



EUROPEAN CHAMBER OF
COMMERCE IN KOREA
주한유럽상공회의소

부산 소비자 대상 위조상품 의식조사 2017

목차

서문	3
전체 요약	4
문항별 분석	5
1. 브랜드 위조품을 구입해보신 경험이 있나요?	5
2. 위조품을 어떠한 경로로 구매하셨나요?	6
3. 만약 온라인에서 위조상품을 구매하신 경험이 있으시다면 어떤 플랫폼을 사용하셨습니까?	7
4. 위조품을 구매한 경험이 있으시다면 어떤 종류의 제품을 구매하셨나요? 구매한 경험이 없으시다면 어떤 종류의 위조 제품을 구매하시겠습니까?	8
5. 사람들이 위조품을 구매하는 가장 중요한 이유는 무엇이라고 생각하십니까?	9
6. 위조품이 문제라고 생각하십니까? 동의하신다면 그 이유는 무엇인가요?	10
7. 프랑스와 이탈리아에서는 판매자, 구매자 그리고 위조품을 소지한 모든 사람들이 처벌받을 수 있습니다. 우리나라 정부도 이와 같이 더 강력한 위조품 단속을 해야 한다고 생각하시나요?	11
설문지	12
일러두기	14

서문

주한유럽상공회의소(ECCK)는 한국에서 혹은 한국과 관련된 비즈니스를 하고 있는 유럽 기업들을 옹호하는 주요 기관입니다. ECCK는 유럽 기업들과 한국 정부기관 간에 지속적인 소통과 협력을 지향하며 회원사들에게 한국의 비즈니스 및 규제 환경과 관련된 정보를 제공하고 소통창구 역할을 하는 것을 주요활동으로 하고 있습니다. 또한 ECCK는 기업들을 위한 최적의 비즈니스 환경을 조성하는데 노력함과 동시에, 한국사회에 이익을 환원하기 위한 활동을 추진하고 있으며 비정치적, 비영리법인으로 설립되었습니다.

ECCK는 지식재산권이 기업뿐만 아니라 정부에게도 중요하다는 인식하에 지식재산권 위원회를 운영하고 있습니다. ECCK의 지식재산권 위원회는 이해 당사자들 간의 협력과 소통 증진, 민관의 정보 공유도모 및 지식재산권 보호의 중요성에 대한 대중 인식 제고의 세 가지 목표를 달성하기 위해 노력하고 있습니다.

특히 대중의 인식 제고 면에서, 위조산업이 사회 전반에 미치는 악영향에 대해 대중이 인식하도록 하는 것이 중요합니다. 위조산업은 소비자들의 건강과 안전을 위협하고 경제 성장을 저하시킬 뿐 아니라 기업과 정부의 수입을 감소시키고 혁신을 방해하며 일자리를 감소시킵니다. 최근에는 위조상품 판매 이익이 테러집단과 같은 국제 범죄 조직의 자금으로 활용된다는 증거가 계속해서 드러나고 있어 국제사회에 경각심을 불러일으키고 있습니다.

정부 기관들과 기업들이 힘을 합쳐 불법 위조상품에 대한 조치를 취하는 것도 중요하지만 구매라는 강력한 도구를 갖고있는 소비자들의 역할 역시 중요합니다. 안타까운 현실은 위조상품을 구매하는 대부분의 소비자들이 위조상품의 불법성에 대하여 잘 모르고 있다는 것입니다. 위조상품에 대한 수요가 존재하는 한 위조상품 산업은 계속해서 높은 수익성을 띄게 될 것입니다. 위조상품 산업에 대한 소비자 인식제고가 이루어진다면 이러한 위조 행위가 악영향을 끼치지 않는다는 잘못된 관념을 깨트릴 수 있을 것입니다.

소비자들의 위조상품에 대한 인식과 구매 패턴 및 위조상품 단속에 대한 의견을 살펴보기 위하여 ECCK는 한국 대중을 상대로 설문조사를 진행하였습니다.

전체 요약

본 보고서는 2017년 5월 20일, 부산 어울마당 축제(Busan Global Gathering)에서 진행된 설문조사 결과를 바탕으로 작성되었으며 ECCK의 지식재산권에 관한 대중의 인식제고와 위조상품에 대한 의식을 가늠하기 위한 캠페인의 일부로서 진행되었다.

설문조사는 총 7개의 문항으로 구성되어 있으며 407명이 참가하였다. 응답자들은 모두 240명의 여성들과, 136명의 남성들로 이루어져 있으며 31명의 응답자들의 성별 표기가 누락되었다. 연령대로는 다수의 응답자들이 20대였다.

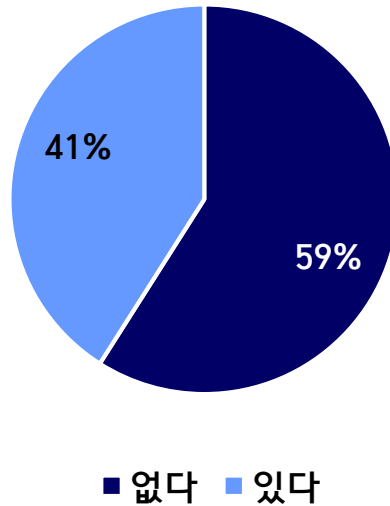
전체 응답자들 중 41%가 위조상품을 구매한 경험이 있다고 표시하였고, 그 중에서도 온라인 플랫폼을 통한 구입이 38%로 가장 많았다. 결과에 따르면 알리바바, 지마켓, 인터파크, 쿠팡과 같은 오픈마켓이 온라인 플랫폼들 중 39%로 가장 많이 사용 되었고, 22%로 검색 엔진이 2위를 차지하였다.

인기 있는 위조상품 항목 상위 3위는 모두 의류 항목이었으며 29%로 옷과 신발 항목이 1위를 차지하였다. 56%의 과반수 이상은 위조상품의 낮은 가격이 소비자들로 하여금 위조상품을 구매하게 만든다 지목하였다. 덧붙여, 96%의 대부분의 응답자들이 위조상품은 사회에 악영향을 끼친다고 인지하였는데 그 중 대부분은 회사의 브랜드 이미지 손상, 정직한 기업이 입는 영업 피해와 소비자들이 입는 피해를 꼽았다.

3분의 2가 넘는 응답자들은 위조상품에 대한 처벌이 강화되어야 한다고 희망하였고 그 중에서도 17%는 위조상품 구매 행위 역시 처벌받아야 한다고 제시하였다.

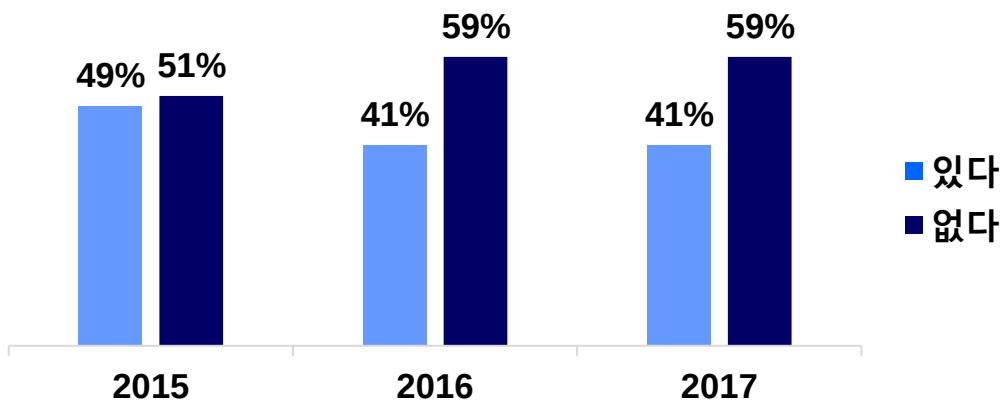
문항별 분석

1. “브랜드 위조품을 구입해보신 경험이 있나요?”

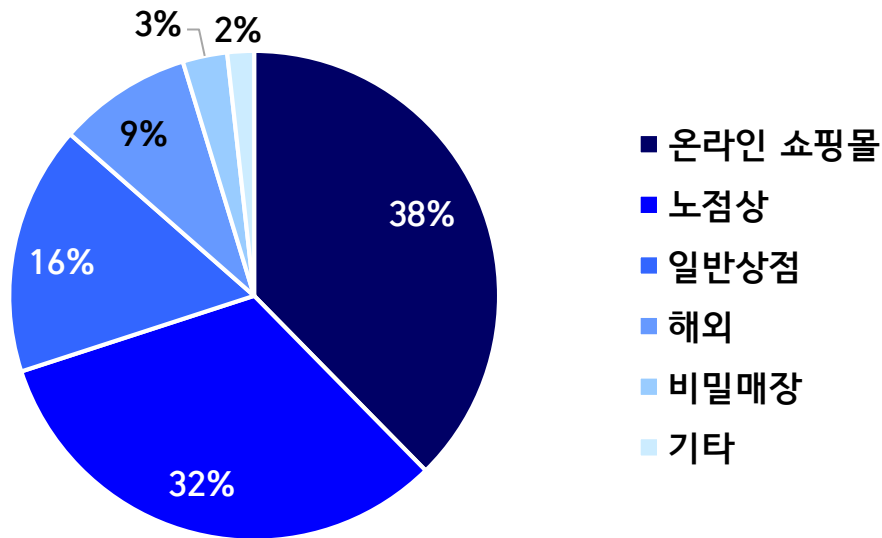


전체 응답자들 중 41%가 위조상품 구매 경험이 있다고 응답하였다. 여성 응답자들보다는 남성 응답자들 사이에서 위조상품 구매가 더 높게 나타났으며 남성 응답자들은 47%가 구매한 경험이 있다 표기하였고 38%의 여성 응답자들이 구매 경험이 있는 것으로 나타났다. 특히 20대들은 5명 중 2명 꼴로 위조상품의 경험이 있다고 표기하였는데 다른 연령대와 비교하여 2배 가량 더 높은 결과였다.

2015년 결과에서는 절반보다 조금 적은 위조상품 구매 경험자들이 있었던 반면에 2016년 설문조사에 따르면 이는 41%로 감소된 결과를 보여줬었고 2017년도 결과로까지 이어졌다.



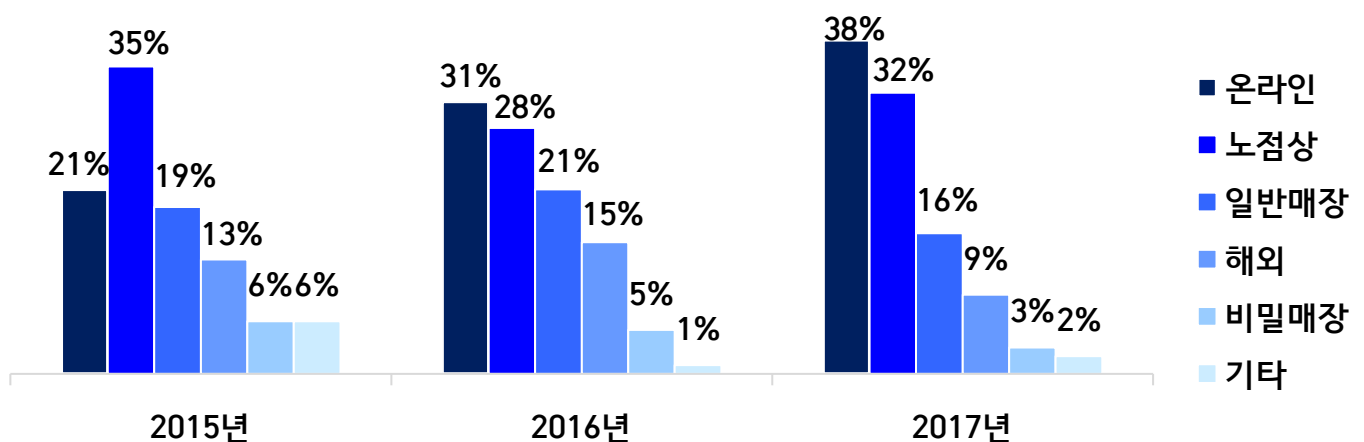
2. “위조품을 어떠한 경로로 구매하셨나요?”



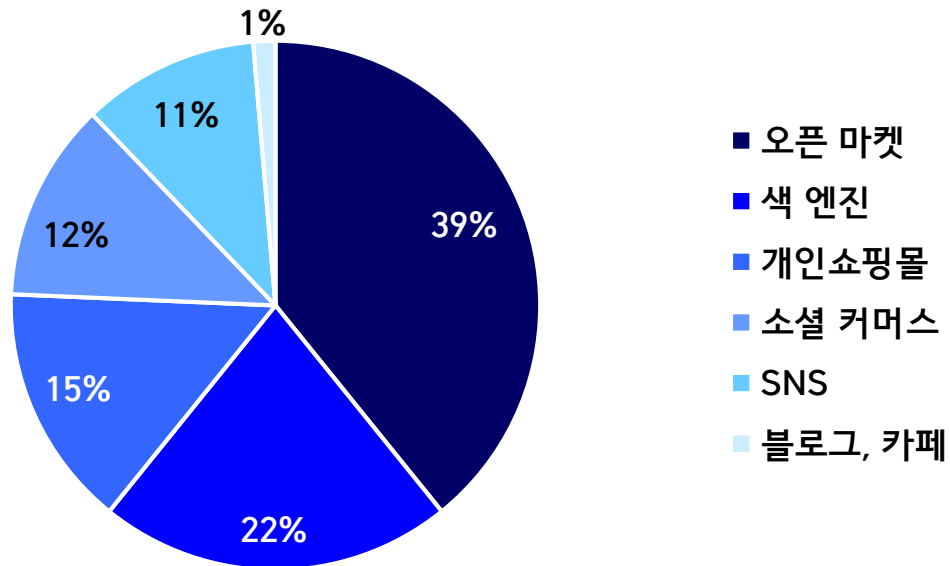
가장 인기있는 위조상품 구매 경로로는 온라인이 표기되었고 뒤이어 노점상 역시 구매자들이 자주 사용하는 경로로 나타났다. 두 장소를 모두 합치면 3분의 2가 넘는 응답자들이 선택하였으며 30%의 응답자들이 일반상점과 해외를 통해 구입하였다 표시하였다.

여성과 남성 응답자들 모두 각각 41%와 36%로 온라인 항목이 우위를 보였다. 10대와 20대 응답자들 역시 각각 45%와 53%로 온라인을 가장 자주 사용이 되는 위조상품 구매 경로로 지목하였으며 30대부터 50대들은 각각 43%, 50% 그리고 35%로 노점상을 지목하였다.

온라인 플랫폼을 통한 위조상품 구매는 빠르게 증가하여 2015년 설문조사와 비교하였을 때 거의 2배가까이 증가하였다. 그러나 이러한 증가에도 불구하고 노점상을 통한 위조상품 거래 역시 계속 상위권에 머물고 있음을 확인할 수 있다.



3. “만약 온라인에서 위조상품을 구매하신 경험이 있으시다면 어떤 플랫폼을 사용하셨습니까?”

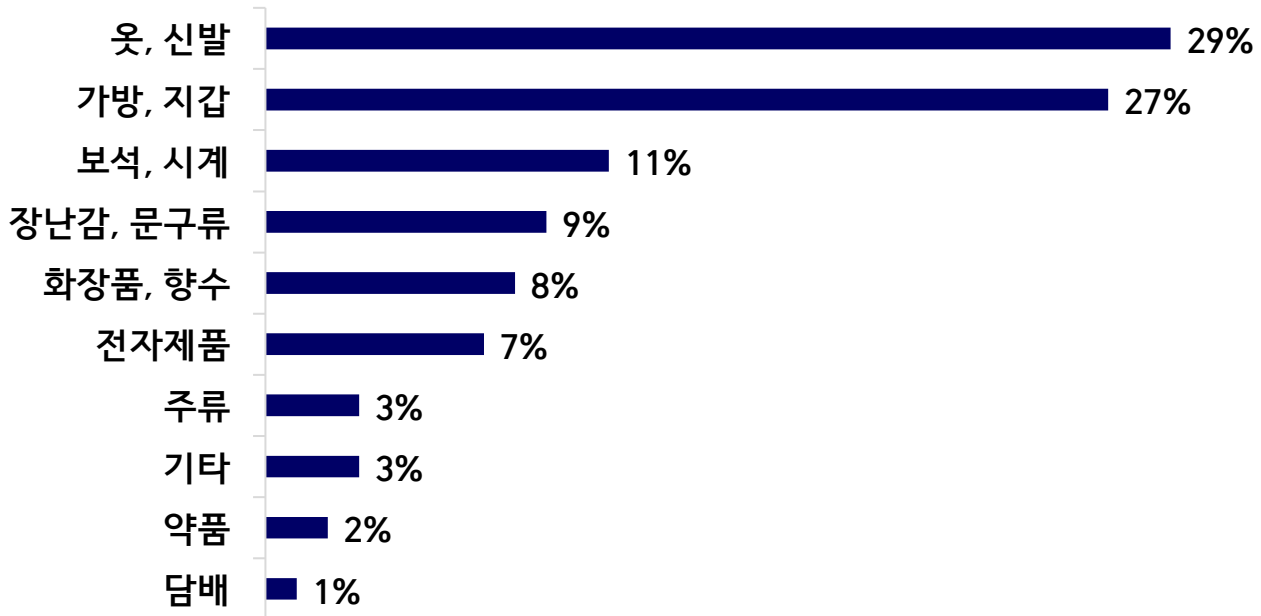


지난 십년간 전세계적으로 온라인을 통한 거래량이 급증하였다. 한국만 보더라도 전체 온라인 판매량이 2006년부터 2016년 사이 6배로 증가하였다. 그에 따라 위조상품 산업 역시 불법상품을 유통하기 위한 거래장을 온라인으로 확장하였다. 이전 질문 결과 역시 한국 소비자들도 위조상품 구매를 위하여 온라인 플랫폼을 활발히 사용하고 있는 것을 강조하고 있다.

온라인에서 위조상품을 구할 수 있는 판매 형식은 다양한데 이번 설문조사는 그 중에서도 가장 자주 소비자들이 사용한 플랫폼을 찾고자 하였다. 온라인을 통하여 위조상품을 구매한 적이 있다고 표기한 응답자들 중 39%가 지마켓, 쿠팡과 같은 오픈 마켓들을 통하여 구매한 적이 있다고 표기하였다. 이어 구글, 네이버, 다음과 같은 검색 엔진이 2번째로 가장 많이 사용된 온라인 플랫폼으로 나타났다.

이러한 결과들은 성별과 연령대에 상관없이 전체적으로 반영되었다.

4. “위조품을 구매한 경험이 있으시다면 어떤 종류의 제품을 구매하셨나요? 구매한 경험이 없으시다면 어떤 종류의 위조 제품을 구매하시겠습니까?”



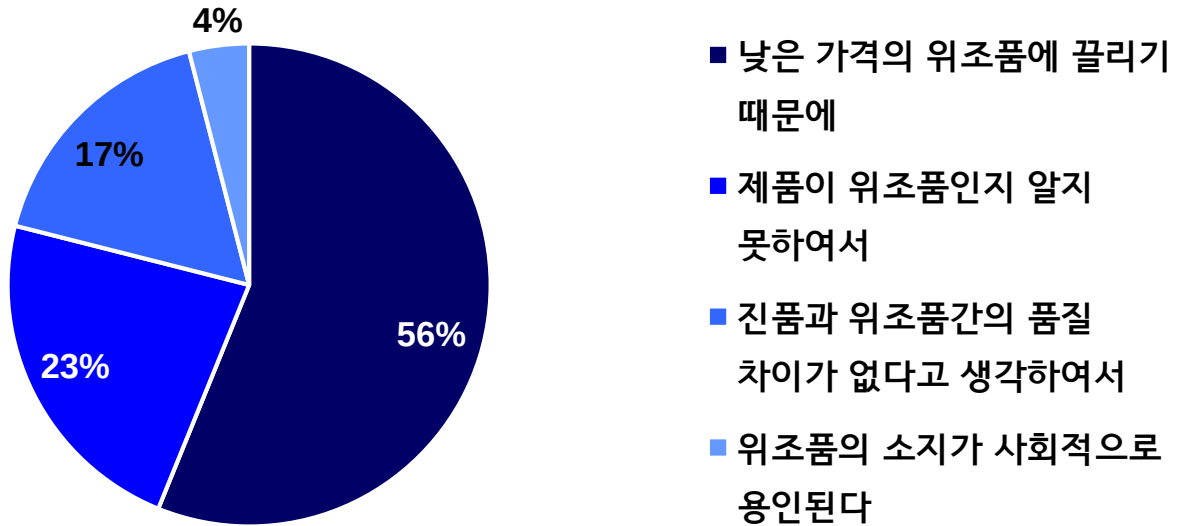
가장 인기 있는 위조상품 항목으로는 옷과 신발이 있었고, 가방과 지갑이 이를 뒤따랐다. 두 항목 모두를 합치면 전체 응답자수의 과반을 넘는 수가 나온다.

응답자들 중 6%는 주류, 약품 및 담배와 같이 내용을 위한 위조상품을 구매했거나 구매할 의사가 있다고 밝혔다. 기타로 표기된 답변들로는 운동기구, DVD 그리고 벨트가 언급되었다.

의류 위조상품을 향한 높은 관심은 모든 성별에 고르게 나타났으나 그 중에서도 여성 응답자들은 가방과 지갑을 첫번째로(32%) 꼽았고, 이는 옷과 신발로 이어졌다(28%).

10대(44%)와 20대(33%)들은 옷과 신발을 가장 매력적인 위조상품으로 지목한 반면에 30대부터 60대까지는 가방과 지갑을 가장 매력적인 위조상품으로 (각각 28%, 41%, 53%, 67%) 지목하였다. 반면에 담배는 모든 연령대에서 가장 적게 지목되었다.

5. “사람들이 위조품을 구매하는 가장 중요한 이유는 무엇이라고 생각하십니까?”



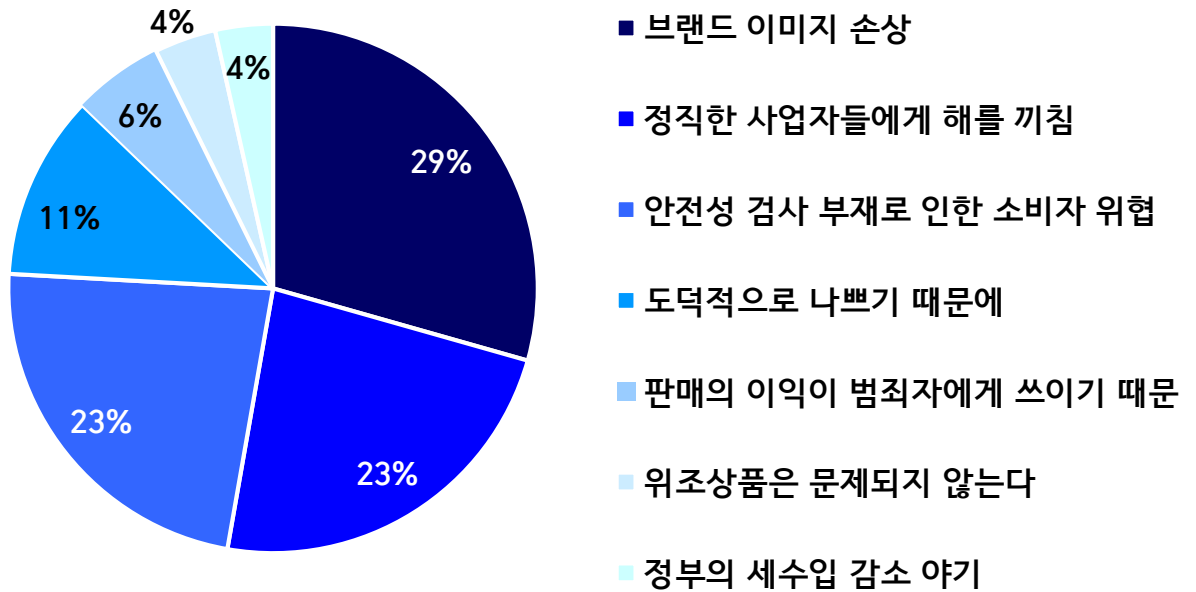
어느 상품이나 서비스에 수요가 있다는 것은 곧 그 상품이나 서비스를 제공함으로써 수익을 얻을 수 있다는 것을 뜻한다. 수요가 지속되는 한 계속해서 판매자들은 시장에서 그러한 수요를 채우고자 할 것이다. 이전 질문이 위조상품에 대한 수요가 있음을 확인 할 수 있었다면 이번 질문은 그 수요의 원인에 대하여 알아보하고자 하였다.

응답자들 중 과반이 넘는 수가 위조상품을 구매하게 되는 가장 큰 원동력으로 낮은 가격을 꼽았다. 다수의 응답자들이 낮은 가격을 주요 원인으로 지목한 것은 2015년부터 지속되어왔는데 2015년에는 68%의 응답자들이, 2016년에는 57%의 응답자들이 지목하였다.

성별로 나누어 볼 때, 각각 54%와 56%로 여성과 남성 모두 낮은 가격이 소비자들로 하여금 위조상품을 구매하게 하는 주 원인으로 표기하였다. 위조품을 구매한적이 있다고 표기한 응답자들 중 55%가 낮은 가격이 위조품을 구매하게 되는 가장 큰 이유라고 표기하였다.

연령대 별로 보았을 때 역시 낮은 가격이 첫번째로 가장 높은 원인으로 밝혀졌으나 두번째에서는 차이가 있었다. 10대 (25%)와 50대 (42%)는 진품과 위조품 간의 품질 차이가 없어서 구매하게 된다고 나타냈으며 20대 (24%), 30대 (21%), 그리고 40대 (29%)는 위조상품인지 알지 못해서 구입하게 된다고 표시하였다.

6. “위조품이 문제라고 생각하십니까? 동의하신다면 그 이유는 무엇인가요?”

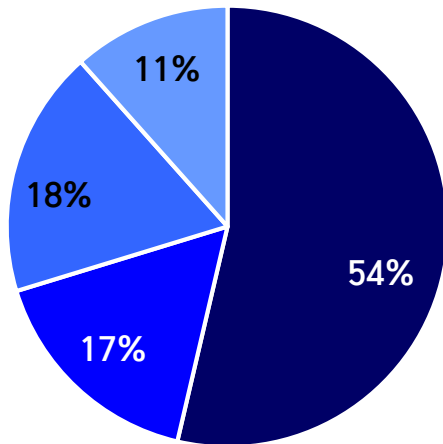


설문조사에 참가한 응답자 25명 중 24명이 위조상품은 사회에 문제가 된다고 의견을 내비쳤다. 이 응답자들은 주요 세가지 원인으로 (합쳐서 응답자들의 75%) 회사 브랜드 이미지 손상, 정직한 사업자와 일반 소비자들의 피해를 꼽았다. 2015년과 2016년에서도 회사 브랜드 이미지 손상과 정직한 사업자들이 입는 피해가 주 2가지 원인으로 표시되었으나 2016년에는 순서가 달랐다.

남성 응답자들은 위의 결과와 일치한 반면에 여성 응답자들은 일반 소비자들이 피해를 입게 되는 점을 가장 많이 (27%) 표시하였으며, 뒤이어 회사 브랜드 이미지 손상으로 나타났다(26%).

응답자들 중 4%가 위조상품은 사회에 악영향을 끼치지 않는다고 지목하였는데 그 중 60%가 위조상품을 구매한 경험이 있다고 표기하였었고 10대 (38%)와 20대 (31%)가 주 응답자들이었다.

7. 프랑스와 이탈리아에서는 판매자, 구매자 그리고 위조품을 소지한 모든 사람들이 처벌받을 수 있습니다. 우리나라 정부도 이와 같이 더 강력한 위조품 단속을 해야 한다고 생각하시나요?



- 그렇다, 생산자와 판매자는 더 강력한 처벌을 받아야 한다
- 그렇다, 프랑스와 이탈리아처럼 구매자도 처벌을 받아야 한다
- 아니다, 지금의 처벌도 충분하다
- 아니다, 정부는 다른 활동에 주력해야 한다

응답자 4명 중 3명이 위조상품에 대한 처벌이 강화되어야 한다고 응답하였으며 그 중 상당수가 프랑스와 이탈리아와 같이 구매자들도 형벌을 받을 수 있어야 한다고 표시하였다. 구매자들 역시 법적으로 처벌을 받을 수 있어야 한다고 응답한 이들 중 38%는 실제로 위조품을 구입한 경험한 적이 있다고 밝혔다. 위조품에 대한 처벌이 강화되어야 한다는 전체적인 정서는 2015년 결과부터 지속적으로 나타났다.

남성과 여성 응답자들 모두 위와 같은 결과를 내비쳤는데 40세 이상부터는 82%로 특히나 처벌을 강화해야 한다고 응답하였으며 그 중 18%가 구매자 역시 처벌을 받을 수 있어야 한다고 하였다.

설문지

본 설문지는 브랜드 위조품 (일명 짝퉁)에 대한 인식조사와 이용 패턴을 분석하기 위함입니다.
귀하께서 응답해주신 내용은 철저하게 비밀이 보장됨을 약속 드리며, 질문 내용에 대한 정답은
없습니다. 바쁘시더라도 잠시 시간을 내어 응답을 해주신다면 저희에게 많은 도움이 될 것입니다.
감사합니다.

연령대: 10 대/ 20 대/ 30 대/ 40 대/ 50 대/ 60 대/ 70 대

성별 : 남 / 여

1. 브랜드 상품 위조품 (일명 짝퉁)을 구입해보신 경험이 있나요? ('②없다'에 체크하신 분들은 4 번으로)

- ① 있다
- ② 없다

2. 위조품을 어떠한 경로로 구매하셨나요?

- ① 온라인 쇼핑몰
- ② 노점상 (동대문, 남대문, 이태원 등)
- ③ 일반상점
- ④ 비밀매장
- ⑤ 해외
- ⑥ 기타:

3. 만약 온라인에서 위조상품을 구매하신 경험이 있으시다면 어떤 플랫폼을 사용하셨습니까? (복수응답가능)

- ① 오픈 마켓 (예. 알리바바, 지마켓, 인터파크, 쿠팡 등)
- ② 소셜 커머스 (예. 티몬, 위메프 등)
- ③ 검색 엔진 (예. 구글, 네이버, 다음 등)
- ④ SNS (예. 카카오톡, 밴드, 인스타그램, 페이스북 등)
- ⑤ 블로그, 카페
- ⑥ 개인쇼핑몰

4. 위조품을 구매한 경험이 있으시다면 어떤 종류의 제품을 구매하셨나요? 구매한 경험이 없으시다면 어떤 종류의 위조
제품을 구매하시겠습니까? (복수응답가능)

- ① 보석, 시계
- ② 가방, 지갑
- ③ 옷, 신발
- ④ 화장품, 향수
- ⑤ 약품
- ⑥ 전자제품 (가전제품)
- ⑦ 장난감, 문구류
- ⑧ 주류
- ⑨ 담배
- ⑩ 기타:

5. 사람들이 위조품을 구매하는 이유는 다양합니다. 그 중 가장 중요한 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

- ① 사람들이 진품과 위조품 간의 품질 차이가 없다고 생각하기 때문에
- ② 사람들은 낮은 가격의 위조품에 끌리기 때문에
- ③ 사람들은 제품이 위조품인지 알지 못한다
- ④ 위조품의 소지가 사회적으로 용인된다

6. 위조품(일명 짝퉁)이 문제라고 생각하십니까? 동의하신다면 그 이유는 무엇인가요?

- ① 위조품 판매의 이익은 재정범죄연합이나 테러조직에 쓰임
- ② 브랜드 이미지 손상
- ③ 불분명한 출처의 소재를 사용하고 안전성 검사를 거치지 않아 소비자에게 해를 끼칠 수 있음
- ④ 위조품 판매 혹은 구매 행위는 도덕적으로 나쁨
- ⑤ 정부의 세수입 감소를 야기
- ⑥ 자신의 브랜드 하에 좋은 품질의 상품을 개발하고자 노력하는 정직한 사업자들에게 해가 됨
- ⑦ 동의하지 않는다, 위조품은 문제되지 않는다

7. 프랑스와 이탈리아에서는 판매자, 구매자 그리고 위조품을 소지한 모든 사람들이 처벌받을 수 있습니다. 우리나라 정부도 이와 같이 더 강력한 위조품 단속을 해야 한다고 생각하시나요?

- ① 그렇다. 위조품의 생산자와 판매자는 더 강력한 처벌을 받을 필요가 있다
- ② 그렇다. 프랑스와 이탈리아처럼 위조품의 구매자도 처벌을 받아야 한다
- ③ 아니다. 지금의 처벌도 충분하다
- ④ 아니다. 정부는 다른 활동에 더 주력해야 한다

설문에 응해주셔서 감사합니다

일러두기

본 보고서에서 쓰인 모든 통계 자료는 부산 어울마당 축제에서 실행된 설문조사를 기반으로 작성되었습니다. 응답자들 중 항목을 빠뜨리는 등(성별, 연령대, 특정 문항 미응답)으로 인하여 오류가 생겼을 경우 관련된 사항에 한하여 제외를 시켰으므로 특정 문항에서의 응답자 수와 전체 응답자 수간에 차이가 있을 수 있음을 알려드립니다.

스벤-에릭 바텐버그, Head of Legal & International Affairs
sven.batenburg@ecck.eu / (+82) (0)2-6261-2706