위조상품의 유통실태 및 단속활동 현황

李 佑 權
〈특허청 서기관대우〉

차 례

Ⅰ. 서 론
Ⅱ. 위조상품의 개념
Ⅲ. 위조상품의 유통실태 및 문제점
Ⅳ. 위조상품의 식별요령
Ⅴ. 위조상품 단속의 전담부서 및 단속실적
Ⅵ. 맺는말
〈이번호에 전재〉

Ⅰ. 서 론

지적재산권의 보호제도는 각국이 자국의 문화와 산업발전의 정도에 따라 각기 자유롭게 마련할 수 있도록 허용하고 있기 때문에(이것을 「속지주의」라함) 국가마다 그 보호법제가 상이하고 또 보호의 수준도 각기 상이하다.

그러나, 1980년대에 들어서면서 미국, EC 등 주요선진국들은 무역적자가 확대되기 시작하자 그 무역적자에 대한 위기의식이 팽배되었고, 또 그 무역적자를 발생시키는 주요원인 중의 하나는 외국에서 자국의 지적재산권을 미흡하게 보호해 주는데 있다고 인식하기 시작하였다.

그리하여 이들 선진국들은 지적재산권의 보호가 미흡한 국가 예컨대 대만, 한국, 태국, 인도네시아, 브라질 등의 국가에 대하여는 쌍무협상을 통하여 직접적으로 그 보호압력을 강화시켜 나가고 있고 또 GATT/UR 등 다자간 협상을 통하여 국제무역시장에서의 새로운 무역규범을 설정해 나가고자 노력하고 있다.

특히 미국의 경우는 1988년 종합무역법(Omnibus Trade Act)을 제정하여 지적 소유권의 보호가 미흡한 국가에 대하여는 무역보복조치를 취하여 나가고 있다. 본고에서는 우리나라의 위조상품의 유통실태와 문제점 및 관계기관의 단속 현황 등을 살펴보고 위조상품의 취급이 우리의 생활환경과 국민경제에 미치는 영향 등에 대하여 다시한번 생각해 보는 기회로 삼고자 합니다.

Ⅱ. 위조상품의 개념

1. 위조상품의 의의

위조상품(Counterfeits)이란 일반적으로 상품의 원생산자(Original Producer)가 아닌 제3자가 자기가 만든 상품에 진품의 상표 등을 사용하여 진품인양 취급(판매)하는 것을 말한다.

위조상품은 그 외관이나 품질면에서 신통치 않으며, 그 원재료도 값싸고 조잡한 것을 사용하여 진품을 본떠 만든 상품이기 때문에 모조상품이라고도 호칭된다.

또한 위조상품은 그 외관이나 품질면에 있어서는 진품과 거의 비슷하여 손색이 없는 상품이라 허더라도 타인의 특허권·실용신안권·의장권 및 상표권 등 산업재산권을 무단사용한 상품도 여기에 포함된다.

2. 위조상품의 형태

가. 산업재산권을 침해하는 경우

타인의 특허권·실용신안권·의장권·상표권 등 산업재산권을 제3자가 무단침해하여 상품을 제조·판매하면 위조상품으로 된다.

나. 미등록 주지·저명상표의 무단사용

등록된 상표는 물론 상표법상의 보호를 받게 되지만, 미등록된 상표라도 그것이 국내에서 오랫동안 사용됨으로서 주지·저명화 되었다면 부정경쟁 방지법상의 보호를 받을 수 있다. 따라서 미등록 주지·저명상표를 무단사용하여 상품을 제조·판매하면 위조상품으로 된다.

다. 원산지의 허위표시

상품이 제조된 지역 이외의 산지표시를 하여 수요자를 기만하는 경우, 예를들면 우리 국산품에 외제상표를 붙이고 외국에서 제조된 것인양 제조지를 허위로 표시하여 상품을 제조·판매하면 위조상품으로 된다.

Ⅲ. 위조상품의 유통실태 및 문제점

1. 외국의 유통실태

가. 국가별 유통실태

어느국가가 위조행위가 심하다고 순위를 정하기는 매우 어려우나 설문조사를 통한 객관적 자료에 의해 순위가 나온것은 USTR 보고서(1991, 미국)와 국제상표산업협회(1990, 벨기에) 보고서 등이 있다.

USTR(미국무역대표부)에서는 자국의 254개 회원사를 통해 설문조사한 결과 위조 행위의 빈도가 가장 높은 국가를 대만으로 지목하고 있으며, 그 다음으로 한국을 지목하였다. 동 조사에 의하면 ① 대만 ② 한국 ③ 태국 ④ 인도네시아 ⑤ 홍콩 ⑥ 인도 ⑦ 브라질 ⑧ 일본 ⑨ 이태리 ⑩ 말레이지아 ⑪ 스페인 ⑫ 멕시코 순으로 평가하고 있다.

또한 국제상표산업협회(International Association of Brand Industry)에서는 세계 위조상표 제품의 23%가 EC 국가에서, 15%가 여타 OECD 국가에서, 17%가 진품상표 보유국과 동일국가에서 생산되며, 나머지(45%)는 개도국, 후진국에서 생산되는 것으로 나타났으며, 국별로 보면 대만이 18%로 1위, 이태리가 9.7%로 2위, 홍콩이 7.6%로 3위, 타일랜드가 7.0%로 4위, 그리고 한국이 6.0%로 5위에 랭크되어 있으며 네덜란드, 독일, 프랑스 등도 2% 이상을 생산하고 있다고 평가하고 있다.

나. 외국에서 우리나라 상표의 도용실태

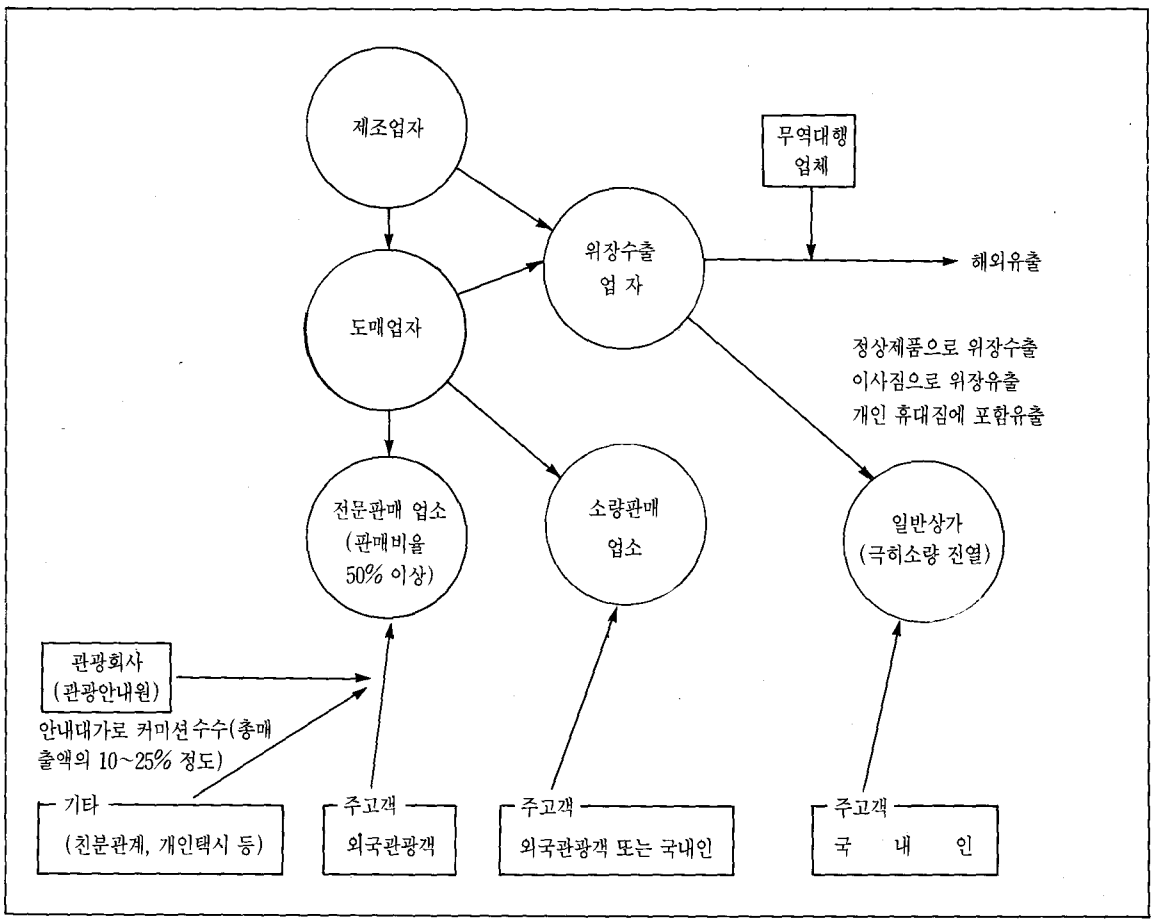
올림픽의 성공적 개최, 수출증대 등으로 우리나라 상표의 성가가 높아지고 있는 추세에 따라 도용사례도 급격히 증대하고 있음.

〈주로도용사례〉

- 인도네시아 : 프로스펙스, 코오롱 등의 한국상표가 붙은 위조상품이 일부 유통
- 인도의 「골드스타 인더스트리스사」가 지난 '86년부터 「GOLD STAR」 상표를 도용
- 스페인의 「아그로 파타사」가 오디오 제품에 대우상표를 도용
- 파라과이의 경우, 현대, 대우, 선경, 효성, 모나미 등 국내 대기업의 회사명을 「레플리」라는 현지법인이 파라과이 정부에 상표출원하여 문제 야기
- 기타 동남아, 중남미 등 후발 개도국에서 우리 상표가 상당히 도용되고 있는 실정

2. 국내의 유통실태

가. 흐름도



다. 주로 도용되는 상표 및 상품

국내에서 위조되는 외국 유명상표는 약 90종으로서 국가별로는 프랑스 24종, 미국 34종, 이태리 10종 기타 영국, 독일, 일본, 네덜란드 등 16여종이며, 도용되는 상품종류는 핸드백, 지갑 등 가방류와 혁대, 악세사리 등 장신구류, 그리고 시계, 의류, 신발류, 운동용품 등이 그 주종을 이루고 있음.

다. 위조상품 제조

• 주요 제조지역을 보면 가방류, 의류, 시계 및 악세사리 등은 서울을 포함한 수도권에서, 신발류는 부산에서 양말 및 의류는 대구 등지에서 제조되고 있으며

• 대부분의 제조경로는 제조의뢰자(창고를 보유한 도매업자 및 대형 유통업자)가 3~4명의 제조업자에게 원단, 부품, 라벨 등 일체의 자재를 공급해주고 하청방식으로 생산, 이를 은밀히 수거

• 제조 의뢰자들은 상당한 치부를 하고 있는데 비해, 실제 하청받아 제조하는 업자들은 대부분 영세하여 가정집 지하실, 시외지역의 외딴 가옥 등지에서 미싱 3~5대, 기술자 2~6명을 두고 생산하는 실정임, 하청업자들은 정상제품을 제조할 때보다 30~50% 정도

의 공임을 더받기 때문에 위험 부담을 안고 주문에 응하고 있음.

라. 위조상품 취급지역

• 위조상품 취급업소는 서울을 비롯한 수도권 지역에 약 50% 집중되어 있고, 나머지는 부산·대구 등 대도시와 경주·제주 등 관광도시, 송탄·동두천 등 미군기지 주변에 편재되어 있음.

마. 주로 위조되고 있는 상표 및 품목(주요 단속대상)

• 가방류 : Louis Vuitton(불), Gucci(이) Hunting world(미) CHANEL(불) CARTIER(화)

• 의류 : POLO(미), CHANEL(불), FILA(이), Christian Dior(불), Y.S.L(불)

• 신발류 : Reebok(미), L.A.Gear(미), Adidas(독), FILA(이), NIKE(미)

• 시계류 : ROLEX(스), Dunhill(영), CHANEL(불), Christian Dior(불), CARTIER(화)

• 악세사리 등 기타종류 : CHANEL(불), Dunhill(영), Y.S.L(불), CARTIER(화), Gucci(이) 등

• 주로 판매되는 위조상품 종류는 핸드백 등 가방류(23%), 악세사리류(20%), 의류(17%), 신발류(15%), 시계류(10%) 기타(15%)순임.

바. 고객현황

• 전국 평균적으로 내국인이 60%, 외국인이 40%이며, 이태원 지역의 경우는 내국인이 30%, 외국인이 70%를 차지

3. 위조 상품의 대외유출

가. 위장수출

• 개인이 소액수출 형태로 수출승인후 수출검사를 면제받아 수출

• 국내개인 또는 재미교포가 내한하여 위조상품을 구입후 수출상사를 통해 대형수출하면서 모든 수속을 대행의뢰자가 처리하여 수출

• 위조상품 등 부정물품을 전문적으로 수출하기 위해 영세수출 상사를 설립하여 위조상품을 취급하다가 잠적하는 방식

• 위조상품 단속이 느슨한 멕시코로 수출한 후에 멕시코에서 미국으로 우회수출

나. 외국에의 소포우편 발송

내국들이 해외에 거주하는 친지 등에게 위조품을 선물로서 우송하는 일이 가끔 발견됨.

4. 위조상품 유통의 문제점

• 상거래 질서 측면 : 질좋고 우수한 진짜 상품들이 진열장 뒷편으로 밀려나고 품질이 나쁜 조잡한 물건들이 판치게 되는 등 건전한 상거래 질서를 파괴함.

• 소비자 생활 측면 : 소비자들이 품질이 나쁜 조잡한 상품들을 구입하게 됨으로써 경제적인 손해를 볼뿐만 아니라, 소비자로 하여금 외제 선호사상과 낭비풍조를 부추겨 근검절약하는 우리의 미풍양속을 해치게 됨.

• 국내산업 발전의 측면 : 기업의 신상품 개발과 품질개선의 의욕을 위축시킬 뿐만 아니라, 수출경쟁력을 약화시켜 결국 국가산업 발전을 저해하게 됨.

• 대외통상측면 : 위조상품을 제조·판매하거나 외국으로 수출함에 따라 해당국가로부터 통상차원에서 보복을 받게 되고 특히 미국의 경우는 위조행위를 불공정 무역관행국으로 단정하여 미통상법 301조 등을 내세워 각종 통상 압력을 가중시키고 있는 실정임.

Ⅳ. 위조상품의 식별요령

1. 외관의 측면에서 식별

가. 상품형태

• 진품에 비하여 품위와 품질이 떨어지고 외관이 조잡하게 보임

• 악세사리 등 부자재의 결합이 조잡함.

• 바느질이나 디자인, 칼라 등이 진품에 비하여 다소 엉성함

나. 상표

• 진품의 상표와 동일한 경우가 대부분이나 상표를 교묘하게 변형시킨 경우도 있음(철자를 틀리게 하거나 도형상표인 경우 도형을 약간 변경시키는 경우 등)

• 악세사리 등 상품에 각인된 상표의 경우 진품의 상표와 다르거나, 진품의 상표 위치와는 다른곳에 상표표시를 함.

• 등록상표의 전후에 임의의 접두어 또는 접미어를 첨가하여 진품상표와 동일하지는 않으나 극히 유사하게 하여 출처를 혼동시킴.

2. 유통과정에서의 식별

가. 일반적으로 유명상표는 상표관리 측면에서 면세백화점, 상표권자나 사용권자의 직매장 또는 대리점을 통하여 판매

나. 국내에 대리점이 없거나 정식 수입되지 않은 상품을 거래하는 것은 일반적으로 위조상품으로 보아도 틀림이 없음.

다. 값이 진품에 비하여 상당히 쌈 (1/10~1/2)

라. 흥정을 하면 값을 많이 깍을 수도 있음.

마. 대로변뿐 아니라 뒷골목이나 지하상가에 많음.

3. 기타 식별요령

가. 특허청에 등록여부 확인(02-568-0121)

나. 상표사용권 설정 여부

• 사용권을 설정한 경우 상표법 제55조 4항에 의하여 상품에 제조원(자기의 명칭)이 표시되어야 함.

• 사용권 설정이 안된 경우, 수입면장과 관세청 통관필증등을 확인

다. 공급자 추적

• 위조상품으로 보여지나 부인하는 경우 상품의 거래명세서 등으로 공급자를 추적 확인

라. 상표권자나 사용권자 또는 대리인으로부터 직접 확인

• 상표권자나 사용권자는 대부분 제품의 가격, 질 등 그 면모만으로도 위조 상품의 식별이 가능

V. 위조상품 단속의 전담부서 및 단속실적

1. 전담부서

• 위조상품의 효율적인 단속을 위해 '87. 6월 특허청에 전담부서인 조사과(인원 10명)를 설치하였으며, 동 조사과 내에 위조상품 신고센타(Tel 02)568-0121)를 '87. 7. 1에 설치하여 위조상품 불법유통에 관한 정보를 입수함.

• 위조상품의 단속을 전국적으로 실시하기 위하여 15개 시·도에 동업무를 위임함.

• 위조상품의 체계적인 단속을 위해 '93. 2월 경제기획원, 외무부, 상공부, 특허청 등 유관기관의 참여하에 지적재산권 침해사범 합동수사본부(대검찰청내 설치) 및 지역합동수사반(각 지방검찰청내 설치)을 설치·운영

위조상품 단속활동은 상표법과 부정경쟁방지법에 법적근거를 두고 있음.

-상표법 위반시 : 5년 이하의 징역 또는 2천만원 이하의 벌금에 처함.(제93조)

-부정경쟁방지법 위반시 : 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처함.(제18조)

2. 단속실적

• 위조상품 적발 및 조치결과

-'93. 8. 20 현재 총 937건의 단속을 실시하여 그 중 517개 업소를 고발 조치하고 약 160만점을 압수하였음.

구 분		1991	1992	1993. 1. 1-8. 20
적발	계	1,211	1,077	937
	고 발 (구속)	275 (37)	149 (11)	517 (115)
	시정권고	936	928	420
압 수 물 량		420,012	388,811	1,594,475

• 위조상품 추방을 위한 교육 및 홍보활동

-시·도 공무원, 경찰공무원, 관세공무원

등 단속관련 공무원 및 소비자, 위조상품 취급지역의 상인 등을 대상으로 위조상품 추방을 위한 교육을 수시로 실시하고

-언론매체 활용, 가두캠페인, 홍보용 자료 제작·배포 등을 통하여 위조상품 추방을 위한 홍보를 적극 실시함.

구 분	교육 및 홍보실적		
	1991	1992	'93. 1. 1-8. 31
가두캠페인	2회(626명)	12회(2,145명)	2회(430명)
교육	23회(1,720명)	7회(544명)	19회(1,499명)
홍보용 자료 제작·배포	7종(23,100부)	5종(20,700부)	7종(21,863부)
매스컴을 통한 홍보	107회	49회	83회

Ⅵ. 맺는말

금년에는 특허청 및 각 시·도 공무원과 검·경찰 공무원이 합동으로 강력한 단속활동을 편 결과 전술한 바와 같이 괄목할만한 성과를 거둔바 있으며, 특히 금년 4월 미국은 국가별 무역평가서에서 우리나라를 우선협상대상국(Priority Foreign Countries ; PFC)에서 제외시켜 수시점검대상국으로 분류함으로써 우리의 위조상품 근절을 위한 노력을 높이 평가한바 있습니다.

그러나 아직도 일부의 상인들 중에는 자신들의 위조상품 취급행위가 국가적으로 심각한 문제를 야기시키고 있다는 사실과 그리고 그것이 부도덕한 범법행위임을 인식치 못하고 있으며, 오히려 정부의 단속망을 피해 점조직화 내지는 지하화하고 있어 문제의 심각성을 더해가고 있습니다.

일반 국민들도 외제 브랜드라면 그 상품의 품질면은 비교해 보지도 않고 무조건 선호하는 풍조도 또한 문제가 아닐 수 없습니다.

그러나 이제는 우리도 인식을 바꾸어 나가야 하겠습니다. 눈앞의 자그마한 이익에만 매달리지 말고 장기적인 안목을 가지고 기업은 자체 브랜드 개발에 심혈을 기울여 나가야 하겠고, 일반 국민들을 사치와 허영심을 과감히 떨쳐 버리고 우리 고유의 미풍양속인 근검·절약을 생활화 해나가야 하겠습니다.

여러분! 위조상품은 만들지도 말고 팔지도 말고 그리고 사지도 맙시다.

그리하여 우리가 그토록 염원하는 선진국에의 진입을 앞당겨 나아갑시다. 〈♣〉

〈註〉

1) 최근 미 국제무역위원회(International Trade Property Commission ; ITC)의 분석에 의하면 지적소유권의 보호문제는 세계무역의 7% 정도의 영향을 미친다고 분석한 바 있음.

〈참고〉

위조상품 신고센타 : 특허청 조사과
(강남구 역삼동 823-1)

TEL : (02)568-0121
FAX : (02)553-9584

商表·意匠法의 諸問題

(주)한빛지적소유권센터 발간

실무상 반드시 필요한 논제를 체계적으로 정리한 논문집

4×6배판/15,000원

구입문의 : 567-1657