

“치킨 기프티콘 쓰면 2천원 추가?” 앞으로 불가능하다

공정위, 소비자분쟁해결기준 개정안 “업체는 받은 수수료 돌려줘야” 명시 기본 내비, 품질 보증 기간 ‘2년’으로 렌탈, 이사 시 위약금 없이 계약 해지

앞으로 소비자는 “모바일 기프티콘으로 치킨을 주문하시면 수수료 2000원이 추가된다”는 식의 부당한 안내를 받지 않게 될 전망이다. 공정거래위원회가 29일부터 내달 19일까지 행정 예고한 소비자분쟁해결기준 개정안 덕분이다.

이 개정안은 모바일·온라인 등 전자상거래 신유통 상품권 사용을 이유로 업체가 수수료 등 추가 대금을 받지 못하게 하는 규정을 신설했다. 앞으로 업체가 ‘상품권 사용을 이유로 추가 대금(기프티콘 수수료 등)을 요구하거나, 실제로 수취한 경우에는 ‘추가

대금 없이 제공 의무를 이행하거나, 소비자가 지급한 비용을 전액 환급 또는 추가 수취 대금을 반환’해야 한다. 또 차량 출고 시 장착된 내장형(비포마켓·Before Market) 내비게이션의 품질 보증 기간은 1년에서 2년으로, 부품 보유 기간은 5년에서 8년으로 늘어난다. 공정위는 “현재 모든 내비게이션은 옵션 용품으로 분류되지만, 비포마켓 제품은 차량 일부를 구성하고, 애프터마켓(After Market) 제품과 다르므로 품질 보증·부품 보유 기간을 달리 적용되도록 했다”고 설명했다. 물론 대여(렌탈) 서비스업의 경우 해지 위약금 기준이 합리적으로 바뀐다. 우선 렌탈 기간 다른 지역으로 이

사해 정기 관리가 불가능해지거나, 기능 상실이 우려되면 위약금 없이 계약을 해지할 수 있다. 해외로 이주하는 경우에는 위약금의 50%가 감면된다. 렌탈 계약 중도 해지 시 위약금과 별도로 생기는 추가 비용은 업체가 약관·계약서 등에서 고지한 것만 내면 된다. 가입 시 받은 등록·설치비 면제(할인) 혜택 환수 ‘상품 철거·회수비’ 등 명목으로 소비자에게 추가 비용을 요구하기가 간간해진 셈이다. 소비자가 장기 유지 조건으로 받은 면제(할인) 금액은 잔존 기간에 해당하는 만큼만 돌려주면 된다. 결혼 중개 서비스의 해지 위약금도 진행 정도에 따라 차등적으로 바뀐다. 계약 성립 후 정보(프로필) 제공 전

에 해지할 경우 가입비의 10%, 정보 제공 후 만남 일자 확정 전에 해지하면 15%만 내면 된다. 만남 일자 확정 후에 해지한다면 20%다. 상호(부정기형 선불식 할부)업의 경우 계약 해지 시 업체가 반환해야 하는 해약 환급금 기준이 생겼다. 지금까지는 납입금 누계액의 85%를 환급했지만, 앞으로는 ‘납입금 누계액·관리비 누계액·모집 수당 공제액’의 산식에 따라 계산된 금액을 환급한다. 납입금 누계액이 관리비 누계액과 모집 수당 공제액의 합보다 적은 경우에는 해약 환급금이 없다. 모집 수당은 총 계약금의 10%(최대 50만원)를 초과할 수 없다. 관리비는 납입금 누계액의 5%(최대 50만원)를 넘겨서는

안 된다. 공정위는 “신유통 상품권 이용 등 국민 생활과 밀접하게 관련된 분야의 소비자분쟁해결기준을 합리적으로 개선해 불필요한 분쟁을 예방하고, 향후 분쟁 발생 시 소비자가 적절한 구제를 받을 수 있도록 했다”고 밝혔다. 공정위는 행정 예고 기간 이해 관계자·관계 부처 등의 의견을 충분히 수렴한 뒤 위원회 의결 등을 거쳐 개정안 내용을 확정한다. 이 개정안에 의견이 있는 기관·단체·개인은 내달 19일까지 예고 사항에 관한 의견(찬성·반대·수정 의견과 그 이유), 성명(단체는 단체명과 대표자명), 주소, 전화번호, 이메일을 적은 서면을 공정위 소비자정책과에 우편이나 팩스로 내면 된다. 최이슬기자



KT, XR 비대면 스튜디오 구축 KT가 KSPQ, 아프리카TV와 XR(혼합현실)에 기반을 둔 실감 미디어 기술을 활용해 중소기업에 실내체육관들이 스포츠 코칭 콘텐츠를 제작할 수 있는 ‘스포츠 코칭 스튜디오’를 구축했다고 29일 밝혔다. 사진은 요가 강사가 ‘스포츠 코칭 스튜디오’에서 실시간으로 1대1 원격 강의를 진행하는 모습.

하이트진로, 테라 필두로 맥주 시장 1위 탈환 시동

혁신 아이콘 테라 출시 2년만 16억5천병 판매...시장 판도 뒤집어



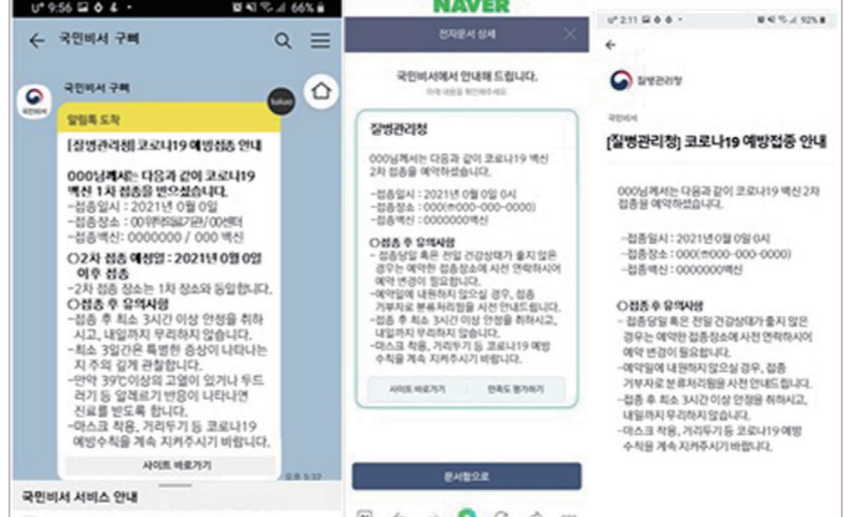
하이트진로는 90년 양조기술을 바탕으로 끊임없는 도전과 혁신을 통해 국내 맥주 시장의 성장과 발전을 이끌고 있다. 국내 맥주 시장의 신화로 남은 하이트 맥주부터 울트라맥스 맥스, 발포주 필라이트, 태생적으로 차별화된 제품력의 ‘테라’까지 시장 정체가 때마다 도전과 혁신으로 만들어낸 신제품을 출시, 시장 발전의 핵심 역할을 해왔다. 1995년 업계 최초로 도입한 최적의 음운도를 알려주는 온도계·신호등마크, 1998년 생산 실명제, 2016년 엑스트라콜드 공법을 적용한 울트라하트 마케팅 등 철저한 품질관리와 소비자 친화적 마케팅 활동들이 소비자들의 사랑을 받았다. 출시 2주년을 맞은 청정라거 테라는 그동안의 지속적인 도전과 혁신의 노하우를 바탕으로 탄생, 국내 맥주 시장 혁신의 아이콘으로 평가받으며 빠르게 성장하고 있다. 테라는 출시 불과 2년만에 누적 판매 16억5000만병을 돌파하며 국내 대

표 맥주 브랜드로 자리매김했다. 이는 1초에 26병을 판매한 셈이다. 역대 브랜드 중 가장 빠른 판매속도로 차별화된 제품력이 소비자들에게 인정받은 결과다. 실제 테라는 출시 최단기간 100만 상자 출고 기록을 시작으로 100일만에 1억병, 1년만에 누적 6.8억병을 판매하며 국내 맥주 시장의 판도를 흔들었다. 출시 2년차 성적은 누적 16억병 이상을 판매하며 출시 첫 해 대비 105% 이상 증가했다. 이는 코로나19로 주류 시장 자체가 축소되고 사회적 거리두기 강화 등으로 유통 시장이 어려웠음에도 불구하고 대세감을 강화하며 성장세를 지속했다는 점에서 의미가 크다. 테라는 어려운 유통 시장 상황에도 2019년 대비 78% 판매량이 증가했다. 지난해 가정 시장에서의 120% 성장에 수도권 중심의 유통 시장에서의 돌풍이 빠르게 지방 상권, 가정 시장으로 대세감을 확산하고 있음을 보여주는 결과다. 테라의 폭발적인 성장은 전체 맥

주 부문도 성장세를 이끌고 있다. 지난 해 맥주 부문 전체 판매량이 2019년 대비 12% 증가했으며 코로나19 영향으로 주류 시장 자체가 크게 위축된 가운데 가정 시장은 판매율이 23% 이상 성장했다. 또 사회적거리두기, 영업시간 제한 등 코로나19 타격을 직접 받은 유통 시장 역시, 주요 제품인 유통 중병(500ml)의 판매가 2019년 대비 약 25% 상승했다. 올해 백신 보급을 확대, 사회적 거리두기 완화 등 주류 시장이 안정화될 것으로 전망하는 가운데, 하이트진로는 공격적인 활동으로 테라의 대체감을 더욱 확산, 맥주 시장 1위 탈환을 시동을 본격화한다는 전략이다. 출시 3년차에 접어들어 만큼 테라의 차별적인 경쟁력인 제품의 ‘본질’에 더욱 집중, 강화해 테라의 핵심 콘셉트인 ‘청정’을 알리기 위해 필(必)환경 활동 등 소비자와의 접점을 확대한다는 계획이다. 하이트진로는 세계적 역사이클링 업체인 테라사이클과 정정사이클 캠페인을 기획, 오는 4월부터 청정크루와 함께 캔, 병, 페트 등의 제품 용기, 배달용기 등의 재활용용품을 활용한 컵를 배포할 예정이다. 자원순환의 의미 확산 활동의 일환으로 2주년 기념 소비자 경품도 친환경 소재를 활용해 제작했다. 이번 킬러 제품은 100% 리사이클 나일론 원사인 마이판리젠을 사용했다. 또 상반기 중에는 테라의 제품 본질을 직접 체험할 수 있는 특별한 공간을 마련해 소비자와 직접 소통하며 선호도를 높일 예정이다. 이 밖에도 테라가 ‘청정웃음’을 선사할 수 있는 응원 메시지 전달 활동을 계획하고 있다. 서선욱기자

내 접종 차례는?...내달부터 카톡·네이버·토스 앱으로 안내

행안부, 국민서비스 서비스 개통...전해철 장관 참관 교통 과태료·국가장학금·건강검진일 등 7종 안내



다음 달부터 카카오톡과 네이버 앱플리케이션(앱)으로 코로나19 백신 접종 날짜와 장소를 때 맞춰 안내 받게 된다. 행정안전부는 29일 오전 정부서울청사 열린소통포럼에서 국민서비스 서비스 개통식을 개최했다고 밝혔다. 국민서비스는 카카오톡·네이버·토스 앱 등 친숙한 민간 채널로 사전 설정만 해놓으면 각종 행정 정보를 때 맞춰 제공해주는 비대면 서비스다.

기관에 직접 방문하거나 홈페이지 가입 및 공공 앱 설치를 해야 하는 번거로움을 줄일 수 있다. 국민서비스로 안내하게 될 행정 정보는 총 7종이다. 교통범칙금·과태료, 운전면허 갱신, 통학버스 운전자 교육, 고령 운전자 교육, 국가장학금 신청, 건강검진일(암 검진일), 코로나19 백신접종 예약 등이다. 특히 내달 75세 이상 고령자를 시작

으로 일반인 대상 백신 접종이 진행됨에 따라 국가예방접종시스템과 연계해 접종 예약을 무료로 안내한다. 질병관리청의 코로나19 예방접종시스템에서 예약하고 알람 신청만 하면 1·2회차 접종 일시와 장소를 본인 이 선택한 앱이나 문자메시지(SMS)를 통해 안내받을 수 있다. 백신을 맞기 위해 예방접종센터나 의료기관에서 긴 줄을 서서 기다릴 필요가 없는 셈이다. 75세 이상 고령자의 경우 이미 읍·면·동 공무원이 접종 동의를 받는 과정에서 서비스 신청 의사를 확인한 상태다. 행안부는 연말까지 행정 정보 30종을 추가할 방침이다. 서비스 이용 과정에서 국민 의견도 수렴해 개선해 나간다. 전해철 행안부 장관은 이날 개통식에서 “75세 이상 백신 접종이 시작되는 시점에 국민서비스 알람 서비스를 제공하게 돼 국민이 차질 없이 접종받는데 도움을 줄 수 있을 것으로 기대한다”며 “앞으로 생활밀착형 행정정보 알람을 더 추가해 전 국민의 개인서비스가 될 수 있도록 발전시켜 나가겠다”고 말했다. 김민정기자

버팀목자금 플러스 1차 지급...매출 줄은 사업자만 받는다

지급대상 총 250만개사...영업제한 지켰어도 매출 늘었으면 안돼

버팀목자금 플러스 1차 신속지급 대상자 250만명에 대한 지원이 시작했다. 이번 버팀목자금은 매출이 줄은 사업자를 대상으로 지급된다. 영업제한 조치를 이행한 사업체라도 매출이 증가한 경우는 지원받지 못한다. 중소기업부(중기부)는 29일 오전 6시부터 버팀목자금 플러스 1차 신속지급이 시작됐다고 밝혔다. 소상공인 버팀목자금 플러스는 코로나19 확산으로 지금까지 지급된 소상공인 재난지원금 중 최대인 6조7000억원 규모로 편성됐다. 중기부는 신속한 지급을 위해 국세청과 지방자치단체 등의 행정정보를 활용해 1차 신속지급대상 DB를 구축했다. 이번 1차 신속지급 대상은 약 250만개사. 집합금지 13만3000개, 영업제한 57만2000개, 일반업종 중 경영위기기업종 13만4000개, 매출감소 유형 166만1000개다. 버팀목자금 플러스 지급대상자는 국세청 지난해 신고 매출액 등으로 매출액 증감여부를 반영해 선정됐다. 이전과 달리, 영업제한 조치를 이행한 사업체라도 매출이 증가한 경우는 지원받지 못한다. 경영위기기업종은 매출감소율이 20% 이상인 업종이다.

는 버팀목자금을 지원받았더라도 지난해 매출이 증가한 경우 마찬가지로 지원대상에서 제외된다. 1차 신속지급 대상자에게는 29일과 30일에 걸쳐 사업자번호 끝자리를 기준으로 나눠 버팀목자금 플러스 신청을 위한 안내문자가 발송된다. 이날 오전 6시부터 사업자번호 끝자리가 ‘홀수’인 신속지급 대상자(115.7만개)에 안내문자가 발송되고 있다. 30일에는 사업자번호 끝자리가 ‘짝수’인 대상자(115.8만개)에 문자가 발송된다. 31일부터는 홀짝 구분 없이 모두 신청할 수 있다. 최대한 빠른 지원을 위해 최초 29일부터 31일까지는 1일 3회 지원금이 지급된다. 오후 12시까지 신청하면 오후 2시부터, 오후 6시까지 신청하면 오후 8시부터, 오전 12시까지 신청하면 다음날 새벽 3시부터 입금된다. 특히 이번 버팀목자금플러스에서는 집합금지나 영업제한 조치가 없었던 일반업종 중에서 매출감소가 큰 경영위기기업종 선정해 일반업종의 매출감소 유형 100만원보다 많은 200만~300만원을 지원한다. 경영위기기업종은 매출감소율이 20% 이상인 업종이다.



국세청 부가세 신고 결과를 통해 10대 분야의 112개 세부업종을 선정했다. 경영위기기업종은 3가지로 구분된다. 매출감소율이 ▲60% 이상인 300만명 ▲40% 이상~60% 미만인 250만명, ▲20% 이상~40% 미만이면 200만명이 각 지원된다. 매출감소율이 60% 이상으로 가장 큰 피해를 입은 업종은 여행업, 영화관 운영업 등이다. 40% 이상 60% 미만 감소업종은 공연시설 운영업, 전시·컨벤션 및 행사 대행업, 예식장업 등이다. 2차 지급은 버팀목자금플러스 지원대상자 1차 신속지급에 포함되지 않은 사업체들을 반영해 4월19일부터 시작된다. 지난해 12월 이후 신규 개업, 경영위기기업종 중 매출액 10억원 초과 사업체, 계절적 요인 등의 반영이 필요한 사업체 등이 대상이다. 기동채주본부