



권혁인 교수
중앙대학교 경영학과

인삼산업발전기본법(안)에 대한 검토와 대안의 모색

1. 인삼산업발전기본법(안)에 대한 검토

제 1 장 총칙

제2조(기본이념) : 인삼은 우리나라 농산물의 고급화와 여타제품의 국제경쟁력을 선도하여 국가이미지를 제고시키고 국민경제의 발전에 이바지하는 자산으로서, 이를 생산·공급할 수 있는 기반을 마련하여 미래세대에게 물려줄 전략품목으로 육성함을 기본이념으로 한다.

□ ‘고급화’의 방법은 무엇이고 어떻게 달성할 것인가? 통상 고급화는 저급인 상품의 질을 고급화시키는 방법과 이미 질적으로 고급화되어 있는 상품을 고부가가치화 시키는 방법이 있다. 인삼의 경우는 후자에 해당한다고 볼 수 있음. 누가 어떻게 고부가가치화 시킬 것인가? 인삼공사를 활용하여 시도한 적은 있지만 과연 성공하였는가?

□ ‘국가이미지 제고’의 방법은? 이미지를 제고시킨다는 것은 고도의 마케팅 활동임. 이 또한 목표달성이 불

확실한 가운데 공적자금을 투입하는 행위이기 때문에 성공을 보장할 수 없음. 농림부에서 브랜드화 하기 위하여 고려인삼 로고를 만들고 사용을 권장한 적이 있음. 과연 성공하였다고 할 수 있는가? 고려인삼에 효능과 가치에 대해서는 우리 국민은 대부분 알고 있다. 그러한 브랜드화 전략은 누구를 위한 것이었는가?

□ ‘전략품목’의 방법은? 인삼을 집중육성하는 것은 과거에 하지 않았는가? 전략품목이라고 할 수 있지

않은가?

□ 위에 언급한 모든 문제는 불확실성을 감수하여야 하는 고도의 경영행위에 속함. 역사에 전례 없는 고도

의 경쟁체제 속에서 우리가 원하고자 하는 공공의 목적을 어떻게 달성할 것인가에 대한 방법론을 찾지 못하면 공멸하게 됨.

제 2 장 인삼산업 발전계획의 수립 및 추진체계

제6조(발전계획의 기본방향) : 국가 및 지방자치단체는 인삼산업 발전계획을 수립·시행함에 있어서 시장원리를 바탕으로 경쟁력 향상을 추구하되, 국가적 전략품목으로서의 이미지를 지속적으로 확보하도록 노력하여야 한다.

□ '시장원리', '경쟁력 향상', '국가적 전략품목으로서의 이미지'는 모두 시장을 염두에 둔 단어들임. 그러나 지금까지 정부정책은 대부분 시장원리에 충

실하지 못했음. 새로이 개정하는 법이 실효성이 있기 위해서는 시장원리에 충실할 수 있는 방법이 무엇인지 구체적으로 고민하여야 할 것임.

제 3장 인삼산업의 육성과 전략화 기반의 구축

- ... 정책연구기관을 설치·육성 ...
- ... 전문인력을 양성하 ...
- ... 인삼산업 전략화를 위한 연구기관에 대하여 재정·금융에 관한 지원 ...
- ... 인삼능에 대한 체계적인 선정·지원·관리 방안

□ 정책연구기관의 성격을 분명히 하고 전문인력의 자격에 대한 구체적인 정의가 필요함. 인삼산업의 문제는 인삼의 품질에 대한 문제가 아니라 유기농 인삼과 같은 인삼품질의 유지관리, 시장질서 등 소비자들과 관계된 것들이 대부분임.

□ 전략화 연구기관은 존재하는가? 새롭게 설립을 유도한다면 기준은 무엇인가? 정부출연연구기관의 성격을 가진다면 과거의 존재했던 연구기관과 달리 성공하도록 하기 위해서는 어떤 성격을 가져야 할지를 고민해야 할 것임.

2. 대안의 모색

□ 불확실성에 투자할 수 있는 법적토대가 필요하며 정부출연금에 대한 성과관리 시스템이 갖추어져야 할 것임

- 우리나라 인삼은 국제 및 국내 인삼시장에서 품질 경쟁력과 소비자 인지도는 우수한 편이나, 가격경쟁력은 중국과 북미 등 경쟁국 인삼들의 협공으로 열세를 면치 못하는 있는 실정임. 그러나, 인삼 중 주국으로써 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.
- 따라서 과학적인 연구의 필요성보다 고려인삼이라는 단일브랜드 제품에 대한 경영(마케팅)구조가 필요한 더욱 절실히 필요한 시점임. 한국인삼공사와 농협을 통한 시장 활동을 경험하였으나 많은 부분에서 불만족스러웠던 것을 상기해야 할 것임.

□ 인삼은 우리 농산물 중에서 지리적표시제도가 가장 필요한 작목임. 고부가가치화를 위한 훌륭한 전략이 기도한 지리적표시제도의 적극적 도입을 검토할 필요가 있음.

- UR 타결 이후 「농어촌구조개선대책 및 농어촌발전대책」의 일환으로 농산물의 품질향상과 대외경쟁력 제고를 위해 농산물 품질인증제도가 도입됨
- 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 전환기유

기재배)로 구분

- 유럽에서는 오래 전부터 널리 알려진 r과 지역적 특성을 가진 농산물 및 그 가공품에 대해 지리적 표시와 원산지명칭 (Appellation of Origin)을 지적소유권 차원에서 등록·보호. 우리나라에서는 지리적표시관리기관을 국립농산물품질관리원으로 지정하고 농산물품질관리원은 지리적특산품의 품질유지와 소비자 보호를 위하여 지리적특산품의 사후관리를 담당.

□ 인삼의 문제는 시장과 상품의 특수성에서 발생하는 문제로서, 생산자 및 관련 단체들의 상호협의를 유도해야만 해결될 수 있으며 우리 농산물 중 상징성, 고부가가치 창출 가능성, 생산지 확대 가능성 등이 가장 높은 대표 농산물이기 때문에 농림부가 적극 문제해결에 개입할 필요성이 있음

□ 인삼산업이 가지고 있는 많은 문제들은 해결하기 위해서는 RFID를 활용한 인삼유통혁신체계를 구축하는 것이 시급함.

- 현재 인삼산업의 유통 구조상 국내에서 거래되는 인삼의 지역적 차별화가 되지 않고 해외 인삼과의 차별화를 위한 원산지 표시도 되지 않고 더 나아가 해외 인삼시장에서 외국삼이 한국산 고려 인삼으로 둔갑함으로써 한국 인삼산업을 더욱 더 위기의 상황으로 처하게 됨.

□ 더 나아가서 인삼의 잔류농약 및 중금속, 년근에 대한 불투명 등 품질에 대한 인증이 이루어지지 않음으로 소비자들로부터 신뢰를 받지 못함.

□ 오늘날은 소비자 주권시대로 이와 같은 여러 가지 인삼 유통 상의 문제점을 해결하지 않으며 소비자들

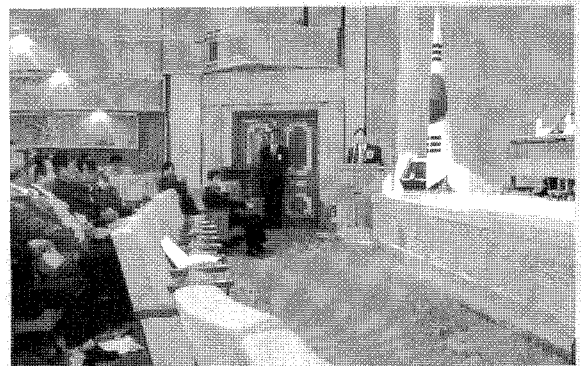


에게 신뢰받지 못함으로 국내 소비 위축과 해외 수출 급감으로 한국 인삼산업의 전체적인 붕괴도 가져올 수 있음.

□ 사실 인삼 소비자들은 인삼에 대한 잔류농약 및 중금속 여부, 년근, 원산지, 지역별 등에 관한 정보를 육안으로 확인하고 구매할 수가 없음. 그러므로 이러한 대안으로 최근 농림부가 10대 추진 사업 중에 하나가 농작작물에 생산이력제, 원산지 표시, 품질인증제도 등 다양한 제도를 도입하려고 함.



□ 해외수출시장에서 국내에서 추적관리가 가능한 시스템을 도입적용함으로써 수출장벽을 해소하며 중국 등의 저품질 저가 공급시장과의 차별화가 가능하며 국내 수입시장에서도 무역마찰을 해소하며 국내 산업을 보호할 수 있음.



□ 이와 더불어 국내외적으로 고가에 거래되고 있는 한국산 고려인삼을 보호하고 육성 발전시키기 위해 유통질서 확립하고 품질관리를 철저히 해야 함. ☉