위조 상품의 실태 분석과 대응 방안

상표조사분석팀
윤 정 하

Ⅰ. 서론

21세기의 지식을 기반으로 한 사회에 들어서면서, 지식재산에 대한 관심과 중요도가 커지고 있다. 과거에는 상품의 식별 기능만을 주로 했던 상표의 브랜드가치 또한 지적재산권의 하나로서 각 기업의 중요한 재산적 가치가 되고 있기에 이를 보호하기 위한 각 국가와 기업들의 노력이 강화되고 있다.[1] 이에 따라 국내의 지식재산권 보호에 대한 노력도 커지고 있는데, 위조 상품에 대한 대응이 그 중의 하나이다.

위조 상품(僞造商品)이란" 타인의 등록된 상표와 동일 또는 유사한 상표를 권리자가 사용하는 상품과 동일 또는 유사한 상품에 권한이 없는 자가 무단으로 사용함으로써 상표권자의 권리를 침해하는 상품 "(상표법 제66조 제1호) 또는 " 미등록 상표라 하더라도 국내에 널리 인식된 타인의 상표와 동일 또는 유사한 상표를 사용하여 타인의 상품과 혼동을 일으키는 상품 "(부정경쟁방지법 제2조 1호 가목)을 말한다. 이는 모방 · 모조 상품과는 다르며[2],위조 상품은 진품(眞品)과 같은 똑같은 상표를 쓰지만 질은 훨씬 낮은 불법 상품인 것이다.

이러한 위조 상품은 구매하는 소비자에게 직접적 피해를 주고, 각 기업의 브랜드 가치를 하락시키며 건전한 소비풍조를 방해하여 산업발전의 저해를 불러온다. 이는 결과적으로 국가 이미지 저하로도 직결되는데 위조 상품 수출국의 오명을 쓰고 있는 우리나라는 최근 미국 관세청에 의해 미국 국회에 보고된 ' 적발 및 압류된 지적재산권 피해 물품 ' 순위에서 지난 5년간 수위를 기록하고 있다.

이에 따라 미국의 무역대표부(USTR : Office of the United States Trade Representative)는 지난 해 우리나라를 지적재산권 침해에 대한 우선감시국(PWL : Priority Watch List)[3]으로 지정했으며, 미국을 포함한, 일본, 프랑스 등 주요 교역국들이 우리나라를 주요 위조 상품 수출국으로 지목하자 정부는 관세청과 경찰청, 특허청과 합동으로 대대적인 위조 상품 단속에 나서고 있고 관세청 주관으로 " 가짜 진짜 전시회 "를 열어 위조 상품 근절에 대한 강한 의지를 표명하는 등 많은 노력을 기울이고 있다.

그러나 여전히 국내의 위조 상품 단속 효과는 미미하며, 실제 단속되는 건수는 전체 위조 상품 유통량의 5%에도 못 미친다고 한다.[4] 더구나 정부의 갖가지 노력들을 비웃기라도 하듯 위조 상품의 유통은 더욱 치밀하고 교묘한 수법을 통해 이뤄지고 있다.

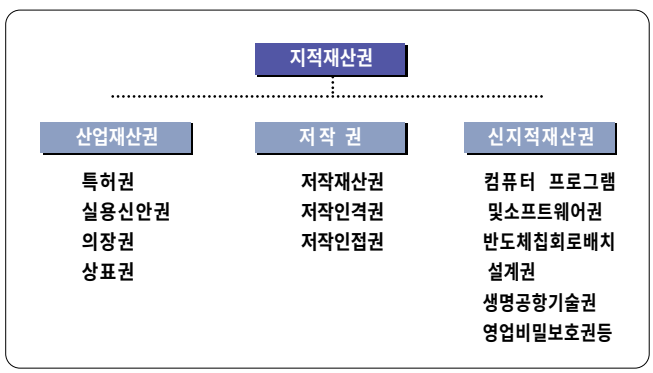
이에 본 글에서는 먼저 상표보호의 근거가 되는 관련 법규를 살펴보고, 위조 상품에 대한 단속 실태 및 현황을 고찰해봄으로써 효과적인 상표보호 및 위조 상품 근절을 위한 방안을 제시해 보고자 한다.

1) 지적재산권침해의한유형인위조상품은모든나라에서증가하는추세이며세계적으로도위조상품의유통규모는정품의30%에육박한다고한다. (김용주," 국내패션기업의위조상품관리실태및대응전략분석 ", 대한가정학회지: 제42권1호,2004.)
2) 모조제품은원제품과매우유사하게본떠만든제품이고, 비록유사복제품이지만고유의상표를가지기도하여합법적인경우가많으며, 모방제품은완전히다른제품이다.
3) 미국의지적재산권침해국분류
우선협상대상국(Priority Foreign Contries : PFC), 우선감시대상국(Priority Watch List), 감시대상국(Watch List::WL), 특별감시국(SM)으로, 우리나라는 1989년이후 WL와 PWL에지정되고있다.
4) 이대섭," 위조상품단속정책의집행에관한연구 ", 서울대행정대학원, 2004.

II. 지적재산권과 관련법

1. 지적재산권(知的財産權)[5]의 종류

지적재산권이란 문화, 예술, 과학작품, 산업활동 등 인간의 지적 창작활동의 결과로 생기는 모든 무형의 소산물에 대한 권리를 말하며, 인간의 지적 · 정신적 산물로서 외형적인 형태가 없는 무체물에 대한 무체 재산권으로서 상표권, 저작권, 특허권, 실용신안권, 의장권 및 부정경쟁으로부터 보호되는 일체의 권리를 총칭하는 권리이다. 지적재산권은 사상(idea)의 보호를 목적으로 하는 산업재산권과 표현의 보호를 목적



<그림1. 지적재산권관계도>

으로 하는 저작권, 첨단 산업의 발달로 나타나기 시작한 컴퓨터 프로그램과 생명공학 등을 총칭하는 신지식재산권으로 나뉜다. 각 권리는 각각 상표법, 특허법, 실용신안법, 의장법, 부정경쟁방지법 등에 의거해 보호되고 있으며 이러한 지적재산권은 유체 재산권과는 달리 복제가 용이하기 때문에 국가가 적극적으로 개입하여 보호해야 할 필요성이 큰 권리 중의 하나이다.

지적재산권 중 산업재산권과 부정경쟁 방지법, 반도체칩 회로 배치 설계권은 특허청에서, 저작권은 문화관광부, 컴퓨터 프로그램 및 소프트웨어권은 정보통신부, 지적재산권 침해품의통관규제권은관세법에따라관세청이담당하고있다.

2. 상표보호의근거가되는지적재산권법

1) 상표법(商標法)

지적재산권의 하나인 상표법에서 정의하는 상표는 " 상품을 생산 · 가공 · 증명 또는 판매하는 것을 업으로 영위하는 자가 자기의 업무에 관련된 상품을 타인의 상품과 식별되도록 하기 위하여 사용하는 기호 · 문자 · 도형 · 입체적 형상 또는 이들을 결합한 것과 이들의 각각에 색채를 결합한 것 "[6]이다. 즉, 상표는 영업상의 식별표지의 한 유형인 지식재산의 권리로서 법적 힘인 상표법은 타인이 등록상표와 동일 또는 유사한 상표를 그 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 사용하는 행위를 금지하는 사용금지권이 있으며, 등록상표와 동일 또는 유사한 상표가 그 지정상품과 동일 또는 유사한 상품에 대하여 등록되는 것을 배제하는 독점 배타권을 부여하고 있고, 미등록 주지 · 저명 상표에 대해서도 보호하고 있다. 이를 어길 시, 상표권 침해자는 상표법에 의거하여 7년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금을 물게 될 수 있다.

2) 부정경쟁방지법 (不正競爭防止法)

「부정경쟁방지 및 영업비밀보호7)에 관한 법률」(이하 ' 부정경쟁방지법)은 국내에 널리 알려진 타인의 상표 · 상호 등을 부정하게 사용하는 등의 부정경쟁행위와 타인의 영업비밀을 침해하는 행위를 방지하여 건전한 거래질서를 유지함을 목적으로 하는 법률이다.[8] 유명상표 특히 미등록 유명상표의 보호까지도 규정하는 법이다. 국내에서 널리 인식된 타인의 상표와 동일 또는 유사한 상표를 사용함으로써 타인의 상품과 혼동을 초래하는 부정경쟁행위로 인하여 피해를 받거나 받을 우려가 있는 자는 부정경쟁행위를 하거나 하고자 하는 자를 상대로 그 행위의 금지청구, 손해배상 또는 훼손된 업무상 신용회복을 청구하는 민사소송을 법원에 제기할 수 있다. 또한 부정경쟁행위자에대해 3년이하의 징역또는 3천만원 이하의벌금에처할수있도록형사처벌규정도마련되어있다.

또한 특허청 및 지방자치단체가 부정경쟁행위에 대한 행정적조사 및 위반자에 대한 행정적 조사 및 시정권고를 할 수 있도록 규정하고 있으며, 부정경쟁행위가 인정될 때에는

5) 세계지적재산권기구(WIPO)는 이를구체적으로' 문학 · 예술및과학작품, 연출, 예술가의공연 · 음반및방송, 발명, 과학적발견, 공업의장 · 등록상표 · 상호등에 대한보호권리와공업 · 과학 · 문학또는예술분야의지적활동에서발생하는기타모든권리를포함한다 '고정의하고있다.

6) 상표법제2조

7)" 영업비밀이란공연히알려져있지아니하고, 독립된경제적가치를가지는것으로서상당한노력에의하여비밀로유지된생산방법, 판매방법기타영업활동에 유용한 기술상 또는 경영상의 정보를 말한다. " (부정경쟁방지법 제2조 제2호). 노우하우(Know - how), 재산적정보(Proprietary Information), 비공개정보 (Undisclosed infomation) 등과비슷한개념으로이해할수있으며본보고서의내용과는관련없다.

8) 부정경쟁방지법 §1

특허청장 및 지방자치단체장의 허가 하에 조사가 가능하고, 그 위반자에 대해 30일 이내에 위반행위 중지와 해당 표지를 제거 또는 폐기할 것을 권고할 수 있도록 규정하고 있다.

상표법과 부정경쟁방지법의 차이를 말한다면, 상표법은 등록에 의해 독점배타권으로서의 상표권을 설정하고 상표권침해를 배제하여 정적(靜的)인 면에서 부정경쟁방지를 도모하는 데 비해, 부정경쟁방지법의 경우 유통시장에서 주지된 상표 · 상호 · 성명 등과 혼동이 생길 염려가 있는 행위나 비록 혼동이 생기지 않더라도 타인의 표지의 식별력이나 명성을 손상시키는 행위를 개별적 · 구체적으로 파악해서 금지하고 이로써 공정한 경업질서(競業秩序)를 유지하여 동적(動的)인 면에서 부정경쟁방지를 도모한다는 점에서 차이가 있다. 부정경쟁방지법과 상표법은 중복적용이 인정되지만, 부정경쟁방지법에서는 동법상의 규정에 저촉되는 경우에는 상표법에 의한다. 따라서 이 두 법은 영업상 표지보호에 관한 일반법과 특별법의 관계라고 볼 수 있다.[9]

3) 관세법 (關稅法)

관세법 제235조 제 1항은“ 상표법에 의해 등록된 상표권을 침해하는 물품은 수출 또는 수입할 수 없다 ”고 규정하고 있으나, 관세청 고시 제 2001 - 23호 「지적재산권보호를 위한 수출입통관사무처리에 관한 고시 제1 - 3」5호에서는 상표권을 침해하지 않는 경우를 두어 병행수입을 허용하고 있다.

여기서 병행수입(Parallel Import or Gray Import)이란 외국에서 적법하게 상표가 부착되어 유통되는 진정상품[10]을 제3자가 국내의 상표권자 또는 전용사용권자의 허락 없이 다른 유통경로를 통해 병행하여 수입하는 제도로서, <지적재산권 보호를 위한 수출입 통관 사무처리에 관한 고시 제1 - 3조>에 따른 병행수입허용기준은 다음과 같다. 국내외 상표권자가 동일인이거나 계열회사관계(주식의 30%이상을 소유하면서 최다출자자인 경우), 수입대리점관계 등 동일인으로 볼 수 있는 관계(이하 동일인 관계라 한다)가 있는 경우, 외국의 상표권자와 동일인관계에 있는 국내 상표권자로부터 전용사용권을 설정 받은 경우에 병행수입을 허용한다.

다만 외국의 상표권자와 동일인관계에 있는 국내 상표권자로부터 전용사용권을 설정 받은 국내전용사용권자가 당해상표가 부착된 물품을 제조 · 판매하는 경우에는 국내전용사용권자와 외국의 상표권자가 동일인 관계에 있는 경우에 한하고 있다.

그러나 병행수입은 불법도 적법도 아니기에 이에 대한 논란은 끊이지 않고 있고, 국내의 위조 상품에 대한 단속을 무력화하고 있다. 위조 상품 단속 시 위조 상품 판매업자들은 위조된 수입면장을 비치해 놓고 단속요원들에게 적법하게 병행수입된 제품이라며 항변하면 사법경찰권이 없고 수입에 관한 지식이 부족한 단속요원들로서는 속수무책이 될 수밖에 없다. 게다가 수입면장은 정식으로 발급된 종류도 매우 많아 체계적으로 관리하기도 힘든 상황이기에 위조된 수입면장까지 관리하는 것은 현실적으로 어렵고, 이는 병행수입 제도에 대한 회의적인 의견만을 더할 뿐이다.

III. 위조 상품에 대한 단속

1) 정부의관리

1) 특허청

1987년 산업재산보호과를 신설하여 위조 상품 관련 업무를 전담하고 있으며. 전국적으로 위조 상품 유통실태를 조사 · 분석하여 단속계획을 수립하고, 연중 수시로 위조 상품의 유통정도를 감안하여 전국을 20개의 중점단속지역(Red Zone)과 31개의 주요관찰지역(Yellow Zone)으로 구분한 후 검 · 경찰, 관련 지방자치단체 등과 협조체제를 구축하여 합동으로 단속활동을 전개하고 있다. 또한 전문인력 지원 및 각종 상표관련 정보 등을 제공하고, 위조 상품 취급자나 일반 소비자들에 대한 지도 · 계몽활동을 지속적으로 실시하고 있으며 특허청 인터넷 홈페이지 내에 사이버 지식재산보호센터를 운영하기에 누구든지 위조 상품 신고가 온 · 오프라인으로 가능하다.

2) 검 · 경찰

검찰에서는 위조 상품 유통을 방지하고 통상협상에서의 입지강화를 목적으로 대검찰청 형사부장을 본부장으로 하는 「지적재산권 침해사범 합동수사본부」를 설치 · 운영하고 있다. 또한 「지적재산권 침해사범 합동수사본부」산하에 특허청, 대검찰청, 외교통상부 등 8개 부처 관계국장급이 참여하는 「지적재산권 침해사범 수사지도협의회를 만들었으며 21개 지방검찰청, 지청에 「지역 합동수사반」을 설치하고 위조 상품 단속 전담반을 운영하고 있다.

10) 진정상품(眞正商品: genuine goods)란위조상품의상대적개념으로진정한상표권자에의해적법하게제조 · 유통된상품을말하며법률상의용어는아니다.

3) 관세청

본청 및 전국 43개 세관(출장소 포함)에 특별사법경찰권이 부여된 조사인원 500여명이 상표 미부착물품, 상표권 침해 물품 등에 대한 통관보류 및 압수 등을 통하여 수입 물품에 대한 관리를 하고 있으며, 「사이버 진짜가짜 상품 전시관」운영과 「위조 상품 전시회」를 열어 국내의 소비자에게 위조 상품에 대한 교육을 하는 동시에 국내외적으로 우리나라의 위조 상품 단속에 대한 의지를 보여주고 있다.

4) 지방자치단체

지방자치단체는 관할 구역 내에서 유통되는 위조 상품이나 원산지 허위표시상품을 지속적으로 파악 · 단속하고 있으며, 특허청과의 정기 · 특별단속, 검 · 경찰 등과의 합동단속 등을 수행하고 있다.

2. 기타단체의관리

1) 한국의류산업협회 지적재산권보호센터

한국의류산업협회에서, 지적재산권 보호와 위조상표를 지속적으로 단속하기 위해 2004년 3월 협회가 자발적으로 사무국내에 설립한 지적재산권 보호센터이다.

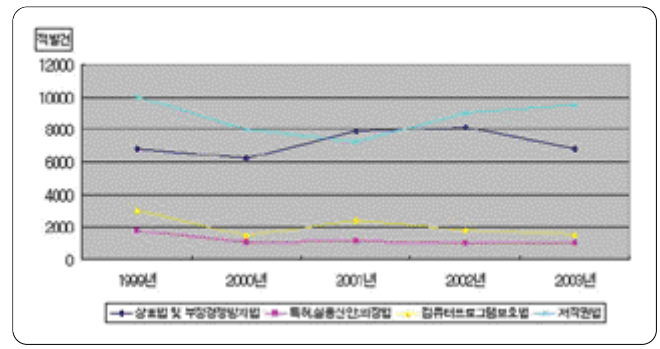
이들의 주요 활동은 위조 상품 불법유통 예방 및 계도활동, 법적 보호사업(국내외 상표 침해행위 보호관리 조사, 지적재산권 침해자료 D/B화, 해외에서의 우리상표 출원등록 업무지원), 압력단체로서의 역할, 위조 상품 식별 인증업무, 기타 관련세미나 개최 및 홍보활동, 인재육성 등의 일을 하고 있다.

2) 한국산업재산권보호협회

특허청의 인가를 받아 1999년 설립된 사단법인으로, 산업재산에 대한 침해에 대한 실태조사와 기업, 개인 등의 산업재산권 보유자에게 산업재산권 침해에 대한 권리구제방안을 도모하고 관련 단속기관에 산업재산권 위반에 대한 단속을 촉구하기 위해 설립되었다. 약 200여명의 변리사와 변호사가 다양한 활동을 해오며 무료변리 · 소송지원, 분쟁 당사자간 협의 · 조정, 유사기관으로부터 위탁사업을 해왔으나 현재는 활동하고 있지 않다.

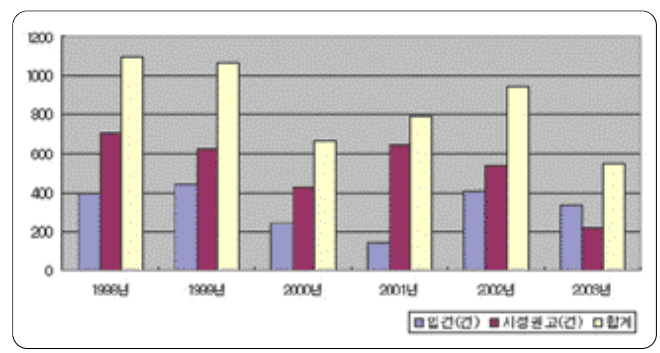
IV. 위조 상품의 적발 현황

1. 연도별적발추이와분석



<그림2. 지적재산권위반적발건 〔출처: 대검찰청, 2004년.〕>

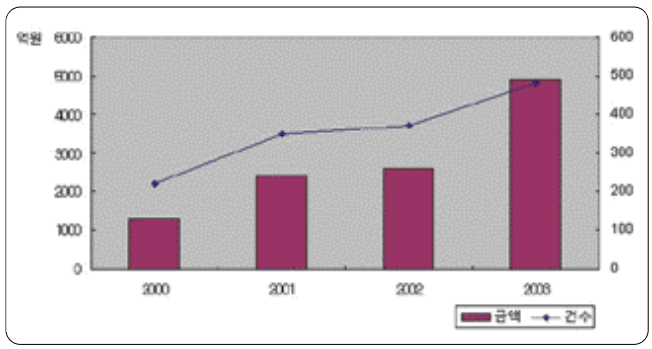
<그림2>는 대검찰청에서 각 지청별로 입건된 지적재산권 침해사범에 대한 적발 건 통계자료이다. 상표법 및 부정경쟁방지법 위반 적발 건수가 다른 기타 지적재산권 위반적발건수와 비교해서 매년 6천 건 이상으로 저작권법과 함께 비교적 다수가 적발됨을 알 수 있는데 이는 국내 위조 상품 유통량이 상당하다는 것을 보여준다.



<그림3. 위조상품적발건 〔출처: 특허청보도자료, 2004년.〕>

<그림3>은 특허청이 지자체 공무원, 검찰, 결찰과 합동단속을 펴서 단속한 위조 상품 적발건 결과이다. 2003년을 제외하고는 시정권고가 입건보다 많은 것을 알 수 있는데, 위조 상품 판매 · 유통자에 대한 형사처벌이 쉽지 않음을 알 수 있다. 우리나라에서 입건된 상표법 위반사범 중 처벌의 대상이 되는 비율은 83%이고 나머지 17%는 처벌되지 않고 있으며, 부정경쟁방지법 위반사범은 총 입건자 중 25%만이 처벌되고 나머지 75%는 처벌되지 않고 있다.[11] 이는 법 위반여부를 가리기가 쉽지 않기 때문인데 위조 상품 도용자 추적의 어려움과 증거 확보의 어려움, 유통과정에서 소량 취급과 추적을 피하기 위한 현금거래, 인터넷 판매와 방문판매, 위조수입면장으로 병행수입이라 우기기, 모방기술의 발전으로 위조 상품에 대한 식별 곤란 등이 그것이다.

11) 대검찰청형사부, 2003.



<그림4. 위조상품적발건과금액 〔출처: 관세청사이버가짜진짜전시관, 2004년.〕>

<그림4>는 관세청의 위조 상품 적발 건 및 금액산출 결과이다. 관세청의 지적재산권 침해물품 단속건수와 그에 따른 금액은 꾸준히 증가하고 있는 추세로, 특히 2003년의 적발 건수는 2002년에 비해 96%가량이 늘어나 5000억원에 이르고 있다. 그러나 현재 정부에서 적발하고 있는 위조 상품의 양이 실제 위조 상품 유통량의 5%내외일 것이라는 추정치를 감안했을 때 그 추정치가 정확하다면, 현실적으로 거래되고 있는 1년간위조상품의총유통금액은최소한 10조원을넘어선다.

2. 주로 위조되는 상표와상품

[출처: 관세청사이버가짜진짜전시관, 2004년]

상 표 명	상 품
CHANEL, BURBERRY, GUCCI, LOUIS VUITTON, VERSACE, ARMANI, MISSONI, Cartier, BVLGARI, ROLEX, PIAGET, a.testoni, FENDI, Roberta dicamerino, Salvatore Ferragamo, Giorgio Ferri, AIGNER, DUNHILL	패션명품및 시계
GUESS, Polo, FILA, NAUTICA, LEVI'S, adidas, Reebok, asics sports, NIKE, YONEX, EASTPAK, Wolsey, DUNLOP, ARNOLD PALMER, Callaway GOLF, BRIDGESTONE, MIZUNO, SPALDING	골프 브랜드
Yves Saint Laurent, La prairie, LANCOME, CHANEL, JEAN PAUL GAULTIER, Calvin Klein, sisley	화장품및 향수
TAMIYA, Pocket Monster, DISNEY, Hello Kitty, LOONEY TUNES	완 구

<표1. 주로위조되는상표>

[출처: 특허청보도자료, 2003년]

구 분	의 류	장신구류	가방류	시계류	기 타	합 계
수량	8,817	5,600	4,147	1,424	2,145	22,133
비율(%)	39.8	25.3	18.7	6.4	9.8	100

<표2. 주로위조되는상품(2002년)>

[출처: 특허청보도자료, 2003년]

년도	1999	2000	2001	2002	2003
상표명	아디다스	폴 로	아디다스	루이비똥	루이비똥
적발수량(점)	18,035	7,881	10,293	3,366	2,172
전체대비비율(%)	28.3	21.4	30.9	15.2	21.4

<표3. 연도별최다위조상표>

<표1>과 <표2>, <표3>을 근거로, 위조 상품은 주로 의류나 시계 등의 패션 관련 상표가 많고 이 중 가장 많이 위조되는 상표는 루이비똥(가방), 아디다스(의류)와 같은 고가의 패션 상표라는 것을 알 수 있다.

위조 상품의 80%가 의류, 가방, 시계 등인 이유는 산업의 특성상 위조가 용이하기 때문이며, 소비자의 욕구 또한 빠른 패션의 변화에 따라 위조 상품을 원하면서 공급과 수요의 수급이 이루어지고 있다. 따라서 그만큼 다량의 위조 상품이 쏟아져 나오고 또 빠르게 사라짐으로 인하여 결국 적절한 시기에 문제 제기가 어렵고 상표가 아닌 의장도용의 경우는 상표도용과는 달리 유사성 판단기준과 디자인 도용기준이 모호하여 위조 상품은 사라지지 않고 있다.

V. 위조 상품에 대한 대응 방안

1. 체계적인단속시스템구축

현재 특허청과 검찰청, 관세청, 지방자치단체가 협력하여 정기적으로 시행하는 합동단속은 시행효과는 비교적 좋은 편이지만 합동단속이기에 그 집행이 일시적이며 관련 부처가 지속적인 단속을 하기 어려운 점과 대규모 인원의 움직임으로 기동성이 떨어지는 점, 관련기관간의 집행협조방식이 체계화되지 못한 점이 문제가 되고 있다. 이 점을 우선 개선해야 할 것이고, 또한 주요관찰지역 외의 지역에 대한 단속 강화와 전국적 단속, 단속 요원들에 대한 위조 상품 식별 교육 강화를 통해 위조 상품을 정확히 식별해낼 수 있는 전문지식을 습득시켜야 하고, 병행수입으로 인한 문제점을 개선하기 위해 병행수입 제도에 대한 재검토와 정확한 허가와 수입면장의 철저한 관리가 필요할 것이다. 또한 위조 상품 유통업자에 대한 형사처벌을 강화하고 적발 시 부과되는 벌금도 훨씬 많아야 한다.[12)]

또한 위조 상품인 줄 알고 구입하는 소비자 역시 범법행위자이기에 위조 상품의 생산 · 유통자에게 물리는 것과 같이 벌금을 물리거나 법적 제재를 가하는 방법도 있을 것이다. 마약이나 밀렵물품의 판매자 소비자에게 모두 처벌을 가하는 것이 그 예이다. 물론 현실적으로 관리와 단속을 하는 집행자들조차 구분하기 어려워하는 위조 상품을 소비자가 알기는 더 어렵다고볼 수 있지만, 위조 상품인줄 알고도 구입하는 소비자는 분명히 피해자가아닌 가해자요범법자로 볼수있다.

12) 이대섭,“ 위조상품단속정책의집행에관한연구 ”, 서울대행정대학원, 2004.

2. 기업과단체의위조상품보호활성화와가격구조의다양화

기업의 자발적이고 지속적인 위조상품의 유통 감시도 매우 중요하다. 기업은 기업간의 동맹에 의해 정부에게 좀 더 강력한 법제정과 시행을 촉구하는 압력 행사를 할 수 있고, 자체적으로 지적재산권관련 보호센터를 운영하거나 검찰 등과 협조하여 단속 횟수를 늘리고 소비자의 자발적 신고를 활성화시킬 수 있는 방안을 고안하여 활용한다면 위조 상품에 대한 관리를 하는 동시에 소비자에 대한 교육 · 홍보 효과를 함께 도모할 수 있다.[13] 더불어 한국의류산업협회의 지적재산권보호센터처럼 자발적인 관련 단체가 다수 설립되고 활성화되어야 한다. 이를 위해서는 무엇보다 이러한 단체 결성을 정부가 정책적, 제도적으로 도와주어야 하고 단체가 결성되기 위한 필요성을 모두가 인식하는 사회적 분위기가 조성되어야 할 것이며 결성된 후에 많은 홍보와 관심이 필요할 것이다. 또한 외국처럼 명품 전문 아울렛(OUTLET)을 활성화하여 유행이 지난 제품은 저가로 아울렛(OUTLET)에서 판매하여 다양한 가격구조를 형성한다면 위조 상품의 수요를 줄일 수 있고, 궁극적으로는 공급을 막을 수 있을 것이다.

3. 소비자의의식전환

무엇보다 중요한 것은 근본적인 소비자의 의식 전환이다. 위조 상품에 대한 소비자의 욕구와 구매가 계속되는 한 위조 상품은 계속해서 뿌리 뽑히지 못할 것이다. 좋은 질이 보장된 브랜드의 상품을 제 값에 구매하는 것이 올바른 구매 행태이며 위조 상품은 불법 상품이라는 것과, 자신이 위조 상품을 구매함으로써 불법 행위를 저지르고 있으며 나아가 건전한 산업질서를 깨뜨린다는 것에 대한 뚜렷한 자각이 있어야 한다. 이를 위해서는 국가와 기업의 소비자에 대한 지재권 관련 교육 및 홍보와 이에 따른 소비자 스스로의 의식전환이 필요할 것이다.

VI. 결론

이상으로 상표보호의 근거가 되는 관련 법규, 위조 상품에 대한 단속 실태 및 현황을 고찰해봄으로써 효과적인 상표보호 및 위조 상품 근절을 위한 방안을 제시해 보았다.

인터넷과 네트워크의 발달로 국가 간 무역, 문화 등의 모든 경계가 사라져가는 지금, 상표와 지적재산권의 보호는 더 이상 국내만의 문제가 될 수 없고 더 이상 간과될 문제도 아니다. 상표 보호의 목적은 수요자 보호와 건전한 상거래 질서 확립 및 상표 사용자의 업무상 신용유지를 통한 산업발전에 있다. 위조 상품은 이러한 산업발전을 저해하는 가장 큰 요소가 되고 있으므로 하루 속히 위기의식을 가지고 위조 상품의 근절과 지적재산권의 보호를 위해 장기적인 계획을 세우고 실천에 옮겨야 할 것이며, 이를 위해서는 국가의 강력한 정책 시행과 함께 기업과 소비자의 상표 보호를 위한 노력과 사회 분위기 조성이 이뤄져야 할 것이다.

<참고문헌>

1. 김민철, 「산업재산권법」, 패튼스쿨, 2002.
2. 윤선희, 「지적재산권법」(3판), 세창출판사, 1998.
3. 문삼섭, 「상표법」, 세창출판사, 2003.
4. 정태영 편저, 「상표법」, 한빛지적소유권센터, 2003.
5. 노장오, 「브랜드 워크아웃」, 한국언론자료간행회, 1998.
6. 질 리포베츠키 · 엘리어트 루 : 유재명 옮김, 「사치의 문화 : 신성의 시대에서 상표의 시대로」, 문예출판사, 2004.
7. 윤석기, 「名品속 가짜 이야기 : 세계 유명상표 85 & 가짜 상품 100% 구별 요령」, 웅진닷컴, 2000.
8. 김신용, "진정상품 병행수입에 관한 연구 : 상표를 중심으로", 한국발명진흥회, 2002. 03
9. 김용주, "국내 패션기업의 위조 상품 관리실태 및 대응전략분석", 대한가정학회지 : 제 42권 1호,2004.
10. 김재영, "상표의 지적재산권과 모조제품의 사례연구", 남서울대학교, 2003.
11. 이대섭, "위조 상품 단속정책의 집행에 관한 연구" 서울대 행정대학원, 2004.
12. 이종영, "브랜드 시대 : 상호와 상표의 관리", 기계산업 제33권 제9호 통권315호, 2003. 09
13. 전상우, "부정경쟁방지법의 이해", 지식재산21 통권 제76호, 특허청, 2003.
14. 한선민, "국제상표의 보호와 침해"(마케팅 통권413호), 한국마케팅연구원, 2003.
15. 「상표법 해설」, 특허청, 2004.
16. 「주로 도용되는 국내 · 외 상표집」, 특허청, 2003.
17. 관세청 http://www.customs.go.kr [2004. 11. 5 방문]
18. 특허청 지식재산보호센터, http://www.kipo.go.kr/ippc/goods/goods_01.htm, [2004. 11. 5 방문]
19. 한국의류산업협회 http://www.kaia.or.kr [2004. 11. 5 방문]
20. 고광일, "짝퉁 주요유통지역 51곳 집중단속", 문화일보, 2004. 02. 27.
21. 김훈, "의류업계 '짝퉁단속 강화", 연합뉴스, 2004. 08. 31.
22. 장세정, "짝퉁 색출 스스로 하자 의류협회서 단속 나서", 중앙일보, 2004. 03. 02.

13) 김용주, "국내패션기업의위조상품관리실태및대응전략분석", 대한가정학회지: 제42권1호, 2004.