

2020.04.29.(제 103호)

소비자정책

동향

주요국의 코로나19 대응 동향 및 시사점

목 차

1. 배경	01
2. 주요국 현황	03
2.1. 일본	03
2.2. 미국	12
2.3. 호주	24
3. 결론 및 시사점	29

임은정 선임연구원

ejlim@kca.go.kr

1. 배경

- 팬데믹(Pandemic) 선언으로 신종 코로나바이러스 감염증(코로나 19)은 전 세계 공동의 문제로 대두
 - 2020년 1월, 신종 코로나 바이러스가 처음 발표된 이후 3월 11일 세계보건기구가 팬데믹을 선언함에 따라 코로나19는 전 세계의 공중보건 문제로 떠오름
- 코로나19는 소비자의 기본 권리 뿐 아니라, 일상소비 생활 속 소비자의 ‘삶의 질’ 과도 밀접히 관련
 - 코로나19와 관련하여 나타나고 있는 사기 및 기만적 판매의 문제, 시장 수급 불균형 문제, 스마트기기의 접근 및 활용역량 차이에 따른 정보 취득 문제, 취소 및 연기로 인한 환불과 위약금 문제 등은 소비자 기본 권리인 안전할 권리, 선택할 권리, 정보를 제공받을 권리, 보상받을 권리 등을 제한하고 있는 실정임
 - 실제로 코로나19 발생 이후인 1월 20일부터 3월 8일까지 1372 소비자상담 센터에 접수된 위약금 관련 주요 5개 업종(국외여행, 음식서비스, 항공여행, 숙박시설, 예약서비스)의 소비자 상담건수는 전년 대비 약 8배 증가함(공정거래위원회 보도자료, 2020.03.10)
 - 감염 확대로 인한 불안은 소비심리 위축, 필수품 및 의료품 등에 대한 수요 증대, 온라인 비대면 소비로의 변화 등 일상소비 생활에 직·간접적으로 영향을 미치고 있어, 코로나19는 전 세계 공통의 ‘소비자 문제’ 로도 볼 수 있음
- 우리나라는 소비자 관련 기관인 공정거래위원회와 한국소비자원에서 코로나19 관련 소비자문제를 대응해오고 있음

- 공정거래위원회는 온라인상에서의 마스크 유통과정의 법 위반행위를 점검, 부당 표시·광고행위에 대한 시장 감시, 온라인쇼핑 플랫폼 사업자를 대상으로 입점 판매업체의 부당행위에 대한 자체 규율 조치 등을 권장함
- 한국소비자원은 코로나19 관련 소비자분쟁의 대응을 위해 ‘소비자피해 집중 대응반’을 구성하여 운영하고 있으며, 소비자피해 예방을 위해 3주간 ‘사기 피해 방지의 달 국제 캠페인’ 등 진행
- 「행복드림 열린소비자포털」 사이트를 통해 코로나19의 현황 및 마스크 구입 정보, FAQ 형식의 소비자정보 등을 종합적으로 제공하고, 매점매석 행위 및 전자상거래법 위반행위에 대한 신고를 접수받고 있음

□ 코로나19 확산에 따른 소비자문제의 대응을 위해 각국에서는 각종 방안과 지침을 발표·도입함으로써 소비시장의 안정화 도모

- 경기급랭 방어를 위한 재정 및 금융지원 등의 거시경제적 대응 외에도, 각 국의 소비자 관련 기관은 코로나19와 관련한 다양한 소비자문제를 파악하고 이를 해결하기 위한 대응책을 마련하고 있음

□ 이에 본고는 주요국(일본, 미국, 호주)의 코로나19에 대한 소비자 관련 대응현황*을 살펴봄으로써 국내 소비자정책에 대한 시사점을 제시하고자 함

*코로나19 발생 이후인 2020년 1월부터 4월 13일까지의 대응현황을 조사함

2. 주요국 현황

2.1. 일본

1) 소비자청(消費者庁)

- (소비자정보 제공) 홈페이지에 코로나19 관련 전용 메뉴 및 페이지를 개설하여 관련 소비자정보 제공
 - (전용메뉴 개설) 코로나19 관련 전용 메뉴 「신종 코로나바이러스 감염 예방 등에 대해(新型コロナウイルス感染症予防等について)」를 통해 소비자정책 및 소비자 주의사항, 국민생활센터의 발표자료 등의 정보를 제공함
 - 소비자 주의사항 : 유언비어에 현혹되지 않고 식료품 사재기 행위 자제, 쇼핑 시 감염을 주의하고 일부 경우 구매에 제한이 있을 수 있음을 이해·협조, 마스크 사재기 자제 및 대체품 사용, 기침 에티켓 준수 및 손 씻기 생활화, 행사나 여행 등의 취소에 따른 환불 문제는 주최자에게 확인
 - (소비자시민성 요청) 급증한 수요로 식료품과 생필품의 수급이 불안정해지자 두 차례에 걸쳐 소비자의 사재기 및 재판매 행위의 자제 요청('20.3.16., '20.3.26.)
 - 마스크 사재기 방지를 위해 후생노동성과 경제산업성의 공급체계 개선의 노력으로 매주 1억장 이상의 마스크가 안정적으로 생산·공급됨을 홍보함

(그림 1) 코로나19 관련 소비주의 포스트



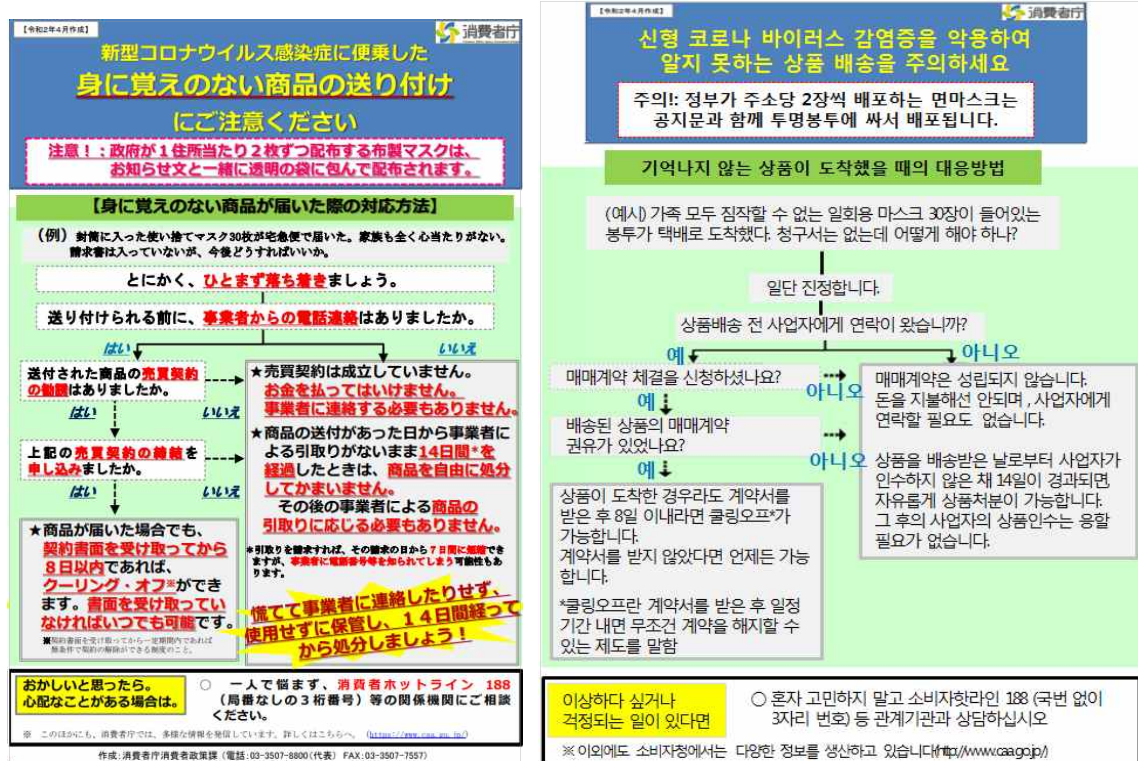
□ (소비자 피해주의) 코로나19와 관련한 소비자문제 및 피해, 대응책 등의 소비자 피해주의 알림

○ 상담사례를 토대로 코로나19를 악용한 사기유형과, 이에 대한 소비자 대응방안을 제공함

- 소비자 피해주의 내용

- 출처를 알 수 없는 온라인 사이트에 개인정보를 입력하여 피싱 등의 문제가 우려될 때에는 신용카드 사용이력을 확인하고 관계기관에 상담해야 함
- 수급이 어려운 마스크 등의 물품을 악용한 네거티브 옵션 발생 시 상품인수를 거절하거나 쿨링오프를 통해 계약을 해지해야 함(그림 2 참조)

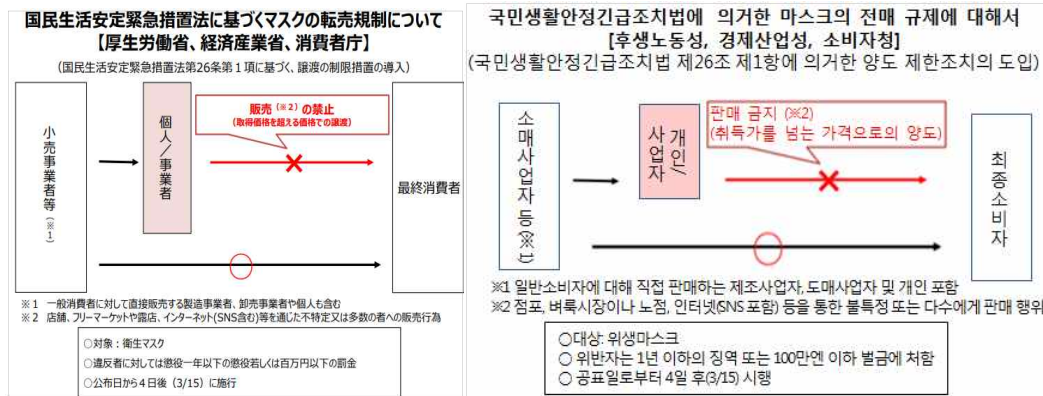
(그림 2) 소비자 피해주의 포스트



□ (시장감시 강화) 코로나19에 따른 수급 불안정 및 허위광고 등의 문제 개선을 위한 시장감시 기능 강화

- (마스크 전매제한) 「국민생활안정 긴급조치법 시행령(国民生活安定緊急措置法施行令)」의 일부를 개정하는 정령에 따라 국민생활안정 긴급조치법 제26조 제1항 및 제 37조의 규정에 의거, 후생노동성, 경제산업성, 소비자청 공동으로 개인 및 사업자가 취득가 이상의 금액으로 가정용·의료용·산업용 위생 마스크를 재판매하는 것을 금지함('20.3.15.부터 시행)

(그림 3) 마스크 전매금지 관련



○ (긴급감시를 통한 표시적정화) 온라인에서 제품의 코로나19 예방 및 치료 효과를 허위로 주장하거나, 마스크를 이용한 미끼광고를 시행하여 「경품표시법(景品表示法;)」 및 「건강증진법(健康増進法)」의 위반 우려가 높은 사업자를 적발하여 문제를 시정토록 하고, 표시적정화를 위해 온라인 쇼핑 플랫폼에 협조 요청

- ('20.2.25.~'20.3.6. 긴급감시) 온라인에서 부당표시·광고를 하는 30개 기업의 46개 제품(건강식품, 공기청정기, 공간살균제 등)을 적발하여 개선을 요청함
- ('20.3.9.~'20.3.19. 긴급감시) 온라인에서 부당표시·광고를 하는 34개 기업의 41개 제품(건강식품, 아로마 오일 등)을 적발하여 개선을 요청함. 또한 마스크를 이용하여 미끼광고를 시행한 2개 사업자에게 시정을 요청함

○ (식품표시기준의 탄력적 운용) 중국을 포함한 일본 국내외의 식료품 공급이 불안정해짐에 따라 농림수산성과 공동으로 쌀트레이서빌리티법*의 탄력적 운용을 공표하여, 실제 원산지가 표시와 다르더라도 소비자에게 적절하게 해당 정보를 전달한 경우 이를 허용함

* 쌀트레이서빌리티법 : 미국 등의 적절하고 원활한 유통을 확보하고 산지정보를 전달하는 법률

○ (식품로스 활용) 농림수산성과의 협조로 행사 연기 및 취소, 휴교 및 휴업으로 인해 소진되지 못하는 식료품의 푸드뱅크 활용

2) 국민생활센터(国民生活センター)

- (소비자정보 제공) 홈페이지에 코로나19 관련 전용 메뉴 및 페이지를 개설하여 관련 소비자정보 제공
 - (전용메뉴 개설) 코로나19 관련 전용 메뉴인 「신종 코로나바이러스 감염 관련(新型コロナウイルス感染症関連)」을 통해 정부부처의 관련 정책 및 소비생활 정보, 소비자 피해주의 등의 정보를 제공함
- (소비자 피해주의) 코로나19와 관련한 소비자문제 및 피해사례, 대응책 등의 소비자 피해주의 알림
 - (상담사례 기반의 피해주의) 실제 상담 및 피해사례를 바탕으로 소비자피해를 분류하고, 이에 대한 소비자 대응책을 알림
 - 사례 : 시청, 보건소 및 행정기관 등을 사칭한 전화, 허위의 마스크 판매 광고 메일 및 마스크 무료 배송 메시지 발송, 금 구매를 위한 현금 요구, 스무핑 및 보이스피싱 등
 - 소비자 주의사항 : 사실이 아닌 정보 무시, 행정기관 사칭 등 출처가 불분명한 전화나 메일 등 무시, 코로나19를 악용하는 기만적 판매행위 무시, 의심스럽거나 혹은 문제가 발생한 경우 가까운 소비생활센터에 상담
 - (고령소비자 대상의 피해주의) 고령소비자 대상으로 주요 피해사례와 소비자 대응책의 정보를 담은 전단지 「신종 코로나 바이러스에 대한 정확한 정보를 바탕으로 냉정한 대응을」을 제작·배포함(그림 4 참조)
 - 사례 : 코로나19에 따른 금 시세 상승을 이유로 매입을 권유하는 피싱사기,

행정기관 등을 사칭하여 서비스 제공 후 금액 청구, 코로나19 관련 자료 배포를 위한 자택방문 요청 등 개인정보 요구

- 소비자 주의사항 : 행정기관 사칭 등 출처를 알지 못하는 전화나 메일 등 무시, 의심스럽거나 문제가 발생한 경우 가까운 소비생활센터에 상담(소비자 핫라인 188), 새로운 사기수법이 등장할 가능성이 높기 때문에 국민생활센터에서 제공하는 코로나19관련 정보 등을 숙지하여 대응

(그림 4) 고령소비자 대상 피해주의 전단지



o (피해주의 속보) 속보를 통해 코로나19를 악용한 기만적 판매행위 및 사기 등에 따른 소비자 피해주의를 알림

- (속보 1) 신종 코로나바이러스를 악용한 악질 상법 주의('20.2.28.)
- (속보 2) 신종 코로나바이러스를 악용한 마스크 판매 광고 메일 주의('20.3.12.)
- (속보 3) 신종 코로나바이러스를 악용한 악질 상법에 주의-행정기관을 사칭한 전화, 행정기관으로부터 업무를 위탁받았다고 주장하는 사업자의 전화에 응하지 않도록

합시다-('20.3.12.)

- (속보 4) 신종 코로나바이러스를 악용한 악질 상법에 주의- '신종 코로나 바이러스가 수돗물에 섞여있다' 등의 근거 없는 이야기에 귀를 기울이지 않도록 합시다-('20.3.31.)
- (속보 5) 신종 코로나바이러스를 악용한 악질 상법에 주의- '보조금 수령을 위해 개인 정보를 알려 달라' 는 스푸핑 및 보이스피싱 주의-('20.4.3.)
- (속보 6) 신종 코로나바이러스를 악용한 악질 상법에 주의- SNS 홍보 광고로 소비자의 관심을 끄는 의심스러운 판매 사이트 주의-('20.4.13.)

3) 동경도(東京都)

□ (소비자정보 제공) 홈페이지에 코로나19 관련 전용 메뉴 및 페이지를 개설하여 관련 소비자정보 제공

- (전용메뉴 개설) 코로나19 관련 전용 메뉴인 「신종 코로나바이러스 감염증 대책 사이트(新型コロナウイルス感染症対策サイト)」, 「신종 코로나바이러스 감염 관련 정보(新型コロナウイルス感染症関連情報)」를 통해 소비자정보를 제공함
- (정책정보 제공) 「신종 코로나 바이러스 감염증 대책 사이트」를 통해 동경도 TFT의 공식발표, 도시 주최 행사의 연기 및 취소 안내, 이용이 중지된 도립시설 등의 정보 제공
- (소비자 주의사항) 「신종 코로나바이러스 감염 관련 정보」를 통해 다국어(읽기 쉬운 일본어, 영어, 중국어, 한국어)로 자국민과 외국인에게 소비자주의 정보를 제공함

- 소비자 주의사항 : 정확한 정보에 따른 냉정한 대처, 마스크 사재기와 재판매 금지, 코로나19를 악용한 소비자피해 주의

□ (상담 및 정보제공 채널의 다각화) 전화상담, 팩스 외 메신저와 도쿄 생활정보 사이트를 통해 소비자 상담서비스 및 정보 제공

- o (다국어의 상담체계 구축) 코로나19 대응을 위한 전화상담 센터를 신설한 이후('20.1.29.), 외국인 및 장애인을 위해 영어, 중국어, 한국어 등의 외국어 상담이 가능한 전화상담 센터와 팩스상담 체계를 구축하여 운영('20.2.28.)
- o (생활정보 사이트 활용) 「도쿄쿠라시WEB*」를 이용하여 코로나19에 대한 소비자 피해주의와 상담 FAQ 등의 소비자정보를 제공함

*도쿄쿠라시WEB : 동경에서의 생활정보를 제공하는 도쿄도의 사이트

- 마스크 부족 사태를 악용하는 피싱 수법 주의('20.3.5.)
- 행정기관을 사칭한 사기 전화 주의('20.3.13)
- 신종 코로나바이러스 관련 소비생활 상담 FAQ('20.3.17.)
- 마스크 전매 금지 안내('20.3.19.)
- 행사의 연기 및 취소로 발생하는 수수료와 위약금 문제는 계약서와 약관을 확인하고, 기재된 금액과 다른 경우 소비생활센터에 상담을 받도록 권유
- o (채널 확대) 메신저 어플리케이션인 LINE(공식계정 이름: 도쿄도 신종 코로나 바이러스 개인 지원)의 챗봇을 활용하여 개인 맞춤형 정보 및 24시간 상담 서비스 제공('20.3.27.)

(그림 5) LINE 상담 이용을 위한 QR코드



□ (도영 교통서비스의 환불규정 마련) 도에서 운영하는 버스와 지하철의 정기승차권의 환불 대응책 공표

○ 코로나19 확산에 따른 임시휴교 및 휴업 등을 고려하여 도영 지하철과 버스 정기승차권의 환불규정을 마련하여 공표함

- 도영 지하철, 닛포리-도네리 라이너 : 대상별 환불규정은 상이함

· 대상 : ①초중고 및 특별지원학교 학생, ②4월 7일의 비상사태 선언에 따라 정기승차권 환불을 원하는 소비자 및 ③회수승차권 환불을 원하는 소비자

· 대상별 환불 계산방법 : ①신청일과 관계없이 2월 28일 이후 마지막 등교일을 신청일로 계산, ②신청일과 관계없이 4월 7일을 신청일로 계산(단 4월 8일 이후 정기승차권을 이용한 경우 최종 이용일을 신청일로 간주하여 환불), ③4월 7일이 유효기간에 포함된 회수승차권만 환불

· 환불규정 : 정기승차권은 정기간발매소, 회수승차권은 각 역(일부역 제외)에서 환불이 가능하며, 대상과 관계없이 220엔의 수수료가 발생함. 환불 가능 기간은 2020년 4월 8일부터 비상사태 조치 완료일까지임

- 도영 버스 : 비상사태 선언에 따라 유효기간이 남은 정기승차권(통근, 통학용)은 4월 7일을 마지막 사용일로 계산하여 환불하며, 500엔의 수수료가 부과됨(단 정기승차권 별 통용개시일에 따라 환불이 불가할 수 있음)

2.2. 미국

1) FTC(Federal Trade Commission)

□ (소비자정보 제공) 홈페이지에 코로나19 관련 전용 메뉴 및 페이지를 개설하여 관련 소비자정보 제공

- (전용메뉴 개설) 코로나19 관련 전용 메뉴인 「Coronavirus Scams」로 소비자 피해주의, 「Coronavirus: FTC in act」를 통해 FTC의 수행활동에 관한 소비자 정보를 제공함

□ (소비자 피해주의) 코로나19와 관련한 소비자문제와 피해 사례, 피싱 및 스팸전화의 녹음음성, 피해예방 대응책 등의 소비자 피해 주의 알림

- 소비자 피해예방을 위한 지침 : ①자동발신전화(Robocalls) 무시, ②코로나19 백신과 가정용 진단기에 대한 온라인 정보의 무시, ③검증되지 않은 뉴스와 정보에 대한 사실 여부 확인, ④온라인을 통해 생필품 및 의약품 등의 구매 시 판매자 정보 확인, ⑤정부수표 발행에 대해 행정기관을 사칭한 연락 무시, ⑥스마트 기기로 발송된 불분명한 출처의 인터넷 링크 접속금지, ⑦미국질병통제예방센터(CDC)나 전문가 등을 사칭한 이메일 주의, ⑧성금 및 기부 시 현금, 기프트 카드, 계좌이체가 아닌 자선단체나 크라우드펀딩 사이트 이용
- (피해주의) 코로나19를 악용한 사기 및 기만적 판매행위 등에 대한 소비자 피해 주의를 알림

주요국의 코로나19 대응 동향 및 시사점

- 코로나19를 악용한 사기에 대한 소비자 피해주의(Coronavirus: Scammers follow the headlines)(‘20.2.10.)
- 코로나19 예방 및 치료 효과를 허위주장한 판매자에 대해 FTC, FDA 공동의 경고장 발송(FTC & FDA: Warnings sent to sellers of scam Coronavirus treatments)(‘20.3.9.)
- 재택근무를 위한 온라인 보안에 관한 정보(Online security tips for working from home) (‘20.3.18.)
- 정부사칭형 사기에 대한 소비자 피해주의(Checks from the government) (‘ 20.3.18.)
- 코로나19를 악용한 사기에 대한 소비자 피해주의 2보(FTC: Coronavirus scams, Part 2)(‘20.3.19.)
- FTC Scam Bingo 제작·배포, 소비자 피해예방을 위해 개인 SNS 활용 및 홍보 권장 (‘20.3.24.) (그림 6 참조)
- 코로나19 관련 각종 뉴스와 정보에 대한 소비자의 비판적 사고 요청(Thinking critically about Coronavirus news and information)(‘20.3.26.)
- 자동발신전화를 이용한 사기에 대한 소비자 피해주의(Socially distancing from COVID-19 robocall scams)(‘20.3.27.)
- 60세 이상 소비자 대상의 피해주의(60 and over in the time of COVID-19? Read on.)(‘20.3.30.)
- 코로나19로 인한 정부의 구호자금 수표지급을 악용한 개인정보 도용, 피싱사기 등의 소비자 피해주의(Want to get your Coronavirus relief check? Scammers do too)(‘20.4.1.)
- 조부모를 가장한 피싱 등 코로나19 사기 피해주의(Grandparent scams in the age of Coronavirus)(‘20.4.3.)
- 격리 기간 중 고령 소비자를 대상으로 필수품 대리구매를 빙자한 사기에 대한 피해 주의(Avoid scams while finding help during quarantine)(‘20.4.7.)
- 온라인 원격수업 확대에 따른 자녀의 개인정보 보호 및 보안유지 관련 정보(Remote learning and children’ s privacy)(‘20.4.9.)

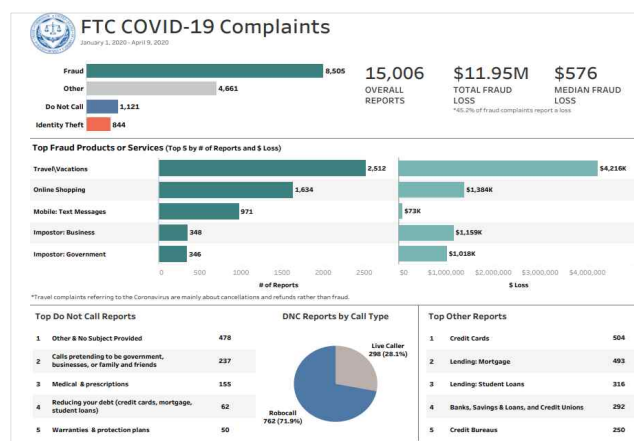
(그림 6) FTC Scam Bingo



o (시각화자료) 데이터를 바탕으로 코로나19 관련 소비자불만에 대한 인포그래픽 제작·배포

- 소비자문제의 유형 및 피해규모 등의 정보를 포함한 인포그래픽(FTC COVID-19 Complaints)을 지속적으로 업데이트하여 홈페이지에 게시함

(그림 7) FTC COVID-19 Complaints 인포그래픽



□ (시장 감독·관리 강화) 코로나19 관련 시장문제의 개선 및 소비자 보호를 위한 시장 관리 기능 수행

○ (시장감시를 통한 표시적정화) FDA와 공동으로 코로나19 예방·치료 효과를 허위 주장하는 7개 사업자에게 경고장을 송부하고, 사업자로 하여금 수령 후 48시간 이내에 조치결과를 보고하도록 함('20.3.6.)

- 이후 2개 업체('20.3.26.), 3개 업체('20.3.30), 1개 업체('20.3.31), 3개 업체('20.4.1.)에 경고장을 추가로 송부함
- 어린이와 성인에게 코로나19의 예방·치료효과가 있다고 주장하며 이산화염소제품을 판매하는 사업자에게 경고장을 송부, 소비자에게 사용 시 부작용의 위험을 알림('20.4.8.)

○ (불법 텔레마케팅 등에 대한 시장감시 강화) 9개의 VoIP(Voice over Internet Protocol) 서비스 업체에 코로나19를 악용한 불법적 텔레마케팅과 자동발신전화(Robocalls)를 지원하는 것은 위법임을 알리는 경고장을 송부, 해당 사업체를 공개함('20.3.27.)

- 이후 FCC(Federal Communications Commission)와 공동으로 3개의 VoIP 서비스 업체와 US Telecom(미국의 통신비즈니스 관련 무역협회)에 경고장을 추가 송부하고, 48시간 내에 문제를 시정하지 않으면 FCC가 해당 업체를 차단할 것임을 알림('20.4.3.)
- 코로나19와 관련하여 텔레마케팅 판매규칙(TSR: Telemarketing Sales Rule)*의 위반유형을 분류하고, 위반 시 법적 조치를 취할 것을 알림

* 텔레마케팅 판매규칙(TSR)의 위반유형: ①특정 상품 및 서비스의 구매, 자선단체에 기부 등을 유도하기 위해 허위 혹은 오도로 진술하는 경우, ②판매자 혹은 텔레마케터와 정부기관 간의 제휴를 허위로 진술하는 경우, ③가짜 발신자 ID를 전송하는 경우, ④소비자로부터 서면허가를 받지 않고, 사전 녹음된 자동발신전화로 텔레마케팅을 한 경우, ⑤(예외적인 경우를 제외하고)

National Do Not Call Registry에 등록된 소비자에게 텔레마케팅 전화를 한 경우

- (규제완화를 통한 보건시장 촉진) 법무부와 공동으로 「코로나19 관련 공중보건 노력을 위한 신속한 독점금지 절차 및 지침(Expedited Antitrust Procedure and Guidance for Coronavirus Public Health Efforts)」을 발표하여, 코로나19 관련 제품 및 서비스의 공급 촉진을 위해 관련 사업체간 생산·유통·서비스 네트워크의 일시적 협력과 결합을 허용함('20.3.24.)
 - 사업체간 일시적 결합에 필요한 지침을 제공하고, 이를 요청하는 사업자에 대해 신속한 처리 절차를 보장함

2) FDA(Food Drug Administration)

- (소비자정보 제공) 홈페이지에 코로나19 관련 전용 메뉴 및 페이지를 개설하여 관련 소비자정보 제공
 - (전용메뉴 개설) 코로나19 관련 전용 메뉴인 「FDA Takes Action To Address Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)」를 통해 FDA의 수행활동, 사기성 제품에 대한 소비자 피해주의(Fraudulent Coronavirus Disease 2019(COVID 19) Products), FAQ 등의 소비자정보를 제공함
 - (FDA의 소비자보호 역할) 코로나19를 악용한 사기성 제품, 치료·예방효과가 검증되지 않은 미승인 제품에 대한 감시와 제재 역할 공표
 - (식품안전 보증) 코로나19는 호흡기 질환으로 식품매개감염의 가능성이 낮아 시중에 판매되는 제품이 안전함을 알림('20.3.24., '20.4.1.)

□ (소비자 피해주의) 코로나19 관련 사기성 제품의 정보, 소비자 피해 주의 등을 알림

- (피해주의) 코로나19를 악용한 사기성 제품에 대한 소비자 피해주의 및 대응 방안 등의 정보를 제공함
 - 사기성 제품(코로나19 진단기, 백신 및 치료제 등)에 대한 소비자 피해주의를 발표함('20.3.4.). 이후 FDA가 승인한 코로나19 치료제와 진단기는 없으며, 허위주장을 하는 사업체에 대한 경고장 송부 및 압류명령·수입금지 등의 조치를 취할 것을 알림('20.3.20., '20.3.24.)
 - 소비자 대응방안 : ①여러 병을 치료할 수 있다고 주장하는 제품 의심, ②개인 경험담은 과학적 증거가 아님을 명심, ③신속하게 치료되는 병은 없음을 명심, ④사실이기에 너무 좋다면 의심, ⑤기적의 치유, 과학적 돌파구, 비밀첨가물 등의 표현은 사기가능성이 높음을 명심, ⑥코로나 바이러스 감염 여부는 스스로 테스트 할 수 없음을 인식
- (소비자 주의사항) 개인이 직접 제조한 손소독제는 효과가 없거나, 사용 중 피부 손상 등의 문제가 발생할 수 있음을 경고('20.3.30.)

□ (시장 감독·관리 강화) 코로나19와 관련한 시장문제 개선과 소비자 보호를 위한 시장감독 및 관리 기능 수행

- (시장감시를 통한 표시적정화) FTC와 공동으로 코로나19 예방·치료 효과를 허위 주장하는 7개 사업자에 경고장을 송부하여 48시간 내에 문제를 시정토록 하고, 다른 제품명 혹은 타사이트에서의 판매를 막기 위한 지속적인 감시계획을 밝힘. 또한 주요 소매업자 및 온라인 플랫폼 사업자와의 협조로 30개 이상의 문제제품을 판매 목록에서 제거함('20.3.6.)

- 이후 2개 업체('20.3.26.), 3개 업체('20.3.30), 1개 업체('20.3.31), 3개 업체('20.4.1.)에 경고장을 추가 송부함
- 코로나19의 치료·예방효과가 있음을 주장하며 이산화염소제품을 판매하는 사업자에게 경고장을 송부하고, 소비자에게 사용 부작용의 위험을 알림('20.4.8.)

(그림 8) 적발된 부당표시·광고 제품



- o (규제완화를 통한 소독제 공급 촉진) 공중보건비상 기간* 동안 알코올을 함유한 개인용 손소독제의 임시제조와 관련한 두 가지 지침 문서를 발표하여 공급을 촉진함('20.3.20.)

* 2020년 1월 31일 미국보건복지부장관은 코로나 바이러스 대응과 관련한 공중보건 비상사태를 선포하였음

- ① 알코올을 함유한 개인용 손소독제의 생산을 준비하는 제조업체에 대해 규제하지 않음. 단 다른 제조원료의 사용 및 다른 함량, 다른 제조법 및 라벨 부착, 타목적(예, 수술용 등)으로의 사용은 허용하지 않음(Temporary Policy for Preparation of Certain Alcohol-Based Hand Sanitizer Products During the Public Health Emergency (COVID-19))
- ② 주 면허 약국이나 연방시설 등에서 약사가 알코올성 손소독제를 임시

배합할 수 있도록 허용하며, 면허가 있는 의사나 약사 혹은 이들의 감독 하에 성분을 조합 할 수 있도록 허용함(Policy for Temporary Compounding of Certain Alcohol-Based Hand Sanitizer Products During the Public Health Emergency)

3) CPSC(Consumer Product Safety Commission)

- (소비자정보 제공) 홈페이지에 코로나19 관련 전용 메뉴 및 페이지를 개설하여 관련 소비자정보 제공
 - (전용메뉴 개설) 코로나19 관련 전용 메뉴인 「CPSC Working to Keep You Safe During COVID-19」를 통해 코로나19로 인해 리콜 대상으로 발표된 일부제품의 실제 리콜 조치가 어려울 수 있음을 알림
 - (소비자 안전정보제공) 영유아, 어린이, 고령자, 일반 소비자 등 소비자 특성별로 분류한 개인 및 가정 내 안전정보와 안전점검표를 제공함

4) 뉴욕주(New York State)

□ (소비자정보 제공) 홈페이지에 코로나19 관련 전용 메뉴 및 페이지를 개설하여 관련 소비자정보 제공

- (전용메뉴 개설) 코로나19 관련 전용 메뉴인 「COVID-19 Updates」 및 「Information on Novel Coronavirus」를 통해 소비자정보를 제공하며, 신청자에게는 뉴욕주의 최신뉴스 및 관련 정보를 이메일로 송부함
- (정책정보 제공) 코로나19 관련 뉴욕주의 10개 주요 정책*인 ‘PAUSE on PAUSE’의 행정명령을 공표함

* 10 Point Plan : ①3월 22일 20시부터 주 전역의 모든 비필수 사업의 폐쇄, ②이유 및 규모와 관계없이 개인의 비필수모임의 연기 혹은 취소, ③외부에서의 모임은 필수서비스를 제공하는 근로자에게만 허용되며, 사회적 거리두기 시행, ④공공장소에서 개인 간 6피트 이상의 거리유지, ⑤사업체 및 필수서비스 제공업자는 사회적 거리두기 실시를 위한 규칙 강구, ⑥개인의 야외 레크리에이션 활동을 비접촉으로 제한, ⑦개인의 대중교통 이용을 제한하며, 탑승자간 6피트의 간격유지, ⑧환자는 원격건강관리(telehealth visit) 이후 필요한 의료서비스 목적 외의 외출 자제, ⑨젊은 층의 사회적 거리두기 유지 및 취약자와의 접촉 자제, ⑩예방목적의 소독제 사용

- (다중이용시설 이용제한) 코로나19 기간 동안 집회, 공공장소 이용 등을 제한하는 일시적 지침(Interim Guidance on Executive Orders Issued for Gatherings, Public Spaces, and Public and Private Sector Entities During the COVID-19 Outbreak)에 따라, 테이크아웃, 배달, 드라이브 스루로만 식당과 바의 이용이 가능하며, 카지노 및 실내 게임장 등의 이용은 중지됨('20.3.19.)
- (사이버안전 정보제공) CISA(Cybersecurity and Infrastructure Security Agency)의 권고사항을 토대로 코로나19 관련 사이버 사기를 방지하기 위해 전자기기의

주요국의 코로나19 대응 동향 및 시사점

보안 강화 방법, 재택근무 시의 안전한 전자기기의 사용법에 대한 정보를 제공함

- o (과도한 가격인상에 대한 소비자불만 처리) 가정용 청소용품 및 손소독제 등 코로나19 관련 제품의 과도한 가격인상에 대한 소비자 주의사항을 알리고, 전화와 홈페이지 등을 통해 소비자불만을 접수받음

□ (시장 감독·관리 강화) 뉴욕주(New York State)와 뉴욕시(City of New York)는 코로나19와 관련한 제품의 폭리(Price Gouging)를 불법으로 규정·금지

- o (❶폭리금지) 뉴욕주의 소비자 보호부(DCP; Department of Consumer Protection)는 코로나19로 인한 국가 공중보건 비상사태 선포에 따라 시장혼란을 이용한 제품가격의 과도한 인상을 금지함(NY General Business Law § 396-r*)

- 과도한 가격인상의 판단기준 : ①국가비상사태 발생에 따라 동일한 판매자가 판매하는 제품 가격이 그 전에 비해 크게 높아진 경우, ②국가비상사태 발생에 따라 타 지역에서 쉽게 구할 수 있는 동일·유사상품의 가격이 특정 시장에서 크게 인상된 경우

* 뉴욕 통합 법률인 「일반 비즈니스 법률§396-r(NY General Business Law§396-r)」에 따라 비정상적인 시장상황 발생 시 소비자 유통망 내의 일부 당사자가 필수재에 대해 과도하게 가격을 인상하여 불공정한 이익을 취하는 것을 금지하며, 위반 시 최대 2만 5천 달러의 벌금 및 소비자배상 등의 민사처벌이 가능함

- 뉴욕주 자체 브랜드인 「NYSClean」 손소독제를 매주 최대 약 10만 갤런 생산하여 거주자에게 무료로 제공할 것을 공표함('20.3.9.)

(그림 9) 뉴욕주 자체 손 세정제 NYSClean



- (㉔폭리금지) 뉴욕시의 소비자·노동자 보호부서(DCWP; Department of Consumer and Worker Protection)는 마스크 및 개인 소독제의 폭리를 금지함

- 얼굴 마스크 공급부족 선언('20.3.5.), 손소독제 및 소독용 물티슈의 공급부족 선언('20.3.10.)으로 뉴욕시 규칙(6RCNY § 5-38)*에 따라 해당제품의 폭리 및 끼워팔기가 금지됨

* 뉴욕시 규칙(6RCNY §5-38)에 따라 DCWP 위원은 비상상황에서 특정품목을 공급 부족으로 일시적으로 신고 할 수 있음. 상점은 공급 부족으로 선언된 품목에 대해 과도하게 가격을 인상하여 폭리를 취할 수 없으며, 해당 품목의 최소 수량 구매를 요구하거나, 소비자의 균등한 구입 기회를 거부하거나, 혹은 타 제품에 끼워팔기를 할 수 없음

- 첫 공급부족 선언('20.3.5.) 이후 과도한 제품가격 인상에 대해 1,000건 이상의 소비자 불만이 접수되었고, 공급부족으로 일시 선언된 3개 품목에 대한 550건 이상의 폭리(price gouging)를 적발함
- 특정 제품(청소·위생용품, 소독제, 마스크, 알코올 등)의 가격이 코로나19 사태 이전보다 10% 이상 인상된 경우 폭리(Price gouging)로 규정하여 품목 및 서비스당 최대 500달러의 벌금을 청구하는 긴급규칙(NYC Administrative Code 20-701(b))*을 공표·시행함('20.3.16.)

* 도시의 긴급규칙 제정 절차에 따라 60일간 유효하나, 추가 60일 동안 한 번 더 연장될 수 있음

주요국의 코로나19 대응 동향 및 시사점

- 소비자 대상의 전단지를 영어, 중국어, 한국어 등의 다국어로 생산하고, 전화 및 홈페이지를 통해 폭리(Price gouging)에 대한 신고를 접수받음

(그림 10) 코로나19 관련 제품의 폭리에 관한 소비자주의 포스터



2.3. 호주

1) ACCC(Australian Competition & Consumer Commission)

□ (소비자정보 제공) 홈페이지에 코로나19 관련 전용 메뉴 및 페이지를 개설하여 관련 소비자정보 제공

- (전용메뉴 개설) 코로나19 관련 전용 메뉴인 「Corona-19 information for consumers」를 통해 일상소비 생활 속에서 발생하는 코로나19 관련 문제를 유형화하고 소비자정보를 제공함
 - 사업자와 소비자에게 코로나19에 따른 예외적 상황을 고려할 것을 권고함
 - 소비자가 통신서비스 이용 관련 문제를 사업자와 직접 해결할 수 없는 경우, 통신산업 옴부즈만(Telecommunications Industry Ombudsman)에 불만을 제기하도록 안내

〈표 1〉 ACCC 홈페이지에 게재된 소비자정보*

문제유형		소비자정보
여행 취소 및 변경 (신혼여행 등 포함)	항공, 크루즈 투어 등의 취소에 따른 환불	<ul style="list-style-type: none"> - 대부분의 경우 환불 혹은 바우처 지급과 같은 구제를 받을 수 있으며, 업체에 직접 문의해야 함 (단 정부지침에 따른 최소의 경우 이러한 소비자 권리가 영향을 받을 수 있음. 그러나 호주소비자법 외 상황에 따라 영미법(common law), 약관, 주법률에 따라 다른 구제책이 있을 수 있음) - 항공권 이용약관에 따라 환불받을 수 있음 - 항공권 구매 시 동의한 이용약관에 환불이 명시되어 있는 경우, 기업은 환불거부를 위해 함부로 약관을 변경할 수 없음
	교통편 취소에 따른 숙박시설 및 별도 이용시설 환불	<ul style="list-style-type: none"> - 환불이나 교환, 바우처를 제공받을 수 있는지 관련 서비스 업체에 문의해야 함 - 여행 보험이 적용되는지 확인해야 함 - 호주소비자법에 따라 보상받을 자격은 있으나, 정부제한으로 인해 여행이 취소된 경우는 특정상황으로 간주하여 제외함
	건강 및 안전에 대한 우려로 여행 예약의 취소	<ul style="list-style-type: none"> - 코로나19 우려에 따른 여행취소는 '변심'으로 간주될 수 있음 - 환불규정, 바우처 지급 등에 대해서 업체에 문의해야 함 - 건강상태가 위험한 경우 환불이나 바우처 지급 등에 대해 업체에 문의해야 함
행사 취소	이미 구입한 티켓의	<ul style="list-style-type: none"> - 대부분의 경우 환불 혹은 바우처 지급과 같은 구제를 받을 수 있음

주요국의 코로나19 대응 동향 및 시사점

	행사가 취소된 경우	(단 정부지침에 따른 취소의 경우 소비자 권리가 영향을 받을 수 있음. 그러나 호주소비자법 외 상황에 따라 영미법(common law), 약관, 주법률에 따라 다른 구체책이 있을 수 있음) - 항공권 이용 약관에 따라 환불받을 수 있음 - 환불, 바우처 등의 구제를 받기 위해서는 업체에 직접 문의해야 함 - 바우처는 소비자가 사용가능할 정도로 만료일이 충분히 길어야 함 - 주 및 지역 내 소비자보호기관은 주 법률 및 약관 등의 지침에 대한 자문 및 조정을 지원할 수 있음
	행사 취소에 따른 별도 예약 서비스(예, 숙박 및 여행 등)의 환불	- 업체에 문의하여 환불, 교환, 바우처 지급이 가능한지 확인해야 함 - 여행 보험이 적용되는지 확인해야 함 - 호주소비자법에 따라 보상받을 자격은 있으나, 정부제한으로 인해 여행이 취소된 경우는 제외될 수 있음(그러나 정부 제한으로 인해 행사가 취소되는 경우는 거의 없음)
	건강 및 안전에 대한 우려로 행사티켓을 취소한 경우	- 코로나19 우려에 따른 취소는 '변심'으로 간주될 수 있음 - 환불규정, 바우처 지급 등에 대해서 업체에 문의해야 함 - 건강상태가 좋지 않아 위험할 경우 환불이나 바우처 지급 등에 대해 문의해야 함
수요 증가로 인한 일부 제품의 가격 인상		- ACCC는 가격책정에 개입하거나 가격인상에 대해 어떠한 조치를 취할 수 없음 - 하지만 과도한 가격인상은 호주소비자법의 위반 여지가 높음
체육관 폐쇄에 따른 멤버십 문제	멤버십에 대한 정기적 요금 지불 문제	- 서비스가 공급되지 않을 것이라고 판단할 수 있는 근거가 있는 경우, 호주소비자법에 따라 사업자는 상품 및 서비스 비용을 받을 수 없음 - 이에 서비스가 중단된 상황에서 소비자는 정기적으로 금액을 지불하지 않아도 됨
	이미 지불이 완료된 경우	- 결제한 금액에 대해 환불처리 가능함
	휴무기간 동안의 멤버십 중지 및 보류에 따른 수수료 청구	- 약관에 명시되었다면 소비자의 멤버십 중지요청에 따라 수수료가 청구될 수 있음 - 그러나 정부제한으로 인해 서비스가 중지되고 있는 점을 감안하면 소비자에게 수수료나 요금은 부과되지 않을 것임 - 코로나19에 따른 정부의 제한 이후 잘못 청구된 수수료는 체육관에서 환불할 것을 권고함
	폐쇄기간 동안의 체육관 이용에 대한 결제를 이미 했을 경우	- 환불 혹은 바우처 지급 등의 구제조치를 받을 수 있음(단 정부지침에 따른 취소의 경우 이러한 소비자 권리가 영향을 받을 수 있음) - 계약조건 및 약관을 확인한 후 업체에 직접 문의해야 함 - 계약된 서비스 제공이 불가능한 경우 계약법에 따라 소비자 권리를 가질 수 있음
음식 배달 서비스의 중단	정기적 요금 지불 문제	- 서비스 공급이 중단된 동안 금액을 지불하지 않아도 됨 - 서비스가 공급되지 않을 것이라고 판단할 수 있는 근거가 있는 경우, 호주소비자법에 따라 사업자는 상품이나 서비스에 대한 비용을 받을 수 없음
	이미 지불이 완료된 경우	- 결제된 금액에 대해 업체에 문의하여 환불 받아야 함
	서비스가 중단된 기간을 포함하여 결제를 이미 했을 경우	- 환불 혹은 바우처 지급 등의 구제조치를 받을 수 있음(그러나 정부지침에 따른 중단의 경우 소비자 권리가 영향을 받을 수 있음) - 계약조건 및 약관을 확인한 후 업체에 직접 문의해야 함
결혼식 취소	결혼식장이 취소된 경우	- 예약조건에 따라 보증금을 환불받을 수 있음(그러나 정부지침에 따른 취소의 경우 이러한 소비자 권리가 영향을 받을 수 있음) - 환불 등의 구제를 받기 위해서 업체에 직접 문의해야 함 - 식당 예약 시 동의한 이용약관에 환불이 명시되어 있는 경우, 기업은 환불거부를 위해 합부로 약관을 변경할 수 없음

소비자정책동향 제103호

		<ul style="list-style-type: none"> - 바우처는 소비자가 사용가능할 정도로 만료일이 충분히 길어야 함 - 상황에 따라 영미법(common law), 약관, 주법률에 따라 다른 구제책이 있을 수 있음 - 계약된 서비스 제공이 불가능한 경우 계약법에 따라 소비자 권리를 가질 수 있음 - 주 및 지역 내 소비자보호기관은 주 법률 및 약관 등의 지침에 대한 자문 및 조정을 지원할 수 있음
	결혼식 취소 및 규모 축소에 따른 사진사, 렌터카 등의 부가서비스의 환불	<ul style="list-style-type: none"> - 환불규정, 바우처 지급 등에 대해서 업체에 문의해야 함 - 각 사업자와의 계약조건에 따라 보증금의 환급여부가 달라짐
	온라인을 통해 해외 구매한 웨딩드레스의 미배송 우려	<ul style="list-style-type: none"> - 금액이 지불되면, 업체는 정해진 기일 내에 배송을 완료해야 하며, 구체적인 도착기일이 명시되지 않은 경우에는 합당한 기간 내에 배송을 해야 함 - 업체에 직접 문의해야 함 - 배송이 어려울 경우 환불 및 바우처 지급 등의 구제를 받을 수 있음 - 특수상황으로 인해 공급지연이 발생하고 있어, 소비자가 인내심을 가질 것을 권고
	결혼식 관련 용품의 반품 문제	<ul style="list-style-type: none"> - 호주소비자법에 따라 이미 구매한 결혼식 관련 용품의 반품에 따른 환불은 불가능함(단 제품하자 등의 경우에는 가능함)
	결혼 보험에 가입했으나 코로나 19로 인한 취소의 경우 보험이 미적용된 경우	<ul style="list-style-type: none"> - 보험회사에 문의해야 하며, 보험사의 결정에 동의하지 않는 경우 불만사항을 전달해야 함 - 단 보험사 내부의 분쟁대응에 기일이 소요될 수 있음 - 분쟁이 해결되지 않은 경우 AFCA(Australian Financial Complaints Authority)에 문의하여 도움을 받을 수 있음 * AFCA는 코로나19로 인한 소비자들의 금융 관련 문제에 대해 우선적으로 대응하고 있음
정부정책의 제한에 따라 서비스 내용이 변경된 경우의 비용 지불 문제		<ul style="list-style-type: none"> - 정부정책에 따라 서비스 내용에 변경이 생긴 경우 ACCC는 사업자로 하여금 소비자에게 해당 정보를 명확히 제공하도록 권고함 - 서비스 변경내용의 중대성 등에 따라 달라짐 - 변경의 내용이 중대한 경우에도 서비스를 계속할 수 있으나, 소비자가 원하지 않는 경우 사업자는 비용을 청구하지 않을 것임
통신 서비스의 문제	사용자 증가로 인한 인터넷 서비스 이용의 문제 (속도저하 등)	<ul style="list-style-type: none"> - 서비스제공에 문제가 있는 경우 호주소비자법에 따라 사업자는 비용을 청구하거나 받을 수 없음 - 소비자가 가입한 서비스 이용에 문제가 있는 경우 호주소비자법 혹은 주법률, 약관 등에 근거하여 구제를 받을 수 있음 - 사업자와 연락을 통해 불만을 해결해야 하며, 사업자는 무제한 데이터 및 추가 기능을 무료로 제공함으로써 문제를 해결할 수 있음
	스트리밍 플랫폼 및 비디오 이용 서비스의 품질저하 문제	<ul style="list-style-type: none"> - 코로나19 동안 대역폭이 줄어 일시적인 서비스 품질 저하의 문제가 발생할 수 있음 - 이용에 문제가 있는 경우 문제해결을 위해 사업자에게 연락해야 함 - 가입한 서비스를 제대로 이용하지 못하는 경우 호주소비자법에 의해 구제받을 수 있음(또한 계약 및 주법률 등에 따라 또 다른 구제책이 있을 수 있음)
	스포츠 구독 서비스 관련 문제	<ul style="list-style-type: none"> - 코로나19로 인해 호주 및 해외 스포츠 시즌이 연기됨에 따라 구독이 어려워진 경우, 환불 및 구제조치, 요금청구 중단 등이 가능할 것임 - 서비스제공에 문제가 있는 경우 호주소비자법에 따라 사업자는 비용을 청구하거나 받을 수 없음(계약 및 주법률 등에 따라 또 다른 구제책이 있을 수 있음)

* 2020년 04월 13일 기준 (<https://www.accc.gov.au>)

2) NSW(New South Wales)주

- (소비자정보 제공) 홈페이지에 코로나19 관련 전용 메뉴 및 페이지를 개설하여 관련 소비자정보 제공
 - (전용메뉴 개설) 코로나19 관련 전용 메뉴인 「COVID-19(coronavirus)」를 통해 코로나19와 관련한 개인의 건강관리 방법, 최신 뉴스 및 정책 등에 대한 소비자정보를 제공함
 - (이용가능 다중이용시설 정보제공) 개방, 폐쇄, 제한적 운영을 하는 다중이용시설에 대한 정보를 제공함. 병음료 가게 및 푸드트럭, 슈퍼마켓, 편의점, 보건의료시설, 교육·보육시설의 운영 및 이용은 허용되나, 카페, 레스토랑 등은 부분적으로 제한됨
- (시장 감독·관리 강화) 트럭 물류 배송 및 소매점 운영 시간에 대한 규제완화로 시장 수급 안정화
 - 환경정책과 평가법 1979(Environmental Planning and Assessment Act 1979)를 근거로 「주환경계획정책 개정(COVID-19대응)2020 (The State Environmental Planning Policy Amendment(COVID-19 Response) 2020)」을 공표하여, 기존의 지역계획제한(local planning restrictions)에 의해 제한되었던 트럭배송 시간을 24시간으로 연장함으로써 소매점의 수급불균형 문제에 대응함('20.3.20부터 시행)
 - 환경정책과 평가법 1979(Environmental Planning and Assessment Act 1979)의 변경을 허용하는 「COVID-19 법 개정(긴급조치)안 2020(COVID-19 Legislation Amendment (Emergency Measures) Bill 2020)」을 도입하여, 코로나19 팬데믹

동안 공공 안전과 시장 안정을 위해 계획승인 과정 없이 기획 및 공공부문의 장관이 시행명령을 내릴 수 있게 함('20.3.25)

- ① 「환경계획과 평가(COVID-19 개발-확장 운영)명령 2020(Environmental Planning and Assessment(COVID-19 Development-Extended Operation) Order 2020)」으로 필수품 및 의료용품, 식품 등의 안정적 수급을 위해 슈퍼마켓, 약국 등의 소매점의 24시간 운영을 허용('20.3.25.부터 시행)
- ② 「환경계획과 평가(COVID-19 개발-포장 식·음료)명령 2020(Environmental Planning and Assessment(COVID-19 Development-Takeaway Food and Beverages) Order 2020)」으로 푸드 트럭의 운영규제를 완화하고, 다크키친(dark kitchens)*을 이용하여 자가격리자 등을 위한 배달음식을 준비할 수 있도록 허용('20.4.2.)

* 설비를 갖춘 상업용 주방을 공유하여 배달용 음식을 만드는 일종의 공유주방

3. 결론 및 시사점

□ 일본, 미국, 호주의 코로나19 대응 동향은 크게 △홈페이지 내 전용 메뉴를 통한 소비자정보 제공, △다양한 소비자 대상의 소비자 피해 주의 알림, 그리고 △시장 감시·감독 기능 강화 및 시장문제 개선 추진으로 분류될 수 있음

(1) 홈페이지 내 코로나19 전용 메뉴를 신설*하여 일원화된 소비자정보 제공 체계를 구축함으로써 정보접근성 제고

* 일본의 소비자청, 국민생활센터, 동경도, 미국의 FTC, FDA, CPSC, 뉴욕주, 호주의 ACCC와 NSW주 모두 코로나19 관련 전용메뉴를 신설하여 운영함

- (일본) ①소비자청은 소비자의 생필품 사재기 및 마스크 재판매를 자제토록 하고, 여행 등의 취소에 따른 환불과 수수료는 주최자에게 확인하도록 함. ②국민생활센터는 실제 상담사례를 바탕으로 소비자 피해주의 및 속보 등의 정보를 제공함. ③동경도는 홈페이지와 생활정보 사이트를 통해 도영 교통서비스의 환불규정과 소비자 피해주의를 알림
- (미국) ①FTC와 FDA는 소비자 피해주의 외, 사기성 제품의 정보를 공개함. ②FTC는 피싱과 스캠전화 등의 녹음음성을 제공함. ③FTC와 뉴욕주는 전자기기의 보안 관리 방안 및 사이버사기 예방법에 대한 소비자정보를 제공함. ④CPSC는 코로나19로 인해 실제 리콜조치가 어려울 수 있음을 알림
- (호주) ACCC는 코로나19로 인해 일상소비 생활에서 발생하는 문제를 유형화하고 대응방안에 대한 소비자정보를 제공함

(2) 다양한 소비자 특성을 고려한 소비자 피해주의 정보 생산 및 상담 체계 구축으로 외국인과 고령자의 소비자문제 예방 대응

- o (일본) ①국민생활센터는 전단지를 배포하여 고령소비자의 피해주의를 알림. ② 동경도는 전화, 팩스, SNS 매신저 등을 통해 외국인과 장애인 대상의 상담서비스 및 소비자정보를 제공함
- o (미국) ①FTC는 고령소비자, 어린 자녀를 둔 부모 등 대상별 소비자 피해주의를 알림. ②CPSC는 영유아, 어린이, 고령자 등의 소비자 대상별 안전정보를 제공함. ③뉴욕주는 소비자가 신청한 경우 이메일을 통해 최신 정보를 발송함. ④뉴욕시는 일부 제품의 폭리(Price gouging)에 대한 소비자주의 정보를 다국어로 제공함

(3) 소비자정책 기관의 관리기능 강화로, 이는 크게 ❶시장 감시·감독을 통한 소비자문제 예방과 ❷시장 관리를 통한 수급불균형 문제의 개선 노력*으로 재분류 가능

* 전매금지 및 과도한 가격인상 제한 등 규제를 강화하는 방안과, 수급안정을 목적으로 공급을 촉진시키기 위해 일시적으로 규제를 완화시키는 방안이 있음

❶시장감시·감독을 통한 소비자문제 예방

- o (일본) 소비자청은 긴급감시로 허위주장 및 미끼광고를 한 사업자를 적발·시정토록 하고, 제품의 표시적정화를 위해 온라인쇼핑 플랫폼과 협조함
- o (미국) ①FTC와 FDA는 허위주장으로 제품을 판매한 사업자에게 경고장을 보내 문제를 시정토록 하고, 소매업 및 온라인쇼핑 플랫폼과의 협조로 문제 제품을 판매 목록에서 삭제함. ②FTC는 위법적 텔레마케팅 사업자에 경고장을 송부하여 문제를 시정토록 함

② 시장관리를 통한 수급불균형 문제 개선 노력

- (일본) 소비자청은 후생노동성 및 경제산업성과 공동으로 개인과 사업자의 위생 마스크 판매를 금지함
- (미국) ①FTC는 코로나19 관련 제품 및 서비스 사업자 간의 일시적 결합을 허용하여 공급을 촉진함. ②FDA는 알코올성 손소독제 생산을 준비하는 업체에 대한 규제완화, 제품의 임시배합 및 생산의 허용으로 공급을 촉진함. ③뉴욕주와 뉴욕시는 코로나19 관련 제품의 폭리(Price gouging) 및 끼워팔기를 금지함
- (호주) 상품의 트럭배송 및 소매점 영업을 24시간으로 연장하고, 푸드트럭과 상업용 주방의 운영규제를 완화하여 공급을 촉진함

□ 코로나19가 전 세계적으로 다양한 소비자 문제를 야기하고 있는 상황에서, 본고에서 검토한 주요국의 경우 소비자 맞춤형 정보제공, 소비시장 안정화 등 차원에서 대응하고 있음. 향후 감염병 발생과 확산 주기가 반복될 것으로 예견되고 있기에, 국내의 경우 현 시점에서 관련 소비자문제에 대한 적극적이고 종합적인 대응방안이 마련되어야 할 것임

[참고 자료 및 참고 사이트]

공정거래위원회(2020), 마스크 온라인 유통 과정에서의 법 위반 행위 집중 점검, 보도자료(2020.02.18.)

공정거래위원회(2020), “각종 세균, 유해물질 999% 제거” 사실일까요?, 보도자료(2020.02.19.)

공정거래위원회(2020), 검증되지 않은 코로나19 거짓 광고로 인한 소비자 피해 주의해야, 보도자료(2020.03.06.)

공정거래위원회 사이트 : <http://www.ftc.go.kr>

한국소비자원 사이트 : <http://www.kca.go.kr>

행복드림 열린소비자포털 사이트 : <https://www.consumer.go.kr/consumer/index.do>

Australian Competition and Consumer Commission(ACCC; 호주 경쟁 및 소비자위원회) 사이트 : <http://www.accc.gov.au>

City of New York(뉴욕시) 사이트 : <http://www.nyc.gov>

Fair Trade Commission(FTC; 연방거래위원회) 사이트 : <http://www.ftc.gov>

Food and Drug Administration(FDA; 미국 식품의약국) 사이트 : <http://www.fda.go.jp>

New South Wales Government(뉴사우스웨일스 주) 사이트 : <http://www.nsw.gov.au>

New York State(뉴욕주) 사이트 : <http://www.ny.gov>

U.S. Consumer Product Safety Commission(CPSC; 미국 소비자제품안전위원회) 사이트

: <http://www.cpsc.gov>

消費者廳(소비자청) 사이트 : <http://www.caa.go.jp>

國民生活センター(국민생활센터) 사이트 : <http://www.kokusen.go.jp>

東京都(동경도) 사이트 : <http://www.metro.tokyo.lg.jp>