하기 위해 ‘① 소비자시민사회 구축/② 상품 등의 안전/③ 생활 관리와 계약/④ 정보와 미디어’ 등 4개 대영역과 10개 중영역을 구성함



〈표 9〉 일본의 소비자교육 이미지맵(※ 성인기 발체)

영역 \ 특징		청년기	중장년	노인
소비자 시민 사회 구축	소비의 영향력 이해	전반적인 자립을 진행, 소비자로서의 라이프스타일이나 가치관을 확립하고 스스로 행동	정신적, 경제적으로 자립하여 지속 가능한 사회를 실현하기 위해 소비자 시민 사회를 구축하기 위해 다양한 사람들과 협동, 문제해결	상황에 따라 주위의 도움을 받기도 하지만, 인생의 풍부한 경험과 지식을 지속 가능한 사회 형성과 소비자 시민 사회 구축에 활용
	지속 가능한 소비의 실천	생산·유통·소비·폐기가 환경, 경제 및 사회에 미치는 영향을 생각하는 습관을 몸에 익힘	생산·유통·소비·폐기가 환경, 경제, 사회에 미치는 영향을 생각하고 행동	소비자의 행동이 환경, 경제 사회에 미치는 영향을 생각하고, 그 중요성을 알림
	소비자의 참여·협동	지속 가능한 사회를 목표로 한 라이프스타일 연구	지속 가능한 사회를 목표로 한 라이프스타일 실천	지속 가능한 사회에 도움이 되는 라이프스타일에 대한 전파
상품 등의 안전	상품 안전의 이해와 위험 회피 능력	소비자문제, 기타 사회 과제를 해결하고 공정한 사회의 형성을 위한 행동의 장을 넓힘	지역이나 직장에서 협력하여 소비자 문제, 다른 사회문제를 해결하고 공정한 사회 구축	소비자문제, 다른 사회 문제를 해결하고 공정한 사회 구축 지원
	문제 대응 능력	안전하고 위험이 적은 생활 방식의 습관화	안전하고 위험이 적은 생활과 소비 사회 구축	안전하고 위험이 적은 생활의 중요성 전파
생활관리와 계약	선택, 계약에 대한 이해와 태도	문제 해결의 법률과 제도, 상담 기관 이용의 습관화	문제 해결의 법률과 제도, 상담 기관을 이용하기 쉬운 사회 구축	문제 해결의 법률과 제도, 상담 기관 이용 지원 및 전파
	생활 디자인, 관리 능력	계약 내용, 규칙 등을 잘 확인하고 계약하는 행동의 습관화	계약과 그 규칙을 활용하여 일상생활에 적용	계약 문제 해결 지원을 위해 삶의 지혜를 전달

영역 \ 특징		청년기	중장년	노인
정보와 미디어	정보의 수집·발신·활용 능력	미래를 전망하고 계획적인 생활을 목표로 생활 설계·관리 실천	경제 사회의 변화에 대응하고 일생의 계획적 생활 도모	생활환경의 변화에 대응하면서 생활을 관리
	정보사회의 규칙과 정보 윤리의 이해	정보와 정보 기술을 적절히 이용하는 습관화	정보와 정보 기술을 적절히 이용하는 것의 생활화	서로 도우며 정보와 정보기술을 적절하게 이용
	소비생활 정보에 대한 비판적사고력	정보 사회의 규칙, 정보 윤리 준수 습관화	문제가 적고 정보 윤리가 지켜지는 정보 사회 구축	서로 도우며 문제가 적고 정보 윤리가 지켜지는 정보 사회 구축
		소비 생활 정보를 주체적으로 평가하는 행동의 습관화	소비 생활 정보를 주체적으로 평가하고 행동	서로 도우며 소비 생활 정보를 능숙하게 도입

#### 4) 독일 소비자교육

- 독일의 소비자정책당국인 연방법무·소비자보호부(BMJV: Bundesminister der Justiz für Verbraucherschutz)는 디지털사회에서의 소비자보호를 위해 ‘① 좋은 법’, ‘② 관련 전문기관을 통한 보호’, ‘③ 정보제공과 계몽, 즉, 소비자교육’이라는 세 가지 차원에서 정책을 추진
  - 독일의 소비자정책당국인 연방법무·소비자보호부(BMJV)는 소비자교육을 위한 온라인 포털을 개설하고, 교육 콘텐츠를 자료로 제공하고 있으며, 이들(BMJV)이 제시하는 학교 소비자교육의 일반원칙은 다음과 같음
    - 궁극적 지향점이 행동의 변화에 있음
    - 아동·청소년의 삶에서 소비자교육과 관련된 접점을 다룸

- 소비자권리와 책무의 숙지
- 아동·청소년이 정보와 자료를 비판적으로 활용하는 능력을 키움
- 아동·청소년이 소비자정보에 기반한 의사결정을 내리도록 함
- “2013 학교 소비자교육 권고”의 주요 내용
  - 배경: 최근 아동과 청소년의 구매력 증가 및 기업 마케팅 대상으로서의 범주 확대
  - 소비 관련 콘텐츠를 학생들에게 제공하여, 학생들이 소비자로서 스스로 책임 있는 행동과 태도를 개발하도록 하는 것이 목표임
  - 주요 교육 내용은 ① 금융, 시장 및 소비자 법 ② 식품과 건강 ③ 미디어 및 정보 ④ 지속가능한 소비 등으로 구성함

〈표 10〉 독일의 학교 소비자교육 내용 영역

대영역	중영역
금융, 시장 및 소비자법 영역	의식 있는 금전 사용, 금융상품/투자/신용 계약 서식, 사적 보험 및 연금, 광고와 소비 등의 주제와 통합하여 다룸
식품 및 건강 영역	건강한 생활, 생산에서 소비까지의 먹이사슬, 식품의 품질 및 표시, 식품 평가 및 음식물 쓰레기 줄이기 등의 주제와 통합하여 다룸
미디어 및 정보 영역	정보 탐색 및 평가, 데이터 보호 및 저작권, 미디어 사용 등의 주제와 통합하여 다룸
지속가능한 소비 영역	공정거래 및 제품 식별, 기후·에너지 및 자원, 이동성 및 주택, 라이프 스타일 등의 주제와 통합하여 다룸

(※ 출처: 배순영(2017)<sup>87)</sup>에서 발췌)

87) 배순영(2017). 독일의 학교소비자교육 동향 및 시사점. 소비자정책동향 제80호(2017. 5. 31.)

## 5) 중국의 소비자교육

- 이정·유현정(2013), 중국의 소비자교육내용 체계화에 관한 연구. 소비자정책교육연구, 9(2), 19-40.
- 심양시(沈阳市)와 샤먼시(厦门市)의 학교에서 신형식 소비자교육활동을 전개(郑益乐, 2011a<sup>88</sup>; 2011b<sup>89</sup>).

〈표 11〉 중국의 소비자교육 내용체계

내용	세부 내용
과학적인 소비관념	- 안전한 소비 - 지속적인 소비 - 환경지식
소비 지식	- 상품과 서비스의 지식 - 판촉지식 - 구매지식
소비자능력	- 소비자 권리와 책임 - 소비자조직 - 소비자관련법 - 소비지식과 기능 - 경제지식
소비문화	- 소비가치 - 소비습관과 소비방식 - 합리적인 소비

88) 郑益乐(2011a). 普通高中消费教育的缺失及对策分析. 内蒙古师范大学学报

89) 郑益乐(2011b). 关于我国普通高中消费教育的理论思考. 学理论

○ 이정·유현정(2013)의 중국 소비자를 위한 소비자교육 내용체계

〈표 12〉 이정·유현정(2013)의 중국 소비자를 위한 소비자교육 내용체계

내용	세부 내용	
사회참여	- 소비자권리 및 책임	- 소비자권리 - 소비자책임
	- 소비자보호	- 소비자관련법 - 소비자보호행정
	- 소비자활동	- 소비자단체
의사결정	- 개인적 요인	- 가치와 목표 - 욕구와 욕망 - 라이프스타일 - 생활주기
	- 외적요인	- 사회문화체제 - 생태학적 영향 - 경제체제 - 정치체제
	- 의사결정과정	- 문제인식 - 구매 후 평가 - 정보탐색 - 선택
자원관리	- 수입과 지출의 관리	- 지출관리 - 차용관리 - 자금관리 - 세금관리
	- 자산 보호	- 보험 - 위험관리
	- 자산의 증대	- 저축 - 투자
	- 노후설계상속	- 노후설계 - 증여와 상속

## [부록 2] 소비자교육 내용체계 개선을 위한 전문가 조사

안녕하세요?

본 조사는 소비자교육과 관련된 업무 영역에 종사하고 계시는 전문가들을 대상으로 하는 전문가 조사입니다.

본 전문가 조사의 실시 목적은 소비자교육 내용체계를 구성하기 위한 기초자료를 마련하는 것으로, 소비자교육 내용체계 내 각 영역의 중요도에 대한 의견을 질문하고 있습니다.

구체적으로 ① 일반 성인, ② 노년층, ③ 이민자 대상 소비자교육에 있어서 각 내용의 중요도에 대한 귀하의 생각을 5점 척도로 여쭙고자 하오니, 응답을 부탁드립니다.

응답해주신 내용은 통계 처리로만 사용되고, 통계법 33조에 의거 개인 인적 정보는 보호됩니다.

귀하께서 응답해주신 의견은 소비자교육 내용체계를 개선하는데 적극 반영하겠습니다.

본 조사 참여에는 약 20~30분의 시간이 소요됩니다.

바쁘시더라도 잠깐만 시간을 내어 참여해 주시면 대단히 감사하겠습니다.

2019. 7

한국소비자원

정책연구실 소비자시장연구팀 배상

## 가. 대영역

소비자교육 내용체계(안)의 대영역별 중요도에 대한 질문을 드리겠습니다.

※ 시작하기에 앞서, 새로운 시대, 이상적인 소비자상은 어떻게 정립될 수 있는지에 대한 귀하의 의견을 여쭙고자 합니다. 아래를 보아 주십시오.

- “소비자기본법” 제5조에서는 소비자는 자주적이고 합리적인 행동과 자절약적이고 환경친화적인 소비생활을 함으로써 소비생활의 향상과 국민경제의 발전에 적극적인 역할을 다하여야 한다고 정하고 있습니다.
- “제4차 소비자정책 기본계획”에서는 “소비가치를 주도하는 역량있는 소비자 양성”을 정책의 기본방향 가운데 하나로 설정하고 있습니다.

가1. 향후 소비자교육이 지향해야 하는 이상적인 소비자상을 새롭게 제시하신다면, 어떤 내용을 전면에 제시하시겠습니까? **[직접 입력]**

※ 다음은 소비자교육 내용체계(안)의 대영역입니다. 각 대영역의 중요도에 대한 귀하의 의견을 여쭙고자 합니다.

〈소비자교육 내용체계의 대영역〉

소비자시민성	소비자권리와 책무, 지속가능한(환경친화적) 소비생활, 공동체 지향적 소비생활, 주체적인 소비문화 형성, 소비자의 시민사회 참여 등
소비자피해의 예방·구제	소비자보호 관련 법률과 규정의 주요 내용, 정보 프라이버시 인식과 개인정보, (계약 전) 소비자피해 예방 정보의 탐색과 활용, (계약 시) 소비자의 주의사항, (계약 후) 소비자피해 대응방법

소비자정보의 활용과 구매의사결정	구매 의사결정의 단계, 신유형 광고와 소비자정보, 소비자 비교정보, 온라인 구매 서비스 이용방법, 구매·이용 후기에 대한 평가 활용법
안전사고의 예방과 대응	소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응방법, 소비자 안전정보의 탐색과 활용, 상품 사용시 안전 유의사항과 사례, 시설 이용 시 안전 유의사항과 사례, 서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례
소비자 재무관리	시장경제의 기본 원리, 금융소비자정보의 탐색과 활용, 금융 소비자피해 예방, 현금관리와 재무상태, 저축과 투자, 연금과 은퇴설계, 소비자금융과 신용, 위험과 보험

※ 이제부터 일반 성인/ 노년층/ 이민자 대상 소비자교육에 있어서, 각 대영역이 얼마나 중요한지에 대한 귀하의 생각을 여쭙어 보겠습니다.

가2. 일반 성인(20세 이상 65세 미만 성인 소비자) 대상 소비자교육에 있어서, 각 대영역은 얼마나 중요합니까?

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 소비자시민성	1	2	3	4	5
2. 소비자피해의 예방·구제	1	2	3	4	5
3. 소비자정보의 활용과 구매의사결정	1	2	3	4	5
4. 안전사고의 예방과 대응	1	2	3	4	5
5. 소비자 재무관리	1	2	3	4	5

가 3. 노년층(65 세 이상 소비자) 대상 소비자교육에 있어서, 각 대영역은 얼마나 중요합니까?

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 소비자시민성	1	2	3	4	5
2. 소비자피해의 예방·구제	1	2	3	4	5
3. 소비자정보의 활용과 구매의사결정	1	2	3	4	5
4. 안전사고의 예방과 대응	1	2	3	4	5
5. 소비자 재무관리	1	2	3	4	5



가4. 국적취득 예정인 이민자(북한이탈주민, 결혼이주여성 등) 대상 소비자교육에 있어서, 각 대영역은 얼마나 중요합니까?

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 소비자시민성	1	2	3	4	5
2. 소비자피해의 예방·구제	1	2	3	4	5
3. 소비자정보의 활용과 구매의사결정	1	2	3	4	5
4. 안전사고의 예방과 대응	1	2	3	4	5
5. 소비자 재무관리	1	2	3	4	5

## 나. 중영역1: 소비자시민성

“소비자시민성(Consumer-Citizenship)” 영역의 하위 내용별 중요도에 대한 질문을 드리겠습니다.

(※ 일반 성인 - 노년층 - 이민자 순으로 진행)

〈표 1〉 “소비자시민성” 영역의 내용

중영역1	○ 소비자권리와 책무
	- 소비자주권 - 소비자의 권리 - 소비자의 책무
중영역2	○ 지속가능한 소비생활
	- 환경보호(수질, 대기, 토양) - 자원재활용과 분리수거, 쓰레기 줄이는 법 - 에너지절약
중영역3	○ 공동체 지향적 소비생활
	- 로컬소비와 공정무역 - 기부·자선·봉사 - 예약부도 근절/ 매너있는 소비행동

중영역4	○ 주체적인 소비문화 형성
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 과시소비와 충동구매</li> <li>- 상표권의 의미와 모조품 소비</li> <li>- 저작권의 의미와 바람직한 소비생활</li> </ul>
중영역5	○ 소비자의 시민사회 참여
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자주의</li> <li>- 시민사회와 소비자운동의 역사</li> <li>- 소비자단체의 활동 현황과 참여 방법</li> <li>- 기업/정부의 소비자 대상 활동에 참여하는 방법</li> </ul>

나1. <표 1>에서 제시한 “소비자시민성”영역의 중영역과 내용요소에 대하여, 용어의 사용이나 각 영역의 구성 등에 있어서 수정하거나 보완하고 싶으신 부분이 있다면, 아래 공간에 자유롭게 기술하여 주십시오. **[직접 입력]**

※ 이제부터 일반 성인/ 노년층/ 이민주 대상 소비자교육에 있어서, 각 중영역이 얼마나 중요한지에 대한 귀하의 생각을 여쭙어 보겠습니다.

나2. 일반 성인(20세 이상 65세 미만 성인 소비자) 대상 “소비자시민성”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, 각 중영역의 중요도에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 소비자의 권리와 책무	1	2	3	4	5
2. 지속 가능한 소비생활	1	2	3	4	5
3. 공동체 지향적 소비생활	1	2	3	4	5
4. 주체적인 소비문화 형성	1	2	3	4	5
5. 소비자의 시민사회 참여	1	2	3	4	5

나3. 노년층(65세 이상 소비자) 대상 “소비자시민성”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, 각 중영역의 중요도에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 소비자의 권리와 책무	1	2	3	4	5
2. 지속 가능한 소비생활	1	2	3	4	5
3. 공동체 지향적 소비생활	1	2	3	4	5
4. 주체적인 소비문화 형성	1	2	3	4	5
5. 소비자의 시민사회 참여	1	2	3	4	5

나4. 국적취득 예정인 이민자(북한이탈주민, 결혼이주여성 등)대상 “소비자시민성”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, **각 중영역의 중요도**에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 소비자의 권리와 책무	1	2	3	4	5
2. 지속 가능한 소비생활	1	2	3	4	5
3. 공동체 지향적 소비생활	1	2	3	4	5
4. 주체적인 소비문화 형성	1	2	3	4	5
5. 소비자의 시민사회 참여	1	2	3	4	5

## 다. 중영역2: 소비자피해의 예방·구제

“소비자피해의 예방·구제” 영역의 하위 내용별 중요도에 대한 질문을 드리겠습니다.  
(※ 일반 성인 - 노년층 - 이민자 순으로 진행)

〈표 2〉 “소비자피해의 예방·구제” 영역의 내용

중영역1	○ 소비자보호 관련 법률과 규정의 주요 내용
	- 품목별 소비자피해보상규정의 내용 - 소비자기본법, 제조물책임법, 방문판매법, 할부거래법의 내용
중영역2	○ 정보 프라이버시 인식 제고
	- 개인정보와 사생활 - 사이버 범죄
중영역3	○ 계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용
	- 소비자피해예방주의보 활용 방법 - 사기의심사이트(국제거래소비자포털) - 그 밖의 피해예방 정보 탐색방법
중영역4	○ 계약 시 소비자의 주의사항
	- 다단계 소비자피해 예방 방법 - 구매 후 불만족 시 계약 해지 방법

중영역5	○ 계약 후 소비자피해 대응방법
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국소비자원/소비생활센터의 기능</li> <li>- 1372 소비자상담센터 이용 방법</li> <li>- 소비자피해구제 신청방법과 처리절차(상담, 피해구제, 분쟁조정)</li> </ul>

다1. <표 2>에서 제시한 “소비자피해의 예방·구제” 영역의 중영역과 내용요소에 대하여, 용어의 사용이나 각 영역의 구성 등에 있어서 수정하거나 보완하고 싶으신 부분이 있다면, 아래 공간에 자유롭게 기술하여 주십시오. **[직접 입력]**

※ 이제부터 일반 성인/ 노년층/ 이민자 대상 소비자교육에 있어서, 각 중영역이 얼마나 중요한지에 대한 귀하의 생각을 여쭙어 보겠습니다.

다2. 일반 성인(20세 이상 65세 미만 성인 소비자) 대상 “소비자피해의 예방·구제”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, **각 중영역의 중요도**에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 소비자보호 관련 법률과 규정의 주요 내용	1	2	3	4	5
2. 정보 프라이버시 인식 제고	1	2	3	4	5
3. 계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용	1	2	3	4	5
4. 계약 시 소비자의 주의사항	1	2	3	4	5
5. 계약 후 소비자피해 대응방법	1	2	3	4	5

- 다3. 노년층(65세 이상 소비자) 대상 “소비자피해의 예방·구제”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, 각 중영역의 중요도에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 소비자보호 관련 법률과 규정의 주요 내용	1	2	3	4	5
2. 정보 프라이버시 인식 제고	1	2	3	4	5
3. 계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용	1	2	3	4	5
4. 계약 시 소비자의 주의사항	1	2	3	4	5
5. 계약 후 소비자피해 대응방법	1	2	3	4	5

- 다 4. 국적취득 예정인 이민자(북한이탈주민, 결혼이주여성 등) 대상 “소비자피해의 예방·구제”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, 각 중영역의 중요도에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 소비자보호 관련 법률과 규정의 주요 내용	1	2	3	4	5
2. 정보 프라이버시 인식 제고	1	2	3	4	5
3. 계약 전 피해예방정보의 탐색과 활용	1	2	3	4	5
4. 계약 시 소비자의 주의사항	1	2	3	4	5
5. 계약 후 소비자피해 대응방법	1	2	3	4	5

### 라. 중영역3: 소비자정보의 활용과 구매의사결정

“소비자정보의 활용과 구매의사결정” 영역의 하위 내용별 중요도에 대한 질문을 드리겠습니다.

(※ 일반 성인 - 노년층 - 이민자 순으로 진행)

〈표 3〉 “소비자정보의 활용과 구매의사결정” 영역의 내용

중영역1	○ 구매 의사결정의 단계
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구매의 필요성 인식</li> <li>- 소비자정보탐색</li> <li>- 대안평가</li> <li>- 구매결정 및 구매</li> <li>- 구매 후 결과에 대한 평가</li> </ul>
중영역2	○ 신유형 광고와 소비자정보
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 신 유형 광고(블로그 후기, 유튜브의 동영상 등)와 소비자정보</li> <li>- 기만·허위·과장광고</li> </ul>
중영역3	○ 소비자 비교정보의 이용 방법
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 상품 표시와 소비자정보(제품 라벨 읽기)</li> <li>- 품질·가격 등 공공적 성격의 소비자정보 비교 사이트 소개</li> <li>- 품질정보 웹사이트(<a href="http://consumer.go.kr">http://consumer.go.kr</a>) 이용방법</li> <li>- 가격정보 웹사이트(<a href="http://price.go.kr">http://price.go.kr</a>) 이용방법</li> </ul>
중영역4	○ 온라인 구매 서비스 이용 방법
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 온라인(모바일 포함) 결제를 할 때 주의사항</li> <li>- 기차표, 버스표 예매 방법</li> <li>- 키오스크를 이용한 상품 주문 방법</li> </ul>
중영역5	○ 구매·이용후기 작성 요령과 소비자정보의 활용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 구매 후기의 작성 방법</li> <li>- 구매 후기 정보의 활용 방법</li> </ul>

- 라1. <표 3>에서 제시한 “소비자정보의 활용과 구매의사결정” 영역의 중영역과 내용요소에 대하여, 용어의 사용이나 각 영역의 구성 등에 있어서 수정하거나 보완하고 싶으신 부분이 있다면, 아래 공간에 자유롭게 기술하여 주십시오. **[직접 입력]**

※ 이제부터 일반 성인 / 노년층 / 이민자 대상 소비자교육에 있어서, 각 중영역이 얼마나 중요한지에 대한 귀하의 생각을 여쭙어 보겠습니다.

- 라2. 일반 성인(20세 이상 65세 미만 성인 소비자) 대상 “소비자정보의 활용과 구매의사결정”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, 각 중영역의 중요도에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해주시시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 구매 의사결정의 단계	1	2	3	4	5
2. 신유형 광고와 소비자정보	1	2	3	4	5
3. 소비자 비교정보 이용 방법	1	2	3	4	5
4. 온라인 구매 서비스 이용 방법	1	2	3	4	5
5. 구매·이용후기 작성 요령과 소비자 정보의 활용	1	2	3	4	5



- 라3. 노년층(65세 이상 소비자) 대상 “소비자정보의 활용과 구매의사결정”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, 각 중영역의 중요도에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 구매 의사결정의 단계	1	2	3	4	5
2. 신유형 광고와 소비자정보	1	2	3	4	5
3. 소비자 비교정보 이용 방법	1	2	3	4	5
4. 온라인 구매 서비스 이용 방법	1	2	3	4	5
5. 구매·이용후기 작성 요령과 소비자 정보의 활용	1	2	3	4	5

- 라4. 국적취득 예정인 이민자(북한이탈주민, 결혼이주여성 등) 대상 “소비자피해의 예방·구제”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, 각 중영역의 중요도에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 구매 의사결정의 단계	1	2	3	4	5
2. 신유형 광고와 소비자정보	1	2	3	4	5
3. 소비자 비교정보 이용 방법	1	2	3	4	5
4. 온라인 구매 서비스 이용 방법	1	2	3	4	5
5. 구매·이용후기 작성 요령과 소비자 정보의 활용	1	2	3	4	5

### 마. 중영역4: 안전사고의 예방과 대응

“안전사고의 예방과 대응” 영역의 하위 내용별 중요도에 대한 질문을 드리겠습니다.  
(※ 일반 성인 - 노년층 - 이민자 순으로 진행)

〈표 4〉 “안전사고의 예방과 대응” 영역의 내용

<b>중영역1</b>	<b>○ 소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응방법</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자안전의 개념</li> <li>- 소비자안전과 관련된 소비자의 권리와 책임</li> <li>- 소비자안전 관련 피해구제 기관의 활용</li> <li>- 리콜제도와 제조물책임제도</li> </ul>
<b>중영역2</b>	<b>○ 소비자 안전정보의 탐색과 활용</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 어린이안전넷(<a href="http://www.isafe.go.kr">http://www.isafe.go.kr</a>)</li> <li>- 소비자위해감시시스템(<a href="http://www.ciss.go.kr">http://www.ciss.go.kr</a>)</li> <li>- 안전정보 제공 제도(<a href="http://www.consumer.go.kr">www.consumer.go.kr</a>): 리콜정보, 위해/인증정보</li> <li>- 리콜 정보 확인 방법</li> </ul>
<b>중영역3</b>	<b>○ 상품 사용시 안전 유의사항과 사례</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식품 안전 표시(유통기한, 영양표시, 첨가물, 원산지, 위생문제, 식중독 등)</li> <li>- 건강기능식품(다이어트 식품 등)</li> <li>- 의약품(유통기한, 부작용, 약품남용 등)</li> <li>- 화장품</li> <li>- 생활화학용품(자동차 관리용품, 세제, 살균제, 페인트 및 기타 유해물질)</li> <li>- 가전제품(사용설명서와 표시 이해, 감전, 누전, 화재예방, 전자파 등)</li> </ul>
<b>중영역4</b>	<b>○ 시설 이용 시 안전 유의사항과 사례</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 어린이보호구역, 유치원·학교 시설안전, 키즈카페, 어린이 문화센터, 과학 체험시설</li> <li>- 장애인 편의시설</li> <li>- 노인요양원/요양병원, 노인존</li> <li>- 가정 내 위험한 장소와 위험한 물건</li> <li>- 승강기와 자동계단의 올바른 사용법</li> </ul>
<b>중영역5</b>	<b>○ 서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 성형수술·시술</li> <li>- 비만 시술 및 관리 서비스</li> <li>- 차량 관련 서비스(렌터카, 전기차 충전소, 카셰어링 등)</li> </ul>

- 마1. <표 4>에서 제시한 “안전사고의 예방과 대응” 영역의 중영역과 내용요소에 대하여, 용어의 사용이나 각 영역의 구성 등에 있어서 수정하거나 보완하고 싶으신 부분이 있다면, 아래 공간에 자유롭게 기술하여 주십시오. **[직접 입력]**

※ 이제부터 일반 성인 / 노년층 / 이민자 대상 소비자교육에 있어서, 각 중영역이 얼마나 중요한지에 대한 귀하의 생각을 여쭙어 보겠습니다.

- 마2. 일반 성인(20세 이상 65세 미만 성인 소비자) 대상 “안전사고의 예방과 대응”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, **각 중영역의 중요도**에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통	약간 중요	중요	매우 중요	극히 중요
	1	2	3	4	5
1. 소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응 방법	1	2	3	4	5
2. 소비자 안전정보의 탐색과 활용	1	2	3	4	5
3. 상품 사용 시 안전 유의사항과 사례	1	2	3	4	5
4. 시설 이용 시 안전 유의사항과 사례	1	2	3	4	5
5. 서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례	1	2	3	4	5

- 마3. 노년층(65세 이상 소비자) 대상 “안전사고의 예방과 대응”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, **각 중영역의 중요도**에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통	약간 중요	중요	매우 중요	극히 중요
	1	2	3	4	5
1. 소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응 방법	1	2	3	4	5
2. 소비자 안전정보의 탐색과 활용	1	2	3	4	5
3. 상품 사용 시 안전 유의사항과 사례	1	2	3	4	5
4. 시설 이용 시 안전 유의사항과 사례	1	2	3	4	5
5. 서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례	1	2	3	4	5

마4. 국적취득 예정인 이민자(북한이탈주민, 결혼이주여성 등) 대상 “안전사고의 예방과 대응”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, **각 중영역의 중요도**에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 소비자안전에 대한 이해와 안전사고 대응 방법	1	2	3	4	5
2. 소비자 안전정보의 탐색과 활용	1	2	3	4	5
3. 상품 사용 시 안전 유의사항과 사례	1	2	3	4	5
4. 시설 이용 시 안전 유의사항과 사례	1	2	3	4	5
5. 서비스 이용 시 안전 유의사항과 사례	1	2	3	4	5

#### 바. 중영역5: 소비자재무관리

“소비자재무관리” 영역의 하위 내용별 중요도에 대한 질문을 드리겠습니다.  
(※ 일반 성인 - 노년층 - 이민자 순으로 진행)

〈표 5〉 “소비자재무관리” 영역의 내용

중영역1	○ 시장경제의 기본 원리
	- 회소성, 기회비용과 선택 - 돈의 시간가치
중영역2	○ 금융소비자정보의 탐색과 활용
	- 금융소비자정보포털 파인( <a href="http://fine.fss.or.kr">http://fine.fss.or.kr</a> ) - 각 은행의 금융소비자보호 홈페이지 - 온라인 banking 서비스 이용 방법
중영역3	○ 금융소비자피해 예방
	- 불완전판매와 금융소비자피해 - 금융소비자피해구제 기관의 활용 - 금융사기 피해 예방을 위한 주의사항 - 노년층 대상 실버보험의 특징과 주의사항

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 보이스피싱 소비자피해 예방</li> <li>- 상조서비스 소비자피해 예방</li> </ul>
중영역4	○ 현금관리와 재무상태
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생애주기별 소득과 지출의 변화</li> <li>- 각종 세금을 줄일 수 있는 방법,</li> <li>- 가계의 소득에 맞추어 예산을 수립하고, 현금을 관리하는 방법</li> <li>- 자산상태표, 가계수지상태표, 재무비율</li> <li>- 비소비지출(세금) 관리방법</li> </ul>
중영역5	○ 저축과 투자
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 생애주기별 재무목표 설정</li> <li>- 가계 특성 및 재무목표 파악 (왜 투자를 하는가?)</li> <li>- 목표 별 금융상품에 대한 기본 정보</li> <li>- 주택 구입시 고려해야 할 사항</li> </ul>
중영역6	○ 연금과 은퇴설계
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 은퇴 후 필요자금 산정</li> <li>- 현재 자산상태 분석과 부족분 계산을 위한 웹사이트 활용 방법</li> <li>- 국민연금, 퇴직연금, 개인연금제도의 확인 방법(내연금확인, 통합연금 포털서비스 등)</li> <li>- 주택담보노후연금</li> </ul>
중영역7	○ 소비자금융과 신용
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대출 이용시 유의사항 (대부업 이용시 주의사항 포함)</li> <li>- 신용평점 관리 방법</li> <li>- 신용카드 발급과 이용시 주의사항</li> <li>- 소득, 자산 대비 부채상환비율</li> <li>- 주택 구입시 고려해야 할 사항(대출 관련)</li> </ul>
중영역8	○ 위험과 보험
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 보험의 원리와 필요성</li> <li>- 보험의 종류와 특성</li> <li>- 보험 용어와 약관 및 가입시 주의사항</li> <li>- 보험 가입시 주의사항(보험금과 보험료, 세제혜택 등)</li> <li>- 증권(보장내용) 확인 방법(증서 확인방법)</li> </ul>

- 바1. <표 5>에서 제시한 “소비자재무관리” 영역의 중영역과 내용요소에 대하여, 용어의 사용이나 각 영역의 구성 등에 있어서 수정하거나 보완하고 싶으신 부분이 있다면, 아래 공간에 자유롭게 기술하여 주십시오. **[직접 입력]**

※ 이제부터 일반 성인/ 노년층/ 이민자 대상 소비자교육에 있어서, 각 중영역이 얼마나 중요한지에 대한 귀하의 생각을 여쭙어 보겠습니다.

- 바2. 일반 성인(20세 이상 65세 미만 성인 소비자) 대상 “소비자재무관리”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, **각 중영역의 중요도**에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 시장경제의 기본 원리	1	2	3	4	5
2. 금융소비자정보의 탐색과 활용	1	2	3	4	5
3. 금융소비자피해 예방	1	2	3	4	5
4. 현금관리와 재무상태	1	2	3	4	5
5. 저축과 투자	1	2	3	4	5
6. 연금과 은퇴설계	1	2	3	4	5
7. 소비자금융과 신용	1	2	3	4	5
8. 위험과 보험	1	2	3	4	5

바3. 노년층(65세 이상 소비자) 대상 “소비자재무관리”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, 각 중영역의 중요도에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 시장경제의 기본 원리	1	2	3	4	5
2. 금융소비자정보의 탐색과 활용	1	2	3	4	5
3. 금융소비자피해 예방	1	2	3	4	5
4. 현금관리와 재무상태	1	2	3	4	5
5. 저축과 투자	1	2	3	4	5
6. 연금과 은퇴설계	1	2	3	4	5
7. 소비자금융과 신용	1	2	3	4	5
8. 위험과 보험	1	2	3	4	5

바4. 국적취득 예정인 이민자(북한이탈주민, 결혼이주여성 등) 대상 “소비자재무관리”에 관한 소비자교육을 실시한다고 했을 때, 각 중영역의 중요도에 대해 귀하의 의견과 일치하는 곳을 선택해 주십시오.

중요도					
	보통 1	약간 중요 2	중요 3	매우 중요 4	극히 중요 5
1. 시장경제의 기본 원리	1	2	3	4	5
2. 금융소비자정보의 탐색과 활용	1	2	3	4	5
3. 금융소비자피해 예방	1	2	3	4	5
4. 현금관리와 재무상태	1	2	3	4	5
5. 저축과 투자	1	2	3	4	5
6. 연금과 은퇴설계	1	2	3	4	5
7. 소비자금융과 신용	1	2	3	4	5
8. 위험과 보험	1	2	3	4	5

## DQ. 작성자 정보

※ 지금부터는 귀하의 인적 정보에 대한 질문을 드리겠습니다.  
통계법 33조에 의거해 귀하의 개인 정보는 엄격하게 보호되며, 조사 후 파기됩니다.

DQ1. 귀하의 근무처는 어디입니까? [1개 선택]

- |           |               |
|-----------|---------------|
| 1. 한국소비자원 | 2. 소비자단체/시민단체 |
| 3. 지방자치단체 | 4. 대학교        |
| 5. 기타     |               |

DQ2. 귀하께서 소비자교육 관련 업무를 맡아온 기간은 대략 몇 년입니까? [1개 선택]

- |                  |                  |
|------------------|------------------|
| 1. 5년 미만         | 2. 5년 이상 10년 미만  |
| 3. 10년 이상 15년 미만 | 4. 15년 이상 20년 미만 |
| 5. 20년 이상        |                  |

DQ3. 귀하의 직위는 어느 수준입니까? [1개 선택]

- |             |          |
|-------------|----------|
| 1. 고위관리자/임원 | 2. 중간관리자 |
| 3. 실무담당자    |          |

DQ4. 귀하의 성별은 무엇입니까? [1개 선택]

- |       |       |
|-------|-------|
| 1. 남성 | 2. 여성 |
|-------|-------|

DQ5. 다음 중 귀하께서 해당하시는 연령대는 어느 구간입니까? [1개 선택]

- |             |             |
|-------------|-------------|
| 1. 만 29세 미만 | 2. 만 30~39세 |
| 3. 만 40~49세 | 4. 만 50~59세 |
| 5. 만 60세 이상 |             |

DQ6. 다음 중 귀하의 학력은 어디에 해당합니까? [1개 선택]

- |          |       |
|----------|-------|
| 1. 고졸 이하 | 2. 학사 |
| 3. 석사    | 4. 박사 |

<끝>



---

정책연구 19-04

---

소비자교육 내용체계 개선방안 연구

---

인 쇄 / 2019년 11월

발 행 / 2019년 11월

발행인 / 한국소비자원 원장 이 희 숙

인쇄인 / 전우용사촌(주) ☎ 426-4415

---

발 행 / 한국소비자원

27738

충청북도 음성군 맹동면 용두로 54(두성리 600)

전 화 / 043-880-5500

등 록 / 제3-348호(1991년 5월 17일)

---

ISBN 979-11-5649-429-4

---

본 연구의 내용은 개인의 견해이며 본원의 공식  
견해가 아닙니다.

## Policy Analysis 19-04

# Development and Validation of the Contents of Consumer Education for Specified Target Groups

Jiyeon Son



**한국소비자원**

Korea Consumer Agency

27738 충청북도 음성군 맹동면 용두로 54  
Tel. 043-880-5500 [www.kca.go.kr](http://www.kca.go.kr)



9 791156 494294  
ISBN 979-11-5649-429-4

값 12,000원