

김치의 세계화를 위한 지리적 표시제 발전방향

Development direction of geographical indication for globalizing kimchi

민승기 · 조정은 · 서혜영*

Sunggi Min, Jungeun Cho, and Hye-Young Seo*

세계김치연구소

World institute of Kimchi

Abstract

Nowadays kimchi is exported to 80 countries and can be easily found overseas, but the name “Korean Kimchi” has not been protected internationally. Korean kimchi need to be registered as a geographical indication and receive international protection in order to establish its status as the country of origin. With the revision of the Kimchi Industry Promotion Act in 2020, geographical indications were introduced for kimchi and a legal basis was in place to enable the geographical indication as “Korean Kimchi” or “Republic of Korea Kimchi.” Although there are issues remaining between the current system and producers’ associations, we should prioritize the geographical indication as a means

of protecting the country’s agricultural products. In addition, efforts should be made to improve the quality and product value of Korean kimchi so that it is also recognized as a global brand.

key words: kimchi, Korean Kimchi, Republic of Korea Kimchi, geographical indication

서론

최근 김치 종주국, 알몸 배추 절임 등 김치와 관련된 이슈가 언론에 자주 등장하고 있다. 이는 김치가 한국인이 가장 많이 섭취하는 식품인 동시에 다른 음식에서는 볼 수 없는 상징성을 갖고 있기 때문일 것이다. 게다가 김치는 단순 절임채소를 넘어서 독창적

*Corresponding author: Hye-Young Seo, World Institute of Kimchi, Gwangju, 61775, Korea

Tel: +82-62-610-1731

Fax: +82-62-610-1810

E-mail: hyseo@wikim.re.kr

Received October 1, 2021; revised October 21, 2021; accepted October 21, 2021



표 1. 최근 5개년 김치 수출 실적(관세청, 2021)

년도	2017	2018	2019	2020	2021
수량(톤)	24,311	28,197	29,628	39,748	29,058
금액(천 불)	81,393	97,456	104,992	144,511	111,459

※ 2021년 8월 누계 기준

인 방법으로 진보하여 맛 뿐만 아니라 건강에도 유익한 식품이다. 2019년 말부터 전 세계를 공포에 몰아넣은 COVID-19(코로나바이러스감염증-19)로 인해 건강에 대한 관심이 증가되었고 김치가 면역력 증강에 좋은 식품이라는 것이 알려지면서 김치 수요는 국내를 넘어서 해외에서도 증가되었다. 관세청에 따르면 2020년 기준 김치수출액은 1억 4,451만 달러로 전년대비 37.6% 증가된 역대 최대 실적을 기록하였다(표 1).

또한, 수출액 증가보다 더욱 의미 있는 것은 과거 일본에 편중되었던 수출이 80여 개국으로 다변화되었다는 점이다. 수출 증가요인은 K-문화의 확산 뿐 아니라, 채소발효식품이 면역력 향상에 좋은 식품이라는 인식 제고와 정부의 수출정책, 그리고 어려운 사업에도 불구하고 투자를 확대해 온 기업들의 노력이 있었기 때문이다. 앞으로 김치 수출을 더 확대하려면 균일한 품질 유지를 위한 발효조절 기술, 한국김치 우수성 규명 등의 연구가 필요하겠지만(이, 2003), 이러한 과학기술 연구 외에도 대한민국 김치의 원산지 보호를 위한 제도적 장치 마련 역시 한국 김치의 가치를 제고하기 위해 선행되어야 하는 과제이다.

특정 식품의 원산지는 그 식품의 가치에 많은 영향을 미치기 때문에 원산지와 관련된 이슈는 종종 발생하곤 하다. 실례로 2000년 대 미국의 한 유통업체가 순창고추장의 상표를 미리 출원하여 국내 대기업과 오랜 법정소송이 있었고, 2009년 일본의 한 주류업체가 포천막걸리를 일본특허청에 상표 등록하여 국내에서 상표보호에 관한 큰 논란이 된 적도 있었다. 지금도 해외에 가면 현지에서 생산한 농식품에 이천쌀, 영광굴비, 한국김치, 서울김치 등 한국의 지명이 표기되어 판매되는 사례를 어렵지 않게 볼 수 있다.

2020년 한국의 농식품 수출액은 70억 불을 초과하였다. 이제는 해외에서도 손쉽게 찾을 수 있는 우리 농식품이 수출국에서 보호받을 수 있도록 제도적 장치를 마련할 필요가 있다. 현재 시행되고 있는 제도를 살펴보면, 명칭 보호를 위해 상표 출원이라는 제도를 활용할 수 있지만, 특정 명칭이 지명일 경우에는 일반 상표로 등록할 수 없고 지리적 표시라는 제도를 통해서만 상표권과 동등한 지위를 받을 수 있다. 지리적 표시제(Geographical Indication System; GIS)는 상품의 품질, 명성, 특성 등이 근본적으로 해당 지역에서 비롯되는 경우, 지역의 생산품임을 증명하고 표시하는 제도로 특정 지역명이 단순한 출처나 원산지 이상의 가치를 부여하면서 배타적인 권리를 확보할 수 있다. 본 논문에서는 김치 세계화를 위한 지리적 표시제 발전방향에 대해 알아보려고 한다.

본론

1. 지적재산권과 지리적 표시의 등장

지적재산권은 인간의 창조적인 활동과 경험으로 발견된 기술 및 표지에 관한 독점적 소유권이라고 정의할 수 있다. 21세기 들어 국제통상 환경은 지식·정보기반 산업이 주도하는 시대로 전환되었고 한국도 통상국가로서 무역규모가 확대되면서 지적재산권 보호의 필요성이 제기되었다(백, 2007). 전통적인 지적재산권은 보호 각국의 정부와 세계지적재산권기구(World Intellectual Property Organization; WIPO), 국제연합교육과학문화기구(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization; UNESCO)가 담당하다가 세계무역기구(World Trade

Organization; WTO)의 출범으로 협정 안이 마련되게 되었다. WTO 출범 이전의 관세무역일반협정 (General Agreement on Tariffs and Trade; GATT) 체제 하에서는 많은 예외 규정으로 인해 불공정한 무역 행위를 제지하기 어려웠고, 신기술 분야에 새로운 보호가 요구되어 기존의 지적재산권 보호로는 한계에 부딪혔다. 이로 인해 지적재산권 보호를 강화해야 한다는 문제가 다자간 협상 의제에 포함되었고, 1995년 WTO 출범과 함께 무역 관련 지적재산권에 대한 최초의 다자간 규범인 TRIPs (Trade-Related Intellectual Properties) 협정이 탄생한 것이다(고, 2007).

지리적 표시(Geographical Indication; GI)라는 표현이 처음 등장하는 TRIPs 협정 제22조 1항에서 “지리적 표시란 상품의 품질, 명성 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 지리적 근원에서 비롯되는 경우 회원국의 영토 또는 회원국의 지역 또는 지방을 원산지로 하는 상품임을 명시하는 표시”로 정의되어 있다(산림청, 2013).

우리나라도 TRIPs가 발효된 후 지리적 표시 보호를 위한 조항이 상표법, 농수산물품질관리법 등에 추가되었지만, 지리적 표시 보호는 EU(유럽 연합), 미국, 칠레 등 여러 국가들과 FTA(자유무역협정)를 체결하면서 더욱 주목받게 되었다. 특히, 유럽은 농업, 낙농 및 가공품 분야에서 오랜 기간 축적된 역사와 전통을 보유하고 있고, 지리적 명칭을 사용하는 제품이 세계적인 명성을 얻고 있어 지리적 표시 보호에 매우 적극적이다. 이에 EU와의 FTA 체결 당시 한국 64개, EU 162개의 지리적 표시 상표를 서로 보호해 주기로 구체적인 약정까지 맺었다(최, 2010). 식량자원 무기화라는 용어가 빈번히 사용되는 시대에 세계 각국은 자국의 농축수산물 보호에 민감하고 더욱이 고부가가치를 가진 지리적 표시를 부착한 제품은 그 보호에 더 적극적일 수밖에 없다(육, 2014).

2. 지리적 표시제도 개념과 필요성

우리는 샴페인(Champagne)이라는 말을 들을 때

프랑스의 지역보다는 ‘거품이 나는 포도주’를 생각하고 꼬냑(Cognac)은 ‘떡갈나무 통에서 숙성된 브랜드’로, 테킬라(Tequilla)도 멕시코의 한 도시보다는 ‘선인장으로부터 증류된 술’을 연상하게 된다. 샴페인, 꼬냑, 테킬라가 특정 장소를 가리키는 지리적 명칭이 아닌 특정한 성질과 품질을 가진 상품으로 인식된다는 것이다. 이는 지리적 표시가 상업적 자산으로 평가될 수 있다는 것이고 이러한 이유로 지리적 표시 상품들이 자주 도용 및 위조되어 국제적인 차원에서 보호를 요구하고 있다(문, 1999).

지리적 표시는 크게 2가지 개념으로 나뉜다. 첫째는 출처 표시(Indication of Source)로 상품이나 서비스가 특정의 국가, 지역에서 생산되었음을 알리는 표시를 말한다. 둘째는 원산지 표시(Appellation of Origin)이며, 이는 생산된 제품의 특징적인 품질이 생산지의 지리적 환경에 밀접한 영향을 받는 경우 그 생산지의 지리적 명칭을 의미한다. 이렇듯 지리적 표시는 명성, 품질과 기타 특징이 본질적으로 특정 지역의 지리적인 특성에 기인할 때, 해당되는 농산물 또는 가공품을 표현하기 위하여 사용한다.

보르도 포도주나 코냑 뿐 아니라 스카치위스키, 파마산 치즈 등도 대표적인 지리적 표시제 상품이다. 우리나라를 포함한 많은 국가들이 자국의 지역 특산품을 보호·육성하기 위해 지리적 표시 제도를 시행하고 있다. 지리적 표시제를 도입하는 이유는 특정 농식품이 그 지역의 자연환경(유전인자)으로 인해 다른 지역 생산품과는 품질 또는 특성에 차이가 있다는 것이고, 그 차이를 입증하면 지리적 표시 상품이 되어 명칭에 대한 독점적인 소유권을 확보할 수 있기 때문이다. 무역 자유화, 세계화 추세로 인해 지리적 표시제는 각 국가의 역사적 음식·문화를 보호하려는 목적과 이를 통한 민족 또는 국가적 정체성을 보호하려는 관념까지 작용되어 다자간 무역협상, 국가 간 자유무역협정 등에서 크게 강조되고 있다(김, 2009).

지리적 표시 보호의 필요성은 생산자 보호 및 부정경쟁의 방지, 그리고 지역문화 보호라는 측면에서 설명할 수 있다. 소비자가 제품을 선택할 때 외관이나 형태가 유사하면 제품 사이의 특성이나 품질의 차이

를 구분하기 어렵다. 이러한 점에서 소비자는 지리적 표시의 도움을 받아 품질의 차이를 파악하고 합리적인 선택을 할 수 있다. 또한 자신의 제품을 다른 제품과 차별화한다는 점에서 지리적 표시 보호는 생산자에게도 유익하다(김, 2009). 전통적으로 농산물과 같은 1차 상품은 브랜드의 힘은 미약하지만 지리적 표시제를 통해 생산자는 자신의 상품을 각인시킬 수 있는 새로운 수단이 생긴 것이다. 특히 개별 브랜드를 홍보하고 싶지만 많은 투자를 감당하기 어려운 소규모 생산자에게는 지리적 표시가 매우 유용한 전략이 될 수 있다. 즉 생산자는 지리적 표시를 통하여 제품에 긍정적인 이미지를 만들어 판매를 증진시키고 품질과 특성 정보 외에 심미적인 기능을 부여하여 가격 프리미엄도 설정할 수 있게 된다(백, 2007). 또한, 박 등의 연구(2019)에 따르면 한국김치에 지리적 표시를 하면 일본과 대만 소비자는 7.8%와 25.1%의 비용을 추가 지불한다고 하였고, 지리적 표시로 김치 무역수지가 1,174-1,863만 불이 개선될 것이라고 예측한 바 있다.

3. 지리적 표시제도 동향

과거에는 지리적 표시를 보호하는 공통 기준이 없이 각 나라별로 다양한 기준이 있었으며, 국가 내에서도 여러 형태가 병존하고 있어 상호 혼동과 충돌 가능성이 존재하였다.

FTA 상의 지적재산권 보호 규정은 기본적으로 TRIPs 협정을 근간으로 이에 추가적인 보호를 인정하는 방식이다. 우리나라는 현재 57개국 17건의 FTA를 체결하였고, 안정적인 해외시장 구축과 무역 경쟁력 강화를 위해 노력하고 있다. 자유무역 체제에서 우리나라 상품의 지리적 표시 보호도 각국의 요구에 맞서 전략적으로 대응하고 우리의 국익을 확보하는 관점에서 해결책을 찾아야 할 것이다.

지리적 표시는 WTO/TRIPs 협정 체결로 범국가적으로 보호되기 시작된 신지식재산권으로서, 각 국가별로 산업구조나 상품특성에 따라 보호대상, 보호방법, 보호절차 등의 형태가 상당한 차이를 보인다. 이

를 크게 구분하면 나라 별로 별도의 등록·승인제도를 보유한 경우, 상표법상의 인증상표 또는 단체상표로 보호하는 경우, 그리고 지리적 표시 보호관련 제도 이외의 일반법령으로 지리적 표시를 보호하는 경우로 대별할 수 있다(표 2). 다만 오늘날 많은 국가는 위의 어느 한 가지 방법으로 지리적 표시를 보호하기 보다는 여러 유형의 제도를 복합적으로 운영하고 있다(표 3). 우리나라도 상표법을 통한 지리적 표시 단체표장 제도와 농수산물품질관리법 등 특별법을 통한 지리적 표시 등록 제도를 병행하여 운용한다(고, 2011).

오랜 기간 지리적 표시 보호 문제는 프랑스, 이탈리아 중심의 구대륙과 미국, 호주 중심의 신대륙 국가 사이에 뚜렷한 입장차이가 있었고 합의점을 찾기 어려웠다. TRIPs 협정이 지리적 표시와 관련한 이들 진영 간의 합의였지만, 유럽 국가들은 계속해서 만족하지 못하고 지리적 표시에 대한 강한 보호를 요구하고 있어 지리적 표시 보호제도에 대한 논의는 아직도 진행 중이다. EU는 지리적 표시의 국제적 명성과 공적인 보호를 강화하기 위해 노력해 온 반면, 미국은 자유 시장 확대에 초점을 맞추고 있다. 우선, 지리적 표시제도 가운데 가장 대표적인 EU(유럽연합)와 미국의 보호형태를 알아본다.

(1) EU(유럽연합)

1992년 유럽연합은 명칭 및 원산지 보호에 대한 많은 상이한 법제를 하나로 통합하는 제도를 구축하였다. 전통과 문화적 노하우를 포함하는 접근방법으로 발전해 왔으며 지리적 표시는 이제 유럽연합의 공식적인 농업 정책의 일부분이 되었다. 유럽의 지리적 표시는 크게 원산지 명칭보호(Protected Designation of Origin; PDO)와 지리적명칭보호(Protected Geographical Indication; PGI) 제도로 구분된다. PDO는 제품의 생산부터 가공까지 일련의 과정이 해당 지리적 영역에서 행해져야 반면, PGI는 해당 지리적 영역에서 제품의 생산, 가공 또는 준비 중 한 단계만이라도 규정된 지역에서 이루어지면 지리적 표시 등록이 가능하다(표 4). 이처럼 PGI는 PDO에 비하여 지리적 영역의

표 2. 각국의 지리적 표시 보호제도의 구분(산림청, 2013)

구분	국가	
별도의 등록·승인 제도를 가진 국가	별도기관등록	EU, 프랑스, 이태리, 스페인, 한국, 호주(주류만 등록), 뉴질랜드
	특허청 등록	헝가리, 체코, 슬로바키아, 터키, 루마니아, 불가리아
상표법상의 인증상표 또는 단체상표로 보호하는 국가	미국, 영국, 캐나다, 독일, 호주, 덴마크 등	
기타 일반법령에 의해 보호하는 국가 (부정경쟁방지법, 소비자보호법 등)	영국, 독일, 프랑스, 미국, 네덜란드, 스웨덴, 프랑스, 스페인, EU, 뉴질랜드, 일본, 한국, 오스트리아 등 다수 국가	

표 3. 국내외 지리적 표시 사례

한국	유럽연합(EU)	미국
 <p>농림축산식품부</p>	 <p>▲안동찜닭 등록상표(제44-179호)</p>	 <p>THE FLORIDA SUNSHINE TREE</p>
농림축산식품부	특허청	유럽연합집행위원회
		특허청

특성을 덜 구체화 하는 대신, 그 명성에 좀 더 기초할 수 있도록 하여 지리적 표시 등록이 상대적으로 용이한 제도이다(산림청, 2013).

(2) 미국

미국의 지리적 표시는 상표등록 시스템을 통해 표장의 형태로 보호하고 있고 지리적 표시가 등록되어 이해관계를 가진 자는 누구든지 이의심판 또는 취소 심판을 청구할 수 있다. 미국은 상표, 증명표장, 단체 표장의 형태로 보호하고 있는데 이는 이미 해당 상품을 이용하고 있는 소비자들에게 익숙한 제도를 활용하기 위함이다. 이에 따라 지리적 표시는 지명을 표시하는 단어만으로 구성된 경우 슬로건, 디자인, 색채까지도 보호가 가능하다(백, 2007).

① 증명표장: 1) 일정지역 또는 원산지 2) 재료, 생산방법 등을 포함한 상품 또는 서비스의 특징 3) 일정 단체나 구성원에 의해 해당 상품 또는 서비스가 만들



어지거나 제공되었음을 증명하기 위한 상표이다. 증명표장권자보다는 제3자에 의한 사용이 목적인 증명표장은 보통 정부기관 또는 지리적영역의 제조업자를 대표하는 생산자 단체에 의해 주로 소유된다.

② 단체표장: 단체상표 또는 단체서비스표와 단체회원상태가 있다. 단체상표 또는 단체서비스표는 회원들의 상품 및 서비스를 비회원의 것들과 식별하기 위한 상표이다. 이에 반해 단체회원상표는 단체, 협회, 기구와 같은 조직의 회원임을 증명하는 목적으로 만들어진 표장이며 기능은 표장을 사용한 사용자가 단체의 회원임을 표시하는 것이다. 또한, 지리적 표시는 일반상표의 등록요건 즉, 기술적인 표장이 아니고 소비자들로 하여금 상품의 원산지를 혼동시킬 염려가 없으면 일반상표로도 보호가 가능하다.

미국은 유럽과는 달리 역사와 전통에 상대적으로 적은 무게를 두고 있으며, 법적 필요조건에 부합하는 내·외국의 출원자에게도 동일하게 적용된다. 미국에서 지리적 표시는 주로 회사나 생산자들의 경쟁력을



표 4. EU(유럽연합) 지리적 표시제도(유, 2007)

구분	심볼	조건
원산지보호제 (PDO)		해당상품의 품질이나 특징이 전적으로 원산지의 지리적 환경에서 기인되어야 하며, 원재료의 생산과 가공, 최종 상품의 완성단계에 모든 과정이 원산지 지역에서 이뤄져야 함
지리적표시 보호제 (PGI)		원산지 지역과 상품간의 연계성이 있어야 하지만, 전적으로 원산지와 관계가 있을 필요는 없고 생산과정 중 한 단계만 지정된 지역에서 이루어져도 됨

높이는 수단으로 활용되며 대표적인 표시는 플로리다 오렌지, 워싱턴주 사과, 나파 와인, 비달리아 양파 및 아이다호 감자가 있다(산림청, 2013).

4. 한국의 지리적 표시제도

한국은 농수산물 품질관리법으로 지리적 표시 보호를 규정하는 외에 별도로 상표법에서 지리적 표시 단체표장제도를 도입하여 그 명칭을 보호하고 있다(표 5). 이는 WIPO/TRIPs 협상의 지리적 표시 보호에 충실한 제도를 도입하되, 금지청구권이나 손해배상청구권 등 보다 강력한 법적 보호를 원하는 지리적 표시 해당 상품을 생산자 단체 등의 기대에 부응하면서 동시에 지리적 표시 보호와 관련된 국제협상에 보다 능동적으로 대처하기 위함이다(고, 2007). 양 제도를 일원화해야 한다는 필요성도 제기된 바 있지만, 각 제도의 보호목적, 보호내용, 보호방법, 보호효과 등의 차이가 커서 실현 가능성은 낮다고 판단된다. 대신 양 제도에서 권리가 충돌하는 문제를 최소화하도록 해야 하며, 경제적, 문화적 효과가 극대화되도록 정책을 보완하는 것이 바람직할 것으로 생각된다(특허청, 2011).

2004년 발효된 한·칠레 FTA는 우리나라가 체결한 최초의 FTA이다. 한·칠레 FTA에는 제5부 16장에서 지적재산권이라는 제목에 6개의 조문을 두고 있으며 이중 지리적 표시보호는 제16.4조에서 다루고

있다. 부속서에는 두 나라가 지리적 표시로 보호를 원하는 명칭들이 기재되어 있으며, 한국은 한국인삼(Korean Ginseng), 한국김치(Korean Kimchi), 보성(차의 경우, Boseong)의 보호를 요구한 반면, 칠레는 피스코(포도주와 증류주의 경우), 파하레테, 비노아솔이에도 등을 요구하였다.

실제로 보성녹차와 고려인삼은 각각 2002년, 2006년에 지리적 표시제품으로 등록되었지만 한국김치는 아직 등록되지 못하고 있다. 이에, 한국김치 지리적 표시 도입에 따른 쟁점과 해결방안에 대해 알아본다.

5. 한국김치 지리적 표시제 도입에 따른 쟁점과 해결방안 검토

김치는 한국을 대표하는 식품으로 해외에서 인지도가 많이 향상되었지만, 한국김치(명칭)에 대한 권리는 아직 보호받지 못하고 있어 국제적 권리 보호를 위한 대책 마련이 시급하다.

WTO/TRIPs 협정에 따르면 원산지 국가에서 보호받지 못하는 지리적 표시는 국제적으로도 보호받을 수 없도록 규정되어 먼저 원산지국에서 등록이 되어야 한다. 2020년 2월 김치산업진흥법이 개정되면서 한국김치 또는 대한민국 김치로 지리적 표시가 가능하도록 법적 근거는 마련되었지만, 여러 쟁점으로 인해 한국김치의 지리적 표시는 등록되지 못하고 있다.

표 5. 한국 지리적 표시제도 비교(한국농촌경제연구원, 2011)

구분	지리적 표시 단체표장	지리적 표시 등록
근거 법률	상표법(2004년 도입)	농수산물 품질관리법(1999년 도입)
신청자격	지리적 표시를 사용할 수 있는 상품을 업으로 생산 또는 가공하는 자만으로 구성된 법인	지리적 대상 품목을 생산, 가공하는 생산자단체 또는 가공업자로 구성된 법인(단체)
등록대상	제한 없음(모든 상품)	농수산물 및 가공품
심의기관	특허청(심사관 1인)	국립농산물품질관리원, 국립수산물품질관리원 (지리적표시등록심의회)
등록절차	출원 → 심사 → 출원공고 → 이의신청 → 등록결정	신청 → 지리적표시등록심의회 현장조사 → 신청공고 → 이의신청 → 지리적표시심의회 심사 → 등록공고
등록요건	<ul style="list-style-type: none"> - (상품의 특성) 해당지역에서 생산·제조 또는 가공된 상품이 타 지역의 상품과 차별되는 품질·명칭 등의 존재 - (지리적 환경과 상품 특성간의 연관성) 자연적·인적 요소 등 지리적 환경 중 어느 하나와 상품 특성간의 연관관계 입증 	<ul style="list-style-type: none"> - (상품의 특성) 해당지역에서 생산·제조 및 가공된 상품이 국내·외에서 널리 알려져 있는지 여부 - (지리적 특성) 해당 품목의 명칭·품질 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 특정지역의 생산 환경적 요인이나 인적 요인에 기인하는지 여부
등록효과	<ul style="list-style-type: none"> - 지적재산권으로 독점배타권 행사가능 - 10년(갱신 가능) 	<ul style="list-style-type: none"> - 지리적 표시 배타적 사용가능 - 항구적
사후관리	<ul style="list-style-type: none"> - 사후관리 소홀시 제3자의 심판청구에 의한 등록 취소 가능 - 행정청에 의한 직권 등록 취소규정 없음 	<ul style="list-style-type: none"> - 사후관리 소홀시 제3자의 심판청구에 의한 등록 취소 가능 - 행정청에 의한 직권 등록 취소규정 가능

현재 당면한 가장 큰 쟁점은 김치 원재료의 생산지 문제이다. 국내 지리적 표시(농수산물 품질관리법)는 기본적으로 PDO, 즉 원산지 보호제를 채택하고 있어 원재료의 생산과 가공, 최종 상품의 완성단계에 걸친 모든 과정이 원산지 지역에서 이뤄져야 한다. 하지만 일부 수출업체에서는 많은 원료가 사용되는 김치에 모든 원료를 해당 지역에서 조달하는 것이 가격 경쟁력을 낮추기 때문에 기준을 완화해야 한다는 입장이다. 반면, 지리적표시제의 취지를 고려할 때, 대한민국 김치로 지리적 표시를 보호받기 위해서는 모든 원료를 국내산만 인정해야 한다는 목소리도 높다. 김치에서 비롯된 쟁점이지만 국내 지리적 표시(농수산물 품질관리법) 상품 110개 중 가공식품이 거의 없다는 점을 생각해 보면 이는 좀 더 많은 고민과 검토가 필요한 사안이다.

앞서 기술한대로 한국의 지리적 표시는 상표법과 농수산물 품질관리법으로 이원화되어 있고, 농수

산물 품질관리법의 지리적 표시 제도는 유럽연합의 PDO와 동일하게 원료, 생산, 가공이 모두 그 지역에서 이뤄져야 한다. 일례로 부산금정산성 막걸리의 경우, 전통누룩이 첨가되어 맛이 시큼한 것이 특징인 부산의 대표 막걸리 중 하나이다. 이 제품은 500여 년의 전통으로 독자적 방식으로 제조되었고 양조장에서 술을 만들어 팔지 못하게 된 시절에도 단속 중에 누룩이 발견된 집이 누구의 집인지 구분하지 못하게 문패도 달지 않았다는 일화가 있을 정도로 누룩을 유지하려는 눈물겨운 역사도 지니고 있다. 하지만, 원재료인 쌀을 부산이 아닌 다른 지역에서 공급받기 때문에 농수산물 품질관리법에 따른 지리적 표시(PDO)는 받을 수 없었고 상표법에 따른 지리적 표시(PGI)를 받았다.

우리나라는 좁은 국토 면적과 뚜렷한 사계절로 특정지역에서 원료를 연중 수급하기 어려운 여건이다. 모든 가공품의 원료를 그 지역에서 확보하지 못하면,

유럽의 지리적표시보호(PGI)에 해당될 수밖에 없는 데, 국내 지리적 표시(농수산물 품질관리법)는 제도적으로 원산지명칭보호(PDO)만 인정하기 때문에 가공품에는 지리적 표시가 어렵다(천, 2016). 일각에서는 수출김치에 유럽의 PGI 제도처럼 완화된 지리적표시 인증을 적용하고, 한국 전통김치로서의 고품격 프리미엄 제품을 강조하고 싶다면 전통식품인증을 받는 방안을 제안하지만 이는 현행 지리적 표시 제도에서는 불가하다. 해결방안으로 지리적 표시제도를 EU와 같이 PDO, PGI로 재정립하자는 의견도 있지만, 현재 지리적 표시제도는 각각 입법취지가 다르다는 점과 소비자 선택의 자유를 훼손할 우려가 있고 양 제도의 특징점을 상실할 수 있다는 문제도 있다. 대안으로 현재 농수산물 품질관리법상의 지리적표시가 유럽의 PDO 개념에 해당한다면, 상표법상의 지리적표시를 PGI 개념으로 활용할 수는 있을 것이다(박, 2021).

지리적 표시는 국가마다 조금씩 다른 형태로 시행되지만, 큰 틀에서 보면 명칭을 보호한다는 점과 자국의 농식품을 보호하는 수단으로 활용된다는 것이 공통점이다. EU는 현재 포도, 치즈 등 600여 개의 지리적 표시품목으로 연간 20조 원의 가치를 창출하고 있으며, 중국, 일본 등도 최근 지리적 표시품목을 확대하여 특산물을 보호하려는 노력을 기울이고 있다. 한국김치를 비롯한 우리의 특산물도 국내에서 먼저 지리적 표시를 등록하고 해외에서도 명칭이 보호받을 수 있는 법적인 권리를 확보해야 한다(농식품수출정보, 2008). 또한, 지리적 표시 제품의 품질과 가치를 향상시켜 세계적인 브랜드로서 육성되도록 홍보하는 노력도 병행되어야 할 것이다.

요약

현재 한국김치는 80여 개국에 수출되어 해외에서 쉽게 찾아볼 수 있는 식품이 되었지만 “한국김치”라는 명칭은 아직 국제적으로 보호받지 못하고 있다. 김치 뿐 아니라 연간 70억 불을 수출하는 한국의 농식품도 이제는 해외에서 보호받을 수 있는 제도적 장치를 마련해야 한다. 2020년 김치산업진흥법이 개정

되면서 “한국김치”의 지리적 표시를 할 수 있는 법적 근거가 마련되었다. 현행 제도와 생산자 단체 간의 쟁점은 있지만, 지리적 표시가 자국의 농산물과 산업 보호의 수단으로 활용된다는 기본 취지에 우선하여 한국김치가 국내뿐 아니라 수출국에서 보호받을 수 있도록 법적인 권리를 조속히 마련해야 할 것이다.

References

- 고용부. 지리적 표시제도의 의의 및 보호체제 연구. 한국항만경제지학지, 23(3): 165-184 (2007)
- 관세청. 수출입통계. 2021 품목별 수출입실적. available from <https://unipass.customs.go.kr/ets>. Accessed Sep. 19. 2021
- 김지영. 지리적 표시 보호에 관한 연구. 지식재산연구. 4(1):1-25 (2009)
- 농식품수출정보(Kati). 해외시장동향. 2008 미국, 지리적 표시제 관련 상황과 대책. available from: https://www.kati.net/board/exportNewsView.do?board_seq=33987&menu_dept2=35&menu_dept3=71&dateSearch Accessed Sep. 19. 2021
- 농촌경제연구원. 지역특화산업 육성을 위한 지리적표시제도의 운영실태와 발전방향. 연구보고서 R652(2011)
- 문삼섭. WTO/TRIPs 협정상 지리적 표시 보호 규정. 주류산업 19(1): 51-61(1999)
- 박기환, 서홍석, 신성철. 김치 지리적표시제 도입에 대한 주요 수출 시장 소비자 의향 및 효과분석. 한국식생활문화학회지. 34(2): 168-175 (2019)
- 박현군. 한국김치 세계화하는 지리적 표시제. 식품외식경제. Available from: <https://www.foodbank.co.kr/news/articleView.html?idxno=61850>. Accessed (2021)
- 산림청. 지역특화 품목 발굴 및 지리적 표시 등록제 활성화 방안 연구. 정책연구용역보고서 (2013)
- 백종래. 교역활성화를 위한 지리적 표시 활용방안에 관한 연구. 박사학위논문. 강원대학교 대학원, 춘천, 강원도, 대한민국 (2007)
- 유찬희. EU, 농산물품질정책과 지리적표시제 개요. 세계농업. 81: 8-26 (2007)
- 육소영. FTA 지리적 표시와 국내 이행에 관한 법제연구. FTA 법제지원연구(II) (2014)
- 이진혁. 전통식품 김치를 세계인의 식품으로. 식품과학과 산업. 41(3): 23-27 (2003)
- 천진영. 절름밭이식 국내 지리적 표시제 “유명무실”. 식품음료신문. Available form: <https://www.thinkfood.co.kr/news/articleView.html?idxno=69797>. Accessed
- 최현철. Special Knowledge <171> 지리적 표시제. Available form: <https://www.joongang.co.kr/article/4259016#home> (2010)
- 특허청. 국내 지리적 표시제도의 통합화 방안 연구. 정책용역연구보고서 (2011)