





움직이는 소비자의 중심, 김자혜 한국소비자단체협의회 회장

고객홍보팀

7월호 KAPE누리 기획에 온통 신경이 집중되어 있던 어느 날, 그 외 이슈는 필터링 한 듯 딱히 눈에 들어오지 않던 시야를 날카롭게 비집고 들어오는 소식들이 있었다. 가슴기 살균제에서 촉발된 OXY 사태부터 폭스바겐과 이케아의 국가 간 보상 차별 논란까지. 누구나 규모와 상관없이 소비자에게 연일 화제의 중심에 서 있는 소비자 문제는 관심 밖이 될 수 없다.

그래서 이번호 누리인터뷰에서는 최근 이슈의 핵에 서 있는 국내 소비자단체의 대표 격이라 할 한국소비자단체협의회의 김자혜 회장을 만나보았다. 김자혜 회장은 2013년 이래 소비자시민모임(이하 소시모) 회장을 맡고 있으며 지난 4월 한국소비자단체협의회(이하 소협) 신임 회장으로 취임했다.



한국소비자단체협의회장 40주년 기념식에서(사진 제공:식품의약품안전처)

Q. 뭔가 전시 상황처럼 분주하면서도 긴장된 분위기가 있네요. 너무 빠른 질문이지만, 요즘 많이 바쁘시죠?

A. 요즘 딱 고3 같습니다. 일 많고 공부 많이 하고, 소시오 회장을 맡고 있던 데다가 올해는 새로 소협 회장을 맡게 됐습니다. 게다가 소협이 올해로 40주년이거든요.

Q. 뜻 깊은 해에 소협 회장을 맡으셨습니다. 그 의미를 더하기 위해 여러 과제들을 추진 중이신 걸로 압니다.

A. 40주년을 맞아 소비자권리에 대해 얼마나 소비자들이 잘 인식하고 있나 조사를 했습니다. 그런데 50% 정도만 알고 있는 것으로 나타났습니다. 40%는 대강 부당한 일이 있어도 참고 넘긴다고 하고요. 소비자들이 그들의 권리를 잘 찾지 못하고 있다는 것이죠. 그래서 소비자의 권리를 알리기 위해 홍보대사를 모집할 예정입니다. 그리고 해가 해인만큼 12월 중 소협 40년을 정리해 출판할 예정입니다. 하지만 무엇보다 큰 과제는 소비자 권익 보호를 위한 법안이나 소비자권익증진기금 마련입니다.

Q. 소비자 소송제도가 있다고 들은 것 같은데, 법안이 없었나요?

A. 법안 마련은 이제 와 세삼스럽게 시도하고 있는 게 아니라 40년째 지속적으로 주장 중인 것입니다. 그 결과 소비자 소송제도 제목이 생겼습니다. 그런데 특별한 내용이 없었으나 마나 한 상황이죠. 그렇다 보니 최근 1년간 소비자 이슈가 집단적이고 동시다발적으로 발생했음에도 법제도가 미비해 대응이 어려운 상태입니다. 그래서 소비자단체에서는 집단 소송제도와 징벌적 손해배상 청구 등 제대로 소비자 권익을 보호할 수 있는 기본법 제정을 목표로 하고 있습니다. 각각의 소속 단체를 넘어 한 마음으로, 소비자 권익 보호를 공동 목표로 올인(all-in)하고자 합니다.

Q. 그렇군요. 최근 가장 큰 이슈인 옥시 가슴기 세정제 건에 대해서도 소비자 단체의 공동 행동은 눈에 띄었습니다. 오늘도 보이콧 행사를 하신 것으로 압니다.

A. 네, 우리 소비자의 힘을 기업들에 보여 긍정적인 개선 효과를 이끌어 내고자 합니다. 이번 사건을 통해 더 이상

이러한 문제들에 안일하게 대처할 수 없다는 선례를 보이기 위해 불매운동도 하고 있는 것이고요. 사회적 공감의 함께한 결과 대형마트 3사에서도 옥시의 불건을 빼기로 했는데, 그럼에도 유통매장에 아직 나와 있는 게 있어 저희가 사다가 옥시 측에 주고 왔습니다.

Q. 지금의 사회적 관심이 꾸준히 이어져 국내 소비자운동도 제대로 자리 잡았으면 좋겠습니다. 그런데 보통 우리나라에서 이슈라는 게 불처럼 타오르다가도 또 금세 꺼지지 않습니까.

A. 우리 사회는 화난 사회인 것 같습니다. 압축된 고도성장 속에 억눌린 것이 있어서인지 분노 조절이 안 돼 금세 파르르 화내기도 하고, 불안정한 것 같습니다. 이 환경 속에서 전체 소비자가 원하는 바에 대해 분명히 제 목소리를 내는 것은 쉽지 않지요. 큰 목소리에 휩쓸려 버리거나 침묵하면서 권리만을 주장해서는 안 되는 일 아닙니까. 그래서 소비자운동을 할 때도 화난 이들을 달래고 소비자의 제대로 된 목소리를 파악해 제도적이고 합법적인 운동으로 이끌어가는 것이 고민입니다.

Q. 개인적으로는 등급제 관련 이슈에 있어서도 유사한 패턴을 보았습니다. 마블링이 유해한지 여부에서 이슈가 시작되나 싶더니 이제는 덮어놓고 지방은 다 몸에 안 좋다, 아예 육식은 해롭다고 하는 목소리도 크거든요.

A. 먹거리도 쓸림 현상이 심합니다. 특히 먹방이 소비자에 미치는 영향이 커요. 방송에서 '뭐 좋다' 그러면 바로 동나죠. 마블링도 그렇습니다. 좋다고 하여 그걸 위주로 등급 매겨 시장에 냈고, 한우농가도 그걸로 가격을 유지했습니다. 그런데 어느 날부터 마블링이 심혈관에 안 좋다고 얘기가 나왔고 그에 따라 소비자가 움직이기 시작했습니다. 보통 나이 50~60이 넘으면 혈관에 기름이 끼게 되어 있습니다. 우리 사회가 고령화로 가고 있는데 마블링 위주 등급제가 필요하냐 하는 이들도 있지요. 그런데 이견 학계에서도 의견이 나뉩니다. 당연히 소비자도 헛갈릴 수밖에 없어요.

Q. 그럼 모두가 만족할 수 있는 등급제는 어떤 것일까요? 제언을 부탁드립니다.

A. 먹방과 함께 정보가 많아지긴 했는데, 중구난방입니다. 상황이 이렇수록 축평원이나 정부에서 정확한 정보를 제공해 줬으면 합니다. 마블링 위주의 기준은 완화하고 다양한 기준을 감안해 등급을 매기되, 다양한 정보를 주며 최종 선택은 소비자가 할 수 있게 해야 합니다. 소비자는 스스로 판단 잣대를 가지고 현명한 판단을 해야 할 것이고요. 이 정보를 주는 중심에 축평원이 서길 바랍니다. 전문가, 정부, 소비자단체 모두에 휘둘리지 말고, 중립 갖고 정확한 정보를 주길 기대합니다. 등급정보 365+의 이름이 KAPB누리로 바뀐 것처럼 축평원의 역할도 거시적으로 크게 갖고 가며 우리 축산정책을 장기적인 시각에서 이끌어 가주길 바랍니다. ☺

