

원산지표시 제도 당사자들의 인식에 관한 연구

A Study on the Awareness of Country-of-Origin
Labeling System with a Focuses on the Consumer
and Parties interested

허 윤 석* Yun-Seok Hur
윤 호 성** Ho-Seong, Yun
이 용 완*** Yong-Wan Lee

목 차

I. 서론	V. 결론 및 시사점
II. 이론적 배경 및 선행연구	참고문헌
III. 표시의무자와 소비자의 원산지표시 인식	Abstract
IV. 원산지표시 인식 실태 비교	

국문초록

우리나라에서는 1991년부터 소비자 보호를 위하여 원산지를 표시하도록 하고 있다. 하지만 원산지규정 및 표시제도는 대외무역법, 관세법 등 다양한 제도들에 의하여 효율적인 시행이 어려운

* 제주대학교 경상대학 무역학과 조교수, 제1저자
** 국제원산지정보원 선임연구원, 교신저자
*** 제주대학교 경상대학 무역학과 교수, 공동저자

실정이며, 이로 인하여 원산지표시 이해관계자들은 시스템 이해 및 운영에 많은 어려움을 겪고 있다.

따라서 본 연구에서는 원산지표시제도 이해관계자 중 표시의무자와 소비자를 대상으로 시스템에 대한 인식 및 실태 분석을 실시하였다. 연구 결과 당사자들은 시스템에 대한 이해 및 인식이 미흡한 것으로 분석되었다. 또한 이러한 낮은 인식은 원산지표시 위반이라는 결과로 연결이 되고 있기에 이를 개선하기 위한 방안 수립이 시급한 것으로 나타났다.

〈주제어〉 원산지 규정, 원산지표시, 소비자

I. 서론

원산지표시(Country-of-Origin-Labeling)란 해당 물품의 원산지를 인쇄·주조·라벨링 등의 방법을 통해 보기 쉽고 견고하게 물품에 표시하는 것을 의미한다. 원산지표시제도의 운영 목적은 원산지규정에 따라 물품의 생산국 또는 제조국가를 표시하거나 부착함으로써 공정한 무역 질서를 확립하고 소비자들의 권익 등을 보호 및 실현하기 위함이라 볼 수 있다. 미국·일본·EU 등 주요국들은 원산지와 관련된 법제 및 체제의 일관성을 유지, 확보하기 위하여 특혜 및 非특혜 원산지규정을 모두 관세법 체계에 반영하고 있으며, 특성에 맞춘 일부의 부분에서 차이를 보이고 있다. 미국의 경우 물품의 특성 및 특징에 따라 원산지표시 방법을 구분하고 있다. 이는 상대국 또는 타국의 무역 당사자들의 입장에서는 자국 상품 및 산업에 대한 보호주의적 차별로 인식되어 이로 인한 통상 및 분쟁이 발생할 가능성이 있다는 점은 단점이라 할 수 있다. 일본은 미국과 마찬가지로 특혜 및 非특혜 원산지규정을 모두 관세법 체계에 반영하여 법체계상 통일성을 유지하고 있으나 관세법상 원산지 관련 규정이 미국보다는 상대적으로 약한 것이 특징이라 할 수 있다. 또한 EU의 경우 공동체의 관세법에 원산지표시와 관련된 내용을 규정하고 있으나 각각의 EU 회원국에서 원산지표시와 관련된 법제를 자율제로 운영하고 있는 실정이다. 주로 특정 산업에 대해 경쟁 우위를 확보 및 제고하기 위하여 원산지제도를 활용하는 사례가 많은 것으로 확인되고 있다. 이처럼 주요 국가들이 원산지제도 관련 규정의 차이가 존재하는 이유는 역사적·사회적·지리적 환경 차이에서 유래 한다고 볼 수 있으며, 이에 대한 위반에 대한 처벌은 미국과 일본, 개별 국가 차원에서의 EU 등은 원산지 허위표시 또는 오인표시와 같은 위반 행위에 대해 관련 법규나 하위 규칙 등을 통하여 강력한 제재 조치를 취하고 있다.

우리나라의 원산지표시제도 관련 규정은 관세법, 대외무역법, 농수산물의 원산지표시에 관한 법률, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 원산지제도 운영에 관한 고시 등 매우 다양하다. 이로 인해 원산지표시 이해관계자(표시자·생산자·기관·소비자)들은 공통적으로 원산지표시제도의 정착과 운영, 원산지표시 제도와 표시 방법 그리고 원산지표시에 대한 신뢰 여부의 판단 등에서 많은 어려움을 토로하고 있는 실정이다.

따라서 본 연구에서는 표시자와 소비자를 대상으로 원산지표시제도에 대한 인식 및 실태에 대한 연구를 수행함으로써 실무에서의 원산지표시 제도 활용성을 제고할 수 있는 방안을 도출하고자 하였으며, 실태조사를 통해 제도에 대한 이해를 돕고, 실태분석을 통해 향후 정책적 보완점에 대해 제언하고자 한다.

II. 이론적 배경 및 선행연구

1. 원산지와 원산지제도

원산지(country of origin)는 수출입 물품의 국적을 의미하는 것으로 동식물의 경우는 성장한 국가, 공산품의 경우는 생산·제조·가공 등 실질적으로 생산(production)된 국가)라 할 수 있다. 또한 물품의 국적이란 경유국, 적출국, 선적국과는 상이한 개념으로 적용되고 있으며, 원산지는 소비자의 선택권 보호, 관세율의 결정, 물품의 가격, 상품의 이미지 등 다양한 부분에 영향을 미치는 주요 요인으로 부각되고 있다. 최근 FTA 등과 같은 지역무역협정이 확산됨에 따라 원산지는 기업의 교역 및 투자에 주요 결정 요인으로 거론되고 있으며 물품의 글로벌 생산, 생산 프로세스 설계 및 관리 등 주요 의사결정에서 점차 그 비중을 확대하고 있다.

우리나라 원산지 규정은 1974년 CCC(관세협력이사회)에서 체결한 세관절차의 간소화 및 조화에 관한 국제협약(일명 '교토협약')의 원산지 관련 부속서²⁾에 근거한다. 1964년 관세법령에 원산지규정이 처음 도입되었으며, 1987년 대외무역법에 원산지 관련 규정이, 1991년 대외무역법에 원산지표시제도가 도입되었다. 원산지제도는 물품에 대한 소비자의 알권리, 생산자 보호, 원산지에 따른 관세의 차등 부과 등에 의미가 있으며, 더욱이 각국의 경쟁적인 FTA 추진으로 그 중요성이 날로 증대되고 있다. 하지만 원산지 관련 국

1) CCC, Kyoto Convention(1973.5), Annex D1 concerning rules of origin, Definition (a).

2) 원산지 관련 부속서로는 원산지규정(D.1), 원산지증명(D.2), 원산지증명관리(D.3)이 있으며, 우리나라는 1990년 5월에 '원산지규정 및 원산지 등록에 관한 부속서(D.1, D.2)'에 가입.

내 법령들은 필요에 따라서 지속적으로 제·개정되다 보니 완벽하게 정비된 체계를 갖추고 있지 못한 측면이 있다.³⁾

〈표 1〉 국내 주요 원산지규정⁴⁾

순번	법령·고시	소관부처
1	대외무역법	지식경제부
2	불공정무역행위조사 및 산업피해 구제에 관한 법률	지식경제부
3	관세법	관세청
4	농수산물물의 원산지 표시에 관한 법률	농림수산식품부
5	소비자기본법	기획재정부(한국소비자원)
6	표시·광고의 공정화에 관한 법률	공정거래위원회
7	부정경쟁방지 및 영업보호에 관한 법률	특허청
8	남북교류협력에 관한 법률	통일부
9	FTA관세특례법	기획재정부
10	원산지제도 운영에 관한 고시	관세청

2. 원산지표시제도

원산지표시 제도는 생산자와 소비자 권익보호를 위해 거래 과정에서 물품의 원산지를 누구나 쉽게 확인할 수 있도록 표시 방법과 확인 또는 판정 절차를 실정법으로 규범화한 것으로서 원산지규정의 일부라고 할 수 있다.⁵⁾ 또한, 수출입물품에 대한 표시 대상 및 표시 방법 등에 대하여 일부 국가들은 원산지표시 제도를 기반으로 국내산 물품에 대해서도 표시를 장려하고 있는 데, 이는 수입품과의 차별화를 도모함으로써 자국 물품 및 산업의 보호 및 경쟁력 제고를 확보하고 더 나아가 소비자 권익을 보호하는 것을 목적으로 하고 있다.

원산지표시 제도의 목적은 원산지규정에 따라 물품의 생산국 또는 제조국가를 표시하거나 부착함으로써 최종 소비자에게 해당 물품의 원산지에 대한 정확한 정보를 전달함에 있다. 원산지에 대한 정보는 소비자의 구매에 다양하게 영향을 미치기 때문에 물품구매

3) 박광서(2013), “대외무역법 원산지표시제도 쟁점사항 개선방안”, 무역상무학회지 57, p. 221.

4) FTA체결 확대에 대응한 대외무역법 원산지제도 개선방안 연구, 2012. 8, 기획재정부, p. 17.

5) 신한동(2010), “한국의 원산지표시제도 운용에 관한 연구”, 무역학회지 35(1), pp.273-304.

시 공정한 선택을 위해서는 명확한 원산지를 명시하는 것이 중요하다. 원산지표시는 그 상품의 품질과 관계없이 국가명을 표시함으로써 상품을 획일화하고 표시에 수반되는 비용이 소비자에게 전가되어 오히려 소비자의 피해가 유발될 수 있다는 비판도 제기되고 있으나 원산지에 관한 정보는 거래되는 물품에 원산지를 표시하는 것으로만 소비자에게 전달되고 있기 때문에 정보 제공에 있어서의 중요성은 매우 높다고 사료된다. 특히, 글로벌 상표이거나 다국적 기업인 경우 직접 투자나 라이선싱 등을 통해 다수의 국가에서 제품을 생산할 수 있기 때문에 소비자가 기업명이나 브랜드로 원산지를 파악할 경우 다양한 오류가 발생할 수 있다.⁶⁾ 상품에 표시된 원산지가 정확하지 않을 때도 마찬가지로 소비자들의 구매 및 의사결정에 잘못된 영향을 미칠 수 있다. 즉, 소비자들은 단순히 상품 자체에 대한 호의에서 구매할 수도 있으나 물품의 품질과 생산 과정 및 국가 등의 요인을 통하여 구매를 결정하기도 하며, 이것을 순수한 원산지효과라 할 수 있다.⁷⁾

원산지표시는 일반적으로 추가적인 정보 전달을 통하여 소비자의 알 권리가 충족시킴으로써 소비자를 보호하는데 긍정적 영향을 미칩과 동시에 생산자의 경쟁력 강화, 상거래 질서 확립 및 생산자 및 소비자 권익 보호 등 다양한 효과가 있는 것으로 평가되고 있다.⁸⁾ 생산자의 경쟁력 강화는 생산자 입장에서 원산지가 상표권 등 지적재산권과 같은 무형의 권리로 인정되어 생산자 권익을 보호해 주고 경쟁력을 강화시키는 효과이다. 즉, 물품이 특정국가(지역)의 생산기술이나 특성을 포함하고 있다는 사실을 소비자에게 확인시켜줌으로써 소비자의 선택 기준으로 작용하게 하고 국가 브랜드가치가 높은 상품이나 지리적 표시제(Geographical Indications)⁹⁾ 대상 물품과 같이 특유의 품질을 인정받은 특정지역 상품의 경우 소비자 선택을 유발하게 되어 해당상품의 경쟁력을 강화하는 요인으로 작용하는 것이다. 상거래 질서 확립은 원산지표시 제도가 없을 경우 불법 우회 수입물품 등에 대한 구분이 어려워져 국적불명 물품의 유통 등 국내외 상거래질서 혼란을 초래할 수 있으므로 상품의 원산지표시를 명확하게 관리함으로써 수출입상품 상거래 질서 확립에 기여하는 것이라 할 수 있으며, 수출입통계를 가능하게 하여 수출입물량의 효율적 통제·관리가 이루어짐으로써 국가 무역정책 수립에도 기여할 수 있다. 또한 원산지표시제도는 물품의 원산지 허위·오인표시, 손상변경 또는 미표시로 야기되는 국가간 통상마찰을 사전에 일정 수준 예방할 뿐만 아니라 소모적인 분쟁해결에도 기여한다.

6) Han, C. M. and Terpstra, V. (1988), "Country-of-Origin Effects for Uni-National and Bi-National Products," *Journal of International Business Studies*, Vol. 19, No. 2, pp.235-255.

7) Gürhan-Canli, Z. and Maheswarfan, D. (1998), "Cultural Variations in Country of Origin Effects," *Journal of Marketing Research*, Vol. 37, No. 3, pp. 309-317.

8) 정재완, "원산지표시위반 수입물품의 유통방지 대책연구", 한남대학교 산학협력단, 2010년, pp.76-78.

9) 상품의 품질이나 맛이 생산지의 기후나 풍토 등 지리적 특성과 밀접하게 연계되어 높은 명성을 가지게 되는 경우 그 지리적 명칭을 지적재산권으로 인정하여 보호해 주는 제도

생산자 및 소비자 권익 보호는 원산지 허위·오인표시, 손상변경 또는 미표시로 인해 발생하는 불로(不勞)소득을 차단하고 이로 인한 소비자의 물적 피해를 방지하는 효과를 발생시킨다는 것이다. 수입국 소비자에게는 유사상품이나 모방상품으로 인한 혼란과 오인에 따른 피해 예방이 가능해지고, 소비자에게 상품에 대한 시장 정보 제공 기능과 알권리를 충족시켜주는 순기능으로 작용한다.

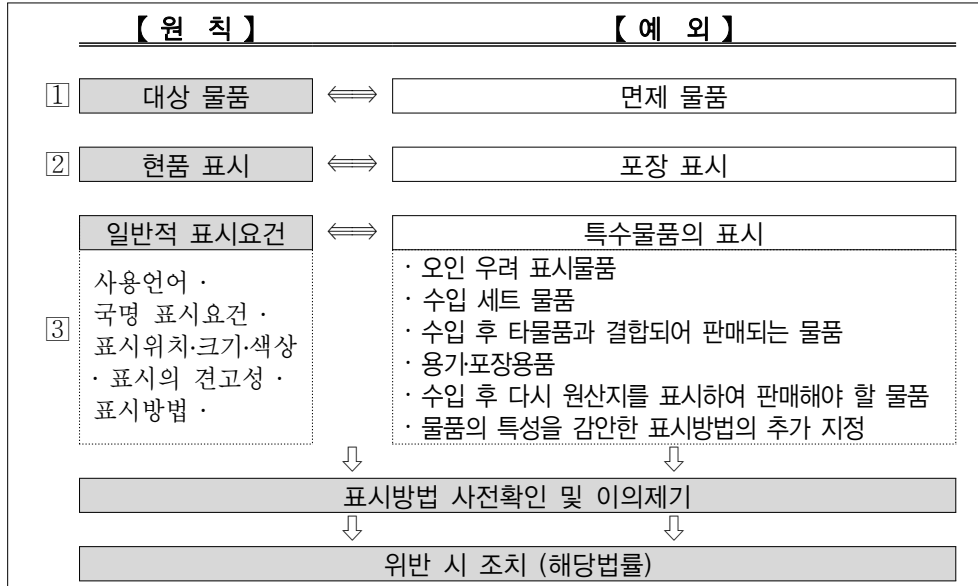
우리나라의 원산지표시제도 관련 규정은 관세법, 대외무역법, 농수산물의 원산지표시에 관한 법률, 표시·광고의 공정화에 관한 법률, 원산지제도 운영에 관한 고시 등 매우 다양하다. 대외무역법령은 일반 수출입물품의 원산지표시 및 판정과 확인에 관한 기본법령으로 원산지판정기준, 원산지표시 대상물품, 위반 시 벌칙 등에 관해 규정하고 있으며, 관세법에는 통관 시의 원산지 및 그 표시의 확인과 시중 유통 과정에서의 단속 등에 관한 규정을 두어 운영 중이다. 관세법과 동시에 원산지표시와 관련하여 관세청이 운영 중인 원산지제도 운영에 관한 고시는 「관세법」 제230조, 제231조 및 대외무역법의 규정에 의한 표시 관련사항을 집행함에 있어 필요한 사항을 세부적으로 규정하고 있다. 농수산물의 원산지표시에 관한 법률에는 농수산물과 그 가공품에 대한 원산지표시방법, 원산지표시기준, 판매유형별 원산지표시방법을 규정하고 있다.

원산지표시는 현품에 한글, 한문 또는 영문으로 소비자가 용이하게 판독할 수 있는 위치에 견고하게 표시해야 하며, 당해 물품(현품)에 표시함을 원칙으로 하되 현품에 표시가 곤란하거나 표시비용이 과도하게 많이 드는 경우 예외적으로 당해 물품의 ‘포장·용기’에 표시 가능하다. 표시방법은 제조 단계에서 인쇄(printing)·등사(stenciling)·낙인(branding)·주조(molding)·식각(etching)·박음질(sewing) 또는 이와 유사한 방식으로 원산지를 표시하는 것이 원칙이나, 물품 특성상 위와 같은 방식으로 표시하는 것이 부적합하거나 물품을 훼손할 우려가 있는 경우 예외적으로 날인(stamping)·라벨(label)·스티커(sticker)·꼬리표(tag)를 사용하여 표시 가능하다.

〈표 2〉 원산지표시 관련 주요 법령

법률명	적용대상	비 고
대외무역법 대외무역관리규정	수출입물품	수출입물품 원산지표시제도 전반에 대해 규정
관세법	수출입물품	원산지표시 위반물품 통관제한에 관한 규정
농수산물의 원산지표시에 관한 법률	농수산물 및 그 가공품	농수산물 원산지표시에 대해 다른 법률에 우선하여 적용
원산지제도 운영에 관한 고시	수출입물품	대외무역법령 및 관세법령의 집행을 위한 세부사항 규정
불공정무역행위 조사 및 산업피해구제에 관한 법률	수출입물품	원산지표시 위반물품을 불공정무역행위로 규율
부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률	수출입물품	원산지표시 위반행위나 위반물품의 판매, 수출입행위를 부정경쟁행위로 규율
표시광고 공정화에 관한 법률	수출입물품	표시와 광고 중 원산지 허위표시 물품에 대한 규율

〈그림 1〉 원산지표시 규정 체계



수출물품의 경우 원산지표시의무가 없으나 표시하는 경우 수입물품과 같이 영문 등으로 소비자가 잘 보이는 위치에 견고하게 표시하여야 한다. 수입국의 원산지표시규정이 우리나라와 다를 경우 수입국 규정에 따라 표시하면 되나 수입한 물품을 우리나라에서 단순가공하거나 중계무역·반송절차로 재수출하는 경우 우리나라를 원산지로 표시할 수 없다. 원산지표시에 대한 일반적인 표시 방법은 원산지표시는 원칙적으로 해당 물품에 직접 표시하고 예외적으로 최소포장·용기 등에 표시(규정§75조)하는 것이다. 수입물품의 원산지는 “원산지 : 국명”등 방식에 따라 한글·한자·영문으로 표기하며 최종 소비자가 오인할 우려가 없는 방식도 가능(규정§76)하며, 원산지표시의 세부적 운영방법은 대외무역관리규정과 원산지제도 운영에 관한 고시로(규정§81조) 정하고 있다.

〈표 3〉 대외무역법 원산지표시방법

일반원칙	해당물품에 ① 한글·한문·영문으로, ② 쉽게 판독가능하게, ③ 식별하기 쉬운 위치에, ④ 쉽게 지워지거나 떨어지지 않는 방법으로 표시
예 외	① 해당물품 최소포장 또는 용기, ② 원산지 오인 우려 표시물품, ③ 단순 가공물품, ④ 수입세트물품, ⑤ 수입용기

원산지표시와 관련하여 수입자·유통업자·소매업자에 관한 세부적 규정은 명확히 구분되어 있지 않으며, 개별 법령에서 각 사항의 확인이 가능하다. 수입물품에 대한 원산지표시 의무는 수입자가 지나, 수입 후 제3자(유통업자 등)에게 양도하여 분할포장·재포장·추가가공을 하거나 판매되는 과정에서 수입 시 표시가 손상 또는 은폐되는 경우 행위자가 재표시 하여야 한다.

원산지표시 위반이란 법에서 정한 원산지표시 대상물품에 대해 규정된 방법과 절차에 따라 적정 원산지표시를 하지 않거나 허위·오인·표시손상이나 변경·부적정 표시를 한 경우를 말한다. 원산지표시 위반 여부 판단은 위법으로 판단될 경우 징역과 같은 신체상 구속이나 벌금이나 과태료·과징금과 같은 금전상 불이익뿐 아니라, 관세법에 의한 보세구역 반입명령, 시정조치요구 등과 같은 행정조치가 부가되게 됨으로 위반행위자에게 부여되는 불이익은 상당하다.

원산지표시 위반단속은 수입통관단계에서 조치하는 것과 통관 이후 국내시장 유통과정에서 단속하는 것의 두 가지로 대별되며, 원산지표시 위반행위 및 위반물품에 대한 조치 적용 법령은 사안에 따라 해당법령이 적용되고 있다. 수입통관단계에서의 조치는 세관장만이 가능하나 국내시장 유통과정에서의 조치는 세관장뿐 아니라 다른 단속기관도 모두 가능하다. 수입통관단계에서 원산지표시위반이 확인되었을 경우 세관은 위반 행위자에 대해 조사 후 사안의 경중에 따라 위법행위에 대해서는 사법기관에 고발하거나 대외무역법시행령에 의한 과징금 처분을 하고, 해당 물품에 대해서는 보수작업 명령을 통한 시정조치 후 통관을 허용하거나 해당 물품을 압수하며, 국내 유통단계에서 대외무역법에 규정한 원산지표시규정 위반물품에 대해 단속기관은 아래 <표 4>와 같은 조치를 할 수 있는데, 위반물품에 대한 조치사항 중 보세구역반입명령은 관세법을 집행하는 세관장만이 가능하며 기타의 단속기관은 동 제도 미활용 하는 것이 일반적인 현황이다.

〈표 4〉 국내 통관단계 원산지표시 위반물품 적발시 조치

위반유형	위반행위에 대한 조치	위반물품에 대한 조치
허위표시	검찰고발⇒징역 또는 벌금처벌이나 단속기관장이 과징금이나 과태료 부과	현장에서 시정조치 또는 관세법에 의해 세관장이 보세구역반입명령을 하여 반입 완료 후 시정조치
오인표시		
표시손상 또는 변경		
미표시		
부적정표시	세관장이 과징금 부과	

자료 : 정재완(2010), “원산지표시위반 수입물품의 유통방지 대책연구”, 한남대학교 산학협력단, p.127.

3. 선행연구

박광서, 오원석은 변화하는 무역 환경에 대응할 국가경쟁력 확보를 위하여 불공정 무역행위인 원산지표시 위반 행위의 피해 규모를 파악하는 한편 이에 대한 대응방안을 제시하기 위한 연구를 수행하였다. 6개의 품목에 대한 원산지표시 위반으로 인한 국내 산업의 피해 규모를 파악하기 위해 원산지표시 위반의 실적을 추정(국내 수입물품의 원산지 위반비용 추정), 원산지표시 위반 금액 추정, 제조업체 수, 종사자, 생산액, 수출, 수입, 내수 규모 등의 증감률을 통해 원산지표시 위반에 따른 국내 산업 피해를 순차적으로 추정하였다.¹⁰⁾

강홍중, 성윤갑은 원산지표시와 관련한 새로운 국제무역환경의 변화를 감안하여 이에 효과적이고 능동적으로 대처하기 위해 원산지표시제도 및 운영 실태를 심층 분석하여 합리적인 개선방안을 제시하는 연구를 수행하였다. 설문 분석을 통해 원산지표시제도의 형성, 집행, 평가, 성과측면에서의 실증 분석을 실행하였으며, 원산지표시 제도의 형성(규정표준화, 규정명확화, 규정단순화), 집행(운영약점, 위험수준), 평가운영 확인, 위반에 대한 처벌, 성과표시위치, 표시 내용, 표시 방법에 대한 개념을 정립하였다.¹¹⁾

한국농촌경제연구원의 2011년 연구에서는 원산지표시 제도의 운영 현황, 사회적 후생 영향, 소비자 인식과 식품 구입에 대한 영향, 원산지 단속의 효과 등을 분석하였다. 균형변환모형(EDM)에 기초하여 원산지표시 제도의 사회적 후생에 대한 영향을 분석하고, 게임이론을 이용하여 위반확률과 최적의 단속확률을 산출하여 원산지 단속의 효과를 분석하였다. 수요와 공급의 가격 탄력치 산출 → 원산지표시 업체비용 추계 → 국내산 원산지표시에 대한 소비자 지불의향 추정 → 원산지표시제도의 사회적 후생을 품목별로 추정하여 제시하고, 원산지표시제도의 비용과 편익을 비교 분석하였으며, 원산지표시제도 운영에 따른 사회적 후생의 영향 정도와 소비자 인식에 대한 영향을 평가한 결과, 원산지표시제도가 순사회적 후생 증가를 가져온 것으로 입증되었고 원산지와 품목, 소비자의 연령에 따라 지불의향금액에 있어 차이가 있는 것으로 나타났다.¹²⁾ 이러한 결과는 원산지표시제도의 정착이 국내소비자에게 공정한 선택의 기회를 제공함으로써 소비자의 경제적 부(富)를 증가시키며, 원산지에 따라 소비자의 해당 물품에 대한 지불금액의 차

10) 박광서, 오원석(2010), “불공정무역행위로서 원산지표시위반에 관한 연구”, 무역학회지 35(1), pp.229-252.

11) 강홍중, 성윤갑(2004), “한국의 원산지표시제도에 관한 실증적 연구”, 관세학회지 6(2), pp.49-72.

12) 이계임, 조소현 외 3인(2011), “농식품 원산지표시의 효과 분석과 활용도 제고 방안”, 한국농촌경제연구원 연구보고서.

이가 존재하므로 원산지표시 위반 행위가 국내 소비자에게 금전적 피해를 입히게 됨을 의미한다고 할 수 있다.

Ⅲ. 표시의무자와 소비자의 원산지표시 인식

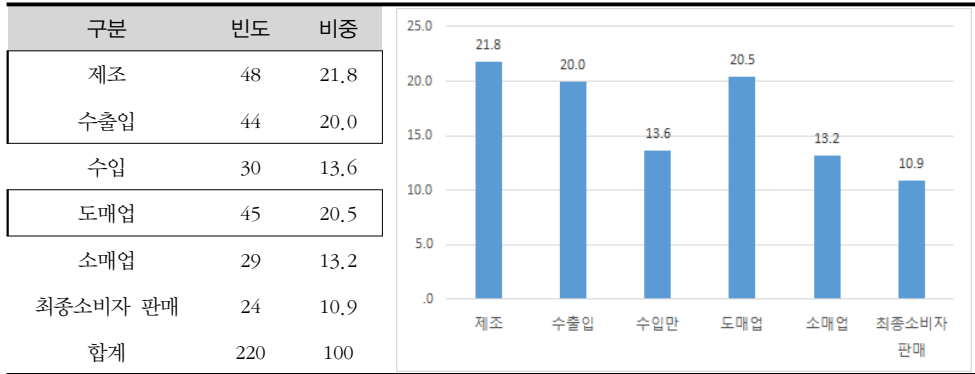
원산지표시는 국내 산업 보호와 생산자 소비자를 보호하는 필수적인 역할을 담당하고 있으나, 관련 법령의 복잡성으로 인해 효율적으로 관리되고 있지 않다. 특히 자율적인 준수를 위해 가장 중요한 이해관계자인 표시의무자와 소비자는 이에 대한 이해가 단속 기관과 관련 부처에 비해 상대적으로 인지가 부족한 실정이다. 이러한 상황에서 본 연구에서는 원산지표시 준수 실태 등을 조사해 보았다. 조사 목적은 원산지표시 제도 운영 실태 및 문제점 파악을 통해 향후 원산지표시 제도의 개선 방향 도출함에 있으며, 조사 대상은 원산지표시 이해당사자인 원산지표시 의무자와 일반소비자로 설정하였다. 그리고 원산지표시 제도에서 가장 중요한 역할을 수행하는 원산지표시 의무자와 단속기관 전문가의 시각 차이 분석 및 일반소비자 원산지표시 제도 인식 분석 등 크게 두 가지로 나누어 연구를 수행하였다.

1. 표시의무자

원산지표시 의무자는 유통 형태를 고려하여 수입업·도매업·소매업·제조(생산)자로 한정하고, 산업 영역을 동시에 고려하여 무작위로 표본을 추출하였으며, 표본 리스트는 대한상공회의소 전국 기업체편람 활용하였다. 일반 소비자들 표본은 관세청 상시교육생 및 국제원산지정보원 원산지관리사 교육자를 대상으로 무작위 표본 추출하였다.

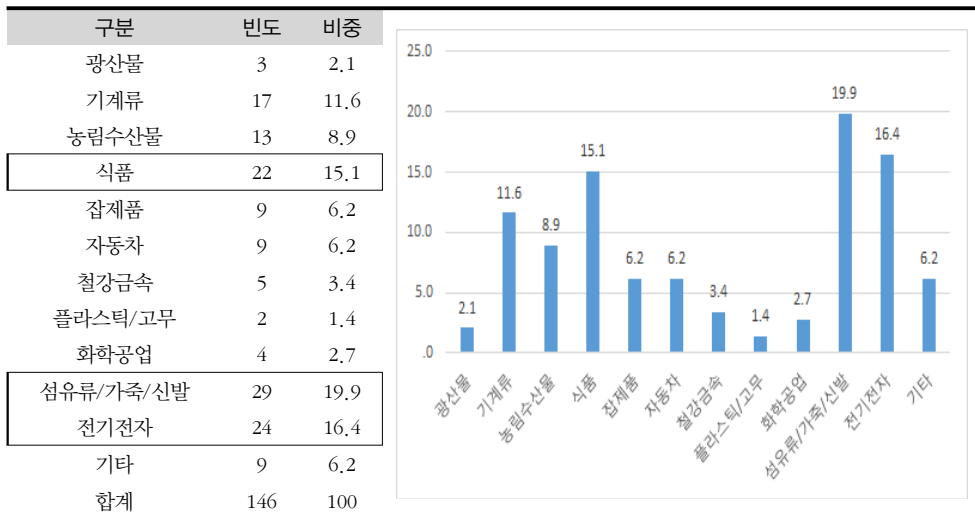
원산지표시의무자 응답기업 146개사의 국내 유통 역할을 살펴보면 대부분의 기업이 여러 유통 역할을 겸하고 있는 것으로 나타났으며, 주요 역할로는 제조기업이 21.8%로 가장 높은 비중을 보였고 다음으로 도매업이 20.5%, 수출입을 모두 영위하는 기업이 20.0%이다.

〈표 5〉 국내 유통 단계 업종



응답 기업들의 주요 취급품목은 섬유류/가죽/신발이 19.9%로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 다음으로 전기전자 16.4%, 식품 15.1% 등의 순으로 나타났고 가장 낮은 산업분야는 광산물이었다.

〈표 6〉 응답 기업 업종



원산지표시 수행 경험에 대한 질문에 응답자 중 65.8%가 공급자가 수행한 원산지표시를 그대로 사용한다고 응답하였고, 수입물품에 직접 원산지표시를 한 경험이 있다는 응답은 22.6%로 나타났다. 공급자의 부적정 원산지표시를 수정한 경험이 있다는 응답은 11.6%로 공급자의 원산지표시를 대부분 그대로 사용하고 있는 것으로 확인되었다.

〈표 7〉 원산지표시 수행 여부

구분	빈도	비중
수입물품에 대하여 수행한 경험이 있다	33	22.6
공급자(수출자 또는 국내공급자) 원산지 표시 그대로 사용	96	65.8
공급자 원산지표시가 부적절하여 원산지표시 재수행	17	11.6
합계	146	100

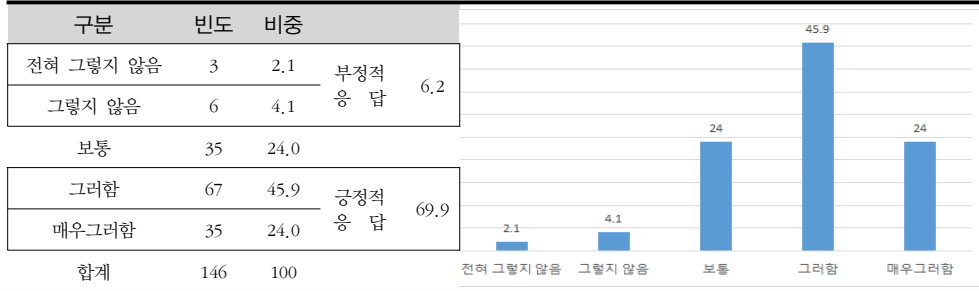
원산지표시에 대하여 전반적으로 잘 인식하고 있는지에 대한 질문에 긍정적 응답이 52.1%로 나타나 기업들의 원산지표시에 대한 인식수준은 높은 것으로 나타났다. 긍정적 응답 중 41.8%가 대체로 잘 인지하고 있다고 응답하였고 10.3%가 매우 잘 인지하고 있다고 응답하였다. 부정적 응답 중 2.7%가 원산지표시에 대해 전혀 알고 있지 못하다고 응답하였으며, 대체로 모르고 있다는 응답은 8.9%였고 특히, 「보통」 이라 응답한 기업이 36.3%로 중립적 태도를 보이고 있는 기업이 많았다.

〈표 8〉 원산지표시에 대한 인식

구분	빈도	비중	부정적 응답	합계
전혀 그렇지 않음	4	2.7	11.6	
그렇지 않음	13	8.9		
보통	53	36.3		
그러함	61	41.8	52.1	
매우그러함	15	10.3		
합계	146	100		

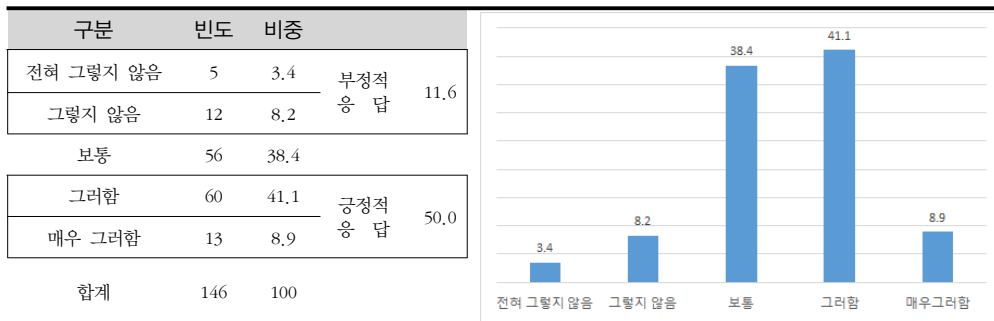
제품판매에 원산지가 영향을 미치는가에 대한 질문에 69.9%의 기업들이 영향을 미친다고 응답하여 기업들의 원산지표시 중요성 인식 수준은 높은 것으로 나타났다. 긍정적 응답 중 24.0%가 매우 많은 영향을 미친다고 응답하였으며, 대체로 영향을 미친다는 의견이 45.9%이다. 기업들의 전반적 원산지표시제도 인식은 높은 수준으로 나타났으며, 원산지가 제품 판매에 영향을 미친다는 것에 대한 인식 또한 높은 것으로 나타나 기업들은 원산지의 중요성을 잘 인식하고 있는 것을 알 수 있다.

〈표 9〉 원산지와 제품 매출 상관성



우리나라 기업들의 전반적 원산지표시 적정성에 대한 질문에 50.0%만이 적정하게 표시하고 있다고 응답하여 기업들 자체적으로도 원산지표시에 대한 신뢰성이 높지 않은 것으로 확인되었다. 긍정적 응답 중 41.1%가 대체로 적정하게 표시하고 있다고 응답하였으며, 원산지표시를 매우 잘하고 있다고 응답한 비중은 8.9%에 불과하다. 부정적 응답 중 8.2%는 기업들은 대체로 원산지표시를 적정하게 하고 있지 않다고 응답하였으며, 3.4%는 매우 적정하게 하고 있지 않다고 응답하였다. 보통이라고 응답한 비중은 38.4%로 원산지표시의 적정성에 미온적 태도를 보이는 기업 비중이 높았는데, 이를 통해 볼 때 기업들 스스로 원산지표시 적정성에 의문을 가지고 있는 경우가 많은 것으로 판단된다.

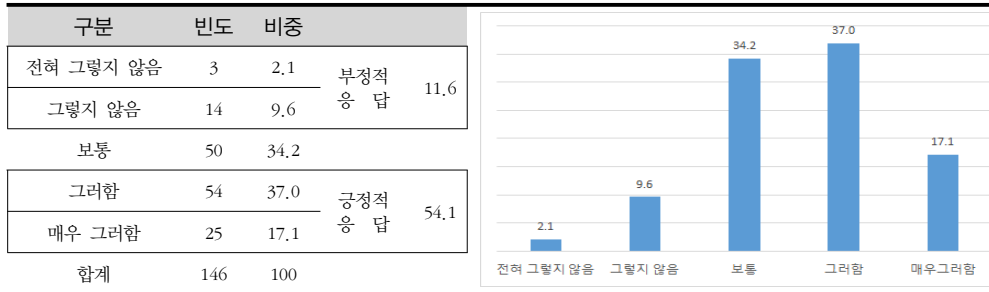
〈표 10〉 국내 기업들의 원산지 표시



가시성 인식에 대한 질문, 즉 귀사가 취급하는 제품의 적정 원산지표시 위치(현품, 포장재, 현품상 표시 위치)를 알고 있는지에 대한 질문에 기업의 54.1%가 적정 원산지표시 위치를 알고 있다고 응답하여 비교적 인지하고 있으나 높은 인식 수준은 아닌 것으로 나타났다. 긍정적 응답 중 37.0%가 대체로 적정 원산지표시 위치를 알고 있다고 응답하였

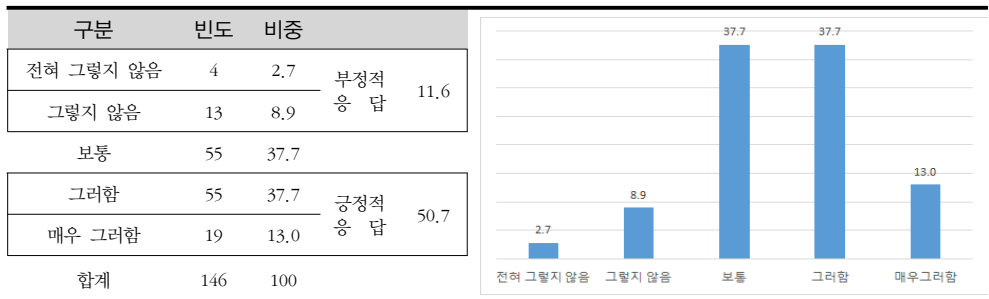
으며, 17.1%가 매우 잘 알고 있다고 응답하였다. 부정적 응답 중 2.1%는 전혀 알지 못한다고 응답하였으며 9.6%는 잘 모르고 있다고 응답하여 가해성과 유사한 분포를 보이고 있어 기업들은 원산지표시 위치를 대체로 인지하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 11〉 제품 원산지 표시 위치



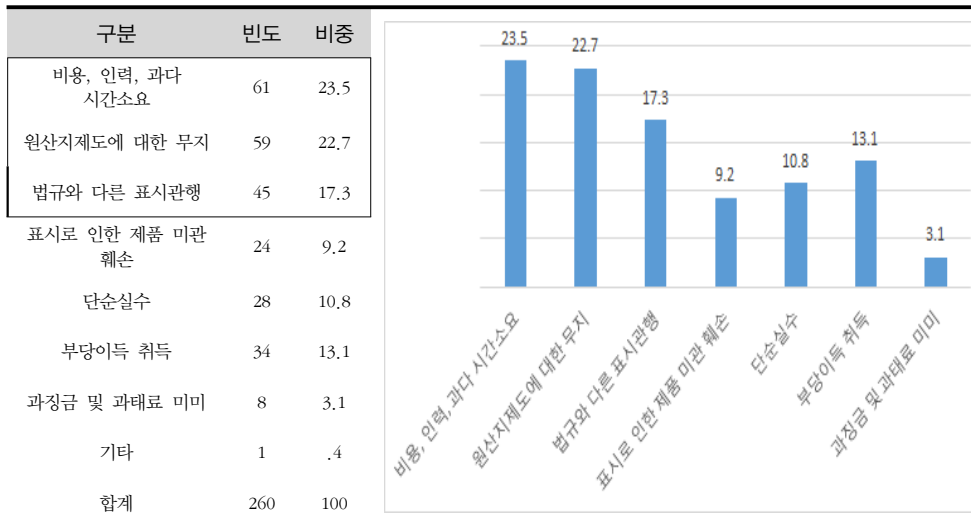
원산지표시 관련 법령 인식 수준 관련 질문에 긍정적 응답이 50.7%로 인식 수준이 높지 않은 것으로 나타났는데, 원산지표시 관련 법령은 기업들이 숙지해야할 가장 기본적인 사항 중 하나이므로 원산지표시 관련 법령 홍보가 필요할 것이다. 긍정적 응답 중 37.3%가 법령에 대해 대체로 잘 알고 있다고 응답하였으며, 13.0%가 매우 잘 알고 있다고 응답하였다. 부정적 응답 중 8.9%가 원산지표시 관련 법령에 대해 잘 모르고 있다고 응답하였으며, 2.7%가 관련 법령을 전혀 모르고 있다고 응답하였다. 보통이라고 응답한 기업은 37.7%로 원산지표시 관련 법령은 정확히 인지하고 있지 않은 것으로 판단되며, 가해성·가시성·견고성 인식에 대한 질문보다 긍정적 응답이 다소 낮게 나타났다.

〈표 12〉 원산지 관련 법령에 대한 인식



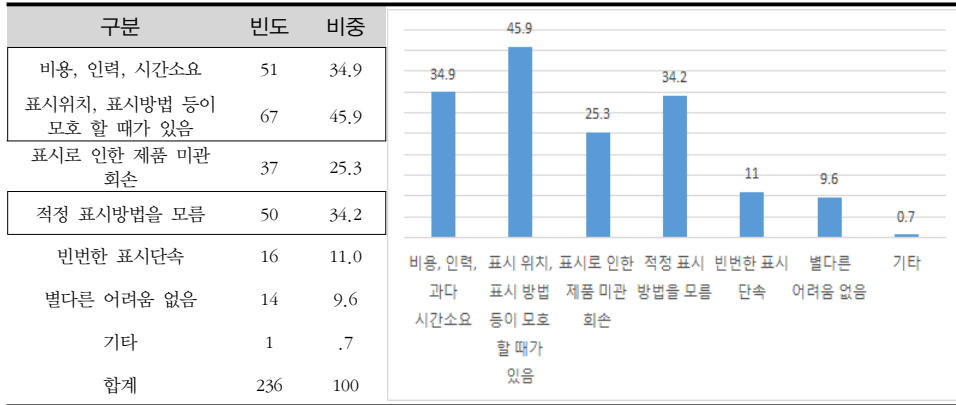
동종업계 기업들의 원산지표시위반 원인이 무엇인가에 대한 질문에 비용·인력·시간 소요가 23.5%로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 다음으로 원산지제도에 대한 무지가 22.7%, 법규와 다른 표시관행이 17.3% 등으로 확인되었다. 가장 높은 응답비중을 보이는 하였으나 기업들은 원산지표시 관련 비용·인력·시간 소요에 대한 부담이 전체 응답의 1/4 수준으로 크게 높지는 않다. 또한 앞선 전반적 인지 부분에서는 대체로 원산지제도를 인지하고 있는 것으로 나타났으나, 동종 원산지표시 위반기업의 경우 ‘원산지표시제도에 무지하기 때문’이라는 응답이 2번째로 높은 비중을 차지하였고 ‘부당 이득을 취하기 위함이나 과징금 및 과태료가 미미하여서’라는 응답 비중은 극소수로 나타났다.

〈표 13〉 원산지표시 미준시 이유(중복 선택 가능)



기업들의 원산지표시 애로 사항에 대한 질문에 표시위치·표시방법 등이 모호 할 때가 있다고 응답한 기업이 45.9%로 가장 높은 것으로 확인되었으며, 자사 취급물품이 여러 가지일 경우 원산지표시에 혼란을 겪고 있는 것으로 나타났다. 비용·인력·시간 소요라고 응답한 기업이 34.9%, 적정 표시방법을 모르겠다고 응답한 기업은 34.2%인 반면, 별다른 어려움이 없다고 응답한 기업은 9.6%에 불과하였고 가장 큰 애로사항이 원산지표시 단속이라는 기업은 11.0%로 조사되었다.

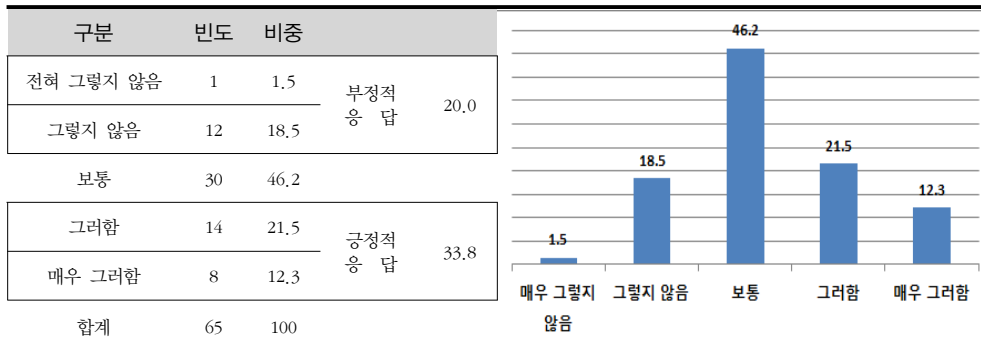
〈표 14〉 원산지표시 수행시 애로사항(중복 선택 가능)



2. 소비자

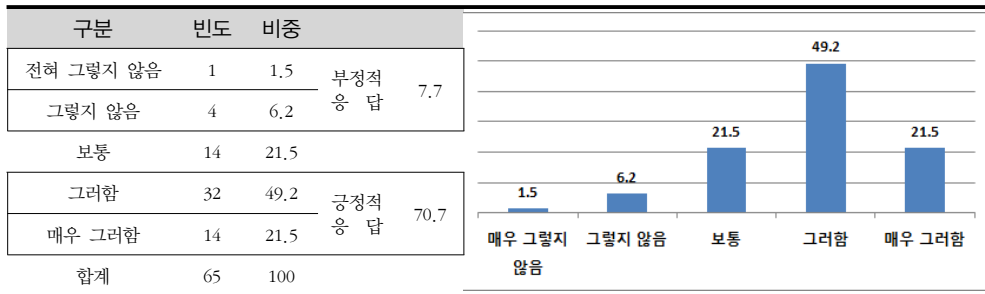
소비자를 대상으로 한 조사에서는 총 65명으로 남성 55.4%, 여성 44.6%의 비율로 답변이 회수되었다. 연령대로 구분하면 20대 26.2%, 30대 40%, 40대 20%, 50대 12.3% 그리고 60대 이상 1.5%이며, 지역별로는 서울 52.3%, 경기 26.2%, 인천 9.2% 등의 순으로 나타났다. 소비자의 원산지표시 제도에 대한 전반적 인식 관련 질문에 46.2%가 보통이라 응답하여 소비자들의 인식 수준은 높지 않음으로 나타났으며, 긍정적 응답은 33.8%로 이중 매우 잘 알고 있다는 응답은 12.3%, 대체로 잘 알고 있다는 응답은 21.5%로 조사되었다. 부정적 응답의 경우 잘 모른다는 응답이 18.5%, 전혀 모른다는 응답이 1.5%로 나타났다.

〈표 15〉 원산지표시에 대한 인식



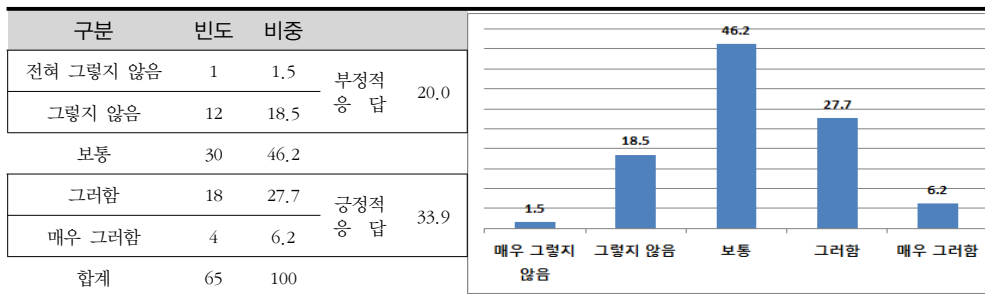
소비자는 원산지가 제품 구매에 미치는 영향과 관련해 70.7%가 구매에 영향을 미친다고 응답하여 원산지가 제품 구매시 중요한 요인 중 하나인 것으로 확인되었다. 긍정적 응답 70.7% 중 매우 많은 영향을 미친다는 응답은 21.5%, 대체로 영향을 미친다는 응답은 49.2%으로 나타났다. 부정적 응답은 7.7%로 이중 전혀 영향을 미치지 않는다는 응답은 1.5%, 대체로 영향을 미치지 않는다는 응답은 6.2%로 확인되어, 제품 구매 시 원산지를 중요하게 생각하지 않는 소비자는 소수에 불과한 것으로 확인 되었다.

〈표 16〉 원산지와 제품 구매 상관성



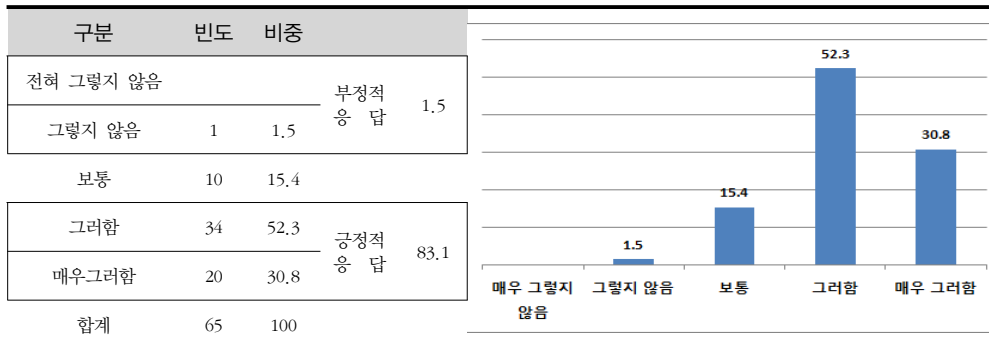
적정 원산지표시 문구에 대한 인식 수준을 묻는 질문에 46.2%가 보통이라고 응답하여 소비자들의 적정 원산지표시 문구에 대한 인식수준은 높지 않은 것으로 나타났다. 긍정적 응답 33.9% 중 매우 잘 알고 있다는 응답은 6.2%, 대체로 잘 알고 있다는 응답은 27.7%이며, 부정적 응답 20.0% 중 대체로 모른다는 응답이 18.5%, 전혀 모른다는 응답이 1.5%이다.

〈표 17〉 원산지표시 문구의 적정성



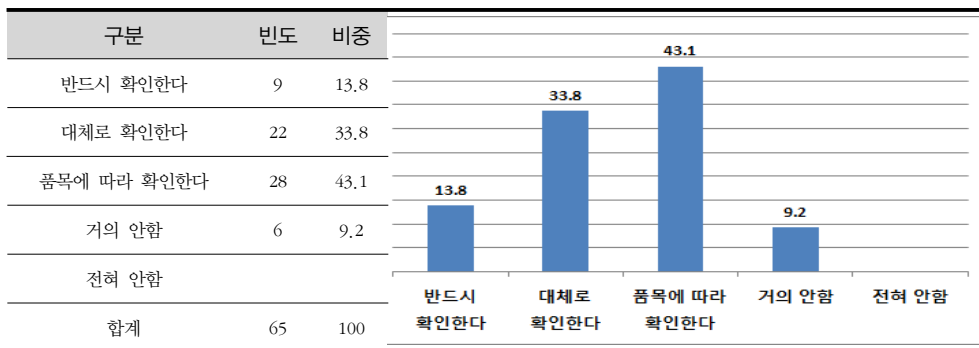
기업의 원산지표시위반으로 소비자 피해가 발생하는지를 묻는 질문에 83.1%가 피해가 발생한다고 응답하여 원산지표시 위반에 대한 인식은 높은 것으로 나타났다. 저가 제품을 고급 또는 품질이 우수하다 인식되는 국가의 원산지로 허위 표시함으로써 피해가 발생한다고 가장 많이 인식하고 있으며, 더불어 국민 건강에 악영향을 미칠 수 있다는 인식을 가지고 있어 원산지위반으로 인한 피해 가능성을 높게 인식하고 있었다. 긍정적 응답 83.1% 중 52.3%가 피해가 있다고 응답하였으며, 매우 피해가 크다는 응답은 30.8%로 나타났다.

〈표 18〉 원산지표시 위반을 통한 소비자 피해 인식



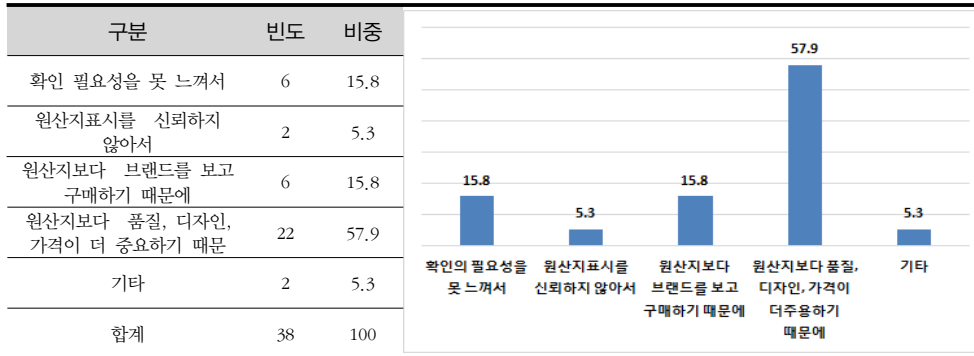
물품 구매 시 실제 원산지를 얼마나 확인 하느냐는 질문에 반드시 확인한다는 응답이 13.8%, 대체로 확인 한다는 33.8%, 품목에 따라 확인한다는 43.1%, 거의 확인하지 않는다는 9.2%로 나타났고, 전혀 확인하지 않는다는 응답자는 없는 것으로 조사되었다.

〈표 19〉 물품 구매시 원산지표시 비중



물품 구매 시 원산지표시를 확인하지 않는 이유는 원산지보다 품질·디자인·가격이 더 중요하기 때문이라는 응답이 57.9%로 가장 높은 응답 비중을 보였고, 다음으로 원산지표시 확인의 필요성을 못 느낀다는 응답이 15.8%, 원산지보다 브랜드를 보고 구매하기 때문이라는 응답이 15.8%, 원산지표시를 신뢰하지 않는다는 응답이 5.3%로 나타났다. 소비자들은 원산지보다 품질·디자인·가격 등을 품목 구매 시 가장 중요한 구매 기준으로 선정하고 있는데, 이는 농수축산물 및 가공식품을 제외한 공산품의 경우 원산지에 대한 중요성이 상대적으로 떨어지기 때문으로 볼 수 있다.

〈표 20〉 물품 구매시 원산지표시 미확인 이유



IV. 원산지표시 인식 실태 비교

원산지표시 표시의무자는 조사 대상을 소기업과 중견기업으로 구분하여 조사하였으며, 조사 결과 기업 규모의 차이로 인한 인식의 차이가 발생되고 있음을 확인할 수 있었다.¹³⁾ 원산지표시 관련 전반적 인식 관련 문항은 다음과 같은 문항을 사용하였다.

〈표 21〉 소기업 및 중견이상 기업 원산지표시 전반적 인식 공통 질문

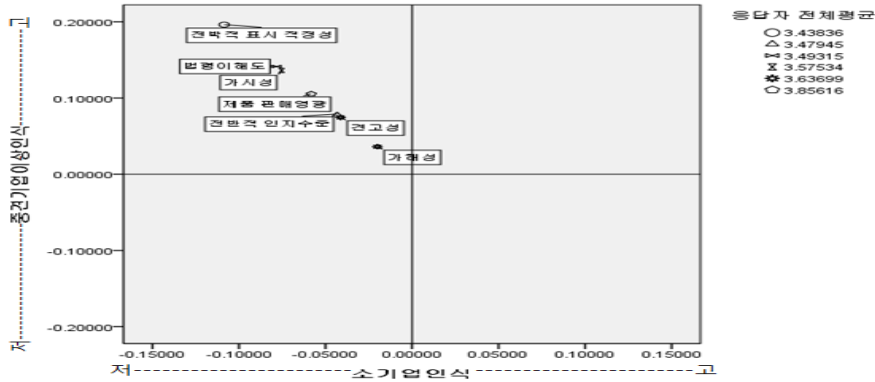
측 정 속 성	측 정 질 문
원산지표시 전반적 인식	우리나라 기업은 원산지표시제도를 전반적으로 잘 알고 있다.
원산지가 판매에 미치는 영향	원산지는 제품 판매에 영향이 있다.
전반적 원산지표시 적정성	우리나라 기업들은 대체로 원산지를 적정하게 표시하고 있다 생각한다.
가해성	귀사가 취급하는 물품의 적정 원산지 표시 문구를 이해하고 있다.(가해성)
가시성	귀사가 취급하는 물품의 적정 원산지 표시 위치(현품·포장재·현품상의 표시 위치 등)를 잘 이해하고 있다.(가시성)
견고성	귀사가 취급하는 물품의 원산지 표시 방법(낙인·박음질·인쇄·등사·스티커·라벨 등)을 잘 이해하고 있다.(견고성)
법령 이해도	원산지표시 관련 법령을 잘 이해하고 있다.

응답 일치도 확인 결과 원산지표시 전반적 인지 수준, 제품 판매 영향, 표시 적정성, 가해성, 가시성, 견고성, 법령이해도 등 모든 측정 속성에서 중견기업 이상에 속하는 기업들의 응답이 소기업보다 높은 것으로 나타나 소기업에 대한 지원 및 행정지도가 필요한 것으로 확인되었다.

13) 여기에서 소기업은 직원 수 100명 이하, 중견기업은 100인 이상으로 정의하여 실태 분석함

〈표 22〉 소기업 및 중견이상 기업 전반적 원산지표시제도 인식 의견 일치도

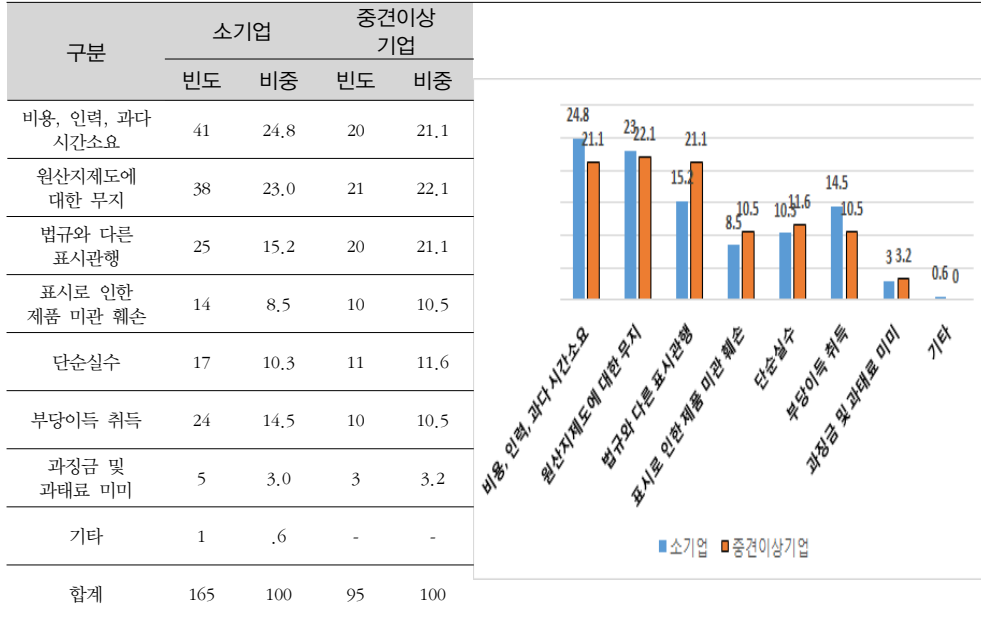
구 분	소기업 평균(A)	중견기업 이상 평균(B)	전체 평균(C)	소기업 응답수준 (A-C)	중견기업 응답수준 (B-C)
전반적 인지수준	3.4362	3.5577	3.4795	-0.0433	0.0782
제품 판매영향	3.7979	3.9615	3.8562	-0.0583	0.1054
전반적 표시 적정성	3.3298	3.6346	3.4384	-0.1086	0.1963
가해성	3.6170	3.6731	3.6370	-0.0200	0.0361
가시성	3.5000	3.7115	3.5753	-0.0753	0.1362
견고성	3.5957	3.7115	3.6370	-0.0412	0.0746
법령이해도	3.4149	3.6346	3.4932	-0.0783	0.1415



동종업계 원산지표시 미 준수 사유를 묻는 질문에 소기업은 비용·인력·시간 소요에 가장 많은 응답 비중을 보였으며(24.8%), 다음으로 원산지표시제도 무지(23%), 법규와 다른 표시관행(15.2%) 등의 순으로 응답한 반면, 중견기업 이상 기업들은 원산지표시제도 무지라고 응답한 기업이 22.1%로 가장 높은 비중을 보였고 다음으로 비용·인력·시간 소요(21.1%), 법규와 다른 표시관행 21.1%의 순으로 조사되었다. 중견기업 이상 기업과 소기업 두 집단의 비중 및 순위에 다소 차이는 있으나 응답 비중이 높은 상위 3개 항목이 동일한 것으로 나타남에 따라 우리나라 기업들은 원산지표시 제도의 가용 자원, 원산지표시 제도 무지, 법규와 다른 표시관행 등의 이유로 원산지표시 위반이 나타나고 있는 것으로 원산지표시 의무자들이 인식하고 있는 것으로 확인되었다.

〈표 23〉 소기업 및 중견이상 기업 원산지표시 미 준수 사유 응답 비교

문항: 동종업계 또는 기업들이 원산지표시 미 준수(미표시, 오인표시, 허위표시 등)로 적발되는 원인(중복응답 2개 허용)



원산지표시 작업 수행 시 기업들의 애로사항 관련 질문에서 소기업은 표시 위치 및 표시 방법 등이 모호할 때가 있다는 응답이 31%로 가장 많았고, 다음으로 비용·인력·시간 소요라는 응답이 23.4%, 적정 표시방법을 모르겠다는 응답은 19.3%로 조사되었다. 중견기업 이상의 경우 표시 위치 및 표시 방법 등이 모호하다는 응답과 적정 표시 방법을 모르겠다는 응답이 24.2%로 가장 높았고, 다음으로 표시로 인한 제품 미관 훼손 등이 22.0%로 나타났는데, 두 집단 모두 표시 위치나 방법 등 적정 표시 방법에 대한 어려움을 공통적으로 느끼는 반면 중견기업 이상의 기업들은 다양한 제품의 취급으로 인해 제품 미관 훼손에 어려움을 겪고 있음이 조사되었다. 반면 소기업은 가용자원(비용·인력·시간 소요 등)에 부담을 느끼고 있는 것으로 나타났다.

〈표 24〉 소기업 및 중견이상 기업 원산지표시 애로사항 응답 비교

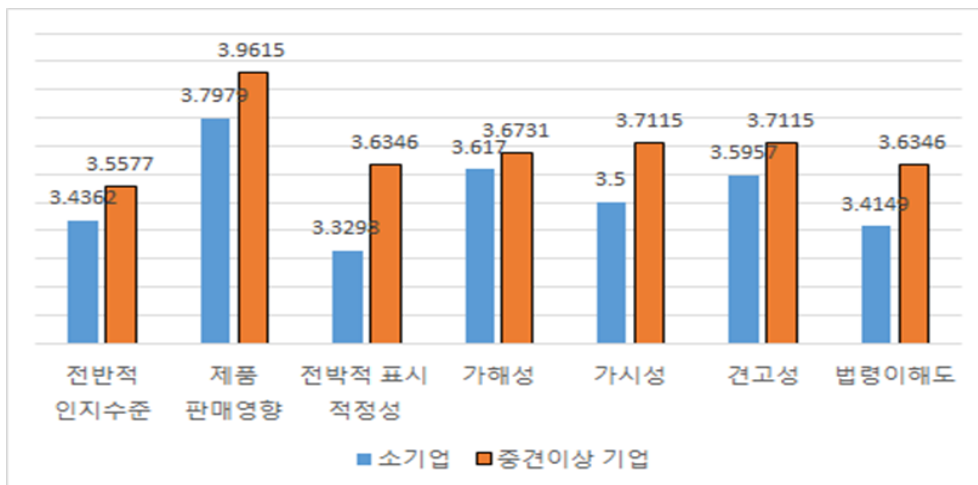
문항. 기업들이 원산지표시 과정에서 가장 어렵다 느껴지는 점은 무엇이라 생각하십니까?(중복허용)

구분	소기업		중견이상 기업	
	빈도	비중	빈도	비중
비용, 인력, 과다 시간소요	34	23.4	17	18.7
원산지제도에 대한 무지	45	31.0	22	24.2
법규와 다른 표시관행	17	11.7	20	22.0
표시로 인한 제품 미관 훼손	28	19.3	22	24.2
단순실수	11	7.6	5	5.5
부당이득 취득	9	6.2	5	5.5
과징금 및 과태료 미미	1	0.7	-	-
합계	145	100	91	100

구분	소기업 (%)	중견이상 기업 (%)
비용, 인력, 과다 시간소요	23.4	18.7
원산지제도에 대한 무지	31.0	24.2
법규와 다른 표시관행	11.7	22.0
표시로 인한 제품 미관 훼손	19.3	24.2
단순실수	7.6	5.5
부당이득 취득	6.2	5.5
과징금 및 과태료 미미	0.7	-
기타	-	0.7

원산지표시 인식 수준은 소기업은 비용 및 인력부족 등의 원인으로 전반적인 원산지표시 인식수준, 원산지의 제품판매에 미치는 영향, 전반적 표시 적정성, 가해성, 가시성, 견고성, 법령이해도 등의 모든 문항에서 중견이상 기업보다 인식 수준이 낮은 것으로 나타났다.

〈그림 2〉 소기업의 원산지표시 인식 수준



V. 결론 및 시사점

본 연구는 원산지표시 의무자인 수입자 및 유통업자와 소비자의 인식 실태에 대하여 연구하였다. 이를 통해 제도에 대한 이해를 돕고, 향후 정책적 보완점에 대해 제언하고자 하였다.

원산지표시 제도는 최종 소비자에게 해당 물품의 원산지에 대한 정확한 정보를 전달함에 있다. 원산지에 대한 정보는 소비자의 구매에 영향을 미치기 때문에 정확한 원산지 표시가 중요하다. 원산지표시는 국가명을 표시함으로써 상품을 획일화하고 표시에 수반되는 비용이 소비자에게 전가되어 오히려 소비자의 피해가 유발될 수 있다는 비판도 있다. 하지만 원산지표시를 통해 물품에 대한 정보를 소비자에게 전달하고 있기 때문에 중요성은 매우 높다. 특히, 상품에 표시된 원산지가 정확하지 않을 때도 마찬가지로 소비자들의 구매 및 의사결정에 잘못된 영향을 미칠 수 있다.

이렇듯 원산지표시는 정보 전달을 통하여 소비자의 알 권리가 충족시킴으로써 소비자를 보호하는데 긍정적 영향을 미칩과 동시에 생산자의 경쟁력 강화, 상거래 질서 확립 및 생산자 및 소비자 권익 보호 등 다양한 효과가 있는 것으로 평가되고 있다.

원산지표시 제도에 대한 실태 조사 결과 표시의무자가 원산지표시 제도를 원활히 준수하도록 하기 위해서는 소기업 중심의 그리고 유통단계에서 부터의 체계적인 지원 시스템을 구축할 필요가 있다.

기업규모별로는 원산지표시 제도에 대한 전반적 인식 및 원산지표시와 관련된 실무적 방법(가해성·가시성·견고성·법령이해도 등)에 대한 인식 수준이 중견기업에 비해 소기업들은 매우 낮은 것으로 나타났다. 이는 다수의 소기업들은 비용 및 인력부족 등을 원인으로 보인다. 따라서 소기업 중심으로 한 지원 체계 구축이 필요할 것이다. 또한 유통단계별로는 소매 및 최종 판매상이 원산지표시가 미약한 것으로 나타났다.

소비자들의 원산지표시제도에 대한 인식은 높지 않은 것으로 나타났다. 소비자들의 낮은 인식은 최종 물품 구매자의 원산지 확인 역량을 상실시켜 원산지표시 위반을 악화시키는 요인으로 볼 수 있다. 소비자들의 원산지표시에 대한 낮은 인식은 소비자들로 하여금 자발적 원산지표시 위반 신고를 유도할 수 없다. 따라서 소비자들의 자발적 신고와 같은 원산지표시 위반 견제 기능을 강화하기 위해서는 원산지표시 제도와 관련된 소비자 인식의 증대가 필요하다. 전문적 교육을 받지 않은 소비자가 오인표시·허위표시 등을 구별하기에는 많은 어려움이 있으나 미표시 물품들은 상대적으로 전문적 교육 없이 쉽게 구분 할 수 있고, 특히 일반 소비자들이 관심이 높은 가방·신발·의류·생활 용품

등의 품목에 대한 소비자들의 상시 모니터링이 이루어진다면 현재 보다 발전된 원산지 표시 제도 정착을 기대할 수 있을 것이다. 이에 일반 소비자들을 대상으로 원산지표시에 대한 홍보 및 기본교육이 필요하며, 간편한 신고체계와 인센티브 제도가 도입하여 제도의 활용도를 제고시켜야 할 것이다.

참고문헌

- 강홍중, 성윤갑(2004), “한국의 원산지표시제도에 관한 실증적 연구”, 「관세학회지」, 제6권 제 2호, pp.49-72.
- 국제원산지정보원(2015), “원산지표시 위반단속의 경제사회적 효과분석 및 단속 실효성 제고방안” 기획재정부, FTA체결 확대에 대응한 대외무역법 원산지제도 개선방안 연구.
- 박광서, 오원석(2010), “불공정무역행위로서 원산지표시위반에 관한 연구”, 「무역학회지」, 제35권 제1호, pp.229-252.
- 박광서(2013), “대외무역법 원산지표시제도 쟁점사항 개선방안”, 「무역상무학회지」, 제57권, pp.221-241.
- 신한동(2010), “한국의 원산지표시제도 운용에 관한 연구”, 「무역학회지」, 제35권 제1호, pp.273-304.
- 정재완(2010), “원산지표시위반 수입물품의 유통방지 대책연구”, 한남대학교 산학협력단.
- 이계임 외 4인(2011), “농식품 원산지표시의 효과 분석과 활용도 제고 방안”, 한국농촌경제연구원.
- Klein, J. G. (2002), “Us versus Them or Us Versus Everyone? Delineating Consumer Aversion to Foreign Goods,” *Journal of International Business Studies*, Vol. 33, No. 2, pp. 345-363.
- Gürhan-Canli, Z. and Maheswarfan, D. (1998), “Cultural Variations in Country of Origin Effects,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 37, No. 3, pp. 309-317.
- Han, C. M. and Terpstra, V. (1988), “Country-of-Origin Effects for Uni-National and Bi-National Products,” *Journal of International Business Studies*, Vol. 19, No. 2, pp.235-255.

A Study on the Awareness of Country-of-Origin Labeling System with a Focuses on the Consumer and Parties interested

Yun-Seok Hur
Ho-Seong Yun
Yong-Wan Lee

Abstract

Korea's country-of-Origin-Labeling(CoOL) system has been implemented since July 1, 1991. There is a variety of regulations and standards about the country-of-Origin-Labeling system in South Korea including the customs duty laws and foreign trade laws. For this reason, parties interested may find it difficult to operate the CoOL system, and furthermore, failing to understand those regulations and standards clearly. Therefore, we conducted a survey among parties interested and consumer to assess their level of understanding of the CoOL systems. The result of our study showed that they do not have a clear understanding of the CoOL systems. Due to a lack of sufficient understanding of the system possibly leading to violations of Country-of-Origin labeling(CoOL) regulations and standards, it is essential to consider an innovative and practical solution to resolving this issue.

〈Key Words〉 Country of origin system, Country of origin labeling, Consumer