

## 제품안전 · 리콜정보등 ‘클릭’ 한번으로 확인

### - 기표원, 제품안전정보 포털 ‘Safetykorea’ 오픈 -

산업자원부 기술표준원은 소비자 안전사고를 예방하기 위하여 제품안전에 관한 모든 정보를 한군데 담아 쉽고 빠르게 볼 수 있는 종합적인 포털사이트인 “Safetykorea”를 정식으로 오픈했다.

소비자가 사용하는 공산품 · 전기용품 · 어린이용품 등에 대한 제품안전정보와 국내외에서 발생한 리콜정보 등 위해가 발생한 제품에 대한 정보를 쉽게 빠르게 알 수 있으며, 소비자가 위와 같은 제품을 구입시 안전한 제품인지 아닌지를 알아볼 수 있는 제품안전검색시스템을 제공하여 언제 어디서든지 확인검색이 가능하도록 하였다.

제품안전서비스 포털시스템 구성은 제품안전 법령, 기준 및 제도, 인증대상 품목등을 알아볼 수 있는 제품안전 마당과 언론보도, 안전뉴스, 공지사항 등을 알 수 있는 알림마당, 국내의 리콜정보, 생활속의 안전, 제품안전에 관한 홍보 동영상등을 볼 수 있는 홍보마당과 질의응답, 소비자신고, 설문조사 등 소비자가 참여하는 참여마당을 별도로 두었으며 또한 안전에 관한 교육을 알수있는 교육마당을 두어 안전분야의 전문분야에 대한 안내 및 정보를 제공할 수 있게 되었다. 또한 소비자가 전기용품, 공산품 등을 구입시 안전한 제품인지를 확인할 수 있는 안전 인증검색시스템을 제공하여 언제 어디서든지 확인이 가능하도록 하였다

안전인증기관과 실시간의 네트워크를 구성하여 제품안전에 대한 정보를 공유하는 시스템도 구축하여 안전 사고를 사전에 예방할 수 있도록 만반의 준비를 하였다.

중국제품의 장난감 등에 대한 리콜정보와 생활용품, 전기제품 사용시 주의사항 등을 담은 생활속의 안전은 생활용품과 어린이 용품으로 구분하여 어린이에 대한 내용을 따로 분류하여 어린이 안전에 주의를 요하였으며 안전에 관한 동영상을 모아 안전교육에 활용이 가능하도록 따로 분류하여 안전예방교육에 활용이 가능하도록 하였다. 이외에 제품안전에 대한 클린신고센터와 질의응답을 두어 소비자가 궁금하거나 문의할 내용이 있으면 언제든지 사용가능하도록 하였다.

소비자와 생산자, 정부가 제품안전에 관한 모든 정보를 한 곳에 담을 수 있도록 한 우리나라의 최고의 시스템으로 소비자가 안전한 생활을 유지할 수 있도록 모든 정보를 제공한다. 또한, 이번 오픈행사와 연계하여 11월 16일 공산품안전의 날(코엑스)에는 소비자가 직접 참여가 가능하도록 공개 시연 및 검색이 가능하도록 전시하였다.

## 제품안전관리 포털시스템 개요

- 제품안전관리 포털시스템(www.safetykorea.co.kr) -

### 1. 구축 목적

- 제품안전정보의 신속한 보급과 소비자의 접근이 용이한 시스템 구축으로 안전업무의 효율성을 높이고, 안전사고를 예방하여 국민의 안전생활을 도모하기 위함

### 2. 구축 내용

- 소비자에게 정보제공을 위한 제품안전 서비스포털시스템
  - 제품안전 법령, 기준 및 제도, 인증대상 품목 및 기관 등 안내
  - 언론 보도, 안전뉴스, 공지사항 등 정보 제공
  - 리콜정보 등 국내의 안전동향, 생활속의 안전 및 홍보동영상 제공
  - 안전정보등록 및 안전교육 등 소비자 참여마당 제공
  - 안전관련 정책수립을 위한 여론 조사 등
- 안전한 인증제품 확인을 위한 제품안전 인증정보검색 제공
- 안전관련기관과 업무 활성화를 위한 제품안전 업무포털시스템
  - 안전관련기관과 업무 네트워크 형성으로 안전정보 통합관리
  - 일괄적인 업무처리로 안전관리 업무의 효율 극대화
- 제품안전 관련정보 제공을 위한 제품안전뉴스 발행기반 구축



### 3. 기대 효과

- 안전정보를 활용, 불법·불량 제품의 유통·제조 사례별로 집중 관리함으로 불법·불량 제품의 유통을 사전에 차단
- 제품안전 정보를 신속하게 제공함으로 안전사고를 사전에 예방
- 불법·불량 및 안전위해 제품으로부터 소비자 안전을 확보하기 위한 공동 대응기반을 지원하는 네트워크 구축

## 신제품(NEP)인증, 내수 2배 수출 3배 증가효과

### - 기술개발 중소기업 시장개척에 크게 기여하는 것으로 조사 -

□ 국내에서 최초로 개발된 신기술 적용제품으로서 성능·품질 등이 우수함을 인정해 주는 신제품(NEP) 인증 제도가 중소기업 기술개발 제품의 판로확대에 크게 기여하는 것으로 조사됨.

- 산업자원부 기술표준원에서 따르면, 신제품(NEP) 인증을 취득한 662개 업체와 42개 수요처를 대상으로 한 「신제품(NEP)인증에 대한 효과분석」결과, 지난해 인증신제품의 매출액은 예년대비 내수 2.1배, 수출 2.7배 증가한 것으로 나타남.

※ 인증 신제품(NEP) 매출실적 (단위:억원)

구 분	내 수		수 출		총 매출	
	금액	전년대비	금액	전년대비	금액	전년대비
2005	8,399	↑1.7배	4,245	↑2.1배	12,644	↑1.8배
2006	17,842	↑2.1배	11,696	↑2.7배	29,539	↑2.3배

- 이는 인증업체들이 신제품의 시장개척을 위한 NEP 인증획득의 잇점을 의무구매지원(69%), 우대보증(77%), 판로개척용 홍보(77%) 등에서 적극 활용하였기 때문인 것으로 조사됨.
- NEP 마크에 대해 인증기업이 느끼는 인증효과 체감도 조사에서도 제품 이미지 부각 및 기술개발 동기 부여 효과가 높다고 응답하여, NEP 인증이 기업운영면에서 긍정적인 효과를 주는 것으로 분석됨
- ※ 인증효과 체감도(5점 척도 기준) : 제품이미지 증대(4.1), 기술개발 유도(3.7), 내수 증대(3.6)

- 한편, 구매기관의 NEP 인지도와 의무구매실적 측면에서 대부분의 공공기관은 NEP 제품이 우수하다고 평가하고 구매실적도 비교적 많으나, 지자체·금융기관 등의 인지도·구매실적은 낮은 수준으로 나타남.

※ NEP인증제품의 공공기관 우선구매실적

295억원('04년, 시범실시 33개 기관) → 2,009억원('06년, 380개 기관)

- 이에 기술표준원은 인증지원시책의 내실화 방안을 검토하는 한편, NEP 마크에 대한 가치와 신뢰도를 높이기 위한 인증제품 품질관리기법 교육 및 제도홍보를 확대해 나갈 계획이라고 밝힘.

## 신제품(NEP) 인증제도 실효성 검토

신제품(NEP) 인증업체, 구매기관을 대상으로 매출 및 구매실적, 인증마크 활용도 및 인지도 등의 항목을 조사·분석 (07학술용역, (주)유플러스 연구소)

### □ 신제품(NEP) 인증제도 운영

- 국내에서 최초로 개발된 신기술 또는 기존기술을 혁신적으로 개선·개량한 기술이 적용된 신제품을 평가하여 정부가 인증하고, 판로확대를 지원 (인증 유효기간 : 3년)
  - 공공기관의 인증제품 의무구매 등 판로개척 및 홍보 지원
    - ※ 관련법령 : 산업기술혁신촉진법 제16조 및 동법시행령 제18조

### ○ 인증 현황

구 분	'05년(이전)	'06년	'07. 9월말(현재)
접수(건)	5,643	576	323
인증(인증률)	1,869(335%)	184(32%)	102(32%)

※ '07년 9월말까지 유효기간(3년)내 NEP 인증건수 : 총 634건

### □ 신제품(NEP) 인증제도 실효성

- 인증업체의 NEP 마크 활용실태
  - 인증마크의 실제 활용은 의무구매지원(69%), 우대보증(77%), 판로개척 및 홍보(77%)를 위해 시행 또는 기획중.
  - 기업 운영상의 기여정도는 제품이미지 증대(4.1), 기술개발 유도(3.7), 내수 증대(3.6), 수출 증대(2.9) 순으로 기여. (5점 척도 기준)
- 구매기관의 NEP 인지도, 의무구매 등
  - 정부·공공기관에서는 NEP 인지도가 높고 구매실적이 비교적 많으나, 지자체·금융기관 등은 인지도와 구매실적이 다소 적음.
  - 대부분의 공공기관에서 NEP 제품이 우수하다고 평가하고 있고, NEP 의무구매 실적은 매년 증가 (06년 10~15%정도)
    - ※ 공공기관 의무구매 : 295억원('04) → 1,823억원('05) → 2,009억원('06)

### □ 향후계획

- 대다수의 인증업체·구매기관이 NEP 인증지원의 기대효과에 대해 공감하고 있으나, 일부 수요처에서는 인지도나 실익이 다소 낮게 평가되고 있어, 인증지원시책의 내실화 방안이 요구됨
  - 공공기관별 의무구매비율의 탄력적 운영 및 사후관리체계 도입
  - NEP 마크에 대한 가치와 신뢰도를 높이기 위한 인증품질관리 및 홍보 확대 등