

# 화장품업계의 대응방안

PL Method of Cosmetics business circle

박연수 / 태평양 화장품 학술 개발실 부장

## 1. 들어가며

2002년 일반국민들에게는 월드컵, 아시안 게임, 선거, 경제회복 등 축제적인 분위기가 관심사인 반면, 기업에서는 7월 1일부터 시행되는 PL에 초점을 맞춰 분주히 움직이고 있다. 또한 매스컴에서도 PL에 대한 특집 기사를 실는 등 지대한 관심을 표명하고 있으며, PL 컨설팅 업체에서는 지금 당장이라도 난리가 날 것처럼 긴 급성을 강조하고 있다.

그렇다. 이제 7월 1일은 한달여 밖에 남지 않았다. 심지어 어느 컨설팅 업체에서는 '이제 PL 대응해서는 늦었다'는 말까지 하고 있다. 또한 화장품 관련 주간지의 특집기사는 상위 2~3개 업체만이 실질적으로 PL법의 실행에 대비하고 있는 것으로 보이며, 그 외의 업체는 기존의 품질관리와 고객상담 기능을 강화하는 수준에서 준비하고 있는 것으로 나타나고 있다. 분명 PL에 대하여 여러 업체가 대비하고 있는데 각자 서로 다르게 대비하고 있으니, 정답을 찾지 못해 애를 쓰고 있는 듯 하다. 또한 업체간에 서로

정보를 공유하기가 어려운 민감한 부분이 수반되기 마련이어서 정보교류가 쉽지 않으며, PL 구축 경험을 갖고 있는 전문가를 찾아보기도 어려운 실정이다. 설령 PL 전문가라 하더라도 화장품에 대해 구축 경험이 없으니 사고전환이 쉽지 않은 상황이다.

과연 화장품에는 위험이 없는 것일까?

## 2. 사례

그러면 여기서 PL법이 이미 시행되고 있는 미국 등의 화장품에 의한 몇 가지 사례를 살펴보자.

1989년에 패션전문 백화점인 블루밍데일에서 판매원이 판매촉진을 위해 손님의 허락 없이 향수를 뿌렸는데, 불운하게도 이 손님은 냄새나 화학물질에 대한 과민증 공해병인 MCS(Multiple Chemical Sensitivity)병 환자로 그 향수의 냄새로 인해 병이 재발, 11일간 입원하여 치료를 받은 사건이었다. 이는 소송으로 이어졌는데 백화점 측은 손님에게 손해배상으

로 7만5천불을 지불함으로써 마무리 되었다.

1974년 일본에서는 부엌용 합성세제를 사용 중 손끝 감각이 없어져 소비자가 70만엔의 배상 청구 소송을 제기하였으나 화해를 통해 해결하였다. 그 외에도 어린이가 베이비 오일을 잘 못 마셔 뇌 장해를 일으킨 경우, 향수를 양초에 뿌렸는데 돌연 발화로 어린이가 얼굴에 화상을 입은 경우 등의 사례로 미루어 볼 때 화장품업계 역시 PL법에 있어서 무풍지대가 아니라는 것을 알 수 있다.

PL법이 시행되면 소비자는 제품을 잘 못 사용하지 않았다는 점을 증명하기만 하면 손해배상을 받을 수 있는 반면, 기업은 해당제품에 결함이 없다는 것을 입증해야 하므로 심할 경우 불필요한 소송으로 기업의 이미지 훼손뿐만 아니라 막대한 피해보상으로 인한 재정상 손해로 기업의 존립마저 위협할 수 있다. 이런 상황에서 화장품업계는 어떻게 PL법 시행에 대비해야 할 것인가?

### 3. 대응방안

#### 3-1. PL에 대한 이해와 추진 의지

최고경영자의 PL에 대한 이해와 강력한 추진 의지가 있어야 한다. 이를 기반으로 전사적으로 PL에 대한 확산교육을 통해 최고경영자부터 사원에 이르기까지 '왜, 무엇을 할 것인가'에 대한 공감대가 형성되어야 한다. 이러한 전사적인 분위기가 형성되지 않고는 효과적으로 PL에 대비할 수가 없으며, 대비해 가는 과정에서도 많은 어려움에 봉착하게 된다.

아울러 PL에 적극적으로 대처할 수 있도록 유

기적인 조직의 재정비도 필요하다. 미국의 주요 기업들은 전문가와 변호사 등이 포함된 전담팀을 구성하여 가동하고 있으며, 국내나 일본 기업의 사례에서도 CS나 품질관련 부문을 중심으로 PL에 대비하기 위한 조직을 신설 또는 재정비하는 사례를 찾아 볼 수 있다.

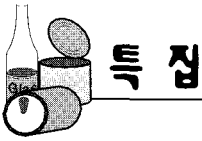
#### 3-2. 사전 예방의 적극적인 자세

PL은 '문제가 발생하면 대응하겠다'는 소극적인 자세보다 기획 및 설계로부터 제조, 유통에 이르기까지 위험을 사전에 제거하여 예방하겠다는 자세가 우선되어야 한다. 최근 급속도로 확산되고 있는 커피 체인점의 아이디어 용기가 좋은 예라고 할 수 있다.

이 용기는 이동하면서도 커피가 쏟아지지 않고 적당히 마실 수 있도록 뚜껑에 작은 구멍을 뚫었으며, 소비자의 손이 데이지 않도록 몸체를 두꺼운 골판지로 감싼, 소비자의 안전을 고려한 독특한 설계를 하였다. 이 예로부터 제품이 개발되어 소비자가 완전히 사용을 마칠 때까지 잠재되어 있는 위험을 제거하여 소비자의 안전을 확보해야만 한다는 것을 알 수 있다.

그러기 위해서는 기획과 개발단계에서 위험분석을 통해 예측 가능한 위험까지 제거하여 설계상의 결함을 막아야 하며, 또한 제조단계에서도 제조공정상의 위험분석을 통해 제조오류로 인한 제조상의 결함을 제거하여야 한다. 더 나아가 협력업체의 철저한 지도, 감독으로 품질향상을 통해서 안전성을 확보하는 것이 선행되어야 하며 계약서 상에 PL책임을 명확히 해두어야 한다.

과거처럼 품질만으로 고객의 욕구를 충족시키던 시대는 지나갔다. 이제는 소비자의 안전이 확



보되지 않은 제품은 시장에서 철저히 외면 받는 소비자 권리시대가 온 것이다.

### 3-3. 경고·표시의 강화

법적인 표시 사항만을 기재한다는 것은 최소한의 요건을 충족시키는 것에 불과하다. 설계를 확보할 수 없는 위험은 소비자에게 경고·표시를 통해 내용을 누구나 알 수 있도록 알려야 한다. 이렇게 하기 위해서는 소비자가 위험을 회피할 수 있도록 잘 보이는 곳에 잘 보이도록 표시하여야 한다. 또한 소비자의 안전과 직결되는 사항을 먼저 알리도록 하여야 한다.

### 3-4. 기록 확보와 관리

기록관리에 있어서도 충실을 기해야 한다. 우선 기획, 개발 및 설계, 제조, 유통에 대하여 각 단계적으로 논리에 맞도록 기록을 확보하고 관리하여야 한다. 이러한 기록들은 법정에 제출할 PL 관련자료를 만든다는 생각으로 정량적 표현을 사용하여 정확하게 기술하여야 하며 과장이나 추측, 허위사실, 부정적 표현 등을 사용하지 말고 객관적이고 사실적으로 기록하여야 한다. 또한 사내에서만 사용되는 약어 또는 전문용어의 사용을 피하고 모순된 결과가 없이 일관성 있게 기록되어야 한다.

### 3-5. 클레임 발생 요인 분석

소비자 클레임에 대해서는 클레임 발생 요인을 분석하여 관련부문으로 피드백하여 즉시 개선하고 재발하지 않도록 하여야 한다. 이렇게 함으로써 품질향상을 통하여 고객만족을 실현할 수 있으며, 이는 곧 클레임 발생을 억제하는 요

인으로 작용하여 고객의 불만을 감소시킴으로써 한편으로는 효과적으로 PL에 대비할 수 있는 한 방법일 수 있다. 또한 제품의 결함을 인지하였을 때에는 즉시 자발적인 리콜을 실시하여 소비자의 확대 손해를 막아야 한다.

### 3-6. 보상 체계 확립

발생한 사고에 대해서는 보상할 수 있는 체계를 갖추어야 한다. PL보험 가입 또는 내부유보 등을 통해서 기업의 위험을 분산해야 하며, 소송에 대비하여 PL변호사도 선임하여야 한다. 그러나 선행되어야 할 것은 소송으로 가지 않도록 화해를 통해 해결하려는 노력이다. 이를 위해 산업자원부에서 'PL상담센터'라는 이름의 분쟁해결 기구를 5월까지 설치하여 법률 및 기술전문가, 소비자 문제 경력자 등이 참여하여 분쟁조정 업무를 하게 한다고 하니 기업으로서는 다행스러운 일이 아닐 수 없다.

이제까지 PL에 대비하기 위한 PLP(Product Liability Prevention), PLD(Product Liability Defence), PLI(Product Liability Insurance) 측면에서 언급하였다. 이것을 요약하면 다음과 같이 몇 마디로 줄일 수 있다. 제품의 안전성을 확보하는 것이 최선이며, 안전성을 확보할 수 없을 때에는 소비자에게 위험을 알려 회피하도록 하여야 한다. 또한 소송에 대비하여 결함이 없음을 입증할 수 있도록 안전관련 기록들을 요건에 맞도록 확보하고 관리하여야 하며, 위험을 분산시키기 위해서 보험에 가입하여야 한다. 이제 PL법의 시행이 얼마 남지 않았다. 지금까지 기술한 내용이 각 화장품 업체가 PL에 대비하는데 다소나마 도움이 되었으면 한다. ☞