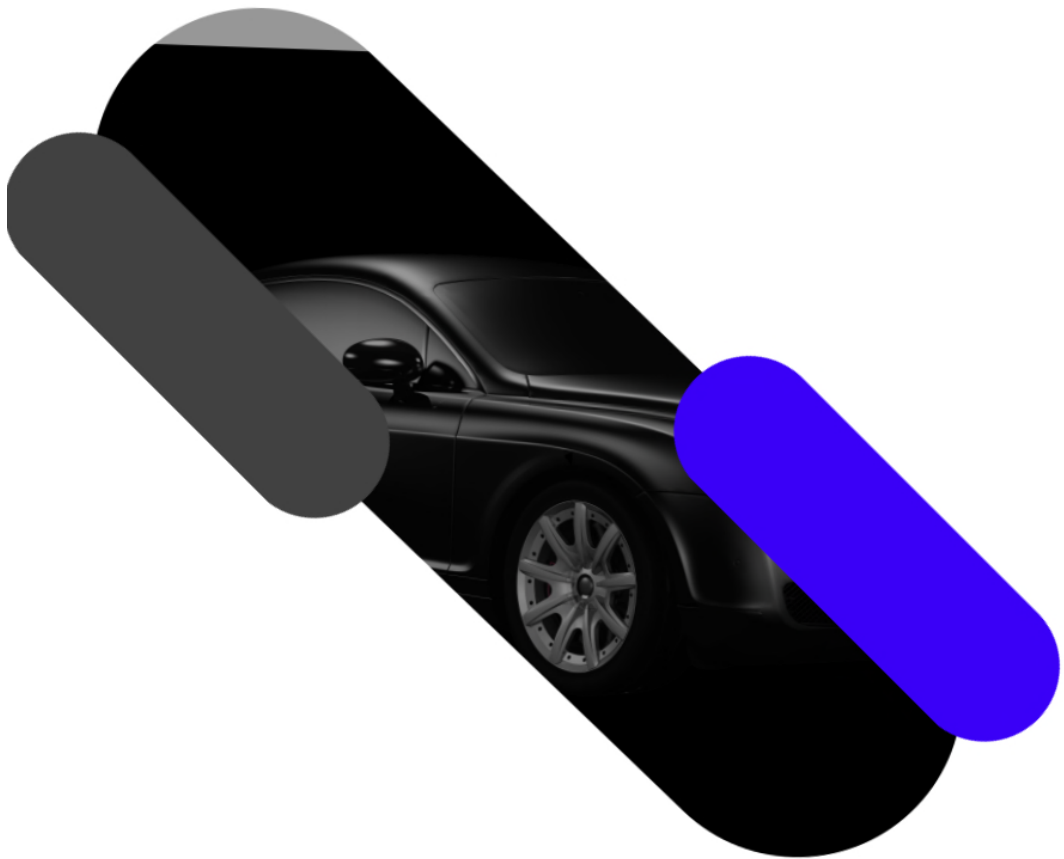


<컨슈머워치 세미나>

소비자 관점에서 본 중고차시장의 동향과 시사점

2021년 12월 13일 (월) 오전 9시 30분
산림비전센터 열림홀



<컨슈머워치 세미나>

**소비자 관점에서 본
중고차시장의 동향과 시사점**

□ 세미나 개요

- 일 시: 2021년 12월 13일 (월) 오전 9시 30분
- 장 소: 산림비전센터 열림홀
- 주 최: 컨슈머워치
- 사 회: 이병희 중소기업학회 회장 / 한양대학교 경영대학 교수

□ 프로그램

구 분	시 간	내 용
개 회	09:30-09:50	- 개회 선언 : 이병희 중소기업학회 회장
발 제	09:50-10:10	- 전문가 발제: 「해외 중고차시장 현황 및 정책적 시사점」 - 박은경 컨슈머워치 사무총장
자 유 토 론	10:10-10:40	- 권용주 국민대학교 교수 - 김주홍 한국자동차산업협회 상무 - 임기상 자동차시민연합 대표
종합 정리 및 폐회	10:40-11:00	- 종합정리 및 폐회 : 이병희 중소기업학회 회장

※ 상기 프로그램은 상황에 따라 변경될 수 있습니다.

| 세미나 자료 |

소비자 관점에서 본 중고차시장의 동향과 시사점

발제

컨슈머워치 사무총장
곽은경

해외 중고차시장 현황 및 정책적 시사점

곽은경 컨슈머워치 사무총장

목차

- I. 한국 중고차시장 현황과 문제점
- II. 해외 사례
 - 1. 일본 중고차시장
 - 2. 미국 중고차시장
 - 3. 유럽 중고차시장
- III. 결론 및 시사점

한국 중고차시장 현황과 문제점

한국 중고차시장: 현황

- 1972년 자동차관리법에 따라 자동차매매업 제도화
- 연 30조 규모의 시장, 신차보다 큰 시장
- 2000년 이전, 오프라인 매장인 중고매매상사를 통한 거래, 개인간 거래가 주를 이루었음.
- 이후 전자상거래 확대, 등록제 전환으로 시장 확대
 - 거래량, 매매업체 증가 등 양적 성장
 - 영세업체의 난립으로 허위/미끼 매물, 성능 점검 부실 등 문제 부각
 - 소비자 피해 커지면서 중고차 매매업체에 대한 신뢰도 하락
- 최근에는 '첫차', '헤이딜러' 등의 스타트업과 'KB차차차' 등 신용정보 및 금융권이 시장 진입

한국 중고차시장: 내수시장

<국내 중고차시장 거래유형별 현황>

(단위: 천대, %)

구분	2018		2019		2020		증감률 '20/'19
		비중		비중		비중	
1) 중고차 최종거래	2,460	100.0	2,388	100.0	2,515	100.0	5.3
- 당사자 간 거래	1,352	55.0	1,294	54.2	1,376	54.7	6.3
- 매매업자 알선	72	2.9	51	2.1	34	1.4	-32.7
- 매매업자 매도	1,036	42.1	1,043	43.7	1,105	43.9	5.9
2)매매업자 매입	1,053		1,064		1,166		9.6
3)기타(상속, 상사이전 등)	258		243		271		11.7

* 자료: 국토부

- 당사자간 거래 비중이 54.7%, 왜곡된 시장구조

한국 중고차시장: 내수시장

▲ 신차 VS 중고차 판매 규모 비교

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
신조차 판매	1,676,047	1,847,102	1,835,849	1,845,329	1,842,595	1,811,504	1,922,370
중고차 거래	2,333,925	2,501,811	2,570,089	2,554,739	2,526,082	2,459,629	2,587,253
대비율(중고차/신차)	1.39	1.35	1.40	1.38	1.37	1.36	1.35



* 출처: 국토교통부 통계누리

한국 중고차시장: 수출시장



- 2020년 38만7천여건, 13억 399만 달러 수준
- 수출규모 증가는 차량용 반도체 부족으로 신차 생산 부진에 기인
- 수출경쟁력은 높지 않음.
 - 영세업체 중심의 수출 구조
 - 객관적 품질 평가 시스템 부재
 - 노후, 저가 차량 중심으로 수출 (리비아, 캄보디아, 예멘, 몽골 등)
 - 고품질, 고가격 차량 수입국가에 대한 전략 필요(요르단, 러시아, 이라크 등)

한국 중고차시장: 공급 측면



* 출처: 국토교통부 통계누리
/블로그 신현도의 중고차 리서치 재인용

- 백화점식 대형 매매단지로 사업장 증가 추세
- **영세, 열악:** 매매업체당 월간 거래대수는 2019년 15.3대, 매매사원당 거래 대수는 2.4대 수준으로 감소추세

한국 중고차시장: 공급 측면

<중고차 관련 기업>

사업 영역 및 형태	주요 기업
중고차 매매	K-CAR, 오토플러스, 유카, AJ셀카, 뉴카카
매매단지 조성, 운영	인천 엠파크, 서서울 모터리움 등
중고차 광고, 마케팅	보배드림, 엔카닷컴
대형 렌터카 기업	롯데렌탈 등
기타(해외 수출)	세경오토 등

- 국내 중고차 관련 상장기업 K-CAR가 유일
 - 2021.10.13일 상장, 온라인 기준 시장점유율 80%
- 경매기업: 비중 낮음 (2018년 기준 6% 수준)
 - 글로비스, AJ셀카가 분당, 시화 매장/엠파크 이지옥션 등 온라인 경매도 도입
- 수출기업: 전국 900여개 수출업체 중 800여개 업체가 인천 송도 부근 밀집, 사업자무등록 상태, 매우 열악
- 수입차 인증중고차 서비스: 국내 완성차 업체는 중소기업 적합업종으로 불가

한국 중고차시장: 제도

- 등록제: 1997년부터 허가제에서 등록제로 변경
 - 연면적 660제곱미터 이상 전시시설, 12미터 이상의 도로에 붙어있을 것
 - 사무실을 갖추고 시장, 군수, 구청장에게 등록
- 중소기업 적합업종 2013년 지정
 - 대기업 진출 제한, 2017년 SK의 Sk엔카 매각
 - 경쟁력이 떨어지는 영세업체만 존재
 - 규모가 상대적으로 큰 K-CAR, 오토플러스, AJ셀카 등의 점유율은 3.5%에 불과, 중소기업 적합업종으로 공격적 사업확장 불가
 - 이에 따른 소비자 피해 심각

한국 중고차시장: 제도

- 소비자구제 관련
 - 자동차관리법 제58조 제1항에 따라 중고차 매매업자는 매매계약 체결 전 소비자에게 성능상태점검기록부를 의무적으로 발급
 - 소비자피해보상규정에는 중고자동차를 구입한 후 일정기간 이내에 숨겨진 고장이 나타난 때 보상조항을 두고 있지 않음
- 차량정보
 - 2018년 3월부터 국토교통부는 '자동차 365' 운영 : 차량 구입, 운행, 중고차 매매, 정비검사 폐차 등 정보 제공
 - 성능·상태 점검자 : 거짓 또는 점검 내용이 다를 경우「자동차관리법」 제58조 제4항 등에 의거 사업정지 또는 등록취소 등의 행정처분
 - 매매사업자 : 중고자동차의 성능·상태를 거짓 고지할 경우「자동차관리법」 제80조 제6호, 제7호의2 등에 따라 처벌

중고차 이력조회 서비스 비교: 미국 vs 한국

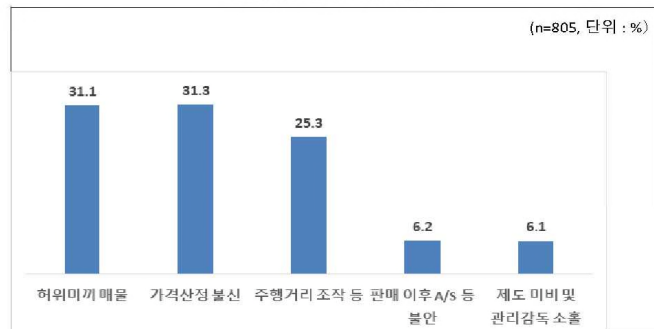
한국과 미국 중고차 이력조회 서비스 비교		
	카팩스 (미국)	카히스토리 (한국)
명의	명의변경 이력제공 명의자별 주행거리 제공	명의 변경 이력 제공
사고이력	명의자별 사고이력 제공	사고금액 (자차/타차) 정보
정비이력	개인정비 이력 외공개	미 공개
워런티내역	공 개	미 공개

* 자료: YTN

한국 중고차시장: 소비자 피해

- 한국경제연구원, 중고차시장에 대한 소비자 인식 조사 (2020.11)
 - 응답자의 80.5%가 중고차시장이 불투명하면서 혼탁, 낙후되어 있다고 인식
- 중고자동차 정보 신뢰성 문제 : 허위매물, 미끼매물
- 차량상태에 대한 신뢰성 문제

〈불투명·혼탁·낙후 이유〉

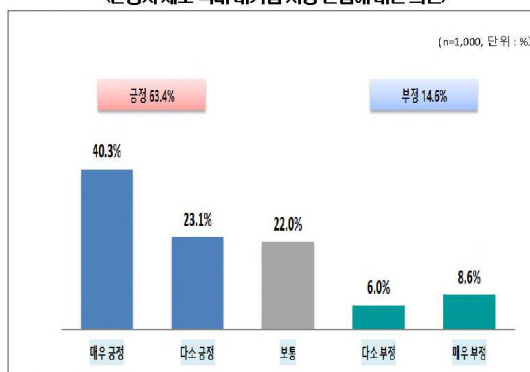


* 자료: 한국경제연구원

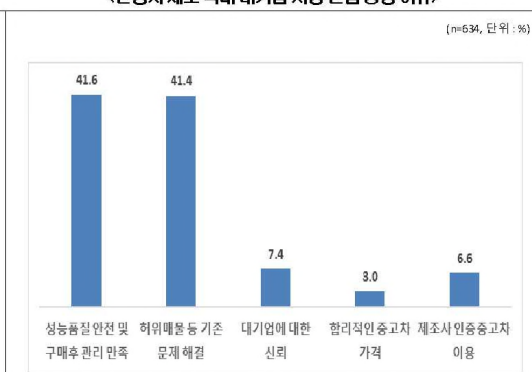
한국 중고차시장: 소비자 피해

- 한국경제연구원, 중고차시장에 대한 소비자 인식 조사 (2020.11)

〈완성차 제조 국내 대기업 시장 진입에 대한 의견〉



〈완성차 제조 국내 대기업 시장 진입 긍정 이유〉



※ 자료: 한국경제연구원

한국 중고차시장: 소비자 피해

● 중고차시장 관련 여론 모니터링 분석

- 2021.10.26일 기준 34사에서 온라인 뉴스 보도에 달린 총 285개의 댓글 분석
- 중고차시장에 대한 부정적 여론은 총 233개로 **전체의 82.1%**에 달함.
- 전자신문 "국내 중고차 거래 55%, 당사자 간 매매...업자 거래 기피" 의 경우 86개의 댓글이 달림

구분		
보도 언론사	34社(전자신문, 한국경제, 경향신문, 조선비즈, 이데일리, 디지털타임스, 머니S 등)	
중고차시장에 대한 여론(댓글) 성향	긍정	19(6.7%)
	중립	32(11.2%)
	부정	234(82.1%)
대기업 중고차시장 진입에 대한 의견	긍정	35(12.3%)
	중립	2(0.7%)
	부정	13(4.6%)
	언급 없음	235(82.5%)
댓글 총계		285

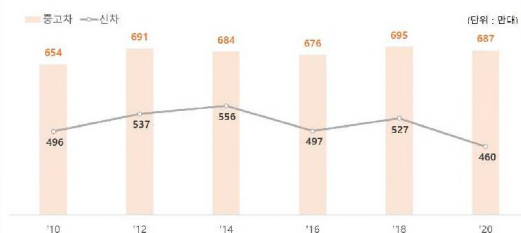
일본 중고차 시장

일본 중고차시장: 활성화된 경매 시스템

- 유통구조: 신차 판매 제조회사에 보상판매 / 경매 / 개인간 직거래
- 매우 활성화된 경매시스템
 - 대량의 중고차 수요를 위한 안정적인 공급처 역할
 - 중고차 정보접근이 제한된 상태에서 경매장을 거친 중고차는 일정 수준 이상의 품질을 확보했다는 보증이 됨. 매입자들이 신뢰.
 - 2016년 기준 약 160여개 중고차 경매장 운영 중, 전체 중고차의 80~90%
 - 2018년 124개국을 상대로 온라인 경매 실시, 14만대 수출
- 경매장 출품을 전제로 한 매입전문 프랜차이즈 출현, 중고차 매입시장 장악
- 매입과 판매를 분리하는 구조를 통해 빠른 회전, 비용절감 등 가격 경쟁력 요인.

일본 중고차시장: 내수시장

<일본 중고차 거래량 추이>



- 2020년 기준 중고차 거래량은 687만대. 신차 대비 1.5배 많은 수치
- 미국에 비해서는 내수 중고차 시장이 상대적으로 덜 활성화
- 중고차시장 내 경차 비중이 높음. 반면 수출차의 경우 소형차 이상급이 많음.

[전체 중고차 시장 내 경차 비중]⁴⁾

	10년 ³⁾	12년 ³⁾	14년 ³⁾	16년 ³⁾	18년 ³⁾
중고차 등록대수 ¹⁾ (만대) ²⁾	654 ²⁾	692 ²⁾	684 ²⁾	676 ²⁾	695 ²⁾
경차비중 ¹⁾ (%) ²⁾	40% ²⁾	42% ²⁾	45% ²⁾	44% ²⁾	45% ²⁾

출처: JADA/중고경자동차협회 (상용포함)⁴⁾

일본 중고차시장: 수출시장

(단위: 대)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
수출대수	1,163,109	1,289,581	1,254,074	1,187,710	1,297,708	1,326,619

자료: 일본 재무성 무역통계

[중고차 수출 금액]

(단위: 만엔)^{a)}

구분	10년 ^{b)}	12년 ^{b)}	14년 ^{b)}	16년 ^{b)}	18년 ^{b)}
수출액 ^{c)}	44,677,951 ^{c)}	50,582,537 ^{c)}	75,868,130 ^{c)}	69,488,426 ^{c)}	77,127,313 ^{c)}
평균 FOB ^{d)}	53.3 ^{d)}	50.3 ^{d)}	59.1 ^{d)}	58.5 ^{d)}	58.1 ^{d)}

* 원도별 평균 FOB는 원년 수출량과 원평균 FOB를 가중평균한 결과임
출처: 재무성 무역통계 (상용포함)^{a)}

2018년 한국과 일본의 중고차 수출 비교

	한국	일본
중고차 수출대수	36만	132만
중고차 수출금액	1조	7조

- 뛰어난 품질/안정적 물량/가격경쟁력
- 중고차 수출은 2018년 기준 약 133만대로, 지속적으로 상승 추세
- 중고차 수출액은 7,700억엔 수준 (한화 약 8.6조원) 가량으로 경제적 규모가 큰 편.
- 경매장을 통한 풍부한 매입력: 거래증빙 및 엄격한 품질보증 등 관리시스템 운용, 저렴한 운임비용, 가격경쟁력, 품질의 경쟁력 등
- 일본의 경우 인증중고차제도 시행중. 도요타가 직접 수출 중고자동차의 품질을 관리하고 보증하여 고객의 신뢰도를 향상시킴.
- 2018년 기준으로 한국의 3.7배 수출규모, 수출금액은 약 6.5배, 국내 중고차 수출시스템과 신뢰성, 투명성의 문제

일본 중고차시장: 소비자

- 차량의 정보제공, 차량감정이 가능한 대형 매매업체를 선호함.
 - 일본 중고차는 기본적으로 '현상판매(No Claim, No Return)' 비중이 높고, 중고차 정보 접근이 제한적인 편임
 - 구넷, 카센서와 대형 매매업체 브랜드를 중심으로 거래
- 차량교체주기가 짧음
 - 차량정기검사비용 100-150만원, 구입 후 3년 후, 이후 매2년마다 차량 정기검사 필수. 국내 10만원 내외인 것과 비교해 높은 편
 - 보유기간에 따라 세금 경감되는 한국과 달리 보유기간이 늘어날 수록 세금도 늘어남.
 - 따라서 10만 킬로 전에 차량 교체하려는 경향이 있음.

일본 중고차시장: 공급측면

- **자동차 제조사 (신차 딜러):** 신차 판매를 위해 중고차를 매입하거나 판매. 도요타는 중고차 판매점을 운영하면서 인증중고차도 포함해 판매
- **경매장:** 대규모 물량 제공하고, 경매장을 통해 평가된 차량은 매입업자나 해외 바이어에게 차량을 판단할 수 있는 기준을 제공해준다는 측면에서 중고차에 대한 신뢰감을 형성.
- **대규모의 수출업체:** 경매알선, 해외 직접판매, 온라인 채널 통해 판매
- **중고차판매점:** 낮은 진입장벽으로 신뢰도 낮음. '현상판매' 중심이었으나 인증중고차 선호로 감정 비중이 높아짐.
- 상장된 기업이 30여개.

[일본 주식시장 상장된 중고차 관련 주요기업]⁴⁾

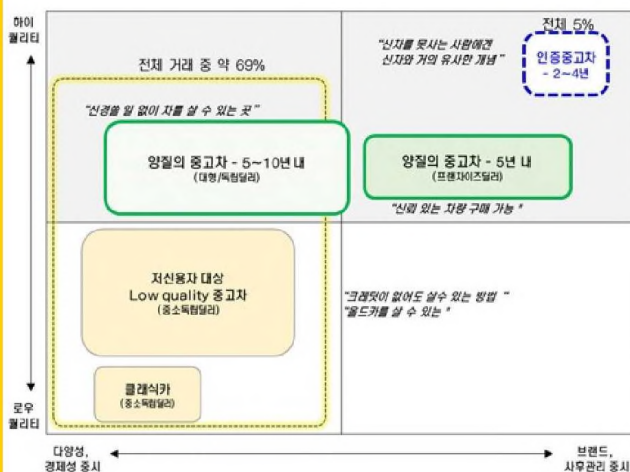
구분	업체 정보
중고차 수출	VI 홀딩스, 애플, 트러스트
중고차 경매	USS, 오쿠노
중고차 매입	IDOM (걸리비), 카치스

일본 중고차시장: 제도

- 낮은 진입장벽: 가까운 경찰소에 신고하면 고물 영업법 및 고물 영업법 시행규칙에 의해 '고물상 영업 허가증' 발급 가능
- 정부의 시장 개입을 최소화해 민간 주도생태계를 조성
- 수출에도 큰 규제 없음. 중고차 검사 후 인증 스티커 발급 후 수출
- 대기업에 대한 규제 없음
 - 대형자본력으로 단계별 세분화, 전문성 강화 가능: 대형 경매, 수출업체 → 품질, 물량공급, 가격경쟁력, 신뢰감, 단계별 세분화 전문화 된 기업을 통한 전문성
 - 제조사가 중고차 유통시장 주도: 도요타, 닛산, 혼다는 신차/중고차 직영 매장 운영 → 중고차 경매, 인증중고차, 중고차 유통 등
- 소비자구제관련 법제: 부당경품류및부당표시방지법, 자동차표시공정경쟁규약을 통해 허위 미끼 매물 제한

미국 중고차 시장

미국 중고차시장 : 세분화로 다양한 수요 충족

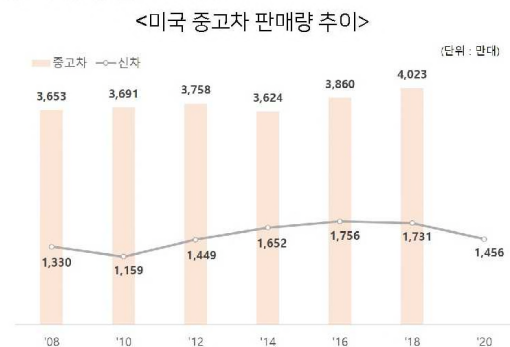


* 출처: 미국 딜러협회

- 대형, 독립딜러, 프랜차이즈 딜러에 의한 양질의 중고차시장
- 중소독립딜러 중심의 저품질 중고차 등 세분화
- 완성차 업체, 중고차 판매업체들이 연식, 주행거리, 서비스 등 기준에 따라 서로 다른 상품을 판매하는 등 서로 경쟁하며 공존하고 있음.
- 소비자의 다양한 수요 충족

미국 중고차시장: 내수시장

- 2018년말 미국 정부 통계에 따르면, 미국 중고차시장의 규모는 4천만대 수준으로 신차 판매의 약 2.3배 가량으로 높은 수준
- 2010년도까지 신차판매의 감소와 함께 하락하였으나, 신차 판매가 상승세로 전환된 14년부터 상승세를 보이며 양적 성장을 이어감



미국 중고차시장: 수출시장

- 수출보다 내수 시장 규모가 큼
- 중고차 수출량은 2018년 기준 80만대 가량으로 16년 이후 증가 추세를 보임
- 중고차 물량 증가로 내수 시장에 양질의 중고차 매물이 늘어났고, 상대적으로 낮은 품질의 중고차는 처분이 어려워짐에 따라 수출을 통한 처분

[단위: unit]

연도	'14 년	'15 년	'16 년	'17 년	'18 년
총 수출대수	738,399	576,296	566,434	650,135	799,470
UAE	89,350	85,016	75,146	99,651	129,489
나이지리아	77,211	40,136	31,868	48,865	82,267
조지아	27,593	13,923	22,853	35,977	59,481
멕시코	110,330	80,224	86,938	61,863	52,490
요르단	27,467	27,074	27,960	40,842	47,214

출처: 미국정부교통재정통계 사이트 (www.bts.gov)

미국 중고차시장 : 소비자

- 미국 소비자들은 불확실성이 많은 중고차 구매에 협상을 기피하는 경향 강해 조금 비싸더라도 신뢰성 있는 중고차에 대한 선호도가 높음.
- 이에 자본력을 바탕으로 KBB(켈리블루북), 트루카 등의 가격정보 업체, CARFAX 등의 차량이력정보제공업체가 등장. 투명한 정보공개로 개인간 거래도 증가추세.
- 최근 소비자들의 온라인 구매 선호로 Carmax, Vroom, Carvana 등 온라인 유통 시장이 확대되며 지속 성장
- 투명한 정보에 대한 소비자 요구에 부응하는 방향으로 사업전개하자 중고차시장 전체의 신뢰도가 높아짐. 소비자의 니즈와 시장의 부응의 선순환 구조로 중고차시장이 계속 발전 가능. 모빌리티서비스 등 새로운 사업모델 등장의 기반이 되고 있음.

미국 중고차시장: 공급측면

- 중고차 판매경로
 - 신차 딜러: 보상판매를 통해 매입한 중고차를 직접 매각 또는 경매 통해 매각
 - 중고차 딜러: 일반 중고차와 인증 중고차 구분 판매
 - 신차딜러는 주로 5년이내, 중고차딜러는 5년 이상의 중고차 취급, 상호 협력 가능
 - **경매장**: 매매업자들의 중고차 처분 창구, 2010년 이후 온라인 경매가 활발 (25%)
 - **개인간 직거래**: 활발하지 않았으나 정보공개 업체의 등장으로 늘어나는 추세
 - 중고차 매매알선 브로커, 중고차 대량 매각알선 업체 등 다양
- 진입관련 규제 없어 금융회사, 임대업체, 리스회사, 신차 딜러, 중고차 딜러 등이 자유롭게 거래
- **자동차 제조사**: 인증중고차 (CPO, Certified Pre-Owned) 운영

미국 중고차시장: 제도

- 라이선스 제도
 - 주마다 자동차 딜러의 종류, 자격기준이 상이
 - 신차딜러, 중고차부품딜러, 중고차딜러, 폐차 및 해체, 도매 등 다양한 라이선스
 - 공급자들끼리 서로의 영역을 침범하지 않고 경쟁하는 여건 조성
- 시장에 직접 개입하기 보다 기업에 자율권을 부여함
- 낮은 세금부담으로 시장활성화
 - 매매과정에서 발생하는 세금을 없애고, 최종 소비자에게만 판매세 부과
 - 국내의 경우 중고차 매입, 판매 각 단계별로 세금 발생

미국 중고차시장: 제도

- 소비자구제
 - 미국의 중고차 매매업과 관련된 법과 제도는 소비자 피해 예방 및 피해 구제를 중심으로 구성 되어 있음.
 - 레몬법: 차량구입 후 고장으로 규정된 횟수 이상 수리할 경우 환불 및 교환 보장
- 차량정보
 - 국가 차원의 차량정보 조회시스템(1992년), 연방운행기록법, 그 외 민간차량 정보제공 시스템 등 미국과 캐나다 3,4천개 기관으로부터 정보 제공받음
 - 구매자가이드: 판매차량보증형태, 수리비보상기준, 차량정검 이력 조회 등

유럽 중고차 시장

유럽 중고차시장: 독일과 영국

- 정부차원의 제도적, 운영상 규제 대신 문화적 특성을 고려한 관습에 초점을 맞춰 자동차매매업을 운영
- 독일, 영국 등 대부분의 유럽 국가들은 자유 시장 경제 원리에 따라 자동차매매업을 진행하며, 별도의 등록 요건을 법적으로 규정하지 않음.
- 독일 사례
 - 자동차매매업을 하기 위해서는 사업등록을 해야 하며, 이 외에 다른 절차 없음.
 - 대부분의 자동차 판매장에서 신차와 중고차를 함께 판매
 - 소비자들이 할부로 차를 임대해서 사용한 뒤 다시 매장에 반납하는 방식을 선호
 - 자동차제조사의 인증중고차제도: 자사의 중고차량의 상태와 히스토리, 주행거리 등을 검사하고 3년간 보증, 가격 비싸지만 소비자 선호 높음
 - 소비자구제: 독일의 경우 민법에 관련규정을 두고 중고자동차 보증 없이도 무상 수리의 권리를 갖게 되고, 동일한 하자로 2회 이상 수리하고도 교정되지 않을 시 계약 철회도 가능

결론 및 시사점

결론 및 정책적 시사점

- 미국, 일본 등 선진국의 경우 중고차시장에 대한 규제가 없어 업체들의 자유로운 시장진입과 경쟁이 가능하고, 이를 통해 소비자후생이 높이고 있었음.
- 특히 기업의 규모를 기준으로 한 규제를 두지 않기 때문에 대규모 자본이 시장에 진입가능하고, 이를 통해 상품에 대한 투명한 정보제공, 엄격한 품질 보장이 가능했음. 대표적인 예가 미국의 민간 차량정보제공 시스템(켈리블루북, 트루카, CARFAX)과 일본의 활성화된 경매시스템임.
- 또한 풍부한 자본은 세분화된 중고차시장을 가능하게 했고, 소비자의 선택권을 높였음. 미국의 경우 다양한 품질을 기준으로, 일본의 경우 중고차 매입, 판매, 경매, 수출 등 시장이 세분화 되어 있음.

결론 및 정책적 시사점

- 국내 중고차 시장의 소비자 피해를 줄이고, 소비자선택권을 보장하기 위해서는 대규모자본 투입이 가능해야 함. 이를 위해 국내 중고차 매매업에 대한 중소기업적합업종, 생계형적합업종 등의 규제를 완화해야 함.
- 중소기업 보호를 위해 2013년 중고차매매업을 중소기업적합업종에 지정했으나 매매업체의 경쟁력은 높아지지 않았고, 소비자 피해는 극심한 상황임. 대형자본의 투입이 어려워지고, 영세업체만 난립한 것이 주 원인임.
- 지금과 같이 대기업에 대한 진입규제를 지속한다면 소비자후생은 물론, 수출경쟁력 등 산업경쟁력도 계속해서 저하될 우려가 있음.

결론 및 정책적 시사점

- 소비자후생을 제고하기 위해 대기업의 중고차시장 진입을 허용할 필요가 있음.
- 브랜드 가치가 높은 대기업이 진출해 중고차 시장이 세분화 된다면 소비자 선택권이 확대될 수 있음. 고품질 시장부터 품질은 낮지만 가격이 저렴한 제품까지 다양한 선택지가 가능함.
- 대규모 자본 투자로 중고차시장의 정보비대칭 문제도 해소할 수 있음. 장기적으로 미국의 경우처럼 투명한 정보제공을 전문으로 하는 업체도 등장 가능함.
- 중소기업적합업종, 생계형적합업종은 소비자후생을 떨어트리고 있음. 모든 업종은 **소비자 적합업종**이어야 소비자 피해 없고, 산업경쟁력 강화 가능함.

컨슈머워치