



EUROPEAN CHAMBER OF
COMMERCE IN KOREA
주한유럽상공회의소

부산 소비자 대상 위조상품 의식조사 2018

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

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 기업 뿐만 아니라 범정부적인 차원에서도 중요하다는 인식하에 지식재산권 위원회를 운영하고 있습니다. 해당 위원회는 이해 당사자들 간의 협력과 소통 증진, 민관의 정보 공유도 모 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 국제 사회에 경각심을 불러일으키고 있습니다.

정부 기관들과 기업들이 힘을 합쳐 불법 위조상품에 대한 조치를 취하는 것도 중요하지만 구매라는 강력한 도구를 갖고 있는 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 2018년 5월 20일, 부산 어울 마당 축제(Busan Global Gathering)에서 진행된 설문조사 결과를 바탕으로 작성되었으며 ECCK의 지식재산권에 관한 대중의 인식제고와 위조상품에 대한 의식을 가늠하기 위한 캠페인의 일부로서 진행되었다. 응답자들이 나이, 성별을 비롯한 특정 문항에 표기하지 않은 경우, 관련 사항에서는 그 응답을 제외하였다. 따라서 특정 문항의 분석에서 응답의 개수 간 불일치가 초래되었다.

설문조사는 총 7 문항으로 구성되어 있으며, 응답자 519명이 참가하였다. 응답자들의 성별 구성은 267명의 여성들과 208명의 남성들로 이루어져 있으며, 나머지 44명의 응답자들의 성별 표기가 누락되었다. 아울러, 응답자들의 연령은 대부분 20대였다.

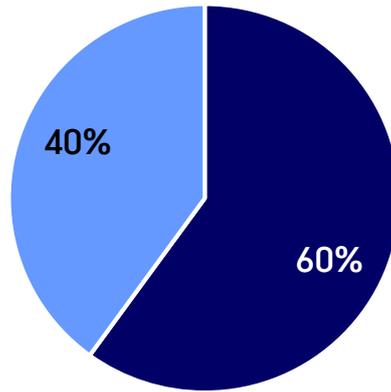
전체 응답자들 중 40%가 위조상품을 구매한 경험이 있다고 표기하였고, 그 중에서도 가장 많이 사용된 구입 경로로는 노점상 (동대문, 남대문 등)과 온라인 플랫폼으로 각각 30%, 24% 응답률을 차지하였다. 또한, 최근 온라인 플랫폼을 통한 위조품 구매가 증가함에 따라, 응답자들로 하여금 어떠한 플랫폼을 사용하는지 조사하였다. 결과에 따르면 알리바바, 지마켓, 인터파크, 쿠팡과 같은 오픈마켓이 온라인 플랫폼들 중 33%로 가장 많이 사용되었고, 잇달아 개인쇼핑몰이 23%로 2위를 차지하였다.

가장 인기 있는 세 가지 위조상품 항목은 모두 의류 패션 관련 상품이었으며, 가방과 지갑이 29%로 1위에 선정되었다. 응답자의 58%는 정품가격보다 낮은 가격으로 판매되는 위조상품이 구매 결정의 주요인이라고 대답하였다. 덧붙여, 96%에 해당하는 응답자들이 위조상품의 문제에 대해 인지하고 있다고 응답하였으며, 그 중 가장 우려되는 사안으로는 회사 브랜드 이미지 손상(34%), 정직한 기업이 입는 영업 피해 및 소비자들이 입는 피해(22%), 그리고 안정성 검사 부재로 인한 소비자 손해(18%)를 꼽았다.

전체 응답자들 중 77%가 위조상품에 대한 처벌이 강화되어야 한다고 희망하였고, 특히 응답자들 중 4분의1은 위조상품의 생산자, 유통업자, 판매자 뿐만 아니라 구매자 역시 처벌받아야 한다고 지목하였다.

문항별 분석

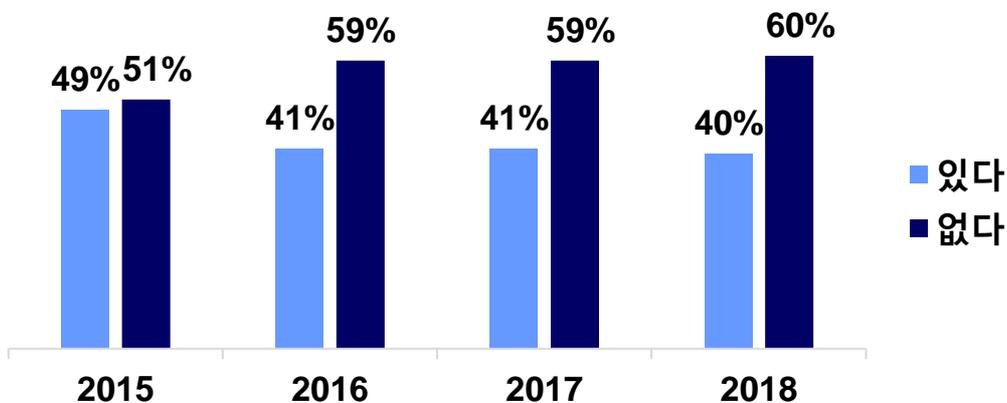
1. “브랜드 위조품을 구입해보신 경험이 있나요?”



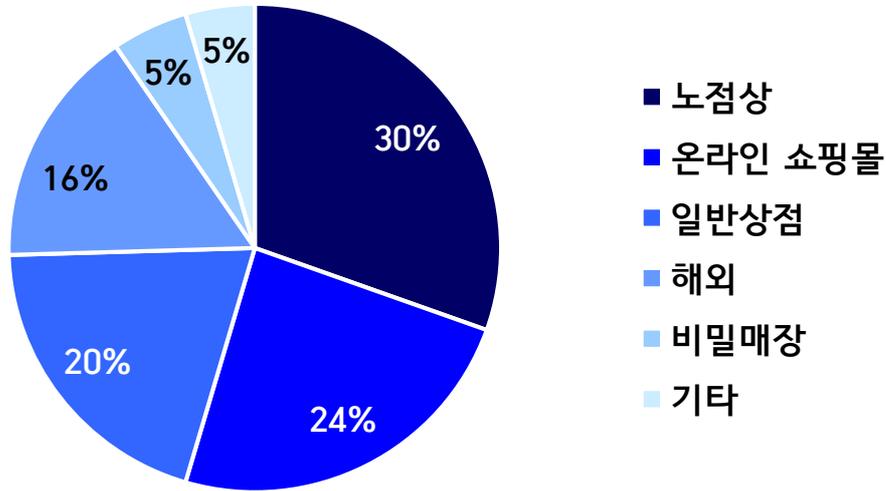
■ 없다 ■ 있다

조사 결과에 따르면 5명 중 2명은 위조상품 구매 경험이 있다고 밝혔다. 성별 구분 없이 20대, 30대, 40대 그리고 70대에서는 위와 같은 응답 비율로 구매 경험이 있다고 응답하였다. 반면, 10대, 50대, 60대에서의 응답 비율은 다르게 나타났다. 10대 응답자들 중에서는 25%가 그리고 50대와 60대는 각각 72%와 54%가 위조품 구매 경험이 있다고 응답하였다.

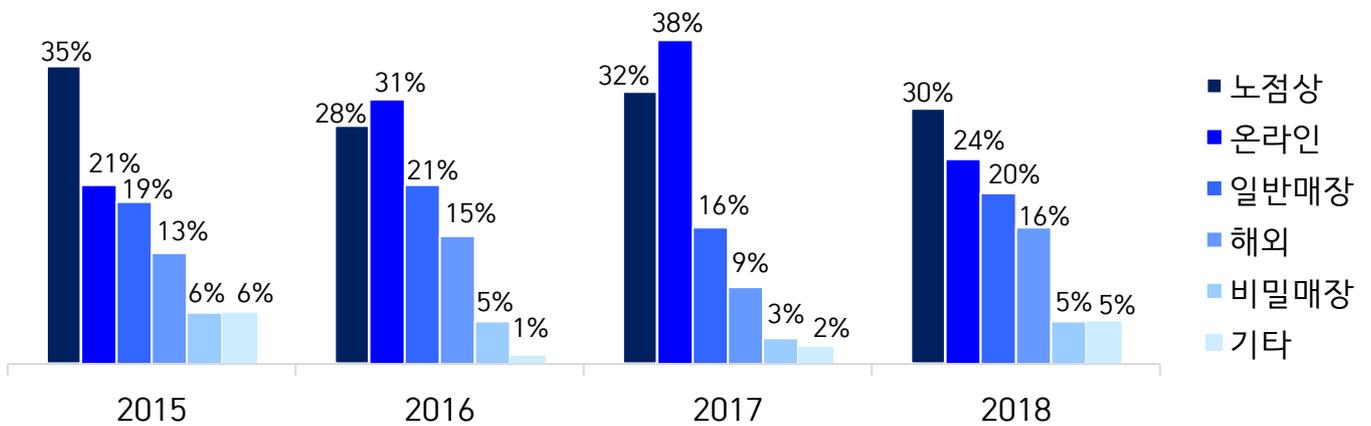
올해의 응답 결과에 따르면, 작년에 비해 위조품 구매가 약간 감소한 것을 알 수 있다.



2. “위조품을 어떠한 경로로 구매하셨나요?”

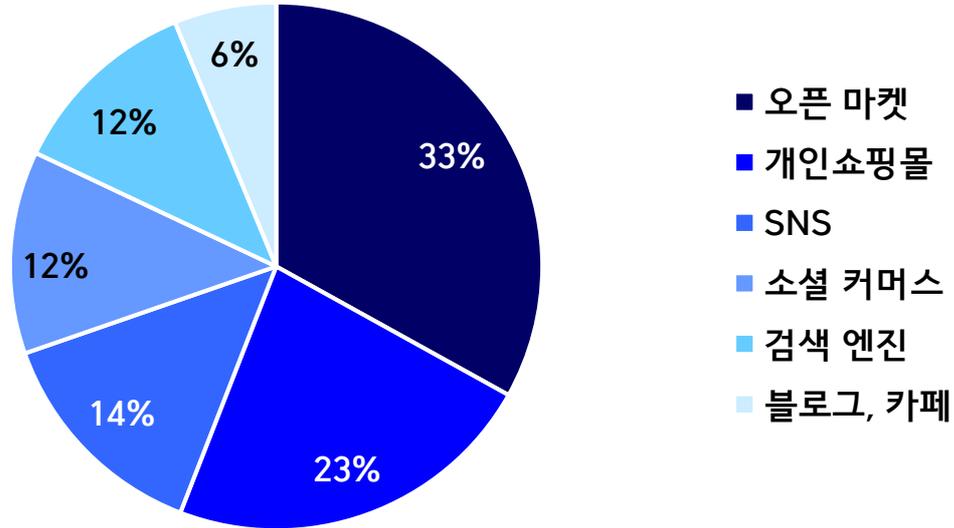


2015년 설문 조사 시작 이후, 가장 많이 사용되는 위조상품 구매 경로로는 꾸준히 노점상과 온라인이 높은 순위를 차지하고 있다. 이러한 경향은 올해 조사에서도 지속되었으며, 응답자들의 54%가 위와 같은 장소들이 위조상품 구매의 출처라고 답했다.



남성 응답자와 여성 응답자 모두 노점상(각각 27%, 29%)과 온라인(각각 26%, 25%)을 통해 위조품을 구매하는 것을 선호하였고, 특히 젊은 세대층인 10대, 20대 그리고 30대에서는 온라인을 통한 구매가 두드러졌다. (각각 31%, 35%, 38%를 기록하였다.) 40대 응답자들은 해외에서 위조품 구매를 가장 많이 하는 것으로 나타났고(31%), 50대 응답자들은 노점상에서의 위조품 구매를 선호하는 경향(44%)을 보였다.

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



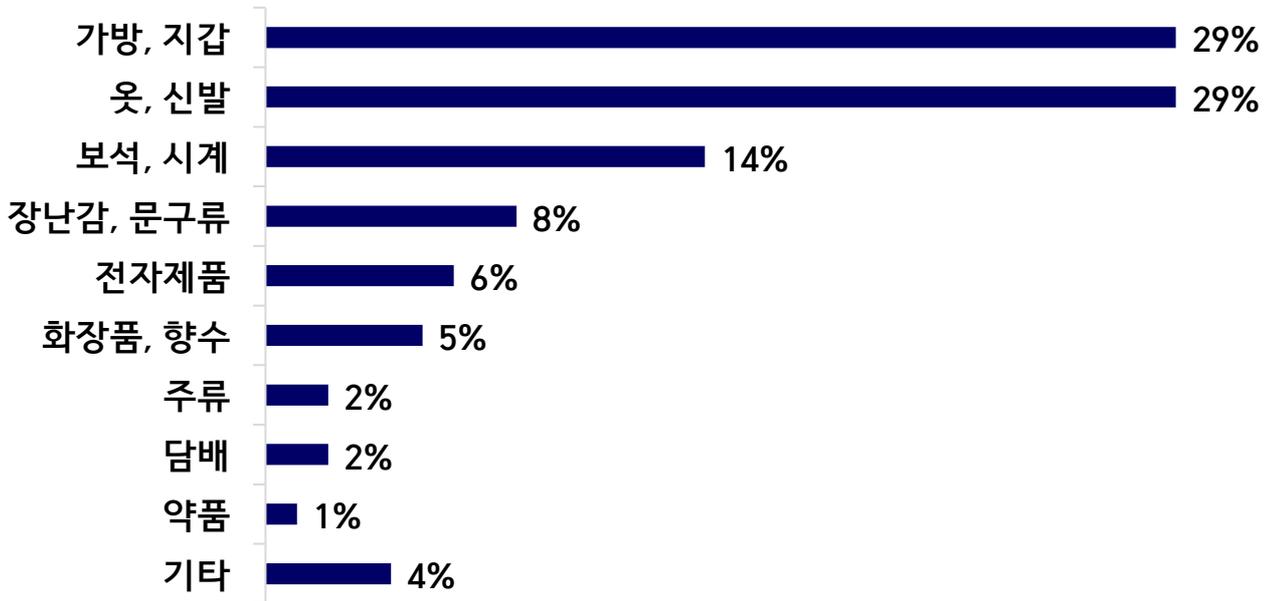
지난 십 년간 전 세계적으로 온라인을 통한 거래량이 급증하였다. 한국만 보더라도 전체 온라인 판매량이 2007년 대비 5배로 증가하였다. 그에 따라 위조상품 산업 역시 불법상품을 유통하기 위한 거래장을 온라인으로 확장하였다. 이전 질문 결과 역시 한국 소비자들도 위조상품 구매를 위하여 온라인 플랫폼을 활발히 사용하고 있는 것을 강조하고 있다.

온라인 상에서 수 많은 잠재적인 위조품 구입처들이 산재하는 점을 고려하여, 소비자들 사이에서 가장 흔하게 이용되는 플랫폼이 무엇인지 조사하였다. 온라인을 통해 위조상품을 구매한 적이 있다고 밝힌 응답자들 중 33%는 지마켓, 쿠팡과 같은 오픈 마켓을 지목하였다. 개인 쇼핑몰에서 위조상품을 구매하였다고 답한 비율은 2017년에 15%였던 것에 비해 올해는 23%로 조사되었다.

남성 응답자들과 여성 응답자들 모두 오픈 마켓을 주요 위조 상품 구매처로 지목하였지만(각각 38%, 30%), SNS와 검색 엔진 이용률에서는 성별 간 차이를 보였다. SNS는 여성 응답자들 중 18%를 차지하며 세 번째로 가장 많이 사용된 플랫폼으로 선정되었지만, 남성 응답자들 중에서는 오직 9%만이 SNS를 이용한다고 밝혔다. 한편, 남성 응답자들 중 17%는 구글, 다음, 네이버와 같은 검색 엔진을 이용하는 것으로 조사되었지만, 여성 소비자들 중 검색 엔진을 이용하는 비율은 8%에 그쳤다.

10대와 30대 응답자들은 비교적 다양한 플랫폼을 이용하는 것으로 나타났다. 오픈 마켓 이용률의 우세는 20대 응답자들 사이에서 강세를 보였으며, 38%를 기록하였다.

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

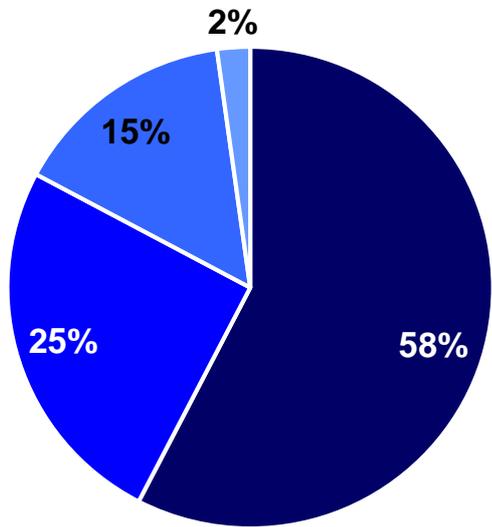


인기 있는 위조상품 항목으로는 의류 패션 관련 상품인 옷과 신발, 가방과 지갑이 각각 29%로 상위에 선택되었으며 보석 및 시계가 14%를 차지하며 그 뒤를 이었다. 여성 응답자들은 가방과 지갑 항목에 대한 관심은 37%로 가장 선호하는 것으로 나타났고, 남성 응답자들은 옷과 신발에 가장 큰 관심(28%)을 보였으며, 가방과 지갑(20%), 보석과 시계(16%) 항목이 그 뒤를 이었다. 더불어 남성 응답자들은 여성 응답자들보다 전자제품에 상당한 관심을 보였다. (남성 응답자들 가운데 11%, 여성 응답자들 가운데 2%)

전체 응답자들 중 5% (이 중 대다수는 남성이었다)는 위조된 내복용 약물, 술 그리고 담배 제품을 구매한 적이 있다고 답하였다. 기타 제품으로 선글라스, CD 그리고 자동차 부품 등의 답변이 있었다.

모든 연령대에서 의류 관련 위조상품에 대한 강한 선호도가 나타났지만, 10 대 응답자들의 17%는 장난감, 문구류 위조제품에 관심을 보였다. (다른 연령층에서는 평균 8%에 그쳤다) 부가적으로, 30 대 응답자들(10%)은 위조된 전자제품에 관해 다른 연령층(평균 6%)에 비해 높은 관심을 보였다.

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



- 낮은 가격의 위조품에 끌리기 때문에
- 제품이 위조품인지 알지 못하여서
- 진품과 위조품간의 품질 차이가 없다고 생각하여서
- 위조품의 소지가 사회적으로 용인된다

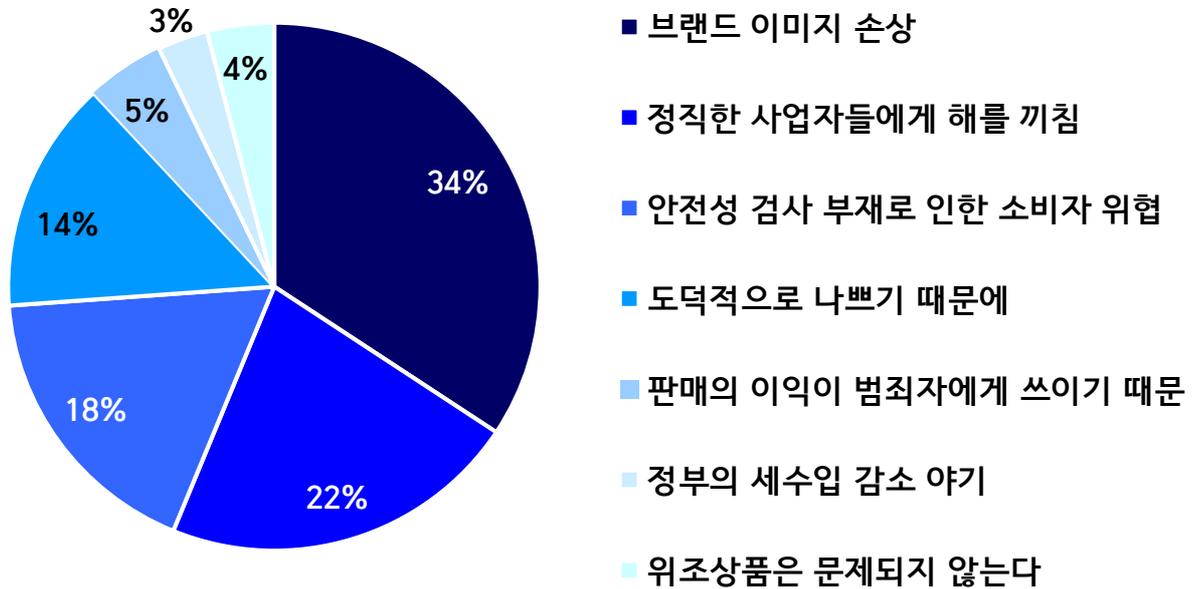
어느 상품이나 서비스에 수요가 있다는 것은 곧 그 상품이나 서비스를 제공함으로써 수익을 얻을 수 있다는 것을 뜻한다. 수요가 지속되는 한 판매자들은 계속해서 그러한 수요를 채우고자 공급할 것이다. 이전 질문이 위조상품에 대한 수요가 있음을 확인 할 수 있었다면 이번 질문은 그 수요의 원인에 대하여 알아보려고 하였다.

과반수가 넘는 응답자들은 정품 보다 낮은 가격의 판매를 위조품 구매의 주 요인으로 꼽았다. 이는 2015년 조사 이래로 같은 양상을 보였다. 위 그래프와 같은 결과는 모든 연령대에서 남녀 응답자 모두 동일하게 나타났다. (44%를 기록한 10대에서 84%를 기록한 60대에 이르기까지) 아울러, 위조품을 구매한 적이 있다고 표기한 응답자 중 61% 역시 낮은 가격을 구매의 주요인이라고 응답하였다.

위조품 구매의 이유 중 2번째로 선정된 항목은 특정 연령대에서 다르게 나타났다. 대부분은 위의 그래프와 같이, 위조품을 인식하지 못한 것을 2위로 꼽았으나, 40대와 60대 응답자들은(각각 16%,15%) 진품과 위조품 간의 품질 차이가 없다는 것을 2위로 꼽았다.

위조품의 소지가 사회적으로 용인된다는 항목은 작년에 4%를 차지한 반면, 올해는 2%를 차지하여 더 적은 비율을 기록하였다.

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



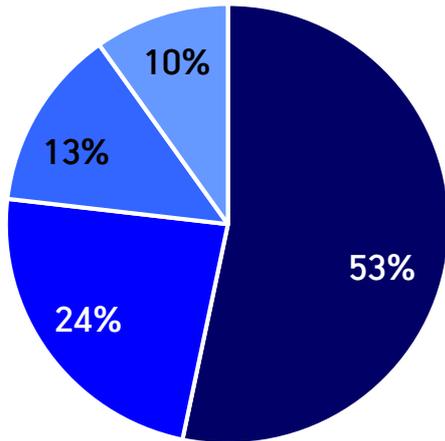
작년 조사 결과와 마찬가지로 96%의 응답자가 위조상품을 문제라고 인식하였다. 가장 문제가 된다고 응답한 세 가지(거의 전체의 4분의 3을 구성하는) 사항 또한 작년과 동일하게 나타났다. 브랜드 이미지 손상, 정직한 사업자들에게 해를 끼침, 안전성 검사 부재로 인한 소비자 위협이 그것이다. 위 세 가지 사항은, 매년 응답비율의 차이를 보이되 2015년 설문 조사 시작 이래 꾸준히 가장 문제되는 사항들로 지목되어 왔다.

여성 응답자들의 전체 응답 결과는 위 그래프와 같은 양상이 반영되었지만, 남성 응답자들 사이에선 소비자 위협(17%)이 2위를 차지하였으며, 도덕적인 우려(14%)가 3위로 나타났다.

20대, 30대, 40대 응답자들 대부분은 앞서 언급된 세 가지 이유에 동의하였다. 20대 응답자들 사이에서는 정직한 사업자들에게 해를 끼친다는 항목(15%)보다 소비자 위협(20%)이 조금 더 우세하였다. 60대 응답자들의 77%가 위조품 판매가 범죄로 이어진다고 답한 것은 주목할 만하다.

전체 응답자들 중 4%는 위조품은 문제가 되지 않는다고 표기하였는데 이 중 절반 가까이 되는 비율(46%)은 이전에 위조품을 구매한 적이 있는 것으로 조사되었다. 이 의견은 모든 연령대 중 20대 응답자들 사이에서 강하게 반영되었다. (9%가 해당 항목을 지목하였다.) 40대, 60대, 70대 응답자들 중 위조품이 문제가 되지 않는다고 답한 사람은 없었다.

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

전 세계적으로 위조품의 생산, 유통, 판매는 불법이다. 한국에서는 특히 정부기관을 비롯한 해양경찰청, 관세청, 특허청, 국가정책기관, 검찰청 등 다양한 기관들이 위조품 근절에 힘쓰고 있다. 전체 응답자 중 77%에 속하는 다수의 응답자들은 위 기관들에 의한 강력한 위조품 관련 법 집행이 이루어져야 한다고 말했다. 2015년 설문 조사 시작 이래 위조품 단속의 강화에 대해 전반적으로 긍정적인 분위기가 이어지고 있다.

프랑스와 이탈리아에서는 위조품을 소지한 자도 처벌을 받는 법안이 실행되었다. 한국에서도 작년 조사결과에 비해, 위조품 판매자 뿐만 아니라 구매자도 처벌해야 한다는 인식이 7%p 증가하였다.

위 그래프와 같은 결과는 여성 응답자들과 남성 응답자들에게 모두 반영되었다. 더 나아가, 모든 연령대의 대다수 응답자들은 강화된 처벌의 필요성을 인지하였다. (60대 응답자들의 69%에서 50대 응답자들의 92%에 이르기까지) 30대, 40대, 50대 응답자들은 위조품 구매자도 처벌받아야 한다는 항목에 각각 31%, 38%, 28%의 지지율을 보였다. 이는 동일한 항목에 대해 다른 연령대가 지지한 비율의 평균보다 높았다.

[여기에 입력]

[여기에 입력]

[여기에 입력]

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

양면의 질문에 모두 응해주시길 부탁드립니다



EUROPEAN CHAMBER OF
COMMERCE IN KOREA
주한유럽상공회의소

스벤-에릭 바텐버그, 법률 및 국제 협력 담당 이사
sven.batenburg@ecck.eu / (+82) (0)2-6261-2706

5F | SEOUL SQUARE | 416 HANGANG-DAERO | JUNG-GU | SEOUL 04637 | KOREA

T +82 2 6261 2700 F +82 2 6261 2730 E ecck@ecck.eu W www.ecck.eu