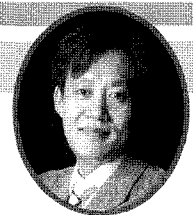


# 심각한 고려인삼 위조상품 근절대책은 없는가?

-진품확인시스템을 활용한 고려인삼 유통혁신전략(下)-



권혁인 · 중앙대학교 경영학과교수

- 1. 개요
- 2. 인삼상품 유통의 문제점 고찰
- 3. 유통혁신전략
- 4. 진품확인시스템
- 5. 기대효과 및 결론

### 3. 유통혁신전략

우리나라의 인삼산업은 영세한 생산규모, 비효율적인 유통구조, 신제품 개발력 부족, 미국, 유럽 등 세계적인 시장을 위한 제품개발 및 마케팅능력 부족 등의 문제가 획기적으로 개선되지 않음에 따라 1990년을 고비로 수출물량이 감소하는 등 심각한 침체상황에 직면하고 있다.

따라서 우리나라 인삼산업의 경쟁력 강화를 위한 전략수립이 시급한 실정이다.

인삼산업의 경쟁력을 실질적으로 향상시킬 수 있는 전략개발에 관한 연구는 매우 부족한 실정이다.

정보화 사회와 지식사회를 맞이하여 많은 산업이 정보화를 통한 경영혁신과 경쟁력을 강화하고 있는 실정이다.

최근에 우리나라는 인터넷의 급

격한 보급에 따라 전자상거래라는 새로운 사이버시장(cyber market)이 형성되었고, 사이버시장의 성장성과 잠재력을 높이 평가하는 등 산업의 정보화를 통한 경쟁력 강화가 빠르게 진전되고 있다.

이러한 시대상황을 감안할 때, 날로 낙후되고 있는 인삼산업의 경쟁력 강화를 위한 혁신전략으로서 인삼산업의 정보화를 적극 추진할 필요가 있다.

최근 농림부, 우체국, 농협, 각 지방자치단체 등이 각자 농축산물 및 인삼 인터넷 쇼핑몰을 개설하고 있다.

또한 개별농업인, 영농조합법인 등도 인터넷 홈페이지를 통한 개별 전자상거래(Business to Consumer : BtoC)를 구축하고, 자신들이 생산한 농축산물 및 인삼의

직거래를 하고 있으며, 몇몇 사례에서는 상당한 실적을 거두고 성장해 가는 등 미래의 새로운 농축산물 및 인삼의 유통경로로서 주목을 받기 시작하고 있다.

그러나 아직 거래물량은 전체 농축산물 및 인삼의 유통량에 비교하여 보면 미미한 수준이다.

우리 인삼은 원료삼의 수준에서는 국제적으로 지명도가 높고 품질 역시 세계적으로 공인되어 있다.

그리고 인삼은 여러 가지 국산 농산물 중 차별화 요인이 크고 단위 재배면적당 부가가치가 가장 높은 국가전략적 농산물이다.

그럼에도 불구하고 우리나라는 인삼을 높은 부가가치를 가진 가공품으로 상품화하는 데에는 별로 성공하지 못하고 있는 실정이다

논리적으로 가장 비합리적으로 진행되고 있는 산업에 e-business가 도입되면 가장 큰 효과를 볼 수 있다는 것이 e-business의 일반적인 논리이다.

최고의 상품이 유통과정상의 문제로 시장에서 힘을 잃고 있는 인삼산업이 바로 여기에 해당된다고 할 수 있으나, 쇼핑몰의 개설과 같은 단순한 전략으로는 효과를 보기가 매우 힘들기 때문에 해당 산업만의 독특한 특성을 적절히 반영하여야 할 것이다.

본 논문에서는 세계 인삼시장에서 한국인삼의 품질 및 성가를 유

지할 수 있도록 하기 위하여 현재 국제적으로 보호되고 있는 지리적 표시제도와 인터넷을 연계하여 진품을 확인할 수 있도록 함으로써 고질적인 위조 및 유사 고려인삼문제를 해결하고, 나아가 우리 농산물의 보호를 통하여 농업경쟁력을



고려인삼을 단일브랜드로 하여 해외시장에 진출하되 모든 인삼농가가 인정하는 새로운 품질인증체계(지리적 표시와 품질관리체계)를 도입하여야 하며...



강화할 수 있는 전략을 제시함에 목적이 있다.

### (1) 인삼산업의 e-biz전략

인삼은 대부분 가공품의 형태로 유통되며(수삼의 경우도 진공포장과 같은 방식으로 가공품의 형태를 띌 수 있음), 국내외적으로 최고의 상품이라고 인정을 받으면서도 정보 및 상품의 유통문제로 산업의 발전에 큰 어려움을 겪고 있는 등 인삼산업만의 독특한 특성이 있다.

이러한 인삼산업만의 특성을 반영하여 새로운 전략을 적절히 도입

한다면 패러다임 전환기에 해당하는 지금이 인삼산업의 질서를 재편할 수 있는 절호의 기회가 될 것이다. e-biz전략에서 해결해야 할 주요 과제는 위조삼의 문제와 해외에서 왜곡된 고려인삼에 대한 정보이다.

따라서 진품확인뿐만 아니라 진품확인을 위하여 웹사이트로 유인된 고객들에게 정확한 정보를 제공하는 것이 매우 중요하다.

### (2) 진품확인전략

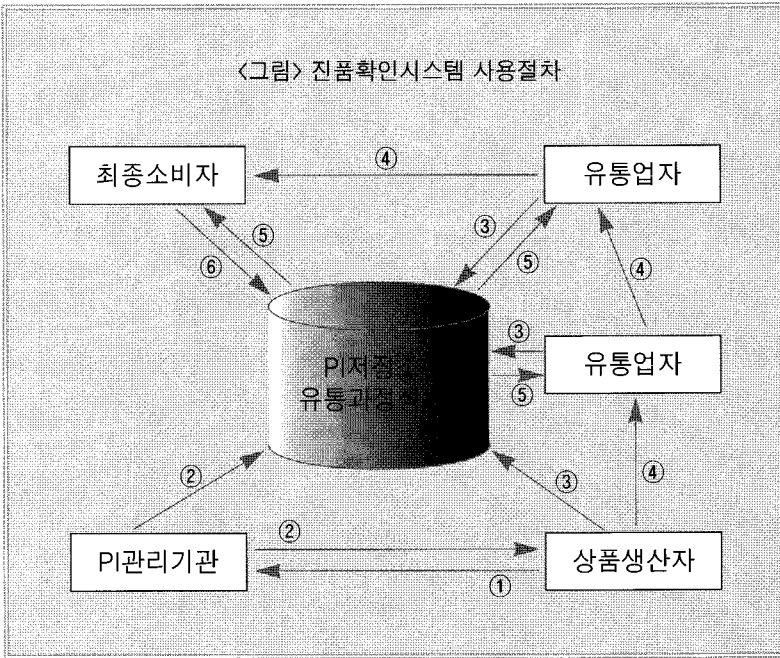
본 논문의 4절에 자세히 설명되어 있는 진품확인시스템은 생산자(또는 생산자조합)가 가공상품에 고유번호를 부여하고 중간유통과정에 대한 정보를 관리함으로써 구매자(유통상과 최종소비자)가 상품의 진위 여부를 확인할 수 있도록 하는 것이다.

이를 해외시장에 적용하기 위해서는 고려인삼을 단일브랜드로 하여 해외시장에 진출하되 모든 인삼농가가 인정하는 새로운 품질인증체계(지리적 표시와 품질관리체계)를 도입하여야 하며, 신유통방식에 따른 유통전략과 이를 지원할 수 있는 진품확인시스템의 개발이 필요하다.

### (3) 정보전략

고려인삼에 관한 역사적인 고증을 하고 현대과학적인 데이터 비교를 통해서 품질우위의 홍보전략을 수립한다.

〈그림〉 진품확인시스템 사용절차



국내뿐만 아니라 해외의 소비자들에게 정확한 고려인삼에 대한 정보를 전달한다는 것은 인터넷을 이용하지 않고는 거의 불가능하다. 진품확인을 위하여 웹사이트로 유인된 고객들에게 정확한 인삼의 약리정보, 품질비교정보, 산지정보 등을 제공한다면 저비용으로 고급마케팅을 수행할 수 있는 기회가 될 수 있을 것이다.

**(4) 품질관리전략**

우리나라에서는 2004년에 농산물 전면개방이 예정되어 있다. 값싼 외국산 농산물에 대항할 수 있는 방책으로 지리적 표시제도와 농산물 품질인증제도를 확대 실시하고 엄격히 적용하는 것을 들 수 있지만, 우리나라에서는 아직도 이

러한 제도들을 적절히 활용하지 못하고 있다.

지리적 표시제도와 인터넷을 연계하여 진품을 확인할 수 있도록 함으로써 고질적인 위조 및 유사 고려인삼문제를 해결하고, 나아가 우리 농산물의 보호를 통하여 농업경쟁력을 강화할 수 있도록 할 필요가 있다.

**(5) 신유통전략**

기존의 인삼유통시스템에 대한 종합적인 재점검을 통하여 새로운 온·오프라인 유통전략을 수립할 필요가 있다.

새로운 품질인증체계(지리적 표시와 품질관리체계)를 도입하여야 하며, 신유통방식에 따른 유통전략과 이를 지원할 수 있는 진품확인시스

템이 필요하다.

**4. 진품확인시스템**

일반적으로 상품을 인터넷상에서 구입할 수도 있고 실제 시장에서 구입할 수도 있지만, 구입상품이 진품인지 또는 소비자가 원하는 출처에서 생산된 제품인지를 알 수 있는 방법은 없는 실정이다.

전문가가 아닌 소비자는 모조품을 식별할 수 없기 때문에 자신에게 판매한 판매자의 정보만으로 자신이 원하는 상품인가를 판단할 수밖에 없다. 가짜상품 또는 소비자가 원하는 출처에서 생산된 상품이 아닌 경우에도 소비자는 최종 유통업자의 정보만 듣기 때문에 이를 분명히 알 수 없다.

이럴 경우에는 가짜상품이 진품으로 둔갑하여 소비자의 손에 들어가고 소비자는 가짜제품을 진품가격으로 구입하게 되며, 이로 인하여 생산자 또는 자신이 생산한 제품을 소비자에게 공급할 수 없기 때문에 양자 모두가 피해를 입게 되는 문제가 발생한다.

인터넷을 통한 진품확인시스템은 생산자(또는 생산자조합)가 가공상품에 고유번호를 부여하고 중간유통과정에 대한 정보를 관리함으로써 구매자(유통상과 최종소비자)가 상품의 진위여부를 확인할 수 있도록 하는 시스템이다.

본 논문에서는 PI(product

identifier, 상품의 고유번호)와 PI 관리기관을 두어 최초 생산자의 상품에 PI를 발급하고, 생산자와 유통업자는 각각의 유통단계마다 다음 구매자의 정보를 PI관리기관에 등록하고, PI관리기관은 이것을 최초의 PI에 매칭시켜 데이터베이스화한 후 저장한다.

최종소비자는 자신이 구입한 상품의 PI를 PI관리기관의 인터넷상 웹서버에서 확인하여 그 상품의 진위 여부 및 생산자로부터 시작된 유통구조를 바로 확인할 수 있도록 한다.

다음은 <그림>에 대한 구체적인 설명이다.

① 상품생산자가 온라인으로 PI(상품식별자) 발급을 신청함.

② PI관리기관이 PI를 발급하여 상품생산자에게 부여함과 동시에 DB에 저장함(상품생산자는 발급된 PI를 상품에 직접 인쇄하거나 다음 목적으로 활용할 수 있음).

③ 상품생산자, 유통업자는 상품의 다음 구매자(구매자 ID 등) 정보를 입력함.

④ (PI가 인쇄된 상품이) 다음 구매자로 이관됨.

⑤ 유통과정과 진품 여부를 확인함.

⑥ 최종소비자는 자신이 구매한 상품에 대해서 자신의 정보고 등록되어 있지 않았을 경우 등록할 수 있음.

· 생산자 직판일 경우 중간유통

과정은 없을 수도 있고 여러 단계를 거칠 수도 있음

· 데이터베이스의 주요 내용은 PI목록과 각 PI별로 유통과정에 관여하는 유통업자의 고유번호 리스트임.



### 5. 기대효과 및 결론

전자상거래는 모든 농업분야에서 도입하는 것이 필수이지만 인삼의 경우 여타 농업분야와는 매우 다른 특수성이 있음에도 불구하고 같은 방법으로 추진됨으로써 새로운 패러다임에 제대로 적응하지 못하고 있는 실정이다.

단순히 인터넷으로 인삼관련 약효, 품질, 산지 등에 대한 상세한 정보만을 제공한다거나 주문판매 정도에 그친다면 전자상거래를 조기에 도입할 명분이 매우 약하여 인삼산업의 정보화는 매우 힘들지만, 본 논문에서 제안한 틀로 진행된다면 정보화를 통한 인삼산업의 경쟁력을 조기에 강화시킬 수 있을 것으로 기대한다.

인삼의 진품확인을 통하여 기존 유통체계에 대해서 상대적으로 적게 의존하게 되므로 지리적 표시제

에 의한 지역별 브랜드화의 효과를 가져오고, 브랜드별 공정한 경쟁 환경을 조성할 수 있으며, 인삼에 대한 신뢰도 회복을 통하여 국내외적으로 인삼시장의 확대를 가져올 수 있을 것으로 기대된다.

우리나라의 고려인삼은 세계적으로 품질을 인정받은 우리 고유의 제품이다.

한국은 아직도 인삼종주국으로 인식되고 있고, 한국을 대표할 만한 것 중의 하나로 한국인삼이 지목되고 있다.

그럼에도 불구하고 세계시장 점유율이 하락일변도에 있는 것은 유통구조의 왜곡에 문제의 본질이 있다.

모든 산업의 패러다임이 바뀌고 있는 현 시점에서 인삼의 왜곡된 시장구조를 바로잡는다면 인삼산업을 경쟁력 있는 산업으로 탈바꿈시킬 수 있을 것이다.

인삼은 식물학적 특성상 재배적지에 대한 선택성이 강한 성질을 가지고 있으며, 한국은 바로 그러한 인삼생육의 최적지이므로 우리 농토에서 생산될 수 있는 최고의 농산물이라고 할 수 있다.

따라서 진품확인시스템, 품질인증체계, 그리고 이에 따른 새로운 유통전략으로 시장질서를 재편할 수만 있다면 세계시장을 석권하고 전체 농가소득에도 결정적으로 기여할 수 있을 것이다. ●