

고령화 시대의 제품안전정책



눈이 침침하여 시야가 선명하지 않아 머리가 아파온다. 어깨는 천근만근이며 허리도 굽어져 똑바로 서있기도 힘들고 굽히는 것 또한 통증을 유발한다. 지팡이에 의지하여 겨우 무거운 발걸음을 조금씩 떼어 계단을 오른다. 그러나, 지팡이를 쥔 손은 팔목 관절뿐만 아니라 손가락조차 통증으로 인해 내 마음대로 컨트롤 하는 것이 어렵다. '총체적 난국'이야 말로 이 상황에 꼭 들어맞는 말이다. 나는 지금 '고령자 체험 세트'를 온 몸에 장착하고 고령자 체험을 하는 중이다.

이는 필자가 1년 전 일본에서 연구원 생활을 하던 중 시간을 내어 대학 근처의 교토생활협동조합에서 '고령자체험'을 했을 당시의 기억을 되짚어 옮겨 본 것이다. 일본은 세계최초로 초고령사회에 진입한 국가로 일찍이 사회 전반에 고령자를 고려한 정책을 마련하기 위하여 많은 노력을 기울여 왔다. 이러한 노력의 일환으로 '고령자 체험'을 각 지자체 및 학교, 또는 사업자단체 등에서 실시하고 있으며 이는 남녀노소 누구든지 참여가 가능하다.



최혜선 법학박사

한국스포츠개발원

초빙연구원

체험 프로그램에 사용하는 '고령자 체험 세트'라는 것은 시력저하 체험이 가능한 고글, 지팡이, 관절 고정장치 등으로 구성되어 있다. 고글을 쓰면 시력이 저하되는 시각기능의 변화를 체험할 수 있으며, 손목 및 손가락, 무릎 및 발목, 허리, 어깨에 무게감을 주고 일정 정도의 고정을 해주는 장치를 착용하여 우리 몸의 노화로 인해 겪게 되는 질환들로 인한 불편함을 경험해 볼 수 있다.

인류의 고령화는 실제로 매우 급속한 속도로 진행되고 있다. 35년 이내에 60세 이상의 인구가 15세 이하의 인구를 상회한다. 스페인, 독일, 일본, 이탈리아, 러시아에서는 2050년 대까지는 성인의 3분의 1 이상의 연령이 60세 이상에 달하게 된다. 이는 소비자의 연령층이 급속하게 고령화되고 있다는 것으로 해석이 가능하다. 영국의 인구학자 폴 윌리스는 고령사회의 충격을 지진에 빗대어 '인구 지진(Age-Quake)'이라는 용어를 사용하였다. 그는 인구 지진이 실제의 지진보다 훨씬 파괴력이 강하며 그 강도가 지진과 비교하면 리히터규모 9.0에 달할 것으로 예측하였다. 베이비붐 세대가 은퇴하는 2020년경 세계 경제는 인구 지진으로 충격을 받게 될 것이며 한국도 그 피해를 입는 국가 중의 하나로 예측하였다.

고령화 속도에 관한 통계청 자료에 의하면 고령인구 비율이 7%에서 14%로 증가하는 데 걸리는 시간을 국가별로 비교하여 보면 프랑스가 115년, 영국이 47년, 미국이 73년, 이탈리아가 61년, 독일은 40년, 일본은 24년이 걸리는데 비하여 우리나라는 18년에 불과하다. 우리나라는 다른 나라보다도 빠른 속도로 고령화가 진행 중이라는 것을 알 수 있다.

이러한 고령화는 미래의 사회의 각각의 요소에서 매우 많은 변화가 나타날 것으로 예상된다. 이로 인해 외국에서는 미래연구의 여러 분야 중에서도 고령사회에서의 국부 창출 및 삶의 질 향상을 위한 제반 산업 즉, 고령친화산업에 대하여 중점을 두고 있다. 이는 나아가 고령의 소비계층을 위한 소비제품의 안전 설계 및 안전 대책 및 관리방안도 포함하고 있다. 영국의 과학기술국 산하의 미래연구기관인 「ForeSight」는 인구고령화의 사업적 기회를 강조하고 있으며, 이는 인구고령화 및 제조업 조망 등 관련 정책의 방향을 제시하고 있다. 특히, 영국 상공부 과학기술국 산하기관으로서 고령인구의 니즈에 부합하기 위하여 어떠한 정책방향이 되어야 하는지 특히, 제품안전과 관련하여서는 고령인구를 고려하여 어떠한 제품디자인이 트렌드가 될 것인지, 어떠한 제품안전시책이 있어야 할 것인지 등을 제안하고 있다.

물론 우리나라도 소비제품의 안전을 위하여 현재 다양한 정책을 시행하고 있으며, 관련 업계의 인식 또한 예전과는 다르다고 생각된다. 그러나, 다른 주요 선진국과 비교하면 정책적 노력이 다소 부족하다는 아쉬움이 든다. 위에서 언급한 영국의 「ForeSight」는 차관급의 장으로 구성되어 있어, 국가의 관련 정책에 있어 중점적인 제언을 하는 역할을 하고 있다. 우리나라는 현재는 없지만 2003년에 대통령 직속 자문기구로 「고령화 및 미래사회위원회」가 구성되어 고령화 관련 이슈에 특화하여 역할을 하였었다. 이에 영국의 「ForeSight」의 역할 및 기능은 우리나라에도 시사점을 줄 것으로 생각하기 때문이다.

또한, 일본에서는 소비제품의 안전 사용 및 소비를 위한 시책으로 소비자교육에도 중점을

두고 있다. 일본은 2012년에 ‘소비자교육추진법’을 제정하여 소비자 정책에 있어 소비자의 보호에서 ‘소비자의 자립’에 중점을 두고 ‘소비자교육의 체계화’를 실현하고 있다.

일본 ‘소비자교육추진법’은 소비자교육의 종합적이고 일원적인 추진 및 국민이 소비생활 안정과 향상에 기여하는 것을 그 목적으로 하고 있다. 법률의 주요 내용을 살펴보면, 소비생활에 관한 지식을 습득하고 적절한 행동으로 연결될 수 있는 실천적 능력의 향상과 유아기부터 고령에 이르기까지 각 단계에 따라 체계적으로 시행하여 소비자의 연령대별 특성을 고려할 것을 명시하고 있다. 더불어 학교, 지역, 가정, 직장 등 다양한 장소의 특성에 따라 적절한 방법에 의해 추진하도록 하여 소비자교육 추진 주체간의 연계성의 확보에도 중점을 두고 있다.

일본 ‘소비자교육추진법상 주체별 책무 및 노력’

주 체	내 용
국가	소비자교육 추진에 관한 종합 시책을 수립하고 실시할 책무
지방자치단체	소비생활센터, 교육위원회 등과 긴밀한 협력 및 국가와의 적절한 역할 분담을 바탕으로 지역사회에 맞는 시책을 수립하고 실시할 책무
소비자단체	기본이념에 따라 소비자교육 추진을 위한 자주적인 활동에 노력하며 학교, 지역, 가정, 직장 등에서 이루어지는 소비자교육에 협력
사업자 및 사업자단체	국가 및 지방자치단체의 소비자교육 추진에 관한 시책에 협력하도록 노력하며, 소비자교육 추진을 위한 자주적인 활동에 노력

소비자교육의 기본 시책으로 학교의 소비자교육, 대학 등의 소비자교육 시책을 추진하도록 하고 있으며, 특히 지역의 소비자교육 추진(동법 제13조)에서는 고령자 및 장애인 등에 대한 소비자교육이 제대로 시행되도록 연수의 실시, 정보의 제공, 기타 필요한 조치를 하도록 정하고 있다. 또한, 사업자 및 사업자단체의 소비자교육에 대하여 지원책도 정하고 있는데, 사업자 및 사업자단체는 소비자단체와의 정보 교환 및 제휴, 소비자에게 유용한 소비생활에 관한 지식 제공, 소비자단체 등이 행하는 소비자교육 추진에 자금 제공 및 기타 원조에 노력하도록 정하고 있다(동법 제14조). 소비자교육을 위한 추진체계로 소비자청에 ‘소비자교육추진회의’를 설치하여 소비자, 사업자, 교육관계자, 소비자단체, 사업자단체 등이 참여하여 그 의견을 제시할 수 있도록 하였다. 또한 지방자치단체에서의 소비자교육 추진체계로 도도부현 및 시정촌에 ‘소비자교육추진지역협의회’를 조직하여 지역 소비자교육 추진 관련 구성원의 상호 정보교환 및 조정, 지역 소비자교육에 대한 의견을 제시하도록 하였다. ‘소비자교육추진지역협의회’도 소비자, 소비자단체, 사업자, 사업자단체, 교육관계자 등으로 구성하여 제품의 소비자뿐만 아니라 생산자도 그 역할을 하도록 하고 있다.

우리나라에서는 지난해 12월 ‘소비자교육의 진흥 및 지원에 관한 법률안’이 발의되어 현재 소관위원회에 계류 중이다. 법률안의 주요 내용을 보면, 국가와 지방자치단체는 소비자가 소비생활에 필요한 지식을 습득하고, 합리적으로 소비할 수 있도록 소비자교육을 적극 추진하여야 한다고 정하고 있다(안 제4조제1항). 또한, 사업자 및 사업자단체는 소비자단체 등 기타 관련 단체와 정보의 교환 및 연대를 통하여 소비자의 소비생활에 관한 지식 증진을 위하여 노력하여야 한다고 정하고 있다(안 제16조제1항).

현행 소비자기본법에서도 합리적인 소비생활을 위하여 필요한 교육을 받을 권리를 규정하고 있고, 이러한 권리를 실현하기 위하여 국가 및 지방자치단체에 책무를 부여하고 있음에도 현재까지 예산부족과 전담조직 및 협력체계의 부재로 인하여 소비자교육의 확산 및 실효적인 소비자교육, 특히 고령 소비자의 안전을 위한 교육에 있어서는 미흡한 실정이다. 이러한 현황에 비추어 '소비자교육의 진흥 및 지원에 관한 법률안'이 국회에서 통과되어 발의된다면 소비자의 권리 향상뿐만 아니라 제품안전 분야에 있어서도 많은 기여를 하게 될 것으로 기대한다. 특히, 필자가 주안점으로 삼고 있는 고령의 소비자에 있어서는 그 하위법령의 제정 시에 고령자 대상 소비자교육에 대하여 보다 실효성 있는 시책이 마련되어야 할 것이며, 일본의 '소비자교육추진법'에서 나타나듯 사업자 및 사업자단체가 소비자교육에 참여하는 경우 지원책에 대하여 고민해 볼 필요가 있다고 생각된다.

어느 일본 가전제품의 광고에서 광고모델이 직접 '고령자 체험'을 하며 해당 가전제품을 사용하고 고령자가 제품을 사용할 때에 어떠한 점이 힘들고 어려운지 직접 그 느낌을 전하며, 이를 반영하여 해당 제품을 설계하였다는 것을 강조하는 광고가 있었다. 필자가 고령자 체험 시 느꼈던 생각들이 제품의 설계에 반영됨은 물론이고 나아가 우리 사회의 정책, 즉 고령자를 위한 제품안전 정책에도 오롯이 반영되기를 바라며 향후 정책의 실현 여부를 지켜보고자 한다.

