유럽, 미국, 중국의 지리적 표시 제도 및 산업적 현황

Geographical indication and its trade practices in Europe, USA and China

천재은[1]* · 신일매[1]
Jae Eun Cheon[1]* and Yimei Xin[1]

[1]㈜풀무원
[1]Pulmuone Co., Ltd.

Abstract

Various countries established Geographical Indication (GI) system to protect the right and traditionality of their native products. The regulations vary by country but can be divided accordingly: Protection by trademark systems such as in USA, Special Protection for Geographical Indication as in EU, Protection by both schemes as in China and Korea. Within the systems, countries provide diverse schemes such as PDO and PGI in EU depending on the scope of the product. However, GI system in Korea provides one definition which only protects products that express definite tie to its territory of origin, preliminary with the origin of the ingredient. It is necessary for the government and industry to seek ways to revitalize the local economy in the global market and increase the number of GI products by aligning GI systems with foreign countries and support mutual bilateral agreement.

Keywords: Geographical Indication (GI), trademark, protected geographical indication, protected designation of origin, geographical indications agreement

*Corresponding author: Jae Eun Cheon, Pulmuone Institute of Technology, 29, Osongsaengmyeong 10-ro, Osong-eup, Heungdeok-gu, Cheongju-si, Chungcheongbuk-do, Korea
Tel: 043-903-3894
Fax: 02-6499-0129
E-mail: jenn.cheon@pulmuone.com
Received October 21, 2021; revised November 16, 2021; accepted November 16, 2021

서론

식품 안전 및 품질에 대한 요구가 증가함에 따라 제품의 원산지와 출처에 대한 관심과 중요성도 높아지고 있다. 특정 지역에서 생산된 제품의 차별성 보호를 위해 각 국가에서는 '지리적 표시 (G.I. Geographical Indication)'라는 제도를 제정하여 불합리한 명칭 사용 등을 관리하고 있다. 지리적 표시는 '명성, 품질, 기타 특징이 본질적으로 특정지역의 지리적인 특성에 기인하는 경우, 제품을 표현하기 위하여 사용되는 … … 명칭'을 의미한다(고, 2007). 제품이 해당 명칭을 사용함으로써 필수기준에 대한 검증이 보장되고, 특정 지리적 위치와의 연관성이 인정된다는 것이다.

현재 여러 국가들은 각자의 GI 제도를 제정하여 관리하고 있다. 이에 따라, 국가 간 지리적 표시 관리 형태는 상이하지만, 크게 세가지 유형으로 나눌 수 있다. 첫 번째로, 미국, 일본과 같은 상표법에 의한 보호, 두 번째로, 유럽연합의 특별 지리적 표시 보호, 마지막으로, 한국과 중국같이 상표법 및 특별 지리적 표시제도가 공존하는 형태가 있다. 비록 세계무역기구(World Trade Organization, WTO)를 통한 지적재산권에 대한 협정(TRIPs, Trade-Related intellectual Properties)이 존재하지만, 이를 도입하는 방식은 각 국가의 자유로, 국가별 원산지 보호 방식이 상이함에 따라 글로벌 무역에서 GI 제품의 상호인정의 한계가 존재한다.

대다수 국가의 경우, GI 관리 제도의 큰 틀 아래 여러 GI 인증 종류를 제시하여 광범위한 제품들이 보호될 수 있도록 규정하고 있다. EU의 경우, 원산지 보호 제도(Protected Designation of Origin, PDO)를 통해 원료, 생산, 포장 등 전 생산 단계와 지역의 연계성을 인증하고, 그 외 지리적명칭보호제(Protected Geographical Indication, PGI)로 원료, 생산 등 한가지 단계에 해당하는 것만으로도 지리적 연관성에 대해 인정하고 있다. 미국은 증명표장 내 3가지 요소(원산지 증명, 규격표시 증명, 작업 또는 노동수행기구 증명)를 제시하여 이에 부합하는 상품을 모두 GI로 인정하고 있다. 이처럼 다양한 선택지를 제공하는 제외국과는 달리 한국은 현행 「농수산물 품질관리법」 제2조 제8호에 따라 '농수산물 또는 농수산가공품의 명성·품질, 그 밖의 특징이 본질적으로 특정 지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 해당 농수산물 또는 농수산가공품이 그 특정 지역에서 생산·제조 및 가공되었음을 나타내는 표시'로 EU의 PDO와 같은 정의를 가지고 있다. 원료부터 생산까지 모두 연관성이 인정되는 특수지역에서 이루어져야만 GI 등록이 가능하도록 규정하고 있어 글로벌 무역교류 시 상호 인증이 가능한 상품이 다소 한정적이다.

EU는 유사한 제도를 지닌 36개 국가와 GI 보호 협정을 맺었으며, 14개 국가와는 추가적인 협의 중에 있음을 밝혔다(Directorate-General for Agriculture and Rural Development, 2021). 이와 같이 글로벌 무역 교류의 활성화에 따라, 글로벌 국가 및 식품산업에서는 상품의 경쟁력을 확보하기 위해 지속적으로 GI 제도에 대한 연구와 글로벌 트렌드에 맞추는 것이 필요하다. 이번 연구를 통해 한국의 주요 수출입국가인 미국, 중국, EU의 지리적 표시 보호 제도 및 식품 산업 내 GI 제도 운영현황과 그 가치를 살펴보고자 한다.

본론

Ⅰ. EU의 지리적 표시 제도

(1) 배경 및 제도

EU 지리적표시제도는 1992년 유럽공동농업정책(Communal Agricultural Policy)의 개혁 정책 방향에 따라 품질 높은 농산물의 안정적인 공급과 지속 가능한 생산을 위하여 도입되었다. 이 제도는 농식품 품질향상을 통한 경쟁력강화, 농업소득향상, 지속 가능한 농업모델 추구, 농산물 무역자유화에 따른 대응책의 일환으로 회원국의 농산품을 보호하고 대규모 다국적 기업과 경쟁하기 위하여 연합 차원에서 진행되었다.

EU 회원국은 국가별 GI 제품 선정 이유가 주관적이고 복합적이지만 대부분 다음과 같은 기준을 충족시키고 있다. 첫 번째, 지방이나 지역 시장에서 판매

표 1. EU 전체의 3가지 GI 품질 규정 비교표 (European Commission)

	원산지명칭보호제 (Protected Designation of Origin, PDO)	지리적명칭보호제 (Protected Geographical Indication, PGI)
명칭	특정 장소, 지역 또는 국가에서 생산된 제품 식별	특정 장소, 지역, 또는 국가의 원산지 식별
지리적 영역과의 관계	본질적으로 또는 전적으로 자연적/인적 요인으로 인한 품질 또는 특성	본질적으로 귀속되는 품질, 평판 또는 기타 특성
생산 단계	지리적 영역에서 전 단계 수행	지리적 영역에서 한 단계 이상
원료	지리적 지역의 것	지리적 지역 외의 곳도 포함(or 가능)
인증마크		

되고 있는 전통적이고 지역적인 생산품이여야 한다. 두 번째, 원자재, 가공방법, 생산물의 명성이 지리적 지역과 연관성(연계)이 있어야 한다. 이는 GI제도의 가장 중요한 부분으로, 신청 상품이 특정지역과 어떤 연관성이 있으며 어떻게 영향을 받는지에 따라 등록 여부가 결정된다. 마지막으로, 지방 경제에 대한 기여도, 생산방식의 환경적 지속가능성, 제품의 수익성 및 수출 잠재력 등을 고려하여 등록 제품을 선정하고 있다. 또한 EU의 지리적 인증은 회원국이 아닌 제3국에서도 신청이 가능하며, 그 국가의 지리적 인증 제품이어야 한다. EU 무역 정책은 GI제도를 오용하거나 모방하는 등 권리 침해가 발생할 시, GI제도를 국제적으로 더 강력하게 보호하는 방향으로 적극 지원하고 있다 (Johnson, 2017).

EU의 지리적 표시제도는 두 가지 유형으로 나뉜다 (표 1). 첫 번째로 PDO는 품질 또는 특성이 본질적으로 또는 독점적으로 특정 지리적 환경에 기인하고 특정 지역에서 생산, 가공 및 준비되는 농산물 및 식품을 포함하며, 인정된 노하우를 사용하여 지정된 지리적 제품을 의미한다. 상품 원료·생산·가공·준비단계에 이르는 전 과정이 원산지에서 재배 및 제조된 경우를 나타낸다. 두 번째로 PGI는 품질, 명성 또는 기타 특성이 지리적 지역과 밀접하게 연관되어 있고 생산, 가공 또는 준비 단계 중 적어도 하나가 해당 지역에서 이루어지는 농산물 및 식품에 적용된다. 이 경우, 상품 원료·생산·가공 중 어느 한쪽만 해당지역에서 이루어진 경우에도 인증을 받을 수 있어 PDO보다 비교적 수월하게 다양한 제품을 등록할 수 있다. 예를 들어, 다른 지역에서 생산된 원재료를 사용하여 해당 지역에서 생산 및 가공한 제품의 경우에도, 지역적 연관성이 성립한다면 그 지역의 GI 인증을 받을 수 있게 된다.

표 2. EU의 지리적 표시 등록제품 누적 건수 (2021년 9월 기준) (European Commission eAmbrosia)

	총 등록건수		EU 등록건수		Non–EU 등록건수	
카테고리	제품 수	Share %	제품 수	Share %	제품 수	Share %
농산물 및 식료품	1,564	45.4	1,374	42.6	190	86.4
와인	1,621	47.0	1,609	49.9	12	5.5
증류주	257	7.5	239	7.4	18	8.2
가향와인	5	0.1	5	0.2	0	0.0
Total GIs (TSGs 제외)	3,447		3,227		220	

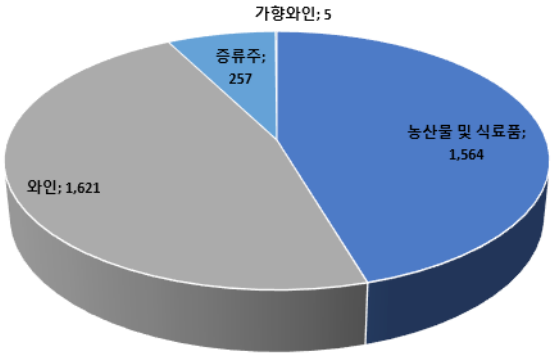
표 3. 2010년과 2017년 사이에 EU의 GI 식품 카테고리 별 판매 가치 (단위: 백만 유로) (AND-International, 2021)

카테고리	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
농산물 및 식료품	16,603	19,672	21,433	21,922	23,068	23,714	26,074	27,339
와인	29,630	32,099	33,934	34,976	35,741	37,586	37,889	39,418
증류주	8,249	9,140	9,458	9,500	9,063	9,456	9,493	20,347
가향와인	31	36	34	32	37	39	39	43
Total GIs	54,513	59,357	62,852	64,215	66,151	69,483	71,592	74,759

(2) 시장현황 및 상업적 가치

2021년 9월까지 누적된 유럽 지리적 표시 인증 제품은 총 3,447 건이며, 그 중 EU 제품이 3,227 건, Non-EU 제품이 220건이다. EU 등록 건수 중에는 와인류가 약 50%로 제일 많은 건수를 가지고 있으며, 이어서 농산물 및 식료품(agricultural products and foodstuffs), 증류주(spirits), 가향와인(aromatized wine)이 그 뒤를 이었다(표 2). Non-EU 제품의 경우, 총 220건수 중 190건이 농산물 및 식료품이며, 이후 증류주, 와인류, 가향와인 순으로 나타났다(그림 1).

EU 지리적 표시제는 생산자에 여러 가지 경제적 이점을 보장하고 있다. 첫 번째, 오용 및 모방으로부터 제품 명칭을 보호하며 두 번째, 등록된 명칭은 단일 생산자에게만 부여되는 것이 아니라 기준을 준수하는 모든 생산자가 사용할 수 있는 집합적 권리(Collective Right)를 제공하고 있다. 세 번째, GI로 등록된 제품은 제품의 품질과 기준에 변동이 없을 경우, 시간적 제한 없이 보호가 보장된다. 마지막으로, GI 등록 제품들은 품질이 보장되어 있기 때문에 시장에서 우위를 점하기 용이하고, 더 높은 가격책정이 가능하다. EU 연구에 따르면 평균적으로 GI 인증이 보장된 제품의 가격은 유사한 Non-GI 제품의 판매 가치보다 두 배정도로 높게 나타났다. 가치할증율 (Value premium rate) 은 와인 2.85배, 양주 2.52배, 농산물 및 식료품 1.5배로 나타났다(European Commission, 2021).



In the total number, the multi-country GIs are included.

그림 1. EU의 지리적 표시제도에 따른 제품 등록건수 - 카테고리 별 (건수) (European Commission eAmbrosia)

2021년 EU 농업 및 농촌 개발 사무국(Directorate-General for Agriculture and Rural Development)을 위한 에이앤디-인터네셔널(AND-International)의 연구에 의하면, 2017년 유럽국가의 식음료부문 총 판매 가치는 1조 1,010억 유로로 추정하고 있다(표 3). 이 중, GI 제품은 총 판매가치의 약 7% (748억 유로)를 차지하며, 해당 GI 제품수의 51.1%는 와인, 35.4%는 농산물 및 식료품, 13.4%는 증류주, 0.1%는 가향와인으로 나타났다(AND-International, 2021).

또한, 2010년부터 2017까지 GI 제품의 판매 가치가 지속적으로 증가됨을 확인할 수 있다. 추가적으로, 2010과 2017년 사이 그 가치는 42% 성장했다.

GI제도로 인해 보장되는 상업적 가치는 EU 지역 내에서 중요한 요소로, 특히나 유럽 GI 표기 제품은 수출에도 큰 부분을 차지하고 있다. 2017년 GI인증 식음료 제품의 전체 수출은 314억 2000만 유로로, 총 GI 인증 식음료 판매 가치(747억 유로)의 42%를 차지했다. GI제품의 EU 외 국가 수출이 2010년 108억 유로에서 2017년 169억 유로로, 약 60억 유로 증가

표 4. 카테고리별 EU 2010, 2017 GI 수출액 (단위: 백만 유로) (AND–International, 2021)

	2010				2017			
카테고리	총 판매	국내시장	EU 내 국가 시장	EU 외 국가 시장	총 판매	국내시장	EU 내 시장	EU 외 시장
식료품	16,603	13,039	2,526	1,038	27,339	20,527	5,044	1,767
와인	29,630	18,244	6,352	5,034	39,418	23,151	7,711	8,557
증류주	8,249	1,236	2,284	4,730	10,347	1,330	2,311	6,706
가향와인	31	23	4	4	43	37	3	3
Total GIs	54,513	32,542	11,166	10,806	74,759	43,337	14,473	16,948

로 EU외 시장의 수출 상승세를 보이고 있다. 특히나 2017년도에는 EU 외 국가의 수출이 전체 GI 인증 제품 수출의 약 20%를 차지하고 있다(표 4).

2. 미국의 지리적 표시 제도

(1) 배경 및 제도

미국은 식민지 시대부터 주법에 따라 상표를 보호해 왔지만 여러 차례의 개정을 겪었고, 1946년에 랜험 법(Lanham Act, 15 U.S.C. §§ 1051–1127)을 통과시키면서 상표법이 완성되었다. 랜험 법은 연방 상표 보호 및 상표 등록 규칙을 정의하고 있으며, 미국 특허상표청(United States Patent and Trademark Office, USPTO)에 상표 등록과 관련된 행정 권한을 부여했다. 이에 따라 미국 내 상표, 서비스표, 단체표장 및 인증 상표의 등록 및 보호 등이 규정되어 있고, 상표권 침해, 상표 위반 및 허위 광고를 포함하여 여러 불법적인 행동을 금지하고 있다.

미국 내 지리적 표시는 상표의 하위 집합으로 미국 특허상표청(Unites States Patent and Trademark Office, USPTO)에서 관리하며, 일반적인 상표와 동일하게 보호되고 있다. 또한, 상표의 주요 기능인 출처 식별, 품질 보증과 비즈니스 이익창출과도 유사한 역할을 한다고 볼 수 있다. 미국 특허청은 '미국은 지리적 표시(Geographical Indication) 용어가 널리 사용되기 수십 년 전인 1946년부터 외국 및 국내 GI를 보호'하고 'GI에 대해 WTO TRIPs에서 요구하는 그 이상의 수준으로 제공'하고 있음을 발표했다(USPTO, 2021b).

미국 상표법에서는 상품/서비스 내 '총칭적'으로 사용되는 지리적 용어나 기호는 보호되지 않는다. 소비자 입장에서 어떠한 지리적 용어 또는 기호가 지리적 기원이 아니라 동일 유형의 모든 상품/서비스의 범주 내 널리 사용되는 경우, '총칭적(generic)'으로 간주하고 있다. '총칭적'으로 간주되는 제품의 경우, 상품의 출처를 다른 유사제품과 구별할 수 없다고 판단하기 때문에 보호 대상에 포함되지 않는다. 예를 들어, '사과'라는 단어는 과일의 총칭이기 때문에 상표로 보호받을 수 없다. 하지만, 예외적으로 지리적 상표가 식별력이 인정되는 상표인 경우, 해당 제품에 한하여 상표 등록이 가능하다. 식별력(acquired distinctiveness)을 가진다는 것은 소비자가 상품/서비스의 출처 및 특별 생산자를 식별 가능한 경우를 의미한다(특허청, 2019). 이러한 식별력의 필요 여부에 따라, 미국의 GI는 단체표장(collective mark), 상표(trademark), 인증표장(certification mark)으로 등록이 가능하다.

단체표장(collective mark)과 상표(trademark)로서 지리적 표시를 할 경우, 지리적인 '용어' 사용을 위해서는 반드시 식별력을 가지고 있어야 한다. 이들은 지리적 출처 식별자로, 독점적으로 지속적인 사용이 가능한 당사자들에게만 부여되며, 주로 이미 상업화한 생산자 및 집단에게 명칭 사용을 부여한다. 주 소유자는 집단 또는 협동 조합이 일반적이며, 해당 단체에서 조합원의 용어 사용을 통제하고 있다. 단체표장의 예시로 Frankfurter Äpfelwein (U.S. Reg. No.

1097779)는 Verband Der Deutschen Fruchtwein- Und Schaumwein- Industrie에서 소유하고 있으며, '독일 연방 공화국의 프랑크푸르트 시'의 원산지를 증명하고 있다(USPTO, 2017).

미국 GI제도는 단체표장(collective mark)과 상표(trademark)보다는 인증표장(certification mark)으로 더 많은 제품들을 보호하고 있다. 미국특허청 웹페이지 용어사전에 따르면, 인증표장(certification mark)이란 '소유자 이외의 제공자가 상품/서비스에 대해 지역적 원산지 또는 재료, 생산방식, 품질, 정밀도, 또는 기타 특성을 인증하거나 상품이나 서비스에 대한 노동이 어떠한 단체(union) 또는 기타 조직에 의하여 특정 표준을 충족하였음을 인증하기 위한 표장'으로 정의하고 있다(USPTO, 2021c). 인증표장은 해당 규격 및 기준에 부합할 경우, 소유자 이외의 자에 의하여 사용되거나 이외의 자가 시장판매 시 이용하는 것을 허용하도록 랜험법 내 규정하고 있다(특허청, 2007).

인증표장에는 크게 세가지 유형이 존재한다. 첫 번째로, 상품/서비스가 특정 지리적 지역에서 오는 경우, 두 번째로, 상품/서비스가 특정 품질, 재료 또는 제조방법의 규격을 충족하는 경우, 마지막으로 상품/서비스 작업 또는 생산이 특정한 노동조합이나 기구의 소속원에 의해 기준을 충족하며 수행하는 경우이다. 해당 사항들은 공통적용이 불가능하므로 동일한 마크를 사용하여 둘 이상의 범주에서 상품 및 서비스의 특성을 인증할 수 있다. 예를 들어, 'Roquefort' 치즈 마크의 경우, 프랑스의 Roquefort 지역의 양젖으로 천연석회암굴에서 전통적인 숙성방식에 따라 생산됨을 의미한다(USPTO, 2021b).

(2) 시장현황 및 상업적 가치

미국의 경우, 지리적 표시에 대한 개별 등록이 존재하지 않으므로 기존 상표 등록과 동일하게 GI 관련 표장을 인정받을 수 있다. 이러한 등록 절차에 의해 GI 제품들은 개별지정이 되지 않으므로, 전체 목록에서 선별이 어렵다.

개별적으로 미국 상표법에 의해 보호되고 있는 명칭은 아이다호 (Idaho) 감자, 플로리다(florida) 오렌지, 비달리아(Vidalia) 양파, 나파밸리(Napa Valley) 와인, 워싱턴주 (Washington States) 사과가 있다. 해외 GI 인증표장으로 보호되고 있는 명칭은 Brunello Di Montalcino (이탈리아), Cognac (프랑스), Liebfraumilch (독일), Mosel (독일), Darjeeling (인도), 그리고 Jamaica Blue Mountain Coffee (자메이카) 등이 있다 (Johnson, 2017).

여러 연구에 따르면, 미국 내 지리적 표시로 인해 소비자 및 생산자들이 다양한 산업적 이점을 가지는 것을 확인할 수 있다. Bombrun 등(2003)의 연구에 따르면, 1989년-2000년 사이 미국 캘리포니아 와인 125 종 중에 64가지가 명칭으로 인한 가격 프리미엄을 받은 것으로 나타났다. 특히, 미국 내 주요 와인 품목인 나파 밸리(Napa Valley) 와인의 경우, 명칭으로 인해 기존 캘리포니아 와인에 비해 평균 61% 이상의 가격 프리미엄을 가졌다(Bombrun와 Sumner, 2003).

Costanigro, 등(2010)의 연구에서는 캘리포니아 와인의 이름(원산지), 평판 및 가격 프리미엄 간의 연관성을 추정하였다. 1992-2003년 사이의 데이터를 통해 가격대가 높은 와인의 경우, 명확한 이름과 라벨이 중요한 역할을 가지고 있다(Costanigro, 2010). Schamel(2006)의 연구는 미국 내 판매되는 와인들의 상대적인 가격을 조사하여 원산지가 소비자 선택에 있어 중요한 요소가 되는 것을 확인했다. 평균적으로 신세계 와인(식민지였던 나라의 와인: 미국, 칠레, 호주 등)은 미국 내 나파벨리 와인의 가격보다 낮게 측정되었고 구세계 와인(와인의 발상지로 여겨지는 국가에서 만든 와인: 유럽)은 더 높은 가격으로 판매되고 있다고 한다(Schamel, 2006). 이는 여전히 미국 시장에서 지역적 명성이 더 높은 구세계 와인이 소비자에게 프리미엄으로 인지되고 있다는 것을 알 수 있다 (Áron, Lili 와 Zalán, 2020).

3. 중국의 지리적 표시 제도

(1) 배경 및 제도

1883년 파리협정에서 지리적 표시상품의 개념이

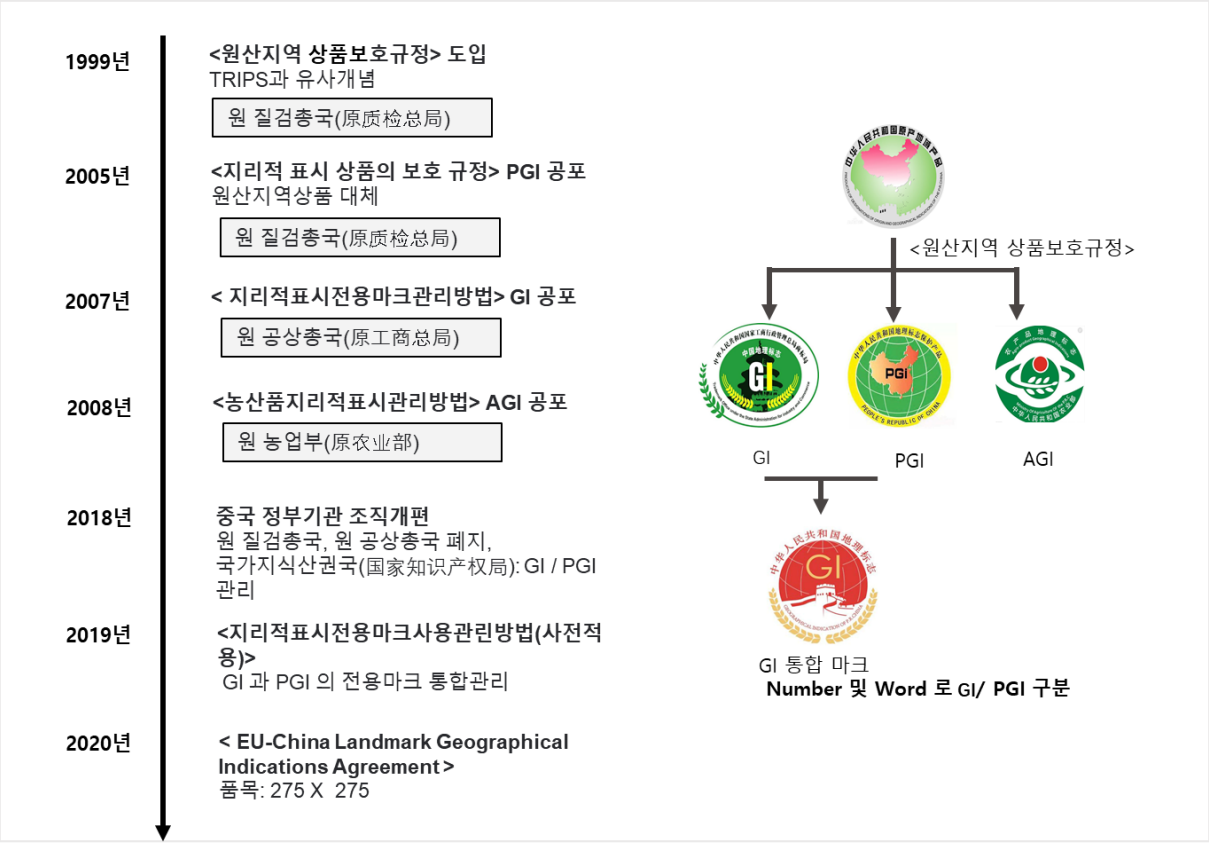


그림 2. 중국 지리적 표시 제도 발전 현황

나타나면서, 90년대부터 중국에서도 원산지보호 개념을 도입했다. 초반에는 수입 개별상품에만 원산지 표시제를 적용하였다가 1999년에 중국 원 질검총국(原质检总局: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the PRC)에서「원산지 상품보호규정」을 제정함으로써 본격적으로 중국생산상품에도 지리적 표시 상품보호제도를 운영하게 되었다. 현재는「원산지 상품보호규정」을「지리적 표지 제품 보호규정」으로 제정하여 관리하고 있다.

그리고 2000년부터 중국 원 공상총국(原工商总局, State Administration for Industry and Commerce of the PRC), 원 농업부(农业部 : Ministry of Agriculture of the PRC)에서도 각각 다른 지리적 표시제도 규정을 발표하면서 현재까지 중국의 지리적 표시상품의 보호 규정은 총 3가지 종류로 운영되고 있다(그림 2).

원 질검총국은 2005년「원산지 상품보호규정」을「지리적 표시 상품의 보호 규정(Provisions on the Protection of Geographical Indication Products)」으로 대체하면서, '지리적 표시 상품(PGI, Protection of Geographical Indication)을 원산지가 특정 지역이고, 그 상품이 고유한 품질, 신용 및 기타 특징은 주요하게 이 지역의 자연요소 혹은 인문요소에 의거하며, 심사기준을 거쳐 지리적 명칭으로 명명한 상품'으로 정의했다(General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the PRC, 2005).

그리고「중화인민공화국 상표법」제16조 규정에

표 5. 중국 지리적표시 제도 비교 분석 (China National Intellectual Property Administration, 2020; Ministry of Agriculture and Rural Affairs of the PRC, 2007; General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the PRC, 2005)

인증	지리적표시 상표 인증	지리적 표시 보호 상품	농산물 지리적표지 AGI
라벨			
기준	《중화인민공화국상표법》 《지리적표시전용라벨관리방법》	《지리적 표지 제품보호규정》 《지리표지제품보호업무세칙》	《중화인민공화국농업법》 《농산품 지리적표지관리법》
목적/본질	단체상표 및 증명상표 등록을 통해 지리적 표시 보호 지식재산권 √ 제품의 품질 ×	"지역+상품" 명칭을 통해 지리적표시상품 보호 지리적 보호 √ 품질 보장 √	하나의 지리적표시를 통해 농산품의 대한 모든 보호관리 지리적 보호 √ 품질보장 √
신청인	현지 "현"급 이상 지방정부 혹은 지정한 기관, 협회, 기업 (개인 가입불가)		
신청조건	1. 특정 지역으로부터 유래된 제품 2. 상품의 특성이나 품질, 신뢰성 또는 기타 특징이 모두 해당 지역의 자연, 문화로 결정	1. 특정지역에서 재배, 양식 2. 특정지역에서 특정 공정을 사용하여 생산·가공 3. 원자재: 전부 혹은 일부 해당 생산지에서 생산 4. 해당지역의 특정 지리적 환경과 특수 공정 등 자연/문화요인을 통해 제품의 특성과 품질 및 명성 결정	1. 농산품이 특정지역에서 유래 2. 상품의 품질과 특성은 모두 해당지역의 자연환경과 문화역사로 인해 결정

'지리적 표시(GI: Geographical indication trademark)는 상품의 원산지를 표시하고 이 상품이 고유한 품질, 신용 및 기타 특징은 주요하게 이 지역의 자연요소 혹은 인문요소에 의거해 결정함'을 추가하고(Standing Committee of the National People's Congress, 2001), 2007년에 원 공상총국에서 지리적표시상표 GI를 실시했다(原工商总局 State Administration for Industry and Commerce of the PRC, 2007).

그리고 2007년에 농업부에서는「농산물 지리적 표시 관리방법」을 발표하여 '지리적 표시 농산물(AGI, Agro-product Geographical indication)이란 특정한 지역에서 발원하고 상품의 품질과 특징이 주로 자연생태 환경과 역사인문요소에 의존하며 지역 명칭으로 명명한 농산물의 표식'으로 규정하고 있다(Ministry of Agriculture of the PRC, 2007).

원 질검총국의 지리적표시상품은 유럽의 PGI 와 유사하게 제품과 해당지역의 연관성을 요구하고 원재료에 대해서는 전부 또는 일부만을 해당지역과의 연계성을 가지도록 규정하고 있다. 반면, 공상총국의 지리적표시상표는 미국의 GI 제도와 유사하게 상표권에 의거하여 지리적표시를 보호하고 있으며, 특정 지역의 지리적 특성과 인문적 공정으

그림 3. 「중국-유럽 간 지리적 표시 협정」 (European Commission eAmbrosia)

로 생산되는 것을 지리적표시제품의 주요 요소로 보고 있다.

2018년에 전반적인 조직개편을 통해 시장을 통합 관리하는 국가 부문 국가시장감독관리총국(国家市场监督管理总局, State Administration for Market Regulation)이 신설되면서 원 질검총국과 원 공상총국이 폐지되고, 현재 하부기관인 국가지식산권국(国家知识产权局, China National Intellectual Property Administration)이 지리적 표시 보호 상품 PGI와 지리적 표시상표 GI를 통합 관리하고 있다. 원 농업부 또한 농촌농업부 (农村部, Ministry of Agriculture and Rural Affairs of the PRC)로 개편되면서 국가시장감독관리총국의 하부 기관으로 AGI를 관리하고 있다(표 5).

(2) 중국-유럽 지리표시 성공적 협정 체결 「중국-유럽 간 지리적 표시 협정」

유럽연합 통계에 따르면 2020년 1월과 11월 사이에 유럽에서 중국으로 수출되는 농산물은 163억 달러에 달했고, 중국이 EU 농산물의 세 번째로 큰 수출국이 되었다. 2020년 11월 두 국가 간의 거래량은 전년도 대비 23.4% 증가하여, 빠른 상승 추세를 나타내고 있다고 발표했다.

이와 같이 중국과 유럽의 무역교류가 활발해지는 가운데 유럽연합(EU)과 중국은 2020년 7월 20일 최종적으로 「중국-유럽 간 지리적 표시 협정」을 체결하여 양 국가간 제품의 지리적 표시 보호를 보장하기로 했다. 해당 협정은 2011년 초부터 협의를 시작한 후, 8년간 제품 선정 및 제도 명확화를 통해 2020년 9

표 6. 중국 유럽 상호인정 제품 예시 (European Commission eAmbrosia)

상품명	식품	EU	CN
平谷大桃 /Pinggu Da Tao	복숭아	PDO	PGI
龙井茶 /Longjing cha	티	PDO	PGI
琯溪蜜柚 /Guanxi Mi You	유자	PDO	PGI
陕西苹果 /Shaanxi ping guo	사과	PDO	PGI
盐城龙虾 /Yancheng Long Xia	새우	PGI	PGI
镇江香醋 /Zhenjiang Xiang Cu	조미료(식초)	PGI	PGI
东山白芦笋 /Dongshan Bai Lu Sun	죽순	PGI	PGI
金乡大蒜 /Jinxiang Da Suan	마늘	PGI	PGI
蠡县麻山药 /Lixian Ma Shan Yao	토란	PGI	PGI
龙口粉丝 /Longkou Fen Si	당면	PGI	PGI
Comté /孔泰（奶酪）	치즈	PDO	PGI
Grana Padano /帕达诺干奶酪	치즈	PDO	PGI
Priego de Córdoba /布列高科尔多瓦	올리브유	PDO	PGI
Prosciutto di Parma /帕尔玛火腿	햄	PDO	PGI
Pruneaux d'Agen /阿让李子干	건과	PGI	PGI
Roquefort /洛克福（奶酪）	치즈	PDO	PGI
Scottish Farmed Salmon /苏格兰养殖三文鱼	어류	PGI	PGI
Sierra Mágina /马吉那山脉	올리브유	PDO	PGI
West Country Farmhouse Cheddar /西乡农场切德（奶酪）	치즈	PDO	PGI
White Stilton Cheese/Blue Stilton Cheese / 斯提尔顿白奶酪 / 斯提尔顿蓝奶酪	치즈	PDO	PGI

월14일에 최종 체결하여, 2021년 3월 1일에 발효되었다. 양 국가 간의 해당 협정은 지리적 표시를 통한 제품보호 뿐만 아니라 중·유럽 경제무역 관계 발전에도 큰 의미를 지니고 있다(그림 3).

「중국-유럽 간 지리적 표시 협정」은 지리적 표시 보호 규칙과 상호 인증되는 제품 리스트 등의 내용을 담고 있다. 협정에 포함된 지리적 표시 제품은 양국에서 동등 수준의 보호를 받으며 양 국가의 GI에 대한 공식 표시를 사용할 수 있게 된다.

상호 인증된 지리적 표시 제품은 총 550개로 국가별 275개를 인정하도록 하였다. 협정이 발효되는 시점부터 두 차례로 나뉘어 지리적 표시 상품에 대한 보호를 진행하며 1차로 약 100개의 지리적 상품이 상호 인증되고, 2차는 향후 4년 내로 각 국가의 남은 175개 지리적표시상품에 대해 차례로 보호절차가 진행될 예정이다(표 6).

(3) 시장 현황 및 상업적 가치

2020년 8월 8일까지 조사된 중국의 지리적 표시 제품의 수는 8,421개이다. 2005년-2020년간 중국의 전국적 지리적표시통계보고(표 7)에 따르면 중국의 지리적 표시상품은 24.28% 성장율로 증가하고 있으며 그만큼 소비자의 인식도 높아지고 있다 (Zhongjun Research Institute, 2005 - 2020).

중국 지리적 표시 제품 중 과·채소류 및 식량, 식용유 등 농산물은 총 3,946개로 전체 지리적 표시 제품

표 7. 중국내 지리적표시제 연구 데이터 변화 도표 (Zhongjun Research Institute, 2005, 2011, 2013, 2020)

지리적표시제도연구보고	연도	지리적표시 수(개)	연평균 증가율%
제1차 연구보고	2005년	323	-
제2차 연구보고	2011년	1949	34.93%
제3차 연구보고	2013년	3210	28.34%
제4차 연구보고	2020년	8421	14.77%

의 46.8%를 차지한다. 현재까지는 농산물의 지리적 표시가 중점으로 등록되어 있지만, 기타 식품유형 또한 수량으로 보았을 때, 다른 국가에 비해 많은 편이다. 이는 중국의 다양한 지리적 환경과 넓은 농업면적으로 인해 원산지 특색의 상품들이 많이 제공된다는 것을 시사한다. 이러한 다양한 지리적 인증 상품이 모두 글로벌 간의 상호인증이 될 경우 농산물 품질 제도, 지리적 표시제품의 시장 경쟁력을 높이는데 유리할 것으로 판단됨에 따라 중국 또한 규제 완화와 협의를 통한 상호인증을 확대하는 것이 중요할 것으로 보인다(표 8).

앞서 언급한 바와 같이 중국에서는 3가지의 원산지표시 규정으로 관리함에 있어 장단점이 존재한다. 한 기업이 동일 제품의 지리적 표시 인증을 중복하여 신청하는 문제점이 있는 반면, 글로벌 협상 및 무역 교류에서 제외국과 상호 인증되는 제도에 유동성이 있다는 장점이 있다.

4. 한국의 지리적 표시 제도

(1) 배경 및 제도

한국에서는 1994년 체결된 TRIPs 협정 및 1996년 서명된 한-EU 기본협력협정에 따라 지리적 표시제도의 필요성이 대두되어 1999년「농수산물품질관리법」을 통해서 본격적으로 도입되었다. 도입 당시, 농림수산부는 등록품목을 3가지 (인삼, 인삼제품, 녹차 등)로 제한하였고, 이후 지역의 요구가 커짐에 따라 지리적 표시 대상 품목을 151개로 확대하였다. 이후 보호의 범위를 넓히기 위해 2004년「상표법」에 '지리적 표시 단체표장' 시행근거 규정을 마련하여 지리적 특성을 가진 우수 농산물 및 가공품의 상품성을 보호하고 있다(서, 2006).

「상표법」상의 지리적 표시 단체 표장은 지역에 따른 특수한 품질을 가지고 있는 상품의 명칭에 대한 권리를 보호하고, 지역 경제를 활성화시키고자 하는

표 8. 2020년 중국 내 지리적표시제 상품 등록 건수 (Zhongjun Research Institute, 2020)

식품유형	지리적표시 상표	지리적표시 제품	농산물 지리적표시	지리적 표시총수	중복 등록비율%
과일	969	368	767	1676	25.54
야채	679	224	5331	1182	21.32
식량유·	594	251	460	1088	19.94
차	330	177	199	528	33.71
주류	46	155	0	189	6.35
금축산물	611	187	400	997	20.16
수산물	414	130	232	680	14.12
가공식품	498	322	177	837	19.12
한약재	369	259	258	709	24.96
기타	348	196	64	535	10

표 9. 한국의 두 가지 지리적 표시 보호 제도 비교표 (고, 2008)

	농수산물 품질관련법 지리적 표시 보호	상표법 지리적 표시 단체표장
목적(근거)	1999년부터 품질 보호를 위해(농수산물 품질보호법) 도입	2004년부터 명칭 보호를 위해(상표법) 도입
신청자격	특정지역 안에서 지리적 표시대상품목을 생산 가공하는 생산자 단체 또는 가공업자로 구성된 법인	지리적 표시를 사용할 수 있는 상품을 업으로서 생산·제조 또는 가공하는 자만으로 구성된 법인
등록대상	농산물 및 가공품	모든 상품
등록요건	품목의 우수성, 명성과 지리적 특성의 인과성, 대상지 역 안에서 생산과 가공, 기타	상품의 품질, 명성과 지리적 특성의 인과성, 대상 지역의 정의, 단체의 특성
등록효과	지리적 표시 배타적 사용, 항구적 사용 가능	10년간 지리적 표시의 배타적 사용
침해 행위	허위표시 금지, 지리적 특산물이 아닌 상품에 지리적 표시 또는 유사한 표시를 하는 행위, 지리적 특산품에 지리적 특산품에 타 상품을 포함하여 판매나 그 목적의 보관, 진열을 하는 행위	유사상표 사용, 교부·판매, 유사 상표 양도·인도 위한 소지 등이 규정

목적이 있다. 이 제도는 해당 지역에서 특상품을 생산, 제조 또는 가공하는 작업자가 공동으로 설립한 법인만을 통해 출원이 가능하다. 즉, 지리적 표시 단체 표장 등록법인의 구성원들이 모두 해당 상품의 생산자로, 특정 품목의 조합의 경우에만 가능하며, 다양한 품목을 생산하는 조합은 자격요건을 가지지 못한다. 등록 품목의 경우, 제품이 타지역 상품과 차별되는 품질이나 명성과 더불어 지리적 환경 등과의 연관관계 입증이 필요하다(전과 이, 2010).

농수산물품질관리법 내 관리되고 있는 지리적 표시제의 경우, 「농수산물 품질관리법」 제2조 제8호에 따라 '농수산물 또는 농수산가공품의 명성·품질, 그 밖의 특징이 본질적으로 특정 지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 해당 농수산물 또는 농수산가공품이 그 특정 지역에서 생산·제조 및 가공되었음을 나타내는 표시'로 정의하고 있다. 해당 규정 내 관리되고 있는 지리적 표시는 EU의 PDO 와 유사하게 전 생산단계 뿐만 아니라 주 원료까지 해당 지역에서 수확하여 생산되는 것을 의미하기에 엄격한 기준을 가지고 있다. 예로, 2007년 상주지역 생산자단체인 '상주곶감발전연합회 영농조합법인'에서 지리적 표시 보호 등록한 '상주 곶감'의 경우, 제품의 주원료인 감은 반드시 상주시 지역 내 생산된 감을 사용되어야 하며 동일 지역 내 건조 및 포장 등 모든 생산 단계가 이루어져야 한다 (전과 이, 2010).

(2) 시장현황 및 상업적 가치

한국에서는 2005년 지리적 표시 등록대상 품목이 고시된 후 보성 녹차 등 여러 품목이 공식적으로 GI 제품으로 인정되었다. 이후, 2021년 9월 한국에서 등록된 지리적 표시 상품은 105품목 총 181건이며, 농축산물 61 품목 101건, 임산물 30품목 54건, 수산물 14 품목 26 건 순으로 등록되었다. 농축산물은 농림축산식품부에서, 임산물은 산림청, 수산물을 해양수

표 10. 한국 지리적표시 상품 등록 현황 (2021년 9월 기준) (농림축산식품부)

	품목 수	건수	등록 명칭 예시
농축산물	61	101	이천 쌀, 삼척마늘, 청양고추, 무주사과, 보성녹차, 의성마늘, 제주한라봉, 고려홍삼
임산물	30	54	태백곰취, 가평잣, 경산대추, 공주밤, 천안호두
수산물	14	26	기장미역, 완도전복, 해남김, 보성벌교꼬막, 여수굴
계		181	

산물에서 각각 담당하고 있다(표 10).

여러 연구를 통해 지리적표시 등록은 경제적으로 효과를 나타냄을 알 수 있다. 한국 지리적 표시제도 1호 상품인 보성 녹차의 경우, 1년만에 재배 면적 72 ha, 재배농가는 60 가구가 늘어나는 효과를 보았으며 특히나 보성이 녹차의 주산지라는 이미지가 생기면서 관련 상품 또한 동시에 큰 인기를 누리고 있다. 서(2006)의 연구에 따르면, 조사 대상 소비자 중 87%는 녹차 구매 시 원산지를 중요하게 고려하고, 그 중 녹차 원산지로 보성을 언급하는 사람의 비율이 93%로 매우 높게 형성되었다(서, 2006).

추가적으로 농림수산식품부가 보고한 자료에 따르면 2006-2008년 도매시장에서 지리적 표시 등록된 사과(15 kg)의 평균 가격은 약 3만원대로 미등록 제품보다 5천원 더 비싼 것으로 나타났다(중앙일보, 2021).

이러한 경제적 이득을 가진 한국의 GI 상품은 글로벌 협정을 통해 세계적으로 보호되고 있다. 2009년 한국-EU와의 지리적 표시 상호인증 협정을 통해 한국은 64건, EU는 162건의 품목들이 상호 보호받고 있다. 예를 들어, 유럽의 주요 주류 상품 보르도, 샴페인, 코냑, 스카치 위스키와 모르타델라 볼로냐 소세지, 카망베르 드 노르망디 치즈 등의 주류, 농식품 및 식료품이 한국에서 보호받을 수 있으며, 한국의 제품 중에는 보성녹차, 순창고추장, 해남겨울배추 등 64 품목들이 EU에서 PDO 수준으로 보호받고 있다.

발전 방향

COVID-19를 통해 다시 한번 식품안전의 중요성 및 필요성이 대두되고 있다. 이에 소비자가 식품의 품질을 판단하는데 지리적표시제도가 또 하나의 새로운 차별적 요소가 되고 있다. 무역교류 및 GI 시장 점유율의 영향력이 큰 EU, 미국, 중국의 GI 제도 및 시장현황 분석에 따르면, GI 제품에 대한 인증이 전반적으로 증가되는 추세이며, 전세계적으로 원산지 제품 보호 및 지역경제 활성화를 위해 국가 간의 협정 또한 활발하게 이루어지는 것을 볼 수 있다.

이처럼 지리적 표시 제도는 원산지 특산물의 품질과 브랜드 및 지역의 특색과 문화를 보호하는 기본적인 제도라고 볼 수 있다. 이제는 국내 생산만이 아닌 글로벌 국가와의 교역에서도 우수한 품질과 제품차별성이 보장되는 제품을 제공하고, 국제시장에서의 경쟁력 및 브랜드 영향력을 가질 수 있도록 해야 한다. 또한, 정보공유의 발달과 글로벌 무역이 활성화됨에 따라 모방 제품으로 인하여 시장질서가 파괴되는 사례가 빈번하게 발생되고 있으며, 글로벌 간의 제도상호인증 및 품질 동등성을 통해 법적 보호가 더욱 중요해지고 지리적표시 인증이 글로벌무역에 필수적인 요소로 나타나고 있다.

우리나라의 지리적 표시제도는 '주원료'가 한국 농산물이어야 한다고 정의하고 있어 유럽이나 중국과 같이 원재료의 원산지에 따라 다양한 지리적 표시가 가능하지 않다는 한계점이 존재한다. 따라서, 국가의 원산지표시제품을 늘리고, 제외국과의 상호인증을 지원하는 제도정책 및 글로벌 시장에서 지역 경제를 활성화할 수 있는 방법을 정부와 산업계가 모색할 필요성이 있다.

참고문헌

AND-International. Study on economic value of EU quality schemes, geographical indications (GIs) and traditional specialties guaranteed (TSGs) final report. Publications Office of the European Union, Directorate-General for Agriculture and Rural Development (2021)

Bombrun H., Sumner D.A. What determines the price of wine? The value of grape characteristics and wine quality assessments. AIC Issues Brief, 18, 1-6 (2003)

China National Intellectual Property Administration. Announcement of the China National Intellectual Property Administration on Issuing the Measures for the Administration of the Use of Special Marks for Geographical Indications [Effective] (2020)

Costanigro M., McCluskey, J.J., Goemans C. The economics of nested names: name specificity, reputations, and price premia. Am. J. Agric. Econ., 92: 1339-1350 (2010)

Directorate-General for Agriculture and Rural Development, European Commission. EU Geographical Indication and the Global Market (2021)

European Commission. eAmbrosia - the EU geographical indications register. Available from: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/

geographical-indications-register/. Accessed Sep. 10, 2021.
European Commission. Quality schemes explained. Available from: https://ec.europa.eu/info/index_en. Accessed Sep. 20, 2021.
General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the PRC. Provisions on the Protection of Geographical Indication Products (2005)
Jin C.Z.*, Jin L.X., Lee B.O. A Study on Geographical Indications Related Legal Regulations and Institution in China, ALSRI, 24(1): 7-14 (2012)
Johnson R. Geographical Indications (GIs) in U.S. Food and Agricultural Trade. Congressional Research Service. (2017)
Li lei. Implementation of geographical indications agreement to deepen China-EU industrial cooperation. China's National Conditions and Strength. 4: 56-59 (2021)
Ministry of Agriculture of the PRC. Measures for the Administration of Geographical Indications of Agricultural Products (2007)
Schamel G. Geography versus brands in a global wine market. Agribusiness, 22, 363-374 (2006)
Standing Committee of the National People's Congress. Trademark Law of the People's Republic of China (2013 Amendment).
State Administration for Industry and Commerce of the PRC. Geographical indication trademark (2003)
Török Á, Jantyik L, Maró ZM, et al. Understanding the Real-World Impact of Geographical Indications: A Critical Review of the Empirical Economic Literature, Sustainability. 12, 9434. (2020)
United States Patent and Trademark Office. 2021a. Certification mark applications. Available from: https://www.uspto.gov/trademarks/apply/certification-mark-applications. Accessed Sep. 17, 2021.
United States Patent and Trademark Office. Geographical Indications at the national level: "Collectivization and Control." (2007)
United States Patent and Trademark Office. 2021b. Geographical Indication Protection in the United States. Available from: https://www.uspto.gov/sites/default/files/web/offices/dcom/olia/globalip/pdf/gi_system.pdf. Accessed Sep.21, 2021.
United States Patent and Trademark Office. 2021c. Glossary. Available from: https://www.uspto.gov/learning-and-resources/glossary#sec-C. Accessed Sep. 20, 2021.
World Trade Organization. Available from: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/gi_e.htm. Accessed Sep 26, 2021.
Zhongjun Research Institute. The Fourth National Geographical Indications Quantity Survey Report (2020)
고용부, 지리적 표시제도의 의의 및 보호체제 연구, 한국항만경제학회지 제23권 제3호 (2007)
농림수산식품부 국제농업국 주벨기에대사관겸유럽연합대표부. EU 농식품정책 동향 및 분석 (2008)
농림축산식품부. '서천 한산소곡주' 지리적 표시 등록[제110호] 보도자료 (2021)
서정욱. 지리적 표시제 도입이 지역 문화산업 진흥에 미치는 영향. 한국지역지리학회지 12(2): 229-244(2006)
전현진, 이주헌. 지리적 표시제의 문제점 및 활성화 방안에 관한 연구. 지역발전연구. 19(1):141-163 (2010)
중앙일보. [뉴스 클립] Special Knowledge 〈171〉 지리적 표시제. Available from: https://www.joongang.co.kr/article/4259016#home. Accessed Oct. 1, 2021.
특허청. 지식재산권 용어사전 (2019)
특허청. 국내외 지리적 표시의 효과적인 보호 방안 및 국내 지리적 표시 단체표장 제도의 활성화 방안 (2007)
특허청. 국내외 지리적 표시 제도. Available from: https://www.kipo.go.kr/kpo/HtmlApp?c=80393&catmenu=m11_03_11. Accessed Sep. 10, 2021.