화장품이 된 물티슈, 이제 안심하고 써도 될까

이달부터 화장품 안전기준 적용…보존제 엄격 관리

대형 업체들, 브랜드 이미지 개선 마케팅 강화 경쟁

이 달부터 물티슈가 화장품으로 분류되면서 그간 끊이지 않았던 유해성 논란을 끝낼 수 있을지 주목된다.

2일 식품의약품안전처에 따르면 인체 세정 목적으로 사용되는 물티슈가 7월부터 공산품에서 화장품으로 바꼈다. 이에 따라 물티슈 제조 및 수입 업체에서는 화장품에 쓸 수 없는 원료와 사용상 제한이 필요한 원료에 대한 기준을 준수해야 한다. 살균 보존제 성분은 식약처가 고시한 59개 목록만 사용이 가능해, 현재 널리 사용되고 있는 세틸피리디늄클로라이드(CPC)의 사용도 금지된다.

물티슈와 관련한 안전성 논란이 끊이지 않는 것은 바로 CPC 같은 보존제 때문이다. 물티슈에 세균과 미생물이 번식하는 것을 막기 위해서 통상 하나 이상의 보존제를 넣는데 이 물질의 독성 여부가 매번 문제가 된 것이다. 특히, 물티슈는 기저귀를 갈아줄 때 쓰는 등 영유아용으로 주로 사용됨에 따라 안전성 이슈에 더욱 민감한 품목이다. 지난해 9월에는 대다수 물티슈 업체가 신생아와 임산부에게 유해한 화학성분으로 '가습기 살균제'에 사용된 것으로 알려진 4급 암모늄 브롬 화합물인 '세트리모늄 브로마이드'를 사용하고 있다고 알려지면서 파장이 커지기도 했다.

물티슈 업계는 안전한 보존제로 발빠르게 대체하는 한편 이번 법 개정으로 물티슈에 대한 신뢰도가 올라가길 기대하고 있다.

업계의 한 관계자는 "유해성분을 차단하기 위해 다양한 노력을 하고 있지만, 100% 안전한지 소비자들의 불안감이 여전하다"며 "화장품으로 바뀌고 한층 더 엄격한 관리를 받게 되면 소비자 인식도 개선될 것으로 기대한다"고 말했다.

업계에서는 안전관리 강화로 영세업체가 정리되고, 대형 업체의 힘이 더욱 세질 것으로 보고 있다. 이미 친환경 및 안전 제품임을 강조하고 있는 대형 업체들은 브랜드 이미지 개선을 위한 마케팅 강화로 경쟁에 적극 나설 전망이다.

화장품으로 분류됨에 따라 물티슈 상품도 더욱 다양해질 것으로 보인다. 이미 화장품 브랜드에서는 영유아용 자외선 차단제 전용 클렌징 티슈까지 내놓는 등 시장이 확대되고 있다.

한편, 이번 개정은 인체 세정 목적으로 사용되는 물티슈에 한정된다. 청소용 등으로 사용되는 제품은 공산품으로 분류돼 산업통상자원부 국가기술표준원에서 관리한다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

해외 배송대행업체 배상조건 천차만별

소비자원 조사…전액보상은 10곳중 8곳·수수료도 제각각

해외 인터넷 쇼핑몰에서 구입한 물건을 국내로 보내주는 배송대행업체의 분실 및 배상 조건이 서로 다른 것으로 나타났다.

한국소비자원은 소비자 상담이 접수된 배송대행업체 10개사의 거래조건을 비교한 결과, 분실·파손에 대한 배상 범위가 다양한 것으로 확인됐다고 지난 30일 밝혔다.

업체 4곳은 미화 300달러, 3곳은 미화 500달러, 1곳은 원화 50만원, 1곳은 원화 500만원을 손해배상 한도액으로 책정했다. 나머지 1곳은 손해배상 한도액이 없었다.

물품 금액을 전액 배상해주는 서비스는 8개 업체만 제공했다. 이 중 6개 업체는 물품 금액의 3%, 1개 업체는 5%를 전액 배상 수수료로 책정하고 있으며, 1개 업체는 특수포장비를 별도로 받는 것으로 조사됐다.

10개 업체 모두 주문상품을 받은 뒤 주문서와 동일성·훼손 여부 등을 검사해 이상을 발견하면 소비자에게 알려주는 검수 서비스를 운영하고 있었다.

그러나 업체별 검수 서비스 범위 및 검수 결과 통보 방식에는 차이가 있었다. 업체별 배송기간은 평균 10~20일이 소요되는 것으로 나타났다.

소비자원은 1372소비자상담센터로 접수된 해외배송 관련 소비자 상담은 2012년 27건, 2013년 17건, 2014년 180건으로 증가 추세라고 밝혔다. 2012~2014년 소비자 상담 224건 중에는 '배송 지연'이 26.8%로 가장 많았고, 이어 '분실'이 14.7%, '파손'은 12.9%였다.

소비자원은 "배상액 한도나 검수 범위 등을 주의 깊게 살핀 후 배송대행업체를 선택해야 한다"고 말했다.

/김대성기자 bigkim@kwangju.co.kr

"분실물 책임·요금 환불 불가"

공정위, 오토캠핑장 15곳 적발

소비자에게 불리한 약관을 만들어 온갖 책임을 회피해온 오토캠핑장들이 적발됐다.

공정거래위원회는 지방자치단체가 운영하는 오토캠핑장의 사용자수칙 및 캠핑장 이용약관을 점검한 결과 총 15개 사업자의 불공정 약관을 적발해 시정했다고 2일 밝혔다.

최근 캠핑문화 확산에 따라 오토캠핑장 이용객이 증가하면서 한국소비자원에 접수된 상담 건수도 2012년 62건에서 지난해 약 4배인 236건으로 늘어났다.

공정위 조사결과 사업자에게 일방적으로 유리한 면책조항 유형이 가장 많이 적발됐다. 총 13곳이 여기에 해당됐다. 이들 지자체는 약관에 "(캠핑장에서 발생한) 고객 소유물에 대한 유실 등 피해에 대해 사업자가 일절 책임을 지지 않는다"는 식의 문구를 넣어 손해배상 책임을 부담하지 않고 있었다.

사용예정일 하루 전이나 당일에 계약이 해지되는 경우 고객이 미리 낸 사용료를 전혀 돌려주지 않는 등 고객에게 불리하게 환불 규정을 운영하는 곳도 많았다.

특히 일부 지자체는 사업자 귀책사유로 계약을 취소할 때에도 고객에게 사용료 일부만 돌려주고 실질적인 손해배상 책임을 회피한 것으로 드러났다. /연합뉴스

억소리 나는 '춘란'

'태황' 1억2000만원

야생에서 채취돼 실내에서 재배되는 춘란이 1억2000만원에 낙찰되면서 경매 최고가를 경신했다.

한국농수산식품유통공사(aT)는 최근 화훼공판에서 열린 '한국춘란 경매 1주년 기념경매'에서 단엽중투호인 '태황<사진>'이 1억2000만원에 팔리며 최고가를 다시 썼다고 2일 밝혔다.

이 춘란을 판매한 애호가는 이보다 저렴한 가격에 매입해 수년간에 걸쳐 정성껏 길러 상당한 수익을 낸 것으로 전해졌다.

상록 다년초인 춘란은 뿌리가 굵고 길게 뻗으며 색깔이 흰색이다. 잎은 약간 억세며 잎 폭은 5~10㎜다. 잎 길이는 20~25㎝로 잎 가에는 거치(鋸齒)가 있다. 거치는 식물의 잎이나 꽃잎 가장자리에 있는 톱니처럼 깔쭉깔쭉하게 베어져 들어간 자국을 말한다. 꽃은 기본 종이 녹색이고 꽃받침과 꽃잎은 적자색 줄무늬가 있다. 설판(舌瓣·혀처럼 생긴 꽃잎)은 흰색에 적자색의 점무늬가 있고 꽃은 직경이 3㎝ 정도다. 개화기는 봄이고 향기가 있으며 원예품종으로 300~400종이 있다. 잎과 꽃이 작고, 돌연변이 형태로 생길수록 희소성을 갖고 있기 때문에 고액에 거래되고 있다고 aT는 설명했다.

현재 국내에는 춘란 애호가가 50만명 가량 있는 것으로 알려졌다. 이들은 야생에서 춘란을 캐서 실내에서 키운다. 춘란은 1년에 한차례씩 새로운 촉을 만들어낸다. 춘란은 경매장이 아닌 곳에서는 최소 수십만원대부터 최고 2억원대 이상 가격에 거래되고 있다고 aT는 전했다. /김대성기자 bigkim@