



디지털 및 녹색 전환에서 소비자 보호 및 역량 강화에 관한 선언문

비공식 번역



OECD 법적 수단

이 작업은 OECD 사무총장의 책임하에 출판됩니다. 여기에 표현된 의견과 사용된 주장이 OECD 회원국의 공식 견해를 반드시 반영하는 것은 아닙니다.

이 문서와 여기에 포함된 모든 데이터와 지도는 영토의 지위나 주권, 국제 국경 및 경계의 경계, 영토, 도시 또는 지역의 이름을 침해하지 않습니다.

이 문서는 무료로 제공됩니다. 어떠한 방식으로든 변경되지 않는 한 추가 권한 없이 무료로 복제 및 배포할 수 있습니다. 판매할 수 없습니다.

동 번역물은 정보 제공만을 목적으로 대한민국 공정거래위원회 및 한국소비자원 의해 작성되었으며, 내용의 정확성을 OECD에서 보장할 수 없습니다. 이 문서의 공식 영문 및 불문 버전은 OECD 웹사이트 <https://legalinstruments.oecd.org>에서 찾아 보실 수 있습니다.

배경정보

2024년 10월 9일 프랑스 파리에서 열린 장관급 소비자정책위원회(CCP) 회의(이하 "소비자 장관회의")에서 디지털 및 녹색 전환에서의 소비자보호 및 역량 강화에 관한 선언문이 채택되었다.

2024년 소비자 장관회의

1969년 설립 이래 소비자정책위원회는 소비자를 피해로부터 보호하고 소비자가 정보에 입각한 결정을 내릴 수 있도록 지원하는 정책과 조치를 통해 소비자 복지를 증진하고자 노력해 왔다. 빠르게 진행되는 디지털 발전과 악화되는 환경 파괴에 직면하여 2024년 소비자 장관회의에서는 디지털 및 녹색 전환으로 인한 기회를 포착하고 글로벌 도전에 대응하기 위한 소비자 정책의 비전을 수립하였다.

디지털 시장은 소비자에게 전 세계의 상품과 서비스에 대한 손쉬운 접근성을 비롯한 수많은 혜택을 가져다 주었다. 그러나 소비자 의사결정을 조작하는 다크패턴 상행위, 만연한 추적, 사기 등과 같은 오해의 소지가 있는 불공정하고 사기적인 상업 관행으로 인해 소비자들은 심각한 피해에 노출되기도 하였다. 또한, 소비자들은 온라인에서 판매되는 대량의 안전하지 않은 제품과 제품의 디지털 기술과 관련된 새로운 위험에 직면하고 있다. 아울러 많은 소비자가 보다 지속 가능한 선택을 하고 싶어 하지만, 불분명하고 부정확하며 오해의 소지가 있는 친환경 주장 등의 장애물로 인해 친환경적인 선택을 하지 못하는 것으로 나타났다.

소비자 지출이 OECD 국가 평균 국내총생산(GDP)의 약 60%를 차지하는 상황에서, 행동 통찰력을 기반으로 한 강력하고 민첩한 소비자정책은 소비자를 피해로부터 보호하고 정보에 입각한 선택을 하도록 하는데 중요하며, 시장이 잘 작동하도록 기여할 수 있다. 이러한 문제는 국경에 제약이 없으며, 경쟁, 건강, 개인정보 보호, 디지털, 환경, 젠더 정책 등 다른 정책 분야와 점점 더 상호 연계되고 있으므로 강력한 국제 협력을 바탕으로 범정부적, 다중 이해관계자 접근 방식이 필요하다.

선언의 범위

이 선언은 OECD 회원국과 비회원국이 모두 참여하는 광범위한 협의와 반복적인 과정을 거쳐 CCP와 소비자제품안전작업반(이하 "WPCPS")을 통해 개발되었다. 또한 다른 국제기구 및 관련 이해관계자의 의견도 반영되었다.

이 선언은 소비자 복지가 기업과 정부 정책의 우선순위가 되어야 한다는 점을 강조하고 디지털 및 녹색 전환의 과제를 해결하기 위해 건전한 소비자 정책과 집행이 필요하다는 점을 인식하고 있다. 선언문은 다음과 같이 5개의 축으로 구성되어 있으며, OECD가 지지자들의 다짐과 노력을 지원할 것을 촉구한다:

- 첫째, 디지털 전환 과정에서 소비자를 보호하고 역량을 강화하는데 중점을 둔다.
- 둘째, 녹색 전환 과정에서 소비자를 보호하고 역량을 강화하는데 중점을 둔다.
- 셋째, 빠르게 진화하는 글로벌 시장에서 새로운 소비자 제품안전 위험에 대처하는데 중점을 둔다.
- 넷째, 소비자보호와 역량 강화를 위해 국경과 정책 영역을 넘어 협력하는 데 중점을 둔다.
- 다섯째, 증거 기반의 소비자정책과 집행 효과성을 강화하는 데 중점을 둔다.

이 5개의 축은 상호 보완적이며, 소비자를 보호하는 동시에 사회적 변화를 활용하기 위해 서로를 강화한다.

자세한 내용은 OECD 소비자정책 장관회의 웹사이트(www.oecd-events.org/consumerpolicy-ministerial/en)에서 확인할 수 있습니다.

자세한 내용은 OECD 소비자정책 사업 www.oecd.org/en/topics/policy-issues/consumer-policy 또는 consumer@oecd.org 으로 문의하시기 바랍니다.

우리는 2024년 10월 8일부터 9일까지 파리 OECD 본부에서 호주를 의장국으로 개최된 역사상 최초의 소비자정책위원회(CCP) 장관급 회의에서 소비자 중심의 디지털 및 녹색 전환에 대하여 논의한 아르헨티나, 호주, 오스트리아, 벨기에, 불가리아, 캐나다, 칠레, 콜롬비아, 코스타리카, 크로아티아, 체코, 덴마크, 에스토니아, 핀란드, 프랑스, 독일, 그리스, 헝가리, 아이슬란드, 아일랜드, 이스라엘, 이탈리아, 일본, 대한민국, 라트비아, 리투아니아, 룩셈부르크, 멕시코, 네덜란드, 뉴질랜드, 노르웨이, 페루, 폴란드, 포르투갈, 슬로바키아, 슬로베니아, 스페인, 스웨덴, 스위스, 태국, 튀르키예, 우크라이나, 영국, 미국, 유럽연합의 장관과 대표자들로서,

우리는 소비자 관련 정책입안자, 당국, 여타 주요 이해당사자가 모여 정책 분석과 실증연구를 근간으로 소비자 및 제품안전 문제에 대응하는 협의체인 CCP와 그 산하의 소비자제품안전작업반(WPCPS)의 중요한 역할을 인정한다.

우리는 러시아의 우크라이나 침공이 명백한 국제법 위반이자 규칙 기반의 국제질서에 대한 심각한 위협임을 가장 강력한 언어로 규탄하는 OECD 이사회의 성명을 **상기하고**, 유엔총회결의안 [A/RES/ES-11/1](#)을 또한 **상기한다**.

우리는 OECD의 핵심가치를 재천명하고, 창립 목표를 재확인하며, 디지털화의 도전에 대한 대응을 강화하는 동시에 강력하고 지속가능하며 친환경적이고 포용적이며 회복력 있는 성장을 위해 노력할 것을 명시한 [OECD 창설 60주년 비전 선언 「글로벌 협력에 대한 신뢰 - 향후 10년의 OECD 비전」](#)을 **상기한다**.

우리는 다음을 인식한다.

- 소비자는 글로벌 경제의 중심에 있다. 소비자의 지출은 OECD 전체 회원국 국내총생산의 약 60%를 차지하며 소비자의 거래는 매일 수천억 건에 달한다. 이는 경제성장을 견인하고 기업을 지지하며 근로자의 생계를 유지시킨다.
- 적절히 기능하는 시장에서, 소비자는 집단적으로 기업행위(business conduct)에 영향을 미칠 수 있는 힘이 있다.
- 디지털 시장은 재화, 서비스, 정보에 대한 소비자의 접근을 용이하게 하여 이익을 제공할 수 있으나, 디지털 시장 상당수는 소비자가 온전히 이익을 얻을 수 있는 방식으로 작동하지 않는다는 인식이 확대되고 있다.
- 디지털 비즈니스 모델 및 기술은 소비자에게 다양하고 중대하며 잘 드러나지 않는 위험과 피해를 야기하여 소비자의 선택, 신뢰, 안전을 저해하고 정직한 기업이 불공정한 경쟁의 장 (uneven playing field)에서 경쟁할 수밖에 없도록 한다.
- 증거에 따르면 전 세계 다수의 소비자는 기후변화, 천연자원 고갈, 생물다양성 손실, 오염, 여타 환경적 피해의 속도와 심각성을 경감하기 위해 보다 지속가능한 선택을 하기를 원하나, 많은 경우 그들이 원하는 바에 따라 행동하지 못하고 소비자의 선택과 신뢰를 저해하며 정직한 기업이 불공정한 경쟁의 장에서 경쟁할 수밖에 없도록 하는 여러 장애요인에 직면한다.
- 견고한 소비자 정책 및 집행은 소비자를 피해로부터 보호하고 소비자가 충분한 정보에 입각한 결정을 내릴 수 있도록 역량을 강화하는 데 긴요한 역할을 한다.

- 정책 및 실증 연구는 소비자 행동, 비즈니스 관행과 그것이 소비자의 이해, 태도, 행동에 미치는 영향에 관한 우리의 이해를 확장하고 증거에 기반한 효과적인 정책을 수립할 수 있도록 한다.
- 소비자 정책 및 실증 연구는 경쟁 정책, 개인정보 보호 정책, 디지털 정책, 환경 및 젠더 정책, 피해 고위험군(people at high risk of harm) 보호 정책 등 소비자의 역할이 작용하는 타 정책영역과도 유관할 수 있다.
- 디지털 및 친환경 전환은 소비자가 정보, 재화, 서비스에 접근하는 방식, 전자상거래의 환경발자국(environmental footprint) 등의 측면에서 긴밀하게 상호 연결되어 있다.

우리는 다음을 강조한다.

- 소비자의 웰빙(well-being)이 기업과 정부 정책의 우선순위가 되어야 한다.
- 소비자 보호 및 역량강화를 확대하지 않으면 소비자 피해가 심화하고 시장, 사회, 환경이 피해를 입을 우려가 있다.
- 디지털 시장, 환경적 영향이 있는 재화 및 서비스 시장에서 소비자가 직면한 위험요인을 경감하고 기회요인을 포착하려면 범정부적, 다학제적 정책 및 집행에 입각한 단호한 행동이 필요하다.
- 이러한 문제는 범세계적이고 상호 연결되어 있어 국제협력이 필요함을 고려할 때 OECD는, 특히 CCP를 통하여, 협력국(partner economies), 정부 간 기구, 여타 이해당사자와 협업하여 공통의 가치를 바탕으로 이를 지원하기에 적합하다.

디지털 전환에서의 소비자 보호 및 역량강화

우리는 다음을 인식한다.

- 적절히 기능하는 디지털 시장은 필요한 기술과 접근성을 갖춘 소비자에게 더 많은 선택과 보다 완전한 정보를 제공하여 소비자가 충분한 정보를 바탕으로 선택을 할 수 있으며, 신기술은 소비자의 삶을 개선할 잠재력이 있다.
- 그러나 디지털 비즈니스 모델 및 기술은 정보와 구조적 권력(structural power)의 비대칭을 생성하고 심화하여 소비자를 해하고 오도하며 착취할 수 있는 비즈니스 관행을 조장하며, 이로써 시장에서 소비자의 선택과 신뢰를 약화시킬 수 있다.
- 소비자가 디지털 시장을 탐색하면서 직면하는 위험요인에는 조작적·강압적·기만적·중독적 온라인 디자인 기술, 거짓 후기, 착취적 개인화(exploitative personalisation), 곳곳에서 대량으로 이루어지는 데이터 수집·추적·공유, 행동 편향 및 정보 비대칭 악용, 알고리즘에 의한 차별(algorithmic discrimination), 사기, 계획적 사기(sophisticated scam), 위조품, 안전하지 않은 제품에 대한 접근 등이 있다.
- 모든 소비자가 때때로 이러한 관행의 표적이 될 수 있으며, 아동(청소년 포함) 및

고령자 등 일부 소비자는 온라인에서 특별한 위험에 직면할 수 있다.

- 이러한 관행이 미치는 영향은 강력하고 광범위하여 직접적 금전 손실, 사생활 침해, 중독과 같은 신체적, 정신적 피해 등 심각하고 다양한 소비자 피해를 야기한다.
- 견고하고 효과적인 소비자 정책 환경을 조성하면 소비자는 신뢰를 갖고 디지털 비즈니스 및 기술을 이용할 수 있다.

우리는 다음을 강화하기 위해 노력할 것을 다짐한다.

- 디지털 시장 내 기존 및 신흥 소비자 피해를 파악하고 이에 대하여 행동한다.
- 디지털 시장의 기업들이 소비자 이익을 충분히 고려하고 공정한 기업활동, 광고, 마케팅 관행과 신의성실의 일반원칙에 따라 행동하도록 장려한다.
- 연령, 젠더, 기술, 소득, 건강, 장애, 민족, 문화적 배경, 디지털 리터러시(digital literacy), 여타 요인으로 인해 특히 피해의 위험이 큰 소비자를 비롯한 모든 소비자를 보호하고 역량을 강화한다.

우리는 OECD가, CCP를 통하여, 그리고 여타 관련 OECD 기구 및 국가 간 협의체와 협업하여, 다음을 행할 것을 요구한다.

- 디지털 비즈니스 모델, 기술, 관행이 소비자에게 이익을 제공하는 방식, 혹은 소비자에게 위험과 피해를 유발하거나 이를 악화시키는 방식에 관한 우리의 증거 기반과 이해를 대폭 강화하고, 디지털 시장에서 소비자를 보호하고 역량을 강화할 수 있는 정책을 발굴한다.
- 디지털 전환에서의 기존 및 신흥 소비자 위험과 피해에 대응할 수 있도록 「2016 전자상거래 소비자 보호 권고」[OECD/LEGAL/0422]를 업데이트 한다.

녹색 전환에서의 소비자 보호 및 역량강화

우리는 다음을 인식한다.

- 증거에 따르면 전 세계 많은 소비자가 기후변화와 환경을 염려하며 이러한 염려는 소비자 결정에 중요한 영향을 미칠 수 있다.
- 적절히 기능하는 시장에서 이러한 소비자들은 기업이 혁신적인 비즈니스 모델과 디지털 도구 등을 활용해 보다 지속가능하고 안전한 재화와 서비스를 공급하도록 동인을 제공함으로써 시장의 상품이 보다 지속가능한 선택지들로 전환되도록 하는데 기여할 수 있다.
- 명확하고 정확하며 이해하기 쉬운 정보에 접근할 수 있고 오도 및 불공정 관행으로부터 보호받는 소비자는 자신의 결정이 환경과 기후에 미치는 영향을 보다 면밀히 고려할 수 있다.
- 그러나 소비자들은 이러한 정보에 접근하기 어렵거나, 혼란스럽거나 오도하거나

기만적이거나 입증되지 않은 환경 및 기후 주장에 자주 직면한다. 이는 소비자 신뢰와 경쟁을 저해할 수 있다.

- 제품 라벨링(product labelling), 중고 제품의 판매·렌탈(rental), 공유서비스, 제품 수리, 제품 보증, 기업의 배상책임 등 여타 소비자 보호 관련 문제도 시장거래에서 소비자가 환경적 우려에 대하여 행동하는 능력에 영향을 미칠 수 있다.
- 이 밖에도 소비자가 환경적 영향을 줄이려 할 때 직면하는 여타 장애요인이 있으며, 이를 해결하려면 소비자 정책을 포함하는 복수의 정책 영역이 개입해야 한다.
- 지속가능한 소비의 장애요인은 모든 소비자에게 영향을 미치며, 이를 해결하는 데 타 정책 영역이 중요한 역할을 할 수 있다.
- 친환경 주장에 대한 소비자의 이해도와 지속가능한 소비의 잠재적 장애요인에 대한 통찰은 소비자 정책뿐 아니라 타 정책영역에서도 증거 기반 정책수단의 토대로 작용할 수 있다.

우리는 다음을 다짐한다.

- 오도하고 기만적이며 입증되지 않은 친환경 주장으로부터 소비자 보호를 강화하여 정직한 기업을 위해 공정한 경쟁의 장을 조성하고 기업의 동기를 유발하여 보다 지속가능한 선택지를 제공하도록 한다.
- 마케팅, 라벨 등을 통해 재화와 서비스의 환경적 영향에 대한 명확하고 정확하며 이해하기 쉬운 정보에 대한 접근성을 제고하여 소비자 역량을 강화한다.
- 소비자가 선호에 따라 보다 지속가능한 재화와 서비스를 선택하고, 제품을 안전하고 쉽게 수리, 재사용, 다른 용도로 사용, 공유, 리스(lease), 재활용, 지속가능한 방식으로 폐기 하거나 여타의 방식으로 환경발자국을 줄이는 데 소비자 정책이 기여할 수 있는 방안을 모색한다.

우리는 OECD가, CCP를 통하여, 그리고 여타 관련 OECD 기구 및 국가 간 협의체와 협업하여, 다음을 행할 것을 요구한다.

- 환경발자국을 줄이고자 하는 소비자가 이를 행할 수 있도록 소비자 정책이 기여할 수 있는 방안을 모색한다.
- 시장에서 소비자의 의사결정에 영향을 미치는 요인, 특히 환경 정보 및 주장에 대한 소비자 이해도, 소비자 자신의 선택이 환경에 미치는 영향에 대한 이해도에 관한 심화된 실증연구를 지속한다.
- 특히 환경 주장 규제 효과적 집행을 위해 소비자 보호 기관들이 협력할 수 있는 방안에 중점을 둔 정책 권고를 고려한다.

빠르게 진화하는 글로벌 시장에서의 새로운 소비자 제품안전 위험요인 대응

우리는 이번 장관회의에서 ‘2024 리튬이온 배터리 안전 캠페인’이 출범하는 것을 포함하여 OECD가 글로벌 제품안전 인식 제고 캠페인을 지속적으로 추진하는 것을 환영한다.

우리는 다음을 인식한다.

- 소비자들은 복잡한 디지털 및 글로벌 시장에서 재화와 서비스의 구매를 늘리고 있으나, 이러한 시장에서는 안전하지 않은 제품을 쉽게 구매할 수 있다.
- 제품을 사용, 재사용, 제조업, 리퍼브, 재활용 부품으로 제작, 폐기 할 때의 안전성에 대한 정보는 소비자와 기업에 동일하게 가용하지 않다.
- 디지털 기술과 여타 신기술 및 혁신 기술은 위해 요인의 조기 식별, 원격 제품 수리 및 업그레이드, 추적성 향상, 보다 신속하고 효과적인 제품 리콜 등을 통해 소비자 제품안전 위험요인을 경감하고 이에 대처할 수 있도록 한다.
- 그러나 소비자 제품에 디지털 기술이나 여타 신기술을 통합하면 새로운 유형의 제품안전 위험이 발생할 수 있으며, 이는 정신건강과 아동발달에도 영향을 미칠 수 있다.
- 오픈마켓(online marketplace) 등의 디지털 비즈니스 모델은 글로벌 공급망과 결합하여 공급망 전반의 충분한 책임성 없이 안전하지 않은 제품이 소비자에게 배송(직접배송 포함)될 수 있도록 하였다.
- 순환 비즈니스 모델(circular business model)도 중고 또는 리퍼브 제품에 대한 불충분한 감독 등 새로운 위험을 유발할 수 있으므로 제품 수명주기 동안 제품안전을 유지하고 명확한 공급망 책임성을 갖추는 것이 중요하다.
- 안전하지 않은 제품은 사망, 부상, 질병, 정신건강 저해 가능성, 금전적 비용 등 소비자에게 상당한 피해를 입힐 뿐 아니라 국가경제에도 막대한 비용을 초래한다.
- 안전하지 않은 제품이 소비자에게 도달할 위험을 줄일 수 있도록 제품안전 프레임워크를 구축하고 적용하기 위한 국제협력의 필요성이 커지고 있다.
- 소비자에게 제품안전 및 소비자 권리에 관한 교육을 실시하면 보다 안전한 제품을 선택할 수 있는 역량이 강화될 수 있다.

우리는 다음을 다짐한다.

- CCP와 그 산하의 WPCPS 등을 통해 글로벌 소비자 제품안전 정책 프레임워크를 강화하기 위해 협력한다.
- 소비자 제품안전 정책 프레임워크가 기존 및 신흥 소비자 제품안전 위험에 효과적으로 대응할 수 있도록 하고, 특히 오픈마켓 등을 운영하는 기업이 이러한 위험에 선제적으로 대응할 수 있도록 한다.
- 기업에 소비자 제품안전 관련 법적 의무를 효과적으로 집행한다.

- 오픈마켓이 사이트에 등록된 제품의 안전에 책임을 지고, 안전하지 않은 제품은 확인 즉시 제거하며, 이러한 제품과 동일하거나 그와 유사한 안전하지 않은 제품을 등록하지 않도록 한다.
- 소비자의 건강과 안전을 위협하는 기존 및 신흥 위험요인의 모니터링, 평가, 대응을 위한 규제당국의 역량을 보장한다.

우리는 OECD가, CCP를 통하여, 그리고 여타 관련 OECD 기구 및 국가 간 협의체와 협업하여, 다음을 행할 것을 **요구한다**.

- 지속가능한 제품의 안전한 설계 등 소비자 제품안전의 기회 및 도전요인을 파악하고, 위험평가 방법론을 온라인 판매, 제품에 포함되는 디지털 기술, 순환 비즈니스 모델, 거시적 친환경 전환을 고려하여 개선한다.
- 행동 통찰과 실증을 활용하여 안전하지 않은 제품을 사용하는 소비자에 대한 이해를 심화하고 제품 리콜 참여를 촉진하는 방법을 모색한다.
- 소비자 제품안전 문제의 해결을 위해 다양한 소비자 그룹에 미치는 영향을 고려하여 견고한 정책, 법령, 표준, 집행 도구(enforcement tool)뿐 아니라 기업의 자발적 약속(‘서약’)과 같은 이니셔티브의 개발을 지원한다.
- OECD 글로벌 리콜 포털과 같은 기존의 국제협력 및 정보공유 도구의 활용을 강화·확대하고 필요한 경우 새로운 도구를 개발한다.

소비자보호 및 역량 강화를 위한 국경과 정책 영역을 초월한 협력

우리는 학계, 시민사회(특히 소비자 단체), 기업 및 여타 이해당사자(OECD 기업산업자문위원회, OECD 노동조합자문위원회 등)와 소비자 문제, 행동 통찰, 기술 및 시장동향, 신흥 정책 및 소비자 실증연구를 논의하는 포용적 네트워크인 소비자 정책 글로벌 포럼(Global Forum on Consumer Policy)의 출범을 **환영한다**.

우리는 다음을 인식한다.

- 소비자 정책과 경쟁, 디지털, 개인정보 보호, 환경, 에너지, 보건, 금융, 무역, 교통, 젠더 등 타 정책 영역의 교차가 증가하고 피해 고위험군을 보호해야 함을 고려할 때, 행동 통찰이 통합된 다학제적 정책 및 집행의 접근법을 취하는 것이 유익할 수 있다.
- 공급망이 글로벌화 되고 국경을 초월한 소비자 거래 및 데이터 공유가 증가하며 이것이 디지털 시장에 의해 가속화함을 고려할 때, 소비자 보호, 규제, 역량강화, 제품안전에 대한 신뢰, 글로벌 시장 및 무역에 대한 신뢰를 확보하기 위한 효과적인 국가 간 소비자 정책 및 집행 협력이 매우 중요하다.
- OECD 참여, OECD 표준 및 도구의 개발과 이행 등을 통해 상대국과 협력하고 경험과 전문성을 교류하는 관행은 국가, 지역, 글로벌 수준에서 보다 효과적인 소비자 정책 및 집행을 이끌어냈다.

- 정책입안자, 집행 당국과 그 네트워크, 시민사회(특히 소비자 단체), 기업, 학계 등 모든 이해당사자의 협력이 소비자 보호 및 역량강화의 효력을 강화할 수 있다.
- 소비자 정책은 신흥국과 개발도상국을 비롯한 모든 지역의 적절한 시장기능과 제품 신뢰에 기여함으로써 경제의 성장과 발전을 뒷받침할 수 있다.

우리는 다음을 다짐한다.

- 모범사례 공유, 정보교류, 국경 간 조사 및 집행 활동 강화, 국경 간 소비자 분쟁해결 및 피해구제 접근성 향상 등을 통하여 소비자 정책 및 집행을 위한 범세계적 협력을 강화한다.
- 증거 기반의 소비자 정책을 지원하기 위해 시민사회(특히 소비자 단체), 기업, 학계와의 협업을 심화한다.
- 기존 및 신흥 소비자 정책과 제품안전 관련 문제에 대한 범정부적 접근법을 개발하기 위해 타 정책영역과의 협력을 강화한다.

우리는 OECD가 CCP를 통하여, 그리고 관련 OECD 기구와 집행 네트워크, 국가 간 협의체와 협업하여, 다음을 행할 것을 **요구한다**.

- 소비자 정책 글로벌 포럼 등을 통하여 국가 간 정책 및 집행 협력과 모범사례 및 경험의 교류를 촉진하여 공동의 기회와 도전에 대응한다.
- 소비자 정책과 타 정책 영역의 교차 부분(intersection)에 대한 이해를 심화하여 소비자 보호 및 역량강화와 관련된 공통주제에서 발생하는 문제들에 대응한다.
- 신흥국 및 개발도상국과의 대화를 강화하여 지속가능한 성장과 경제발전을 뒷받침하는 견고하고 포용적인 소비자 정책을 촉진한다.

소비자정책의 증거 기반과 집행 효과성 강화

우리는 다음을 인식한다.

- 시장의 복잡성이 증가함에 따라 소비자 정책 수단도 새로운 환경과 증거를 반영할 수 있도록 증거에 기반하고 주기적으로 평가하는 것이 요구된다.
- 젠더별, 연령별 등으로 세분화된 사회경제적, 인구통계학적 데이터는 공정하고 포용적인 소비자 정책을 설계하기 위한 근거가 될 수 있다.
- 정보공개와 투명성 조치만으로는 소비자 보호에 불충분한 경우가 발생할 수 있다.
- 금지행위 억제를 위한 기존의 도구와 권한만으로는 소비자 보호 집행자가 당면한 문제를 완전히 해결하지 못할 수 있다.
- OECD는 광범위한 지리적 포괄성, 다양한 정책 영역에 걸친 영향력, CCP의 소비자 정책 전문성을 보유하고 있어 국가, 지역, 글로벌 수준의 소비자 정책 노력을 지원하기 위한 소비자 정책, 실증연구를 제시하고 이러한 활동의 거점 역할을

수행하기에 적합하다.

우리는 다음을 다짐한다.

- 행동 통찰과 실증연구를 활용하여 소비자 행동과 비즈니스 관행에 대한 이해를 심화함으로써 소비자 정책 및 집행에 대한 증거 기반을 강화한다.
- 관련 집행자가 효과적인 조치를 취할 수 있도록 가용한 수단과 권한을 강화한다.

우리는 OECD가 CCP를 통하여, 그리고 관련 OECD 기구와 집행 네트워크, 국가 간 협의체와 협업하여, 다음을 행할 것을 요구한다.

- 행동 통찰을 고려하여 국가 간 정책 및 실증 연구를 확대한다.
- 젠더별로 세분화된 데이터를 개선하고, 지식격차를 파악하며, 소비자 정책의 젠더 관련 문제에 대응하기 위한 작업을 수행한다.
- 소비자 정책 글로벌 포럼을 통하여 소비자 정책 및 실증연구를 논의하고 촉진하는 거점 역할을 수행한다.
- 효과적인 소비자 정책 및 집행을 위한 새로운 방법론과 기술이 반영되도록, CCP의 정책 및 실증 연구를 고려하여, 「2014 소비자정책결정에 관한 OECD 권고」 [[OECD/LEGAL/0403](#)]를 업데이트 한다.

OECD 소개

OECD는 세계화의 경제적, 사회적, 환경적 도전에 대처하기 위해 각국 정부가 협력하는 독특한 포럼입니다. 또한 OECD는 기업 거버넌스, 정보 경제, 고령화 문제 등 새로운 발전과 우려를 이해하고 각국 정부가 이에 대응할 수 있도록 돕는 노력의 최전선에 서 있다. 이 기구는 각국 정부가 정책 경험을 비교하여 공통의 문제에 대한 해답을 찾고, 모범 사례를 파악하며, 국내 및 국제 정책을 조율할 수 있는 장을 제공한다.

OECD 회원국은 호주, 오스트리아, 벨기에, 캐나다, 칠레, 콜롬비아, 코스타리카, 체코, 덴마크, 에스토니아, 핀란드, 프랑스, 독일, 그리스, 헝가리, 아이슬란드, 아일랜드, 이스라엘, 이탈리아, 일본, 한국, 라트비아, 리투아니아, 룩셈부르크, 멕시코, 네덜란드, 뉴질랜드, 노르웨이, 폴란드, 포르투갈, 슬로바키아 공화국, 슬로베니아, 스페인, 스웨덴, 스위스, 터키, 영국 및 미국으로 구성되어 있으며 유럽 연합은 OECD의 활동에 참여하고 있다.

OECD 법적 도구

1961년 OECD가 창설된 이래로 500개 이상의 법적 수단이 그 틀 안에서 개발되었다. 여기에는 OECD 협약에 따라 OECD 이사회가 채택한 결정 및 권고와 같은 OECD 법령과 선언문, 국제 협약 등 OECD 프레임워크 내에서 개발된 기타 법적 수단이 포함된다.

시행 중이거나 폐지된 모든 실질적인 OECD 법적 제도는 온라인 OECD 법적 제도 개요에 나열되어 있으며, 다음의 5가지 카테고리로 분류되어 있다:

결정(Decisions)은 이사회에서 채택되며 채택 시 기권한 회원을 제외한 모든 회원에게 법적 구속력을 갖는다. 결정에는 구체적인 권리와 의무가 명시되어 있으며 모니터링 메커니즘이 포함될 수 있습니다.

권고(Recommendations)는 이사회에서 채택되며 법적 구속력이 없다. 권고는 권고안에 포함된 원칙에 대한 정치적 다짐을 나타내며, 준수자가 이를 이행하기 위해 최선을 다할 것이라는 기대를 수반한다.

실질적 결과 문서(Substantive Outcome Documents)는 OECD 기구가 아닌 개별 가입국이 채택하는 것으로, 기구의 틀 내에서 장관급, 고위급 또는 기타 회의의 결과물로 채택된다. 통상 일반적인 원칙이나 장기 목표를 설정하며 엄숙한 성격을 띠고 있다.

국제 협정(International Agreements)은 조직의 틀 내에서 협상 및 체결된다. 이러한 협정은 당사자들에게 법적 구속력을 갖는다.

협정(Arrangements), 양해(Understandings) 및 기타: 공식 지원 수출 크레딧에 관한 협정, 해상 운송 원칙에 관한 국제적 이해, 개발원조위원회(DAC) 권고안 등 여러 유형의 실질적인 법적 수단이 시간이 지남에 따라 OECD 프레임워크 내에서 개발된 바 있다.