

물티슈의 안전한 소비를 위한 개선방안 연구*

- 소비자의 주관적 안전성 평가 및 표시실태를 중심으로 -

A Study on the Improvement for Safe Consumption of Wet Tissue

- Focusing on Consumer's Subjective Safety Assessment and Labeling Condition -

Hyun Jung Yoo**, Hye Sun Hwang***, Eugene Song****

Department of Consumer Studies, Chungbuk National University, 52 Naesudong-ro, Heungduk-gu,
Cheongju, Korea

Abstract

The risk of wet tissues has been a subject of controversy since a series of deaths of pregnant women and children due to the humidifier disinfectant in the spring of 2011 and the detection of the problematic humidifier disinfectant in wet tissues. Although consumers are aware of the risk of wet tissues, they show behavior different from the common consumer behavior such as trying to purchase safer wet tissues instead of reducing their usage. This study thus set out to investigate consumers' subjective safety evaluation and information reliability of wet tissues, preferred source of information, and actual labeling of wet tissues and propose improvement measure for consumers' safe uses of wet tissues. The research findings were as follows: first, the government should be more active with its management and supervision of product safety and try to restore consumer reliability in a long term. Secondly, measures should be taken so that consumers can use wet tissues safely such as active promotions of harmful substances and disclosure of safe products. Finally, there is a need to reinforce the labeling information criteria for wet tissues. The labeling criteria should be especially reinforced around the unification of product and model names, addition of cautions

* 본 연구는 2013년도 식품의약품안전처의 연구개발비(13162유해물785)로 수행되었으며 이에 감사드립니다.

** Corresponding author. Tel. +82-43-261-2728. E-mail. yoohj@chungbuk.ac.kr

*** Tel. +82-43-261-2747. E-mail. hsun@chungbuk.ac.kr

**** Tel. +82-10-4977-5850. E-mail. morndew0924@hanmail.net

Submission & Publication Process

Received: July. 30, 2014 / Revised: Aug. 6, 2014 / Accepted: Aug. 18, 2014

with usage including electric shock and allergy, indication of the recommended expiration date, usage of Korean and application of the Korean labeling criteria for imported wet tissues, provision of the major labeling information on the front of the package, and increased readability of major safety information through pictures and letters for consumers.

Key words: wet tissue, consumer's safety assesment, labeling reliability, labeling condition

국문초록

2011년 가슴기 살균제로 인해 임산부와 어린이들이 연이어 사망하는 사건이 발생하고 이어 가슴기 살균제에서 문제가 되었던 성분이 물티슈에서도 검출되면서 물티슈의 위해성에 대한 논란이 계속되고 있다. 소비자들은 물티슈의 위해성을 인지하고 있음에도 불구하고 물티슈의 사용량을 줄이는 대신 보다 안전한 물티슈를 구매하려 노력하는 등으로 일반적이지 못한 소비자행동을 보이고 있다. 이에 본 연구에서는 물티슈에 대한 소비자의 주관적 안전성 평가 및 행동, 정보신뢰성, 선호 정보원, 실제 물티슈의 표시실태에 대해 알아봄으로써 소비자의 안전한 물티슈의 사용을 위한 개선방안을 제시하고자 하였다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 정부는 제품의 안전성 관리감독을 보다 적극적으로 수행하여 장기적으로 소비자의 신뢰를 회복할 수 있도록 노력해야 할 것이다. 둘째, 유해물질에 대한 적극적 홍보와 안전제품 공개 등으로 소비자가 위해를 수용하기 보다는 회피할 수 있도록 지원해야 한다. 셋째, 물티슈 표시정보기준을 품명, 모델명 표시통일, 감전, 알러지 등 사용상 주의사항 추가, 권장유 통기한 표시, 수입 물티슈에 대한 표시를 한국어 사용, 국내 표시기준 적용, 포장 전면에 주요 표시사항 제시, 주요 안전정보는 그림과 문자를 활용하여 소비자의 가독성을 높일 필요가 있다.

주제어: 물티슈, 안전평가행동, 표시신뢰성, 표시실태

1. 서론

2013년 12월 새누리당 이종훈 의원실이 국가기술표준원에 의뢰해 시판 중인 물티슈 30개 제품을 조사한 결과 23개 제품에서 가슴기 살균제 사고의 원인으로 지목된 독성물질 4종이 포함된 것으로 나타났다(주간한국, 2013년 12월 26일자; 시사데일리즈, 2013년 12월 26일자). 2011년 가슴기 살균제에 포함된 독성물질이 유아용 물티슈에도 포함되어 있는 것으로 밝혀지면서 많은 소비자들이 물티슈 사용에 불안감을 드러내고 있다. 이러한 사회적 분위기 속에서 산업통상자원부는 2014년 2월 27일 보도자료를 통해 물티슈를 소비자안전을 위협하는 20대 안전취약품목으로 지정하고 집중관리대상으로 삼았다. 이에 따라 공산품으로 분류되었던 물티슈의 안전기준을 식약처에서 운용하는 화장품의 관리수준으로 강화시키기로 하였다.

일반소비자의 경우에는 화학물질에 대한 전문적인 지식이 부족하여 독성물질의 위해성에 대한 정보를 뉴스보도나 신문기사, TV시사프로그램 등에서 접할 수밖에 없기 때문에 제품사용에 대한 불안감은 높으나 물티슈가 갖는 편리성 때문에 사용을 제한하기보다는 안전한 제품을 구매하려 노력한다.

이는 소비자가 물티슈의 위해성을 인지하여 이용을 줄이는 것이 아니라 오히려 안심할 수 있는 영유아용 물티슈를 사용하려 하는 행동을 보인다는 유현정·황혜선(2013)의 연구와 2013년 7월 소비자시민모임에서 소개된 안전한 물티슈가 소비자들 사이에서 입소문이 퍼지면서 인기를 얻게 된 사례(파이낸셜뉴스, 2013년 12월 27일자)를 통해 알 수 있다. 한편, 유현정·황혜선(2013)의 연구에 따르면, 영유아를 자녀를 둔 응답자 중 95.3%가 영유아전용 물티슈를 사용하는 것으로 나타났다.

따라서 본 연구에서는 대단위 설문조사와 실제 시중에 유통되고 있는 물티슈의 표시분석을 실시하여 물티슈의 독성물질에 대한 불안감에도 불구하고 소비자가 일상적으로 물티슈를 사용하고 있는 이유를 물티슈에 대한 소비자의 주관적 안전성 평가 및 행동 및 표시 신뢰 수준을 통해 알아보고 실제 물티슈의 표시실태와 비교해 보고자 한다. 이를 통하여 본 연구에서는 소비자의 안전한 물티슈의 사용을 위한 방향을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 소비자의 주관적 안전성 평가

소비자의 안전인식이란 안전에 대한 사회적 인식으로 개인 소비자들의 응답은 다분히 주관적인 수준에서 이루어지는 것이다(유현정·주소현, 2013). 더불어 소비자안전체감이란 일반적으로 소비자가 직접적으로 피부로 느끼고 평가하는 소비자안전 수준을 의미하는 것으로(황정선, 2009; 송유진·유현정, 2008, 배순영, 2006) 안전의식과 안전체감 모두 소비자의 주관적인 평가에 의한 것이다. 따라서 본 연구에서는 물티슈의 안전성에 대한 소비자의 인식 및 체감도를 주관적 안전성 평가라 명명하였다.

소비자의 주관적 안전성 평가의 측정은 전반적인 안전성에 대해 단일문항 측정하거나 또는 안전분야별로 다문항으로 측정할 수 있다. 본 연구에서는 소비자의 주관적 안전성 평가를 제품본질에 대한 안전성평가, 제조업체에 대한 생산안전성, 정부의 안전관리·감독으로 나누어 측정하였다. 이는 물티슈 제품 자체에 대한 안전성 평가와 더불어 물티슈가 자율안전확인대상인 공산품이라는 특성상 제조자의 안전한 제조뿐 아니라 정부의 관리·감독이 무엇보다 중요할 것이라 판단하였기 때문이다.

2. 소비자의 안전행동

소비자안전이란 소비자위해가 없는 상태를 말한다. 즉, 소비자가 제품이나 서비스를 구매, 사용, 처분하는 과정에서 생명, 신체, 재산상의 위험, 손해가 존재하지 않는 상태를 의미하는 것으로 다양한 소비자위험요인 또는 위해요인으로부터 위해가 발생하지 않도록 조치된 상태를 의미한다(배순영 외, 2006).

소비자안전행동이란 소비자들이 위해한 상품이나 서비스로부터 스스로를 보호하기 위해 취하는 행동으로(이지은·이기춘, 1992), 이기춘·김성숙(1998)은 소비자안전행동을 소비자가 안전을 의식적으로 반영하는 행동이라고 할 수 있으며 위해사고나 사고발생을 사전에 방지하기 위한 행동이라 정의하였으며, 소비자안전센터(2002)는 소비자안전추구활동은 소비자의 생명, 신체, 재산에 영향을 미치는 위해요인을 제거·최소화하려는 여러 활동을 포함한다고 하였다.

소비자의 안전행동에 대해 연구한 이기춘·김성숙(1998)은 안전행동을 안전추구행동, 안전대처행동, 안전전략으로 구분하였으며, 소비자의 식품안전행동을 연구한 박지연 외(2009)는 소비자의 식품안전행동을 유통기한 등 표시확인행동과 사용주의, 위험회피행동 등으로 나누어 측정하였다. 유현정·주소현(2013)의 연구에서 소비자의 안전행동 측정 문항을 살펴보면 구매시 표시확인행동과 사용시 주의행동으로 나누어 볼 수 있다. 이에 본 연구에서는 소비자정보와 관련된 안전행동으로 표시확인행동, 사용상 주의행동, 위험회피행동으로 나누어 소비자의 안전행동을 측정하고자 하였다.

3. 소비자 정보신뢰성 및 선호 정보원

김서용 외(2013)의 연구에 따르면 안전교육의 경험이 안전행동에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 안전교육은 전문가에 의해 전달되는 정보의 집합으로 소비자들은 안전교육을 통해 획득한 정보를 신뢰하고 그에 따라 안전행동을 조절한다. 즉 신뢰할만한 정보는 소비자의 안전행동에 영향을 미친다는 것이다. 그러나 소비자안전교육은 제한적으로 이루어지고 있고 소비자들은 대부분의 안전정보를 구전이나 보도자료를 통해 획득한다. 또한 표시정보는 재화에 대한 객관적인 정보로 많은 소비자들의 구매의사결정에 영향력을 발휘하고 있다(유현정·송유진, 2013). 따라서 본 연구에서는 정보신뢰성에 대한 선행연구에 따라 멀티슈에 대한 정보신뢰성을 보도자료에 대한 소비자신뢰와 포장 및 용기의 표시신뢰로 정보신뢰성을 측정하고자 한다.

한편, 소비자는 정보를 이용하기 전에 정보원천에 대하여 이미 형성된 신뢰 등에 영향을 받아 정보를 선택하게 되며(Frewer, *et al.*, 1996; 송유진·유현정, 2013, 재인용) 특정사안에 대해서 소비자가 명백히 선호하는 정보원천이 존재한다(Komelis, *et al.*, 2007; 송유진·유현정, 2013 재인용). 또한 안전정보가 불확실한 환경에서 소비자는 안전성의 대리지표로서 제품보증, 상표, 광고, 가격을 활용하는데(김성숙·이승신, 2000). 이러한 대리지표들 중 제품보증은 표시정보의 형태로 소비자에게 전달된다. 그러나 소비자의 표시이용행동에 대해 연구한 김성숙(2010)은 표시정보가 다양하게 제공되고 있음에도 불구하고 주요 표시정보를 소비자가 인지하지 못하다는 사실을 밝혔다. 이와 같이 다양한 정보를 소비자들에게 제공한다 하여도 소비자들이 정보를 선택하거나 정보에 노출되어야만 정보가 효과를 발휘할 수 있다. 따라서 소비자들이 선호하는 정보원에 대해 파악하고, 어떠한 형태로 제공하는 것이 가장 효과적인지 대해 알아볼 필요가 있다. 이에 본 연구에서는 소비자들이 선호하는 정보원천을 알아보기 위하여 선호하는 정보원을 TV 및 라디오, 인터넷, EBS교육, 신문 및 잡지, 제품포장의 표시로

나누어 조사하여 향후 효과성을 측정하고 이를 바탕으로 안전정보제공에 적합한 정보원이 무엇일지를 알아보려고 하였다.

4. 선행연구 검토 및 연구의 함의

선행연구를 통해 소비자의 안전성 평가는 다분히 주관적인 개념이라는 것에 대해 파악하였다. 그런데 페터스(Peters, 2005)는 그의 저서 위험보도와 매스커뮤니케이션에서 한 사회가 어떠한 위험을 공포로 인식하느냐 아니냐는 사회적 관심에 따라 달라진다고 하였다. 즉, 사회의 위험은 사회적 관심에서 비롯되며 이러한 관심은 매스미디어 등의 정보전달자의 의도와 밀접한 관련이 있다는 것으로 제공되는 정보의 양이 증가하면 공중의 관심이 높아진다는 것이다. 소비자가 안전한 생활을 유지하기 위하여 안전에 대한 사회적 관심을 유도하고 올바른 정보를 제공하는 것이 소비자안전정책의 기본으로써 정보전달자의 역할을 매우 중요하다.

따라서 소비자들이 선호하는 정보원이 존재하는 만큼 효과적인 정보원을 파악하고, 정보를 효율적으로 전달하기 위한 방안을 마련하는 것이 요구된다. 또한 소비자들이 요구하는 정보의 형태가 현재 제대로 제공되고 있는지에 대해 파악하는 것도 무엇보다 중요하다.

따라서 본 연구에서는 선행연구고찰을 통하여 소비자의 주관적 안전성 평가, 정보원의 중요성 등을 파악하였고 소비자조사와 실태조사를 통해 안전한 소비생활을 위한 개선방안을 제시하고자 하였다.

III. 연구문제

본 연구에서는 물티슈에 대한 소비자의 안전인식과 안전기준에 대한 인식, 정보신뢰성, 제품표시실태를 알아보기 위해 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

- [연구문제 1] 물티슈에 대한 소비자의 주관적인 안전성 평가 및 행동에 대해 알아본다.
- [연구문제 2] 소비자의 물티슈 정보 신뢰성 및 소비자 선호 정보원에 대해 알아본다.
- [연구문제 3] 물티슈 포장과 용기의 표시실태에 대해 알아보고 개선점을 제시한다.

IV. 연구방법

1. 조사방법

본 연구에서는 몰티슈에 대한 소비자인식과 정보신뢰성에 대해 조사하기 위하여 몰티슈를 주로 이용하는 0-36개월의 자녀를 두고 있는 전업 및 취업주부 300명을 조사대상으로 자기기입식 설문조사를 실시하였다. 2013년 8월 중 3일에 걸쳐 조사되었으며 온라인 설문조사 전문업체인 (주)마이크로밀 엠브레인의 패널을 통해 이루어졌다. 분석은 SPSS 18.0 프로그램을 활용하였다.

다음으로 몰티슈의 표시분석은 시중에서 판매하는 몰티슈 35개를 무작위로 선정하여 포장과 용기의 표시사항을 법적 표시기준에 부합한지 조사 및 분석하였다. 분석대상 중에 33개는 국내에서 생산된 제품이었으며 2개는 수입제품이었다.

2. 조사대상자의 특성

본 연구의 조사대상자의 특성은 <표 1>과 같다. 연령은 30대가 59.7%로 가장 많았으며, 배우자가 있는 경우가 98.7%로 대부분을 차지하였다. 교육수준은 대학교(전문대학교 포함) 졸업자가 68.0%로 가장 많았으며, 가구소득은 200-300만원 미만, 300-400만원 미만, 400-500만원 미만이 약20% 수준으로 나타났다. 직업은 전업주부가 47.7%로 가장 많았으며, 거주지역은 서울 및 수도권이 61.7%로 가장 많았다.

<표 1> 조사대상자의 특성

구분		빈도	백분율	구분	빈도	백분율	
전체		300	100.0	유배우	296	98.7	
연령	20대	107	35.7	혼인 유무	이혼/사별	1	.3
	30대	179	59.7		동거	3	1.0
	40대	14	4.7		200만원 미만	25	8.3
교육 수준	초등학교 졸업 이하	1	.3	가구 소득	200~300만원 미만	68	22.7
	고등학교 중퇴/졸업	51	17.0		300~400만원 미만	70	23.4
	(전문)대학교 재학	22	7.3		400~500만원 미만	61	20.4
	(전문)대학교 졸업	204	68.0		500~600만원 미만	40	13.3
	대학원 재학 이상	22	7.3		600~700만원 미만	15	5.0
직업	전문직	8	2.7	거주 지역	700만원 이상	21	7.0
	준전문직	21	7.0		서울 및 수도권	185	61.7
	사무직	94	31.3		강원	7	2.3
	공무원	20	6.7		충청권	33	11.0
	전업주부	143	47.7		영동권	56	18.7
	기타	14	4.3		호남권	19	6.3

3. 척도구성

소비자의 안전성 평가 및 행동, 신뢰성 조사를 위한 척도는 <표 2>와 같이 구성되었다. 안전성 평가 및 행동은 유현정·주소현(2012)의 식품안전지향 행동 연구의 척도를 일부 수정하여 적용하였다. 표시실태연구는 대부분 식품이나 건강기능, 의약품 표시실태 연구가 주를 이루고 있다. 따라서 본 연구에서 소비자의 식품 정보신뢰성에 대해 연구한 유현정·송유진(2013)의 연구를 토대로 정보신뢰성과 선호 정보원의 문항을 구성하였다.

다음으로 척도의 신뢰성을 확인하기 위하여 Cronbach' α 신뢰도 계수를 살펴본 결과 모든 척도가 0.7 수준에 근접하거나 이상으로 나타나 척도의 신뢰성이 확보되었다고 판단하였다.

<표 2> 척도 구성

척도	문항수	신뢰도 계수	척도	문항수	신뢰도 계수
안전성 평가	3문항	.850	정보신뢰성	3문항	.752
안전 행동	4문항	.787	선호 정보원	5문항	.813

V. 연구결과

1. 주관적 안전성 평가 및 행동

물티슈에 대한 소비자의 주관적 안전성 평가결과는 <표 3>과 같다. 전반적 안전평가는 평균 3.09 수준으로 나타났고 제조업체의 생산안전성은 3.22로 보통이상 수준이었다. 반면, 정부당국의 관리·감독 안전성에 대한 평가는 2.79로 보통이하 수준으로 나타났다. 특히 안전성 평가결과 주목할 만한 점은 정부당국의 관리·감독 안전성부분에서 ‘별로 그렇지 않다’라고 응답한 경우가 32.3%로 매우 높게 나타난 것으로 보아 정부의 관리·감독에 대해 소비자는 부정적으로 평가하고 있는 것을 알 수 있다. 또한 소비자의 주관적 안전성 평가에 해당하는 3개 문항의 전체 평균은 3.03(S.D. 0.731) 수준으로 나타났다.

소비자의 주관적 안전성 평가의 전체평균을 기준으로 안전성에 대해 부정적 집단과 긍정적 집단으로 2개 집단으로 구분한 결과, 안전성에 부정적인 집단이 전체의 65.0%(195명), 긍정적인 집단이 전체의 35%(105명)으로 나타났다(<표 4> 참조).

소비자의 안전행동으로는 모든 문항의 평균이 보통이상으로 나타났으며 위해제품회피행동의 평균이 3.76으로 가장 높게 나타났다. 전체 문항의 평균은 3.50(S.D. 0.698)으로 비교적 높은 수준으로 나타났다(<표 5> 참조).

소비자의 안전성 평가에 따라 구분된 2개 집단의 안전행동의 평균차이를 분석한 결과, 표시내용 숙지행동과 사용량 및 사용방법 준수행동에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다(<표 6> 참조). 주목할 만한 점은 안전성을 긍정적으로 평가한 집단이 안전행동 수준이 통계적으로 유의하게 높게 나타났

다는 점이다. 이는 물티슈의 특성상 위해가 단시간에 직접적으로 드러나지 않은 반면 사용상의 편리함 때문에 위해를 수용하는 경향이 있기 때문이라 해석된다. 즉 안전성에 부정적인 집단은 위해를 어느 정도 수용가능하다 판단하므로 안전행동수준이 낮은 것으로 나타났다고 해석된다. 반면 안전성에 긍정적인 집단은 지속적으로 물티슈를 사용하지만 최근 물티슈의 위해성 논란 등에 노출되면서 안전행동의 수준이 높게 나타난 것이라 판단된다.

<표 3> 소비자의 주관적 안전성 평가

구분		매우 그렇다	조금 그렇다	보통 이다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	평균	표준 편차
전반적 안전평가	빈도	10	68	162	59	1	3.09	.751
	백분율	3.3	22.7	54.0	19.7	.3		
제조업체 생산안전성	빈도	11	96	142	49	2	3.22	.782
	백분율	3.7	32.0	47.3	16.3	.7		
정부당국 관리·감독 안전성	빈도	13	51	118	97	21	2.79	.952
	백분율	4.3	17.0	39.3	32.3	7.0		

<표 4> 소비자의 주관적 안전성 평가

구분		매우 그렇다	조금 그렇다	보통 이다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	평균	표준 편차
전반적 안전평가	빈도	10	68	162	59	1	3.09	.751
	백분율	3.3	22.7	54.0	19.7	.3		
제조업체 생산안전성	빈도	11	96	142	49	2	3.22	.782
	백분율	3.7	32.0	47.3	16.3	.7		
정부당국 관리·감독 안전성	빈도	13	51	118	97	21	2.79	.952
	백분율	4.3	17.0	39.3	32.3	7.0		

<표 5> 소비자 안전행동

구분		매우 그렇다	조금 그렇다	보통 이다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	평균	표준 편차
표시내용 숙지	빈도	37	115	93	50	5	3.43	.963
	백분율	12.3	38.3	31.0	16.7	1.7		
사용량 및 사용방법 준수	빈도	21	102	116	57	4	3.26	.893
	백분율	7.0	34.0	38.7	19.0	1.3		
위해제품 회피	빈도	53	142	88	15	2	3.76	.822
	백분율	17.7	47.3	29.3	5.0	.7		
위해성분 확인	빈도	42	118	102	37	1	3.54	.893
	백분율	14.0	39.3	34.0	12.3	.3		

<표 6> 안전성 평가에 따른 안전행동 평균차이

구분		평균	표준편차	t-value
표시내용 숙지	부정집단	3.354	0.954	-1.874*
	긍정집단	3.571	0.969	
사용량 및 사용방법 준수	부정집단	3.149	0.875	-3.074**
	긍정집단	3.476	0.889	
위해제품 회피	부정집단	3.713	0.867	-1.531
	긍정집단	3.857	0.726	
위해성분 확인	부정집단	3.379	0.879	-0.750
	긍정집단	3.457	0.809	

※ * p<.05, ** p<.01, *** p<.001

2. 정보신뢰성 및 선호정보원

소비자의 물티슈 정보에 대한 신뢰성에 대해 분석한 결과, 소비자는 보도자료, 성분 및 함량 표시 모두에서 보통수준의 신뢰성을 나타내고 있었다. 전체문항의 평균 역시 3.12(S.D. 0.679) 수준이었다 (<표 7> 참조).

소비자의 정보신뢰성의 평균차이를 분석한 결과 <표 8>와 같이 모든 문항에서 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. 보도자료 신뢰도는 물티슈의 안전성에 긍정적인 집단이 부정적인 집단보다 높은 것으로 나타났다. 이는 물티슈의 위해를 인지한 소비자가 물티슈의 사용량을 줄이는 것이 아니라 안심하고 사용할 수 있는 제품을 구매하려 노력하며, 그 과정에서 언론을 통해 소개되는 제품이 인기를 누리고 있다는 사례가 이러한 결과를 반증한다. 또한 성분·함량 표시신뢰성 역시 긍정적인 집단이 부정적인 집단보다 통계적으로 유의하게 높은 수준으로 나타났다. 이는 앞서 살펴 본 안전성에 긍정적인 집단이 표시내용숙지 및 사용량 준수 행동에서 통계적으로 유의하게 높은 안전행동을 보인 결과의 근거가 될 수 있을 것이다. 즉, 성분이나 함량, 사용방법 등은 제품의 포장이나 용기에 기재되어 있는 사항으로 표시신뢰성이 높은 소비자가 낮은 소비자보다 제품 표시 내용을 숙지하고 주의하여 행동하는 것이다.

소비자가 선호하는 정보원에 대해 분석한 결과는 <표 9>와 같다. 소비자는 포장이나 용기의 표시 사항을 통해 제품의 안전정보를 획득하는 것에 대해 4.23으로 가장 높은 선호를 보였다. 표시정보는 소비자가 구매하는 상황에서 즉각적으로 손쉽게 취할 수 있다는 점에서 편리성과 접근성이 모두 확보되므로 정보탐색 비용이 가장 낮기 때문에 소비자가 가장 선호하는 정보채널로 나타난 것이라 판단된다. 포장이나 용기의 표시정보 다음으로는 인터넷과 TV·라디오 정보원을 선호하는 것으로 나타났다.

<표 7> 소비자의 정보신뢰성

구분		매우 그렇다	조금 그렇다	보통 이다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	평균	표준 편차
보도자료 신뢰도	빈도	8	81	153	54	4	3.12	.773
	백분율	2.7	27.0	51.0	18.0	1.3		
성분표시 신뢰도	빈도	11	94	128	62	5	3.15	.845
	백분율	3.7	31.3	42.7	20.7	1.7		
항량표시 신뢰도	빈도	11	89	120	75	5	3.09	.869
	백분율	3.7	29.7	40.0	25.0	1.7		

<표 8> 안전성 평가에 따른 정보신뢰성 평균차이

구분		평균	표준편차	t-value
보도자료 신뢰도	부정집단	3.005	0.796	-3.466**
	긍정집단	3.324	0.686	
성분표시 신뢰도	부정집단	2.892	0.776	-7.779***
	긍정집단	3.619	0.764	
항량표시 신뢰도	부정집단	2.836	0.769	-7.169***
	긍정집단	3.552	0.855	

※ * p<.05, ** p<.01, *** p<.001

<표 9> 소비자가 선호하는 정보원

구분		매우 그렇다	조금 그렇다	보통 이다	별로 그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	평균	표준 편차
TV·라디오	빈도	74	155	63	7	1	3.98	.763
	백분율	24.7	51.7	21.0	2.3	.3		
인터넷	빈도	84	143	61	11	1	3.99	.814
	백분율	28.0	47.7	20.3	3.7	.3		
EBS교육	빈도	44	97	121	35	3	3.48	.916
	백분율	14.7	32.3	40.3	11.7	1.0		
신문잡지	빈도	52	113	105	28	2	3.62	.901
	백분율	17.3	37.7	35.0	9.3	.7		
포장·용기표시	빈도	132	114	46	7	1	4.23	.816
	백분율	44.0	38.0	15.3	2.3	.3		

3. 멀티슈 표시실태

멀티슈의 표시실태 분석을 위하여 먼저 멀티슈 표시기준이 되는 법률과 규정을 알아보고, 규정에 따라 올바르게 표시하고 있는지 표시실태를 분석해 보았다.

1) 멀티슈 표시기준

물티슈는 국가기술표준원에서 공산품으로 분류되고 있으며 「품질경영 및 공산품안전관리법」 제19조 제2항 및 동법 시행규칙 제2조 제2항의 규정에 의해 자율안전확인대상공산품의 안전기준(기술표준원고시 제2012-170호)에 의해 관리되고 있다. 자율안전확인대상공산품이란 구조·재질 및 사용방법 등으로 인하여 소비자의 신체에 위해를 초래할 우려가 있는 공산품 중에서 제품검사만으로도 그 위해를 방지할 수 있다고 인정되는 공산품으로서 지정된 시험·검사 기관으로부터 안전성에 대한 시험·검사를 받아 해당 공산품이 안전기준에 적합한 것임을 업체가 스스로 확인한 후 이를 산업통상자원부장관에게 신고하는 공산품을 말한다. 이때 물티슈의 안전기준은 국가기술표준원의 자율안전확인 안전기준 부속서 49에 따르며 본 부속서에서 물티슈는 최소단위 포장마다 소비자가 보기 쉬운 곳에 쉽게 지워지지 않는 방법으로 <표 10>에 해당하는 사항을 표시하도록 하고 있다.

<표 10> 물티슈 표시사항

표시사항	내용
1. 품명	-
2. 모델명	-
3. 종류	-
4. 성분	부직포 부분: 재질명을 표시한다. 주요 재질명 표기와 함께 구성률을 표시할 수 있다. 액체 부분: 전체 성분에 대하여 그 성분명을 한글 명칭, 함량이 많은 것부터 순서대로 기재한다.
5. 제조연월	-
6. 제조자명	-
7. 수입자명	수입품에 한함
8. 주소 및 전화번호	국내 제조제품은 국내 제조자, 수입품인 경우에는 수입자
9. 제조국명	국내 제조제품은 생략가능, 수입품은 대외무역법에 의거 표시
10. 사용상 주의사항	① 영유아의 손이 닿지 않은 곳에 보관할 것 ② 영유아가 입에 넣거나 삼키지 않도록 할 것 ③ 피부에 발진 등 이상이 생기면 사용을 중지하고 의사와 상의할 것 ④ 제품에 이물질이 들어가지 않도록 사용 후에는 스티커를 다시 붙이거나 용기 뚜껑을 반드시 닫을 것 ⑤ 눈 주위 등 민감한 부위에 사용을 피할 것 ⑥ 기타 안전한 사용과 관련한 추가 주의 사항(필요시)

2) 물티슈 표시실태 분석

시중에 판매되고 있는 물티슈 35종의 표시실태를 분석한 결과는 다음과 같다(<표 10> 참조). 대부분의 제품이 국가기술표준원 고시 안전표시기준을 준수하고 있었으나 품명, 성분 중 액체부분, 제조자 전화번호, 제조국명 등의 표시정보가 누락된 제품도 있는 것으로 나타나 개선이 요구되고 있었다.

<표 10> 물티슈 표시분석 결과

기호해석: ●: 반드시표시해야함 ○: 표시됨 X: 반드시 표시해야 하나 표시안함 ▲: 해당 품에 한함 -: 해당 없음

표시사항	안전 기준 적용	K-01	K-02	K-03	K-04	K-05	K-06	K-07	K-08	K-09	K-10	K-11	K-12	K-13	K-14	K-15
품명	●	물티슈	물티슈	물티슈	물티슈	물티슈	물티슈	TESTER 967 Refresh	TESTER 967 Standsdard	TESTER 967 Relax	TESTER 967 Energy	물티슈	물티슈	물티슈	물티슈	물티슈
모델명	●	레이온계 (초이스엘 베이비물티슈)	필프계	레이온계 (프린임엘 베이비물티슈)	YK레이온계	CEBR-1	AJC801IS (보송이 카운터미 일스키엔젤)	HSWT	HSWT	HSWT	HSWT	CBP-2	필프계	CBR-1	CBP-2	YK 필프계
종류	●	영유아용	영유아용	영유아용	영유아용	영유아용	영유아용	영유아용	영유아용	영유아용	영유아용	영유아용	영유아용	영유아용	영유아용	일반용
성분																
부적포 성분																
재질명	●	레이온, PET	필프, 폴리에틸렌 68:32	레이온, PET	레이온, 폴리에스터	레이온, 폴리에스터 65:35	레이온, PET	비스코스	비스코스	비스코스	비스코스	폴리에스터 레이온 60:40	필프, 폴리에틸렌 70:30	레이온, 폴리에스터 65:35	폴리에스터 레이온 60:40	필프, 레이온
구성물(자물)	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
역채 부분	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
제조년월	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
사용권장기간																
제조자명	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
수입자명	▲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
주소(제조자)	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
전화번호	●	X	○	X	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
제조국명	●	○	○	○	○	○	○	X	X	X	X	○	○	○	○	○
규격	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
용도																
제품특징		○	○	○	○	○	○					○	○	○		○
사용방법																
그림		○														○
판매회사		○		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
판매원 주소		○		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
판매원 전화번호					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
이메일 또는 홈페이지		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
고객상담실 전화번호		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
반응 및 교환장소		○		○												
①: 소비자분쟁조정위원회에 의거 교환 또는 보상 받을 수 있음		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
자율안전확인표시	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
자율안전확인신고필증번호	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
재활용표시	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
제품안전자율이행 표시			○	○	○								○			
소비자충실경영			○													
사용상 주의사항																
②: 영유아의 손에 닿지 않은 곳에 보관할 것	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
③: 영유아가 입에 넣거나 삼키지 않도록 할 것	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
④: 피부의 발진 등 이상이 생기면 사용을 중지하고 의사와 상의할 것	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
⑤: 제품에 이물질이 들어가지 않도록 사용 후에는 스티커를 붙이거나 뚜껑을 닫을 것	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
⑥: 눈 주위 등 민감한 부위에 사용을 피할 것	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
추가주의사항																
㉚: TV, 컴퓨터, 안경 등의 고형된 제품에는 사용하지 말 것		○		○												
㉛: 제품으로 의류, 신발, 가방 등의 얼룩을 닦을 경우에는 번색될 수 있으니 주의		○	○	○	○								○			○
㉜: 사용 후 수세식 번기에 버리지 말 것		○	○	○	○	○	○					○	○	○	○	○
㉝: 용도 이외에는 사용하지 말 것		○	○	○	○	○	○					○	○	○	○	○
㉞: 직사광선이나 고온을 피하여 보관		○	○	○	○	○	○					○	○	○	○	○
㉟: 상처가 있는 부위에는 사용하지 말 것							○									
㊱: 이상이 있을 경우 사용말고 고객센터로 연락				○	○	○	○					○	○	○	○	○
㊲: 내용물이 마르지 않도록 덮개를 꼭 닫아서 보관			○	○	○	○	○					○	○	○	○	○
㊳: 전기기구 등에 사용시 감전의 위험이 있으므로 주의							○					○	○	○	○	○
㊴: 용기 및 포장백의 모서리에 다칠 우려가 있으니 취급에 주의			○		○	○	○					○	○	○	○	○
㊵: 손이나 장갑을 청결히 한 후 사용																
㊶: 알러지, 특이체질인 경우에는 주의하여 사용								○	○	○	○					

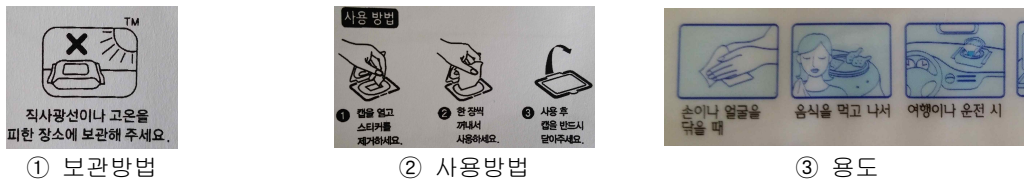
<표 10> 물티슈 표시분석 결과(계속)

기호해석: ● : 반드시 표시해야함 ○ : 표시됨 X : 반드시 표시해야 하나 표시안함 ▲ : 해당 품에 한함 - : 해당 없음

표시사항	신기안 제외	K-16	K-17	K-18	K-19	K-20	K-21	K-22	K-23	K-24	K-25	K-26	K-27	K-28	K-29	K-30	K-31	K-32	K-33	U-01	U-02	
품명	●	물티슈	물티슈	물티슈	물티슈	X	오가닉 스토리	물티슈	물티슈	물티슈	물티슈	물티슈	물티슈	물티슈	이마트 세이브 물티슈	물티슈	물티슈	물티슈	물티슈	○	○	
모델명	●	수동미 프라이 엄	수동미 베이직	마이포 코	AJC711 IH	한정기 확리 물티슈 60매	YSP-09	CGR-2	유린킬 멀리 PET계	레이온 계	LGWT	실코트	HEWT	YK PET계	레이온 계	그린티 슈 30매 (TN001)	실코트	TN-004	펄프계	X	○	
종류	●	영유아 물티슈	영유아 물티슈	영유아 물티슈	영유아 물티슈	영유아 물티슈	영유아 물티슈	일반용	일반용	일반용	일반용	일반용	일반용	일반용	일반용	일반	일반용	일반용	일반용	영유아 물티슈	X	X
성분 부직포 성분																						
재질명	●	레이온 스테인 코튼	레이온 폴리에 스터	레이온 폴리에 스터	폴리에 스터 레이온 코튼	레이온 계 폴리에 스터	레이온 폴리에 스터	폴리에 스터 스테인 코튼	펄프	레이온 PET	레이온 폴리에 스터	레이온 폴리에 스터	레이온 폴리에 스터	폴리에 스터 레이온	레이온 PET	레이온 폴리에 스터	레이온 폴리에 스터	레이온 폴리에 스터	펄프 펄프 펄프	X	X	
구성물(자율) 액체 부분	●	○	○	○	○	X	○	X	X	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X
제조년월	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X	X
사용권장기간		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
제조자명	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X
수입자명	▲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	X
주소 (제조자)	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X
전화번호	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X
제조국명	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
규격	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
용도	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
제품특징	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
사용방법 클 그림		○						○							○						○	
판매원	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
판매원 주소	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
판매원 전화번호		○				○		○	○				○	○	○					○		
이메일 또는 홈페이지						○		○		○					○					○		
고객상담실 전화번호			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
반품 및 교환주소										○	○											
①		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
자율안전 확인표시	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X
자율안전 확인 신호 표시	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X
재활용표시		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
제품안전 이행 표시									○					○						○		
소비자중심 경영														○								
사용상 주의사항																						
②	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X	X
③	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X	X
④	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X	X
⑤	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X	○
⑥	●	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	X	X
추가주의사항																						
⑦									○	○												
⑧		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
⑨		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
⑩		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
⑪		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
⑫														○								
⑬														○								
⑭		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
⑮		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
⑯		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
⑰		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○		
⑱						○																○



<그림 1> 수입 물티슈 표시상태



<그림 2> 보관방법 및 사용방법, 용도 안내 그림



<그림 3> 포장 및 용기 면적 중 표시기재 면적 상태

VI. 결론 및 제언

2011년 가습기 살균제 사건이 발생하고 이어 물티슈에서 가습기 살균제에서 문제가 되었던 성분이 검출되면서 물티슈의 위해성에 대한 논란이 계속해서 이어지고 있다. 소비자들은 물티슈의 위해성을 인지하고 있음에도 불구하고 물티슈의 휴대성과 편리성으로 그 사용량을 줄이지 않고 있으며, 사용량을 줄이는 대신 보다 안전한 물티슈를 구매하려 노력하는 행동을 보이고 있다. 이에 본 연구에서는 물티슈에 대한 소비자의 주관적 안전성 평가 및 행동, 정보신뢰성, 선호 정보원, 실제 물티슈의 표시실태에 대해 알아보았다.

주요 연구결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 물티슈에 대한 소비자의 주관적 평가 부분에서 정부 당국의 관리·감독 안전성에 대한 평가는 2.79로 보통이하 수준으로 나타나 정부의 안전 관리에 대해 소비자들의 평가가 저조함을 나타냈다. 이는 정부의 활동에 대해 불신하는 사회적 분위기를 여실이 보여주는 결과라 하겠다. 따라서 정부는 제품의 안전성 관리·감독을 보다 적극적으로 수행하여 장기적으로 소비자의 신뢰를 회복할 수 있도록 노력해야 할 것이다. 둘째, 소비자의 안전성 평가에 따라 구분된 2개 집단 중에서 안전성을 부정적으로 평가한 집단의 안전행동 수준이 통계적으로 유의하게 낮게 나타났다. 이는 안전성에 부정적인 집단은 위해를 어느 정도 수용가능하다 판단하여 안전행동수준이 낮게 나타난 것으로 판단된다. 최근 물티슈에 대한 실험 중에 피부에 20번 직접 접촉했을 때 나타나는 피부노화 및 멜라닌 색소 증가 현상 등 물티슈 내 유해물질이 직접적인 피해가 실험을 통해 밝혀졌다. 따라서 유해물질에 대한 적극적 홍보와 안전제품 공개 등으로 소비자가 위해를 수용하기 보다는 회피할 수 있도록 지원해야 한다. 셋째, 소비자는 포장이나 용기의 표시사항을 통해 제품의 안전정보를 획득하는 것을 가장 선호하였다. 이는 표시정보는 정보탐색의 비용이 가장 적은 반면 효율적으로 정보를 획득할 수 있기 때문이다. 그러나 현재 물티슈는 공산품을 분류되어 약사법에 준거해 화장품 기준을 영유아 물티슈를 관리하고 있는 일본과는 대조적이다(나우뉴스, 2014년 4월 15일자). 제2차 제품안전 종합계획의 발표에 따라 국가기술표준원에서 관리하고 있는 물티슈의 안전기준은 식약처에서 운용하는 화장품 안전관리기준으로 강화되나 적용시점은 아직 식약처와 협의 중에 있어(베이비뉴스, 2014년 2월 26일자) 언제 적용될지는 미지수이다. 따라서 현시점에서 물티슈 표시정보기준에 대해 몇 가지 개선해야할 점을 제시한다면 다음과 같다. 첫째, 품명, 모델명 표시를 통일하여 보다 효과적으로 표시한다. 둘째, 감진, 알리지 등 사용상 주의사항을 추가한다. 셋째, 권장유통기한 표시를 추가한다. 넷째, 수입 물티슈에 대한 표시를 한국어 사용, 국내 표시기준 적용 등으로 강화한다. 다섯째, 포장 전면에 주요 표시사항을 제시한다. 여섯째, 주요 안전정보는 그림과 문자를 활용하여 제시함으로써 소비자의 가독성을 높인다.

이와 같이 물티슈 표시기준 강화, 정부의 관리·감독 강화, 안전정보 적극 홍보 등으로 소비자가 안전하게 제품을 사용할 수 있는 환경을 조성해야할 것이다. 그러나 본 연구에서는 조사대상자를 영유아 자녀를 둔 주부를 대상으로 한정하여 조사하였고, 표시실태 조사에 비중을 둠으로써 소비자의 사

용실태 등에 대한 조사가 이루어지지 못하였다. 따라서 향후 소비자의 물티슈 이용행태 또는 사용실태 조사, 물티슈 이용 피해사례 조사 등이 이루어 져야 할 것이다.

참고문헌

- 김서용, 김현중, 백승근. 2013. 농민의 농약사용 안전행동 결정요인 분석: 근인과 원인의 효과검증. 한국농약과학회 학술대회 논문집. 10: 89-89.
- 김성숙. 2010. 소비자의 쇠고기 안전관련 표시이용행동. 소비자문제연구. 4: 114-126.
- 김성숙, 이승신. 2000. 상품 안전정보에 관한 소비자행동 연구. 소비자학연구. 11(3): 85-100.
- 나우뉴스. 2014. 끝나지 않은 물티슈 안전성 논란 속, 믿을 만한 제품은? 2014. 4. 15.
- 박지연, 최은희, 최정화, 심상국, 박형수, 박기환, 문혜경, 류경. 2009. 소비자의 식품안전 인지도와 안전행동 평가. 한국식품위생안전성학회지. 24(1): 1-11.
- 배순영. 2006. 소비자안전체감지수의 개발 및 산출에 관한 연구. 한국소비자원.
- 배순영, 김성천, 이기혁, 김현주. 2006. 소비자안전체감지수의 개발 및 산출에 관한 연구. 한국소비자보호원 정책자료.
- 베이비뉴스. 2014. 물티슈 안전기준 화장품 관리수준으로 강화. 2014. 2. 26.
- 송유진, 유현정. 2008. 식품구매시 소비자의 지각된 위험이 안전의식과 안전추구행동에 미치는 영향력의 구조모형분석: 서울과 상해 소비자를 중심으로. 소비자학연구. 19(3): 215-242.
- 시사데일리. 2013. 물티슈서 유해성물 검출...엄마들만 또 우왕좌왕? 2013. 12. 26.
- 유현정, 송유진. 2013. 한중미 대학생 소비자의 정보신뢰성이 식품안전행동에 미치는 영향. 한국위기관리논집. 9(9): 101-120.
- 유현정, 주소현. 2012. 식품안전에 대한 소비자체감도가 식품안전지향행동에 미치는 영향의 구조모형 분석. 소비자정책교육연구. 8(4): 49-70.
- 유현정, 황혜선. 2013. 영유아대상 물티슈 소비자 이용행태. 환경독성보건학회. 한국독성학회 심포지움 및 학술대회. 614-614.
- 이기춘, 김성숙. 1998. 소비자의 안전의식과 안전추구행동. 대한가정학회지. 36(3): 1-14.
- 이지은, 이기춘. 1992. 서울시 주부소비자의 안전추구행동에 관한 연구. 생활과학연구. 17(2): 37-48.
- 주간한국. 2013. 물티슈 유해성분, 겨우 20번만 접촉해도...경악. 2013. 12. 26.
- 파이낸셜뉴스. 2013. 베베슈 물티슈는 안전하다. 입소문타고 인기. 2013. 12. 27.
- Frewer, Lynn J., C. Howard, D. Hedderley, and R. Shepherd. 1996. What Determines Trust in Information about Food-related Risks? Underlying Psychological Consturct. *Risk Analysis*. 16(4): 473-486.

Graham, Dan J., Jacob L. Orquin, and Vivianne H. M. Visschers. 2012. Eye Tracking and Nutrition Label Use A Review of the Literature and Recommendations for Label Enhancement. *Food Policy*. 37P: 378-382.

Peters, P. H., 송해룡역. 2005. 위험보도와 매스커뮤니케이션. 커뮤니케이션북스.

Komelis, Marcel, Janneke de Jong, Lynn Frewer, and Hans Dagevos. 2007. COConsumer Selection of Food Safety Information Source. *Risk Analysis*. 27(2): 327-335.

유현정: 성균관대학교에서 가정학 박사(소비자학 전공) 학위를 취득하고(논문: 인터넷 쇼핑에 대한 소비자만족모델: 20, 30대 소비자를 중심으로, 2001), 현재 충북대학교 소비자학과 부교수로 재직중이다. 세부 전공분야는 소비자행동, 소비자교육 및 정책 등이며, 소비자와 생활안전(공저, 2011), 재난을 바라보는 다섯가지 시선(공저, 2011) 등의 저서와 “식품위생정보의 커뮤니케이션 과정에 따른 소비자반응”(2013), “Perceived Risk and Safety-Seeking Behavior of Consumers in Seoul, Shanghai and New York”(2012)등의 연구논문이 있다(yoohj@chungbuk.ac.kr).

황혜선: 성균관대학교에서 소비자학 전공 박사학위(논문: 상품개발단계에서의 소비자니즈 분석모형, 2011)를 취득하고 현재 충북대학교 소비자학과 조교수로 재직 중이며 세부전공분야는 소비자정보이다. “현대 소비자의 소비자정보역량: 전자제품 구매 시 정보탐색 효율성 및 효과성에 미치는 영향”(2012), “Exploring Dimensions of Consumer Needs by Eliciting from Different Consumer Life Spaces”(2011) 등의 연구논문이 있다(hsun@chungbuk.ac.kr).

송유진: 충북대학교 소비자학과 박사과정에 재학 중이며, 충북대학교 국가위기관리연구소 선임연구원을 맡고 있다(morndew0924@hanmail.net).