

국제인삼교역전을 통한 지역경제활성화

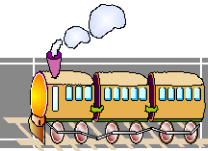
- 충청남도 금산군 -

I. 들어가는 말

21세기는 흔히 글로벌시대, 지방화시대라고 한다. 무한경쟁으로 요약되는 글로벌 시대에 부응하기 위해서 지방자치단체 또는 지역의 국제경쟁력이 제고되어야만 글로벌시대에 살아남을 수 있는 것이 눈앞에 다가와 있는 현실이다. 또 지방분권으로 요약되는 지방화시대는 이미 우리에게 다가와 있고, 지역주민은 지방자치단체에게 지역발전의 무한책임을 요구하고 있는 실정이다. 이런 시대적 상황에 부응하기 위해 지방자치단체에서는 주민의 삶의 질 향상을 위해 지역의 문제를 스스로 진단하고 해결방안을 모색하는 등 부단한 노력을 기울이고 있다. 그와 동일선상에서 경영수익사업은 지역의 경제발전과 자치단체의 재원확보를 증대시키기 위한 중요한 수단으로 평가할 수 있다.

행정자치부에서 규정한 대로 경영수익사업은 『지방자치단체가 주체가 되어 자체수입의 증대와 지역주민의 복리증진을 위해 행정에 경영방식을 도입하여 지역부존자원을 생산적으로 활용하고 공공시설을 효율적으로 관리하는 지방자치단체 경제활동의 한 부분으로 공공성을 우선함으로써 민간경제영역을 침해하지 않아야 하고, 사업비투자과 이에 따른 반대급부(투자비회수)라는 사업적 성격을 갖고 있어야 하며 사용료, 판매 및 임대수입 등의 형태로 수입을 갖는 것』으로 규정하고 있으나 이제 경영수익사업은 지역경제 활성화, 민간부분의 활력 제고 등 다양한 측면에서 그 필요성이 제기되어 왔다.

따라서 금산군에서는 지금까지 행정자치부에서 규정하고, 모든 지방자치단체가 추진해온



형태의 경영수익사업을 추진해 오면서 금산군만 가지고 있는 장점을 활용한 지역경제 활성화 방안에 대해서 고민하게 되었고 그 결과 지역특산품을 이용한 국제인삼교역전을 개최하게 되었다. 여기에서는 국제인삼교역전의 태동과 그동안 추진과정과 성과를 분석하여 앞으로 발전적인 방안을 찾아 지방자치시대에 적절한 추진전략을 모색해 보고자 한다.

II. 지역여건 및 추진배경

1. 지역여건

가. 일반현황

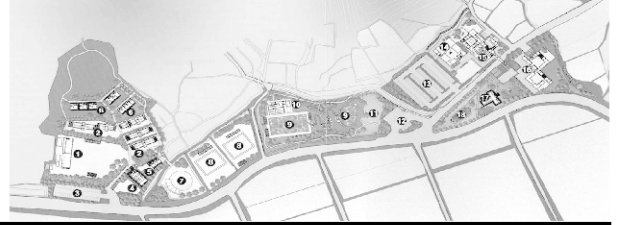
금산군의 면적은 총 576km²이며 전국토(220,848km²)의 0.6%에 해당하는 크기로 서울(605km²)보다는 작고, 대전(539km²)보다는 큰 크기로, 충남도내 16개 시·군중에서 일곱 번째 크기이다. 금산에는 2003년 12월 현재 60,740명이 살고 있다. 2004년도 새해 예산규모는 총 1,933억원으로 2003년 대비 11.9%가 성장하였다. 또한 행정조직은 2실9과, 2직속기관, 1사업소, 1읍, 9면, 249리로 구성되어 있으며 도로는 22개 노선에 350.3km이며 도로포장율은 84.3%이다. 고속도로 1개 노선에 26km, 국도가 3개 노선에 64.8km 지방도가 4개 노선에 134.3km 그리고 군도가 14개 노선에 125.2km로 되어 있다.

나. 지역특성

자연환경적으로 내륙 산악 분지를 특징으로 하고 있는 금산군은 국토의 중심에 자리잡고 있으며, 소백산맥과 노령산맥과 사이에 지구대를 이루는 산악지대에 위치해 있다. 금산군은 충남의 알프스 지역으로 그 대부분이 산으로 둘러싸여 있고 평균 해발고도는 약 250m로 충남의 평균 해발고도보다 2.5배나 높다. 특히 도내 최고봉인 해발 904m의 서대산이 위치하고 있다. 금산군은 72%가 산림지역으로 농촌의 이미지보다는 산촌의 이미지가 강하고 또한 커다란 분지 속에 700여개의 작은 소분지가 각기 특색을 가지고 있으며 그 속에 크고 작은 산 3,000여개가 웅기종기 모여 있는 산들의 고장이다.

역사적으로 금산군은 충절의 고장으로 칠백의충, 이치대첩지, 개티나루, 600고지 전승탑 등 충절과 관련한 유적들이 산재해 있으며, 문화적으로는 전통과 현대가 함께 어우러지는 자랑스런 고장으로 특히 물폐기농요, 농바우끄시기, 금산농악, 백령성지, 보석사, 태고사, 위성통신지구국 등 문화유산이 많이 남아 있다.

지리적으로 금산군은 우리나라 교통로에서 가장 중요한 경부고속도로 인근에 위치하고 있으며, 서울로부터 약 198km, 부산으로부터 약 288km 떨어져 있다. 특히 최근에는 대



국제인삼교역전을 통한 지역경제활성화

전~진주간 고속도로가 개통되어 지역발전의 획기적인 전기를 맞이하고 있으며, 전국최고의 수준을 자랑하는 인삼랜드 휴게소와, 금산IC, 추부IC 등이 있고 『2006금산세계인삼엑스포』 대비 금산IC 접속도로, 대전~금산간, 복수~대전간, 마전~은행간, 금산~영동간 4차선 공사도 활발히 진행되고 있으며 금년 4월에 고속철도가 개통되면서 교통여건은 더욱 좋아져 이제 금산에서 만나절이면 전국 어디든지 갈 수 있게 되었다.

경제적으로 금산군은 세계인의 건강메카 고려인삼의 종주지로 국제인삼시장, 수삼시장, 인삼유통센터 등 분야별 전문시장을 갖춘 전국인삼의 집산지로 전국인삼의 85%이상이 거래된다. 또한 금산 약령시장은 전국 3대 약초시장중의 하나이며 1시일 67톤 6억원 이상이 거래되고 있다. 지역 특산물로 인삼과 약초이외에 추부 들깨잎, 남일 배, 바리실 사과, 복수 한우고기, 금강어죽 등이 금산의 자랑거리로 손꼽히고 있다.

다. 금산인삼 최고야

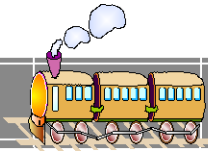
1) 인삼상품의 개요

인삼은 크게 수삼, 백삼, 그리고 홍삼으로 구분하며 수삼은 밭에서 수확한 후 가공되지 않은 원료삼 형태로 보통 70% 내외의 수분을 함유하고 있어서 저장이나 유통과정에서 부패 및 손상의 위험이 백삼이나 홍삼보다 크고 수삼은 전체 원형삼 생산량의 40~45%를 차지한다. 백삼은 수삼을 그대로 건조한 인삼으로 전체 원형삼 생산량의 45~50%를 차지하며 외관형태에 따라 직립상태의 인삼을 직삼, 인삼의 일부를 구부린 삼을 곡삼, 각부를 구부린 인삼을 반곡삼이라고 한다. 일반적으로 백삼은 말리기전에 껍질을 벗기나 그렇지 않은 경우는 피부백삼이라고 한다. 또 홍삼은 인삼을 증숙처리한 다음 건조한 인삼을 말하며 전체 원형삼 생산량의 10%내외를 차지한다. 홍삼은 본삼과 미삼으로 나뉘고, 본삼의 크기, 형태, 색상에 따라 천삼, 지삼, 양삼, 잡삼, 소지삼으로 구분하며, 미삼류는 크기에 따라 천대미, 지대미, 지중미, 미경, 미미, 세경, 양세미 등으로 구분한다.

2) 금산인삼의 우수성

최고의 천연 생약재인 금산인삼은 1500년의 역사가 살아있는 최고의 약재로서, 중국의 명의별록, 신농본초경집주, 본초몽전 등의 책 가운데에 백제삼의 우수성에 대하여 기록되어 있다. 또한 현대의학에서 인정하는 금산인삼의 약리적 효능을 살펴보면 인삼은 뛰어난 항암효과가 있어 차세대 자연생약 함암제로 각광받기 시작했고, 성기능 향상과 노화방지에 효과가 있고, 혈압을 몸의 상태에 따라 적정한 상태로 조정해주는 효과가 있는 것으로 세계 각국의 연구결과에 의해 밝혀졌다.

이러한 효능을 과학적으로 밝혀내기 시작한 것은 1854년 미국에서 미국인삼으로부터 파나킬론이라는 성분을 분리해 낸 것으로부터 시작되나 본격적인 약효성분에 대한 연구가



시작된 것은 20여년에 불과하다. 금산인삼의 우월성을 밝혀주는 인삼의 대표적 성분인 사포닌의 함량을 살펴보면 인삼사포닌에는 수십가지 성분이 포함되는데 외국삼은 그종류가 13-15종인데 비해 금산인삼은 30여종이나 되며, PD계와 PT계의 구성이 균형있는 비율을 보여 혈압과 체온 등 몸의 균형을 조정하는 역할을 잘 수행하는 반면 외국삼은 심한 불균형을 보여 실제로 효과적인 조정작용을 할 수가 없다.

현재까지 밝혀진 사포닌의 약리작용은 노화방지, 암세포 억제 등 수십가지인데 새로운 질병이 발견될 때마다 그에 대한 효과도 새롭게 드러나고 있어 사포닌의 효능은 그야말로 무궁무진 하다. 최근에는 다이옥신과 AIDS에 대한 효과까지 입증되어 세계의학계를 놀라게 했다. 금산인삼은 사포닌 성분의 종류와 구성면에서 세계에서 가장 우수한 품질을 자랑한다.

3) 인삼이 점유하는 국내외적 환경

한국을 대표하는 고려인삼(금산인삼)의 위상을 살펴보면 문화관광부가 선정한 한국 문화상품 베스트10 중의 하나이고, 삼성경제연구소가 선정한 세계일등상품 베스트 10 중에 하나이며, 산업자원부가 선정한 세계일류상품 베스트 55중에 하나이며, 농림부가 선정한 수출전략 상품 베스트 5 중에 하나이다. 고려인삼의 세계적인 명성과 함께 국내에서도 인삼의 중요성을 높이 평가하고 있다.

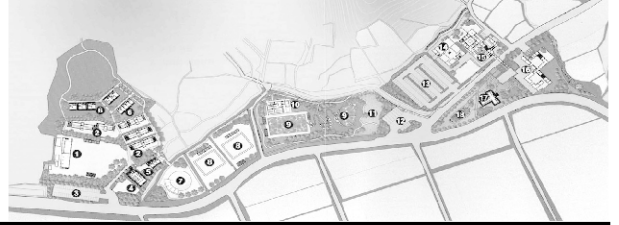
2. 추진배경 및 그동안 추진성과

가. 인삼산업의 문제점

1) 수출부진

백삼은 중국, 캐나다 제품과의 경쟁에서 가격경쟁력이 낮아 일부 최고급 수요층을 제외한 중저가의 시장을 중국삼과 화기삼에게 잠식당하고 있고, 홍삼위주의 수출전략으로 다른 제품에 대한 수출전략을 마련하지 못했으며, 고가의 홍삼위주의 수출로 제한적인 소비자계층이 형성되어 있으며, 고려인삼이 체열을 상승시키는 반면 화기삼은 체열을 강하시킨다는 경쟁국의 전략적 홍보에 밀려 화기삼은 음식으로 연중 복용하는데 비해 고려인삼은 주로 겨울철에만 복용하여 소비가 위축되어 있다. 또한 다이옥신 방어기능 등 고려인삼의 다양한 효능에 대한 학술적 연구결과가 발표됨에도 불구하고 홍보부족으로 외국삼과 차별화가 부족한 실정이다.

설상가상으로 동남아 시장에서는 고려인삼의 상표와 의장을 도용한 위조품이 성행하여 고려인삼에 대한 인식을 나빠지게 하고 있을 뿐만 아니라 외환위기 이후 그 영향으로 고려인삼에 대한 수요가 감소하고 있다.



국제인삼교역전을 통한 지역경제활성화

2) 유통

인삼의 유통에서의 문제점은 표준화된 규격이 없고 거래단위가 표준화 되지 않은 관행에 의한 거래가 성행하고 있으며, 재배기간(연근)에 대한 정확한 판단의 근거부족으로 소비자의 신뢰감이 저하되는 문제점을 가지고 있다. 또한 금산지역의 인삼공급량은 국내 총공급량의 11%에 불과하나 국내 수삼 및 백삼의 80%가 금산에서 거래되면서 원산지가 둔감되고 있는 실정이다.

3) 인삼산업에 대한 관심의 부족

우리나라의 인삼은 앞에서 살펴본 바와 같이 세계인들의 인식과 국내에서의 세계에서 통할 수 있는 유일한 농산물이라는 데는 이의를 제기하지 않으면서, 그 누구도 앞장서서 인삼을 세계화하기 위한 노력을 기울이지 않았다. 그러나 다행히도 중앙부처와 충청남도에서는 인삼산업의 중요성을 인식하고 투자도 하고, 금산인삼을 세계화하기 위한 노력을 함께하고 있다.

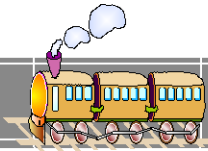
나. 국제인삼교역전의 필요성

앞에서 살펴본 바와 같이 한국인삼 즉 고려인삼을 대표하는 금산인삼은 세계적인 명성에 비해 상품개발과 유통 수출구조 등 산업적인 부분의 입지가 중국에 비해 취약하여 상품브랜드 가치뿐만 아니라 인삼 및 관련 제품 수출에 활성화 방안이 요구되고 있다.

또한 한의학에 대한 관심이 늘고 있으나, 한의학의 종주국은 중국으로 알려져 있어, 국가적인 차원에서 한국 한의학의 우수성을 널리 알림으로써, 한의학을 통한 산업적인 비전을 확고히 할 계기가 필요할 뿐만 아니라 국내 행사로는 잘 알려진 한방 EXPO와 인삼관련 세계 최대행사인 국제인삼대회, 인삼 무역의 장으로 발돋움할 수 있는 국제인삼교역전을 종합적으로 구성함으로써, 산업적·학술적 시너지효과를 창출하여 한의학 및 인삼 종주국으로서 한국의 입지를 공고히 할 필요가 절실히 요구된다.

다. 국제인삼교역전을 통한 경쟁력 확보방안

인삼의 경쟁력 확보방안은 여러 가지가 있으나 여기서는 국제인삼교역전을 통한 경쟁력 확보방안을 알아보고자 한다. 첫째는 인삼의 품질향상과 수출증대 방안의 마련해야 한다. 인삼은 우리나라의 대표적인 수출농산물로 인식하고는 있으나 중앙정부 차원의 적극적인 육성방안이 미흡하므로 국가에서 국제적인 농산물로 발전시키기 위한 정책적 시책을 마련하고, 생산자는 원료삼 즉 인삼의 품질을 향상시켜 심화되어 가는 국제시장에서의 경쟁력 저하를 막아야 할 것이다. 더불어 한국인삼의 품질에 대한 신뢰회복과 수출증가로 유도해야 한다.



둘째는 소비자위주의 상품개발과 판매가공업의 활성화가 필요하다. 현재 우리나라의 인삼수출은 홍삼위주이나 앞으로 수출증대를 위해서는 해외 시장별로 소비자의 기호에 맞는 다양한 상품을 개발하고, 홍삼위주의 수출전략에서 탈피하여 다른제품에 대한 수출전략의 수립이 반드시 필요하고 인삼의 품질 및 효능에 대한 능동적이고 적극적인 홍보가 필요하다. 또 인삼의 소비를 촉진하기 위한 새로운 판로를 개척하고 다양한 의약품 개발과 가공제품 개발로 해외 바이어를 유치해야 한다.

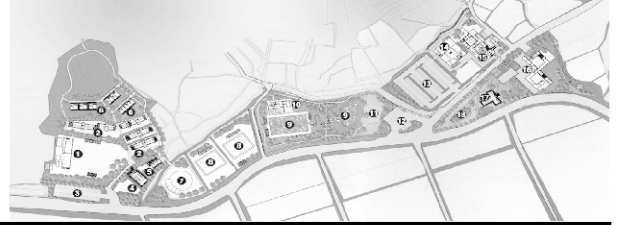
셋째는 인삼제품의 유통체계의 개선이 필요하다. 금산은 국제인삼도시로서 정체성을 확립하고 인삼제품의 세계적 상품화 기회를 가지기 위한 물류시설의 건설이 필요하며, 인삼의 유통경로가 너무 복잡하여 비용이나 시간상 문제가 있으므로 유통경로의 단순화가 요구된다. 웰빙문화의 확산으로 건강의 중요성에 대한 인식이 확산되고 인삼용도의 다양화와 대중화 및 인삼구매의 편리성이 요구되므로 인삼제품의 판매를 대형할인점, 대규모 슈퍼마켓 등으로 확산시켜야 한다.

네 번째는 수출촉진 방안의 마련과 인삼 관련 농업정책의 개선이다. 인삼 관련 경제주체들의 효율적 역할분담으로 인삼산업을 발전시켜 나감으로써 인삼 종주국의 지위를 향상시키고 인삼 수출시 무관세 제도를 도입하여 인삼교역의 활성화가 필요하다. 신상품개발을 통한 신규 시장 개척, 물류효율화를 통한 비용절감과 국제 경쟁력 강화 등을 통한 새로운 수요를 창출할 수 있는 인삼유통의 하부구조를 구축해야 한다. 인삼의 효능을 과학적으로 증명하고 홍보하기 위한 인삼효능 연구 및 임상실험 결과 발표 등을 세계 유명 학술지에 지속적으로 소개하고 국제 세미나를 개최하여야 한다. 또 수출목표 시장을 겨냥한 권역별 특별 판촉전을 실시하고 바이어를 초청하여 교역전 등의 국내외 행사를 추진하여야 할 것이다.

라. 4년 동안의 추진 성과

앞에서 논의된 바와 같이 국내외 여건변화로 인한 인삼의 경쟁력은 저하되고 있는 현실에서 인삼의 종주지인 금산에서는 인삼산업의 발전이 곧 국가와 지역의 경쟁력을 키우는 원동력이라는 사실을 인식하고 1999년부터 국제인삼교역전을 기획하고 추진하였고 그 성과는 눈부시게 발전하고 있다.

그동안 2002년까지의 무역상담결과 주요 내용을 살펴보면 중국, 대만, 홍콩을 비롯한 중화권 바이어는 원형삼을 선호하고, 미국, 캐나다, 프랑스, 일본 등 기타국가 바이어는 인삼 가공제품 및 기능성 제품을 선호하는 것으로 나타났으며, 바이어가 특정품목에 관심을 가질 경우 직접 공장을 방문하여 생산라인을 점검하거나 별도의 장소에서 개별 미팅을 가지며 보다 세부적인 사항을 논의하는 형태로 교역이 이루어졌다. 또한 바이어가 각 상담업체로부터 상당 물량의 샘플을 구입하여 귀국후 각 제품에 대한 자체 평가단계를 거친 후 차후에 주문을 하기도 하였다.



국제인삼교역전을 통한 지역경제 활성화

Ⅲ. 2003년 제5회 국제인삼교역전 추진 결과

1. 개요 및 추진방침

가. 개요

- 기 간 : 2003. 8. 29 ~ 9. 7(10일간)
- 장 소 : 충청남도 금산군 인삼종합전시관 1층 전관
- 주 최 : 금산인삼축제집행위원회
- 주 관 : 충청남도, 금산군
- 후 원 : 농림부, 문화관광부, 한국관광공사, 대한무역진흥공사
농수산물유통공사, 한국무역협회, 농협중앙회, 한국건강보조/
특수영양식품협회, 한국인삼제품협회, 고려인삼수출진흥협회

나. 추진방침

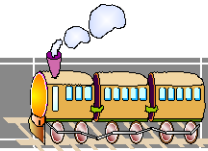
제5회 국제인삼교역전은 그동안의 경험을 바탕으로, 해외시장 개척 및 수출증대를 통한 지역경제 활성화, 고려인삼의 우수성 홍보 및 종주국으로서의 위상 제고, 2006금산세계인삼엑스포 성공적인 개최를 위한 사전 시연적 성격을 가지고 개최하였다.

2. 효율적인 사업추진체계 구축

가. 기 후원기관과 협력체제 유지 및 신규 후원기관 발굴

매년 국제인삼교역전을 개최하면서 중앙부처(농림부)와 한국무역협회, 농산물유통공사, KOTRA 등의 관련기관과 원활한 협력체제 구축을 위한 노력을 지속적으로 기울여 왔을 뿐만 아니라 새로운 후원기관 유치를 위해 인삼 관련 기관단체에 대한 홍보활동을 벌여 농협중앙회, (사)한국건강·특수영양식품협회, 고려인삼수출진흥협회 등을 신규로 발굴하여 바이어 유치, 참여업체 유치에 활용하였다.

바이어 유치 관리의 효율화를 위해 바이어 유치목표를 설정하고(10개국 100여명) 기존의 관계를 유지하던 바이어를 DB화하여 관리하고, 인삼전문가를 확보 하였으며, 국내외 바이어 유치는 금산인삼기업인협의회 회원사 중 기존의 해외 거래처를 유치하고, 한국무역협회, 한국인삼제품협회를 통한 업체 리스트를 확보하였고 대한무역투자진흥공사, 대전 충남 무역관을 통한 인삼바이어를 초청하였고, 농수산물 유통공사 수출개발처 초청바이어 등 다양한 루트를 통해 바이어 유치를 추진하였다.



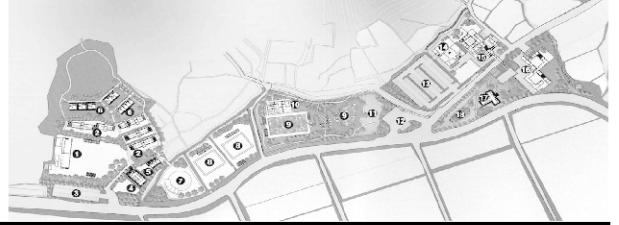
나. 사업추진체계 및 기관별 역할

국제인삼교역전을 자치단체 단독으로 사업을 추진하기에는 여러 가지 제약이 있어서 국제인삼교역전을 크게 4개 분야로 구분하여 각 분야를 참여하는 기관별로 전문성 있는 부분을 책임성을 가지고 참여할 수 있도록 행사 운영과 바이어 유치, 관리기관의 분리하여 분야별 행사를 내실화하였다.

기 관	역 할
금산군	제5회 국제인삼교역전 총괄기획 및 아웃소싱기관 관리 인삼세계화 심포지움 개최 금산군내 인삼관련 기업 교역전 참가 유치 각종 행사, 이벤트시 인사 초청 행사장소 확보 및 스케줄 확정 운영
KOTRA	해외 바이어 유치업무 총괄 해외무역관을 통한 인삼관련 기존/신규 바이어 현황조사 초청바이어 심사 및 입출국 스케줄 확정 바이어 관심 품목 사전 조사 바이어와 업체간 무역상담회 진행을 위한 Match-Making 작성
한국무역협회	국내 인삼 관련 제품 수출입 업체 또는 바이어 유치 교역전 행사기간중 무역상담회 진행
농수산물유통공사	기관 자체사업인 해외바이어 유치사업과 연계한 바이어 초청 초청한 해외바이어와 업체간 무역상담회 진행
전문업체	제5회 국제인삼교역전 행사 총괄 운영 주요 운영기관별 아웃소싱 기관 대표역할 교역전 행사장(전시관 내부 및 외부) 조성 해외홍보를 위한 외신기자 유치 바이어, 참가업체, 일반참가자를 위한 홍보자료 작성 등

다. 이루어 낸 성과

기존 후원기관에 참여업체를 확대 유치하고 신규로 발굴한 후원기관 명칭을 사용하게 함으로 국내외 바이어들에게 신뢰성을 제고하고 교역이 이루어지는 상품의 질을 보장할 수 있는 장치를 마련하였다. 또한 2006금산세계인삼엑스포 홍보효과를 극대화하였다.



국제인삼교역전을 통한 지역경제 활성화

3. 국내외 바이어 유치 노력

가. 추진방침

바이어의 유치는 국제인삼교역전의 성패를 판가름하는 주요한 요인으로 판단하고 바이어 유치와 바이어 관리를 위한 다양한 전략을 구사하였다.

1) 해외바이어 유치를 위한 노력

소재가 확인된 모든 바이어를 대상으로 공식초청장을 발송하여 신뢰성을 높이고 바이어 등록 양식, Name-Card, 편의 제공 사항, 수요조사서, 전시업체 정보, 참관 안내서, 기타 홍보물 등을 함께 동봉하여 국제 우편으로 발송하였으며, 참가하는 바이어에 대한 체제비 보조, 교통편의 시설 제공(셔틀버스), 인삼축제와 연계한 무료 관광 투어, 항공편 및 호텔 예약 대행, 구매희망 상품을 파악하여 생산업체와 상담을 준비하여 바이어 방문시 실질적인 무역 상담이 이루어질 수 있도록 하여 한번 참가한 바이어가 좋은 이미지를 가지고 매년 국제인삼교역전에 참가할 수 있도록 홍보활동을 병행하는 노력을 기울였다.

나. 참여업체 및 제품정보 제공

국제인삼교역전이 진행되는 동안 전시관을 찾은 국내외 바이어 및 일반 관람객에게 교역전에 참가한 업체의 기본정보와 출품 전시한 제품에 대한 이해를 돕기 위해 제품안내서를 제작하여 배부 하였다.

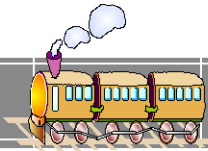
4. 다양한 이벤트, 특색있는 행사장 구성

가. 개막식 및 환영 만찬, 추석선물 상품전 및 할인 행사

1) 개막식

국제인삼교역전의 개막을 대내외적으로 알리고 단순 일회성 지역행사가 아닌 국제적인 행사로 자리 매김을 위한 개막식 행사를 개최하였다. 관 위주의 형식적인 행사에서 벗어나 바이어와 업체의 참여를 우선한 개막식을 거행하여 국제인삼교역전의 분위기를 고조시키고, 개막식 중에 인삼산업 발전에 힘 쓴 관계자와 우수 참여업체에 대한 시상식을 하여 업체와 관계자의 사기를 진작하고, 국제인삼교역전의 홍보에 도움이 되도록 연출하였다.

또 국제인삼교역전을 취재하기 위해 온 국내외 언론매체에게 참여업체, 관계자들의 인터뷰 기회를 제공하여 계속 개최예정인 국제인삼교역전과 2006금산세계인삼엑스포 홍보 및 참여업체들의 대외적인 홍보의 기회로 적극 활용하였다.



2) 환영만찬

또한 환영 만찬을 통해 국제인삼교역전에 참가한 바이어와 업체 그리고 관계자가 한자리에 모여 상견례를 하고, 형식적 분위기에서 탈피하여 국제인삼교역전의 성공적 개최를 위한 자리로 활용할 뿐만 아니라 참가자 간의 지속적 관계유지를 위한 네트워크 형성의 장으로 역할을 하도록 준비 하였다. 만찬은 딱딱한 행사분위기 탈피를 위해 실내악 연주를 통한 부드러운 분위기 속에서 행사가 진행되고 참가자들 간의 상호 연결고리 역할을 하였다.

3) 추석선물 상품전 및 할인상품전

추석을 앞두고 개최되는 국제인삼교역전의 시기적 특성을 활용하여 국제인삼교역전에 참가한 업체들의 내수 증진을 위한 이벤트를 실시하였다. 일반 관람객들과 기간 중에 개최되는 인삼축제관광객을 대상으로 경품행사를 통해 국내 소비자들에게 교역전에 참가한 업체의 제품뿐만 아니라 업체에 대한 홍보를 병행 실시하였다.

나. 전시관 로비 및 전시장 입구

국제인삼 교역전 행사장의 도입부로 전시관을 찾는 바이어와 관람객에게 전시장에 대한 전반적인 이해를 돕는 공간으로 조성하고 안내기능을 수행하였다.

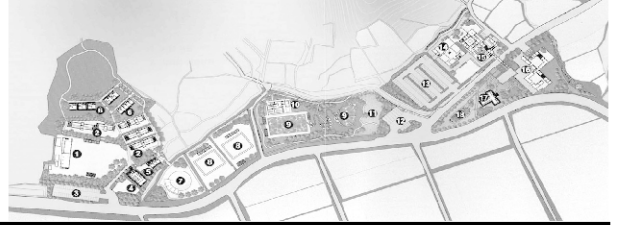
다. 전시관 구성

1) 제1전시관

제1전시관 구성은 국내인삼제조업체를 협회별 테마를 두어 인삼제품의 다양한 모습을 제시 상담실뿐만 아니라 인터넷 및 팩스실을 조성 실질적인 무역의 장으로 조성 및 연출 하였다.

2) 제2전시관

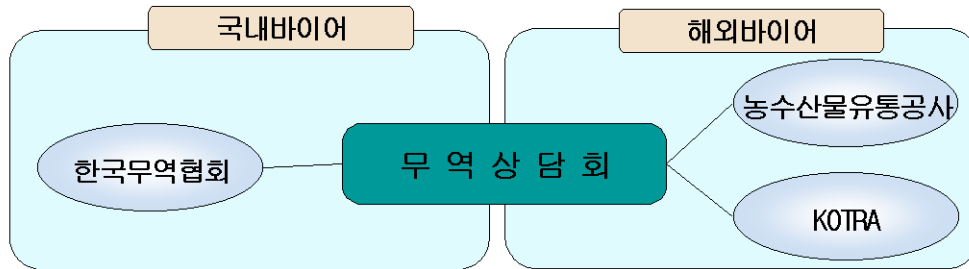
제2전시관은 국내 인삼산업이 단순히 제품판매의 목적만 가지고 있는 것이 아니라 인삼 제품을 제조하는 업체의 건실함을 보여주도록 구성하면서 대학교내 산학연구소를 유치하여 학술적이며 체계적으로 발전하는 고려인삼의 모습을 제시하기 위한 장으로 조성 하였다.



국제인삼교역전을 통한 지역경제활성화

5. 실질적 효과를 거둔 무역상담회 개최

가. 국내외 바이어를 연결하는 통역원을 고정 배치한 무역상담회



실질적 무역을 성사시키기 위한 국제인삼교역전 무역상담회는 2003. 9. 1부터 9.3일까지 3일간 진행 되었으며, 원활한 상담을 위해 통역원을 고정배치 하여 9월1일은 주로 국내의 인삼 또는 건강관련 식품을 해외로 수출하는 업체 또는 바이어를 한국무역협회 대전충남 지부에서 초청하여 업체와 무역상담회를 진행하였고, 9월2일에는 매년 해외 우수바이어를 초청하는 농수산물유통공사에서 초청한 바이어와 참여업체간의 무역상담회를 진행하였으며, 9월3일에는 대한무역투자진흥공사에서 초청한 해외 바이어와 업체간의 무역상담회를 진행하여 실질적인 무역성과를 올렸다. 또한 이 기간중에 국내외 바이어간에 정보교류 및 협력의 발판을 마련하였다.

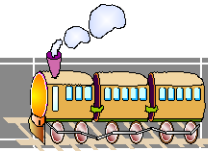
6. 인삼의 위상을 한단계 업그레이드 시킨 성과 분석

가. 무역성과 분석

제5회 국제인삼교역전을 통해 얻어낸 무역성과는 총 13,585천불(16,031백만원)으로 전년(2002년)의 10,207천불과 비교하면 3,378천불이 증가하였음을 알 수 있다. 그 상세내역을 살펴보면 무역상담액은 6,908,100\$ 계약액은 6,670,170\$ 샘플구입액은 7,312\$로 나타났다.

이러한 성과는 국내외 바이어 유치에 위한 노력, 다양한 국내 참가업체 확대를 위한 노력, 후원기관간의 긴밀한 협조체제 구축, 특색있고 흥미있는 각종 이벤트 개최와 전시관 구성 등이 어우러져 이루어낸 성과이다.

이는 산학연구관 및 기업홍보관 구성에 따라 바이어에게 인삼에 대한 다양한 과학적인 데이터를 제공하여 신뢰감을 높이고, 다양한 인삼관련 제품을 선보임으로서 구매 욕구를 충족시켜 성과를 거둘 수 있었던 것으로 판단되며, 또한 세계적으로 고려인삼에 대한 지명



도가 높아져 고려인삼을 찾는 수요가 늘었을 뿐만 아니라 고려인삼에 대한 잘못된 인식(발열작용, 혈압상승효과 등)을 불식시키기 위한 노력을 기울여 바이어들의 인식이 전환되었고 그 결과가 무역성파로 나타난 것으로 판단된다.

또한 인삼축제기간과 동일하게 행사를 진행하고 행사장을 개방하여 국내의 소비자에게 새로운 금산인삼의 모습과 2006금산세계인삼엑스포를 홍보하였고, 잘못 인식하고 있던 국내고객들의 인삼에 대한 정보를 제공하여 새로운 수요를 창출하였을 뿐만 아니라 관광객에게 직접 판매를 실시하여 총 63백만의 수익을 올릴 수 있었다.

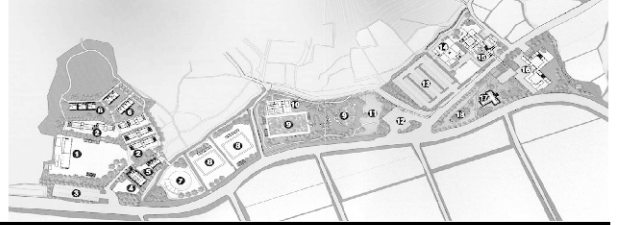
나. 지역경제 활성화 및 국제경쟁력 제고

국제인삼교역전을 통해 얻어낸 직접적인 무역성파도 중요하지만 정량화하기 어려운 성과 또한 간과해서는 안된다. 국제인삼교역전은 금산인삼축제와 같은 시기에 개최함으로써 축제와 교역전 서로에게 도움이 되는 시너지 효과를 발생시킨 것으로 판단된다.

지역경제 활성화 측면에서 무형의 성과를 분석해내기는 추상적일 수밖에 없지만 국제인삼교역전을 통해 전국의 80%이상이 유통되는 금산의 인삼산업의 수출 활성화 및 새로운 시장을 개척할 수 있는 계기를 마련했고, 금산을 고려인삼의 종주지로서 위상을 확고히 했을 뿐만 아니라 국내외 바이어를 초청하여 지역의 숙박, 음식산업의 발달에 기여했음을 알 수 있다. 또한 한국인삼산업의 중추적 역할을 하고 있는 금산 인삼산업 종사자들에게 세계 각국의 바이어를 통해 관련제품의 선호도 및 포장형태 등의 정보를 습득하여 관련사업의 국제 경쟁력을 한단계 업그레이드 시키는 계기가 됐다.

한국의 인삼산업이라는 측면에서 살펴보면, 국제인삼교역전을 지속적으로 개최하면서 한국을 인삼의 나라로 전세계에 널리 알릴 수 있는 기회를 만들었고 이를 통해 인삼산업의 메카로서 국가적 인지도를 높일 수 있었다. 또 인삼에 대한 음식문화뿐만 아니라 인삼축제와 더불어 세계적인 문화행사로 발전할 가능성을 찾았다는 것이다.

더불어 인삼유통의 투명성을 보장하고, 생산자와 소비자가 동시에 보호 받을 수 있는 계기를 마련했을 뿐만 아니라, 인삼산업 종사자에 대한 성취동기를 부여하고 이를 통한 인삼산업 발전 기반을 강화하고 대외적으로 홍보하는 시너지 효과도 가능하다. 또 인삼심포지움을 국제행사로 확대하여 인삼의 효능연구 결과 및 임상실험 결과 세미나 발표 및 유명 학술지에 소개 추진함으로써 국제 공인기관으로부터의 한국인삼의 효능을 과학적으로 입증했다.



국제인삼교역전을 통한 지역경제활성화

다. 신경영 4대 원칙을 일구어 낸 성과

금산군에서는 모든 사업의 성과를 최대화하기 위해 적기시행, 예산절용, 고품질, 사후관리 라는 신경영 4대 원칙에 따라 추진하고 있다. 이에 따라 4가지 원칙에 따른 성과를 분석해 보면, 먼저 적기시행 차원에서 살펴보면 국제인삼교역전 홍보를 군 주최 행사 등 기회가 있을 때마다 홍보하고, 행사 개최 4개월 전에 바이어 초청을 위한 초청장을 제작 발송하여 바이어들의 참여기회를 넓혀주었으며, 관련업체의 참여를 끌어내기 위해 사전홍보 활동을 전개하였다.

예산절용 차원에서 살펴보면 행사추진 비용을 절감하기 위해, 환영만찬을 기업인협의회 주관으로 시행하는 등 민간부분의 행사 참여를 이끌어내 비용을 절감했다.

국제인삼교역전의 고품질화를 위해 추진한 내용을 살펴보면 각종 이벤트를 전문 업체와 용역계약을 통해 국제적수준의 이벤트를 진행했으며, 관련 분야별 전문가와 지역기업 및 관련산업에 종사하는 지역주민들의 참여시켜 고품격의 행사를 진행하였다.

사후관리를 위해 참여했던 바이어 및 업체에게 감사장 발송, 행사시 촬영했던 사진 발송 등을 통해 좋은 이미지를 가질 수 있도록 하였고, 데이터베이스화하여 금산군에서 개최하는 각종 축제 초청장 발송 등 평소에 우호적 관계를 유지할 수 있도록 홍보활동 기본자료로 활용하고 있다. 이 결과 해마다 바이어 및 참여업체가 증가하는데 기여하고 있다.

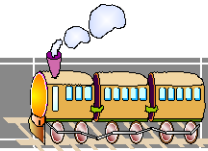
IV. 향후 추진계획

1. 국제인삼교역전의 지속 추진

가. 확대발전시켜야 할 타당성

국제인삼교역전을 계속 개최하여야 할 타당성을 그동안 성과를 바탕으로 살펴보면 첫째, 브랜드 이미지 제고 측면에서 한국을 대표하는 10대 문화상품중에서 김치, 태권도, 불고기 등은 그 브랜드 가치가 확장되어 가는 반면 인삼의 브랜드 가치는 확장속도는 둔화되고 있고, 교역전 개최를 통해 한국의 인삼이 많은 바이어들에게 다양한 제품으로 소개됨으로써 한국인삼의 브랜드 이미지를 높이는 성과를 거두고 있다. 또한 인삼중주국으로서 위상 제고와 고려인삼의 세계 일류상품화 추진할 필요성이 있으므로 확대 발전시켜야 한다.

둘째로 인삼 무역측면에서 보면 현재 개인 및 개별기업중심으로 이루어지는 인삼 수출은 교역규모가 작을 뿐만 아니라 수출 확대를 위한 신규 바이어 발굴이 어려운 실정이다. 또 인삼을 전문으로 하는 국제교역전을 통해 관련기업에게 신규바이어 발굴에 소요되는 비용절감과 더불어 세계인들의 인삼 소비성향 및 수출동향을 파악할 수 있으며 합리적인



가격으로 인삼무역을 추진할 수 있는 계기를 만들어 줄 수 있다. 더불어 인삼종묘, 생산자재, 다양한 인삼제품, 저장 가공 유통기술의 산업화와 인삼관련산업의 경쟁력 강화로 지역경제 활성화가 가능하다.

셋째, 관광자원화 측면에서 국제인삼교역전과 함께 개최되는 금산인삼축제는 World Best 보다 Only One 즉 세계에서 유일한 인삼축제로 같이 발전시켜야 할 필요성이 있고, 그와 같이 축제와 교역전이 함께 개최됨으로서 축제의 자원성과 교역전의 경제적 파급효과를 극대화 시켜주는 계기가 될 수 있다. 또한 국내외 관광객의 적극적인 유치 및 국제회의 참석자의 참여도를 높여 세계적인 국제관광상품화가 가능하다.

넷째, 인삼생산 및 가공품 생산자 측면에서 살펴보면 바이어들의 구매성향을 통해 국내 인삼제품의 문제점 및 개선점을 찾아내 개선할 수 있고, 바이어들이 직접 제품과 생산공장을 방문하기 때문에 국내 인삼제품의 질적 수준과 객관적 국제 경쟁력을 파악할 수 있다. 교역전을 통해 얻어지는 정보를 바탕으로 철저히 표적시장 지향적인 방향으로 신제품 개발이 이루어져야 신규 수요가 창출되고 전체적인 시장규모가 확대 될 수 있다.

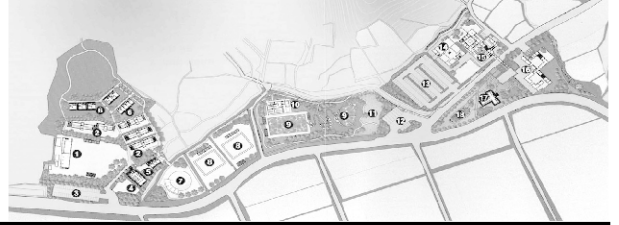
2. 2006금산세계인삼엑스포 개최

가. 개요

- 행사명 : 2006금산세계인삼엑스포
(World Insam(Ginseng) Expo Geumsan, Korea 2006)
- 기 간 : 2006. 9. 22(금) ~ 10. 15(일), 24일간
- 장 소 : 금산군 금산읍 신대리 「인삼유통센터」 일원
- 주 최 : 충청남도, 금산군
- 주 관 : (재)금산세계인삼엑스포조직위원회
- 주 제 : 인삼으로 만드는 건강세상 (잠정)
- 부제 : 인삼, 그 가치의 재발견 (잠정)
- 회장 규모 : 80,000평(인삼약초 시장 포함)
- 예상관람객 : 660,000명, 일평균 27,500명
- 총사업비 : 334억원
- 사업내용 : 학술, 교역, 전시, 공연, 체험부문

나. 엑스포 개최의 필요성

한국인삼의 국제 경쟁환경 및 경쟁력이 악화되고 있다. 한국인삼은 중국, 미국, 캐나다 등 경쟁국의 저가 물량 공세로 꾸준히 위축되고 있으며, 한국인삼의 농약 검출, 체열 상승



국제인삼교역전을 통한 지역경제활성화

의 헛소문 등에 의해 경쟁력이 하락하고 있는 것이 현실이다.

국내 인삼 생산 및 유통환경의 미비와 소비자 신뢰 하락 또한 넘어야 할 과제이다. 인삼 가공식품에 대한 소비자 요구대응 미비와 홍보부족으로 젊은층의 인삼소비가 부진하고, 한국인삼 유통채널에 대한 소비자의 불신 고조되고 있다.

2005년 시장개방을 대비한 산업전반의 개선책이 필요한 시점이다. 2004년까지 UR협상 결과에 따라 56.8톤, 2005년 이후 개방의 확대 결정 등 시장이 개방되고 있고, 시장이 개방 되면 한국인삼의 국내시장 우위조차 불확실하다.

이와 같은 여러 가지 어려운 상황을 타개하기 위해 국내 시장 선점과 해외시장 개척을 위한 마케팅 중심의 국제 행사가 필요하게 되었고 기존의 국제인삼교역전과 금산인삼축제를 묶어 2006금산세계인삼엑스포를 개최하게 되었다.

다. 엑스포 기대효과

2006금산세계인삼엑스포를 세계유일의 인삼산업 엑스포로 개최하여 한국인삼의 우수성을 홍보하고, 내수 및 수출시장을 확충, 국제인삼시장의 중심지 부상, 인삼수요 확대 및 산업 활성화를 이뤄내고 그 결과 세계적인 인삼중주국의 위상을 확립하고 한국인삼의 명성 회복을 통한 금산의 인삼산업 중심지화가 기대된다.

3. 극복과제 및 발전방향

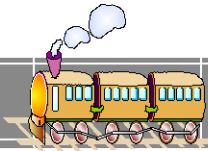
가. 극복해야 할 과제

다각적인 노력으로 매년 교역량이 증가하고 있으나 한정된 바이어 수와 제품의 부족으로 교역전 참가의 매력이 저하되고 있어 기대하는 만큼의 성과가 나타나지 않는 것이 극복해야 할 과제이고, 또 점차 나아지고 있기는 하나 바이어들의 요구사항 파악이 부족하고, 그에 따른 제품의 차별화가 취약하고 신제품개발의 한계가 나타나고 있다. 또 지방자치단체의 열악한 인적, 재정적 여건으로 교역전 행사 개최와 관련 업무처리에 어려움을 겪고 있어서 이 또한 해결해야 할 과제이다.

나. 발전 방향

국제인삼교역전은 매년 개최하고, 2006년에는 엑스포로 확대 발전되는 것이 가시적으로 추진되고 있다. 이런 상황에서 교역전과 엑스포를 위한 행사계획, 시설계획, 홍보계획, 구체적 교역전 계획 수립을 통하여 체계적인 행사준비를 추진하여야 할 것이다.

또 국제인삼 심포지움을 확대 발전시켜 인삼관련 학자와 연구인들을 대상으로 국제인삼



학술상을 제정하여 인삼엑스포가 개최되는 해마다 시상하는 방안을 강구하고, 인삼무역 활성화에 대한 업무를 전담할 인삼무역센터를 설립하여 교역전 개최, 엑스포 개최 등 행사를 주최하고 상시로 인삼수출 및 인삼 중개무역업무를 전담케 하여 신규 인삼바이어 발굴 및 관리하는 등 인삼무역센터를 방문하는 바이어와 국내업체에 대한 안내 및 무역상담을 지원하는 체계의 구축이 필요하다.

장기적으로는 인삼무역 활성화를 위한 자유무역지역을 설치하여 인삼과 관련된 국제적인 Big Buyer 유치를 위한 제도적인 지원을 강화하고, 각종 세제 지원 혜택 제공을 통한 홍콩 인삼시장과 경쟁체제를 구축해야 한다.

IV. 맺음말

국제인삼교역전은 지방자치단체가 지역의 특산물을 세계화하기 위해 노력한 대표적인 사례라고 할 수 있을 것이다. 즉 중앙정부나 기관에서 인삼이라는 특산품의 중요성은 인식하고 있었으면서 누구도 적극적으로 관련산업을 발전시키기 위한 구체적 노력을 하지 않았으나 금산군에서는 우리지역을 대표하는 인삼을 세계화시키기 위한 노력을 기울인 과정이라고 할 수 있으며, 그 결과 인삼 관련 산업의 발전, 한국인삼의 국제적 지위 격상, 지역경제 활성화 등 많은 성과를 거둔 사례라고 할 수 있다.

특히 2003년도 제5회국제인삼교역전은 총 1,358만불의 실질적 무역성적을 올렸으며, 교역전 기간중에 인삼심포지움을 개최하고, 산학연구관과 기업홍보관을 설치하여 고려인삼에 대한 효능을 과학적인 데이터로 제시하여 신뢰감을 조성하였고, 고려인삼에 대한 잘못된 인식(발열효과, 혈압상승효과 등)을 개선시키는데 중요한 역할을 담당하였다.

또 교역전의 성공을 위해 신규 후원기관 발굴과 참여업체의 유치를 위해 참여기관과의 업무협조체계를 구축하여 참여업체를 다양화하고 이를 토대로 계속 추진되는 국제인삼교역전과 2006금산세계인삼엑스포 개최를 위한 기본자료로 활용할 수 있는 계기를 마련하였고, 인삼축제와 같은 기간에 개최함으로써 지역경제 활성화에 기여한 바가 크다고 할 수 있다.

결론적으로 국제인삼교역전은 매년 지속적으로 개최할 예정이며, 국가에서도 금산군의 노력을 높이 평가하여 국제인삼교역전을 바탕으로 국가의 승인을 받은 2006금산세계인삼엑스포로 확대 발전하게 되었다. 바꿔 말하며 국제인삼교역전은 고려인삼(금산인삼)의 브랜드 가치를 높여 한국의 대표특산품이자 세계적 명품으로 육성하고, 해외 인삼시장 개척을 통한 수출증대, 국내인삼 시장의 수요기반을 확대, 금산을 국제인삼시장으로 발전시켜 금산인삼축제와 함께 세계 유일의 인삼산업엑스포로 발전할 것이다. ☺