

2021년 청소년 대상 주류 불법판매 실태 모니터링 조사 결과 보고서

2021. 10.

CONTENTS

I. 조사 개요

1. 조사 목적	4
2. 조사 설계	5
3. 조사 수행	8
4. 주요 조사 내용	10
5. 조사 대상 특성	11

II. 조사 결과 분석

1. 청소년 대상 주류 불법 판매 현황	13
2. 주류 구매 시도 시 신분증 제시 요구 현황	19
3. 청소년 주류 판매 경고 문구 부착 현황	23
4. 편의점 주류 광고 및 판매 현황	27

III. 결과 요약

1. 청소년 대상 주류 불법 판매 현황 및 특성	34
2. 주류 판매 환경 현황	35

2021년 청소년 대상 주류 불법판매 실태 모니터링 조사

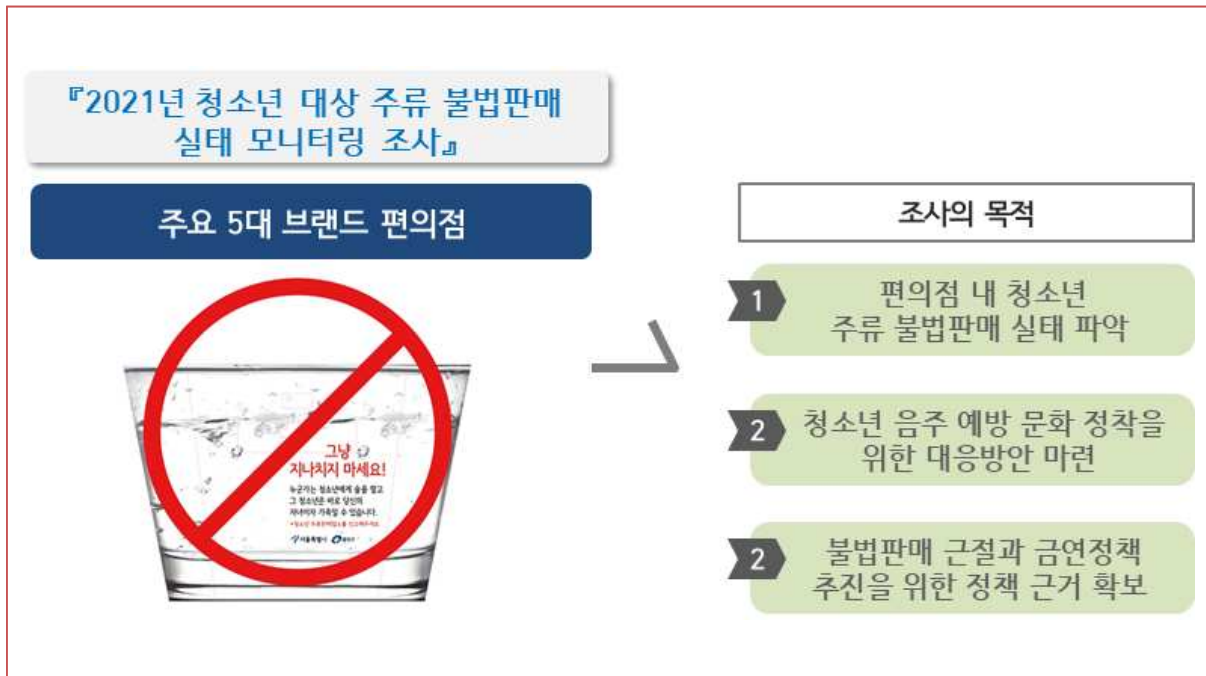
I. 조사 개요

1 조사 목적

□ 『청소년 대상 주류 불법판매 실태 모니터링 조사』의 주요 목적은 다음과 같음.

본 조사는 서울시 소재 편의점을 대상으로 미스터리 쇼핑(Mystery shopping)을 활용하여 청소년 대상 주류 판매 여부를 확인하여, 편의점 내 청소년 주류 불법판매 실태와 편의점 내 주류 광고 환경을 파악함으로써 청소년 대상 불법판매 근절과 건강 정책 추진에 필요한 기초 자료를 제공하고자 함.

[그림 1] 조사 목적



2 조사 설계

1) 조사 설계

- 본 조사는 서울시 각 자치구에서 영업하고 있는 주류 판매 편의점을 대상으로 조사하였음. 제한된 표본수를 바탕으로 서울시의 전반적인 주류 판매 실태를 파악하기 위해 서울시 25개 자치구별로 동일 할당을 하였음. 조사방법은 성인 조사원과 청소년 조사원 2명이 1개조로 구성되어 고객인 것처럼 가장하여 해당 편의점의 주류 판매 여부를 확인하는 Mystery Shopping 방식의 조사방법을 설계하였음.

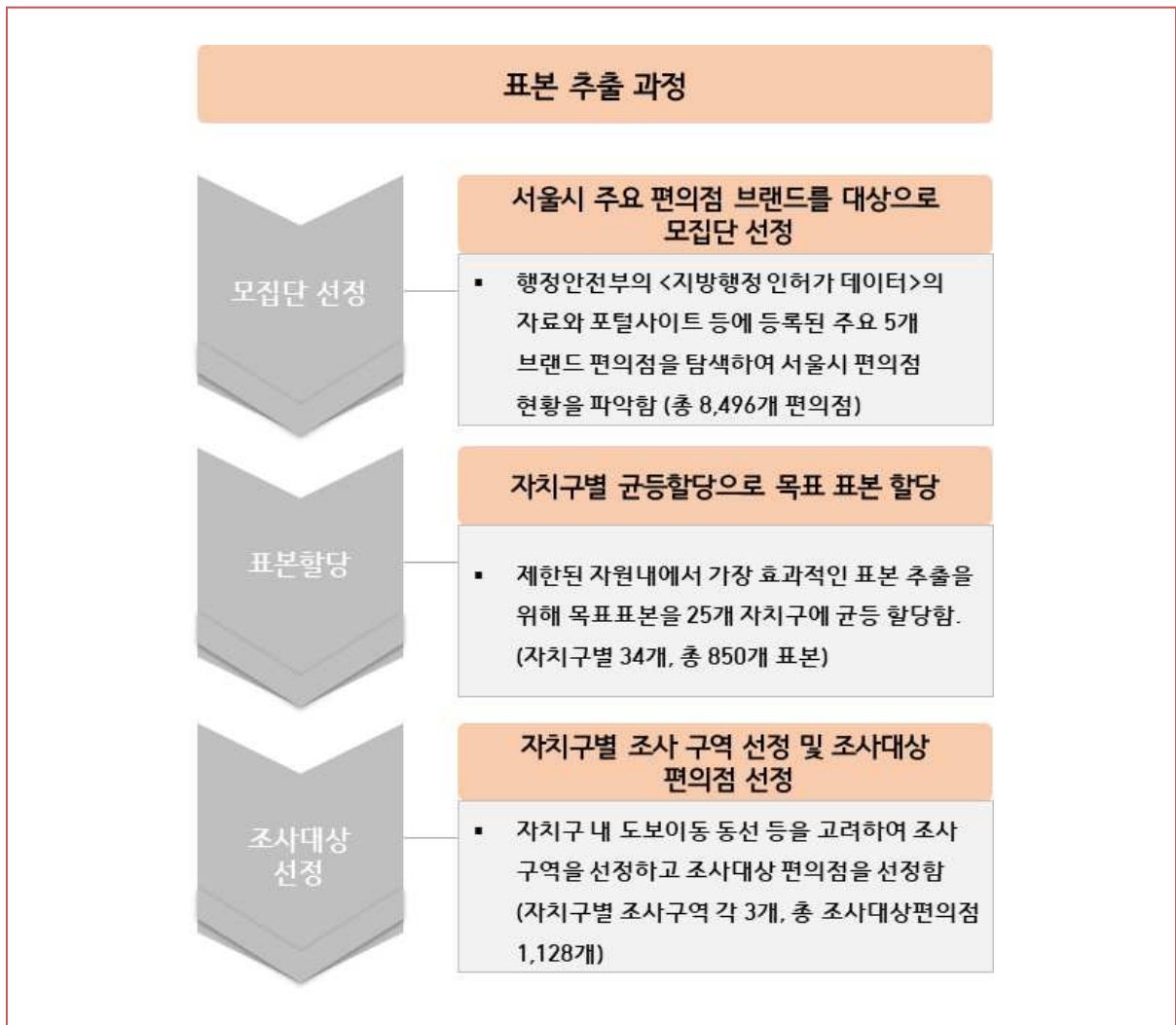
[표 1] 조사 설계

구분	내용
모집단 및 조사 대상	<ul style="list-style-type: none"> 조사일 현재 서울시 각 자치구에서 주류를 판매하는 편의점
조사 지역	<ul style="list-style-type: none"> 서울시 25개 자치구
표본 수	<ul style="list-style-type: none"> 총 850개 매장 (25개 자치구별 34개 매장)
표본추출방법	<ul style="list-style-type: none"> 자치구별 동일 할당법 (Quota Sampling)
조사 방법	<ul style="list-style-type: none"> 성인 조사원과 청소년 조사원이 2인 1조로 구성된 Mystery Shopping 조사
실사 기간	<ul style="list-style-type: none"> 2021년 9월 13일 ~ 9월 23일

2) 표본 추출 방법 및 현황

- 본 조사의 표본추출은 서울시 각 자치구에서 영업하고 있는 편의점을 대상으로 행정안전부의 <지방행정 인허가 데이터>의 자료와 각 브랜드 홈페이지 정보 및 포털사이트 등록 정보 등을 이용하여 표본추출리스트를 작성하였음.
- 제한된 자원 내에서 가장 효율적인 표본 추출을 위해 목표표본을 전체 25개 자치구별로 균등 할당하였음. 그 결과 총 25개 자치구별로 각 34개의 목표 표본을 할당함. 각 자치구별로는 조사원들의 이동 동선 등을 고려하여 자치구내 3개 조사 구역을 선정하고 조사 구역에 각각 동일 할당을 하였음.

[그림 2] 표본추출 과정



- 전제 편의점 리스트 중 실사 동선의 효율성 등을 고려하여 1,128개 조사대상 편의점을 선정하였으며, 그 중 850개 매장을 방문하였음. 방문 매장 중 23개 매장이 폐, 휴업 및 기타 이유로 정상적인 조사가 불가능한 매장으로 조사 대상에서 탈락(탈락율 2.7%)하였으며 23개 매장을 추가 조사하여 최종 850개 매장을 유효 표본으로 분석하였음.

[표 2] 표본 추출 현황

구분		내용
전체 매장 수		8,496개 매장
표본추출 매장 수		1,128개 매장
방문조사 매장 수		850개 매장
탈락 매장	매장 수	23개 매장
	탈락률	2.7%
추가조사 매장 수		23개 매장
최종 유효표본 매장 수		850개 매장

주1) 전제 매장 수는 행정안전부 <지방행정 인허가 데이터> (2021년 3월 기준)의 매장 수 기준임.





주2) 탈락 매장은 '폐업, 휴업, 매장 이전' 및 '기타(무인판매점 등)' 등임.

3 조사 수행

1) 실사 (Fieldwork)

□ 본 조사는 조사원 선발과 교육, 실사, 검증 등 모든 실사 과정을 체계적인 Mystery Shopping 조사 시스템에 맞추어 진행하였음.

[표 3] 실사 진행 과정

구분	내 용
 <p>조사원 선발</p>	<ul style="list-style-type: none"> 조사 대상자 조건에 맞는 청소년 조사원과 이를 보호하여 같이 수행할 성인 조사원 선발 <ul style="list-style-type: none"> - 남:여 동수 구성 - 청소년과 이들을 보호할 성인 조사원 조사의 숙련성 보장을 위해 모든 조사원은 '2021년 청소년 대상 담배 불법판매 모니터링 조사'에 참여한 조사원으로 구성하였음
 <p>조사원 교육</p>	<ul style="list-style-type: none"> 청소년 조사원, 성인 조사원 모두가 참여하는 온라인 교육 실시 <ul style="list-style-type: none"> - 전용 교재 및 시각자료를 활용한 교육
 <p>실사</p>	<ul style="list-style-type: none"> 성인 조사원과 청소년 조사원이 2인 1조로 실사 수행 본 조사 전용 모바일 시스템을 통한 당일 입력 조사 시간대는 평일 오후 4시~오후 10시, 토/일요일 오후 1시~오후 10시임 구매 시도 주류는 355ml 캔맥주임
 <p>검증</p>	<ul style="list-style-type: none"> 모바일 입력자료, 수행보고서 및 증빙 자료(영수증, 사진 등)를 통한 크로스 체크 및 자료 검증

2) 자료처리 (Data Processing)

- 정확한 자료 수집을 위해 매장별 체크리스트를 작성하였으며, 조사된 매장 정보를 당일 ‘청소년 대상 주류 불법판매 실태 모니터링 조사’ 전용 온라인 시스템에 입력하여 온-오프 이중 자료화를 통해 조사 자료의 신뢰성을 강화하였음.
- 수집된 데이터는 온라인, 오프라인 체크리스트 정보와 별도로 작성, 관리하는 ‘조사원 수행 보고서’, ‘일일 매신저 보고’ 등의 자료와 비교 검증하며, ‘주류 불법판매’가 이루어진 매장에 대해서는 ‘영수증 대조’와 ‘현장 매장 사진 검증’ 등을 비교 검증하여 자료의 신뢰성을 높였음.
- 확인된 자료는 통계 패키지 프로그램인 SPSS 를 이용해 자료화하며, 각종 변수들을 이용하여 교차집계표를 구성하였음.

[그림 3] 자료처리 진행 프로세스

① 온-오프 체크리스트 이중 입력

② 수기 보고서, 증빙 자료 등과 비교 검증

③ SPSS에 의한 데이터 자료 처리

④ 교차 집계표 구성

Table of Contents	
<응답자 특성>	Index
<표 1> 중별	Index
<표 2> 권역별	Index
<표 3> 자치구별	Index
<표 4> TEST구분별	Index
<표 A3> 브랜드별	Index
<표 A4> 보호구역별	Index
<표 A5> 위치 유형별	Index
<표 A6> 매장 규모별	Index
<표 B1> 외부 주류 가시성	Index
<표 B2> 외부 경고 문구 부착 여부	Index
<표 B3> 내부 주류 경고 여부	Index
<표 B3-1> 주류 경고 유형	Index
<표 B4> 내부 경고 문구 부착 여부	Index
<표 B4-1> 내부 경고 문구 부착 위치	Index
<표 B5> 경고 문구 부착 여부 (내/외부)	Index
<표 B6> 경고 문구 부착 현황 (내/외부)	Index
<표 C1> 연령 확인 여부	Index
<표 C2> 신분증 요구 여부	Index
<표 C2-1> 신분 확인 여부	Index
<표 C2-2> 신분 확인 방법	Index

4 주요 조사 내용

□ 본 조사의 주요 조사 항목은 다음과 같음.

[표 4] 주요 조사 항목

조사 영역	조사 항목
매장 위치 환경	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 매장 위치 지역 구분 ▪ 매장 유형 ▪ 매장 규모 ▪ 구매 일시 유형
매장 외부 환경	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 매장 외부에서 주류 가시성 ▪ 매장 외부 청소년 경고 문구 부착 여부 ▪ 매장 외부 주류 광고물 부착 여부 및 부착 유형
매장 내부 환경	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 매장 내부 청소년 경고 문구 부착 여부 및 위치 ▪ 매장 내부 주류 광고물 유형 ▪ 주류 진열 유형 ▪ 주류 광고 판촉 행사 여부 및 유형
주류 판매 현황	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 구매자 신분증 제시 요구 여부 ▪ 주류 판매 여부 ▪ 신분증 제시 요구시 POS기 음성 안내 여부
기타	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 구매 시 대기 고객 여부 및 대기 고객 수 ▪ 판매원 성별 ▪ 판매원 연령대 ▪ 기타 판매 시 특이사항 ▪ 교육환경보호구역 여부 (사후 데이터화)

5 조사 대상 특성

[표 5] 조사 대상 편의점 특성 (회, %)

		전체				전체	
		N	%			N	%
■ 전 체 ■		850	100.0				
권역별	도심권	102	12.0	자치구별	종로구	34	4.0
	동북권	272	32.0		중구	34	4.0
	동남권	136	16.0		용산구	34	4.0
	서북권	102	12.0		성동구	34	4.0
	서남권	238	28.0		광진구	34	4.0
					동대문구	34	4.0
브랜드별	GS25	306	36.0		중랑구	34	4.0
	CU	258	30.4		성북구	34	4.0
	세븐일레븐	186	21.9		강북구	34	4.0
	미니스톱	39	4.6		도봉구	34	4.0
	이마트24	61	7.2		노원구	34	4.0
					은평구	34	4.0
지역 유형별	주거지역	278	32.7		서대문구	34	4.0
	상업지역	560	65.9		마포구	34	4.0
	기타지역	12	1.4		양천구	34	4.0
위치 유형별	4차선 도로변	215	25.3		강서구	34	4.0
	2차선 도로변	183	21.5		구로구	34	4.0
	이면도로변	375	44.1		금천구	34	4.0
	건물내 점포	73	8.6		영등포구	34	4.0
	기타	4	0.5		동작구	34	4.0
매장 규모별	대형	127	14.9		관악구	34	4.0
	중형	489	57.5		서초구	34	4.0
	소형	234	27.5		강남구	34	4.0
학교보호 구역별	보호구역 내	264	31.1		송파구	34	4.0
	보호구역 외	586	68.9		강동구	34	4.0

<권역별 자치구 구분>

- 도심권 - 종로구, 중구, 용산구
- 동북권 - 성동구, 광진구, 동대문구, 중랑구, 성북구, 강북구, 도봉구, 노원구
- 동남권 - 서초구, 강남구, 송파구, 강동구
- 서북권 - 은평구, 서대문구, 마포구
- 서남권 - 양천구, 강서구, 구로구, 금천구, 영등포구, 동작구, 관악구

2021년 청소년 대상 주류 불법판매 실태 모니터링 조사

II. 조사 결과 분석

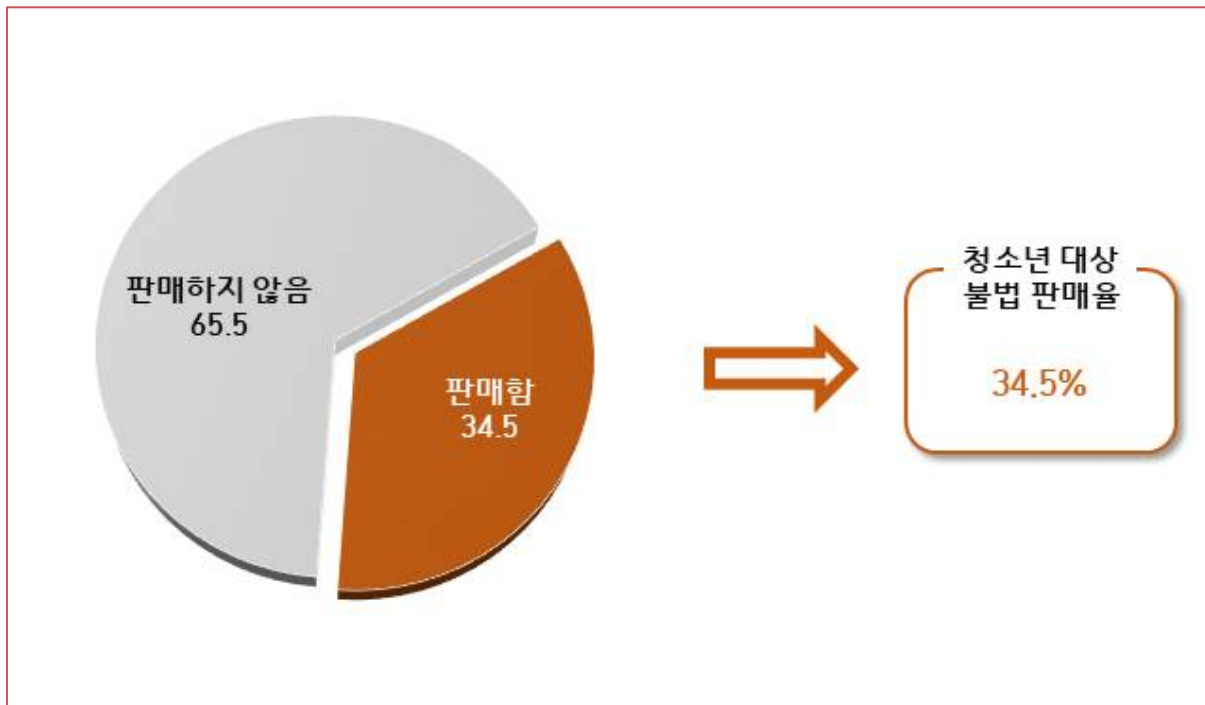
1 청소년 대상 주류 불법판매 현황

1) 청소년 대상 주류 불법판매 실태

- 「2021년 청소년 대상 주류 불법판매 실태 모니터링 조사」 결과, 유효표본 편의점 850개 중 청소년에게 주류를 ‘불법판매’를 한 편의점은 293개 점으로 불법 판매율은 34.5%로 나타남.
- 조사대상 편의점의 다수인 65.5%(557개)의 편의점에서는 청소년에게 주류 판매를 하지 않았으나 상당수의 편의점에서는 청소년에게 신분증 확인을 하지 않고 주류를 판매한 것으로 나타남.
- 편의점에서의 주류 판매는 구매자가 직접 물건을 골라 판매원에게 계산을 요청하는 개방형 판매 물품으로 판매원이 판매 매뉴얼에 따라 신분증 제시 요구와 신분 확인을 하지 않으면 청소년에게 쉽게 주류를 판매할 수 있는 것으로 분석됨.

[그림 4] 청소년 대상 불법 판매율

(N=850, %)



2) 지역별 불법 판매 현황

- 청소년 대상 주류 불법판매 현황을 자치구별로 분석한 결과, '성동구'(5.9%), '강서구'(8.8%), '도봉구'(11.8%), 은평구'(11.8%), '강동구'(14.7%) 등의 지역은 상대적으로 불법 판매율이 상대적으로 낮았으며, '동작구'(58.8%), '중랑구'(52.9%), '동대문구'(52.9%), 서초구'(50.0%), '관악구'(50.0%) 등의 지역은 상대적으로 높았음.
- 단, 각 자치구별 조사 사례수가 34개로 적어 유의성이 높지 않으며, 지역별 편차도 큰 것으로 나타남. 자료 해석 시 유의해야 함.

[표 6] 자치구별 불법 판매율

(N=850, %)

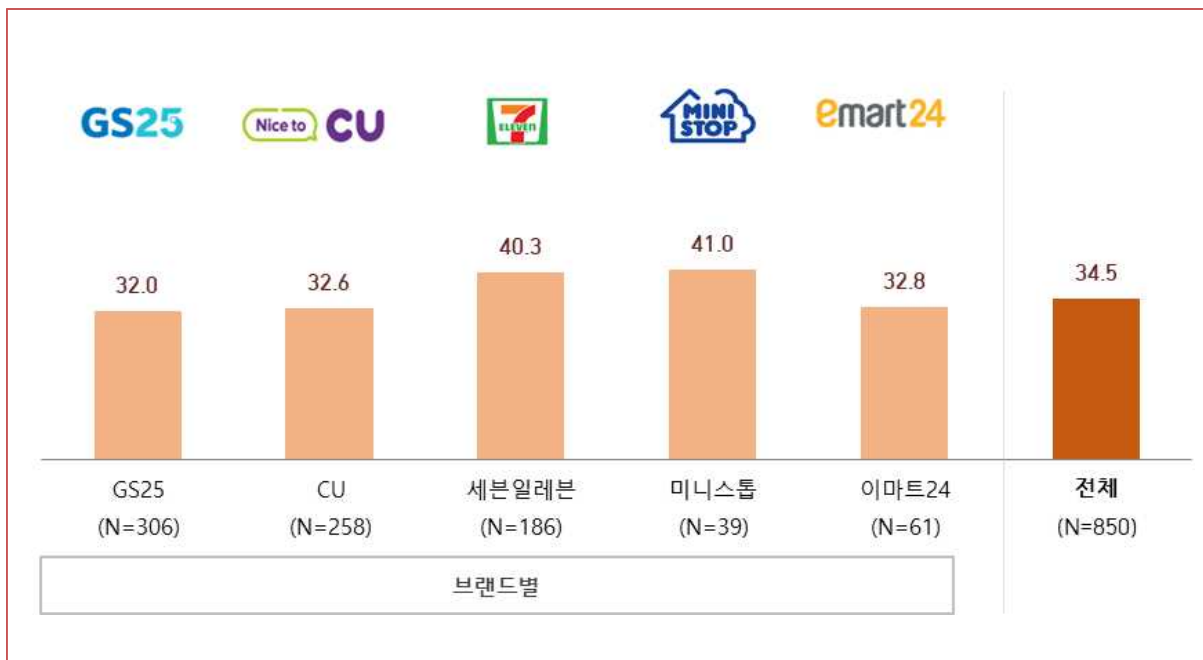
구분	전체		불법 판매 편의점		
	N	%	N	%	
전체	850	100.0	293	34.5	
자치구별	종로구	34	100.0	14	41.2
	중구	34	100.0	15	44.1
	용산구	34	100.0	15	44.1
	성동구	34	100.0	2	5.9
	광진구	34	100.0	7	20.6
	동대문구	34	100.0	18	52.9
	중랑구	34	100.0	18	52.9
	성북구	34	100.0	14	41.2
	강북구	34	100.0	14	41.2
	도봉구	34	100.0	4	11.8
	노원구	34	100.0	12	35.3
	은평구	34	100.0	4	11.8
	서대문구	34	100.0	10	29.4
	마포구	34	100.0	15	44.1
	양천구	34	100.0	13	38.2
	강서구	34	100.0	3	8.8
	구로구	34	100.0	12	35.3
	금천구	34	100.0	14	41.2
	영등포구	34	100.0	10	29.4
	동작구	34	100.0	20	58.8
관악구	34	100.0	17	50.0	
서초구	34	100.0	17	50.0	
강남구	34	100.0	13	38.2	
송파구	34	100.0	7	20.6	
강동구	34	100.0	5	14.7	

2) 브랜드별 불법 판매 현황

- 브랜드별 청소년 대상 주류 불법판매율은 ‘미니스톱’(41.0%), ‘세븐일레븐’(40.3%), ‘이마트 24’(32.8%), ‘CU’(32.6%), ‘GS25’(32.0%) 등으로 나타남.
- 전반적으로 ‘미니스톱’과 ‘세븐일레븐’의 불법 판매율이 상대적으로 높으나 사례수가 많지 않으므로 해석 시 주의가 필요함.

[그림 5] 브랜드별 불법 판매율

(N=850, %)



주) () 안의 수치는 사례수임. 일부 브랜드는 조사대상 사례수가 작아 해석 시 주의가 필요함.

3) 편의점 환경에 따른 불법 판매 현황

- 주류 불법판매 현황을 편의점이 위치한 환경적인 요인별로 구분하여 분석한 결과, 편의점 위치 유형별로는 ‘건물내 점포’(43.8%), ‘2차선 도로변, 이면도로변’(34.4%), ‘4차선 도로변’(32.1%) 등으로 나타났으며, 편의점 규모별로는 ‘대형’(37.8%), ‘소형’(36.3%), ‘중형’(32.7%) 등으로 나타남. 편의점 위치 요인별로는 큰 차이 특성이 없는 것으로 나타남.
- 편의점의 위치를 학교보호구역 포함 여부에 따라 분석한 결과, ‘보호구역 내’ 편의점의 불법 판매율은 30.3%, ‘보호구역 외’ 편의점의 불법 판매율은 36.3%로 나타나 학교보호구역 내에 있는 편의점의 불법 판매율이 상대적으로 낮았으나 보호구역 내 편의점에서도 주류 판매가 지속적으로 이루어지는 것으로 나타남.

[그림 6] 편의점 환경 요인별 불법 판매율 (N=850, %)



주) ()안의 수치는 전체 사례수임.

4) 편의점 판매 상황에 따른 불법 판매 현황

- 편의점 대기 고객 여부에 따른 불법 판매율은 ‘대기 고객 있음’(37.7%), ‘대기 고객 없음’(34.2%) 등으로 나타나 대기 고객 여부에 따른 불법 판매율은 큰 차이가 없는 것으로 나타남.
- 편의점 판매원 성별에 따른 불법 판매율은 ‘남성’(34.8%), ‘여성’(34.1%)로 나타나 판매원의 성별에 따른 불법 판매율도 차이가 없는 것으로 나타남.
- 판매원의 연령대별로는 ‘50대’(40.3%) 판매원들의 불법 판매율이 가장 높게 나타났으며, ‘40대’(27.5%) 판매원 층에서 불법판매율이 상대적으로 낮게 나타남 (‘10대’는 사례수가 작아 해석하지 않음).

[그림 7] 편의점 판매상황별 불법 판매율

(N=850, %)



주) ()안의 수치는 전체 사례수임.

5) 조사 상황에 따른 불법 판매 현황

- 청소년 조사원 성별에 따른 불법 판매율은 ‘남성 조사원’(36.9%), ‘여성 조사원’(32.0%) 등으로 나타남. 청소년 조사원 개인별 특성에 따른 편차가 상대적으로 커서 성별 특성에 따른 편차를 주의해야 함.
- 조사 요일과 시간대별로는 ‘평일 오후7시~ 오후10시’에 조사한 경우 불법 판매율이 45.4%로 가장 높게 나타남. 전반적으로 토요일, 일요일 등 휴일보다 평일의 불법 판매율이 상대적으로 높게 나타남.

[그림 8] 조사 상황별 불법 판매율 (N=850, %)



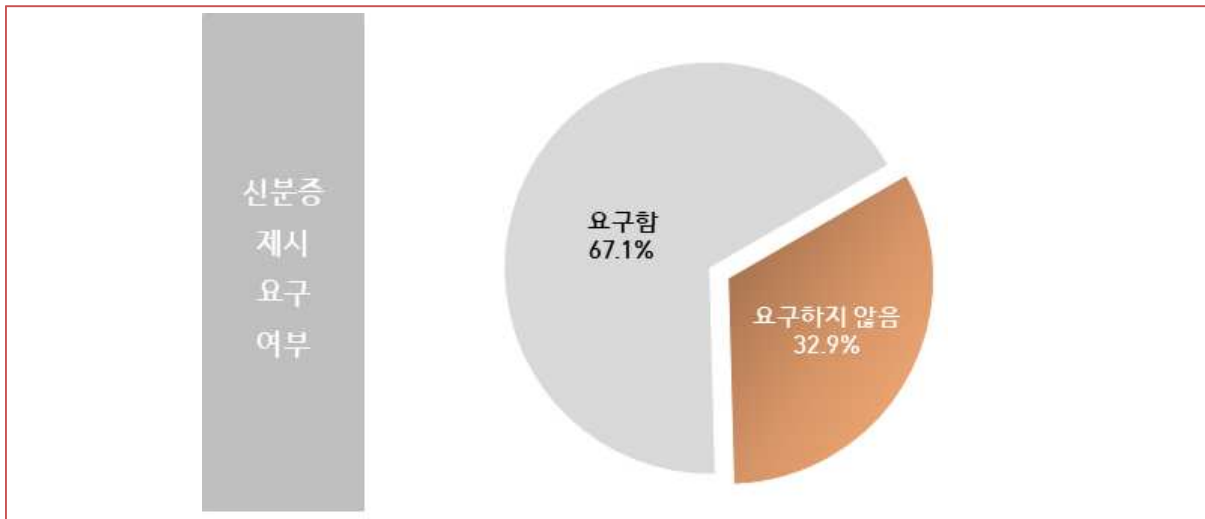
주) ()안의 수치는 전체 사례수임.

2 주류 구매 시도 시 신분증 제시 요구 현황

1) 주류 구매 시도 시 신분증 제시 요구 여부

- 청소년 조사원이 ‘주류 구매 시도 시’ 판매원이 ‘신분증 제시를 요구한 경우’는 67.1%였으며, ‘신분증 제시를 요구하지 않은 경우’는 32.9%로 나타남. 많은 편의점에서는 청소년 조사원이 주류를 요구할 때 신분증 제시를 요구하였으나 일부 판매점은 여전히 ‘신분증 제시 요구’가 없었던 것으로 나타났음.

[그림 9] 신분증 제시 요구 여부 (N=850, %)



- ‘신분증 제시 요구’를 한 편의점의 경우 거의 모든 편의점(97.0%)에서 불법판매를 하지 않은 것으로 나타났으나, ‘신분증 제시 요구’를 하지 않은 편의점의 경우 거의 모든 편의점(98.6%)에서 불법판매를 한 것으로 나타나 판매원의 철저한 ‘신분 확인’이 청소년들의 주류 판매 방지에 핵심적인 요소인 것으로 분석됨.

[표 7] 신분증 제시 요구에 따른 불법판매 여부 (N=850, %)

구분		전체	판매함		판매하지 않음	
		N	N	%	N	%
신분증 제시 요구 여부	요구함	570	17	3.0	553	97.0
	요구하지 않음	280	276	98.6	4	1.4
전체		850	293	34.5	557	65.5

2) 지역별 신분증 제시 요구 현황

- 청소년이 주류 구매 시도 시 신분증 제시 요구 여부를 자치구별로 분석한 결과, ‘은평구’(94.1%), ‘성동구’(94.1%), ‘강서구’(91.2%), ‘강동구’(88.2%), ‘도봉구’(88.2%) 등의 지역은 상대적으로 신분증 제시 요구율이 높았으며, ‘동작구’(41.2%), ‘중랑구’(44.1%), ‘동대문구’(47.1%), ‘서초구’(47.1%), ‘관악구’(50.0%) 등의 지역은 상대적으로 낮았음.
- 단, 각 자치구별 조사 사례수가 34개로 적어 유의성이 높지 않으며, 지역별 편차도 큰 것으로 나타남. 자료 해석 시 유의해야 함.

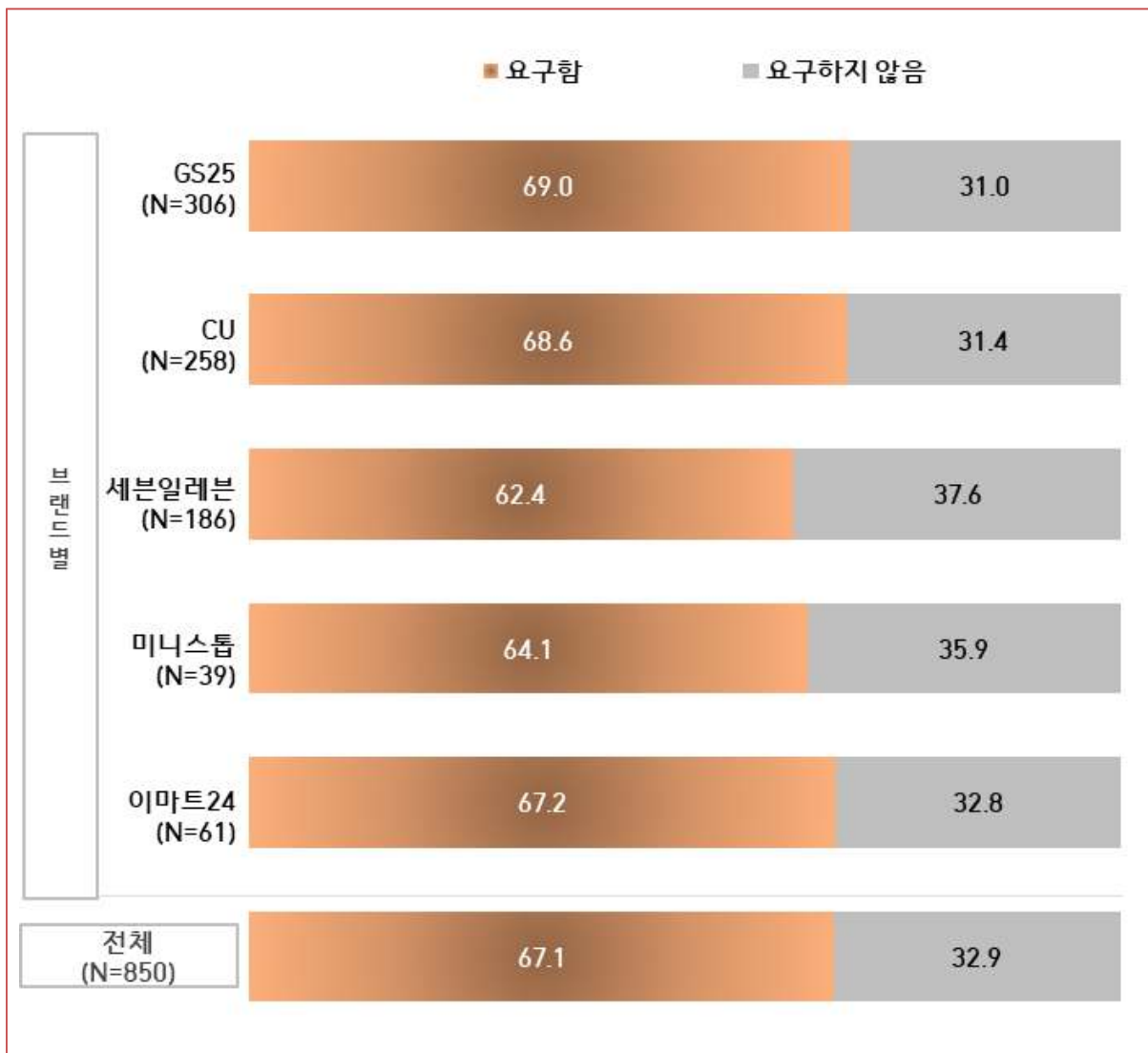
[표 8] 자치구별 신분증 제시 요구율 (N=850, %)

		전체		요구함		요구하지 않음	
		N	%	N	%	N	%
■ 전 체 ■		850	100.0	570	67.1	280	32.9
자치구별	종로구	34	100.0	19	55.9	15	44.1
	중구	34	100.0	22	64.7	12	35.3
	용산구	34	100.0	19	55.9	15	44.1
	성동구	34	100.0	32	94.1	2	5.9
	광진구	34	100.0	27	79.4	7	20.6
	동대문구	34	100.0	16	47.1	18	52.9
	중랑구	34	100.0	15	44.1	19	55.9
	성북구	34	100.0	20	58.8	14	41.2
	강북구	34	100.0	21	61.8	13	38.2
	도봉구	34	100.0	30	88.2	4	11.8
	노원구	34	100.0	23	67.6	11	32.4
	은평구	34	100.0	32	94.1	2	5.9
	서대문구	34	100.0	24	70.6	10	29.4
	마포구	34	100.0	21	61.8	13	38.2
	양천구	34	100.0	22	64.7	12	35.3
	강서구	34	100.0	31	91.2	3	8.8
	구로구	34	100.0	22	64.7	12	35.3
	금천구	34	100.0	21	61.8	13	38.2
	영등포구	34	100.0	25	73.5	9	26.5
	동작구	34	100.0	14	41.2	20	58.8
관악구	34	100.0	17	50.0	17	50.0	
서초구	34	100.0	16	47.1	18	52.9	
강남구	34	100.0	22	64.7	12	35.3	
송파구	34	100.0	29	85.3	5	14.7	
강동구	34	100.0	30	88.2	4	11.8	

3) 브랜드별 신분증 제시 요구 현황

- 브랜드별 신분증 제시 요구 수준을 비교한 결과, ‘GS25’가 69.0%로 가장 높았으며 ‘CU’(68.6%), ‘이마트24’(67.2%), ‘미니스톱’(64.1%), ‘세븐일레븐’(62.4%) 등의 순으로 나타남.
- 단, 일부 브랜드의 경우 조사 사례수가 적어 해석시 주의가 요구됨.

[그림 10] 브랜드별 신분증 제시 요구율 (N=850, %)



주) () 안의 수치는 전체 사례수임. 일부 브랜드는 조사대상 사례수가 작아 해석 시 주의가 필요함.

4) 편의점 특성별 신분증 제시 요구 현황

- 청소년 조사원이 주류 구매 시도 시 신분 확인 여부는 청소년 대상 주류 불법판매에 직결되는 만큼 편의점 특성별 신분증 제시 요구 여부는 ‘불법판매율’ 특성과 유사하게 나타남.
- ‘불법판매율’과 마찬가지로 ‘건물내 점포’에서의 신분증 제시 요구 비율이 상대적으로 낮았으며 ‘편의점의 규모 대형과 소형 매장’에서 역시 신분증 제시 요구 비율이 떨어지는 것으로 나타남.
- 판매원 성별로는 큰 차이가 없었으나 연령대별로는 ‘40대’ 판매원인 경우 신분증 제시 요구 비율이 상대적으로 높게 나타남.

[표 9] 편의점 특성별 신분확인 여부

(N=850, %)

		전체		요구함		요구하지 않음	
		N	%	N	%	N	%
■ 전 체 ■		850	100.0	570	67.1	280	32.9
보호구역 여부별	보호구역	264	100.0	188	71.2	76	28.8
	비보호구역	586	100.0	382	65.2	204	34.8
위치 유형별	4차선대로변	215	100.0	148	68.8	67	31.2
	2차선도로변	183	100.0	127	69.4	56	30.6
	이면도로변	375	100.0	250	66.7	125	33.3
	건물내점포	73	100.0	41	56.2	32	43.8
매장 규모별	대형	127	100.0	81	63.8	46	36.2
	중형	489	100.0	342	69.9	147	30.1
	소형	234	100.0	147	62.8	87	37.2
대기고객 여부별	있다	69	100.0	44	63.8	25	36.2
	없다	781	100.0	526	67.3	255	32.7
판매원 성별	남성	399	100.0	267	66.9	132	33.1
	여성	451	100.0	303	67.2	148	32.8
판매원 연령대별	10대	2	100.0	1	50.0	1	50.0
	20대	343	100.0	226	65.9	117	34.1
	30대	137	100.0	95	69.3	42	30.7
	40대	131	100.0	95	72.5	36	27.5
	50대	176	100.0	111	63.1	65	36.9
	60대 이상	61	100.0	42	68.9	19	31.1

3 청소년 불법 주류판매 경고문구 부착 현황

1) 경고문구 부착 현황

- ‘19세 미만 청소년에게 주류를 판매하지 않는다’는 경고 문구의 부착 여부를 확인한 결과, 전체 850개 조사 편의점 중 편의점 내, 외부에 경고 문구가 있는 편의점은 84.5%이며, 경고 문구가 없거나 조사원이 발견하지 못한 경우는 15.5%로 나타남.
- 경고 문구가 부착된 편의점의 경우, 출입문 주변 등 ‘외부에만 부착’된 경우 6.8%, ‘매장 내부에만 부착’된 경우 52.9%, ‘내, 외부 모두 부착’된 경우 24.7% 등으로 나타남.

[그림 11] 경고 문구 부착 현황 (N=850, %)



주) ‘경고 문구 부착 여부’는 편의점 출입구와 주류 구매 동선 상에서의 부착 여부임.

2) 지역별 경고문구 부착 현황

- 편의점의 경고문구 부착 여부를 자치구별, 권역별로 분석한 결과, '서대문구'(97.1%), '은평구'(97.1%), '서초구'(91.2%), '도봉구'(91.2%) 등의 지역은 상대적으로 경고문구 부착율이 높았으며, '영등포구'(58.8%), '용산구'(76.5%), '중랑구'(76.5%), '강동구'(76.5%) 등의 지역은 상대적으로 낮았음.
- 단, 각 자치구별 조사 사례수가 34개로 적어 유의성이 높지 않으며, 지역별 편차도 큰 것으로 나타남. 자료 해석 시 유의해야 함.

[표 10] 자치구별 경고문구 부착율

(N=850, %)

		전체		부착		미 부착	
		N	%	N	%	N	%
■ 전 체 ■		850	100.0	718	84.5	132	15.5
자치구별	종로구	34	100.0	30	88.2	4	11.8
	중구	34	100.0	29	85.3	5	14.7
	용산구	34	100.0	26	76.5	8	23.5
	성동구	34	100.0	29	85.3	5	14.7
	광진구	34	100.0	30	88.2	4	11.8
	동대문구	34	100.0	30	88.2	4	11.8
	중랑구	34	100.0	26	76.5	8	23.5
	성북구	34	100.0	27	79.4	7	20.6
	강북구	34	100.0	28	82.4	6	17.6
	도봉구	34	100.0	31	91.2	3	8.8
	노원구	34	100.0	27	79.4	7	20.6
	은평구	34	100.0	33	97.1	1	2.9
	서대문구	34	100.0	33	97.1	1	2.9
	마포구	34	100.0	30	88.2	4	11.8
	양천구	34	100.0	29	85.3	5	14.7
	강서구	34	100.0	28	82.4	6	17.6
	구로구	34	100.0	30	88.2	4	11.8
	금천구	34	100.0	29	85.3	5	14.7
	영등포구	34	100.0	20	58.8	14	41.2
	동작구	34	100.0	29	85.3	5	14.7
관악구	34	100.0	30	88.2	4	11.8	
서초구	34	100.0	31	91.2	3	8.8	
강남구	34	100.0	28	82.4	6	17.6	
송파구	34	100.0	29	85.3	5	14.7	
강동구	34	100.0	26	76.5	8	23.5	

3) 브랜드 / 편의점 특성별 경고문구 부착 현황

- 경고문구 부착율을 브랜드별로 보면, ‘세븐일레븐’ 91.9%, ‘CU’ 87.6%, ‘이마트24’ 86.9%, ‘미니스톱’ 82.1%, ‘GS25’ 77.1% 등으로 나타남. 주요 브랜드 중에서는 ‘세븐일레븐’의 부착율이 가장 높고 ‘GS25’의 부착율이 가장 낮은 것으로 나타남.
- 학교보호구역 별로는 ‘보호구역 내’ 편의점 부착율이 86.4%로 ‘보호구역 외’ 편의점(83.6%)보다 높은 것으로 나타남.
- 편의점 규모별로 볼 경우 ‘소형’ 매장의 경우 경고문구 부착율이 상대적으로 떨어지는 것으로 나타남.

[표 11] 브랜드/ 편의점 특성별 경고문구 부착 현황 (N=850, %)

		전체		부착		미 부착	
		N	%	N	%	N	%
■ 전 체 ■		576	100.0	399	69.3	177	30.7
브랜드 별	GS25	306	100.0	236	77.1	70	22.9
	CU	258	100.0	226	87.6	32	12.4
	세븐일레븐	186	100.0	171	91.9	15	8.1
	미니스톱	39	100.0	32	82.1	7	17.9
	이마트24	61	100.0	53	86.9	8	13.1
위치 유형별	4차선대로변	215	100.0	177	82.3	38	17.7
	2차선도로변	183	100.0	145	79.2	38	20.8
	이면도로변	375	100.0	328	87.5	47	12.5
	건물내점포	73	100.0	64	87.7	9	12.3
매장 규모별	대형	127	100.0	108	85.0	19	15.0
	중형	489	100.0	421	86.1	68	13.9
	소형	234	100.0	189	80.8	45	19.2
보호구역 여부 별	보호구역	264	100.0	228	86.4	36	13.6
	비보호구역	586	100.0	490	83.6	96	16.4

4) 매장 내부 경고 문구 부착 위치

- 조사 대상 전체 매장 중 매장 내부 ‘계산대 주변’에 경고문구가 부착된 편의점은 43.6%, ‘주류 진열대 주변’에는 44.7%, ‘그 외 장소’는 3.3% 등으로 나타남.

[그림 12] 매장 내부 경고 문구 부착 위치 (N=850, %)

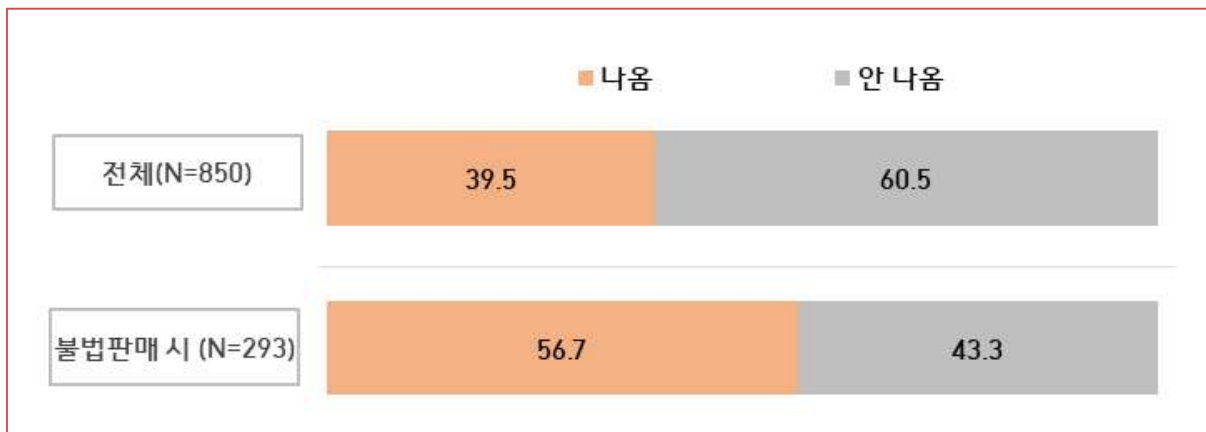


주) 제시된 수치는 전체 매장 base이며, 부착 위치는 중복 응답임.

5) POS기 신분확인 음성 안내 여부

- 청소년이 주류 구매 시도 시 POS기에서 ‘신분확인’ 음성 멘트가 나온 경우는 39.5%, 나오지 않은 경우는 60.5%로 나타남.
- 결과적으로 불법판매를 해서 POS기 등록이 이루어진 경우만 분석한 결과, 전체 편의점의 56.7%에서 ‘신분확인 음성 안내’ 멘트가 나왔지만 신분 확인 없이 주류를 판매한 것으로 나타남.

[그림 13] POS기 신분확인 음성 안내 여부 (N=850, %)



4 편의점 주류 광고 및 판매 현황

1) 편의점 외부에서 주류 노출 여부

- 편의점 외부에서 내부에 진열된 주류가 보이는지 확인한 결과, ‘매우 잘 보임’ 10.7%, ‘어느 정도 보임’ 11.4%, ‘전혀 안 보임’ 77.9% 등으로 나타남. 전체적으로 22.1%의 편의점에서 내부의 진열된 주류가 노출되는 것으로 나타났으나, 상당수는 반투명 시트지 부착 등으로 노출되지 않는 것으로 나타남.

[그림 14] 편의점 외부에서 주류 노출 여부 (N=850, %)



- 브랜드별 편의점 외부에서 내부의 주류 비 노출율은 ‘미니스톱’(89.7%), ‘이마트24’(85.2%), ‘세븐일레븐’(80.1%) 등의 매장에서 상대적으로 높게 나타남.

[표 12] 브랜드별 외부에서 주류 노출 여부 (N=850, %)

		전체		매우 잘보임		어느정도 보임		전혀 안보임	
		N	%	N	%	N	%	N	%
■ 전 체 ■		850	100.0	91	10.7	97	11.4	662	77.9
브랜드별	GS25	306	100.0	34	11.1	36	11.8	236	77.1
	CU	258	100.0	32	12.4	36	14.0	190	73.6
	세븐일레븐	186	100.0	18	9.7	19	10.2	149	80.1
	미니스톱	39	100.0	2	5.1	2	5.1	35	89.7
	이마트24	61	100.0	5	8.2	4	6.6	52	85.2

2) 매장 외부 주류 광고 현황

- 조사 대상 편의점 매장 외부의 주류 광고 여부에 대해서는 ‘광고물 있음’(54.5%), ‘광고물 없음’(45.5%) 등으로 편의점 절반 정도는 외부에 주류 광고가 있는 것으로 나타남.
- 매장 외부의 주류 광고 유형으로는 ‘포스터/판넬 광고’(45.5%), ‘배너/입간판/현수막 광고’(13.2%)가 매장 외부의 대부분인 것으로 나타남.

[그림 15] 매장 외부 주류 광고 여부

(N=850, %)



- 브랜드별 편의점 외부 주류 광고물은 ‘이마트24’(73.8%), ‘CU’(64.0%) 등에서 상대적으로 높게 나타남.

[표 13] 브랜드별 매장 외부 주류 광고 여부

(N=850, %)

		전체		외부 광고 있음		외부 광고 없음	
		N	%	N	%	N	%
■ 전체 ■		850	100.0	463	54.5	387	45.5
브랜드별	GS25	306	100.0	139	45.4	167	54.6
	CU	258	100.0	165	64.0	93	36.0
	세븐일레븐	186	100.0	107	57.5	79	42.5
	미니스톱	39	100.0	7	17.9	32	82.1
	이마트24	61	100.0	45	73.8	16	26.2

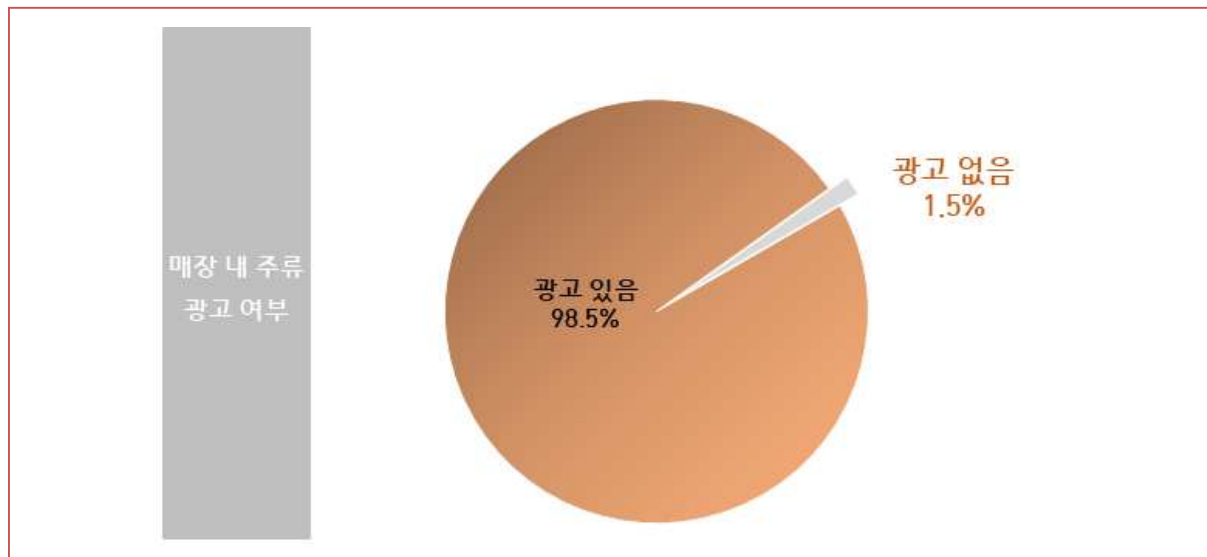
3) 매장 내부 광고 현황

① 매장 내 주류 광고 여부

- 조사 대상 편의점 매장 내부의 주류 광고 여부에 대해서는 전체 편의점(N=850) 중 거의 대부분인 98.5%에서 매장 내 주류 광고물이 있는 것으로 나타남.

[그림 14] 매장 내 주류 광고 여부

(N=850, %)

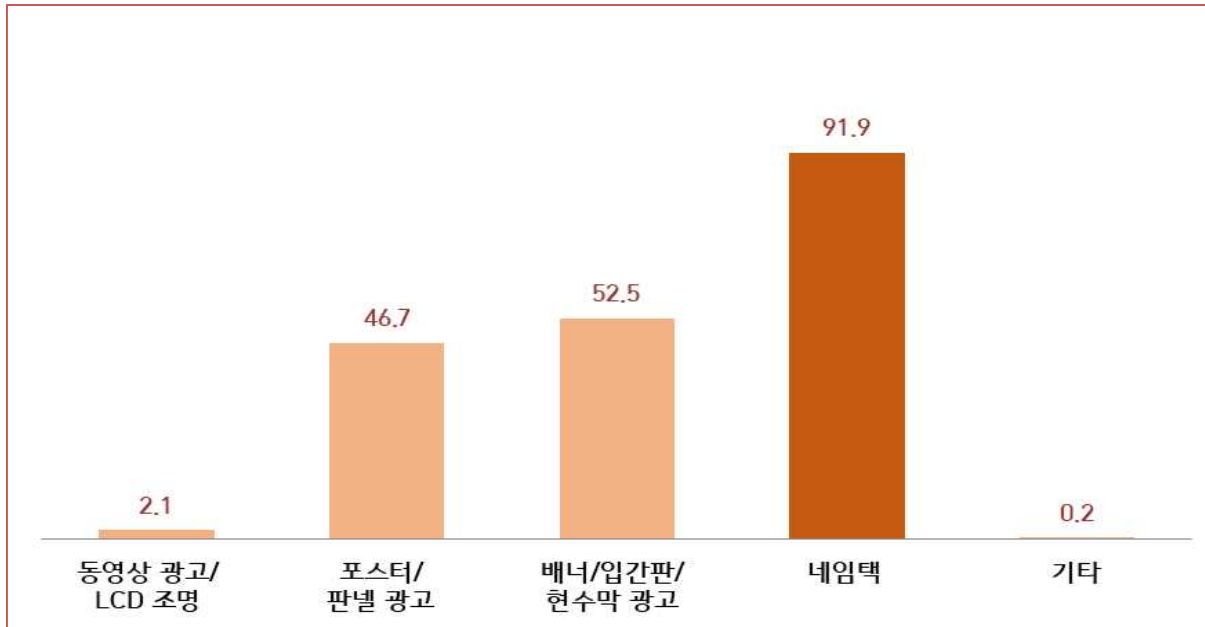


② 주류 광고 유형

- 매장 내 주류 광고 유형으로는 전체 매장의 91.9%에서 '네임택 광고'가 있는 것으로 나타나 대부분 편의점에 네임택 광고가 보편화되어 있는 것으로 분석됨. 그 밖에는 '배너/입간판/현수막 광고'(52.6%), '포스터/판넬 광고'(46.7%)도 전체 매장의 절반 정도는 있는 것으로 나타남.
- 편의점 특성별로 주류 광고 유형별 설치 여부를 분석한 결과, 매장 규모가 '대형'인 경우 매장 내 주류 광고가 상대적으로 많았으며, '학교보호구역 외' 지역의 편의점에서도 상대적으로 많은 것으로 나타남.

[그림 17] 매장 내 주류 광고 유형

(N=850, %)



주) 광고 유형은 전체 편의점(N=850) base이며, 중복응답임.

[표 15] 브랜드별 / 매장 특성별

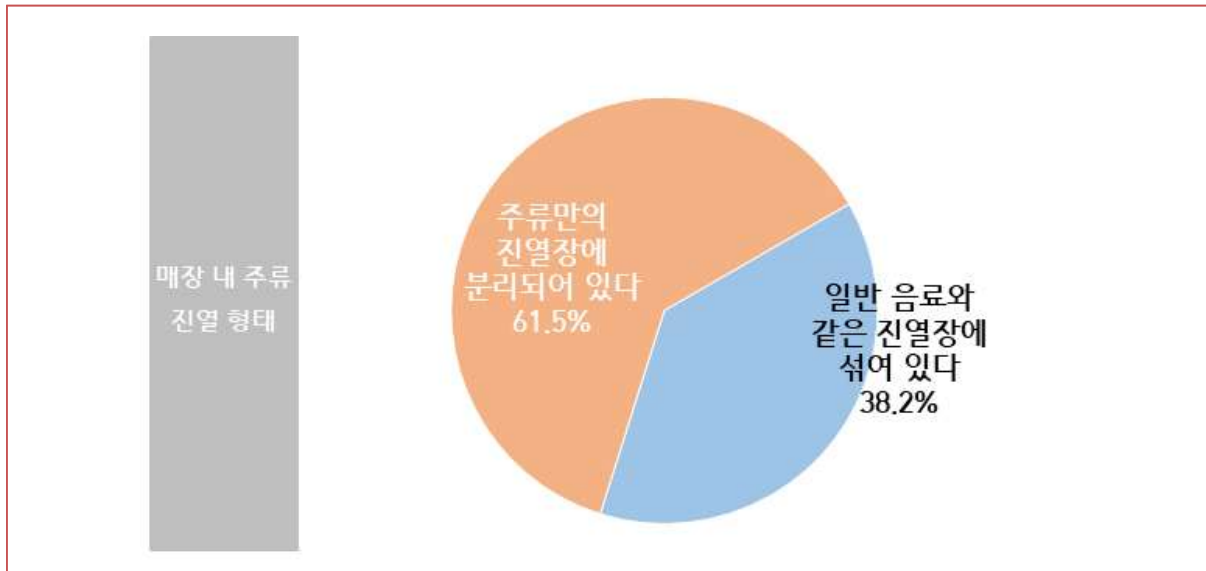
(N=850, %)

		전체	동영상 광고/LC D 조명	포스터/ 판넬 광고	배너/입 간판/현 수막 광고	네임택	기타	내부 주류물 광고 없음
		N	%	%	%	%	%	%
■ 전 체 ■		850	2.1	46.7	52.5	91.9	0.2	1.5
브랜드별	GS25	306	0.0	41.8	48.7	91.2	0.3	2.0
	CU	258	6.2	55.0	54.3	92.6	0.4	1.2
	세븐일레븐	186	1.1	43.5	55.9	95.2	0.0	0.5
	미니스톱	39	0.0	51.3	51.3	94.9	0.0	2.6
	이마트24	61	0.0	42.6	54.1	80.3	0.0	3.3
위치 유형별	4차선대로변	215	1.4	39.1	50.2	91.6	0.0	2.3
	2차선도로변	183	2.2	44.8	53.0	90.7	1.1	1.1
	이면도로변	375	2.1	52.0	55.7	93.1	0.0	1.1
	건물내점포	73	4.1	46.6	38.4	94.5	0.0	2.7
매장 규모별	대형	127	0.8	52.8	56.7	92.9	0.8	0.8
	중형	489	3.3	47.6	57.5	92.2	0.0	1.4
	소형	234	0.4	41.5	39.7	90.6	0.4	2.1
보호구역 별	보호구역	264	2.7	51.1	51.5	89.8	0.0	2.3
	비보호구역	586	1.9	44.7	52.9	92.8	0.3	1.2

4) 주류 진열 형태

- 매장 내 주류 진열 형태로는 ‘주류만의 진열장에 분리되어 있다’(61.5%), ‘일반 음료와 같은 진열장에 섞여 있다’(38.2%) 등으로 나타남. 일반 음료와의 분리 진열이 부족한 것으로 나타남.

[그림 18] 매장 내 주류 진열 형태 (N=850, %)



- 브랜드별로는 ‘GS25’(65.4%), ‘이마트24’(68.9%)의 분리 진열 비율이 상대적으로 높았으며, 나머지 브랜드는 비슷한 수준임.

[표 16] 브랜드별 매장 내 주류 진열 형태 (N=850, %)

		전체		일반 음료와 같은 진열장에 섞여 있다		주류만의 진열장에 분리되어 있다	
		N	%	N	%	N	%
■ 전 체 ■		850	100.0	325	38.2	525	61.8
브랜드별	GS25	306	100.0	106	34.6	200	65.4
	CU	258	100.0	107	41.5	151	58.5
	세븐일레븐	186	100.0	77	41.4	109	58.6
	미니스톱	39	100.0	16	41.0	23	59.0
	이마트24	61	100.0	19	31.1	42	68.9

5) 주류 판촉 홍보 현황

- 조사 대상 편의점이 거의 모든 매장(98.2%)에서 주류 판촉 홍보를 하고 있었으며, 판촉 홍보의 대부분은 '가격할인' 판촉인 것으로 나타남.

[그림 19] 주류 판매를 위한 판촉 홍보 현황 (N=850, %)



- 주류 판촉 홍보는 브랜드별 차이가 없어 거의 모든 브랜드에서 유사하게 진행되는 것으로 나타남.

[표 17] 브랜드별 주류 판촉 홍보 현황 (N=850, %)

		전체	증정품제공	가격할인 (1+1등)	끼워팔기	주류 판촉 홍보 없음
		N	%	%	%	%
■ 전체 ■		850	0.2	98.1	1.1	1.8
브랜드별	GS25	306	0.3	97.1	2.0	2.6
	CU	258	0.4	99.6	0.4	0.4
	세븐일레븐	186	0.0	97.8	1.1	2.2
	미니스톱	39	0.0	97.4	0.0	2.6
	이마트24	61	0.0	98.4	0.0	1.6

2021년 청소년 대상 주류 불법 판매 실태 모니터링 조사

Ⅲ. 결과 요약

1 청소년 대상 주류 불법 판매 현황 및 특성

□ ‘2021년 서울시 청소년 대상 주류 불법 판매율’ 34.5%.

- 2021년 서울시 편의점의 청소년 대상 주류 불법 판매율은 34.5%로 나타남. 전체 편의점의 65.5%는 신분증 제시 요구 등으로 신분을 확인하고 청소년에게 주류를 판매하지 않지만 일부 편의점은 여전히 별다른 신분 확인없이 청소년에게 불법 판매를 하고 있음.
- 청소년 대상 주류 불법 판매율이 유사 조사인 담배 불법 판매율보다 높음. 이는 담배가 폐쇄적인 진열 구조로 구매자가 직접 접촉하지 않는 반면, 주류는 개방적인 진열장에서 구매자가 직접 계산대까지 가져와 계산을 요구하는 구조로 판매자와 구매자 간의 컨택 시간이 짧고 목소리에 대한 판단이 없다는 특징이 있음. 주류 계산 시 반드시 신분증 확인 등 신분확인 절차가 더욱 강조되어야 함.

□ ‘신분증 제시 요구’는 청소년 대상 담배 판매 방지에 가장 핵심적인 요소임.

- 청소년이 주류 구매 시도 시 신분증 제시를 요구하는 경우 대부분의 매장(97.0%)에서는 주류를 판매하지 않은 것으로 나타나 청소년 대상 주류 불법 판매 방지를 위해서는 1차적으로 주류 구입자에 대한 철저한 신분증 제시 요구가 필수적이며 가장 핵심적인 요소로 판단됨.

□ ‘건물 내 편의점’, ‘50대 판매원’, ‘학교보호구역 외 지역’, ‘평일’ 등에서의 불법 판매율이 상대적으로 높음.

- 편의점 지역 구분이나 위치 유형별로는 특별한 차이가 없었으나, ‘건물 내 편의점’에서 불법 판매율이 상대적으로 높았으며, ‘학교보호구역 외 지역 편의점’의 불법 판매율도 상대적으로 높았음.
- 편의점 판매원 특성별로는 ‘50대 판매원’인 경우 불법 판매율이 다소 높았으며, 요일별로는 휴일보다 ‘평일’의 판매율이 상대적으로 높게 나타남.

2 주류 판매 환경 및 광고 노출 현황

□ 편의점 외부에서 주류 광고 노출율은 54.5%로 외부에서의 광고 차단이 강화되어야 함.

- 조사 대상 편의점의 절반이 넘는 54.5%는 편의점 외부에서 주류 광고가 노출되는 것으로 나타남. 노출되는 광고 유형으로는 ‘포스터/판넬 광고’(45.5%), ‘배너/입간판/현수막 광고’(13.5%) 등임.
- 편의점 외부에서의 주류 광고가 빈번하게 노출됨으로 청소년들의 호기심을 자극할 수 있고 친숙성이 강화될 수 있으므로 편의점 외부에서의 광고 차단이 보다 적극적으로 관리되어야 함.

□ 대부분의 편의점에서 주류 광고와 판촉 홍보를 하고 있음.

- 본 조사 결과 조사 대상 편의점의 98.5%가 주류 광고를 하고 있으며, 98.2%의 편의점에서 주류 판촉 홍보를 하고 있는 것으로 나타남. 주류 광고로는 ‘네임택’(91.9%), ‘배너/입간판/현수막 광고’(52.5%), ‘포스터/판넬 광고’(46.7%) 등이며, 판촉 홍보는 ‘가격할인 판촉’(98.1%) 등임.
- 주류 광고나 판촉 자극이 구매 의도에 많은 영향을 미치므로 편의점 내 주류 광고물에 대한 관리가 필요할 것으로 판단됨.

□ 경고 문구 부착 강화와 주류만의 독립된 진열이 요구됨.

- 청소년 주류 구매에 대한 경고 문구의 부착율은 84.5%로 높지만 ‘계산대 주변’ 부착율은 43.6%, ‘주류 진열대 주변’ 부착율은 44.7%임. 구매 동선에 중복적인 경고 문구 부착이 필요함.
- 조사 대상 편의점의 38.2%는 주류와 일반 음료를 같은 진열장에서 판매하고 있는 것으로 나타남. 일반 음료와 분리된 주류만의 독립된 진열장 사용에 대한 계도와 관리가 필요할 것으로 판단됨.

