

## “이 광고는 우연이 아니니까”

소비자 취향을 저격한 맞춤형 광고, 개인정보는 안전할까?

당신은 SNS를 이용하면서 자신이 눈여겨보던 제품을 겨냥한 광고를 접한 적이 있는가? 최근 김 모 씨는 다이어트에 대한 관심이 부쩍 늘어 포털 검색 창에 ‘다이어트 샐러드’를 검색하고 다양한 쇼핑몰을 방문하였다. 이후 그의 SNS 피드에는 ‘다이어트 샐러드’ 관련 광고물이 종종 게시되었으며 포털 사이트 배너 및 기사 광고란에도 관련 광고가 자주 등장하였다. 이처럼 누군가의 취향 및 관심사를 겨냥하여 개개인에게 최적화된 광고를 ‘맞춤형 광고’라고 한다.

맞춤형 광고는 검색기록, 방문 사이트, 구매 이력 등 이용자의 기호가 담긴 행태정보를 활용하여 개인에게 최적화된 광고를 제공한다. 또한 이용자의 성별, 연령대와 같은 인구통계학적 특성을 바탕으로 같은 조건의 이용자에게 ‘좋아할 만한 광고’형식의 맞춤형 광고를 제공하기도 한다.

맞춤형 광고는 크게 ‘당사자 광고’와 ‘제3자 광고’로 두 유형이 있다. 먼저 ‘당사자 광고’는 이용자가 A 쇼핑몰에서 ‘여성 구두’를 검색했을 경우, 검색기록 등의 행태정보가 축적되어 하나의 데이터를 형성한다. 이를 활용하여 A 쇼핑몰은 해당 쇼핑몰 광고 칸에 여성 구두 관련 광고를 게재하고 이용자의 관심사를 겨냥한 맞춤형 광고를 제공한다. 두 번째로 ‘제3자 광고’는 쇼핑몰 내 이용자의 행태정보를 축적하여 데이터를 형성하는 과정까지는 당사자 광고와 동일하다. 그러나 해당 데이터를 수집한 A 쇼핑몰뿐만 아니라 이용자의 SNS, 포털 사이트 등 제3자에게도 데이터를 제공하여 다양한 매체들이 이용자의 정보를 활용할 수 있다는 점에서 차이가 있다.

그렇다면 우리의 개인정보 및 행태정보는



▲ 출처: 테크월드

광고의 개인정보 보호 가이드라인」에 따르면 총 4가지 원칙을 바탕으로 이용자의 개인정보를 보호하도록 하고 있다. 첫째, 정보 수집가는 투명성을 원칙으로 당사자가 해당 정보의 수집 및 이용 여부를 알 수 있도록 고지하여야 한다. 둘째, 이용자의 통제권을 보장하며 이용자가 정보 제공 여부를 자율적으로 선택할 수 있도록 하여야 한다. 셋째, 정보 수집가

여 노력하여야 한다. 넷째, 정보 유출 등의 피해 발생 시 빠른 대처를 통하여 피해구제를 진행하고 추가 피해를 막아야 한다. 현재 많은 맞춤형 광고는 위 가이드라인을 바탕으로 이용자에게 해당 광고에 대한 정보를 전하고 있다. 실제 맞춤형 광고의 ‘더 보기’를 클릭하면 해당 광고의 바탕이 된 행태 정보, 광고 설정 제어, 개인정보처리방침 열람, 광고사업자에게

내용을 확인하고 의사를 표할 수 있는 창구가 마련되어 있다.

그러나 증가하는 맞춤형 광고의 비중에 비하여 이용자를 고려한 가이드라인은 아직 부족한 것이 현실이다. 이 때문에 현재 맞춤형 광고 시스템은 이용자가 직접 기기별, 브라우저별로 개인정보 제공에 대한 부분을 일일이 관리하여야 한다는 번거로움이 존재한다. 또한 이용자는 서비스 이용을 위해 어쩔 수 없이 개인정보 제공을 동의하는 경우가 빈번하다. 사이트 및 앱 회원 가입 시, 개인정보 제공에 동의하지 않으면 일부 서비스 사용에 제한을 두는 경우가 많아 이용자는 때때로 원하지 않더라도 동의를 할 수밖에 없다.

맞춤형 광고는 이용자의 관심사를 바탕으로 개개인에게 최적화된 광고를 제공한다는 점에서 매우 유용하다. 그러나 이러한 편리함은 이용자들의 개인정보를 바탕으로 만들어진 것이다. 광고사업자는 이용자들의 정보를 안전하고 윤리적으로 활용할 의무가 있으며 이용자 개인정보 제공의 자율성 및 보호 방침에 대한 노력이 제도적으로 뒷받침되어야 한다. 또한 이용자는 이 점을 인지하고 개인정보 제공에 있어 신중함과 경각심을 갖고 이용자 보호가 가능한 맞춤형 광고 시장을 도모하여야 할 것이다.

최인화 기자  
ih7830@naver.com

## 사회적경제 박람회 캡스톤디자인 페어 대상 수상

대학생이 꿈꾸는 사회적경제를 제시하다



지난 7월 5일, 대전컨벤션센터에서 개최된 ‘2019 대한민국 사회적경제 박람회 캡스톤디자인 페어’(이하 캡스톤디자인페어)에서 더블업팀(충남대학교 소비자학과 17학번 양소현·양재민·임정·장혜원)이 대상을 수상하였다. 이번 캡스톤디자인페어는 충남대학교 LINC+사업단에서 주관하였으며 사회적경제 분야의 창의성을 지닌 인력 양성을 목적으로 시행되었다. 또한 이는 전국 대학의 지역사회에 대한 협업을 강화하는 기대를 바탕으로 성황리에 개최하였다. 해당 페어에는 충남대, 경남대, 계명대, 대전권 대학연합 산학협력 협의체 등 12개 대학 22개 팀이 참여하여 사회적경제에 대한 다채롭고 참신한 아이디어를 공

유하는 장이 되었다. 충남대학교 더블업팀은 대전지역 내 자활사업 활성화 방안을 주제로 학내 소비자 생활협동조합 연계, 자활생산품 판매 소품샵 구현, 스탬프 투어북 제작 활동을 제안하였다. 또한 연계 활동으로 충남대학교 학내 축제에서 자활생산품인 마카롱과 마들렌 판매 및 자활센터 홍보 부스를 운영하였다. 이는 수상에 그치지 않은 지속적인 활동으로, 사회적경제 분야의 발전에 앞장서고 이에 대하여 많은 이들의 관심을 제고함과 동시에 지역사회 발전에 이바지하는 효과를 창출하였다.

천유빈 기자  
yuhee1207@naver.com

# 유튜브에 빠진 아이들, 안전할까요?

아동 유튜브 시장의 성장과 문제에 대하여



▲ 출처: 네이버 포스트 'JobsN'

현재 우리나라에서 가장 많은 구독자를 보유하고 있는 유튜브 채널은 무엇일까? 바로 키즈 채널인 '보람튜브'이다. 보람튜브는 6세 이보람 양이 출연하는 유튜브 채널로 '보람튜브 토이리뷰', '보람튜브 브이로그', '보람튜브'의 총 3개의 채널을 합하여 2019년 10월 1일 기준 약 3,808만 명의 구독자를 보유하고 있다. 또한 2018년 미국과 한국에서 어린이를 대상으로 장래 희망을 조사한 결과, 미국은 1위, 한국은 5위가 유튜버인 것으로 밝혀졌다. 이처럼 유튜버에 대한 아동들의 수요가 증가

하고 있고 아동 유튜브의 규모 또한 커지는 추세이다. 이에 일부에서는 아동 유튜버 및 아동 시청자에 대한 우려를 보이며 몇 가지 문제점을 제시하였다.

첫째, 아동 유튜버는 영상을 제작하며 정신적·신체적으로 피해를 볼 위험성이 크다. 유튜브 특성상 유튜버는 댓글 창을 통하여 익명의 시청자들과 소통을 한다. 이때 유튜버는 악플 등에 노출될 위험이 크며 이는 아직 정신적으로 미성숙한 아동에게 정신적 피해를 줄 수 있다. 또한, 참신한 콘텐츠를 기획하고자 하는

부모의 욕심에 의해 아동 학대의 위험에 놓이는 경우도 있다. 앞서 말한 보람튜브는 장난감 자동차에 아이들을 태워 실제 도로 위에서 촬영하고, 전기 파리채로 아이를 협박하여 춤을 추게 하는 등의 영상으로 아동학대 논란에 휩싸인 바가 있다. 이로 인하여 아동 보호단체인 '세이브더칠드런'은 이보람 양의 부모를 아동학대 혐의로 고발하기도 하였다.

둘째, 자극적인 콘텐츠에 대한 우려이다. 일부의 어린이들과 부모들은 조회 수를 올리기 위하여 자극적이고 선정적인 콘텐츠를 제작한다. 실제로 '엄마 몰카', '엄마 직캠' 등을 유튜브에 검색하면 엄마가 집에서 편하게 옷을 입고 무방비한 상태로 있는 모습을 몰래 찍은 영상 등 수십 개의 영상이 나온다. 또한 아이가 부모의 지갑을 몰래 훔치는 모습, 아이가 강도를 만나는 모습을 연출한 영상들이 논란이 되기도 하였다. 이런 영상들은 영상을 찍는 어린이뿐만 아니라 해당 영상을 시청하는 어린이들 모두에게 부정적인 영향을 미칠 가능성이 크다.

셋째, 자극적인 콘텐츠 등이 아동 시청자에게 악영향을 미칠 우려가 있다. 유튜브의 시청 연령 제한 기준은 만 19세 이상과 미만으로만 나누어져 결과적으로 아동은 '19세 이상 시청 가능 영상'이 아닌 이상 모든 영상을 시청할 수 있다. 이 과정에서 정신적으로 미성숙한 나이에 비해 다소 자극적인 영상을 시청할 확률이 높고 이는 모방, 잘못된 학습 등으로 이어질 위험이 있다.

아동은 미성숙한 존재로서 위험으로부터 보

호받아야 마땅하지만, 유튜브 속의 아동을 보호하는 것은 제도적인 장치의 부족 등으로 인하여 쉽지 않은 상태이다. 해외에서는 이러한 문제점을 인식하여 어린이들을 보호할 법적 장치를 마련하고 있다. 유럽연합(EU)은 유튜브 콘텐츠에 대한 행동규약의 실효성을 높이는 방안을 검토 중이며, 독일은 연방미디어청 청소년미디어보호위원회 통제 속에 1인 미디어 콘텐츠를 규제하고 있다.

최근 국내도 아동 시청자를 대상으로 한 영상의 경우, 개인 맞춤 광고를 금지하는 규제의 시행을 예고하였다. 개인 맞춤 광고는 유튜버 광고 수익의 대부분을 차지하는데 이 규제의 시행으로 광고 수익을 노린 자극적인 콘텐츠의 감소가 기대되고 있다. 또한 유튜브는 모 채널이 아동 유튜버의 채널로 확인될 경우, 댓글 창을 막는 등 어린이 유튜버를 보호하기 위한 조치를 취하고 있다. 앞으로도 유튜브와 정부는 어린이 유튜버를 아동학대와 잘못된 영상 학습, 정신적 스트레스 등의 위험으로부터 보호하기 위한 방안을 더욱 활발히 실행하여야 할 것이다.

김승희 기자

rlatmdgmlno2@naver.com

# 실 때도 쉬지 못하는 청소노동자

그들의 열악한 휴게시설, 그 내면은...

지난 8월 9일 서울대학교 제2공학관 지하 1층 남자 직원 휴게실에서 청소노동자 A 씨(67세)가 숨진 채로 발견되었다. A 씨는 청소를 마친 후 휴게실로 들어간 지 30분 만에 숨진 것으로 알려졌으며 경찰은 고인의 평소 지병이었던 심장질환이 사망원인이라고 밝혔다. 하지만 점자 사람들 사이에서 고인을 죽음으로 몰아간 것은 제대로 휴식을 취할 수 없는 열악한 휴게실 때문이라는 의견이 나오기 시작하였다. 이 때문에 고용노동부 서울관악고용노동지청은 서울대학교에 있는 직원 휴게실 15곳의 창문, 환기 시설, 냉·난방 시설 설치 여부, 적정 온도도 유지 여부, 1인당 면적 등을 점검하였고 해당 휴게실 15곳에 대하여 폐쇄·이동·개선·권고 조치를 내렸다.

많은 사람이 고인을 죽음으로 몰았다고 언급한 휴게실은 과연 어떠한 모습일까? 해당 휴게시설은 3명이 함께 사용하기에는 턱없이 좁은 3.5㎡의 공간으로, 환풍기와 냉·난방시설 또한 갖추지 못하였다. 또한 휴게시설이 계단 옆에 간이 벽으로 만들어졌기 때문에 그곳을 지나다니는 학생들조차 이곳이 휴게시설인지 몰랐다는 반응이 대다수였다. 물론 다른 곳에서 근무하는 청소노동자들의 휴게시설도 해당 휴게시설과 별반 다르지 않은 모습을 보인다. 그뿐만 아니라 휴게시설이 지하에 위치하여 주차장에 들어오는 자동차의 매연과 먼지에

고스란히 노출될 수밖에 없는 상황이다. 이는 대다수의 청소노동자가 잠시나마 쉴 수 있는 공간에서도 충분히 쉬지 못하는 열악한 환경 속에 있다는 사실을 보여준다.

이러한 열악한 환경에 처해있는 청소노동자를 위하여 고용노동부에서는 「사업장 내 휴게시설에 대한 설치운영 가이드라인」을 제시하였다. 첫째, 휴게시설은 노동자의 신체적·정신적 피로를 해소하기 위한 시설이기에 모든 사업장에 휴게시설 설치를 원칙으로 하여야 한다. 둘째, 휴게시설은 작업장이 있는 건물 내에 설치하되, 3~5분 이내에 도착할 수 있어야 하고 1인당 1㎡ 이상 확보하여야 한다. 셋째, 휴게시설 안에서 쉴 수 있는 환경을 조성하기 위하여 계절별로 적정 온습도를 유지하고 휴게시설의 쾌적한 공기 질을 확보하여야 한다.

하지만 고용노동부가 제시한 가이드라인은 권고 조치에 해당하기 때문에 사실상 법적 강제성은 없다. 사업주가 이를 따르지 않아도 법적인 구속력은 없는 것이다. 따라서 청소노동자들의 휴식권을 위한 환경개선과 더 강력한 제도 개선이 필요하다. 사업주들은 건물의 공간을 사용하는 대다수의 사람뿐만 아니라 그곳에서 일하는 소수의 노동자를 위한 공간도 함께 마련하여야 할 것이다. 이러한 사업자들의 노력이 모인다면 청소노동자들은 쾌적한 공간에서 휴식을 취할 수 있을 것이다.



▲ 출처: 한겨레

'우리는 말 그대로 유명, 투명간간이었던 것 같아요.' 한 청소노동자의 인터뷰 중 일부이다. 누구보다 일찍 출근하여 청소를 시작하고 모두가 퇴근한 뒤까지 깨끗한 근무 환경을 위하여 노력하는 청소노동자, 우리는 그들의 처우나 권리에 대하여 생각하여 볼 필요가 있다. 우리의 쾌적한 환경 조성을 위하여 힘쓰는 청소노동자를 향한 소비자의 관심과 존중이 이

들의 근무환경 개선을 위한 보탬이 되지 않을까.

전지현 기자

dnu06074@naver.com

# 미래의 아침밥은 어떤 모습일까?

미래의 식품 시장을 뒤흔들 음식들에 대하여



▲ 출처: 네이버 블로그 hot issue

현재 우리는 수많은 자원을 식품 생산을 위하여 사용하고, 그 자원들을 통하여 만들어진 식품을 섭취하는 등 다양한 식품 사이에서 살아가고 있다. 소, 돼지 등을 키우기 위하여 엄청난 양의 옥수수나 콩을 사료로 사용하는 것을 그 예라고 볼 수 있다. 하지만 위와 같은 무분별한 자원 사용으로 인하여 늘어나는 인구 대비 식량은 턱없이 부족해질 시기가 올 것이다. 따라서 우리는 다가오는 식량 문제에

대응하기 위하여 현재 식품의 대체품을 찾아야 한다. 그렇다면 대체 가능한 미래 식품에는 어떤 것이 있을까?

첫 번째 미래 식품은 '곤충'이다. 식용 곤충의 첫 번째 장점은 경제적이라는 점이다. 곤충은 소, 돼지, 닭보다 사육 시설의 크기가 작아 높은 밀도로 효율적인 생산이 가능하고, 다른 가축들보다 사료의 양이 덜 들어가기 때문에 사육하는 비용이 적게 들어간다. 두 번째 장점은 영양학적으로 우수하다는 점이다. 곤충은 3대 영양소인 탄수화물, 단백질, 지방을 고루 갖추고 있고 그중에서도 단백질 함량(건조중량 100g당 30~50%)이 다른 단백질 공급원보다 높다. 추가로 곤충은 다른 단백질 공급원보다 출하 기간이 짧기 때문에 공급 안정성이 뛰어나다. 그러나 단점으로는 외관상 혐오감을 줄 수 있다는 점과 아직 부작용에 대한 연구가 완벽하게 진행되지 않은 상태이기 때문에 소비자가 안전하게 섭취하기 위해서는 추가적인 연구가 필요하다는 점이 존재한다.

두 번째 미래 식품은 '킨자'이다. 킨자는 미국의 랜드연구소에서 개발한 식물로 밀을 대신할 수 있는 식물이다. 킨자는 다른 곡물들과는 달리 한 번 심으면 5년 연속으로 곡물을 수확할 수 있을 만큼 생산량이 뛰어나다. 또한 킨자는 발갈이를 최소화하여 지력 회복에 도움이 되고 대기 중의 이산화탄소를 흡수하여 뿌리로 땅속에 저장하기 때문에 토양을 비옥하게 만든다. 하지만 유전자 변형을 통하여 만들어진 식물이기 때문에 오랫동안 섭취했을 시에 어떤 부작용을 가져올지 모른다는 안전성에 대한 우려가 존재한다.

마지막 미래 식품은 '조류 식품'이다. 조류는 물속에서 자라는 해조류로 가장 대표적인 식품은 클로렐라가 있다. 조류 식품은 건강식품으로서 우수하다는 장점이 있다. 클로렐라는 면역력 증진, 피부 건강 증진, 항산화 효과 등에 좋은 성분이 함유되어 있고, 조류 식품 중 하나인 스피룰리나에게도 면역력 증진, 당뇨 예방, 빈혈 예방 등에 좋은 성분이 함유되어

있다. 그러나 조류 식품은 특정 성분으로 인한 알레르기 반응이 존재할 수도 있기 때문에 섭취 시 조심해야 하고, 흡수율이 높지 않아서 장 건강에 좋지 않다는 단점이 있다.

미래 식품은 영양이 있고 생산량이 뛰어나기 때문에 다가올 식량 문제에 대한 해결책으로 볼 수 있다. 그러나 잘 알려지지 않은 성분이나 유전자 문제로 인한 안전성 등의 한계가 존재한다. 소비자의 건강을 위해서라도 미래 식품에 대한 신뢰성, 안전성 확보를 위한 지속적인 관심과 충분한 연구가 필요할 것이다.

홍재원 기자  
jjww1024@naver.com

## '소비자지향성 개선과제 공모전' 최우수상 수상

소비자의 입장에서 법 제도 개정을 통하여 소비자의 후생을 증진한다.



▲ 출처: 한국소비자원

지난 8월 28일, 한국소비자원에서 개최한 '제3회 소비자지향성 개선과제 공모전' 시상식에서 소비자학과 19학번 김민영 학우가 최우수상을 수상하였다.

소비자지향성 개선과제 공모전은 소비자가 법령 및 제도의 미비로 인하여 소비생활에서 겪게 되는 불편한 점을 발굴하고 이에 따른 소비자 친화적 개선방안을 마련하고자 한국소비자원과 공정거래위원회의 주최 하에 진행되었다.

올해로 3회를 맞은 이번 공모전에서는 약 3개월 동안 209건의 참신한 아이디어가 접수되었고, 치열한 경쟁 끝에 16건이 수상작으로 선정되었다. 이 중 '선택 관광 강요 근절을 위한 표준안 및 법 개선'을 제안한 김민영 학우가 최우수상을 수상하였다. 김민영 학우는 "향후 패키지여행에 있어 선택 관광 강요로 인한 피해가 예방될 수 있기를 바란다."라고 시상식 소감을 전했다.

한편 한국소비자원은 수상작으로 선정된 16건뿐만 아니라 접수된 모든 과제를 검토하여 향후 소비자 정책에 소비자의 의견이 적극적으로 반영되도록 할 계획이라고 밝혔다.

배재국 기자  
babs638@naver.com

## '제2기 소비자교육 대학생 서포터즈' 후회 없는 마무리

대전·충남·세종 지역 사회적 배려계층을 대상으로 소비자교육에 힘써



지난 8월 30일 한국소비자원에서 주최하고 한국소비자업무협회가 주관한 '제2기 한국소비자원 소비자교육 대학생 서포터즈 활동'의 시상식이 진행되었다. 소비자 관련 학과 대학(원)생으로 이루어진 20개 팀은 4월부터 약 5개월간 전국 각지의 사회적 배려계층을 대상으로 소비자 피해 예방 교육을 진행하였고 성공적인 마무리를 거두었다.

해당 서포터즈에서 충남대학교 소비자학과 고소미팀(지도교수 구혜경/안민선·전지현·정연주·천유빈·최인화)과 세이미팀(지도교수 김민정/김수연·김승희·송주예·이유림·최혜연)이 장려상을 수상하였다. 고소미팀은 고령 소비자를 대상으로 녹색 소비의 필요성과 자원재활용법을 주제로 교육을 진행하였다. <필환경 서약서 작성>, <연극으로 배우는 자원재활용법 바로 알기> 등의 콘텐츠를 교육에 활용하여 고령 소비자의 이해도를 높였

고, <녹색 소비 지하철 전시회>를 개최하여 전 세대를 아우르는 교육을 진행하였다. 세이미팀은 고령 소비자와 장애인을 대상으로 경제 및 금융교육을 시행하였다. 이들은 각각의 교육대상자의 눈높이에 맞추어 트로트를 개사한 <1372 노래 부르기>, <품질인증 마크 및 화폐 색칠하기> 등의 활동을 통하여 올바른 소비문화를 위한 교육을 진행하였다.

해당 두 팀은 대전·충청·세종 지역을 아울러 총 557명의 소비자를 교육하였다. 이를 통하여 지역 사회의 소비자 교육에 앞장섰으며, 다양한 공공기관 및 지역 단체와 협력하는 등 사회적 네트워크 구축에 힘써 긍정적인 효과를 도모하였다.

안민선 기자  
ams1783@naver.com

# 즐거로운 국방생활

## 군대 지원 꿀팁!

### 기술 행정병

1. 지원 기간
  - (2019년 기준) 9~12월 입영 지원자 - 매월
2. 지원 자격
  - 18세 이상 28세 이하, 신체등급 1~3급 자로서 현역병 입영 대상인 사람
  - 자격면허를 취득한 사람 / 해당 전공학과 전문계(실업계) 고교 3년 이상 수료 또는 대학 1학년 재학 이상인 경우
  - 사회봉사 활동과 헌혈을 통하여 8점 이내의 가산점을 부여하기 때문에 헌혈을 하거나 봉사 활동을 하면 합격 가능성 증가

### ROTC

1. 지원 기간
  - 3월 초부터 4월 초 또는 3월 한 달간
2. 지원 자격
  - 학군단이 설치되어 있는 대학 1, 2학년 남학생과 2학년 여학생
  - 대학 성적 - 학년 평균 C 학점 이상, 신청 학점에 취득학점이 80% 이상
  - ROTC 지원 가능 나이는 임관일(대학 졸업일) 기준으로 만 20~27세인 남자, 여자
3. 참고 사항
  - 2학년 도중 지원하지 못했다면 1학기 또는 2학기를 마친 뒤 1년을 휴학한 후 지원

### 카투사

1. 지원 기간
  - 매년 9 ~ 10월경
2. 지원 자격
  - 18세 이상 28세 이하, 신체등급 1~3급, 현역병 입영 대상인 사람
  - 아래의 정기 여학시험이 2년 이내의 유효한 성적으로 시험기준에 해당하는 사람
    - \* TOEIC : 780점 이상, TEPS : 690점 이상, TOEFL(PBT) : 561점 이상
3. 참고 사항
  - 카투사 지원은 1회에 한함

## ROTC 선배 인터뷰

-소비자학과 17학번 양재민 선배



Q. 간단한 자기소개 해주세요!

A. 안녕하세요. 충남대 소비자학과 17학번이자 ROTC 59기 양재민입니다. 소신에서 기자로 1년 동안 활동을 했었고, 지금은 소신을 졸업했습니다. 불과 지난 학기까지 소신에서 활동했는데 바로 다음 학기인 지금 이렇게 소신에서 인터뷰하게 되니 감회가 새롭네요. 어쨌든 소신을 읽어주시는 분들과 우리 과 후배분들이 ROTC에 관심을 가지고 많이 지원해주셨으면 해서 이렇게 인터뷰에 응답하게 되었습니다.

Q. ROTC를 지원하게 된 계기가 무엇인가요?

A. 대학 입학과 동시에 군대에 관한 고민을 많이 했습니다. 대한민국 남자라면 누구나 같은 고민을 할 것 같은데요. 고민하며 내린 결론은 2년을 허투루 쓰고 싶지 않다는 것이었습니다. 물론, 요즘은 군대에서 수능 공부를 하는 사람도 있고, 영어, 자격증 등 많은 공부를 한다고 합니다. 하지만 저는 군대에서 공부한다 해도 2년 동안 수동적일 것 같은 느낌이 들었어요. 그래서 항상 능동적으로 살고 싶다고 생각하는 저는 ROTC에 지원했습니다. 군대를 장교로 복무하는 것이기 때문에 병사로 가는 것보다 주체적인 2년을 보낼 수 있다고 생각했어요. 추가로 받는 월급도 차이가 꽤 크고요.

Q. ROTC의 장점과 단점은 무엇이라고 생각하시나요?

A. 가장 큰 장점은 직업을 하나 더 가져볼 기회라고 생각합니다. ROTC는 군인이 꿈이라서 지원하는 학생도 있겠지만, 저처럼 단기자원으로 지원하는 학생이 더 많습니다. 그 학생들은 다 전역을 하고 이십 대 후반에 사회인이 되는데 그 나이에 다른 직업을 하나 더 가져봤다는 게 큰 장점이라고 저는 생각해요. 그리고 전역을 하게 되면 돈도 좀 모아서 나올 수 있고요. 또 많은 사람을 통솔해볼 기회를 가진다는 것도 장점이지요. ROTC

로 군대에 가게 되면 소대장이 됩니다. 한 소대원이 보통 30~40명 정도 되니 20대 중후반의 나이에 그 많은 인원을 통솔할 기회를 얻는 것입니다. 보통 회사에서도 저 정도의 인원을 통솔하려면 아마 부장 정도는 돼야 하지 않을까요? 단점으로는 대학생활이 규율 속에 갇힐 수 있다는 점이죠. 군 장교는 아무나 할 수 있는 것이 아닙니다. 군 장교라면 남을 통솔하기 이전에 분명한 규율 속에서 자신을 통솔할 수 있어야 합니다. 그렇다 보니 대학생활 동안 머리를 기르지 못하고, 체력을 꾸준히 갈고 닦아야 합니다. 다른 대학생들은 늦잠을 싹껏 자는 방학에도 훈련을 가서 매일 6시에 기상하는 생활을 지속해야 합니다. 그런 규율 속에서 자신을 갈고닦는 것은 분명 힘든 길이기 때문에 단점이지만 자신의 부하들을 통솔하고 책임져야 하는 군 장교로서 성장하려면 필요한 일이라고 생각합니다.

Q. 기억에 남는 ROTC 면접 에피소드가 있다면 무엇인가요?

A. ROTC에 선발된다는 것은 장교가 되는 것이므로 면접 과정이 까다롭습니다. 국가관, 안보관에 관한 면접은 물론 결음걸이와 목창까지 면접을 봅니다. 그뿐만 아니라 단체 토론 면접도 거치게 됩니다. 저는 면접 중에서 단체토론이 가장 기억에 남는 것 같습니다. 면접장에서 주제가 무작위로 주어지고, 이후에 10분간의 준비 시간을 통해 토론을 준비하게 됩니다. 10분이 지나면 찬성 측과 반대 측이 나뉘어 토론이 진행되는데요. 당시 저희 조의 주제는 "명문학교에서 아이를 키워야 한다는 것"이었던 것 같습니다. 저는 평소에 아이가 어디에서 자라든 중요한 건 가정환경이라고 생각했기 때문에 반대했었는데 저희 조가 저를 제외한 5명 모두가 찬성했던 경험이 있습니다. 본의 아니게 5대1 면접을 진행하게 된 거죠. 원래 저의 소신대로 반대했고 관련된 기사도 많이 읽었던 경험

이 있어서 토론은 수월하게 진행됐습니다. 5명이 모두 저를 향해서 말해야 했기 때문에 제가 말할 기회가 가장 많았어요. 일관된 논리로 잘 대답했고 면접관님들을 의식해서 경청하는 자세를 부각하려고 노력했습니다. 그래서 5대1 토론이었지만 오히려 좋은 점수를 얻었던 것 같아요. 자기 생각을 일관되게 말할 수 있고 면접관님들께 좋은 토론 자세를 보여주실 수 있는 분이시라면 오히려 소수가 되어 토론에 참여하면 좋을 것 같습니다. 발언 기회가 많아지는 건 자명하니까요.

Q. ROTC에 관심이 있는 후배들에게 한마디 부탁드립니다.

A. 앞서 말했던 단점들처럼 ROTC가 된다면 후배님들의 대학생활에서 자유는 줄어들게 되고, 머리는 짧아지게 되며, 여러 규율 속에서 살아야 하는 것은 분명합니다. 하지만 그런 어려움 속에서 자신을 갈고닦고 꾸준히 성장하는 모습을 보여주어야 부하들을 통솔해야 하는 군 장교가 지녀야 할 자질을 키울 수 있습니다. 사회계약론을 저술한 루소의 "인내는 쓰고 열매는 달다"라는 말처럼 후보생, 장교로 사는 생활은 분명 인내해야 하는 쓴 일입니다. 하지만 그 어려움을 이겨내고 그 안에서 성장할 수 있다면 그 끝에 맺힐 열매는 반드시 달달할 것입니다. 사명감과 책임감을 가지고 인내하며 열매가 맺힐 시간을 즐길 수 있는 후배님이라면 ROTC에 지원하여 같은 길을 걸었으면 좋겠습니다! ROTC에 대해 궁금하신 분들은 저에게 연락해주셨으면 좋겠네요 :)

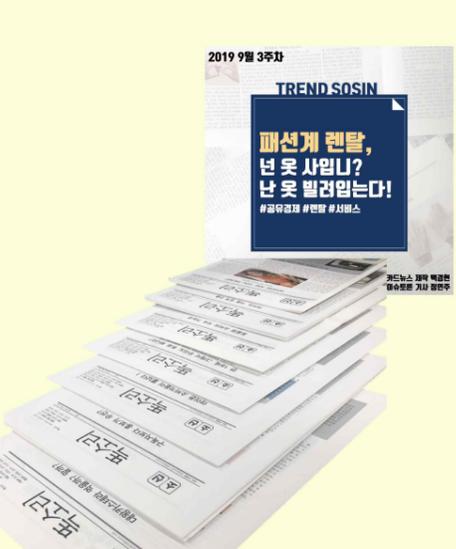
전지현 · 정연주 · 홍재원 기자  
dnu06074@naver.com  
yonjujoa@naver.com  
jjww1024@naver.com

## 이제 목소리를 카드뉴스로 받아보세요!

소신에서는 주 1회 소비자이슈를 카드뉴스 **트렌드 소신**을 제작하여 **페이스북, 인스타그램**에 업로드하고 있습니다.  
매월 인스타그램을 통해 카드뉴스 업로드 날짜를 확인하세요!

소신의 목소리!  
앞으로 **트렌드 소신**으로도 만나요~

(페이스북 - @sosincnu2015 / 인스타그램 - @\_sosin\_cnu)






# 넌 옷 사서 입니? 난 빌려 입는다!

국내 패션업계, 렌탈 서비스가 등장하다



▲ 출처: 클로젯셰어(closet share)

‘우버’와 ‘에어비앤비’, 두 개의 애플리케이션에 대한 공통점을 당신은 아는가? 그것은 바로 ‘우버’는 차량을, ‘에어비앤비’는 숙박을 공유하는 플랫폼이라는 사실이다. 다양한 소비 분야에서 공유경제를 기반으로 한 서비스가 등장하면서 한 번 생산된 제품을 여럿이 공유하여 쓰는 협업 소비가 새로운 소비 형태로 자리 잡고 있다. 패션업계 또한 협업 소비 시장의 새로운 주체로 떠오르고 있다.

패션 렌탈 서비스란, 직관적 해석 그대로 소비자에게 패션 상품을 대여해주는 서비스를 의미한다. 소비자가 1회 이용권을 구매하거나 월정액을 지불하면 상품의 대여가 가능하며, 이때 월정액 금액은 업체마다 상이하지만 대체로 4~7만 원으로 총 2~3개의 의류 또는 패션 잡화를 대여할 수 있다. 이용권을 구매한 소비자가 자신이 원하는 브랜드나 디자인의 패션 상품을 선택하면 해당 상품이 소비자에

게 배달되고, 정해진 기간 내에 상품을 착용한 후 세탁 없이 반쯤하는 방식으로 서비스를 이용할 수 있다.

아직 국내는 패션 렌탈 서비스가 활성화되어 있지 않지만, 해외에서는 상당수의 소비자가 의류 렌탈 서비스를 이용하고 있다. 해외 패션업계 렌탈 서비스의 일례로 미국의 ‘렌트더런웨이(RenttheRunway)’가 있다. 2009년에 창업된 이 기업은 질 스튜어트, 스텔라 매카트니와 같은 유명 브랜드의 옷과 액세서리를 대여해주는 서비스를 운영하고 있다. 2017년 매출이 1억 5,500만 달러를 달성하며 전년도 매출 대비 약 50% 증가한 수치를 보였는데 이러한 매출 증대의 이유로 세심한 의류 세탁 과정, 패션브랜드와의 영리한 협업, 빅데이터를 기반으로 한 소비자 맞춤형 패션 추천 등을 들 수 있다. 국내 사례로는 의류 렌탈을 넘어서 소비자 간 의류 공유까지 가능한 ‘클로젯셰어(Closet Share)’, 의류 공유에서 더 나아가 패션 구독 서비스를 시장에 안착시킴을 목표로 서비스를 제공하는 ‘줄라이(ZULY)’ 등이 존재한다. 하지만 아직 패션 렌탈 서비스에 대한 국내 소비자의 반응이 해외 소비자보다 미비한 것이 실정이다.

현대 소비자들은 트렌드에 민감하고, 소유의 가치만큼 경험의 가치 또한 중요하게 생각하며, 간단한 물건을 구매하기 위해서도 끊임없

이 정보를 탐색하는 등의 과정을 거친다. 그렇기에 패션 렌탈 서비스는 유행에 맞추어 의류를 대여하여 사용 가능하다는 점, 비싼 옷을 합리적으로 이용 가능하다는 점에서 매우 유용하다. 하지만 몇몇 소비자는 다른 제품군에 비해 의류는 소비자의 피부와 직접적으로 닿는 상품이기 때문에 위생적인 부분에 있어 렌탈이 조심스럽다는 의견을 비치었고, 비싼 의류를 선호하는 소비자가 증가할수록 명품을 추구하는 분위기가 조성될 가능성이 있다는 우려의 목소리를 냈다.

국제적 흐름에 따라 공유 경제는 더욱 발달할 것이고 이에 맞게 렌탈 및 공유 서비스도 계속해서 발전해 나갈 것이다. 그렇기에 국내 기업이 해외 패션 렌탈 서비스의 성공 사례를 벤치마킹하고 소비자에게 렌탈 서비스를 받아들일 수 있도록 신뢰를 제공해 준다면, 국내 패션계 렌탈 플랫폼의 성장 가능성은 충분하다고 생각한다. 고가의 명품을 소유하고 싶은 소비자의 욕구와 경제성을 고려한 공유 경제의 렌탈 서비스가 만나 발전한다면 패션 분야에 새로운 소비 패러다임이 생기지 않을까 기대해본다.

정연주 기자  
yonjujoa@naver.com

## 도와줘요 선배님 ! 해외파견프로그램(미국 퍼듀대학교)편



▲ 소비자학과 16학번 정해원 선배

해외에서의 경험을 쌓고자 하는 학우들이 늘어나는 요즘, 해외연수 경험을 한 선배들의 이야기에 대한 궁금증이 커지고 있다. ‘소신’에서는 미국 퍼듀대학교로 해외 연수를 마치고 돌아오신 정해원 선배와의 인터뷰를 진행하였다.

Q. 선배님에 대한 간단한 소개와 함께 해외파견 프로그램을 진행한 학교에 대해 소개 부탁드립니다.

A. 안녕하세요. 저는 4학년에 재학 중인 충남대학교 소비자학과 16학번 정해원이라고 합니다. 지금은 대전충남소비자연맹에서 학기제 백마인턴으로 근무하고 있어요. 저는 작년 하반기에 국제교류본부에서 진행하는 ‘글로벌인재양성’이라는 해외파견 프로그램을 통해 미국 인디애나 주에 위치한 퍼듀대학교에서 약 4개월 간 학교생활을 하고 돌아왔는데요. 벌써 1년이란 시간이 흘렀는데 4개월 동안 새롭게 경험한 것들이 너무 많았고 지금도 생각만 하면 그때로 돌아가고 싶을 정도로 행복한 기억들로 남아있어요. 퍼듀대학교는 특히 공대로 유명한 학교라고 하는데요. 주변에 정말 아무것도 없는 시골마을에 위치해 있지만 기차를 타고 한 시간만 나가면 정말 맛있는 도시 시카고를 갈 수 있어서 나름 만족하면서 지냈던 것 같습니다.

Q. 어떠한 계기로, 왜 그 시기에 해외연수를 가게 되었나요?

A. 저는 대학교에 입학하기 전부터 외국에서 대학생활을 해보는 것이 제 로망이었어요. 초등학교 때 3주 동안 어학연수로 미국을 다녀온 적이 있었는데, 홈스테이를 하면서 현지 가족과 함께 지냈던 시간들이 너무 꿈같은 추억으로 남아서 교환학생을 가게 된다면 꼭 미국을 다시 가고 싶다고 생

각했었죠. 그런데 교환학생으로 가자니 아무래도 영어실력이 많이 부족해서 학교에 잘 적응할 수 있을지 걱정이 되었어요. 그러다 마침 충남대학교에 국제학생을 위한 영어수업과 대학 전공수업을 동시에 들을 수 있는 글로벌 인재양성 프로그램이 있다는 것을 알게 되고, ‘이건 꼭 가야한다!’ 라는 생각에 지원하게 되었습니다. 아마 관심 있는 후배님들은 어느 학기에 가는 게 좋을지 고민되실 것 같은데요, 미국의 경우에는 우리나라와 다르게 1학기가 가을부터 시작해서 저는 가을학기를 선택했습니다. 아무래도 새 학기다 보니 학교행사가 많아서 좋았어요.

Q. 해외연수를 가기 위해 선배님께서 어떻게 준비하셨고 어떤 도움을 받으셨나요?

A. 제가 했던 글로벌 인재양성 프로그램은 학부성과 과 어학성적, 수학계획서로 서류심사를 하고, 2차로 면접심사를 통해 선발하는데요! 제가 신입생 때 학점 관리를 정말 못해서 아마 학부성적에서 아슬아슬하지 않았을까 생각합니다. 어학성적은 파견 1년 전 여름방학에 토익학원을 다니면서 토익 점수를 땀어요. 후배님들은 학교마다 요구되는 어학성적 기준이나 인정되는 시험(토익, 토플, 아이엘츠 등)이 다르니까 가고 싶은 학교가 있다면 이전 학기의 학교 명단을 찾아서 그 기준에 맞춰 미리 준비하시면 좋을 것 같아요! 면접 같은 경우는 예상 질문을 몇 개 써서 답변을 외워갔어요.

다대다 면접이라 질문은 많지 않았는데 자기소개를 돌아가며 시키고 나서 거꾸로 방금 한 얘기를 영어로 다시 해보라는 방식으로 진행되었어요. 그 질문에 당황해서 제대로 답변하지 못하는 학우 분들도 여럿 있었는데 혹시나 해서 영어 자기소개를 준비했던 것 덕분에 잘 넘어갈 수 있었어요.

Q. 선배님의 해외 연수기간동안 재미있거나 기억에 남는 에피소드가 있으신가요?

A. 할로윈데이 당일 학교에 스파이더맨 코스튬을 입고 수업을 듣거나, 학교 광장을 지나가는데 스폰지밥이 걸어 다니고, 제가 수업을 들었던 교수님께서도 카우보이 컨셉으로 나타나셔서 정말 재미있었던 기억이 있어요. 아는 언니를 통해 할로윈 홈파티에 갈 수 있었는데, 퍼듀대학교 학생이 사는 집을 바처럼 꾸며놓고 친구들을 초대해 할로윈 코스튬을 입고 함께 술을 마시며 놀았던 것이 참 신선한 경험이었습니다. 또 한 가지는 마냥 즐거운 경험은 아니었는데요. 학교와 가까워 자주 놀러갔었던 시카고는 미국에서도 총격 사건이 많기로 유명한 도시이기도 해요. 실제로 시카고에 놀러갔던 날 제가 지나쳤던 거리에서 불과 두 시간 전에 총격사건이 일어나 실시간 SNS에 관련 사진들이 막 올라왔었는데, 결코 안전한 도시가 아니라는 걸 처음으로 실감한 순간이었어요. 미국은 총기 소지가 가능한 나라이니 미국 연수를 희망하는 후배님들이 계시다면 항상 조심하면서 다녀

오면 합니다.

Q. 해외파견 프로그램 등 해외에서의 경험을 쌓고자 하는 후배들에게 조언 부탁드립니다.

A. 제가 대학생활을 하면서 많은 활동을 한 건 아니지만 그래도 정말 하길 잘했다는 것 한 가지만 꼽으라고 하면 저는 해외연수 경험을 꼽을 것 같아요. 무엇보다 우리나라와 다른 언어, 다른 문화를 가진 사람들 사이에서 새롭게 적응하고 생활하며 평생 잊지 못할 소중한 추억을 만드는 것이 가장 좋았다고 생각해요. 꼭 해외연수에 대한 뚜렷한 목표가 있지 않더라도, 갈 기회가 생긴다면 꼭 가보는 것을 추천해드립니다! 돌이켜 생각해보면 미래에 대한 걱정 없이 오늘 하루 어떻게 보내며 놀지에 대한 고민만 했었던 시기였던 것 같아요. 그리고 후배님들도 가게 되면 한국인 친구들만 사귀려는 마음보다는 현지친구들과 허물없이 많은 추억을 만들었으면 좋겠어요. 시간이 지나도 정말 특별했던 경험으로 남게 될 거라고 생각합니다. 모쪼록 즐거운 대학생활 하시길 바라요! 감사합니다.

최인화 기자  
ih7830@naver.com

# 지구는 푸르게, 병은 투명하게

자원재활용법, 또 한 번의 변화를 예고하다



▲ 출처: 네이버 포스트

올겨울, 자원재활용법이 또 한 번 변화를 예고했다. 환경부는 「자원의 절약과 재활용촉진에 관한 법률」(이하 자원재활용법) 하위법

령 개정안을 올해 12월 25일부터 시행한다고 밝혔다. 주요 개정 내용으로 재활용이 어려운 폴리염화비닐(PVC)로 만든 포장재 사용금지, 유색 페트병 및 일반접착제를 쓴 페트병 라벨 사용 금지, 재활용 등급 평가제가 있다.

첫째로 폴리염화비닐(PVC)의 사용이 금지된다. 폴리염화비닐(PVC)이란 플라스틱의 한 종류로 염화비닐 함유율이 50% 이상인 합성수지를 뜻한다. 기체와 수분을 잘 차단하고 모양 변화가 자유롭다는 장점 때문에 식품용 랩, 랩 포장, 용기 등에 쓰이고 있다. 하지만 재활용 과정에서 폴리염화비닐은 제품의 강도를 떨어뜨리게 하는 애물단지가 되어버릴뿐더러 염화수소와 같은 유해화학물질이 발생하게 된다. 따라서 안전과 직접 연관된 의약·건강기능식품, 햄·소시지, 물기가 있는 축·수산물 포장 랩 등을 제외한 일반 공산품 포장과 농산물용 포장 랩 사용이 금지된다. 스타벅스의 경우 일

민족은 PLA 코팅 소재를 사용한 종이 식품 용기를 출시하였다.

둘째로 유색 페트병이 금지되고, 페트병 라벨 부착에 일반접착제의 사용이 금지된다. 기존 유색 페트병은 투명하게 바꾸어야 하며 라벨 또한 쉽게 뗄 수 있는 접착제로 변경하여야 한다. 이는 전체 페트병의 약 67%를 차지하는 먹는샘물·음료 페트병에 우선으로 적용된다. 하지만 1년의 개선 기간이 지난 후에도 미개선 시 판매중단 또는 최대 10억 원 이하의 과징금이 부과된다. 이에 따라 관련 업체들은 유색 페트병을 투명하게 바꾸는 작업을 진행하고 있다. 코카콜라의 '스프라이트'는 대표 색인 초록색 플라스틱병을 무색 패키지로 변경하였으며 코카콜라는 2025년까지 자사의 모든 음료 용기를 친환경 패키지로 교체할 것이라고 밝혔다. 제주삼다수의 경우, 열 알칼리성 라벨 접착제를 적용하여 라벨 제거 용이성을 확보하려 하고 있다.

마지막으로 포장재 9종에 재활용 등급 평가

를 함으로써 소비자가 포장재의 재활용 정도를 한눈에 알아볼 수 있도록 한다. 포장재는 재활용의 용이성에 따라 최우수, 우수, 보통, 어려움의 단계로 나뉜다. 생산자는 종이팩, 유리병, 철 캔 등의 포장재의 자체 등급평가를 거쳐 한국환경공단 확인서를 발급받은 뒤 그 결과를 제품 겉면에 표시하여야 한다.

작년부터 시행된 자원재활용법이 일회용품 사용을 줄이는 데에 가시적인 효과를 가져왔기 때문에 이번 개정안 역시 환경친화적인 소비를 촉구하는 개정안이 되리라 생각한다. 하지만 아직 넘쳐나는 종이컵 쓰레기와 비닐봉지 쓰레기들, 그리고 구체적인 개정안이 나오지 못한 유색의 맥주 페트병 등은 해결되지 못한 부분이다. 소비자의 환경친화적인 소비환경을 위하여 위와 같은 부분까지도 해결할 수 있는 법적 제도 개선이 필요할 것이다.

천유빈 기자

yuhee1207@naver.com

# 커피 한 잔이 4원? 리디노미네이션

1인당 국민총소득 400배가량 증가, 화폐단위는 그대로



▲ 출처: 한국경제

한강의 기적을 이루어낸 대한민국, 실제로 1962년 이후 지난 60여 년간 1인당 국민총소득(GNI)은 약 400배가 늘었으며 물가는 60배나 상승하였다. 국가의 경제 규모가 기하급수적으로 성장하면서 대한민국의 경제적 위상 또한 높아지고 있다. 하지만 화폐의 단위는 여전히 제자리이다. 이에 일부에서는 리디노미네이션의 시행에 대하여 고민해 볼 필요가 있다는 목소리가 나오고 있다.

리디노미네이션(Re denomination)이란 쉽게 말해 '화폐개혁'이다. 이는 Denomination(액면가)에서 파생된 단어로 '한 나라에서 통용되는 모든 화폐에 대하여 실질 가치는 그대로 두고, 액면가를 동일한 비율의 낮은 숫자로 변경하는 조치'를 말한다. 예를 들어 1,000원의 액면가를 1원으로 낮추면 4,000원짜리 커피는 4.0원이 되는 것이다.

리디노미네이션의 필요성을 주장하는 이들

은 첫 번째로 사용자의 편의성을 이유로 든다. 2017년 기준 국민순자산은 1경 3,817조 5,000억 원에 달하는 등 0이 16개나 붙는 '경' 단위가 통계 곳곳에 등장하기 시작하였다. 이는 거래금액의 계산, 회계처리 등의 시간을 지연시킨다. 리디노미네이션을 시행하게 된다면 이러한 불편함을 신속하고 간편하게 처리할 수 있음으로 각종 사회적 비용이 절감되는 효과를 가져온다. 두 번째로 리디노미네이션을 통하여 국력을 높일 수 있다. 현재 OECD 회원국 중 달러화 대비 환율이 1,000단위인 나라는 한국 외에는 찾기가 힘들다. '원'의 가치가 상대적으로 절하되면 국가 이미지에 부정적인 영향을 미칠 가능성이 크므로, 커진 국가 경제와 위상을 반영하여 화폐 또한 개혁이 필요하다는 것이다. 세 번째로 지하자금 양성화가 가능하다. 리디노미네이션이 시행된다면 기존의 화폐를 새 화폐로 바꾸는 과정에서 뇌물이나 도박 등 불법적인 과정을 거치며 조성된 '숨어 있는 돈'이 자연스럽게 밖으로 나올 수밖에 없다. 이렇게 양성화된 지하자금은 국가사업이나 정책 등에 쓰일 수 있게 된다.

하지만 화폐에선 여전히 반대 의견이 팽배하다. 리디노미네이션을 시행하게 되면 은행 자동화기와 전산시스템의 교체, 각종 회계

양식의 변경 등 직접적인 비용이 많이 소모된다. 사용자의 편익이 직접적인 비용보다 더 클 것이라는 확신이 없기 때문에 그 효용성에 의문을 제기하는 것이다. 또한 기존 소액단위의 가격표시가 절상되어 일부 물가 상승이 우려된다. 만약 화폐의 액면가를 1000:1로 낮추게 된다면 800~900원짜리 물건은 0.8원~0.9원이 아니라 1원에 수렴할 가능성이 크다. 이로 인하여 생활 물가가 상승하여 결국 소비둔화를 야기할 것이다.

돈은 우리 삶의 기반이 되기 때문에 그 파급력이 매우 커 자칫 실부른 판단이 일상생활에 큰 타격이 될 수 있다. 하지만 국제사회에서의 대한민국의 위치를 전망해 본다면 리디노미네이션은 언젠가는 꼭 이루어져야만 하는 과제와 같다. 따라서 충분한 사전 논의와 신중한 검토를 통하여 국민적 공감대를 동반한 후 시행되어야 할 것이다. 해외 리디노미네이션의 성공과 실패 사례를 검토하고 정치·경제·사회의 다방면적 시각에서 리디노미네이션을 바라본다면, 리디노미네이션은 소비자들의 호응을 얻어 부작용 없이 정착될 수 있을 것이다.

안민선 기자

ams1783@naver.com

## 소비자 꿀정보

### 👉 '영문 운전면허증' 발급, 33개국에서 사용 가능

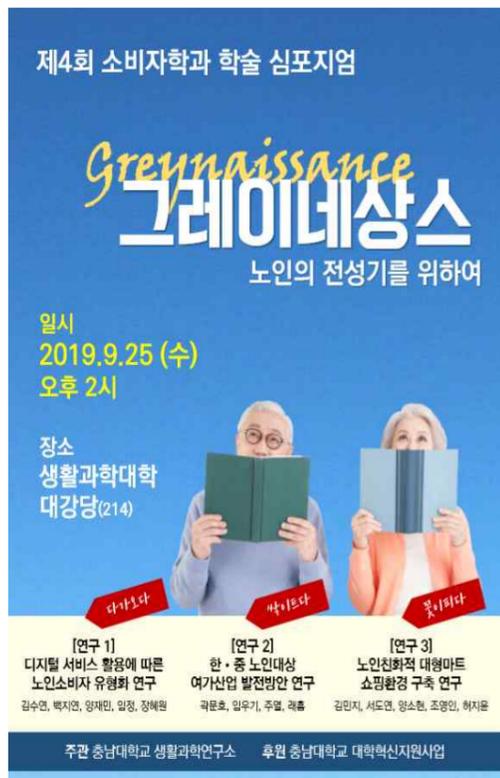
지난달 16일부터 도로교통공단은 영국·캐나다·호주 등 33개국에서 국제운전면허증 없이도 운전이 가능한 '영문 운전면허증'을 발급한다. 영문 운전면허증은 해외에서의 사용 편의를 위하여 운전면허증 뒷면에 운전면허 정보를 영문으로 표기한 것으로, 전국 27개 운전면허시험장에서 발급받을 수 있다. 단, 영문 운전면허증 인정 국가를 제외하면 다른 국가에서는 한국 운전면허증, 국제운전면허증, 여권을 지참하여야 하며 국가 상황에 따라 추가로 필요한 서류가 있을 수 있으므로 출국 전 대사관에서 반드시 확인하여야 한다.



▲ 출처: 환경닷컴

## 그레이네상스, 노인의 전성기를 위하여!

충남대학교 소비자학과 제4회 학술심포지엄 성황리 마무리



‘그레이네상스(Greynaissance)’란 노인을 의미하는 ‘Grey’와 전성기를 뜻하는 ‘Renaissance’의 합성어로, 고령화가 도래하면서 장·노년층이 주요 소비집단으로 떠올라 다양한 산업의 시장을 주도하는 현상을 말한다. 이러한 모습은 ‘액티브 시니어’, ‘실버서퍼’ 등의 노인을 칭하는 신조어 속에서도 노인들의 새로운 모습을 볼 수 있다.

충남대학교 소비자학과는 심포지엄을 통하여 지난 9월 25일, ‘그레이네상스’를 주제로 세 가지 연구를 발표하였다. 소비자학과 학부생으로 이루어진 심포지엄팀(김수연 외 13, 지도교수 이진명)은 확장되는 노인소비자의 역할에 집중하여 기술수용자, 생활설계자, 상품구매자로서의 노인을 고찰하며 능동적으로 삶을 향유하는 모습을 보이고 있는 노인 소비자의 시대를 알렸다. 간략한 연구의 내용은 아래와 같다.

### # 연구 01

#### 디지털 서비스 활용패턴에 따른 노인소비자 유형화 연구

연구자 : 김수연, 백지연, 양재민, 임정, 장혜원

본 연구에서는 4차 산업혁명 시대와 맞물린 정보화를 살아가는 노인을 디지털 활용 패턴으로 유형화하여 유형별 유의한 차이를 살펴본다. 사용확산모형을 사용하여 네 가지 노인 소비자 유형을 도출하였으며 각 유형별 맞춤형 산업적, 교육적, 정책적 시사점을 제언한다.

### # 연구 02

#### 한·중 노인대상 여가산업 현황 및 발전방안에 관한 연구

연구자 : 곽문호, 래흠, 임우기, 주열

중국인 유학생으로 이루어진 본 연구팀에서는 서지연구를 통해 한·중 노인 소비자들의 여가생활을 파악하고 노인 대상 여가산업의 문제점을 도출하며 개선방안을 모색한다.

### # 연구 03

#### 노인친화적 대형마트 쇼핑환경 구축 연구 : 서비스품질과 서비스디자인을 중심으로

연구자 : 김민지, 서도연, 양소현, 조영인, 허지윤

대형마트의 5060 고객 매출의 신장률에 비하여 노인친화적이지 못한 대형마트의 구조적 문제에 집중하며 본 연구팀은 대형마트 이용 노인소비자의 특성을 다각도로 파악하는 연구를 실시한다. 또한 이를 토대로 노인친화적 대형마트를 위한 서비스 디자인을 제시한다.

한편, 올해로 4회를 맞이한 학술심포지엄은 3학년 학부생들이 그간의 갈고 닦은 학문적 기량을 발휘하여 학술적인 발자취를 남기는 소비자학과의 전통적 행사이다. 노인소비자에 대한 깊은 고찰을 담은 이번 행사는 학부생들의 연구발표와 함께 한국노인인력개발원 남희경 광주·호남지역본부장, 대전광역자활센터 이현수 센터장, 한국소비자원 신지연 선임연구원 등 전문가들의 토론이 이어져 더욱 풍성한 학술행사가 되었다.

또한 ‘노인친화적 대형마트 쇼핑환경 구축’을 주제로 연구에 참여한 양소현(소비자학과, 17)은 “우리의 연구는 ‘End’로 끝이 났지만 노인소비자의 소비환경 개선에 대한 노력은 ‘And’, 이어지길 바란다”고 소감을 밝혔다.

김수연 기자

su\_yeon@cnu.ac.kr

## 소신의 꿀팁 !

### ☞ 모바일 온누리상품권 개인구매 시 최대 10% 할인

그 동안 지류, 전자(카드) 형태로만 판매, 유통되던 온누리상품권이 모바일로도 발행된다. 모바일 온누리상품권은 농협(올원뱅크), 경남은행(투유뱅크) 등 6개 결제 앱에서 구매·결제가 가능하다. 앱에서 상품권을 구매하면 해당 금액이 포인트로 충전되고 결제 시 결제 금액만큼 포인트가 차감된다. 개인 구매일 경우 2,000억 원 발행 시까지 10% 할인이 적용되며, 매월 최대 50만 원까지 할인을 받아 구매할 수 있다. 구매한 모바일 상품권은 온누리 모바일 상품권 가맹점에서 사용 가능하며, 소비자는 가맹점에 비치된 QR코드를 통해 결제할 수 있다.

백경현 기자

dmb05323@naver.com



▲ 출처: 중소벤처기업부

