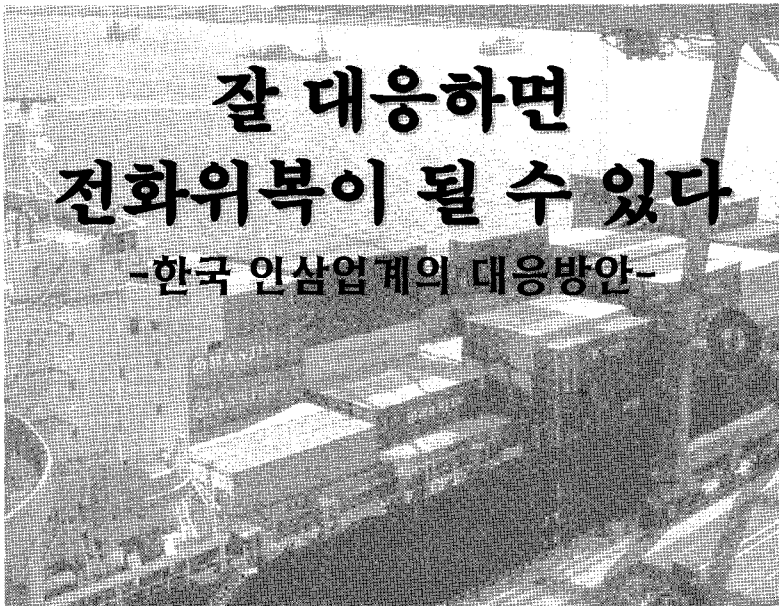


# 잘 대응하면 전화위복이 될 수 있다

-한국 인삼업계의 대응방안-



FTA로 한국과 중국, 일본의 인삼시장이 하나로 통합될 경우 그 시장규모는 더욱 커지고 산지를 중요시하는 구매 성향 때문에 한국산의 수요가 크게 증가할 수도 있다. 다시말해 FTA가 우리나라 인삼 및 약초산업에 커다란 위협이 되기 보다는 오히려 호기가 될 수 있다는 전망이다. 이렇게 되기 위해서는 과연 어떻게 대응을 해야 할지 살펴 보았다. <편집자주>

**현** 재 전세계적으로, 200개 가 넘는 FTA가 체결되어 있고, 이들 회원국 간의 거래가 전 세계 교역량의 절반을 차지하고 있는 등, FTA를 기초로 한 지역주의화가 갈수록 심화되고 있다. 그러므로, FTA에 가입하지 않음으로 해서 입게 되는 피해도 날이 갈수록 증대하고 있다고 봐야 할 것이다. 그럼에도 이러한 시대적 추세를 외면하고 FTA 체결을 무조건 배격하는 것은 그들 스스로를 세계경제 속의 고아로 몰아넣는 것이나 다름없다.

특히, 무역 의존도가 무려 70%나 되는 우리 나라의 경제 상황에 비추어 FTA를 체결은 수출시장 확보를 위한 당연한 선택이 아닐 수 없을 것이다. 뿐만아니라 FTA는 우리나라 수출시장을 확대하는 측면뿐만 아니라, 국내 산업을 구조조정하여 경쟁력을 강화시켜 주는 역할도 하게 된다.

얼마 전 경제협력개발기구(OECD)는 '정책전망'이라는 자료를 통해서, "전세계적으로 FTA가 확산되면서 동아시아를 경제공동체로 묶는 EAFTA의 필요성이 높

아지고 있다"며 아세안(ASEAN)과 한·중·일 3국이 동시에 참가하는 동아시아 자유무역협정(EAFTA)이 체결될 경우, 역내 교역을 증대시켜 한국의 국내총생산(GDP)이 1.7%(미화 78억 달러) 정도 증가할 것으로 전망한 바 있다.

그러나 그렇다고 해서 우리의 농업을 포기하면서까지 그것을 서두른다면 직접적인 피해당사자는 물론, 국가의 균형개발과 장기적인 발전 측면에서도 결코 바람직한 것은 아닐 것이다.

우리 농업계의 요구사항 대부분을 정부가 사실상 모두 다 수용하였음에도 농업계가 칠레와의 FTA를 끝까지 반대했던 것은 우리 농업의 경쟁력 자체가 너무나 취약하기 때문이다.

그러므로 정부가 세계화 정책의 일환으로 FTA를 진행함에 있어서는 약자의 입장에 놓여 있는 농민들의 일방적 희생을 강요하지 않는 전제 하에서 상호 간의 이해를 합리적으로 조정할 수 있는 장치를 마련할 필요가 있다.

특히, 농업 그 자체를 포기하고 농촌의 지역사회 개발과 농가경제 보호 측면만 지원하려는 이제까지의 정부 자세를 탈피하고, 세계적 경쟁우위의 잠재력을 갖춘 품목을 선택해서 거기에 투자와 지원을 집중시키는 보다 능동적이고도 전략적인 접근을 시도하

여 우리의 농업을 꼭 지켜 나가야 한다.

인삼은 우리 농산물 중에서 유일하게 국제경쟁력을 갖춘 품목이다. 더욱이 1980년대 이후의 지속적인 개방정책에 힘입어 산업화에 성공한 중국은 현재의 성장세가 지속된다고 가정할 때, 향후 20년 내에 미국을 능가하는 경제대국으로 성장할 것으로 예견되는데, 그럴 경우에는 세계 최대의 인삼소비국을 같은 권역에 두게 될 우리나라 인삼산업은 절호의 부흥 기회를 얻게 될 수도 있을 것이다.

따라서, 우리 정부가 현금의 이동치는 국제경제 와중에서나마, 보다 먼 안목에서 앞을 내다보면서, 우리의 무수한 농산물 중에서 적어도 이 인삼 하나만은 살려야겠다는 투철한 의지와 노력을 보여주고, 생산 농민과 가공업체들도 생산, 마케팅, R&D 등에서 글로벌 마인드와 경영능력을 한층 더 강화한다면 우리 인삼업체가 험난한 FTA의 파고를 무난히 극복해 나갈 수 있을 것이다.

### 1. 명품화 전략

한·중 간의 FTA가 타결될 경우, 우리보다 5~10 배나 값싼 중국산 인삼이 들어와 삼시간에 국내시장을 석권하게 될 것으로 전망하는 의견이 지배적이다. 그러나 반드시 그렇다는 것은 옳은 예측으로 볼 수 없다.

왜냐하면, 소비자의 구매동기가 순전히 가격 하나에만 의존되는 것은 아니기 때문이다. 그래서 같은 시간, 같은 장소에서도 고가·중·저가 시장이 항상 공존하게 마련인 것이다.

고가 시장은 그 규모 면에서 아주 작은 일종의 틈새시장을 형성하게 마련이지만 한·중·일 인삼시장이 하나로 통합될 경우, 그 시장규모는 현재보다 훨씬 더 커진다는 점에 주목할 필요가 있다. 다시 말해서, 한·중·일 FTA는 우리 인삼산업에게 커다란 위협이긴 보다는 오히려 호기가 될 수 있다는 전망을 조심스레 해 볼 수 있다.

중국의 인삼시장은 우리나라와 비교했을 때, 거의 3배나 더 크고, 편급보다는 산지를 중시하는 구매 성향을 보이고 있기 때문에 중국산에 비해서 그 성가가 상대적으로 높은 한국산의 수요가 크게 증가할 수 있기 때문이다.

### 가. 저가 청정 원료삼 생산

미국의 주요 인삼 산지를 견학한 결과에 의하면, 우리나라도 얼마든지 대량재배 및 기계화를 통하여 원료삼의 가격을 낮출 수 있다는 판단을 할 수 있다.

또 삼포에 대한 철저한 토양검사 및 농약사용 통제를 통해서 안전한 제품을 생산할 수도 있다.

다만, 이를 전적으로 생산자의 노력과 의지, 양심에 의존할 것이

아니라 이를 효과적으로 통제할 수 있는 국가기구나 민간자율적 단체가 설립되고 엄정하게 운영되어야 하는 전제가 선행되지 않으면 소기의 성과를 거양키는 대단히 어려울 것이다.

### 나. '지리적 표시 보호 제도'의 합리적 운용

지리적표시보호제도는 각 생산 농가나 가공업체로부터 출발되어야 한다. 그리고, 그것이 소구역, 대지역, 남한, 북한, 한반도(고려인삼) 순으로 정의가 이루어져야만 비로소 명품이 탄생할 수 있는 것이지, 현재 추진되고 있는 것처럼 남한 전체를 '고려인삼'이라는 하나의 브랜드로 묶게 될 경우에는 결코 다양한 형태의 명품이 출현할 수 없다. 그것은 어디까지나 표준품을 규정하는 키테리어 이상이 될 수 없기 때문이다.

### 다. 위조품 방지 및 단속체계 구축

명품은 기본적으로 그 브랜드가 소비자로 하여금 브랜드 로열티를 갖게 한다. 때문에 그 브랜드 파워를 부당하게 도용하기 위해서 위조품이나 유사품이 출시되는 것이다. 따라서 해당 기업에서는 위조품 유통을 방지하기 위한 각종 아이디어를 적극 개발하여 제품에 적용하고, 정부에서는 국내·외 시장에서 부정유통을 철저하게 적발, 단속할 수 있는 관리 체제를



갖추지 않으면 아니될 것이다.

## 라. 신기술, 신제품 개발 지원

끊임없는 기술 발전과 신제품 개발은 생존과 성장의 원동력이다. 특히 중국은 기초과학 및 임상 경험 면에서 우리보다 훨씬 더 우위에 있다고 해도 과언이 아니다.

그러므로 조금만 방심하면, 일찍이 홍콩이 유통 측면에서 우리를 제치고 세계인삼시장을 주도했듯이 중국이 생산면에서 또 그렇게 할 우려도 없지 않다.

그러므로 비록 때 늦은 감이 없지는 않지만 지금부터라도 강력한 기술 투자 및 지원 대책을 강구하지 않으면 안될 것이다.

## 2. 글로벌 경영전략

### 가. 경영조직의 해외이전

FTA의 진전에 따라 세계경제의 지역주의 체제가 심화되고 역내 자급구조가 고착화되는 경우에

대비하기 위해서는 필히, 역외국에 대한 현지생산 체제를 구축해야 한다. FTA 심화로 시장이 완전히 닫히기 전에 해당 경제블록에 진출하여, 현지에서 생산하고 판매하는 것은 수출과 함께 세계경제의 글로벌화에 대한 기업의 대응전략이다.

세계화의 중요성이 강조됐던 지난 90년대 이후 국내기업의 현지생산은 해외수출 못지 않은 증가세를 보였다. 지난 1990~2002년 기간중 현지생산은 1조 4,580억 달러에서 3조 4,370억 달러로 138% 증가했고, 세계수출은 4조 3,000억 달러에서 7조 8,380억 달러로 82% 증가했다.

이처럼, 금액면에서는 세계수출이 해외생산을 능가했지만, 그 증가율 측면에서는 반대로 현지생산이 앞섰음을 볼 수 있다. 그렇지만 우리나라 인삼업계는 아직도 해외진출을 금기시하고 국내생산에만 집착하고 있는데 이는 동종

업계의 장래를 위해서 매우 우려되는 부분이 아닐 수 없다.

### 나. 선진시장 공략 강화

생산 측면에서 권역별 기지를 강화하는 목적은 물론 역외의 핵심 선진시장을 잃지 않기 위해서이다. NAFTA나 EU는 인삼에 관해서는 아직까지 성숙되지 못한 시장이긴 하지만, 머지않은 장래에는 실로 큰 시장이 될 수 있는 잠재력을 갖고 있다.

최근에 치료제의 한계성을 느낀 서구의 약·의학계에서 부작용이 없는 치료보조제로서의 식물성의 천연면역물질(BRM Groups)에 큰 관심을 보이기 시작했는데, 이는 단순한 원기회복제(energy booster)로 인식하고 있는 인삼의 용도가 한층 더 광범위해 짐을 뜻하기 때문이다. 더구나 이들 두 경제블록은 탄탄한 중산층에다 풍부한 구매력까지 갖추고 있어 우리 수출기업들로 하여금 급속한 성장과 함께 BRICs 국가들이 그들의 경제잠재력을 발휘하고 정책안정성이 확보될 때까지 꾸준한 수익을 가능케 하는 시장이 되어 줄 것이다

### 다. 글로벌 R&D 네트워크 구축

국내기업이 미국이나 EU와 같은 선진국에 해외직접투자를 하는 이유는 주로 R&D 기지를 가지기 위함이다. 선진국은 기초과학

이 발달하고 원천기술 경쟁력이 있기 때문에 R&D 기지로서 적합한 조건을 갖추고 있다.

또한 EU와 같이 다양한 민족으로 구성된 지역에서는 현지 소비자의 취향을 제품에 반영해야 된다는 점에서도 R&D 센터가 필수적이다. 또 통신기술의 발달과 정보비용 하락 등으로 R&D 센터 설립과 연구 성과를 확산시키는 것이 매우 용이해진 점도 큰 장점으로 작용한다.

그래서, 지금 국내 우수 기업들은 본사의 R&D 본부를 중심 축에 놓고 선진 각국에 R&D 기지를 설립한 후, 시너지를 창출하는 글로벌 R&D 네트워크를 구축하는 데 주력하고 있는 추이를 보이고 있는 것이다.

### 라. 글로벌 경영능력 배양

FTA가 불러 올 지역주의 체제의 강화에 대비한다면 어느 한 곳에 집중하기 보다는 글로벌한 경영 체제를 구축하는 것이 더 유리하다 할 수 있다. 다만 글로벌 경영 체제를 수립하는 데는 경영비용 및 관리 측면에서 손익 분석이 필요할 것이다. 예를 들어 생산기지가 여러곳에 흩어져 있게 되면 경영비용이 많이 들고, 관리상의 어려움도 예상되기 때문이다.

뿐만 아니라, 타겟시장, R&D 네트워크 등을 고려하는 종합적인 기업 전략 차원에서야 마찬가지

의 접근법이 필요하다. 보유 경영 자원, 경영관리 수준, 생산품목의 특징 등을 고려하여 글로벌 체제로 갈 것인지 아니면 한 곳에 집중할 것인지를 결정하는 것은 앞으로 글로벌 기업을 추구하는 기업들에게 중요한 경영과제가 될 전망이다.

중국의 인삼시장은  
우리나라와 비교했을 때,  
거의 3배나 더 크고,  
편급보다는 산지를 중시  
하는 구매성향을 보이고  
있기 때문에...

### 3. 무형 문화자산의 상품화

#### 가. 인삼문화컨텐츠 발굴 및 확충

스페인의 토마토 축제를 살펴보면, 거기에 특별한 문화적 배경이 없다. 그럼에도 그들은 그것을 잘 기획하여 전통문화화 시킴으로써 토마토가 아닌 문화로 관광 상품화하는데 성공했다. 프랑스의 보졸레 누보 역시 명품 와인으로서의 특성을 전혀 지니지 못한 햇포도주지만 우수한 마케팅 믹스에 힘입어 세계적 명품이 되었다.

거기에 비하면, 우리의 고려인삼이야말로 실로 굉장한 문화, 역사

적 전통을 가진 훌륭한 문화상품의 소재가 아닐 수 없다. 필자가 일찍이 '세계인삼엑스포' 개최를 주창한 것도 다 이러한 문화컨텐츠를 발굴하고 상품화하자는데 그 주안을 둔 것이었다.

#### 나. 약령시장의 국제화

해외 인삼시장을 둘러 본 사람이 라면 우리 나라의 재래 약령시장이 국제화되지 못할 아무런 이유가 없다는 필자의 주장에 쉽게 공감할 수 있을 것이다. 특히, 중국인들이 한국산을 선호하는 가운데 한국산 고려인삼의 위조품이 넘쳐나는 현실에서 재래시장의 정화 및 육성은 그 자체로서 매우 훌륭한 국제시장으로서 또한 문화상품으로서 그 진가를 발휘하게 할 수 있을 것이다.

#### 다. 한방타운 조성

이제는 국내외적으로, 단순히 보는 관광보다는 직접적인 체험을 중심으로 하는 테마관광이 유행하고 있으며, 부가가치 창출효과 역시 후자가 훨씬 높게 나타나고 있다. 따라서, 인삼의 주요 생산 및 유통지는 한방타운과 같은 종합적인 건강테마 관광지로 개발함으로써 그들 고유의 문화와 자연은 물론, 그에 수반하는 제반 서비스와 재화도 함께 아우르는 수입원을 창출할 수 있게 해야 할 것이다. ●