

제5차 한국인삼약초산업 전략화 세미나

우리나라 인삼제품 유통정책의 문제점과 개선방향  
권혁인 교수 / 중앙대학교 경영학과



## 필요성

- 우리나라 부존자원을 최대한 활용한 세계적인 문화상품임에도 불구하고 90년 이후 수출량이 급감하기 시작하여 최근에는 일부 홍삼만 수출되기에 이룸
- 중국, 미국, 캐나다 등지로 생산지역 확산됨에 따라서 가격경쟁력이 뒤쳐질 뿐만 아니라 친환경적인 적인 측면에서 조차 뒤질 우려가 있음
- 과거에는 국외시장에서 위조삼(95%)이 문제가 되었으나 최근에는 국내 시장까지 빠르게 위조삼의 유통이 확산되고 있음
- WTO체제에서 2004년으로 예정되어 있는 농산물 전면개방과 같은 대내외적 기업 환경의 급속한 변화에 따라서 국내 인삼산업의 존립이 위협받고 있음
- 국내 시장은 홍삼중당기 보급에 의해서 인삼시장이 백삼 위주의 시장으로 전환됨에 따라서 시장유지 전략이 원형삼을 중심으로 한 다수의 생산 및 유통 주체의 보호전략으로 전환이 시급함
- 인삼생육에 적합한 자연조건과 고도의 인삼가공기술을 보유하고 있을 뿐만 아니라 제도적으로 국제경쟁력을 높일 수 있는 「지리적표시제도」와 「농산물의 품질인증제도」를 시행하고 있음에도 불구하고 이를 적절히 활용하지 못하고 있음
- 한국인삼공사에 의존한 시장(유통)정책이 명백히 실패하였음에도 대안 개발이 없었음
- 농협중앙회를 통해서 한삼인 개발, 한삼인 브랜드 공유 등 인삼유통정책을 개선하려고 노력하였으나 시장에 미치는 효과는 매우 의문시됨
- 위기상황의 인삼산업을 안정화시키기 위해서는 과학적인 효능에 대한 연구, 가공품의 개발과 같은 장기적인 과제보다는 저가의 중국삼으로부터 우리인삼을 보호하는 유통혁신에 집중할 필요가 있음
- 가격 경쟁력은 회복할 가능성이 거의 없기 때문에 지리적표시제도를 활용하여 고부가가치 상품으로 전환하는 정책을 펼쳐야 할 것임
- 시장과 상품의 특수성 측면에서 불매 생산자 및 유통관련 단체들이 상호 협의체제에 의해서 시장통제를 시도하고 농림부에서 정책적 지원을 함으

로써 유통질서를 조기에 통제할 수 있을 것임

- 생산자, 유통상인 모두 위기를 의식하고 있으며, 동시에 인삼소비가 증가하고 있는 현시점이 협력사업의 성공가능성을 높여줄 것임

## 농산물 시장 위기극복의 사례(프랑스 포도주)

- 1930년대 프랑스에서 포도홍작이 계속되면서 불황을 겪고 있을 때 유 명산지의 이름을 딴 와인이 대량으로 쏟아져 나온 것이 발단이 되어 큰 타격을 받은 와인 업계가 모조품 배경을 위해 법제화를 서두름
- 최상급의 것을 AOC(Appellation d'Origine Controlle)로 표기, 포도 원산지 통제 혹은 한정된 산지의 와인을 Vin de Pays, 생산지 불문의 포도주를 Vind de Table
- 산지명이 좁은 범위일수록 고급품; '보르도'나 '부르고뉴'처럼 지방의 이름만 기재되어 있는 것도 있지만 '메독', '생테밀리옹'처럼 구역 이름이나 마을 이름, 그리고 '부르고뉴'의 경우에는 포도밭 이름까지 상세하게 기재되어 있는 것도 있다. 일반적으로 산지명이 좁은범위로 한정되고, 그 와인의 출생성분을 확실히 나타내 것일수록 고급품이라고 할 수 있음

### □ '보졸레 누보'의 사례

- 보졸레 누보는 프랑스 남부 보졸레 지역에서 그해 수확한 햇포도를 단기간 숙성시켜(40~50일) 만든 와인으로 매년 11월 셋째주 목요일(올해는 11월20일) 전세계에 일제히 판매
- 예날에는 별척별척 마시는 타입으로 알려진 싸구려 보졸레가 세계적인 지명도를 얻게된 것은 조르쥬 뒤뢰프라는 양조자 덕분
- 한날 한시에 전세계에서 동시에 개봉하는 것은 마케팅 기법. 보졸레 누보가 선풍적인 인기를 끈 건 최근 20~30년 사이의 일이다. 이제는 프랑스뿐 아니라 전세계가 매년 11월이 되면 레스토랑마다 이 포스터를 붙이고 손님들을 유인함. 보졸레 누보는 평소에는 와인에 관심조차 없던 사람들도 한병쯤은 구입할 정도로 인기를 끄는 대중적인 와인이 되었음.

- 공식적으로 보졸레 누보는 개봉시기 규제가 엄격해서, 시차야 물론 있겠지만 어느 나라에서건 11월 셋째주 목요일 0시 바로 직후에 첫병을 개봉. 기간을 엄격하게 지키기 위해 세계 각국의 와인 배송 날짜가 정해져 있고, 미리 개봉하지 않도록 개봉날에 임박해서야 수입이 허락됨
- 와인회사마다 마케팅 전략은 시식회와 식당과 연계한 마케팅을 가장 많이 함. 올해 딱 한번밖에 맛볼수 없는 것이라는 희귀성을 많이 강조함.

## 생산자 및 관련단체 부문의 과제

### □ 생산자단체 상호협력의 필요성

- 한국인삼공사를 활용한 대표기업 정책의 실패; 홍삼위주의 정책으로 해외 백삼수출 시장이 붕괴되었으며 이어서 2004년 이후 국내 백삼시장의 혼돈으로 이어질 가능성이 매우 큼
- 농협중앙회의 한삼인 브랜드는 다수의 소규모 백삼생산단체(단위인삼농협)의 입지를 어렵게 하였으며 최근의 한삼인 브랜드 공유정책 또한 큰 실효성이 없을 것으로 판단됨
- 금산을 중심으로 한 CJ의 인삼시장 진출은 의도가 아무리 순수하더라도 국내 생산농가의 인삼이 외국삼과 구분되지 않는 상황에서는 결국에는 CJ의 브랜드를 활용한 저가의 외국삼을 유통하는 결과를 초래할 가능성이 큼
- 인삼은 상품의 질이나 명성에 문제가 있는 것이 아니고 유통을 책임져야 할 주체가 없는 것이 가장 큰 문제이며, 유통문제에 대한 해결사가 따로 없는 이러한 상황에서는 프랑스 포도주의 사례에서 볼 수 있듯이 생산자들이 스스로 시장질서에 개입하여 위조품의 유통을 근절하여야 할 것임
- 세계적으로 인정받고 있는 “대한민국에서 생산된 고려인삼”에 대한 명성과 약효에 대한 “품질우위”를 적절히 활용할 수 있는 지리적표시제도를 생산자 주도로 도입함으로써 농산물시장개방이라는 절대절명의 위기에서 벗어날 수 있을 것임

### □ 지리적 표시관련 기존제도

- UR 타결 이후 「농어촌구조개선대책 및 농어촌발전대책」의 일환으로 농산물의 품질향상과 대외경쟁력 제고를 위해 농산물 품질인증제도가 도입됨. 특정 지역에서 생산되거나 특징적으로 재배한 농산물 등에서 고품질이거나 특색이 있고 차별화 된 명품, 일품만을 대상으로 하여 국가기관이 인증기준에 적합한 품목을 품질인증품으로 승인하여 품질인증 마크를 표시할 수 있도록 하는 제도

- 농산물 품질인증제도는 관주도의 정책으로서 부분적으로 효과는 있었으나 정착에는 상당한 시일이 소요될 것으로 보이며 철저한 품질관리 개념이 부족하여 확산에는 상당한 어려움이 예상됨
- 품질인증 농산물은 1992년에 제정된 「농산물품질관리법」에 의해 재배조건에 따라 일반재배, 저농약, 무농약, 유기재배의 4종류로 구분되어 왔으며, 1997년에 제정된 「환경농업육성법」에 의해 친환경농산물에 대한 의무인증제가 2001년 7월부터 실시됨에 따라 일반 품질인증제도와 친환경농산물 인증제(저농약, 무농약, 유기재배와 전환기유기재배)로 구분
- 인삼의 경우 개성인삼농협이 수삼에 대해 품질인증을 받음. 현재 특작류의 승인건수인 70개 가운데 1개로 인삼의 품질인증 실적은 아직 미미한 실정이며, 품질인증을 받은 수삼의 출하량도 2001년 3톤, 2002년 5톤에 불과. 2002년 생산계획량은 10.6톤으로 이중에서 5톤이 품질인증되었으며, 산지는 경기도 연천과 포천으로 6년근, 특급만이 품질인증 대상
- 인삼의 경우도 다른 농산물과 마찬가지로 품질인증제도를 도입을 할 수는 있으나 감시를 비롯한 철저한 관리체계가 부재함으로 인해서 사실상 시장에서는 그 효과가 매우 의문시됨
- 유럽에서는 오래 전부터 널리 알려진 名聲과 지역적 특성을 가진 농산물 및 그 가공품에 대해 지리적표시와 원산지명칭 (Appellation of Origin)을 지적소유권 차원에서 등록·보호
- 지리적표시관리기관을 국립농산물품질관리원으로 지정하고 농산물품질관리원은 지리적특산품의 품질유지와 소비자 보호를 위하여 지리적특산품의 사후관리를 담당
- 지리적표시품이 아닌 농수산물 및 그 가공품에 지리적특산품의 표시를 하거나 이와 유사한 표시를 하는 행위를 금지하고, 이를 위반할 경우 3년 이하의 징역 또는 3천만원 이하의 벌금에 처한다
- 지리적표시제도 도입의 전제조건은 농산물의 명성과 품질이 월등할 경우 성공 가능한 바 인삼은 우리 농산물 중에서 지리적표시제도의 도입시 가장 성공할 가능성이 큼에도 불구하고 방치되어 있음
- 관주도로 일부 시행하고자 노력하였으나 생산자 단체들이 외면하거나 생산자 단체들이 노력하고자 하였으나 정부의 적절한 지원이 뒤따

## 르지 못한채 오늘에 이르렀음

- 생산자 및 관련단체에 주어진 과제
  - 농산물 개방정책에 의해서 저가의 중국산 인삼뿐만 아니라 미국, 호주 등으로부터 친환경 인삼이 수입될 경우 우리 인삼농가에 직접적으로 피해가 올 가능성이 매우 높음
  - 다행히 우리국민은 세계에서 가장 인삼을 많이 소비하는 국민으로서 우리인삼이 세계최고인 것도 인지하고 있으므로 우리기술로 우리땅에서 생산한 인삼이 시장에서 섞이지 않도록 시장에 출하하는 시점에서 포장단위, 생산농가, 생산량 등이 철저히 통제되도록 전체 인삼농가가 협력하여야 함
  - 국내에서 생산되는 농산물 중 유일하게 단일품종에 대한 단위농협이 존재하므로 단위농협과 생산자 관련단체가 협력하여 서로 지켜야할 내용을 규정하여야 함
  - 예컨대, 수삼의 포장단위는 500g, 750g, 1Kg, 2Kg 등이고 백삼은 300g, 1Kg, 5Kg, 등이고 포장에 표시할 내용은 생산지, 생산자, 생산년도, 등이며 연근표시는 ○○와 같이 함
  - (계속)포장장소는 단위농협(혹은 몇 개 지역 지정)으로 한정하며 상품 포장시에 중앙품질관리센타(가칭)에서 발급하는 일련번호를 스티커로 제작하여 부착함
  - (계속)위반하는 단위농협이나 생산자는 기존의 인삼산업관리법에 따라서 처벌하기로 하고 위반한 상품을 적발하기 위하여 참여단체에서 각 ○인씩 정기적으로 감시단을 구성하여 시장감시활동을 함
  - 생산자 및 관련단체는 위의 예와 같은 인삼관리 규정을 제정하고 감시 절차를 논의하여야 할 것임
  - 인삼가공품제조회사가 지켜야할 규정을 정하여 국내산 고려인삼을 사용하여 가공품을 생산하도록 유도하고 규정을 지키는 제조회사가 시장에서 신뢰를 얻을 수 있도록 철저한 감시와 국내산 고려인삼 가공품의 효능을 공동홍보함
  - 예컨대, 금산 ○○○가 ○○에서 생산한 1등급(30지 300g) ○g을 함유



한 인삼드링크, 금산에서 생산된 4년근 미삼을 활용하여 제조한 인삼분말, 등과 같이 정확하게 사용된 인삼이 표기되도록 함으로써 국내산과 외국산을 사용한 가공품이 차별화될 수 있도록 내용물 인증제도를 도입함

- 이와 같은 일을 추진함에 있어서 정부주도의 방식을 탈피하고 생산자 및 관련단체가 주도적으로 관련규정을 제정하여 상호협력체계 속에서 시장에 뿌리내리도록 함으로써 질서를 조기에 확립함

## 가공 및 유통부문의 과제

### □ 가공 및 유통부문 관련기업 및 단체의 상호협력 필요성

- 수삼의 거래는 규격이나 단위 없이 관행에 의해 거래, 포장·표준화·계량단위 등의 면에서 전근대적인 유통관행을 벗어나지 못함. 금산지역의 인삼 생산량은 총공급량의 약 10%에 불과하나 수삼 및 백삼의 약 80%가 금산에 집산되면서 원산지가 둔갑. 이 과정에서 중국산이 포함될 개연성이 있음
- 재래시장 등지에서 값싼 수입 인삼이 국산품으로 위조, 80%이상의 높은 값으로 판매
- 우리소비자가 국내산을 선호함에도 불구하고 지속적으로 위조삼이 유통될 경우 일차적으로 생산기반이 무너지고, 2차적으로는 신뢰성 부족으로 인하여 소비가 위축될 경우 인삼유통시장 전체가 어려움을 겪게 될 것으로 예상됨. 경우에 따라서는 고신뢰도의 제약회사가 주도하는 가공품시장으로 무게중심이 이동될 수도 있을 것으로 예상할 수 있음
- 해외시장에서도 한국 인삼은 수량 기준으로 홍콩시장의 1.6% 정도(2002년)를 점유하고 있으며, 공급량도 6년근 홍삼 위주로 제한. 중국내 유통되는 고려삼은 95% 이상이 위조품일 정도로 명성은 유지하고 있으나 사실상 유통질서가 무너져 있음
- 우리나라 인삼은 국제 및 국내 인삼시장에서 품질경쟁력과 소비자 인지도는 우수한 편이나, 가격경쟁력은 중국과 북미 등 경쟁국 인삼들의 협공으로 열세를 면치 못하는 있는 실정임. 그러나, 인삼 종주국으로써 고려 인삼이 가진 품질과 명성은 높은 가격에도 불구하고 지속적인 수요가 전망됨. 그런 만큼 고려 인삼의 명맥을 유지하기 위해 다각적인 노력도 필요하겠지만, 현재 고려 인삼이 가진 명성을 잘 지켜 나아가는 것이 무엇보다도 중요함.
- 요약하자면 국내외적으로 우리인삼이 처해있는 상황은 홍보/마케팅의 부재로 유통질서가 붕괴되어 있는 상태임. 이 시점에서는 과학적인 연구나 가공품의 개발과 같은 장기적인 과제가 필요한 것이 아니라 고려 인삼이라는 단일브랜드 제품에 대한 유통/경영(마케팅)구조가 필요한

## 시점임

- 가공 및 유통 기업 및 관련단체에 주어진 과제
  - 중국삼과 섞임으로써 발생할 수 있는 시장질서의 혼란을 피할 수 있는 상인 규약의 제정 및 감시절차 제정
  - 생산자 및 관련단체 중심의 품질관리 및 인증 정책에 대한 협조
  - 오프라인 유통부문의 활성화를 위한 생산자 단체와의 업무영역 구분에 대한 협의(도서의 경우 오프라인 서점의 유지를 위하여 인터넷서점의 가격할인을 제도적으로 금하고 있음). 예컨대, 생산자 단체(단위농협 등)가 인터넷 판매를 할 경우 시장정가를 유지할 수 있도록 함으로써 무분별한 가격경쟁에 의한 시장위축을 미연에 방지함.
  - 가공/유통업체의 경우 생산자 단체와 함께 고려인삼 인증제도를 협력에 의해서 도입함으로써 신뢰 유지를 할 수 있는 기반을 구축함(지리적표시 제도 도입에 대한 가공/유통업체의 입장 반영)
  - 연근표시에 대한 생산지별 이견을 조율
  - 수삼유통에 있어서 새로운 포장/보관기술(최근 6개월까지 냉장보관이 가능한 기술이 개발됨)을 도입하여 포장단위별 유통기준 개발
  - 프랑스 포도주의 경우 한국인삼공사와 같은 대형/대표 가공 및 유통 브랜드가 없음. 할인점, 체인점, 전문상가 위주로 유통업체가 존재함.
  - 금산의 경우 기존의 유통/물류 집산지로서 기능하기 위한 전략을 인삼 산업 리모델링 과정에서 개발하여 반영할 필요가 있음. 인삼 엑스포를 기점으로 금산인삼 브랜드와 유통집산지로서의 명성을 유지할 수 있는 전략을 개발할 필요가 있을 것임

## 경작부문의 과제

- 자금지원방식의 개선에 대한 통일된 의견 개발; 지리적표시제도와 연동하여 자금지원을 할수 있도록 요청함. 정부의 의견, 전문가의 의견, 수요자의 의견을 조율한 경험이 거의 없으므로 협의체를 중심으로 다양한 자금지원방식을 개발하여 정부에 건의함
- 친환경 청정인삼의 재배가 시급하지만 유통체계가 확립되지 않은 상황에서는 시도되기가 매우 힘든 것이 현실임. 지리적표시제도와 연동하여 청정인삼에 대한 현실적인 기준을 정하고 공동홍보/마케팅 시스템을 가동하기 위한 시스템을 협의체를 중심으로 개발함.
- 지리적표시제도는 품질관리가 전제되기 때문에 생산자 및 생산자단체는 지리적표시제도의 도입을 논하는 논의의 마당에 적극적으로 동참할 필요가 있음