

권장소비자가격 어디 붙었지?

광주·여수·순천YWCA, 라면·과자 등 4개 가공식품 조사

광주와 전남 지역 소비자들은 라면·과자·아이스크림 등을 구매할 때 '권장소비자가격(이하 권소가)'이 제대로 표시되지 않아 불편을 겪고 있는 것으로 나타나 제도 정착을 위한 노력이 필요하다는 지적이다.

판매처 45% "표시무물라"...지역민 40%가 "불편"

대상업소 홍보·지도점검 등 가격 안정화 대책 필요

지난 31일 광주·여수·순천YWCA는 공정거래위원회의 후원을 받아 지난 달 9일부터 23일까지 시민 1000명과 지역의 판매처(슈퍼마켓 등) 300곳을 대상으로 가격표시제도에 대한 인식조사를 실시, 이 같은 결론을 얻었다고 밝혔다.

이번 조사 결과 지역민 40.1%는 권소가의 필요성에 대한 질문에 '권소가가 제대로 표시되지 않아 판매가격과 비교할 수 없어 불편했다'고 응답했다. 이어 '최종판매가격이 제대로 표시되지 않아 구입시 혼란을 겪었다'는 응답이 22.4%, 지역민의 21.2%는 '불편함이나 불만족을 느끼지 못했다'고 답변한 것으로 나타났다.

또 이번 조사에서 소비자 35.8%는 과자·라면·빙과·아이스크림 등 4가지 가공식품의 가격안정화를 위해 '권장소비자의 적정 책정을 위한 관계부처 및 소비자 단체의 관리, 감독 필요하다'고 답했다.

23%는 '유통업체 및 제조업체들이 소비자에 합리적인 가격제정을 해야 한다'고 응답했다.

판매처 역시 판매가격 및 단위가격 표시의무 대상업소 인지도 모르는 등 가격 표시제에 대한 인식정도가 부족했다.

판매처 300곳에 대한 현장조사 결과 판매가격 및 단위가격 표시의무 대상업소를 알고 있는지에 대해 '잘알고 있다'는 응답은 19.7%, '어느정도 알고 있다'는 응답이 35%로 저조했다.

'전혀 모르겠다, 잘모르겠다'는 응답도 45%에 달해 판매가격 및 단위가격 표시의무 대상업소에 대한 홍보와 지도점검이 필요한 것으로 나타났다.

또 '가격안정화를 위해 해결되어야 할 과제는 무엇인가'라는 질문에 '유통업체 및 제조업체들이 소비자에게 합리적인 가격 제공해야 한다'는 응답이 28%로 가장 많

았다. 이와 관련 광주YWCA 관계자는 "과반수의 판매처가 권장소비자가격이 불합리하게 책정돼 있다고 인식하고 있는 것으로 볼 때, 권장소비자가격이 적정하게 책정될 수 있도록 정부의 유관기관, 지방자치단체, 시민단체가 네트워크를 구축해 제도적인 방안을 강구할 필요성이 있다"고 밝혔다.

이어 "소비자는 판매가격표시제도를 인지하고, 꼼꼼한 가격비교를 통해 물건을 구입하는 것이 중요하다"고 덧붙였다.

한편 광주·여수·순천YWCA는 가격표시제도에 대한 이해를 돕고, 소비자의 합리적인 소비를 위한 '현명한 소비자 되기 캠페인'을 계속한다는 계획이다.

시민기자김정미

? ▲가격표시제 = 33㎡(특별시·광역시 17㎡)이상의 소매점포에서 판매하는 제품에 대해 최종판매가격을 표시하는 제도로 과자, 라면 등 4가지 가공식품은 지난 2011년 권장소비자가격 표시금지 품목에서 제외됐다. 지난 7월 광주·여수·순천YWCA가 과자, 라면 등 4가지 가공식품에 대해 가격 표시여부 조사 결과 54%가 표시돼 있지 않은 것으로 나타났다.



지난 30일 광주시 서구 광천동 유·스퀘어에서 광주YWCA 주관으로 '가격표시제도 바로알기, 현명한 소비자 되기' 홍보 캠페인이 펼쳐졌다. <광주YWCA 제공>



광주신세계 백화점 6층 아웃도어 매장에 노스페이스 키즈(KIDS) 팝업스토어가 열려 가족단위 고객들로부터 큰 인기를 얻고 있다.

아동의류 시장도 아웃도어 열풍

광주신세계 한달 매출 13% 신장
상품 20~30종 늘리며 동심 공략

아웃도어 열풍이 이제 아동의류시장까지 파고 들고 있다.

광주신세계는 유·아동을 대상으로 한 '키즈(KIDS) 아웃도어'의 최근 한달간(9월31일~10월 27일) 매출이 전년 동기 대비 13% 신장한 것으로 나타났다.

이는 같은 기간 성인 아웃도어 상품 매출이 3.5% 신장한 것과 비교해 약 10% 가량 앞지르며 높은 성장세를 보이고 있다.

이승희 광주신세계 영업기획팀 CRM(고객관계 관리 시스템) 담당자는 "지난 1~9월까지 고객 내점현황을 분석해본 결과 지난해 같은 기간과 비교해 가족단위 고객의 내점률이 약 10% 가량 증가했다"며 "이는 아웃도어 인기가 맞물리면서 소위 '아웃도어 패밀리 룩'이 탄생했고 키즈 아웃도어의 매출 신장에도 적지 않은 효과를 가져온 것으로 분석된다"고 설명했다.

이와 같은 수요를 반영해 광주신세계는 지난 9월 중순부터 6층 아웃도어 매장에 '노스페이스 키즈 아웃도어 팝업스토어'를 운영해오고 있다. 광주신세계는 팝업스토어를 운영하면서 '키즈 아웃도어' 상품 디자인군을 지난해와 비교해 20~30종 가량 확대했으며 물량도 1.5배 이상 늘려 매출이 전년 행사대비 20% 가량 신장했다고 전했다.

이밖에도 블랙야크, K2, 코오롱 스포츠 등의 아웃도어 전문 브랜드들도 앞다투어 '키즈 아웃도어' 상품을 확대하고 있으며, 아동 전문 브랜드인 '할라키즈'와 '베네복키즈'에서도 유·아동을 위한 기능성 아웃도어 상품을 다양하게 선보이고 있다.

박리현 광주신세계 아웃도어 매장 판매책임자는 "올해 12월까지 운영할 예정인 '노스페이스 키즈 팝업스토어'를 찾는 고객들이 10월들어 큰 폭으로 증가했다"며 "키즈 아웃도어 상품의 경우 상·하의를 비롯해 신발과 모자까지 풀라인 구매할 수 있어 어린 자녀를 둔 고객들이 선호한다"고 밝혔다. /김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

레드페이스 구스다운재킷 상품전

1일~17일까지 전국 모든 매장 동시에
신상품 30%·이월상품 50% 할인판매

아웃도어 브랜드 레드페이스가 실속 있는 가격으로 아웃도어 상품을 구비할 수 있는 '레드페이스 구스다운재킷 상품전'을 연다.

이번 상품전은 지난해 이월 상품뿐만 아니라 올해 신상품까지도 대폭 할인 판매하며, 1일부터 17일까지 전국 모든 매장에서 동시에 진행한다. 기간 중 구매 고객 모두에게 고급 산악 양말, 고급 산악용 스타프, 아웃도어 복도리 중 하나를 사은 품으로 제공한다.

구스다운재킷은 신상품 30%, 지난해 이월 제품은 50%, 등산화는 포함한 등산용품 신상품은 20% 할인 판매한다.

대표상품인 '콘트라구스씨미트스톱재킷'은 총 8가지, 다양한 색상엔 높은 보온효과와 복원력 및 경량성을 자랑하는 프리미엄 구스다운 제품이다. 방수, 투습, 보온성 기능을 강화해 장시간 아웃도어 활동에도 쾌적한 상태를 유지시켜주며 입체 패튼을 적용하여 활동성은 물론 입체적이고 볼륨감 있는 스타일을 연출할 수 있다. 레드페이스의 구스다운재킷은 충전재로 100% 구스다운을 사용하고, 털이 빠져나오지 않게 해주



레드페이스 콘트라구스씨미트스톱 재킷.

는 '다운포푸프' 안감을 이중으로 덧대 털 빠짐 현상을 완벽하게 해결한 것이 큰 특징이다.

특히 레드페이스의 다운재킷에는 자체 개발한 다운재킷의 핵심 소재인 '콘트라텍스(Contra-Tex)'가 적용됐다. 이 소재는 특수 폴리우레탄 섬유의 막을 접착시키는 기술 구현을 통해 강력한 방수 및 방풍 기능은 물론 땀을 배출시키는 투습

성을 가지고 있다.

회사 관계자는 "레드페이스는 가장 오랜 역사를 가진 국내 토종 브랜드"라며 "최근 정통성을 널리 인식시키기 위해 모델 정우성과 함께 '렛 레드(Get RED)' 캠페인을 진행하고 있다"고 말했다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

뉴스성·선정적 광고 퇴치...클린 온라인 광고 캠페인 실시

미래창조과학부는 건전한 온라인 광고 문화 조성을 위한 '클린 온라인 광고 캠페인'을 진행한다

고 지난 31일 밝혔다. 캠페인은 인터넷 이용자들이 많이 찾는 국내 주요 포털사의 뉴스 페이지와 69개 광고사업자, 50여 개 언론사 홈페이지에서 11월 한달간 전개된다.

미래부는 이들 사이트에 배너공고를 달아 뉴스

성 광고, 선정적 광고, 불건전 광고, 불법 광고, 악성코드 광고 등의 유형과 피해사례, 신고방법 등을 홍보할 예정이다.

캠페인 홈페이지(www.onlinead.or.kr/clean-campaign)도 개설해 이러한 광고 유형을 이해하기 쉽게 그린 웹툰을 게재하고 피해신고도 접수한다.

신고 사례 중 위반성이 높은 광고에 대해서는 인터넷신문위원회, 건강기능식품협회, 한국계약

협회 등에 의뢰해 위반 시정조치토록 할 방침이다. 또 악성코드 광고는 한국인터넷진흥원에서 유형을 분석해 해당 사이트 차단 등의 조치를 취한다.

미래부 이진규 인터넷정책관은 "이번 캠페인으로 불법·선정적 광고로 인한 이용자 피해가 최소화되고 건전한 온라인 광고 문화가 정착되길 기대한다"며 "온라인 자율심의기구, 관계기관 등과 협력해 온라인 광고 시장의 건전한 발전을 도모하겠다"고 말했다. /연합뉴스

(주)오천경매투자

직통, 010-3605-5000 T, 525-5000
광주광역시 동구 천변우로 339, 2001호
상담예약 필수 / 전화상담 사절

1. 경매 비법 배우면서
투자 하실 분을 모십니다.

단독/공동투자 가능하고
NPL과 특수물건만 전문 취급하고
주1회 3개월 스터디 합니다.

교육비는 1,200만원이고
실제 낙찰 사례 교육이며
1대1 개인 전수입니다.

단, 상담 후 본사가 결정합니다.

실전고수, 최 선규 드림

2. 경매 물건에
돈 빌려 주실 분을 모십니다.

담보는 입찰 할 물건
또는 경매 받은 물건입니다.

이자율은 년 15% 이상이며
기간은 대략 1년 정도입니다.

채권 보장은 등기 또는 제1순위
근저당으로 설정합니다.

최대한 높은 이자와 채권 확보에
최선을 다하고 있습니다.

관리이사, 김 제우 드림

3. 부동산을 경매로
사실 분을 모십니다.

원하는 물건을 싸고
안전하게 낙찰 받아 드립니다.

법적 비용(낙찰가 1.5%)외는
일체 받지 않습니다.

입찰부터 매매까지
처음부터 끝까지 함께 합니다.

제 물건을 사는 것과 똑같이
최선을 다하겠습니다.

공인중개사, 최 속경 드림