연구보고 R652 | 2011. 11.

지역특화산업 육성을 위한 지리적표시제도의 운영실태와 발전방안

이 동 필 선임연구위원
최 경 환 연 구 위 원
홍 준 표 부 연 구 위 원

한국농촌경제연구원

연구 담당

이 동 필	선임연구위원	제1장, 제2장, 제6장 집필
최 경 환	연 구 위 원	제3장, 제4장, 제7장 집필
홍 준 표	부 연 구 위 원	제5장 집필

머 리 말

우리나라가 1999년 지리적표시제도를 도입하고 2002년 처음 지리적표시 등록을 시작한 이후 2011년 5월 현재 123개가 등록되어 있다. 양적으로만 보면 괄목할 만한 성과라고 할 수 있다. 또한 2005년부터는 상표법에 의한 지리적표시 단체표장제도도 도입되어 유사한 목적의 제도가 동시에 시행되고 있다. 그러나 양 제도의 시행이 지역특화산업 활성화에 얼마나 기여했는지는 파악되지 않았다. 오히려 양 제도의 중복 시행으로 시간과 비용이 늘어나고, 혼란을 초래하는 등 비효율적이라는 비판이 제기되기도 한다. 이러한 문제 제기는 그동안 지리적표시제도 전반에 대한 실태 파악과 그에 대한 적절한 조치가 이루어지지 않았기 때문이라고 판단된다.

이 연구의 목적은 지난 10여 년간 지리적표시제가 어떻게 등록·운영되었는지를 파악하고, 실효성 있는 제도로 발전하기 위한 개선 방안을 모색하는 것이다. 특히 지리적표시제의 운영 실태를 전면적으로 파악하였다는 데 이 연구의 또 다른 의의를 찾을 수 있다.

2011년 5월 현재 등록된 123개 품목 전체를 조사 대상으로 하였으나, 52개 품목에 대해서만 조사가 가능하였다. 이 자체가 지리적표시제 운영이 활발하지 않음을 보여주는 단적인 예라고 할 수 있다. 아무튼 이 연구 결과가 지리적표시제를 지역특화산업의 활성화에 기여할 수 있는 제도로 정착·발전시키는 데 기초자료로 활용되기를 기대한다.

끝으로 이 연구를 수행하는 과정에서 관련 자료의 제공 및 전문적인 의견 개진을 통해 적극적으로 협조한 농림수산식품부, 국립농산물품질관리원, 농림수산검역검사본부, 산림청 및 특허청 관계자들에게 감사드린다. 아울러 바쁜 가운데에서도 설문조사 및 심층조사에 성심껏 협조해준 지리적표시 등록단체 실무 책임자 및 소비자 여러분께도 감사드린다.

2011. 11.

한국농촌경제연구원장 **이 동 필**

요 약

우리나라는 1999년 지리적표시제도를 도입하고 2002년 보성녹차가 처음으로 등록한 이래 2011년 5월 현재 123개의 지역특산 농산물과 그 가공품이 등록되어 양적으로는 괄목할 만한 성장을 거둔 것을 부인하기 어렵다. 또한 2005년부터는 상표법에 의한 지리적표시 단체표장제도도 시행되고 있다. 유사한 목적의 제도가 이중으로 실시되고 있는 것이다.

이 연구의 목적은 우리나라 지리적표시제도의 운영 실태와 문제점을 살펴보고, 이 제도의 실효성과 효율성을 제고하는 방안을 모색하는 것이다.

지리적표시 활용 실태를 파악하기 위하여 등록단체를 대상으로 우편설문조사와 심층사례조사를 실시하였다. 조사 결과를 보면, 해당 지방자치단체가 생산자단체와 함께 지리적표시 등록을 추진하고 있으나 전반적으로 당초 취지대로 활용되지 못하고 있는 것으로 나타났다. 활용되지 않는 주된 이유는 지리적표시의 효과는 가시적으로 나타나지 않는 반면, 이를 활용하기 위해서는 시간과 비용이 추가로 소요되기 때문이다. 지리적표시가 성과를 나타내기 위해서는 소비자들이 지리적표시를 이해할 수 있도록 적절한 홍보가 필요하다는 것이 등록단체들의 주장이다. 한편, 지리적표시의 명성을 유지하기 위하여 자체 품질관리가 중요하지만, 관련 전문인력과 장비가 절대적으로 부족한 것이 가장 큰 애로사항으로 제기되었다. 이러한 상황에서도 각 지자체에서는 실적을 올리기 위해 경쟁적으로 지리적표시와 지리적표시 단체표장을 병행 등록하는 것이 최근의 추세이다.

소비자에 대한 홍보의 필요성은 소비자 조사 결과에서도 확인할 수 있다. 전체 응답자 중 15% 정도만이 지리적표시제도에 대해 알고 있다라고 응답하여 소비자의 인지도가 상당히 낮은 것으로 나타났다. 또한, 지리적표시제도가 원래의 취지대로 잘 운영되기 위해서는 대국민 홍보(39.1%) 및 철저한 사후관리(26.1%)가 필요하다는 것이 소비자들의 의견이다.

따라서 앞으로 지리적표시보호제도가 실효성 있는 제도로 발전하기 위해서는 (1) 현행 지리적표시 등록 품목의 재정비, (2) 향후 지리적표시 등

록대상 선정 신중, (3) 지리적표시 등록품에 대한 철저한 품질관리 및 사후관리 지원, (4) 지리적표시에 대한 생산자 교육 및 소비자 홍보 강화, (5) 지리적표시제도와 지역특화산업 육성 관련 정책의 연계 강화, 그리고 (6) 지리적표시제도와 지리적표시 단체표장제도의 재정비 등이 필요하다고 판단된다.

ABSTRACT

A Study on the Geographical Indication System for Promotion of Regional Industries

A geographical indication (GI) system was introduced to Korea in 1999 and Bo-Seong Green Tea was first registered with this system in 2002. Since then, the volume of GI-registered agricultural goods in Korea has increased tremendously, leading to one hundred twenty three products by May 2011. Additionally, a GI collective mark system was introduced in 2005. Currently, the two systems have similar characteristics and are used side by side.

This study seeks to examine the realities and issues of operating the Korean geographical indication system. The final purpose of this study is to find a way to improve the effectiveness and efficiency of the system.

In order to examine how the geographical indication system is used, we performed intensive surveys and case studies of the organizations that were in charge of the registration. According to the results of surveys and case studies, local governments and producer organizations had together played leading roles in the registration of the geographical indication. However, once the registration was completed, the system did not work properly. The reason for this inadequate operation is twofold. While the effect of the geographical indication appears with a time lag, the system requires additional time and cost to be active. The producer organizations that registered their agricultural products with the geographical indication insist that more exposure of their products to consumers through the media such as TV or newspapers can yield a distinctive performance of the geographical indication system. In the meantime, appropriate management of product quality and a plenty number of personnel can guarantee the reputation of GI-registered products. However, each local government tries to register its agricultural products with both the geographical indication sys-

tem and the GI collective mark system to achieve superficial outcomes. A survey on consumer recognition of the geographical indication confirms the need to promote it to consumers. Only fifteen percent of consumer respondents recognized the geographical indication, which leads to the conclusion that consumer recognition is very low. Consumer opinions are that more consumer promotion (39.1%) and strict management of product quality (26.1%) are required for the geographical indication to be a useful system.

The solutions for making the GI system effective can be summarized as follows: (1) reorganization of the current GI-registered products, (2) cautious selection of future GI-registered products, (3) exhaustive quality control and post-management of GI-registered products, (4) reinforcement of connection between the geographical indication and support policies for competitive regional industries, and (5) reorganization of the geographical indication system and the GI collective mark system.

Researchers: Dong-Phil Lee, Kyeong-Hwan Choi, Junpyo Hong
E-mail address: ldphil@krei.re.kr, kyeong@krei.re.kr, jhong@krei.re.kr

차 례

제1장 서론

1. 연구 배경 ····· 1
2. 연구 목적 ····· 3
3. 연구 내용 ····· 4
4. 연구 범위 및 방법 ····· 4
5. 선행연구 검토 ····· 7

제2장 지리적표시에 대한 이론적 검토

1. 지적재산권으로서의 지리적표시보호제도의 성립 ····· 13
2. 지리적표시의 성격과 개념 구분 ····· 15
3. 지리적표시의 기능과 역할 ····· 17
4. 지리적표시제도와 유사 제도와의 비교 ····· 19

제3장 지리적표시 등록 실태와 과제

1. 우리나라의 지리적표시제 도입 ····· 23
2. 지리적표시 등록 실태 ····· 25
3. 지리적표시의 등록 절차와 사후관리제도 ····· 27
4. 지리적표시보호제도의 문제점 ····· 33

제4장 지리적표시의 추진 실태 분석

1. 등록단체 조사 개요 ····· 37
2. 지리적표시제 등록 실태 ····· 39
3. 지리적표시제 운영 실태 ····· 47
4. 지리적표시제 성과 부문 ····· 57

제5장 지리적표시제도에 대한 소비자 반응 분석

1. 소비자 조사 ····· 63
2. 농특산물 구매 의사 결정 ····· 65
3. 지리적표시제도에 대한 인식 및 이해도 ····· 67
4. 지리적표시제 등록 농특산품의 브랜드 자산 측정 ····· 73
5. 시사점 ····· 83

제6장 지리적표시제도의 발전 방향과 정책과제

1. 지리적표시제도의 성과 확산을 위한 기본방향 ····· 85
2. 지리적표시제도의 발전을 위한 정책과제 ····· 89

제7장 요약 및 결론

1. 요약 ····· 103
2. 결론 ····· 109

부록 1. 외국의 지리적표시제도 ····· 111
부록 2. 지리적표시에 대한 등록단체 조사표 ····· 125
부록 3. 지리적표시에 대한 소비자 조사표 ····· 140

부표 1. 연도별 지리적표시제 등록 현황 ····· 148
부표 2. 특허청에 등록된 지리적표시 단체표장 등록 현황 ····· 149
부표 3. 품목별 지리적표시 등록 현황 ····· 150
부표 4. 연도별·지역별·부문별 지리적표시 등록 ····· 152
부표 5. 등록단체 심층 사례조사 개요 ····· 153
부표 6. 심층 사례 조사 등록단체별 특기사항 ····· 159
부표 7. 지리적표시 등록품목 비교(사과) ····· 160
부표 8. 지리적표시 등록품목 비교(한우) ····· 162
부표 9. 지리적표시 등록품목 비교(곶감) ····· 164

부표 10. 지리적적표시 등록품목 비교(미역) ····· 165

부도 1. 지역별 사과의 월별 경매가격 변화(2006.3~2010.9) ····· 166
부도 2. 지역별 사과의 2010년 월별 경매가격 변화 ····· 166

참고 문헌 ····· 167

표 차례

제1장

표 1- 1. 지리적표시 운영 실태 및 성과 파악 조사 개요 ····· 5

제3장

표 3- 1. 지리적표시제도와 지리적표시 단체표장제도의 차이점 ····· 24
표 3- 2. 연도별 지리적표시 등록 실태 ····· 25
표 3- 3. 시·도 및 연도별 지리적표시 등록 실태 ····· 26
표 3- 4. 지리적표시 제품의 기관별 중복 등록 현황 ····· 27
표 3- 5. 지리적표시제도와 지리적표시 단체표장제도의 등록과 관리 ··· 28
표 3- 6. 등록과정에서의 두 제도의 차이 ····· 30
표 3- 7. 사후관리 과정에서의 두 제도의 차이 ····· 32

제4장

표 4- 1. 지역별 및 부문별 조사 응답 등록단체 분포 ····· 38
표 4- 2. 심층사례조사 대상 품목 ····· 38
표 4- 3. 지리적표시 등록 추진 주체 ····· 40
표 4- 4. 지리적표시제 등록 신청 시 구비서류 ····· 41
표 4- 5. 지리적표시 등록 과정에서 어려웠던 점 ····· 41
표 4- 6. 지리적표시 등록 추진 자료 준비 ····· 43
표 4- 7. 지리적표시 등록 소요 비용 조달 방법 ····· 43
표 4- 8. 지리적표시 등록쌀의 품질 특성 비교 ····· 44
표 4- 9. 지리적표시 단체표장 등록 여부 ····· 45
표 4-10. 지리적표시 단체표장 등록 이유 ····· 46
표 4-11. 지리적표시 등록단체의 부문별 활동 상황 ····· 48
표 4-12. 지리적표시 등록품의 연간 품질 관리 비용 ····· 49
표 4-13. 지리적표시 등록품의 생산단계별 품질관리 정도 ····· 50

표 4-14. 지리적표시 등록품의 품질관리 중 가장 어려운 점 ····· 51
표 4-15. 지리적표시 등록품의 품질관리가 어려운 이유 ····· 51
표 4-16. 지리적표시제도 관리·운영상 애로사항 ····· 53
표 4-17. 지리적표시 등록 품목의 유통 경로 ····· 54
표 4-18. 횡성한우의 각종 인증 및 표시 ····· 56
표 4-19. 지리적표시 등록 이후의 변화 ····· 58
표 4-20. 지리적표시 등록이 관련 산업에 미치는 영향 ····· 58
표 4-21. 지리적표시 등록으로 인한 변화 ····· 59
표 4-22. 지리적표시제도의 성과로 들 수 있는 것 ····· 61

제5장

표 5- 1. 응답자의 학력별·직업별·소득별·가족수별 분포 ····· 64
표 5- 2. 응답자의 지역별·연령대별 분포 ····· 64
표 5- 3. 농특산물 구입 시 중요 고려 요소 ····· 65
표 5- 4. 농특산물 구입 시 상품정보 확보 경로 ····· 66
표 5- 5. 농특산물 구입 시 고려하는 인증표시의 종류 ····· 66
표 5- 6. 지리적표시제도에 대한 소비자들의 이해 ····· 68
표 5- 7. 주요 지리적표시 농산물의 특성 비교 ····· 69
표 5- 8. 지리적표시제도 등록 농산물의 소비자 인지도 ····· 69
표 5- 9. 지리적표시제도 등록 농산물의 유명성에 대한 소비자 인식 ··· 70
표 5-10. 지리적표시제도 등록 농산물의 지역적 특성 반영 정도에 대한 소비자 인식 ····· 70
표 5-11. 지리적표시제도 등록 농산물의 품질에 대한 소비자 인식 ··· 71
표 5-12. 지리적표시제도의 역할 수행에 대한 의견 ····· 72
표 5-13. 지리적표시제도 농산물에 대한 추가 지불 의사 ····· 72
표 5-14. 지리적표시제도의 효율적 운영을 위한 개선 사항 ····· 73
표 5-15. 지리적표시의 브랜드자산 측정 요인분석 결과 ····· 78
표 5-16. 지리적표시의 브랜드자산 측정 변수 그룹의 신뢰성 분석 결과 ··· 79
표 5-17. 지리적표시 상품 선호도에 대한 회귀 분석 결과 ····· 81

제6장

표 6- 1. 지리적표시제도의 성과가 높지 않은 이유 ····· 86
표 6- 2. 지리적표시제도에 대한 이해 ····· 87
표 6- 3. 지리적표시제도의 성과를 높이기 위한 방법 ····· 87
표 6- 4. 지리적표시제도의 정착·발전을 위해 가장 중요한 것 ····· 88
표 6- 5. 지리적표시제도 운영을 위한 개선 사항 ····· 88
표 6- 6. 향후 지리적표시제로 중점 등록·관리할 품목에 대한 의견 ··· 90
표 6- 7. 지리적표시 등록대상의 결정방법에 대한 의견 ····· 91
표 6- 8. 지리적표시 등록 품목의 생산지역 설정방법에 대한 의견 ···· 92
표 6- 9. 지리적표시 명칭의 사용권자에 대한 의견 ····· 93
표 6-10. 지리적표시제도 운영방안에 대한 의견 ····· 94
표 6-11. 품질관리 개선 방안에 대한 의견 ····· 95
표 6-12. 농촌지역 지역특화산업 관련 정책의 추진 ····· 97
표 6-13. 지리적표시제도와 지리적표시 단체표장제도의 운영 방향 ···· 99
표 6-14. 지리적표시제의 관리에 대한 의견 ····· 100

그림 차례

제1장

그림 1-1. 연구의 구성 및 추진체계 ····· 6

제2장

그림 2-1. 지리적표시와 원산지표시의 관계 ····· 15
그림 2-2. 지역 브랜드에 의한 기대효과 ····· 18
그림 2-3. 지리적표시제도와 유사 제도와의 비교 ····· 22

제4장

그림 4-1. 2010년 11월 가락동시장 지역별 사과(후지) 출하가격 ···· 60

제5장

그림 5-1. 지리적표시제도의 인지도 ····· 67

서 론

제1장

1. 연구 배경

농산물 수입 개방 등으로 농촌경제가 어려워지면서 지역의 부존자원을 활용하는 특화산업을 육성함으로써 일자리를 창출하고 지역경제를 활성화하려는 정책적 노력이 크게 주목받고 있다. 지역적 특성과 강점을 활용하고 지역의 비교우위 자원을 바탕으로 하는 특정 산업 부문을 집중적으로 발전시킴과 동시에 점차 관련 분야로 확산하여 다각화해 나가는 지역특화산업 육성의 중요성이 부각되고 있는 것이다. 특히 영세한 농림수산업을 기반으로 치열하게 경쟁하는 농어촌 경제구조하에서 농업의 구조개선이나 경쟁력 제고를 통한 소득증대에는 한계가 있기 때문에 1·2·3차 산업의 융·복합화나 향토자원 개발을 통해 차별적이고 내생적인 산업화를 도모하는 지역특화산업에 대한 육성 노력이 활발하게 전개되고 있다. 사업의 선정 및 추진 과정에서 지자체의 재량권을 보장하는 신활력사업과 공모제를 통해 보조금을 지원하는 향토산업 및 지역연고산업 육성, 지역특구 및 지리적표시제를 통한 규제 완화와 홍보, 틈새시장 공략을 통한 차별적 유통이 가능해지면서 문경오미자, 영동포도, 상주곶감, 성주참외, 하동녹차 등 다양한 지역특화산업 육성 사례가 나타나고 있다.

지역특화산업 육성의 핵심인 지역상품이나 서비스의 홍보 및 판매촉진은 물론 차별적 유통을 위해 지역 명칭이 포함된 브랜드가 중요한 역할을 하지만, 상표법상 현저한 지리적 명칭이 포함된 상표 및 상호 사용을 인

정하지 않았기 때문에 오랫동안 이를 방치해 왔다. 지리적표시는 상표와 같이 보존할 가치가 있는 유명한 지리적 명칭을 등록·보호하는 제도로서 지역특산물의 인증과 차별적 유통을 보증하는 기능이 있기 때문에 농림수산식품부의 향토산업 육성사업 및 농촌활력증진사업과 지식경제부의 지역특화발전특구 및 지역연고산업 등과 함께 지역특화산업의 발전을 위한 중요한 정책 수단이 되고 있다.

우리나라는 1999년 농수산물품질관리법을 개정하여 지리적표시제도를 도입하였다. 이후 2002년 보성녹차의 등록을 필두로 2011년 5월 현재 농축산물 75개, 임산물 38개, 수산물 10개 등 123건이 지리적표시를 등록하였다. 이와는 달리 2005년 특허청이 상표법상 지리적표시 단체표장제도를 새로이 도입하여 2006년 장흥표고를 시작으로 2011년 5월 현재 101건이 등록돼 현재 동일한 목적으로 두 가지 제도가 동시에 운용되고 있다.

한 예로 마늘 중에서는 서산마늘[1], 삼척마늘, 의성마늘, 단양마늘, 남해마늘 등이 지리적표시에 등록하였으며, 이 중에서 서산마늘과 삼척마늘은 지리적표시 단체표장에도 등록하였다. 사과 중에서는 영주사과, 무주사과, 예산사과, 충주사과, 청송사과, 밀양사과 등이 지리적표시에 등록하였고, 영주사과, 무주사과, 예산사과, 거창사과 등이 지리적표시 단체표장에도 등록하였다. 그러나 실제로 이들 품목이 보호할 만한 명성을 가지고 있고, 품질 측면에서 지역과의 연관성 등에 대해 소비자들이 차별해 인식하고 있는지에 대해 근본적인 의문이 제기되고 있다. 이와 같이 양적인 성장에도 불구하고 상당수의 생산자나 소비자들이 지리적표시제도에 대한 이해가 낮은 것으로 알려져 있어 이 제도의 실효성에 의문이 제기되고 있는 것이다. 즉, 기존 지리적표시제도는 물론 새로이 도입한 지리적표시 단체표장제도 등 지리적표시보호제도가 여러 부처로 분산되어 관리됨으로써 행정 낭비와 소비자 혼란 등 운영의 비효율성 문제가 제기되고 있다.

농산물품질관리법에 의한 지리적표시의 경우 농축산물은 국립농산물품질관리원이, 임산물은 산림청이, 수산물은 수산물품질관리법에 의해 농림

---

[1] 서산마늘은 2011년에 등록 취소되었다.

수산검역검사본부에서 제각기 담당하고 있다.

지리적표시는 품질인증의 성격이 강한 지리적표시 등록(농수산물품질관리법)과 상표 보호에 초점을 맞춘 지리적표시 단체표장(상표법)으로 분할 운영되면서 같은 품목이나 상품이라 하더라도 두 법에 동시에 등록하는 경우가 있어 행정 비용의 낭비 등이 초래되고 있다.

이 밖에 우리나라에서 특정 품목을 지리적표시 품목으로 등록하더라도 국제적으로 이를 보호할 수 있는 장치가 미흡하여 당초 이 제도 도입의 장점을 살리지 못한다는 지적을 받고 있다. 우리나라는 고려인삼을 비롯하여 김치와 고추장, 막걸리 등 세계적으로 알려진 고부가가치 농식품이 있으나, 현실적으로 미국의 Rhee Bros.가 순창고추장을, 일본 (주)청풍이 포천이동막걸리를 상표등록하는 등 국제교역에서 이들 유명 농식품의 명칭이 잘못 사용되는 사례가 발생하고 있으나 국제적인 보호 수단이 취약한 실정이다.

본 연구는 지리적표시제도의 운영 실태와 문제점을 살펴보고, 이 제도의 실효성과 관리운영의 효율성을 제고하는 방안을 모색하였다.

2. 연구 목적

본 연구의 주요 목적은 지역의 부존자원을 활용한 지역특화산업의 육성을 위해 지리적표시제도의 운영 실태를 살펴보고, 동 제도의 실효성과 효율성을 높일 수 있는 개선방안을 모색하기 위한 것이다. 구체적으로는 ① 농산물품질관리법과 상표법에 의한 지리적표시제도의 도입 배경, 등록실태 및 관리·운영의 실태를 살펴보고, ② 지리적표시제도에 대한 생산자(단체) 및 소비자의 인식과 성과 등 제도의 실효성을 분석하며, ③ 지리적표시제도의 국내외 사례를 비교·분석하여, ④ 지리적표시제도의 개선 방안을 제시하는 것이다.

3. 연구 내용

제2장에서는 지적재산권으로서의 지리적표시제도가 성립된 배경, 제도의 성격 및 기능에 대하여 검토하고, 우리나라의 지리적표시제 도입 과정과 문제점에 대하여 살펴보았다. 아울러 지리적표시제와 유사한 성격의 지리적표시 단체표장 및 최근 대두되고 있는 지리적표시 증명표장을 비교·검토하였다. 이 과정에서 EU, 미국 및 일본 등 각국의 사례를 참고하였으며, 그 내용은 부록에 수록하였다.

제3장에서는 우리나라 지리적표시제도의 등록 절차와 실태 및 사후관리제도를 지리적표시 단체표장제도와 비교·검토하였다.

제4장에서는 지리적표시제도의 운영 실태를 파악하였다. 이를 위해 현재 지리적표시를 등록한 단체를 대상으로 조사하였으며, 조사 결과를 토대로 지리적표시제의 등록, 운영 및 성과 부분에 대하여 그 실태와 문제점을 파악하였다.

제5장에서는 소비자들이 지리적표시제에 대해 어느 정도 알고 있으며, 어떻게 평가하는지를 소비자 설문조사 결과를 토대로 분석하였다.

제6장에서는 이상의 검토·분석 결과를 토대로 지리적표시제도의 개선방향과 정책과제를 제시하였다. 특히 지리적표시제가 지역특화산업의 활성화에 기여할 수 있는 방안을 모색하는 데 중점을 두었다.

4. 연구 범위 및 방법

연구방법은 크게 이론적 검토와 실태조사로 구분된다. 먼저, 지리적표시제도가 대두된 배경과 1994년의 TRIPs 협정이 이루어지기까지의 발전 과정 및 우리나라의 지리적표시제도 도입 및 동 제도의 운영 실태와 문제점을 파악하기 위하여 관련 문헌을 검토하였다. 아울러 유사 제도인 지리적

표시 단체표장과 한·미 FTA를 계기로 대두되고 있는 지리적표시 증명표장과의 비교 검토를 위해 문헌 연구를 하였다.

다음에, 지리적표시제도의 운영 실태와 문제점을 파악하기 위하여 등록단체의 운영 실태를 조사하였다. 조사 대상은 2011년 5월 현재 등록된 123개 단체 중 117개 단체이며 조사방법은 우편 설문조사이다. 우편 설문조사 시에는 농림수산식품부와 국립농산물품질관리원 및 산림청 등의 협조를 얻었다. 조사표 회수를 독려하고 미진한 내용을 보완하기 위하여 전화조사도 병행하였다. 설문조사와는 별도로 22개 단체에 대하여는 심층면접조사를 실시하였다. 연구진이 직접 해당 단체를 현지 방문하여 실무 책임자를 대상으로 지리적표시 등록 과정부터 현재까지의 운영 상황을 면접조사하였다. 등록단체 조사 시에는 해당 지자체의 지리적표시 업무 실무 담당자도 동시에 면접조사하였다.

또한, 소비자들은 지리적표시제에 대하여 어느 정도 알고 있으며, 앞으로 지리적표시제에 대하여 얼마나 기대하는지를 파악하기 위하여 소비자들을 대상으로 인터넷 설문조사를 실시하였다. 조사는 조사 전문기관에 의뢰하여 실시하였다. 조사 결과에 대하여 제표 분석과 아울러 지리적표시제 등록으로 인한 브랜드 자산과 소비자의 구매 의사 결정 사이에는 어떠한 상관관계가 있는지를 분석하였다.

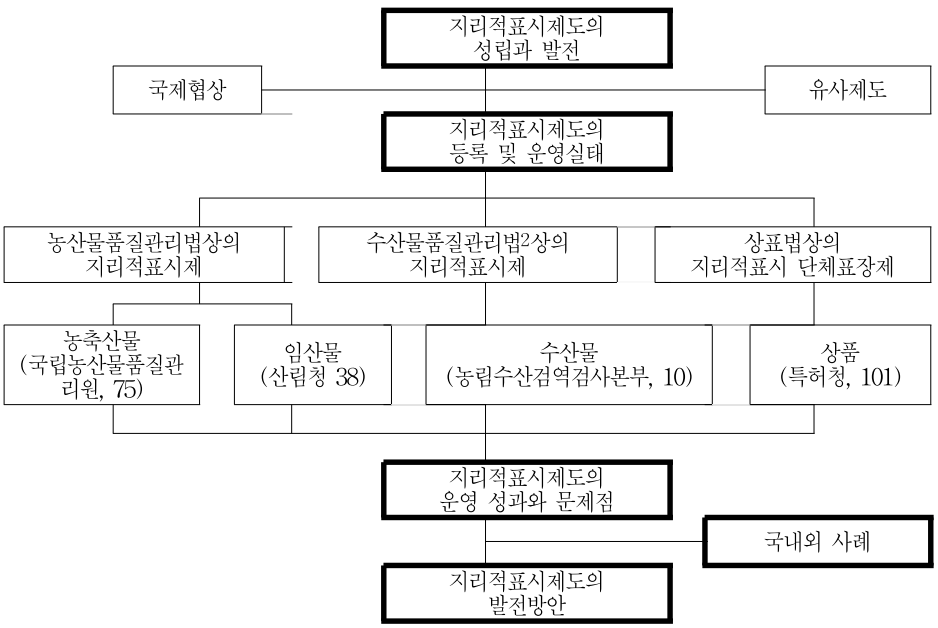
표 1-1. 지리적표시 운영 실태 및 성과 파악 조사 개요

조사종류	조사대상	주요 조사내용
등록단체 조사	117개 단체 우편 및 전화조사	단체운영, 감독(보호), 정책지원, 등록과정 및 사후관리 애로사항, 품질관리 등 의무이행사항, 경제적 및 비경제적 성과, 향후 발전방안, 개선요망사항 등
소비자 조사	소비자(700명) 조사기관 의뢰	지리적표시제 인지 여부(유사 제도와의 차별성 인지), 상품 구매 시 지리적표시제 고려 여부, 지리적표시제 유용성에 대한 기대, 지리적표시 등록품에 대한 추가지불의사 등
가격조사	유통인 면접 (주요 품목)	지리적표시제도의 인지 및 활용 여부, 유사 제도와 차별성, 등록 전후 및 등록 여부에 따른 수취가격 수준 등

한편, 지리적표시 등록이 해당 품목의 가격 형성에 영향을 미치는지를 확인하기 위하여 사과와 쌀 등 일부 품목에 대하여 서울 가락동시장의 경매가격 추이를 파악하였다. 이 조사는 서울시농수산물공사 담당자의 적극적인 협조로 이루어졌다.

이 밖에 연구 수행 과정에서 지리적표시제 관련 전문가의 의견을 수렴하였다. 농림수산식품부 및 특허청의 관련 정책 담당자, 관련 분야 교수 및 관련 기관의 담당자들의 의견을 수렴하였다.

그림 1-1. 연구의 구성 및 추진체계



2 수산물의 지리적표시보호는 1999년 제정된 농수산물품질관리법하에서 이루어지다가 2001년 1월 29일 수산물 및 수산가공품에 대한 지리적표시 및 원산지표시의 의무화 및 지리적표시 등록제도를 도입한 수산물품질관리법의 제정(법률 제6399호)에 따라 수산물품질관리법하에서 다루어졌다. 그 후 농산물과 수산물의 품질관리 기능을 융합하기 위하여 수산 관련 업무가 농림수산식품부로 이관됨에 따라 2011년 7월 「수산물품질관리법」과 「농산물품질관리법」을 「농수산물품질관리법」으로 통합하였다.

5. 선행연구 검토

지리적표시제도와 관련한 연구는 우리나라에 이 제도가 도입된 1999년 이후 본격화되었다. 지금까지 10여 년 동안 많은 연구가 이루어졌는데, 연구내용을 중심으로 구분하면, 지리적표시제도의 법제화, 외국의 지리적표시제도, 국제협상에서의 지리적표시제도 및 지리적표시제도의 성과 파악 등으로 구분할 수 있다.

5.1. 지리적표시제도의 법제화

성명환 외(1997)는 「농수산물 및 가공식품의 지리적표시 보호제도에 관한 연구」에서 농림수산물 및 그 가공품에 대한 지리적표시제도를 우리나라에 도입하기 위하여 지리적표시제도의 개념과 관련된 국제협정 및 외국의 제도와 관리·운영 실태를 파악하고 도입방안을 제시하였다. 이 연구 결과는 우리나라 지리적표시제도 법제화의 기초가 되었다.

김수석(1999)은 "지리적표시의 법제화 연구"에서 국제무역협정과 EU 및 독일의 제도에 나타난 지리적표시의 기본내용과 우리나라 「농수산물품질관리법」상의 지리적표시 규정 내용을 비교·분석하여 우리나라의 법제화가 가지는 한계와 문제점을 지적하고 지리적표시와 품질인증제도의 구분 및 상표법과의 조율 등 개선방향을 제시하였다.

라공우 외(2005)는 "신 지적재산권 중 지리적 표시 보호에 관한 연구"에서 지리적표시 관련 현행 법제도의 문제점과 관련 쟁점을 검토하고, 지리적표시 보호 일원화를 위한 개선방안을 제시하였다.

정태호(2005)는 "지리적표시 단체표장제도와 품질인증제도의 관계"에서 농산물품질인증제도와 지리적표시제도, 원산지표시제도와 상표법상의 지리적표시 단체표장제도의 내용을 비교·분석하고 상호 저촉 관련 문제에 대하여 검토하였다.

전현진·이주헌(2010)은 “지리적표시제의 문제점 및 활성화 방안에 관한 연구”에서 지리적표시제도의 개념과 도입 현황을 소개하고 등록요건과 보호범위 등에 대해 농산물품질관리법 및 상표법상 지리적표시제도의 문제점을 살펴보았다.

5.2. 외국의 지리적표시제도

최병규(1999)는 “독일 상표법의 연혁·지리적표시 보호 및 유럽공동체 상표”에서 독일 상표제도와 상표법의 구성, 독일 신 상표법에 따른 지리적표시 보호를 살펴보고, 유럽공동체 상표와 유럽상표청을 소개하면서 독일 국내 상표제도와 유럽공동체 상표가 병존할 수 있음을 확인하였다.

유찬희(2006)는 “EU, 농산물품질정책과 지리적표시제 개요”에서 EU가 높은 인지도와 명성을 지닌 상품의 원산지표시를 도용하는 것을 방지하기 위해 1992년 도입한 원산지표시제(PDO), 지리적표시제도(PGI), 전통특산품보증제(TSG)를 소개하고, 2007년 지리적표시 인증 현황과 이들 표시제도로 인한 혜택을 제시하고 있다.

양대승(2008)은 “프랑스의 지리적표시 보호제도에 관한 연구”에서 프랑스의 지리적표시 보호제도를 원산지명칭과 출처표시보호로 나누어 각각의 개념과 성격, 보호방법, 그리고 상표와의 관계 등을 살펴보고 유럽공동체법상 보호제도를 소개함으로써 한국의 지리적표시보호제도의 운영에 주는 시사점을 찾고자 하였다.

이영주(2010)는 “상표법상 증명표장에 의한 지리적표시의 보호 고찰”에서 미국연방상표법의 증명표장제도를 소개하고, 이 제도에 기초하여 지리적표시 보호의 문제점과 효율적인 운용방안을 검토하였다.

5.3. 국제협상과 지리적표시제도의 보호

김병일(2008)은 “한·EU FTA에서의 지리적표시 보호 쟁점”에서 지리적표시의 의의와 보호방법, 그리고 지리적표시 보호에 관한 국제동향과 FTA 관련 EU의 지리적표시 전략을 살펴보았다. EU는 미국과의 대립관계 속에서 지리적표시 대상 품목을 현행 포도주 및 증류주에서 모든 상품으로의 확대와 다자 등록처 설치·운영을 제안하는 한편, WTO 농업협정과의 연계를 시도하고 있다.

이은섭·권정민(2009)은 “WTO 체제하에서의 지리적표시에 대한 효율적 보호”에서 WTO/TRIPs협정에 의한 지리적표시 관련 국제적 논의와 분쟁사례상의 쟁점을 살펴보고, 그중에서 특히 지리적표시 범위 확대와 다자등록 시스템의 도입 가능성을 입장별로 정리하였다.

이신규(2009)는 “무역 및 관세 원활화를 위한 지리적 표시 보호에 관한 연구”에서 무역자유화 추세와 함께 날로 중요성이 부각되고 있는 지리적표시의 국제적인 보호 강화 움직임에 능동적으로 대처할 필요성이 대두되고 있다고 보고, 우리 농산물을 포함한 독자적 상품들의 권리 확보를 위한 지리적표시제도의 대응방안을 제시하려고 했다.

박현경(2009)은 “지리적표시 보호법제에 관한 연구”에서 지리적표시에 관한 국제 협정상의 논의는 회원국의 첨예한 입장 차이로 교착 상태에 빠져 있으나, EU 등이 TRIPs-Plus 형태의 지리적표시에 대한 강력한 보호를 양자협정 또는 지역협정을 통하여 요구하고 있는 현 시점에서 지리적표시 보호를 위한 국내 법제 정비는 필수적이라고 보았다. 지리적표시의 보호와 관련하여 TRIPs 협정 성립 이전, TRIPs 협정 내용 및 TRIPs 협정 이후의 논의 내용을 개괄하고, 우리나라의 지리적표시 보호제도의 고찰을 통해 적극적 대응의 필요성을 제기하였다.

5.4. 지리적표시제도의 성과 측정

김병학 외(2005)는 “신지식재산권의 국제브랜드 전략”에서 지리적표시 보호의 개념과 국제적 동향을 소개하고 보성녹차를 사례로 농산물품질관

리법에 의한 우리나라의 지리적표시보호의 성과를 측정하고 김치의 국제 브랜드화 방안을 제시하였다.

라공우 외(2005)는 “지리적표시를 통한 강원지역 농림수산물의 수출활성화 방안”에서 지리적표시 보호제도의 개념과 국제동향, 우리나라의 지리적표시제 운용 실태를 살펴보고, 특허청의 연구결과 밝혀진 강원도의 지리적표시 가능 품목(86개)의 생산자 70명을 대상으로 지리적표시제도 인지 여부와 등록신청 여부, 지리적표시 등록의 중요성과 관심도, 지리적표시의 영향, 등록 시 고려사항 및 외부 자원 필요성 등을 조사하고 그 결과를 정리하여 지리적표시의 지적재산권 인식 및 추가 발굴 육성의 필요성과 산학연 인력양성기관 조성 및 통상전문기관 설립, 자료의 집적 및 관련 부서 신설 등을 제안하였다.

권기대 외(2006)는 “청양구기자의 지리적표시와 공동브랜드 간의 공동마케팅전략”에서 지리적표시와 출처, 원산지표시의 특징을 이론적으로 비교 검토하고, 지리적표시 및 공동브랜드 현황을 살펴본 후, 소비자 149명을 대상으로 청양구기자의 구입 시 중요하게 생각하는 기준과 구매 고려요인, 불만사항, 구기자 선호브랜드 등을 조사하여 지리적표시와 공동브랜드의 공생 마케팅 방안을 제시하고 있다.

조정은 외(2009)는 “농산물 및 가공품의 지리적표시에 대한 소비자 인식에 관한 연구”에서 지리적표시의 개념과 국내외 연구 동향을 살펴보고 지리적표시제에 대한 소비자 의식에 대해 조사하였다. 소비자 조사는 전국 20세 이상 성인 600명을 대상으로 16개 상품군에 대해 지리적표시제 상품의 구입 여부와 가격지불의사, 국내산 및 수입 농산물에 대한 선호도를 파악하였는데, 지리적표시 상품 구입자는 49.5%이며, 지리적표시 상품을 구입하지 않는 이유로는 ‘잘 알지 못하기 때문(관심이 없어서)’이라고 68.8%가 응답해 인지도가 낮은 것으로 나타났다. 가격지불의사는 우유, 곡류, 제과 등을 제외한 품목의 경우 10% 이상 추가지불의사가 있다고 밝혔다.

실증적인 자료를 가지고 계량적으로 성과 분석을 시도한 연구도 나타나고 있다. 김태균·성명환(2008)은 “지리적 표시에 대한 소비자 가치 측정”에서 성주참외(지리적표시 농축산물 제10호, 2005.12.1)를 대상으로 지리

적표시에 대한 소비자 가치 측정을 시도하였다. 김한호 외(2009)는 “지리적표시제의 농식품 부가가치 창출 및 농촌지역개발에 미치는 효과 분석”에서 지리적표시제도가 생산자의 소득과 소비자 신뢰, 그리고 농촌지역개발에 미친 성과를 종합적으로 평가하고 외국의 지리적표시제도 운영 실태를 검토하여 지리적표시제도의 확대 및 발전방향을 제시하였다. 지리적표시 농식품의 경제적 성과는 사과, 찰옥수수, 고추, 표고버섯의 4품목의 도매시장 경락가격 자료를 가지고 지리적표시제도의 성과를 평가하였으며, 소비자 신뢰도에 미치는 영향은 사과를 대상으로 컨조인트 분석을 하였다. 한편 홍나경 외(2009)는 “도매시장가격에서 지리적표시제의 효과: 사과를 중심으로”에서 헤도닉가격모델을 기초로 지리적표시제의 효과를 측정하였는데, 다른 변수값이 동일하다면 지리적표시 등록을 받은 사과 경락가격은 등록을 받지 않은 사과에 비해 15kg당 1,350원 정도 높게 책정된다는 결론을 도출하였다. 김재경·김한호(2010)는 “지리적표시가 과일 브랜드 신뢰도에 미치는 영향분석”에서 지리적표시를 통해 단순히 정부가 보증해 주고 있다는 신호에 부여하는 소비자들의 가치는 대략 7,420원 정도(기준가격 대비 42.4%)이며, 홍보 등을 통해 지리적표시에 대한 정보가 제대로 전달되어 이로 말미암아 브랜드를 향상시켜 발생하는 가치는 충주사과의 경우 1,765원(기준가격 대비 8.8%), 밀양사과 1,710원(기준가격 대비 8.6%), 무주사과 2,190원(기준가격 대비 11.0%), 영주사과 1,883원(기준가격 대비 9.7%)이라고 밝혔다. 그러나 지리적표시와 관련된 정보를 접해 본 사람이 겨우 18.9%에 불과하여 분석결과의 해석에 한계가 있다고 판단된다.

5.5. 선행연구 종합 및 이 연구의 차별성

지리적표시제에 대한 연구는 도입배경과 개념, 출처표시와 품질인증 및 상표와의 관계 등 이론적인 부분과 지리적표시제도의 운영실태 및 문제점, 지리적표시제의 성과, 그리고 지리적표시제와 관련한 국제적인 논의 동향과 국제협상에 대한 준비 등이 주요 관심사이다. 즉, 지리적표시제도에 관

한 연구는 제도를 도입할 단계에서 외국의 사례를 검토하고 그 후 지리적 표시제도의 성과를 파악하고 WTO/FTA 등 국제협상에 대응한 연구가 대부분을 차지하고 있다. 현실적으로 지리적표시제도는 (1) 농산물품질관리법과 상표법 등에 분산되어 있는 제도를 통합할 수 있는지, (2) 농산물품질관리법에 의해 통합된 지리적표시제도조차 농축산물과 임산물, 수산물로 구분해 관리하는 제도를 정비할 방법이 없는지, (3) 춘천닭갈비나 병천순대, 남원추어탕 등 지역 명칭이 포함된 상호에 대해서는 지적재산권 차원에서 보호할 수 있는 방법이 없는지, (4) 지리적표시제도와 품질인증제도, 상표 등은 지적재산권과 관련하여 생산자들과 소비자들의 이해를 어떻게 높일 것인지, (5) 지역특화산업을 육성하기 위한 정책수단으로 지리적 표시 보호제도의 활성화 방안은 무엇인지 등이 당면 과제라고 판단된다.

이 연구는 지리적표시제도의 운영 실태와 성과를 평가하고, 국내외 사례를 통해 지역특화산업 육성을 위한 실효성 있고 효율적인 제도로 개선하는 방안을 모색하는 것이다. 특히 한·미 FTA가 발효되면 지리적표시 증명표장제도의 도입도 논의될 것이기 때문에 연구 범위에 '증명표장제도'에 대한 내용도 포함하였다.

지리적표시에 대한 이론적 검토

제2장

1. 지적재산권으로서의 지리적표시보호제도의 성립

지리적표시는 지리적 출처를 나타내기 위해 상품에 대하여 사용하는 표지(sign)로 크게 다음 두 가지로 구분된다. 하나는 품질 중립적 단순 지리적 출처표시이다. '00산'과 같이 단순히 그 상품이 출처지로 지정된 장소에서 만들어졌다는 것을 의미하며, 상품 특징과 그 지리적 출처 사이에 직접 관련성은 없다. 다른 하나는 품질 관련 지리적 출처표시이다. 상품의 특징, 품질 혹은 명성 때문에 상품을 특별히 기술하는 의미(descriptive meaning)를 가진다. 상품을 나타내기 위하여 사용하는 명칭(name)으로 흔히 원산지 명칭(appellations of origin)이라고 한다.

그동안 지리적 출처표시나 원산지 명칭으로 표시되어 오다가 1994년 TRIPs협정 체결과 함께 지리적표시(geographical indications)라는 개념이 등장하였다. 여기서 지리적표시는 단순한 출처 표시와 다른 품질 관련 지리적 출처 표시로 1958년 원산지명칭보호에 관한 리스본 협정의 개념과 유사하며, EU의 Council Regulation No. 2081/92의 Protection of Geographical Indication and Designations of Origin이 포함되는 넓은 개념으로 파악될 수 있다. 지리적표시제가 성립하기까지의 경과는 다음과 같이 요약·정리할 수 있다.

파리협약(1883.3.20)은 지리적 출처 표시 또는 원산지 명칭을 지적재산권의 하나로 인정하고, 회원국의 지리적 출처 표시를 내국민과 동등하게

보호하려는 최초의 다자협약이다. 여기에서는 상품의 품질 등을 고려하지 않고 단순히 어느 상품이 특정 지역에서 기원했다는 사실만 표시한다.

마드리드협정(1891.4.14)은 상품의 출처 국가(country) 또는 출처 지역(place)에 허위 및 기만적 출처 표시의 사용을 금지하기 위한 국제 협약이다.

리스본협정(1958.10.31)은 일정한 지역에서 기원한 상품의 품질, 자연적이며 인적인 요소를 포함한 특성 등을 나타내는 국가, 지역 또는 산지 등 지역 명칭을 원산지 명칭이라고 하여 지적재산권으로 보호한다. 지리적 출처표시는 일정한 상품이 특정한 지역에서 기원했다는 것을 나타내는 문자·기호, 또는 도형을 의미하지만, 원산지 명칭은 일정한 상품의 품질이 자연적이거나 인간적인 요소를 포함한 지리적 환경에 기초한 경우에 한하여 그 상품이 특정 지역에서 기원했다는 것을 나타내는 국가, 지역 및 산지의 명칭을 의미한다.

위조상품의 교역을 포함한 무역관련지적재산권(TRIPs; 1994)협정[3]은 상표의 개념과 구분하여 "상품의 품질, 명성 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 지리적 근원에서 비롯되는 경우, 회원국의 영토 또는 회원국의 지역 또는 지방을 원산지로 하는 상품"임을 증명하는 지리적표시 개념을 도입하였다. TRIPs협정에 의한 지리적표시의 개념은 ① 서비스를 제외한 모든 상품을 대상으로 하며, ② 상품의 품질과 그 상품이 특정 지역으로부터 기원하는 것을 나타내야 하며, ③ 지역과 관련되어야 하고, ④ 상품은 특정 지역에서 생산되거나 제조된 것이어야 하며, ⑤ 상품의 품질, 명성 혹은 기타 특징과 그것이 기원하는 지역과의 관계가 본질적(essentially)이어야 한다는 것이다.

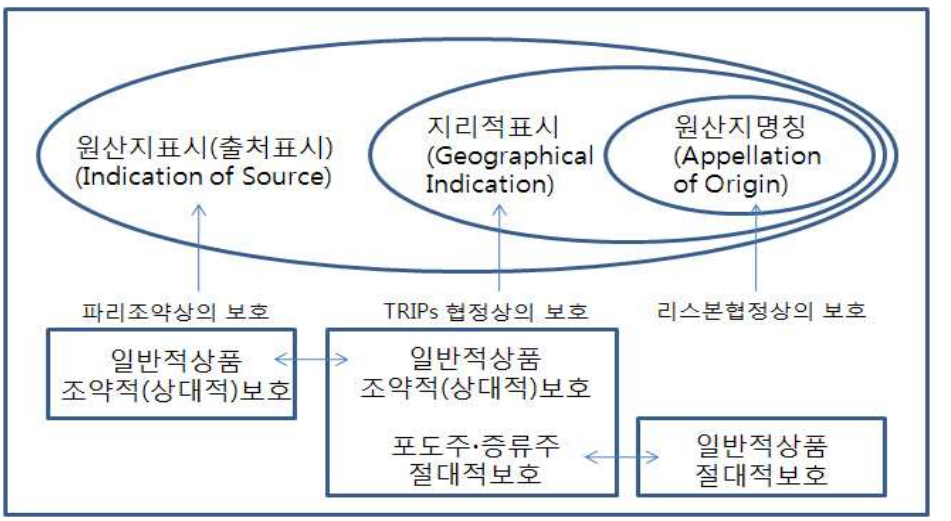
리스본협정에 의한 원산지 명칭은 지리적 환경과 상품의 품질·특성과의 관련을 요건으로 하지만, TRIPs협정의 지리적표시는 상품의 품질, 명성(평

---

[3] TRIPs협정은 1986년 9월 우루과이라운드의 정식의제로 채택되고 지적재산권 보호문제를 전문가그룹의 보고서에 제시된 권고에 따라 위조상품 교역을 포함한 무역관련 지적재산권 협정으로 채택하였다. 이후 1993년 12월 우루과이라운드의 종결과 함께 TRIPs 최종 협정문이 채택되고, 1994년 4월 각료회의에서 비준되었다.

판) 또는 기타의 특성으로 그 요건을 확대하고 있다. 이러한 정의상 TRIPs 협정의 지리적표시는 리스본협정의 원산지 명칭보다 범위가 넓다. 또한, 지리적표시는 상품의 품질, 명성, 그 밖의 특성이 지리적 원산지에서 비롯된다는 측면에서 단순히 일정 상품이 특정 지역에서 기원했다는 것을 나타내는 출처표시인 원산지표시보다는 협소한 개념이다.

그림 2-1. 지리적표시와 원산지표시의 관계



자료: 김병일. 2006. “지리적표시 관련 주요 쟁점분석 및 대응방안”. 「지식재산 21」, 통권 제94호, 특허청.

2. 지리적표시의 성격과 개념 구분

지리적표시는 넓은 의미의 출처 표시라는 점에서는 상표와 같지만 지역의 공동체적 권리란 점에서 차이가 있다. 상표는 사용자의 출처를 나타내는 표시로 사용자에 의해 등록되면 상표권자는 배타적·독점적인 재산권을 향유한다. 이에 비해 지리적표시는 사용자에 의해 선택되는 것이 아니며

특정 지역과 관련되는 것이어서 상품이 생산된 그 지역의 명칭을 통하여 출처를 식별하게 된다. 지리적표시는 특정 지역의 생산자가 배타적 권리를 가지는 일종의 단체적 사용권으로 개인이 소유할 수 있는 것이 아니므로 해당 지역 주민은 누구나 자유롭게 사용하고, 지역의 생산방법을 구성요소로 하기 때문에 이전이 자유롭지 못하다.

지리적표시와 원산지표시는 특정 물품의 생산 또는 가공지역을 나타내는 표시라는 점에서는 같지만, ① 원산지표시는 국명 또는 행정구역의 명칭을 표시하는 반면, 지리적표시는 지리적 요인에 의해 지역을 구획하고 있다는 점과, ② 원산지표시는 품질, 명성 및 지리적 요인과 관련성이 없지만 지리적 표시는 품질의 우수성, 품질과 지리적 요인과의 관계를 중시한다는 점에서 차이가 있다.

지리적표시와 품질인증은 특정 품목이 산지의 유명도, 품질의 우수성, 생산조건 등 일정한 품질기준에 적합함을 인증한다는 점에서는 같지만, ① 품질인증표시는 상품의 특성이 특정지역의 지리적 특성에 기인할 것을 요구하지 않으나 지리적표시는 이를 핵심 요소로 하고, ② 품질인증표시는 일정 기간 동안만 유효(갱신 필요)하지만 지리적표시는 취소 사유에 해당하지 않는 한 항구적으로 유효하다는 점에서 차이가 있다.

지리적표시의 보호는 TRIPs 협정에 의한 지적재산권에 대하여 모든 회원국이 보장해야 할 최소한의 보호가 이루어지도록 하고, 파리협약에서 규정하는 내국민 대우의 예외 규정을 인정하며, 지적재산권의 보호에 관하여 자기 나라 국민보다 다른 회원국의 국민에게 불리한 대우를 해서는 안된다는 것을 원칙으로 한다. 보호 범위는 ① 파리협약 제10조 2의 부정경쟁행위의 형태에 해당하는 지리적 출처 표시의 사용으로 출처의 오인이나 혼동을 야기하는 행위의 금지, ② 마드리드협약에 의한 허위·기만적 출처 표시의 금지, ③ TRIPs 협정 제22조 제2항에 의한 수요자로 하여금 지리적 출처에 대한 오인이나 혼동을 야기하는 행위를 금지하는 규정에 해당한다. TRIPs협정에 의한 보호형태는 ① 부정경쟁방지제도에 의한 보호, ② 상표법에 의한 보호, ③ 독자적인 법에 의한 보호의 세 가지 방법이 있다.

3. 지리적표시의 기능과 역할

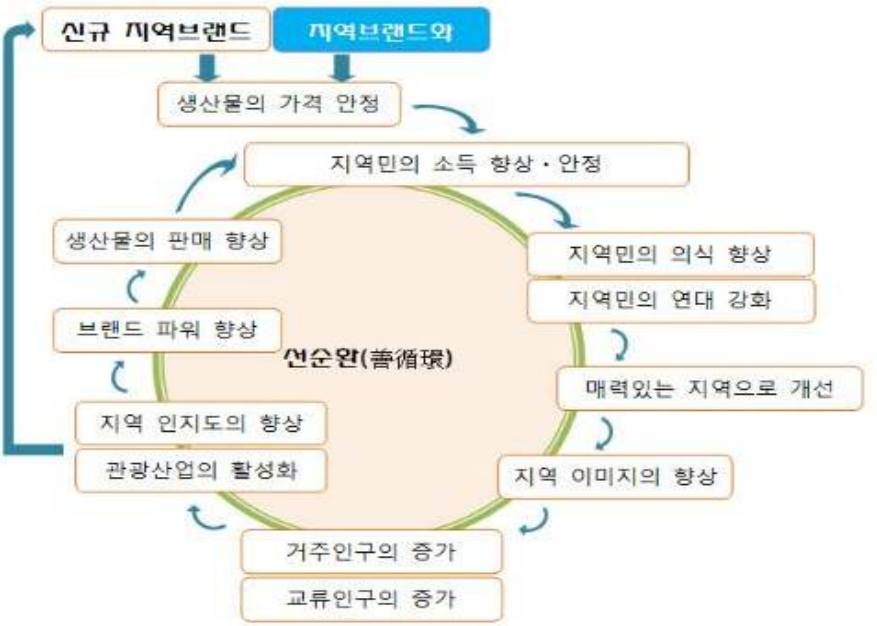
지리적표시는 상품 명칭, 상품의 지역적 출처 및 지역으로부터 기원하는 상품의 속성, 품질, 명성 혹은 특징에 대한 정보를 제공하기 때문에 상표와 비슷한 기능을 수행한다. 지리적표시는 출처를 나타내는 역할을 한다는 점에서 상표법의 보호대상인 상표와 유사하지만, 상표의 출처는 상품 주체(사용자)의 출처를 표시하는 데 비해 지리적표시는 그 상품이 어떤 지역에서 기원한 것인지 판별하는 지역의 출처를 나타낸다는 점에서 차이가 있다. 수요자들은 동일한 상표가 부착된 상품에 대해 품질의 일정성을 기대하는데(상표의 신뢰 기능), 이와 같은 품질보증 기능은 출처 표시와 결합하여 지리적표시를 사용하는 자의 신용을 유지하고 거래를 촉진하는 역할을 한다. 지리적표시는 지적재산권의 하나로 장기간 축적되면 표시의 무형 재산 가치가 증대되고 판매를 촉진하는 역할(광고적 기능)을 한다.

지리적표시제도는 지역 브랜드와 같은 기능을 하기 때문에 (1) 지역 특산품의 시장 차별화를 통한 생산자 보호의 효과를 달성할 수 있고 이를 바탕으로 생산품 및 가공품의 부가가치를 제고하고, (2) 소비자에게 충분한 제품 구매 정보를 제공함으로써 상품의 품질을 믿고 구입할 수 있는 소비자의 알권리를 충족하며, (3) 지역의 특산물에 대한 차별화된 전략으로 지역주민들의 구심적 역할을 수행하는 데 도움을 주고 지역 정체성 제고와 지역주민 간 유대 강화를 촉진해 지역의 인지도 향상, 관광산업 활성화, 새로운 상품 및 지역 이미지 생성으로 지역 활성화를 촉진할 수 있는 것으로 인식되고 있다.

지역브랜드란 지역발(發) 상품·서비스의 브랜드화와 지역 이미지의 브랜드화를 결합하여 외부로부터 자금 및 인재를 불러들여 지속적으로 지역경제를 활성화하는 것으로 지역에 대한 소비자들로부터의 평가이며, 지역이 보유한 무형의 자산을 의미한다. 즉, 지역에서 생산되는 상품·서비스의 브랜드화와 지역 이미지의 브랜드화를 결합하여 지역의 인지도 향상, 관광산업의 활성화, 거주 인구 및 교류 인구 증가, 주민의 연대의식 강화, 소득수

준 향상, 새로운 상품 및 지역 이미지 생성으로 지역 활성화를 도모한다. 함평 나비축제나 화천 산천어축제와 같은 지역 브랜드는 해당 지역 고유의 개성과 자원 등 차별화 요인을 브랜드화하고, 이를 통해 시장 인지도를 높여 지역의 경쟁력을 확보하는 전략이다. 지역의 여러 가지 개별 브랜드의 활성화를 이끄는 견인차 역할과 함께 브랜드와 관련된 공공기관 및 개별 기업체들의 구심점으로 작용하며, 지역주민의 애향심 고취 등의 역할을 수행할 수 있다(위태석, 지역브랜드 경쟁력 강화 전략, 2009).

그림 2-2. 지역 브랜드에 의한 기대효과



자료: http://blog.naver.com/nobopark/40089042763

4. 지리적표시제도와 유사 제도와의 비교

4.1. 지리적표시 증명표장제도의 대두

최근 한·미 FTA 협상 타결로 증명표장제도를 도입하기로 함[4]에 따라 상표법 개정안(의안번호 1518, 2008년 10월 13일 국회제출)의 증명표장과 관련된 규정은 한·미 FTA의 효력이 발생하는 날부터 시행한다고 규정하고 있다.

새로 도입을 검토하고 있는 증명표장제도의 제도 운용과 정착 등에 대한 논란이 있을 수 있으나 이 제도는 기존 상표의 품질보증 기능의 내실화를 기하고 표장제도의 본질적 요구인 수요자에게 올바른 상품 선택의 기준과 정보를 제공하는 장점이 있다. 이 제도는 증명표장의 품질보증 기능과 수요자에게 정확한 품질에 대한 정보를 제공한다는 특징 때문에 지리적표시를 보호할 수 있는 방법으로 활용될 수 있으며, 지리적표시의 보호대상 확대 문제를 상표법의 틀 안에서 해결함으로써 지리적표시 보호 강화의 대안으로 대두되고 있다.

증명표장은 표장이 사용되는 상품의 지리적 출처, 품질, 생산방법, 서비스의 제공 표준, 서비스의 품질 및 정확성 혹은 기타의 특성에 관하여 다른 상표와 구별되는 우수성을 증명하는 것이다. 지리적 출처를 나타내는 증명표장은 지정 상품이 정해진 지리적 특성을 충족하는 것을 증명하기 위한 표시로 정의할 수 있다.

증명표장은 상품 또는 서비스의 특성과 품질을 보증하고 지리적 출처를 표시·전달한다는 면에서 지리적표시와 유사한 기능을 한다. 한편 품질인증

---

[4] 한·미 FTA 합의사항 제18조의 2(Trademarks, including Geographical Indication). 2. Each Party shall provide that trademarks shall include certification marks. Each Party shall also provide that geographical indications are eligible for protection as trademarks(각 당사국은 상표가 증명표장을 포함하도록 규정한다. 각 당사국은 또한 지리적표시가 상표로서 보호될 자격이 있음을 규정한다).

표시는 특정 품목이 품질의 우수성, 생산조건 등 일정한 품질 기준에 적합함을 인증하는 표시로써 지역을 나타낼 때는 그 지역의 독특하고 전통적인 특성을 반영하기 때문에 지리적표시와 유사한 점이 있다. 지리적표시는 상품의 산지 또는 지리적 출처만을 표시하는 기능을 한다는 점과 성질상 특정 지역의 업자에 한하여 사용할 수 있다는 점이 증명표장과 다르다. 또한 품질인증표시가 품질의 우수성만을 등록요건으로 한다는 점에서 상품의 유명성과 품질의 연계를 요건으로 하는 지리적표시와 차이가 있다. 증명표장은 상표의 한 형태로 지리적 출처와 품질, 원산지 등을 증명한다는 점을 제외하면 지리적표시 단체표장과 유사하며, 특히 지리적표시권의 효력 범위는 단체표장과 마찬가지로 등록된 지정 상품에 한정한다. 단체표장과는 달리 지리적표시의 사용자는 등록단체에 가입하지 않더라도 해당 상품을 정당하게 생산하고 증명기준을 따르는 자는 당연히 지리적표시 증명표장의 사용이 가능하다.

증명표장을 받을 수 있는 자는 상품이나 서비스업의 품질, 원산지, 생산방법이나 그 밖의 특성을 업으로 증명하고 관리할 수 있는 자로 규정하고 있으나, 출원인 자신은 영업에 관한 상품이나 서비스업체에 사용하려는 경우에는 증명표장을 등록받을 수 없도록 규정하여 권리주체와 사용주체를 구분한다. 증명표장을 등록받으려면 출원인은 지정 상품의 품질 등을 감독할 수 있는 전문가나 통제시스템을 갖추고 있다는 구체적인 정보를 제출해야 한다. 이때 ① 표장을 사용할 수 있는 권한이 있는 자가 누구인지, ② 표장에 의해 증명되는 특징이 무엇인지, ③ 증명하는 상품이나 서비스가 소정의 기준을 충족하며 그 상표의 사용 감독은 어떻게 하는지, ④ 표장의 관리와 관련하여 수수료가 납부되어야 한다면 수수료에 관한 규정과, ⑤ 분쟁 해결 절차에 관한 규정을 정관에 포함해야 한다.

증명표장제도는 수요자 측면에서 볼 때 상품 또는 서비스의 품질에 대한 정보와 기준을 제공하여 수요자 보호를 충실히 한다는 제도적 장점이 있다. 특히 지리적표시의 보호체계를 증명표장등록에 의하는 경우 증명표장의 출원, 등록, 이의신청, 취소 및 침해 구제에 관한 규정이 기존 상표제도에 의존하여 존재할 수 있다는 점과 정부기관, 지방자치단체에서 시행하고

있는 지역브랜드나 품질인증표장을 포섭할 수 있다는 장점이 있다. 그러나 증명표장제도는 지리적표시를 수많은 나라에 등록하기 위한 비용 부담이나 구체적인 증명기준에 부합하는 품질 등의 통제와 관리에 어려움이 있다는 단점이 있다.

4.2. 지리적표시와 지리적표시 단체표장

단체표장(collective marks)이란 단체에 의해 소유되고 그 표장을 사용하는 자는 그 단체의 일원임을 나타내는 표장으로 단체 구성원이 단체표장을 사용할 수 있게 하는 것이다. 단체의 회원은 표장을 소유하고 있는 단체가 정하고 있는 정관(예를 들면, 그 표장을 사용하고 있는 상품의 지리적인 생산지역, 상품의 생산표준 등)을 준수해야 하기 때문에 단체표장은 오인 행위로부터 소비자를 보호하는 중요한 역할을 할 수도 있다. 지리적표시가 단체상표로 등록이 되면 단체상표권자는 단체 구성원이 아닌 제3자의 표장 사용을 금지할 수는 있지만, 선 사용권자의 사용은 금지 청구할 수 없으며 또한 지리적표시가 보통 명칭화되는 것도 막을 수 없다. 수요자로 하여금 품질을 오인하는 방법으로 사용한 경우에는 등록취소될 수도 있으며, 불사용으로 인한 단체상표의 등록 취소를 규정한 입법례도 있다.

4.3. 지리적표시와 지리적표시 증명표장

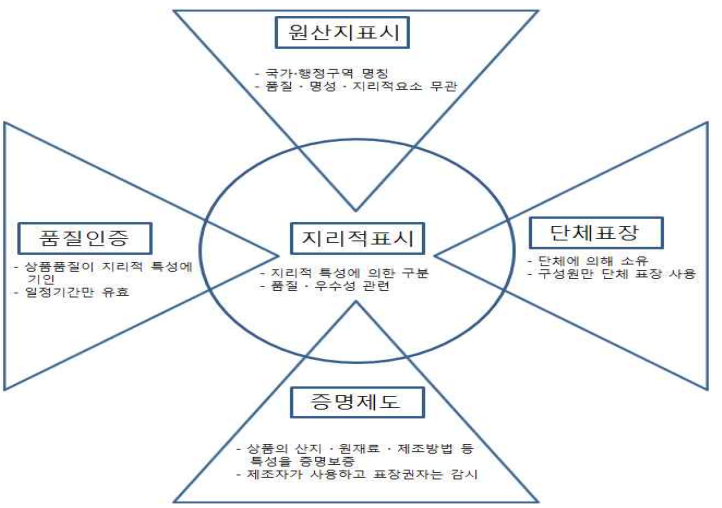
증명표장(certification marks)이란 그 표장의 소유자(증명표장권자) 또는 그로부터 사용 허락을 받은 자가 그 표장이 사용되는 상품이나 서비스업의 산지, 원재료, 제조방법, 수량, 정밀도 및 기타 특성을 증명하기 위하여 사용하는 표장이다.

증명표장권자가 자기의 상품 또는 서비스업을 식별하기 위하여 사용하는 것이 아니라(anti-use by owner rule), 증명표장권자가 요구하는 사용조

건과 사용절차에 따라 제3자가 그 표장을 사용하고, 증명표장권자는 그 사용을 감시 및 감독하는 역할을 한다. 즉, 증명표장권자 본인은 사용하지 못하고 제3자의 사용을 감시한다. 즉, 단체표장은 표장의 소유자가 사용할 수 있지만 증명표장은 그렇지 못하다.

표장이 사용되는 상품 또는 서비스업의 산지, 원재료, 제조방법, 수량, 정밀도 및 기타 특성을 증명, 보증하기 위하여 사용된다는 점에서 품질 보증 기능을 주로 한다. 지리적 용어가 증명표장으로 사용되는 경우 ① 동 명칭을 동 지역의 모든 사람들이 자유롭게 사용하는 권한이 보존되어야 하고, ② 동 표장의 남용과 불법 사용을 규제해야 하는 두 가지의 요소가 필수적이다. 개인은 이러한 요소를 충족시키기가 어렵기 때문에 특정 지역의 명칭 사용을 통제할 수 있는 권한은 그 지역의 정부가 보유하는 것이 일반적이다.

그림 2-3. 지리적표시제도와 유사 제도와의 비교



지리적표시 등록 실태와 과제

제3장

1. 우리나라의 지리적표시제 도입

우리나라는 1999년 농수산물품질관리법과 2004년에 개정된 상표법에 의해 TRIPs협정의 지리적표시 보호 제도를 도입하였다. 1997년 상표법 일부 개정을 통해 포도주 및 증류주에 대한 지리적표시를 상표의 무등록 사유에 추가하여 지리적표시 보호 규정을 신설하였다. 1999년 농수산물품질관리법[5]에 농산물과 그 가공품의 명성, 품질 및 기타 특징이 본질적으로 특정 지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 해당 농산물 및 그 가공품이 그 특정 지역에서 생산된 특산품임을 표시하는 것으로 규정하고 특산품에 대해 지리적표시를 할 수 있도록 허용하였다. 2004년 상표법 개정으로 지리적표시를 지적재산권의 형태로 보호하려는 TRIPs 협정의 제22조 제1항의 지리적표시 개념을 받아 들여 '단순한 지명이 아니라 특정 품질, 명성 또는 그 밖의 특성이 있고 그 품질 등이 해당 지역의 기후·토양 등의 지리적 환경에 기인한 경우에 그 상품이 생산·제조 또는 가공된 지역' 표시를 보호하기 위해 지리적표시 단체표장 등록 근거를 마련하였다.

지리적표시에 대해 농산물품질관리법은 '명성, 품질, 기타 특성을 동시에

---

5 1999년 1월 21일 제정된 종전의 농수산물품질관리법(법률 제5667호)은 2001년 1월 29일 수산물품질관리법의 제정(제6399호)에 따라 농산물품질관리법으로 변경되었다.

구비해야 한다'고 규정하지만, 상표법에서는 '품질, 명성, 또는 그 밖의 특성' 중의 어느 하나 이상을 구비하면 지리적표시의 정의에 합치되어 보호받을 수 있기 때문에 상표법상의 지리적표시의 보호 대상이 좀 더 확대된 것으로 해석된다. 크게 보아 출처표시 기능 및 품질표시적 기능, 영업상의 이익과 관련되며, 지식재산권의 범주 내에서 보호된다는 점은 같지만 두 제도의 차이는 <표 3-1>과 같다.

표 3-1. 지리적표시제도와 지리적표시 단체표장제도의 차이점

구 분	농산물품질관리법상의 지리적표시제도	상표법상의 지리적표시 단체표장제도
입법 취지 (목적)	- 농·수산물의 적절한 품질관리를 통하여 농수산물의 상품성을 높이고 농어업인의 소득증대와 소비자보호에 이바지함을 목적으로 함	- 상표를 보호함으로써 상표사용자의 업무상의 신용유지를 도모하여 산업발전에 이바지함과 아울러 수요자의 이익을 보호함을 목적으로 함.
지리적 표시 요건	- 상품 특성이 특정지역의 지리적 특성에 기인할 것이 핵심 요소임. - 농·수산물 및 그 가공품의 명성·품질 기타 특징이 본질적으로 특정지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 해당 농산물 및 그 가공품이 그 특정지역에서 생산된 특산물임을 표시	- 상품의 특정 품질·명성 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 특정 지역에서 비롯된 경우에 그 지역에서 생산·제조 또는 가공된 상품임을 표시하는 것
등록대상	- 농·수산물과 그 가공품	- 제한 없음. 다만, 서비스업은 제외.
등록 요건	- 농·수산물 및 가공품 - 지리적표시 요건 - 해당 품목의 우수성이 국내외에서 널리 알려진 품목	- 일반상표로서의 요건 - 단체표장으로서의 요건 - 지리적표시 요건 ※ 품목의 우수성이 널리 알려질 것을 요건으로 하지 않음
등록 효과	- 시행규칙에서 정하고 있는 마크 사용 가능: 등록을 받지 않은 제3자는 이와 동일 또는 유사한 마크 사용 불가(허위표시죄로 처벌) - 제3자가 지리적표시를 상표로 사용하는 것을 금지할 수는 없음(독점적 소유자는 없는 점)	- 단체표장권 효력 발생: 권리자인 법인은 부당한 사용자에 대하여 민·형사적 구제수단 주장 가능 - 단체표장권 효력의 제한: 정당한 사용자 등에 대해서는 권리 주장 불가능
등록무효 및 취소	- 직권 취소 가능	- 특허심판원에 대한 심판절차에 의하여 무효 및 취소 가능
사후관리	- 관계 공무원에 의한 조사 가능	- 소비자나 단체표장권자에 의한 사후관리

자료: 특허청. 2005.「지리적표시 단체표장제도의 길라잡이」.
농림부 국립농산물품질관리원. 2002.「지리적표시 등록업무 추진 백서」.

이 밖에도 한·미 FTA 협정문에 의해 상표가 증명표장을 포함하도록 규정하고, 지리적표시가 상표로서 보호될 자격이 있음을 규정하고 있기 때문에 지리적표시 증명표장제도에 대해서도 심도 있는 검토가 필요하다. 증명표장제도는 지리적 명칭이 증명표장의 차별화 기능, 즉 인증 제품과 비인증 제품의 차별화 기능을 수행할 수 있는 능력을 갖추었을 경우에 증명표장으로 등록·관리한다는 것이다.

2. 지리적표시 등록 실태

우리나라는 1999년 농수산물품질관리법을 개정하여 지리적표시제도를 도입한 이래 2002년 보성녹차가 제1호로 등록하였으며, 그 후 임산물은 2006년부터, 수산물은 2009년부터 등록하기 시작하였다. 2011년 11월 말까지 농축산물 79개, 임산물 39개, 수산물 10개 등 128건의 지리적표시를 등록하였다(표 3-2). 더구나 2005년 특허청이 상표법상 지리적표시 단체표장제도를 새로이 도입하여 현재 동일한 목적으로 두 가지 제도가 동시에 운용되고 있다.

2000년대 초반까지는 등록 건수가 적었으나 중반 이후 증가하기 시작하였으며, 최근 들어 급증 추세를 보이고 있다. 현재 지리적표시 등록을 준비하고 있는 지역도 많이 있는 것으로 보인다. 실제로 심층사례조사 과정에서 충남 서산시의 달래, 전북 무주군의 참마, 호두 등이 등록을 준비하고 있는 것을 확인하였으며, 이러한 시·군은 더 많이 있을 것으로 짐작된다.

표 3-2. 연도별 지리적표시 등록 실태

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011년 11월 현재	계
농산물	1	1	1	10	12	16	11	8	12	7	79
임산물	-	-	-	-	8	5	5	8	6	7	39
수산물	-	-	-	-	-	-	-	7	2	1	10
합 계	1	1	1	10	20	21	16	23	20	15	128

표 3-3. 시·도 및 연도별 지리적표시 등록 실태

단위: 건수, %

지역별 / 건수 / 연도별	계	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	광역·특별시
	128 (100.0)	5 (3.9)	20 (15.6)	9 (7.0)	9 (7.0)	8 (6.3)	31 (24.2)	22 (17.2)	12 (9.4)	2 (1.6)	10 (7.8)
2002	1						1				
2003	1								1		
2004	1					1					
2005	10	1	1	2	1	1	1	3			
2006	20		3	1	2		2	5	2	1	4
2007	21	1	3	1	3	1	4	4	3		1
2008	16	1	2		1	1	6	1	1	1	2
2009	23	1	3	2		2	6	5	1		3
2010	20		5	1	1		8	3	2		
2011년 11월 현재	15	1	3	2	1	2	3	1	2		

지역별로는 전남이 31개 품목을 등록하여 가장 많고, 그 다음이 경북(22개), 강원(20개)의 순이다(표3-3).

품목류별로는 농축산물 79개, 임산물 39개, 수산물 10개로 농축산물과 임산물이 많은 비중을 차지하고 있다. 개별 품목 중에서는 사과 품목이 6개로 가장 많으며, 다음으로는 마늘이 5개, 고춧가루와 송이가 각각 4개이다(부표 3 참조).

기존 지리적표시는 물론 새로이 도입한 지리적표시 단체표장제도는 여러 부처에서 분산·관리해 행정 낭비와 소비자 혼란 등 운영의 비효율성 문제가 제기되고 있다. 지리적표시는 품질인증의 성격이 강한 지리적표시 등록(농·수산물품질관리법)과 상표 보호에 초점을 맞춘 지리적표시 단체표장(상표법)으로 분할 운영되면서 같은 품목이나 상품이라 하더라도 두 법에 동시에 등록하는 경우가 있어 행정비용의 낭비 등이 초래되고 있다. 동일 상품의 지리적표시 이중 등록 현황은 <표 3-4>와 같다.

표 3-4. 지리적표시 제품의 기관별 중복 등록 현황

국립농산물품질관리원과 특허청(총 17건)	산림청과 특허청 (총 11건)	농림수산검역검사본부와 특허청(총 7건)
보성녹차, 영주사과, 무주사과, 예산사과, 삼척마늘, 서산마늘, 군산찰쌀보리쌀, 제주돼지고기, 광양매실, 함안수박, 영천포도, 서생간절곶배, 청도한재미나리, 고흥유자, 진도홍주, 한산모시, 고창복분자주,	양양송이, 청양구기자, 영동곶감, 상주곶감, 구례산수유, 악양대봉감, 무주머루, 장흥표고버섯, 경산대추, 보은대추, 정안밤	완도전복, 기장미역, 완도미역, 기장다시마, 완도다시마, 완도김, 완도넙치

3. 지리적표시의 등록 절차와 사후관리제도

지리적표시 보호를 위해 「농수산물품질관리법」에 의한 지리적표시제와 「상표법」에 의한 지리적표시 단체표장제도가 동시에 적용되고 있는데, 두 제도의 특징과 차이는 <표 3-5> <표 3-6> 및 <표 3-7>과 같다. 등록대상과 등록요건, 절차, 보호내용과 사후관리에 있어서 부분적으로 차이는 있지만, 지리적표시를 지적재산권 차원에서 보호한다는 궁극적 목적은 같다.

지리적표시 등록 대상은 「농수산물품질관리법」의 경우 농산품과 그 가공품으로 농림수산식품부장관이 고시하는 품목에 한정되는 데 비해, 「상표법」에 의한 등록 품목에는 농산물과 가공품 이외에도 이천도자기, 안성유기, 한산모시, 강화화문석 등의 수공예품도 가능하다.

「농수산물품질관리법」에 의한 생산자단체는 농업협동조합법 및 산림조합법에 의한 조합 및 중앙회, 농림수산식품부령이 정하는 영농조합법인, 농업회사법인 혹은 농산물을 공동으로 생산하거나 농산물을 생산하여 이를 공동으로 판매, 가공 또는 수출하기 위하여 농업인 5인 이상이 모여 결성한 법인격이 있는 생산자조직으로서 농림수산식품부장관이 정한 요건을

표 3-5. 지리적표시제도와 지리적표시 단체표장제도의 등록과 관리

구 분	지리적표시제	지리적표시 단체표장제
법률근거	농수산물품질관리법(1999)	상표법(2004)
목 적	우수 농산물의 품질 향상과 지역특화산업 육성	상표보호로 사용자의 신용 유지와 소비자 보호
신청자격	특정 지역 내 대상 품목을 생산·가공하는 단체로 구성된 법인(가입 및 탈퇴 자유)	대상 품목을 생산, 제조 또는 가공하는 자만으로 된 법인
신청자의 조건 및 역할	특정 지역에서 지리적 특성을 가진 농산물 또는 그 가공품을 생산하거나 가공하는 자로 구성된 단체(법인만 해당한다)에 한정함. 다만, 지리적 특성을 가진 농산물 또는 그 가공품의 생산자 또는 가공업자가 1인일 때는 개인도 가능함.	지리적표시에 해당하는 상품을 생산, 제조 또는 가공하는 것을 업으로 영위하는 자만으로 구성된 법인격을 가진 생산자단체, 가공자단체, 생산·가공자단체 등이 출원할 수 있음. 개인이나 상법상의 회사나 법인격이 없는 단체 등은 출원하더라도 등록받을 수 없음.
등록대상	농산물과 그 가공품	제한 없음(모든 상품)
등록절차	신청→지리적표시등록심의회 심사 및 현장조사→신청공고→(이의신청/심사)→등록공고	출원→심사관(1인) 심사→출원공고→(이의신청/심사)→등록공고
등록요건	- 품목의 우수성이 국내외에 알려져 있어야 함 - 명성과 지리적 특성의 인과성이 있어야 함 - 대상 지역 안에서 생산과 가공이 이루어질 것 - 기타 농식품부 장관이 정한 것	- 상품의 품질, 명성 또는 특성 (품목의 우수성을 요구하지 않음) - 명성과 지리적 특성의 연계성 - 대상 지역의 정의 - 단체의 특성
보호내용 등록효과	- 지리적표시 배타적 사용 가능(항구적): 등록자에 대해 배타적 권리를 부여하지 않기 때문에 타인의 명칭 사용을 금지할 수 없는 한계, 제3자에 의해 허위표시죄로 처벌 가능	- 지리적 표시 배타적 사용 가능(10년간): 부당한 사용자에 의한 침해에 대해 침해금지, 손해배상 청구 등 민형사상 구제 가능
사후관리	- 농관원 등에 의한 사후관리: 등록 후 지리적 특산품의 품질 유지와 소비자 보호를 위해 필요하다고 인정하는 경우 관계 공무원에 의하여 품목 표시의 규격 및 품질 등록의 요건의 적합성 조사, 표시자의 장부 또는 서류 열람 및 표시품목의 시료 수거조사나 시험 의뢰 등, 등록심사 및 등록 후 변경, 취소처분 가능	- 사후관리에 관한 규정 없음(이해 관계자 소송): 등록 이후 권리자의 관리소홀로 지리적표시의 사용이 소비자 혼란을 야기하는 경우 등록 취소 가능

자료: 특허청(2005).
농림부·국립농산물품질관리원(2002).

갖춘 단체로 정의하고 있다. 그러나, 지리적표시 단체표장제에서의 등록신청은 특정 지역 내에서 지리적표시의 대상 품목을 생산하거나 가공하는 생산자 또는 가공업자로 구성된 단체가 할 수 있으며, 지리적표시의 등록기준을 갖춘 자의 가입과 탈퇴를 거부하지 못하도록 사용자에게 개방하고 있다(표3-5).

지리적표시 단체표장의 등록요건은 ① 지리적표시의 정의에 부합하고, ② 일반적인 상표의 등록요건을 구비하며, ③ 공서 양식에 반하거나 수요자를 기만할 우려가 있는 상표에 해당하지 않아야 한다. 다만 상표법상 등록을 받기 위해서는 해당 품목의 우수성이 널리 알려질 것을 요건으로 하지 않는다(표3-5).

「농수산물품질관리법」에 의한 지리적표시는 농산물 및 그 가공품으로 ① 지리적표시의 정의 개념에 합치하는 것으로, ② 대상 품목의 우수성이 국내 혹은 국외에서 널리 알려진 것이어야 하며, ③ 지리적표시의 해당 지역에서 생산된 농산물이거나 이를 주 원료로 하여 해당 지역에서 가공된 것이어야 한다.

「상표법」상 지리적표시를 단체표장으로 등록하면 이를 독점, 배타적으로 사용할 수 있기 때문에 권리자는 부당한 사용자의 침해에 대하여 침해금지, 손해배상 청구 등과 같은 민사·형사적 구제가 가능하다. 「농수산물품질관리법」에 의한 지리적표시는 등록받은 자만이 대상 품목을 시행규칙에서 정하고 있는 표시방법에 따라 사용할 수 있어 등록자에게 독점적·배타적 권리를 부여하는 것이 아니기 때문에 타인에 의한 상표로서 사용을 금지할 수 없다는 한계가 있다. 다만, 권한이 없는 제3자에 의하여 동법에 의한 지리적표시가 사용되는 경우 허위표시죄로 처벌이 가능하다.

「상표법」에 의하여 등록된 지리적표시 단체표장은 무효 및 취소사유가 있는 경우에 특허청의 심판절차에 따라 등록무효 또는 취소가 가능하다. 「농수산물품질관리법」에서는 지리적표시품이 표시기준 또는 규격에 미달되거나 해당 지리적표시품 생산량의 급감 등 지리적표시품 생산계획의 이행이 곤란하다고 인정되면 시정명령, 표시정지 또는 등록취소 등 필요한 행정처분이 가능하다.

표 3-6. 등록과정에서의 두 제도의 차이

구 분	지리적표시제	지리적표시 단체표장제
등록 과정 개요	- 해당 지역을 관할하는 국립농산물 품질관리원 지원 또는 출장소 신청 - 신청을 받으면 관련 서류의 적합성 여부를 판단하여 국립농산물품질관리원에서 신청서를 접수함 - 접수 후 15일 이내에 '지리적표시등록심의회'에 심의를 요청함 - 심의 요청을 받은 '지리적표시등록심의회'는 1년 내에 심의를 하여 등록 여부를 신청자에게 통보함 · 이의 신청: 등록 신청 공고일로부터 2개월 이내	- 단체(법인) 결성, 법인의 정관 마련. - 소정 양식의 출원서를 작성, 증빙 서류 첨부. - 특허청에 지리적표시 단체표장 등록 출원 · 선 출원 등록상표 조사 · 출원인 코드부터 신청 절차 · 출원서 작성 · 접수 및 수수료 납부 - 출원 순서에 따라 등록 여부 결정 · 심사착수시기: 상표·서비스표 출원일로부터 약 6개월 전후임. - 거절 사유가 없다면 출원 공고함 · 이의 신청: 출원공고일로부터 30일 내
필요한 서류 및 수수료	- 등록신청서 - 생산계획서(단체의 경우 각 구성원별 생산계획 포함) 1부 - 유명 특산품임을 증명할 수 있는 자료 1부 - 품질의 특성에 관한 설명서 1부 - 품질의 특성과 지리적 요인과의 관계에 관한 설명서 1부 - 지리적표시 대상지역 범위 1부 - 자체 품질기준 1부 - 품질관리계획서 1부 ※정관은 등록 심사 시 반드시 필요하므로 등록신청서와 함께 제출하는 것이 편리함	1. 필수 제출서류 - 등록신청서(상표법 시행규칙 별지 제1호 서식의 출원서) - 상품의 특정 품질·명성 또는 그 밖의 특성 - 지리적 환경과 상품의 특정 품질·명성 그 밖의 특성과의 본질적 연관성 - 지리적표시의 대상지역 및 범위의 적정성 - 지리적표시 단체표장의 출원인인 법인이 그 지리적표시를 사용할 수 있는 상품을 생산·제조 또는 가공하는 것을 업으로 영위하는 자만으로 구성된 사실 - 지리적표시 단체표장등록 출원을 위해 관련 지방자치단체와 협의를 거친 사실(외국의 지리적표시에 대하여 지리적표시 단체표장 등록 출원을 하는 경우 제외) - 원산지 국가에서 지리적표시로 보호받고 있는 사실 2. 임의 제출서류 - 출원인은 지리적표시 단체표장등록 출원과 관련하여 다음 각 호의 사항을 기재한 서류 및 그 사항을 증명하는 서류를 제출할 수 있음. - 지리적표시 해당 상품의 생산·제조·가공 및 유통현황(해당 지역 전체, 출원인, 소속단체원별 현황, 그 밖에 동종 상품의 주요 생산지역 등으로 구분한다) 등 - 출원인이 해당 지역에서 지리적표시 해당 상품을 생산·제조 또는 가공하는 자를 대표할 수 있는 자격이나 능력을 가지고 있는 사실

표 3-6. 등록과정에서의 두 제도의 차이(계속)

구 분	지리적표시제	지리적표시 단체표장제
심사기준	- 해당 품목이 지리적표시 대상 지역에서만 생산된 농산물인지, 또는 이를 주원료로 해당 지역에서 가공된 품목인지 여부 - 해당 품목의 우수성이 국내나 국외에서 널리 알려져 있는지 여부 - 해당 품목이 지리적표시 대상 지역에서 생산된 역사가 깊은지 여부 - 해당 품목의 명성·품질 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 특정 지역의 생산환경적 요인이나 인적 요인에 기인하는지 여부 - 신청 법인이 해당 품목을 생산하거나 가공하는 자의 대부분을 참여시켜 조직화되고, 해당 품목을 생산하는 자의 참여를 제약하지 않으며 법인이 지속적으로 유지·발전될 수 있는지 여부 - 해당 품목의 품질 수준을 유지하기 위한 자체품질기준과 품질관리계획, 생산계획 등이 적정한지 여부	- 상품이 지리적표시의 해당 요건에 해당할 것 - 지리적표시의 대상지역: 상품의 지리적 원산지 - 상품의 특정 품질·명성 또는 그 밖의 특성 존재 - 상품의 특성 등과 지리적 환경 간 본질적인 연관성 존재
심사과정	- 심의 요청을 받은 '지리적표시등록심의회'는 1년 이내에 심의를 하여 등록 여부를 신청자에게 통보함 - 지리적표시 관리 기관장은 지리적표시등록심의회의 심의 결과를 참작하여 등록심사에 대해 다음과 같이 적합 여부를 통지함. 등록신청을 거부할 사유가 없을 때에는 등록신청을 공고함. · 부적합 통지: 지리적표시를 하기에 부적합하다고 판단될 때에는 지체 없이 그 사유를 명시하여 신청자에게 통지 · 보완 통지: 부적합 사항이 단기간에 보완될 수 있다고 판단되는 경우	- 방식 심사(상표법 시행규칙 제4조 제6항에서 정한 첨부서류 확인) - 관련 부처 의견문의 - 출원인 적격 여부 - 정관 및 정관요약서 심사 - 표장의 심사 - 지정상품의 심사 - 상품의 품질·명성 또는 그 밖의 특성에 관한 심사 - 지리적 환경과 상품의 특성 등과의 본질적 연관성에 대한 심사 - 지리적표시의 대상 지역 및 그 범위의 적정성에 대한 심사 - 지리적표시의 정의에 합치하는지 여부에 대한 최종 심사

자료: 특허청(2005).
농림부·국립농산물품질관리원(2002).

「상표법」에 의한 지리적표시 단체표장은 등록 이후에 관리자의 관리 소홀로 인하여 지리적표시의 사용이 소비자의 혼란을 야기하는 경우에는 그 등록이 취소될 수 있다. 또한 권리자에게 독점배타적 권리가 부여되고 권리자에 의해 단체표장의 관리와 통제가 이루어진다.

표 3-7. 사후관리 과정에서의 두 제도의 차이

지리적표시제	지리적표시 단체표장제
- 관계 공무원에 의한 조사 가능 - 허위·유사표시 등에 대한 처벌 · 지리적표시품(지리적특산품)이 아닌 농산물 및 그 가공품에 지리적표시 또는 이와 유사한 표시를 하는 행위 · 지리적 특산품에 지리적 특산품이 아닌 농산물 및 그 가공품을 혼합하여 판매하거나 판매할 목적으로 보관 또는 진열하는 행위 ⇒ 위반시 3년 이하의 징역 또는 3,000만 원 이하의 벌금 - 사후관리 및 위반품에 대한 처분 · 지리적표시 관리 기관장(국립농산물품질관리위원장)은 지리적표시품(지리적 특산품)의 품질 수준의 유지와 소비자 보호를 위하여 다음의 조사를 할 수 있으며, 조사결과 위반 사항이 발견되면 등록 취소 등의 행정처분을 할 수 있음. · 사후 관리 조사 내용 ① 지리적 특산품의 등록 요건에의 적합성 조사 ② 지리적 특산품의 관련 서류 등의 열람 ③ 지리적 특산품의 시료 수거 및 조사 또는 전문 시험연구기관에의 시험 의뢰 · 취소 등의 행정처분 : 지리적표시 관리 기관장(국립농산물품질관리원장)은 조사 등 사후관리 결과 위반 사례가 발생하면 지리적 특산품에 대하여 시정명령, 표시정지, 등록취소 등의 행정처분을 실시 ※ 표시 정지 등록취소의 경우, 청문 실시	- 소비자나 단체표장권자에 의한 사후관리 · 권리자의 사후 관리 소홀로 지리적표시에 대한 소비자의 혼란이 초래되는 경우에는 취소심판제도에 의하여 등록이 취소되므로 단체표장권자에 의한 관리가 가능 - 소비자단체 등에 의한 관리 · 취소심판을 누구든지 제기할 수 있으므로 소비자단체 등에 의한 관리가 가능

자료: 특허청(2005).
농림부·국립농산물품질관리원(2002).

「농수산물품질관리법」에 의한 지리적표시는 등록 후 지리적 특산품의 품질 유지와 소비자 보호를 위하여 필요하다고 인정되는 경우에 관계 공무원에 의하여 표시 품목의 규격 및 품질등록 요건의 적합성 조사, 표시자의 관계 장부 또는 서류 열람 및 표시자료의 시료를 수거·조사하거나 시험의뢰 등의 조사를 한다. 농산물품질관리정책의 일환으로 등록심사 및 등록 후의 변경, 취소와 같은 처분을 한다.

지리적표시를 보호대상으로 하는 두 제도의 양립으로 인하여 이중 등록으로 인한 불편 및 상이한 등록단체에 따른 지역 내 갈등이 발생하거나 상이한 품질 특성의 등록으로 인하여 소비자의 혼란 야기 가능성 문제가 제기되어 왔다. 오랫동안 논의[6]를 거쳐 현재와 같은 체제를 유지하고 있으나 지리적표시 증명표장제도의 시행을 규정하고 있는 한·미 FTA가 발효될 경우 전면적인 정비가 불가피할 것으로 보인다.

4. 지리적표시보호제도의 문제점

4.1. 운영상의 문제점

「농수산물품질관리법」의 지리적표시제도는 농수산물 및 그 가공품으로 한정하였으나, 「상표법」의 지리적표시 단체표장의 도입으로 그 대상이 공산품까지 확대되었음은 환영할 만한 일이다. 그러나, 농수산물 및 그 가공품이 서로 다른 제도 아래에서 보호 및 운영돼 효율성이 저하되는 문제점이 있다. 더군다나 등록요건, 등록절차, 표시방법, 등록의 효력 등의 측면

6 상표법상 지리적표시를 위해 증명제도의 도입과 함께 상표법상의 지리적표시 단체표장제도를 농산물품질관리법의 지리적표시제도에 통합 등의 논의가 있어 왔으나 2007년 4월 29일 법제처 심사의뢰를 거쳐 5월 차관회의 상정 및 6월 국회 제출로 개정안이 합의되었다(상표법개정안에 대한 관계부처 협의결과(2008.4.22)).

에서 두 제도가 서로 달라 혼돈을 야기시킬 수 있으며, 쓸데없는 행정비용의 발생과 개별법 간 충돌로 인해 당사자 간 법적 분쟁을 일으킬 수 있는 문제점이 있다.

4.2. 용어 개념상의 문제

지리적표시와 관련한 용어가 국가마다 다르게 사용되기 때문에 문제가 야기되기도 한다. 통상적으로 지리적표시의 개념은 출처 표시부터 원산지 명칭 표시까지를 포괄하고 있다. 그러나, TRIPs 협정상의 지리적표시 개념은 상품의 품질과 특성이 지리적 요인과 연관성을 가지고 있어야 하는 것으로 단순한 출처만을 표시하는 것은 아니다. EU 규정 역시 TRIPs협정상의 지리적표시 개념을 원산지명칭보호(PDO)와 지리적표시보호(PGI)로 분리하여 운영하고 있다.

우리나라는 포괄적으로는 TRIPs 협정상의 지리적표시 개념을 따르고 있으나 엄밀하게 보면, 「농수산물품질관리법」은 EU규정의 원산지명칭보호 개념과 가깝고 「상표법」은 지리적표시보호 개념과 가깝다. 이러한 복잡한 관련 용어와 그에 따른 현행 운영 구조는 지리적표시가 일반인의 인식에서 지적재산권으로서 자리잡는 것을 방해하고 있다.

「농수산물품질관리법」상의 지리적표시제도는 EU의 지리적표시제도를 모델로 도입되었으나 그 등록요건이 엄격하다. 즉, EU의 지리적표시제도는 PDO와 PGI를 구분하여 그 등록요건을 별도로 운영하지만, 「농수산물품질관리법」의 지리적표시는 PDO에 한하는 개념만을 목적으로 운영되고 있다. 「농수산물품질관리법」 제2조의 5에 따르면 '지리적표시'는 농산물 및 그 가공품의 명성, 품질 기타 특징이 본질적으로 특정지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 당해 농산물 및 그 가공품이 그 특정지역에서 생산된 특산물임을 표시한다. 이는 EU의 지리적표시 제도의 PGI개념보다는 PDO 개념에 가까운 것이다.

「농수산물품질관리법」상의 지리적표시의 개념이 PGI보다는 PDO를 따

르면서도 KPGI로 하고 있어 용어 정의와 표지의 KPGI 표시가 불일치하는 측면이 있다. 이는 「농수산물품질관리법」상의 지리적표시 등록제도가 지리적 명칭을 직접적으로 보호한다기보다는 지리적표시의 보호가 주어진다는 확인 정도의 표지(KPGI) 보호로 운영되도록 한 태생적 문제에서 비롯된 것이다.

「농수산물품질관리법」상의 지리적표시의 한계는 등록표시제도의 보호를 위하여, 지리적표시의 허위 또는 유사 표시에 대한 행위에 대하여는 지역과 벌금의 형사적 제재를 가하지만, 사후에 등록기준 또는 표시방법 등의 위반 행위에 대해서는 등록취소 등의 행정적 제재만을 둔 것에서도 확인 가능하다. 특허청의 「상표법」상의 지리적표시의 개념은 EU의 PGI에 해당하나 심사기준은 PDO에 해당하며 상표 심사 절차를 따른다. 이는 초기 「상표법」을 도입하는 과정에서 농림부의 심사 기준을 참조한 것에서 그 이유를 찾을 수 있을 것이다.

지리적표시의 추진 실태 분석

제4장

1. 등록단체 조사 개요

지리적표시제 운영 실태를 파악하기 위하여 지리적표시 등록단체를 조사하였다. 지리적표시제를 실시한 지 10여 년이 경과하였지만, 이 제도의 운영 실태를 전체적으로 파악한 경우는 없기 때문이다.

2011년 5월 현재 지리적표시제 등록은 총 123개이며, 이 중에서 117개를 조사 대상으로 하였다. 조사는 우편조사를 원칙으로 하고, 필요한 경우 E-mail을 통해 조사하였다. 등록단체 연락처는 농림수산식품부의 협조를 얻어 4월에 조사표를 우송하였다(부록 2 참조). 이후 조사표가 미회수된 단체에 대하여는 연구진이 전화로 조사 협조를 요청하였지만, 회수된 조사표는 52개로 조사 대상의 44.4%에 불과하여 응답률은 저조하였다. 응답률은 지역에 따라 큰 차이를 보이고 있다. 충북의 경우 8개 대상 중에서 6개가 응답한 반면, 전북의 경우 8개 대상 중에서 1개만이 응답하였다(표4-1).

우편조사와 병행하여 심층조사를 실시하였다. 연구진이 등록단체를 직접 방문하여 지리적표시제 실무 책임자를 대상으로 지리적표시 등록 준비 과정부터 현재까지의 활동 상황을 인터뷰 형식으로 조사하였다. 심층조사 대상은 농림축수산물을 고루 포함하도록 하되, 지리적표시 등록을 많이 한 품목을 중심으로 하였다. 농산물은 사과(6개)와 마늘(5개), 축산물은 한우(3개), 임산물은 곶감(3개), 수산물은 미역(2개)을 대상으로 하였다. 심층조사 대상품목별 대상지역은 <표4-2>와 같다.

표 4-1. 지역별 및 부문별 조사 응답 등록단체 분포

단위: 개

지역별 / 부문별	합계	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	광역·특별시
	123	4	19	8	8	8	31	22	11	2	10
농산물	36 (17)	2 (2)	6 (4)	4 (2)	2 (2)	1 (1)	7 (1)	8 (3)	3 (2)	2 (0)	1
임산물	9 (3)	-	-	2 (1)	2	-	-	2 (1)	3 (1)	-	-
수산물	5 (2)	-	-	-	-	-	3 (1)	-	-	-	2 (1)
가공품	2 (0)	-	-	-	-	-	-	1 (0)	1 (0)	0	-
합계	52 (22)	2 (2)	6 (4)	6 (3)	4 (2)	1 (1)	10 (2)	11 (4)	7 (3)	2 (0)	3 (1)

주: ( )안은 사례 연구 대상 지역의 등록단체 수

표 4-2. 심층사례조사 대상 품목

대상 품목		지리적표시(A) (농산물품질관리법)	중복(A&B)	지리적표시 단체표장(B) (상표법)
농산물	쌀	이천, 여주, 철원		
	마늘	단양, 의성, 남해	삼척, 서산	
	사과	충주, 청송, 밀양	예산, 무주, 영주	
축산물	한우	홍천, 횡성, 함평		이천, 안동
임산물	곶감	산청	영동, 상주	광양
수산물	미역	기장	완도	
합 계		14	8	3
		22		

2. 지리적표시제 등록 실태

2.1. 등록 추진은 생산자단체와 지자체가 주도

지리적표시제 등록을 생산자(단체)가 독자적으로 추진한 경우는 없으며, 기초 지자체와 농협(축협) 등이 등록을 주도하고 생산자단체가 참여하는 형식이 일반적이었다. 등록단체 실무 책임자를 대상으로 조사한 결과를 보면(표4-3), 생산자단체가 주도한 것으로 응답했으나 독자적으로 추진한 것이 아니라 지자체와 농협(축협) 등과 협력하여 추진하였다.

지자체에서는 해당 품목에 대한 지역특화산업 육성 사업(신활력사업, 원예공동브랜드사업, 지역특구 지정 등)의 일환으로 추진하는 경우가 많았다.

등록 준비 당시 이미 생산자단체가 조직되어 활동해온 경우에는 등록 주체를 결정하는 데 문제가 없었다. 그러나 등록을 위해 단체를 결성해야 하는 경우에는 대상을 누구로 할 것인지가 중요한 문제가 되었다. 이 단체는 등록을 위해서도 필요하지만 등록 후에 사후관리를 담당해야 하기 때문이다. 심층조사에서도 이러한 상황을 확인할 수 있었다. 등록 이전부터 생산자조직이 결성되어 활동해온 단체들은 대부분 등록 이후에도 사후관리를 잘 하고 있는 것으로 나타난 반면, 등록대상을 법인으로 한정하고 있기 때문에 영농법인을 급히 구성한 경우 두드러진 활동을 확인하기 어려웠으며, 일부 단체는 소재지를 시·군청이나 농협으로 정해 놓고 단체 운영은 실질적으로 이루어지지 않는 경우도 있었다. 특히 지리적표시제 등록을 하였으나 활용하지 않는 지역에서는 등록 주체를 확인하기가 쉽지 않았으며, 지리적표시 관련 업무만 지자체나 농협 등에서 담당하고 있었다. 심층 사례조사지역 22개 중 등록단체가 제대로 활동하지 않아 지자체(농업기술센터 포함)에서 관련 업무를 담당하는 곳이 6개 지역으로 확인되었다.

표 4-3. 지리적표시 등록 추진 주체

단위: 개, %

등록 추진 주체	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
생산자단체	30	57.6	13	59.2
농협지부	11	21.1	7	31.8
시·군청	19	36.5	10	45.4
농업기술센터	8	15.3	3	13.6
농산물품질관리원 지원	2	3.8	1	4.5

주: 복수응답을 허용한 설문으로 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

2.2. 제출 자료가 많고 복잡

지리적표시 등록을 위해서는 등록신청서와 함께 몇 가지 구비서류를 제출해야 한다(표4-4). 품질의 특성을 과학적으로 기술하고, 유명 특산품임을 증명할 수 있는 자료를 수집하여 제출하는 등 생산자단체 스스로는 준비하기 어려운 내용들이다.

단체의 실무 책임자들도 등록과정에서 가장 어려운 점으로 제출해야 하는 자료가 너무 많고, 자료 작성 자체가 어려웠으며, 첨부해야 할 자료를 확인·정리하는 데 많은 시간이 소요되었다는 것을 지적하고 있다(표4-5).

등록 준비를 지자체 담당 공무원이 직접 추진한 경우, 등록 절차를 확인하고, 관련 자료와 서류를 구비하는 데 몇 년이 소요되었다고 한다. 지자체 담당자가 직접 등록을 추진한 서산마늘은 18개월이 소요되었으며, 완도 미역은 5년이나 소요된 것으로 나타났다. 완도미역의 경우 군청 담당자가 관련 자료의 수집과 확인 및 전문가 자문 등의 업무를 추진하느라 많은 시간이 소요되었으며, 마지막 단계에서 수집한 자료를 정리하여 등록을 추진하는 과정에서 전문기관의 도움을 받았다. 따라서 이를 담당했던 지자체 담

표 4-4. 지리적표시제 등록 신청 시 구비서류

- 생산계획서(각 구성원별 생산계획 포함)
- 품질의 특성에 관한 설명서
- 유명 특산품임을 증명할 수 있는 자료
- 품질의 특성과 지리적 요인과의 관계에 관한 설명서
- 지리적표시 대상 지역의 범위
- 자체품질기준
- 품질관리계획서

표 4-5. 지리적표시 등록 과정에서 어려웠던 점

단위: 개, %

등록 과정 시 애로점	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
생산자들의 협조를 구하기가 어려웠다.	12	23.0	5	22.7
신청서류(첨부서류 포함)를 작성하는 것이 너무 어려웠다.	25	48.0	9	40.9
신청 시 제출해야 하는 자료가 너무 많았다.	26	50.0	10	45.4
등록품목과 지리적 관련성(특성, 명성 등)을 정리하는 것이 어려웠다.	17	32.6	11	50.0
지리적 표시제도에 대한 정확한 정보를 구하기가 어려웠다.	12	23.0	5	22.7
비슷한 제도들이 많아 혼동되었다.	6	11.5	2	9.0
관련 기관들이 비협조적이었다	1	1.9	0	0.0
등록 시 비용이 너무 많이 소요되었다	12	23.0	5	22.7
등록에 너무 많은 시간이 소요되었다	17	32.6	6	27.2
등록절차가 너무 복잡했다	9	17.3	1	4.5
상표제도에 대한 정확한 정보를 구하기 어려웠다	5	9.6	1	4.5
무응답	6	11.5	11	50.0

주: 복수응답을 허용한 설문으로 중요한 순서대로 3가지를 답하도록 하였음. 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

당자들은 소요기간이나 비용, 그리고 타 업무에 대한 지장 등을 감안하면 지자체나 생산자단체(농·축협 등)가 직접 담당하기보다는 전문기관에 의뢰하는 것이 바람직하다고 주장한다.

더욱이 지리적표시 이외에 상표법상의 지리적표시 단체표장을 등록하는 경우에도 거의 동일한 내용을 반복 정리하여 시간과 비용이 이중으로 소요되는 것으로 나타났다. 심층조사 과정에서 두 제도에 모두 등록한 한 단체의 등록 당시 구비 자료들을 검토한 결과, 보고서 내용이 거의 동일한데도 상이한 전문기관에서 별도로 작성해 비용과 시간이 이중으로 소요된 것을 확인할 수 있었다.

2.3. 등록 준비는 대부분 외부 전문기관에 위탁

위에서 살펴본 대로 등록에 필요한 구비서류를 갖추는 것이 어렵기 때문에 지리적표시 등록에 필요한 자료 준비는 전문기관에 의뢰하여 준비한 것으로 나타났다(표4-6). 등록 자료 준비를 자체적으로 했다고 응답한 단체가 9개가 있으나 이들 단체의 경우에도 단체가 전적으로 자체적으로 한 것이 아니라 외부 전문기관의 도움을 받아 추진한 것이 대부분이었다. 이러한 준비 작업은 H사 등 몇몇 전문기관에서 담당했던 것으로 나타났다.

지리적표시 등록에 소요되는 비용은 주로 외부 전문기관에 위탁하는 용역 연구비로 2,000만~5,000만 원 수준이다. 일부 지역에서는 지리적표시 단체표장 등록 준비와 병행하기도 하였다. 등록에 소요되는 비용은 주로 지자체가 부담하였다. 등록단체인 생산자단체가 부담하였다고 응답한 경우에도 전적으로 생산자단체가 부담한 것이 아니라 지자체의 지원이 수반된 것으로 나타났다(표4-7).

관련 자료를 구비하는 용역 연구기간은 4개월 내외이나, 등록 소요 기간은 지역 사정에 따라 6개월부터 5년까지 다양하였다.

표4-6. 지리적표시 등록 추진 자료 준비

단위: 개, %

등록 서류 작성 주체	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
전문기관 용역	35	67.3	16	72.7
자체적으로	9	17.3	4	18.3
준비위원회 공동으로	4	7.7	1	4.5
무응답	4	7.7	1	4.5
합 계	52	100.0	22	100.0

표 4-7. 지리적표시 등록 소요 비용 조달 방법

단위: 개, %

등록에 소요된 비용	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
지자체 부담	36	69.2	17	77.3
지역농협 부담	8	15.4	3	13.6
작목반 등 생산자단체 부담	4	7.7	2	9.1
지리적표시 등록단체 회원 부담	5	9.6	3	13.6
공동 부담	8	15.4	1	4.5
무응답	1	1.9	0	0.0

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

2.4. 지리적 연관성이나 품질 특성에 대한 부각은 미흡

지리적 요인과 품질 특성과의 관련성은 지리적표시 등록의 중요한 요건 중의 하나이다. 그러나 심층조사 품목들에 대하여 등록자료를 토대로 살펴본 바에 의하면, 지리적 요인과 품질 특성과의 관련성이 크게 부각되지 않는 것으로 나타났다.

표 4-8. 지리적표시 등록 쌀의 품질 특성 비교

		이천쌀	철원쌀	여주쌀
등록번호 (등록일자)		농산물 제12호 (2005.12.26)	농산물 제13호 (2005.12.26)	농산물 제32호 (2007.7.11)
등록단체 명칭		이천쌀사랑영농조합법인 ↓ (사)임금님표이천쌀운영본부	철원오대쌀생산자 영농조합법인	(사)여주쌀생산자협의회 ↓ 여주군농협조합공동사업법인
대상지역		경기도 이천시	강원도 철원군	경기도 여주군
지형		전형적인 분지지형	해발 200m의 평야지대	언급 없음
토성[7] (토양)		사양토 비율 ⇒ 수치 미제시 pH: 5.2~5.3 K(me/100g): 0.2 Ca(me/100g): 2.7 Mg(me/100g): 0.8	사양토 비율 26.5% 점토 함량 38.4% pH: 5.9 K(me/100g): 0.4 Ca(me/100g): 5.0 Mg(me/100g): 2.1	사양토 비율 78.6% pH: 5.6 K(cmol/1kg): 0.3 Ca(cmol/1kg): 3.1 Mg(cmol/1kg): 1.5
기상	기온	연평균: 11.0℃ 벼재배기간 월평균: 19.5℃ 등숙 기간 적산평균기온 : 96.8℃	연평균: 10.2℃	연평균: 11.7℃ 벼재배기간 월평균: 21.0℃ 등숙 기간 평균: 19.5℃
	일교차	언급 없음	연교차: 29.0℃	벼 재배기간중: 11.2℃
	강수량	연간 1,316㎜ 벼재배기간 적산강수량 :1,037㎜ 등숙기간 강수량: 270㎜	연간 1,300㎜ 환경부가 청정지역 고시	연간 1,439.2㎜ 5~10월 평균: 201.6㎜ 수잉기(7~8월)평균:358.3㎜
	일조량	5~10월 일조시간 : 1,363.4시간	일조 시간: 2,071.0시간	일조 시간: 2,165.8시간 생육 기간 평균: 195.5시간 등숙기 평균 183.4시간
인적 특성		임금님표명품쌀 -생산단지조성사업 맞춤형 비료 공급 기타	양질 품종 확대재배 시비개선 병해충 종합관리 고품질 오대쌀 생산	우량 종자 확대보급 맞춤 비료 개발 병해충 종합 관리 오리 농법 지원사업 여주쌀 포장재 지원사업
자체 품질기준		'추청'으로 품종 단일화 계약시 고품질재배 실천 의무화	'오대' 품종. 수확후 1년 지난 쌀은 제외	'추청' 품종
역사성		언급 없음	언급 없음	언급 없음

주: 1. 등록자료를 토대로 작성함.
2. '역사성'의 경우 등록 시 별도 자료를 제출한 것으로 판단되나, 등록자료에는 제시되지 않음.

7 적정치(me/100g): pH: 6.0~6.5, K: 0.25~0.3, Ca: 5.0~6.0, Mg: 1.5~2.0

모든 지역이 지리적으로 해당 품목의 재배 적지임을 나타내는 정도이며, 토양, 기상조건 등 지리적으로 타 주산지에 비해 유리하다고 자료를 제시하고 있으나 해당 지역이 유리한 조건이라고 단정하기 어려운 경우가 적지 않았다.

쌀의 경우 이천, 철원 및 여주의 3개 지역에서 지리적표시 등록을 하였는데, 그 내용을 비교하면 <표4-8>과 같다. 토양은 주로 사양토로 구성되어 있으며, 기온, 일교차, 강수량, 일조량 등 벼 재배에 적정한 조건임을 제시하고 있다. 지자체의 각종 지원사업도 내용이 거의 비슷하며, 다만, 벼 품종이 이천과 여주는 '추청'이 주종인데 비하여 철원은 '오대'라는 것이 차이점이라고 할 수 있다. 즉, 어느 것이 지역과 연관성이 있으며, 무엇을 보호받을 것인지가 자료상으로는 명확하게 드러나지 않는다.

다른 품목들도 내용은 비슷하다. 사과, 한우, 곶감, 미역 등의 내용을 검토한 결과는 <부표 7~10>과 같다.

2.5. 지리적표시 단체표장도 병행 등록

지리적표시 이외에 상표법상의 지리적표시 단체표장에 등록한 단체도 절반 가까이 되며, 미등록 단체 중 일부는 앞으로 등록을 적극적으로 고려하고 있는 것으로 나타났다(표4-9).

표 4-9. 지리적표시 단체표장 등록 여부

단위: 개, %

지리적표시 단체 표장 등록 여부	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
등록했다.	25	48.1	11	50.0
등록하지 않았지만 등록할 계획이다.	12	23.1	6	27.2
등록하지 않겠다.	12	23.1	4	18.2
무응답	3	5.7	1	4.6
합 계	52	100.0	22	100.0

지리적표시 단체표장에도 등록하는 이유는 상표법에 의해 지리적 명칭을 확실하게 보호받을 수 있을 것이라는 기대가 가장 크며, 안 하는 것보다는 나을 것이라는 막연한 기대도 포함되어 있다(표4-10).

전남 완도군의 경우 지역 특산물인 전복, 넙치, 미역, 다시마, 김의 5개 품목 모두 양쪽에 등록하였다. 최근 들어 지리적표시제 등록을 추진하는 지역에서는 지리적표시 단체표장도 동시에 추진하는 경향을 보이고 있다.

표 4-10. 지리적표시 단체표장 등록 이유

단위: 개, %

지리적표시 단체 표장 중복 등록 이유	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
한 개보다는 두 개를 이중등록하면 더 유명해질 것 같아서	1	2.7	1	4.5
상표법에 의해 등록지리적명칭을 확실하게 보호받을 수 있기 때문에	33	89.1	16	72.7
농산물품질관리법에 의한 지리적표시 등록대상이 아니라서	-	-	-	-
보호받는 내용이 다르기 때문에	4	10.8	2	9.0
등록한 주체(단체)가 각각 달라 독자적으로 추진했으므로	-	-	-	-
다른 지역에서도 두 가지 모두 등록하기 때문에	-	-	-	-
무응답	16	43.2	5	22.7

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

3. 지리적표시제 운영 실태

3.1. 등록단체의 활동이 활발하지 않음

지리적표시제 등록 주체인 등록단체는 지리적표시제 활용에 있어서 적극적이지 않은 것으로 나타났다. 단체의 활동 정도를 엿볼 수 있는 연간 교육 횟수를 보면, 연간 10회 이상의 회원 교육을 실시한 단체도 몇 개 있기는 하지만, 대다수 단체가 연간 평균 2회 정도의 교육 또는 회의를 한 것으로 나타났다(표4-11).

더욱이 심층조사 결과를 통해 확인한 바에 의하면, 지리적표시제 운영만을 위하여 별도로 교육을 하거나 회의를 개최하는 경우는 없으며, 기존 단체 활동 내용에 곁들여 지리적표시제 운영과 관련하여 회원들에게 교육을 하거나 정보를 제공하는 정도이다.

2011년 5월 현재 등록한 모든 단체에 조사표를 송부하고, 농림수산식품부와 국립농산물품질관리원이 실시한 워크숍에서 조사의 취지를 설명하고 적극적인 협조를 구하였으며, 수 차례에 걸쳐 전화로 조사 협조를 요청하였음에도 불구하고 응답률이 낮은 것도 단체의 활동이 부진한 것을 나타내는 한 측면이라고 할 수 있다.

지리적표시제와 관련한 활동 측면에서 등록단체를 크게 세 가지 유형으로 구분할 수 있다. 첫째, 지리적표시 등록 이전부터 자체적으로 활동해 온 생산자단체들로서 제도의 취지를 이해하고 나름대로 활발하게 활동하는 단체들이다. 둘째, 등록 이전부터 조직되었거나 등록을 계기로 구성된 조직이 나름대로 활동을 하고 있으나 지리적표시제로 인한 혜택이 가시적으로 나타나지 않아 제도에 대해 무관심한 단체들이다. 셋째, 등록을 위해 급조된 단체로서 구성원이 누구인지가 불분명한 단체들이며 등록 당시와는 상황이 크게 달라져 등록단체의 실체를 파악하기도 어려운 단체들이다.

표 4-11. 지리적표시 등록단체의 부문별 활동 상황

지리적표시 등록단체의 부문별 활동	전체(52개)		사례지역(22개)	
	평균	표준편차	평균	표준편차
각종 회의 개최	2.6	0.9	2.6	1.2
품질관리(생산)	2.2	0.9	2.4	0.9
품질관리(수확 후)	2.2	0.8	2.2	0.9
홍보활동	2.5	1.1	2.5	1.2
유관기관과 협조	2.4	1.1	2.5	1.2

주: 활동 정도를 ①매우 활발 ②활발 ③보통 ④저조 ⑤매우 저조의 5점 척도로 조사함.

3.2. 사후 품질관리 비용은 자체 수입과 지자체 지원으로 충당

지리적표시 등록 품목은 등록단체가 일정한 품질기준을 유지하도록 관리해야 한다. 등록단체들이 등록 이후 품질 관리에 얼마나 적극적인가를 알아보기 위하여 품질관리에 어느 정도의 비용을 투하하는지, 비용의 조달은 어떻게 하는지를 조사하였다. 대다수 단체가 소요 비용 금액을 응답하지 않은 것으로 미루어 보아 전반적으로 품질관리에 많은 노력을 기울이지 않는 것으로 판단된다. 품질 관리비용을 지출한다고 응답한 단체도 규모는 1,000만 원 내외가 대부분이다.

품질관리 비용은 단체가 자체적으로 조달하는 경우가 가장 많은 것으로 응답했다(표4-12). 그러나, 지자체나 농협 등의 지원이나 공동으로 부담하는 경우도 적지 않은 것으로 나타났다. 즉, 품질관리 또는 단체의 운영을 지자체나 농협 등에 많이 의존하고 있는 것으로 보인다. 일부 지자체의 경우에는 지리적표시제 운영 관련 사업비를 예산에 편성·확보하여 지원하고 있다(단양마늘, 영동곶감, 완도미역 등).

표 4-12. 지리적표시 등록품의 연간 품질 관리 비용

단위: 개, %

지리적표시 관리 운영비용 충당 방법	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
회원으로부터 회비를 받아서	10	19.2	5	22.7
생산물 거래 시 수수료를 받아서	6	11.5	4	18.1
지자체의 도움을 받아서	8	15.3	4	18.1
관내 농협의 지원으로	2	3.8	4	18.1
위에서 제시한 여러 가지 방법으로 (회비, 수수료, 지자체, 농협)	15	28.8	6	27.2
무응답	13	25.0	4	18.1

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

3.3. 등록단체 스스로는 품질 관리를 잘 하는 것으로 판단

등록단체의 활동이 활발하다고 하기 어려운 상황에서도 등록단체 스스로는 품질관리를 잘 하고 있는 것으로 판단하는 것으로 나타났다. 82.7%에 해당하는 33개 단체가 대체로 품질관리를 잘 하는 편이라고 응답했다(표 4-13).

지리적표시를 활용하고 있는 경우에는 대부분 계약재배하고 있기 때문에 품종 선택부터 수확 후 관리까지 고품질 농림수산물을 생산하기 위해 관리하고 있다. 수확단계부터 관리하지 않더라도 지리적표시를 활용하는 경우에는 선별 기준을 엄격하게 적용하여 일정 수준의 고품질 생산물만을 대상으로 하기 때문에 어느 정도 품질관리가 이루어지고 있다고 할 수 있다.

표 4-13. 지리적표시 등록품의 생산단계별 품질관리 정도

단위: 개, %

생산단계별 품질관리	전체 (52개)		사례지역 (22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
품질관리기준에 따라 매우 철저하게 실시하고 있다.	18	34.6	6	27.2
대체로 품질관리를 잘 하는 편이다.	25	48.1	12	54.5
품질관리를 그저 그렇게 실시하는 편이다.	4	7.6	2	9.1
품질관리를 형식적으로 실시하고 있다.	1	1.9	1	4.6
품질관리를 전혀 하지 못하고 있다.	2	3.9	1	4.6
무응답	2	3.9	-	-
합 계	52	100.0	22	100.0

3.4. 품질관리상 애로사항

등록 품목의 품질을 관리하는 데 있어서 가장 어려운 것은 등급기준을 제대로 적용하는지, 포장 및 표시사항 등이 기준에 적합한지 등을 관리하는 일로 나타났다(표4-14). 즉, 등록 품목의 품질을 일정하게 관리할 수 있는 기준이 명확하게 설정되지 않았거나 설정되었다고 하더라도 이를 실제로 적용하는 데는 한계가 있음을 보여주고 있다.

이렇게 품질관리 기준을 현실에 적용하기 어려운 가장 큰 이유는 전문종사인력과 장비가 절대적으로 부족하다는 것과 품질기준 자체가 불명확하기 때문인 것으로 나타났다(표4-15). 자체 품질기준을 수립하여 적용하고 있지만, 농림수산물의 경우 공산품처럼 규격화가 어렵기 때문이다. 또한, 품질관리에 대한 행정적 규제 방안이 없거나, 품질관리인력 또한 생산자이기 때문에 출하 성수기에는 인력 확보가 쉽지 않은 것도 어려움의 하나로 들고 있다.

표 4-14. 지리적표시 등록품의 품질관리 중 가장 어려운 점

단위: 개, %

품질 관리의 어려움	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
등급기준 관리	14	26.9	6	28.5
품목 특성에 영향을 미치는 주요 성분의 최저, 최고 함량관리	8	15.3	3	14.2
가공품의 경우 원부재료 및 첨가물 사용량 관리	4	7.6	-	-
포장, 표시사항 및 기타 규격기준 관리	13	25.0	4	19.0
표준규격 등의 최상급 해당 여부 관리	6	11.5	5	14.2
무응답	7	13.4	5	23.8

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

표 4-15. 지리적표시 등록품의 품질관리가 어려운 이유

단위: 개, %

품질 관리의 어려움	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
등록단체의 품질관리 인력 부족	18	34.6	9	40.9
등록단체의 품질관리 기술과 장비 부족	10	19.2	3	13.6
품질관리 주체와 방법에 대한 규정 미비	9	17.3	6	27.2
품질기준 자체의 불투명성으로 과학적 관리 한계	11	21.1	5	22.7
기타	3	5.7	0	0.0
무응답	7	13.4	4	18.1

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

등록단체들의 경우 지리적표시 등록 품목의 품질관리를 국립농산물품질관리원이 담당하기는 어려우며, 단체가 스스로 하는 것이 바람직하다고 판단하고 있다. 그러나 철저한 품질관리 및 유통과정에서의 모니터링 등을 위해서는 전담인력과 비용이 필요하며, 생산자단체가 자체적으로 이를 감당하기 어렵기 때문에 정부나 지방자치단체 차원의 지원이 필요하다고 주장한다. 이러한 주장은 일면 타당한 측면이 있지만, 계속 늘어나고 있는 등록 품목에 대하여 중앙정부의 지원을 바라는 것은 무리라고 판단된다. 단체 스스로 인력이나 비용을 감당하기 어렵다면, 해당 지자체가 지역특화산업 육성 차원에서 지원하는 것이 보다 합리적이라고 할 수 있다.

3.5. 지리적표시제도 관리·운영상 애로사항

이상에서 살펴 본 바와 같이 지리적표시 등록을 하였지만, 이를 관리하고 운영하는 것이 쉽지 않은 것으로 나타났다. 등록단체 설문조사 결과와 심층조사 결과를 살펴 보면, 지리적표시제도를 관리·운영하는 데 있어서 어려운 점은 지리적표시제의 효과가 가시적으로 나타나지 않는다는 점이다. 이로 인해 농어업인 등 관계자들이 소극적이거나 무관심하게 되고, 구성원들의 무관심과 비협조로 단체의 운영과 자체 품질관리기준 적용이 어렵게 된다. 지리적표시제의 효과가 잘 나타나지 않는다고 주장하는 이유를 살펴보면, 지리적표시 등록 자체가 정부의 품질인증을 받는 것으로 판단했거나 등록을 하면 정부 차원의 별도 지원이 있을 것으로 기대했기 때문이다. 막상 등록을 했지만 단체 스스로 품질관리 등 자체적으로 해야 할 의무는 많은 데 비해 정부로부터 지원이 있는 것도 아니며, 소비자들의 인지도가 높아 비등록 경쟁 품목에 비해 높은 가격을 받는 것도 아니기 때문에 구성원들 입장에서는 번거롭기만 한 제도로 인식되고 있다.

표 4-16. 지리적표시제도 관리·운영상 애로사항

단위: 개, %

지리적표시 관리 및 운영상의 어려움	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
매년 생산자들을 모으는 것이 어렵다.	7	13.4	2	9.0
품질관리를 하는 것이 어렵다.	18	34.6	9	40.9
소비자들에 대한 홍보가 어렵다.	14	26.9	5	22.7
구성원(생산자)들 간 이해관계가 복잡하여 의견 조율이 어렵다.	13	25.0	8	36.3
경쟁 품목이 많아져 어렵다.	3	5.7	1	4.5
지리적표시의 효과가 잘 나타나지 않는다.	31	59.6	12	54.5
등록단체의 운영비 조달이 쉽지 않다.	21	40.3	10	45.4
지리적표시 등록 이후 관계자들의 관심과 지원이 저조하다.	22	42.3	10	45.4

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

3.6. 판매는 주로 대형·도매 유통

지리적표시 등록 품목들의 주요 판매방법을 살펴보면(표4-17), 도매(38.9%), 직거래(28.5%), 대형마트(24.3%) 및 소매(17.8%) 등의 순으로 나타났다. 일부 품목은 소매를 주로 하고 있는 경우도 있지만, 대부분은 도매와 대형 마트 등 대형 거래처를 통해 유통되고 직거래의 비중이 높은 것으로 나타났다. 이렇게 볼 때 등록 품목들은 나름대로 판매망을 구축하고 있다고 볼 수 있다. 특히 지리적표시 등록품목은 해당 지역에서는 대표 특산물로 내세우고 있는 품목이기 때문에 판매는 타 품목에 비해 상대적으로 수월한 것으로 판단된다.

표 4-17. 지리적표시 등록 품목의 유통 경로

단위: %

판매방법	전체(52개)			사례지역(22개)		
	평균	최소값	최대값	평균	최소값	최대값
직거래/인터넷	28.5	0	100	32.2	5	100
도 매	38.9	0	90	30.1	0	70
소 매	17.8	0	80	15.1	0	80
대형마트	24.3	0	90	33.3	0	80
수 출	2.6	0	20	1.5	0	10
기 타	8.6	0	50	5.8	0	10

3.7. 지리적표시제 활용 실태

지리적표시 활용 여부를 22개 심층사례조사지역을 중심으로 살펴보면, 13개 지역에서 사용하고 있으며, 9개 지역에서는 사용하지 않는 것으로 나타났다(부표 5 참조).

지리적표시를 활용하는 경우 지역 전체의 생산품 중 자체품질기준에 해당하는 모든 물량을 대상으로 하고 있는 지역도 있지만, 등록단체를 통해 유통되는 물량만을 대상으로 하여 지역 전체 생산 물량에서 차지하는 비중이 작은 지역이 대부분이었다.

한편, 지리적표시 등록을 했음에도 불구하고 활용하지 않는 경우 그 이유를 몇 가지로 나누어 볼 수 있다. 첫째, 최근에 등록하여 아직 준비가 덜 된 경우이다. 예산사과와 영주사과 등이 이에 해당한다. 둘째, 과거에 사용하다가 사용하지 않는 경우이다. 홍천한우와 함평한우가 이에 해당하며, 지리적표시(스티커 부착)에 대한 시간과 비용이 추가로 소요되어 별도 작업을 생략하거나 포장지(박스)를 변경하면서 누락된 경우이다. 셋째, 등록만 하고 사용하지 않는 경우이다. 서산마늘, 남해마늘, 기장미역 등이 이에 해당한다. 서산마늘과 기장미역의 경우에는 등록 당시의 주체(법인)와 현재의 법인 간 승계 문제가 명확하지 않아 사용을 하지 못하며, 남해마늘은

독자 브랜드인 '보물섬 남해마늘'을 전반적으로 사용하기 때문에 지리적표시 사용의 필요성이 절실하지 않기 때문으로 판단된다.

지리적표시 부착 여부는 거래처의 태도에 따라서도 달라지는 것으로 나타났다. 심층조사 과정에서 파악한 바에 의하면, 어떤 품목은 거래처인 대형 유통업체에서 지리적표시 등록 여부 확인을 요청하는 반면, 대형 유통업체의 자체 브랜드 상품(PB)으로 판매하는 경우에는 지리적표시에 관심을 가지지 않는 경우도 있는 것으로 나타났다.

또한, 위에서 언급한 바와 같이 현재 지리적표시가 활용되고 있지만, 대부분 지역에서 지역 특산품의 일부에만 적용되고 있는데 이로 인해 분쟁도 발생하고 있다. 횡성한우가 이러한 예의 하나라고 할 수 있다. 횡성한우의 지리적표시 등록은 횡성군청과 횡성축협이 협조하여 2006년에 마쳤다. 이후 횡성한우의 명성이 높아지고 한우 사육농가가 늘어나면서 갈등이 야기된 것으로 보인다. 심층조사를 통해 파악한 바로는 축협은 횡성한우의 명성을 유지하기 위해서는 혈통보존이 된 거세우만을 대상으로 해야 한다는 입장인 데 비해, 지자체는 보다 많은 한우 사육농가가 혜택을 보기 위해서는 좀더 폭넓게 적용해야 한다는 입장의 차이가 있는 것으로 보인다. 이보다 더 근본적이며 표면적으로 드러나지 않는 이유가 있을지도 모른다. 그러나 이러한 갈등은 오래갈수록 누구에게도 도움이 되지 않는다는 점에서 이해당사자들이 궁극적으로 횡성한우의 명성을 유지하면서 농가소득 증대에 기여할 수 있는 방안을 조속히 강구하는 것이 바람직하다. 현재 이러한 방향에서 지자체와 축협이 협력 방향을 모색하고 있는 것으로 짐작된다.

3.8. 다양한 표시 및 인증마크 보유

지리적표시 등록 품목은 다양한 인증표시나 브랜드를 보유하고 있는 것으로 나타났다. 52개 품목이 보유한 상표, 브랜드 및 품질인증표시 등은 평균 2.78개로 나타났으며, 가장 많은 곳은 16개에 달했다. 사례지역의 하나인 횡성한우가 그동안 획득한 인증이나 표시 등을 예로 살펴보면 <표

4-18>과 같다.

최근 들어 각종 시민단체나 광역 및 기초 지자체 등의 인증이 늘어나고 있는데, 지나치게 많은 인증이나 시상은 해당 상품의 품질 보증을 부각하기보다는 오히려 소비자의 판단을 어렵게 할 여지가 많다. 기존의 유사한 제도들을 통합하거나 정리하여 소비자에게 보다 정확한 정보를 제공하는 것이 바람직하다.

표 4-18. 횡성한우의 각종 인증 및 표시

· '05 부산APEC정상회담 공식 납품
· '05 횡성한우 **지리적표시제** 등록
· '05, '07, '08 전국축산물브랜드 대상(농림수산식품부)
· '09, '10 국가 명품브랜드 인증(농림수산식품부)
· '08대한민국지방자치발전대상(한국언론인연합회, 정경뉴스-축산물)
· '06, '08, '09, '10 전국브랜드파워 1위(한국능률협회)
· '08, '09, '10 대한민국소비자신뢰대표브랜드대상(한국브랜드경영협회)
· '08 대한민국 대표축제 대상(한국자치발전연구원, 한국경제신문)
· '07~'10 소비자웰빙지수 한우 분야 1위(한국표준협회 컨설팅)
· '08, '09, '10 대한민국 친환경 대상(환경미디어-축산물/한우)
· '08 한국지방자치 대상(한국언론인포럼-축산물)
· '04~'09 소비자시민모임 선정 우수축산물 브랜드 인증
· '05~'08 소비자 선호도 1위
· '08 대한민국 대표브랜드 대상(iMBC, 동아닷컴, 한경닷컴)
· '09대한민국 지역공동브랜드 대상(아시아경제신문,지식경제부,농림수산식품부)
· '09 대한민국 지방자치브랜드지수 1위(중앙일보, 한국브랜드포럼)
· '10 글로벌브랜드 역량지수 브랜드 평가 1위(일본능률협회)

자료: 횡성군청

4. 지리적표시제 성과 부문

4.1. 지리적표시 등록으로 긍정적 변화

지리적표시로 인한 성과를 가시적으로 파악하기는 쉽지 않다. 지리적표시의 효과를 독립적으로 분석하기가 어렵기 때문이다. 따라서 여기에서는 등록단체 실무자를 대상으로 지리적표시 등록 이후 등록단체와 지역 전체적으로 어떠한 변화가 나타났는지를 조사함으로써 지리적표시의 효과를 간접적으로 살펴보았다.

지리적표시 등록으로 인해 전반적으로 긍정적인 변화가 있는 것으로 나타났다(표 4-19). 상당수의 등록단체가 회원수, 대상지역, 대상면적이 증가하고, 판매가격도 상승한 경우가 많은 것으로 응답하였다. 이에 따라 지역경제 전체적으로도 해당 산업이 확대되었다고 응답하였다. 다만, 이러한 효과가 지리적표시제 등록 때문이라기보다는 해당 품목이 이미 그 지역의 지역특화품목으로 자리잡고 있는 것이 복합적으로 작용한 결과라고 할 수 있다. 이러한 해석은 지리적표시 등록이 관련 산업에 어느 정도 영향을 미칠 것이라고 생각하는지를 조사한 결과, 해당 품목과 지역의 관련 산업에 약간 기여할 것이라는 응답이 다수를 차지하는 것으로도 짐작할 수 있다(표4-20). 대부분의 등록단체가 긍정적으로 판단한 결과라고 할 수 있다.

그렇지만, ‘지리적표시 등록 자체가 지역산업에 기여하지는 않는다’고 응답한 단체도 20% 내외라는 점을 고려하면, 지리적표시 등록 자체가 지역 특화품목 산업에 반드시 긍정적인 효과를 가져온다고 단정하기는 어렵다고 할 수 있다.

표 4-19. 지리적표시 등록 이후의 변화

단위: 개, %

항 목		① 확대·증가		② 변동 없음		③ 축소·감소		무응답	
		빈도	구성비	빈도	구성비	빈도	구성비	빈도	구성비
등록단체회원	회원수	20	38.4	22	42.3	9	17.4	1	1.9
	대상지역	10	19.2	39	75.1	0	0.0	3	5.7
	대상면적	21	40.3	24	46.2	6	11.6	1	1.9
	판매가격	23	44.3	26	50.0	0	0.0	3	5.7
	참여의식	18	34.7	24	46.2	6	11.5	4	7.6
지역경제전체	생산농어가수	21	40.3	19	36.5	9	17.3	3	5.7
	생산량	22	42.3	18	34.6	9	17.3	3	5.7
	가공사업체수	17	32.6	26	50.0	2	3.8	7	13.6
	유통업체수	19	36.5	27	51.9	2	3.8	4	7.6
	일자리 창출	17	32.6	29	55.7	2	3.8	4	7.6
	농어가소득	25	48.0	22	42.3	2	3.8	3	5.7
	지역 경제	23	44.2	26	50.0	0	0.0	3	5.7

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

표 4-20. 지리적표시 등록이 관련 산업에 미치는 영향

단위: 개, %

지리적표시 등록의 영향	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
해당 품목의 산업 발전에만 크게 기여한다.	8	15.3	4	18.1
해당 품목의 산업 발전에만 약간 기여한다.	14	26.9	4	18.1
지역의 관련 산업 발전에도 크게 기여한다.	7	13.4	3	13.6
지역의 관련 산업 발전에도 약간 기여한다.	15	28.8	9	40.9
지리적표시 등록 자체가 지역 산업에 기여하지는 않는다.	10	19.2	5	22.7
무응답	3	5.7	0	0.0

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

4.2. 신뢰도와 인지도 향상

지리적표시 등록으로 인해 경쟁 품목과 비교하여 어떠한 변화가 있는지 조사한 결과(표4-21), 등록단체에서는 품질의 신뢰도가 높아지거나 인지도가 높아진 것으로 응답하였다. 이러한 응답은 지리적표시제 효과가 가시적으로 두드러지지는 않더라도 지리적표시제 등록이 상대적으로 신뢰도나 인지도 상승에 긍정적일 것으로 기대하는 것을 보여주는 것으로 판단된다.

지리적표시 등록으로 인한 변화 내용으로 '농가소득이 증가하였다'(25.0%)와 '수취가격이 상승하였다'(17.3%)라고 응답한 경우도 있으나, 이를 구체적으로 파악하기는 어려웠다. 이는 등록 품목의 상당량은 도매 유

표 4-21. 지리적표시 등록으로 인한 변화

단위: 개, %

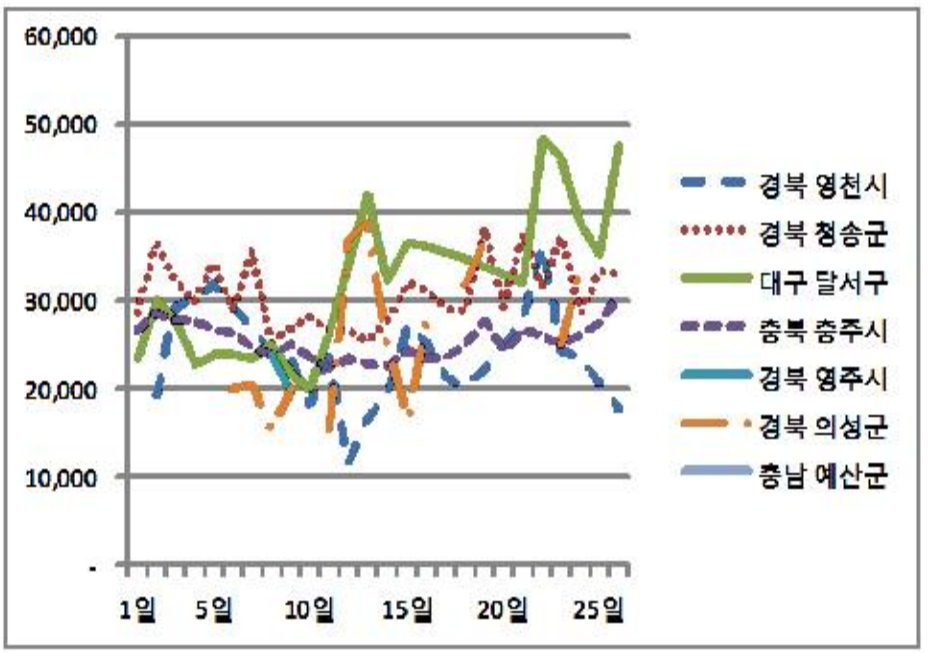
지리적표시 등록으로 인한 경쟁 상품 대비 변화	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
인지도가 높아졌다.	23	44.2	7	31.8
수취가격이 올라갔다.	9	17.3	3	13.6
품질의 신뢰도가 높아졌다.	27	51.9	10	45.4
지역의 생산면적이 늘어났다.	8	15.3	2	9.1
농가의 소득이 증가하였다.	13	25.0	4	18.1
지역 관광객이 늘어났다.	2	3.8	0	0.0
지역경제가 활성화되었다.	8	15.3	2	9.0
지역의 문화관광산업이 진흥되었다.	4	7.6	2	9.0
지역의 관련 가공 유통업체가 늘어났다.	8	15.3	5	22.7
국제적으로 지리적명칭을 보호하였다.	7	13.4	4	18.1
참여자(회원)들의 만족도가 높아졌다.	11	21.1	3	13.6
무응답	11	21.1	5	22.7

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

통되고 있으며(표4-17), 도매시장의 가격은 지리적표시 등록 여부보다는 출하 당시의 해당 품목의 수급 상황에 의해 결정되기 때문이다. 실제로 2010년 11월 한 달간 서울 가락동시장에서 거래된 사과의 산지별 일일 경락가격의 추이를 살펴 보면, 전체적으로는 개략적인 가격 순위 경향이 나타나고 있으나 날짜별로 가격 순위가 달라지는 것으로 나타나 그날 그날의 출하량에 따라 가격이 크게 좌우되는 것을 짐작할 수 있다(그림4-1). 따라서, 지리적표시 등록이 농산물가격에 반영된다는 것을 파악하기는 쉽지 않을 것으로 판단된다. 또한 농산물 도매업에 종사하는 유통인의 의견을 들어본 결과, 대다수 유통인들이 지리적표시제에 대하여 인지하고 있지 않은 것으로 나타났다.

그림 4-1. 2010년 11월 가락동시장 지역별 사과(후지) 출하가격

단위: 원/15kg



자료: 서울시농수산물공사.

4.3. 지리적표시제도의 성과: 홍보, 이미지 개선, 차별적 유통

지리적표시제도의 성과로는 해당 품목의 홍보와 이미지 개선 및 차별적 유통 등을 들고 있다. 지리적표시를 부착한 농수산품이 미부착한 것에 비해 가격이 높게 형성되고 있는데, 이는 생산물 중 특품이나 상품 등 상대적으로 고급 농수산품에만 지리적표시를 하기 때문이라고 판단된다. 여하튼 대부분의 단체는 지리적표시제가 나름대로 성과가 있는 것으로 판단하고 있는 것으로 나타났다. 그렇지만, 일부 단체에서는 지리적표시제가 별다른 성과를 거두지 못하고 유명무실하다고 보고 있다. 앞으로 지리적표시제가 보다 실효성 있는 제도로 정착·발전하기 위해서는 유명무실하다고 판단하는 이유가 무엇인지를 면밀히 파악하여 적극적으로 참고할 필요가 있다.

표 4-22. 지리적표시제도의 성과로 들 수 있는 것

단위: 개, %

지리적표시 등록의 영향	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
지역특산 농식품의 차별적 유통 가능	17	32.6	7	31.8
지역특산 농식품의 홍보와 이미지 개선	25	48.0	13	59.0
국내외 시장에서 지역특산 농식품의 명칭 보호	9	17.3	6	27.2
지역특산 농식품에 대한 중앙정부의 지원 확대	5	9.6	0	0.0
별 성과 없이 유명무실하다.	11	21.1	4	18.1
무응답	1	1.9	0	0.0

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

지리적표시제도에 대한 소비자 반응 분석

제5장

이 장에서는 지리적표시제도에 대한 소비자의 인지, 반응 및 지리적표시 농산품에 대한 구매의도 및 태도 등에 대해 설문조사를 바탕으로 분석하였다.

1. 조사 개요

조사 대상은 만 25~59세 기혼 여성이며, 조사 지역은 제주도를 제외한 전국이다. 조사방법은 인터넷을 사용하여 On-Line Panel 및 구조화된 설문지를 활용한 Web Survey이다. 유효표본은 700명(표본오차는 95% 신뢰 수준에서 ±3.7%p)이고, 지역별·연령별·혼인상태별 인구 구성비에 근거하여 비례할당 추출하였다. 조사는 조사전문기관인 (주)월드리서치에 의뢰하여 2011년 9월 3~14일(12일)에 실시하였다.

응답자의 구성을 보면, 40대가 257명(36.7%)으로 가장 많고, 30대와 50대는 비슷한 수준이며, 20대가 가장 작다. 지역별로는 경기도가 179명(25.6%)으로 가장 많고, 그 다음이 서울이다(표5-1). 학력별로 보면, 대졸 이상이 67.7%로 학력 수준이 높은 편이다. 조사 내용을 제대로 이해하고 응답할 수 있는 주부를 대상으로 했기 때문이라고 판단된다. 이 밖에 응답자의 사회·경제적 특성별 구성은 <표5-2>와 같다.

표 5-1. 응답자의 학력별·직업별·소득별·가족수별 분포

단위: 명, %

구분	내용	빈도	구성비
학력별	고졸이하	226	32.3
	대졸이상	474	67.7
직업별	사무직종사자	240	34.3
	비사무직종사자	73	10.4
	주부	370	52.9
	기타	17	2.4
소득별	200만원미만	85	12.2
	200만 ~ 300만원미만	128	18.3
	300만 ~ 400만원미만	159	22.7
	400만 ~ 500만원미만	148	21.1
	500만원이상	180	25.7
가족수별	1 ~ 2인	129	18.4
	3인	213	30.4
	4인	265	37.9
	5인이상	93	13.3

주: 사무직종사자는 관리자, 전문가, 사무종사자를 일컬으며, 비사무직종사자는 서비스업, 판매업, 기능직, 장치 기계 조작 및 조립, 단순노무직 종사자를 말함.

표 5-2. 응답자의 지역별·연령대별 분포

단위: 명, %

구분	25~29세	30대	40대	50대	합계
서울특별시	6	43	54	51	154 (22.0)
부산광역시	2	13	20	20	55 (7.9)
대구광역시	2	11	15	12	40 (5.7)
인천광역시	2	12	17	12	43 (6.1)
광주광역시	1	7	8	6	22 (3.1)
대전광역시	1	7	9	7	24 (3.4)
울산광역시	1	5	7	5	18 (2.6)
경기도	9	57	67	46	179 (25.6)
강원도	1	5	6	5	17 (2.4)
충청북도	1	4	6	4	15 (2.2)
충청남도	1	6	7	6	20 (2.9)
전라북도	1	6	8	7	22 (3.1)
전라남도	1	4	6	5	16 (2.3)
경상북도	2	9	11	10	32 (4.6)
경상남도	2	13	16	12	43 (6.1)
합계	33 (4.7)	202 (28.9)	257 (36.7)	208 (29.7)	700 (100.0)

2. 농특산물 구매 의사 결정

설문조사 결과 소비자가 농특산물을 구입할 때 중요하게 고려하는 항목은 품질, 가격 및 안전성 등의 순서로 나타났다(표5-3). 순위별로 살펴 보면, 1순위로 중요하게 생각하는 항목은 품질(55.2%), 가격(25.0%) 및 안전성(14.2%) 등이고, 2순위로 중요하게 생각하는 항목은 가격(34.0%), 품질(31.8%) 및 안전성(19.1%) 등이다. 3순위로 중요하게 생각하는 항목에는 안전성(35.5%), 가격(30.4%) 및 인증표시(13.5%) 등이 있다. 지리적표시제도나 친환경인증마크와 같은 인증표시는 농특산물 구입시 3순위 정도로 중요하게 생각되나 그 중요도는 별로 크지 않다.

표 5-3. 농특산물 구입 시 중요 고려 요소

단위: %

구분		가격	품질	브랜드	인증표시	명성	안전성	기타	합계
구성비	1순위	25.0	55.2	1.0	3.4	0.5	14.3	0.6	100.0
	2순위	34.0	31.8	3.4	10.7	0.9	19.1	0.1	100.0
	3순위	30.4	8.8	9.6	13.5	1.9	35.5	0.3	100.0

구입하는 농특산물에 대한 정보는 주로 직접 매장이나 시장을 방문하여 그때그때 필요한 정보를 얻는 것으로 나타났는데, 이는 현재 우리나라에 미국 Consumers Report와 같은 소비자 전문지가 없어 소비자들이 상품에 대한 심층적인 정보를 얻는 경로가 다양하지 않은 것도 한 요인이라고 판단된다.

표 5-4. 농특산물 구입 시 상품정보 확보 경로

단위: %

농특산물 정보 확보 경로	1순위	2순위
매스컴(TV 등)	13.6	21.2
인터넷	14.2	22.5
이웃과 친지 등	13.8	34.8
직접 매장이나 시장을 방문	58.3	20.9
기타	0.1	0.6

수많은 농특산물 인증표시 중 소비자의 구매에 영향을 미치는 인증표시는 친환경 농산물 인증, 원산지 제도 및 농산물우수관리인증(GAP) 등이다. 본 연구의 대상이 되는 지리적표시제도 및 지리적표시 단체표장제도는 소비자들의 구매 결정에 큰 영향을 끼치지는 않는 것으로 나타났다.

표 5-5. 농특산물 구입 시 고려하는 인증표시의 종류

단위: %

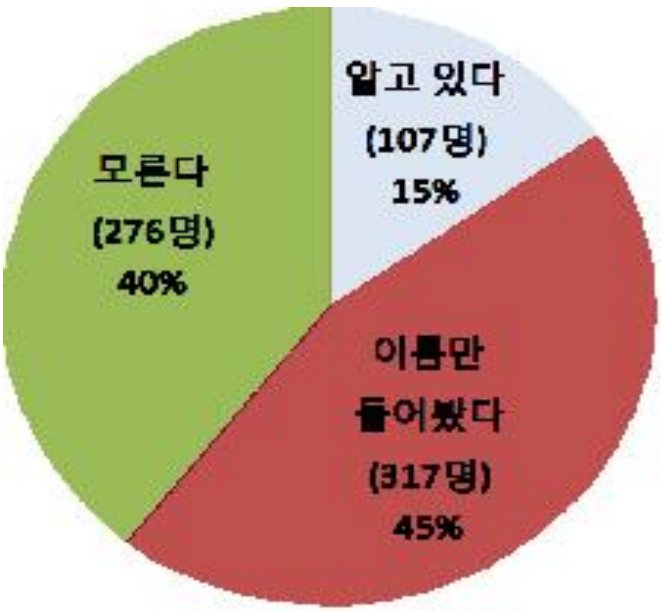
농특산물 구입시 고려하는 인증표시	구성비
친환경농산물인증	80.0
농산물우수관리인증(GAP)	48.1
원산지제도	48.1
HACCP인증	34.4
생산자이력추적제도	17.3
가공식품KS인증	13.9
우수식품인증	13.6
LOHAS인증(한국표준협회)	11.1
유기가공식품인증	10.7
지리적표시제도(농식품부)	10.4
전통식품품질인증	4.3
지리적표시 단체표장제도(특허청)	4.3
소비자시민모임인증	3.0
술품질인증	0.9

주: 구성비는 전체 700명 중 해당 항목에 응답한 응답자 수의 비중임.

3. 지리적표시제도에 대한 인식 및 이해도

전체 응답자 중 15% 정도만이 '지리적표시제도에 대해 알고 있다'라고 응답하여 이 제도에 대한 소비자들의 인지도는 상당히 낮은 것으로 나타났다(그림5-1). 이 정도의 낮은 인지도는 김재경·김한호(2010)의 지리적표시에 대한 정보를 접해 본 사람이 18.9%라는 선행연구 결과와도 유사하다.

그림 5-1. 지리적표시제도의 인지도



지리적표시제도를 알고 있다고 대답한 소비자들은 지리적표시제도를 대체로 정확히 알고 있는 것으로 나타났다. 지리적표시에 대해 알고 있다고 응답한 소비자들은 지리적표시제도가 1차적으로 농특산품이 지리적 특성과 연계되고, 지리적표시 품목으로 지정이 되기 위해서는 일정 수준 이상의 품질이 요구되며 등록된 이후에도 꾸준한 사후관리가 필요하다는 점에서 품질의 우수성도 요구되는 제도라는 사항을 이해하고 있는 점을 본다면,

표 5-6. 지리적표시제도에 대한 소비자들의 이해

단위: 명, %

지리적표시제도에 대한 이해	빈도	구성비
생산품이 지리적 특성과 관계가 있다는 것을 나타내는 것이다.	33	30.9
생산품의 품질이 우수하다는 것을 나타내는 것이다.	2	1.9
생산품이 지리적 특성과 연계되고 품질도 우수함을 나타내는 것이다.	71	66.4
여러 가지 브랜드 중 한 종류이다.	1	0.8
합 계	107	100.0

지리적표시제도를 알고 있는 소비자들이 제도에 대해 이해하고 있는 정도는 상당히 높은 것으로 판단할 수 있다(표5-6).

지리적표시제도에 등록한 개별 농산물(쌀, 사과 및 마늘)에 대한 소비자들의 인지도 조사 결과, 쌀 중에서는 이천쌀, 사과 중에서는 청송사과, 마늘 중에서는 의성마늘이 제일 인지도가 높은 것으로 나타났으며, 이러한 순서는 유명성, 지역성 및 품질에 대한 응답에서도 마찬가지로 조사되었다. 지리적표시제도 등록 농산물에 대한 인지도, 유명성, 지역성 및 품질 각각에 대한 소비자 인식 조사의 세부 결과는 <표5-7>~<표5-11>과 같다.

대부분의 소비자는 품목당 한 두 개 정도의 지역 농산물에 대해서 인지를 하고 있으나, 지리적표시 제도에 대해서 알고 있는 소비자들은 제도의 취지나 기능을 어느 정도 이해하고 있는 점을 고려한다면 제도에 대한 홍보의 필요성이 크다고 판단된다.

표 5-7. 주요 지리적표시 농산물의 특성 비교

단위: %

조사 대상 품목		인지도	유명성	지역성	품질
		잘 알고 있음	전국적으로 유명	지역 특성이 있음	우수함 및 매우 우수함
쌀	이천쌀	84.1	94.3	91.6	89.0
	여주쌀	71.6	71.0	78.1	73.5
	철원쌀	63.7	53.9	70.7	64.1
사과	청송사과	64.6	62.9	71.9	67.1
	충주사과	54.9	45.1	59.4	54.3
	밀양사과	26.0	18.9	38.3	33.3
	예산사과	33.9	22.1	40.6	34.6
	영주사과	32.7	19.0	37.1	34.6
	무주사과	11.4	5.9	24.6	19.1
마늘	의성마늘	86.7	91.0	88.4	86.2
	서산마늘	38.7	28.1	43.7	41.7
	단양마늘	18.7	13.9	27.9	26.2
	남해마늘	22.1	18.9	33.9	30.4
	삼척마늘	3.6	2.9	18.1	13.9

주: 품질 항목은 '우수함'과 '매우 우수함'이라고 응답한 비중을 합한 것임.

표 5-8. 지리적표시제도 등록 농산물의 소비자 인지도

단위: %

조사 대상 품목		잘 알고 있음	이름만 들어 봤음	모른다 (처음 들어봄)	합 계
쌀	이천쌀	84.1	15.7	0.2	100.0
	여주쌀	71.6	26.0	2.4	100.0
	철원쌀	63.7	28.7	7.6	100.0
사과	청송사과	64.6	27.1	8.3	100.0
	충주사과	54.9	31.4	13.7	100.0
	밀양사과	26.0	37.4	36.6	100.0
	예산사과	33.9	39.0	27.1	100.0
	영주사과	32.7	41.4	25.9	100.0
	무주사과	11.4	36.7	51.9	100.0
마늘	의성마늘	86.7	12.3	1.0	100.0
	서산마늘	38.7	34.6	26.7	100.0
	단양마늘	18.7	38.3	43.0	100.0
	남해마늘	22.1	32.1	45.7	100.0
	삼척마늘	3.6	25.5	70.9	100.0

표 5-9. 지리적표시제도 등록 농산물의 유명성에 대한 소비자 인식

단위: 명, %

조사 대상 품목		전국적으로 유명	시·도내에서 유명	시·군내에서 유명	잘 알려져 있지 않음	합 계
쌀	이천쌀	94.3	4.9	0.4	0.4	100.0
	여주쌀	71.0	22.0	5.0	2.0	100.0
	철원쌀	53.9	28.9	9.9	7.4	100.0
사과	청송사과	62.9	22.9	6.6	7.7	100.0
	충주사과	45.1	32.4	13.1	9.3	100.0
	밀양사과	18.9	33.0	20.3	27.9	100.0
	예산사과	22.1	34.4	21.3	22.1	100.0
	영주사과	19.0	34.9	20.0	26.1	100.0
	무주사과	5.9	28.1	24.6	41.4	100.0
마늘	의성마늘	91.0	6.3	1.6	1.1	100.0
	서산마늘	28.1	34.4	19.1	18.4	100.0
	단양마늘	13.9	28.6	26.4	31.1	100.0
	남해마늘	18.9	25.1	24.3	31.7	100.0
	삼척마늘	2.9	21.9	22.7	52.6	100.0

표 5-10. 지리적표시제도 등록 농산물의 지역적 특성 반영 정도에 대한 소비자 인식

단위: 명, %

조사 대상 품목		지역 특성이 있음	지역 특성이 없음	잘 모르겠음	합 계
쌀	이천쌀	91.6	2.5	5.9	100.0
	여주쌀	78.1	7.9	14.0	100.0
	철원쌀	70.7	9.3	20.0	100.0
사과	청송사과	71.9	11.1	17.0	100.0
	충주사과	59.4	15.9	24.7	100.0
	밀양사과	38.3	19.6	42.1	100.0
	예산사과	40.6	19.0	40.4	100.0
	영주사과	37.1	20.0	42.9	100.0
	무주사과	24.6	20.4	55.0	100.0
마늘	의성마늘	88.4	4.7	6.9	100.0
	서산마늘	43.7	16.6	39.7	100.0
	단양마늘	27.9	21.7	50.4	100.0
	남해마늘	33.9	19.4	46.7	100.0
	삼척마늘	18.1	21.9	60.0	100.0

표 5-11. 지리적표시제도 등록 농산물의 품질에 대한 소비자 인식

단위: 명, %

조사 대상 품목		매우 우수함	우수함	보통임	미흡함	매우 미흡함	잘 모름	합 계
쌀	이천쌀	40.3	48.7	7.6	0.1	0.0	3.3	100.0
	여주쌀	23.1	50.4	15.7	0.7	0.0	10.0	100.0
	철원쌀	20.0	44.1	19.0	1.3	0.1	15.4	100.0
사과	청송사과	27.1	40.0	19.0	1.0	0.0	12.9	100.0
	충주사과	15.3	39.0	23.4	1.7	0.0	20.6	100.0
	밀양사과	10.4	22.9	27.4	3.1	0.3	35.9	100.0
	예산사과	8.7	25.9	29.7	2.7	0.3	32.7	100.0
	영주사과	8.9	25.7	25.9	3.1	0.4	36.0	100.0
	무주사과	4.1	15.0	29.0	4.3	1.3	46.3	100.0
마늘	의성마늘	50.1	36.1	8.2	0.0	0.1	5.5	100.0
	서산마늘	13.1	28.6	22.6	1.7	0.3	33.7	100.0
	단양마늘	8.1	18.1	25.4	3.7	0.6	44.0	100.0
	남해마늘	10.3	20.1	24.3	5.3	0.6	39.4	100.0
	삼척마늘	1.9	12.0	24.7	7.0	1.7	52.7	100.0

소비자들은 지리적표시제도가 그 기능을 제대로 하지 못하고 있다고 판단하고 있는 것으로 조사되었다. 전체 설문 대상자 700명 중 지리적표시제도에 대해서 알고 있다고 응답한 107명에 대해 제도가 원래의 취지대로 기능을 잘 하고 있는지에 대하여 아래 박스와 같은 지리적표시제도의 기능에 대한 정보를 제공하고 설문한 결과, 제대로 역할을 하고 있다고 응답한 비중이 23.0%, 약간 역할을 하고 있다고 응답한 비중이 55.1%이며, 지리적표시제도의 역할 수행 정도에 대해 부정적으로 대답한 사람은 20.6%이다(표5-12).

정보 제공 내용

: 지리적표시제도는 어느 지역에서 생산된, 어떤 특징을 가진 상품이란 점을 소비자들에게 알려 시장 차별화를 통해 생산자를 보호하고, 소비자의 알 권리를 충족시키는 기능이 있다.

표 5-12. 지리적표시제도의 역할 수행에 대한 의견

단위: 명, %

지리적표시제도의 역할 수행 정도	빈도	구성비
역할을 잘 하고 있다.	25	23.4
약간 역할을 하고 있다.	59	55.1
제대로 역할을 하지 못한다.	22	20.6
전혀 역할을 하지 못한다.	0	0.0
모르겠다.	1	0.9
합 계	107	100.0

지리적표시제도의 성과를 추가 지불 의사 측면에서 살펴보았을 때, 전체 응답자 중 70%에 해당하는 소비자들이 추가 지불을 한다면 전체 가격의 20% 한도 내에서 할 것이라고 응답하였지만, 추가지불의사가 전혀 없는 소비자들의 비중도 20% 정도나 되었다(표5-13).

지리적표시제도가 원래의 취지대로 잘 운영되기 위해서는 대국민 홍보가 필요하거나(39.1%) 생산자단체가 지리적표시에 등록된 제품에 대해 품질이나 특성 등의 사후 관리를 철저히 할 필요가 있고(26.1%) 지리적표시 농특산물을 선정할 때 명확하고 객관적인 기준에 근거하여 신중히 등록할 필요(16.1%)가 있는 것으로 나타났다(표5-14).

표 5-13. 지리적표시 농산물에 대한 추가 지불 의사

단위: 명, %

지리적표시 인증마크 농특산물에 대한 추가 지불 의향 정도	빈도	구성비
10% 미만	269	38.4
10~20% 미만	227	32.4
20~30% 미만	40	5.7
30% 이상	5	0.8
추가 지불의사 없음	159	22.7
합 계	700	100.0

표 5-14. 지리적표시제도의 효율적 운영을 위한 개선 사항

단위: 명, %

지리적표시제도 운영을 위해 필요한 사항	빈도	구성비
지리적표시제도의 취지에 대한 대국민 홍보가 필요하다.	274	39.1
상품(포장)에 지리적표시 마크가 잘 보이도록 한다.	61	8.7
생산자(단체)가 품질, 특성 등의 유지·관리에 철저한 노력이 필요하다.	183	26.1
지역특성을 가진 유명 상품에 한정해 지리적표시 등록을 하도록 품목의 선정에 신중을 기할 필요가 있다.	112	16.1
지리적표시제도가 제대로 운영되도록 사후 관리가 충실하여야 한다.	69	9.9
기타	1	0.1
합 계	700	100.0

4. 지리적표시제 등록 농특산품의 브랜드자산 측정

이 절에서는 지리적표시제 등록으로 인한 농특산품의 브랜드자산(브랜드 인지, 브랜드 이미지 및 지각된 품질)이 소비자의 구매의사결정과는 어떤 관계가 있는지를 분석하였다.

4.1. 브랜드자산 측정의 의의

소비자들은 농산물에 대해 브랜드라는 개념을 통하여 무형의 제품이나 서비스에 대하여 평가를 내리며 기업이나 농업인의 입장에서 보면 자사 제품의 식별, 상품의 품질보증, 광고, 보호, 상품화, 상품내용 표현, 상품 이미지 표현 등의 기능을 도와준다.

제품과 서비스는 유행에 뒤처지거나 경쟁사에 의해 쉽게 모방될 수 있지

만, 성공적인 브랜드는 제품과 서비스에게 지속적 우위를 갖게 하고 보다 높은 가격을 받을 기회를 제공하는 측면에서 브랜드의 중요성을 지적할 수 있다. 강력한 브랜드 구축은 장기적인 무형자산을 구축함으로써 미래의 기업 성장을 보장하는 토대가 된다(위남량, 2008). 일반적으로 브랜드자산은 소비자들에게 어떤 가치를 추가로 제공하거나 감소시키는 역할을 하며, 제품에 대한 수많은 정보를 해석하고 처리하며 저장하는 데 도움을 준다. 또한, 과거의 사용 경험이나 브랜드 및 브랜드의 특성에 대한 친밀감을 통해 소비자의 구매 결정에 영향을 미친다. 이러한 영향에 대해 브랜드자산을 구성하는 항목을 세분화하여 분석하는 것은 지리적표시 농특산물의 품질관리 방법 및 홍보 전략에 유용한 자료를 제시할 수 있다. 다만, 소비자 관점의 브랜드자산에 대해 정확한 개념을 정리하기 위해 많은 연구를 수행해 왔으나 아직까지는 학자들 간의 합의된 내용은 찾아보기 힘들다. 대체로 브랜드자산 측정은 브랜드자산 구성 항목을 세분화하여 항목들 간 요인 분석이나 항목과 구매 행위와의 상관관계를 파악하는 방법이 현재 많이 사용되고 있다. 브랜드자산을 구성하는 주요 항목은 브랜드 인지도(brand name awareness), 브랜드 연상 이미지(brand associations), 지각된 품질(perceived quality) 등이다(Aaker, 1996).

4.1.1. 브랜드 인지도(brand name awareness)

브랜드 인지도는 '고객들의 마음 속에 존재하는 특정 브랜드에 대한 태도의 강도'이다(안주아, 2003). 사람들은 흔히 친숙한 것을 선호한다. 즉, 기존 제품 중에서 친숙한 브랜드가 더 믿을 만하다거나, 품질이 좋을 것으로 가정하는 경우가 있다.

소비자의 관점에서 볼 때 높은 브랜드 자산은 역시 높은 브랜드 인지도와 상표에 대한 호의적인 태도에 의해 형성된다. 소비자가 특정 상표를 구별하고 구매하기 위해서는 구매 시점에 그 브랜드를 자연스럽게 인지해야 하며, 그 브랜드에 대한 강한 호의적 태도나 이미지를 가져야 한다(Keller, 1998).

브랜드 자산은 고객이 특정 브랜드를 이미 알고 있고, 그 브랜드에 대하여 호의적이고 강력하며 독특한 이미지를 기억하고 있을 때 형성된다. 브랜드 인지는 마케팅 커뮤니케이션의 가장 기본이 되는 목적으로, '특정 브랜드가 소비자에게 알려져서 소비자가 그 브랜드를 다른 브랜드와 어느 정도 구별할 수 있는가'라는 개념이다(박현숙·박성규, 2007). Aaker(1991)에 의하면 브랜드 인지도만으로 소비자의 호의적인 반응(구매 결정)을 얻을 수 있다. 소비자의 지리적표시 농특산물 구매 결정에 관련된 요인으로 인지도 형성은 정보 획득에 의한 자극으로 이루어진다. 인지도 형성에 영향을 미치는 기억하기 쉬운 상표(마크 혹은 로고)를 통한 소비자와의 교감이 호의적이고 강력한 이미지를 형성한다. 따라서 이 연구에서는 소비자의 지리적표시 농특산물의 선호도나 구매 결정에 관련된 브랜드 인지도 변수로는 쉽게 마크나 로고를 떠올릴 수 있는 정도, 쉽게 차별 가능한 정도 및 특징 식별 가능 정도를 선택하였다.

4.1.2. 브랜드 연상 이미지(brand associations)

높은 브랜드 인지도는 브랜드 구축의 선행 단계이지만 이것만으로는 충분치 않고 긍정적인 이미지의 형성이 필요하다. 브랜드 이미지란 '소비자가 그 브랜드에 대해 갖는 전체적인 인상'을 의미한다(박현숙·박성규, 2007). Aaker(1991)는 브랜드 연상을 브랜드에 연계된 기억으로 정의하고 있으며, 일반적으로 의미 있는 방식으로의 브랜드 연상들의 결합을 브랜드 이미지로 정의하고 있다. 또한 Keller(1998)에 의하면 브랜드 이미지는 소비자 기억 속에 저장되어 있는 브랜드 연상에 의해 투영되는 브랜드에 대한 인식(perception)으로 정의된다.

강한 브랜드 이미지는 상품 고유의 브랜드 정체성을 구축한 다음 여러 경로를 통한 통합적인 마케팅 활동을 통해 소비자들에게 효율적으로 전달됨으로써 소비자들의 인식 속에 심어지지만, 정작 소비자들은 마케팅 활동과는 무관하게 나름대로의 경험을 근거로 브랜드 이미지를 만들어 내는 경우도 있다. 따라서 이 연구에서는 소비자의 지리적표시 농특산물의 구매

결정에 관련된 브랜드 이미지의 영향 변수로는 독특함, 신선함, 고급스러움, 매력적임, 믿을 수 있음으로 선택하였다.

4.1.3. 지각된 품질(perceived quality)

지각된 품질은 해당 브랜드가 의도한 측면에서 경쟁 브랜드와 비교해 제품이나 서비스의 전체적인 품질이나 우수성에 대한 고객의 인식을 의미한다(위남량, 2008). Zeithaml(1988)은 지각된 품질은 '제품의 전반적인 우수성에 대한 소비자의 주관적인 판단'으로 정의한다. 지각된 품질은 소비자가 판단하는 것이므로 그 브랜드에 대해 자세한 지식이 없다고 하더라도 소비자들이 느끼기에 전반적인 품질이나 우수성이 높다면 브랜드 인식의 정도도 높아진다(Aaker 1991, 1997). 박현숙·박성규(2007)는 소비자가 객관적 품질 평가보다는 지각된 제품의 품질(perceived quality)을 자신들의 구매 의사 결정에 사용하며, 주관적으로 품질을 평가하게 된다. 그렇기 때문에 제품 자체의 속성뿐만 아니라 제품 외적인 속성, 평가자, 그리고 평가가 일어나는 상황에 의해서 영향을 받을 수 있다고 한다. 따라서 이 연구에서는 소비자의 지리적표시 농특산물의 구매 결정에 관련된 요인으로 지각된 품질의 영향 변수로는 품질과 맛이 좋을 것 같다는 인식, 품질의 일관성, 영양 및 기능을 강조한 표시, 모양 및 색깔에 대한 인식, 재배방법, 품질표시 및 보증 표시에 대한 사항을 조작적으로 정의하였다.

4.2. 지리적표시 등록 품목의 브랜드자산 측정 결과

브랜드자산 측정을 위한 소비자 설문조사표에서는 지리적표시 농특산물 자산 형성 요인에 적용되고 있는 잠재요인(latent variable)들을 측정하기 위해 잠재요인별로 다수의 측정변수를 사용하고 있다. 측정변수와 잠재변수 간 관련성이 다르므로 자료의 분석에 앞서 측정변수를 선별하고, 요인관계가 정교하게 구성되었는지 확인하는 타당성 분석이 선행되어야 한다.

타당성이란 설문지내의 측정하고자 하는 개념이나 속성이 올바르게 측정되었는가를 나타내는 개념으로 일반적으로 요인분석을 실시함으로써 검증한다. 이러한 타당성 분석에는 (1) 측정변수의 선별과 정교화를 위한 요인분석 및 (2) 측정변수들이 잠재변수(구성개념)를 얼마나 적절하게 반영하는가를 평가하는 신뢰성분석이 있다(Churchill 1979, 박성호 2008).

이 연구에서는 지리적표시 농특산물의 브랜드자산을 형성하는 잠재요인인 지리적표시 인지도, 지리적표시 이미지, 지리적표시에 대한 소비자들의 지각된 품질 등이 지리적표시 등록 농특산품의 구매나 선호도에 어떠한 영향을 끼치는지 회귀분석을 이용하여 분석하였다.

4.2.1. 요인분석 및 신뢰성분석

회귀분석에 앞서 신뢰성의 개괄적 판단을 위한 요인분석이 필요하다. 사회과학 자료의 분석에서는 잠재변수의 존재를 이해하는 것이 중요하다(이순묵, 1990). 잠재변수는 이론 변수 혹은 가설적 개념과 같은 의미이며, 직접 관찰은 되지 않지만 여러 개의 측정변수를 통해서 그 존재를 보여주는 변수이다.

하나의 잠재 변수는 여러 개의 측정 변수 속에 조금씩 나타나므로 여러 측정 변수에 있는 공통된 요인들을 추려 내어 하나로 묶어 내면 그것이 하나의 잠재 변수로 정의된다. 잠재 변수를 구성하는 측정 변수들의 설명력은 요인적재량(factor loading)값으로 판단할 수 있으며 이는 측정변수의 설명력 중 공통요인들에 의해 기인된 부분으로 이 값이 높을수록 한 요인에 의해 묶인 측정 항목들 간 수렴 타당성과 신뢰성이 높아짐을 의미한다(Carmines and Zeller, 1979).

요인분석은 측정도구의 구성 개념 타당성 중 판별 타당성의 확보를 위해 보편적으로 활용되는 기법인 주성분분석(principal component analysis)을 사용하였다. 그리고 요인회전 방법으로는 요인들 간 상호 독립성을 유지하는 방식인 직각회전(varimax rotation) 방식을 택하였으며, 기술적 요인분석 결과는 <표5-15>에 제시되었다.

주성분분석은 원래 많은 측정변수들을 보다 적은 수의 잠재변수로 통합하여 묶음으로써 전체 데이터의 설명력은 유지하면서 자료의 구성을 보다 간편하게 파악하기 위해 사용되는 방법이다(Dunteman, 1989). 측정변수들의 독립성을 유지하면서 설명력을 높이기 위해서는 측정되는 요인들의 상관관계가 최소화되어야 하는데 이는 첫 번째 요인과 두 번째 요인의 값의 차이가 많이 나거나 그 부호가 정반대인 것으로 판단할 수 있다. 두 번째 요인과 세 번째 요인과의 독립성 유지도 이와 같은 절차를 통하여 독립성 확보를 판단할 수 있다. 즉, <표5-15>에서 보는 바와 같이 '지리적표시인지'의 잠재변수의 측정변수(요인 1)는 대부분 그 값이 0.4를 넘는다. 다른 잠재변수인 '지리적표시 이미지'의 측정변수(요인 2)는 그 값의 부호가 마

표 5-15. 지리적표시의 브랜드자산 측정 요인분석 결과

잠재변수	측정 변수	요인 1	요인 2	요인 3	설명된 분산비율
지리적표시 인지	쉽게 마크나 로고를 떠올릴 수 있음	**0.4378**	0.2982	0.2199	
	쉽게 차별 가능함	**0.4867**	0.3531	0.2037	
	특징 식별 가능	**0.4391**	0.0296	0.2347	
지리적표시 이미지	독특함	0.2406	**-0.2670**	0.2672	
	신선함	0.1058	**-0.3430**	0.2906	
	고급스러움	-0.0226	**-0.4451**	0.2815	
	매력적임	0.0603	**-0.3729**	0.2750	
	믿을 수 있음	-0.1614	**-0.1251**	0.2811	73.6%
지리적표시 등록 품목에 대한 지각된 품질	다른 인증 표시 농산물에 비해 품질과 맛이 좋을 것임	-0.2092	0.0139	**0.2842**	
	항상 동일한 품질을 가질 것임	-0.2183	0.2498	**0.2638**	
	영양과 기능성이 우수함	-0.2452	0.1626	**0.2948**	
	모양과 색깔이 좋음	-0.2399	0.1181	**0.2860**	
	특별한 재배방법	-0.1861	0.3232	**0.2641**	
	품질보증과 품질표시가 엄격할 것임	-0.1881	0.1907	**0.2765**	

이너스(-)로서 그 값의 부호가 플러스(+)인 요인 1과는 반대되는 설명 방향을 가지고 있다. 이러한 개념 및 방법을 가지고 주성분분석에 의한 요인분석을 한 결과 3가지 요인에 의해 설명하는 누적 분산은 73.6%인 것으로 나타났으며, 이는 14개의 측정변수가 3개의 잠재변수로 나타날 수 있으며 그 설명력은 73.6%라는 것을 의미한다.

요인분석 결과에 따라 선택된 측정변수들에 대해, 이 측정변수들이 잠재변수(구성개념)를 얼마나 적절하게 반영하는가를 평가하였다(Churchill, 1979). 신뢰도는 Cronbach-α 계수로 측정하였다. Cronbach-α 계수는 측정항목들이 내적 일관성을 가지는 정도를 알려주는 지표로 다른 평가계수보다 보수적인 값을 제공함으로써 신뢰성 검정에 많이 사용된다(Carmines and Zeller, 1979). Cronbach-α 값은 <표5-16>에서 나타난 바와 같이 모두 0.7 이상으로 측정항목들이 신뢰할 만한 수준에서 측정되었다고 볼 수 있다(Nunally 1967, 박성호 2008).

표 5-16. 지리적표시의 브랜드자산 측정 변수 그룹의 신뢰성 분석 결과

구성 개념	측정 항목	Cronbach-α
지리적표시 인지	쉽게 마크나 로고를 떠올릴 수 있음	0.8810
	쉽게 차별 가능함	
	특징 식별 가능	
지리적표시 이미지	독특함	0.8824
	신선함	
	고급스러움	
	매력적임	
	믿을 수 있음	
지리적표시 등록 품목에 대한 지각된 품질	다른 인증 표시 농산물에 비해 품질과 맛이 좋을 것임	0.9151
	항상 동일한 품질을 가질 것임	
	영양과 기능성이 우수함	
	모양과 색깔이 좋음	
	특별한 재배방법	
	품질보증과 품질표시가 엄격할 것임	

4.2.2. 지리적표시 등록 농특산품의 구매 및 선호도 영향 요인 분석

지리적표시 등록 농특산품의 구매 영향 요인을 분석하기 위하여 브랜드 인지도, 브랜드 이미지, 지각된 품질을 독립 변수로, 구매의도 및 선호도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 본 연구의 회귀식은 다음과 같다.

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$
$$Y_2 = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \varepsilon$$

Y_1: 지리적표시 등록 농특산품에 대한 구매의도
Y_2: 지리적표시 등록 농특산품에 대한 선호도
X_1: 지리적표시 인지
X_2: 지리적표시 이미지
X_3: 지리적표시에 대한 지각된 품질

상기한 <표5-15> 및 <표5-16>의 지리적표시 인지, 지리적표시 이미지, 지리적표시에 대한 지각된 품질은 회귀분석의 독립변수로서 주성분분석을 사용하여 구한 주요요인(Eigenvector)의 가중 선형결합지수를 사용하여 구하였다. 독립변수 및 종속변수의 측정항목에 응답한 원자료는 리커트 5점 척도[8]로 구한 자료이며, 설문조사에 사용된 질문지는 부록에 제시되어 있다.

농특산품의 브랜드는 구매결정 요인인 가격을 제외한 지역명, 기능, 품질 등의 한계를 넘어 쉽게 재인식(recognition)하거나 회상(recall)할 수 있는 역할을 한다(박현숙·박성규 2007). 결국 상품의 브랜드는 그 상품을 경쟁자의 상품과 구별하기 위한 목적으로 상품에 부여된 품명, 명칭 등의 외형적 차이를 위주로 하는 협의의 개념과 브랜드에 영향을 미치는 요소와

---

[8] 1점: 전혀 그렇지 않다, 2점: 그렇지 않다, 3점: 보통이다, 4점: 그렇다, 5점: 매우 그렇다.

같이 상품특성·품질·포장·이미지 등 상품의 품질과 특성 등 내면적 차이까지 포함하는 광의의 개념으로 정의되는 이유로 소비자의 구매의도나 선호도의 분석 모형에서는 상품의 가격은 제외된다.

상기한 회귀식을 바탕으로 지리적표시 농특산품에 대한 인지도(X_1), 이미지(X_2) 및 지각된 품질(X_3)은 지리적표시 등록 농특산품에 대한 구매의도(Y_1) 및 선호도(Y_2)에 각각 양의 효과를 가져올 것이다라는 가설을 세울 수 있으며, 이에 대한 검증은 <표5-17>에 나타나 있다.

- 가설 1: 지리적표시 인지는 지리적표시 농특산물의 구매 의도나 선호도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2: 지리적표시 이미지는 지리적표시 농특산물의 구매 의도나 선호도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3: 지리적표시에 대한 지각된 품질은 지리적표시 농특산물의 구매 의도나 선호도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

표 5-17. 지리적표시 상품 선호도에 대한 회귀 분석 결과

구 분	지리적표시 등록 농특산품에 대한 구매의도 (Y_1)		지리적표시 등록 농특산품에 대한 선호도 (Y_2)	
	coefficient	t-value	coefficient	t-value
지리적표시 인지 (X_1)	-0.04**	-2.24	-0.02	-1.35
지리적표시 이미지 (X_2)	0.15***	3.76	0.07**	2.03
지리적표시에 대한 지각된 품질 (X_3)	-0.21***	-5.83	-0.22***	-6.94
상수항	5.27***	43.71	4.85***	45.74
R-square	0.26		0.23	
F(3,574)	68.89		57.55	
Prob > F	0.00		0.00	

주: *는 p<0.1, **는 p<0.05, ***는 p<0.01을 의미함

두 모델(구매의도 및 선호도) 모두 지리적표시에 대한 이미지만이 양의 효과를 통계적으로 유의한 수준에서 가지는 것으로 나타났으며, 지리적표시에 대한 인지도 및 지각된 품질은 음의 효과를 가져와 가설 2만 채택되고 가설 1 및 가설 3은 기각되었다.

기각된 가설 1의 지리적표시에 대한 인지의 경우 그 계수가 음수를 나타내는 것은 지리적표시의 마크를 쉽게 기억해 내거나 다른 인증표시와 구별을 잘 하더라도 이는 소비자의 지리적표시 농특산물의 구매 의도나 선호도에 중요한 영향을 끼치는 요인은 아니라는 것임을 의미한다. 통상 마케팅 커뮤니케이션의 가장 본질적인 목적인 인지도 제고는 구매 의도나 선호도에 양의 효과가 있지만, 지리적표시제 농특산물의 경우 반대의 결과가 나오는 것은 앞 절에서 설명한 농특산물의 구입 결정 시 고려하는 우선 순위 중에서 인증표시는 3순위 중에서도 세 번째로 작용한다는 점(표5-3)과 그 맥락을 같이 하고 있는 것으로 판단할 수 있다. 이는 지리적표시제에 대한 인지도가 낮은 현실(그림 <5-1>의 인지도: 15%)과 논리가 상통하며, 그렇기 때문에 지리적표시제도가 그 기능을 원활히 수행하기 위해서는 대국민 홍보가 필요하다는 주장(표5-14)이 의미를 가진다고 할 수 있다.

기각된 가설 3의 지리적표시에 대한 지각된 품질의 경우 그 계수가 음수로 나타난 것은 지리적표시 농특산물의 구입 시 지각된 품질은 주요 요인이 아니라는 것으로 이는 인지도가 낮은 상황에서 소비자들은 지리적표시 농특산물의 재배방법, 영양성분, 품질보증 등을 제대로 평가할 능력이 없으며, 오히려 품질 평가에서는 광고의 양, 브랜드명, 가격과 같은 외적 정보에 의존한다고 판단할 수 있다. 이 역시 지리적표시의 원활한 기능 수행을 위해서는 외적 정보를 공급하는 홍보에 노력할 필요가 있음을 뒷받침할 수 있는 결과이다.

채택된 가설 2의 지리적표시에 대한 이미지의 경우 그 계수가 양수로 나타난 것은 지리적표시 농특산물의 구입 시 소비자가 그 농특산물에 대해 형성하고 있는 일련의 조직화된 지각이 소비자의 심리적 표상 작용에 의해 어떤 농특산물을 다른 농특산물과 구분하고 이를 구매행동의 근거로 삼기 때문에 차별적, 혁신적, 독특한 이미지가 강할수록 구매 가능성이나 선호

도가 높아진다고 이해할 수 있다.

5. 시사점

지리적표시제도에 대한 소비자의 인지, 반응 및 지리적표시 농산품에 대한 구매 의도 및 태도 등에 대해 분석한 결과, 제도 시행 후 10여 년이 지났고 지리적표시에 등록한 농특산물이 120여 개나 되지만, 소비자는 아직까지 지리적표시 제도가 무엇을 의미하는지 제대로 알지 못하는 것으로 나타났다.

소비자들이 농특산물을 구매할 때 가장 중요하게 생각하는 항목으로는 구매하고자 하는 농특산물의 가격, 품질 및 안전성 등으로 이는 지리적표시제도와는 그다지 연관성이 없는 사항이다. 지리적표시를 포함한 품질 인증 여부 역시 농특산물의 구매 결정 과정에서 그다지 중요한 역할을 하지 않는 것으로 나타났는데 이러한 결과를 고려한다면 지리적표시가 일반적인 농특산물의 부가가치를 높이고 있을지는 의문이다.

지리적표시 제도에 대한 인지도는 낮지만 제도를 알고 있는 소비자들은 대체로 정확히 이해하고 있고 지리적표시 등록 농특산품에 대해 추가 지불 의사도 있는 것으로 나타나 제도에 대한 홍보가 활발히 이루어진다면 지리적표시 제도의 실효성은 충분히 있는 것으로 나타났다. 홍보와 함께 지리적표시 농특산물을 선정할 때 엄격한 기준에 따른 신중한 선정과 선정 후의 사후 관리가 제도의 취지를 살릴 수 있는 방법으로 제시되었다.

지리적표시 농특산품을 접하게 되는 소비자들에게 다양한 항목을 질문하여 지리적표시 농특산품의 구매 의도 및 선호도를 분석한 결과, 지리적표시 농특산품의 브랜드 자산을 구성하는 항목 중에서는 소비자들의 인지도나 주관적으로 느끼는 품질보다는 지리적표시라는 전체적인 이미지만이 구매 의도 및 선호도에 높은 기여를 하고 있는 것으로 나타나 이미지를 높이는 전략이 필요함을 알 수 있다.

그러나 어떤 경우는 소비자들이 인식하고 있는 브랜드의 이미지가 생산자 및 지자체가 의도하는 바와 다를 수 있음을 인식해야 한다. 그러므로 생산자단체 및 지자체는 브랜드 이미지의 형성을 소비자에게 맡겨 놓고 행운만을 기대해서는 안된다. 생산자가 의도한 브랜드 이미지를 심어주기 위해서는 체계적이면서도 장기적인 브랜드 이미지 개발과 이의 관리가 요구된다. 생산자 및 기업이 원하는 바람직한 브랜드 이미지는 브랜드 컨셉트의 개발을 통해 구체적으로 목표 소비자에게 전달되기 때문이다(박현숙·박성규, 2007).

지리적표시 등록 농특산품의 브랜드자산 항목이 해당 품목의 구매 의도나 선호도에 미치는 영향을 분석하였으나 소비자들이 높은 인지도와 해당 품목의 품질이 좋을 것이라고 판단하는 지각 능력이 실제로 구매 의도나 선호도에 미치는 영향은 일반적인 생각과는 달리 나왔다. 이는 지리적표시 등록 품목에 대한 본 소비자 조사의 한계점으로 향후에는 지리적표시 브랜드자산에 대한 보다 정밀한 분류와 구매 요인에 관한 검증이 필요하다고 판단된다. 지리적표시 등록 농특산품의 선택 행위 분석을 위해서는 소비자의 순위화된 반응을 고려하는 순위화된 로짓 모형(ordered logit model)이나 순위화된 프로빗 모형(ordered probit model) 등도 분석 모형의 대안이 될 수 있다. 본 연구에서는 지리적표시 등록품의 브랜드자산 항목에 대한 소비자들의 인지 정도만이 고려대상이었으나, 이를 좀 더 확대하여 개별 소비자들의 소득 및 학력 등의 인적 특성에 따른 지리적표시 등록품의 선호도 및 구매의도 등을 파악하면 보다 종합적인 분석이 가능할 것이다.

지리적표시제도의 발전 방향과 정책과제

제6장

1. 지리적표시제도의 성과 확산을 위한 기본방향

1999년 지리적표시제도를 도입한 이래 2011년 5월 현재 123개의 지역특산 농산물과 그 가공품이 등록되어 보호되는 등 괄목할 만한 양적인 성장을 거둔 사실을 부인하기 어렵다. 하지만 지리적표시제도에 대한 소비자들의 이해도가 낮고 품질관리 등 체계적인 관리가 이루어지지 못하고 있어서 아직까지 이 제도가 성공적으로 정착하여 지역특산물의 차별적 유통에 제대로 기여한다고 보기 어려운 것이 사실이다.

더구나 유사한 목적으로 특허청의 지리적표시 단체표장제도가 별도로 운영되는가 하면, 한·미 FTA 협정에 의해 지리적표시 증명표장제도란 새로운 제도를 도입해야 할 상황에 직면해 있어서 지리적표시 관련 제도에 대한 전면적인 재검토가 필요한 실정이다.

먼저 지리적표시 등록 단체의 실무책임자에게 현행 지리적표시제도의 성과가 높지 않은 이유를 문의한 결과(표6-1), '지리적표시제도에 대해 알고 있는 사람이 별로 없다'는 응답이 61.5%로 가장 많고, 그 밖에 '품질인증 및 원산지표시제도 등 유사제도 때문에'(17.3%), '이력추적제도 때문에'(11.5%) 등을 들고 있다.

이와 같은 사실은 22개 사례지역에 대한 심층 조사결과에서도 비슷하게 나타나고 있어서 동 제도의 정착과 성과 확산을 위해서는 지리적표시제

표 6-1. 지리적표시제도의 성과가 높지 않은 이유

단위: 개, %

구 분	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
지리적표시제도에 대해 알고 있는 소비자들이 별로 없다.	32	61.5	14	63.6
지리적표시제도의 품질기준에 맞추어 생산하지 않는다.	1	1.9	0	0.0
지리적표시제도에 의한 품질관리가 이루어지지 않고 있다.	3	5.7	1	4.5
품질인증 및 원산지표시제도 때문에 제도의 의미가 줄었다.	9	17.3	4	18.1
이력추적제도 등 새로운 제도의 등장으로 제도의 의미가 줄었다.	6	11.5	4	18.1
국제등록보호제도의 도입이 지연되어 지리적표시보호의 실익이 없다.	4	7.6	2	9.1
무응답	6	11.5	3	13.6

주: 중복응답을 허용한 설문으로서 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

도에 대한 소비자 인지도 제고와 함께 유사 제도와의 차별성을 구체화하고 국제적 보호는 물론 지리적표시제도에 의한 품질관리의 특징을 구체화하는 노력이 필요할 것으로 판단된다.

지리적표시제도에 대해 어떻게 이해하고 있는지 문의한 결과(표6-2), ‘여러 가지 브랜드 중 한 가지이다’(11.5%), ‘생산품이 지리적 특성과 관계가 있다는 것만 나타낸다’(9.6%), ‘품질이 우수하다는 것을 나타낸다’(7.6%) 등으로 응답한 사람도 있었지만, 응답자의 대부분인 86.5%가 ‘생산품이 지리적 특성과 연계되고, 품질도 우수한 것’이라고 응답하여 지리적표시에 대하여 제대로 이해하고 있다는 점을 고려하면, 지리적표시에 대한 낮은 성과를 단순하게 인식 부족으로 판단하는 것은 무리라고 판단된다.

표 6-2. 지리적표시제도에 대한 이해

단위: 개, %

지리적표시제도에 대한 이해	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
생산품이 지리적 특성과 관계가 있다는 것만 나타내는 것이다.	5	9.6	1	4.5
생산품의 품질이 우수하다는 것을 나타내는 것이다.	4	7.6	0	0.0
생산품이 지리적 특성과 연계되고 품질도 우수한 것을 나타내는 것이다.	45	86.5	21	95.4
여러 가지 브랜드 중 한 종류이다.	6	11.5	0	0.0
기타	1	1.9	0	0.0
무응답	1	1.9	0	0.0

주: 중복응답을 허용한 설문으로서 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

지리적표시제도의 성과를 높이기 위한 방법을 문의한 결과(표6-3), 응답자의 59.6%가 소비자에 대한 홍보를 강화하는 것을 우선으로 꼽았고, 그 밖에 지리적표시제도와 지역특화산업 육성정책의 연계 강화(44.2%) 및 지리적표시제도에 의한 철저한 품질관리(32.6%), 등록 대상 품목의 남발 방지(25.0%), 지리적표시제도에 대한 생산자 교육 강화(19.2%), 국제적 보호제도 도입(13.4%) 등을 제시하고 있다.

표 6-3. 지리적표시제도의 성과를 높이기 위한 방법

단위: 개, %

구 분	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
방만하게 운영되는 지리적표시제도의 정비	4	7.6	1	4.5
지리적표시제도에 의한 철저한 품질관리	17	32.6	7	31.8
지리적표시 등록을 너무 남발하여 희소성이 없다	13	25.0	4	18.1
지리적표시제도에 대한 생산자 교육 강화	10	19.2	5	22.7
지리적표시제도에 대한 소비자 홍보 강화	31	59.6	14	63.6
지리적표시제도와 지역특화산업 육성정책의 연계 강화	23	44.2	11	50.0
지리적표시 등록 품목에 대한 국제적 보호제도의 정비	7	13.4	2	9.1
무응답	4	7.6	0	0.0

주: 중복응답을 허용한 설문으로서 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

표 6-4. 지리적표시제도의 정착·발전을 위해 가장 중요한 것

단위: 개, %

구 분	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
지리적표시제도의 관리 및 운영비 지원	24	46.1	10	45.4
지리적표시제도의 교육 활동 강화 및 지원	22	42.3	10	45.4
지리적표시 대상 품목에 대한 엄격한 품질관리	16	30.7	3	13.6
지리적표시제도에 대한 소비자 홍보 강화	38	73.3	17	77.2
지리적표시 부실 등록업체의 일제 정비	9	17.3	5	22.7
무응답	1	1.9	0	0.0

주: 중복응답을 허용한 설문으로서 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

지리적표시제도의 정착·발전을 위해 필요한 과제를 문의한 결과(표6-4), 소비자에 대한 홍보(73.3%)를 가장 중요한 것으로 대답하고 있으며, 이 밖에 지리적표시를 위한 관리운영 비용 지원(46.1%), 지리적표시제도에 대한 교육·지도(42.3%), 지리적표시 등록 품목에 대한 엄격한 품질관리(30.8%), 부실 등록업체의 일제 정비(17.3%) 등으로 나타났다. 전국의 소비자를 대상으로 한 설문조사에서도 지리적표시제도의 운영이 원래의 취지대로 잘 되기 위해서는 대국민 홍보(39.1%) 및 철저한 사후관리(26.1%)가 필요한 것으로 나타났다(표6-5).

표 6-5. 지리적표시제도 운영을 위한 개선 사항

단위: 명, %

구 분	빈도	구성비
지리적표시제도의 취지에 대한 대국민 홍보가 필요하다.	274	39.1
상품(포장)에 지리적표시마크가 잘 보이도록 한다.	61	8.7
생산자(단체)가 품질, 특성 등의 유지·관리에 철저한 노력이 필요하다.	183	26.1
지역특성을 가진 유명 상품에 한정해 지리적표시 등록을 하도록 품목의 선정에 신중을 기할 필요가 있다.	112	16.1
지리적표시제도가 제대로 운영되도록 사후 관리가 충실하여야 한다.	69	9.9
기 타	1	0.1
합 계	700	100.0

이상의 논의를 정리하면 앞으로 지리적표시보호제도의 발전을 위해서는 (1) 현행 지리적표시 등록 품목의 재정비, (2) 향후 지리적표시 등록대상 선정의 신중한 접근, (3) 지리적표시 등록품에 대한 철저한 품질관리 및 사후 관리 지원, (4) 지리적 표시에 대한 생산자 교육 및 소비자 홍보 강화, (5) 지리적표시제도와 지역특화산업 육성 관련 정책의 연계 강화, (6) 지리적표시제도와 지리적표시 단체표장제도의 재정비 등을 들 수 있다.

2. 지리적표시제도의 발전을 위한 정책과제

2.1. 현행 지리적표시 등록제도의 운영실태 파악 및 재정비

2011년 5월 현재 123건이 등록되어 있지만 상당수가 활용되지 않는 것으로 판단된다. 이는 심층조사 대상 22개 품목 중 13개가 부분적으로라도 사용되고 있으며, 9개는 전혀 활용되지 않고 있는 것으로 짐작할 수 있다. 이와 같은 심층조사 결과로 미루어 볼 때 비록 등록한 품목이지만 실제로 활용하지 않는 경우가 많을 것으로 판단된다.

등록된 지리적표시가 제대로 활용되지 않는 이유는 크게 최근에 등록하여 아직 준비가 덜 된 경우, 과거에 사용하다가 최근 들어 사용하지 않는 경우 및 등록만을 목표로 하고 사용에 대하여는 관심을 두지 않는 경우로 구분할 수 있다.

현재 등록된 지리적표시 대상 품목에 대하여 전면적인 실태조사를 실시하여 재정비할 필요가 있는 것으로 판단된다. 특히 지리적표시 등록제도의 취지를 주지시키고, 금후 활용 여부 및 사후 관리에 대한 해당 등록단체 및 지자체의 의견을 수렴하여 재정비할 필요가 있다.

2.2. 지리적표시 등록 품목 선정의 신중

지리적표시제가 제대로 시행되기 위해서는 등록 품목의 선정부터 신중을 기할 필요가 있다. 즉, 소비자들에게 지리적표시제도의 기능, 역할 및 의미 등을 뚜렷하게 부각시키기 위해서는 방만하게 운영하고 있는 등록대상 자체를 엄격하게 제한하여 희소성을 확보하는 것이 중요하다.

그동안 지리적표시 대상은 농산물과 그 가공품으로, 지리적표시 단체표장은 여기에 일반 공산품까지 포함하는 것으로 확대하고 있으나 실제 적용에 있어서는 지역성과 유명성을 간과한 결과, 제도 자체의 기능을 상실한 품목도 다수 발견되고 있는 것이 현실이다. 특히 지방자치단체 간 경쟁적으로 지리적표시제 등록이 이루어지면서 지역 특성이 없거나 보존할 만한 명성도 없는 품목에 대한 등록이 남발되고 있다.

등록단체에게 지리적표시 대상 품목의 범위를 문의한 결과(표6-6), 농산물에 한정하자는 응답과 농산물 및 그 가공품으로 확대하자는 응답이 각기 48.1%를 차지하고, 그 밖에 향토음식(11.5%), 지역산 공산품(3.9%) 등으로 응답하고 있다. 다만 이들 등록 대상 품목의 선정 조건으로 지역과의 연계 속에서 자연적·인적 측면에서 특성이 있는 것만 포함해야 한다는 응답이 51.9%, 지역에서 생산된 품목 중 전국적으로 유명한 것만 등록해야 한다는

표 6-6. 향후 지리적표시제로 중점 등록·관리할 품목에 대한 의견

단위: 개, %

구 분	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
농림수산물	25	48.1	11	50.0
농림수산물 가공품	25	48.1	13	59.1
지역산 공예품	2	3.9	2	9.1
향토음식	6	11.5	1	4.6
기타	2	3.9	0	0.0
무응답	2	3.9	1	4.6

주: 중복응답을 허용한 설문으로서 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

응답이 30.7%, 지역에서 생산된 것 중 일정 수준 이상의 품질만 포함해야 한다는 응답이 21.1%라는 점을 고려하면(표6-7), 이들 지역성, 유명성 및 우수성을 동시에 고려해야 할 것으로 판단된다.

현실적으로 지리적표시 등록 품목의 경우 대다수가 생산지역을 해당 시·군의 행정구역 범위로 설정하고 있다. 이 경우 행정구역과 등록대상 품목의 상품이나 서비스를 규정하는 특정 지역의 범위 간 상충, 또는 불일치가 있어 제도의 특징을 모호하게 할 가능성이 있다.

지리적표시제의 경우 엄연히 동일한 공간적 특성을 가지는 지역이라고 명시하고 있음에도 불구하고 행정 편의상 대부분 시·군 단위 행정구역을 설정함으로써 국내에서는 시·군 단위 행정구역을 표시하도록 되어 있는 원산지표시제도와 사실상 별 차이 없이 운용되고 있는 것이 현실이다. 최근 교통 통신의 발달로 인해 경제생활권이 광역화되면서 농산물 가공 및 유통 등 각종 경제사업도 인접 지역과 통합하고 있으므로 시·군 단위로 획일적으로 묶을 경우 관리·운영에 유연성을 잃을 가능성이 있다. 예를 들어 서산마늘의 경우 당초 서산시 관내에서 생산되는 한지형 마늘을 지리적표시 등록대상으로 하였으나 이후 인근 태안군과 경제사업을 통합하여 '산수

표 6-7. 지리적표시 등록대상의 결정방법에 대한 의견

단위: 개, %

구 분	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
지역에서 생산된 품목 중 전국적으로 유명한 것만	16	30.7	5	22.7
지역에서 생산된 것 중에서 다른 것보다 비싼 것만	3	5.7	1	4.5
지역과 연계 속에서 자연적, 인적 측면에서 특성이 있는 것만	27	51.9	13	59.0
지역에서 생산된 것 중 품질이 우수한 것만	11	21.1	6	27.2
기타	1	1.9	0	0.0
무응답	1	1.9	0	0.0

주: 중복응답을 허용한 설문으로서 구성비는 응답한 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

향'이란 새로운 브랜드로 유통사업을 하고 있으며, 당초 등록한 지역과 공간적 범역이 다르기 때문에 지리적표시 명칭을 사용하지 못하고 있는 것이 그 예이다.

지리적표시 등록단체에게 지리적표시 등록 대상의 생산지역을 어떻게 설정하면 좋겠느냐고 문의한 결과(표6-8), 지역특산품으로 등록한 생산물이 생산되는 자연적인 지역의 범위로 해야 한다는 응답이 50.0%로 가장 많았으나, 행정구역상 시·군의 범위로 해야 한다는 주장도 46.1%나 되었다. 행정구역을 대상으로 지리적표시를 등록·관리하는 것은 동 제도의 취지 자체를 제대로 이해하지 못하는 행정편의적 발상 때문인 것으로 이해된다.

다음으로 지리적표시에 대한 지적재산권의 소유자가 누구냐 하는 점이다. 지역특산품에 대해 등록한 지리적표시 명칭의 사용권은 누구에게 있는가에 대해 등록단체에 문의한 결과, 해당 품목의 생산자(단체)에게 있다는 의견이 지배적이나, 관련 당사자 모두에게 있다는 의견도 적지 않았다.

지리적표시를 등록한 여러 지역에서 등록한 지리적 명칭 사용 자격을 둘러싸고 생산자와 가공업자, 또는 유통업자 간 갈등을 빚고 있는데, 예를 들어 보성녹차의 경우 생산자단체와 가공업자단체가 서로 기득권을 주장하며 대립하고 있으며, 기장미역의 경우 미역 채취를 하는 양식업자나 어민들과 유통을 겸하는 건조업체 간 사용권을 놓고 갈등을 빚고 있는 실정으로 이 부분도 제도적으로 정리되어야 할 것이다.

표 6-8. 지리적표시 등록 품목의 생산지역 설정 방법에 대한 의견

단위: 개, %

지리적표시 등록 대상지 선정 기준	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
행정구역상 시·군의 범위	24	46.2	11	50.0
지역특산품으로 등록한 생산물이 생산되는 자연적인 지역의 범위	26	50.0	11	50.0
기타	1	1.9	0	0.0
무응답	1	1.9	0	0.0
합 계	52	100.0	22	100.0

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

등록단체에게 등록된 지리적표시 사용권자에 대해 문의한 결과(표6-9), 해당 품목을 생산하는 생산자나 생산자단체라는 응답이 63.5%로 가장 많고, 그 다음으로 해당 품목의 생산, 가공, 유통업체 모두가 포함된다는 응답도 21.1%나 되었으며, 심지어 지역주민 모두가 사용할 수 있어야 한다는 응답도 5.8%나 되었다.

지리적표시는 지적재산권으로 배타적 성격을 가지고 있어서 비록 생산자라고 하더라도 어떤 생산자냐에 따라 달라지며 생산자단체나 조합 등 단체의 가입 여부를 기준으로 할 경우 또 다른 문제를 야기할 개연성을 가지고 있다. 원칙적으로 지리적 특성을 가지는 동질의 상품을 생산, 가공, 유통하는 이해 관계자들이 사용권을 가지되, 이때 사용자들은 해당 상품이나 서비스의 품질을 유지하고 지속적인 발전을 위해 선의의 노력을 한다는 명제에 동의해야 할 것이다.

지리적표시 명칭 사용과 관련하여 발생하는 갈등을 최소화하기 위해서는 지리적표시 등록 시에 등록 대상인 법인의 실체를 구체적으로 파악할 필요가 있다. 이번 심층 사례조사에서도 확인되었지만, 등록을 위해 급조된 법인은 등록 이후에는 유명무실하여 기본적으로 사후 관리를 체계적으로 추진할 주체가 막연한 실정이다. 이러한 문제점을 해결하기 위해서는 등록

표 6-9. 지리적표시 명칭의 사용권자에 대한 의견

단위: 개, %

구 분	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
지역주민(개인)이면 누구나	3	5.8	1	4.5
해당품목을 생산하는 생산자나 생산자단체	33	63.5	17	77.3
지역에서 해당품목을 가공하는 업체(법인)	3	5.8	1	4.5
지역 내에서 해당품목을 유통하는 업체	1	1.9	0	0.0
해당품목의 생산, 가공, 유통 업체 모두	11	21.1	3	13.7
무응답	1	1.9	0	0.0
합 계	52	100.0	22	100.0

대상인 법인의 구성이 구체적이고 명확한지를 파악하고, 일정 기간(예를 들면, 적어도 3년)의 활동 실적을 검토하여 등록 이후 자체적인 사후 관리 능력이 있는지에 대하여 평가할 필요가 있다.

3.3. 지리적표시 등록 품목의 철저한 품질관리 및 사후 관리

지역특화산업 육성에 지리적표시제도가 당초 기획하였던 역할을 다하기 위해서 해야 할 일 중의 하나는 엄격한 품질관리 및 이를 가능하게 하는 철저한 사후 관리를 통한 오남용 방지 등을 위한 노력이라고 할 수 있다.

이는 등록단체 조사에서도 잘 나타나고 있다. 지리적 특성에 기초한 지역특산품의 명성을 지키기 위해 엄격한 품질 관리가 필요하다는 제안이 69.2%, 국내외 시장에서 지리적표시 내용이 오남용되지 않도록 보호해야 한다는 주장이 53.8%, 품질 특성을 보존하면서 생산·가공·유통방법을 발전시켜야 한다는 의견이 38.4% 등으로 나타났다(표6-10). 이러한 결과는 22개 심층사례조사에서도 마찬가지로 나타나고 있어서 엄격한 품질관리와 지역특화산업으로서 품질 특성의 보존 등이 중요한 과제임을 알 수 있다.

표 6-10. 지리적표시제도 운영방안에 대한 의견

단위: 개, %

구 분	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
지리적 특성에 기초한 명성을 지키기 위해 엄격한 품질관리가 필요하다.	36	69.2	14	63.6
국내외 시장에서 지리적표시 내용이 오남용되지 않도록 보호해야 한다	28	53.8	12	54.5
품질 특성을 보존하면서 생산·가공·유통방법을 발전시켜야 한다.	20	38.4	6	27.2
지역특화산업으로 발전하기 위해 생산·가공·유통업자가 참여해야 한다.	16	30.7	9	40.9
무응답	1	1.9	1	4.5

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

지리적표시 등록 품목의 품질관리를 위해서는 등록 당시에 제출한 자체 품질관리기준을 철저하게 이행하고, 품질관리 교육을 강화하며, 품질관리 조직 및 시설을 확보하여 품질관리를 철저히 하고, 이에 대한 실질적인 관리 권한을 확보하고 위반자에 대한 처벌을 강화할 필요가 있다는 의견이다 (표6-11).

표 6-11. 품질관리 개선 방안에 대한 의견

단위: 개, %

구 분	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
등록단체의 품질관리계획서의 철저한 이행	24	46.1	11	50.0
등록업체의 조직, 시설, 기자재 확보	18	34.6	8	36.3
품질관리 교육 강화	21	40.3	10	45.4
품질관리 및 검사 방법 개선	9	17.3	2	9.1
등록단체의 자체 품질관리에 필요한 권한 확대	18	34.6	9	40.9
품질관리 위반자에 대한 처벌 강화	15	28.8	7	31.8
국립농산물품질관리원의 품질관리 감독 강화	11	21.1	3	13.6
무응답	1	1.9	1	4.5

주: 중복응답을 허용한 설문으로 구성비는 등록업체 중 해당 항목에 대답한 업체 수의 비중임.

3.4. 생산자 교육 및 소비자에 대한 홍보 강화

지리적표시 등록 품목이 계속 명성을 유지하기 위해서는 등록 당시 표시한 품질이 유지되어야 하며, 이를 위해서는 생산자가 지리적표시제에 대하여 올바르게 이해해야 한다.

지리적표시 등록 시에는 형식적으로 법인을 구성할 것이 아니라, 실제로 지리적표시제를 정확하게 이해하고 동참할 의지가 있는 생산자 중심으로 구성하는 것이 필요하다. 등록 후에는 품질의 지속적 유지·향상을 위하여

다양한 교육을 실시하고, 기존 정책사업이나 새로운 정책사업을 개발하여 생산자의 자발적 학습조직이 운영되도록 정책적으로 유도할 필요가 있다.

지리적표시제가 성과를 거두기 위해서는 소비자가 이 제도를 충분히 이해하고 활용하도록 해야 한다. 대부분의 소비자가 지리적표시제에 대하여 알지 못하며, 알고 있는 경우에도 여러 가지 품질인증의 하나로 이해하는 경우가 적지 않다. 하지만 지리적표시제에 대한 홍보는 개별 등록 품목별로 접근하는 데는 한계가 있기 때문에 중앙정부 차원에서 체계적이며 지속적으로 추진할 필요가 있을 것이다. 이는 등록단체 담당자들은 지리적표시제의 활용이나 성과가 미흡한 가장 큰 원인으로 소비자의 인식 부족을 들고 있고, 정부에서 이를 해결해 줄 것을 다양한 경로를 통해 요청하고 있다는 점에서 확인할 수 있다.

생산자와 소비자는 물론 이를 정책적으로 담당하는 관련 공무원이나 농·축·수협 등의 생산자단체 관계자들에게도 이 제도의 취지를 올바로 이해할 수 있도록 교육·연수 등의 기회를 부여할 필요가 있다. 지리적표시제도에 대한 올바른 이해야말로 지리적표시 등록을 다른 지역(품목)이 하니까 한다든지, 실적 위주로 추진하는 것을 미연에 방지할 수 있는 방안이라 할 수 있다.

3.5. 지역특화산업 육성과 지리적표시제도의 연계 강화

지역의 고유한 부존자원인 향토자원을 개발하여 다양하고 개성 있는 1·2·3차 융복합산업으로 연계·발전시키는 소위 내생적 발전전략(endogenous development)을 추구하고 있다. 향토자원을 개발하여 차별적이고 내생적인 산업화를 도모함으로써 지속가능한 산업 발전을 모색하는 노력들이 시도되고 있는데, 향토자원의 산업화는 지역성과 문화적 특성을 지니는 농촌지역의 자원을 활용한다는 측면에서 차별화된 지역개발과 산업 간 융·복합화를 통해 부가가치를 높일 수 있다는 장점이 있다.

표 6-12. 농촌지역 지역특화산업 관련 정책의 추진

부처별	사 업 명	시작 년도	사 업 내 용
지역발전 위원회	기초생활권 개발과 포괄적 지원	2008	지역개발사업비의 포괄적 지원, 지역특화산업 육성
농림수산 식품부	농어촌특산단지	1967	공예품 중심, 시설 및 운영비 융자
	전통식품육성사업	1993	전통식품, 시설 및 운영비 융자
	지역특화품목육성사업	1999	지역특산농산물, 균특회계 보조
	지리적표시제도	1999	지리적표시대상 등록, 차별적 유통
	지역농업클러스터	2004	지역농업 육성
	신활력사업	2005	지역특화산업육성, 균특회계 보조 (시·군당 연 30억원씩 3년간 3차례)
	향토산업육성사업	2005	향토자원의 산업화, 균특회계 보조 (시·군당 30억원/3년)
중소기업청	지역특화산업육성사업	1998	지역특화산업육성, 자금·기술·판로 지원
행정안전부	향토지적재산육성사업	2001	향토자원 발굴, 상품생산을 위한 지원
지식경제부	지역연고산업진흥사업	2004	지역연고산업의 육성
	지역특화발전특구지정	2005	지역특화산업 육성을 위한 규제 완화
지자체	지역의 고유사업	-	지역의 부존자원을 활용한 지역특화산업 육성

순창고추장과 고창복분자, 보성녹차 등 지역의 부존자원에 기초한 특화산업의 육성을 통해 고용 창출과 매출액 신장 등 농촌경제 활성화의 가능성을 보여줌에 따라 지역에 특화된 자원을 발굴하여 이를 산업화하려는 소위 특화산업 개발이 붐을 일으키고 있는 것은 지역특화산업육성정책의 성과라고 이해할 수 있다. 하지만 상당 부분 지역 특산품의 경우 관련 사업들 간 아무런 연계성이 없이 부처별로 소규모 사업을 분산·중복 추진하거나 일선 지방자치단체에서 관련 사업을 종합적으로 추진하지 못해 비효율을 초래하고 있다는 지적을 받고 있는 것이 사실이다.

소규모 분산적인 지역특화산업정책 추진상의 문제점을 극복하고 지역의 여건과 부존자원을 바탕으로 차별화된 특화산업을 발굴·육성하기 위해 지역개발에 필요한 중앙정부의 예산을 지방자치단체에 포괄적으로 지원하여

사업의 선정 및 추진 과정에서 지방자치단체의 재량권을 확대하고 있으나 아직도 뚜렷한 성과를 얻지 못하고 있다. 이와 같은 상황에서 농림수산식품부와 지식경제부는 2011년 MOU를 체결하고 금산·진안·고창·나주·순천·의성·영천 등 7개 시·군의 지역특화산업 육성 관련 사업에 대해 연계 협력하여 추진하고 있다.

예를 들어 보은대추의 경우 지식경제부의 지역연고산업육성사업과 지역특구로, 농림수산식품부의 향토산업육성사업으로 제각기 추진하는 것을 상호 연계하여 중복을 최소화하고 있다. 즉 보은대추라는 지역산업 발전을 위해 연구개발과 인력 양성, 기업 지원, 디자인 개발, 홍보 및 마케팅을 제각기 하던 것을 지식경제부의 지역연고산업과 농림수산식품부의 향토산업육성사업 간 역할 분담을 통해 시너지효과를 창출하고 있는 것이다. 이와 같은 맥락에서 지역특화산업을 육성하는 방안으로 지리적표시제도를 지역특구와 연계하고 지역연고산업육성사업, 향토산업육성사업 등 자금 지원과 서로 연계해 추진하는 것이 바람직하다고 판단된다. 어쨌든 일정한 기준에 부합하는 특정한 농산물이나 그 가공품을 지역의 특산품으로 등록, 품질을 관리하고 산업적으로 지원·육성하는 것은 어디까지나 지방자치단체의 몫인 만큼 지리적표시제도의 운영에 있어서도 지자체의 역할을 강화할 필요가 있다.

3.6. 지리적표시 보호체계의 일원화 방안 강구

농산물품질관리법의 지리적표시 등록제도는 상표법에 의한 지리적표시 단체표장 및 증명표장제도와 매우 유사하기 때문에 각 제도의 특성과 연계성을 유지하면서 장기적으로 등록제도를 통합하는 것이 바람직하다. 특히 농산물품질관리법상의 인증제도적 성격과 교차하는 부분이 많은 증명표장은 품질관리 면에서 농산물 우수관리인증기관과 같은 전문기관에 의하여 상품의 품질에 대한 지속적인 관리와 통제를 전제로, 재산권으로서의 등록시스템을 보완하여 정비하는 방안을 제시할 수 있을 것이다.

재산권으로서 지리적표시의 등록은 상표법과 농산물품질관리법에 의하고 지리적표시권의 내용은 농산물 우수 관리제도에 편입하여 운용(농산물품질관리법의 품질관리와 상표법의 명칭보호라는 양 법의 성격과 기능에 부합)하는 방안을 적극적으로 검토할 필요가 있다.

동일한 목적으로 농림수산식품부의 지리적표시제도와 특허청의 지리적표시 단체표장제도가 운영됨으로써 국민들의 혼란과 행정낭비를 초래하고 있으므로, 이들 제도에 대해 등록단체 실무자들에게 문의한 결과는 <표 6-13>과 같다. 즉 현재와 같이 두 제도를 각기 운영하자는 주장은 응답자 중 4명(7.6%)에 불과하고 대다수인 42명(80.7%)은 어느 한 제도로 통합하자는 입장을 보이고 있는데, 농수산물품질관리법에 의한 지리적표시제도로 통합하자는 주장이 월등히 더 많았다.

현재 지리적표시제는 농산물은 국립농산물품질관리원에서, 수산물은 농림수산검역검사본부에서, 임산물은 산림청에서 등록 및 관리를 담당하고 있으므로 이들 지리적표시 품목의 관리체계를 어떻게 하면 좋을지 문의한 결과(표6-14), 국립농산물품질관리원으로 일원화하고 품목별위원회를 운영하는 것이 바람직하다는 의견이 46.2%로 가장 많고, 지리적표시는 국립농산물품질관리원이 담당하고 지리적표시 단체표장은 특허청이 나누어 이원적으로 관리하자는 안도 30.8%나 되었으나, 현재와 같이 제각기 나누어 관리하자는 안에는 겨우 13.5%만 동의하고 있어 이에 대한 방안 마련이 필요하다.

표 6-13. 지리적표시제도와 지리적표시 단체표장제도의 운영 방향

단위: 개, %

구 분	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
농산물품질관리법에 의한 지리적표시제도로 통일	28	53.9	13	59.1
상표법에 의한 지리적표시 단체표장제도로 통일	14	26.9	7	31.8
현재와 같이 지리적표시제(품질관리)와 지리적표시 단체표장제도(상표보호)의 이원적 운영	4	7.7	0	0.0
무 응 답	6	11.5	2	9.1
합 계	52	100.0	22	100.0

표 6-14. 지리적표시제의 관리방안에 대한 의견

단위: 개, %

구 분	전체(52개)		사례지역(22개)	
	빈도	구성비	빈도	구성비
모두 국립농산물품질관리원으로 일원화하되 품목별 위원회 운영	24	46.2	10	45.5
농식품부, 국립농산물품질관리원, 산림청, 특허청이 분산 관리	7	13.5	3	13.6
지리적표시제도는 농관원이, 지리적표시 단체표장제도는 특허청이 관리	16	30.8	7	31.8
기타	4	7.7	2	9.1
무응답	1	1.92	0	0.0
합 계	52	100.0	22	100.0

「상표법」과 「농수산물품질관리법」에 의한 지리적표시 등록제도는 지역의 명성과 품질 등의 특성을 구비하고 있는 지리적표시의 보호대상을 개발하고 법을 통하여 재산권을 부여하도록 할 필요가 있다. 양 법에 의한 등록제도는 상품의 품질 요건이 주요한 요소인데, 이러한 특성을 유지하면서 독점적인 재산권으로서 보호체계의 통일화, 그리고 일정한 품질기준을 유지하고 관리·감독할 수 있도록 상품의 등록제도와 표시 등록제도의 이원화가 필요하며, 지리적표시 증명표장을 등록받을 수 있는 자에 대한 명확한 규정이 필요하다.

지리적표시제도를 선호하는 이유는 이 제도가 가지는 품질인증 기능 때문인 것으로 이해되지만, 한편으로는 기존 생산자단체를 통한 품질관리 기능이 제대로 작동하지 않는다는 점에서 제3의 방안을 모색할 필요가 있다. 그 대안으로 대두되고 있는 것이 바로 한·미 FTA 협상 타결로 대두되고 있는 지리적표시 증명표장제도이다. 그러나 이 제도는 지리적 표시 단체표장에 품질인증 기능을 추가하고, 임의의 생산자단체가 아니라 능력 있는 공공단체가 품질을 관리하며 생산자와 소비자 모두에게 신뢰성 있는 대안이 될 수도 있다는 점에서 「농산물품질관리법」에서 운영하고 있는 각종

인증제도와 현재 지리적표시제도가 갖고 있는 생산자단체에 의한 품질관리 기능을 개선하여 일정 품질 요건에 대하여 인증하는 증명제도로 발전될 수 있도록 검토할 필요가 있다. 이때, 미국의 지리적표시 증명표장은 상표의 일종으로 엄밀히 말해 지리적 인과성은 포함되어 있지 않고, 단순히 지역 명칭을 제공한 품질인증에 불과한 점을 고려하여 증명표장 이후에도 품질의 사후관리가 될 수 있도록 하는 것이 바로 지역특화산업 발전과 연계하는 핵심고리가 될 수 있다.

요약 및 결론

제7장

1. 요약

농산물시장 개방으로 경쟁이 심화되는 가운데 농촌경제가 악화되면서 지역 부존자원을 활용하는 특화산업 육성을 통한 일자리 창출과 지역경제 활성화가 주요한 정책으로 대두되었다. 특히 지역과 밀접한 관련이 있는 상품이나 서비스의 활성화는 지역경제 활성화와 직결되기 때문에 이에 대한 홍보 및 판매 촉진은 물론 차별화된 유통을 위해 브랜드가 중요한 역할을 하게 된다. 그러나 상표법에서는 현저한 지리적 명칭이 포함된 상표 및 상호 사용을 인정하지 않았기 때문에 오랫동안 이를 방치해 왔다. 이에 대한 관심이 고조된 것은 1994년의 TRIPs(위조 상품의 교역을 포함한 무역 관련 지적재산권)협정이 계기가 되었으며, 지리적표시제가 등장하게 되었다.

우리나라는 1999년 농수산물품질관리법을 개정하여 지리적표시제도를 도입하였으며, 2002년 보성녹차의 첫 등록을 시작으로 시행된 지리적표시제는 2011년 5월 현재 123건이 등록하였다.

이 연구의 목적은 우리나라 지리적표시제도의 운영 실태와 문제점을 살펴보고, 이 제도의 실효성과 관리운영의 효율성을 제고하는 방안을 모색하는 것이다.

1.1. 선행 연구 검토

국내에서 지리적표시제도와 관련한 연구는 우리나라에 이 제도가 도입된 1999년 이후 본격화되었다. 10여 년 동안 이루어진 연구를 내용 중심으로 구분하면, 지리적표시제도의 법제화 관련 연구, 외국의 지리적표시제도 성립 및 실태 관련 연구, 국제협상에서의 지리적표시제도의 논의 내용 관련 연구 및 지리적표시제도의 성과 파악을 시도한 연구 등으로 구분할 수 있다. 최근 들어 지리적표시제도의 성과를 파악하기 위한 연구가 시도되고 있으나 그 성과를 양적으로 파악하기가 쉽지 않다.

이 연구는 10여 년간 시행된 우리나라의 지리적표시제의 실태를 처음으로 전반적으로 파악하고 그 결과를 토대로 개선 방안을 모색하였다는 데 의의를 두고 있다.

1.2. 지리적표시에 대한 이론적 검토

지리적표시는 '상품의 품질, 명성 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 지리적 근원에서 비롯되는 경우, 회원국의 영토 또는 회원국의 지역 또는 지방을 원산지로 하는 상품'임을 증명하는 개념이다. 이러한 개념을 최초로 도입한 것은 파리협약(1883.3.20)이다. 파리협약은 지리적 출처 표시 또는 원산지 명칭을 지적재산권의 하나로 인정하고, 회원국의 지리적 출처 표시를 내국민과 동등하게 보호한다. 그러나 상품의 품질 등을 고려하지 않고 단순히 어느 상품이 특정지역에서 기원했다는 사실만 표시하는 것이었다. 이에 비해 마드리드협정(1891.4.14)은 상품의 출처국가(country) 또는 출처지역(place)에 허위 및 기만적 출처 표시의 사용을 금지하기 위한 국제 협약이다. 그러나 이를 보호 대상으로 한 것은 리스본협정(1958.10.31)이다. 리스본협정은 일정한 지역에서 기원한 상품의 품질, 자연적이며 인적인 요소를 포함한 특성 등을 나타내는 국가, 지역 또는 산지 등 지역 명칭을 원산지 명칭(appellation of origin)이라고 하여 지적재산권으로 보호한다는 것

이다. 리스본협정에 의한 원산지 명칭은 지리적 환경과 상품의 품질·특성과의 관련을 요건으로 하지만, 1994년 TRIPs 협정의 지리적표시는 상품의 품질, 명성(평판) 또는 기타의 특성으로 그 요건을 확대하고 있다.

지리적표시와 유사한 개념들을 비교하면, 지리적표시는 넓은 의미의 출처 표시라는 점에서는 상표와 같지만, 지역의 공동체적 권리란 점에서 차이가 있다. 지리적표시와 원산지표시는 특정 물품의 생산 또는 가공지역을 나타내는 표시라는 점에서는 같지만, ① 원산지표시는 국명 또는 행정구역의 명칭을 표시하는 반면, 지리적표시는 지리적 요인에 의해 지역을 구획하고 있다는 점과 ② 원산지표시는 품질, 명성 및 지리적 요인과 관련성이 없지만 지리적 표시는 품질의 우수성, 품질과 지리적 요인과의 관계를 중시한다는 점에서 차이가 있다. 지리적표시와 품질인증은 특정 품목이 산지의 유명도, 품질의 우수성, 생산조건 등 일정한 품질기준에 적합함을 인증한다는 점에서 같지만, ① 품질인증표시는 상품의 특성이 특정지역의 지리적 특성에 기인할 것을 요구하지 않으나 지리적표시는 이를 핵심 요소로 하고, ② 품질인증표시는 일정기간 동안만 유효(갱신 필요)하지만, 지리적표시는 취소 사유에 해당하지 않는 한 항구적으로 유효하다는 점에서 차이가 있다.

지리적표시는 출처를 나타내는 역할을 한다는 점에서 상표법의 보호대상인 상표와 유사하지만, 상표의 출처는 상품 주체(사용자)의 출처를 표시하는 데 비해 지리적표시는 그 상품이 어떤 지역에서 기원한 것인지 판별하는 지역의 출처를 나타낸다는 점에서 차이가 있다.

1.3. 지리적표시 등록 실태

우리나라는 1999년 농수산물품질관리법을 개정하여 지리적표시제도를 도입한 이래 2002년 보성녹차가 제1호로 등록하였으며, 그 후 임산물은 2006년부터, 수산물은 2009년부터 등록하기 시작하였다. 2011년 5월 말까지 농축산물 75개, 임산물 38개, 수산물 10개 등 123건이 지리적표시를 등

록하였다. 더구나 2005년 특허청이 상표법상 지리적표시 단체표장제도를 새로이 도입하여 현재 동일한 목적으로 두 가지 제도가 동시에 운용되고 있다. 지리적표시 단체표장은 2011년 5월 현재 101건이 등록되었다.

지리적표시에 대해 농산물품질관리법은 '명성, 품질, 기타 특성을 동시에 구비해야 한다'고 규정하지만, 상표법에서는 '품질, 명성, 또는 그 밖의 특성' 중의 어느 하나 이상을 구비하면 지리적표시의 정의에 합치되어 보호받을 수 있기 때문에 상표법상의 지리적표시의 보호대상이 좀 더 확대된 것으로 해석된다.

이와 같이 지리적표시(농수산물품질관리법)와 지리적표시 단체표장(상표법)의 두 제도가 동시에 시행되는 과정에서 문제가 발생할 가능성이 크다. 하나는 농수산물 및 그 가공품이 서로 다른 제도 아래 보호 및 운영됨으로써 효율성이 저하되는 점이다. 다른 하나는 지리적표시와 관련된 용어를 다르게 사용(해석)하는 데 따른 문제로 그 기본 개념을 어디에 두고 있느냐에 따라 달라질 수 있다는 점이다.

1.4. 지리적표시제도의 운영 실태

지리적표시제 운영 실태를 파악하기 위하여 2011년 5월 현재 등록한 123개 단체 중 117개를 대상으로 조사·분석하였다. 이 중에서 5개 품목 22개 단체에 대하여는 심층조사를 실시하였는데, 그 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 지리적표시 등록은 생산자단체와 지자체가 협력하여 추진하였으며, 특히 지자체가 적극적으로 주도한 것으로 나타났다. 둘째, 지리적표시 등록을 위해 구비해야 할 자료가 많고 복잡하여 생산자단체가 직접 추진하기는 어려운 것으로 나타났다. 지자체 담당 공무원이 추진하더라도 상당한 시간이 소요되기 때문에, 대부분의 지자체는 필요한 자료 준비를 대부분 외부 전문기관에 위탁한 것으로 나타났다. 셋째, 지리적표시 등록을 한 동일 품목의 등록 신청서에 기술되어 있는 각각의 품질 특성이나 지리적 관련성을 비교 검토한 결과, 뚜렷한 차이점을 발견하기 어려웠다. 정도

의 차이는 있지만, 심층사례조사 대상 품목 5개가 모두 비슷한 상황이다. 넷째, 지리적표시 등록과 아울러 지리적표시 단체표장도 이중 등록하는 경우가 많았으며, 최근 들어 이러한 경향은 더욱 두드러진다. 다섯째, 지리적표시 등록 단체들의 활동이 대체로 활발하지 않았다. 등록 단체는 활동 정도에 따라 세 가지 유형으로 구분할 수 있는데, ① 지리적표시 등록 이전부터 자체적으로 활동해 온 생산자단체들로서 지리적표시제의 취지를 이해하고 나름대로 활발하게 활동하는 단체, ② 등록 이전부터 조직되었거나 등록을 계기로 구성된 조직이 나름대로 활동을 하고 있으나 지리적표시제로 인한 혜택이 가시적으로 나타나지 않아 지리적표시제에 대해 무관심한 단체, ③ 등록을 위해 급조된 단체로서 구성원이 누구인지가 불분명하여 등록 당시와는 상황이 크게 달라져 등록단체의 실체를 파악하기도 어려운 단체이다. 여섯째, 등록 단체 스스로는 사후 관리를 잘 하는 것으로 판단하고 있으나, 품질 관리상의 애로사항은 품질관리기준을 제대로 적용하기 어렵다는 것이며, 그 이유는 이를 담당할 전문인력과 장비가 절대적으로 부족하기 때문이다. 일곱째, 등록한 지리적표시를 활용하지 않는 지역(단체)도 적지 않은 것으로 나타났다. 심층사례조사 결과 22개 지역 중 9개 지역에서 활용하지 않는 것으로 나타났다. 활용하는 지역도 일부 지역을 제외하면, 지역 생산물의 일부에만 적용하고 있다. 활용하지 않는 주된 이유는 지리적표시로 인한 효과가 두드러지지 않은 데 비해 시간과 비용이 추가로 소요되기 때문이다. 여덟째, 지리적표시의 성과가 가시적으로 파악하기가 어려운 상황에서도 지리적표시가 해당 지역특산품에 긍정적인 변화를 초래하며, 신뢰도와 인지도 향상에 기여할 것으로 기대하는 것으로 나타났다.

1.5. 지리적표시제도에 대한 소비자 반응 분석

지리적표시제도에 대한 소비자의 반응을 분석하기 위하여 전국의 만 25~59세 기혼 여성 700명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

소비자가 농특산물을 구입할 때 중요하게 고려하는 항목은 품질, 가격

및 안전성 등의 순서로 나타났으며, 구입하는 농특산물에 대한 정보는 주로 직접 매장이나 시장을 방문하여 그때 그때 필요한 정보를 얻는 것으로 나타났다.

소비자의 구매에 영향을 미치는 인증표시는 친환경 농산물 인증, 원산지제도 및 농산물우수관리인증(GAP) 등이며, 지리적표시제도와 지리적표시단체표장제도는 큰 영향을 끼치지는 않는 것으로 나타났다. 전체 응답자 중 15% 정도만이 지리적표시제도에 대해 알고 있다라고 응답하여 이 제도에 대한 소비자들의 인지도는 상당히 낮은 것으로 나타났다. 또한, 지리적표시제도가 원래의 취지대로 잘 운영되기 위해서는 대국민 홍보(39.1%) 및 철저한 사후 관리(26.1%)가 필요하다는 의견이다. 지리적표시제가 제대로 기능할 경우 전체 응답자 중 70%에 해당하는 소비자들이 추가 지불의사를 가지고 있으며 그 범위는 가격의 20% 이내라고 응답하였지만, 추가 지불의사가 전혀 없는 소비자들의 비중도 20% 정도나 되는 것으로 나타나 관련 정책을 추진하는 데 참고할 필요가 있다.

한편, 지리적표시제 등록으로 인한 농특산품의 브랜드자산과 소비자의 구매의사결정과는 어떤 관계가 있는지를 분석해 보았다. 지리적표시 농특산품의 브랜드자산을 구성하는 항목 중에서는 소비자들의 인지도나 주관적으로 느끼는 품질보다는 지리적표시라는 전체적인 이미지만이 구매 의도 및 선호도에 높은 기여를 하고 있는 것으로 나타나 이미지를 높이는 전략이 필요할 것으로 보인다. 그러나 어떤 경우에는 소비자들이 인식하고 있는 브랜드의 이미지가 생산자 및 지자체가 의도하는 바와 다를 수 있으므로 소비자에게 의도한 브랜드 이미지를 심어주기 위해서는 생산자 단체 및 지자체가 장기적인 브랜드 이미지 개발과 이에 대한 체계적인 관리가 요구된다.

2. 결론

우리나라는 1999년 지리적표시제도를 도입한 이래 2011년 5월 현재 123개의 지역특산 농산물과 그 가공품이 등록·보호되는 등 양적으로 괄목할 만한 성장을 거둔 것을 부인하기 어렵다. 또한 2005년부터는 상표법에 의한 지리적표시 단체표장제도도 시행되고 있다. 유사한 목적의 제도가 이중으로 실시되고 있는 것이다. 하지만 지리적표시제도에 대한 소비자들의 이해가 낮고 품질관리 등 체계적인 관리가 이루어지지 못하고 있어 아직까지 이 제도가 성공적으로 정착하여 지역특산물의 차별화 된 유통에 제대로 기여한다고 보기 어려운 것이 사실이다. 등록단체를 대상으로 한 활용 실태조사 결과와 지리적표시제에 대한 소비자들의 반응을 분석해 보면, 지리적표시제가 당초 취지대로 활용되지 못하고 있으며, 소비자들의 인지도도 낮은 것으로 나타났다.

앞으로 지리적표시보호제도가 실효성 있는 제도로 발전하기 위해서는 (1) 현행 지리적표시 등록 품목의 재정비, (2) 향후 지리적표시 등록대상 선정의 신중한 접근, (3) 지리적표시 등록품에 대한 철저한 품질관리 및 사후관리 지원, (4) 지리적표시에 대한 생산자 교육 및 소비자 홍보 강화, (5) 지리적표시제도와 지역특화산업 육성 관련 정책의 연계 강화, (6) 지리적표시제도와 지리적표시 단체표장제도의 재정비 등이 필요하다고 판단된다.

첫째, 지리적표시 등록단체를 대상으로 설문조사 및 심층 사례조사를 실시한 결과를 보면, 지리적표시 등록을 하였으나 활용되지 않는 경우가 적지 않은 것으로 나타났다. 우선 현재의 지리적표시 등록 품목에 대하여 전면적인 실태조사를 실시하여 재정비할 필요가 있다. 둘째, 지리적표시제가 제대로 시행되기 위해서는 등록 품목의 선정부터 신중을 기할 필요가 있다. 지리적 연관성과 품목의 특성 등 등록 조건을 엄격하게 적용할 필요가 있으며, 등록대상 단체도 일정 기간의 실적을 파악하여 등록 여부 결정에 참고하는 것이 바람직하다. 즉, 지리적표시제도의 취지에 부합하는 것만을 등록대상으로 함으로써 희소성을 확보하는 것이 중요하다. 셋째, 지역특화

산업 육성에 지리적표시제도가 기여하도록 하기 위해서는 엄격한 품질관리 및 이를 가능하게 하는 철저한 사후 관리를 통한 오남용 방지 등의 노력이라고 할 수 있다. 넷째, 생산자와 소비자는 물론 지리적표시제도를 담당하는 관련 공무원이나 농·축·수협 등의 생산자단체 관계자들도 이 제도의 취지를 올바로 이해하도록 할 필요가 있다. 다섯째, 지자체는 지역특화산업을 육성하는 방안으로 지리적표시제도를 지역특구와 연계하고 지역연고산업육성사업, 향토산업육성사업 등과 서로 연계하는 등 각 부처에서 다양하게 추진되는 관련 정책들을 해당 지자체가 체계적으로 추진하는 것이 바람직하다. 여섯째, 현재 지리적표시제도와 지리적표시 단체표장제도가 시행되고 있는 상황에서 한·미 FTA를 계기로 지리적표시 증명표장제도가 거론되고 있다. 유사한 목적으로 여러 가지 제도가 시행될 경우 혼란만 초래할 가능성이 크므로 이들을 효과적으로 연계하거나 통합하는 방안을 중장기적으로 모색할 필요가 있다.

부록 1

외국의 지리적표시 제도

1. 유럽연합(EU)

EU의 지리적 표시 보호제도는 그간의 상거래상의 관행인 지리적 명성을 지닌 농수산물 및 그 가공식품에 대해 광의의 상표권 개념으로서의 지리적 표시에 대한 보호를 제도화한 것이다. 유럽연합이사회는 1992년 7월 14일 농산품 및 식료품(가공품)에 대한 지리적표시 및 원산지표시의 보호에 관한 이사회규칙 2081/92(Council Regulation 2081/92)[9]을 공포하여 각 유럽 국가에서 100여 년 전부터 존재했던 원산지 명칭 보호제도를 확대·적용하여 EU에서 등록·보호하는 시스템을 갖추었다(김병일, 2003).

규칙 2081/92에 대하여 미국과 호주는 동등성 및 상호주의의 조건이 지리적 표시 보호에 관하여 다른 WTO 회원국을 차별하고 있으며 각종 절차나 요건 등도 TRIPs 협정, GATT 협정 및 WTO 협정 위반이라고 주장하여 EU는 2006년 이사회규칙 2081/92를 새로운 규칙인 '농업생산물 및 식료품에 대한 지리적 표시 및 원산지 명칭 보호에 관한 이사회규칙 510/2006(Council Regulation 510/2006)[10]으로 대체하여 생산품이나 식품

---

[9] Council Regulation 2081/92 of 14 July 1992 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs. OJ L 208, 24/07/1992, p.1, as amended by Council Regulation 535/97 of 17 March 1997, OJ L 83, 25/03/1997, p. 3 and Council Regulation 692/2003 of 8 April 2003, OJ L 99, 17/04/2003, p. 1.

[10] Council Regulation 510/2006 of 20 March 2006 on the protection of geographivcal indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs, OJ L 93, 31/03/2006, p.12

의 특징과 원산지가 밀접한 관계가 있는 농산품(가공 또는 비가공)과 식품만을 보호하고 있다(김병일, 2007).

1.1. 주요 내용

1.1.1. PGI와 PDO

EU는 지리적표시를 지리적표시보호(Protected Geographical Indication: PGI)와 원산지명칭보호(Protected Destination of Origin: PDO)로 구분하여 보호하고 있다. 이사회 규칙 510/2006의 2조는 PDO란 농산품 및 식품과 관련하여 이용할 수 있는 지역, 구체적인 장소, 그리고 특별한 경우 국가의 이름으로 다음 세 가지 조건을 동시에 만족시키는 것으로 규정하고 있다. ① 상품은 반드시 그 지역에서 생산되어야 하며, ② 상품의 품질과 특징이 본질적으로 특별한 지리적 환경 및 고유한 자연 및 인적 요소에 기인해야 하고, ③ 상품의 생산, 가공 그리고 준비 단계가 해당 지역에서 이루어져야 한다.

이에 비해 지리적표시보호는 동 이사회규칙에서 농산품 또는 식료품을 나타내기 위하여 사용되는 지방, 특정 장소, 그리고 특별한 경우 국가의 명칭으로, 다음의 세 가지 조건을 동시에 충족시켜야 한다. ① 상품은 상품의 명칭에 포함된 지역에서 반드시 생산되어야 하고, ② 상품과 상품에 포함된 명칭이 지역 간에 어떠한 관련성이 있어야 하며(상품의 품질이나 평판 및 특성이 지리적 원산지에 귀속되면 충분하다), ③ 원산지명칭보호와는 달리 생산단계의 한 단계, 즉 상품의 생산, 가공 그리고/또는 포장이 정해진 지역에서 이루어져야 한다.

이상을 종합해 보면 지리적표시보호와 원산지명칭보호의 차이점은 다음과 같다.

① 원산지명칭보호는 가공 전의 원료가 해당 지역에서 나온 것임을 요구하지만 지리적표시보호는 그러한 규정이 없다.

② 원산지명칭보호에서는 비지역적 이름들이 등록될 수 있지만, 지리적 표시보호에서는 지역적인 이름만이 등록될 수 있다.
③ 원산지명칭보호는 생산, 가공 및 포장까지 즉, 원료 생산부터 최종 상품의 포장까지 해당 지역에서 이루어져야 하지만, 지리적표시보호는 이 세 가지 과정 중 어느 하나만이라도 해당 지역에서 이루어지면 된다.

1.1.2. 출원인 적격

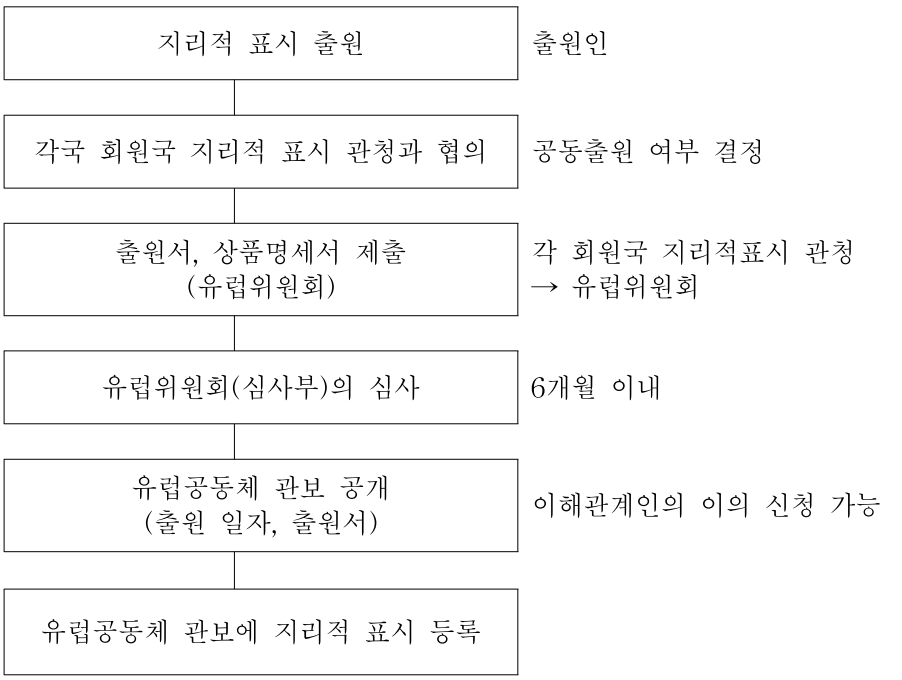
'이사회규칙 510/2006호' 제5조에 따르면, 단체, 자연인 또는 법인이 출원을 할 수 있다고 규정하고 있다. 여기에서 언급하고 있는 단체는 법률적 형식을 갖추었는지에 관계없이 동일한 농수산물 혹은 가공식품을 생산하거나 가공하는 자들의 연합을 말한다.

1.1.3. 등록절차

'이사회규칙 510/2006호' 제6조에 따르면, 등록절차는 집행위원회가 회원국이 보낸 출원서를 바탕으로 상품명세서 내용과 해당 표시의 일반명칭(종류 표시) 여부를 6개월 이내에 심사하여 요건이 충족되면 EU의 관보(Official Journal of the European Communities)에 공고하고, 공고된 내용에 대해 회원국의 이의 제기가 없는 경우 이를 확정하는 것으로 되어 있다.

확정된 출원이 관보에 공개되면 공개일로부터 6개월 이내에 모든 회원국들은 이의 신청을 할 수 있다. 위원회는 이의 신청에 대해 합당한 이유가 있는지 판단하여 거절할 것인지 심사 보류할 것인지에 대해 결정을 하고 이의 신청이 없거나 있어도 이유 없으면 등록 결정을 한다.

그림 1. 유럽연합의 지리적표시 등록 절차



자료: 김탁영. 2009. “지리적 표시 보호제도 활성화 방안에 대한 연구”. 충남대학교 석사학위논문

1.1.4. 등록효과

지리적 표시가 등록되면 제3자에 의한 ① 등록명칭의 상업적 사용, ② 등록명칭 번역문의 「~풍의(style), ~식의(type), ~법에 의한, ~에 의해서 제조된, ~모방의, ~유사한」 등의 표현을 포함하여 등록명칭의 부정 사용, 모방, ③ 기타 제품의 출처, 원산지, 성질 또는 본질적 품질 또는 제품에 관한 포장, 광고, 문서 등에 그 원산지에 관한 오인을 야기하는 부정확한 표현 또는 혼란을 야기하는 표시행위가 금지된다.

1.2. 지리적표시와 등록상표와의 관계

EU의 지리적표시는 등록상표권의 독점권의 예외가 되며, 등록상표와 유사할지라도 지리적표시로서 등록하면 사용이 가능하다. 다만, 지리적표시를 다른 표장과 결합하거나 표장의 일부로 사용할 수는 없다. 선 등록한 지리적표시와 저촉하는 상표는 등록이 불가능하다. 다만 선 등록한 상표는 지리적표시가 등록되더라도 사용할 수 있다. 또한, 규칙 제14조 제3항은 "산지 표시 또는 지리적표시는 상표의 평판 또는 명성 및 그 사용기간의 길이에 비추어, 그 등록에 의하여 상품의 진정한 동일성에 대하여 소비자를 오인시키는 경우에는 등록할 수 없다."라고 하고 있다(김탁영, 2009).

1.3. 포도주 및 증류주에 대한 보호

포도주 및 주류의 지리적표시는 개별 회원국의 국내법과 EC 규칙을 병용하여 보호하고 있다. 포도주시장 공통 체계에 관한 이사회규칙 1493/1999 (Council Regulation 1493/1999)과 위원회규칙 1607/2000호(Commission Regulation 1607/2000)에서는 "특정 지역에서 생산된 고품질 포도주"에 대한 법칙과 기준 등에 대해 규정하고 있다. 위원회규칙 753/2002 (Commision Rrgulation 753/2002)은 포도주 생산지 명칭의 사용에 대해 다루고 있으며, 위원회규칙 1576/89(Commission Regulation 1576/89)에서는 주류의 명칭으로 사용될 수 있는 지명을 열거하고 있다. EU는 WTO협정 이행 차원에서 이사회규칙 3288/94에 근거하여 포도주 및 증류주의 지리적표시는 그 포도주 및 증류주가 해당 원산지를 갖지 아니한 경우에 상표등록을 거절하고 있다(김탁영, 2009).

2. 미국

미국의 지리적표시의 보호는 EU와는 달리 독자적인 등록제도를 두지 않고 권리자에 의한 증명표장 또는 단체표장의 등록을 허용한다. 그 외에도 보통법상의 명성 도용(passing-off) 금지, 연방알코올관리법(Federal Alcohol Administration Act), 연방공정거래위원회법(Federal Trade Commission Act) 및 미국산표시준수기준(Complying with the Made in USA Standard) 등 개별적인 법률이 지리적표시, 품질, 내용 등에 관하여 규정하고 있다(이영주, 2009).

2.1. 랜험법(Lanham Act)[11]에 의한 지리적 표시의 보호

2.1.1. 지리적표시의 증명표장(Certification Mark) 등록

랜험법은 증명표장을 '증명표장 소유자 이외의 자에 의하여 사용되는 것으로 증명표장 소유자가 성실한 의도를 가지고 타인에게 사용하도록 하고 상품의 지역, 산지, 품질, 기타 특성을 증명하거나 작업이나 노동이 특정의 단체에 의하여 수행되었음을 증명하기 위하여 사용되는 표장'이라고 정의하고 있다. 증명표장은 특별한 재료를 사용하여 해당 상품을 제조하였거나, 특정한 지역에서 생산되었거나, 특정 조직에 의하여 만들어졌다는 것 등을 전달하기 위한 기호이다(김병일, 2007).

---

11 1938년 1월 19일 민주당 하원의원인 Fritz Garland Lanham의 제안에 의하여 1946년 7월 5일 제정되어 그의 이름을 따서 보통 'Lanham Act'라고 불린다. 랜험법은 1946년 제정된 이래 1988년 11월 전면개정을 비롯하여 그동안 18차례에 걸쳐 개정되었으며 현재는 1996년에 개정된 법이 적용되고 있다(김탁영. 2009.

2.1.2. 지리적표시 단체표장 등록

랜험법 제45조에 따르면, 단체표장은 단체에 의하여 등록되고 오로지 단체 구성원에 의하여 사용되는 것으로 비회원에 의한 상품과 구별하고 등록된 상품을 식별하기 위하여 사용되는 표장이다. 미국의 단체표장에는 단체표장(collective trademarks or collective service marks)과 단체회원표장(collective membership marks)이 있다.

단순한 단체표장은 협회, 조합, 협동조합 등 기타 단체에 의해 그 구성원만 사용함으로써 그 구성원의 상품 또는 서비스를 비구성원의 상품 및 서비스와 구별하는 기능을 한다. 단체 자신은 직접 표장을 사용하지 않고 단체의 구성원이 사용한다. 다만, 단체가 직접 단체의 광고 및 홍보를 위해 표장을 직접 사용할 수는 있다.

단체회원표장은 협회 등과 같은 조직화된 단체집단의 회원임을 나타내기 위해 사용되는 표장이다. 단체회원표장은 이 표지를 보여주는 사람은 그 단체의 회원임을 나타내는 기능을 한다. 단체표장의 대표적인 예로는 미국공인회계사(certified public accounts) 단체의 회원임을 나타내기 위해 사용되는 'CPA'를 들 수 있다. 단체표장의 통상의 상표와 구별되는 사항은 단일 출처가 아닌 어느 단체의 구성원으로서의 출처를 표시한다는 점이다. 그리고 해당 단체의 구성원 전원이 그 표장을 사용하기 때문에 개별 구성원이 해당 표장을 소유할 수 없고 단체 표장권자가 구성원을 위하여 그 권리를 소유하는데 그 대표적인 예는 생산자 협동조합이다.

단체표장에 관한 출원심사는 통상의 상표등록출원과 같은 기준을 따른다. 상표등록에서 사용주의를 취하는 미국에서는 선사용 상표가 있거나 이와 혼동가능성이 있는 표장은 등록될 수 없다.

2.1.3. 지리적표시의 상표 등록과 지리적표시의 사용

미국의 지리적표시의 상표 등록 여부 및 지리적표시의 사용에 대한 규정은 랜험법을 따르고 있다. 지리적표시를 포함한 표장의 상표 등록 여부는

허위의 상품과 지명의 연관관계에 따라 다음 2가지의 기준이 있다. 첫째, 상품을 주로 지리적으로 기만하여 상품을 오인하도록 기술하는(primarily geographical deceptively misdescriptive) 것으로 간주된 지리적표시는 2차적 의미가 입증된 경우에 한하여 등록할 수 있다(랜험법 제2조 (e)항 및 (f)항). 둘째, 기만적인(deceptive) 것으로 간주되는 지리적표시는 전혀 등록될 수 없다(랜험법 제2조 (a)항).

2.1.4. 포도주와 증류주에 대한 지리적표시의 상표 등록

랜험법 제2조 제1항은 "(1) 포도주와 증류주에 대한 지리적표시가 허위이며, (2) 그 지리적표시가 WTO 협정이 미국에 대하여 시행된 날 또는 시행 후 1년 후에 처음으로 사용된 경우에는 상표등록이 거절된다"라고 규정하고 있다. 동 규정은 절대적 부등록 사유이며, 사용에 의해 식별력을 취득하더라도 등록될 수 없다(김병일, 2007). 이 규정은 TRIPs 협정 제24조 제5항과 같은 예외규정을 포함하고 있지 않으므로 TRIPs 협정의 요구사항보다 높은 수준으로 포도주와 증류주에 대한 지리적표시를 보호한다고 할 수 있다.

2.2. 랜험법 이외의 지리적표시 보호

미국의 지리적표시 보호는 랜험법 이외에도 연방거래위원회법(Federal Trade Commission Act)에서 상거래에서 기만적인 행위나 관행을 금지하고 있고[12], 관세법(Tariff Act)과 이에 관계되는 규칙에서는 미국으로 수입되는 모든 상품은 그 상품이 기원하는 국가를 명확하고 분명하게(clear and conspicuous) 표시하도록 하고 있다[13]. 또한 식품의약국법(Food and Drug

---

[12] 15 U.S.C. 제45조 (a)항.

[13] 19 U.S.C. 제1304조 (a)항.

Administration Act)에 의하여 지리적표시가 흔히 사용되는 치즈를 포함하여 식품에 '허위 또는 오인 혼동을 불러 일으키는' 명칭을 부착하는 것이 금지되어 있으며[14], FDA 규칙에 의하면 식품의 지리적표시를 표현하거나 암시하는 것을 나타내는 것은 그것이 진실인 경우를 제외하고 금지된다[15]. 또한, 연방주류관리국(Federal Alcohol Administration)법[16]과 주류와 담배 그리고 무기국(Bureau of Alcohol, Tobacco and Firearms)의 규정은 포도주와 증류주에 대한 일정한 지리적표시를 보호하고 있다(최종태, 2009).

3. 일본

3.1. 상표법상 지역단체상표제도에 의한 보호

본래 일본의 지리적표시의 보호체계는 상표법이나 부정경쟁방지법에 의하여 등록을 거절함으로써 간접적 및 소극적 보호방식에 의하였다. 2006년 개정 상표법 이전의 규정(일본 상표법 제3조 제1항 제3호)에 의하면 '그 상품의 산지, 판매지, 품질, 원재료, 효능, 용도, 수량, 형상, 가격 또는 생산, 가공, 또는 사용방법 또는 시기를 보통으로 사용하는 방법으로 표시한 표장만으로 된 상표'는 등록을 받을 수 없다고 규정하고 있다(김탁영, 2009). 기술적 표장의 등록을 거절한 근거는 타인의 표장과 구별하는 상표법의 목적과 어느 개인에게 독점권을 줄 수 없다는 자유 이용의 필요성 때문이다(이영주, 2009).

이후 지리적 명칭 보호에 관한 필요성 및 지리적 명칭의 국제적인 보호 움직임에 따라 일본은 지역브랜드를 적절히 보호하여 산업경쟁력을 강화

---

[14] 21 U.S.C. 제343조

[15] 21 C.F.R. 제101-18조 (c)항

[16] Federal Alcohol Administration Act, 27 U.S.C. 제201-19조 (a)항, 1988년

하고 지역경제의 활성화를 꾀할 목적으로 2005년 6월 15일자로 상표법을 개정하여 지역단체상표제도를 상표법에 도입하였고, 개정 상표법은 2006년 4월 1일부터 시행하였다(김탁영, 2009).

표 7-1. 단체표장제도와 지역단체상표제도의 비교

구 분	단체상표	지역단체상표
주체	사단 및 특별법에 의해 설립된 조합	특별법에 의해 설립된 조합
구성원의 가입 자유	불필요	필요
상표의 구성	문자, 도형 등 또는 이와 결합된 상표로서 색채를 포함	지역명과 상품의 산지, 서비스의 제공지 등을 표시
지정상품 및 서비스	원칙적으로 한정이 없음	상표에 포함된 상품(서비스)에 한정
주지성	불필요	필요
지역과의 관련성	불필요	필요
제도운용의 개시	평성 9년(1997) 4월 1일	평성 18년(2006) 4월 1일

자료: 일본 특허청(http://www.jpo.go.jp/cgi/link.cgi?url=/seido/s_shouhyou/dansho.htm)

3.1.1. 지역단체상표의 구성

지역단체상표는 상품의 산지나 서비스의 제공 장소를 나타내는 지역명칭과 상품 및 서비스 명칭의 결합 표장으로 구성된다. 지역명칭은 사용되는 상품과 밀접한 관련성이 있어야 한다. 상품 또는 서비스업의 보통명칭은 약칭이나 속칭도 포함되며 관용명칭이나 관용문자도 포함된다. 결국, 지역명칭만으로 된 것이나 지역명칭을 포함하지 않은 보통명칭 및 관용명칭은 등록될 수 없다. 그 외에도 지역단체상표는 주지성이 인정되어야 한다. 일본 상표법 제7조의 2에서는 '주지성'을 '상표를 사용한 결과 자기 또는 구성원의 업무에 관련되는 상품 또는 서비스를 표시하는 것으로 수요자 사이에 널리 인식됨'으로 정의하고 있다. 따라서 지역명칭이 수요자 사이

에 널리 인식되고 지정상품의 동일성도 갖추어야 한다. 예를 들면, 지역단체상표 '동경배추'에서 사용되고 있는 상품이 '배추'뿐이라면 지정상품은 '동경도에서 생산된 배추'로 하면 동일성이 인정된다. 그러나 지정상품을 포괄적 표시인 '야채'로 하면 '배추' 이외의 상품에 대해서는 주지성이 인정되지 않으므로 등록 거절 대상이 된다(김탁영, 2009).

3.1.2. 지역단체상표의 출원인 적격

지역단체상표의 출원인은 농업협동조합이나 사업협동조합과 같은 단체이어야 하며, 표장의 사용은 단체구성원이어야 한다. 따라서 단체에 의해서만 사용되고 그 구성원의 사용을 허용하지 않으면 등록이 거절된다. 그리고 지역단체상표의 출원인이 출원인 적격을 갖춘 단체라고 하더라도 단체의 구성원 자격자의 가입 자유가 보장되어야 한다.

3.1.3. 지역단체상표의 등록 요건

지역단체상표는 일반적인 상표의 등록요건과 마찬가지로 타인의 등록상표와 유사하지 않아야 한다. 지역단체상표와 선 등록 상표와의 유사성 판단은 전체적인 심사를 통하여 판단한다. 왜냐하면, 지역단체상표는 식별력 없는 구성 부분을 포함하더라도 보통의 상표 유사판단 방법과 달리 표장 전체의 구성을 일체 불가분의 것으로 보아야 하기 때문이다.

그 이외에도 지역단체상표의 등록요건으로 종묘법의 품종등록을 받은 품종의 명칭과 동일 또는 유사한 경우에는 등록을 허용하지 않는다. 일본 상표법 제4조 제1항 제14호에 따르면 종묘법에 의한 육성권자와 지역단체상표의 출원인이 동일인이라 하더라도 등록이 거절된다.

3.1.4. 지역단체상표 등록의 효과

지역단체상표의 존속기간은 보통의 상표권과 마찬가지로 설정등록일로

부터 10년이다. 일본 상표법 제32조의2 제1항에 의하면 상품 또는 서비스의 보통명칭, 산지 표시, 제공 장소, 품질 등의 내용을 표시하는 것에 불과하고 상품의 출처 표시 기능을 하지 않으므로 상표권의 효력이 제한된다. 상표권의 효력 제한 규정은 지역단체상표의 출원 전부터 동일한 상표를 사용하고 있는 선의의 제3자가 있는 경우에 그 사용을 계속할 수 있도록 하여 상표와 경합관계를 조율한 것이다. 즉, 지역단체상표의 상표등록출원 전부터 선의로 부정경쟁의 목적없이 사용되고 있는 상표에 대해서는 주지성을 조건으로 제한하지 않고 계속하여 사용할 권리를 인정하고 있다.

3.1.5. 지역단체상표의 등록 무효 또는 취소

지역단체상표권에 대한 무효사유는 등록 시에 등록요건을 충족하지 못하는 사전적 무효사유와 등록 후 무효사유가 발생한 사후적 무효사유로 구분할 수 있다. 일본 상표법 제46조 제1항 제6호에 의하면, 지역단체상표는 등록이 되었다 하더라도 그 요건을 충족하지 못하는 경우에는 무효 또는 취소의 대상이 된다. 지역단체상표의 사후적 무효사유로는 지역단체상표와 관련된 등록상표가 주지성을 상실한 경우 및 상표권자가 조직 변경 등에 의하여 주체적 요건을 구비하지 못하는 경우가 대표적이다. 다만, 주지성 요건을 갖추지 못하고 등록되어 5년이 지난 경우는 무효심판을 청구할 수 없도록 하고 있다.

3.2. 부정경쟁방지법에 의한 보호

상표법상 지역단체상표제도 이 외에도 일본의 부정경쟁방지법(제2조 제1항 제13호)은 상품·서비스·그 광고 또는 거래에 사용하는 서류·통신에 그 상품의 원산지, 품질, 내용, 제조방법, 용도, 수량 또는 그 서비스의 품질, 내용, 용도 또는 수량에 관하여 오인시키는 표시의 사용을 감시하고 있다(이영주, 2009).

3.3. 기타 법령에 의한 보호

그 외에도 일본은 공정경쟁 확보를 목적으로 부당경품류 및 부당표시방지법에서 오인을 야기할 수 있는 표시를 이용하여 고객을 유인하는 행위를 금지하고 있다. 또한 지리적 표시에 관한 표시기준은 TRIPs 협정 제23조 제1항에서 규정하고 있는 포도주 및 증류주의 절대적 보호를 실시하는 것을 규정하고 있다(김병일, 2007). 따라서 일본산 포도주나 증류주에 '꼬냑' '꼬냑 풍' '보르도' '보르도 풍' 등으로 표시하는 행위를 금지하고 있다(이영주, 2009).

4. 시사점

지리적표시의 보호는 국가별로 다양한 형태로 발전하여 왔고 현재도 국가마다 상이한 제도로 운영되고 있다. 유럽의 국가들은 오랜 옛날부터 자유무역이 성행하여 자국의 지리적 표시 보호의 필요성을 느껴왔다. 지리적표시의 보호를 통해 세계 자유무역시장에서 상품의 부가가치를 높이고 자국의 부가가치가 높은 농산물의 수출 진흥을 꾀하여 왔다. 이러한 기조는 EU에 계승되어 자유무역의 촉진과 경제효과를 높이는 상승작용의 효과가 있었고, WTO 등과 같은 다자간 체제를 통하여 전 세계적으로 EU의 지리적표시의 보호강화를 요구하였다. 반면 미국 등 신대륙의 국가들은 이미 보통명사처럼 사용되고 있는 유럽의 지리적표시 등록 품목에 대응하기 위하여 자국 사용자들의 보호 차원에서 EU의 강력한 지리적표시 보호체계를 수용하는 데 소극적이었다.

이러한 구대륙과 신대륙의 지리적표시 보호에 대한 접근 방식의 차이는 유럽 국가들의 오랜 기간에 걸친 지리적 출처에 기인한 상품의 품질 및 명성 등을 이룩한 생산자의 노력에 대한 보상이라는 점에서 지리적표시 보호의 근거를 두었고, 미국은 허위의 지리적표시로 인한 소비자의 피해 예방

이라는 점에 지리적표시 보호의 근거를 두었기 때문이다. 이러한 개념의 차이로 인하여 각국의 지리적표시제도는 구체적인 역사, 경제 여건이나 법 전통에 따라 서로 상이한 법제도로 발전하였다(고용부 2007).

EU는 지리적 표시를 독자적인 시스템인 '농산품 및 식료품(가공품)에 대한 지리적표시 및 원산지표시의 보호에 관한 이사회 규칙'으로 보호하고 있다. 원재료 생산 및 식품의 제조 중 한 가지만 해당 지역에서 이루어지면 보호하는 점과 보호 대상은 농산품 및 그 가공품으로 한정하고 있다는 점은 우리나라의 경우와 비슷하다.

미국의 경우 지리적표시는 상표법상의 증명표장으로 보호되고, 지리적 특성 또는 인간적 노동에 의한 상품의 품질과 명성을 증명함으로써 보호되며, 상품과 서비스업 모두 보호 가능하다. 사용에 의한 식별력을 갖출 경우에는 상표 또는 단체표장으로도 보호하고 있다.

일본은 상표법에 따라 지역단체상표제도로 지리적 표시를 보호하고 있다. 우리나라의 지리적표시 단체표장제도보다 보호요건을 완화하여 지역산품이 인근 지역에서 알려진 정도라면 보호할 수 있다. 즉, 전국적 지명도를 요하지는 않는다.

부록 2

지리적표시에 대한 등록단체 조사

지리적표시제도에 대한 등록단체 조사

안녕하십니까?

우리 연구원은 농업·농촌에 관한 정책을 연구하는 정부출연연구기관입니다.

잘 아시는 바와 같이 지리적표시제도가 우리나라에 도입된 지 10여 년이 지났습니다. 실시 초기에는 이 제도에 대한 인식 부족으로 등록이 저조하였습니다만, 최근에는 등록이 크게 증가하고 있는 추세입니다.

이번에 우리 연구원에서는 지리적표시제도 시행 10여 년이 경과한 시점에서 이 제도의 운영 실태를 살펴보고, 이를 토대로 지리적표시제도의 정착과 이 제도가 농어촌지역산업 활성화에 기여할 수 있는 방안을 모색하는 연구를 수행하고 있습니다.

이 조사는 농산물품질관리법 및 상표법에 의한 지리적표시제도에 관한 연구의 일환으로 농식품부와 함께 실시하는 것입니다. 선생님께서 조사의 취지와 중요성을 이해하시고 성의 있게 답변해 주실 것을 부탁드립니다.

이 조사표의 답변내용은 정책개발을 위한 연구 목적으로만 사용되며, 개별적인 내용은 어떠한 경우에도 공개되지 않습니다.

조사표를 작성하신 후 곧 바로 반송봉투를 이용하여 한국농촌경제연구원 연구진들에게 보내주시면 감사하겠습니다.

2011년 4월

※ 조사 관련 문의처: 한국농촌경제연구원 이동필(02-3299-4342)
최경환(02-3299-4348)
홍준표(02-3299-4369)
농식품부소비안전정책과 김평전(02- 500-2097)

Ⅰ. 지리적표시 등록 관련

1. 선생님 단체에서 등록한 지리적표시 및 지리적표시 단체표장의 등록 및 변동실태에 대하여 아래 표 빈칸에 적당한 숫자나 내용을 기입해 주십시오.

구 분	지리적표시(농산물품질관리법)		지리적표시 단체표장 (상표법)
	등록 당시	변동사항	
등록연도			
등록품목			
지역범위			
등록단체			
소요기간(개월)			

2. 지리적표시 등록품목이 다른 유사품목과 비교하여 지리적 특성 또는 명성으로 내세울 만한 점은 무엇입니까? 그 내용을 간략하게 기입해 주십시오.

분 야		내세울 만한 특성 또는 명성
지리적 요인	토양	
	기온	
	일교차	
	일조시간	
인적 요인	품종	
	기술	
	지자체 지원	
	( )	
기타	역사성	
	( )	

3. 지리적표시제도에 등록한 이유는 무엇입니까? (해당란에 '√' 표시)

① 지역 특산 농수산식품의 차별적 유통

② 지역 특산 농수산식품의 홍보 촉진

③ 지역 특산 농수산식품에 대한 정부의 지원 기대

④ 지역 특산 농수산식품의 품질과 명성의 유지 및 고부가가치화

⑤ 지역 특산 농수산식품의 명칭에 대한 국내외시장에서 보호

4. 지리적표시 등록업무는 누가, 어떻게 추진하였습니까?
(해당란에 '√' 표시)
(1) 등록주체:
① 생산자단체 ② 농협지부 ③ 시·군청 ④ 농업기술센터
⑤ 농산물품질관리원 지원
(2) 서류작성:
① 전문기관 용역 ② 자체적으로 ③ 준비위원회 공동으로

5. 지리적표시 등록를 위해 전체적으로 비용은 얼마나 지출하였습니까?
① 지리적표시: (_____)백만원,
② 지리적표시 단체표장: (_____)백만원

5-1. 등록에 소요된 비용은 어떻게 조달하였습니까?(해당란에 '√' 표시)
① 지자체 부담 ② 지역농협 부담 ③ 작목반 등 생산자단체 부담
④ 지리적표시 등록단체 회원 부담 ⑤ 공동 부담

6. 지리적표시와 지리적표시 단체표장의 등록 과정에서 가장 어려웠던 점은 무엇이었습니까? 아래의 <보기>에서 중요한 순서대로 3개를 골라 주십시오.
(1) 지리적표시제도의 등록 시 애로사항: ( ), ( ), ( )
(2) 지리적표시 단체표장의 등록 시 애로사항: ( ), ( ), ( )

<보 기>
① 생산자들의 협조를 구하기가 어려웠다.
② 신청서류(첨부서류 포함)를 작성하는 것이 너무 어려웠다.
③ 신청 시 제출해야 하는 자료가 너무 많았다.
④ 등록 품목과 지리적 관련성(특성, 명성 등)을 정리하는 것이 어려웠다.
⑤ 지리적표시제도에 대한 정확한 정보를 구하기가 어려웠다.
⑥ 비슷한 제도들이 많아 혼동되었다.
⑦ 관련 기관들이 비협조적이었다.
⑧ 등록 시 비용이 너무 많이 소요되었다
⑨ 등록에 너무 많은 시간이 소요되었다
⑩ 등록절차가 너무 복잡했다
⑪ 상표제도에 대한 정확한 정보를 구하기 어려웠다

7. 지리적표시 단체표장(상표법)에 등록하였습니까? (해당란에 '√' 표시)
① 등록했다. ② 등록하지 않았지만 등록할 계획이다.
③ 등록하지 않겠다.
7-1. (① 및 ② 응답 시) 지리적표시 단체표장에 등록하는 이유는?
① 한 개보다는 두 개를 이중등록하면 더 유명해질 것 같아서
② 상표법에 의해 등록하면 지리적명칭을 확실하게 보호받을 수 있기 때문에
③ 농산물품질관리법에 의한 지리적표시 등록대상이 아니라서
④ 보호받는 내용이 다르기 때문에
⑤ 등록한 주체(단체)가 각각 달라 독자적으로 추진했으므로
⑥ 다른 지역에서도 두 가지 모두 등록하기 때문에

Ⅱ. 지리적표시 관련 활동(관리 및 운영)에 대하여

1. 등록단체의 지리적표시 관련 부문별 활동상황은 어떻습니까? 각 항목별로 해당 번호에 '√' 표시해 주십시오.
(1) 각종 회의 개최: ①매우 활발, ②활발, ③보통, ④저조, ⑤매우 저조
(2) 품질관리(생산): ①매우 활발, ②활발, ③보통, ④저조, ⑤매우 저조
(3) 품질관리(수확후): ①매우 활발, ②활발, ③보통, ④저조, ⑤매우 저조
(4) 홍보활동: ①매우 활발, ②활발, ③보통, ④저조, ⑤매우 저조
(5) 유관기관과 협조: ①매우 활발, ②활발, ③보통, ④저조, ⑤매우 저조

2. 등록단체의 연간 품질관리 비용은 얼마나 됩니까? (약 _____만원)
2-1. 이 관리 운영비용은 어떻게 충당하십니까?(해당란에 '√' 표시)
① 회원으로부터 회비를 받아서 ② 생산물 거래 시 수수료를 받아서
③ 지자체의 도움을 받아서 ④ 관내 농협의 지원으로
⑤ 위에서 제시한 여러 가지 방법으로(회비, 수수료, 지자체, 농협)

3. 등록단체에서 지난 1년간 수행한 관련 업무에 대해 '√' 표시해 주십시오.
① 지리적표시 등록 및 기 등록 신청서의 수정 등록

② 신규회원 가입 및 부적합한 기존 회원 탈퇴 관리
③ 등록기준 준수 및 품질관리 교육 실시
④ 해당 지리적표시에 대한 각종 침해 행위 방어
⑤ 자체 품질관리 노력 및 품질발전대책 강구
⑥ 해당 상품의 수요촉진 및 판매확대 홍보마케팅

4. 생산단계별 품질관리를 실시하고 있습니까?(해당란에 '√' 표시)
① 품질관리기준에 따라 매우 철저하게 실시하고 있다.
② 대체로 품질관리를 잘 하는 편이다.
③ 품질관리를 그저 그렇게 실시하는 편이다.
④ 품질관리를 형식적으로 실시하고 있다.
⑤ 품질관리를 전혀 하지 못하고 있다.

5. 2010년 품질관리와 관련하여 생산자(회원)를 대상으로 몇 차례의 교육을 실시하였습니까? 총 (_____) 회

6. 생산단계별 품질관리는 누가, 어떻게 하고 계십니까? 표 아래의 <보기>에서 각 항목별로 해당하는 번호를 골라 기입해 주십시오.

구 분	종자종묘관리	생산관리	수확관리	유통관리	브랜드관리
관리주체					
관리방법					

<보기>
- 관리주체: ①등록단체, ②시·군, ③ 농관원, ④ 농업기술센터, ⑤농협지부
- 관리방법: ①생산량조사, ②관능검사, ③ 허위·유사표시, ④ 등록조건 적합성조사, ⑤ 관련 서류 열람, ⑥ 전문시험기관 의뢰

7. 품질검사기준 중 관리가 어려운 것은 무엇입니까? (해당란에 '√' 표시)
① 등급기준 관리
② 품목 특성에 영향을 미치는 주요 성분의 최저, 최고 함량 관리
③ 가공품의 경우 원부재료 및 첨가물사용량 관리
④ 포장, 표시사항 및 기타 규격기준 관리
⑤ 표준규격 등의 최상급에 해당 여부 관리

8. 지리적표시의 오남용 사례를 적발한 사례가 있었습니까?(해당란에 '√' 표시)
① 없었다. ② 있었다.
(②번 응답 시) 언제: (_____년),
내용: (_____)

9. 사후관리 과정에서 활용한 구비서류는 어떤 것입니까?(해당란에 '√'표시)
① 단체생산계획서 ② 단체소속 회원별 생산계획서
③ 품질특성 설명서 ④ 유명특산품임을 증명할 수 있는 자료
⑤ 자체품질 기준 ⑥ 품질특성과 지리적요인의 관계 설명
⑦ 품질관리계획서

10. 품질관리가 제대로 이루어지지 못하는 이유는 무엇입니까?
(해당란 '√' 표시)
① 등록단체의 품질관리 인력 부족
② 등록단체의 품질관리 기술과 장비 부족
③ 품질관리 주체와 방법에 대한 규정 미비
④ 품질기준 자체의 불투명성으로 과학적 관리 한계
⑤ 기타(무엇: _____)

11. 지리적표시제도를 관리·운영하는 데 애로사항은?
(해당란에 모두 '√' 표시)

① 매년 생산자들을 모으는 것이 어렵다.
② 품질관리를 하는 것이 어렵다.
③ 소비자들에 대한 홍보가 어렵다.
④ 구성원(생산자)들 간 이해관계가 복잡하여 의견 조율이 어렵다.
⑤ 경쟁 품목이 많아져 어렵다.
⑥ 지리적표시의 효과가 잘 나타나지 않는다.
⑦ 등록단체의 운영비 조달이 쉽지 않다.
⑧ 지리적표시 등록 이후 관계자들의 관심과 지원이 저조하다.

Ⅲ. 지리적 표시제도의 성과 관련

1. 지리적표시 등록 이후 해당 품목과 관련하여 어떠한 변화가 있었다고 생각하십니까? 해당하는 번호에 '√'표시를 해 주십시오.

항 목		변동 상황
등록단체 회원	회원수	① 증가했다 ② 변동 없다 ③ 감소했다
	대상지역	① 확대되었다 ② 변동 없다 ③ 축소되었다
	대상면적	① 확대되었다 ② 변동 없다 ③ 축소되었다
	판매가격	① 증가했다 ② 변동 없다 ③ 감소했다
	참여의식	① 상승했다 ② 변동 없다 ③ 하락했다
지역경제 전체	생산농어가 수	① 증가했다 ② 변동 없다 ③ 감소했다
	생산량	① 증가했다 ② 변동 없다 ③ 감소했다
	가공사업체 수	① 증가했다 ② 변동 없다 ③ 감소했다
	유통업체 수	① 증가했다 ② 변동 없다 ③ 감소했다
	일자리 창출	① 증가했다 ② 변동 없다 ③ 감소했다
	농어가소득	① 높아졌다 ② 변동 없다 ③ 낮아졌다
	지역 경제	① 좋아졌다 ② 변동 없다 ③ 나빠졌다

2. 지리적표시 등록으로 인해 등록 품목은 물론 지역의 관련 산업에 어느 정도 영향을 미치고 있다고 생각하십니까? (해당란에 '√' 표시)

① 해당 품목의 산업 발전에만 크게 기여한다.
② 해당 품목의 산업 발전에만 약간 기여한다.
③ 지역의 관련 산업 발전에도 크게 기여한다.
④ 지역의 관련 산업 발전에도 약간 기여한다.
⑤ 지리적표시 등록 자체가 지역 산업에 기여하지는 않는다.

3. 지리적표시제에 참여하고 있는 농어가 수와 대상면적 및 생산규모는 지역에서 어느 정도 비중을 차지하고 있습니까? (빈칸에 적당한 숫자 기입)

구 분		시·군별 지역 전체		참여회원(등록단체)	
		등록 시	현재	등록시	현재
생산자	농어가 수(호)				
	면적(ha)				
	생산량(톤)				
	생산액(톤)				
가공업체 수(개)					
유통업체 수(개)					
기타관련업체 수(개)					

4. 지리적표시 등록 연도를 기준으로 해당 품목의 단위당 가격(수확기 상품기준)은 어떻게 변화했습니까? (빈칸에 적당한 가격 기입)

구 분	등록 전 해 (년)	등록연도 (년)	등록 다음 해 (년)	2010년
등록품목				
경쟁품목 평균				

5. 해당 품목의 지리적표시 등록으로 경쟁상품과 비교하여 어떤 변화가 나타났습니까? (해당란에 모두 '√' 표시)

① 인지도가 높아졌다. ② 수취가격이 올라갔다.
③ 품질의 신뢰도가 높아졌다. ④ 지역의 생산면적이 늘어났다.
⑤ 농가의 소득이 증가하였다. ⑥ 지역 관광객이 늘어났다.
⑦ 지역경제가 활성화되었다. ⑧ 지역의 문화관광산업이 진흥되었다.

⑨ 지역의 관련 가공 및 유통업체가 늘어났다.
⑩ 국제적으로 지리적명칭을 보호하였다.
⑪ 참여자(회원)들의 만족도가 높아졌다.

6. 지리적표시제도의 성과는 무엇이라고 생각하십니까? (해당란에 '√' 표시)
① 지역특산 농식품의 차별적 유통 가능
② 지역특산농식품의 홍보와 이미지 개선
③ 국내외 시장에서 지역특산농식품의 명칭 보호
④ 지역특산농식품에 대한 중앙정부의 지원 확대
⑤ 별 성과 없이 유명무실하다.

7. 지리적표시제도의 성과가 기대보다 높지 않다면 그 이유는 무엇이라고 생각하십니까? (해당란에 '√' 표시)
① 지리적표시제도에 대해 알고 있는 소비자들이 별로 없다.
② 지리적표시제도의 품질기준에 맞추어 생산하지 않는다.
③ 지리적표시제도에 의한 품질관리가 이루어지지 않고 있다.
④ 품질인증 및 원산지표시제도 때문에 제도의 의미가 줄어들었다.
⑤ 이력추적제도 등 새로운 제도의 등장으로 제도의 의미가 줄어들었다.
⑥ 국제등록보호제도의 도입이 지연되어 지리적표시보호의 실익이 없다.

8. 지리적표시제도의 성과를 높이기 위해서는 어떻게 해야 합니까?
(해당란에 모두 '√' 표시)
① 방만하게 운영되는 지리적표시제도의 정비
② 지리적표시제도에 의한 철저한 품질관리
③ 지리적표시등록을 너무 남발하여 희소성이 없다
④ 지리적표시제도에 대한 생산자교육 강화
⑤ 지리적표시제도에 대한 소비자 홍보 강화
⑥ 지리적표시제도와 지역특화산업 육성정책의 연계강화
⑦ 지리적표시 등록 품목에 대한 국제적 보호제도의 정비

Ⅳ. 지역특화산업 육성 관련

1. 지리적표시 등록 품목이 지역특화산업이 되는 이유는? (해당란에 모두 '√' 표시)

① 해당 지역에서 많이 생산된다.
② 해당 지역에서 가공 유통 등 관련 산업이 발달해 있다
③ 해당 지역에서 생산된 상품이 전국적으로 유명하다.
④ 해당 지역에서 생산한 상품이 품질이 우수하다
⑤ 기타(무엇: _____)

2. 지리적표시 등록 품목의 유통경로별로 판매비율을 기입해 주십시오.

판매방법	직거래/인터넷	도 매	소 매	대형마트	수 출	기 타
비율	%	%	%	%	%	%

3. 등록품목에 대하여 지역에서 사용하는 상표는 몇 개가 있습니까?
상표수 (　　)개

4. 최근 5년간 등록품목과 관련된 중앙정부 및 지방자치단체와 생산자단체 등의 관련 사업을 아래 예시를 참고하여 기입해 주세요. (총_____개)

○ 중앙정부사업: _____
○ 지방정부사업: _____
○ 기타사업: _____

<예시>
① 신활력사업, ② 농어촌복합자원산업화사업, ③ 향토산업육성사업, ④ 특화품목육성사업, ⑤ 농산어촌마을종합개발사업, ⑥ 지역특구지정, ⑦ 지역연고사업, ⑧ RIS사업, ⑨ 지자체연구소설립, ⑩ 농산물가공지원, ⑪ 시도지역특화사업, ⑫ 시군지역특화사업, ⑬ 광역브랜드화사업

5. 해당 품목과 관련하여 획득한 인증들을 <보기>에서 골라 모두 "√"표를 해 주십시오.

<보 기>
① 친환경농산물인증 ② 농산물우수관리인증(GAP) ③ 가공식품KS인증
④ 전통식품품질인증 ⑤ 유기가공식품인증 ⑥ 우수식품인증
⑦ 술품질인증 ⑧ 시·도지사품질인증 ⑨ 시장·군수 품질인증
⑩ Korea Brand Power ⑪ 브랜드올림픽 ⑫ LOHAS인증 ⑬ 지리적표시
⑭ 우수디자인(Good Design) ⑮ 지리적표시 단체표장 ⑯ 생산자이력추적제도
⑰ HACCP인증 ⑱ 기타1( ) ⑲ 기타2( ) ⑳ 기타3( )

6. 지역특화산업 발전에 큰 영향을 미치는 요인은 무엇입니까?
(해당란 '√')

① 지자체의 지역특화산업육성을 위한 차별적 유통 노력
② 지역특화산업 육성을 위한 중앙정부의 지원
③ 관련사업의 종합적 추진(지역특화산업 육성계획)
④ 지역특화산업 육성을 위한 규제완화(지역특구지정)
⑤ 지역특산품의 차별적 유통(지리적표시제)

Ⅴ. 지리적표시제도의 개선방안

1. 지리적표시제도가 어떠한 것이라고 이해하십니까?
(해당란 모두 '√' 표시)

① 생산품이 지리적 특성과 관계가 있다는 것만 나타내는 것이다.
② 생산품의 품질이 우수하다는 것을 나타내는 것이다.
③ 생산품이 지리적 특성과 연계되고 품질도 우수한 것을 나타내는 것이다.
④ 여러 가지 브랜드 중 한 종류이다.
⑤ 기타( )

2. 지리적표시 등록제도의 취지를 고려할 때 향후 중점적으로 등록·관리해야 할 품목은 무엇이라고 생각하십니까? (해당란에 모두 '√' 표시)

① 농림수산물 ② 농림수산물 가공품 ③ 지역산 공예품 ④ 향토음식
⑤ 기타(무엇: _____)

3. 지리적표시 등록대상은 어떻게 결정해야 한다고 생각하십니까?
(해당란에 '√' 표시)

① 지역에서 생산된 품목 중 전국적으로 유명한 것만
② 지역에서 생산된 것 중에서 다른 것보다 비싼 것만
③ 지역과 연계 속에서 자연적, 인적 측면에서 특성이 있는 것만
④ 지역에서 생산된 것 중 품질이 우수한 것만
⑤ 기타(무엇: _____)

4. 지역특산품 명칭 사용권은 누구에게 있다고 생각하십니까?
(해당란 '√' 표시)

① 지역주민(개인)이면 누구나,
② 해당 품목을 생산하는 생산자나 생산자단체
③ 지역에서 해당 품목을 가공하는 업체(법인)
④ 지역 내에서 해당 품목을 유통하는 업체,
⑤ 해당 품목의 생산, 가공, 유통업체 모두

5. 지리적명칭을 등록하는 기준으로 지역의 원료 사용이 꼭 필요하다고 생각하십니까? (해당란에 '√' 표시)

① 원료와 제조방법이 모두 지역의 것이어야 한다
② 원료는 외지나 외국산이라도 지역의 제조방법을 사용해야 한다
③ 제조방법은 관계없지만 원료는 지역의 것을 사용해야 한다

6. 지역특화산업 육성을 위해 지리적표시제도를 운영함에 있어서 어떻게 품질을 관리해야 한다고 생각하십니까? (해당란에 모두 '√' 표시)
① 지리적 특성에 기초한 명성을 지키기 위해 엄격한 품질관리가 필요하다.
② 국내외 시장에서 지리적표시 내용이 오남용되지 않도록 보호해야 한다
③ 품질 특성을 보존하면서 생산·가공·유통방법을 발전시켜야 한다.
④ 지역특화산업으로 발전하기 위해 생산·가공·유통업자가 참여해야 한다.

7. 지리적표시 등록품의 생산지역에 대한 기준은 어떻게 설정해야 한다고 생각하십니까? (해당란에 '√' 표시)
① 행정구역상 시·군의 범위
② 지역특산품으로 등록한 생산물이 생산되는 자연적인 지역의 범위
③ 기타(어디: _____)

8. 지리적표시제도 품목의 품질관리 개선 방안 중 중요하다고 생각하시는 것은 무엇입니까? (해당란에 모두 '√' 표시)
① 등록단체의 품질관리계획서의 철저한 이행
② 등록업체의 조직, 시설, 기자재 확보
③ 품질관리 교육 강화
④ 품질관리 및 검사 방법 개선
⑤ 등록단체의 자체 품질관리에 필요한 권한 확대
⑥ 품질관리 위반자에 대한 처벌 강화
⑦ 국립농산물품질관리원의 품질관리 감독 강화

9. 지리적표시제도의 정착·발전을 위해서는 어느 것이 가장 중요하다고 생각하십니까? (해당란에 모두 '√' 표시)
① 지리적표시제도의 관리 및 운영비 지원
② 지리적표시제도의 교육 활동 강화 및 지원
③ 지리적표시대상품목에 대한 엄격한 품질관리
④ 지리적표시제도에 대한 소비자 홍보 강화

⑤ 지리적표시 부실 등록업체의 일제 정비

10. 현재 농산물의 지리적표시제는 국립농산물품질관리원에서, 수산물은 국립수산물품질관리원에서, 임산물은 산림청에서 등록 및 관리를 담당하고 있습니다. 앞으로 지리적표시 등록기관은 어떻게 하는 것이 바람직하다고 생각하십니까? (해당란에 '√' 표시)

① 모두 국립농산물품질관리원으로 일원화하되 품목별 위원회 운영
② 농식품부, 농산물품질관리원, 농식품부, 산림청, 특허청이 분산 관리
③ 지리적표시제도는 농관원이, 지리적표시 단체표장제도는 특허청이 관리
④기타(어떻게: _____)

11. 지리적표시의 등록, 품질관리, 교육, 홍보 등은 각각 어디에서 담당하는 것이 바람직하겠습니까? (항목별 담당해야 할 조직란에 √ 표시)

담 당 조 직	등록서작성	품질관리	교 육	홍 보
지리적표시 등록업체				
농업협동조합 지부				
시·군 지방자치단체				
농산물품질관리원 지원				
시·군농업기술센터				

12. 현재 지리적표시제도와 지리적표시 단체표장제도 두 가지가 운영되고 있습니다. 이들 제도는 앞으로 어떻게 하는 것이 바람직하다고 생각하십니까? (해당란에 '√' 표시)

① 농산물품질관리법에 의한 지리적표시제도로 통일
② 상표법에 의한 지리적표시 단체표장제도로 통일
③ 현재와 같이 지리적표시제(품질관리)와 지리적표시 단체표장제도(상표보호)의 이원적 운영

※ 평소 생각하시던 지리적표시제도와 관련한 개선과제가 있다면 무엇이든지 말씀해 주십시오. 지면이 부족하면 별지를 사용해 첨부하셔도 됩니다.

※ 조사 협조에 진심으로 감사드립니다.

부 록 3

지리적표시에 대한 소비자 조사

지리적표시제도에 대한 소비자 조사

안녕하십니까?

우리 연구원은 농업·농촌에 관한 정책을 연구하는 정부출연연구기관입니다.

본 설문지는 “소비자의 지리적표시 인지 정도 및 지리적표시 농특산물의 구매태도에 대한 연구”를 위해 실시하고 있습니다.

본 조사는 정답이 없으며, 다만 알고계신 내용을 솔직하게 응답해 주시면 됩니다. 여러분께서 답해주신 자료는 향후 지리적표시제 농산물의 경쟁력 강화를 위한 방향 설정에 매우 귀중한 자료가 될 것입니다.

아울러 본 조사내용은 연구목적을 위해 통계처리에만 사용되고, 모두 익명으로 처리되므로 개인사항은 공개되지 않습니다.

바쁘시더라도 귀하의 응답이 본연구의 귀중한 자료로 활용될 수 있도록 적극 협조하여 주시기 바랍니다.

다시 한 번 설문에 응해 주셔서 감사드립니다.

2011년 9월

※ 조사 관련 문의처: 한국농촌경제연구원 이동필(02-3299-4342)
최경환(02-3299-4348)
홍준표(02-3299-4369)

1. 선생님은 농특산물을 구입할 때 무엇을 가장 중요하게 생각하십니까? 중요한 순서대로 3가지만 말씀해 주십시오. 응답칸: 1순위(___), 2순위(___), 3순위(___)
   ① 가격
   ② 품질
   ③ 브랜드
   ④ 인증표시
   ⑤ 명성
   ⑥ 안전성
   ⑦ 기타(_____)

2. 선생님은 구입하시는 농특산물에 대한 정보를 어떻게 확보하십니까? 주로 이용하시는 경로 2개를 답해주십시오. 응답칸 : 1순위(___), 2순위(___)
   ① 매스컴(TV 등)
   ② 인터넷
   ③ 이웃과 친지 등
   ④ 직접 매장이나 시장을 방문
   ⑤ 기타(_____)

3. 선생님은 농특산물 구매 시 상품(포장)에 표시된 품질표시 관련 내용을 고려하십니까? ( )
   ① 항상 고려한다.
   ② 가끔 고려한다.
   ③ 관심을 두지 않는다.
   ④ 전혀 고려하지 않는다.

4. 현재 농특산물의 품질을 인증하거나 생산지를 표시하는 제도가 많이 있습니다. 선생님이 농특산물을 구입할 때 많이 고려하는 인증표시 3개를

<예시>에서 골라 답해 주십시오. ( ) ( ) ( )

<예시> ① 친환경농산물인증 ② 농산물우수관리인증(GAP) ③ 가공식품KS인증 ④ 전통식품품질인증 ⑤ 유기가공식품인증 ⑥ 우수식품인증 ⑦ 술품질인증 ⑧ 지리적표시제도(농식품부) ⑨ 지리적표시 단체표장제도(특허청) ⑩ 소비자시민모임인증 ⑪ HACCP인증 ⑫ LOHAS인증(한국표준협회), ⑬원산지제도 ⑭ 생산자이력추적제도 ⑮ 고려하지 않음

※ 다음 5번부터 9번까지는 지리적표시제도에 대한 문항입니다. 지리적표시제도는 지역적 특성이 있고 유명성 및 역사성이 있는 농특산물이 그 지역에서 생산 및 가공되었음을 정부에서 인증하는 제도입니다.

5. 선생님은 지리적표시제도에 대해 알고 계십니까? ( )
   ① 알고 있다.
   ② 이름만 들어봤다.
   ③ 모른다(처음 들어 본다). → 8번 항목으로 이동

6. 선생님은 지리적 표시제도가 어떠한 제도라고 이해하고 계십니까? ( )
   ① 생산품이 지리적 특성과 관계가 있다는 것을 나타내는 것이다.
   ② 생산품의 품질이 우수하다는 것을 나타내는 것이다.
   ③ 생산품이 지리적 특성과 연계되고 품질도 우수함을 나타내는 것이다.
   ④ 여러 가지 브랜드 중의 한 종류이다.
   ⑤ 기타( )

7. 지리적표시제도는 어느 지역에서 생산된, 어떤 특징을 가진 상품이란 점을 소비자들에게 알려 시장 차별화를 통해 생산자를 보호하고, 소비자의 알 권리를 충족시키는 기능이 있습니다. 현재 지리적표시제도가 이러한 역할을 제대로 수행하고 있다고 생각하십니까? ( )
   ① 역할을 잘 하고 있다.

② 약간 역할을 하고 있다.
③ 제대로 역할하지 못한다.
④ 전혀 역할하지 못한다.
⑤ 모르겠다.

8. 지리적표시제도가 그 기능을 제대로 발휘한다면 귀하께서는 지리적표시 인증마크가 부착되어 있는 농특산물에 대해 현재의 가격보다 최대 얼마를 더 추가 지불하실 의향이 있으십니까?
① 10% 미만
② 10~20% 미만
③ 20~30% 미만
④ 30% 이상
⑤ 추가 지불의사 없음

9. 지리적표시제도가 아직 제대로 정착되지 않아 많은 국민이 잘 알지 못하고 있습니다. 지리적표시제도가 제대로 운영되기 위해서는 어떠한 점이 가장 필요하다고 생각하십니까? 보기 중 하나만 골라주십시오.( )
① 지리적표시제도의 취지에 대한 대국민 홍보가 필요하다.
② 상품(포장)에 지리적표시마크가 잘 보이도록 한다.
③ 생산자(단체)가 품질, 특성 등의 유지·관리에 철저한 노력이 필요하다.
④ 지역 특성을 가진 유명 상품에 한정해 지리적표시 등록을 하도록 품목의 선정에 신중을 기할 필요가 있다.
⑤ 지리적표시제도가 제대로 운영되도록 사후 관리가 충실하여야 한다.
⑥ 기타(_____)

※ 다음 10번부터 13번까지는 쌀과 사과, 마늘 중 현재 지리적표시제도에 등록되어 있는 상품에 대한 질문입니다. 다른 지역의 쌀과 사과, 마늘과 비교한 해당 품목의 인지도, 유명성, 지역성, 품질 수준, 추가 지불 사항 등에 대한 질문에 답해 주십시오.

10. 아래의 14개 품목 각각에 대해서 얼마나 잘 알고 계십니까? 해당하는 번호의 빈칸에 √ 표시해 주십시오.

조사 대상 품목		① 잘 알고 있음	② 이름만 들어 봤음	③ 모른다 (처음 들어봄)
쌀	이천쌀			
	여주쌀			
	철원쌀			
사과	청송사과			
	충주사과			
	밀양사과			
	예산사과			
	영주사과			
	무주사과			
마늘	의성마늘			
	서산마늘			
	단양마늘			
	남해마늘			
	삼척마늘			

11. 아래의 14개 품목이 각각 얼마나 유명하다고 생각하십니까? 해당하는 번호의 빈칸에 √ 표시해 주십시오.

조사 대상 품목		① 전국적으로 유명	② 시·도 내에서 유명	③ 시·군 내에서 유명	④ 잘 알려져 있지 않음
쌀	이천쌀				
	여주쌀				
	철원쌀				
사과	청송사과				
	충주사과				
	밀양사과				
	예산사과				
	영주사과				
	무주사과				
마늘	의성마늘				
	서산마늘				
	단양마늘				
	남해마늘				
	삼척마늘				

12. 아래의 14개 품목이 각 지역의 특성을 얼마나 반영한다고 생각하십니까? 해당하는 번호의 빈칸에 √ 표시해 주십시오.

조사 대상 품목		① 지역 특성이 있음	② 지역 특성이 없음	③ 잘 모르겠음
쌀	이천쌀			
	여주쌀			
	철원쌀			
사과	청송사과			
	충주사과			
	밀양사과			
	예산사과			
	영주사과			
	무주사과			
마늘	의성마늘			
	서산마늘			
	단양마늘			
	남해마늘			
	삼척마늘			

13. 아래의 14개 품목의 품질은 어떻다고 생각하십니까? 해당하는 번호의 빈칸에 √ 표시해 주십시오.

조사 대상 품목		① 매우 우수함	② 우수함	③ 보통임	④ 미흡함	⑤ 매우 미흡함
쌀	이천쌀					
	여주쌀					
	철원쌀					
사과	청송사과					
	충주사과					
	밀양사과					
	예산사과					
	영주사과					
	무주사과					
마늘	의성마늘					
	서산마늘					
	단양마늘					
	남해마늘					
	삼척마늘					

※ 이후의 문항들은 지리적표시 농특산물에 대한 선생님의 주관적인 의견을 묻는 내용입니다. 선생님께서는 지리적표시 농산물에 대한 다음의 의견에 얼마나 동의하십니까?

설문	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
14. 지리적표시의 마크나 로고를 쉽게 기억해 낼 수 있다.	①	②	③	④	⑤
15. 다른 인증표시와 지리적표시마크를 구별할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
16. 지리적표시 농산품의 특징 등을 알 수 있다.	①	②	③	④	⑤
17. 지리적표시 농산물은 독특하고 차별성이 있다.	①	②	③	④	⑤
18. 지리적표시 농산물은 신선하다는 느낌을 준다.	①	②	③	④	⑤
19. 지리적표시 농산물은 고급스럽다는 느낌을 준다.	①	②	③	④	⑤
20. 지리적표시 농산물의 이미지는 매력적이다.	①	②	③	④	⑤
21. 지리적표시 농산물은 믿을 수 있다.	①	②	③	④	⑤
22. 지리적표시 농산물은 다른 인증표시 농산물에 비해 품질과 맛이 좋을 것이다.	①	②	③	④	⑤
23. 지리적표시 농산물은 항상 동일한 품질을 가지고 있을 것 같다.	①	②	③	④	⑤
24. 지리적표시 농산물은 영양과 기능성이 좋을 것이다.	①	②	③	④	⑤
25. 지리적표시 농산물은 모양이나 색깔 등이 좋을 것이다.	①	②	③	④	⑤
26. 지리적표시 농산물은 재배방법이 특별할 것이다.	①	②	③	④	⑤
27. 지리적표시 농산물은 품질보증과 품질표시가 엄격할 것이다.	①	②	③	④	⑤

28. 다음은 지리적표시 농산물에 대한 태도를 묻는 질문입니다. 귀하는 다른 인증표시가 있는 농산물보다 지리적표시 농산물을 선호하십니까?

① 전혀 선호하지 않는다.

② 별로 선호하지 않는다.

③ 보통이다.
④ 조금 선호한다.
⑤ 매우 선호한다.

29. 다음은 지리적표시 농산물에 대한 구매 의도를 묻는 질문입니다. 귀하는 농산물을 구매하실 때 지리적표시 농산물을 우선적으로 구매하시겠습니까?
① 전혀 구매할 의도가 없다.
② 별로 구매할 의도가 없다.
③ 보통이다.
④ 우선적으로 구매할 것이다.
⑤ 매우 우선적으로 구매할 것이다.

30. 설문응답자의 일반사항에 대한 질문입니다. 본인 및 본인 가정에 해당하는 곳에 √ 표시해 주십시오.

연령	만 (　　)세
직업	전업주부(　), 회사원(　), 자영업(　), 전문직(　), 기타(　)
가구소득	월평균 약 (　　)만원
학력	중졸 이하(　), 고졸(　), 대졸(　), 대학원졸(　)
동거가족수	(　)명

♡ 수고하셨습니다. 성실한 답변 감사합니다. ♡

<부 표>

부표 1. 연도별 지리적표시제 등록 현황

단위: 건

	계	농축산물	임산물	수산물
계	128	79	39	10
'02	1	보성녹차		
'03	1	하동녹차		
'04	1	고창복분자		
'05	10	서산마늘, 영양고춧가루, 의성마늘, 괴산고추, 순창전통고추장, 괴산고춧가루, 성주참외, 해남겨울배추, 이천쌀, 철원쌀		
'06	20	고흥유자, 홍천찰옥수수, 강화약쑥, 횡성한우고기, 제주돼지고기, 고려홍삼, 고려백삼, 고려태극삼, 안동포, 충주사과, 밀양얼음골사과, 한산모시	양양송이, 장흥표고버섯, 산청곶감, 정안밤, 울릉도삼나물, 울릉도미역취, 울릉도참고비, 울릉도부지갱이	
'07	21	진도홍주, 정선황기, 남해마늘, 단양마늘, 창녕양파, 무안양파, 여주쌀, 무안백련차, 청송사과, 고창복분자, 광양매실, 정선찰옥수수, 진부당귀, 고려수삼, 청양고추, 청양고춧가루	경산대추, 봉화송이, 청양구기자, 상주곶감, 남해창선고사리	
'08	16	해남고구마, 영암무화과, 여주고구마, 보성삼베, 함안수박, 고려인삼제품, 고려홍삼제품, 군산찰쌀보리쌀, 제주녹차, 홍천한우, 영월고추	영덕송이, 구례산수유, 광양백운산고로쇠수액, 영암대봉감, 천안호두	
'09	23	영천포도, 영주사과, 서생간절곶배, 무주사과, 함평한우, 삼척마늘, 김천자두, 영동포도	문경오미자, 무주머루, 울진송이, 횡성더덕, 악양대봉감, 영동곶감, 가평잣, 홍천잣	보성벌교꼬막, 완도전복, 완도미역, 완도다시마, 기장미역, 기장다시마, 장흥키조개
'10	20	진도대파, 김천포도, 원주치악산복숭아, 영월고춧가루, 예산사과, 영광찰쌀보리쌀, 여수돌산갓, 여수돌산갓김치, 청도한재미나리, 담양딸기, 보성웅치올벼쌀, 사천풋마늘	정선곤드레, 보은대추, 청도반시, 거제맹종죽순, 태백곰취, 인제곰취	완도김, 완도넙치
'11.11월	15	고령수박, 의령망개떡, 강릉한과, 금산깻잎, 괴산찰옥수수, 인제콩, 김포쌀	덕유산고로쇠수액, 진도구기자, 횡성참숯, 담양죽순, 무주머루와인, 충주밤, 함양곶감	장흥김

부표 2. 특허청에 등록된 지리적표시 단체표장 등록 현황

	계	농축산물	임산물	수산물	가공품 및 공산품
계	101	38	20	15	28
'06	1		장흥표고		
'07	10	고흥유자, 이천한우	양양송이, 경산대추(2)		진도홍주, 한산모시, 고창복분자주, 순창고추장, 이천도자기
'08	7	함안수박, 보성녹차	정안밤, 상주곶감		한산모시, 강진청자, 남원목기
'09	25	서산마늘, 구례산수유, 제주돼지고기, 영암무화과, 군산찰쌀보리쌀, 청양구기자, 안동산약마, 음성고추, 증평인삼, 무주사과	천안호두, 영동곶감, 원주옻, 무주머루, 무주천마	남해죽방멸치, 삼천포쥐치포	CHIANTI CLASSICO(와인), BRUNELLODI MONTALCINO(포도주), TERRE a SIENA OP(식용올리브유), 울릉도호박엿, 춘천막국수, 고흥유자차, 진주실크, 무주머루와인
'10	52	영주사과, 영천포도, 삼척마늘, 봉동생강, 안동사과, 진도검정쌀, 진도울금, 진도대파, 영암수박, 서생간절곶배, 진안홍삼, 천안배, 강진결명자, 거창사과, 고창수박, 광양매실, 예산사과, 안동한우, 광양백운배	마천옻, 보은대추(2), 남원지리산고로쇠수액, 악양대봉감, 삼척장뇌삼, 거제맹종죽순, 무안뽕잎	영덕대게, 기장미역, 기장다시다, 인제용대황태, 제주옥돔, 완도미역, 완도다시마, 영광굴비, 완도넙치, 완도전복, 완도김, 포항구룡포과메기, 제주톳	전주비빔밥, 안흥찐빵, 와인(샤토베프드 파페), 모타델라쏘세지(2), 전주한지, 통영누비, 포천막걸리, 거창화강석, 신안천일염, 광양불고기, 임실치즈
'11.11	6	금산인삼, 상주포도, 영월김삿갓포도, 유가찹쌀, 청도한재미나리	광양곶감		

주: 괄호 안의 숫자는 제조 및 가공법의 차이로 인하여 복수 등록된 상품임을 나타냄. 예를 들어, 2007년에 등록된 경산대추는 29류(건조) 및 31류(신선)의 두 상품 모두 등록되었음.

부표 3. 품목별 지리적표시 등록 현황

	품목	등록현황	비고
농축산물	쌀	이천, 여주, 철원(3), 김포	
	마늘	**삼척**, 단양, **서산**, 의성, 남해(5)	
	풋마늘	사천	
	고추	영월, 괴산, 청양(3)	
	복숭아	원주(치악산복숭아)	
	황기	정선	
	찰옥수수	정선, 홍천, 괴산	
	당귀	평창	
	한우(고기)	횡성, 홍천, 함평(3)	안동,이천
	돼지고기	**제주**	
	포도	영동	
	사과	충주, **예산**, **무주**, 영주, 청송 밀양(얼음골사과)(6)	
	배	울주(**서생간절곶배**)	
	인삼	**금산**	
	복분자	고창	
	찰쌀보리쌀	**군산**, 영광	
	옹치올벼쌀	보성	
	매실	**광양**	
	무화과	**영암**	
	겨울배추	해남	
	고구마	여주, 해남	
	유자	**고흥**	
	대파	**진도**	
	양파	무안, 창녕	
	연	무안(백련차)	
	갓	여수	
	딸기	담양	
	오미자	문경	
	미나리	**청도**	
	참외	성주	
	수박	**함안,** 고령	
	약쑥	강화	
	깻잎	금산	
	콩	인제	
임산물	잣	가평, 홍천	
	송이	**양양**, 봉화, 영덕, 울진(4)	
	곰취	인제, 택백	
	곤드레	정선	
	더덕	횡성	

	품목	등록현황		비고
	곶감	**영동**, **상주**, 산청(3), 함양		광양
	대봉감	영암, 하동(**악양대봉감**)		
	대추	**보은**, **경산**		
	밤	**정안밤**(공주), 충주		
	호두	**천안**		
	머루	**무주**		
	머루와인	무주		
	고로쇠수액	무주, 광양, 무주		
	표고버섯	**장흥**		
	산수유	**구례**		
	삼나물	울릉		
	미역취	울릉		
	참고비	울릉		
	부지갱이	울릉		
	고사리	남해(창선고사리)		
	구기자	청양, 진도		
	죽순	**거제**(맹종죽순), 담양		
	숯	횡성		
수산물	꼬막	보성		
	전복	**완도**		
	미역	**완도**, **기장**		
	다시마	**완도**, **기장**		
	넙치	**완도**		
	김	**완도**, 장흥		
	키조개	장흥		
가공품	고추장	**순창**		
	고춧가루	**영월, 괴산, 청양, 영양(4)**		
	녹차	**보성**, 하동, 제주(3)		
	복분자주	**고창**		
	망개떡	의령		
	홍주	**진도**		
	갓김치	여수		
	반시	청도		
	삼베	서천(**한산모시**), 보성		
	한과	강릉		
	참숯	횡성		
	고려홍삼, 고려백삼, 고려태극삼, 고려수삼, 고려인삼제품, 고려홍삼제품		전국	

※ 중고딕체는 지리적표시와 상표 모두 등록한 품목임

부표4. 연도별·지역별·부문별 지리적표시 등록

연도별 \ 지역별	건수	계	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	광역·특별시
		128 (100)	5 (3.9)	20 (15.6)	9 (7.0)	9 (7.0)	8 (6.3)	31 (24.2)	22 (17.2)	12 (9.4)	2 (1.6)	10 (7.8)
'02	1	1						보성녹차				
		-										
		-										
'03	1	1								하동녹차		
		-										
		-										
'04	1	1					고창복분자주					
		-										
		-										
'05	10	10	이천쌀	철원쌀	괴산고추 괴산고춧가루	서산마늘	순창전통고추장	해남겨울배추	영양고춧가루 의성마늘 성주참외			
		-										
		-										
'06	20	12		홍천찰옥수수 횡성한우고기	충주사과	한산모시		고흥유자	안동포	밀양사과	제주돼지고기	강화약쑥 고려홍삼 고려백삼 고려태극삼
		8		양양송이		정안밤		장흥표고버섯	울릉도삼나물 울릉도미역취 울릉도참고비 울릉도부지갱이	산청곶감		
		-										
'07	21	16	여주쌀	정선황기 정선찰옥수수 진부당귀	단양마늘	청양고추 청양고춧가루	고창복분자	진도홍주 무안양파 무안백련차 광양매실	청송사과	남해마늘 창녕양파		고려수삼
		5				청양구기자			경산대추 봉화송이 상주곶감	창선고사리		
		-										
'08	16	11	여주고구마	홍천한우 영월고추			군산찰쌀보리쌀	해남고구마 영암무화과 보성삼베		함안수박	제주녹차	고려인삼제품 고려홍삼제품
		5				천안호두		구례산수유 광양고로쇠수액 영암대봉감	영덕송이			
		-										
'09	23	8		삼척마늘	영동포도		무주사과	함평한우	영천포도 영주사과 김천자두			서생간절곶배
		8	가평잣	횡성더덕 홍천잣	영동곶감		무주머루		문경오미자 울진송이	악양대봉감		
		7						보성벌교꼬막 완도전복 완도미역 완도다시마 장흥키조개				기장미역 기장다시마
'10	20	13		치악산복숭아 영월고춧가루		예산사과		완도김 진도대파 영광찰쌀보리쌀 여수돌산갓 여수돌산갓김치 담양딸기 보성웅치올벼쌀	김천포도 청도한재미나리	사천풋마늘		
		6		정선콘드래 태백곰취 인제곰취	보은대추				청도반시	거제맹종죽순		
		1						완도넙치				
'11. 11월	15	7	김포쌀	강릉한과, 인제콩	괴산찰옥수수	금산햇잎			고령수박	의령망개떡		
		7		횡성참숯	충주밤		덕유산고로쇠 무주머루와인	진도구기자 담양죽순		합양곶감		
		1						장흥무산김				

주: 각 연도별 농산물, 임산물, 수산물의 순서임.

부표 5. 등록단체 심층 사례조사 개요(1)

	등록단체명 (등록당시)	등록시기 (등록번호)	사무실 소재지	등록단체 명칭 변경 여부
이천쌀	이천쌀사랑영농조합법인	2005.12.26 (농산물 제12호)	이천시 창전동164	(사)임금님표이천쌀운영 본부
여주쌀	(사)여주쌀생산자협의회 (농협여주군지부)	2007. 7.11 (농산물 제32호)	여주읍 홍문리22 (여주읍 삼교리460-25)	여주군농협조합공동사업 법인
철원쌀	철원오대쌀생산자 영농조합법인	2005.12.26 (농산물 제13호)	철원군 동송읍 오덕리 1400	변동 없음
삼척마늘	삼척마늘생산자 영농조합법인	2009.9.14 (농산물 제58호)	삼척시 근덕면 교가리 (농업기술센터 내)	변동 없음
단양마늘	단양마늘동호회 영농조합법인	2007.5.4 (농산물 제29호)	단양군 어상천면 대전리	변동 없음
서산마늘	서산마늘생산자단체협의회 영농조합법인	2005. 3.15 (농산물 제4호)	인지면 야당리551-1 ⇒ 서산시 읍내동492	서산·태안6쪽마늘 조합공동사업법인
의성마늘	의성마늘생산자단체협의회 영농조합법인	2005.7.18 (농산물 제6호)	의성읍 후죽리 613-1 (농협의성군지부 내)	변동 없음
남해마늘	남해마늘생산자단체협의회 영농조합법인	2007. 5. 2 (농산물 제28호)	남해읍 아산리389-1 (농협남해군지부)	변동 없음(실질적으로는 농업기술센터에서 관리)
충주사과	충주사과생산자단체협의회 영농조합법인	2006.12.11 (농산물 제23호)	충주시 금능동700번지 (충주시청 내) ⇒ 충주시 연수동	충북원예농업협동조합
예산사과	(사)예산황토사과연합회	2010.3.25 (농산물 제66호)	예산군 예산읍 산성리 (예산능금조합 내)	변동 없음
무주사과	무주과수영농조합법인	2009. 4. 3 (농산물 제56호)	무주읍 당산리 1527	변동 없음
영주사과	(사)영주사과협회	2009.1.22 (농산물 제54호)	풍기읍 백신리101-3 (풍기농협 백신지소 내)	변동 없음
청송사과	청송사과영농조합법인	2007.8.27 (농산물 제34호)	부도면 하의리 690-1	변동 없음
밀양사과	얼음골영농조합법인	2006.12.29 (농산물 제24호)	산내면 삼양리 1002-2	변동 없음
횡성한우	횡성축산업협동조합	2006.9.11 (농산물 제17호)	횡성읍 읍하리 117-1	변동 없음
홍천한우	홍천축산업협동조합	2008.10.16 (농산물 제51호)	홍천읍 희망리 325-6	변동 없음
함평한우	함평축산업협동조합	2009.9.14 (농산물 제57호)	함평읍 기각리 893	변동 없음
영동곶감	영농조합법인 영동곶감연합회	2009.6.23 (임산물 제 호)	영동읍 동정리 67-6	변동 없음
상주곶감	상주곶감발전연합회 영농조합법인	2007.6.12 (임산물 제12호)	상주시 남성동 184	상주곶감F&G 영농조합법인
산청곶감	산청군농업협동조합	2006. 6. 9 (임산물 제3호)	산청읍 산청리 168-4	변동 없음 (산청농협 덕산지점)
완도미역	(사)완도군미역협회	2009.2.25 (수산물 제3호)	완도읍 군내리 310-58	변동 없음
기장미역	기장해조류연합회 영어조합법인	2009. 2.25 (수산물 제5호)	일광읍 이천리132-11	변동 없음

부표 5. 등록단체 심층 사례조사 개요(2)

등록 명칭	회원 구성	등록단체의 대표성	관련 업무 추진	운영비 조달
이천쌀	전체 농가	전체 농가들을 포함	(사)임금님표이천쌀 운영본부에서 담당	회원 회비
여주쌀	벼 재배농가	전체농가의 약 25%	여주군농협조합 공동사업법인	수수료의 일부
철원쌀	4개 농협, 새마을금고, 3개 정미소 등 8개 단체	일부 농가 대상	동송농협 업무의 일환으로 추진	
삼척마늘	관내 전체 마늘농가	전체 마늘농가 대상	농업기술센터	
단양마늘	관내 전체 마늘농가	동호회 회원에 한정	영농조합법인	공동계산제
서산마늘	12개 농협 관내 마늘농가	14개 농협 중 마늘 주산지	서산시청	
의성마늘	관내 전체 마늘농가	의성농협에서만 사용 (소포장에만) 총 생산량의 20% 정도	농협의성군지부	
남해마늘	관내 전체 마늘농가	전체 마늘농가 대상	농협남해군지부 농업기술센터	
충주사과	사과발전회 회원농가 (전체농가의 약 50%)	충북원협 취급 물량중 일부	충북원협 거점산지유통센터	
예산사과	관내 사과농가 중 연합회 회원	65% 정도 (740/1,129)	농업기술센터	
무주사과	3개 농협의 조합원	대다수 농가가 참여 (336/375)	무주과수영농조합법인	
영주사과	관내 전체 사과농가	전체 농가를 대상	농업기술센터	
청송사과	법인 회원 농가	일부 농가만 대상 (150/2,400)	청송사과영농조합법인	
밀양사과	관내 전체 사과농가	전체 농가를 대상	얼음골사과발전협의회 영농조합법인	
횡성한우	축협 조합원 중 단체 가입 회원	일부 농가 대상 (120/2,000)	횡성축산업협동조합	
홍천한우	축협 조합원 중 일부(별도 사양관리에 동의하는 430호)	일부 농가 대상 (430/2,500)	홍천축산업협동조합	
함평한우	축협 조합원 중 함평한우고급육회 회원	고급육회 회원 164호	함평축산업협동조합	
영동곶감	연합회 회원	일부 농가 대상(약 10%) (317/1,192)	영농조합법인 영동곶감연합회	
상주곶감	연합회 회원	일부 농가 대상 (600/3,000)	상주곶감F&G 영농조합법인	
산청곶감	관내 감 생산농가	전체 농가 대상	산청군농업협동조합	
완도미역	미역가공업체 일부	일부 가공업체 (18/35)	(사)완도군미역협회	
기장미역	18개 어촌계 및 유통업체	전체 어가를 대상	기장해조류연합회 영어조합법인(기장군청)	

부표 5. 등록단체 심층 사례조사 개요(3)

	등록 품목의 지역성, 명성 및 역사성			
	지리적 연관성	인적 특성	유명성	역사성
이천쌀	사질양토, 큰 일교차, 긴 일조시간(등숙기)	'추청'으로 단일화, 100% 계약재배		조선왕조실록, 금양잡록, 행포지 등
여주쌀	회색토·사양토, 큰 일교차,	'추청'품종 계약재배		
철원쌀	현무암 토양, 동절기 강추위로 병해충 예방	'오대'품종, 계약재배		
삼척마늘	석회암지대, 마늘 분화시기인 3~5월 따뜻	마늘통이 큼, 삼척왕마늘명품화사업		한국민족문화대백과사전에 기록
단양마늘	양토, 한지형마늘 재배 적지, 큰 일교차	단양 재래종, 마늘연구소 협조		
서산마늘	황토, 해양성기후, 일조량 풍부	재래종 품종, 농가의 높은 기술 수준		삼국시대부터 재배
의성마늘	석회암지대, 한지형마늘 재배 적지, 큰 일교차	'의성종' 주아재배 지원		중종 22년(1527년)부터 재배한 것으로 전해짐
남해마늘	적절한 토양 산도, 해양성기후, 일교차	'남도마늘' 품종관리 및 종구관리		별도 자료
충주사과	사양토, 대륙성기후. 큰 일교차, 풍부한 일조량			
예산사과	유효토심이 깊음.양토, 일교차, 풍부한 일조량	'후지'가 60% 이상, 농가의 높은 기술 수준		1923년 처음 사과원 개원 (고덕면 대천리)
무주사과	(사)양토, 큰 일교차,	'후지' 70%, 홍로 30%		
영주사과	(사)양토, 큰 일교차	'후지'		100년 이상의 재배 역사
청송사과	(사)양토, 일교차	'후지', IPM사업 등		
밀양사과	(사)양토, 큰 일교차, 일조시간(9월)	'후지'		
횡성한우	최적 사육환경(기후,지형 등)	혈통등록사업, 송아지 경매제 등		
홍천한우	청정지역(물, 기후 등)	혈통등록사업, 송아지경매제 등		
함평한우	식양질 토양 연중 온화한 기후	품종 차별화 노력, 체계적 사육 시스템		
영동곶감	배수 양호, 비옥한 토질, 큰 일교차	'둥시'		조선 후기 '대종지지'(김종호), '조선환여승람'(이병연)에 영동 감에 대한 기록
상주곶감	적절한 기후, 일교차, 일조시간	'둥시'(상주지역 재래종), 천연(자연)건조, 농가의 높은 기술 수준		예종실록 제2권에 1468년 곶감 공물을 상주에 나누었다는 기록
산청곶감	적정 토양, 기후, 지형	'고종시', '단성시', 자연건조		세종실록지리지, 신증동국여지승람 등에 진상품, 특산품 기록
완도미역	해조류 서식의 최적 조건 (완도 해역)	우수 형질의 종묘 배양		고종 33년(1896년)부터 완도 특산품으로 미역 포함
기장미역	나류와 한류가 교차하는 해역			

부표 5. 등록단체 심층 사례조사 개요(4)

	등록 업무 준비 (독자적, 외부 위탁)	외부 위탁 시 소요 비용(만원)	지리적표시 단체표장 등록 여부	등록소요 기간(월)
이천쌀	외부 전문기관 위탁	2,000	미등록 (추후 등록 고려)	5
여주쌀	자체 추진	-		
철원쌀	외부 전문기관 위탁		미등록 (메리트가 없어서)	
삼척마늘	외부 전문기관 위탁		등록	33
단양마늘	외부 전문기관 위탁	4,000	미등록 (추후 등록 고려)	12
서산마늘	자체 추진	-	등록	18
의성마늘	외부 전문기관 위탁	4,000	미등록 (준비중)	8
남해마늘	외부 전문기관 위탁	2,000	미등록 (추후 등록 고려)	
충주사과	외부 전문기관 위탁	4,000	미등록 (등록 고려하지 않음)	
예산사과	외부 전문기관 위탁	4,000	등록	17(22)
무주사과	외부 전문기관 위탁	2,000	등록	24
영주사과	외부 전문기관 위탁	4,000	등록	12(12)
청송사과	외부 전문기관 위탁	3,000	미등록	
밀양사과	외부 전문기관 위탁	2,500	등록(?)	
횡성한우	외부 전문기관 위탁	3,000	미등록 (등록 고려하지 않음)	6
홍천한우	외부 전문기관 위탁	5,000	미등록 (등록 고려하지 않음)	12
함평한우	외부 전문기관 위탁	5,900 (단체표장 포함)	미등록 (등록 추진 중)	6
영동곶감	외부 전문기관 위탁	3,300 (단체표장 포함)	등록	24
상주곶감	외부 전문기관 위탁		등록	8(6)
산청곶감	외부 전문기관 위탁		미등록 (추후 등록 고려)	
완도미역	외부 전문기관 위탁		등록	60
기장미역	외부 전문기관 위탁	5,000 (2,500)	등록	9(12)

주: 등록 소요 기간의 ( )안의 숫자는 지리적표시 단체표장 등록 소요 기간임

부표 5. 등록단체 심층 사례조사 개요(5)

	지리적표시 활용 실태 (전체, 부분, 미활용)	활용 방법 (박스, 스티커)	미활용 이유	성과 (미표시품과의 차별성)
이천쌀	정부양곡 벼 1등급 이상만 지리적표시 원료곡으로 사용	포장지에 표시	-	기준 등급 이상은 모두 표시 대상이므로 차이가 없음
여주쌀	양곡관리법상 “특” 이상에 대해 적용	포장지에 표시	-	미계약재배품보다 40kg당(조곡) 2,000원 높음
철원쌀	양곡관리법상 “특” 이상에 대해 적용	스티커부착(대량 거래시 번거로움)	-	‘오대’품종이 수매가는 높으나, 수량은 낮음
삼척마늘	미활용	-	활용 준비 중(포장박스)	-
단양마늘	일부(1,000톤 중 30톤)	박스, 망, 라벨 등	-	
서산마늘	미활용	-	등록법인의 승계 문제	-
의성마늘	구경 4㎝ 이상 마늘에만 표시	소포장, 망	-	특별한 성과는 없음 (기존 명성으로 높은 가격)
남해마늘	미활용(자체품질관리기준에는 ‘특품’을 대상으로 하고, 일반품과 엄격 구분하여 수매하는 것으로 규정)	-	활용 메리트 미흡	
충주사과	일부 활용(2008년 스티커를 배부했으나, 농가가 소극적)	스티커(충주사과 특품에만 부착)	농가가 사용에 소극적 (표시가 커서 불편)	
예산사과	미활용 (박스에 표시는 하였으나 아직 미사용)	-	신규 등록단체와 기존 조합과의 조율 문제 최근 등록(2010.3)	-
무주사과	미활용	-	군청에서 박스 지원을 하였으나, 아직 미사용	-
영주사과	미활용	-	2011년부터 계획 중	-
청송사과	일부 활용(공동 선별 물량 중 ‘상품’ 이상; 하이크린)	박스(비 회원도 출하 가능)	-	
밀양사과	일부 활용(대형 구매자는 부착을 기피)	박스	-	
횡성한우	일부 활용(축협출하 한우고기 중 거세우 1등급 이상만)	스티커 부착	-	
홍천한우	미활용(과거 일부 활용)	스티커 부착	부착에 따른 추가 비용과 시간 소요	
함평한우	미활용(과거 일부 활용)	박스, 스티커 부착	매장 이전 과정에서 누락	
영동곶감	일부 활용(특, 상품에 표시)	박스 및 스티커 (작목반에 배포)	-	미부착 상품과 10% 이상의 가격 차이
상주곶감	일부 활용(특, 상품에 표시)	박스	-	
산청곶감	일부 활용(농협에서 상품만을 수매하여 표시)	박스	-	
완도미역	일부 활용(회원의 생산물 중 특·상품에 적용)	박스	-	
기장미역	미활용	-	등록단체 승계 문제 미해결	

부표 5. 등록단체 심층 사례조사 개요(6)

	품질 관리 및 유지를 위한 방법	등록 품목 지역에서의 비중	관련 사업·정책	대표 브랜드
이천쌀	회원(농가)을 대상으로 교육(연간 20회 정도)	1순위	임금님표 명품쌀 생산단지 조성사업, 맞춤형 비료 공급 등	임금님표
여주쌀		1순위	우량종자 보급, 맞춤비료 개발·보급, 병해충종합관리, 오리농법 지원 등	대왕님표
철원쌀	통상적인 교육 및 회의 (연 3회 정도)	1순위	우량종자 보급, 포장재 지원 등	
삼척마늘		4순위 (배추,축산,벼)	저온저장고, 건가시설 지원 등	
단양마늘	회원 교육(연간 2회)		단양마늘 특성보존 가격안정제 사업, 지리적표시제 운영 지원 등	
서산마늘			원예브랜드 육성사업, 지역특화사업 등	산수향
의성마늘	연간 4회 교육	4순위 (쌀,사과,자두)	포장재 지원, 마늘농기계지원, 건조시설현대화사업 등	
남해마늘	연간 5회 교육		농산물가공지원 등	보물섬
충주사과	2011년 전반기 2회 교육	1순위	포장재 지원, 거점 산지 유통센터 지원 등	프레샤인
예산사과	연간 3회 교육, 연간 비용 1,000만원	3순위 (축산, 쌀)	무인기상관측시스템 도입, 키낮은 사과원 조성사업 등	애플리나
무주사과	연간 2회 교육		친환경 농자재 지원, 시군지역 특화사업, 농산물가공지원 등	
영주사과	연간 2회 교육		지역특화사업, 향토산업육성사업 등	안심사과
청송사과	연간 3회 교육, 연간 비용 1,000만원	1순위	껍질째 먹는 IPM사업, 청송사과특구 지정, APC 건립 등	하이크린
밀양사과	연간 16회 교육, 연간 비용 1억2,000만원		얼음골사과 명품화 교육, 향토산업육성사업 등	
횡성한우	연간 6회 교육 (사양 관리 위주)	1순위	혈통등록사업, 횡성한우 암소핵군화 사업, 우량혈통 개량사업 등	횡성축협한우
홍천한우	연간 10회 교육, 연간 비용 1,000만원	1순위	혈통등록사업, 알코올발효사료, 한우명품화사업 등	늘푸름 홍천한우
함평한우	연간 4회 교육	1순위	신활력사업, 특화품목 육성사업 등	함평천지한우
영동곶감	연간 3회 교육, 연간 비용 2,000만원		지리적표시상품 유통관리사업, 영동곶감 생산기계현대화사업 등	
상주곶감	연간 3회 교육 (품질 향상 교육)	1순위	박스 보조사업, 브랜드 개발, QR코드 모바일 마케팅 시스템 도입 등	천년고수
산청곶감	연간 2회 교육, 연간 비용 500만원		지리적표시제 관리 지원, 박스 보조사업 등	
완도미역	연간 2회, 연간 비용 1,200만원	3순위 (전복, 넙치)	수산물지리적표시제 지원사업(1,700만원) 등	
기장미역	연간 2회 회의 개최			

부표 6. 심층 사례조사 등록단체별 특기사항

등록 단체	특기 사항
이천쌀	○ 이천쌀의 유통·홍보를 전담할 (사)임금님표이천쌀운영본부를 설치하고 적극적인 판촉 활동 전개 ○ 국내뿐만 아니라 해외에서도 상표 등록 추진 중
여주쌀	○ 농협 RPC들이 연합사업단을 구성하여 체계적 관리 예정
철원쌀	○ 철원 오대쌀 주산지인 동송농협을 중심으로 운영하고 있으나, 지리적표시제의 실질적인 이익이 없어 농업인들이 무관심함
삼척마늘	○ 삼척왕마늘 육성사업으로 추진 ○ 고령화로 대부분의 마늘농가가 밭떼기거래함 ○ 박스는 준비 중이나 아직 사용하지 않음
단양마늘	○ 군에서 지리적표시제 관리 예산 지원 ○ 전체 생산량의 극히 일부에만 적용
서산마늘	○ 서산 및 태안지역의 마늘생산농가를 포함하는 공동사업법인 구성으로 등록단체의 권리 승계가 명확하지 않아 지리적표시를 사용하지 않음 ○ 법인 독자적으로 '산수향'이란 브랜드를 개발하여 사용
의성마늘	○ 의성농협에서만 사용하고, 생산자 개별적으로는 사용할 수 없음
남해마늘	○ 산지에서 전량 경매를 통해 판매되기 때문에 지리적표시의 필요성(기회)이 약함 ○ '보물섬남해마늘'로 상표 등록을 하고 이 브랜드를 중점 사용
충주사과	○ 지리적표시 등록은 비교적 빨리 하였으나, 이후 제대로 활용하지 못함 ○ 지리적표시 업무를 관장하는 충북원협에서는 독자적 브랜드인 '프레시안'을 개발하여 사용
예산사과	○ 예산과 당진지역 사과농가로 구성된 예산능금조합이 기존의 생산자단체이나, 예산사과만을 대상으로 지리적표시 등록을 하기 위해 별도 법인체를 구성 ○ 예산능금조합에서는 '애플리나'라는 브랜드를 개발하여 사용
무주사과	○ 해발 200m 이상 과수원을 대상으로 하고 있으나, 아직 활용하지 않고 있음
영주사과	○ 지리적표시와 지리적표시 단체표장에 모두 등록하였으며, 지리적표시제는 2012년부터 사용을 계획 중임
청송사과	○ 영농조합법인 외에 지리적표시제사업단이 구성되어 있으나 등록을 위한 단체이며, 실제 지리적표시 관련 업무는 법인에서 담당함
밀양사과	○ 대형 유통업체에서 지리적표시 부착을 꺼림
횡성한우	○ 1995년부터 횡성한우사업 시작. 국내 최초로 쇠고기 생산이력추적시스템을 도입 ○ 축협 자체로 '횡성축협한우'를 상표법에 등록 ○ 군에서는 단체표장 등록을 추진 중이나 축협은 불참
홍천한우	○ 현재 지리적표시 단체표장 등록을 추진 중 ○ 축협은 늘푸름한우브랜드사업을 추진
함평한우	○ 등록 이전부터 '함평천지한우'상표를 사용함 ○ 등록은 '함평한우'로 했으나 '함평천지한우'를 사용하고 있음
영동곶감	○ 곶감가공유통센터를 낙후지역지원사업으로 건립(2008). 현재는 경매만 하지만, 곶감 생산도 계획 중임 ○ 지역 회장단이 자발적으로 품질관리를 함(속박이, 이물질 포함 여부 등을 관리)
상주곶감	○ 산림청의 임산물산지유통센터 지원사업으로 시설을 신축·이전(신활력사업 포함) ○ 대형 유통업체에서는 지리적표시 여부를 중시함
산청곶감	○ 대형 유통업체에서 지리적표시 부착을 요구함
완도미역	○ 50여 개의 도서지역을 다니면서 품질 관리를 하는 데는 시간과 비용이 많이 소요됨(농산물과의 차이)
기장미역	○ '기장미역다시마특구지정'을 계기로 등록을 추진 ○ 지리적표시 단체표장까지 등록하였으나 등록단체 승계에 대한 이견으로 사용하지 못하고 있음

부표 7. 지리적표시 등록품목 비교(사과)

		충주사과	밀양사과	청송사과	영주사과	무주사과	예산사과
등록번호 (등록일자)		농산물 제23호 (2006.12.11)	농산물 제24호 (2006.12.29)	농산물 제32호 (2007. 7.11)	농산물 제54호 (2009. 1.22)	농산물 제56호 (2009. 4. 3)	농산물 제66호 (2010. 3.25)
등록단체 명칭		충북사과생산자협의회 영농조합법인	얼음골사과발전협의회 영농조합법인	청송사과 영농조합법인	사단법인 영주사과협회	무주과수 영농조합법인	사단법인 예산황토사과연합회
대상지역		충주시	밀양시 산내면	경북 청송군	영주시 일원의 해발 200m 이상 지역	무주군의 해발 200m 이상 지역	충남 예산군 일원
지형		약한 경사지 지대	애추(Talus)가 분포 15~30% 경사의 선상지나 곡간지·구릉지에서 재배		완경사지 (배수 양호)	대부분 해발 200m 이상 준고랭지	지역 전체가 해발 50m 이하의 낮은 구릉지와 저지
토성[17] (토양)		사양질·미사사양질 72.91% pH: 5.7±0.88 K(cmol/1kg): 0.8±0.30 Ca(cmol/1kg): 4.7±2.30 Mg(cmol/1kg): 1.3±0.82 배수: 80%가 양호	사양토 및 양토 비율 93.07% pH(cmol/1kg): 6.24 K(cmol/1kg): 1.5 Ca(cmol/1kg): 3.66 Mg(cmol/1kg): 1.4	사양토 비율 90.8% pH: 5.6 K(me/100g): 0.44 Ca(me/100g): 8.20 Mg(me/100g): 3.50 유효토심(50~100㎝):53%	사양토 비율 96.4% 배수: 62.04% 양호	사양토·양토 비율: 98.8% 배수:98.3% 유효토심(50~100㎝): 42.1%	사양토·양토 비율 :85.08% 배수: 99.1가 양호 유효토심(00㎝~):35.7%
기상	기온	연평균: 11.2℃ 생육기간 평균: 18.8℃ 하기의 평균온도: 23.7℃	연평균: 13.6℃ 생육기(4~10월)평균: 20.5℃ 성숙기(10~11월)평균:11.3℃ 10월 평균기온: 14.7℃	연평균: 10.9℃ 11월의 일교차가 타 지역에 비해 큼	연평균: 11.5℃ 비대기평균기온:23℃ 생육기평균기온:18.5℃	연평균: 11.6℃	연평균: 11.9℃ 생육기[18] 평균:19.1℃ 성숙기[19] 평균:16.8℃
	일교차	연교차 28.9℃	4~10월 평균 일교차: 12.0℃		8~10월 평균 일교차: 11.3℃	연평균 일교차: 12.0℃	성숙기 월평균 일교차: 11.9℃
	강수량	연간 ㎜ 과수 생육기(4~10월): 1,300㎜	연간 1,505.9㎜	연간 1,213㎜	연간 1,440㎜	연간 1,358.6㎜	생육기 강수량: 1,118㎜
	일조량	일조시간: 2,405시간 생육기(4~11월): 1,677시간	일 평균 일조시간: 6.4시간 9월 일조시간: 160.5시간	일조시간: 2,134.9시간	일조시간: 2,454시간 9월 일조시간: 194시간	일조시간: 2,567.4시간	생육기: 1,289시간 성숙기: 375.8시간

17 적정치(me/100g) : pH: 6.0~6.5, K: 0.25~0.3, Ca: 5.0~6.0, Mg: 1.5~2.0

18 사과의 생육기는 4~10월

19 사과의 성숙기는 9~10월

부표 7. 지리적표시 등록품목 비교(사과)(계속)

	충주사과	밀양사과	청송사과	영주사과	무주사과	예산사과
인적 특성	1)농가 재배기술의 상향 평준화 2)체계적·과학적인 재배기술 개발 3)지자체의 적극적 지원을 통한 사과 관련사업 인프라 구축 4)충주사과발전회의 자발적 학습과 노력	1)재배기술 및 시설 2)얼음골사과 명품화 사업	1) 껍질째먹는 사과IPM단지 조성 2) 지자체의 노력 청송꿀사과 특구지정 추진 청송군 사과종합처리장 건립 신활력사업 FTA기금 지방자율사업 3) 기타 청송사과 친환경대학 청송사과 “지식풀” 청송사과영농조합법인의 자발적 학습과 노력	1)고품질 사과 재배 노하우 축적 2)엄격한 품질관리 3)사과발전연구회 4)지자체의 노력 (지역특화산업육성)	1)재배기술 개발과 품질관리 2)지자체의 노력 반딧불사과 시범단지조성 과수원정비지원사업 농자재지원사업 사과연구소 조성사업 “apple Park”조성 사업	1)고품질 사과 재배 노하우 축적 2)예산사과 생산자교육 3)지자체의 노력 무인기상관측시스템 도입 사과 주류제조면허 조례 제정 키 낮은 사과원 조성 사업 연차별 예산 지원
자체 품질 기준	‘후지’와 ‘쓰가루’ 품종을 대상	‘후지’ 품종을 대상	‘후지’ 품종을 대상	‘후지’ 품종을 대상	‘후지’ 품종을 대상	‘후지’ 품종을 대상
역사성	언급 없음	언급 없음	언급 없음	언급 없음	언급 없음	언급 없음
비고.						

부표 8. 지리적표시 등록품목 비교(한우)

		횡성한우고기	홍천한우	함평한우
등록번호		농산물 제57호(2009.9.14)	농산물 제51호(2008. 10. 16)	농산물 제57호(2009. 9. 14.)
등록단체명칭		함평축산업협동조합	홍천축산업협동조합	함평축산업협동조합
대상지역		전라남도 함평군 일원	강원도 홍천군	전라남도 함평군 일원
지형		강원도 산간 구릉지역 위치(해발 100~800m)	중산간지역(200~800m)	별도의 언급 없음
기후		연평균기온: 11.7℃ 강우량: 1,600mm 추운 겨울기후, 여름철의 시원한 기후	연평균기온: 10.1℃ 강우량: 1,291mm 추운 겨울기후, 여름철의 시원한 기후	연평균기온: 12~14℃ 여름과 겨울의 연교차가 큼: 25℃
조사료 가능량		횡성군 2003년 통계: 벼(19,825톤), 조/수수(68톤), 옥수수(29,960톤), 콩(1,148톤)	홍천군 2006년 통계: 벼(23,960톤), 조/수수(120톤), 옥수수(47,170톤), 콩(1,800톤)	함평군 2006년 통계: 벼(43,355톤), 맥류(5,996톤), 잡곡(202톤), 두류(1,306톤)
대상 한우		횡성축산업협동조합과 횡성한우 브랜드 참가 협약을 맺은 횡성군내 285 농가에 의하여 사육되는 한우 중 혈통등록된 거세우를 지칭	홍천축산업협동조합과 홍천한우 지리적특산품 사육계약을 맺은 홍천군내 296 농가에 의하여 사육되는 한우중 혈통등록 이상의 10,816두 지칭	함평축산업협동조합과 함평한우 지리적특산품 사육계약을 맺은 함평군내 130 농가에 의하여 사육되는 한우중 혈통등록 이상의 거세우 4,178두를 지칭
인적 특성	품종적 (유전적) 차별노력	• 횡성한우 유전자 Pool 조성 • 횡성한우 혈통등록 사업 • 횡성한우 송아지 경매제도 • 암소에 대한 체계적 관리 및 핵군화 사업	• 홍천한우 유전자 Pool 조성 • 홍천한우 혈통등록 사업 • 홍천한우 송아지 경매제도	• 함평한우 유전자 Pool 조성 • 함평한우 혈통등록 사업 • 함평한우 송아지 경매제도
		횡성한우고기	홍천한우	함평한우
	차별적 사육 과정	• 4단계 사육과정 (비육밑소 선별 및 입식, 고급육 생산을 위한 거세, 성장발육 단계별 합리적 사양관리, 비육기간 연장 및 고급육 생산) • 사양관리 특징: 농협 횡성공장 사료 급여 • 사료급여의 특성: 사육환경에 맞는 정액선정, 산소분압, 사육온도, 일교차	• 4단계 사육과정 (비육밑소 선별 및 입식, 고급육 생산을 위한 거세, 성장발육 단계별 합리적 사양관리, 비육기간 연장 및 고급육 생산) • 사양관리 특징: 7개월령 거세, 장기비육, 송아지 수급률 100%, RFID 생산이력정보관리 • 사료급여의 특성: 성장단계별 맞춤형 사료급여, 알코올 발효사료의 급여	• 4단계 사육과정: 비육밑소 선별 및 입식, 고급육 생산을 위한 거세, 성장발육 단계별 합리적 사양관리, 비육기간 연장 및 고급육 생산) • 사양관리 특징: 4개월령 입식/7개월령 거세, 혈통·사료·사양관리 통일, 성장촉진제· 항생제 사용금지 • 사료급여의 특성: 함평축협 맞춤형 셀레늄 강화 섬유질 배합 사료 (TMR) 급여, 조사료 지역내 자급

부표 8. 지리적표시 등록품목 비교(한우)(계속)

		횡성한우고기	홍천한우	함평한우
인적 특성	출하 후 도축 전후관리	• 관내에 1일 소 200두, 돼지 500두를 도축할 수 있는 도축장과 계류장 시설을 갖춘 가축시장이 위치함. • 위해요소중점관리기준에 (HACCP) 따라 사육에서 도축 및 가공까지의 과정이 이루어짐.	• 관내에 1일 소 50두, 돼지 500두를 도축할 수 있는 도축장과 계류장 시설을 갖춘 가축시장이 위치함. • 위해요소중점관리기준(HACCP)에 따라 사육에서 도축 및 가공까지의 과정이 이루어짐.	도축시설에 대한 특별한 언급 없음.
	한우협회의 자발적 학습과 연구	횡성한우연구회는 1996년에 결성되어 2009년 현재 286명이 참여하고 있음.	홍천군한우협회의 학습조직체는 199년에 조직되어 2007년 현재 330여명이 참여하고 있음.	함평군한우학습조직체는 함평군한우협회를 중심으로 2000년에 결성되어 2008년 현재 총 200여명이 참여하고 있음.
지자체의 지원		특별한 언급 없음.	• 발효사료를 개발 보급, 등록우에 대한 거세장려금 지원, 한우개량 Consulting 정보화 사업지원, TMF 공장 신축을 위한 지원, 전국한우능력대회 참가경비 지원, 한우축사 신축 시 지원, 생산이력추적시스템 운영지원. • 홍보 및 마케팅의 강화를 위한 노력에 지원	• 셀레늄강화 TMR 사료를 개발 보급, 송아지 생산안정사업, 등록우에 대한 거세장려금 지원, 1등급 이상 한우에 대한 지원금 지급 및 노인 한우사육 지원금 지급, 한우개량 Consulting 정보화 사업지원, 한우 초음파 진단기 보급, 축사 내 환풍기 지원, 친환경 축산 직불제 사업, 축산환경개선사업 지원, 조사료 생산기반 확충 지원, 한우축사 신축시 지원, 생산이력추적시스템 운영지원 • 홍보 및 마케팅의 강화를 위한 노력에 지원 • 2008년 8월 함평한우산업특구로 지정(지경부)
역사성		언급없음	언급없음	언급없음

부표 9. 지리적표시 등록품목 비교(곶감)

	상주곶감	영동곶감	산청곶감
등록번호 (등록일자)	임산물 제12호(2006.10.17)	임산물 제24호(2007.12.18)	임산물 제3호(2005.11.28)
등록단체명칭	상주곶감발전연합회 영농조합법인	영농조합법인 영동곶감연합회	산청군농업협동조합
대상지역	경상북도 상주시 일원	충청북도 영동군 일원	경상남도 산청군
지형	완경지면적은 37,753㏊로 다른 주산지에 비해 1.6~2.5배 넓음	특별한 언급 없음	감나무 재배에 적합한 경사도 15% 이하의 경작지는 전체 경작지 중 60.4%임
토성 (혹은 토양)	• 양토~식양토 면적은 36,269㏊(73.5%)를 차지함. • 유효토심이 50㎝ 이상되는 경작지의 분포는 81.2%로서 면적은 40,101㏊임. • 토양산도[20]: 6.30pH	특별한 언급 없음	• 사양토와 미사질식양토가 98.4%를 차지하고 있어 배수가 잘 되어 감나무 재배에 적합함. • 유효 토심은 50㎝ 이상이 61.7% 분포함. • 토양산도: 5.3
기상	• 연평균 기온: 11.9℃ • 일교차: 11.1℃ • 일조시간: 연2,568시간 • 연강수량: 1,205㎜ • 연평균 습도: 64.6% • 곶감건조시기의 습도: 61.9%	• 곶감 건조기인 10~11월 일교차가 큼. • 최고기온과 최저기온의 온도차가 10.2℃로 자연건조가 가능	• 연평균기온: 12.7℃ • 일교차: 11.7℃ • 일조시간: 연2,340시간 • 연강수량: 1,479㎜ • 연평균 습도: 64.0%
인적특성	• 상주둥시로 품종 단일화 • 건조기술의 발달과 축적 • 앞선 인프라	특별한 언급 없음.	• 고종시와 단성시로 품종 통일 • 자연환경을 이용한 복합 건조 • 모양잡기를 통한 모양차별화 및 품질향상
역사성	특별한 언급 없음	조선후기 김종호가 집필한 "대종지지"와 이병연이 집필한 "조선환여승람"에 영동군의 감에 대한 언급	특별한 언급 없음

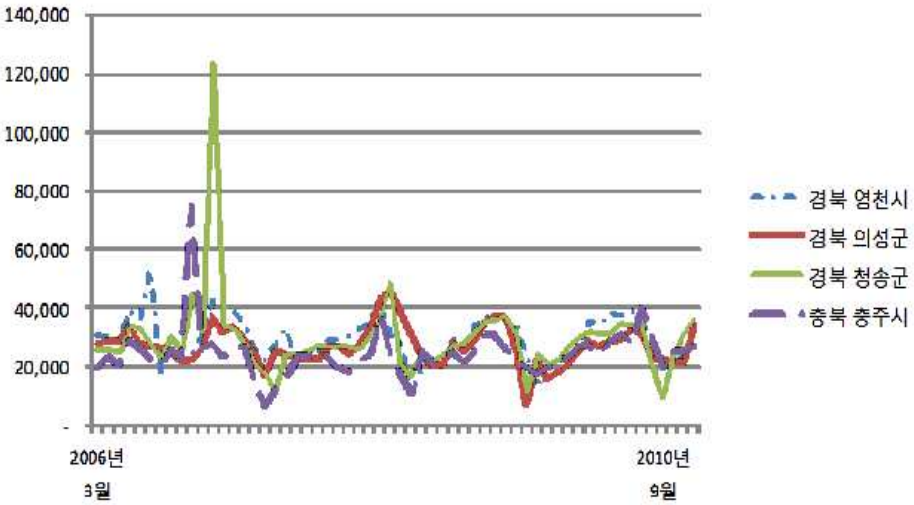
20 감나무의 생육적정 산도: pH 5.0～6.5

부표 10. 지리적표시 등록품목 비교(미역)

	완도미역	기장미역
등록번호 (등록일자)	수산물 제3호(2009. 2. 25)	수산물 제5호(2009. 2. 25)
등록단체명칭	사단법인 완도군미역협회	기장해조류연합회영어조합법인
대상지역	전라남도 완도군 일원(별첨 1 참조)	부산광역시 기장군 및 접경해역(별첨 1 참조)
지형	• 수심이 낮고 개펄이 넓게 발달한 데다 조류(潮流)와 기후 조건이 양호하여 수산 양식업이(미역, 다시마, 김, 톳, 광어, 우럭 등) 활발함. • 수많은 섬으로 이루어져 있어 해류의 교환이 빠르며, 물살이 약하고 탐진강에서 흘러 들어오는 육수의 영향으로 영양염이 풍부함.	• 해안선이 대체로 길고 단조로우며 수심이 깊어 해류의 흐름이 많은 곳이며 대양의 해류가 지속적으로 유입됨. • 동해와 남해가 접하는 곳으로 대양의 해류가 지속적으로 유입되며 계절에 따라 교류가 많고 강한 계절풍의 영향으로 조류의 상하 유동이 심하므로 영양염류의 수직순환이 왕성함.
일조시간	• 월평균: 193.54시간 • 타 지역에 비하여 일조시간이 길며 특히 미역의 성장 시기에 풍부한 일조량은 미역 색택 및 성분에 많은 영향을 미침.	• 일조향에 대한 특별한 언급 없음. • 완도에서는 건조시 열풍의 온도를 80℃로 하여 좋은 품질의 마른 미역을 생산하고 있음.
역사성	별도 언급 없음	세종실록지리지에 기록된 바와 같이 예로부터 임금 진상품으로 기장미역이 전국적으로 유명.

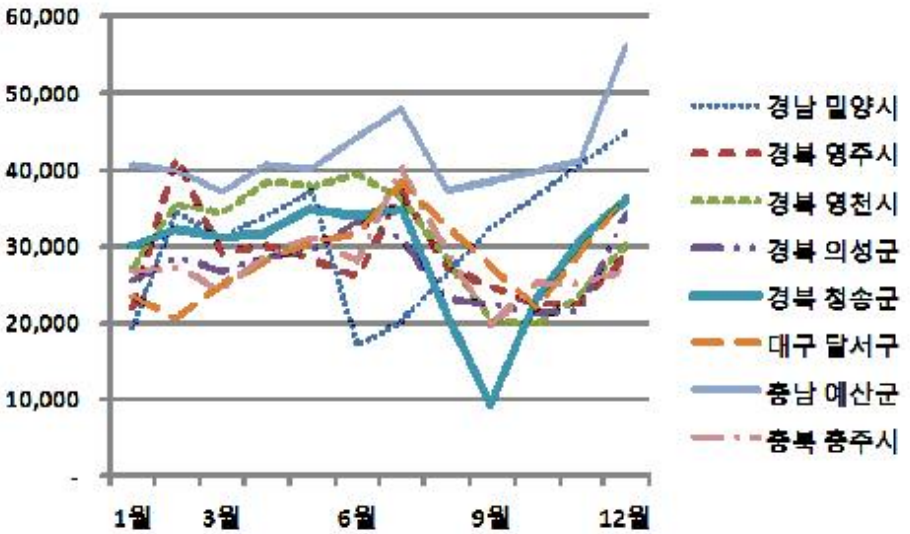
부도 1. 지역별 사과의 월별 경매가격 변화(2006.3~2010.9)

(단위: 원)



부도 2. 지역별 사과의 2010년 월별 경매가격 변화

(단위: 원)



참고 문헌

고용부. 2007. “지리적 표시제도의 의의 및 보호체제 연구.”「한국항만경제학회지」. 제23권. 제3호.

권기대·박원종·김신애. 2006. “청양구기자의 지리적 표시와 공동브랜드간의 공생마케팅 전략.”「식품유통연구」. 제25권. 제2호. pp77-102.

김병일. 2003.「지리적 표시의 효율적 보호방안」특허청

김병일. 2006. “지리적표시관련 주요 쟁점 분석 및 대응방안.”「지식재산」. 제94호. 특허청.

김병일. 2007.「국내외 지리적 표시의 효과적인 보호 방안 및 국내 지리적표시 단체표장제도의 활성화 방안」. 특허청

김병일. 2008. “한-EU FTA에서의 지리적표시 보호 쟁점.”「산업재산권」. 제26호. pp77-106.

김병학·이상선·정동호·백종례·남상규. 2005. “신지식재산권의 국제브랜드 전략: 지리적표시(Geographical Indication)를 중심으로.”「사회과학연구」. 제44집. pp.169-191.

김수석. 1999. “지리적표시의 법제화 연구.”「농업경제연구」. 40(2). pp.263-283.

김재경, 김한호. 2010. “지리적표시가 과일 브랜드 신뢰도에 미치는 영향분석.”「농업경제연구」. 51(4). pp1-24.

김태균, 성명환. 2008. “지리적표시에 대한 소비자가치 측정.”「식품유통연구」제25권 제1호.

김탁영. 2009.「지리적표시보호제도 활성화 방안에 대한 연구」. 충남대학교 석사학위논문

김한호, 하석건, 오현석, 김태균, 지화영, 박상식, 송완구, 이동민. 2009.「지리적표시제의 농식품 부가가치 창출 및 농촌지역개발에 미치는 효과 분석」. 농림수산식품부.

대한상표협회. 2011.7.15.「지리적표시제도의 통합화 및 발전방안 모색을 위한 간담회 자료」.

라공우, 임재욱, 김규남. 2005. “신 지적재산권 중 지리적표시보호에 관한 연구: 우리나라 제도 및 운용의 효율제고를 중심으로.”「국제지역연구」. 9(1). pp.196-224.

박성호. 2008.「농산물 브랜드 자산 측정 및 형성요인에 관한 연구-쌀, 쇠고기, 복숭아 사례 연구」. 서울대학교, 박사학위 논문.

박현경. 2009. “지리적표시 보호법제에 관한 연구.”「기업법연구」 제22권 제1호(통권 제 32호).

박현숙·박성규. 2007. “브랜드자산과 쌀 구매와의 관계 연구.”「농촌경제」 제30권 제6호. pp45-69.

성명환·이동필·박은희. 1997.「농수산물 및 가공식품의 지리적표시 보호제도에 관한 연구」. 한국농촌경제연구원.

안주아. 2003.「소비자 관점에서의 브랜드 자산 측정과 구성요인간 영향 관계」. 경희대학교, 박사 학위 논문.

양대승. 2008. “프랑스의 지리적표시보호제도에 관한 연구.”「산업재산권」. 제25호. pp203-250.

유찬희, 2006. “EU, 농산물품질정책과 지리적표시제 개요”「세계농업」. 한국농촌경제연구원.

위남량. 2008.「우수브랜드 쌀의 브랜드자산이 소비자 태도 및 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구」. 명지대학교, 박사학위 논문.

이신규. 2009. “무역 및 관세 원활화를 위한 지리적표시보호에 관한 연구.”「관세학회지」 제9권 제1호: pp:65～85.

이영주. 2009.「지리적표시보호체계의 개선에 관한 연구」. 서강대학교 박사학위 논문.

이영주. 2010. “상표법상 증명표장에 의한 지리적표시의 보호 고찰.”「비교사법」. 통권49호. pp403-427.

이은섭, 권정민. 2009. “WTO체제하에서의 지리적표시에 대한 효율적 보호.”「국제상학」. 24(4). pp.315-338.

이순묵. 1990.「공변량구조분석」. 성원사.

전현진·이주헌. 2010. “지리적표시제의 문제점 및 활성화 방안에 관한 연구.”「지역발전연구」. 19(1). pp.141-163.

정태호. 2005. “지리적표시 단체표장제도와 품질인증제도의 관계: 2005년 7월 1일 시행 개정 상표법과 농산물품질관리법상의 품질인증제도를 중심으로.”「창작과 권리」. 통권40호. pp.24-46.

조정은, 김동진, 김현정. 2009. “농산물 및 가공품의 지리적표시제에 대한 소비자 인식에 관한 연구.”「한국조리학회지」. pp159-171.

최병규. 1999. “독일상표법의 연혁/지리적표시보호 및 유럽공동체상표.”「지적소유

권법연구」. pp.93-129.

최정태. 2009.「우리나라 지리적표시보호제도의 개선방안에 대한 연구」. 충남대학교, 석사학위 논문.

홍나경, 김한호, 김태균. 2009. “도매시장가격에서 지리적표시제의 효과: 사과를 중심으로.”「농업경영·정책연구」. 36(2). pp294-310.

Aaker, D. A. 1991.「Managing Brand Equity」New York: Free Press

Aaker, D. A. 1996.「Building Strong Brands, What is a Strong Brand?」New York: Free Press

Carmines, E. G. and R. A. Zeller. 1979. “Reliability and Validity Assessment,” Sage University Paper Series on Quantative Application in the Social Science, Beverly Hills, Sage Publications.

Churchill, G. A. Jr. 1979. “A Paradigm for Developing Better Measure of Marketing Constructs,” Journal of Marketing Research, 16(Feb), 64-73.

Dunteman, G. H. 1989.「Principal Component Analysis」Quantitative Applocations in the Social Science: SAGE Publications.

Keller, K. L. 1998. Strategic Brand Management. 3ed., Prentice Hall.

Nunally, J. C. 1997. Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer, New York. McGraw-Hill.

Zeithaml, V. A. 1988. “Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence,” Journal of Marketing, 16, July.

연구보고 R652
지역특화산업 육성을 위한
지리적표시제도의 운영실태와 발전방안

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25)
인 쇄 2011. 11.
발 행 2011. 11.
발행인 이동필
발행처 한국농촌경제연구원
130-710 서울특별시 동대문구 회기동 4-102
전화 02-3299-4000 http://www.krei.re.kr
인쇄처 (주)문원사
전화 02-739-3911～5 E-mail: munwonsa@chol.com

ISBN 978-89-6013-277-1 93520
• 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.