

시판 의류제품에 관련된 소비자 불만에 관한 연구

—YWCA 소비자 고발자료를 중심으로—

최 해 운 · 차 옥 선

한양대학교 의류학과

A Study on the Consumer's Dissatisfaction for the Clothing Product

—with YWCA Consumer's claims—

Hae Woon Choi · Ok Seon Cha

Dept. of Clothing and Textiles, HanYang University

(1993. 5. 17 접수)

Abstract

The purpose of this study is to investigate the consumer's claims related to clothing merchandise. By th origination stage of claims, details of claims, and treatments of claims purchasing places of clothing merchandise, the consumer's claims are analyzed which were lodged to in consumer's complaint center, Seoul YWCA, in 1981-1990. To analyze these data statistically, frequency and percentile are used.

The results of analysis for consumer's claims are as next :

1. Concerning the sex distinction, female complainers are more than male complainers. About the age bracket, twenties and thirties are the most numerous. The originations of claims being various. It is laundry and dry cleaning stage out of them that rank first, and total numbers of claims for clothing products continually have increased during 1981-1990. Out of the clothing items, outerwears are of the first rank and formal wear and coat are highest in rank of outerwears. For claims about purchasing places, agency ranked first and market, department store, custome-made and discount store came after in order.

2. Concerning the contents, quality of clothing product ranks first, inferior service, price, contrast, unfair transaction ranks in order. There are claims about quality of clothing product that color change ranks first and damage and form change rank in order.

3. The treatments of claims are that counsel, exchange, refund, repair and correction rank in order.

I. 서 론

현대의 과학기술의 발달과 경제성장에 따른 소비자 소득수준의 향상은 의류산업에 많은 변화를 가져왔다. 즉, 새로운 섬유소재의 개발과 가공기술의 발달에 의한

다양한 기능과 용도의 의류제품이 생산되었으며 소비자의 의류제품에 대한 기호는 내구성과 같은 물리적 요소보다는 색상, 디자인, 스타일 등의 외관을 더 중요시하게 되었다. 따라서 패션적인 요소와 개성을 강조한 제품과 고급의류에 대한 수요가 증가하게 되었으며,

의류제품에 거는 소비자의 기대도 커지게 되었다.

이러한 의류제품은 소비자가 구입한 후 착용 또는 사용과 세탁 과정의 반복이 필수적이라 할 수 있다. 그러나 섬유와 가공 등에 의해 다양해지고 고급화된 의류제품은 취급이나 세탁이 어려운 경우가 많고, 기업에서 제공하는 중요한 상품정보인 품질표시가 미표시되거나 부적절한 경우가 많아^{1), 2), 3)} 제품의 특성에 대한 전문적인 지식이 부족한 대부분의 소비자들은 의류제품의 취급에 대한 어려움을 느끼게 되었다. 따라서 의류제품의 섬유종류별 감별에 따른 품질문제와 품질 표시의 불량, 소비자 자신의 취급주의 상의 오류, 세탁법 및 세제 사용상의 문제 등에 의해 제품의 손상에 따른 불만을 경험하게 되었다. 또한 세탁소에 세탁을 의뢰한 경우에 발생하는 제품의 손상, 상품의 구입과 교환과정에서 일어나는 판매원의 불친절이나 부당한 가격, 교환거절, 불공정한 거래상태 등에 따른 불만을 느끼게 되었다.

이렇게 의류제품에 대한 불만을 경험한 소비자의 불평행동은 여러가지로 나타나는데, 판매처나 소비자단체 등에 불만을 제기하는 적극적인 행동을 취하는 소비자가 있는 반면, 불만해결을 위한 시간이나 노력, 이익 등의 요인에 의해 불만을 잠재시키는 소비자도 다수 있다. 소비자의 적극적인 불평행동인 소비자 고발(claim)은 의류제품에 대해서는 소비자보호단체협의회 발표⁴⁾에 의하면 1990년에 의류·섬유가 전체의 6.1%(8,135건), 세탁물이 전체의 5.1%(6,773건)로 이들의 합계가 11.2%가 되어 가전제품 15.6%, 출판물 12.8% 다음으로 높은 비율을 차지하고 있다. 이러한 소비자의 고발은 소비자보호법과 품목별 피해보상규정 등에 근거하여 처리됨으로써 소비자는 피해에 대한 경제적 손상을 보상받게 되며, 제조업체와 판매처 등은 품질개선을 위한 중요한 정보를 얻고 보다 질 좋은 제품과 서비스를 공급할 수 있게 됨으로써 소비자 고발은 큰 의미를 가진다 할 수 있다. 그러나 불만족을 경험한 소비자 중 다수는 불만을 고발하지 않기 때문에 의류제품에 대한 많은 불만요인이 잠재되고 있다.⁵⁾

소비자 고발 자료에 대한 분석은 각 소비자단체와 소비자보호원 등에서 매년 전년도와 비교하여 그 건수와 증가율을 발표하고 있으나 상세한 불만내용의 고찰이 부족하며, 실제 소비자의 불만실태 연구는 거의 없는 실정이다. 따라서 본 연구에서는 꾸준히 증가하고 있는

의류제품에 관련된 소비자 불만실태를 파악하기 위하여 소비자 고발센터에 접수된 시판의류제품에 대한 소비자 고발자료를 토대로 불만의 주된 내용과 발생단계를 연도별로 고찰하고, 소비자 고발의 처리실태를 분석하고자 하였다. 본 연구의 구체적인 목표는 ① 피고발자의 성별 및 연령에 따른 고발건수, 발생단계별 불만, 의복 종류별 및 구입장소에 따른 고발건수의 연도별 변화를 고찰하였다. ② 불만고발의 내용을 품질변화, 서비스불량, 가격문제, 계약문제, 불공정거래로 나누어 분석하였고, 고발의 처리결과를 고찰하였다.

II. 문헌연구

1. 소비자 고발 및 소비자 피해

소비자 입장에서 본 고발(claims)은 구입한 상품, 서비스에 대해서 일반적으로 누구나가 기대하는 안정성, 품질, 성능, 내용 등이 갖춰지지 않았기 때문에 소비자가 생명과 건강상 위해를 받거나 경제상의 부당한 손실과 불이익을 받은 경우 그 손해배상을 요구하고 수리, 교환, 환불을 요구하거나 이후의 재발생을 방지하는 개선 조치를 요구하고 판매점 혹은 업체, 관계업계, 또는 국가나 지방공공단체 등에 신고하는 것을 말한다.^{6), 7)}

소비자 피해란 사업자와 거래한 상품, 용역의 거래 조건과 거래방법에 관하여 소비자가 가졌던 합리적인 기대와 현실과의 사이에 상당한 불일치가 있는 상태이다.⁸⁾

현대 소비자 피해의 특징은 피해발생의 보편성, 피해의 광범위화, 피해원인 규명의 곤란성, 거래 당사자의 지위의 불대등성, 피해의 심각성 등이다. 특히 의류제품의 경우 원사메이커, 2차 제품 메이커 및 판매업자가 자기가 제조를 하든지 판매한 상품에 대해서 법에 의한 규제의 유무에 관계없는 충분한 보증과 책임을 갖는 것이 당연한 것이다.

그러나 상품 성능의 고도화, 하청가공 루트 및 판매 경로의 복잡·다양화에 따라서 그 책임의 소재를 명확히 하기 위해서는 많은 곤란이 존재하기 때문에 소비자 불만의 적절한 처리는 불충분한 경우가 증가하고 있다.⁹⁾

2. 우리나라의 소비자 피해구제 제도

우리나라의 소비자 피해구제 제도는 사업자의 직접 구제제도, 정부기관의 중재조정, 사법적 구제로 나누어 볼 수 있다.

첫째, 사업자의 직접구제제도는 거래활동에서 불만 및 피해를 입은 소비자가 사업자를 상대로 직접 교섭하여 피해를 구제받는 제1차적인 방법이며, 소비자가 소비자단체에 설치되어 있는 소비자고발센터에 고발하고 소비자단체가 직접구제 활동을 하기도 한다.¹⁰⁾ 사업자는 소비자나 소비자 단체로부터 고발내용을 접수하고 이를 신속하고 적절하게 구제하기 위하여 애프터서비스 센터를 운영하고 있으며, 소비자 상담실, 소비자보호부와 같은 피해보상 전담기구를 설치하거나 기존조직을 지정하여 소비자 피해구제의 전담창구로서 운영하고 있다.¹¹⁾ 그리고 정부는 사업자의 직접구제 기능을 강화하기 위하여 소비자 피해보상기구 설치 의무사업자를 지정하고 사업자 단체별로 자율적 구제기준을 설정하도록 유도하고 있다. 기업의 소비자 보호활동 실태조사¹²⁾에서 섬유·의류 및 가죽제품의 경우 소비자 전담 기구가 설치되지 않은 업체가 조사대상 30개 기업중 7개 업체인 23.3%나 되어 소비자 고발의 신속하고 적절한 처리를 지연시키는 요인이 된다고 본다. 의류업체의 구제내용은 수리, 교환, 배상, 환불 등이었고 평균 구제 처리기간은 가전제품 1.8일, 식품 2.1일과 대비해서 6.7일로 비교적 많은 시간이 소요되는 것으로 나타났다.

둘째, 정부기관의 중재조정에는 소비자 고발접수창구 및 소비자 불만처리 기구를 설치 운영하고 있으나 불만이 신속하게 처리되기를 기대하는 소비자의 입장에서 볼때는 사업자의 접수창구 이외에 해당부처와 관련부서에 직접 고발하여 중재조정되기를 기대하므로 1982년 9월 13일에 소비자보호법 시행령을 제정, 1987년 4월 1일 개정¹³⁾하여 규정에 의거 정부기관 및 지방자치단체 내에 소비자 불만처리 기구를 설치 운영하도록 하여 교환, 환불, 수리, 보상등 소비자 피해구제 기능을 강화하도록 하였다. 또한 공업진흥청은 소비자보호법 시행령 규정에 의거 1983년 2월에 소비자 피해분쟁조정 위원회를 설치하고 공산품품질불량에 따른 소비자의 피해분쟁을 조정하고 있다. 1980년 1월 4일 제정되고 1986년 12월 31일에 개정된 소비자보호법 제12조에서는 국가 및 지방자치단체는 소비자의 불만 및 피해를 신속,

공정하게 처리할 수 있도록 필요한 장치를 강구해야 하며, 국가는 소비자와 사업자간의 분쟁의 원활한 해결을 위하여 품목별 소비자피해보상 기준을 제정할 수 있다고 하였다. 이에 따라 '품목별 소비자 피해보상 규정'^{14), 15)}이 1986년 2월 1일부터 시행되었으며 현재는 83품종 498개 품목에 대하여 피해별로 피해보상기준이 정해져 있다.

셋째, 사법적 구제에는 소액심판제도와 소송지원제도로써 소송구조와 법률구조제도가 있다.

III. 연구방법

1. 조사대상 및 방법

소비자 고발자료를 수집하기 위하여 서울 시내 7개 소비자 보호단체중 설립 연도가 오래되고 1960년대부터 소비자운동을 실시해 오면서 다수의 불만을 처리해 온 서울 YWCA의 사회문제부 소비자 고발 상담실을 선정 하였다. 소비자 고발 자료는 소비자 고발 상담실에 접수된 불만 중 1981년에서 1990년까지의 의류, 섬유, 세탁관련 자료를 접수대장을 근거로 하였다.(단 1982년 자료 7월-12월, 1985년 자료가 보관되어 있지 않아 조사에서 누락되었음)

2. 자료처리

자료처리는 SPSS BATCH SYSTEM을 이용하였고 불만자료의 성별, 연령별, 발생단계별, 내용별, 의복류별, 장소별, 처리별 고발 건수의 연도별 변화를 보기 위해 빈도와 백분율을 계산하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 고발자료의 일반적 사항

고발 자료의 일반적 사항에서는 피고발자의 성별 및 연령에 따른 고발건수와 발생단계별 고발건수, 의복종류별 및 구입장소에 따른 고발건수의 변화를 연도별로 고찰하였다.

1) 성별·연령에 따른 고발 건수

(1) 성별에 따른 고발건수

성별에 따른 고발 건수를 연도별로 나타내면 표 1과 같다. '81년에는 여성이 전체 피고발자의 86.4%(185명), 남성이 13.6%(29명)로 대부분의 고발은 여성에 의한 것이 많았으며, '90년에는 여성 75.9%(1135명), 남성 24.1%(360명)로 남성의 고발이 10% 정도 증가하였지만 여성에 의한 고발에 더 활발하였다. 이러한 결과는 Duhaime과 Ash의 연구¹⁶⁾에서 여성이 남성보다 불평행동에 있어 더욱 활발하다는 것과 일치하는 것이다. 이것은 여성이 가정의 가사활동 전반을 운영하는 주부인 경우가

많기 때문에 직장에 나가는 남성보다 시간적 여유가 많고 불만을 더 직접적으로 느끼기 때문으로 생각한다.

(2) 연령에 따른 고발 건수

피고발자의 연령에 따른 고발의 연도별 건수 변화는 표 2와 같다. 전체적으로 20대와 30대에 의한 고발이 가장 많았고, 그외에 40대, 50대, 60대, 10대 등의 순으로 나타났다.

이와 같이 20대와 30대 연령층의 고발이 대부분을 차지하는 것은 소비자단체에 불평의 편지를 쓴 소비자를 분석한 연구^{17), 18)}에서 연령이 적을수록 불평행동에 더 적극적이었다는 결과와 일치하는 것이다.

Table 1. 성별에 따른 고발 건수

연도 성별	건(%)								
	'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90
여 성	185 (86.4)	144 (88.3)	523 (87.8)	510 (84.2)	885 (85.3)	1106 (84.4)	884 (77.4)	1075 (78.9)	1135 (75.9)
남 성	29 (13.6)	19 (11.7)	73 (12.2)	96 (15.8)	152 (14.7)	205 (15.6)	258 (22.6)	287 (21.1)	360 (24.1)
계	214 (100)	163 (100)	596 (100)	606 (100)	1047 (100)	1414 (100)	1197 (100)	1536 (100)	1743 (100)

Table 2. 연령에 따른 고발 건수

연도 연령	건(%)								
	'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90
10 대	1 (0.5)	5 (3.2)	13 (2.3)	13 (2.6)	9 (1.3)	14 (1.1)	7 (0.9)	5 (0.9)	5 (0.8)
20 대	93 (50.3)	85 (55.2)	232 (41.9)	221 (44.6)	283 (41.0)	433 (33.3)	296 (38.7)	196 (33.4)	247 (37.9)
30 대	61 (33.0)	43 (27.9)	178 (32.1)	153 (30.8)	260 (37.7)	549 (42.2)	312 (40.8)	253 (43.2)	252 (38.7)
40 대	20 (10.8)	14 (9.1)	98 (17.7)	76 (15.3)	94 (13.6)	236 (18.1)	106 (13.9)	94 (16.0)	100 (15.3)
50 대	9 (4.9)	6 (3.9)	22 (4.0)	29 (5.9)	33 (4.8)	62 (4.8)	39 (5.1)	27 (4.6)	41 (6.3)
60 대	1 (0.5)	1 (0.6)	11 (2.0)	4 (0.8)	11 (1.6)	7 (0.5)	5 (0.6)	11 (1.9)	7 (1.0)
계	185 (100)	154 (100)	554 (100)	496 (100)	690 (100)	1301 (100)	765 (100)	586 (100)	652 (100)

2) 발생 단계별 불만

불만의 고발을 발생단계별로 보면 구입단계(맞춤, 교환, 수선등), 착용 또는 사용단계, 세탁단계(물세탁과 드라이 클리닝)로 나눌 수 있다. 발생단계별 고발건수의 변화를 연도별로 보면 그림 1과 같다.

전체적인 고발건수는 '81년 217건에서 '90년 1743건까지 매년 계속 증가하고 있으며 세탁단계에서의 불만 고발이 가장 많은 비중을 차지하고 있다. 세탁단계에서의 고발은 '81년 68건에서 '90년 1058건으로 크게 증가하였다. 세탁단계 중에서 특히 '87년의 고발 건수가 1037건으로 높게 나타난 것은 '86년말부터 크게 유행한 스웨이드와 가죽, 인조피혁 의류에 대한 세탁사고와 '87년 중반에 유행한 마직의류에 대한 세탁사고가 늘었기 때문이다. 구입단계에서의 불만 고발은 전체에서 차지

하는 비중이 세탁단계에 비해 적었으며, '88년 건수가 지는 증가율이 매우 적었으나 '89년 건수는 백화점의 부당세일에 대한 고발의 증가로 '88년에 비해 약 54%가 증가하였다. 착용단계에서의 고발은 전체 고발건수 중 가장 적은 비중을 차지하고 있다. 이와 같이 세탁단계에서의 고발이 다른 단계에 비해 월등히 많은 것은 세탁에 의한 손상이 소비자가 중요하게 생각하는 의류제품의 외관을 해치는 경우가 많고, 고급의류제품에 대한 수요가 늘어나면서 가격에 따른 품질에 대한 기대도 커진 결과로 생각한다.

그림 1에서 가장 많은 건수를 차지하면서 가장 큰 폭으로 증가하고 있는 세탁단계에서의 불만 고발을 세탁유형에 따라 물세탁과 드라이클리닝으로 나누어 보면 표 3과 같다.

표 3에서 보면 물세탁은 '81년 91.2%(62건)로 세탁단계에서 발생한 불만 고발의 대부분을 차지하고 있는 반면 드라이클리닝은 6건으로 8.8%(6건)이던 것이 '90년에는 물세탁이 29.1%(308건)로 크게 감소한데 반하여, 드라이클리닝에 관한 고발은 70.9%(750건)로 크게 증가하였다.

3) 의복종류별 및 구입장소에 따른 고발건수의 변화

(1) 의복종류

의복종류에 따른 연도별 고발 건수의 변화는 그림 2와 같다. 의복 종류에 있어 외의류에 대한 불만 고발이 스웨터·셔츠류나 속옷류 등 보다 월등히 많아 '90년에는 1194건으로 전체의 약 80%를 차지하고 있다. 특히 '87년에 외의류에 대한 고발건수가 증가한 것은 '86년 겨울부터 유행한 수웨이드·가죽 자켓과 오리털 파카에 대한 고발의 증가에 의한 것이다. 이와같이 외의류에 대한 고발이 가장 많았던 것은 소득수준이 향상되면서

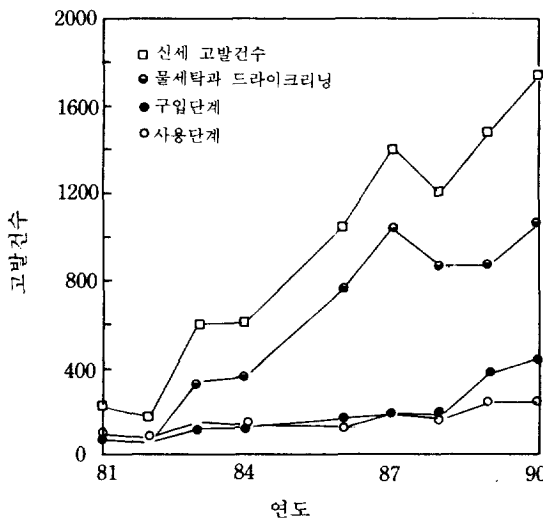


Fig. 1 발생단계별 고발건수

Table 3. 세탁단계에서의 불만고발 건수

연도	'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90
내용									
물세탁	62 (91.2)	38 (95.0)	141 (42.3)	137 (38.3)	141 (18.5)	221 (21.3)	208 (24.0)	187 (21.6)	308 (29.1)
드라이 클리닝	6 (8.8)	2 (5.0)	192 (57.7)	221 (61.7)	620 (81.5)	816 (78.7)	659 (76.0)	680 (78.4)	750 (70.9)
계	68 (100)	40 (100)	333 (100)	358 (100)	761 (100)	1037 (100)	867 (100)	867 (100)	1058 (100)

고급 패션의류의 수요가 늘고, 섬유소재가 다양화, 고급화됨에 따라 비교적 고가인 외출복의 경우 제품가격에 따른 소비자의 기대도 높아져 조그만 불만이 생겨도 이를 해결하기 위해 적극적으로 행동한 결과로 생각한다. 그림 2는 의복류에 따른 고발 건수를 나타낸 것으로서 의의류가 급격히 증가하고 있다. 이 의의류를 다시 세분화시켜 고발 건수와와의 관계로 나타낸 것이 그림 3이다.

그림 3에서 남·여 정장류·자켓류에 대한 고발이 가장 많이 증가했고, 코트류·점퍼·파카, 한복 등의 순서로 나타났다. '80년대 초에는 기성복화가 이루어지고 현재는 기성복화된 다양한 정장류가 판매되고 있다. 이들의 가격은 비교적 고가이며, 실용성이 부족한 고급소재를 사용함으로써 일상생활에서 착용하는데는 문제가 있으며, 세탁방법도 주로 드라이클리닝을 요하는 것이기 때문에 착용과정이나 부주의한 세탁으로 손상을 받기 쉬워 고발이 많은 것으로 생각한다. 코트류도 이와 유사한 이유로 고발이 많다고 보며, 파커류의 경우 코팅불량, 보온용 충전제의 함량미달·성분불량, 염색견뢰도의 부족 등으로 많은 고발을 유발시킨 의복이다. 고급품에 속하는 건 한복지는 평상복 보다는 각종 행사 때에 예복이나 나들이 옷을 만드는데 주로 사용되는데, 시판되는 대부분의 한복은 구김이 잘 퍼지지 않고 착용중에 옷이 빠지거나 당겨지는 경우가 많았다. 또한 마찰에 의한 보푸라기가 잘 일고, 유기용제 마찰과 땀에

대한 염색견뢰도도 미흡하다는 보고¹⁹⁾가 있어 비교적 고가인 한복에 대한 고발이 끊이지 않는 원인이 된다고 생각한다.

(2) 장소

고발 대상 장소에 따른 연도별 고발건수의 변화는 그림 4와 같다. 가장 많은 증가를 보인 것은 유명메이커 대리점으로 나타났다. 이는 의류제품의 판매경로 변화에 있어 브랜드의 고유 성격과 이미지의 재고를 위한 대리점에 의한 판매의존도가 높아지고 있으며 이들 업체의

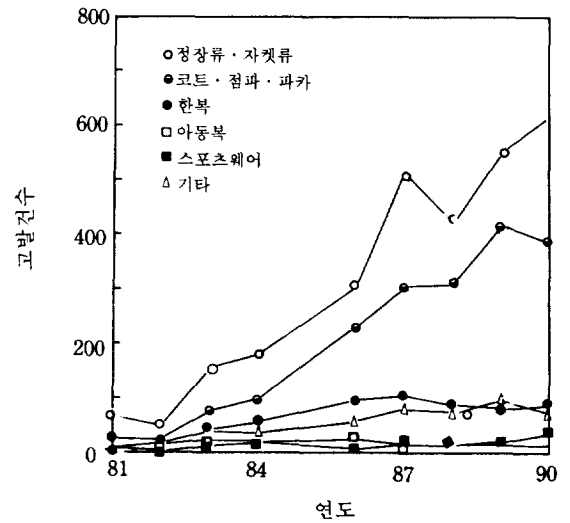


Fig. 3 의의류의 종류에 따른 고발건수

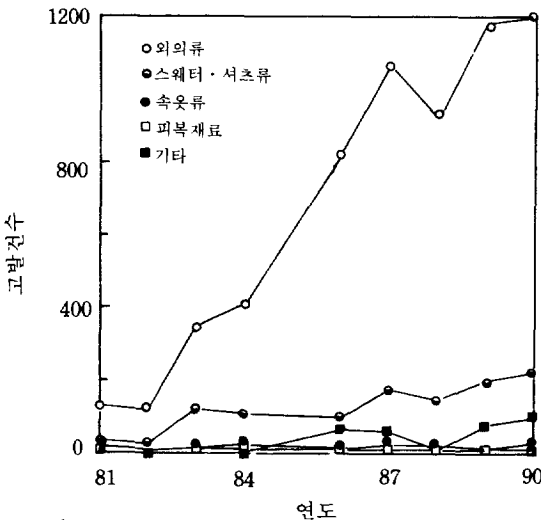


Fig. 2 의복류에 따른 고발건수

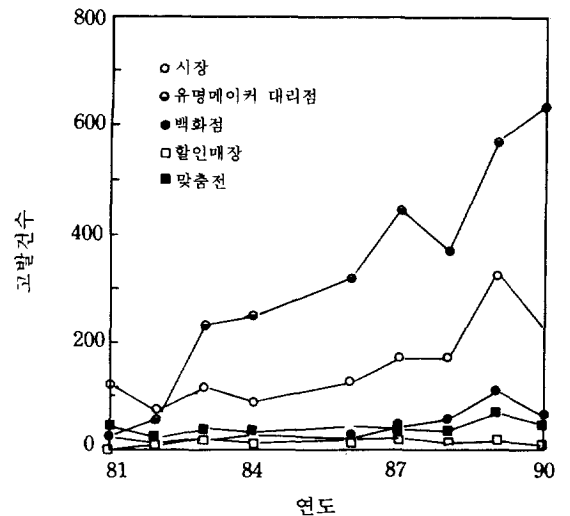


Fig. 4 구입장소에 따른 고발건수

제품이 대체로 고가이기 때문에 소비자의 기대도 그만큼 높아져 제품이나 서비스의 이상에 대하여 좀더 적극적인 행동을 하는 것으로 생각한다. 시장에서 구입한 제품에 대한 고발이 유명메이커에 대한 고발보다 적은 것은 제품의 가격이 비교적 낮고, 불만처리에 대한 기대도 작기 때문으로 생각한다. 백화점의 경우 고발이 비교적 적게 나타난 것은 백화점 자체의 소비자 상담실을 운영하여 고발을 처리한 결과로 보인다.

2. 불만 고발의 내용

불만 고발의 내용은 품질, 서비스, 가격, 계약, 불공정거래에 관한 것으로 나눌 수 있으며, 그 연도별 변화 추세를 그림 5와 같다.

그림 5에서 불만 내용 중 품질에 관련된 고발이 서비스나 가격, 계약, 불공정거래에 관한 고발보다 월등히

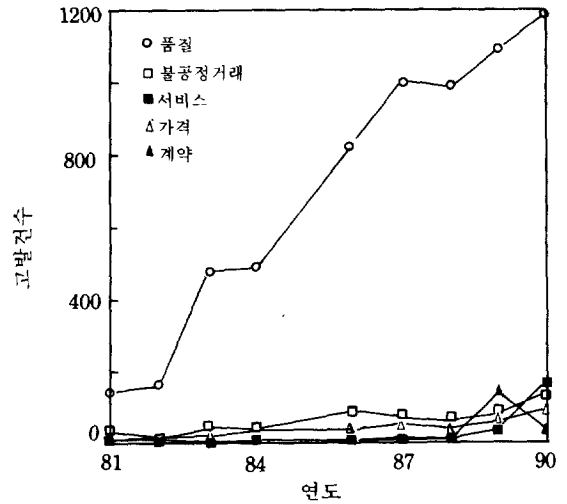


Fig. 5 불만내용에 따른 고발건수

Table 4. 품질 변화의 내용과 고발 건수

연도 내용	건(%)									
	'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90	
표면 변화	8 (5.5)	32 (24.4)	54 (11.2)	51 (10.5)	71 (8.5)	102 (9.2)	77 (7.8)	93 (8.5)	106 (8.9)	
촉감 변화	2 (1.4)	0 (0.0)	9 (1.9)	5 (1.0)	32 (3.8)	31 (2.8)	46 (4.7)	37 (3.4)	49 (4.1)	
형태 변화	26 (17.8)	15 (11.5)	66 (13.7)	60 (12.3)	117 (14.1)	145 (13.1)	134 (13.6)	121 (11.4)	139 (11.8)	
파손	32 (21.9)	24 (18.3)	106 (22.1)	113 (23.2)	171 (20.5)	220 (19.9)	191 (19.4)	283 (25.8)	232 (19.7)	
색상 변화	45 (30.8)	30 (22.9)	146 (30.4)	160 (32.9)	287 (34.5)	418 (37.8)	380 (38.7)	412 (37.6)	475 (40.3)	
오점	1 (0.7)	2 (1.5)	30 (6.3)	28 (5.7)	82 (9.9)	114 (10.3)	77 (7.8)	81 (7.4)	59 (5.0)	
부속품 불량	11 (7.5)	9 (6.0)	21 (4.4)	30 (6.2)	36 (4.3)	29 (2.6)	21 (2.2)	14 (1.3)	11 (0.9)	
기능 불량	2 (1.4)	1 (0.8)	3 (0.6)	3 (0.6)	3 (0.4)	4 (0.4)	6 (0.6)	10 (0.9)	8 (0.7)	
기타	19 (13.0)	18 (13.7)	45 (9.4)	37 (7.6)	33 (4.0)	43 (3.9)	51 (5.2)	45 (4.1)	101 (8.6)	
계	146 (100)	131 (100)	480 (100)	487 (100)	832 (100)	1106 (100)	983 (100)	1096 (100)	1180 (100)	

많은 것을 알 수 있다. 품질에 관련된 고발은 '81년 146건이던 것이 '90년에는 1180건이나 되어 전체 고발 가운데 약 70%를 차지하고 있다. 의복은 일반적으로 구입 후 착용과 세탁을 반복하게 되기 때문에 의류제품에는 세탁방법을 표기하게 되어 있다. 그러나 시판 의류제품 가운데는 품질이 불량하거나 세탁방법의 표시가 부적절하거나 미표시된 것이 많고, 소비자의 지식 부족에서 오는 세탁부주의, 세탁소의 기술 부족과 낙후한 시설 때문에 품질에 관련된 대부분의 고발이 세탁단계에서 발생하고 있다. 이렇게 불만 고발의 대부분을 차지하고 있는 품질에 관련된 고발의 내용을 연도별로 나타낸 것이 표 4이다. 이러한 품질에 관련된 고발은 그림 1에 나타난 세탁단계에서 발생한 것이 대부분으로 '90년까지 매년 건수가 가장 많았고 그 변화도 큰 폭으로 증가하는 추세이다.

1) 품질변화

그림 5에 나타난 불만 내용 중 가장 많은 건수를 차지하며 급격한 증가를 보인 품질 관련 고발내용의 연도별 변화를 나타낸 것이 표 4이다.

품질에 관련된 고발은 표면변화, 촉감변화, 형태변화, 파손, 색상변화, 오점, 부속품 불량, 기능불량, 기타 등으로 나누었는데, 이 중 가장 많은 비율을 차지하는 것은

색상변화와 형태변화, 파손 등에 관한 것이었다. 품질에 관련된 불만 고발중 비중이 높은 색상변화, 형태변화, 파손에 관하여 그 내용별로 세분화하여 표 5, 표 6, 표 7에 표시하고 고찰하였다.

(1) 색상변화

색상변화에 관한 고발(표5)은 전체 품질에 대한 불만고발 중 가장 많은 부분을 차지하고 있다. 색상변화에 있어서 문제가 많이 발생된 순서는 탈색, 변퇴색, 이염으로 염색건뢰도 문제가 대부분이다. 의류제품의 색상은 염색기술과 유행의 영향에 따라 매우 다양해졌으나 염색건뢰도나 세탁방법에 문제가 있어 이에 대한 고발이 늘고 있는 것으로 보인다.

(2) 형태변화

형태변화에 관한 고발(표6)은 수축과 신장에 대한 것이 10년간 가장 많은 비율을 차지하고 있다.

(3) 파손

파손에 관한 고발(표7)에서는 찢어짐, 미어짐, 구멍남, 뜯어짐에 대한 고발이 주된 고발내용이었다.

2) 서비스 불량

서비스 불량에 관한 고발(표8)에서는 교환거절과 불친절, 수선불량에 관한 고발이 많았다. 소비자피해보상 규정 제10조에는 교환·환불에 관한 규정이 있고 제품에

Table 5. 색상 변화

연도 내용	건(%)								
	'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90
탈 색	31 (68.9)	25 (83.3)	106 (76.7)	110 (68.8)	175 (61.0)	248 (59.3)	222 (58.4)	252 (61.2)	259 (54.5)
이 염	2 (4.4)	-	4 (2.7)	10 (6.3)	12 (4.2)	29 (6.9)	23 (6.1)	34 (8.3)	109 (22.9)
변퇴색	12 (26.7)	5 (16.7)	29 (19.9)	26 (16.3)	84 (29.3)	101 (24.2)	100 (26.3)	109 (26.5)	93 (19.6)
황 변	-	-	6 (4.1)	8 (5.0)	3 (1.1)	14 (3.3)	8 (2.1)	3 (0.7)	4 (0.8)
색이 고르지 않음	-	-	1 (0.7)	2 (1.3)	4 (1.4)	10 (2.4)	4 (1.1)	2 (0.5)	8 (1.7)
흰줄이 생 김	-	-	-	4 (2.5)	9 (3.1)	16 (3.8)	23 (6.1)	12 (3.2)	16 (3.4)
계	45 (100)	30 (100)	146 (100)	160 (100)	287 (100)	418 (100)	380 (100)	412 (100)	475 (100)

이를 명시하게 되어 있으나, 이러한 규정을 어기고 교환을 일방적으로 거절하는 사례가 있어 소비자 불만의 요인이 되고 있다. 교환 거절 사례는 백화점이나 메이커 대리점 보다는 일반시장이나 상가에서 더 많은 것으로 나타났다. 또한 수선불량의 경우 숙련된 수선공의 확보가 어렵고 업체의 투자가 적어 수선이 빠른 시간에 이루어지지 않을 뿐만 아니라 기술부족에 의한 불량한 수선의 원인이 되고 있다.

3) 가격문제

특리나 부당한 가격, 장소별 가격차이에 대한 고발은 그 비율이 감소하였다(표9). 분할요금 부당책정에 대한 고발은 '80년 후반에 크게 증가하였는데 이는 신용카드의 증가로 분할납입제도가 생기면서 분할요금의 부당책정이나 반복 고지서 발급에 대한 것이었다.

4) 계약문제

교환시 차액의 환불회피에 대한 고발은 증가하였으며 맞춤시 요구사항 무시에 대한 고발은 그 비율이 크게 감소하였다(표10). 이는 기성복이 다양하게 생산됨에 따라 맞춤 인구가 줄어 들었기 때문에 상대적으로 감소한 것으로 생각한다.

5) 불공정 거래

부당한 세일에 대한 고발은 불공정거래에 대한 문제가 사회문제화되고, 여론이 높아짐에 따라 이에 고무된 소비자의 고발이 증가하였기 때문으로 보인다. 성분함량을 허위로 기재하여 판매하는 경우에 대한 고발은 그 비율이 감소하였다(표11).

3. 처리결과

소비자고발 상담실에 접수된 고발의 처리 결과는 표 12와 같다. 전체고발 건수를 연도별로 보면 '81년 219건에서 '86년 1047건에 이르기까지 연평균 46.8%의 높은 증가율을 보였고 '87년 이후 '90년까지는 연평균 10.5%의 증가율을 보였다. 이와 같이 소비자 고발건수가 '80년대 초반기에 높은 증가율을 보인 반면 후반으로 가면서 증가율이 감소한 것은 초반기에는 소비자 고발에 대한 소비자의 권리의식이 부족했으며, 소비자 고발을 접수, 처리할 기구가 민간 소비자단체외에는 거의 없는 실정이라 소수의 적극적인 선도적 민간 소비자 단체에 고발이 집중되었기 때문으로 생각한다. 또한 소비자피해를

Table 6. 형태 변화

건(%)

연도 내용	'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90
뒤틀림	2 (7.7)	2 (13.3)	5 (7.6)	5 (8.3)	7 (6.0)	12 (8.3)	7 (5.2)	5 (4.1)	7 (5.0)
수 축	16 (61.5)	10 (66.7)	43 (65.2)	27 (45.0)	74 (63.2)	90 (62.1)	76 (56.7)	81 (66.9)	84 (60.4)
신 장	6 (23.1)	2 (13.3)	11 (16.7)	12 (20.0)	7 (6.0)	13 (9.0)	19 (14.2)	21 (17.4)	24 (17.3)
구김 퍼지지 않음	1 (3.8)	1 (6.7)	3 (4.6)	6 (10.0)	2 (1.7)	8 (5.5)	9 (6.7)	1 (0.8)	6 (4.3)
말 립	-	-	1 (1.5)	1 (1.7)	11 (9.4)	-	2 (1.5)	-	-
주름이 퍼짐	1 (3.8)	-	-	-	15 (12.8)	6 (4.1)	5 (3.7)	4 (3.3)	2 (1.4)
우글거림	-	-	3 (4.6)	9 (15.0)	1 (0.9)	16 (11.0)	16 (11.9)	9 (7.4)	10 (7.2)
계	26 (100)	15 (100)	66 (100)	60 (100)	117 (100)	145 (100)	134 (100)	121 (100)	139 (100)

줄이고 소비자를 보호하기 위한 소비자보호법이 본격적으로 추진된 것이 '82년으로 그 이전에는 법적인 규제가 없었으므로 사업자나 정부산하에 소비자의 고발을 전담할 만한 기구가 설치되어 있지 않아 소비자들은 민간단체의 상담실을 많이 이용하였기 때문에 고발건수의 증가율이 높았던 것으로 생각한다.

그러나 소비자보호법이 제정, 공포된 후 거래활동에서 불만 및 피해를 입는 소비자가 사업자를 상대로 직접 교섭하여 구제받는 제1차적 방법인 소비자고발센터나 사업자의 애프터서비스센터가 계속 증가하게 되었으며 소비자피해보상기구(소비자상담실, 소비자보호부)를 신규로 설치하거나 기존조직을 지정하여 소비자피해구제의 전담창구로 운영하는 기업이 늘게 되었다. 따라서 이러한 기구의 확산효과는 '80년대 후반에 들어서면서 나타나 민간 소비자단체의 고발상담실에 접수되는 고발의 비율도 차츰 줄어들어 증가율이 늦게 나타난 것

으로 본다.

① 소비자 부주의로 처리된 고발 건수는 '81년 8.5%(16건)에서 '90년에는 1.2%(19건)로 그 비율이 감소하는 추세에 있어, 소비자의 섬유제품취급에 대한 의식이 향상되었음을 보여주고 있다.

② 교환·환불로 처리된 경우는 '81년 54.8%(120건)에서 '90년 6.0%(105건)으로 감소하는 추세에 있다. 이러한 감소추세는 '80년대 후반으로 가면서 소비자보호법의 시행으로 소비자전담기구를 설치한 업체나 판매처가 증가함에 따라 소비자는 의류제품에 관련된 불만을 일차적으로 이러한 기구에 제기하여 해결 받음으로써 이러한 기구가 설치되어 있지 않거나, 있어도 처리가 원만하게 이루어지지 않을 때 소비자 고발 상담실을 찾게 되므로 교환이나 환불 처리가 감소한 것으로 생각한다.

③ 합의·배상 처리는 '81년 5.0%(11건)에서 '87년

Table 7. 파손

건(%)

연도 내용	'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90
구 명	3 (9.4)	2 (8.3)	14 (13.2)	12 (10.6)	28 (16.4)	46 (20.9)	42 (22.0)	48 (17.0)	30 (12.9)
찢어짐	9 (28.1)	13 (54.2)	15 (14.2)	12 (10.6)	48 (28.1)	69 (31.4)	52 (27.2)	76 (26.9)	63 (27.2)
용해 녹음	-	-	-	-	-	-	1 (0.5)	2 (0.7)	3 (1.3)
미어짐	10 (31.3)	12 (10.0)	44 (41.5)	32 (28.3)	38 (22.2)	42 (19.1)	41 (21.5)	38 (13.4)	38 (16.4)
뜯어짐	5 (15.6)	3 (12.5)	15 (14.2)	20 (17.7)	6 (3.5)	23 (10.5)	23 (12.0)	21 (7.4)	26 (11.2)
원래 파손된 상태	4 (12.5)	2 (8.3)	4 (3.8)	9 (8.0)	5 (2.9)	7 (3.2)	4 (2.1)	13 (4.6)	16 (6.9)
늘 다	-	1 (4.2)	3 (2.8)	4 (3.5)	17 (9.9)	8 (3.6)	3 (1.6)	14 (4.9)	14 (6.0)
삭 다	-	-	3 (2.8)	3 (2.7)	7 (4.1)	3 (1.4)	6 (3.1)	3 (1.1)	4 (1.7)
태우다	-	-	3 (2.8)	3 (2.7)	5 (2.9)	7 (3.2)	1 (0.5)	9 (3.2)	4 (1.7)
계	32 (100)	24 (100)	106 (100)	113 (100)	171 (100)	220 (100)	191 (100)	283 (100)	232 (100)

중반 18.8%(266건)까지 증가하였다가 '90년에는 6.0%(105건)으로 감소하였다. 합의나 배상 처리가 '80년대 초기에 비해 '86년과 '87년에 크게 증가한 것은 손상된 제품에 대한 피해보상기준이 '86년 2월부터 시행됨에 따라 이에 의거한 처리가 증가하였기 때문으로 본다.

그러나 교환이나 환불과 마찬가지로 소비자전담기구를 설치한 업체나 판매처의 증가로 처리율도 감소한 것으로 생각한다.

④ 수선이나 재세탁, 다시맞춤으로 처리된 비율은 '81년 6.4%(14건)에서 '90년에는 2.5%(43건)으로 감소하고

Table 8. 서비스 불량

연도 내용	건(%)								
	'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90
불친절	2 (14.3)	3 (25.0)	4 (48.2)	3 (8.6)	5 (5.5)	3 (4.2)	14 (22.2)	15 (18.1)	39 (27.9)
교환거절	4 (28.6)	4 (53.3)	23 (47.9)	19 (54.3)	26 (28.6)	34 (47.1)	24 (38.1)	35 (42.2)	60 (42.9)
수선불량	2 (14.3)	2 (16.7)	9 (18.8)	11 (31.4)	31 (34.1)	18 (25.4)	18 (28.6)	17 (20.5)	30 (21.4)
강매	1 (7.1)	-	-	-	1 (1.1)	-	-	5 (6.0)	1 (0.7)
수선품 분실	1 (7.1)	1 (8.3)	7 (14.9)	-	5 (5.5)	4 (5.6)	1 (1.6)	7 (8.4)	7 (5.0)
입어보지 못하게 함	3 (21.4)	1 (8.3)	-	-	1 (1.1)	1 (1.4)	5 (7.9)	-	-
수서거절	1 (7.1)	1 (8.3)	5 (10.4)	2 (5.7)	10 (11.0)	11 (15.5)	1 (1.6)	4 (4.8)	3 (21.4)
영수증 미발급	-	-	-	-	12 (13.2)	-	-	-	-
계	14 (100)	12 (100)	48 (100)	35 (100)	91 (100)	71 (100)	63 (100)	83 (100)	140 (100)

Table 9. 가격 문제

연도 내용	건(%)								
	'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90
폭리 부당가격	9 (69.2)	2 (33.3)	2 (33.3)	2 (50.0)	-	9 (56.3)	-	21 (48.8)	27 (16.1)
장소별 가격차이	4 (30.8)	4 (66.7)	4 (66.7)	2 (50.0)	1 (25.0)	4 (25.0)	5 (50.0)	14 (32.6)	8 (4.8)
분할요금 부당책정	-	-	-	-	3 (75.0)	3 (18.7)	5 (50.0)	8 (18.6)	133 (79.1)
계	13 (100)	6 (100)	6 (100)	4 (100)	4 (100)	16 (100)	10 (100)	43 (100)	168 (100)

있다. 이는 각 판매처나 업체 등에 의복 수선을 위한 기구가 설치되어 소비자의 요구나 불만에 대해 대처하고 있으며, 기성복의 발달로 맞춤 인구가 줄어 이에 대한 고발도 감소하여, 수선이나 재세탁, 다시맞춤으로 처리 되는 비율이 감소하였다고 본다.

⑤ 시정이나 소송, 심의 등은 소비자의 불만을 소비자단체의 중재로 해결이 안되었을때 국가기관이나 해당관청에 의뢰하여 시정을 명령하도록 요구하거나 상급단체에 심의 요청 또는 법적인 절차를 밟아 소송을 하는 것으로 '81년 2.7%(6건)에서 '90년에는 6.2%(108건)로 증가하는 추세에 있다. 이는 소비자 보호단체들의 활동이 업체나 판매처에 법적인 제재력을 갖지 못하기 때문에 소비자단체의 중재에 불응하는 사례가 늘은 것으로 생각한다.

⑥ 피고발자 연락불능 또는 피고발자 불응의 경우

소비자가 첨부한 피해제품의 라벨에 제조 또는 판매업자에 관한 사항이 없거나 허위인 경우에 연락불능으로 처리되기도 하고 소비자단체의 중재에 무조건 불응하는 사례에 대한 것으로 '81년 3.7%(8건)에서 '90년에는 0.9%(15건)로 감소하는 추세이며 전체 처리 중 가장 적은 비율을 차지하고 있다.

⑦ 고발의 처리에서 가장 많은 비율을 차지하는 것은 정보제공 및 시험분석으로 '81년 6.9%(13건)에서 '90년 76%(1197건)로 크게 증가하였다. 이와 같이 정보제공 및 시험분석이 '80년대 후반으로 가면서 크게 증가한 것은 제품의 품질변화에 대한 불만이나 구입시 불만사항에 대한 소비자의 고발을 소비자 단체가 직접 처리하기 보다는 불만의 해결방법을 소비자보호법과 품목별피해보상규정에 의거하여 제시함으로써 일차적으로 판매처나 제조처의 소비자전담기구를 찾도록 했으며,

Table 10. 계약 문제

건(%)

연도 내용	'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90
환불회피	2 (6.3)	1 (7.7)	2 (9.5)	5 (14.3)	14 (37.8)	9 (19.1)	11 (26.2)	23 (36.5)	34 (37.0)
요구사항 무시	27 (84.4)	10 (76.9)	12 (57.1)	18 (51.4)	13 (35.1)	30 (63.8)	17 (40.5)	21 (33.3)	40 (43.5)
날짜위반	2 (6.3)	-	5 (23.8)	11 (31.4)	10 (27.0)	12 (25.5)	9 (21.4)	12 (19.1)	13 (14.1)
티켓발행 책임회피	1 (3.0)	2 (15.4)	2 (4.5)	1 (2.9)	-	6 (12.6)	5 (11.9)	7 (11.1)	5 (5.4)
계	32 (100)	13 (100)	21 (100)	35 (100)	37 (100)	47 (100)	42 (100)	63 (100)	92 (100)

Table 11. 불공정 거래

건(%)

연도 내용	'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90
부당세일	2 (25.0)	2 (66.7)	1 (25.0)	4 (50.0)	3 (37.5)	2 (28.6)	4 (33.3)	125 (89.9)	16 (45.7)
성분함량의 허위기재	6 (75.0)	1 (33.3)	3 (75.0)	4 (50.0)	5 (62.5)	5 (71.4)	8 (66.7)	14 (10.1)	19 (54.2)
계	8 (100)	3 (100)	4 (100)	8 (100)	8 (100)	7 (100)	12 (100)	139 (100)	35 (100)

자체의 시설이나 인력으로는 처리가 어려운 고발에 대해서는 외부 전문 시험기관에 시험분석을 의뢰하는 경우가 늘어난 결과라고 생각한다.

전체 고발중 처리된 상황은 '81년 85.8%(219건 중 188건)부터 '90년 90.3%(1743건 중 1574건)까지 평균 83%로 높은 처리율을 보이고 있다. 증거 불충분이나 소비자 취하 등으로 미처리된 것은 '81년 14.2%(31건)부터 '90년 9.7%(169건)까지 평균 17% 정도로 나타났다.

V. 결 론

시판 의류제품에 관련된 소비자의 불만을 조사하기 위해 실시한 본 연구는 1981년부터 1990년까지 10년간 서울시내 소비자 단체 중의 하나인 YWCA소비자 고발 상담실에 접수된 의류제품에 관련된 불만자료를 수집

하여 불만고발의 내용과 고발의 처리결과에 대해 고찰 하였으며 이의 결과는 다음과 같다.

1. 고발자료의 일반적 사항

시판 의류제품에 대한 소비자의 불만 고발에 대하여 조사한 결과 성별로는 매년 여성이 남성보다 월등히 많았으며, 연령별로는 20대와 30대가 매년 평균 78% 이상을 차지하며, 그 외에 40대, 50대, 60대·10대의 순이었다. 발생단계별 불만고발은 연도별로 세탁단계에서의 고발이 가장 많은 비율을 차지하며 세탁단계에서의 고발은 '80년대 초에는 물세탁에 대한 고발이 90% 이상이었으나 '83년 이후에는 드라이클리닝에 대한 고발이 크게 증가하여 70% 이상을 차지하였다. 의복종류에 따른 연도별 고발 건수의 변화는 의의류에 대한 고발이 가장 많아 전체의 80% 이상이었으며, 의의류 중에서도 정장

Table 12. 고발에 대한 처리

연도		'81	'82	'83	'84	'86	'87	'88	'89	'90
전체고발		219 (100)	167 (100)	597 (100)	609 (100)	1047 (100)	1414 (100)	1197 (100)	1536 (100)	1743 (100)
처	소 비 자 부 주 의	16 (8.5)	6 (4.0)	23 (4.8)	33 (7.4)	104 (12.1)	38 (3.1)	24 (2.6)	15 (1.2)	19 (1.2)
	교 환 환 불	120 (54.8)	106 (63.5)	270 (45.2)	234 (38.4)	188 (17.9)	191 (13.5)	173 (14.5)	134 (8.7)	105 (6.0)
	합 의 배 상	11 (5.0)	9 (5.4)	70 (11.7)	51 (8.4)	166 (15.9)	266 (18.8)	162 (13.5)	165 (10.7)	87 (6.0)
	수 선택 재세탁 다시맞춤	14 (6.4)	7 (4.2)	48 (8.0)	36 (5.9)	84 (8.0)	93 (6.6)	78 (6.5)	55 (3.6)	43 (2.5)
	시 소 정 소 심 송 의 의	6 (2.7)	3 (1.8)	11 (1.8)	7 (1.1)	50 (4.9)	71 (5.0)	137 (11.4)	54 (3.5)	108 (6.2)
	피 고 발 자 연 락 불 능 불 응	8 (3.7)	9 (5.4)	21 (3.5)	19 (3.1)	35 (3.3)	16 (1.1)	18 (1.5)	39 (2.5)	15 (0.9)
	정 보 제 공 시 험 분 석	13 (6.9)	11 (7.3)	36 (7.5)	64 (14.4)	234 (27.2)	584 (46.4)	343 (36.7)	754 (62.0)	1197 (76.0)
처리된 고발	188 (85.8)	151 (90.4)	479 (80.2)	444 (72.9)	861 (82.2)	1259 (89.0)	935 (78.1)	1216 (79.1)	1574 (90.3)	
미처리, 기타	31 (14.2)	16 (9.6)	118 (19.8)	165 (27.1)	186 (17.8)	155 (11.0)	262 (21.9)	320 (20.9)	169 (9.7)	

류와 코트류에 대한 고발이 70% 이상으로 큰 비중을 차지하고 있었다. 구입장소에 따른 고발은 유명메이커 대리점에 대한 고발 비율이 가장 높았다.

2. 불만 고발의 내용

불만 고발의 내용은 품질에 관련된 고발이 연평균 약 76%로 가장 많았으며, 서비스, 가격, 계약, 불공정거래에 관한 고발은 비교적 적게 나타났다.

품질에 관련된 고발은 세탁단계에서 발생한 것이 대부분으로 그 내용에 따른 고발 건수의 비율은 색상변화, 형태변화, 파손등에 관한 것이 높게 나타났다. 서비스 불량에서는 교환거절에 대한 고발이 가장 많아 43% 이상이었으며 수선불량 및 불친절의 순으로 나타났다. 가격문제에서는 적정가격을 무시한 폭리나 장소별 가격차이에 대한 고발이 많았다. 계약문제에는 맞춤시 요구사항 무시와 차액환불 회피에 대한 고발이 70% 이상으로 많았다. 불공정거래에서는 부당한 세일과 성분이나 함량을 속여 파는데 대한 고발이 대부분이었다.

3. 불만 고발의 처리 결과

전체 고발 중 처리된 것은 '81년부터 '90년까지 평균 83%였고, 증거 불충분이나 소비자취하 등으로 미처리된 것은 평균 17%였다.

처리된 고발 중 소비자 부주의는 의류제품에 대한 소비자의 의식향상의 결과로 감소하고 있으며, 교환 및 환불, 합의·배상은 소비자 전담기구를 설치한 의류업체나 판매처가 증가함에 따라 소비자 고발센터로의 고발에 의한 처리는 감소하고 있다. 수선이나 재세탁, 다시 맞춤으로 처리된 것이 감소하고 있는 것은 의류업체나 판매처에 의류수선을 위한 기구가 설치되어 있고 기성복의 발달로 맞춤인구가 줄어들은 결과이다. 시정이나 소송, 심의 등은 소비자 보호단체들이 업체나 판매처에 대한 법적인 제재력을 갖지 못하기 때문에 증가하는 추세이다. 피고발자 연락불능 또는 피고발자 불응 등은 감소하고 있다. 정보제공 및 시험분석이 증가하고 있는 것은 소비자의 고발을 소비자 단체가 직접 처리하기 보다는 불만의 해결방법을 소비자보호법과 품목별피해 보상규정에 의거하여 제시함으로써 일차적으로 판매처나 제조처의 소비자전담기구를 찾도록 했으며, 자체의 시설이나 인력으로는 처리가 어려운 고발에 대해서는

외부 전문 시험기관에 시험분석을 의뢰하는 경우가 늘어난 결과이다.

소비자 단체에 고발된 의류제품에 대한 불만은 평균 80% 이상 처리되고 있으며, 소비자의 불만은 여러가지 형태로 의류업체나 판매처 등에 피드백되어 보다 질 좋은 제품과 서비스를 공급받을 수 있는 계기가 된다. 따라서 의류제품에 관련된 불만을 경험했을 때 이것을 잠재시키지 않고 적극적으로 불만을 해결하려는 소비자 의식의 고양이 필요하다 고 본다.

참 고 문 헌

- 1) 박찬애, 시판의류제품의 품질표시 실태와 소비자 태도에 관한 연구, 한양대학교 대학원 석사학위논문(1990).
- 2) 한국소비자보호원, 섬유제품 및 세탁용 세제 표시실태 조사, 한국소비자 보호원, 5-18, (1990).
- 3) 배순화, 섬유제품의 취급방법과 관련된 레이블에 대한 연구-소비자인식 및 세탁실태를 중심으로-, 서울여자대학교 대학원 석사학위논문(1991).
- 4) 소비자보호단체협의회, 소비자, 소비자보호단체협의회, 8-11, (1991).
- 5) 김석근, 김태훈 편, 섬유상품소비과학, 형설출판사, 193-95, (1991).
- 6) 日本纖維製品消費科學會, 纖維製品消費科學總論, 日本纖維製品消費科學會, 71, (1980).
- 7) 北原三郎, 水野良象, 纖維製品 商品學, 光生館, 181-82, (1980).
- 8) 홍천룡, 소비자 피해구제 제도에 관한 연구, 경희대학교 대학원 박사학위논문(1980).
- 9) 日本纖維製品消費科學會, 前掲書, 120.
- 10) 김선옥, 소비자 피해구제 제도의 조사연구, 경제기획원, 35, (1989).
- 11) 전국경제인연합회, 기업의 소비자 보호활동 실태조사, 전국경제인연합회, 21, (1990).
- 12) 상계서, 20.
- 13) 이기춘, 소비자 교육, 교문사, 296, (1991).
- 14) 소비자보호단체협의회, 소비자, 소비자단체협의회, 40, (1989).
- 15) 소비자보호단체협의회, 소비자피해보상규정, 소비자단

- 체협의회, 1, (1989).
- 16) Duhaime, C. and Ash, S. B., Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior : A Comparison of Male and Female Consumers, *CS/CD and CCB Proc.* R. L. Day ed., 102-111, (1979).
- 17) Leifeld, J. P., Edgecomb, F. H. C. and Linda, White, Demographic Characteristics of Canadian Consumer Complainers, *Journal of Consumer Affairs*. 9(summer), 73-80, (1975).
- 18) Barnes, J. G. and Kelloway, K. R., Consumerists : Complaining Behavior and Attitudes Toward Social and Consumer Research, *Advances in Consumer Research*, VII, 329-334, (1980).
- 19) 한국소비자보호원, 어느 회사제품이 좋은가, 한국소비자보호원, 73-77, (1991).