

“제2의 살균제 사태 막는다”... ‘살생물제 주의사항’ 꼭 적어야

앞으로 살균제·접착제 등을 파는 온라인 쇼핑몰은 상품 정보 제공 화면에 안전 주의 사항과 사용된 화학 물질 정보 등을 반드시 표시해야 한다.

공정거래위원회는 22일 이런 내용을 담은 ‘상품 정보 제공 고시(전자상거래 등에서의 상품 정보 제공에 관한 고시)’ 개정안을 이날 확정해 오는 2021년 1월1일부터 시행한다고 밝혔다.

이 고시는 전자상거래법(전자상거래 등에서의 소비자 보호에 관한 법률)에 따라 지정된 것으로 통신 판매업자가 소비자에게 제공해야 하는 품목별 상품 정보, 거래 조건, 제공 방법 등을 규정한다.

이 고시 개정안의 핵심은 살생물제·생활 화학 제품을 별도 품목으로 신설해 상품 정보 표시 사항을 구체적으로 정한 것이다.

기존에 살생물제·생활 화학 제품은 ‘기타 재화’로 분류돼 간략한 상품 정보만 제공하던 됐다.

사용상 주의 사항이나 사용된 화학 물질 등은 알리지 않는 경우가 빈번했다.

고시 개정안에서는 살생물제의 경우 해당 상품에 포함된 살생물 물질·나노 물질·기타 화학 물질의 명칭, 유

공정위, ‘상품 정보 고시 개정안’ 내년 시행 살생물제·생활 화학 제품 별도 품목에 규정 살생물 물질·유해성·주의 사항 기재 의무화 車 첨가제 팔 때 ‘검사 합격증 번호’ 적어야

해성·위해성, 사용 방법 및 사용상 주의 사항을 꼭 표시하도록 했다.

생활 화학 제품은 용도·제형, 어린이 보호 포장 대상 제품 유무, 사용된 화학 물질 명칭, 안전 기준 적합 확인 신고 번호 등이 의무 기재 대상이다.

이에 따라 내년부터 락스·살충제·모기 기피제 등 살생물제와 접착제·방향제·탈취제·초 등 생활 화학 제품을 구매하는 소비자는 이런 정보를 함께 확인할 수 있게 될 전망이다.

공정위는 “가습기 살균제처럼 소비자 건강에 해로울 수 있는 살생물제나 생활 화학 제품의 상품 정보 표시 사항을 정하는 품목 규정이 없었던 고시를 고친 것”이라면서 “소비자 생명과 안전에 직결되는 주요 정보가 미리 알려지도록 했다”고 전했다.

개정안에는 도서 산간 지역 추가 배송비도 계약서에 표시하도록 했다.

현행 전자상거래법 시행령은 상품 가격 외에 소비자 추가 부담 사항을 계약서에 쓰도록 규정하고 있지만 배송비는 포함하지 않았다.

이 때문에 소비자가 상품을 제주도 등지로 주문했다가 결제 후 배송 단계에서 추가 비용을 고지 받아 불만을 제기하거나, 분쟁이 발생하는 사례가 종종 있었다.

이에 공정위는 통신 판매업자가 추가 배송비 정보를 결제 전 단계에 정확히 표시하도록 고시 규정에 구체적으로 명시한 것이다.

식품류의 경우 온·오프라인 표시 기준을 동일화했다. 식품의약품안전처의 식품표시광고법(식품 등의 표시·광고에 관한 법률) 등 개정 사항이 반영되지 않았기 때문이다.

고시 개정안은 통신 판매업자가 식품류를 팔 경우 상품 정보 제공 화면

생활 화학 제품	살생물 제품
* 생활화학제품 및 살생물제의 안전관리에 관한 법률에 따른 안전확인대상 생활화학제품에 한함	* 생활화학제품 및 살생물제의 안전관리에 관한 법률에 따른 살생물제에 한함
1. 생활화학제품 및 살생물제의 안전관리에 관한 법률 및 안전확인대상 생활화학제품 지정 및 안전 표시기준에 따른 표시 사항 1-1. 품목 및 제품명 1-2. 용도(표백제)의 경우 계열을 함께 표시) 및 제형 1-3. 제조연월 및 유통기한(해당 없는 제품 생략 가능) 1-4. 중량·용량·매수 1-5. 효과·효능(승인대상 제품에 한함) 1-6. 수입자(수입제에 한함), 제조국 및 제조사 1-7. 어린이 보호포장 대상 제품 유무 1-8. 제품에 사용된 화학물질 명칭(주요물질, 보존제 등 관련 고시에 따른 표시의무 화학물질에 한함) 1-9. 사용상 주의사항 1-10. 안전기준 적합확인 신고번호(자가검사전번호) 또는 안전확인대상 생활화학제품 승인번호	1. 생활화학제품 및 살생물제의 안전관리에 관한 법률 및 살생물제 표시에 관한 규정에 따른 표시사항 1-1. 제품명 및 제품유형 1-2. 중량 또는 용량 및 표준사용량 1-3. 효과·효능 1-4. 사용대상자 및 사용범위 1-5. 수입자(수입제에 한함), 제조국 및 제조사 1-6. 어린이보호포장 대상제품 유무 1-7. 살생물물질, 나노물질, 기타 화학물질(유해화학물질 또는 중금속(중금속)의 명칭) 1-8. 제품 유해성·위해성 표시 1-9. 사용방법 및 사용상 주의사항 1-10. 승인번호
2. 소비자 상담관련 전화번호	2. 소비자 상담관련 전화번호

생활 화학 제품과 살생물 제품을 통신 판매할 때 꼭 표시해야 하는 사항.

에 식약처 표시 기준대로 표시하도록 했다.

예를 들어 ‘농수산물’이라고 적은 경우 축산물 관련 사항을 포함해 ‘농수축산물’로 바꿔 적어야 한다.

상품의 무게를 포장지를 포함한 수치로만 적었다면 ‘포장지를 제외한 내용물의 용량(중량)’도 함께 적어야 한다.

농수산물은 ‘품질 유지 기한’ 표시

대상에서 빠졌으므로 ‘제조연월일’과 ‘유통 기한’만 적으면 된다.

기존에 소·돼지고기까지였던 축산물 이력 관리 대상은 닭·오리·달걀까지도 확대한다.

또 영·유아 식품, 체중 조절 식품, 특수 용도 식품 등 일부 가공식품과 건강 기능 식품의 표시·광고 사전 심의 제도를 폐지한다.

통신 판매업체가 자동차용 첨가제·촉매제를 팔 때는 상품 정보 제공 화면에 ‘검사 합격증 번호’를 반드시 기재해야 한다.

검사를 통과하지 않은 불법 제품이 유통되는 일을 막기 위한 조치다.

이런 내용은 3개월의 유예 기간을 둔 뒤 내년부터 적용한다.

통신 판매업체는 연말까지 온라인 상품 판매 화면 등을 고시 개정안의 규정 사항에 맞춰 바꾸도록 했다.

공정위는 “고시 개정안은 정보 부족으로 인한 소비자 피해와 분쟁을 줄이고, 소비자가 합리적인 선택을 하도록 하는 데 기여할 것”이라면서 “소관 사업자 단체를 통해 통신 판매업체에 개정 사항을 적극적으로 홍보하고, 점검을 통해 법 위반 행위를 적발하면 엄중히 제재하겠다”고 전했다.

서선욱기자

카카오페이 “전국민 위한 ‘내 손안의 PB’ 되겠다”



새로운 자산관리 서비스 ‘버킷리스트’를 오픈한 카카오페이가 22일 전 국민을 위한 ‘내 손안의 PB(프라이빗뱅크)’가 되겠다는 비전과 목표를 밝혔다.

이승호 카카오페이 서비스 총괄 부사장은 이날 오전 열린 미디어세미나 ‘페이톡(Paytalk)’에서 “전 국민을 위한 자산관리 서비스를 만드는 것이 카카오페이의 목표”라며 이 같이 말했다.

이 부사장은 미디어시대 맞아 ▲사용자 맞춤형 자산관리 서비스 강화 ▲개인 최적의 금융솔루션 제공 ▲개인과 기업, 금융과 비금융을 아우르는 미디어 생태계 조성으로 나아가겠다는 청사진을 공개했다.

그는 “궁극적으로는 영역에 제한이 없는 데이터 공유와 분석을 통해 금융과 비금융을 아우르는 생태계를 조성하고 싶다”며 “다양한 파트너들과 함께 다양한 상품을 카카오페이가 한 곳에서 어우러지게 하는 생태계를 꿈꾸고 있다”고 설명했다.

다음은 카카오페이가 관계자들과의 일문일답.

-카카오페이의 미디어시대 사업 차별점은 무엇인가. 현재까지 미디어 데이터 사업 진행상황과 향후 계획, 카카오공동체와의 시너지 전략이 궁금하다.

“사용자 동의 하에 카카오페이가 자체 데이터와 카카오공동체 데이터를 결합하고 분석해 정교한 컨설팅을 제공, 차별점이 될 것으로 기대하고 있다. 카카오공동체의 데이터를 활용하면 보다 정교화 된 서비스를 제공할 수 있을 것이라고 본다.”

-카카오페이가 미래 지향하는 바는 무엇인가.

“카카오페이는 모든 금융생활을 카카오페이로 할 수 있는 ‘내 손안의 PB’가 되는 것을 지향하고 있다. 3C(Combine(결합), Customize(개인화), Connect(연결))를 중심으로 개인 맞춤형 자산관리 서비스로 성장할 계획이다.”

-타사 자산관리 서비스와 차별화된 부분은 무엇인가. 개발 과정에서 무엇을 가장 중요하게 생각하나.

김민정기자

“타 자산관리 서비스가 금융상품 추천 중심이라면 카카오페이는 ‘버킷리스트’ 서비스를 통해 사용자가 건강한 금융생활을 영위할 수 있도록 돕는 것이 차별화 포인트라고 생각한다. 사용자의 금융생활 불편을 적극적으로 수렴해 해결하는 것을 가장 중요한 요소로 생각하고 있다.”

-카카오톡 앱에서는 ‘버킷리스트’ 서비스를 쓸 수 없다.

“버킷리스트’ 서비스는 카카오페이 앱으로만 제공한다. 하지만 카카오톡으로의 확장이 없는 것은 아니고, 양 쪽 플랫폼 모두 장점이 있어 가치를 극대화시킬 수 있는 방안이 무엇인지 고민하고 있다. 리소스 이슈로 인해 양쪽 플랫폼 모두에서 출시는 못하지만, 어디에서 먼저 출시하고 넘어가는 경우는 있을 수 있다. 사용자들에게 보다 큰 가치를 주는 쪽이 카카오페이 앱일지, 카카오톡 앱일지 고민했고, 접근성과 편리함은 카카오톡 앱보다 카카오페이 앱이 높을 것이라고 생각했다.”

-양질의 데이터를 보유하고 있다고 했다. 데이터 질과 차별성을 설명해달라.

“카카오공동체 데이터를 확보하고 있다는 부분이 있다. 모바일 등 다른 정보와 결합하면 조금 더 나은 차별화 된 서비스를 보여줄 수 있을 것이다. 사용자들의 금융생활 불편을 해소하는 것을 고민하고 있고, 양질의 데이터를 가지고 있어 우리의 서비스가 나올 것이라고 생각한다.”

김민정기자

하루 만보 몰입 걷기 ‘워크맨 챌린지’ 지원자 모집

소니, 내달 4일까지 체험단 50명 모집

소니코리아가 무선 노이즈 캔슬링 이어폰 ‘WF-1000XM3’와 함께 바쁜 일상 속에서 나만의 시간을 누리기 위한 하루 만보 몰입 걷기 ‘워크맨 챌린지’에 도전할 지원자를 모집한다고 21일 밝혔다.

소니는 40년 전, 집에서만 들을 수 있던 음악을 걸어 다니며 듣게 하자는 발상에서 ‘워크맨(Walkman)’을 출시한 바 있다. 이번 ‘워크맨 챌린지’는 워크맨의 시작을 모토 삼아 음악과 함께 건강한 생활을 실천할 수 있는 계기를 마련하고자 기획한 것이라고 회사측은 설명했다.

총 50명을 선정하는 ‘워크맨 챌린지’는 음악에 몰입하며 ‘생활 속 걷기 실천’을 위해 하루 만보 몰입 걷기에 도전할 학생부터 주부, 직장인, 아티스트 등 개인 인스타그램 및 블로그를 운영하고 있는 사람이라면 누구나 지원 가능하다.

선발된 참가자들은 하루 만보 걷기를 목표로 도전하게 되며 걸으면서

WF-1000XM3가 선사하는 노이즈 캔슬링 성능으로 주변 소음을 차단해 낮은 볼륨으로도 음악과 걷기에 온전히 몰입할 수 있는 순간들을 경험하고, 이를 담아내는 미션을 수행하게 된다.

소니코리아는 최근 시행 중인 ‘사회적 거리두기’에 맞춰 비대면으로 온라인 발대식을 실시하며 프로그램 참여시 참가자들은 4주동안 사회적 거리두기 권장 방역 수칙을 준수하며 개인 간 거리를 둔 비대면 걷기 활동을 진행할 예정이다.

이번 워크맨 챌린지는 이달부터 다음달 4일까지 소니스토어 홈페이지를 통해 간편하게 지원 가능하며, 간단한 인스타그램 필수 미션을 수행한 후 지원서를 제출하면 된다. 최종 선발 결과는 10월 8일 소니스토어 온라인 홈페이지 및 개별 안내를 통해 공지된다.

선발된 인원 중 미션을 완료한 참가자에게는 체험 제품인 무선 노이즈 캔슬링 이어폰 WF-1000XM3를 증정한다. 또한 각 부문별 우수 활동자를 선



정해 무선 노이즈 캔슬링 헤드폰 WH-1000XM4(3종), 걷기에 편한 운동화(3종) 등 풍성한 선물을 증정한다.

또한 한 주 동안 매일 만보 걷기를 실천한 인원에게는 매 주차 별로 스타벅스 상품권 1만원권을 추가로 선물한다. 챌린지 지원자들 중 추첨을 통해 50명을 선정해 스타벅스 커피 교환 카드도 준다.

보다 자세한 내용은 소니스토어 홈페이지에서 확인 할 수 있다.

오유나기자

농식품부, ‘대한민국 농업박람회’ 온라인 개최

최신 농업 혁신 기술 최초 공개...연혁쇼 개최



농림축산식품부는 24~27일 ‘2020 대한민국 농업박람회’를 온라인 비대면 방식으로 개최한다고 22일 밝혔다.

이번 박람회는 ‘농업의 현재와 미래’를 주제로 농업의 다원적 가치와 일자리 및 혁신 기술 등을 다양한 방식으로 제공한다. 특히 도시농업, 농

업기술박람회, 농림축산식품 일자리박람회 등 관련 농식품 행사를 통합·연계한 종합박람회로 열린다.

박람회에서는 로봇, 3D프린팅 등 4차 산업혁명 기술과 접목한 농업 혁신기술과 포스트 코로나 시대에 변화하는 농업의 모습 등 농업의 미래상을 엿볼 수 있다.

개막식 행사로서 24일 오전 11시에는 세계적 미래학자인 제이슨 셉커를 초대해 ‘세계의 변화와 농업의 미래 전략’을 주제로 영상 대담을 진행한다.

또 웨어러블 슈트, 작물재배 정보 서비스와 연계한 인공지능 드론 등 최신 농업 혁신 기술을 영상으로 최초 공개하는 연혁쇼도 개최한다.

농림축산식품 주요 기관·기업의 일자리 정보도 제공한다. 농어촌 공사, 마사회 등 공공기관 20개, 협회 계열사 20개, 민간기업 100개 등 140개 내외 기관·기업이 참여해 화

상 면적·온라인 채용 상담을 진행한 다.

관련 기업에 관심 있는 청년이면 일자리 박람회 홈페이지에서 회원가입 후 24일, 25일 10시~오후 5시 진행되는 면접·채용 상담을 신청할 수 있다.

이 밖에도 ‘농업의 현재와 미래’를 체험할 수 있는 다양한 주제의 영상과 체험행사 등을 접할 수 있으며 창업 및 귀농 상담, 기획 판매전 등에 참여할 수 있다.

정책, 금융, 판로 등 전문가들의 온라인 창업 상담(24~25일)은 23일까지 일자리박람회 홈페이지에서 신청 가능하다. 귀농 선배들과의 1대 1 상담도 사전신청을 통해 진행된다.

추석을 맞아해 농산물·쿠방·SSG 등 온라인 쇼핑몰에서 축산물 브랜드의 36개 제품을 시중 가격 대비 최대 30%까지 할인하고 청년 농업인 생산 제품을 구매할 수 있는 등 기획 판매전도 함께 열린다.

기동취재본부

한전, 전력 사용량 활용해 1인 취약가구 ‘고독사’ 막는다

서귀포시·SK텔레콤과 ‘사회안전망 서비스 MOU’ 체결

한국전력이 전력 사용량 데이터를 활용해 1인 취약가구를 살피는 사회안전망 서비스를 제주도에 제공하기로 했다.

한국전력은 22일 제주 서귀포시청에서 서귀포시·SK텔레콤과 이런 내용을 골자로 하는 ‘인공지능 활용 사회안전망 서비스 제공을 위한 업무협약(MOU)’을 체결했다.

이번 ‘1인가구 안부살핌 서비스’는 인공지능으로 전력 사용량을 분석하고 통화 기록을 활용해 고독사 등 사고를 사전에 방지하는 서비스다.

일상생활 패턴과 다른 비정상 패턴을 탐지하면 지자체 복지 담당 공무원에게 알리는 방식이다.

이번 서비스를 위해 한전과 SK텔레콤은 전력 사용량과 통신 데이터를

수집하고 서비스 홈페이지 구축, 사용자 교육 등의 업무를 수행할 예정이다.

서귀포시는 서비스 대상자 모집과 사업 협력 체계 조성에 나선다.

지나해 한전과 SK텔레콤은 광주광역시 광산구청과 ‘1인가구 안부살핌 서비스 실증사업’ 추진한 바 있다. 앞으로 사용자 편의기능을 개선해 서귀포시 이외에 지자체에도 서비스를 제공할 계획이다.