

발간등록번호

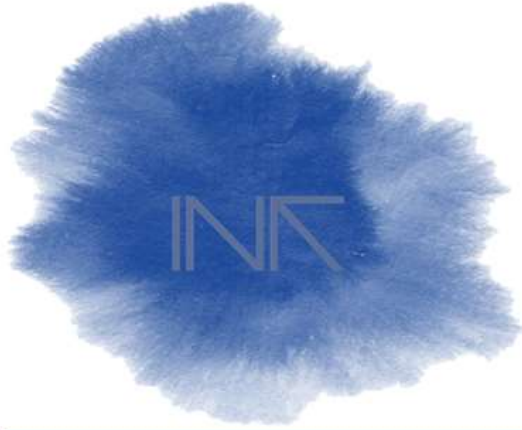
11-1543000-004008-01

국가(전국)명 지리적표시 제도 개선 방안 연구 및 외국 운영 실태 조사

2022.01.



농림축산식품부



제 출 문

농림축산식품부장관 귀하

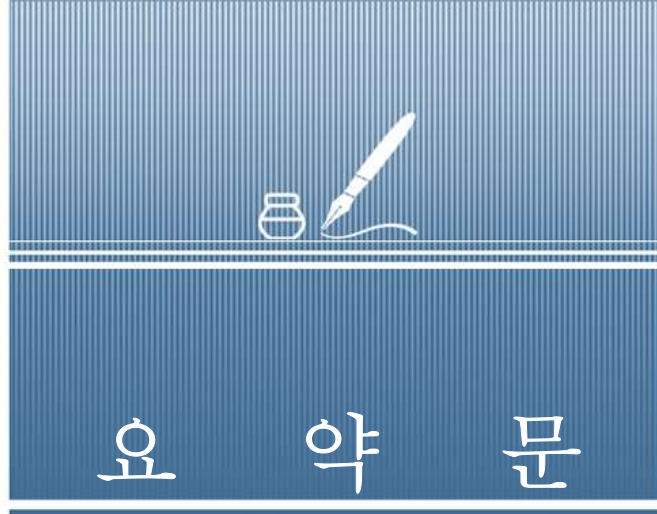
본 보고서를 귀 농림축산식품부가 의뢰한 ‘국가(전국)명 지리적표시 제도 개선 방안 연구 및 외국 운영 실태 조사’ 용역의 최종 보고서로 제출합니다.

2022.01.

INK 아이엔케이(주)

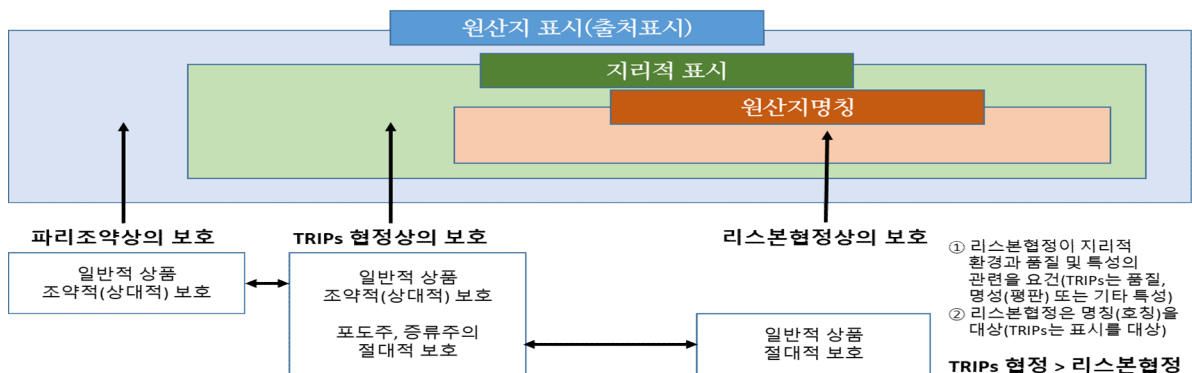
책임연구원: 남 중 수

연 구 진: 현 중 기
 길 기 진
 유 아 현



1. 지리적 표시의 개념 및 의의

- 지리적표시는 지적재산권의 일부로 지적재산권은 산업재산권, 저작권 및 신지식 재산권으로 구분됨. 산업재산권은 최근까지 공업재산권을 개칭한 것으로 특허, 실용신안, 의장, 상표 및 지리적표시 등에 대한 권리로 구성됨
- 지리적표시에 관한 용어는 2가지로 구분되며, 첫째, 출처표시(indication of source)의 개념으로 상품 등의 유래가 어떤 특정 국가 또는 지역을 한정하여 요구하는 공간적 개념임. 출처표시권은 상품의 지리적 기원과 관련된 것이고 상품을 제조한 자 내지는 회사와 관련된 것은 아님. 둘째, 원산지명칭(appellation of origin)의 개념이며 1958년 원산지명칭보호 및 원산지명칭의 국제등록에 관한 리스본협정에 정의되고 있음. 생산된 제품의 특징적인 품질이 생산지의 지리적 환경에 의하여 밀접한 영향을 받을 경우 그 생산지의 지리적 명칭을 의미함



[그림 1] 지리적 표시 개념간 비교

- 지리적표시의 기능은 ① 지리적표시를 통하여 시장 차별화를 통한 생산품 및 가공품의 부가가치 향상 및 지역경제발전 기능, ② 생산자 단체가 품질 향상에 노력함으로써 생산품에 대한 품질 향상 촉진 기능, ③ 생산자 단체 간의 상호 협조체계가 원만히 구축될 경우 단체 간 생산 품목의 전문화를 이룸으로써 산업의 지역 특화 유도 기능, ④ 보호상품의 품질을 믿고 구입할 수 있게 되어 소비자 보호 기능, ⑤ 지역 문화유산 보존 효과 기능 등이 있음

<표 1> 지리적 표시의 기능

기능	내용
출처표시	<input type="checkbox"/> 소비자는 지리적표시에 의하여 상품이 어떤 지역에서 기원한 것인지 판별 <input type="checkbox"/> 다른 지역에서 유래하는 상품과 구별하는 식별기능과 관련 <input type="checkbox"/> 상표의 출처표시 기능은 상품 주체의 출처를 표시하는 한편, 지리적 표시는 생산된 지역의 출처를 나타냄
품질보증	<input type="checkbox"/> 소비자는 상표가 부착된 상품은 동일한 상품의 품질을 갖추고 있을 것이라고 기대 <input type="checkbox"/> 출처표시와 결부되어 지리적표시를 사용하는 자의 신용을 유지하고 촉진하는 역할
지역문화 보존	<input type="checkbox"/> 지역특산품의 지리적표시는 지역의 자연환경의 지리적 요인과 인적문화적 요인에 의해 장기간 특정한 지역민의 고유한 생산방식과 전통이 축적된 문화유산 <input type="checkbox"/> 지역특산품을 통해 지리적 요인에 기반한 상품의 품질 특성을 유지하고 전통의 생산방식을 발전시켜 문화적 가치를 재창출하는 등 지역 문화를 보존하는 기능 수행
기타	<input type="checkbox"/> 지적재산권의 하나로 소비자에게 구매를 유도하고 소비를 촉진하는 등 광고적 역할 <input type="checkbox"/> 광고적 기능이 장기간 발휘되고 축적되면 무형의 재산적 가치가 증대되고 지리적 표시의 사용자에게 중요한 자산으로 평가

2. 지리적표시 관련 논의 과정

- (1883년) 산업재산권에 관한 파리협약 : 지리적 표시제에 대한 명확한 정의는 불포함, but 지리적표시제도의 중요성을 최초로 인정한 국제적 협약으로 보호대상 산업재산권으로서 ‘출처표시 또는 원산지명칭’을 포함함으로써 지리적표시제의 국제적 보호 움직임의 효시
- (1891년) 허위·기만적 출처표시 금지에 관한 마드리드협정 : 파리협정보다 지리적표시제의 보호내용과 범위 측면에서 진전된 협정. 허위 또는 오인을 유발하는 지리적 명칭 혹은 출처표시의 사용을 금지
- (1958년) 원산지명칭보호와 국제등록에 관한 리스본협정 : 보호대상 원산지 명칭에 대한 정의를 ① 지리적 표시는 국가, 지역, 지방의 지리적 이름을 의미하며 그것이 그곳을 원산지로 하는 특정 생산품을 지명하는데 사용되고 그 특정 생산품의 품질과 특성이 배타적으로 혹은 근본적으로 자연적/인적요소를 포함하는 지리적 환경에 기인해야 함. ② 단순한 출처표시로서의 지리적 표시가 아닌 생산품의 품질과 특성이 해당 지역의 지리적 환경과 연계되어 있을 것을 요구.
- (1995년) TRIPs 협정 : EU의 지리적표시에 대한 관심은 1987년 우루과이라운드(UR)에서 시작. GATT 체제를 전면 개편하는 논의에 있어 미국은 저하되고 있던 자국의 경쟁력을 회복하기 위한 방편으로 자국의 강점을 가진 지적재산권을 GATT 체제에 포함시킬 것을 강력히 주장(EC와 일본의 동조). TRIPs 협정에는 지리적표시(GI)의 정의를 담고 있으며 제22조에는 공정한 경쟁을 유도하는 규정을 두고 있음. 제22조 제3항에 지리적표시와 상표와의 관계를 규정하고 있음

3. 국내 지리적표시제 현황

- 국내에서는 한·EU FTA를 계기로 지리적 특산품 보호 제도 필요성이 강화됨에 따라 1999년 「농수산물품질관리법」에 의해 지리적표시 등록제도를 도입
- 또한 「상표법」에서 지리적 명칭은 부등록 사유이기 때문에 1997년 포도주 및 증류주에 대한 지리적표시에 관한 규정을 두고 2004년 법 개정을 통하여 단체 표장의 한 형태로 지리적표시를 보호하는 규정을 마련하여 보다 적극적으로 지리적표시를 지적재산권으로 보호할 수 있게 됨
- 현재 국내에 「농수산물품질관리법」의 지리적표시 등록은 농산물 110건(9건 취소), 임산물 57건(3건 취소), 수산물 26건이 있으며 농산물은 국립농산물품질관리원에서, 임산물은 산림청에서, 수산물은 국립수산물품질관리원에서 관리를 함

4. 국외 지리적표시제 현황

- EU에서는 기존에 일부 회원국에서 고유 식품 명칭 보호를 위한 자체적 규정이 있었으며 이후 1992년 원산지명칭보호(PDO)와 지리적표시보호(PGI)를 도입함 (EC 규정 2081/92)
- 원산지명칭보호(PDO)는 프랑스의 AOC 제도를 모태로 도입되었으며 지리적표시 보호(PGI)는 독일의 상표법 상 평판을 중시하는 지리적표시제도를 기반으로 도입됨. AOC 기반의 PDO는 ‘자연적’ 특성이 제품의 본질적 특성에 반영되고 연계되어야 함을 요건으로 하고 있고 독일의 지리적표시를 반영한 지리적표시보호(PGI)는 긍정적 평판을 누리는 상품의 이름을 보호하는 것을 목적으로 하며 생산물의 품질은 생산지의 특성에서 전적으로 또는 본질적으로 기인할 필요는 없음
- 국가별 지리적표시의 보호는 ① 상표법 중심의 보호(미국, 독일, 캐나다, 호주 등), ② 특별법 중심 보호(프랑스, 스페인, 스웨덴, 덴마크 등), ③ 상표법 및 별도의 법률로 보호(영국, 아일랜드, 벨기에, 오스트리아, 네덜란드 등)로 구분할 수 있음
- 프랑스에서 원산지표시는 법 제정 훨씬 이전부터 시작되었고 국내 포도주 시장이 필록세라 전염병과 출처의 허위표시 등으로 인해 위기를 맞음에 따라 출처표시를 강화하는 제도로 나타남. 프랑스에서 1905년 법률로 Appellation of Origin 개념을 명시하였으며 명칭과 지리적 근원 사이의 연결을 개념화함. 1935년 포도주를 원산지표시에 따라 등급화하는 내용의 ‘법률수권명령’이 제정되어 포도주 원산지표시에 관한 행정법적 규율과 관련하여 매우 중요한 개혁이 됨. 이후 포도주, 농산품, 식료품에 대한 적용으로 적용이 확대됨. 1990년 법률 이전에는 원산지명칭통제(AOC) 제도가 원산지표시 제도의 하위범주에 속하고 있었으나 1990년 법률로 포도주를 비롯한 모든 농수산물과 식료품을 대상으로 하는 원산지명칭통제(AOC)와 이외의 생산품을 대상으로 하는 원산지표시제도로 구분 →

현재는 농수산물과 식료품에는 원산지명칭통제(AOC)가 아닌 다른 어떠한 형태의 원산지표시도 사용되거나 허용되지 않음

- 미국은 지리적 증명표장 및 단체표장, 원산지명칭으로 보호함. 지리적 증명표장 및 단체표장은 모든 상품을 보호대상으로 하고 원산지명칭은 미국의 포도주에 대해 보호하는 제도임. 미국에서 지리표시가 공권적 성격이 아닌 사권적 성격을 가진 것으로 별도의 지식재산권 유형에 속하지 않고 기존의 지식재산권 유형에 속하는 것으로 인식됨
- 일본은 「상표법」을 통해 지리적표시를 보호하고 있으며 2006년 지리적표시와 상품의 명칭이 결합된 지역단체표장을 「상표법」의 보호 대상에 포함됨. EU와의 경제동반자협정 과정에서 지리적 표시 보호 요구에 따라 「상표법」외에 특별법에 지리적 표시 관련 규정이 포함되었고 2014년 「특정농림수산물 등의 명칭 보호에 관한 법률(특정농림수산물명칭보호법)」을 제정하고 2016년부터 농림수산물에서 지리적표시품을 적극적으로 등록하고 있음
- 중국은 1990년부터 원산지보호 개념을 도입하였고 초반에는 수입 개별상품에만 원산지표시제를 적용하다가 1999년 중국 원질검총국에서 「원산지상품보호규정」을 제정함으로써 중국 생산상품에도 지리적표시 상품보호제도를 운영하게 됨. 이후 지리적표시 상표 인증, 지리적표시 보호 상품, 농산물 지리적표시 AGI 등이 표시로 활용되고 있음

5. 지리적표시 해외사례 종합

- 지리적표시제는 프랑스가 시초임. 프랑스는 자국의 포도주 보호를 위한 법률 제정을 하였으며 이후 국제적으로 지리적표시가 지적재산권의 일부로 보호를 위한 국제적 논의가 진행되어 확대 적용됨
- 1990년대 초 EU로 유럽이 통합되면서 프랑스의 지리적표시제는 EU로 확대됨. 프랑스의 AOC 제도는 EU의 AOP 제도로 적용되고 포도주 이외의 제품에 대해서는 원산지명칭보호(PDO) 제도로 적용
- 독일의 평판 중심 지리적표시제도는 EU로 확대되어 지리적표시보호(PGI)로 제도화 됨. 지리적표시보호(PGI)는 자연환경요소와 연계성 부족 대상에 대한 적용 및 명성/역사성 중심 제품의 보호 강화를 위해 도입됨
- 지리적표시 보호 관련 분쟁 사례가 다양하게 발생하고 있으며 양자간 또는 다자간 국제협상 과정에서 자국에서 보호되고 있는 지리적표시에 대해서만 상대국이 보호가능하다는 원칙에 따라 자국 내에서 보호 체계를 구축하고 보호 제품을 확대하는 추세를 나타내고 있음

6. 지리적표시 해외사례의 시사점

- 국내 지리적 표시제는 「농수산물품질관리법」의 제정 취지를 살펴봤을 때 원산

지명칭보호(PDO) 개념을 적용할 필요가 있음. 국가(전국)명 지리적표시의 경우는 지리적 영역에 대한 정의가 국내 영토로 설정됨에 따라 원료를 국내산으로 한정하고 등록하는 것이 필요하며 지역명 지리적표시는 원료의 원산지조건을 완화하여 국내산 또는 인근 지역의 원료를 사용할 수 있도록 할 필요가 있음

- 현재 「농수산물품질관리법」의 지리적표시와 「상표법」의 지리적표시 단체표장의 차별화에서 「농수산물품질관리법」의 지리적표시는 원산지명칭보호(PDO)의 개념을 적용하고 해당 요건을 충족하지 못하는 상품에 대해서는 「상표법」상의 지리적표시 단체표장으로 등록을 유도하는 것으로 분리적용하는 것을 고려할 필요가 있음
- 국가(전국)명 지리적표시제도와 지역명 지리적표시제도를 차별화하는 것이 필요함. 국가(전국)명 지리적표시제도는 국가의 지적재산권으로 볼 수 있으며 국가수준에서 관리하고 등록을 추진하는 것이 필요함. 이에 따라 국가(전국)명 지리적표시는 품목의 생산자단체와 국가가 TF팀을 구성하고 체계적으로 추진할 필요가 있음. 지역명 지리적표시는 각 지역의 특화 품목을 개발하고 품질 관리를 하는 것의 주체는 해당 지자체와 생산자 단체로 두고 해당 지자체와 생산자 단체의 역량 강화를 국가에서 추진할 필요가 있음
- 복합가공(다양한 원료의 사용) 제품의 등록에 있어서 원료의 기준을 설정하고 해당 원료의 원산지에 대한 요건을 설정할 필요가 있음. 또한 지리적표시품을 원료로 사용하는 가공품에 대한 표시제도를 도입하여 지리적표시품 사용 확대 및 지리적표시에 대한 소비자 인식 확대를 유도하는 제도를 도입할 필요가 있음
- 지리적표시 라벨의 인지도를 강화할 필요가 있음. EU에서는 원산지명칭보호(PDO) 및 지리적표시보호(PGI)의 라벨을 계열화하여 사용하고 있으며 해당 라벨의 사용을 의무화하고 있음. 국내에서도 라벨의 사용 의무화를 통해 지리적표시 제품 홍보를 강화하고 지리적표시에 대한 소비자 인식을 강화할 필요가 있음
- 지리적표시 등록을 위한 역사성 요건을 설정할 필요가 있음. 일본의 경우 지리적표시 등록을 위해서는 최소 25년간의 사용 및 생산 실적을 요구하고 있고 EU에서는 전통특산물보증(TSG)에서 최소 25년간의 사용 및 생산 실적을 요구하고 있음. 국내에서 지리적표시 등록에 있어서의 요건이 모호한 경우가 있는데 구체적인 정량적 기준을 제시하여 혼란을 줄일 수 있음
- 지리적표시 등록 및 관리 기관의 기능을 강화할 필요가 있음. 프랑스에서는 INAO가 지리적표시 등록을 위한 심사 및 관리기능을 하고 있으며 국내에서는 국립농산물품질관리원에서 그 기능을 일부 수행하고 있음. 국립농산물품질관리원이 기 등록된 지리적표시품의 관리와 심사, 역량 강화 등의 기능을 수행할 수 있도록 기능을 확대하고 강화할 필요가 있음

목 차

제1장 연구 개요

제1절 배경 및 필요성	1
제2절 연구내용	3
제3절 연구방법 및 절차	4

제2장 지리적표시제 개념 및 도입과정

제1절 지리적표시제의 개념 및 의의	7
제2절 지리적표시관련 국제적 논의	21
제3절 지리적표시관련 분쟁 사례	47

제3장 지리적표시제 국내·외 현황

제1절 국내 지리적표시제 현황	59
제2절 국외 지리적표시제 현황	76
제3절 국내·외 지리적표시 사례	127

제4장 지리적표시제의 해외 사례 종합 및 시사점

제1절 지리적표시제의 해외 사례 종합	151
제2절 지리적표시제의 해외사례 시사점	154

참 고 문 헌	161
---------------	-----

표 목 차

<표 II-1> 출처표시의 유형	8
<표 II-2> 지리적 표시제의 개념	9
<표 II-3> 단체표장의 특징	12
<표 II-4> 지리적 표시의 기능	14
<표 II-5> 지적재산권 관련 국제 조약 현황	19
<표 II-6> 파리협약에서 지리적 표시 관련 주요 내용	22
<표 II-7> 리스본 협약의 내용	27
<표 II-8> 지리적 표시 관련 국제 조약 내용 비교	35
<표 II-9> 리스본협정 제네바법의 주요 내용	36
<표 II-10> EU-멕시코 FTA 내 멕시코의 지리적 표시제(X.32(b)) 등록상품	39
<표 II-11> EU-멕시코 FTA 개정협상 내 멕시코 미래 GI 등록상품(Annex III 등록)	40
<표 II-12> 2012년 EU-중국 10+10 농산물 GI 인정 및 보호 지정등록상품	41
<표 II-13> 한국-EU FTA에서의 지리적 표시 보호 숫자	44
<표 II-14> 지리적 표시 관련 기타 양자 협정의 내용	46
<표 III-1> 「농수산물품질관리법」 과 「상표법」 의 지리적표시 보호 체계 비교	70
<표 III-2> 관리기관별 지리적표시 등록 현황	72
<표 III-3> 지역별 지리적표시 등록 현황	73
<표 III-4> 상품유형별/지역별 지리적표시 등록 현황	74
<표 III-5> 농산물 품목별 지리적표시 등록 현황	74
<표 III-6> 임산물 품목별 지리적표시 등록 현황	75
<표 III-7> 프랑스 와인의 등급	77
<표 III-8> 프랑스와 유럽연합의 포도주 원산지표시 체계	78
<표 III-9> EC 이사회 규칙 510/2006의 주요 내용	79
<표 III-10> EC 명령 1493/1999의 주요 내용	83

<표 III-11> EC 규정 110/2008의 주요 내용	88
<표 III-12> PDO, PGI, TSG의 특성 비교	95
<표 III-13> PDO, PGI와 TSG의 개념적 비교	96
<표 III-14> 원산지명칭보호(PDO)와 지리적표시보호(PGI)의 등록요건 비교	97
<표 III-15> 제품 유형에 따른 EU 품질 로고	100
<표 III-16> 식품유형별 EU 농식품 지리적 표시 등록 현황(2022년 1월 13일 기준)	101
<표 III-17> 국가별 EU 농식품 지리적 표시 등록 현황(2022년 1월 13일 기준)	102
<표 III-18> EU 와인 지리적 표시 등록 현황(2022년 1월 13일 기준)	103
<표 III-19> EU 알코올 음료(spirit) 지리적 표시 등록 현황(2022년 1월 13일 기준)	104
<표 III-20> 국가별 지리적 표시제 보호 유형	105
<표 III-21> 지리적표시 보호의 유형	106
<표 III-22> 프랑스의 포도주 사기행위 방지 및 원산지 경계설정을 위한 법률/행정 조치사항	110
<표 III-23> 원산지 표시 개념의 등장 및 확립 과정	113
<표 III-24> 미국 증명표장 제도의 유형	119
<표 III-25> 증명표장과 단체표장의 비교	121
<표 III-26> 일본 지역단체상표와 지리적표시(GI) 보호 제도 비교	122
<표 III-27> 중국 지리적표시제도 추진 경과	124
<표 III-28> 중국 지리적표시 제도간 비교	125
<표 III-29> 중국의 지리적표시 등록 현황	126
<표 III-30> Gouda Holland의 고유 특성	130



그림목차

[그림 II-1] 지리적 표시 개념간 비교	10
[그림 II-2] 지리적표시 관련 개념의 특성	10
[그림 III-1] 중국의 지리적 표시 관련 마크의 변천	124

제1장

연구 개요

- 제1절 배경 및 필요성
- 제2절 연구 내용
- 제3절 연구방법 및 절차

제1절 배경 및 필요성

■ 지리적표시제는 유럽에서 오랜 역사 → 국제 협상에서 중요성 강화

- 농수산물 및 가공품의 보호와 경쟁력 확보를 위해 오래전부터 유럽에서 시행
 - 지리적표시제는 유럽에서 오래전부터 유지해 오는 전통이며, 지리적 표시제도를 적극적으로 추진하고 있는 EU는 농산물 품질정책의 골간을 지리적표시제도에 맞추고 있음
- 농수산물 및 가공품의 지적재산권 보호를 위해 국제적 논의 강화
 - 최근 세계지식재산기구(WIPO: World Intellectual Property Organization) 등에서 지리적표시의 보호에 관하여 종전보다 적극적인 방향으로 활발한 논의가 진행되었으며 국제적인 지리적표시 보호 움직임이 강화되고 있음.
- * WTO(World Trade Organization)가 무역관련 지적재산권협정(TRIPs : Trade-Related Intellectual Property Rights)을 다자간 무역협상의 대상으로 추가함으로써 지적재산권 영역까지 통상교섭의 범위로 확대(박진석, 2001) → 국제적으로 공인되어 보호받을 수 있는 무역관련 지적재산권의 확보가 중요 사안이 됨

■ 1999년 「농수산물품질관리법」에서 지리적표시제 도입

- 국제통상 환경에 적극적 대처 및 우수한 지리적 특산품 보호 목적 도입
 - 국내에서도 국제통상 환경에 적극적으로 대처하고, 우수한 지리적 특산품을 국내·국제적으로 보호하기 위해 1999년 「농수산물품질관리법」에 지리적표시제를 도입하여 시행 중(김득갑, 김경원, 2007)
 - 제도가 안정적으로 정확하고 효율적 운영을 위한 지리적 표시제의 개선 방안에 대한 깊이 있는 논의와 개선의 실행이 요구되고 있으며 지리적 표시제 대상 품목의 확대를 위한 정책의 추진도 필요함(조정은, 김동진, 김현정, 2009).

■ 해외 국가의 한국 지리적 특산품의 허위표시 사용 시도 증가

- 중국 식품안전국가표준에서 김치를 ‘김치’, ‘Kimchi’, ‘파오차이(泡菜)’ 등 표기 가능
 - 중국 식품안전국가표준(GB)에 따르면 ‘김치’, ‘KIMCHI’ 등을 ‘泡菜(파오차이)’ 등과 병기하는 방식으로 표시가 가능한 상황 → 농림축산식품부는 김치의 국가명 지리적표시제 등록을 추진(농림축산식품부, 2021)
- * 김치 주재료인 배추, 무 등 국산 농산물 이용률 제고, 해외시장에서의 외국산 김치가



한국산으로 둔갑되는 불법행위 근절 필요

- * 「농수산물품질관리법」에 따른 지리적표시제 내용을 담은 「김치산업진흥법」 개정 & 국가 단위 등록 관련 법적 근거 마련을 위한 「농수산물품질관리법 시행령」을 개정 중 → 김치의 주 원료를 국내산으로 사용하고 국내에서 가공할 경우 국가명 지리적표시제 등록이 가능
- 국내·외 지리적표시제도 운영 사례를 통한 국가(전국)명 지리적표시제 운영 시사점 도출
 - 현행 지리적표시제의 개선 방안을 전문가 및 관계자 의견 수렴 및 해외 지리적표시제도 분석을 통하여 도출하고 국가(전국)명 지리적 표시제 운영 방안을 함께 도출하고자 함.

제2절 연구 내용

■ 지리적표시제 개념과 도입과정 도출

- 지리적표시제 개념 및 의의 도출
- 지리적표시제 논의과정 분석
- 지리적표시제 관련 분쟁사례 분석

■ 국내외 지리적표시제 현황 및 사례 분석

- 국내 지리적표시제 운영 현황 및 사례 분석
- 국외 지리적표시제 운영 현황 및 사례 분석
- 국내·외 지리적표시 제품 등록 사례 분석

■ 지리적표시제 해외사례 종합 및 시사점

- 지리적표시제 해외 사례 종합
- 지리적표시제 해외사례에서의 시사점 도출

제3절 연구방법 및 절차

■ 연구의 방법 및 절차는 다음과 같음

연구단계	연구내용	연구방법
1. 지리적표시제 개념 및 도입과정	가. 지리적표시제 개념 및 유형 분석	<ul style="list-style-type: none"> ■ 문헌분석 <ul style="list-style-type: none"> - 국내·외 지리적표시제도 관련 연구보고서 및 지리적표시제 신청서류 등에 대한 분석
	나. 지리적표시제 의의 분석	<ul style="list-style-type: none"> ■ 문헌분석 <ul style="list-style-type: none"> - 국내·외 지리적표시제도 관련 연구보고서 및 학술연구자료 등에 대한 분석
	다. 지리적표시제 도입과정에 대한 분석	<ul style="list-style-type: none"> ■ 문헌분석 <ul style="list-style-type: none"> - 지리적표시제도 관련 연구보고서 및 법률자료, 인터넷자료 등 분석
	라. 지리적표시제 분쟁사례 분석	<ul style="list-style-type: none"> ■ 문헌분석 <ul style="list-style-type: none"> - 지리적표시제도 관련 연구보고서 및 법률자료, 인터넷 자료 등 분석
2. 국외 지리적표시제 국내외 현황	가. 국내 지리적표시제 현황 분석	<ul style="list-style-type: none"> ■ 문헌분석 <ul style="list-style-type: none"> - 국내 지리적 표시제 관련 법령 분석 - 지리적표시제 관련 연구보고서 및 학술자료 분석
	나. 국외 지리적표시제 현황	<ul style="list-style-type: none"> ■ 문헌분석 <ul style="list-style-type: none"> - 국외 지리적표시제 도입 배경에 대한 분석 - 국외 지리적표시제 사례에 대한 분석 - 국내·외 연구보고서 및 해외 법률자료 분석
	다. 국내외 지리적표시 사례	<ul style="list-style-type: none"> ■ 문헌분석 <ul style="list-style-type: none"> - 국내 국가(전국명) 지리적표시 사례 분석 - 국외 국가(전국명) 지리적표시 사례 분석 - 국내·외 연구보고서 및 정책안내자료 분석
3. 지리적표시 해외 사례 종합 및 시사점	가. 지리적표시제 해외사례 종합	<ul style="list-style-type: none"> ■ 문헌분석 <ul style="list-style-type: none"> - 해외 지리적표시제 사례 연구보고서 및 학술자료 분석 ■ 전문가 인터뷰 <ul style="list-style-type: none"> - 국내 지리적표시제 해외사례 특징 도출을 위한 전문가 인터뷰(전문가 2인)
	나. 지리적표시제 해외사례 시사점	<ul style="list-style-type: none"> ■ 연구진 회의 및 전문가 협의 <ul style="list-style-type: none"> - 지리적표시제 시사점 도출을 위한 연구진 회의 - 전문가 협의를 통한 방안 도출

제2장

지리적표시제 개념 및 도입과정

- 제1절 지리적표시제의 개념 및 의의
- 제2절 지리적표시관련 국제적 논의
- 제3절 지리적표시 관련 분쟁 사례

제1절

지리적표시제의 개념 및 의의

1. 지리적 표시제의 개념

■ 지적재산권의 일부

○ 지적재산권은 산업재산권, 저작권 및 신지적재산권으로 구분

- 일반적으로 지적재산권은 새로운 물질의 발견, 새로운 제법, 새로운 용도, 새로운 상품의 디자인, 상품의 새로운 기능의 개발과 같은 산업적 발명과 문학·미술·음악·연극·방송 등에서 예술적·상업적 시장가치를 지니는 창작물에 대한 배타적 소유권으로 산업재산권, 저작권 및 신지적 재산권의 분야로 구분(고용부, 2007)
- 산업재산권은 최근까지 공업재산권을 개칭한 것으로 특허, 실용신안, 의장, 상표 및 지리적 표시 등에 대한 권리로 구성
 - ➔ 산업·과학적 발명과 문학적 창작 등 인간의 창의적 정신활동의 결과인 지적생산물 소유권 총칭
- 지적재산권에 대한 보호문제는 권리자의 기대이익 보장과 비권리자의 불법적 사용에 대한 규제 강화의 긍정적 성격과 지적 생산물에 대한 독점의 허용에 의한 비효율적이 자원분배와 시장경쟁의 약화가가능성 등 부정적 성격도 함께 존재
 - ➔ 지리적표시권은 세계무역기구(WTO) 회원국들이 국내절차에 따라 지리적표시를 등록하면 이의 보호를 받을 수 있는 권리
 - ➔ TRIPs협정은 생산지역에 바탕을 둔 지역적 특성과 명성을 법적으로 보호받을 만한 가치가 있는 지적재산으로 보아 협상의제로 채택/수용함으로써 GI는 새로운 지식재산의 한 범주로 부각

■ 지리적 표시제에 관한 용어는 2가지

○ 출처표시(Indication of source)의 개념

- 상품이나 서비스가 특정의 국가, 지역에서 생산되었음을 알리는 표시
- 상품 등의 유래가 어떤 특정 국가 또는 지역을 한정하여 요구하는 공간적 개념
- 출처표시권은 상품의 지리적 기원과 관련된 것이고 상품을 제조한 자 내지는 회사와 관련된 것은 아님 → 어떤 상품의 특질이나 특성을 포함하지 않고 상품 등의 유래가 어떤 특정 국가 또는 지역을 나타내는 권리(ex. "Made in ..."과 같은 표시)
- 출처표시권은 상품이 특정 지역에서 기원했다는 것을 나타내는 단어, 기호, 색채

또는 도안을 나타내는 것

<표 II-1> 출처표시의 유형

구분	내용
단순 출처표시	<input type="checkbox"/> 어떤 상품 또는 서비스의 출처를 단순히 나타냄 <input type="checkbox"/> 상품 또는 서비스의 일정한 품질을 연상시키는 기능을 하지 않음
품질 관련 출처표시	<input type="checkbox"/> 상품 또는 서비스의 출처를 나타낼 뿐만 아니라 표시가 일정한 품질을 보증하는 기능 수행

- 출처표시라는 용어는 1883년 산업재산권 보호를 위한 파리협약 제1조 제2항과 제10조, 1891년 출처 허위·기만 표시금지에 관한 마드리드 협정에서 언급
→ 두 조약에서 출처표시의 정의에 대해 명시적으로 규정하지 않음
- 마드리드 협약에서 출처표시에 관한 의미로 “동 협약이 적용되는 나라 또는 그 가운데 놓인 특정 장소로, 허위 또는 기만적 표시를 한 상품이 출처국이나 출처지를 직·간접적으로 나타내는 경우에 어떠한 당사국이든 수입을 금지함’을 규정하고 있음

○ 원산지명칭(appellation of origin)의 개념

- 1958년 원산지명칭보호 및 원산지명칭의 국제등록에 관한 리스본협정에 정의
- 어떤 국가, 지역 또는 지방의 지리적 명칭을 의미
- 생산된 제품의 특징적인 품질이 생산지의 지리적 환경에 의하여 밀접한 영향을 받을 경우 그 생산지의 지리적 명칭 의미
 - ➔ 지리적 표시는 명성·품질 기타 특징이 본질적으로 특정지역(예외의 경우 국가도 포함)의 지리적인 특성(기후·토양·지형 등의 자연적 조건 + 전통적인 생산비법 등의 인적 조건)에 기인하는 경우 해당농산물 또는 가공품을 표현하기 위하여 사용되는 지역, 특정 장소의 명칭을 의미
 - ➔ 상품의 원산지를 표시하는 동시에 원산지에 의존하는 제품의 품질 또는 특성에 관한 신뢰성 있는 정보를 제공하는 표시
 - ➔ 국내는 물론 세계 각국에서 지역특산품을 보호·육성하기 위해 시행하고 있음
- 원산지명칭은 지리적표시가 아니라 지리적 명칭으로 정의할 수 있고 국가 및 지역, 지방의 직접적인 지리적 명칭을 가리키는 것으로 비지리적인 명칭이나 엠블럼과 같은 표시 등은 포함되지 않음
- 지역의 자연적 및 인적 요소 등 지리적 환경으로부터 기인한 품질과 특징을 갖는 상품을 지칭하지만 상품으로부터의 명성을 포함하지 않음
- 원산지명칭은 지리적 원산지 개념을 넘어 지리적 근원으로부터 생성된 어떤 품질 및 특징을 갖는 상품의 한 종류로 인식되는 권리

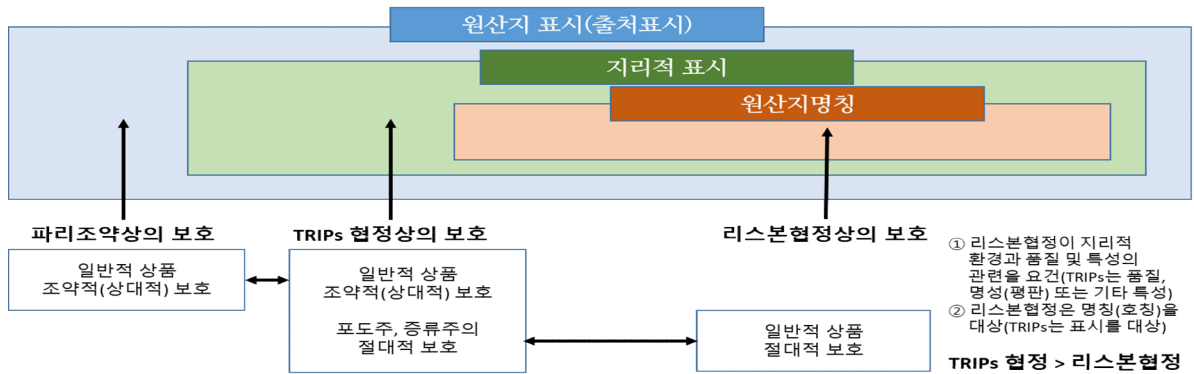
<표 II-2> 지리적 표시제의 개념

구분	내용
리스본 협정 제2조 제1항	□ 원산지 명칭이란 <u>일정한 지역</u> 에서 기원한 상품과 품질 그리고 자연적이며 인적 인 요소(natural and human factor)를 포함한 <u>배타적 또는 본질적으로 지리적 환경에 기인하게 된 특성</u> 등을 나타내는 국가, 지역 또는 산지(locality) 등과 같은 지리적 명칭을 의미
TRIPs 협정 제22조 제1항	□ 협정의 목적 상 지리적 표시란 <u>상품의 특정 품질</u> , 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 <u>지리적 근원에서 비롯되는</u> 경우, 회원국의 영토 또는 회원국의 <u>지역 또는 지방을 원산지로</u> 하는 상품임을 명시하는 표시
상표법 제2조 제1항 제3의2호	□ 지리적 표시라 함은 상품의 <u>특정품질·명성</u> 또는 그 밖의 특성이 <u>특정 지역에서 비롯된</u> 경우 그 지역에서 <u>생산·제조 또는 가공된 상품</u> 임을 나타내는 표시
농산물품질관리법 제2조 제7호	□ 지리적 표시란 농산물 또는 그 가공품(수산물을 주원료 또는 주재료로 하는 가공품 제외)의 <u>명성·품질, 그 밖의 특징이 본질적으로 특정지역의 지리적 특성에 기인하는</u> 경우 또는 그 가공품이 <u>그 특정지역에서 생산 및 가공되었음</u> 을 나타내는 표시를 말함(PDO에 수렴)
수산물품질관리법 제2조 제12호	□ 지리적 표시란 수산물 또는 수산가공품의 <u>명성, 품질, 그 밖의 특징이 본질적으로 특정 지역의 지리적 특성으로 인한</u> 것인 경우 그 수산물 또는 수산가공품이 <u>그 특정 지역에서 생산된 것</u> 임을 표시하는 것

유기진. (2012). 지리적 표시제의 실시와 역사지리적 접근. 성신여자대학교 대학원 석사학위논문.

○ 각 개념의 비교

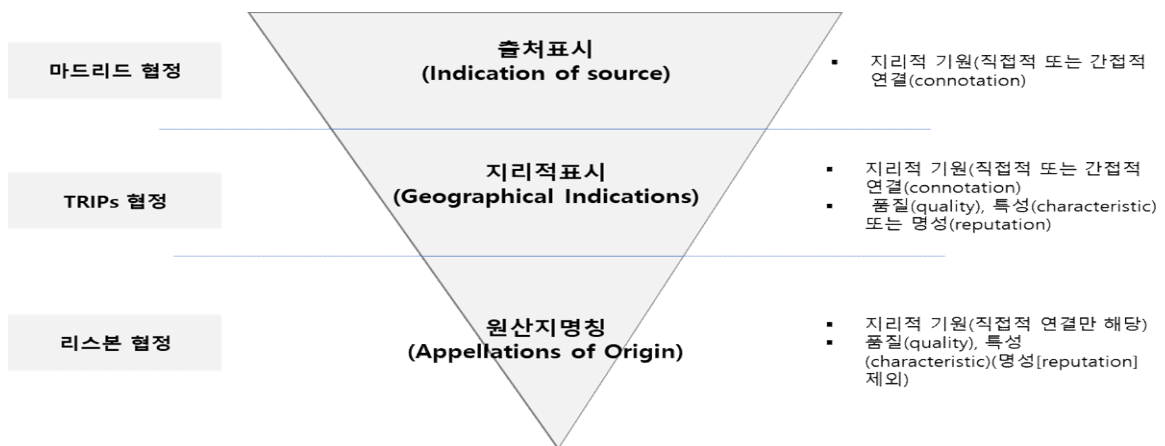
- **지리적 표시**는 상품의 품질, 명성 또는 그 밖의 특징이 본질적으로 지리적 원산지에서 기인하는 경우 상품이 회원국의 영토 또는 회원국의 지역이나 지방에서 생산되었다는 것을 표시
- **출처표시**는 상품의 출처국이나 출처지로 표기되는 것으로 상품 등의 원산지가 어떤 특정 국가 또는 지역을 표시
- **원산지명칭**은 일정한 지역에서 기원한 상품과 그 상품의 품질 및 자연적·인위적 요소를 포함한 배타적 또는 필연적으로 지리적 환경에 기인하게 된 특성 등을 나타내는 국가, 지역 또는 산지 등을 표시
- 원산지명칭은 직접적인 지리적 명칭을 사용하여 지리적 환경으로 기인되는 품질 및 특징을 갖는 상품을 나타냄 → 직접적인 지리적 명칭을 표시하는 개념으로 출처표시보다 좁은 개념
- 원산지명칭은 특정 상품 또는 서비스의 품질, 속성 등이 주로 해당 지역의 자연적 조건에 의하여 결정되는 경우 이에 대한 출처표시로 지역과 관련성이라는 측면에서 볼 때 지리적표시보다 좁은 의미



[그림 II-1] 지리적 표시 개념간 비교

자료 : (사)대한상표협회. (2011). 국내 지리적 표시제도의 통합화 방안 연구. 서울: 특허청.

- 출처표시(Indication of source)는 마드리드 협정에서 개념을 정의하고 있으며 지리적 기원이 되는 지역을 의미하는 것으로 제품과 지역의 직접적 또는 간접적 연결을 의미
- 원산지명칭(Appellations of Origin)은 리스본 협정에서 개념을 정의하고 있으며 지리적 기원과 제품과의 연결에서 직접적 연결(자연환경적 요소 중시)만 인정하고 명성(reputation)을 제외한 품질(quality)과 특별한 성질(characteristic)에 의해 설명됨
- 지리적표시(Geographical Indication)은 TRIPs 협정에서 개념을 정의하고 있으며 지리적 기원과 제품의 연결에서 직접적(자연환경적 요소) 및 간접적(인적환경 및 문화적 요소) 모두를 인정. 품질(quality), 특별한 성질(characteristic)과 더불어 명성(reputation)을 인정



[그림 II-2] 지리적표시 관련 개념의 특성

자료 : Addor, F., & Grazioli. (2002). Geographical Indications beyond Wines and Spirits : A Rodamap for a Better Protection for Geographical Indications in the WTO TRIPs Agreement. The Journal of World Intellectual Property, 5(6). 863-898.

■ 지리적 표시 대상의 조건

- 해당 지역, 특정 장소 또는 국가에서 비롯되고 지리적 기원이 있어야 함
- 지리적 원산지에서 기인하는 특수한 품질, 명성 또는 기타 특성을 지녀야 함
- 해당 상품의 '생산, 가공 준비과정이 동시 또는 각각' 해당지역에서 이루어져야 함(지역과의 연계성)

지리적 표시권의 요건

1. 지리적 표시권은 반드시 상품을 나타내는 것
 - 지리적 표시는 출처를 나타내기 위해 상품에 대하여 사용하는 표지를 말함(상품의 출처지로 지정된 어떤 장소에서 유래하였음을 의미)
 - 1) 해당 상품이 갖는 특징과 지리적 출처 사이에 직접적인 관련성이 없는 단순 지리적 출처 표시
 - 2) 해당 상품이 갖는 특징과 품질 사이에 관련성이 있는 품질 관련 지리적 출처 표시
 - 반드시 직접적인 지리적 명칭일 필요 없음 → 단어-문구의 형식 또는 상징적인 심볼이거나 엠블럼(emblem) 형식도 보호 받음
2. 반드시 지정된 지리적 원산지에 본질적으로 비롯된(essentially attributable to its geographical origin) 품질, 명성 또는 기타 특징을 가져야 함
 - 상품은 생산·제조 및 가공된 국가, 지역 또는 지방의 명칭으로 표현되어야 하지만 행정구역상의 명칭에 한정되는 것은 아님 → 생산·제조 또는 가공이 어느 특정한 곳에서 이루어져야 하는 것 아님(상품의 특성이 생산·제조 또는 가공 중의 어느 하나에서 기인한 것이라도 상관 없음)
 - 지리적표시의 대상인 상품의 종류에는 제한이 없음(농산물, 수산물, 그 가공품뿐만 아니라 수공업품도 포함)
3. 상품의 특성이 존재해야 함
 - 특정 지역에서 생산·제조 및 또는 가공된 상품이 다른 지역에서 생산·제조 또는 가공된 상품과는 차별되는 품질의 기타 특성이 있거나 일반인으로부터 명성을 획득해야 함
4. 생산지와 특성의 연계성이 있어야 함
 - 상품의 특성이 지리적 원산지와 연관되어야 하므로 지역에서 생산, 제조 또는 가공되었다는 것만으로는 지리적표시로 인정되지 않음
 - 상품의 품질 또는 명성 등은 지역의 자연환경이나 독특한 기법 등으로부터 기인하여야 함
 - 상품의 특성이 특정한 지리적 지역을 통하여 기인되었음을 식별하는 기준으로 일정한 수준의 동질성(homogeneity) 요구

2. 지리적 표시제 유사 제도 비교

가. 지리적표시 단체표장권

■ 지리적표시 단체표장의 개념

- 상품이나 서비스 제공자가 공동으로 설립한 법인이 직접 사용 또는 소속단체원에서 사용하게 하는 표장
 - 단체표장권은 상표권에 포함되며 파리협약 제7조의 2 규정에 의해 지식재산권으로 보호 받음(보호 요건은 동맹국의 법령에 위임)
 - 단체표장권을 등록 받을 수 있는 자는 상품을 생산·제조·가공·판매하거나 서비스를 제공하는 자가 공동으로 설립한 법인이며 법인은 자기의 단체표장 등록 가능

<표 II-3> 단체표장의 특징

구분	내용
법인 직접 사용 또는 단체원 사용 표장	<ul style="list-style-type: none"> □ 단체표장은 법인 자신이 사용하기 위한 것 뿐만 아니라 법인의 감독하에 있는 단체원이 영업에 관한 상품에 사용하기 위한 표장 □ 권리자 스스로의 직접적인 사용을 목적으로 하는 통상적인 상표와 구별
영리를 목적	□ 단체표장과 상표는 영리를 목적(업무표장과 다름)
출처표시 및 품질보증 기능이 강함	<ul style="list-style-type: none"> □ 단체표장은 다수의 단체원이 다 같이 공동으로 사용한다는 점에서 출처표시 및 품질보증 기능이 상표에 비해 강함 □ 「상표법」에서 상품 출처의 혼동 또는 품질의 오인을 방지하기 위하여 단체표장을 사용할 자의 범위와 조건을 요구하는 제한 규정

- 협동조합이나 자선단체 등에서 표지로 사용하는 것도 상표라고 할 수 있음

■ 지리적표시 단체표장 특징

- 지리적표시 단체표장권이란 지리적표시를 사용할 수 있는 상품을 생산·제조 또는 가공하는 자가 공동으로 설립한 법인이 직접 사용하거나 그 소속단체원에게 사용하기 위한 표장에 주어지는 권리 → 일정한 목적으로 계속 반복하여 영업하기 위한 자기의 상품을 업으로 영위하기 위한 법인의 정관이 있어야 함
- 지리적표시 단체표장 사용에 관한 정관에는 ① 지리적표시 단체표장을 사용하는 소속단체원의 가입 자격·가입조건 및 탈퇴, 단체표장의 사용조건, 지리적표시 단체표장의 사용조건을 위반한 자에 대한 제재 등이 포함, ② 상품의 특정 품질·명성 또는 그 밖의 특성, 지리적 환경과 상품의 특정 품질·명성 또는 그 밖의 특성과 본질적 연관성, 지리적표시의 대상 지역, 상품의 특정 품질·명성 또는 그 밖의 특성에 대한 자체 관리 기준 및 유지·관리 방안 등이 구체적으로 구비
- 지리적표시 단체표장은 상품에 한하여 보호 & 상품의 종류에는 제한이 없음
- 지리적표시 단체표장 등록을 위해서 특정 지역에서 생산·제조 또는 가공된 상품이 다른 지역에서 생산·제조 또는 가공된 상품과 구별되는 품질·명성, 생산방법 또는 그 밖의 특성이 있어야 함(특정 품질·명성, 생산방법 또는 그 밖의 특성 중 어느 하나라도 특정 지역에서 기인해야 함)

나. 지리적표시 증명표장

■ 지리적표시 증명표장의 개념

○ 증명표장(Certification Mark)이란

- 상품의 품질, 원산지, 생산방법 또는 그 밖의 특성을 증명하고 관리하는 것을 업(業)으로 하는 자가 타인의 상품에 대하여 그 상품이 품질, 원산지, 생산방법 또는 그 밖의 특성을 충족한다는 것을 증명하는 데 사용하는 표장
- 증명표장은 일반적인 상표와 달리 상품 출처표시를 목적으로 사용되는 것이 아님
- 증명표장은 증명표장권자가 사용하는 것이 아니고 증명의 기준을 충족하는 타인이 사용
- 상업적 출처나 타인의 상품과 서비스업과 자신의 상품 및 서비스업을 식별시키기 위한 표시가 아닌 특정 상품 또는 서비스의 품질이나 특성을 보증하기 위한 것

○ 지리적표시 증명표장이란

- 지리적표시를 증명하는 것을 업으로 하는 자가 타인의 상품에 대하여 그 상품이 정해진 지리적 특성을 충족한다는 것을 증명하는 데 사용하는 표장
- 지리적표시 증명표장 등록을 받을 수 있는 자는 상품의 품질, 원산지 생산방법이나 그 밖의 특성을 업으로 증명하고 관리할 수 있는 자
- 단체표장권과 달리 법인뿐만 아니라 개인도 출원인 적격을 가짐 → 개인도 지리적표시 증명표장권을 등록받을 수 있음(개인이 지리적 특성에 관한 사항을 관리·감독하는 것이 사실상 어렵기 때문에 능력 유무에 대한 엄격한 심사 요구)
- 자기 영업에 관한 상품에 대한 사용은 허용되지 않음
- 상품에 한하여 보호되며 상품의 종류에 제한이 없음 → 농수산물 및 그 가공품뿐만 아니라 공산품을 포함한 수공업품도 지리적표시 증명표장으로 보호 받을 수 있음

다. 지리적표시 단체표장과 증명표장 비교

■ 보호 목적에서의 차이

- 단체표장은 특정 단체에서 표장의 사용자를 특정 vs 증명표장은 상품 또는 서비스의 특정 표준을 언급
- 단체표장권은 단체표장을 소유한 단체의 구성원인 특정 기업만 이용 vs 증명표장은 정해진 표준을 준수하는 모두가 동일한 마크를 이용(상품의 품질을 보증하기 위한 공익적 목적으로 사용)

■ 사용자에서의 차이

- 증명표장은 증명의 기준을 충족하는 타인이 사용하고 상업적 출처나 타인의 상품과 서비스업과 자신의 상품 및 서비스업을 식별시키기 위한 표시가 아니라 특정 상품 또는 서비스의 품질이나 특성을 보증하기 위한 것
- 단체표장은 사용자가 하나의 단체 또는 법인을 구성한 Closed-shop 원칙 적용 vs 증명표장은 사용자가 단체의 구성원 또는 법인의 비조합원인지 여부에 관계없이 Open-shop 원칙이 적용(증명표장은 생산자단체가 아닌 인증기관이 권리 소유)

3. 지리적표시제 의의

■ 지리적표시의 기능

- 지리적표시를 통하여 시장 차별화를 통한 생산품 및 가공품의 부가가치 향상 및 지역경제발전 가능
- 생산자 단체가 품질 향상에 노력함으로써 생산품에 대한 품질 향상 촉진
- 생산자단체 간의 상호 협조체계가 원만히 구축될 경우 단체 간 생산 품목의 전문화를 이룸으로써 산업의 지역 특화 유도
- 보호 상품의 품질을 믿고 구입할 수 있게 되어 소비자 보호
- 지역 문화유산 보존의 효과

<표 II-4> 지리적 표시의 기능

기능	내용
출처표시	<ul style="list-style-type: none"> □ 소비자는 지리적표시에 의하여 상품이 어떤 지역에서 기원한 것인지 판별 □ 다른 지역에서 유래하는 상품과 구별하는 식별기능과 관련 □ 상표의 출처표시 기능은 상품 주체의 출처를 표시하는 한편, 지리적 표시는 생산된 지역의 출처를 나타냄
품질보증	<ul style="list-style-type: none"> □ 소비자는 상표가 부착된 상품은 동일한 상품의 품질을 갖추고 있을 것이라고 기대 □ 출처표시와 결부되어 지리적표시를 사용하는 자의 신용을 유지하고 촉진하는 역할
지역문화 보존	<ul style="list-style-type: none"> □ 지역특산품의 지리적표시는 지역의 자연환경의 지리적 요인과 인적·문화적 요인에 의해 장시간 특정한 지역민의 고유한 생산방식과 전통이 축적된 문화유산 □ 지역특산품을 통해 지리적 요인에 기반한 상품의 품질 특성을 유지하고 전통의 생산방식을 발전시켜 문화적 가치를 재창출하는 등 지역 문화를 보존하는 기능 수행
기타	<ul style="list-style-type: none"> □ 지적재산권의 하나로 소비자에게 구매를 유도하고 소비를 촉진하는 등 광고적 역할 □ 광고적 기능이 장기간 발휘되고 축적되면 무형의 재산적 가치가 증대되고 지리적 표시의 사용자에게 중요한 자산으로 평가

자료 : 김종우. (2020). 지리적표시제에 관한 법제도 개선방안 연구: 부안오디 심사 사례를 중심으로. 한국방송통신대학교 대학원 석사학위논문.

○ 지식재산권(Intellectual Property Rights: IPR)은 선진국에 유리

- 지식재산권은 선진국들이 제도의 운영에 대한 오랜역사로 절대적으로 유리한 통

상영역(누적된 다수의 특허, 저작권 보유)

- IPR 영역은 장기간 사회문화 및 역사적 관련 상품을 제3지역으로 유출, 영향
→ 해당 영역 권한강화를 통한 일방적 이익을 취할 수 있는 분야
 - 유럽연합(European Union: EU)은 IPR 영역 중 지리적 표시제(Geographical Indications: GI)에 대해 선도적 역할 담당
 - 유럽위원회 산하 농업농촌개발총국(Directorate-General for Agriculture and Rural Development)이 GI 영역을 담당 → GI 분야 이슈의 확장 및 제도의 심화를 위해 다자 및 양자간 통상협상에서 해당 이슈 선도
 - GI 보호를 통해 생산지를 위한 공정한 경쟁 보장 & 소비자에게 생산지 또는 제품의 특성에 대한 신뢰를 제공
- WTO에서 GI 규정 포괄 but, GI 관련 법제에 관한 보호를 회원국에 일임
- GI와 관련한 법제에 관한 보호를 회원국에 일임하고 있기 때문에 각국의 보호 체계에 차이가 있음
 - EU는 지역 내 GI 보호수준이 높으며, GI 관련 상품의 지역외 수출량이 많음 → 양자간 통상협상을 통해 GI의 국제규범 수준을 상승시키고자 노력
- GI 제도의 긍정적 영향에 대한 연구물 다수
- Agostino & Trivieri(2014)는 1995-2009년 GI가 국제규범화한 초기 시기 프랑스, 이탈리아 및 스페인의 GI 제도가 수출에 긍정적인 영향을 미침을 중력이론을 통해 검증
 - Sepúlveda et al. (2010)은 스페인 아르곤(Aragón)에 위치한 PGI 등록 양을 생산하는 농부를 대상으로 설문조사를 실시하여 생산에 대한 농민의 태도 분석으로 GI가 인증에 그치지 않고 지속적 보호·관리가 필요한 제도라고 주장
- WIPO는 2015년 GI 내용을 강화하는 제네바법(Geneva Act of the Lisbon Agreement on Appellations of Origin and Geographical Indications) 채택
- 미국, 호주 등 다수의 WIPO 회원국 반발이 있었으나 프랑스와 이탈리아를 주축으로 한 리스본 동맹국과 유럽연합(EU)은 지리적 표시가 기존 리스본 협정의 원산지명칭과 별반 다르지 않다는 논리를 앞세워 ‘원산지명칭 및 지리적 표시에 관한 리스본 협정 제네바법’ 채택
 - 조약의 채택 및 협의 과정에 대한 논란을 차치하고라도 강화된 GI가 명확한 국제규범이 되어 영향을 미침에 따라 대응의 다각적 모색 필요
 - 강화된 조약으로 다음과 같이 각 국에 영향
1. GI의 다자간 협약 틀을 제공함으로써 양국의 교역 중 발생한 제3국 GI 침해 사례에 대한 적극적 개입 방안 마련(1958년 10월 31일 발효된 리스본협약 가입국이 2020년 6월 기준으로 30개 국가¹⁾에 불과하고 EU는 2019년 3월 20일 WIPO 리

1) WIPO 리스본협약 가입국은 알바니아, 알제리, 보스니아 헤르체코비나, 불가리아, 브루키나

스본 협정에 가입하는 데 동의; 국가 이외 기관으로 최초로 동 협정에 가입). 2015년 제네바법 개정 이전, 국가 이외의 기관이 동 협약에 가입할 수 있는 근거가 없었으나 근거를 개정조항에 삽입(GI의 국제규범화를 위한 EU의 전략적 포석)

2. GI의 포괄범위가 농산물, 주류 등 농식품류 외에 비농산물로 대거 확장할 것으로 판단. EU가 리스본 협정의 제네바법에 가입하여 리스본 공동체의 정식 일원이 되는 경우 농산물 및 비농산물에 대한 GI 등록부가 창설되고, EU 회원국은 다른 회원국의 등록 GI를 보호할 의무를 지게 될 것으로 규정. GI 비농산물의 경우 수제품, 토산품, 건축물에 이르기까지 확장(한국정부의 대응 조치 필요). 특정 공예품(ex. 도자기)에 대한 지역 또는 국가 규정, 특정 제품(ex. Solingen 나이프)에 대한 개별 국가 차원에서의 특정 법률 또는 비농산 GI 제품 보호 법규가 시행

- ➔ EU는 다자간 협약에서 GI의 국제규범을 점진적으로 확산시키며 양자 간 협상에서 공격적 협상전략 추진

■ EU는 양자간 협상을 통한 GI 보호전략

○ EU의 GI 보호 단계별 전략

- Frankel(2017)은 EU의 GI 협상에 대해 기능적 측면에서 구조적 3단계 전략을 취하고 있다고 함
- 1단계 : EU는 역내 공동시장에서 GI가 적극적으로 작용되고 있다는 점
- 2단계 : 상대측 시장에서 몇 건의 위반사례가 존재한다는 점 강조
- 3단계 : 협상 대상국이 GI를 운용함으로써 실질적 이익을 취할 수 있다는 점 제시
- ➔ 상대국이 선진제도인 GI를 선도 채택함으로써 주변 경쟁국과의 차별적 이점을 얻을 수 있다는 점을 지적
- ➔ GI의 운용은 농촌개발을 지원하고 이와 관련한 생산, 가공 및 관련 서비스 시장 활성화를 통해 신규 일자리 또한 창출할 수 있을 것이라는 점 강조
- ➔ GI는 단순히 통상영역에서 경제적 가치만을 위해서 중요한 것이 아니라 사회·문화적으로 해당 공동체에 필요한 영역을 보호하는 기재 & 지역사회가 가지는 공동의 자산을 식별하고 다음 세대에게 넘겨줄 수 있도록 보존하는 가치 있는 제도 강조

○ 양자간 협상 상대국을 통한 미국 견제

- EU는 FTA를 협상하는 상대국이 기체결 혹은 체결 진행 중인 미국과의 통상협상을 견제
- EU는 경제적 측면에서 체결하는 FTA에서 특히 대미(對美) 견제를 위한 전략적

페소, 콩고, 코스타리카, 쿠바, 체코, 북한, 도미니카, 프랑스, 가봉, 조지아, 그리스, 아이티, 헝가리, 이란, 이스라엘, 이탈리아, 멕시코, 몬테네그로, 모로코, 니카라과, 북마케도니아, 페루, 포르투갈, 몰도바, 루마니아, 세르비아, 슬로바키아, 스페인, 토고, 튀니지 및 터키

- 통상정책 추진
 - GI에 관한 협상 영역에서도 전략 유지
 - 미국은 GI에 대해 소극적이며 EU가 GI를 적극적으로 확장·심화하는데 견제
 - EU는 2000년대 이후 진행된 대부분의 FTA 협상에서 상대국 지정에서부터 전반 협상영역에서 미국을 견제하는 통상협상을 진행
- EU는 GI를 위해 FTA 내 GI 규정을 두거나, 독자적 GI 협상을 추진해옴
 - 2017년 기준 36개 GI 관련 협상 체결
 - 한-EU FTA 내에서 성공적인 협상 결과를 도출한 이후, EU-캐나다 CEPA, EU-일본 EPA 및 EU-멕시코 FTA 등에서 확대, 심화를 거듭
 - GI 협상에서 EU는 관련 국제규범을 선도하며 품목 수 확대 및 대상영역 확산을 주도하면서도, 상대국이 요구하는 사회문화 맞춤형 방식으로 협상 진행
 - ex) EU-캐나다 CEPA에서 제조유형(Oenological practices) 관행과 제품 사양에 대한 상호인증을 포함하고 와인 및 증류주에 관한 보호범위를 준수 but, EU-중국 GI 양자협력에서는 중국이 선호하는 비농산품에 대한 영역 확대 추구
 - 공격적 양자간 GI 협상을 위해 EU는 지역차원에서 공동시장 내 GI 규범을 강화하는 한편, GI 침해보고서를 발간하여 상품을 보호하며 범적대응을 위한 자료를 집적
 - 2016년 4월 EU 지리적 표시의 규모와 가치(Value), 지리적 표시로 보호되는 제품의 비율과 침해규모를 평가한 지리적 표시에 대한 침해 보고서(Infringement of protected geographical indication for wine, spirits, agricultural products and foodstuffs in the European Union)가 대표적

4. 지리적 표시제 논의 과정

■ 법적 근거는 없지만 중세의 식민지 시대부터 인정

- 중세의 식민지 시대에 특정 지역의 명성을 대표하는 제품 존재
 - 인도의 향신료는 유럽에서 인도까지 유럽인들이 항해하도록 유도
 - 스카치 위스키, 아라비아 말, 다카 모슬린, 카슈미르 카펫, 중국 도자기, 인도 고무, 다마스쿠 식탁용 천 등이 지역에서 명성을 얻어 지역을 대표하는 제품이 됨
- ‘출처지명’이 ‘지리적 표시’의 전조로 볼 수 있음
 - 식민지 및 각 지역의 유명 상품들에 출처지명을 표시하도록 하고 이후 지적 재산의 한 형태로서 지리적 표시에 대한 법적인 개념으로 발전

■ 지리적 표시 보호 국제적 노력은 19C 후반부터

○ (1883년) 파리협약 → (1891년) 마드리드 협약 → (1958년) 리스본협약

- 각각의 협약을 거치면서 지리적표시 보호 노력이 확산
- (1883년) 산업재산권에 관한 파리협약 : 지리적 표시제에 대한 명확한 정의는 불포함, but 지리적표시제도의 중요성을 최초로 인정한 국제적 협약으로 보호대상 산업재산권으로서 '출처표시 또는 원산지명칭'을 포함함으로써 지리적표시제의 국제적 보호 움직임의 효시
- (1891년) 허위·기만적 출처표시 금지에 관한 마드리드 협정 : 파리협정보다 지리적표시제의 보호내용과 범위 측면에서 진전된 협정. 허위 또는 오인을 유발하는 지리적 명칭 혹은 출처표시의 사용을 금지
- (1958년) 원산지명칭보호와 국제등록에 관한 리스본협정 : 보호대상 원산지 명칭에 대한 정의를 ① 지리적 표시는 국가, 지역, 지방의 지리적 이름을 의미하며 그것이 그곳을 원산지로 하는 특정 생산품을 지명하는데 사용되고 그 특정 생산품의 품질과 특성이 배타적으로 혹은 근본적으로 자연적/인적 요소를 포함하는 지리적 환경에 기인해야 함. ② 단순한 출처표시로서의 지리적 표시가 아닌 생산품의 품질과 특성이 해당 지역의 지리적 환경과 연계되어 있을 것을 요구.

* 보호대상 원산지 명칭은 어떠한 변형된 형태 ~kind(류), ~type(형), ~make(제조), ~imitation(모방) 등과 같은 단어를 이용한 결합성 모방사용 금지

○ (1995년) WTO 출범을 계기로 지적재산권보호협정에서 본격 논의되고 규정 → 다자간 규범으로 편입

- 우루과이 라운드 협상과정에서 EU와 그 회원국들이 중심이 되어 TRIPs 협정에 포함(원산지표시와 원산지 명칭의 두 개념 모두 포함)
- * 원산지표시(출처표시) : 상품이나 서비스가 특정 국가, 특정지역에서 기원했다는 것을 나타내는 단어, 기호 또는 도안을 나타냄(마드리드 협정 제1조 제1항)
- * 국내적, 혹은 양자적, 혹은 복수적 이슈에서 국제적 다자적 이슈로 등장하면서 지적재산권의 하나로 인정 & WTO 회원국은 국내법에 수행 의무를 부담

○ EU는 지리적 표시제의 국제적 확산을 위해 DDA협상

- 지리적 표시 등록 상품의 국제적 보호를 위해 다자간 GI 등록시스템을 도입하고 지리적표시 보호대상상품을 확대하고자 제안하여 논의
- 2003년 칸쿤 회의에서 EU는 35개 식품 및 주류를 보호대상품목으로 제출 → 와인 및 증류주와 마찬가지로 치즈, 차, 쌀 등 농산물과 식품에 대해서도 동일한 보호를 받을 수 있도록 하자는 의도
- 쟁점사항은 다자등록시스템의 법적 구속력 및 참가국의 범위 : 미국, 호주 등 신흥 농업국가는 데이터베이스 수준의 자율적인 등록 체제 주장 vs EU, 인도 등 구농업국가는 법적 효력이 모든 회원국을 구속하는 등록 체제를 주장

- EU 등 구농업국은 포도주 및 증류주에 대한 보호 수준을 다른 상품으로 확대할 것을 주장 vs 미국, 호주 등 신농업국가들은 WTO/TRIPS 협정 제22조의 일반적 보호만으로도 충분히 지리적 표시 보호가 가능하다는 근거를 들어 반대

■ 국제기구와 국제협약에 일임

- 세계지적재산권기구(World Intellectual Property Organization), 국제연합 교육과학문화기구(UNESCO) 등의 국제기구
- 파리협약, 베른협약, 로마협약, 특허협력조약, 세계저작권협약, 제네바협약 등 국제협약

<표 II-5> 지적재산권 관련 국제 조약 현황

구분	조약명	내용
산업재산권 관련 조약	산업재산권에 관한 파리협약 (Paris Convention for the Protection of Industrial Property)	<ul style="list-style-type: none"> □ 1883년 3월 20일 프랑스 파리에서 채택 □ 특허를 비롯한 산업재산권 국제화의 시초 □ 특허 등의 출원이나 등록에 있어 외국인을 내국인과 동등하게 대우하는 내외국인 평등 원칙 포함 → 각 국가는 국내 특허권자와 국외 특허권자를 차별하지 않는 범위 내에서 자유롭게 특허법 제정
	특허 협력 조약 (Patent Cooperation Treaty)	<ul style="list-style-type: none"> □ 특허 및 실용신안에 관한 해외 출원절차의 통일화와 간소화 목적 □ 1970년 체결되어 1978년부터 발효 □ 1회의 국제출원으로 출원인 모든 계약국의 특허청에 직접 출원한 효과 발생 □ 지정한 나라에서 특허심사를 받기 전에 국제조사 및 국제예비심사를 받게 함으로써 출원인이 특허요건 충족 여부를 사전에 파악할 수 있도록 함 □ 특허획득가능성이 있는 출원에 대해서만 지정한 나라에서 특허심사를 청구함으로써 번역료, 출원비용 및 대리인 선임료 등의 불필요한 비용 지출 방지
	특허법 조약 (Patent Law Treaty)	<ul style="list-style-type: none"> □ 2000년 스위스 제네바 세계지식재산권기구(WIPO)에서 개최된 '특허법조약 채택을 위한 외교회의'에서 타결(2005년 조약 발효) □ 계약국의 특허절차를 통일화하여 출원을 위한 공식적인 과정 조화
	상표법 조약 (Trademark Law Treaty)	<ul style="list-style-type: none"> □ 1886년 세계지식재산권기구(WIPO) 주관으로 1996년 발효 □ 세계 각국의 상이한 상표법제를 통일화하고 상표출원 및 등록절차 간소화 목적 □ 인터넷발달에 따른 조약 개정수요 발생과 각국 상표 관련 절차의 간소화 및 출원인 편의증진을 위해 WIPO 주관으로 싱가포르 조약 체결(2006년)
	표장의 국제등록에 관한 마드리드 협정에 대한 의정서	<ul style="list-style-type: none"> □ 마드리드협정(Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks)의 문제점을 보완하여 상표의 해외출원절차를 간소화하기 위해 성립



<표 II-5> 계속

구분	조약명	내용
저작권 관련 조약	베른협약 (Berne Convention for the Protection of Library and Artistic Works)	<ul style="list-style-type: none"> □ 문학·예술 저작물 보호를 위한 협약 □ 내국민대우의 원칙, 최소보호의 원칙, 소급효 금지의 원칙, 무방식주의 표명 □ 최소 보호의 원칙(Principle of Minimum Protection)에 따라 동맹국 상호간에 보호 정도의 차이에 따라 발생할 수 있는 문제점을 보완하기 위해 모든 동맹국에게 일정한 수준의 보호 요구 □ 최소보호의 원칙은 보호받는 저작물과 권리의 종류, 보호기간, 권리의 제한 등 여러 방면에 걸쳐 있음
	로마협약 (Rome Convention for the Protection of Performers, Producers of Phonograms and Broadcatsting Organization)	<ul style="list-style-type: none"> □ 실연가, 음반제작자, 방송사업자 보호에 관한 국제조약(1961년 채택) □ 고정권, 방송권, 보상청구권 등 최소한의 보호기준 설명에 관한 협약 □ 보호기간은 음반의 경우 고정된 이후부터, 실연과 방송은 실연과 방송된 시점부터 20년
	WIPO 저작권 조약 (WIPO Copyright Treaty)	<ul style="list-style-type: none"> □ 디지털 환경에서의 적절한 저작권 보호를 위해 1996년 스위스 제네바에서 체결 □ 온라인상에서 저작물 이용에 대한 저작자의 권리를 명확히 하고 디지털 형태의 저작물 보호를 위한 기술적 수단(기술적 보호조치 및 권리관리정보)을 보호하는 것을 골자

제2절

지리적표시관련 국제적 논의

1. 다자간 협상에서의 지리적 표시제

가. 파리협약

- 1883년 지리적 표시의 보호를 최초로 규정한 국제조약 : 지리적 표시를 국제적인 협상에 중요한 문제로 다루게 됨

파리협약 제1조 제2항 :

산업재산권의 보호는 특허, 실용신안, 의장, 상표, 서비스 마크, 상호, 출처표시(원산지표시) 또는 원산지명칭 및 부정경쟁의 방지를 그 대상으로 함

- 원산지명칭이 협약에 의해 보호되는 산업재산권 범위에 포함
 - 원산지명칭의 개념에 대한 명확한 정의를 내리지 않음
 - 제2조에서 자국의 지리적 표시가 각 동맹국이 보호해 주는 정도에 따라 보호되며 그렇지 않은 경우에는 자국에서도 그 동맹국의 지리적 표시를 보호하지 않게 된다는 내국민 대우의 원칙을 규정

파리협약 제9조 : 표시, 상표 이름, 불법상표 또는 상표가 부착되어 있는 물품의 압류 등에 관한 사항

- (1) 상표 또는 상호가 불법으로 표시된 모든 물품은 법적 보호를 받을 자격이 있는 연합 국가에 수입될 때 압류됨
- (2) 압류는 부정한 부착이 발생한 국가 또는 물품을 수입한 국가에서도 행해짐
- (3) 압류는 자연인 또는 법인을 막론하고 검찰 등의 관할기관, 이해관계인의 요청에 따라 각국의 국내입법에 따라 행해짐
- (4) 당국은 운송 중 물품을 압류할 의무가 없음
- (5) 국가의 입법이 수입에 대한 압류를 허용하지 않을 때에는 압류는 수입금지 또는 국내에서의 압류로 갈음함
- (6) 해당 국가의 법률이 수입에 대한 압류, 수입금지, 국내에서의 압류를 허용하지 않는 경우, 이에 따라 법률이 개정될 때까지, 이러한 조치들은 해당 국가의 법률에 따라 국민에게 제공되는 조치와 구제책으로 대체되어야 함

- 제9조에서 불법하게 상표 또는 상호를 부착한 상품의 수입 등에 관한 압류 규정
 - 압류는 부정한 부착이 발생한 국가 또는 수입한 국가 모두에서 행해지고 해당 국가의 입법에서 수입에 대한 압류를 허용하지 않을 때 압류는 수입 금지로 대체되거나 국내에서 압류로 대체됨



파리협약 제10조 : 잘못된 표시(원산지 또는 생산지의 신원에 대한 허위표시가 있는 물품의 수입 등)에 관한 압류

(1) 제9조는 물품의 출처 또는 생산자/제조자/상인의 신분을 허위로 표시한 것을 직/간접적으로 사용하는 경우에 적용

(2) 자연인 또는 법적 실체로의 생산자, 제조업자, 상인은 상품의 생산과 제조 또는 거래에 참여하고 지역적으로 거짓으로 표시된 출처, 그러한 상황의 지방, 거짓으로 표시된 국가 어떤 경우에도 이해당사자로 간주되어야 함

- 제10조에 원산지명칭이라는 용어가 명시되어 있으나 상품의 출처로 간주되어 “출처표시(indication of source)”에 포함되어 있음
- 제11조는 출처의 오해 소지가 있는 표시로부터 보호하기 위한 근거 제시 → 회원국에게 불공정한 경쟁으로부터 보호를 제공할 의무를 부여하고, 금지되어야 할 모든 행위의 목록을 포함하지만 조항을 위반하는 것에 대한 어떤 특별 구제책도 제공하지 않음
- 제19조에서 당사자들이 “산업재산보호를 위한 특별 협정을 맺을 수 있도록” 허용하고 있음

<표 II-6> 파리협약에서 지리적 표시 관련 주요 내용

조	항	내용
제1조 (동맹의 설립; 공업 소유권의 범위)	제1항	□ 협약에 적용되는 국가는 공업소유권의 보호를 위한 동맹 구성
	제2항	□ 공업소유권의 보호는 특허, 실용신안, 의장, 상표, 서비스 마크, 상호, 원산지표시 또는 원산지명칭 및 부당경쟁의 방지를 대상
	제3항	□ 공업소유권은 최광의로 해석되며 공업 및 상업뿐만 아니라 농업 및 채취산업과 포도주, 곡물, 연초엽, 과일, 가축, 광물, 광수, 맥주, 꽃 및 곡분과 같은 제조 또는 천연상품에도 적용
제2조 (동맹국 국민에 대한 내국민 대우)	제1항	□ 동맹국의 국민은 모두 동맹국에서 공업소유권의 보호에 관하여 협약에서 정하는 권리를 침해하지 아니하고 동맹국의 법령이 내국민에 대하여 부여하고 있거나 장래 부여할 이익을 향유 → 동맹국의 국민은 내국민에게 과하는 조건 및 절차에 따를 것을 조건으로 내국민과 동일한 보호를 받으며 권리의 침해에 대하여 내국민과 동일한 법률상 구제 가능
	제2항	□ 동맹국의 국민에 의한 공업소유권의 향유에 있어서 보호의 청구를 하는 국내에 주소 또는 영업소를 가질 것을 조건으로 하지 않음
	제3항	□ 사법상/행정상 절차, 재판 관할권 및 공업소유권에 관한 법령상 필요로 하는 주소의 선정 또는 대리인의 선임에 대해서는 각 동맹국의 법령이 정하는 바를 따름
제3조 (일정분야의 개인에 대한 동맹국 국민과 동일한 대우)		□ 비동맹국의 국민으로서 어느 동맹국 영역 내에 주소 또는 진정하고 실효적인 공업상 또는 상업상의 영업소를 가진 자는 동맹국의 국민과 같이 취급

<표 II-6> 계속

조	항	내용
제7조의 2 (상표· 단체상표)	제1항	□ 동맹국은 본국의 법령에 반하지 아니하는 한 단체에 속하는 단체상표의 등록을 인정 및 보호를 약속(단체가 공업상 또는 상업상의 영업소를 가지지 않는 경우에도 같음)
	제2항	□ 동맹국은 단체상표가 보호되어야 할 특별한 조건을 판단하며 공공의 이익에 반하는 단체상표에 대하여는 보호 거절 가능
	제3항	□ 존재가 본국의 법령에 반하지 않는 단체에 대해 보호가 주장되는 동맹국에서 설립되지 아니하였다는 것 또는 보호가 주장되는 동맹국의 법령에 따라 구성되지 않았다는 것을 이유로 단체상표의 보호를 거절할 수 없음
제9조 (상표상호)	제1항	□ 불법하게 상표 또는 상호를 붙인 상품은 그 상표 또는 상호에 대한 법률상의 보호가 인정되고 있는 동맹국에 수입될 때 압류
	제2항	□ 압류는 상품에 불법하게 상표 또는 상호를 붙이는 행위가 행하여진 동맹국 또는 그 상품이 수입된 동맹국에서도 행해짐
	제3항	□ 압류는 검찰관 기타의 권한있는 당국 또는 이해관계인(자연인 이거나 법인 불문)의 청구에 의하여 각 동맹국의 국내법령에 따라 행해짐
	제4항	□ 당국은 통과와 경우에는 압류함을 요하지 아니함
	제5항	□ 동맹국의 법령이 수입시의 압류를 인정하지 않는 경우에는 수입의 금지 또는 국내에서 행하는 압류로 대신
	제6항	□ 동맹국의 법령이 수입시의 수입의 금지 및 국내에 있어서 압류를 인정하지 않는 경우에 법령이 개정될 때까지 그 동맹국의 법령이 동일한 경우에 내국민에 대하여 보장하는 소송 및 구제절차가 대신
제10조 (허위표시)	제1항	□ 제9조의 규정은 상품의 원산지 또는 생산지, 제조자 혹은 판매인에 관하여 허위 표시의 직접적 또는 간접적 사용의 경우에도 적용
	제2항	□ 상품의 생산, 제조 또는 판매에 종사하는 생산자, 제조자 또는 판매인으로서 원산지라고 허위로 표시된 지역, 그 지역이 있는 지방, 원산국이라고 허위로 표시된 국가 또는 원산지에 관한 허위의 표시가 행하여지고 있는 국가에 있는 자는 자연인 이건 법인이건 불문하고 모든 경우에 있어서 이해관계인으로 간주



<표 II-6> 계속

조	항	내용
제10조의 2 (부당경쟁)	제1항	□ 동맹국은 동맹국의 국민에게 부당경쟁으로부터의 효과적인 보호를 보장
	제2항	□ 공업상 또는 상업상의 공정한 관습에 반하는 모든 경쟁행위는 부당 경쟁행위를 구성
	제3항	□ 다음의 것은 금지 - 여하한 방법에 의함을 불문하고 경쟁자의 영업소, 상품 또는 공업상 혹은 상업상의 활동과 혼동을 일으키게 하는 모든 행위 - 거래의 과정에 있어서 경쟁자의 영업소, 상품 또는 공업상 혹은 상업상의 활동에 관하여 신용을 해하게 할 허위의 주장 - 거래의 과정에 있어 상품의 성질, 제조방법, 특질, 용도 또는 수량에 대하여 공중을 오도할 표시 또는 주장
제10조의 3 (상표, 상호, 허위표시, 부당경쟁의 구제수단과 청구권)	제1항	□ 동맹국은 제9조, 제10조 및 제10조의 2에 언급된 모든 행위를 효과적으로 억제하기 위하여 적절한 법률상의 구제수단을 타 동맹국의 국민에게 부여할 것을 약속
	제2항	□ 동맹국은 제9조, 제10조 및 제10조의 2에 언급된 행위를 억제할 목적으로 동맹국은 이해관계를 가진 생산자, 제조자, 또는 판매인을 대표하며 또한 그 존재가 본국의 법에 배치되지 않는 조합 및 단체에 대하여 법률적으로 인정되는 한도 내에서 사법적 수단으로 제소하거나 행정기관에 이의신청을 할 수 있도록 하는 조치를 규정할 것 약속

자료 : 법제처 (2021). 공업소유권의 보호를 위한 파리협약 (retrived from <https://www.law.go.kr>. 2021. 12. 12)

산업재산보호를 위한 파리협약의 의의

- 파리협약 제1조 제2항은 출처 표시(indication of source)와 원산지 명칭(appellations of origine: AO)를 포함한 산업재산 개념을 설정(Giovanucci et al, 2009)하고 있으며 제1조 제3항에서 농산물(agricultural product)과 천연물(natural products) 모두를 포함하는 넓은 의미로 이해되어야 한다고 명시
 - 출처표시(indication of source) : 품질이나 평판에 대한 요소의 언급 없이 제품이나 서비스가 특정 국가, 지역, 장소에서 유래하였음을 나타내기 위한 표현 또는 표시
 - 원산지명칭(appellation of origine) : 제품의 독특한 특성과 생산 지역 또는 사용된 기술 사이의 특별한 연계를 포함하여 출처표시보다 한 단계 더 나아간 개념(Addor & Grazioli, 2002)
- 지리적표시(geographical indicator)는 특허(patent), 상표(trademark)와 같은 지적재산권과 같은 수준의 보호

- 제10조에서 침해 시 보호조치 및 구제방안을 설정하고 있으나 허위이거나 오해의 소지가 있는 GI의 사용에 한하여 심각한 사기사례로부터만 원산지 표시나 상표 보호
- 구제책으로는 국경에서 수입을 차단하고 원산지 표시를 부적절하게 사용한 경우 압수할 수 있도록 함
- 보호 수준의 낮음과 제한적인 구제수단의 한계가 있지만 상당한 국가(117개국)의 서명으로 지적재산권 국제적 보호 강화에 기여

나. 마드리드 협정

■ 출처표시에 한정하여 상품 출처의 거짓 또는 기만적 표시 억제

- 제1조에서 지리적표시의 개념을 ‘상품의 출처국 또는 출처지(the country or place of origin)로 표현
 - 정식명칭은 Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on Goods으로 현재 가입국 수가 36개국으로 파리협약보다 현저히 적음

■ 출처의 거짓과 기만적인 표시를 억제하기 위해 구체적 규정을 제공하는 최초의 다자간 협정

- 잘못된 표시와 출처의 기만적인 표시로 보호 확대
 - 파리협약에 의한 보호 수준을 크게 추가하지 않지만 잘못된 표시와 더불어 기만적인 표시에까지 보호를 확대
 - 출처에 대한 기만적인 표시는 재화가 기원하는 곳의 진정한 이름이 될 수 있지만 그림에도 불구하고 재화의 진정한 기원과 품질에 관하여 구매자를 혼란스럽게 함
 - 허위의 지리적 표시 뿐만 아니라 기만적 출처표시(the false of deceptive indications of source)에 대해서도 적용하여 진정한 출처표시를 했으나 수요자에게 오인을 야기하는 경우에도 제재 대상에 포함
- 제3조의 2에서 모든 상업적 의사전달 수단에서 기만적 표시의 사용 금지
 - 1934년에 추가된 제3조의 2에서는 상품의 판매, 전시, 주문과 관련해서 상품의 출처에 대해 공중을 기만할 우려가 있거나, 또는 표지, 광고, 송장, 와인리스트(wine list), 업무서류 등 모든 상업적 의사전달 수단에 나타낼 수 있는 퍼블리시티권(publicity) 성격의 모든 표시의 사용 금지

마드리드 협정 제3조의 2

계약이 적용되는 국가는 상품의 판매, 전시 또는 판매와 관련하여 상품의 출처에 대해 대중을 속일 수 있는 표지, 광고, 송장, 와인 리스트, 업무서류 등 모든 상업적 의사전달 수단의 사용을 금지

- 지리적표시 보호와 일반명칭화 여부는 가입국의 법원에서 결정
 - 와인(wine) 산지에 관한 지역명칭에 대해서는 예외를 규정하고 있지만 지리적표시가 협정에 의해 보호되는 지리적 표시인지 또는 개별 국가에서 관용적으로 사용하고 있어 일반명칭화(become generic)된 지리적 표시인지에 관해서는 각 가입국의 법원에서 결정하도록 함

마드리드 협정 제4조

각국의 법원은 일반적인 성격으로 인해 포도나무 생산물의 출처에 관한 지역 명칭과 본 조항에 의해 명시된 보류 대상에서 제외된 본 계약의 조항이 적용되지 않는 명칭을 결정

- 자국의 법원이 지리적 표시에 대하여 자국에서 일반적으로 사용하는 종류명칭 등 일반명칭으로 결정하게 되면 그 지리적표시에 대해서는 보호 의무가 없게 됨

■ 마드리드 협정은 파리협약보다 한층 진전된 국제적 보호 협정

- 파리협약이 규정하고 있는 지리적 표시의 보호 내용보다 내용이나 범위가 진전
 - 마드리드 협정은 파리협약이 규정하고 있는 지리적표시의 보호내용보다는 내용이나 범위가 한층 진전된 국제적 보호 협정으로 볼 수 있음
 - 지리적표시의 실질적 보호를 위한 다음의 주요한 요소들이 실현되지 못하고 있음
 - 보호되는 지리적표시를 결합하고 있는 경우에 있어서의 지리적표시 보호문제에 대해서는 자세한 언급이 없는 점
 - 수입 및 국내 거래에서만 압류를 할 수 있고 수출입물품이 단순히 자국을 통과하는 경우에는 압류를 할 수 없도록 하고 있는 점
 - 기타 가입국에 대해 민사상 또는 형사상의 제재조치가 규정되어 있지 않다는 점
 - ➔ 파리협약과 마찬가지로 원칙적으로 각 가입국의 국내법에 따를 수 밖에 없음

물품에 대한 허위 또는 기만적인 출처 표시의 제한을 위한 마드리드 협정의 의의

- 협정의 주요 목적이 지리적표시(geographical indications : GI)의 보호 강화
- 유럽 등 구세계 중심의 지리적표시 강화 움직임에 대한 신세계(미국, 캐나다, 호주 등)의 반대로 31개국만 서명
- 파리협약과 마찬가지로 국경에서의 보호를 보장해 원산지를 거짓으로 표시한 수입품에 대한 압류 허용(제1조 제1항, 제1조 제3항)

□ 특정 출처 표시의 사용이 광범위해 표시의 희석을 막기 위해 제품군을 지칭하는 통칭이 발생하는 출처 표시의 'Genericide*'에 대응하는 조항 추가

* Genericide : 특정 브랜드가 제품의 전체 카테고리의 일반명이 되는 과정

다. 리스본협정에서 원산지 명칭의 개념

리스본협정 제2조 제1항 :

원산지 명칭(appellation of origin)이란 일정한 지역에서 기원한 상품과 품질 그리고 자연적이며 인적인 요소를 포함하는 배타적 또는 필연적으로 지리적 환경에 기인하게 된 특성 등을 나타내는 국가, 지역 또는 산지 등과 같은 지리적 명칭을 의미

■ 리스본협정에서 원산지명칭을 지리적 명칭(Geographical name)으로 정의

- 생산품 지칭을 지리적 명칭에 한하는 개념
 - 생산품을 지칭하는 데 있어서 국가, 지역 또는 지방 등과 같은 직접적인 지리적 명칭에 한하는 개념
 - 비지리적인 명칭이나 엠블렘(emblem) 등은 포함되지 않는 개념
- 원산지 명칭은 지리적 환경과 품질 및 특성과의 관련만을 요건
 - 지역의 지리적 환경으로부터 연유된 특질과 특성을 가지는 생산품을 지칭하지만 명칭이나 평판까지는 포함하지 않는 개념

<표 II-7> 리스본 협약의 내용

조	항	내용
제2조 조항설립목적	-	지리적 표시도 리스본 협약상의 원산지명칭과 동일한 내용으로 보호
제7조 수수료	제4항	리스본협약에서는 원산지명칭 등록 시 WIPO에 단일 수수료만을 납부하도록 하고 있는 데 반해, 제네바법에 따르면 WIPO에 납부하는 국제등록료와 별도로 각 체약국은 자국법 체계에 따라 지리적 표시 국제등록 시 실제심사에 소요되는 비용 및 필요한 행정수수료를 받을 수 있도록 함
제11조 기원 및 지명 표시의 등록 명칭에 대한 보호	제1항	같은 종류의 상품이 경우는 물론 서로 다른 종류의 상품인 경우에도 지리적 표시 수혜자(beneficiaries)의 이익을 저해할 우려가 있거나 부당한 방법으로 지리적 표시의 명칭을 저해 또는 희석하거나, 부당한 이익을 얻기 위한 사용이 금지되며, 상품의 진정한 출처가 표기되었다 하더라도 이를 모방하는 수준에 이르는 사용 또한 금지



<표 II-8> 계속

조	항	내용
제11조 기원 및 지명 표시의 등록 명칭에 대한 보호	제2항	지리적 표시가 번역되어 사용되거나 스타일, 유형, 양식, 생산, 도망, 방법, 생산된 것과 같이, 처럼, 유사한 등의 용어가 수반되는 경우에도 그 사용을 금지
	제3항	상표 사용이 이와 같은 결과로 이어질 것으로 보이는 경우에 계약국은 후순위 상표의 등록을 거절 또는 무효화
제12조	-	등록된 지리적 표시는 계약국 내에서 일반명칭 또는 관용명칭화되지 않음
제13조	제1항	지리적 표시와 상표권 등 다른 권리와는 관계에 대해서 다음과 같은 규정을 뒀음. 즉 등록된 지리적 표시라 하더라도 선의로 등록 또는 사용된 선행상표의 권리를 침해하지 않도록 함
	제2/3항	개인의 성명 또는 동식물의 명칭의 경우는 공중을 오인하는 방법으로 사용되지 않는다면 이를 사용할 권리를 침해하지 않는 것
	제4항	선행상표, 기타 권리를 이유로 행해진 지리적 표시 보호 거절결정의 철회 또는 보호결정으로 인해 보호받게 되는 지리적 표시는 원칙적으로 선행상표, 기타 권리를 침해하지 않는 것으로 함

원산지 보호 및 등록에 관한 리스본 협정

- 최초 25개국에 서명에 불과
- 원산지 명칭(AO)의 보호는 제2조에 규정된 "국가, 지역, 지방의 지리적 명칭으로서, 원산지의 품질이나 특성이 자연과 인간을 포함한 지리적 환경에 배타적으로 또는 본질적으로 기인한다"는 것을 주된 목표
- 보호의 범위가 제품 출처의 진실성을 보장하는 것에 국한되지 않고 지리적 영역과 근본적 또는 배타적으로 연계된 특징이나 품질이 있어야 함 → 원산지명칭(appellation of Origin) 보호의 개념 적용(프랑스의 테루아르[Terroir] 개념을 국제적 차원에서 구체화)
- 원산지명칭의 높은 보호 수준(kind, type, make, like 등의 표현 사용 허용되지 않음) → TRIPs 협정에서 와인에 적용하는 높은 보호 수준
- 상표에 부여된 것과 유사한 수준의 보호를 촉진하고자 하는 원산지명칭의 국제 다자간 등록 시스템의 설립 규정
- 다자간 수준에서 최고의 보호를 제공하는 협정
- 원산지명칭의 개념 구체화 및 보호 수준 강화가 주된 특징 → 모호한 '출처 표시(indications of source)'의 개념보다 '원산지명칭(appellations of origine)'의 개념으로 보호
 - 출처의 표시는 단지 상품이 특정한 장소에서 만들어졌다는 것을 나타내는 반면, 원산지명칭은 장소의 속성(ex. 토양, 날씨, 기후)과 완제품의 물리적 특성 사이의 더 깊은 연관성을 암시

라. TRIPs 협정에서의 GI 개념

TRIPs 제22조 제1항 :

협정의 목적상 지리적 표시(Geographical Indications)란 상품의 특정 품질, 명성, 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 지리적 근원에서 비롯되는 경우, 회원국의 영토 또는 회원국의 지역 또는 지방을 원산지로 하는 상품임을 명시하는 표시

■ WTO에서 지리적표시(GI) 논의 시작

- EU의 지리적표시보호에 관한 관심은 1987년 우루과이라운드(UR)에서 시작
 - EU는 1987년 우루과이라운드 협상에서 차기 GATT 무역 라운드에서 지적재산권 구성요소를 협상하기 위한 ‘지침’을 제안하면서 시작
- 유럽과 미국 주도의 협상으로 WTO에서의 지리적표시 논의 진행
 - 1990년에 조약의 초안이 도입되고 윤곽이 결정
 - 1990년 3월 EU의 초안(EU drafe), 5월 미국의 초안(US drafe), 1991년 2월 GATT 국장인 Arthur Dunkel의 초안(Dunkel draft) 등을 통해서 서로 다른 의견 조율
 - 미국의 초기 초안은 ① 와인의 경우에 대해서만, ② 일반적이지 않을 때 (Non-generic), ③ 대중을 오도하거나 속일 때만 지리적표시의 보호를 적용

“회원국은 와인의 진정한 지리적 원산지에 대해 대중을 오도할 수 있는 경우 포도주 명칭의 사용을 금지함으로써 포도주의 비일반적인 원산지명칭에 대한 보호를 제공”
 - 반대로 EU의 초안은 “일반화(genericization)”의 적용에 대해 다른 관점 적용 → 1992년 EU 2081/92 규정 제13조에 적용

“지리적 표시는 불공정한 경쟁 행위를 구성하는 사용으로부터 보호되어야 하며, 여기에는 제품의 진짜 원산지에 대해 대중을 오도하기 쉬운 사용이 포함되고 다음의 구성요소로 간주 : ① 해당 지리적표시에 의해 표시되거나 환기되지 않은 상품과 관련하여 거래에서의 직간접적인 사용, ② 제품의 실제 출처가 표시되거나 명칭 또는 명칭의 번역에서 사용되지만 종류(kind), 유형(type), 스타일(style), 모방(immitation) 또는 그와 유사한 표현으로 권리를 침해하거나 모방 또는 환기시키는 경우, ③ 제품의 명칭 또는 표시에 있어서 실제 원산지 이외의 지리적 지역과의 연관성을 암시할 수 있는 수단 사용”
- * EU 초안에는 ‘지리적표시’의 구체적인 정의와 지리적표시가 일반화되는 것을 방지하기 위해 국가가 취할 수 있는 조치에 대한 별도의 조항 포함
- * EU의 초안은 광범위한 범위를 포함 : ① 공중을 오도하기 쉬운 사용을 포함한

불공정한 경쟁 행위 포괄 → ‘불공정한 경쟁’이 소비자 혼란보다 더 광범위하고 분리된 개념임을 명확화, ② 지리적표시의 정의는 언어적 표시에 한하지 않음, ③ 제품의 명칭이나 표시에서 실제 원산지 이외의 지리적 지역과의 연관성을 시사할 수 있는 수단을 사용하는 것 → 매우 광범위한 표현

- Arthur Dunkel의 초안 : 1991년 지리적표시에 대한 기본적 보호는 EU의 요구보다 낮은 수준이어야 한다는 지침 설정 → 지리적표시에 대해 와인과 증류주가 추가적인 보호를 받아야 하는지에 대한 논점 제공

- Dunkel의 초안은 협상과정에서 보호의 수준을 강화 또는 완화할 것인지에 대한 기준 제시
- 미국은 제약 및 영화 산업의 주요한 문제에 집중 → 조항 제22조 ~ 제24조에 대한 관심 저하
- 최종적 TRIPs 협정의 지리적표시보호는 ① 지리적표시에 적용하도록 파리협약의 불공정 경쟁의 구성요소 포함 및 확대(제22조), ② TRIPs 협정 제23조 ~ 제24조에 규정된 추가적인 지리적표시 보호
 - 제23조의 와인 및 증류주 지리적표시에 대한 추가 의무
 - 제24조 제4항 ~ 제9항의 의무에 대한 제한 및 예외 사항
 - 제23조 제4항과 제24조 제1항의 와인 및 증류주의 지리적표시 보호를 위한 추가 협상 수행 의무

■ TRIPs 협정상 지리적 표시 : 3가지 의미로 구분 가능

- 상품의 지리적 출처를 명시하기 위하여 사용
 - 출처표시(Indication of Source)의 개념으로 상품이나 서비스가 특정의 국가, 지역에서 생산되었음을 알리는 표시
 - 표시의 명칭이 국가영토 또는 지역 및 지방과 일치하여야 함
 - 출처의 명칭이 생산지를 말하며 국가영토나 지역 또는 지방의 명칭과 일치하여야 함
 - 상품의 특성(품질, 명성 등)이 본질적으로 지리적 근원에 비롯(지역과 상품의 연관성)
 - 상품이 가지는 특성(명성이나 고유의 특성)이 지리적 특성(자연환경 및 인적·문화적환경 등)과 연관성이 존재해야 함
- ➔ TRIPs 협정 상의 지리적 표시 요건은 ① 상품에 관한 표시일 것, ② 특정 상품의 확실한 품질, 명성(사회적 평가) 또는 기타 특성이 있을 것, ③ 표시의 명칭이 국가영토 또는 지역이나 지방과 일치할 것, ④ 품질, 명성 등과 지리적 원산지간에 본질적 관련성이 있을 것

지리적 표시(Geographical Indication) 보호의 목표

1. 지리적 표시의 오인 야기 사용으로부터 소비자 보호
2. 불법표시행위에 의한 신용의 부정이용행위로부터 지리적 표시에 화체되어 있는 신용에 대한 정당권리자들을 보호
3. 시장 차별화를 통한 생산품 및 가공품의 부가가치 향상 및 지역경제 발전과 생산자단체가 품질향상에 노력하여 품질향상 촉진
4. 생산자 단체간 상호협조체계의 원만한 구축으로 단체간 생산품목의 전문화가 이루어짐으로써 산업의 지역특화 유도
5. 지리적표시 보호에 의한 상품의 품질을 믿고 구입이 가능하여 소비자 보호
6. 지역 문화유산 보존 효과와 함께 지역특산품의 육성 효과

자료 : (사)대한상표협회. (2011). 국내 지리적 표시제도의 통합화 방안 연구. 서울: 특허청

○ TRIPs 협정 도입 과정

- 각국의 「지식재산권법」을 국제적으로 조화하기 위한 노력은 세계지식재산권기구(WIPO) 중심
- WIPO가 관장하는 다양한 지식재산권협약을 통한 지식재산권 보호는 ① 지식재산권 분야별로 파편화, ② 분쟁해결을 위한 체제를 갖추지 않거나 제재규정 미약, ③ 협약에 따르는 회원국이 많지 않음, ④ 악명 높은 지식재산권 침해국은 해당 협약의 회원국이 아님 등의 문제로 효과적인 지식재산권 보호 및 국제적인 지식재산권의 보호의 조화가 어려움(대외경제정책연구원, 2020)
- GATT 체제를 전면 개편하는 논의에 있어 미국은 저하되고 있던 자국의 경쟁력을 회복하기 위한 방편으로 자국의 강점을 가진 지식재산권을 GATT 체제에 포함시킬 것을 강력히 주장(일본과 EC가 동조)

지적재산권 보호에 대한 미국 주장의 근거

1. 광범위한 저작권 복제품(piracy), 위조품 등의 지식재산권 침해 상품은 적법한 무역 상품의 시장 접근을 축소시킬 수 있음
2. 국제적인 지식재산권 이전(transfer) 계약에 있어서 과도한 등록/허가 요건으로 인해 투자 및 지식재산권 라이선싱이 어렵고 무역에도 부정적 영향을 줄 수 있음

자료 : 대외경제정책연구원. (2020). 지식재산권의 국제 논의 동향과 영향에 관한 연구. pp. 18-19.

- 1986년 우루과이 Punta del Este 각료선언에서 “국제무역에 대한 장애와 왜곡을 축소하고 지식재산권의 효과적이고 적절한 보호 증진 필요성을 고려하고 지식재산권 행사 조치 및 절차 자체가 무역의 장벽이 되지 않도록 하기 위해 GATT 규정을 명확히 하고 적절한 새로운 규칙과 규율을 제정하는 것을 목표로 할 것”을 선언 → 위조상품의 국제무역을 규율하는 다자간 기본원칙 설정하기로 함
- 지식재산권 관련 규범의 무역협정 도입은 주로 선진국의 이익으로 이어지게 됨 → 선진국과 개도국 간의 입장의 차이가 있었으나 개도국은 우루과이 라운드의

일괄타결(single undertaking) 방식에 따라 마지못해 TRIPs(Trade-Related aspects of Intellectual Property rights) 협정 수용

TRIPs 협정의 특징

1. 개별 조약으로 파편화되어 있던 지식재산권 협약들을 포괄하는 최초의 종합적인 조약
 2. 모든 WTO 회원국이 TRIPs 협정을 준수해야 하는 의무 발생으로 지식재산권의 범세계적 보호가 가능하도록 함
 3. 기존 지식재산권협약은 집행규정이 미비하고 분쟁해결이 어려웠던 데 반해 TRIPs 협정의 경우 WTO 분쟁해결절차를 통해 지식재산권 침해 사건에 대해 효과적인 제재가 가능하게 됨
- 자료 : 대외경제정책연구원. (2020). 지식재산권의 국제 논의 동향과 영향에 관한 연구. pp. 18-19.

- TRIPs 협정은 다른 WTO법과 마찬가지로 1995년 발효

TRIPs 협정의 기본원칙

1. 기존 협약 plus 방식 : 파리협약, 베른협약, 로마협약 등 기존의 지식재산권협약이 정하는 보호 수준을 최저한으로 확보하도록 함
 2. 제3조에서 내국민대우(NT: National Treatment) 규정
 3. 최혜국대우(MFN: Most Favored Nation) : 제4조 규정으로 지식재산권 보호와 관련하여 일방 회원국에 의해 다른 회원국의 국민에게 부여하는 이익, 혜택, 특권 또는 면제는 즉시, 그리고 무조건적으로 다른 모든 회원국의 국민에게 부여되어야 할 의무 부여
- 자료 : 대외경제정책연구원. (2020). 지식재산권의 국제 논의 동향과 영향에 관한 연구. pp. 21-22.

■ TRIPs 협정의 주요 내용

○ 지리적 표시의 정의

- 제22조 제1항은 지리적표시를 “상품이 회원국의 영토에서 유래한 것으로 식별되는 표시 또는 해당 지역의 이름이며 상품의 주어진 품질, 명성 또는 기타 특성이 본질적으로 지리적 출처에 기인하는 표시”로 정의

○ 공정한 경쟁 유도

- 제22조는 소비자들이 거짓 표시에 현혹되지 않고 공정한 경쟁을 보호하는 것을 목표로 함을 명시 → 지리적 표시를 사용할 수 없는 자와 오해의 소지가 있거나 속이는 목적으로 지리적 표시를 사용하는 것 금지

○ 지리적표시와 상표와의 관계 규정

- 제22조 제3항에서 협약의 구성원은 직권으로 국가의 법률이 이를 허용하거나 이 해당사자의 요청에 따라 지리적 출처를 기만하거나 오해하도록 하는 상표의 등록을 거부하거나 무효화할 수 있음을 명시
- TRIPs가 상표법과 직접적으로 충돌할 때에도 지리적표시를 보호하는 것으로 보

일 수 있으나 “와인과 증류주에 대한 지리적표시의 지속적이고 유사한 사용, 이전에 등록된 상표권”이라는 예외 조항을 규정한 제24조의 내용을 참조해야 함

- 제24조 제5항은 새로운 지리적표시와 상충이 있을 때 오래된 상표권일 존속할 수 있도록 하고 있음 → 미래의 유용에 대해서만 보호하고 이전의 것은 변경하지 않는다는 점에서 지리적표시권과 상표권의 관계를 종합

TRIPs 조항별 지리적표시 주요 내용

- 제22조 제1항 : (제22조)GI에 대한 TRIPs의 보호 원칙 제공 → (제1항) 지리적표시의 정의 제공
 - 지리적 표시는 상품의 원산지가 회원국의 영토이거나 그 영토의 지역 또는 지역임을 식별하는 표시로서, 상품의 주어진 품질, 명성 또는 기타 특성이 본질적으로 그 지리적 기원에 기인하는 것을 목적으로 함
 - * ① 언어적 명칭에 국한되지 않기 때문에 이미지와 포장에 포함, ② 식품에 국한되지 않지만 서비스는 제외 → 공산품이 포함되지만 주된 원칙은 식품에 대한 것임
 - 품질, 평판, 또는 기타 상품의 특성의 기록의 부분이 될 수 있는 인간생산요소(human production factor)에 대한 규정 보호
 - * 리스본 협정은 제품의 품질과 특성은 자연적, 인적 요소를 포함한 지리적 환경에 전적으로 기인
 - * EU의 초안 제19조에는 ‘자연적 요인과 인적 요인’ 구성을 표현하여 제시되었으나 최종안에는 자연적과 인적이라는 표현 부족
 - 제22조 제1항은 제품의 품질과 지리적 출처 사이의 관계에 대한 표준을 결정
 - * 리스본 협정 제2조에서는 제품의 특성이 배타적으로 또는 본질적으로 지리적 환경에 기인한다는 논란의 여지가 있는 분리기준 제시 → TRIPs 제22조 제1항에서는 상품의 질, 명성 또는 기타 특성이 본질적으로 지리적 기원에서 기인한다고 규정
- 제22조 제2항 : 모든 지리적표시에 적용할 수 있는 기본적인 요건 규정
 - (a) 상품의 지리적 기원에 관하여 대중을 오도하는 방식으로 해당 상품이 실제 원산지가 아닌 다른 지리적 지역에서 유통되었음을 나타내거나 암시하는 상품의 지정 또는 표시사용
 - * 제22조 제2항 (a)는 제품에 관한 모든 광고와 커뮤니케이션을 포함할 정도로 광범위
 - (b) 파리협약(1967) 제10bis의 규정에 따라 불공정한 경쟁행위에 해당하는 모든 사용
 - * TRIPs 제22조 제1항의 GI 정의와 TRIPs 제22조 제2항(b)의 10bis의 "Incorporation"은 공식적으로 말하지 않고 암시적으로 파리협약 제10bis의 적용범위를 확장
- 제23조 : 와인과 증류주에 대한 추가적 보호
 - 제23조 제1항은 상표권 또는 와인과 증류주에 대한 지리적표시를 침해하는 기타 라벨의 상업에서 사용을 다룸
 - 제23조 제2항은 각 WTO 회원국이 해당 지리적 기원을 가지지 않고 지리적표시를 포함하거나 구성하고 있는 와인과 증류주 제품에 대한 상표 등록을 거부하며 기존의 상표를 무효화함을 규정
- 제24조 : 제한과 예외
 - 제24조 제1항 및 제2항은 상세히 기술된 지속적 협상에 관한 WTO의 의무에 관한 것
 - 제24조 제3항은 역추적 금지 사항 : TRIPs의 의무는 WTO 협정의 발효 직전에 회원국에 존재했던 지리적표시의 보호를 없애는 것은 정당하지 않음을 표현
 - 제24조 제4항 ~ 제9항까지는 제22조 및 제23조의 지리적표시 의무에 대한 일련의 제한과 예외 제공



- * 제24조 제4항은 제한 조건을 가진 '조부조항(grandfathering clause)' → 1994년 4월 15일 이전 최소 10년 사용하고 해당 날짜 이전 선의로 사용되어야 함(와인 및 증류주 상표에 해당)
- * 제24조 제5항은 국가 A의 상표가 국가 B의 지리적표시를 포함하는 경우 A국이 선의의 상표출원이나 등록 또는 성실의 사용을 통해 취득한 상표권 보호 또는 B국의 지리적표시 보호(일반적 적용) → 제24조 제5항 (a)는 WTO 국가에서 보호되는 지리적 표시를 포함하는 것과 관계없이 1996년 1월 1일 이전에 해당 상표의 권리가 인정된 경우 미국이 어떤 상표도 무효화할 필요가 없음 명시 & (b)항은 국가들이 새로운 지리적 표시보호를 인정할 시기에 따라 결정
- * 제24조 제6항은 WTO 회원국에서 보편화된 지리적 단어에 대한 일반적 예외 규정
- * 제24조 제6항 제2호에서는 포도 품종의 변종에 대한 특별한 예외 규정을 둠
- * 제24조 제7항은 지리적표시가 등록 상표를 얼마나 대체할 수 있는지를 증가시키는 절차적 장치 제공
- * 제24조 제8항은 지리적 표시에 개인의 성(姓)의 사용을 다룸 → 개인에게 지리적표시의 이름을 공유할 수 있는 특정한 예외 제공
- * 제24조 제9항은 해당 출신국에서 보호되지 않거나 그 국가에서 사용되지 않는 지리적 표시를 보호할 의무가 없음을 규정

TRIPs 협정의 의의

- WTO의 모든 회원국에 대한 지적재산권(IP) 체제의 표준화를 목표
- 광범위한 규제시스템은 저작권, 상표, 산업디자인, 특허 등의 다양한 형태의 지적재산권에 적용 → 지리적표시(GI)의 국제적 시스템 구축
- 식품, 음료, 농산물의 긍정적 특성이 원산지의 고유한 조건에서 기인한다고 판단되면 지리적표시로 등록 가능
- TRIPs 협정의 제22조, 제23조, 제24조는 지리적 표시 정의, 보호의 근거 제공, 와인과 증류주에 대해 높은 수준의 보호 기능 부여 등을 나타내고 상표와의 관계를 규정
- 프랑스, 그리스, 이탈리아, 포르투갈, 스페인 등의 유럽 국가는 적극적으로 지리적표시를 받아들이고 영국은 조심스럽게 지지
- 제22조의 보호와 예외에 대한 내용은 오해의 소지가 있거나 불공정한 경쟁을 초래할 수 있는지에 관계없이 등록된 것과 다른 상품의 표시 사용을 금지하고 있는 제23조의 와인과 양주에 대한 보호와 차이(TRIPs는 와인과 양주에 대한 특별한 보호 수준 설정)
- TRIPs는 지리적 표시를 적절한 지적재산권으로 간주하고 효과적인 분쟁의 조절 등 전례 없는 수준의 보호를 부여함

<표 II-8> 지리적 표시 관련 국제 조약 내용 비교

구분	보호되는 지리적 표시	정의	비고
파리 협약	출처표시 또는 원산지 명칭 (indications of source or appellations of origin)	없음	- 기만적인 의도가 입증된 출처 표시만을 보호 - 리스본 개정 시 기만적인 의도와 상관없이 보호
마드리드 협정	출처표시 (indication of source)	상품의 출처국 또는 출처지 의미	- 허위 또는 기만적인 출처표시에 의한 상품의 오인 가능성으로부터 소비자를 보호
리스본 협정	원산지명칭 (appellation of origin)	일정한 지역에서 기원한 상품과 품질 그리고 자연적이며 인적인 요소 (natural and human factor)를 포함한 배타적 또는 필연적으로 지리적 환경에 기인하게 된 특성 등을 나타내는 국가, 지역 또는 산지(locality) 등과 같은 지리적 명칭 의미	- 원산지명칭에 대한 보호 내용은 소비자의 보호 뿐만 아니라 생산자의 보호에 큰 비중을 두고 있음 - 대부분의 내용이 wine의 지리적 표시를 보호하기 위한 내용 - 가입국 적음
TRIPs	지리적 표시 (geographical indication)	상품의 특정 품질 명칭 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 지리적 근원에서 비롯되는 경우, 회원국의 영토 또는 회원국의 지역 또는 지방을 원산지로서 하는 상품임을 명시하는 표시	- 보호 대상에 농산물과 그 가공품은 물론 기타 공업생산물 등 범위 한정없이 포괄적 규정 - 지리적 표시의 오인 혼동을 유발할 우려가 있는 지리적 표장은 상표로 등록 금지

마. 리스본 협약 내 제네바법

■ TRIPs 협정 이후 GI 보호 강화를 위한 규정 개정 요구

- EU는 GI 보호 강화를 위해 WTO TRIPs 규정 강화를 요구해 왔으나 미국 등 관련국들과의 입장이 엇갈리며 번번히 실패
- EU는 지역 내 단일 시장에서의 GI보호 강화와 더불어 WIPO 내 GI 보호강화를 이끌고자 법 개정 선도
- WIPO는 2015년 '리스본 협정 개정을 위한 외교회의'를 통해 GI의 내용을 강화하는 제네바법(Geneva Act of the Lisbon Agreement on Appellations of Origin and Geographical Indications)을 채택
- 미국, 호주 등 다수의 WIPO 회원국 반발이 있었으나 프랑스와 이탈리아를 주축으로 한 리스본동맹국과 EU는 지리적표시가 기존 원산지명칭과 별반 다르지 않다는 논리를 앞세워 '원산지명칭 및 지리적 표시에 관한 리스본 협정 제네바법' 채택



<표 II-9> 리스본협정 제네바법의 주요 내용

조	항	내용
제2조 조항설립목적	-	- 지리적표시도 리스본 협약상의 원산지명칭과 동일한 내용으로 보호
제7조 수수료	제4항	- 리스본협약에서는 원산지명칭 등록 시 WPO에 단일 수수료만을 납부하도록 하고 있는 데 비해, 제네바법에 따르면 WPO에 납부하는 국제등록료와 별도로 각 계약국은 자국법 체계에 따라 지리적 표시 국제등록 시 실제심사에 소요되는 비용 및 필요한 행정수수료를 받을 수 있도록 함
제11조 기원 및 지명 표시의 등록 명칭에 대한 보호	제1항	- 같은 종류의 상품인 경우는 물론 서로 다른 종류의 상품인 경우에도 지리적 표시 수혜자(beneficiaries)의 이익을 저해할 우려가 있거나, 부당한 방법으로 지리적 표시의 명성을 저해 또는 희석하거나, 부당한 이익을 얻기 위한 사용이 금지되며, 상품의 진정한 출처가 표시되었다 하더라도 이를 모방하는 수준에 이른 사용 또한 금지
	제2항	- 지리적 표시가 번역돼 사용되거나 ‘스티일’, ‘유형’, ‘양식’, ‘생산’, ‘모방’, ‘방법’, ‘생산된 것과 같이’, ‘처럼’, ‘유사한 등의 용어가 수반되는 경우에도 그 사용을 금지
	제3항	- 상표 사용이 이와 같은 결과로 이어질 것으로 보이는 경우에 계약국은 후순위 상표의 등록을 거절 또는 무효화
제12조 보호에 대한 일반사항	-	- 등록된 지리적표시는 계약국 내에서 일반명칭 또는 관용명칭화되지 않음
제13조 다른 권리와 관련한 보호 조항	제1항	- 지리적표시와 상표권 등 다른 권리와 관계에 대해서 다음과 같은 규정을 둔 즉 등록된 지리적표시라 하더라도 선의로 등록 또는 사용된 선행상표의 권리를 저해하지 않도록 함
	제2항 /3항	- 개인의 성명 또는 동식물의 명칭의 경우는 공중을 오인하는 방법으로 상용되지 않는다면 이를 사용할 권리를 저해하지 않는 것
	제4항	- 선행상표, 기타 권리를 이유로 행해진 지리적표시 보호 거절결정의 철회 또는 보호결정으로 인해 보호받게 된 지리적표시는 원칙적으로 선행상표, 기타 권리를 저해하지 않는 것으로 함
제28조 동 법에 대한 당사자	제1항	- 정부 간 기구와 그 소속 국가들 간의 권리관계가 다소 복잡해지게 될 가능성이 있으나 EU와 아프리카지재권연맹(OAPI)도 자체적인 지리적표시 보호시스템을 갖춘다면 제네바법의 당사자로서 자기 지역 내의 지리적표시를 직접 등록하고 보호받을 수 있도록 함

자료 : 김현정. (2020). 유럽연합의 지리적표시 보호에 관한 협상 전략 연구. 통합유럽연구, 11(2), 49-80.

리스본 협정 제네바법의 의의

1. GI의 다자간 협약 틀을 제공하여 양국의 교역 중 발생한 제3국 GI 침해사태에 대한 적극적 개입 방안 마련
2. GI의 포괄범위가 농산물, 주류 등 농식품류 이외 비농산물로 대거 확장 예상
 - EU가 리스본 협정의 제네바법에 가입하여 리스본 공동체의 정식 일원이 될 경우 농산물 및 비농산물에 대한 GI 등록부가 창설되고 EU 회원국은 다른 회원국의 등록 GI를 보호할 의무를 지게될 것으로 규정
 - GI 비농산물의 범위는 각종 수제품, 토산품, 건축물에 이르기까지 확장되고 있는 상황
 - 현재 비농산품에 대한 EU 전역 통용 GI 보호는 없으나 특정 공예품(ex. 도자기)에 대한 지역 또는 국가 규정, 특정 제품(ex. Solingen 나이프)에 대한 개별 국가 차원에서 특정 법률 또는 비농산 GI 제품 보호 법규 시행

2. 양자간 협상에서의 지리적 표시제

가. EU-멕시코 FTA 내 GI

■ EU-멕시코 FTA 추진 경과

- EU 주도로 멕시코 FTA 개정 협상 추진
 - EU와 멕시코는 2000년 상품과 서비스에 관한 FTA 협정 발효
 - 2018년 NAFTA의 개정협상이 진행됨에 따라 통상협상에 대한 대미 전략을 견지하고 있는 EU는 18년간 지속되어 온 해당 협정에 대해 무역협정 개정 협상에 돌입
 - 개정협상 중 EU측은 멕시코 내 GI 인정 범위를 확대하기 위한 협상 진행
 - EU는 멕시코에 400개에 달하는 EU산 식품, 음료의 지리적 표시권한을 받아들일 것을 요구하였으며, 이에 반해 멕시코의 치즈 생산업자 약 130개사는 멕시코 정부에 EU의 지명이 붙은 치즈의 판매를 계속 허용해줄 것을 요청

■ EU-멕시코 FTA 내 GI 관련 내용

- 2018년 4월 개정협상 체결
 - 보다 심화되고 확대된 영역에서의 현대화된 협상이 운영될 방침
- 한-EU FTA에 비해 품목 수의 비약적인 확대 시행
 - 세척에 대한 규정도 충분히 마련되어 현재까지 EU가 체결한 GI 협정 중 가장



전향적인 협정이라고 할 수 있음.

○ 협정 내 지리적 표시 규정 포함

- 첩터 XX 지식재산권 내 Sub sections4 지리적 표시제 규정 포함하고 있으며 부속서를 통해 등록상품을 공시
- X.29 조항은 관련 분야 국제협약으로 TRIPs 22항-24항 그리고 리스본 조약 중 제네바 행동협약 내 지리적 표시제도에 대해 양측 당사자가 준수할 것을 의무화

○ EU-멕시코 FTA 개정 협상의 결과

- EU의 경우 식품, 포도주 및 맥주에 대한 340개 품목을 GI 보호상품으로 등록
- EU측 GI 품목 : 서양 고추냉이, 오일, 쇠고기 및 돼지고기, 양 등(가공품), 츠지(양과 소 구분), 버터, 과자류 및 비스킷, 포도주 및 맥주, 샤프란(Saffran), 사과, 배, 토마토, 오렌지·레몬 등 과일류, 파프리카, 마늘, 후추, 식초, 렌틸 및 월넛, 연체동물류 및 어류, 가금류, 페이스트리 등 빵, 쌀, 꿀 등 포괄
- 국가별로는 오스트리아 8건, 벨기에 9건, 불가리아 3건, 사이프러스 5건, 체코 3건, 덴마크 2건, 네덜란드 3건, 그리스 33건, 스페인 63건, 프랑스 76건, 크로아티아-슬로베니아 1건, 크로아티아 5건, 헝가리 2건, 이탈리아 64건, 포르투갈 32건, 루마니아 11건, 슬로베니아 6건, 슬로바키아 1건 및 영국 4건이 등록
- 다중성분 지리적 표시제(the multicomponent geographical indication) 및 복합지리적표시(a compound geographical indication)에 대한 엄격한 제한 명시
- 다중성분 지리적 표시제 ex : EU 측의 'Grana Padano' 중 Grana, 그리고 'Pecorino Romano' 중 Pecorino를 보호하지 않고, 멕시코 측 'Chipotle Mexican'의 'Chipotle', 'Jalapeño Mexicano'의 Jalapeño를 보호하지 않음
- 복합단어로 구성된 GI 중 보호하지 않는 일반명사를 명확히 구분 : EU측 'aceite', 'ail', 'ail blanc', 'ail rose', 'almakäe', '멜디', 'azafra', 'azeite', 'azeites', 'beef' 등 124개 명사 혹은 명사구. 멕시코 측은 'café', 'mango', 'vainilla', 'chile', 'habanero', 'arroz', 'cacao' 등 16개에 해당
- 멕시코 측은 20건의 GI 상품을 등록 : 쌀, 과일류, 코코아 및 커피, 칠리, 치즈, 빵 제품

<표 II-10> EU-멕시코 FTA 내 멕시코의 지리적 표시제(X.32(b)) 등록상품

유형	품목	GI 상품
음료	커피	Café Chipas, Café Veracruz
농산품	과일	Banamich(바나나), Berries de México(블루베리, 딸기, 라즈베리, 블랙베리), Cacao Grijalva(코코아), Fresana, Fresa Michoacan, Región de Origen(딸기), Limón Michoacano, Región de Origen(라임), Mango Ataúlfo del Soconusco Chiapas(망고)
	고추	Chile Habanero de la Peninsula de Yucatán, Chipotle Mexicano, alapeño Mexicano
	쌀	Vainilla de Papantla
식품	젤과일	Ate de Morelia, Región de Origen
	염소우유, 카라멜, 스프레드	Cajeta de Celaya, Región de Origen
	빵	Pan de Tingüindin, Región de Origen, Pan Grande de Acámbaro, Región de Origen
	치즈	Queso Cotija, Región de Origen
화훼	선인장	Napal Villa Valtierra, Región de Origen
수산	송어	Trout

자료 : 김현정. (2020). 유럽연합의 지리적 표시 보호에 관한 협상 전략 연구. 통합유럽연구, 11(2), 49-80.

○ 향후 GI 제도의 심화 및 확대 방향성 가능 : ANNEX III

- 멕시코에서 생산되고 보호되는 제품을 식별하는 지리적 표시 품목이나, 동 협정에 등록되지 않은 상품명에 기재
- 양 당사국은 협정이 적용되는 지리적 표시의 범위를 향후 확대하는 데 합의 → 양측은 자국 영토 내에서 보호되는 제품을 식별하는 부속서 III 내 협정의 보호 범위가 확대되면 보호 범위로 포함될 것으로 간주될 품목을 함께 제시
- 미래 GI 품목에는 수공예 도자기, 수제 천연수지, 기타 및 완구 등 수제품, 채석 제품, 유기, 판초 등 비농산제품으로의 지리적 표시제 확대 의도를 내포
- 꾸준히 비농산제품에 대한 GI 확대 의무화를 제시해 온 EU 입장에서 협정은 최초로 향후 의제이지만 구체적 비농산 GI 품목을 언급

○ 미국은 EU-멕시코 추가 지리적표시 품목에 대한 우려 표명

- 해당 협정 체결 후 미국 상원 재정위원회 위원장 오린 해치(Orrin Hatch)의원과 론 위든(Ron Whiden) 의원은 멕시코 대사에게 EU-멕시코 FTA 결과 멕시코에 등록될 추가 지리적 표시 품목에 대한 우려 표명
- 새로운 GI 등록이 식품의 일반적 명칭을 사용하는 공급자와 미국 사이에 새롭고 부당한 장벽을 창출할 수 있음을 강조
- “EU-멕시코 협약 이행이 NAFTA 하에서 시장 접근 약속을 무효로 하거나 손상

시키지 않을 것” 보장을 촉구

- ➔ EU가 추구하는 GI는 대미 전략적인 접근 및 상대국과의 상호이익 추구 전략을 통해 범위의 확대와 심화를 거듭하여 발전

<표 II-11> EU- 멕시코 FTA 개정협상 내 멕시코 미래 GI 등록상품(Annex III 등록)

유형	품목	GI 상품
도자기	수공예품	Alfareria de Tzintzuntzan Uricha Región De Origen, Alfareria Punteada de Capula Región De Origen, Alfareria Tradicional de Capula Región De Origen
	-	Alfareria Dolorense
	점토(수공)	Catrinas de Barro De Capula Región de Origen
수공 천연수지		Ámbar de Chiapas
자수		Bordados de Santa Cruz Tzintzuntzan Region de Origen
수제기타		Guitarras de Paracho Región de Origen
채석		Cantera de Morelia Region De Origen
통		Cobre Marillado De Santa Clara Del Cobre Region De Origen
구(수제 구체)		Esfera de Tlalbuchua Otjo Region De Origen
수제완구		Juguete Artesanal de Michoacan Sapichu Región de Origen
수제 장식		Laca Perfilada de Patzcuaro En Oro 23 Ots, Región De Origen

가. EU-일본의 EPA 내 지리적 표시제

■ EU-일본 EPA 추진 경과

○ EU와 일본 2017년 7월 양측간 EPA 체결

- EU는 역내산 농수산물 및 주류 총 218개 지리적 표시 확보 & 일본의 경우 홋카이도산 유바리 메론, 고베 비프 등 30개 이상을 확보
- EU 국가별로 확보 품목(각각 농수산물/주류) : 오스트리아 6개(3/3), 벨기에 4개(2/2), 사이프러스 4개(1/3), 체코 5개(1/4), 덴마크 1개(1/0), 프랑스 54개(21/33), 독일 13개(4/9), 그리스 7개(4/3), 헝가리 9개(1/8), 이탈리아 45개(19/26), 네덜란드 3개(2/1), 포르투갈 11개(2/9), 스페인 43개(18/24), 핀란드 2개(0/2), 폴란드 2개(0/2), 리투아니아 1개(0/1), 영국 4개(3/1)의 항목을 등록
- 일본은 농수산물 48개, 주류 8개 항목을 등록

■ EU-일본 EPA에서 EU의 GI 추진 전략

○ 농식품에 대한 이해관계 적은 시장을 대상 통상협상 누락 상품 등록 집중

- EU는 일본, 한국 등 사회문화권역이 확연히 구분되어 농식품에 대한 이해가 엇갈리지 않는 시장을 대상으로 이전 통상협상에서 경쟁상대국과의 협상마찰로 누

락된 상품을 등록하는 데 집중

- 그리스의 ‘페타(Φέτα) 치즈’는 해당국의 주요 경제 동력 중 하나로, 매년 그리스에서 12만톤 생산되어 EU의 지리적표시 명단에 등록되었으나 EU-캐나다 CETA에서 상호준중 항목으로 등록되지 못함
- 그리스는 연간 500톤의 ‘페타 치즈’를 캐나다에 수출하는 상황이며, 그리스산 ‘페타 치즈’가 본래 양젖과 염소젖으로 만들어지는 데 반해 캐나다에서는 우유로 제외되어 EU의 원산지규정상 캐나다산 ‘페타 치즈’는 유럽에 수출이 불가하나 그리스 치즈업자들은 CETA의 상호 지리적 표시제 명단에 이 제품 추가를 촉구하며 진행 중인 EU-일본 EPA에서도 명단에 추가를 요청

나. EU-중국 GI 보호에 관한 양자협정

■ EU와 중국은 2019년 독자적 GI 양자협정 체결

○ 양측 각각 100개 GI 상품군 상호보호

- 일련의 성과를 거두기까지 EU는 GI 협상에 소극적인 중국을 대상으로 전형적인 GI협상 전략을 추진
- 첫단계 : 2006년 ~ 2012년 1차 GI 상호등록시기 → EU는 중국에 대해 GI 보호가 반드시 필요한 20개 정도 상품에 대해 상호협상 추진. 2005년부터 EU는 중국과의 협상에서 지역 내에 이미 GI 제품에 대한 보호가 높은 수준으로 진행되고 있음을 강조. 2012년 양측은 각각 10개 상품을 등록·보호하는 결과

<표 II-12> 2012년 EU-중국 10+10 농산물 GI 인정 및 보호 지정등록상품

지역, 국가	GI 인정 및 보호 지정등록상품
중국	핑구(平谷) 복숭아, 옌청(盐城) 랍스터, 전장(镇江) 식초, 둥산(東山) 아스파라거스, 진샹(金乡) 마늘, 룡징(龙井) 차, 관시(馆溪) 유자, 산 시(陕西) 사과, 리현(蠡县) 참마, 룡커우(龙口) 당면
EU	Roquefort 치즈, Agen 건자두, Padano 치즈, Parma 햄, Cordoba 올리브유, Magina 올리브유, Comte 치즈, Stilton 치즈, Scottish 연어, Scottish 치즈

- EU는 중국과의 GI 협력이 출발선이라는 관점 → 선도적 역할을 할 수 있는 10개 제품만 상호등록하는 협상 진행(EU는 주류에 대한 GI 확산을 주도했으나 중국의 선호를 반영하여 농산물 제품에 한한 제한적 협상 진행)
- 각각의 10개 상품 중 중국의 지리적 표시의 보호는 공상행정관리총국 상표국에서 상표로서 보호하거나 국가품질감독검사검역총국에서 원산지를 표기하는 지리적 표시를 특별라벨(special label) 제도로 보호
- 특별라벨제도는 유럽연합의 「원산지명칭보호 규정」을 대체한 것으로 특정 지역에서 생산된 원재료를 사용하고 전통기술이 사용된 제품으로 그 지역의 지리적 특성에 기인하여 규정에 따라 원산지가 승인되어야 취득
- 두 번째 단계 : 2017년 8월 EU는 중국에 대해 GI 침해사태가 있음을 적시.
- 당시 EU 차원이 아니라 8개 회원국(그리스, 이탈리아, 스페인, 프랑스, 포르투갈, 독일, 헝가리, 루마니아)이 위반사태를 정리하여 식품 상표 도용에 관한 소송을 준비하던 상황(연합이 주인) → (그리스 정부) 침해가 발생한 GI는 25개로 주로 와인과 증류주(그리스 페타치즈, 스페인 올리브 오일, 이탈리아 식초 등) → 페타치즈와 사모스 와인은 중국에서 해당 명칭 그대로 판매되고 있어 해당 모조품의 상표 등록이 취소되지 않을 경우 중국 제조자들이 국내는 물론 해외에서도 EU의 지리적 표시제 등록 상품과 동일한 명칭의 식품 판매 가능 우려
- 세 번째 단계 : EU는 중국의 입장을 반영한 GI 협상 추진 → 실질적 상호이익 강조 전략. EU-중국 GI 보호에 관한 양자 협정이 2019년 11월 체결.
- 중국에서 보호받는 EU의 100개 GI는 까바(Cava), 샴페인(Champagne), 페타 치즈(Feta), 아이리쉬 위스키(Irish whiskey), 뮌헨 맥주(Munchener Bier), 우조(그리스 전통술, ouzo), 폴란드 보드카(Polska Wodka), 포르투갈 와인(Porto), 프로슈토 디 파르마(파르마 햄, Prosciutto di Param) 등임.
- 중국은 녹차, 보이차 등 27개 제품과 15개 과일상품 등을 중심으로 GI 등록
- 중국은 타국과의 GI 협정에 소극적 자세를 유지했으며 현재까지 16개 FTA 중 칠레, 페루 단 2건의 협정에서 35개 GI 보호 조치를 취함
- 나머지 FTA에서 지식재산권 챕터 내에서 WTO TRIPS 협약을 적용한다는 내용을 준용하는데 그치고 있음.
- 중국-페루 FTA 내 중국등록 GI 22개 상품 중 4개가 난징 클라우드 패턴 브로케이드(Cloud-Pattern Brocade) 등 비농산품.
- 향후 수공예품 등 중국이 원하는 GI 상품 등록이 진행될 경우 대상범위가 비약적으로 확산될 수 있음.

다. 한국-EU FTA에서 지리적 표시

(1) 협정의 추진 배경 및 과정

■ 추진 배경

- 한국과 EU 양측의 경제구조는 상호보완 관계 산업 다수
 - 한국과 EU 양측은 경제구조상 상호보완 관계 산업이 많아 FTA 이행을 위한 구조조정 등의 비용이 적게 드는 반면 기대이익은 큼
 - 대체로 한국은 제조업 분야의 경쟁력이 강한 반면 EU는 서비스 분야에 대한 강한 경쟁력을 가지고 있어 상호보완적인 경제구조를 가지고 있음
- 한국은 EU와의 FTA 체결로 세계 최대 경제권인 EU에 대한 수출 확대 돌파구 마련 기대
 - EU와의 무역자유화 수준을 강화시킴으로써 EU 시장의 점유율을 상승시킬 수 있는 기반을 조성할 수 있다는 기대가 있었음
- EU는 한·미 FTA로 인한 동아시아 시장 내 미국의 영향력 확장 견제 및 동아시아 시장 진출을 위한 교두보로 한국 활용
 - EU의 미국 견제와 관련, 특히 서비스시장 선점이 FTA 추진의 주요 배경
 - 향후 아시아 국가들과의 FTA 체결을 위한 모범규정으로 한국과의 FTA 협정문을 활용하겠다는 계획
 - EU의 8대 교역국이며 5천만의 인구구조와 성장중인 시장이라는 한국 내수시장 자체의 매력도 추진의 배경

■ 추진 경과

- 지역주의 현상으로 불리는 지역무역협정(RTA : Regional Trade Agreement) 체결 추진 경향은 1995년 WTO 출범 이후 급속도로 확산
- 한국은 지속적인 경제발전을 위해 교역의 확대가 필수적이라는 정책 결정하에 2003년 이래로 동시다발적으로 FTA 체결 추진 → 한·EU FTA 체결도 이러한 추진 정책의 결실
 - 2003년 8월 'FTA 추진 로드맵' 상 미국·중국과 함께 EU를 중장기적 FTA 추진 대상국으로 선정한 이후, 예비협의를, 공청회를 통한 의견 수렴 등을 통해 추진 방안을 협의한 후, 2007년 5월 협상 출범을 공식적 선언
 - 2007년 5월부터 2009년 3월까지 8차에 걸친 협상을 개최하여 대부분의 이슈에 대해 잠정 합의를 도출하였으며, 2009년 6월 한·EU 통상장관회담에서 최종 합의한 도출
 - 2009년 10월 한·EU FTA 가서명을 거쳐 2010년 10월 한·EU FTA에 정식서명함으로써 2011년 7월 잠정 발효

(2) 협정 내 지리적 표시 관련 내용

■ 지리적 표시 보호 숫자

- 양측은 부속서에 기재된 양측의 지리적 표시 상호 보호 합의
 - 보호되는 지리적 표시의 범위는 농산물 및 식품(이하 농식품), 포도주(착향 포도주 포함), 증류주로 한정
 - 주요 지리적 표시 상품
 - 한국 : 보성녹차, 순창전통고추장, 이천쌀, 고려홍삼, 진도홍주, 고창복분자 등
 - EU : 보르도, 부르고뉴, 샴페인, 꼬냑, 스카치위스키, 까방베르드노르망디(치즈) 등

<표 II-13> 한국-EU FTA에서의 지리적 표시 보호 숫자

구분	농식품	포도주	증류주	합계
한국	63	0	1	64
EU	60	80	22	162

자료 : 외교통상부. (2012). 한-EU FTA 상세설명자료.

■ 지리적 표시의 보호수준

- 부속서에 기재된 양국의 지리적 표시는 다음의 행위로부터 보호(제10.21조제1항)
 - 상품의 지리적 출처에 대하여 대중의 오인을 유발하는 방식으로 진정한 산지가 아닌 지역을 원산지로 한다고 표시하거나 암시하는 행위(TRIPs 협정 제22조 수준)
 - 진정한 산지가 표시되거나 지리적 표시가 번역 또는 음역되어 사용되거나, 또는 '종류', '유형', '양식', '모조품' 등의 표현이 수반되는 경우에도 당해 지리적 표시에 나타난 장소를 원산지로 하지 아니하는 유사상품에 지리적 표시를 사용하는 행위(TRIPs 협정 제23조 수준)
 - * 유사상품의 범위 : WTO TRIPs 협정 제23조에 따라, 포도주의 지리적 표시를 포도주에 쓰는 경우 증류주의 지리적 표시를 증류주에 쓰는 경우에 준하여 해석 → 포도주의 지리적 표시인 샴페인을 TV와 같이 포도주와 유사하지 않은 상품에 쓰는 것은 가능
 - 파리협약 제10조의 2 의미 내에서의 불공정경쟁을 구성하는 행위(TRIPs 협정 제22조 수준)

- * 파리협약 제10조의 2(불공정경쟁) : 산업 및 상업상 정직한 관행에 어긋나는 모든 경쟁행위를 불공정경쟁행위로 정의, 불공정경쟁에 대하여 회원국에게 효과적인 보호를 부여할 것을 규정(특히, 혼동을 야기하는 행위, 허위주장, 대중의 오인을 유발하는 행위를 금지)
- TRIPs 협정 제23조는 포도주·증류주에 대한 지리적 표시의 경우에만 상품의 출처에 대한 소비자를 오인시키는 지 여부와 관계없이 보호를 부여하고 있으나, 한·EU FTA는 농식품에도 동일한 수준의 보호를 부여함으로써, 농식품 지리적 표시의 보호 수준 강화
- * WTO TRIPs 협정 제22조(모든 지리적 표시에 대해 적용)는 대중에게 출처를 오인하게 하는 방식으로 지리적 표시를 사용하는 것을 금지하고 있으나 제23조는 특히, 포도주·증류주에 사용하는 경우, 출처오인 여부를 불문하고, 1) 진정한 원산지가 표시되거나 2) 지리적 표시가 변형되어 사용되거나 또는 3) ‘종류’, ‘유형’, ‘양식’, ‘모조품’ 등의 표현이 수반되는 경우에도 사용을 금지하도록 규정

■ 상표와의 관계

- 선행상표(한·EU FTA 발효 전에 출원 또는 등록된 상표로서, 사용에 의해 확립된 상표)의 사용은 지리적 표시의 보호와 상관없이 보장(제10.21조제5항)
- * 사용에 의해 확립된 상표 : 국내 수요자간에 그 상표가 특정인의 상품을 표시하는 것으로 인식되어 있음을 의미
- 협정 발효 후, 지리적 표시의 보호범위를 침해하는 상표가 유사상품에 출원될 경우, 거절 또는 무효의 대상(제10.23조)
- * 까망베르, 모짜렐라, 에멘탈, 브리 등은 지리적 표시가 아니라 제품의 유형을 나타내는 일반명칭으로서 EU 지리적 표시의 보호와 상관없이 계속 사용 가능
- * 예를 들어, 프랑스 치즈의 지리적 표시인 까망베르 드 노르망디(Camembert de Normandie)의 경우, 지리적 명칭에 해당하는 부분은 ‘노르망디’로, 치즈의 종류를 나타내는 ‘까망베르’는 계속 사용 가능

■ 지리적 표시의 추가

- 협정발효 후에도 합의에 의하여 한·EU FTA에 의하여 보호되는 지리적 표시를 부속서에 추가 가능(제10.24조)
- * 상대방의 지리적 표시 추가 요청이 있을 경우, 부당한 지연없이 절차를 진행하기로 합의

■ 작업반의 구성

- 양측은 지리적 표시에 관한 협력 및 대화를 위한 작업반을 구성, 지리적 표시의 추가 및 삭제, 지리적 표시에 관한 입법 및 정책 관련 정보교환 등을 수행(제10.25조)

4. 기타 지리적 표시 내용이 포함된 양자 협정

■ EU는 양자간 협정을 통해 지리적표시 보호 강화 추진

- EC-호주 간 협정은 지리적표시 보호를 위해 EC가 타 국가와 체결한 협정의 초기 사례
- 지리적표시의 개념 정의 및 부속서에 정의된 이름으로 명칭의 사용 제한
- EC-캐나다 협정은 EC-호주 협정과 구조가 유사하며 상호간 와인 및 증류주에 대한 지리적표시 보호를 명시
- EC-칠레 협정은 와인 및 증류주(착향 와인 포함)의 무역에 있어서 지리적표시 보호를 명시함

<표 II-14> 지리적 표시 관련 기타 양자 협정의 내용

구분	내용
EC-호주 협정	<ul style="list-style-type: none"> □ 유럽공동체와 다른 국가 간에 체결된 지리적 표시의 보호를 위한 양자 협정의 가장 초기 사례 □ 1994년 1월 브뤼셀과 캔버라에서 각각 서명 □ 지리적표시의 정의 제공 및 보호의 범위를 협정 부속서 II에 명시된 이름으로 제한 □ 협정에 따른 보호를 위한 중요한 조건은 계약 당사자의 법률에 따라 지리적표시를 인식하는 것 □ 협정에 전통적 표현의 상호인식과 관련된 조항이 포함
EC-캐나다 협정	<ul style="list-style-type: none"> □ 2003년 9월 캐나다와 유럽공동체 사이에 와인과 증류주의 무역에 관한 협정 체결 □ 협정의 구조는 호주와의 협정과 유사 □ 캐나다에서 21개 유럽 와인 이름에 대한 '일반적인' 분류를 폐지하고 증류주의 일반적인 지위는 협정 발효 후 2년 이내 단계적으로 폐지 □ EC는 캐나다의 특산품인 캐나다산 라이 위스키 보호
EC-칠레 협정	<ul style="list-style-type: none"> □ 2002년 EC와 칠레 간의 연관성 확립 협정 제6조는 부속서 V와 VI에서 지리적표시를 언급(와인 무역 협정, 증류주 및 착향 와인 무역협정) □ 해당 부속서 모두에서 지리적표시와 관련된 규정을 포함하고 부록에 보호를 위한 명칭을 명시

제3절 지리적표시관련 분쟁 사례

1. 우리나라와 타국가간 지리적 표시제 관련 분쟁 사례

가. 스위스(파마톤사)의 '고려인삼' 사용 사례

- 지리적표시 등록 '고려인삼'의 명칭을 스위스 파마톤사에서 사용
 - 고려인삼의 지리적표시 등록: 고려인삼, 고려홍삼, 고려태극삼, 고려임삼, 홍삼 제품, 고려흑삼의 제품을 (사)고려인삼연합회에서 지리적 표시로 등록
 - 베링거 인겔하임의 자회사인 스위스 파마톤사에서 중국산 인삼을 사용하여 “고려인삼을 사용하고 있음을 홍보하여 문제

나. 미국 리브라더스(Rhee Bros, Inc)의 '이천쌀' 및 순창 상표 사용 사례

- 지리적 표시 등록 '이천쌀'의 명칭을 미국 리브라더스(rhee Bros, Inc)에서 사용
 - 이천쌀은 2005.12 지리적표시 등록(이천쌀사랑 영농조합법인)을 수행하였음. 그 외, 미국, 유럽에 대해서, 로고가 포함되어 있는 '임금님표 이천쌀'의 상표권도 확보하고 있는 상황
 - 미국 리브라더스(rhee Bros,inc) 사에서는 미국산 쌀에 이천쌀이라는 명칭을 부착하여 LA 한인지역에서 저가로 유통
 - 이러한 미국산 쌀을 이천 쌀이라는 명칭으로 미국내 유통, 프랑스, 스위스등의 유럽에도 수출하여 대량 유통을 수행
 - 이천시의 적극적인 어필과 대응으로 해당 명칭을 부착하여 유통하는 것을 포기
 - 다만, 이천쌀 외에도, 리브라더스는 한국지명을 도용한 사례가 다수 존재
 - 아씨 순창볶음 고추장(중국산), 아씨 순창잡쌀 채래식 고추장(중국산), 마산멸치 젓국(태국산), 아씨 목포 낙지(중국산), 아씨 서산 조개국(중국산), 아씨 백운산 오미자(중국산), 아씨 연천 결명자(중국산), 아씨 칠갑산 구기자(중국산)
- 미국 리브라더스(Rhee Bros, Inc), “Pure Spear(純粹한 創)’ 상표등록 침해소송 제기:'순창고추장'(청정원)
 - 미국 유통업체인 리브라더스가 순창이라는 용어를 “Pure Spear(純粹한 創)’ 상표 등록을 수행하고, 미국에 진출중인 한국의 청정원의 '순창고추장'에 대한 상표권의 침해금지 소송을 제기한 사건
 - 순창고추장의 제조업체인 (주)대상은 상표무효소송을 제기하여 반격

- 미연방법원은 리브라더스의 상표는 기만적 등록행위로 무효이며, (주)대상이 '순창'을 사용하는 데에는 어떠한 방해도 할 수 없다는 판결로 종료
- 판결요지: 순창은 이조시대때부터 왕에게 진상하는 질 좋은 고추장을 생산하던 유명한 지명이며, 대다수의 한국인들은 순창이라는 단어에서 '순수한 창'이라는 의미를 직감하지 못하며, 오히려 지역명인 전라도의 순창 지역을 연상하게 됨. 상표 등록신청시 이와 같은 사실을 고지 하지 않은바, "Pure Spear(純粹한 創) 상표등록을 취소

2. 타국가간 지리적 표시제 관련 분쟁 사례

가. 미국(Anheuser Busch) Vs 체코(Budejovice): budweiser 사건

- 미국의 Anheuser Busch 사의 버드와이저 맥주 상표 등록 시도 중 분쟁
 - 개요: Anheuser-Busch는 미국 St. Louis(Missouri, US)에 등록된 회사로 "Budweiser"라는 맥주를 상품으로 판매하고 있었음. 1981년 동 회사는 "Budweiser"상표를 포르투갈산업자산원(Portugees National Institute for Industrial Property: 이하 NIIP)에 등록하려 하였으나 이미 체코슬로바키아(이후 체코부문에 위치함) 회사에 의해 "Budejovická Budvar"로 등록되어 동일한 이름이 appellation of origin으로 등록되어있는 것을 이유로 신청이 반려됨. 1989년 Budweiser회사는 법원에 소송을 제기하였고 판결의 결과에 근거하여 NIIP는 1995년 Budweiser를 상표 등록
 - 체코회사는 본 결정이 포르투갈과 체코슬로바키아가 체결한 원산지명칭에 관한 1986년 협정에 반하는 것으로 제소
 - 판결: 1심에서는 미국회사에게 승소를 항소에서는 체코회사에게 승소결정, 최종 심인 supreme court에서 기각되면서 체코회사 승소. 미국회사는 이를 ECHR에서 다시 다투었는데 항소심까지 갔지만 체코회사가 최종 승소
 - 아르헨티나, 오스트리아, 브라질, 덴마크, 스웨덴, 핀란드, 헝가리, 이탈리아, 뉴질랜드 등에서는 Anheuser(미국 Budweiser)가 'BUD'라는 이름의 사용권에 대한 배타적인 권리를 부여받고 승소하였음. 라트비아와 리투아니아에 서는 체코 Budweiser에 유리한 판결을 내림으로써 이들 국가에서는 미국산은 'Anheuser-Busch B'라는 이름으로 상품을 판매하게 되었음. 한국과 일본에선 두 개의 버드와이저가 공존하는 판결이 내려짐
 - 체코와 미국의 Budweiser 분쟁은 각 국가별로 현재 44개(EU 회원국과 비회원국 포함)의 소송이 진행 중에 있거나 판결되어졌음. 그러나 EU 비회원국 대부분은 EU와 같은 강력한 지리적표시 보호체계를 갖추고 있지 않으므로 단순히 상표권 분쟁으로 다루어지고 있는 실정
 - 시사점: 90%이상의 항소기각이 이루어지는 유럽인권재판소(European Court of

Human Rights: ECHR)가 항소를 받아들이면서 이 사건의 결과는 더더욱 주목을 받았는데 첫 번째 이유는 ECHR에서 상표를 ‘소유권’의 대상으로 판결한 첫 번째 사건이었기 때문이고 두 번째 이유는 동 사건이 EC 2081/92가 WTO에 회부된 상황에서 진행되고 있었기 때문임

- 이러한 현상을 볼 때 EU의 규정이 있음에도 불구하고 EU내에서도 지리적표시와 상표의 관계는 복잡한 이해관계를 생성해내고 있는 것으로 판단가능

나. 중국: 진후아 햄(Jinhua Ham): Zhejiang Pujiang Country Food Company(상표권) VS Taikang Company(지리적표시)

○ 상표권과 지리적표시권의 충돌 사례

- 배경: 1979년 10월, Zhejiang Pujiang Country Food Company는 Jinhua Ham을 출원하여 등록(등록번호 130131) 하였으며, 이후, 1983년 3월 14일, 그 상표는 Zhejiang Food Stuff Company로 이전. 2000년 10월 7일, 그 상표등록자는 Zhejiang Food Stuff Co., Ltd.로 상호를 변경하였으며, 회사의 위치도 항주로 변경
- 전통방식에 따라 진후아 햄을 생산하는 다수의 생산자들은 진후아 햄 브랜드를 사용할 수 없었으며, Zhejiang Food Stuff Co., Ltd.에 의하여 상표침해가 제기되어, 금화지역 진후화햄 생산자들은 지리적 표시 상품의 보호를 요청하였으며 2002년 지리적 표시의 보호에 대한 승인
- 2003년 Zhejiang Food Stuff Co., Ltd.는 Taikang Company는 햄라벨에 진후아 햄(Jinhua Ham)을 표시함으로써 Zhejiang Food Stuff Co., Ltd.사의 상표를 침해하였다고 소송이 제기
- 판결 : 원고는 상표 등록 이후 상표의 지명도를 높이기 위하여 많은 노력을 해왔으므로 원고의 등록된 상표는 법에 의하여 보호되어야 하지만, 등록된 상표를 사용하는 배타적권리의 소유권자는 타인의 공정한 사용을 금지하는 어떠한 권리도 없다. 중국에서 소유권자의 등록상표에 대한 배타적 권리 및 원산지 상품의 표시는 법에 의하여 보호되므로, 소유권자가 그러한 규정들에 따르면서 그것을 사용하는 한, 그의 행위는 합법적이고 정당함. 피고에게는 원산지 “Jinhua Ham”(金华火腿)의 특별한 표시의 배타적 사용자격이 부여되어 있으므로 피고의 행위는 적법한 것으로 허용되지만, 피고는 표준에 따라서 원산지상품의 표시를 사용해야만 하고 피고와 원고는 상호간의 지식재산권을 존중해야하며, 적법하게 자신들의 권리들을 행사해야만 함
- 시사점 : 진후아 햄(Jinhua Ham) 사건은 중국에서 최초로 20여년에 걸쳐 지속된 지리적표시와 상표사이의 권리분쟁이 발생하고, 이에 대한 결론이 내려진 전형적인 경우임. GI와 일상적인 상표사이의 충돌의 조정은 두가지가 상존하는 것을 허용함으로써 일상적 상표와 GI사이의 관계를 취급함에 있어서 원칙들을 세움. 이 사건에 대한 법원의 판결은 지리적표시와 일상적인 상표사이의 충돌의 조정은 두 가지가 상존하는 것을 허용함으로써 일상적 상표와 지리적표시 사이의 관

계를 취급함에 있어서 원칙들을 세움. 우선 중국은 TRIPs 협정에 가입되어 다른 지식재산권과 마찬가지로 원산지 상품의 표시는 중국에서 법에 의하여 보호함으로, 피고는 원고 등록상표의 배타적 권리를 침해한 것이 아닌 것으로 결론 남. 원고는 상표 등록 이후 상표의 지명도를 높이기 위하여 많은 노력을 해왔으므로 원고의 등록된 상표는 법에 의하여 보호되어야 함. 하지만, 등록된 상표를 사용하는 배타적 권리의 소유권자는 타인의 공정한 사용을 금지하는 어떠한 권리가 없음. 중국에서 소유권자의 등록상표에 대한 배타적 권리 및 원산지 상품의 표시는 법에 의하여 보호되므로 소유권자가 그러한 규정들을 따르면서 그것을 사용하는 한 그 행위는 합법적이고 정당함. 피고에게는 원산지 “진후아 햄”의 특별한 표시의 배타적 사용자격이 부여되어 있으므로 피고의 행위는 적법한 것으로 허용되지만 피고는 표준에 따라서 원산지 상품의 표시를 사용해야만 하고 피고와 원고는 상호간의 지식재산권을 존중해야 하며 적법하게 자신들의 권리를 행사해야 함

다. 그리스(Feta(페다) 치즈) vs 독일, 덴마크(Feta치즈)

- 그리스 Feta 치즈의 등록 과정에서 독일, 덴마크와 분쟁
 - 배경: 1996년과 2002년 그리스가 전통특산물보증제 내의 PDO로 등록신청한 ‘Feta(페다)’ 치즈의 사례임. 그리스에서 ‘페다’는 양이나 염소의 우유를 사용하고 그것에 특별한 제조방식을 통하여만 얻는 치즈종류를 의미하는 것이었는데 유럽의 일부 국가에서는 일반적으로 양이나 염소의 우유를 가공하여 만든 모든 종류의 치즈를 의미하는 보통명사로 사용되고 있음. 1996년 그리스가 Feta를 지리적 표시로 등록함으로써 더이상 Feta를 보통명사로 사용할 수 없게 된 국가들 중 독일은 1985년부터 Feta를 보통명사로 사용해 왔었는데 이러한 국가들이 연합하여 그리스 PDO인 Feta에 대한 무효소송을 제기
 - 판결 : 유럽사법재판소(European Court of Justice: ECJ)는 제품생산지역과 비지역, 유럽공동체의 입법내용 및 상황 등을 모두 고려한 후 ‘Feta’는 이미 양이나 염소의 우유를 가공하는 치즈를 의미하는 보통명사화 되었다고 판시. 2002년 그리스는 ‘Feta’치즈를 PDO로 다시 신청하였고 해당기관은 이를 재등록시킴. EU 위원회는 ‘Feta’치즈를 그리스의 PDO로 등록할지 여부에 대해 12,800명의 EU 회원국 국민들에 대한 조사를 실시·참고하고, 지리적 표시에 관한 과학위원회의 지지를 받으면서 결국 그리스가 ‘Feta’를 PDO로 사용하도록 하는 등록을 인정함. 독일과 덴마크는 다시 한번 Feta에 대한 등록무효소송을 제기하였는데 이번에는 유럽사법 재판소가 그리스의 편을 드는 것으로 최종 판시
 - 시사점 : 지리적 표시보호제도와 상표제도가 공존함으로써 권리 간 갈등이 소송으로 비화된 경우도 있어서 EU내에 유사제도간의 갈등이 존재하는 것을 확인할 수 있음. 권리 간 갈등은 지리적 표시로 인정받은 것이 보통 명칭화 됨으로써 상표무효소송에서 패소하여 더이상 표식을 인정받지 못하게 되거나 오랫동안 상표로 써오던 상표가 지리적표시로 등록된 것에 의해 더 이상 사용할 수 없게 되는 경우로 나누어짐. 본 사례에서는, 지리적 표시제의 등록을 보통명칭화 상표제도에 우선하는 EU의 경향성을 보이는 것으로 볼 수 있음

라. US, Australia vs. EC: 농산물 및 식료품의 지리적표시 및 원산지명칭 관련 규정 적용에 대한 분쟁

○ 미국과 호주 vs EC 간의 지리적표시 및 원산지명칭 규정 적용에 관한 분쟁

- 배경 : EC의 농산물 및 식료품의 지리적 표시(geographic indication) 및 원산지 보호에 관한 이사회 규정 2081/92(이하 '이사회 규정' 또는 '규정'이라고 함) 및 동 규정과 관련된 이행 및 집행 조치에 대하여 미국과 호주가 각각 WTO에 제소한 분쟁. EC의 농산물 및 식료품에 대한 지리적 표시 보호에 관한 이사회 규정에 따르면, 제 3국의 GI가 EC 내 보호를 획득하기 위해서는 그 제 3국이 EC의 GI 보호와 동등한 수준의 보호를 제공하여야 하고(동등성: equivalence), EC산 농산물 및 식료품에 대해서도 그에 상응하는 대우를 부여하여야 한다는(상호성: reciprocity) 조건을 명시하고 있다. 미국과 호주는 이러한 동등성 및 상호성의 조건이 GI 보호에 있어 다른 WTO 회원국을 차별하고 있다고 주장하고, 2003년 8월 EC를 WTO에 제소. 유럽공동체규칙 제14조 2항에 따라 일정한 경우 선등록된 상표와 지리적표시가 공존하는 결과가 발생할 수 있는데, TRIPS협정 제16조 1항에 따르면 등록상표권자는 후속의 유사한 표지에 대하여 배타적 권리를 행사할 수 있다고 규정되어 있으므로 TRIPS 협정상의 배타적 권리가 유럽공동체규칙 2081/92 제14조 2항과 불합치하는 결과를 발생
- 평결 : 유럽공동체 규칙 제14조 2항은 TRIPS협정 합치적이며 따라서 동일 유사한 선등록상표와 지리적 표시는 둘 다 보호가능하며, 선등록된 상표는 산지의 표시와 같은 기술적 용어로서 지리적 명칭, 현저한 지리적 명칭에 대하여 효력을 미치지 아니하므로, 이러한 지리적 명칭의 공정사용(fair use)의 경우 어느 입장을 취하든 양자의 공존 인정가능함. EC는 2006년 4월 3일까지 WTO요건에 일치하게 농산물 및 식료품에 대한 지리적 표시 보호제도를 개정하겠다고 함
- 시사점 : 해당 분쟁은, 제소한 미국, 호주의 주장이 수용되었다는 점외에, EU의 주장인 지리적표시가 합법적이며 그리고 기존 상표권체제와 합치하다는 사실을 확인함으로써 이번 WTO의 결정은 EU가 더 많은 국가들이 지리적표시를 인정하도록 하는데 도움을 줄 것이며, 도하라운드협상의 목적 중 하나이기도 한 지역적인 상품과 지방적인 상품의 정체성을 보장해주는데 도움을 줄것이라는 점에서, 지리적 표시제도가 합법적인 국제기준으로 자리잡을 수 있음을 대외적으로 확인함

마. 프랑스(샴페인: 지리적 표시제) vs 스위스(상파뉴 샴페인)

○ 프랑스 샴페인의 지리적표시 등록에 따른 스위스 상파뉴 샴페인과 분쟁

- 샴페인(Champagne)은 프랑스의 지역명 상파뉴의 영어식 표현으로 상파뉴 지역에서 생산되는 발포성 포도주는 세계적으로 유명함³⁴. 상파뉴 지역은 발포성 포도주가 아닌 코토 샴피뉴와 Coteaux Champenois 라는 이름의 원 산지통제명칭법(AOC)를 사용하는 일반 포도주도 생산하고 있음

- 오늘날 샴페인은 “고급”과 “축제”의 이미지를 가지고 있는데 유럽 연합등에 서는 자국의 이익을 위해 샴페인에 지리적표시제를 적용시켜 샴파뉴지역 이외에서 생산된 제품에 대해 샴페인이라는 말을 쓰지 못하게 하고 있음. 프랑스는 1927년 제정한 원산지통제명칭법(AOC)에 따라 샴파뉴 지방에서 만들어진 샴페인말고는 샴페인 명칭을 쓰지 금지함
- 프랑스와 스위스에 ‘샴파뉴’ 지역에서 생산되는 발포성와인에 “샴페인”이라는 명칭을 제품화하여 판매. 프랑스 정부는 지리적 표시제 등록을 내세워, 자국의 샴파뉴아르덴주 지역에서 생산한 발포성 와인에만 샴페인이라는 이름을 붙일 수 있다고 주장하여, EU법원에 제소. 프랑스 승소
- 스위스는 885년 발포성 와인을 만들어 샴페인이라는 이름으로 판매해온, 스위스의 샴파뉴 지역 주민들은 샴페인 명칭을 포기
- 스위스 뉴샤텔의 한 마을 이름은 ‘샴파뉴로 885년 이후 1000년 넘게 마을 이름을 딴 포도주와 쿠키, 빵을 만들어 팔아왔지만 2000년 이후 프랑스 샴파뉴아르덴주에서 생산된 발포성 백포도주에만 ‘샴페인’이란 이름을 붙일 수 있다는 프랑스 측 주장을 스위스 정부가 받아들였음. 이 마을에서 만들어진 샴페인 판매량은 2004년 11만 병에서 2007년엔 3만2000병으로 극감함

바. 이탈리아(파르마: ‘파르메산 치즈’지리적 표시제) vs 독일(파르메산 치즈 판매)

- 이탈리아 파르메산 치즈의 지리적표시 등록에 따른 독일의 파르메산 치즈 판매와의 분쟁
 - 이탈리아는, ‘파르마(parma)’ 지방에서 800년 전부터 생산하는 치즈에, ‘파르메산 치즈’로 지리적표시를 등록함. 이후, 독일이 ‘파르메산’이라는 명칭의 치즈를 생산 판매하자, 이탈리아는 EU 법원에 제소. 2008년 EU 법원은 ‘이탈리아 파르마 지방에서 생산하는 치즈만 법적으로 ‘파르메산 치즈’라고 명명할 수 있다는 판결을 내림. 이탈리아 승소
 - 독일은 해당 판결이후, ‘파르메산 치즈’의 명칭을 변경

사. 인도 차협회 vs. ITC 호텔, Tea Board Of India vs. ITC Ltd.

- 인도 차협회의 ‘다즐링’ 차와 ITC 호텔의 다즐링 차 판매와의 분쟁
 - 인도 차협회는 관련법(The Tea Act, 1953)에 따라 1954년 콜카타를 본사로 설립된 정부기관으로 차의 생산, 재배, 마케팅, 판매 및 수출, 연구 장려 등 차와 관련된 수많은 법적 의무와 기능을 주로 하고 있으며, ‘다즐링’ 차에 대한 지리적 표시와 단어 및 두 잎과 왼손에 꽃봉오리를 들고 있는 아가씨의 모습을 그린 로고에 대한 상표권을 가지고 있었음
 - 인도 차협회는 2010년 인도 주요 대표 호텔인 ITC사의 ITC 일부 호텔의 라운지에서 ‘다즐링’이라는 표시를 사용해 다즐링 차를 포함한 여러 음식 및 주류를

판매하는 서비스를 제공한 것에 대해 콜카타 고등법원에 가처분 소송을 제기

- 해당 가처분 소송이 기각된 이후 인도 차협회는 이 사건을 대법원까지 항소했으나 대법원은 다시 이 사건을 고등법원으로 되돌려 보낸바 결국 2019년 2월 고등법원에서 최종 판결이 내려짐
- 고등법원은 인도 차협회의 지리적 표시권은 ‘다즐링’ 차 상품에 국한된 것이므로 호텔이 제공한 서비스는 이러한 상품에 대한 지리적 표시를 침해하지 않는다고 결론
- 또한 호텔의 ‘다즐링’ 표시 사용이 2003년에 이미 시작됐으나 인도 차협회가 소송을 2010년에야 제기해 소송 제기 시효인 5년이 이미 지난 점, 양 사업체 간 거리가 멀고 호텔 투숙객은 통상 높은 수준의 교육을 받고 식견이 있는 고객이므로 제공되는 서비스가 ‘다즐링’ 차와 혼동되지 않는다고 판시
- 따라서 재판부는 인도 차협회는 차 이외의 상품에 대해서는 ‘다즐링’이라는 이름으로 어떠한 권리도 소유하지 않는다고 판단하고 지리적 표시가 ‘다즐링’에서 유래한 차의 원산지를 지리적으로 표시하기 위해서만 인정되며, 지리적 표시와 관련된 법률은 상품에만 국한돼 있음을 명확히 함

아. 인도 라스굴라(Rasogolla) 원산지 분쟁(Banglar vs. Odisha)

○ 인도 라스굴라의 웨스트벵갈주와 오디샤주 간의 원산지 분쟁

- 웨스트벵갈주와 오디샤주는 2015년부터 인도의 대표적인 디저트인 라스굴라가 서로 자신의 주가 원산지라고 분쟁시작
- 2015년 9월 West Bengal State Food Processing and Horticulture Development Corporation Limited은 라스굴라가 1868년 콜카타 지역에서 시작됐다고 주장하며, “Banglar Rasogolla” 라는 식품에 대한 지리적 표시를 출원했고 오디샤주는 라스굴라가 12세기부터 시작된 오디샤주 전통음식이라고 주장
- 결국 웨스트벵갈주는 2017년 11월 여러 증거를 제출해 “Banglar Rasogolla”이라는 지리적 표시에 대한 출원 등록
- 이후 2018년 2월 Odisha Small Industries Corporation Ltd.은 오디샤의 라스굴라에 대해 지역적인 특징을 주장하며, 지리적 표시 출원을 했고 결국 지리적 표시 등록청은 “라스굴라” 단어 자체가 아닌 지역명을 함께 붙인 “Banglar Rasogolla” 및 “Odisha Rasogolla”에 대한 지리적 표시를 모두 인정
- 동시에 2018년 2월 오디샤주의 또다른 개인은 웨스트벵갈주의 지리적 표시 등록의 취소 심판을 제기했는데 2019년 10월 증거부족으로 신청이 기각되면서 벵갈과 오디샤의 라스굴라 분쟁은 일단락
- 인도에서도 최근 지식재산권 정책 및 법제의 발전이 눈에 띄고 있으며, 사법부의 지식재산권 보호 의지도 강한 것으로 보임. 최근 분쟁 사례들은 특허나 상표 외 지리적 표시까지도 인도 국내법이 보호하고 있음을 보여주고 있음

자. 베트남 로컬브랜드와 지리적 표시: **Cafe Buon Ma Thuot(분마투엣 커피), Nuoc mam Phu Quoc(푸꼭섬의 피쉬소스)**

○ 베트남 로컬브랜드와 지리적 표시 간의 분쟁

- 베트남 지식재산권 법제는 상표권과 구별하여, 해당 지리적 표시를 가지는 제품이 지리적표시에 대응하는 지역에서 유래되고 해당 지리적 조건에 기인한 명성이나 품질, 특징을 가지고 있는 경우 지재권에 등록하여 보호받을수 있도록 함
- 아울러 지리적 표시는 상표권과 달리 별도의 유효기간 없이 보호됨
- 베트남 특허청의 통계자료에 따르면, 2001년부터 2015년 기준 베트남에 등록된 지리적표시는 총 47건 밖에 없음
- 구체적으로 베트남인 68건 출원, 33건 등록, 외국인 9건 출원 4건 등록
- 베트남의 로컬브랜드들은 지재권에 무관심해, 선등록 당하여 발생된 침해사례가 계속 늘고 있음
- 구체적으로 Cafe Buon Ma Thuot(분마투엣 커피), Nuoc mam Phu Quoc(푸꼭섬의 피쉬소스)등 다른국가에 의해 선등록되어 베트남은 분쟁을 통해 많은 비용과 시간을 드려 다시 권리를 되찾아옴
- Buon Ma Thuot 커피의 경우 5억동(약 25,000USD)을 들여, 중국인에 의해 등록된 상표를 되찾아옴. Nuoc mam Phu Quoc의 경우 해외시장에서 태국 브랜드로 판매가 되는등, 침해로 인한 지역 특산물의 지리적표시권 등록 중요성이 부각
- 최근들어 베트남 지방/지역의 지리적표시권 등록이 활성화 되고 있음
- Quang Ngai 성에 포함된 Ly Son 섬의 섬이름을 등록함. Ly son 섬은 해산물, 마늘, 양파 산지로 유명지역임. 하지만 그동안 지역의 이름을 임의로 사칭한 제품들이 많았음
- 또한 Buoi Da Xanh Ben Tre(벤제 자몽), Quyt Hong Lai Vung(홍라이지역금귤), Xoai Cat Hoa Loc(호아록망고) 등 베트남 고급과일 브랜드들 또한 권리보호를 진행
- 세계 4대 산삼 중 하나인, 베트남 Ngoc Linh 삼 또한 2016년 8월 16일 지리적 표시를 등록
- 베트남 수상은 이런 피해를 막기 위해, 지방단체들에게 고유지방의 특산물의 지재권 보호에 신경쓰며, 특히 수출 전 베트남 지재권 등록을 통해 보호를 확실하게 할 것을 요청
- 베트남 지재권등록 기간, 심사기간이 기본 1년 이상으로, 외국기업뿐만 아니라 현지기업들의 애로사항으로 자리잡음
- 실제로 Ly son의 지리적표시 또한 등록까지 3년이 걸림

- 베트남 특허청의 지재권 심사기간은 규정상 9개월이지만, 기본 1년 이상, 2년 넘게 걸리는 경우가 많음

차. 인도 바스마티 쌀 vs 미국 라이스테크(rice Tec)

- 인도 바스마티 쌀의 명칭을 미국 라이스테크가 상표권 등록 시도
 - 인도의 바스마티 쌀은 파키스탄과 인도의 북부 편자브 지방에서 재배되는 품종으로, 향과 풍미가 진한 쌀로 평가 받고 있음. 1997년 인도는 바스마티 쌀을 미국, 유럽 등에 수출해 2500만달러의 소득을 달성함. 1997년 9월, 미국 곡물회사인 라이스테크(rice Tec)가 ‘바스마티 쌀’에 대한 상표권을 출원하여 등록을 시도
 - 등록상표의 일부 품목에 대한 출원은 취소되었으나, '미국 법원에서는, ‘바스마티’라는 명칭이 일반 보통명사에 해당한다'는 판결을 내렸음

3. 지리적 표시제 분쟁 사례를 통한 ‘지리적 표시제’ 운영 시사점

- 지리적 표시를 보호하는 법적 체계는 각 국가의 정책과 보호하려는 자원의 경중에 따라 차이를 보이고 있음
- 지역명을 사용하는 제품을 수출할 때 해당 국가에 상표권을 등록하지 않으면 상표권 국제분쟁에 휘말릴 가능성이 있음. 따라서 지리적표시의 국제적 보호를 강화하기 위한 법률 제정 및 배타적 권리 강화 방안이 마련되어야 함
- 유럽연합을 중심으로 품질 규범적 독자적 등록시스템에 주로 의존하는 국가와 독일, 영국 등 유럽연합에 속해 있어 독자등록 시스템과 상표법에 의한 적극적 보호를 병행하는 국가, 미국 등 지리적 표시 단체표장과 증명표장제도가 병행 실시되고 있는 국가로 나누어 볼 수 있음
- 한EU FTA, 한미 FTA 체결에 따라, 우리나라는 유럽연합의 독자적인 지리적보호 시스템 및 미국의 증명표장제도의 도입을 해야만 하는 실정
- 현재, 상표법, 품질관리법, 부정경쟁방지법 등 다양한 법률에 의해 지리적표시를 보호하고 있는 우리나라 보호 방식과 국제적인 보호 흐름을 비추어 보면, 독자등록 시스템과 상표법의 보호를 병행하고 있는 독일과 영국의 보호체계를 벤치마킹하여 본다면, 효율적인 국내 지리적표시 보호의 통일화방안을 모색해 볼 수 있음

제3장

지리적표시제 국내·외 현황

- 제1절 국내 지리적표시제 현황
- 제2절 국외 지리적표시제 현황
- 제3절 국내·외 지리적표시 사례

제1절 국내 지리적표시제 현황

1. 지리적 표시제 관련 법령

가. 「농수산물 품질관리법」에서의 지리적 표시제

■ 제도 도입 배경

- 한·EU FTA 계기로 지리적 특산품 보호 제도 필요성 강화
 - 1966년 한·EU FTA를 계기로 우수한 지리적 특산품을 국내 및 국제적으로 보호하기 위해 1999년 「농수산물품질관리법」에 의해 지리적표시 등록제도를 도입

■ 목적과 정의

- 지리적 특성을 가진 농수산물의 품질관리로 상품성 향상 & 공정하고 투명한 거래 유도로 농업인 소득증대 및 소비자 보호
 - 「농수산물품질관리법」에서 제도의 목적으로 “지리적 특성을 가진 농수산물의 적절한 품질관리를 통하여 농수산물의 안전성을 확보하고 상품성을 향상하며 공정하고 투명한 거래를 유도함으로써 농어업인의 소득 증대와 소비자 보호에 이바지 하는 것을 목적으로 한다”고 규정
- 지리적 표시에 대한 정의 규정
 - 지리적 표시의 정의로 “농수산물 또는 이에 따른 농수산가공품의 명칭·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 있음

■ 등록요건

- 지리적 표시 등록은 법인에 한하여 신청 가능
 - 「농수산물품질관리법」에 따른 지리적 표시의 등록은 특정 지역에서 지리적 특성을 가진 농수산물 또는 농수산가공품을 생산하거나 제조·가공하는 자로 구성된 영농조합법인, 농업회사법인 등 법인에 한하여 신청할 수 있음
 - 지리적 특성을 가진 농수산물 또는 농수산가공품의 생산자 또는 가공업자가 1인일 경우는 법인이 아니라도 등록신청을 할 수 있도록 규정하고 있음(실제 등록 사례 없음)

* 지리적 표시 등록 법인의 요건

1. 법인격을 가진 법인
2. 지역생산자를 대표하는 대표성
3. 지역생산자들의 가입 및 탈퇴가 자유롭게 규정된 정관을 가진 법인

- 지리적표시를 신청하는 등록법인은 지리적표시의 등록 대상품목의 생산자 또는 가공업자의 가입이나 탈퇴를 정당한 사유 없이 거부할 수 없도록 정관 개정 후 등록신청서 제출

■ 등록대상

- 농수산물 또는 농수산가공품

■ 등록대상 지역

- 지리적표시 대상지역은 자연환경적 및 인적 요인을 고려
 - 해당 품목의 특성에 영향을 주는 지리적 특성이 동일한 행정구역, 산, 강 등에 따름
 - 해당 품목의 특성에 영향을 주는 지리적 특성, 서식지 및 어획·채취의 환경은 위도와 경도로 구분된 연안해역에 따름
 - 「인삼산업법」에 따른 경우 전국을 단위로 하나의 대상 지역으로 함

■ 등록신청 및 출원

- 정해진 등록신청서류 및 부속서류 제출 필요
 - 「농수산물품질관리법」에 따라 지리적표시를 등록하려면 농림축산식품부령 또는 해양수산부령으로 정하는 등록신청서류 및 부속서류를 농림축산식품부령 또는 해양수산부령으로 정하는 바에 따라 농산물 및 그 가공품은 국립농산물품질관리원장, 수산물 및 그 가공품은 국립수산물품질관리원장, 임산물 및 그 가공품은 산림청장에 각각 제출
 - 지리적표시를 등록하려 자가 「상표법」의 지리적표시 단체표장 등록신청을 위하여 서류를 특허청장에게 제출한 경우에는 지리적표시 등록(변경)신청서에 해당 사항을 표시하고 이러한 제출 서류를 생략할 수 있음

■ 등록심의

- 지리적표시 등록심의 분과위원회의 등록 심의
 - 「농수산물품질관리법」에 따라 지리적표시를 신청하면 지리적표시 등록심의 분

과위원회 등록심의를 받게 됨

- 지리적표시의 등록절차는 등록신청, 심의, 등록신청 공고, 이의제기 심의, 등록공고, 표시사용 및 사후관리라는 단계를 거침

* 지역특산품의 지리적표시 주요 등록 기준

1. 해당 품목이 대상 지역에서만 생산된 농산물인지 또는 이를 주원료로 해당 지역에서 가공된 품목인지(지역성)
2. 해당 품목의 우수성이 국내 또는 국외에서 널리 알려져 있는지(유명성)
3. 해당 품목이 대상 지역에서 생산된 역사가 깊은지 여부(역사성)
4. 해당 품목의 명성·품질 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 특정 지역의 생산 환경적 요인이나 인적 요인에 기인하는지(지리적 특성)

- 「농수산물품질관리법」 시행령에서 지리적표시 등록거절 사유의 세부 기준을 제시하고 있음

* 지리적표시의 등록 거절 사유

1. 해당 품목이 농수산물인 경우 지리적표시 대상 지역에서만 생산된 것이 아닌 경우와 지리적표시 대상 지역에서만 생산된 농수산물을 주원료로 하여 해당 지리적표시 대상 지역에서 가공된 것이 아닌 경우
2. 해당 품목의 우수성이 국내 및 국외에 알려지지 않은 경우
3. 해당 품목이 지리적표시 대상 지역에서 생산된 역사가 깊지 않은 경우
4. 해당 품목의 명성·품질 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 특정 지역의 생산환경적 요인과 인적 요인 모두에 기인하지 않는 경우
5. 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관이 지리적표시 등록에 필요하다고 인정하여 고시하는 기준에 적합하지 않은 경우

■ 등록공고

○ 심의 결과 등록 거절 사유 없을 때 지리적 표시 등록공고

- 「농수산물품질관리법」에 따르면 지리적표시 관리기관장은 지리적표시 등록심의 분과위원회의 심의 결과에 따라 처리 결과 등록을 거절할 사유가 없을 때 지리적표시 단체표장제와 충돌 방지를 위해 특허청에 의견조회를 요청한 후 등록신청 공고를 60일간 실시

* 등록신청 공고 포함 요소

1. 지리적표시 등록신청인의 성명·주소 및 전화번호
2. 지리적표시 등록 대상 품목 및 등록명칭
3. 품질의 특성과 지리적 요인과의 관계
4. 지리적표시 대상 지역의 범위
5. 신청자의 자체 품질기준 및 품질관리계획서

- 지리적표시를 하기에 부적합하다고 결정 또는 판단될 때 지체없이 그 사유를 명시하여 신청자에게 등록거절결정 통지를 하고 부적합 사항이 단기간에 보완될 수 있다고 판단되는 경우 보완통지를 함
- 이의신청 및 심사는 누구든지 등록신청 공고일로부터 2개월 이내에 이의 사유를 기재한 이의신청서와 필요한 증거를 첨부하여 지리적표시 관리기관장에게 이의 신청을 할 수 있으며 지리적표시 관리기관장은 지리적표시 등록심의 분과위원회의 심의를 거쳐 처리
- 지리적표시 등록신청 공고 이후 이의신청이 없으면 지리적표시 관리기관장은 지리적표시 등록을 하고 지리적표시 등록증을 교부
- 지리적표시 등록증은 지리적표시의 등록신청 공고시 자료를 첨부하여 공고

■ 지리적표시권 효력

- 「농수산물품질관리법」에 따라 지리적표시 등록을 받은 자는 등록된 품목에 대하여 지리적표시권을 가짐
 - 지리적표시권이란 지리적표시를 배타적으로 사용할 수 있는 지적재산권을 말함
- 「농수산물품질관리법」에서 정한 지리적표시권의 침해행위는 4가지로 제시

* 지리적표시권 침해 행위

1. 지리적표시권이 없는 자가 등록된 지리적표시와 같거나 비슷한 표시를 등록 품목과 같거나 비슷한 품목의 제품·포장·용기·선전물 또는 관련 서류에 사용하는 행위 (등음이의어 지리적표시의 경우에는 해당 지리적표시가 특정 지역의 상품을 표시하는 것이라고 수요자들이 뚜렷하게 인식하고 있어 해당 상품의 원산지와 다른 지역을 원산지인 것으로 소비자에게 혼동하게 하는 지리적 표시만 해당)
2. 등록된 지리적표시를 위조하거나 모조하는 행위
3. 등록된 지리적표시를 위조하거나 모조할 목적으로 교부·판매·소지하는 행위
4. 그 밖에 지리적표시의 명성을 침해하면서 등록된 지리적표시품과 같거나 비슷한 품목에 직접 또는 간접적인 방법으로 상업적으로 이용하는 행위

- 지리적표시권 침해에 대하여 손해배상 청구 가능

- 지리적표시권 침해에 대하여 지리적표시권자는 자신의 지리적표시에 관한 권리를 고의 또는 과실로 침해한 자에게 손해배상 청구 가능
- 지리적표시품이 아닌 농수산물 또는 농수산가공품의 포장·용기·선전물 및 관련 서류에 지리적표시 또는 이와 비슷한 표시를 하거나 지리적표시품에 지리적표시품이 아닌 농수산물 또는 농수산가공품을 혼합하여 판매하거나 혼합하여 판매할 목적으로 보관 또는 진열한 자에 대하여는 3년 이하의 징역 또는 3천만 원 이하의 벌금에 처하도록 규정

■ 지리적표시권의 행사

- 지리적표시품의 포장·용기의 표면 등에 등록명칭을 표시하고 「농수산물품질관리법」 시행규칙에 따라 표지 및 표시사항 표시
 - 지리적표시품 중 「인삼산업법」에 따른 인삼류의 경우는 농림축산식품부령으로 정하는 표시방법 외에 인삼류와 그 용기·포장 등에 고려인삼, 고려수삼, 고려홍삼, 고려태극삼 또는 고려백삼 등 고려가 들어가는 용어를 사용하여 지리적표시를 할 수 있음
 - 지리적표시권자가 표시를 하려면 지리적표시품의 포장·용기의 겉면 등에 등록명칭을 표시하여야 함

■ 등록 후 사후관리

- 상품 구분에 따라 관리기관에 의한 사후관리
 - 「농수산물품질관리법」에 따르면 농산물 및 그 가공품은 농림축산식품부 국립농산물품질관리원이, 수산물 및 그 가공품은 해양수산부 국립수산물품질관리원이, 임산물 및 그 가공품은 산림청에서 지리적표시 등록단체를 사후관리함
 - 반기 1회 이상 지리적표시품에 대한 생산·유통단계별 점검을 실시해야 하며 취소 사유로는 인증품 생산이 불가능, 등록단체가 고의로 허위표시, 등록 기준에 미치지 못하는 경우 등이 있음
 - 허위표시의 경우 3년 이하 징역, 표시시정 위반 시 과태료 1,000만원 이하의 처벌

나. 「상표법」에서의 지리적표시제

■ 제도 도입 배경

- 지리적 명칭은 부등록 사유 → 지리적표시 보호를 위한 단체표장 도입
 - 「상표법」은 전통적으로 지리적 명칭, 표시만으로 구성된 상표는 기술적(descriptive) 표장이라 하여 등록을 인정하지 않음 → 모두가 자유롭게 사용할 수 있는 지명에 대한 사용권을 개인에게 부여할 수 없다는 판단에 근거하여 누구나 자유롭게 지리적 명칭을 사용할 수 있도록 함
 - 1997년 「상표법」 개정에서 부등록 사유로서 포도주 및 증류주에 대한 지리적표시에 관한 규정을 둠
 - 2004년 동법 개정을 통하여 단체표장의 한 형태로 지리적표시를 보호하는 규정을 마련하여 보다 적극적으로 지리적표시를 지식재산권으로 보호할 수 있게 됨
 - 2011년 한·미 FTA에 의하여 「상표법」에 따라 지리적표시 증명표장제도가 도

입되어 현재 시행

■ 목적과 정의

- 상표 보호로 사용자의 업무상 신용 유지 도모 및 산업 발전 & 수요자 이익 보호
 - 「상표법」에서 상표제도의 목적으로 “상표를 보호함으로써 상표 사용자의 업무상 신용 유지를 도모하여 산업발전에 이바지하고 수요자의 이익을 보호함을 목적으로 한다”고 정하고 있음
- 지리적 표시 정의 규정
 - 「상표법」에서의 지리적표시는 “상품의 특정 품질·명칭 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 특정 지역에서 비롯된 경우에 그 지역에서 생산·제조 또는 가공된 상품임을 나타내는 표시”로 정의하고 있음
 - TRIPs 협정 상의 지리적표시 내용을 근간으로 하여 규정
 - * 지리적표시 단체표장이란?
지리적표시를 사용할 수 있는 상품을 생산·제조 또는 가공하는 자가 공동으로 설립한 법인이 직접 사용하거나 그 소속 단체원에게 사용하게 하기 위한 표장

■ 등록요건

- 「상표법」에서의 지리적표시 단체표장도 법인에 한정
 - 「상표법」에 따른 지리적표시 단체표장은 지리적표시를 사용할 수 있는 상품을 생산·제조 또는 가공하는 자로 구성된 법인에 한정하여 지리적표시 단체표장 등록 가능
 - 출원인은 영농조합이나 품목별 협동조합 등 그 지역 안에서 지리적표시 해당 상품을 생산, 제조 또는 가공하는 자로 구성된 단체여야 함
 - 법인격을 가진 생산자단체, 가공자 단체, 생산·가공자 단체 또는 이들의 연합회 등으로서 그 주된 사무소 소재지가 당해 지역 내에 위치해야 함 → 개인이나 상법상의 회사 또는 법인격 없는 단체 등은 지리적표시 단체표장을 출원하더라도 등록 받을 수 없음
 - 출원인과 소속단체원은 지리적표시 해당 상품의 생산, 제조 또는 가공에 종사해야 하지만 이를 전업으로 하는 것을 요구하지 않음

■ 등록대상

- 서비스업을 제외한 상품에 한함

- 지리적표시 단체표장 또는 증명표장의 보호대상은 서비스업을 제외한 상품에 한하고 상품의 종류에 제한이 없으므로 농산물, 수산물, 농수산물가공품뿐만 아니라 공산품(특히, 수공예품)도 등록대상에 포함
- 상품은 모든 산업제품을 포함하므로 농산물 및 그 가공품에 한정되는 것은 아님
- 생산, 제조, 가공의 모든 과정이 특정 지역에서 이루어질 것을 요구하지 않고 지리적표시가 특정 지역의 상품을 표시하는 것이라고 수요자 사이에 널리 인식될 것을 요구하지 않음

■ 등록대상 지역

- 상품의 지리적 원산지로서 상품이 생산·제조·가공된 지역의 명칭이며 반드시 행정구역상의 명칭에 한정하는 것은 아님
 - 생산·제조·가공이 반드시 동일한 지역에서 이루어져야 하는 것은 아님
 - 상품에 따라 상품의 특성이 그 지역에서 생산, 제조 또는 가공 중 하나로 인해 발생하는 경우가 있으며 동일한 지역에서 이루어지는 경우도 있음

■ 등록신청 및 출원

- 취지를 출원서에 기재하고 단체표장 사용에 관한 사항 명시 서류 제출
 - 「상표법」에 따라 지리적표시 단체표장 등록을 받고자 하는 자는 그 취지를 출원서에 기재하고 단체표장의 사용에 관한 사항을 정한 정관과 다음과 같은 사항을 명시한 서류를 함께 제출
 - * 「상표법」에서 지리적표시 단체표장 출원시 제출 서류
 1. 상품의 특정 품질, 명성 또는 그 밖의 특성
 2. 지리적 환경과 상품의 특정 품질, 명성 또는 그 밖의 특성과 본질적 연관성
 3. 지리적표시의 대상 지역과 그 범위의 적정성
 4. 지리적표시 단체표장의 출원인인 법인이 그 지리적 표시를 사용할 수 있는 상품을 생산·제조 또는 가공하는 것을 업으로써 영위하는 자로 구성된 사실
 5. 지리적표시 단체표장 등록 출원을 위하여 관련 지방자치단체와 협의를 거친 사실(외국의 지리적표시에 대하여 지리적표시 단체표장 등록 출원을 하는 경우 제외)
 6. 외국의 지리적표시에 대하여 지리적표시 단체표장 등록 출원을 할 때는 원산지 국가에서 지리적표시로 보호받고 있는 사실을 기재한 서류와 그 사항을 증명하는 서류

■ 등록심의

- 지리적표시 단체표장 출원시 출원 순서에 따라 등록 여부 심사
 - 「상표법」에 따라 특허청은 지리적표시 단체표장이 출원되면 출원 순서에 따라

등록 여부 심사

- 부등록 사유 발견되면 출원인에게 의견제출통지서를 보내고 출원인은 일정한 기간 내에 수정정관을 제출하거나 보정서 혹은 의견서를 제출하여 거절 이유를 극복할 기회를 가짐
 - 「상표법」에서 지리적표시 단체표장 특유의 거절 이유를 규정하고 이에 해당하면 상표등록거절결정을 하고 그 거절 이유를 출원인에게 지리적표시 단체표장의 거절을 통지하도록 하고 있음
- * 「상표법」에서 지리적표시 단체표장 등록 거절 사유
1. 지리적표시와 표장이 「상표법」의 지리적표시 및 지리적표시 단체표장의 정의에 합치되지 않는 경우
 2. 지리적표시 단체표장 등록 출원에 있어서 그 지리적표시를 사용할 수 있는 상품을 생산, 제조 또는 가공하는 것을 업으로 영위하는 자에 대하여 정관에 의하여 단체의 가입을 금지하거나 정관에 충족하기 어려운 가입조건을 규정하는 등 단체의 가입을 실질적으로 허용하지 않은 경우
 3. 정관에 대통령령으로 정하는 단체표장의 사용에 관한 사항의 전부 또는 일부를 적지 않은 경우
 4. 지리적표시 단체표장 등록을 받을 수 있는 자에 해당하지 않은 경우(상품을 생산·제조 또는 가공하는 자로 구성된 법인이 아닌 경우)
- 특허청장은 「농수산물품질관리법」에 의한 지리적표시 등록 대상 품목에 대하여 지리적표시 단체표장이 출원된 경우 지리적표시 해당 여부에 관하여 농림축산식품부장관 또는 해양수산부장관의 의견을 들어야 함
 - 관련 부처의 의견문의 시기와 관련하여 일반적으로 단체표장의 출원공고 전에 이루어지고 있으나 심사의 장기화 초래 문제로 출원 예비심사를 통하여 의견을 붙는 절차를 거쳐 진행

■ 등록공고

- 출원인의 출원서와 답변서 바탕으로 부등록 사유 해소 시 출원공고
 - 「상표법」에 따라 특허청은 출원서와 답변서를 바탕으로 출원서를 다시 심사하고 부등록 사유가 해소되었다고 판단되면 출원공고
 - 출원공고가 있을 때는 누구든지 출원공고일로부터 2개월 이내에 이의신청을 할 수 있음
 - 이의신청이 없거나 이의신청이 이유 없을 때 등록결정
 - 의견서·보정서를 제출하지 않거나 제출에도 거절이유가 해소되지 않으면 거절결정되며 거절결정에 대해서는 특허심판원에 거절결정불복심판을 청구할 수 있고 심판 결과에 불복한다면 특허법원에 거절결정심판에 불복하는 취소심결소송을

청구할 수 있음

■ 지리적표시권 효력

- 지리적표시 단체권자는 지정상품에 관하여 사용할 권리를 독점
 - 「상표법」에 지리적표시 단체표장권의 대표적인 효력으로 지리적표시 단체표장권자는 지정상품에 관하여 그 등록 지리적표시 단체표장을 사용할 권리를 독점
 - 지리적표시 단체표장권자는 당해 지리적표시 단체표장권을 침해하는 자에게 통상의 상표와 동일한 민·형사상의 제재를 할 수 있음
- 「상표법」상 지리적표시 단체표장 침해행위는 네 가지로 구분
 - * 「상표법」에서 지리적표시 단체표장 침해 행위
 1. 타인의 지리적표시 등록단체표장과 유사한 상표(동음이의어 지리적표시를 제외)를 그 지정상품과 같거나 동일하다고 인정되는 상품에 사용하는 행위
 2. 타인의 지리적표시 등록단체표장과 동일 또는 유사한 상표를 그 지정상품과 같거나 동일하다고 인정되는 상품에 사용하거나 사용하게 할 목적으로 교부·판매·위조·모조하거나 위조 또는 모조하게 할 목적으로 그 용구를 제작·교부·판매 또는 소지하는 행위
 3. 타인의 지리적표시 등록단체표장을 위조 또는 모조하거나 위조 또는 모조하게 할 목적으로 그 용구를 제작·교부·판매 또는 소지하는 행위
 4. 타인의 지리적표시 등록단체표장과 동일 또는 유사한 상표가 표시된 지정상품과 같거나 동일하다고 인정되는 상품을 양도 또는 인도하기 위하여 소지하는 행위
- 단체표장권의 전용권은 통상의 등록상표와 동일하게 상표와 상품의 동일 범위에 한함
 - 단체표장권의 금지권은 동일 또는 유사한 표장을 같거나 동일하다고 인식되어 있는 상품에 대하여 사용한 경우에만 행사할 수 있음으로 지리적표시는 당해 상품에 한하여 소비자에게 인식되어 있으므로, 같거나 동일하다고 인식되어 있는 상품에 동일 또는 유사한 상표를 사용하는 자에 대하여만 지리적표시 단체표장권의 효력이 미치도록 함
- 지리적표시 단체표장권의 효력 제한 사유 규정

- * 「상표법」에서 지리적표시 단체표장권의 효력 제한 사유
 1. 자기의 성명·명칭 또는 상호·초상·서명·인장 또는 저명한 아호·예명·필명과 이들의 저명한 약칭을 상거래 관행에 따라 사용하는 상표(산지에 해당하는 경우는 제외)
 2. 등록상표의 지정상품과 동일·유사한 상품의 보통명칭·산지·품질·원재료·효능·용도·수량·형상·가격 또는 생산방법·가공방법·사용방법 및 시기를 보통으로 사용하는 방법으로 표시하는 상표(산지에 해당하는 경우는 제외)
 3. 등록상표의 지정상품 또는 그 지정상품 포장의 기능을 확보하는 데 불가결한 형상, 색채, 색채의 조합, 소리 또는 냄새로 된 상표
- 지리적표시 단체표장권 고유의 효력 제한 사유에 해당하는 경우 상표권자/전용사용권자 또는 통상사용권자가 지정상품에 사용하는 등록상표에는 효력을 제한하도록 규정
 - * 「상표법」에서 지리적표시 단체표장권 고유의 효력 제한 사유
 1. 지리적표시 등록단체표장의 지정상품과 동일하다고 인정되어 있는 상품에 대하여 관용하는 상표
 2. 지리적표시 등록단체표장의 지정상품과 동일하다고 인정되어 있는 상품에 사용하는 지리적표시로서 해당 지역에서 그 상품을 생산·제조 또는 가공하는 것을 업으로 영위하는 자가 사용하는 지리적표시 또는 동음이의어 지리적표시
 3. 선출원에 의한 등록상표가 지리적표시 등록단체표장과 동일·유사한 지리적표시를 포함하고 있는 경우에 상표권자, 전용사용권자 또는 통상사용권자가 지정상품에 사용하는 등록상표
- 지리적표시 단체표장권의 무효 사유는 두 가지
 - * 「상표법」에서 지리적표시 단체표장권 무효 사유
 1. 지리적표시 단체표장권이 거절이유에 해당함에도 착오로 등록된 경우
 2. 지리적표시 단체표장이 등록된 후에 그 등록단체표장을 구성하는 지리적표시가 우리나라를 포함한 원산지 국가에서 보호가 중단되거나 사용하지 아니하게 된 경우
 - 무효사유에 해당하면 이해관계인 또는 심사관은 무효심판을 청구할 수 있음
- 일반적 단체표장권의 취소 사유는 크게 세 가지로 구분
 - 지리적표시 단체표장도 단체표장의 종류이므로 단체표장의 일반적 취소 사유에 해당하면 취소될 수 있음

* 「상표법」에서 지리적표시 단체표장권 취소 사유(단체표장 공통의 취소 사유)

1. 소속 단체원이 그 단체의 정관을 위반하여 단체표장을 사용함으로써 수요자에게 상품의 품질 또는 지리적 출처를 오인하게 하거나 타인의 업무와 관련된 상품과 혼동을 불러일으키게 한 경우(단체표장권자가 소속단체원의 감독에 상당한 주의를 한 경우 제외)
2. 단체표장의 설정등록 후 정관을 변경함으로써 수요자에게 상품의 품질을 오인하게 하거나 타인의 업무와 관련된 상품과 혼동을 불러일으키게 할 염려가 있는 경우
3. 제3자가 단체표장을 사용하여 수요자에게 상품의 품질이나 지리적 출처를 오인하게 하거나 타인의 업무와 관련된 상품과 혼동을 불러일으키게 하였음에도 단체표장권자가 고의로 적절한 조치를 하지 아니한 경우

○ 지리적표시 단체표장권 고유의 취소 사유는 두 가지 경우

* 「상표법」에서 지리적표시 단체표장권 고유의 취소 사유

1. 지리적표시 단체표장등록출원의 경우 소속 단체원의 가입에 관하여 정관에 의하여 가입을 금지하거나 정관에 충족하기 어려운 가입조건을 규정하는 등 단체의 가입을 실질적으로 허용하지 아니하거나 그 지리적표시를 사용할 수 없는 자에게 단체의 가입을 허용한 경우
2. 지리적표시 단체표장권자나 소속 단체원이 법을 위반하여 단체표장을 사용함으로써 수요자에게 상품의 품질을 오인하게 하거나 지리적 출처에 대한 혼동을 불러일으키게 한 경우

○ 지리적표시 단체표장권은 부당한 사용자에 대한 권리구제가 가능

- 권리구제는 형사적 구제와 민사적 구제로 나뉨
- 형사적 구제 내용으로는 침해죄에 해당하는 자는 7년 이하의 징역 또는 1억원 이하의 벌금 부과 가능
- 민사적 구제 수단으로는 권리침해 금지 청구권, 손해배상 청구권이 있음

■ 등록 후 사후관리

○ 지리적표시 단체표장은 사후관리와 관련한 규정 없으며 이해관계자의 신청에 의한 무효, 취소 소송 가능

<표 III-1> 「농수산물품질관리법」과 「상표법」의 지리적표시 보호 체계 비교

구분	지리적표시	지리적표시 단체표장
근거법	<ul style="list-style-type: none"> □ 「농수산물품질관리법」(‘99년 도입) (농림축산식품부(농수산물품질관리원, 산림청), 해양수산부(수산물품질관리원)) 	<ul style="list-style-type: none"> □ 「상표법」(‘04년 도입) (산업통상자원부(특허청))
정의	<ul style="list-style-type: none"> □ 명성·품질 기타 특징이 본질적으로 특정지역의 지리적 특성에 기인하는 경우 해당 농산물 또는 가공품이 그 특정지역에서 생산 및 가공되었음을 표시하는 것 	<ul style="list-style-type: none"> □ 상품의 특정 품질·명성 또는 그 밖의 특성이 본질적으로 특정 지역에서 비롯된 경우에 그 지역에서 생산·제조 또는 가공된 상품임을 표시하는 것
등록대상	<ul style="list-style-type: none"> □ 지리적 특성을 가진 농산물 및 그 가공품 	<ul style="list-style-type: none"> □ 제한 없음(이천 도자기, 안성 유기 등도 등록 가능)
등록요건	<ul style="list-style-type: none"> □ 품목의 우수성이 널리 알려질 것 □ 명성·품질·그 밖의 특성이 본질적으로 특정 지역의 생산환경적 요인 또는 인적 요인에 기인할 것 □ 주원료 및 가공품이 해당 지역에서 생산·가공될 것 □ ‘지리적표시 등록심의 분과위원회’에서 등록여부 심의·결정 	<ul style="list-style-type: none"> □ 상품의 품질·명성 또는 그 밖의 특성 □ 명성과 지리적 특성의 인과성 □ 대상 지역의 정의 및 단체 특성 □ 일반상표등록요건 관련 규정 등 적용 □ 해당 지역에서 생산·제조 또는 가공 □ 지리적표시의 정의에 합치함을 입증하는 서류 등 심사 후 등록 여부 결정(심사관 1인)
등록효과	<ul style="list-style-type: none"> □ 지리적표시권 보호 <ul style="list-style-type: none"> - 비등록자가 동일명칭 또는 유사명칭을 사용할 수 업슨 등 상표에 준하여 부당한 사용자에 대한 권리구제 가능 □ 지리적표시 등록 마크 사용 □ 품질관리, 판매지원 등 육성정책 추진 가능 	<ul style="list-style-type: none"> □ 지리적표시 단체표장권 보호 <ul style="list-style-type: none"> - 부당한 사용자에 대한 권리구제 가능(일반상표권과 동일 효력 발생) □ 별도 등록 마크 없음 □ 별도의 육성정책 추진 어려움
사후관리	<ul style="list-style-type: none"> □ 등록기관에 의한 사후관리 명문화 <ul style="list-style-type: none"> - 지리적표시 등록의 직권 취소 - 이해관계자의 신청에 의한 무효, 취소 소송 	<ul style="list-style-type: none"> □ 사후관리 규정 없음 <ul style="list-style-type: none"> - 이해관계자의 신청에 의한 무효, 취소 소송

자료 : 김중우. (2020). 지리적표시제에 관한 법제도 개선방안 연구: 부안오디 심사 사례를 중심으로. 한국방송통신대학교 대학원 석사학위논문.

다. 기타 관련 특별법에서의 지리적 표시제

(1) 「부정경쟁방지법」

■ 자유무역협정에 따라 보호하는 지리적표시의 사용금지 규정

- 「부정경쟁방지법」에서는 자유무역협정에 따라 보호하는 지리적표시의 사용금지 등에 관하여 정당한 근원이 없는 자는 대한민국이 외국과 양자간 또는 다자간으로 체결하여 발효된 자유무역협정에 따라 보호하는 지리적표시에 대하여 법률이 정한 부정경쟁행위 이외에도 지리적표시에 나타난 장소를 원산지로 하지 아니하는 상품에 관하여 진정한 원산지표시 이외에 별도로 지리적표시를 사용하는 행위 등을 할 수 없도록 규정
- 지리적표시를 보호하기 위해서 지리적표시의 사용 권한이 없는 자에 의해 사용됨으로써 오인을 야기시키고 있어야 하고 이로 인하여 손해가 있거나 손해가 발생할 우려가 있다는 것이 입증되어야 함

(2) 「관세법」

■ 물품의 품질 등의 표시에 관한 법령을 위반한 물품에 대해 통관 허용 금지

- 「관세법」에 의하면 “세관장은 물품의 품질, 내용, 제조 방법, 용도, 수량을 사실과 다르게 표시한 물품 또는 품질 등을 오인할 수 있도록 표시하거나 오인할 수 있는 표지를 부착한 물품으로써 부정경쟁방지 및 영업비밀보호에 관한 법률, 식품위생법, 산업표준화법 등 품질 등의 표시에 관한 법령을 위반한 물품에 대하여는 통관을 허용해서는 아니된다”고 규정

(3) 「김치산업진흥법」

■ 지리적표시 등록 받은 제품을 우수 김치재료 사용 촉진 시책 추진

- 「김치산업진흥법」에서 농림축산식품부장관은 고품질 김치의 안정적 공급을 확대하기 위하여 김치사업자에게 「농수산물품질관리법」에 따라 지리적표시의 등록을 받은 제품을 우수 김치재료 사용 촉진 시책을 추진할 수 있도록 규정
- 우수 김치재료로 등록된 지리적표시에 대한 보호

(4) 「인삼산업법」

■ 인삼류의 용기 등에 지리적 명칭을 사용하기 위해서 지리적 표시 등록

- 「인삼산업법」에서 인삼류와 그 용기·포장 등에 고려인삼·고려수삼·고려홍삼·고려태극삼 또는 고려백삼 등 고려가 들어가는 용어를 사용하여 표시하려는 자는 「농수산물품질관리법」에 따라 지리적표시 등록을 해야 함

- 고려인삼류의 표시규정을 통해 지리적표시권을 간접적으로 보호

2. 지리적 표시 등록 현황

가. 기관 및 유형별 지리적 표시 등록 현황

■ 「농수산물품질관리법」상 지리적 표시 등록 현황

- 국내는 「농수산물품질관리법」 상 지리적 표시 등록은 총 193건, 이중 농산물 9건, 임산물 3건이 취소되어 현재 181건 등록 유지

<표 III-2> 관리기관별 지리적표시 등록 현황

법적 근거	상품유형	등록 및 관리기관	등록현황(취소)
농수산물품질관리법	농산물	국립농수산물품질관리원	110건(9건)
	임산물	산림청	57건(3건)
	수산물	국립수산물품질관리원	26건

■ 지역별 지리적표시 등록 현황(2021년 9월 기준)

- 농산물 지리적 표시 등록은 110건, 취소 9건으로 현재 101건이 등록 유지
 - 지역별로 전남이 27건으로 가장 많고 다음으로 강원 14건, 경남 11건, 경북 10건 순으로 높음
 - 전통주는 가장 최근에 등록된 서천한산소곡주를 비롯하여 고창북분자주, 진도홍주 등 총 3건 등록
 - 전국단위 지리적표시 등록은 인삼관련 제품 8건(고려홍삼, 고려백삼, 고려태극삼, 고려인삼제품, 고려홍삼제품, 고려수삼, 고려흑삼, 고려흑삼제품)
 - 식품이 아닌 공예품으로는 한산모시 1건 등록

<표 III-3> 지역별 지리적표시 등록 현황

지역	등록(건)	등록명칭
경기 (인천)	7 (인천 1)	이천쌀, 강화약썩(인천), 여주쌀, 김포쌀, 안성배, 안성쌀, 안성한우
강원	14	철원쌀, 홍천찰옥수수, 횡성한우고기, 정선휘기, 정선찰옥수수, 진부당귀, 홍천한우, 영월고추, 삼척마늘, 원주치악산복숭아, 영월고춧가루, 강릉한과, 인제콩, 양구시래기
충북	6	괴산고추, 괴산고춧가루, 충주사과, 단양마늘, 영동포도, 괴산찰옥수수
충남	8	한산모시, 청양고추, 예산사과, 금산깻잎, 서산팔봉산감자, 천안배, 태안달래, 서천한산소곡주
전북	7	고창복분자주, 순창전통고추장, 고창복분자, 군산쌀보리쌀, 무주사과, 군산쌀, 부안오디
전남	27	보성녹차, 해남겨울배추, 고흥유자, 진도홍주, 무안양파, 광양매실, 영암무화과, 해남고구마, 함평한우, 진도대과, 영광찰쌀보리쌀, 여수 돌산갓, 여수돌산갓김치, 담양딸기, 보성응치올벼쌀, 영광한우, 나주 배, 고흥한우, 진도검정쌀, 거문도썩, 영광고추, 영광고춧가루, 고흥 석류, 진도올금, 고흥마늘, 영광모시잎송편, 곡성토란
경북	10	영양고춧가루, 의성마늘, 성주참외, 영천포도, 김천자두, 김천포도, 청도한재미나리, 고령수박, 고령감자, 포항시금치
경남 (부산)	11 (부산 2)	하동녹차, 밀양얼음골사과, 남해마늘, 창녕양파, 함안수박, 사천꽃마늘, 의령망개떡, 창녕마늘, 부산대저토마토(부산), 진양단감, 기장쪽파(부산)
제주	3	제주돼지고기, 제주녹차, 제주한라봉
전국	8	고려홍삼, 고려백삼, 고려태극삼, 고려인삼제품, 고려홍삼제품, 고려수삼, 고려흑삼, 고려흑삼제품
합계	101	-

자료 : 농림축산식품부. (2021). '서천 한산소곡주' 지리적표시 등록(110호) : 고창 복분자주, 진도 홍주에 이어 전통주 중 세 번째 등록. 보도자료(2021.09.15.)

○ 임산물은 총 54건, 수산물은 총 26건 등록

- 임산물은 강원과 경북이 각각 12건으로 가장 많고 다음으로 전남 8건, 전북 7건, 충남 6건 순으로 높음
- 수산물은 전남이 21건으로 대부분을 차지하고 경남이 3건, 강원과 전북이 각각 1건을 등록



<표 III-4> 상품유형별/지역별 지리적표시 등록 현황

단위 : 건

구분	계	경기	인천	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	부산	울산	제주	전국
계	181	7	1	27	9	14	15	56	24	17	2	-	3	8
농축	101	6	1	14	6	8	7	27	10	9	2	-	3	8
임산	54	1	-	12	3	6	7	8	12	5	-	-	-	-
수산	26	-	-	1	-	-	1	21	-	3	-	-	-	-

자료 : 농림축산식품부. (2021). '서천 한산소곡주' 지리적표시 등록(110호) : 고창 북분자주, 진도 홍주에 이어 전통주 중 세 번째 등록. 보도자료(2021.09.15.)

나. 품목별 지리적 표시 등록 현황

■ 농산물(61품목 101건)

- 농산물은 총 42품목으로 71건이 등록되었음
- 쌀이 8건으로 가장 많고 다음으로 마늘 6건, 사과와 고추가 각각 4건으로 많음
- 농산물 가공품은 총 10품목 16건이 등록되었으며 고춧가루가 4건, 녹차가 3건으로 많음
- 인삼류는 총 8건이 등록되었으며 지리적 범위는 전국으로 설정
- 축산물은 총 7건이 등록되었으며 한우고기가 6건 등록

<표 III-5> 농산물 품목별 지리적표시 등록 현황

구분	계	품목	건	품목	건	품목	건	품목	건	품목	건				
농산물 (71건)	42품목	곡류	쌀	8	과실류	매실	1	과실류	포도	3	채소류	양파	2		
			쌀보리	2		배	3		한라봉	1		마늘	6		
			옥수수	3		북분자	1		오디	1		꽃마늘	1		
		서류	감자	2	과실류	복숭아	1	채소류	수박	2	돌산갓	1	야채류	쭈파	1
			고구마	1		사과	4		참외	1	마리	1		달래	1
			콩	1		석류	1		채소류	토토	1	매추		1	딸기
	과실류	단감	1	유자	1	채소류	고추	4	채소류	사금치	1	야채류	당귀	1	
		무화과	1	자두	1		대파	1		깻잎	1		황귀	1	
													울금	1	
	농산물 가공품 (16건)	10품목	고춧가루	4	녹차	3	떡	2	홍주	1	모시	1			
			고추장	1	한라	1	북분자주	1	소주	1					
			김치	1											
인삼류 (8건)	8품목	고려홍삼	1	고려백삼	1	고려태극삼	1	고려수삼	1	고려삼제품	1				
		고려홍삼제품	1	고려흑삼	1	고려흑삼제품	1								
축산물 (7건)	2품목	한우고기	6	돼지고기	1										

자료 : 농림축산식품부. (2021). '서천 한산소곡주' 지리적표시 등록(110호) : 고창 북분자주, 진도 홍주에 이어 전통주 중 세 번째 등록. 보도자료(2021.09.15.)

■ 임산물(30품목 54건)

- 임산물은 총 30품목 54건 등록
- 수실수는 7품목 17건, 버섯류는 2품목 7건, 산나물류는 11품목 13건, 약용류는 7품목 11건, 가공품 및 기타는 3품목 6건 등록
- 세부품목별로는 꽃감, 송이버섯, 오미자, 고로쇠수액이 각각 4건으로 가장 많고 다음으로 대추, 밤, 표고버섯이 3건으로 많음

<표 III-6> 임산물 품목별 지리적표시 등록 현황

구분	계	품목	건	품목	건	품목	건	품목	건
수실수	7품목 (17건)	감	2	대추	3	밤	3	호두	2
		꽃감	4	머루	1	잣	2		
버섯류	2품목 (7건)	송이버섯	4	표고버섯	3				
산나물류	11품목 (13건)	개두릅	1	곰취	1	미역취	1	죽순	2
		고사리	1	더덕	1	부지깁이	1	참고비	1
		곤드레	2	명이	1	삼나물	1		
약용류	7품목 (11건)	구기자	2	산수유	1	작약	1	산양삼	1
		목단	1	오미자	4	천마	1		
가공품 및 기타	3품목 (6건)	고로쇠수액	4	머루와인	1	웃칠액	1		

자료 : 농림축산식품부. (2021). '서천 한산소곡주' 지리적표시 등록(110호) : 고창 복분자주, 진도 홍주에 이어 전통주 중 세 번째 등록. 보도자료(2021.09.15.)

■ 수산물(14품목 26건)

- 수산물은 총 14품목 26건 등록
- 김 5건, 전복 4건, 다시마 3건, 꼬막 1건, 미역 1건, 기타 12건 등록

제2절 국외 지리적 표시제 현황

1. EU에서의 지리적 표시제

가. 도입배경

■ 일부 EU 회원국은 고유 식품 명칭 보호를 위한 자체적 규정 제정

- 1970~80년대는 장벽 없는 공동시장 구축이 한창이었기 때문에 고유한 식품 명칭 보호를 위한 EU 일부 회원국의 노력은 별다른 성과를 거두지 못함
- 높은 인지도와 명성을 지닌 상품을 도용하는 것을 방지함으로써 생산자를 보호하는 것은 지속적인 관심의 대상 → 기존의 품질 정책과 상충되지 않으면서도 공정한 경쟁 조건을 마련할 수 있는 방안 모색
- 1992년 원산지명칭보호(Protected Designations of Origin: PDO), 지리적표시보호(Protected Geographical Indications: PGI), 전통특산물보증(Traditional Specialities Guaranteed: TSG)를 도입(2006년 3월 시스템 개선)

■ AOC → 원산지표시 보호(AOP : l'appellation d'origine protégée) 제도로 발전

- 1958년 리스본 조약을 통해 국제적으로 원산지표시보호가 처음으로 인정된 후 1992년부터 유럽공동체 차원에서 보호 시작
- 농산품과 수산품, 임산품 등 가공되지 않은 천연 식료품은 1992년 유럽공동체 규칙 2081/92에 근거하여 원산지표시보호의 적용대상이 됨
- 1992년 제정된 규칙은 오로지 '식료품'만을 원산지표시보호의 적용대상으로 규율하고 '포도주'는 적용대상에서 제외

■ 회원국 국내법 승인 또는 등록 품목 우선 등록

- 2006년 유럽공동체 규칙 510/2006은 천연 식료품에 관하여 각 회원국의 국내법에 의하여 승인되거나 등록된 품목을 원산지표시보호의 대상 품목으로서 우선적으로 등록할 수 있도록 함
- 포도주는 여전히 적용 대상에서 배제되었는데 회원국 사이에 국내법이 상이하고 규율 정도의 차이, 포도주의 품질과 명성의 차이 등으로 인하여 합의가 어려움(독일이 지속적으로 반대 입장 - 독일 자국법에서 '최상급 포도주'는 원산지 개념에 기초한 것이 아니라 품질보증 포도주라는 의미의 'Qualitätswein'이라는 용어로 규정) → '특정 지역의 품질보증 포도주(VQPRD, le vin de qualité produit dans des régions déterminées)라는 길고 복잡한 명칭이 임시로 사용
- 2007년 규칙 1234/2007을 제정하여 천연방식으로 양조된 포도주에 관하여 2008

년부터 원산지표시 보호 제도를 적용하기로 합의

- 이 규칙에 따라 '특정 지역의 품질보증 포도주(VQPRD: le vin de qualité produit dans des régions déterminées)에 상응하는 등급인 프랑스법 상 '우수품질검증포도주(VDQS, le vin délimité de qualité supérieure)와 '원산지명칭통제(AOC, l'appellation d'origine contrôlée) 등급의 포도주는 원산지표시보호 등급으로 통합
- 현재 포도주에 적용되는 원산지표시보호에 관한 규정은 2013년 제정된 규칙 1308/2013에 규정

<표 III-7> 프랑스 와인의 등급

등급	특성
원산지명칭보호(AOP) 우수품질검증포도주 (VDQS)	<input type="checkbox"/> 가장 높은 등급의 포도주 <input type="checkbox"/> 원산지명칭보호(AOP)의 하위등급 포도주
뱅 드 페이 (le vin de pays)	<input type="checkbox"/> 포도주의 원산지를 표시할 때 상위 등급에 비하여 매우 넓은 지리적 범위를 아우르는 명칭을 사용하는 방식 - 루아르 벨리 지역 전체를 아우르는 명칭을 사용한 '뱅 드 페이 드 라 루아르(le vin de pays de la Loire)' - 프랑스 남서부의 유명한 포도주 산지인 '보르도(Bordeaux)'와 그 인근에 위치한 꼬냐 산지인 '샤랑트(Charentes)' 지역을 총칭하는 명칭을 사용한 '뱅 드 페이 드 라틀란티크(le vin de pays de l'atlantque)' - 프랑스의 모든 포도주 산지를 통칭하는 '뱅 드 페이 비노블르 드 프랑스(le vin pays vignobles de France) <input type="checkbox"/> 명칭은 2009년부터 공식적으로 '뱅 드 프랑스(le vin de France)'라는 명칭으로 표시하도록 통합
뱅 드 따블르 (le vin de table)	<input type="checkbox"/> 가장 낮은 등급에 속하는 포도주 <input type="checkbox"/> 유통이나 보관 기간이 길지 않기 때문에 생산된 해에 바로 소비되는 것이 보통 <input type="checkbox"/> 대부분의 뱅 드 따블르 포도주는 격식 있는 식사보다는 일상적이고 편안한 식사에서 부담없이 즐김

자료 : 천효정. (2017). 프랑스법상 포도주의 '원산지표시승인'에 관한 행정법적 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문

■ 프랑스 와인등급의 EU 와인 등급과 연계

- 프랑스법상 포도주 원산지표시 방식에 관한 네 등급체계 중에서 상위 두 등급(AOC와 VDQS)은 EU의 규칙에 따라 원산지명칭보호(AOP)로 통합되어 표시 → 프랑스법상 최고 등급인 원산지명칭통제 포도주와 우수품질검증포도주는 '원산지명칭보호' 방식에 따라 원산지 표시



- 아래 등급인 뱅 드 페이(vin de pays)에 해당하는 포도주는 유럽연합의 규칙에 따라 '지리적표시보호(IGP: l'indication géographique protégée)로 표시
- 가장 낮은 등급인 뱅 드 따블르(vin de table)는 '지리적표시 없는 포도주(SIG: l'etiquetage des vins sans indication géographique)로 표시되어 판매

<표 III-8> 프랑스와 유럽연합의 포도주 원산지표시 체계

프랑스 포도주 원산지표시 체계	EU 포도주 원산지표시 체계
원산지명칭통제(AOC)	원산지명칭보호(AOP)
우수품질검증포도주(VDQS)	
뱅 드 페이(vin de pays)	지리적표시보호(IGP)
뱅 드 따블르(vin de table)	지리적표시 없는 포도주(SIG)

자료 : 천효정. (2017). 프랑스법상 포도주의 '원산지표시승인'에 관한 행정법적 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문

- EU의 규칙에도 불구하고 현재에도 프랑스에서 생산되는 포도주에는 자국법에 따른 기존의 등급 체계와 유럽연합 규칙에 따른 새로운 등급체계가 함께 사용

나. 법적 배경

(1) EC 이사회 규칙 510/2006

■ EC 이사회 규칙 510/2006의 목적

- 농산물과 식료품의 원산지에 대한 명확하고 간결한 정보 제공
 - 농산물과 식료품의 생산, 제조, 유통은 지역 경제에 중요한 역할
 - 농업생산의 다양화는 공급과 수요의 균형을 더 잘 이룰 수 있도록 장려되어야 하며 차별화된 특성을 가진 제품의 홍보 및 마케팅은 농업생산자의 소득 향상 및 농촌 인구 유지 효과를 가짐
 - 최근 소비자는 양보다 질을 추구하고 지리적 기원을 확인할 수 있는 농산물이나 식료품에 대한 수요가 강화됨
 - 소비자가 제품에 대한 풍부한 정보를 습득하여 최상의 선택을 할 수 있도록 할 필요가 있음
- 원산지 명칭 보호와 지리적 표시 보호에 대한 지역사회 접근 방식 규정 마련 필요
 - 원산지 명칭과 지리적 표시 보호 체계에 대한 지역사회 규칙의 체계는 보다 균일한 접근법을 제공함으로써 표시를 가진 제품의 생산자 간의 공정한 경쟁을 보

장하고 소비자가 볼 때 제품의 신뢰성을 높일 수 있음

- 기존 관행에 비추어 지리적 표시 보호(PGI)와 원산지 명칭 보호(PDO)의 명확한 정의 가능

■ EC 이사회 규칙 510/2006의 내용 및 구성

○ EC 이사회 규칙 510/2006은 총 20개조로 구성

- 원산지 명칭 보호(PDO)와 지리적 표시 보호(PGI)의 정의 포함
- 등록신청 및 갱신 등에 대한 요건을 제시하고 있음

<표 III-9> EC 이사회 규칙 510/2006의 주요 내용

조	항	내용
제1조 (범위)	제1항	<ul style="list-style-type: none"> □ 농산물과 식료품에 대한 원산지 명칭 보호와 지리적 표시 보호에 대한 규칙 규정(와인 식초를 제외한 와인 및 증류주에는 적용 안 됨) □ 와인 시장에 대한 위원회 규정 1493/1999의 적용을 침해하지 않음
	제3항	<ul style="list-style-type: none"> □ 기술 표준 및 규정, 정보사회 서비스에 관한 규칙 등에 정보 제공 절차를 규정한 유럽의회 지침 98/34는 원산지 및 지리적 표시에 적용하지 않음
제2조 (원산지명칭 과 지리적 표시)	제1항	<ul style="list-style-type: none"> □ 원산지 명칭 : 농산물 또는 식료품을 기술하는데 사용되는 지역, 특정 장소 또는 국가 이름을 의미 <ul style="list-style-type: none"> - 해당 지역, 특정 장소 또는 국가 - 본질적 또는 배타적으로 고유의 자연적 및 인적 요소를 가진 특정 지리적 환경에 기인하는 품질 또는 특성 □ 지리적 표시 : 지역, 특정 장소 또는 예외적인 경우 국가의 이름으로 농산물이나 식품을 기술하는 데 사용 <ul style="list-style-type: none"> - 해당 지역, 특정 장소 또는 국가 - 지리적 기원에 기인하는 특별한 특성, 명성 또는 다른 특성 - 정의된 지리적 영역에서 발생하는 생산/제조/가공
	제2항	<ul style="list-style-type: none"> □ 조건 충족 농산물 또는 식료품을 가리키는 전통적인 지명 또는 비지명도 원산지 또는 지리적 표시로 간주
	제3항	<ul style="list-style-type: none"> □ 다음의 경우에도 제품의 원재료가 가공 지역보다 크거나 다른 지리적 지역에 생산된 경우에도 원산지 명칭 보호로 간주 <ul style="list-style-type: none"> - 원재료 생산 면적이 정의 - 원재료 생산을 위한 특수 조건이 존재 - 생산 특수 조건의 준수 여부를 확인하기 위한 검사 약정 존재 <p>(2004년 5월 1일 이전에 국가 수준에서 원산지 명칭 보호로 인정되어야 함)</p>

<표 III-9> 계속

조	항	내용
제3조 (일반적 성격, 식물 품종, 동물 품종, 동음이의어 및 상표와 충돌)	제1항	<ul style="list-style-type: none"> □ 일반적 이름은 등록되지 않을 수 있음 □ 이름이 일반화되었는지 확인을 위해 다음의 요소 확인 필요 <ul style="list-style-type: none"> - 회원국 및 소비 지역의 현재 상황 - 관련 국가법 또는 지역사회의 법률
	제2항	<ul style="list-style-type: none"> □ 식물품종 또는 동물 품종의 명칭과 상충되어 제품의 진짜 원산지를 오인할 우려가 있는 경우 등록할 수 없음
	제3항	<ul style="list-style-type: none"> □ 기 등록된 명칭과 전부 또는 부분적으로 의미가 같은 명칭은 지역적 및 전통적 용법과 실제적인 혼동 위험을 고려해 등록 <ul style="list-style-type: none"> - 농산물 및 식료품의 지역 및 영토, 원산지에 관한 이름이 정확해도 소비자가 다른 영토에서 생산되는 것으로 오인할 수 있는 경우 - 등록된 동음이의 명칭의 사용은 관련 생산자를 공평하게 대우하고 소비자가 오인하지 않도록 하기 위해 이후에 등록된 동음이의 명칭과 등록된 명칭 사이에 실무상 충분한 구분이 있어야 함
	제4항	<ul style="list-style-type: none"> □ 상표의 평판, 명성, 사용기간 등을 고려했을 때 등록이 제품에 대해 소비자가 오인할 수 있는 경우 지리적 표시 등록 안 됨
제4조 (제품 사양)	제1항	<ul style="list-style-type: none"> □ 원산지명칭보호(PDO), 지리적표시보호(PGI)에 적합하기 위해 농산물 또는 식료품이 제품 사양을 준수해야 함
	제2항	<ul style="list-style-type: none"> □ 제품 사양에는 다음의 사항이 포함되어야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 원산지 또는 지리적 표시를 구성하는 농산물 또는 식료품의 명칭 - 원료와 제품 또는 식품의 주요 물리적, 화학적, 미생물적 또는 유기적 특성을 포함한 농산물 또는 식품의 설명 - 지리적 영역의 정의 및 기타 세부사항 - 농산물 또는 식료품이 지리적 영역에서 유래한다는 증거 - 농산물 또는 식료품을 얻는 방법과 포장에 관한 정보 - 농산물 또는 식료품의 품질 또는 특성과 지리적 환경 사이의 연관성 - 규격의 조항 및 해당 특정 업무의 준수를 확인하는 기관 또는 기관의 이름과 주소 - 해당 농산물 또는 식료품에 대한 특정 라벨 표시 규칙 - 지역사회 또는 국가 규정에 의해 규정된 모든 요건
제5조 (등록신청)	제1항	<ul style="list-style-type: none"> □ 단체만 등록 신청 가능 <ul style="list-style-type: none"> - “Group”은 법적 형식이나 구성에 관계없이 동일한 농산물 또는 식료품을 함께 작업하는 생산자 혹은 가공업자의 모든 조합을 의미(이해관계인은 그룹 참여 가능) □ 국경을 초월하거나 국경 초월 지명과 연계된 전통지명을 지정하는 경우에 여러 단체가 공동으로 신청 가능

<표 III-9> 계속

조	항	내용
제5조 (등록신청)	제2항	□ 단체는 생산하거나 얻은 농산물 또는 식료품만 등록 신청 가능
	제3항	□ 등록 신청서에는 다음 사항 포함 - 신청자 그룹의 이름과 주소 - 규정된 규격(제품의 이름, 포장 및 라벨링과 관련된 특정 규칙 및 지리적 영역에 대한 간결한 정의, 지리적 환경 또는 기원 사이의 연관성에 대한 설명)
	제4항	□ 회원국의 지리적 지역과 관련된 등록 신청은 회원국에 제출 → 신청서가 정당하고 조건을 충족하는지 확인하기 위해 적절한 방법으로 검토 필요(회원국)
제7조 (이의신청/ 등록결정)	제1항	□ EU 공식 저널에 게재된 날로부터 6개월 이내에 모든 회원국 및 제3국은 정당하게 입증된 진술서를 제출하여 제안된 등록에 대해 이의 제기를 할 수 있음
	제2항	□ 등록 신청 회원국 외에 국가에서 설립되어 정당한 이해관계를 가진 자연인 또는 법률인도 정당하게 증명된 진술을 제출함으로써 제안된 등록에 이의제기 할 수 있음
	제4항	□ 위원회는 이의신청이 없을 때 명칭을 등록하고 등록은 유럽 연합 공식 저널에 발표되어야 함
	제5항	□ 이의가 인정될 경우 이해관계인을 초청하여 적절한 협의를 해야 함
	제6항	□ 위원회는 원산지 명칭 보호 및 지리적 표시 보호의 기록부를 갱신하여 유지해야 함
제8조 (이름, 표시, 심볼)	제1항	□ 등록된 이름은 해당 규격에 맞는 농산물 또는 식료품을 판매하는 운 영자에 의해 사용될 수 있음
	제2항	□ 등록된 이름으로 지역 사회에서 유래한 농산물 및 식료품을 판매하는 경우 PDO 또는 PGI 등의 기호가 표시되어야 함
	제3항	□ 등록된 이름으로 제3국에서 생산된 농산물 및 식료품의 경우 PDO, PGI 등의 표시와 관련된 커뮤니티 기호가 라벨에 동일하게 표시될 수 있음
제9조 (사양변경 승인)	제1항	□ 조건을 충족하고 정당한 이해관계가 있는 단체는 과학적/기술적 지식의 발전을 고려하거나 지리적 영역을 재정립하기 위하여 제품사양의 개정을 신청할 수 있음
제11조 (규격 준수 여부 확인)	제1항	□ 커뮤니티 내의 지리적 지역과 관련된 지리적 표시 및 원산지 명칭 표시와 관련하여 제품을 시장에 출시하기 전에 사양 준수 여부를 확인 해야 함
	제2항	□ 제3국의 지리적 표시 및 원산지 명칭 표시와 관련하여 제품을 시장에 출시하기 전에 규격에 적합한지 공공기관 또는 제품 인증 기관을 통해 확인해야 함
	제3항	□ 제품인증기관은 유럽표준 EN 45011 또는 ISO/IEC Guide 65를 준수하고 인증을 받아야 함



<표 III-9> 계속

조	항	내용
제12조 (취소)	제1항	<ul style="list-style-type: none"> □ 보호명칭으로 적용되는 농산물 또는 식료품에 대한 규격의 준수가 더 이상 보장되지 않는다고 판단되는 경우 등록 취소 절차를 개시하고 결과는 유럽연합 공식 저널에 게재되어야 함
제13조 (보호)	제1항	<ul style="list-style-type: none"> □ 등록된 이름은 다음으로부터 보호 <ul style="list-style-type: none"> - 등록된 제품과 유사하거나 보호되는 이름을 악용하거나 등록되지 않은 제품이 등록된 이름을 직간접적으로 상업적 사용 - 제품의 실제 출처가 표시되지만 'style', 'type', 'method', 'as produced in', 'imitation' 등의 이름으로 사용 - 제품의 포장에 원산지에 대한 잘못된 인상을 전달하여 오해의 소지가 있는 표시 - 제품의 실제 원산지에 대해 소비자를 오도하기 쉬운 기타 관행
	제3항	<ul style="list-style-type: none"> □ 신청한 명칭의 등록이 전체 또는 부분적으로 신분의 존립을 위태롭게 한다는 이유로 이의진술이 인정된다고 선언된 경우에 발행일 이전 5년 이상 합법적으로 시판된 제품의 이름 또는 존재에 대해서 5년 이내의 경과기간을 둘 수 있음
	제4항	<ul style="list-style-type: none"> □ 동일한 미등록 명칭이 1993년 7월 3일 이전 최소 25년간 일관되고 공정하게 법적으로 사용되고 제품의 사용 목적이 등록된 이름의 평판으로부터 이익을 얻은 것이 아니며 동일한 이름으로 인한 문제는 이름의 등록 전제 제기 되었을 때 미등록명은 15년 이내의 기간으로 공존할 수 있고 이후에는 사용을 중지함
제14조 (상표와의 관계)	제1항	<ul style="list-style-type: none"> □ 원산지 명칭 보호 또는 지리적 표시 보호가 규정에 따라 등록된 경우 동일 등급의 제품과 관련된 상표의 등록 신청은 당일 이후 상표 등록신청서가 제출되면 거부되고 규정을 위반하여 등록한 상표는 효력을 상실함

(2) EC 명령 1493/1999

■ EC 명령 1493/1999의 목적

- 포도주에 관한 지리적표시의 보호뿐만 아니라 포도주의 수요공급의 조절 및 품질관리, 소비자 보호, 그리고 포도주의 생산으로 인한 환경오염의 예방에 이르기까지 포도주산업 전반에 관하여 포괄적으로 규정
 - 명령의 제정으로 포도주의 지리적표시의 보호를 포함한 포도주 산업을 규율하던 23개 EC 명령이 폐지
- 포괄적 단일규범의 목적은 '포도주 산업을 장기적으로 보다 경쟁적으로 만드는

것'임

- ① EC 시장에서 수요/공급 간 균형 개선·유지 → 시장의 확대로 생산자 이익 창출
- ② 장기적으로 포도주 경쟁력 확보
- ③ 과잉공급 상품 해결을 위한 정부 시장 개입 차단
- ④ 알코올음료 기타 포도 관련 상품의 전통적 판로 유지
- ⑤ 각 지역상품의 다양성 수용
- ⑥ 생산자 및 상품종류별 단체의 잠재적 역할 제도화
- ⑦ 관련 법률 단순화

■ EC 명령 1493/1999의 내용 및 구성

- EC 명령 1493/1999는 8개의 편(title)과 12개의 장(chapter), 8개의 부속서(annex)로 구성
 - 제1편(제1조)은 명령의 구성과 적용대상 상품을 정함 - 포도주의 생산가능량, 시장구조, 생산자 및 식사용/고급포도주 단체, 포도관련상품의 생산관행 및 공정, 상품설명·표시·포장 및 지리적표시의 보호, 고급포도주, 제3국과의 거래에 관해 정함.
 - * 적용대상 상품 : 포도주스, 포도액, 요리용 포도주, 일반 및 고급포도주, 포도씨꺼기로 만든 상품(제1조 2항)
 - 제2편(제2조 ~ 제23조)의 제목은 '생산가능량(production potential)'이며, 생산량의 제한이 주된 내용

<표 III-10> EC 명령 1493/1999의 주요 내용

구분	조항	내용
제1편	제1조(명령의 구성과 적용대상상품)	① 포도주의 생산가능량, 시장구조, 생산자 및 식사용/고급포도주 단체, 포도관련상품의 생산관행 및 공정, 상품설명·표시·포장 및 지리적 표시의 보호, 고급포도주 ② 적용대상 상품은 포도주스, 포도액, 요리용 포도주, 일반 및 고급포도주, 포도씨꺼기로 만든 상품
제2편 (생산가능량)	제1장 (포도재배)	① 포도재배권에 관하여 규정하며 포도관련상품시장에 있어서 공급과잉 및 품질저하를 방지하기 위하여 포도를 재배할 수 있는 범위를 제한



<표 III-10> 계속

구분	조항	내용
제2편 (생산가능량)	제2장 (포기보상금)	① 포도관련상품의 생산량 제한을 위한 조치로 특정 지역에서 포도재배를 영원히 포기하는 생산자에게 일정한 보상금 지급
	제3장 (재구성 및 변환)	① 시장의 수요에 적절히 대응하기 위하여 포도재배 지역을 재구성하고 변환시키는 것을 규정 ② 품종교환, 포도재배지의 재배치, 포도재배지운영 기술의 개선 등을 예로 제시 ③ 생산자들의 자발적 참여를 유도하기 위하여 각종 보상 및 보조금 제도 규정
	제4장 (정보 및 일반조항)	① 위 규정을 이행하기 위해 필요한 정보의 제공, 수집 및 평가, 품종의 분류, 등록 등을 규정
제3편 (시장구조)	제1장 (개인참고보조)	① 유통과정에 있어서의 효율성, 상품의 품질보장, 수요와 공급의 조절(주로 공급의 과잉 방지)을 위한 구체적인 수단을 규정
	제2장 (증류)	
	제3장 (특별용도보조)	
	제4장 (일반규정)	
제4편 (생산자 및 식사용/고급포도주 단체)		① 단체들을 통하여 동규정의 강제를 현실화하고 있음 ② 식사용/고급포도주 단체의 경우 소비자보호를 위한 조치를 취할 것이 강제
제5편 (포도관련상품의 생산관행 및 공정, 상품설명·표시·포장 등 및 지리적 표시의 보호)		① 포도주의 지리적표시의 보호와 직접적 관련이 있는 부분 ② 제1장(포도관련상품의 생산관행 및 공정) 및 부속서 4와 5는 지역과 상품종류에 따라 복잡하고 다양한 상품의 생산방법 및 공정과 그 기술적 한계를 구체적으로 명기하여 기술과 경험의 발전에 따른 생산방법 및 공정의 수정을 용이하게 하는 것을 목적 ③ 제2장(상품의 설명·표시·포장 등 및 지리적표시의 보호)는 지리적표시의 개념, 요건 및 그 위반행위에 관하여 규정
제6편		① 특정 지역에서 생산된 고급포도주에 관하여 규정
제7편		① 제3국과의 거래에 관하여 규정
제8편		① 경과규정 및 기타규정

- EC 명령 1493/1999는 ‘지리적표시’의 개념을 TRIPS 협정 제22조 제1항에 기초하여 정의
 - 지리적표시 : WTO 회원국인 비EC국가의 영토(또는 그 영토 내의 지역이나 지방)에서 생산된 상품임을 표시하는 것인데, 그 상품의 품질, 명성 또는 다른 특성이 본질적으로 그 표시된 생산지역으로부터 발생하여야 함
 - TRIPS 협정 제23조 제1항 : 포도주와 증류주에 관하여 생산지가 아닌 지역을 지리적표시로서 사용하는 것을 금지하며 실제 생산지를 표시하거나 같은 종류임을 표시하는 경우에도 사용할 수 없음을 명시 → EC 명령 1493/1999 제50종 제1항을 통하여 이를 이행

- EC 명령 1493/1999는 지리적표시 개념을 TRIPS 협정보다 자세히 정의
 - ‘포도주’ 정의 : 신선한 포도(fresh grapes) 또는 포도액(grape must)을 알코올을 전부 또는 부분적으로 이용하여 발효한 것으로부터만 얻어진 상품(부속서 1, 10)

Wine: the product obtained exclusively from the total or partial alcoholic fermentation of fresh grapes, whether or not crushed, or of grape must.

 - 지리적표시 중 상품설명, 생산지표시, 포장 등에 관하여는 지리적표시의 보호 이외에도 소비자 보호 및 품질관리 등을 위하여 더욱 자세한 규정을 두고 있음
 - 영토 내의 지역 또는 지방을 EC 회원국보다 적은 지리적 단위로서 작은 지방 또는 그 일부, 포도재배지역 또는 그 일부 및 기타 지역의 명칭이라고 정의
 - 생산된(originated)의 의미와 관련하여 두 개 이상의 지역에서 생산된 포도를 섞어 식사용 포도주(table wine)을 만든 경우 그 포도주에 표시된 지역에서 생산된 포도의 비중이 85% 이상이어야 한다고 규정(제51조 제2항)

- EC 명령 1493/1999에서의 침해행위 규정
 - 제50조에서 TRIPS 협정에서 정한 ‘지리적표시’의 보호를 규정하고 있으며, 제48조는 상품설명과 포장 등, 그리고 광고는 부정확하거나 혼동 또는 오인을 야기하면 아니된다고 규정함으로써 지리적표시를 보호
 - 위반한 경우 제재조치를 할 수 있는데(제49조 제2항), 강제조치로서 시장진입금지를 직접적으로 규정 → 상품의 설명 또는 포장 등이 명령의 기준을 위반하는 경우 그 상품의 판매 또는 수출을 허가하여서는 아니됨을 규정

■ EC 명령 1493/1999에서의 지리적 표시 관련 내용

- 생산의 제한을 통한 수급조절 및 품질관리
 - 품종의 제한 : 2010년 7월 31일까지 원칙적으로 ‘유럽종 포도(vitis vinifera)’를 제외한 다른 품종의 재배를 금지(제2조 및 제19조 제3항). EC의 포도주 생산자

는 EC 회원국이 포도주의 원료로 인정한 유럽종포도만을 재배할 수 있으며 포함되지 않는 포도종자가 재배되는 경우 이를 제거(grub up)하여야 함(제19조 제1항 및 제4항)

- 재배면적의 제한과 재배치 및 품종교환 등을 통한 수급의 조절 : 원칙적으로 재배가 금지되며 권한있는 기관이 재배권(planting right)을 부여하는 경우에만 재배권을 가짐(제2조부터 제5조 참조). 새로운 재배권을 부여할 수 있는 재배지의 최대면적을 각 회원국에게 할당. 포도재배 및 재배권을 영원히 포기하는 생산자에게는 보상금을 줄 수 있도록 함.

구분	내용
최소포기 면적	10ha
보상금 결정 고려 사항	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 포기부분을 포함하는 전체 재배지의 생산능력 ▪ 생산방법 ▪ 포기부분과 전체 재배지와와의 비교 ▪ 생산되는 포도주의 종류 ▪ 관련된 경작물의 존재

- 포도주의 생산을 시장의 수요에 맞출 목적으로 포도재배지의 재배치 및 품종교환을 위한 체제를 마련할 것을 규정

① 품종교환

② 포도재배지의 재배치

③ 포도재배지운영기술의 개선

등의 조치를 취할 것을 정하고 있음

○ 생산자 및 식사용/고급포도주 단체를 통한 소비자와 환경의 보호

- 생산자단체 : 생산자단체의 설립을 강제하지 아니하고 자율적이나 EC 각 회원국의 인가를 얻어야 함.

* 단체구성원이 단체의 규정을 위반한 경우 적절한 제재조치를 가할 수 있음.

* 생산자단체가 EC 회원국의 인가를 얻기 위하여 단체설립에 요구되는 최소한의 구성원의 수 및 상품생산량과 위의 목적달성에 필요한 활동을 효과적으로 수행할 수 있다는 것을 입증해야 함(특히, 환경친화적인 재배관행이용을 위한 기술적 지원을 단체구성원이 효과적으로 받을 수 있음을 증명하여야 함)

* 각 회원국 정부는 인가 후에도 생산자단체의 인가요건준수여부를 정기적으로 검사해야 함

* 생산자 단체 설립의 목적

1. 상품의 생산(상품의 품질과 수량)을 시장의 수요에 맞게 계획하고 조절
2. 단체구성원의 상품의 공급 및 유통경로 단일화
3. 생산비용 절약으로 생산자 판매가격 안정화
4. 환경친화적 재배방법, 생산기술 및 쓰레기관리방법 사용 장려(생물학적 다양성 보전 또는 장려)

- 식사용/고급포도주 단체 : 식사용 포도주와 특정지역에서 생산된 고급포도주(wines psr)를 관리하는 단체들에 대하여 소비자의 이익을 고려하여 취할 의무를 부과

* 식사용/고급포도주 단체의 소비자 이익을 위한 의무

1. 상품생산과 시장에 대한 지식과 투명성을 개선하는 조치
2. 연구 및 시장조사를 통하여 상품의 유통을 보다 적절히 조절할 수 있도록 보조
3. EC의 규범을 위반하지 아니하는 표준계약서의 작성
4. 생산량의 완전한 이용
5. 시장의 수요와 소비자의 기호 또는 기대(특히 품질과 환경보호)에 부응할 수 있는 상품생산에 필요한 정보제공과 연구수행
6. 살충제 기타 첨가제의 사용억제방안의 모색과 품질, 토양 및 물의 보존의 확보
7. 생산, 양조, 유통 등의 모든 단계에서 상품의 품질개선방법의 개발
8. 생산지표시, 품질표시, 지리적표시뿐만 아니라 유기농의 보호와 그 잠재력의 이용
9. 환경친화적인 생산방법의 장려

(3) EC 규정 110/2008**■ EC 규정 110/2008의 목적**

- 증류주의 지리적 표시 뿐만 아니라 증류주의 정의, 설명, 표시 및 라벨링에 대한 규칙 명확화
 - 1989년 유럽 위원회 규정(EEC) 1576/89에서 증류주의 정의, 설명 및 표시에 관한 일반 규칙과 1990년 유럽 위원회 규정 1014/90에서의 증류주 정의, 설명 및 표시에 관한 세부 이행 규칙이 있었음
 - 전통적 생산방법을 고려하여 증류주의 정의, 설명, 표시 및 라벨링에 대한 규칙을 명확히 하기 위해 규정(EEC) 1576/89의 개정 필요
 - 유럽 위원회 규정 110/2008에서 지리적 표시의 보호뿐만 아니라 증류주의 생산, 설명, 표시 및 라벨 표시에 대해 명확하게 정의된 기준 설정
- 생산지와 관계없는 규정 적용 필요

- 소비자의 이익을 위해 지역 내에서 생산되든 제3국에서 생산되든 지역 시장에서 판매되는 모든 증류주에 적용 확대 필요
 - 고품질 증류주의 수출과 세계 시장에서 지역의 증류주 명성을 유지하고 개선하기 위해 수출을 위해 지역에서 생산되는 증류주에도 적용되어야 함
- 증류주의 범위 명확화
- 전통적인 품질 관행을 존중하고 기술의 발전을 고려한 증류주의 범주 및 정의를 통한 혼란 감소
 - 증류주 제조를 위한 원재료에 대한 적절한 정보를 제공하는 조항 필요
 - 규정에서 정한 정의를 충족하지 않는 제품에 대해 'spirits'라는 용어와 명칭을 사용하는 것을 방지
- 규정을 통한 증류주의 품질관리 및 다양성 확보
- 규정에 따라 품질 정책을 적용하고 높은 수준의 질과 다양성을 허용하기 위해 회원국은 자체 영토에서 생산된 증류주의 생산, 설명, 표시 및 라벨링에 대해 규정된 내용보다 엄격한 규칙을 채택할 수 있어야 함
- TRIPs 협정의 필수적인 부분을 구성하는 관세 및 무역에 관한 일반협정 이행
- 지리적 표시 대상 품목의 확대 적용
- 2006년 3월 농산물 및 식료품의 지리적 표시 및 원산지 지정에 관한 의회 규정 510/2006호가 증류주에 적용되지 않는 점을 감안하여 증류주에 대한 지리적표시의 보호를 위한 규칙 마련

■ EC 규정 110/2008의 주요 내용

<표 III-11> EC 규정 110/2008의 주요 내용

조	항	내용
제1조 (주제와 범위)	제1항	□ 규정에서 증류주의 정의, 설명, 표시 및 라벨 표시와 증류주의 지리적 표시 보호에 관한 규칙을 정함
	제2항	□ 지역사회에서 생산되거나 제3국 생산되어 지역 내 시장에 판매되는 모든 증류주 및 수출용으로 생산되는 증류주에 적용 □ 증류주의 생산에서 에틸 알콜 및/또는 농산물을 원료로 한 증류액을 사용하고 식료품의 표시 및 라벨 표시에 증류주 이름을 사용하는 경우에도 적용
제2조 (증류주의 정의)	제1항	□ 'spirit drink'는 알콜을 함유한 음료를 의미(최소 알콜도수 15%) - 향미료를 첨가하거나 첨가하지 않고 증류에 의한 자연 발효 제품 또는 농산물을 원료로 하는 알콜 및/또는 증류액/식물유래 물질을 담그거나 유사한 처리를 한 음료

<표 III-11> 계속

조	항	내용
제6조 (회원국의 법률)	제1항	□ 회원국 영토에서 생산되는 주류, 특히 지리적 표시 등록 및 품질 정책을 적용함에 있어 부속문서보다 엄격한 규칙을 정할 수 있음
	제2항	□ 회원국은 규정을 준수하는 증류주의 수입, 판매 또는 소비를 금지하거나 제한하면 안 됨
제8조 (판매명칭)	-	□ 증류주의 판매명칭은 명시된 규정에 따라야 함
제11조 (혼합물의 설명, 표시, 및 라벨)	제1항	□ 증류주에 희석 또는 희석하지 않은 경우, 해당 증류주에는 판매 명칭이 'spirit drink'로 표시되어야 함
	제2항	□ 판매명칭은 라벨의 눈에 잘 띄는 위치에 명확하게 표시되어야 하고 교체되거나 변경되어서는 안 됨
	제5항	□ 혼합물의 라벨 표시에는 알콜 성분의 비율은 사용된 양의 내림차순으로 표현해야 하며 혼합물의 부피별 총 순수 알콜 함량에서 나타내는 순수한 알콜 부피별 백분율과 동일해야 함
제15조 (지리적 표시)	제1항	□ 지리적 표시는 증류주의 주어진 품질, 명성 또는 기타 특성이 본질적으로 해당 국가의 영토 또는 해당 영토 또는 지역에서 유래한 것으로 식별되는 표시
	제2항	□ 지리적 표시는 부속서 III에 등재
	제3항	□ 지리적표시는 일반화될 수 없으며 일반화된 명칭은 부속서 III에 등록할 수 없음
	제4항	□ 등록된 지리적표시를 부착한 증류주는 기술파일의 모든 규격에 적합해야 함
제16조 (지리적 표시의 보호)	-	□ 등록된 지리적 표시는 다음에 대해 보호 <ul style="list-style-type: none"> - 지리적 표시에 따라 등록된 증류주와 유사하거나 명성을 이용하는 등록되지 않은 제품의 직간접적인 상업적 사용 - 제품의 실제 출처가 표시되나 지리적 표시가 번역되어 사용되거나 'like', 'type', 'style', 'made', 'flavour' 등과 유사한 표현으로 오인을 유발하는 경우 - 제품의 설명, 표시 또는 라벨에 있어 원산지 또는 원산지의 성격, 본질적 품질에 대한 거짓 또는 오해의 소지가 있는 표시 - 제품의 실제 원산지에 대해 소비자가 오인하기 쉬운 기타 관행
제17조 (지리적 표시의 등록)	제1항	□ 지리적표시에 대한 신청서는 유럽연합의 공식언어 중 하나로 위원회에 제출되거나 해당 언어 중 하나로 번역되어 첨부 □ 신청서는 정당하게 입증되어야 하고 증류주가 준수해야 하는 사항을 명시한 기술 파일을 포함
	제2항	□ 협회 내의 지리적 표시와 관련하여 신청은 증류주의 원산지 회원국이 해야 함



<표 III-11> 계속

조	항	내용
제17조 (지리적 표시의 등록)	제3항	□ 제3국 내의 지리적 표시와 관련하여 신청서는 유럽위원회에 직접 또는 제3의 당국을 통해 송부되어야 하며 해당 명칭이 원산지에서 보호되고 있다는 증거를 포함해야 함
	제4항	□ 기술파일에는 다음의 주요 사항 포함 - 지리적 표시를 포함한 증류주의 이름 및 범주 - 제품의 주요 물리적, 화학적 또는 유기적 특성을 포함한 증류주에 대한 설명 및 관련 범주와 비교한 증류주의 특성 - 관련된 지리적 영역의 정의 - 알코올 음료를 얻는 방법 및 현지 방법에 대한 설명 - 지리적 환경 또는 지리적 기원과 관련이 있는 내용 - 지역사회 및/또는 국가 및/또는 지역 조항이 규정한 요건 - 신청자의 성명 및 연락처 주소 - 관련 기술 광리에 따라 지리적 표시 및/또는 특정 라벨 지정 규칙에 대한 보완 사항
	제5항	□ 위원회는 신청서가 제출된 날로부터 12개월 이내에 해상 신청서가 규정에 적합한지 여부를 확인해야 함
	제6항	□ 신청서가 규정에 적합하다고 결론낼 경우 기술파일의 주요 사항은 유럽 연합 공식저널 C시리즈에 게재되어야 함
	제7항	□ 기술파일의 발행일로부터 6개월 이내에 적법한 이해관계가 있는 자연인 또는 법적 당사자는 이의제기를 할 수 있음
	제8항	□ 위원회는 제기된 이의사항을 고려하여 지리적 표시 등록에 관한 결정을 해야 하며 결정은 유럽연합 공식 저널 C시리즈에 게재되어야 함
제18조 (지리적표시 의 취소)	-	□ 기술파일의 규격적합성이 더 이상 보장되지 않을 경우 정밀조사를 거쳐 규제절차에 따라 등록취소 결정을 해야 하며 결정은 유럽 연합 공식 저널 C시리즈에 게재되어야 함
제19조 (동음이의 명칭의 표시)	-	□ 동명의 지리적 표시는 다음과 같은 지역적 및 전통적 용도 및 실제 혼동 위험을 충분히 고려하여 등록 - 소비자가 다른 지역에서 생산된 제품이라고 오해하게 하는 동음이의 명칭이 해당 증류주의 실제 지역 또는 원산지에 관한 정확한 이름일 지라도 등록 불가 - 등록된 동음이의 명칭의 지리적 표시 사용은 관련 생산자를 공평하게 대우하고 소비자의 오인을 방지하기 위해 이후 등록 동음이의 명칭과 기 등록 명칭 사이에 실무상 명확한 구분이 있어야 함
제20조 (기존의 지리적 표시)	제2항	□ 회원국은 기술파일을 대중이 열람할 수 있도록 보장해야 함
제21조 (기술파일의 변경)	-	□ 기술파일을 변경할 경우 정해진 절차를 준용함

<표 III-11> 계속

조	항	내용
제22조 (기술파일의 사용 준수 여부 확인)	제1항	□ 지역 내의 지리적 표시와 관련하여 제품을 시장에 출시하기 전에 기술 파일의 사양 준수 여부를 주무기관 및/또는 제품 인증 기관을 통해 확인
제23조 (상표와 지리적표시 의 관계)	제2항	□ 지역의 법률과 관련하여 상표가 지역의 영토내에서 선의로 적용, 등록 또는 설정된 경우 효력을 상실하거나 취소할 사유가 없는 한 회원국의 지리적 표시를 계속 사용할 수 있음
	제3항	□ 상표의 평판과 명성, 지역에서의 상표 사용 기간 등을 고려하여 등록이 제품의 진짜 정체성에 대해 소비자가 오인하기 쉬운 지리적 표시를 등록해선 안 됨

다. 유럽 지리적 표시제 유형

■ 유럽 국가별 원산지명칭보호(AO)와 지리적표시보호(GI)의 통합

- 규정 2081/92의 비준으로 EU의 통합적 원산지명칭보호(AO, AOC, AOP, PDO 등은 유사한 제도를 칭함)와 지리적표시보호(PGI, IGP 등의 표현은 유사한 제도를 칭함) 제도 도입
 - 1992년 EU는 규정 2081/92를 비준하였으며 이 규정은 일반적으로 식품명칭보호(Protected Food Names: PFN)으로 알려져 있고 TRIPs 협정 체결 3년 전에 비준되었지만 WTO의 규정을 준수하는 특징이 있음

EC 규정 2081/92의 특성

1. PFN 계획은 EU 전체에 긍정적 영향을 줄 것으로 평가
 - 규정 2081/92는 유럽의 공통농업정책(CAP)의 개혁을 논의하는 기간 동안 협상
 - 회원국 일부는 명칭보호제도가 있었지만 일부는 그렇지 않음 → PFN 체계는 모든 회원국에 적용
2. 지리적표시보호는 바람직한 형태로 농산물 및 식품을 홍보하기 위해 고안 & 부가가치 창출
 - 농산물 및 식품은 농촌지역에서 생산 및 가공이 되는데 농촌지역은 쇠퇴하는 추세 → 식품명칭을 보호받는 업체는 지역에 대한 투자를 이상적으로 장려
3. 식품에 정확한 라벨 부착으로 소비자의 신뢰도 증대
 - 식품에 정확하게 라벨을 부착하여 소비자에게 제품의 품질과 특성 보장

- PFN은 PDO(Protected Designation of Origin) 또는 PGI(Protected Geographical Indication) 식품 또는 음료로 인증

■ 프랑스의 AOC와 독일의 지리적표시의 반영

- 규정 2081/92가 도입되기 전 원산지명칭(AO)만 사법적 인정을 받는 지리적표시
 - EC 위원회와 독일의 충돌에서 독일의 와인법(Wine Act, 1971)에서 독일 내에서 생산된 포도주(독일산 포도 사용)의 경우 “SEKT”, 또는 “WEINBRAND”로 표시하고 독일산 포도를 최소 사용 요구치를 충족한 와인은 “PRADIKATSEKT”라는 명칭 유지 → 양적 제한에 준하는 것으로 상품의 자유로운 유통을 저해하지 않을 의무를 준수하지 않음
 - 독일은 그 조항이 독일 내 무역과 소비자들의 의견에 따른 “출처표시”였기 때문에 그 의무에 대해 허용 가능한 예외라는 의견
 - 유럽사법재판소(ECJ)는 지리적 기원과 객관적인 연관성이 있는 상품을 나타내는 용어만을 상품의 자유로운 이동 원칙의 예외로 인정
 - 이러한 조항은 지정한 제품이 원산지의 지리적 지역성으로 인하는 품질과 특성을 가지고 있는 경우에만 생산자가 불공정 경쟁을 방지하고 소비자를 허위표시로부터 보호하기 위해 특정한 기능 수행 → 제품 출처의 지리적 표시는 품질 및 특성을 전달해야 함
 - EC측은 “출처 표시(indication of origin)”에 의한 보호는 제품이 지리적 출처 관점에서 특정한 신원을 확인할 수 있는 특성을 가지고 있는 경우에만 합법적이며 조건이 결여될 경우 소비자의 의견에 의존하여 보호를 정당화할 수 없다는 의견
 - 이 당시 이러한 의견이 일반적으로 여겨졌기 때문에 결정에 이의가 많지 않았지만 독일에서는 반대 의견
 - ECJ는 원산지명칭(AO)의 보호를 고집하여 지리적 근원을 지칭하는 ‘출처표시(indication of source)’의 보호 필요성을 부정하고 품질이나 특성이 본질적으로 인적 요인에 기인하는 제품을 나타내는 GI에 대한 보호의 필요성도 부정하는 경향이 나타남
 - 와인의 생산에서 제품에 사용되는 제조 방법이 특성을 부여하는데 기여할 수 있지만 사용되는 포도의 품질만큼 그 자체의 원산지를 결정하는 데 영향을 주지 않음
 - 좁은 의미의 IGP는 평판을 반영한 출처 표시로 1992년 ECJ에 의해 처음으로 인정
 - Terroir의 개념과 평판이 ECJ에 의해 모두 인정되었지만 IGP의 인정과 관련하여 여전히 의견 차이 존재 → 원산지명칭(AO)로만 제한하거나 출처표시(IS)로 범위 확대 등
 - 독일이 광범위한 개념을 채택하여 모든 지명을 하나의 범주에 포함하자는 제안

vs 프랑스는 AO의 개념이나 원산지명칭이 모호해지는 것을 피하기 위해 “지리적표시보호(PGI)” 제안

- 두 개의 서로 다른 논리가 하나의 통일된 등록시스템에 융합되는 타협 도달 → 하나는 Terroir 기반에 의한 시스템으로 원산지명칭보호(Protected Designation of Origin: PDO)와 평판에 의한 시스템으로 지리적표시보호(Protected Geographical Indication: PGI)로 나뉘어 등록(Wang, 2020)

➔ EU 수준에서 채택된 지리적표시 매커니즘은 제품의 특시성 개념을 중심으로 설계

○ AOC 체계에 기반한 프랑스의 제도는 토지의 ‘자연적’ 특성 중시

- PDO는 프랑스의 AOC 제도를 반영하여 지역의 ‘자연적’ 특성이 제품의 본질적 특성에 반영되고 연계되어야 함을 요건으로 함

○ 독일의 지리적표시는 긍정적 평판을 누리는 상품의 이름을 보호

- 생산물의 품질은 생산지의 특성에서 전적으로 또는 본질적으로 기인할 필요 없음

■ 전통특산품보증제도(TSG) 제도 도입

○ 규정 2081/92에서 기존의 원산지명칭보호와 지리적표시보호에 더해 전통특산품보증제도 도입

- 전통특산품보증(TSG) 식품은 전통적인 방식으로 제조되어야 하지만 품질은 생산지보다는 가공 및 생산 과정에서 사용된 방식에서 비롯
- 규정 2081/92 및 2082/92에 등록된 식품은 지리적 기원에서 제품의 특성이 기인하지 않더라도 PFN으로 나열되어 있음

■ EU의 지리적 표시 등록 제도

○ 원산지명칭보호(Protected Designation of Origin: PDO) VS 지리적표시보호(Protected Geographical Indication)

- 원산지명칭보호(PDO) : 원료의 생산과 가공과정 모두가 해당지역 안에서 이루어져야 함. 프랑스 AOC, 이탈리아의 DOC, 스페인의 denomination de origen 모두 원산지명칭보호 의미
- 지리적표시보호(PGI) : 해당 지리적 기원과 정의된 지리적 영역에서 발생하는 생산 및/또는 가공 및/또는 준비에 기인하는 특정 품질, 명성 또는 기타 특성을 가진 제품을 지정(특정 지역 내에서 완전히 제조될 필요가 없으며 원자재는 다른 지역에서 생산될 수 있음)
- 지리적표시보호(PGI)는 이름을 보호하지만 주로 제품의 명성, 특정 장소와의 역사적 연결, 특정 특성과 품질에 초점



* 와인의 지리적표시에서 PDO는 원료의 100%가 해당 지역에서 생산되어야 하는 요건이 존재하지만 PGI의 경우는 원료의 최소 85%가 해당 지역에서 생산되어야 함(EU 규정 2019/33)

EC 규정 1151/2012에서 원산지명칭보호(PDO)와 지리적표시보호(PGI)

□ 제1조 목표

- 규정은 농산물 및 식품의 생산자가 해당 제품 및 식품의 특성을 구매자(소비자)에게 전달하여 다음을 보장

- (1) 가치 창출 특성 및 속성을 가진 농산물 및 식품 생산자를 위한 공정한 경쟁
- (2) 해당 제품과 관련되고 신뢰할 수 있는 정보를 소비자에게 제공
- (3) 지적재산권에 대한 존중
- (4) 국내 시장의 건전성

□ 규정에서는 고품질 생산품과 관련된 농업·가공활동 및 영농시스템을 지원하여 농촌발전 정책 목표 달성에 기여함을 목적으로 함

□ 제품을 식별하는 근거를 제공하고 명칭 및 용어의 보호를 제공하는 품질 체계 수립

□ 제5조 원산지명칭(DO)과 지리적표시(GI)에 대한 요구사항 명시

- (1) “원산지명칭(DO)”은 (a) 특정 장소, 지역, 예외적 경우 국가를 의미, (b) 본질적 또는 배타적으로 고유한 자연적 및 인적 요소를 가진 특정 지리적 환경에 기인하는 품질 또는 특성, (c) 정의된 지리적 영역에서 발생하는 생산 단계
- (2) “지리적표시(GI)”는 제품을 식별하는 이름으로 (a) 특정 장소, 지역 또는 국가에서 발생한 경우, (b) 지리적 기원에 따라 주어진 품질, 명성 또는 기타 특성이 본질적으로 기인, (c) 정의된 지리적 영역에서 발생하는 생산단계 중 하나 이상




□ 특정 명칭은 해당 제품의 원료가 정의된 지리적 지역보다 크거나 다른 지역에서 유래 하더라도 원산지명칭으로 취급 가능하며 다음의 요건을 충족

- (1) 원재료 생산 면적이 정의
- (2) 원자재 생산을 위한 특수 조건 존재
- (3) 원자재 생산 특수 조건 준수를 위한 통제 장치
- (4) 해당 원산지명칭이 2004년 5월 이전에 원산지명칭으로 인정

□ 원산지명칭보호 및 지리적표시보호는 규격에 따라야 하며 규격은 다음을 포함

- (1) 원산지명칭 또는 지리적표시로 보호되어야 하는 명칭은 사용되는 대로, 특정 제품을 기술하기 위해 역사적으로 사용되었거나 사용되는 언어로 보호
- (2) 제품의 주요 물리적, 화학적, 미생물학적 또는 유기적 특성뿐만 아니라 원료를 포함한 제품에 대한 설명
- (3) 제품과 지리적 특성의 연결과 관련하여 지리적 영역의 정의
- (4) 제품이 정의된 지리적 영역에서 기원하는 증거
- (5) 품질 보호를 위해 지리적 영역에서 포장되어야 하는 이유와 제품가공 및 포장에 대한 정보
- (6) 당국의 이름 및 주소, 필요한 경우 제품 사양 및 해당 특정 작업의 규정 준수를 확인하는 기관의 이름과 주소
- (7) 해당 제품에 대한 특정 라벨 표시 규칙

<표 III-12> PDO, PGI, TSG의 특성 비교

구분	원산지명칭보호(PDO)	지리적표시보호(PGI)	전통특산물보증(TSG)
인증마크			
개념	<ul style="list-style-type: none"> □ 상품의 생산으로부터 가공에 이르는 전 과정이 해당 지역내에서 이루어진 상품에 대한 원산지명칭보호의 개념 	<ul style="list-style-type: none"> □ 상품의 생산이나 가공 중 어느 한쪽만 해당 지역 내에서 이루어진 경우의 상품에 대한 지리적표시보호의 개념 	<ul style="list-style-type: none"> □ 상품의 생산으로부터 가공에 이르는 전 과정이 해당 지역내에서 전통적 요소로 이루어진 경우의 상품에 대한 전통특산물보증의 개념
성격	<ul style="list-style-type: none"> □ 가장 까다로운 인증제 □ 프랑스의 ACC (Appellation d'Origine Contrôlée)가 기원 	<ul style="list-style-type: none"> □ 상품과 지역 간의 관계를 정의하지만 원산지명칭보호에 비해 상대적 완화 기준 적용 	<ul style="list-style-type: none"> □ 세대간 이동을 보여주는 기간 동안 지역사회 시장에서 사용 입증(최소 25년 이상 한 세대의 것으로 간주)
생산요건	<ul style="list-style-type: none"> □ 식품(농산물 포함)의 품질이나 특장이 특정 지역의 기후, 역사, 토양에 본질적으로 긴밀하게 연결 □ 원재료의 생산 및 가공 등의 전과정이 전적으로 그 지역에서 이루어짐 □ 해당 요건을 맞추는 제품이라면 인증마크를 누구나 쓸 수 있음 	<ul style="list-style-type: none"> □ 특정한 품질이나 명성 또는 다른 특징과 지리적 원산지를 연결 시킬 수 있으면 조건을 충족(보다 유연한 편) □ 상품을 이름을 따온 지역에서 해당 상품 생산 <ul style="list-style-type: none"> - 생산과정 중 한단계만 지정된 지역에서 이루어져도 인정 가능 □ 지역과 상품간의 연계성이 있어야 함 <ul style="list-style-type: none"> - 본질적으로 혹은 전적으로 원산지와 관련 있을 필요 없음 	<ul style="list-style-type: none"> □ 특정 상품에 로고를 사용하면 예전부터 알려진 유사 있는 성분을 포함하거나 전통적인 방법으로 생산 □ 다른 상품과 구분되는 특성을 지남을 증명해야 함(구체적 특질 보유) □ 다른 생산지도 인증 요건을 충족하면 명칭 사용 가능 □ 원산지명칭보호나 지리적표시보호 관련 규정에서 정한 지리적 조건을 충족하지 않을 수 있음 → 일반적 상품과 차별화를 통해서 경쟁력 확보를 목적
예시	<ul style="list-style-type: none"> □ 보르도(프랑스 와인), Cava(스페인 와인), Marouli(프랑스 치즈), Tirder Bergkäse(오스트리아 치즈), Prés Salés du Mont-Michel(프랑스 생마셀 제품 또는 파스타키) 	<ul style="list-style-type: none"> □ 람파티스(리투아니아 치즈), 고프오 카리요(스페인 시리얼 제품), 발베커 스파르젤독 일 야채, 체제 파브체코 맥주, 람베프르도르프(덴마크 치즈) 	<ul style="list-style-type: none"> □ Kried(빨간 맥주), Hollandse Matjesaring(네덜란드 생선 제품), File Elena(불리아 고기 제품), Pecuska gbarica(슬로베니아 케이크)

<표 III-13> PDO, PGI와 TSG의 개념적 비교

구분	개념적 특성
<p>원산지명칭보호 (PDO: Protected Designation of Origin)</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 장소는 생산물의 유형에 물리적인 영향을 주는데 자연환경만으로는 상품을 특별하게 만드는 요인을 설명할 수 없음 □ 장소와 상품의 관계를 이해하기 위해서는 특정한 기술과 사회적 패턴, 실천과 인식을 통해 표현되는 인간 활동을 포함하여 살펴봐야 함 □ 프랑스의 AOC 시스템은 테루아르와 불가분의 관계 □ 와인을 기반으로 테루아르의 개념은 지역 노하우를 통해 표현된 환경적 특성(토양, 기후 등)에 초점을 맞춤 □ INAO는 점차적으로 농식품 부분 전체를 포함하도록 영역을 확장하여 오늘날에 이룸 ➔ 인류공동체가 그 역사를 따라 생물물리학적 요인과 인간적 요인의 상호작용 체계에 기초한 집단 생산 지식을 생성하고 축적하는 정의된 경계를 가진 지리적 영역과 제작에 관련된 기법의 조합은 독창성을 드러내고 유형성을 부여하며, 지리적 지역에서 유래한 상품으로 명성을 얻게 됨 □ PDO는 물리적 환경과 강력한 연관성이 있기 때문에 품종이나 경관 및 특정 관행을 구현하는 제품이되며 강력한 일관성을 가지며 생물 다양성의 유지와 지속 가능한 발전과 관련
<p>지리적표시 보호 (PGI : Protected Geographical Indication)</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 자연 요인의 영향을 고려하지 않는 국지적인 제품 □ 장소와 상품의 관계는 단순히 역사적 소속과 공유된 관행과 연결 → 궁극적으로 언급할 수 있는 품질, 평판 또는 다른 특징과 연결 □ 자연적 요인은 종종 고려되지만 대체로 관련이 없음
<p>전통특산품보증 (TSG : Traditional Specialty Guaranteed)</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ 원산지와 무관하게 EU 수준에서 전통적인 제조 또는 생산 방식을 보호하도록 설계 □ 특정한 농업 관행을 고려할 때 원산지에서 분리되거나 원산지 기반 제품의 일반적인 형태를 위해 고안(ex. 모짜렐라 디 부팔라의 PDO와 일반 모짜렐라의 TSG) □ TSG로 등록된 대부분의 제품들은 PGI에 더 가깝고 현지 문화와 분리할 수 없고 기원이 전형적임

자료 : Bérard, L. & Marchenay, P. (2008). From Localized Products to Geographical Indications. Bourg-en-Bresse

<표 III-14> 원산지명칭보호(PDO)와 지리적표시보호(PGI)의 등록요건 비교

구분	등록요건	
원산지 명칭보호 (PDO)	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> EEC 이사회 규칙 510/2006에 의한 등록 요건 <ul style="list-style-type: none"> - 생산품이 해당 지역에서 생산 - 그 품질이나 특징이 본질적으로 자연 및 인적 요소를 포함하는 지리적 환경에 기인 - 상품의 생산 및 가공이 해당 지역 내에서 진행 <input type="checkbox"/> 농산물이나 식료품을 기술하는데 사용되는 명칭은 특정 지역, 구체적인 장소 또는 예외적으로 국가의 명칭 <input type="checkbox"/> 상품이 해당 지역에서 생산되고 가공되어야 하고 더불어 가공 전의 원료가 규정된 지역으로부터 나온 것이어야 함 <input type="checkbox"/> 가공되지 않은 원료의 원산지가 가공 지역보다 넓거나 다른 지역인 경우 <ul style="list-style-type: none"> ① 가공 전 원료의 생산 지역이 규정되어 있고, ② 가공 전 원료의 생산을 위한 특수한 조건이 존재하며, ③ 특수한 조건이 충족되었다는 것을 보증할 수 있는 검사제도가 존재하는 등의 조건이 충족하는 경우 예외적으로 생산의 지역적인 표시는 원산지명칭보호 등록이 가능 	
지리적 표시보호 (PGI)	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> EEC 이사회 규칙 510/2006에 의한 등록 요건 <ul style="list-style-type: none"> - 상품이 해당 지역에서 생산 - 품질이나 특징이 지리적 환경에 기인해야 함 - 상품의 생산이나 가공 혹은 준비과정이 해당 지역 내에 진행 <input type="checkbox"/> 농산물이나 식료품을 기술하는 명칭은 특정 지역, 구체적인 장소, 예외적으로 국가 명칭이어야 함 <input type="checkbox"/> 상품에 포함된 명칭의 지역과 연관성이 있어야 함 <input type="checkbox"/> 해당 상품의 생산 그리고/또는 가공 그리고 또는 준비가 정해진 지역에서 이루어져야 함 	
원산지명칭보호(PDO)와 지리적표시보호(PGI)의 등록요건 비교		
구분	원산지명칭보호(PDO)	지리적표시보호(PGI)
원재료 출처	<input type="checkbox"/> 가공 전의 원료가 지역으로부터 나온 것	<input type="checkbox"/> 규정 없음
특정 지명 사용	<input type="checkbox"/> 특정 지명을 나타내지 아니하는 지역적 명칭이어도 등록 가능	<input type="checkbox"/> 특정한 지역적 명칭만을 대상으로 등록 가능
지리적 환경과의 관계	<input type="checkbox"/> 상품의 품질이나 특징이 본질적 혹은 전적으로 고유의 자연 및 인적 요소를 지닌 특정 지역의 환경에 기인해야 함	<input type="checkbox"/> 상품의 원산지와 구체적인 상품 특징 사이의 연관성이 요구된다는 것은 동일하지만 본질적이거나 전적으로 기인된 연관성을 요구하지 않음
생산 및 가공, 준비 범위	<input type="checkbox"/> 상품의 생산 또는 가공, 준비의 모든 단계가 규정된 지역에서 이루어져야 함	<input type="checkbox"/> 상품의 생산 또는 가공, 준비 중 하나만이라도 규정된 지역에서 이루어지면 충족

■ PDO는 제품과 지역적 특성의 강력한 연결 강조

- 생산, 가공 및 준비의 모든 측면이 해당 지역에서 발생 요구
 - 예를 들어, 칼라마타 올리브유 PDO는 전적으로 그리스의 칼라마타 지역에서 생산되며 그 지역의 올리브 품종을 사용

■ PGI는 품질과 평판(Reputation), 기타 특성이 지리적 출처에서 본질적 기인

- PGI는 EU 규정 1151/2012 제5조 제2항에서 다음과 같이 정의
 - 주어진 품질, 평판(reputation) 또는 기타 특성이 지리적 출처에서 본질적으로 기인 → 지리적 특성과 연결요인은 품질, 명성, 기타 등 세 가지가 있음
 - 정의된 지리적 영역에서 적어도 하나의 생산 단계 수행
- PGI의 스펙에 대한 실증 분석 결과(Zappalaglio, 2018)
 - 품질은 원료의 특성과 원산지, 생산지의 독특한 물리환경적 조건, 지역에 뿌리를 두는 독특한 지식에 의해 구성
 - PGI에서 역사적 연결이 매우 중요 : 유럽에서 등록된 PGI의 80%가 역사적 근거를 서양서에 포함, 시장 평판만을 기준으로 한 PGI는 10% 미만
 - 생산되는 환경의 물리적 특성이 아닌 노하우에 기반을 둔 제품으로 지역(Terroir)과 연계성이 부족한 제품에서 역사는 좋은 연결 요소가 됨
- Kulmbacher Bier PGI 사례
 - Kulmbacher 맥주의 품질과 명성은 수백년 전의 양조 전통으로 거슬러 올라감
 - 1349년 최초로 기록된 수도원 양조장이 존재하기 훨씬 이전부터 Kulmbacher burger는 소규모 거래 또는 자가 소비를 위해 맥주 양조
 - 1837년 Kulmbacher 고동 양조장에서 EKV Brauerei 설립(해당지역에서 제품의 노하우와 경제적 효과의 역사 증거)
 - 현재에도 약 400명의 Klumbach 시민들이 협동조합에서 술집에서 필요로 하는 맥주 생산
- Bresaola della Valtellin PGI 사례
 - 이탈리아 북부 롬바르디아의 전통적 소금 숙성 소고기
 - 제품의 원료는 브라질의 Zebu 고기(유럽에 존재하지 않는 소의 일종)
 - 원료와는 관련없는 가공방법의 역사성에 기반한 PGI 등록

라. 제품 유형별 지리적 표시제도의 적용

■ 식품 및 농산물

- 전통적 생산방식이나 특정 지역에 귀속되는 특성 등 구체적 특성이 있는 식품 및 농산물에 EU의 품질 로고 적용
 - 유럽의 농산물 및 식품 생산자들은 EU 품질 로고 중 하나인 ‘원산지명칭보호(PDO)’, ‘지리적표시보호(PGI)’, ‘전통특산물보증(TSG)’ 중 하나를 신청하기 전에 단체 형성 필요
 - 제품을 등록하기 위해서는 제품 사양이 EU 규정 1151/2012에 명시된 요건에 부합해야 함





■ 와인

- 와인은 EU의 품질 로고 ‘원산지명칭보호(PDO)’와 ‘지리적표시보호(PGI)’에 등록 가능
 - 제품은 EU 규정 1308/2013에 명시된 사양에 대응해야 함
- 원산지명칭보호(PDO)
 - 특정 지역, 특정 장소 또는 예외적인 경우 특정 자연 및 인적 요인(지리적 환경)으로 인해 품질과 특성이 본질적 또는 배타적으로 정해진 지역에 기원
 - 포도는 지정된 지리적 영역에서만 생산
 - 비티스 비니페라(Vitis Vinifera)에 속하는 덩굴 품종에서 얻음
- 지리적표시보호(PGI)
 - 특정 장소 또는 예외적인 경우 특정 품질, 명성 또는 기타 특성이 해당 지리적 원산지에 기인하는 포도주
 - 적어도 85%의 포도가 정해진 지역에서 독점적으로 생산
 - 포도는 비티스 비니페라(Vitis Vinifera) 종과 비티스속의 다른 종들 사이의 교배에서 얻어야 함
- 전통적으로 사용되는 와인의 이름 중 특정 조건에서 원산지명칭보호(PDO) 가능
 - 와인의 이름을 등록하기 위해 제품은 EU 규정 1308/2013에 명시된 사양을 준수

■ 증류주 및 착향와인

- 증류주 및 착향와인은 지리적표시보호(GI) 로고 사용 가능
 - 코냑, 스카치 위스키, 폴란드 보드카, 브랜디 데 헤레즈 같은 증류주는 지리적표시보호(GI) 로고 사용
 - 지리적표시보호(GI)는 주류가 그 지리적 기원에 의해 주어진 품질, 명성, 또는 다른 특성이 있는 나라의 영토 내에서 유래된 것을 표시
- EU 규정 110/2008을 준수하면 증류주 및 착향와인에 지리적표시보호(GI)로고 부착 가능

<표 III-15> 제품 유형에 따른 EU 품질 로고

구분	원산지명칭보호 (PDO)	지리적표시보호 (PGI)	전통특산물보증 (TSG)
식품 및 농산물			
와인			
증류주 및 착향와인		 * GI로 라벨 부착	

자료 : Brocza, S. (2018). The EU System for the Protection of Geographical Indications and Its External Dimension.

마. EU의 지리적 표시 등록 현황

(1) 농산물 및 식품의 등록 현황

■ 식품유형별 등록 현황

- 2022년 1월 13일 기준으로 PDO는 668건, PGI는 905건, TSG는 66건으로 총 1,639건 등록(TSG의 경우 Applied 8건, Published 7건 제외)
- 과일 및 채소, 곡류 등이 462건으로 가장 많고 다음으로 치즈가 259건, 육류가 203건으로 많음
- 보호 유형 중 PDO에서는 치즈가 197건으로 가장 많고 PGI에서는 과일 및 채

소, 곡류가 297건, TSG에는 육가공품이 17건으로 가장 많음

<표 III-16> 식품유형별 EU 농식품 지리적 표시 등록 현황(2022년 1월 13일 기준)

유형 구분	PDO	PGI	TSG	합계
1.1. Fresh meat(and Offal)	43	126	3	172
1.2. Meat products	37	149	17	203
1.3. Cheeses	197	55	7	259
1.4. Other product of animal origin	37	13	5	55
1.5. Oils and fats	120	26	1	147
1.6. Fruit, vegetables and cereals fresh or processed	164	297	1	462
1.7. Fresh fish molluscs, and product derived there from	18	45	4	67
1.8. Other products of Annex I of the Treaty	34	65	4	103
2.10. Essential oil	3	1	-	4
2.12. Cochineal	1	-	-	1
2.13. Flowers and ornamental plants	1	3	-	4
2.21. Prepared meals	-	-	1	1
2.22. Beers	-	22	6	28
2.23. Chocolate and derived products	-	6	-	6
2.24. Bread, pastry, cakes, confectionery, biscuits	4	82	15	101
2.26. Pasta	-	10	2	12
2.6. Salt	6	3	-	9
2.7. Natural gums and resins	2	-	-	2
2.8. Mustard paste	-	2	-	2
2.9. Hay	1	-	-	1
합계	668	905	66	1,639

자료 : eAmbrosia : the EU geographical indications register. retrived from [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/\(2022.01.13.\)](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/(2022.01.13.))

■ 국가별 등록 현황

- 국가별로는 이탈리아가 총 316건으로 가장 많고 다음으로 프랑스 258건, 스페인 202건, 포르투갈 141건, 그리스 113건 순임
- 보호유형별 국가별 등록건수는 PDO의 경우는 이탈리아가 173건, 프랑스 108건, 스페인 103건, 그리스 79건, 포르투갈 64건 순으로 높음
- PGI에서는 프랑스가 148건으로 가장 많고 다음으로 이탈리아 140건, 스페인 95건, 독일 81건, 포르투갈 76건 순으로 높음
- TSG에서는 폴란드가 10건으로 가장 많고 다음으로 벨기에 5건, 스페인과 슬로

베니아가 각각 4건으로 높음

<표 III-17> 국가별 EU 농식품 지리적 표시 등록 현황(2022년 1월 13일 기준)

국가명	PDO	PGI	TSG	합계
이탈리아	173	140	3	316
프랑스	108	148	2	258
스페인	103	95	4	202
포르투갈	64	76	1	141
그리스	79	34	-	113
독일	12	81	-	93
영국	27	42	4	73
폴란드	9	24	10	43
크로아티아	12	19	-	31
체코	6	24	1	31
헝가리	9	19	2	30
슬로베니아	8	13	4	25
오스트리아	11	5	3	19
벨기에	4	12	5	21
슬로바키아	1	11	3	15
네덜란드	6	5	4	15
유럽_기타	30	53	20	103
유럽 외	6	104	-	110
합계	668	905	66	1,639

자료 : eAmbrosia : the EU geographical indications register. retrived from [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/\(2022.01.13.\)](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/(2022.01.13.))

(2) 와인의 등록 현황

- EU에서 지리적 표시로 등록된 와인은 2022년 1월 현재 총 1,623건이며 이 중 PDO는 1,178건, PGI는 445 건임
- 국가별로는 이탈리아가 PDO 408건, PGI 118건으로 총 526건으로 가장 많고 다음으로 프랑스가 PDO 361건, PGI가 76건으로 총 437건으로 많음
- 특히, PGI에서 그리스는 114건으로 이탈리아 118건 다음으로 많음

<표 III-18> EU 와인 지리적 표시 등록 현황(2022년 1월 13일 기준)

국가명	PDO	PGI	합계
이탈리아	408	118	526
프랑스	361	76	437
그리스	33	114	147
스페인	98	42	140
불가리아	52	2	54
루마니아	40	13	53
독일	19	26	45
포르투갈	30	10	40
헝가리	33	5	38
오스트리아	24	3	27
크로아티아	18	0	18
네덜란드	5	12	17
슬로베니아	14	3	17
체코	11	2	13
사이프러스	7	4	11
벨기에	7	2	9
슬로바키아	8	1	9
덴마크	1	4	5
영국	3	2	5
중국	0	4	4
몰타	2	1	3
미국	1	1	2
공동(벨기에 & 네덜란드)	1	0	1
브라질	1	0	1
룩셈부르크	1	0	1
합계	1,178	445	1,623

자료 : eAmbrosia : the EU geographical indications register. retrived from [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/\(2022.01.13.\)](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/(2022.01.13.))

(3) 알코올 음료(spirit)의 등록 현황

- EU에서 알코올 음료(spirit)은 GI(Geographical indication)의 형태로 보호되며 등록된 제품은 2022년 1월 현재 총 256건임
- 국가별로는 프랑스가 50건으로 가장 많고 다음으로 이탈리아 33건, 독일 32건, 스페인 19건, 그리스 14건, 불가리아 12건, 헝가리와 포르투갈이 각각 11건으로 많음

<표 III-19> EU 알코올 음료(spirit) 지리적 표시 등록 현황(2022년 1월 13일 기준)

국가명	건수
프랑스	50
이탈리아	33
독일	32
스페인	19
그리스	14
불가리아	12
헝가리	11
포르투갈	11
루마니아	9
오스트리아	7
중국	7
리투아니아	7
크로아티아	6
벨기에	4
슬로베니아	4
영국 & 아일랜드	3
스웨덴	3
핀란드	2
네덜란드 & 벨기에	2
노르웨이	2
폴란드	2
영국	2
기타	14
합계	256

자료 : eAmbrosia : the EU geographical indications register. retrived from [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/\(2022.01.13.\)](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/(2022.01.13.))

2. 국가별 지리적 표시제




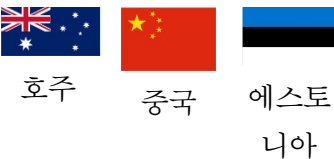



가. 국가별 지리적표시 보호 체계

■ 지리적 표시는 WTO/TRIPs 협정 체결을 통하여 범국가적으로 보호 시작

- 국가별 산업구조나 지리적 표시 보호대상 상품의 유무에 따라 국가마다 차이
 - 국가별 산업구조나 지리적 보호대상 상품의 유무에 따라 보호대상, 보호방법, 보호절차, 보호효과 등의 보호형태에 있어 국가별로 상당한 차이
 - 첫째, 단체표장 또는 증명표장제도를 통한 상표법 중심의 보호

- 둘째, 원산지명칭 또는 지리적 표시의 보호를 위한 별도의 특별법 중심의 보호
 - 셋째, 부정경쟁방지법 등을 통한 거래 관행 중심 보호
- ➔ 대부분의 국가에서 한 가지 방법으로 지리적 표시를 보호하기 보다는 여러 가지 유형의 지리적 표시 보호제도를 복합적으로 운용(국내에서도 상표법을 통한 지리적 표시 단체표장제도와 농산물품질관리법 및 수산물품질관리법 등 특별법을 통한 지리적 표시 등록제도 병행 운용)

<표 III-20> 국가별 지리적 표시제 보호 유형

구분	상표법 중심 보호	특별법 중심 보호 (별도의 지리적표시 등록법)	상표법 및 별도의 법률로 보호
국가	 미국 독일 캐나다	 프랑스 스페인 스웨덴	 영국 아일랜드 벨기에
	 호주 중국 에스토니아	 덴마크 핀란드	 오스트리아 네덜란드 룩셈부르크
			 그리스 포르투갈 이탈리아

* 일본은 부정경쟁방지법 등으로 보호

- 지리적표시 관련 제도는 국가별로 다양한 형태로 발달 → 국가별로 상이한 제도적 체제 유지
- EU는 매우 엄격한 독립된 형태의 지리적 표시제 운영 vs 미국 일반 상표제도 (trademark laws) 내에서 인증표시제(certification mark systems)로 지리적 표시 보호

<표 III-21> 지리적표시 보호의 유형

구분	보호체계	특성
소극적/간접적 접근	상표법 상 부등록 사유 (상표등록 금지)	<ul style="list-style-type: none"> □ 대부분의 국가에서 개인이 GI를 상표로 출원할 경우 상표등록이 불가하도록 부등록 사유를 두고 있음 □ 상품에 지리적 원산지의 혼동을 초래할 우려가 있는 지리적 표시행위는 통상 각국의 법제에서 부정경쟁 행위의 한 요소가 되는 것으로 인정
	부정경쟁방지 법제에 의한 보호	<ul style="list-style-type: none"> □ 파리협약 제10조의2 : “공업상 또는 상업상의 공정한 관습에 반하는 모든 경쟁행위는 부정경쟁행위를 구성” → 조약 당사국에 부정경쟁 행위 방지에 대한 효율적 보호 규정을 요구(TRIPs 협정 제2조 제1항 및 제22조 제2항 반영) □ 상품의 지리적 출처에 관하여 일반인 오인 유발 거래행위는 부정경쟁행위에 해당으로 인정(특정지역에서 유래하지 않은 상품 또는 서비스에 대해서 당해 지리적 표시를 사용하는 것은 오인 야기 외에도 소비자 기만 행위 → 지리적 표시권자의 신용(goodwill)의 부정한 사용 행위 □ 부정경쟁행위의 방지 법제는 국가에 따라 수준이 다를 수 있으나 상거래업자들의 부정경쟁행위를 제재하는 제 규정들은 부정경쟁행위로부터 소비자 보호에 큰 몫 ➔ 부정경쟁방지법에 의한 지리적 표시의 보호는 부정경쟁행위에 대한 보호 및 거래의 오인에 대한 보호 ➔ 지리적표시 자체의 보호가 아니라 영업거래에서 기만적인 허위 및 오인을 야기하는 출처 표시 금지(허위의 출처 표시 사용 금지의 당위성으로부터 반사적 효과로 출처 표시에 대한 간접적 보호)
	행정적 보호체계	<ul style="list-style-type: none"> □ 라벨 통제 및 식품안전 기준(product labeling and food safety standard)에 대한 행정적 조치는 공정한 거래질서와 소비자 호보를 위한 수단 → 생산품이 적절한 법적 요건에 부합하는 생산품인가에 대한 행정적인 인가과정 등을 통해서 상품의 생산, 유통 등을 통제(라벨통제에 대한 정부 시책 또한 공정거래와 소비자보호를 확보하는 수단) □ 상품생산의 인가요건에 부합하지 않는 지리적 표시의 라벨 사용은 사용 또는 승인이 되지 않기 때문에 행정 시책에 의해 지리적 표시 보호 가능(지리적 표시가 사용된 상품의 마케팅 감독에 대해서도 행정규제 가능) ➔ 생산품의 라벨에 대한 행정적 승인 절차에서 행정기관은 지리적표시의 사용승인을 포함한 적법한 법적 요건에 따라 마케팅 허가의 여부 통제(특정 생산품에 지리적 표시의 사용 허가가 안 되면 마케팅 승인이 허용되지 않으므로 지리적 표시 사용 불가)

<표 III-20> 계속

구분	보호체계	특성
	상표법상 단체표장권 부여	<ul style="list-style-type: none"> □ 단체표장은 단체에 의해 소유되고 그 표장을 사용하는 자는 그 단체의 일원임을 나타내는 표장(단체표장은 단체가 소유하며, 단체는 단체구성원이 단체표장을 사용하게 할 수 있음) □ 단체의 회원은 표장을 소유하고 있는 단체가 정하고 있는 일정한 규칙(정관 : 표장을 사용하는 상품의 지리적 생산지역, 상품의 생산기준 등과 같은 규칙)을 준수해야 함 □ 지리적 표시의 단체상표로서 등록 여부는 개별국의 법에 따름(지리적 표시가 단체 상표의 부등록 사유로 입법한 국기도 있지만 최근 경향은 지리적 표시가 단체상표 등록에 의해 보호됨) □ 지리적표시가 단체상표로 등록되면 단체상표권자는 단체구성원이 아닌 제3자의 표장사용을 금할 수 있지만 지리적표시에 대한 선사용권자의 사용은 금지청구할 수 없으며, 단체표장인 지리적 표시가 보통명칭화 되는 것도 막을 수 없음 □ 불사용으로 인한 단체상표의 등록취소를 규정한 입법례도 있으며 수요자로 하여금 품질을 요인하는 방법으로 사용한 경우 등록취소 가능 ➔ 단체표장은 오인행위로부터 소비자를 보호하는 중요한 역할 수행
적극적 접근	상표법상 증명표장권 부여	<ul style="list-style-type: none"> □ 증명표장(Certification Marks)은 일반적으로 그 표장의 소유자(증명표장권자) 또는 사용허락을 받은 자가 표장이 사용되는 상품이나 서비스업의 산지, 원재료, 제조방법, 수량, 정밀도 기타 특성을 증명하기 위하여 사용하는 표장 □ 증명표장권자가 자기의 상품 또는 서비스업을 식별하기 위해 사용하는 것이 아니라 일반적으로 증명표장권자가 요구하는 사용조건과 사용절차에 따라 제3자가 그 표장을 사용하고 증명표장권자는 그 사용을 감시, 감독하는 역할(통상의 상표와 차이) □ 증명표장은 세가지 유형이 있음 <ul style="list-style-type: none"> ① 상품 또는 서비스가 특정의 지리적 출처에서 기원하였음을 증명 ② 상품 또는 서비스가 품질원재료제조방법 등에 관한 소정기준 충족 증명 ③ 서비스 제공자 또는 상품 제조업자가 특정기준을 충족하거나 특정협회 또는 동맹회원임을 증명 □ 지리적 용어가 증명표장으로 사용되는 요건은 ① 동 명칭을 동지역의 모든 사람들이 자유롭게 사용하는 권한 보존, ② 표장의 남용과 불법적 사용을 규제해야 하는 요소가 기본적 관심사항(개인이 요소를 충족시키기 어렵기 때문에 보통 그 지역의 정부가 보유하는 것이 일반적) ➔ 표장이 사용되는 상품 또는 서비스업의 산지, 원재료, 제조방법, 수량, 정밀도 기타 특성을 증명보증하기 위하여 사용(품질보증적 기능을 주된 기능) ➔ 증명표장에 따른 지리적 표시의 보호는 일반적인 상표법에 따름 ➔ 증명표장권자의 본인에 의한 사용은 허용 안 되기 때문에 증명표장권은 타인의 불법적인 사용을 금지하는 소극적인 효력의 권리

<표 III-20> 계속

구분	보호체계	특성
적극적 접근	독자적 GI 등록제도	<ul style="list-style-type: none"> □ 제3의 독자적(Sui generis system)이란 품질규범과 결합된 독자적 GI 등록제도를 운영하는 국가들에서 나타나는 방식 □ 지리적표시 등록 보호제도는 국내법에 다른 선등록주의에 의하는 반면 원산지 명칭은 보통 특별법 또는 행정명령에 의해 보호를 받음 □ 지리적 표시 및 원산지 명칭의 특별 보호의 공통점은 법적 보호 근거가 공법(법, 명령, 규칙)적 행위인 행정절차에 기인하고 있다는 점 □ 행정절차를 통하여 생산지역의 범위, 생산품의 표준, 이용조건 등과 같은 중요한 법적 정의가 결정 □ 정의된 법적 기준은 사법, 형법 또는 행정법 하에서 지리적 표시나 원산지 명칭이 권한 없는 사용 혹은 규정되지 않은 방법으로 사용되었는지의 여부를 재행관청이 결정할 때 사용 □ 단체 또는 자연인 또는 법인은 지리적 표시 또는 원산지 명칭 등록출원을 할 수 있음(출원서에는 제품명세서 첨부하고 이의절차를 포함) □ 등록명칭의 보호는 EU등록시스템에서 인정하는 전형적 행위로부터 보호 되는 것이 보편적

나. 프랑스의 지리적 표시제

■ 원산지표시 개념의 등장

- 원산지표시(l'appellation d'origine)는 법 제정 훨씬 이전부터 존재
 - 원산지와 특정 '테루아르(terroir)'에서 유래된 특징을 갖는 제품을 구별하는 표시의 존재는 고대부터 널리 인정
 - 포도주의 원산지, 제조년도, 양조책임자, 특성과 품질이 기재된 포도주 단지가 기원전 1532년경 투탕카멘의 묘에서 발견
 - 가이우스 플리니우스 세쿤두스(Gaius Plinius Secundus)는 「박물지(Naturalis Historia)」에서 서기 1세기 무렵 로마제국과 인접국가에서 생산된 포도주에 대해 상세히 기술 → 포도주를 원산지별로 평가하고 등급을 매김
 - 프랑스 보르도 아키텐 지방에서 이뤄진 고고학적 연구에서 2천년 전에 상급의 포도주가 양조되어 가장 좋은 포도주는 특정한 암포라(Ampora)에 담겨 로마까지 보내짐(암포라에는 집정관의 표시로 상급 포도주의 원산지를 명시하도록 함)
 - 포도주 원산지와 포도주 품질과의 연관성에 대한 표시는 특정 포도원이나 지역의 양조자들이 생산한 좋은 품질의 포도주를 다른 지역의 생산품과 구별되도록 하여 포도주의 품질을 공증함 → 법체계 이전 '품질 인증제도'의 시초
- 절대왕정 시대 특권과 금지의 형태로 발전

- 부르고뉴나 보르도의 와인과 노르망디의 농금주, 마인츠의 햄, 양제의 점판암의 명성이 높아짐
 - 당시 동업조합의 엄격한 규율 체계와 재무부의 법률을 통해 원산지 표시를 보호
→ 특정 지역의 포도주를 특정 형태의 특별한 검인을 받은 바리크에 넣어 발송
 - 보르도 관할구역 내 거주민들이 생산한 포도주는 포도 수확시기부터 성 마르탱 축일(11월 11일)까지의 기간 동안 보르도 항구에서 독점적으로 판매될 수 있는 ‘판매 독점권’ 승인 → ‘보르도 와인의 특권’
 - 16~18세기 보르도 와인에 ‘haut-pays’라고 하는 가론강과 도르도뉴 강 상류에 위치한 포도원의 포도주를 섞지 못하도록 한 것이나, 부르고뉴 공작 필립 르 아르 디가 1395년에 가메(Gamay) 포도의 사용을 금하고 피노(Pinot) 포도를 부르고뉴 레드 와인의 유일한 품종으로 정한 것 → ‘특정 사항 금지로 포도주 품질 유지 및 관리’
 - 14세기부터 왕이 칙령을 통해 포도주 원산지 사기행위에 개입 → 포도주는 르네상스부터 대혁명까지 점진적으로 세금을 많이 매기는 생산품이 되었고 국가의 포도주에 대한 감독을 정당화
- 르네상스 시기 : 동업조합을 통한 제조업자의 고유한 표식
- 르네상스 시대에는 장인, 동업조합 간부, 동업조합들이 경제활동의 독점권을 가지고 소비자가 경쟁 제품 사이에서 자신의 제품을 선택하도록 하기 위하여 단순히 원산지 표시를 하는 데 그치지 않고 각 제조업자들의 고유한 표식을 만들
 - 고유한 표식을 상품에 부착하기 위해서는 특정 생산조건을 충족해야 하는 일종의 ‘규칙’ 제정 → 상품에 동업조합의 규칙에 따른 제품이라는 점을 보증하는 역할(표식은 원산지와 표식을 식별하는 기능 수행)
 - 동업조합은 표식을 위조하는 행위에 대해 매우 엄격하게 대응하고 법으로도 엄격하게 보호 → 현대의 ‘원산지표시(l'appellation d'origine)’ 체계와 매우 흡사한 정도로 발전하고 현대 원산지표시 체계의 모태
- 프랑스혁명기 : 혁명세력은 원산지표시에 대한 보호를 특별히 대우하지 않음
- 혁명 전까지 막강한 권한을 과시하던 장인 및 동업조합 간부는 1791년 제헌국회에 의해 폐지 & 동업조합과 모든 종류의 노동자 집회가 샤프리에 법률(Loi Le Chapelier)에 의해 철폐 → 포도주 거래와 품질관리에 악영향
 - 1789년 오랜 기간 최고의 명성을 유지해온 보르도 포도주의 특권 철폐 → 보르도 포도 수확시기를 공시해야 한다는 규정은 유지되었지만 포도주의 품질은 계속 낮아짐
- 19세기 초 : 포도주 품질 저하 및 사기행위 빈번 → 사기행위 근절 노력 시작
- 1824년 법률을 제정하여 양조자의 이름과 생산지역에 대한 사기행위를 강하게 벌함

- 일련의 조치로 포도주의 품질은 점진적으로 회복되었고 1855년에 이루어진 보르도 포도주의 등급 분류는 이에 대한 중요한 반증이 됨
- 오이둠균과 필록세라병으로 인한 위기
 - 1850년대 오이둠균과 1866년부터는 필록세라병이 창궐함에 따라 유럽 전역의 포도밭 대부분이 병충해의 피해를 입고 사라지기 시작함 → 포도밭의 위기는 인공적인 포도주를 만들게 하고 기존의 자연적 방식으로 생산된 포도주의 자리를 빼앗음
 - 19세기 말에 인공 포도주를 자연 포도주라고 속이거나 원산지를 속이는 사기행위가 도처에서 일어남 → 국가 경제에서 포도주 생산이 맡은 역할만큼 국가 경제위기도 심각해짐
- 사기행위 방지 및 원산지 경계설정을 위한 법률 제정

<표 III-22> 프랑스의 포도주 사기행위 방지 및 원산지 경계설정을 위한 법률/행정 조치사항

법률 및 행정규칙	내용
1889년의 「상표법」	<ul style="list-style-type: none"> □ 「상표법」(또는 ‘그리프 법률(Loi Griffe)’은 소비자에게 소비되는 포도주의 본질을 포도주의 이름으로 표시하고, 포도주의 판매에 있어서 사기행위를 방지하기 위해 제정 □ 제1조는 “누구도 생포도의 발효로 만든 것 이외의 상품을 ‘포도주’라는 명칭 하에 발송하거나 판매하거나 매도할 수 없다”고 규정 □ 1894년 새롭게 제정된 법률은 리큐르 포도주 이외의 모든 종류의 포도주에 물을 첨가하거나 알코올을 주입하는 행위 역시 식료품의 ‘섞음질’에 해당한다고 금지
원산지표시 사기행위에 대한 처벌	<ul style="list-style-type: none"> □ 20세기 초에 이르러서 포도주에 대한 사기행위를 방지하고 포도주 원산지와 품질 보호를 목적으로 하는 현대 법체계의 기초를 갖추 □ 1905년 Code de la consommation art에서 자연적이며 원산지의 특성을 확실히 갖추는 주류만을 ‘포도주(le vin)’라는 이름을 붙여 판매하고 인공적으로 만들어진 포도주에는 ‘포도주’라는 이름을 붙이지 못하도록 철저히 보장함 □ 제1조에서 ‘협약과 관례에 따라 모든 상품의 원칙적으로 유효한 본질, 중요한 특질, 구성, 농도와 관련하여 상품의 종류나 원산지에 관해 잘못된 표시가 판매의 주원인으로 여겨지는 경우에 그 종류나 원산지에 대하여 계약자를 속이거나 한 행위를 방지하고자 한다’고 규정 □ 1905년 법률은 원산지와 관련하여 계약당사자를 속이거나 속이려고 한 행위를 처벌함으로써 ‘원산지표시(l’appellation d’origine)’를 분명하게 보호 → 원산지표시 사기행위 처벌로 포도주 산업 비약적 발전을 시킬 수 있는 보호적 기능을 갖추

<표 III-21> 계속

법률 및 행정규칙	내용
행정기관에 의한 원산지 경계설정	<ul style="list-style-type: none"> □ 1907년 제정된 데끄레는 특정 원산지에서 수확되고 양조되어 판매되는 포도주라고 하더라도 해당 원산지의 본질적 특성을 나타내지 못하는 포도주에는 원산지 명칭을 표시하는 것 금지 □ 예외적으로 ‘...의 소유(propriétaire à...)’, ‘포도재배자...(viticulteur à...)’, ‘상인...(commerçant à...)’ 등의 표시를 붙이는 것은 허용 □ 1905년 법률은 원산지를 표시할 수 있는 지리적 영역의 경계를 설정하려는 시도를 최초로 함 □ 단순히 원산지표시를 규제하는 데 그치지 않고 포도나무의 재배와 포도주 생산 정책에 행정이 보다 적극적으로 개입할 수 있는 법적 토대 마련 □ 1908년 제정된 법률은 원산지의 경계를 설정함에 있어 지역별로 오랫동안 전해 내려오는 포도주 양조법을 반영하기 위하여 행정기관이 각 지역위원회의 자문을 받을 수 있도록 함 □ 1908년부터 1911년까지 3년 사이에 ‘상파뉴(1908)’와 ‘꼬냉(1909)’, ‘보르도(1911)’라는 유명 원산지의 명칭이 데끄레로 확정
재판을 통한 원산지 경계 설정	<ul style="list-style-type: none"> □ 행정기관에 의한 원산지 경계설정 시도가 실패로 돌아가면서 1911년 재판으로써 경계를 설정하는 내용의 법률안 제출 □ 1919년 법률로 제정되면서 ‘원산지표시(l'appellation d'origine)’를 보호하는 역할을 담당 □ 프랑스 행정법 역사상 원산지표시에 관한 보호와 규제만을 목적으로 하는 최초의 법률 → 현대 소비자법전에 통합되어 부분적으로는 여전히 유효 □ 1990년 이후로는 포도주와 농산품을 제외한 분야에만 적용되도록 하여 사실상 적용대상이 대폭 줄어들음 □ 원산지의 지리적 영역의 경계를 ‘합법적이고 지속적인 지역의 관습’에 따라 설정할 권한을 민사재판소(le tribunal civil)에 부여 & 각 지역 포도주 양조자조합에 원산지표시와 관련하여 재판에서 변호할 수 있는 법적 권리 부여 □ 1927년에는 ‘합법적이고 지속적인 지역의 관습’에 따라서 교잡된 포도품종의 사용을 금지하는 내용의 법률이 제정

자료 : 천효정. (2017). 프랑스법상 포도주의 ‘원산지표시승인’에 관한 행정법적 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문

○ Appellation of Origin의 법적 근거 설립

- 1905년 8월 1일 법률로 Appellation of Origin 개념을 명시하였으며 명칭과 지리적 근원 사이의 연결을 개념화

○ 원산지통제명칭 등급의 창설

- 1935년 포도주를 원산지표시에 따라 등급화하는 내용의 '법률수권명령(décret-loi)이 제정 → 포도주 원산지표시에 관한 행정법적 규율과 관련하여 매우 중요한 개혁
- 명칭과 지리적 근원 + 구체적 특성의 연결 관계 명시(품질 및 특성과 지리적 근원 사이의 연결 중요시)
- 법률수권명령을 통하여 '원산지통제명칭(l'appellation d'origine contrôlée)'이라는 등급이 처음 만들어짐
- 관련 업무를 담당하는 행정기관으로서 '포도주와 증류주의 원산지표시에 관한 국가위원회(Comité national des appellations d'origine des vins et eaux-de-vie)가 공공시설법인(l'établissement public)으로 설립되는 성과
- 위원회는 1947년 데그레에 의해 국립원산지표시기구(Institut national des appellations d'origine: INAO)로 명칭이 바뀌게 됨
- 1935년 법률에 따라 포도주와 증류주가 원산지통제명칭을 받기 위하여 충족시켜야 하는 생산조건을 결정하기 위하여 국가위원회는 관련 양조자조합의 의견을 청취해야 하며 20세기 들어와서 처음으로 포도주의 '품질'이라는 용어가 본문에 공식적으로 나타나게 됨

○ 포도주, 농수산물, 식료품에 대한 적용으로 확대

- 1990년 법률 이전에는 원산지명칭통제(AOC) 제도가 원산지표시 제도의 하위 범주에 속함 → 원산지와 생산품 사이의 밀접한 관련성이 인정되어 원산지를 표시할 수 있는 생산품 중에서 원산지와 관련성이 더욱 긴밀하고 생산조건이 구체적이고 엄격하게 통제되는 생산품에 대하여 원산지명칭통제(AOC) 등급 부여
- 1990년 법률로 두 제도의 '적용 영역'이 완전히 분리 → 원산지명칭통제(AOC) 제도는 포도주를 비롯한 모든 농수산물과 식료품을 대상으로, 원산지표시제도는 이외의 생산품을 대상으로 하게 됨
- 현재 농수산물과 식료품에는 원산지명칭통제(AOC)가 아닌 다른 어떠한 형태의 원산지표시도 사용되거나 허용되지 않음
- 원산지명칭통제(AOC) 승인을 받기 위해서는 리스본 협정의 '원산지' 정의를 기본적으로 충족해야 하며 이에 더해 ① 확고하게 확립된 명성을 가지고 있고, ② 권한 있는 양조자들에 의하여 생산조건 및 생산품의 통제를 포함하는 절차를 거쳐 생산되어야 하며, ③ 생산지역의 지리적 범위에 대한 경계설정 및 생산조건에 관한 조건명세서를 승인한 데그레에 따라야 함 → 원산지통제명칭(AOC)는 원산지표시에 비하여 더욱 다양하고 까다로운 개념징표를 요구하며 승인을 받을 경우 더욱 강하게 보호

<표 III-23> 원산지 표시 개념의 등장 및 확립 과정

연도	내용
1864년	□ 20여년간 포도나무에 필록세라(Phylloxera) 전염병으로 프랑스 포도원 황폐화
1900년대 전후	□ 외국산 포도 및 포도주에 밀려 프랑스 자국산 포도 관련 산업은 품질 하락, 가격 폭락, 표시 문란 등으로 위기 □ 프랑스 포도주 산업 부흥을 위해 유럽연합 지리적표시 근간이 된 원산지명칭보호(Appellation d'Origine Contrôlée, AOC) 제도 도입
1935년	□ 국립원산지명칭관리소 설치
1947년	□ 국립원산지명칭관리소(Institut Nationale des Appellations d'Origine, INAO) 설치
1955년	□ 치즈에 대한 보호 체계 확립
1974년	□ 유제품으로 보호 대상 확대
1990년	□ 모든 농산물 및 식료품에 대해 원산지명칭보호(AOC) 제도 확대 적용
2014년	□ 비농산물에 GI 개념 확대

■ 원산지명칭통제(AOC)의 개념

- 원산지표시(l'appellation d'origine)에 대한 정의는 소비자 법전(Code de la consommation)에 규정
 - 원산지표시는 국가, 지역 혹은 마을의 명칭으로서, 그곳을 원산지로 하면서 품질과 특징이 자연적, 인간적 요인을 포함하는 지리적 환경에서 유래한 생산품을 가리키는 역할을 함
 - 1958년 리스본 조약에서 규율하고 있는 원산지의 개념과도 부합
 - 1990년 원산지표시제도는 천연 또는 가공된 농수산물이나 식료품 이외의 분야에만 적용되도록 규정이 변경

■ 프랑스 지리적 표시 보호체계

- 유럽연합과 국내법을 통한 다양한 보호 체계
 - 원산지와 해당 상품의 특징 사이의 연계가 증명되어야 하는 원산지명칭(Appellations of Origine 또는 Appellations d'Origine)은 EEC 이사회 규칙 510/2006과 「소비자법(Consumer Code)」, 동법 시행령(Decree 68-807), 「농지법(Code rural)」에 따라 보호
 - 출처표시(Indications de provenance)는 「부정경쟁방지법」에 의해 보호

*프랑스의 원산지명칭 제도는 테루아르(Terroir)의 착상에서 고안

*테루아르(terroir)는 지역과 상품의 품질 사이의 본질적인 연계를 뜻하고 프랑스법에서 원산지명칭은 해당 상품의 품질 또는 특성이 자연적/인위적 요소를 포함한 지리적 환경으로 인한 경우에 그 상품을 표시하는 지역 또는 지방의 명칭을 의미

- 프랑스 「지식재산권법」에서 EEC 이사회 규칙이나 공동체 상표 규정과 같이 지리적 명칭을 상표로 등록할 수 있도록 규정
- 지리적 명칭으로 구성된 포장의 유형은 상표 외에도 원산지명칭(des appellations d'origine), 출처표시(des indications de provenance), 단체표장과 같은 것이 있음
- 프랑스에 「상표법」은 개별적으로 존재하지 않고 「지식재산권법(Code de la propriété intellectuelle) 제7권에 상표에 관한 규정을 포함됨
- 「지식재산권법」 제7권 제2장의 규정에 의해 지리적 명칭이 상표로 보호 → 지리적표시와 상표가 충돌하는 경우 EEC 510/2006 및 프랑스 지식재산권법 제7권(상표)의 규정을 적용하여 분쟁 해결

○ 「소비자법(Consumer Code)」에 의한 보호

- 프랑스의 지리적표시는 EEC No. 510/2006(중전의 No. 2081/92) 이외에 프랑스 소비자법과 동법 시행령 (Decree No.68-807)에 근거하여 보호
- 소비자법에서는 EEC에서 보호되는 PGI 또는 PDO 이외에도 자국에서 AO와 RAO(Registered Appellations of Origin. 등록원산지명칭)을 특별히 보호
 - AO(Appellations of Origin)은 국가, 지방, 지역의 명칭으로서 상품이 그 지역에서 유래되고 제품의 품질 또는 특징이 지리적 위치 및 자연적 및 인적 요소에 기인하는 경우에 상품을 지칭하는 데 쓰이는 지리적 명칭
 - AOC(Controlled Appellation of Origin)은 농산물 및 식료품 분야에서의 AO로 정당하게 확립된 명성과 관련 경계 및 생산 및 승인과 관련된 요건을 규정한 시행령에 의해 정의된 승인절차를 거친 AO를 의미

○ 「지식재산권법」 제7권(「상표법」)에 의한 보호

- 프랑스 「지식재산권법」 제7권은 상표와 서비스표 및 그 밖의 식별력 있는 표장에 관하여 규정
- 지리적표시의 대표적 유형중의 하나인 AO는 제2장 제1절에 규정
- 상표와 AO는 각각 그 특성이 다른 표장이라고 할 수 있는데 상표는 자타 상품 및 서비스를 식별하기 위한 표장이지만 원산지명칭 AO는 상품의 특성과 품질이 자연적 요소와 인적 요소를 포함하는 지리적 환경에서 기인하는 상품의 산지를 표시하기 위한 국가, 지역, 지방의 명칭(프랑스 「지식재산권법」 제L.721-1조 및 「소비자법」 제L.115-1조)
- 프랑스 「상표법」 제L.711-제4조 d)항은 선행원산지명칭을 침해하는 표장을 부등록 이유로 규정하고 동법 제L.712-7조는 식별력이 없거나 기만적이거나 공공

질서에 반하는 상표에 대해서도 부등록이유로 규정

- 프랑스의 지식재산권법 (Intellectual Property Code) 제7권에 규정된 상표법에 따르면 지리적명칭은 관용화된 명칭이 아니고, 그 상품을 다른 상품과 구별하는 식별적 특징(distinctive feature)이 있으며, 대중을 오인케 할 염려가 없는 경우에만 상표로 등록이 가능
- 일반적으로 지리적표시는 단체표장으로 등록될 수 없으며 당해 특정 상품과 관련하여 특별한 명성을 가지고 있지 않은 지리적명칭은 유효한 상표로 간주될 수 있으며, 이전의 권리 특히 원산지명칭통제에 관한 권리를 침해할 수 없음

○ 「농지법(Rural Code)」에 의한 보호

- 프랑스 농지법에서는 EEC 2081/92와 유사한 규정을 두고 있음.
 - 원산지명칭을 구성하는 명칭이나 원산지명칭을 환기시키는 모든 표시의 사용으로 인하여 원산지명칭의 명성이 악화(affabliir)되거나 왜곡(detourner)되는 경우에는 그 명칭이나 표시를 유사상품 및 기타 다른 상품 또는 서비스에 대하여 사용할 수 없음
- 규정에 의하면, AOP는 비유사상품이나 서비스에 대한 사용에 있어서도 유명한 원산지명칭에 해당되는 경우 보호를 받을 수 있음
- 지리적표시와 관련된 상표가 AO의 등록상품과 동일하지 않더라도 문제되는 상표의 지정상품이 AO의 등록상품과 유사하거나 또는 등록 AOP의 명성을 이용하고자 하는 직·간접적인 모든 형태의 영업적인 사용을 금지하여 등록 AO를 보호

■ 프랑스 AOC 제도

○ 프랑스 AOC는 1935년 프랑스 와인의 품질 보장을 위해 법령(décret-loi)을 제정

- 원산지통제명칭(Appellation d'Origine Contrôlée)은 와인에 대한 원산지의 특성(typicité)과 진실성(authenticité)을 보장하는 제도 → 각각의 원산지통제명칭에는 포도가 생산되는 일정 지역이 와인 라벨에 표기

*유럽의 많은 국가에서 프랑스의 원산지통제명칭 제도를 도입

*포르투갈(DOC: Denominação de Origen Controlada), 이탈리아(DOC: Denominazione di Origine Controllata), 스페인(DO: Denominación de Origen)

다. 미국의 지리적 표시제

■ 지리적표시 특성

○ 지리적 증명표장 및 단체표장, 원산지명칭으로 보호

- 지리적 증명표장 및 단체표장은 모든 상품을 보호대상 & 원산지명칭은 미국의

포도주에 대해 보호하는 제도

- 미국에서 지리적표시가 공권적 성격이 아닌 사권적 성격을 가진 것으로 별도의 지식재산권 유형에 속하지 않고 기존의 지식재산권 유형에 속하는 것으로 인식
- ➔ 국내, 일본, EU와는 달리 독자적인 법체계에 의하여 법적보호가 이루어지는 것이 아닌 미국상표법에 규정된 증명표장이나 단체표장으로 보호하고 지리적표시 등록출원/등록방식이나 등록한 이후 법적 효력도 상표법과 동일

○ 허위표시와 그 사용을 금지하는 행위는 보통법상 오랜 역사

- 1905년 「상표법(1905 Trademark Act)」 이후 연방 성문법상 규정되었고 증명표장이라는 명칭이 소개되어 정의되고 자체로서 보호받게 된 것은 1946년 「상표법(The Trademark Act of 1946 : Lanham법)」 임
- 1988년 개정 「상표법(The Trademark Law Revision Act of 1988)」에서는 상품 또는 용역, 광고, 판촉행위 등과 관련한 출처의 허위표시의 사용으로 인하여 손해를 입거나 우려가 있는 자들에 대해 일정한 구제 수단 제공

* 미국 지리적 표시 보호 제도의 특징

- TRIPs 협정에 의하여 특별법을 제정하지 않고 이미 정립된 미국상표법에 의한 보호체계 구축
- 지리적 표시는 일관된 품질을 보증하는 상표와 다르지만 매우 구체적인 품질기준을 보증하기 위하여 오랜 기간 진화하여 온 최상의 관행을 대변하고 농업정책, 농촌지역발전을 촉진시키는 것에도 기여하는 것으로 모든 유형의 상품을 보호해온 전통적인 상표법에 의하여 보호하는 것이 타당하여 지리적표시 증명표장 또는 지리적표시 단체표장을 상표법으로 보호

■ 법률적 배경

○ 「상표법」을 통한 허위표시 규제

- 허위표시와 허위표시 사용 금지를 미국 「상표법」 제43조(a)항의 형태로 성문법상 규정

○ 지리적표시는 증명표장 및 단체표장을 통해 보호

- TRIPs 협정상 지리적표시 보호를 위해 「상표법」상에 증명표장과 단체표장 규정을 두어 보호
- 증명표장 및 단체표장의 출원과 심사, 등록 및 관리는 미국특허상표국(United States Patent and Trademark Office: USPTO)이 담당

○ 상표법 외 법률에서의 보호

- 「상표법」 외에도 「연방상거래위원회법(Federal Trade Commission Act)」에서 성거래(commerce)에서 기만적인 행위나 관행 금지

- 「관세법(Tariff Act)」과 관계 규칙에서 미국으로 수입되는 모든 상품은 그 상품이 기원하는 국가를 명확하고 분명하게 표시하도록 하고 있음
- 「식품의약국법(Food and Drug Administration Act)」에서 치즈를 포함한 식품에 허위 또는 오인 혼동을 유발하는 명칭을 부착하는 것이 금지되고 있으며 FDA 규칙에는 식품의 지리적 출처(geographical origin)를 표현하거나 암시하는 것을 나타내는 경우 진실인 경우를 제외하고 금지하고 있음

○ 포도주와 증류주에 대한 지리적표시의 사용을 간접적으로 규율

- 「미국연방주류관리국법(Federal Alcohol Administration Act)」 및 주류와 담배 그리고 무기국(Bureau of Alcohol, Tabaco and Firearms) 규정에는 포도주 및 증류주에 대한 지리적표시를 보호의 대상으로 하고 있음
- FAA법과 이에 기초하여 제정된 BATF 규정은 BATF에 의한 상표부착(label)의 승인을 받지 않고 주류를 판매하는 것을 불법으로 하고 있음
- FAA와 BATF에서는 당사자에게 사법적인 구제수단을 제공한다는 규정이 없기 때문에 이해당사자는 해당 행정당국이 위반자에 대하여 일정한 조치를 취할 것을 요청할 수 있을 뿐임
- TRIPs 협정에서는 협정국에 사법제도가 존재하는 경우 사법적인 구제가 조약에 따른 지식재산권을 집행하기 위한 수단이 될 것을 요구 → 미국의 FAA와 BATF는 TRIPs 협정의 요건을 충족하지 못함

■ 상표법을 통한 ‘지리적표시’ 보호의 장점

- 첫째, 미국의 국내 기업들은 이미 「상표법」 체계를 잘 알고 새로운 법제 및 등록제도 창설을 위한 정부나 납세자에 의한 추가적인 인적/물적 자원의 투입 방지
- 둘째, 지리적표시를 보호하기 위하여 현행 「상표법」의 출원 및 심사, 이의절차, 등록 및 취소신청, 심판 및 집행제도를 활용할 수 있어 재투자의 필요성 없음
- 셋째, 보호제도의 위반 시에도 상표권자 스스로 대응하기 때문에 제도의 준수를 확보하기 위한 추가적인 자원을 투입할 필요 없음
- 넷째, 상표권자 스스로 정부의 조치를 기다리지 않고 위반을 발견하면 「상표법」 관련 보호 조치를 적극적으로 취할 수 있음

■ 지리적표시 보호체계

○ 지리적 표시의 상표 등록

- 미국의 지리적표시 보호체계는 기만적인 허위 산지를 나타내지 않는 지리적표시를 표장으로 간주하여 상표등록을 허용
- 지리적표시를 포함한 표장의 상표등록 여부는 허위의 상품과 지명의 연관관계에 따라 두 가지 요건을 기준으로 판단

- 출원인의 상품에 부착하거나 또는 관련해서 사용함에 있어 주로 지리적으로 이들의 상품을 기술한 경우
- 출원인의 상품에 부착하거나 또는 관련해서 사용함에 있어서 주로 지리적으로 이들의 상품을 기만적으로 기술한 경우에는 상표로서 등록 받을 수 없음
- 지리적표시를 상표법 체계 내에서 보호하고 있는 미국은 지리적명칭을 포함하는 상표와 지리적표시의 충돌 문제, 상표와 지리적표시에 대한 우선의 원칙(first in time, first in right)의 적용에 쟁점이 존재하지만 기본적으로는 선등록상표권자의 권리를 우선적으로 보호
- * 허위 산지를 포함한 표장이라고 하더라도 그것만으로는 상표등록이 거절되지 않고 허위의 표시가 기만적(deceptive) 행위에 해당하는 것인가를 기준으로 판단(ex. 쌀에 대하여 바다의 지명을 표시하더라도 쌀이 바다 지명 상품이라고 생각되는 경우 표장으로 간주되어 상표등록을 받을 수 있음)
- 표장으로 상표출원된 지리적표시가 허위이면서 기만적인 것으로 판단되면 「상표법」 제2조에 의하여 등록을 받을 수 없음
- 허위의 표시가 기만적인 행위에 해당하는 것인가는 '상품·산지 테스트'에 의하여 판단하며 모든 요건에 부합하면 허위의 표시는 기만적으로 상표등록을 받을 수 없음
 - 상품이 그 지역의 주요한 상품인가
 - 소비자가 상품 및 산지의 관계를 알고 있는가
 - 소비자가 출처에 대하여 혼동을 하는가
 - 그 혼동이 상품을 구매하게 하였는가

○ 지리적표시 증명표장

- 미국에서 증명표장이라는 명칭이 소개되어 정의되고 자체로서 보호 받게 된 것은 1946년 미국상표법이 시초
- 1988년 개정된 「미국상표법」 제2조(e) 및 제4조, 제14조, 제45조에는 증명표장제도가 규정되고 특히 제45조에는 증명표장의 정의가 규정
- 미국 「상표법」 제45조에서 증명표장이란 지역적 또는 다른 원산지, 재료, 생산 방식, 품질, 정밀도 또는 특정인의 제품 또는 서비스의 특징적 요소, 또는 특정 제품 및 서비스에 관한 근무 또는 노동이 특정한 노동조합체 또는 다른 어떤 조직체에 의하여 수행되었음을 증명하기 위한 모든 단어(word), 명칭(name), 상징(symbol), 고안(device) 또는 이들의 결합을 의미한다고 명시
- 증명표장은 ① 증명표장의 소유자 이외의 자에 의하 사용, ② 증명표장의 소유자가 본인이 아닌 타인에게 동 표장의 상업거래상의 사용을 허락하려는 성실한 의도를 가져야 함을 특징으로 함
- 증명표장의 등록은 미국 「상표법」 제1조에 따라 여타 상표들과 같이 사용하려는 의도(intend to use)에 기초해서도 이루어질 수 있게 됨

- 증명표장의 지리적표시 보호에 대한 일반적인 법원리는 동일·유사한 상품을 동일한 지역에서 영업을 하는 자가 자신의 상품이나 서비스가 동일한 지역에서 출발했다는 것을 나타내거나 그러한 상품이나 서비스와 관련되는 지리적 용어를 사용하는 것을 금지하기 위하여 지리적 명칭을 독점 사용할 수 있는 배타적 권리를 특정인 누구에게나 허용하지 않는다는 것
- 증명표장의 기능은 상품의 특정한 지리적 출처(indications of regional origine)를 증명하는 기능과 상품이나 서비스에 관한 노동이 특정 단체 또는 개인에 의해 이루어졌음을 증명하는 기능을 가짐
 - 지리적 출처 기능 : 증명표장권자가 등록된 증명표장을 직접 사용할 수 없으므로 사용자에게 의하여 생산되는 상품이 증명요건에 부합하는가를 감시하고 사용에 대한 통제를 담당하는 것이 증명표장권자의 주된 역할(증명표장권자에게는 자신의 상품이나 서비스에 증명표장을 사용하는 것이 허용되지 않을 뿐만 아니라, 동 표장이 사용되는 상품을 생산하거나 서비스를 제공해도 안 됨)
- 미국 증명표장은 통상 상표와 다른 특유의 목적을 위하여 인정된 것으로 상표와는 다른 기능을 수행하며 단체표장과도 구분
- 증명표장에는 지역적인 산지를 표시하는 원산지 증명, 품질·원재료·제조방법 등에 관한 소정의 기준을 충족하는 것을 표시하는 규격표시증명, 작업 또는 노동수행기구의 표시 등의 유형이 있음

<표 III-24> 미국 증명표장 제도의 유형

유형	특징
원산지증명 (지역적 산지표시)	<input type="checkbox"/> 상품 또는 서비스가 특정의 지리적 출처에서 기원하였음을 증명하는 제도 <input type="checkbox"/> 치즈에 대한 로크포르(Roquefort), 프랑스산 브랜디에 대한 코냑(Cognac), 플로리다산 감귤에 대한 선샤인트리(Sunshine Tree), 아이다호주산 감자 등 <input type="checkbox"/> 지리적 출처를 나타내는 지역적 또는 기타의 산지도 포함
규격표시증명	<input type="checkbox"/> 상품 또는 서비스가 품질·원재료·제조방법 등에 관한 소정의 기준을 충족하고 있음을 증명하는 것을 표시하기 위하여 사용 <input type="checkbox"/> 울제품이 사용된 국제 양모사무국의 울마키 심벌, 전자제품의 안전기준에 관한 유엘(UL) 마크, 플라스틱 완구의 안전기준에 관한 셀라니즈(CELANES), 굿하우스킵핑매거진(Good Housekeeping Magazine) 등
작업 또는 노동수행 기구의 표시	<input type="checkbox"/> 상품의 생산자 또는 서비스의 작업 또는 노동이 어떤 노동조합이나 기구의 소속원에 의하여 수행되었음을 표시

자료 : 이범석. (2018). 지리적표시의 법적보호 방안에 관한 연구: 지리적표시권과 상표권을 중심으로. 한양대학교 대학원 박사학위논문.

- 증명표장이 지리적 출처를 표시하는 경우를 제외하고는 식별력, 권리불요구, 혼동가능성 등을 판단함에 있어서 상표와 서비스표에 관한 기준들이 증명표장에 대해서도 그대로 적용



- 지리적 출처표시로 구성된 증명표장에 관한 심사상의 특례를 검토하면 ① 지리적명칭이 지리적 기술표장(primarily geographical descriptive)에 해당하는 경우에도 사용에 의한 식별력의 취득을 입증함이 없이 증명표장으로 등록될 수 있고, ② 증명표장을 구성하는 지리적인 단어가 지리적 출처를 표시하기 위하여 사용되는 경우 심사관은 권리불요구(disclaimer)를 요구하거나 지리적 기술표장이란 이유로 표장의 등록을 불허해서는 아니 됨
- 심사관은 지리적 용어가 상품의 지리적 출처를 표시하는 증명표장으로 사용되는 것인지 아닌지를 심사해야 하며, 문제의 용어가 특정한 종류의 상품을 표시하는 일반명칭(generic term)으로 직감되거나(ex. Fontina 치즈), 지리적 사칭표장(geographically deceptive mark)에 해당한다고 판단되는 경우에는 등록을 거절해야 함

○ 지리적표시 단체표장

- 단체표장은 단체의 회원에 의해서만 사용되고 그 상품이나 서비스를 다른 이들로부터 특정하거나 구별
- 조합, 협회(association) 또는 기타 단체나 조직만이 단체표장을 등록할 수 있음
- 단체표장은 증명표장과 마찬가지로 회원들 제품의 지리적 산지를 증명하는 기능 수행
- 영농조합은 회원들 제품의 지리적 산지를 특정하기 위하여 단체표장으로서 지리적으로 기술적인 용어를 등록할 수 있음
- 증명표장과 달리 단체표장권자는 회원의 제품을 광고하거나 홍보하기 위하여 그 표장을 사용할 수 있을 뿐만 아니라 그 제품을 생산, 제조 및 판매하기 위하여 그 표장을 사용할 수 있음
- 지리적 표장은 상거래에 있어 식별력(distinctiveness)을 획득하지 못하는 한 단체표장으로 등록될 수 없음

<표 III-25> 증명표장과 단체표장의 비교

구분	내용
증명표장	<ul style="list-style-type: none"> □ (「상표법」 제45조) 지역적 또는 다른 원산지, 재료, 생산방식, 품질, 정밀도 또는 특정인의 제품 또는 서비스의 특징적 요소, 또는 특정 제품 및 서비스에 관한 근무 또는 노동이 특정한 노동조합체 또는 다른 어떤 조직체에 의하여 수행되었음을 증명하기 위한 모든 단어(word), 명칭(name), 상징(symbol), 고안(device) 또는 이들의 결합 <ul style="list-style-type: none"> - 증명표장의 소유자 이외의 자에 의해 사용 - 소유자가 본인이 아닌 타인에게 동 표장의 상업거래상 사용을 허락하려는 성실한 의도를 가져야 함 □ 「상표법」 제1조에 따라 여타 상표들과 같이 사용하려는 의도(intend to use)에 기초하여 이루어질 수 있게 됨
단체표장	<ul style="list-style-type: none"> □ 단체의 조합원에 국한하여 사용되며 상품이나 서비스를 다른이들로부터 특정하거나 구별 □ 조합, 협회(association) 또는 기타 단체나 조직만이 단체표장 등록 가능 □ 증명표장과 마찬가지로 회원들 제품의 지리적 산지를 증명하는 기능 수행 □ 영농조합은 조합원 제품의 지리적 산지를 특정하기 위하여 단체표장으로서는 지리적으로 기술적인 용어를 등록할 수 있음 □ 단체표장권자는 회원의 제품을 광고하거나 홍보하기 위하여 그 표장을 사용할 수 있고 제품을 생산, 제조, 판매하기 위하여 그 표장 사용 가능 □ 지리적 표장은 상거래에 있어 식별력(destinctiveness)을 획득하지 못하면 단체표장으로 등록될 수 없음

라. 일본의 지리적 표시제

■ 법률적 배경

- 상표법을 통해 지리적 표시 보호
 - 1995년 출범한 세계무역기구(WTO) 회원국으로 TRIPs 협정의 일반적 이행 의무 수행을 위하여 2005년 6월에 일본 「상표법」 개정
 - 법 개정을 통하여 지리적표시와 상품의 명칭이 결합된 지역단체표장을 「상표법」의 보호 대상에 포함(2006년 4월부터 시행)
- 특별법에 지리적 표시 관련 규정 포함
 - 지역단체표장 제도만으로 지리적 특산품의 품질과 특성을 보호하는 데 한계가 있음
 - 유럽연합과의 경제동반자협정(Economic Partnership Agreement; EPA) 과정에서 지리적 표시 보호 요구에 따라 「상표법」 외에 특별법에 지리적 표시 관련 규정 포함

- 유럽연합과의 EPA 협상 진행과정에서 교섭타결을 위해 2014년 6월 「특정농림수산물 등의 명칭 보호에 관한 법률(「특정농림수산물명칭보호법」)」 제정 → 2016년부터 법에 따라 일본 농림수산성에서 지리적표시품을 적극적으로 등록
- 「특정농림수산물명칭보호법」 개정 시행
 - 최근 국제협약 등을 고려하여 국가 간에서 지리적표시 보호를 가능하게 하는 절차 및 수입된 부정표시생산품의 양도를 금지하는 규정을 조처하는 규정 보완

<표 III-26> 일본 지역단체상표와 지리적표시(GI) 보호 제도 비교

구분	지역단체상표	농림수산물 등의 지리적표시(GI) 보호 제도
요약	□ 지역브랜드 이름을 상표권으로 등록하고 그 명칭을 독점적으로 사용할 수 있는 제도	□ 생산지와 결부된 특성을 갖는 농림수산물의 명칭을 품질 기준과 함께 등록하고 지역의 공유재산으로 유지 및 보호하는 제도
근거법률	□ 「상표법」(2005년 도입, 특허청)	□ 「특정농림수산물명칭보호법」(2015년 도입, 농림수산성)
대상품목	□ 모든 상품 및 서비스	□ 농림수산물, 음료식품 등(주류 제외)
보호대상	□ 지역명칭 + 상품(서비스) 명칭	□ 농림수산물 식품 등의 명칭이며, 그 명칭에서 해당 상품의 산지를 특정할 수 있고, 상품의 품질 등의 확립된 특성이 당해 산지와 결부되어 있다는 사실을 특정할 수 있는 것(지역을 특정한다면, 지명을 포함하지 않아도 됨)
등록주체	□ 농협 등의 협동조합, 상공회의소, NPO 법인 등	□ 생산·가공업자 단체(법인격 없는 단체도 가능)
주요 등록요건	□ 지역의 명칭 및 상품 서비스가 관련성을 가질 것(상품의 산지 등) □ 상표가 수요자 사이에 널리 인식되어 있는지 여부	□ 생산지와 결부된 품질 등의 특성을 가질 것 □ 일정 기간(대체로 25년) 계속된 실적이 있을 것
표시방법	□ 등록상표 및 등록번호를 표시(노력의무) □ 지역단체상표 마크와 함께 사용(권장)	□ 지리적표시 등록 표장(GI마크)와 함께 사용(의무)
품질관리	□ 상품의 품질 등은 상표권자의 자주 관리	□ 생산지와 결합된 품질 기준의 책정·등록 공개
효력	□ 상표 및 이와 유사한 상표의 부정 사용을 금지	□ 지리적표시 및 이와 유사한 표시의 무단 사용을 금지
권리(효력)의 범위	□ 등록 상표에 관한 상품 또는 서비스 또는 이와 유사한 상품 또는 서비스	□ 등록된 농림 수산물 등이 속하는 농림 수산물 등 및 이를 주요 원료로 하는 가공품
규제수단	□ 상표권자에 의한 금지 청구, 손해 배상 청구 등	□ 국가에 의한 부정 단속 사용

자료 : 김종우. (2020). 지리적표시제에 관한 법제도 개선방안 연구: 부안오디 심사 사례를 중심으로. 한국방송통신대학교 대학원 석사학위논문.

5. 중국의 지리적표시제

■ 배경 및 제도 특성

○ 1990년대부터 원산지보호 개념 도입

- 초반에는 수입 개별상품에만 원산지 표시제를 적용하였다가 1999년 중국 원 질 검총국(原质检总局: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine of the PRC)에서 「원산지상품보호규정」을 제정함으로써 중국 생산상품에도 지리적표시 상품보호제도를 운영
- 현재는 「원산지상품보호규정」을 「지리적표시제품보호규정」으로 제정하여 관리
- 2000년부터 중국원공상총국((原工商总局, State Administration for Industry and Commerce of the PRC), 원농업부((农业部: Ministry of Agriculture of the PRC)에서도 각각 다른 지리적표시제도 규정을 발표하면서 현재까지 중국의 지리적표시 상품의 보호 규정은 3가지 종류로 운영
- 원질검총국은 2005년 「원산지 상품보호규정」을 「지리적표시상품의 보호규정(Provisions on the Protection of Geographical Indication Products)」으로 대체하면서, ‘지리적표시상품(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 정의함
- 「상표법」 제16조 규정에 지리적표시(GI: Geographical Indication trademark)는 상품의 원산지를 표시하고 이 상품이 고유한 품질, 신용 및 기타 특징은 주요하게 이 지역의 자연요소 혹은 인문요소에 의거해 결정함을 추가 → 2007년에 공상총국에서 지리적표시상표 GI를 실시
- 2007년 농업부에서는 「농산물 지리적 표시 관리방법」을 발표하여 ‘지리적표시 농산물(AGI : Agro-Product Geographical Indications)이란 특정한 지역에서 발원하고 상품의 품질 특징이 주로 자연상태 환경과 역사인문요소에 의존하며 지역 명칭으로 명명한 농산물의 표식으로 규정
 - * 원 질검 총국의 지리적표시상품은 유럽의 PGI와 유사 → 제품과 해당지역의 연관성을 요구하고 원재료에 대해서는 전부 또는 일부만을 해당지역과의 연계성을 가지도록 규정
 - * 공상총국의 지리적표시상표는 미국의 GI 제도와 유사 → 상표권에 의거하여 지리적표시를 보호하고 있으며, 특정 지역의 지리적 특성과 인문적 공정으로 생산되는 것을 지리적표시상품의 주요요소로 봄
- 2018년 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

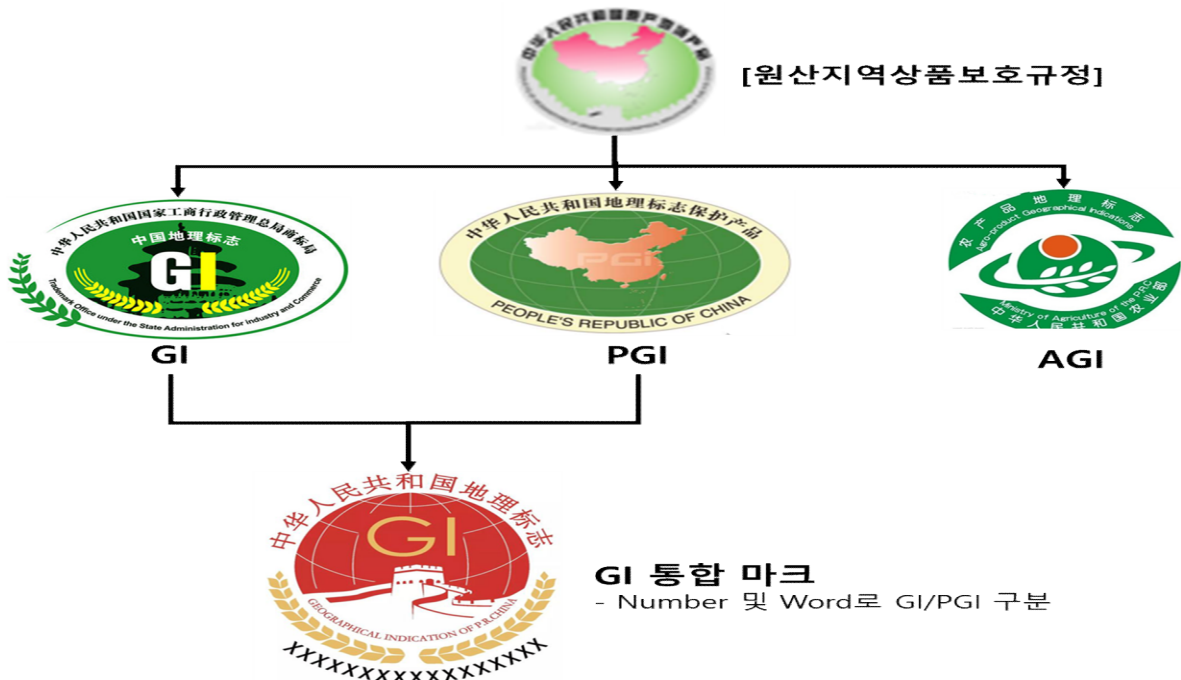
지리적 표시 보호 상품 PGI와 지리적 표시상표 GI를 통합 관리

- 원 농업부 또는 농촌농업부(农村部, Ministry of Agriculture and Rural Affairs of the PRC)로 개편되면서 국가시장감독관리총국의 하부 기관으로 AGI를 관리하고 있음

<표 III-27> 중국 지리적표시제도 추진 경과

연도	내용
1999년	「원산지역상품보호규정」 도입 : 원 질검총국(原质检总局) - TRIPs와 유사한 개념
2005년	「지리적표시상품의 보호규정」 PGI 공포 : 원 질검총국(原质检总局) - 원산지역상품보호규정 대체
2007년	「지리적표시전용마크관리방법」 GI 공포 : 원 공상총국(原工商总局)
2008년	「농산품지리적표시관리방법」 AGI 공포 : 원 농업부(原农业部)
2018년	중국 정부기관 조직개편 : 원 질검총국, 원 공상총국 폐지 - 국가지식산업국(国家知识产权局): GI/PGI 관리
2019년	「지리적표시전용마크사용관리방법(사전적용)」 - GI와 PGI의 전용마크 통합 관리
2020년	EU-China Landmark Geographical Indications Agreement : 품목: 275×275

자료 : 천재은, 신일배. (2021). 유럽, 미국, 중국의 지리적 표시 제도 및 산업적 현황. 식품과학과 산업 12월호. 246-259.



[그림 III-1] 중국의 지리적 표시 관련 마크의 변천

자료 : 천재은, 신일배. (2021). 유럽, 미국, 중국의 지리적 표시 제도 및 산업적 현황. 식품과학과 산업 12월호. 246-259.

<표 III-28> 중국 지리적표시 제도간 비교

인증	지리적표시 상표 인증	지리적 표시 보호 상품	농산물 지리적표지 AGI
라벨			
근거 법령	「중화인민공화국상표법」 「지리적표시전용라벨관리방법」	「지리적표지 제품보호규정」 「지리적표지제품보호업무세칙」	「중화인민공화국농업법」 「농산물지리적표지관리법」
목적 및 본질	<input type="checkbox"/> 단체상표 및 증명상표 등록을 통해 지리적 표시 보호(지식재산권 O, 제품의 품질 X)	<input type="checkbox"/> “지역+상품” 명칭을 통해 지리적표시 상품 보호(지리적보호 O, 품질보장 O)	<input type="checkbox"/> 하나의 지리적표시를 통해 농산품에 대한 모든 보호 관리(지리적보호 O, 품질보장 X)
신청인	<input type="checkbox"/> 현지 ‘한급 이상 지방정부	혹은 지정한 기관, 협회, 기업(개인 가입불가)	
신청 조건	<input type="checkbox"/> 특정 지역으로부터 유래된 제품 <input type="checkbox"/> 상품의 특성이나 품질 신뢰성 또는 기타 특징이 모두 해당 지역의 자연 문화로 결정	<input type="checkbox"/> 특정 지역에서 재배, 양식 <input type="checkbox"/> 특정지역에서 특정 공정을 사용하여 생산가공 <input type="checkbox"/> 원자재: 전부 혹은 일부 해당 생산지역에서 생산 <input type="checkbox"/> 해당지역의 특정 지리적 환경과 특수 공정 등 자연문화요인을 통해 제품의 특성과 품질 및 명성 결정	<input type="checkbox"/> 농산품이 특정 지역에서 유래 <input type="checkbox"/> 상품의 품질과 특성은 모두 해당지역의 자연환경과 문화역사로 인해 결정

자료 : 천재은, 신일배. (2021). 유럽, 미국, 중국의 지리적 표시 제도 및 산업적 현황. 식품과학과 산업 12월호. 246-259.

■ 등록 현황

○ 지리적 표시 제품의 수는 8,421개(2020년 8월 기준)

- 2020년 8월까지 조사된 중국의 지리적 표시 제품의 수는 8,421개이며 2005년-2020년간 중국의 전국적 지리적표시통계보고에 따르면 중국의 지리적 표시상품은 24.28% 성장률로 증가하고 있으며 소비자의 인식도 높아지고 있음
- 중국의 지리적표시 제품 중 과·채소류 및 식량, 식용유 등 농산품을 총 3,946개로 전체 지리적 표시 제품의 46.8%를 차지
- 현재까지 농산품의 지리적 표시가 중점으로 등록되어 있지만 기타 식품유형 또한 수량으로 보았을 때 다른 국가에 비해 많은 편



- 중국의 다양한 지리적 환경과 넓은 농업면적으로 인해 원산지 특색의 상품들이 많이 제공되는 것을 시사
- 중국에서 3가지 원산지 표시 규정으로 관리함에 있어서 한 기업이 동일 제품의 지리적 표시 인증을 중복하여 신청하는 문제점이 있는 반면, 글로벌 협상 및 무역 교류에서 제외국과 상호 인증되는 제도에 유동성이 있다는 장점이 있음

<표 III-29> 중국의 지리적표시 등록 현황

단위 : 개, %

유형	지리적표시 상표	지리적표시 제품	농산물 지리적표시	지리적표시 총 수	중복등록비율
과일	969	368	767	1,676	25.54
채소	679	224	531	1,182	21.32
식량유	594	251	460	1,088	19.94
차	330	177	199	528	33.71
주류	46	155	0	189	6.35
가금축산물	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	10.0
합계	4,858	2,269	3,088	8,421	-


자료 : 천재은, 신일배. (2021). 유럽, 미국, 중국의 지리적 표시 제도 및 산업적 현황. 식품과학과 산업 12월호. 246-259.

제3절

국내외 지리적표시 사례

1. 국내 국가(전국)명 지리적표시 사례


가. 고려홍삼

	등록개요
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 등록일자 : 2006년 12월 7일(제19호) ▪ 등록신청인 : (사)고려인삼연합회 ▪ 등록대상품목 : 홍삼 ▪ 등록명칭 : 고려홍삼, 고려삼, 高麗紅蔘, 高麗蔘, Korean Red Ginseng ▪ 지리적표시 대상지역의 범위 : 국내
	적용범위
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 규격은 국내에서 경작되는 인삼종자 (<i>Panax ginseng</i> C. A. Meyer)를 국내에서 경작하여 재배한 수삼을 원료로 인삼산업법의 규정에 의하여 제조한 인삼류(수삼, 홍삼, 태극삼, 백삼)에 대하여 규정

나. 고려백삼

	등록개요
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 등록일자 : 2006년 12월 7일(제20호) ▪ 등록신청인 : (사)고려인삼연합회 ▪ 등록대상품목 : 백삼 ▪ 등록명칭 : 고려백삼, 고려인삼, 高麗白蔘, 高麗人蔘, Korean White Ginseng ▪ 지리적표시 대상 지역의 범위 : 국내
	적용범위
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 규격은 국내에서 경작되는 인삼종자 (<i>Panax ginseng</i> C. A. Meyer)를 국내에서 경작하여 재배한 수삼을 원료로 인삼산업법의 규정에 의하여 제조한 인삼류(수삼, 홍삼, 태극삼, 백삼)에 대하여 규정


다. 고려태극삼

	등록개요
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 등록일자 : 2006년 12월 7일(제21호) ▪ 등록신청인 : (사)고려인삼연합회 ▪ 등록대상품목 : 태극삼 ▪ 등록명칭 : 고려태극삼, 高麗太極蔘, Korean Taekuk Ginseng ▪ 지리적표시 대상 지역의 범위 : 국내
	적용범위
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 규격은 국내에서 경작되는 인삼종자 (<i>Panax ginseng</i> C. A. Meyer)를 국내에서 경작하여 재배한 수삼을 원료로 인삼산업법의 규정에 의하여 제조한 인삼류(수삼, 홍삼, 태극삼, 백삼)에 대하여 규정


라. 고려수삼

	등록개요
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 등록일자 : 2007년 12월 20일(제39호) ▪ 등록신청인 : (사)고려인삼연합회 ▪ 등록대상품목 : 수삼 ▪ 등록명칭 : 고려수삼, Korean Fresh Ginseng ▪ 지리적표시 대상 지역의 범위 : 국내
	적용범위
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 농산물품질관리법 시행규칙 제5조 규정에 의거 고시한 표준규격 수삼은 학명이 <i>Panax ginseng</i> C.A Mayer의 인삼으로 농협 인삼계열화사업의 수매사업으로서 인삼농협에 경작신고한 신고포에서 4년근 이상 재배·수확된 것으로 소비자에게 신선한 상태에서 공급되는 수삼을 대상


마. 고려인삼제품

	등록개요
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 등록일자 : 2008년 6월 16일(제47호) ▪ 등록신청인 : (사)고려인삼연합회 ▪ 등록대상품목 : 인삼제품 ▪ 등록명칭 : 고려인삼제품, Korean Ginseng Products ▪ 지리적표시 대상 지역의 범위 : 국내
	적용범위
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 규격은 국내에서 경작되는 인삼종자 (<i>Panax ginseng</i> C. A. Meyer)를 국내에서 경작하여 재배한 수삼을 원료로 건강기능식품법 및 식품위생법의 규정에 의하여 제조한 인삼제품과 홍삼제품에 대하여 규정


바. 고려홍삼제품

	등록개요
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 등록일자 : 2008년 6월 16일(제48호) ▪ 등록신청인 : (사)고려인삼연합회 ▪ 등록대상품목 : 홍삼제품 ▪ 등록명칭 : 고려홍삼제품, Korean Red Ginseng Products ▪ 지리적표시 대상 지역의 범위 : 국내
	적용범위
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 규격은 국내에서 경작되는 인삼종자 (<i>Panax ginseng</i> C. A. Meyer)를 국내에서 경작하여 재배한 수삼을 원료로 건강기능식품법 및 식품위생법의 규정에 의하여 제조한 인삼제품과 홍삼제품에 대하여 규정

사. 고려흑삼

	등록개요
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 등록일자 : 2016년 6월 22일(제102호) ▪ 등록신청인 : (사)고려인삼연합회 ▪ 등록대상품목 : 흑삼 ▪ 등록명칭 : 고려흑삼, Korean Black Ginseng ▪ 지리적표시 대상 지역의 범위 : 국내
	적용범위
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 규격은 국내에서 경작되는 인삼종자 (<i>Panax ginseng</i> C. A. Meyer)를 국내에서 경작하여 재배한 수삼을 원료로 건강기능식품법 및 식품위생법의 규정에 의하여 제조한 흑삼 및 흑삼제품에 대하여 규정

아. 고려흑삼제품

	등록개요
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 등록일자 : 2016년 6월 22일(제48호) ▪ 등록신청인 : (사)고려인삼연합회 ▪ 등록대상품목 : 흑삼제품 ▪ 등록명칭 : 고려흑삼제품, Korean Black Ginseng Product ▪ 지리적표시 대상 지역의 범위 : 국내
	적용범위
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 규격은 국내에서 경작되는 인삼종자 (<i>Panax ginseng</i> C. A. Meyer)를 국내에서 경작하여 재배한 수삼을 원료로 건강기능식품법 및 식품위생법의 규정에 의하여 제조한 흑삼 및 흑삼제품에 대하여 규정

2. 해외 국가(전국)명 지리적표시 사례

가. Gouda Holland

■ 농산물 및 식품에 대한 설명



- 제품 유형 : Class 1.3. Cheese
- 제품에 대한 설명 : Gouda Holland는 전체 지방(48% 이상)으로 자연적으로 숙성된 반경질 치즈. 네덜란드 낙농자에서 얻은 소의 젖으로 네덜란드에서 생산되며 네덜란드에서 숙성되어 제품으로 제조
- 구성 : 젖소의 우유 카제인에 대한 유청 단백질의 비율이 초과하지 않는 젖소의 우유 또는 젖소의 우유 제품으로 젖소의 우유는 네덜란드의 낙농장에서 독점적으로 생산
- 제품 특성 : 치즈는 납작한 실린더 블록 또는 빵처럼 생겼으며 무게는 2.5kg에서 20kg까지 나감. 지방함량은 건조 물질에서 최소 48%에서 최대 52%임. 제조 첫날로부터 12일일 후 최대 수분함량은 42.5%, 건조물질 내 염분함량은 최대 4.0%임.

■ 제품 고유의 특성

<표 III-30> Gouda Holland의 고유 특성

특성	내용
맛	<input type="checkbox"/> 향기롭고(aromatic) 쾌적하며(pleasant) 숙성진행에 따라 부드럽거나 독함(strong). 쿠민(cumin)이 추가될 수 있음
횡단면	<input type="checkbox"/> 구멍 형성이 보이지만 고르게 분포되지 않을 수 있음 <input type="checkbox"/> 치즈의 색깔은 상아색부터 노란색까지 다양함
겉질	<input type="checkbox"/> 겉질은 단단하고 매끄럽고 건조하고 깨끗하며 곰팡이꽃이 없음 <input type="checkbox"/> 겉질은 숙성단계에서 건조하여 만들어짐
식감	<input type="checkbox"/> 가공 후 4주가 되면 약간 부드러지고 유연해짐 <input type="checkbox"/> 치즈가 더 숙성되면 구조가 더 단단해짐
숙성기간	<input type="checkbox"/> 제조 첫날로부터 최소 28일(자연 숙성) <input type="checkbox"/> 포일 숙성이 허용되지 않음
숙성온도	<input type="checkbox"/> 최소 12 °C
보관기간	<input type="checkbox"/> 제조첫날로부터 최소 28일에서 1년 이상까지 다양함

■ 특별 품질 기준

- 우유, 크림, 저지방우유는 치즈 제조자에 의해 저장되고 열처리를 전혀하지 않거나 살균되지 않은 수준에서 열처리를 함
- 크림과 탈지우유 또는 반탈지우유는 만들기 전에 바로 저온 살균을 거쳐야 함
 - 과산화효소 활성이 검출되지 않는 한 포스파타아제 활성 검출 안 됨
 - 무지방 제품을 기반으로 측정된 크림의 산도는 무지방 물질 100g 당 200mg 이하인 경우를 제외하고 리터당 20 mmol NaOH 이하
- 0.1ml에서 대장균이 검출되지 않음
- 유전적으로 변형되지 않은 젖산 형성 및 아로마 형성 미생물의 배양액만 첨가할 수 있음
- 레넷 : 원하는 향을 내는 레넷을 사용하여 제조(레넷은 송아지의 자궁근 또는 소 펩타이드 및 미생물의 레넷을 추출하여 얻을 수 있으며 유전자 변형을 통해 생성된 레넷은 제외)
- 아질산염 이온의 아질산염 함량은 kg당 2mg 이하

■ 지리적 영역에서 수행되어야 하는 생산 단계

- 네덜란드의 낙농장에서 얻은 우유로 만들어지고 농장에서 최대 6°C까지 냉각되고 농장의 냉각 탱크에 저장되는데 96시간 이내에 치즈공장으로 운반
- 치즈공장에 도착하면 즉시 가공하거나 열처리(무약제 처리, 가벼운 열처리)하여 짧은 시간 동안 냉장 보관한 후 치즈 우유로 바꿈
- 우유의 지방 함량은 표준화되어 있어서 지방/단백질 비율은 결국 생산된 치즈가 건조 물질에서 지방 함량이 48%에서 52% 사이가 되도록 함
- 치즈 제조를 위한 우유는 최소 72 °C의 온도에서 15초 동안 저온 살균
- 약 30 °C의 온도에서 고정되어 숙성되며 이 과정에서 우유 단백질의 분리 및 응고는 'Gouda Holland'의 전형적인 현상
- 응고로 얻은 커드는 유장에서 분리해 수분 함량과 원하는 PH 수준에 도달하도록 가공·세척함
- 커드는 올바른 모양과 원하는 무게로 통에서 눌러지고 결과물로 나온 치즈는 소금물에 담금
- 자연적으로만 숙성되며 성숙과정에서 공기에 노출되고 정기적으로 돌려지고 점검됨
- 치즈가 숙성되면서 마른 껍질히 형성
- 원하는 맛에 따라 1년 이상 숙성과정을 거칠 수 있음

■ 제품의 절단, 포장 등에 대한 구체적인 규칙

- 포장에 표시된 숫자와 글자의 고유한 조합을 통해 추적될 수 있고 소비자가 원산지를 확인할 수 있는 포괄적인 행정 모니터링 시스템을 갖추고 있는 경우 네덜란드 내외부에서 절단 및 사전포장될 수 있음

■ 제품의 라벨링에 관한 구체적인 규칙

○ 라벨링

- Gouda Holland는 EU의 지리적표시보호(PGI) 제품임
- 표시는 유통되는 모든 치즈의 평평한 면에 부착된 라벨 및 치즈 주위 밴드의 눈에 띄는 위치에 표시되어야 함(사전 절단 및 사전 포장 형태로 판매하는 경우에는 강제 사항이 아니며 사전 포장에 Gouda Holland가 표시되어야 함)
- 제품명 Gouda Holland 외에도 소비자가 선반에서 Gouda Holland를 식별할 수 있도록 포장에 눈에 띄는 명확한 구별표시가 있어야 함
- Gouda Holland는 다른 고다 치즈와 다른 제품이라는 것을 분명히 해야 함

○ 원산지 증명(proof of origin)

- 커드를 누르기 전에 각각의 Gouda Holland 치즈에 카세인으로 만든 마크가 붙음
- 마크에는 Gouda Holland라는 이름 외에도 각 치즈에 대해 문자와 오름차순 숫자, 영숫자 또는 디지털 그래픽의 고유한 조합이 새겨져 있음
- 낙농 분야의 공식 네덜란드 감독기구(COKZ)는 이러한 고유 번호의 목록을 보관하고 있으며, 여기에는 모든 시험 데이터(시간과 장소 포함)의 기록도 포함되어 있다. 이 표시는 소비자가 쉽게 인식할 수 있으며, 카세인 마크와 COKZ 레지스터를 기반으로 승인 기관에 의해 검증될 수 있음

■ 지리적 영역에 대한 정의

- 신청에서의 지리적 영역은 유럽연합의 부분인 네덜란드 왕국임

■ 지리적 영역과의 연계성

- 상품의 지리적 구성요소는 Holland 임
- Hollad는 네덜란드의 동의어
- 네덜란드 연합 공화국 시기(17세기~19세기)에 네덜란드는 7개 주 중 가장 영향력이 컸음
- 네덜란드의 지리적 위치(대부분 해수면 아래), 해양성 기후(대부분의 해양성 기후), 풀(주로 모래와 점토 토양)의 조성이 우유의 향미를 돋우는 고품질 치즈를 생산하기에 적합함

- 낙농가에 구축된 품질보증시스템과 집중품질평가시스템(각 우유배송은 다양한 품질 변수에 따라 검사 및 평가)이 함께 우유의 품질을 보장
- 우유가 가공되는 순간까지 끊어지지 않는 콜드체인이 있어 우유는 농장 내 냉동보관(최대 6°C)에 넣어 냉장탱크에 담아 공장으로 이송(비교적 짧은 거리도 우유의 품질을 유지하는 데 도움)

○ 역사적 배경

- Gouda Holland는 중세 시대로 거슬러 올라가 17세기(황금 시대)부터 성숙기에 이른 네덜란드의 치즈 제조 전통의 대표적인 예
- 고다에서 판매되는 치즈는 18세기 이후 고다 치즈로 알려지게 되었고 나중에 고다라는 이름은 네덜란드에서 생산된 납작한 원통 모양의 치즈와 연관됨
- Gouda Holland는 농가 기반 생산의 시작부터 지역 공장에서의 생산을 통해 세계적인 명성을 가진 국가 생산품으로 발전했으며, 농가 우유의 가치를 최적화하는 데 있어 중요하고 안정적인 구성 요소
- 20세기 초, 고다 치즈를 위한 국가 법이 도입되었고, 'Gouda Holland'라는 이름은 '농산물 품질 결정(Agricultural Quality (Cheese Products) Decision)'에 의해 제정

○ 유럽 소비자 사이에서 Gouda Holland의 이미지

- 유럽 6개국을 대상으로 실시한 대규모 조사에서는 유럽 소비자들이 네덜란드를 고다와 에담의 가장 중요한 생산국으로 보고 있는 것으로 나타남
- Gouda Holland(그리고 Edam Holland)는 네덜란드 문화유산의 상징
- 유럽소비자들은 Gouda Holland(그리고 Edam Holland) 치즈를 브랜드로 여김
- Gouda와 네덜란드는 강한 연관성이 있고 Gouda Holland는 네덜란드 밖에서 제작된 Gouda 보다 더 인기가 있음
- 조사 대상 회원국의 거의 절반의 소비자들이 모든 Gouda가 네덜란드에서 생산된다고 믿음
- Gouda Holland는 탁월한 품질을 가지고 전통적으로 제조 부분에 높은 점수를 받음
- 수세기동안 Gouda Holland(그리고 edam Holland)의 품질이 매우 높은 수준으로 유지되도록 하기 위해 다양한 조치와 법이 도입
- 네덜란드의 낙농 산업은 높은 품질 기준을 충족시키고 시장을 개방, 경작, 유지하기 위해 상당한 양을 투자
- 1950년 이래로 유럽에서의 광고, 인지도 제고 및 홍보에 14억 달러 이상이 투자

Gouda Holland(PGI)의 특징

- 네덜란드산 우유를 네덜란드의 치즈 제조공장에서 가공 및 숙성해야 함 → 치즈의 절단 및 사전포장은 이력이 추적되는 조건 하에 네덜란드 외부에서 실시되어도 됨 (Noord-Holland Gouda[PDO]도 마찬가지임)
- PGI의 특성상 제품 사양에 환경적 연관성에 대한 언급보다 유럽시장에서의 유명성과 역사적 배경 등에 대한 언급이 주를 이룸
- PDO로 등록된 'Noord-Hollandse Gouda'의 제품 사양과 비교했을 때 Noord-Holland Gouda 사양 설명에는 우유의 생산에서 사양관리에 대한 부분이 상세하지만 유럽시장 및 역사적 배경에 대한 언급은 없음

나. Scotch Lamb(PGI)

■ 제품 설명



- 제품 유형 : Class 1.1. Fresh Meat
- 제품에 대한 설명 : 제품은 지정된 지역에서 태어나서 평생 길러지고 도살되고 포장된 양으로부터 유래. 동물은 유럽 표준 EN 45011(ISO Guide 65)에 따라 인가된 품질 보증 계획에 따라 생산되고 도축되며 신청자가 설정한 것과 동일한 표준, 평가 및 평가 빈도를 가짐
- 지리적 영역 : 서해안, 오크니, 셰틀랜드 제도를 포함한 스코틀랜드 본토로 정의
- 출처의 증명 : 19세기 이후 Scotch Lamb는 전통적인 사료 공급 시스템으로 인해 지속적으로 우수한 품질로 유명세를 떨쳤고 영국 육류 시장 및 기타 지역에서 높은 명성을 떨치고 있음

■ 생산의 방법

- 양은 지정된 지역에서 태어나서 평생 길러짐
- 유럽 표준 EN 45011(ISO Guide 65)에 따라 인가된 품질 보증 계획에 따라 생산되고 도축되고 등록신청자가 설정한 것과 동일한 표준, 평가 및 평가빈도를 가짐
- 설정한 영역에서 도살되고 포장됨

■ 지리적 연계성

- **Scotch Lamb**는 스코틀랜드의 특색 있는 목초지에서 광범위하게 풀을 뜯어서 생기는 품질과 특성을 가지고 있음

Scotch Lamb(PGI)의 특징

- 해당 지역에서 태어나서 길러지고 도축되고 포장되는 과정을 거침 → PDO의 요건 충족
- 지리적 연계성에 대한 부분에서 스코틀랜드의 특색있는 목초지에서 광범위하게 풀을 뜯어서 생기는 품질과 특성을 가진다는 부분만 언급되어 자연적 환경과의 연계성에 대한 증거가 부족함

다. Welsh Lamb(PGI)

■ 제품 설명



- 제품 유형 : Class 1.1. Fresh Meat
- 제품에 대한 설명 : Welsh Lamb는 웨일스에서 태어나고 자란 양에게서 얻은 고기. Welsh Lamb 생산자는 R의 형성 또는 더 나은 3H 함량 또는 마른 신체를 충족시키는 것을 목표로 함
- 지리적 영역 : 웨일스 전체
- 품종 : 웨일스의 양 품종은 웨일즈 산, 웨일즈 노새, 웨일즈 혼혈종, 벨라, 웨일즈 힐 스펙클드 페이스, 릴린 슈프, 란웬녹, 레드너이며 좋은 주요 양 생산품(예: 번식하지 않은 양)을 위해 텍셀, 서픽 램 또는 다른 양의 계통과 교배될 수 있음
- 출처의 증거 : HCC는 웨일즈산 육류의 개발, 홍보, 마케팅을 담당하는 산업계단체임. HCC 검증체계는 'Welsh Lamb'라는 상표의 양고기가 사양을 충족하는지 확인. 'Welsh Lamb'라는 명칭을 사용하는 육류 가공업자는 연간 양고기가 PGI 기준을 충족하고 품질관리지침에 따라 운영 중임을 HCC 지정 검사기관에 입증해야 함. 승인은 증명서로 표현되고 증명서는 구내에 눈에 띄게 표시되어야 함. HCC는 PGI 'Welsh Lamb'의 라이선스 사용을 확인하기 위해 무작위 스폿 검사를 실시
- 제품의 추적과 관련한 최소 요구조건
 - 양들은 초원에서 광범위한 범위에서 길러짐
 - 정부의 요건에 따른 수의학적 기록이 있어야 함
 - 공인된 농장표준보증제도 또는 그에 준하는 추적성
 - 정부 규정에 따른 운송 및 도축의 식별

■ 생산의 방법

- Welsh Lamb 생산자는 각각 자신의 양을 통제하며 양들은 농장의 무성한 천연 풀밭에서 풀을 뜯음
- 1년 미만의 어린 양이 준비가 되었다고 판단되면 도축
- PGI 웨일즈 양고기 브랜드와 무결성을 보장하기 위해 HCC 인증 체계에서 승인된 도축 및 처리
- HCC 검증 계획을 승인 받을 수 있는 도살장 및 가공업자는 정의된 지리적 영역인 웨일스에 국한되지 않음
- 양들은 공이된 산업적 사양에 따라 또는 법률과 고객의 요구사항에 따라 도축되고 포장됨
- 포장 후 고객에게 발송하기 전 3°C 정도의 차가운 상점에 보관
- 냉장차량으로 운반하며 4°C 내외의 온도로 보관하여야 함

■ 지리적 연결

- 광범위한 양고기 생산은 웨일스의 농촌 경제에 중요한 역할을 함
- Hafod 필사본에서 14세기 양고기 생산을 언급하고 있고 Guto'r Glyn의 문서에서 15세기 중부지방으로 끌려간 웨일스 양고기 등이 언급되고 있음
- 19세기 말에 왕실 요리사 Tschumi는 빅토리아 여왕이 웨일스 양고기를 즐겨먹었고 다른 양고기는 왕실에서 사용하지 않았다고 함
- 중세시대에도 웨일스의 양은 방목되었고 내한성 품종의 발달로 이어짐.
- 웨일스의 산양은 웨일스 양 생산물에 지속적으로 기여함
- Welsh Lamb는 웨일스에서 태어나고 길러지며 HCC 인증 도축/처리 과정에서 도축/처리된 양에서 나옴
- 전통적으로 강인한 웨일스 품종의 영향과 습하고 온화한 웨일스의 기후와 지형을 통해 번성하는 웨일스의 풍부한 자연 초원을 어린 양이 먹이로 삼은 것이 이 제품의 독특한 특징
- 웨일즈 양이 즐기는 독특한 명성과 특성은 웨일스의 풍부한 풀을 먹는 전통에서 기인(웨일스 초원은 잉글랜드보다 강수량이 많고, 토양이 더 높은 것이 특징)
- 웨일스 농부의 초원 관리 기술은 세계적으로 주목을 받고 있으며, 웨일즈 농부는 정기적으로 초원 관리를 통해 상을 수상
- 웨일스의 많은 지역의 풀밭에는 헤더와 향기로운 야생 허브가 섞여 있는데, 이 모든 것들이 웨일즈 양고기의 특색에 기여

Welsh Lamb(PGI)의 특징

- 해당지역에서 태어나고 성장한 양만을 대상으로 함 → 도축 및 포장은 다른 지역에서 이루어져도 됨(HCC 인증을 받은 도축장 및 가공시설인 경우)
- 지역의 초원으로부터 양의 특성이 발생한다고 하고 있으며 지리적 연계성에 대한 부분을 언급하고 있음

라. Traditional Welsh Perry(PGI)**■ 제품 설명**

- 제품 유형 : Class 1.8. other products of Annex 1 to the Treaty
 - 제품에 대한 설명 : Traditional Welsh Perry는 전통적인 방식으로 재배된 품종 토착 배와 비토종 배인 페리를 압착하여 만들어짐. 웨일스 전통 페리는 100% 페리 배즙으로 만들어짐. 색상은 옅은 무색의 노란색에서 진한 금색까지 다양함. 천연 단맛과 균협잡히고 가벼운 과일 배맛이 남. 알코올 강도는 3.0% ~ 8.49% ABV임
 - 지리적 영역 : 웨일스 전체
- 출처의 증거 : 페리 제조업체는 각 번호의 배(큐베)가 어디서 생산되는지 전체 기록을 보유하고 있으며 기록에는 날짜, 선택된 품종 및 금액, 과수원 소유주의 연락처 세부 정보, 모든 영수증 및 송장 포함. 페리 제조업체는 기존 제품에 맞춰 최종 제품에 대한 원자재의 추적 가능성을 차트화하기 위해 특별히 설계된 문서 사용.

■ 생산방법

- 배는 흔들어 나무에서 땅으로 떨어뜨리거나 손이나 기계로 수확함
- 상태가 좋은 배는 손으로 따거나 기계로 따서 자루나 트레일러에 담음('좋은 상태'의 결정은 페리 제조사 개개인의 재량에 달려 있으며 페리 제조사마다 다를 수 있지만 심하게 손상되거나 찢은 배는 폐기
- 페리 배는 품종에 따라 즉시 압착하거나 몇 주 동안 숙성시키기 위해 보관할 수 있음(자연적 숙성)
- 배가 제조공장에 도착하면 세척을 하고 상한 과일은 손으로 제거
- 배들은 기계로 과육을 만드는데 스크래터(과일을 통째로 잘게 썰어 과육 형태로

만들고 압착함) 밀의 원리를 활용하는 페리 메이커를 사용함

- Traditional Welsh Perry는 100% 처음 압착한 순수한 페리 배즙으로만 만들어짐
- 발효 또는 발효되지 않은 주수에 허용되는 첨가물은 다음과 같음. ① 효모 : *S.bayanus*, *S.cerevisiae*와 같은 배양된 효모로 건조된 형태로 제공. 대부분의 제조업자는 페리 배의 껍질에 존재하는 야생효모 활용하고 일부 제조업자는 배양된 효모가 더 신뢰할 수 있는 발효를 제공한다고 생각하여 효모를 첨가하는 것을 선호, ② 황산염: 항상 황산염을 첨가할 필요는 없지만 황산염을 첨가하는 경우 리터당 200mg을 초과해서는 안 되며 황산염 포함된 것을 라벨에 표시해야 함, ③ 염화칼슘 및 펙틴에스테라아제 효소 : ‘키빙’ 방법을 사용하여 자연적으로 달콤한 페리 생산 가능. 발효 페리에 음식 등급의 염화칼슘과 펙틴에스테라아제의 혼합물을 첨가하여 효모와 효모영양소 함량을 감소.
- 100% 처음 압착된 페리 배즙은 나무, 플라스틱 또는 스테인리스 스틸로 된 밀폐된 식품 등급의 용기에 넣어 발효하고 에어록을 사용하여 이산화탄소를 배출하고 산소 침투를 방지함
- 발효는 0°C ~ 20°C 사이의 실외에서 이루어지며 보통 3개월에서 8개월 지속되는 자연적으로 느린 발효의 과정 → 페리 제조사는 수시로 주스/페리(SG)을 측정하여 발효 진행 상황을 점검
- 1차 발효가 완료되었을 때 또는 1차 발효가 완료되기 전에 여러번 래킹을 할 수 있음
- 발효주스의 SG는 발효 과정이 중단되는 시점에 따라 달라지며 건조(11.004), 중간(11.015) 또는 스위트 페리(11.025)를 제공
- 발효 전·후, 전통적인 웨일스 페리의 생산에는 다음과 같은 과정이 허용되지 않음
 - 물게 하거나 수분을 공급하기 위한 물의 첨가
 - 배 또는 다른 과일 농축액 첨가
 - 발효 가능한 설탕(채플라이제이션) 첨가 - 병 발효의 2차 발효에 대한 예외
 - 무첨가 감미료 첨가(가당 또는 천연)
 - 색을 더함 및 색을 줄임
 - 저온 살균.
 - 막을 이용한 여과
 - 인공 탄산화
 - 피닝 에이전트(예: 아이싱글라스 또는 벤토나이트)

■ 지리적 연결

- 페리 배의 재배, 주스 생산, 발효 과정, 페리의 최종 마무리는 모두 정해진 지리적 영역에서 이루어짐

- Traditional Welsh Perry의 독특한 특징은 지정된 지역에서 재배되는 토착 페리 종과 비토착 품종의 페리 배를 압착한 주스라는 점
- 웨일즈 전역에 걸쳐 발전된 기술 기반에서 지정된 지역에서 전통적인 방법으로 생산
- 전통적인 웨일즈 페리는 페리 배 한 품종으로 만들 수 있는데, 이러한 품종들은 산과 타닌의 균형이 잘 맞기 때문임
- 웨일스의 저지대는 토양과 기후의 특성상 페리 배 재배와 독특한 특징과 풍미를 가진 페리의 생산에 매우 적합
- 몬머스셔 주 동부의 대부분은 붉은 사암 토양으로 과수원이 페리 배를 재배하는 데 선호하기 때문에 웨일스의 배의 생산 대부분을 차지
- 깊은 층적토는 습기를 유지하는 특성이 뛰어나며, 평균 이상의 강수량 동안 뛰어난 배수 특성을 유지
- 몬머스셔는 웨일스의 페리 생산의 중심지로 고유의 품종과 그에 걸맞는 역사를 가지고 있지만, 나무들은 포이스의 더 북쪽에서 발견
- 웨일스의 기후는 적당한 시기에 충분한 양의 과일당을 생산할 수 있을 만큼 따뜻하고 화창하며, 기존의 페리 배 나무의 높은 물 수요를 충족시킬 수 있을 뿐만 아니라 새로 심은 나무의 수요를 충족시킬 수 있을 만큼 충분히 습함
- 저지대는 고지대와 달리 페리 배꽃이 피는 시기(4~5월)에 서리가 내리는 일이 많지 않기 때문에 더 적합

■ 역사적 연결

- 1963년 브리스톨 대학교(University of Bristol)의 L C Luckwill & A Pollard가 편집한 고전적인 논문 "Perry Pears"에서 지난 400년 동안 주로 몬머스셔에서 페리 메이커를 위한 페리 배 재배의 중요성을 인정
- 이는 1908~1918년 사이에 롱애쉬튼의 국립과일사이다 연구소가 몬머스 카운티 의회의 보조금을 통해 몬머스셔에 페리 배나무를 실험적으로 심는 것을 통해 더욱 강조
- 전통적인 웨일즈 페리는 다른 유럽 국가들의 페리와 큰 차이가 있으며, 영국의 페리 양식과 유사하지만 페리 배의 종류와 조합으로 인해 맛에 차이가 있음
- 일반적으로 '웨일즈 페리'는 맑거나 흐린 색을 띠며, 자연스런 단맛과 감귤류의 산미가 조화를 이루며, 화이트 와인의 가장 좋은 특징을 닮아 있음
- 어떤 것은 드라이한 뒷맛이고 다른 것은 달콤한 뒷맛이 있음
- '웨일즈 전통 페리'는 나무에서 자라는 페리 배의 첫 압착즙을 통째로 발효시켜 만들며, 그 중 일부는 300년이 넘기도 함
- 웨일스에서 페리를 만드는 포괄적인 역사는 아직 기록되지 않음
- 페리가 잉글랜드와 같은 시기에 웨일스에서 나타났고 비슷한 역사를 따랐다는 것은 의심의 여지가 없음

- 페리는 전통적으로 농장에 기반을 둔 술이었지만 페리는 신사 농부와 그의 가족을 위한 술이었고, 사이다는 종종 농업 노동자들에게 일부 지불로 공급
- 현재 웨일즈에는 취미 생활자부터 풀타임 사업에 이르기까지 약 20개의 페리 메이커가 있으며, 소사이어티는 매년 웨일즈 페리 챔피언십을 개최

Traditional Welsh Perry(PGI)의 특징

- Traditional Welsh Perry는 토착 페리 종과 비토착 페리종의 혼합 또는 토착 페리종 만으로 제조 → 비토착 페리종의 포함으로 PGI 등록 예상
- 웨일즈는 기후 특성이 페리 배의 성장에 적합하다는 지리적 연계성을 가지고 역사적으로도 깊은 배경이 있음

마. Welsh Laverbread(PDO)

■ 제품 설명



- 제품 유형 : Class 1.8. Other products of Annex 1 of the Treaty
- 제품에 대한 설명 : Welsh Laverbread는 웨일즈의 해안가에서 김을 채취하여 만든 웨일즈 전통 음식. 김에 소금과 물을 넣어 익힌 것으로 다른 재료나 첨가물이 추가되지 않음
- 지리적 영역 : 웨일즈 전체
- 제품 특성 : 갈기갈기 찢긴 녹색과 검정색을 가지며 바다의 독특한 향을 가짐. 웨일즈 해안의 다양한 조건에 따라 풍미와 향이 달라짐. 미네랄과 비타민이 풍부하고 칼로리가 낮음. 자체로 즐길 수 있고 음식에 풍미를 더하는 재료로 사용될 수 있음. 주소 생선시장, 생선 가게, 생선 도매상에서 판매되며 고객의 요구에 따라 포장. 신선하게 또는 냉동으로 판매될 수 있음

■ 기원의 증거

- 김을 채취하는 사람들이 해안선을 따라서 바위에서 손으로 채취하거나 수확
- 웨일즈의 해안선은 비지정 지역 외에도 보존 특별 구역과 블루 플래그 해변을 포함
- 김을 채취하는 사람이 가공하며 해초의 기원을 증명하기 위해 다음 사항을 기록
 - 채집한 사람의 이름 및 주소

- 채집된 내용과 김이 모아진 곳
- 수집된 양
- 가공자에게 납품된 날짜
- 배송시 서명과 날짜
- 접수처별 서명 일자

■ 제조방법

- 김이 가공업자나 공장에 도착하면 Welsh Laverbread를 만드는 데 사용되는 모든 김이 검고, 깨끗하고 신선한 냄새가 나는지 원료 사양과 비교하여 육안과 냄새로 검사를 함
- 모니터링은 생산 공정 전반에 걸쳐 기록 시트에 기록되거나 손으로 작성한 일지에 기록
- 웨이트는 서면 형태 또는 경험에서 레시피 사양과 비교
- 미생물 검사는 독립 연구소에 의해 매주 수행되며 검사 결과는 필요한 법정 시간 요건에 따라 실시
- 제조에 사용된 모든 조리, 냉각 시간 및 온도는 HACCP(Hazard Analysis Critical Control Points) 또는 이와 유사한 제어에 대해 기록
- 완성된 "Welsh Laverbread"는 발송 전에 냉장고에 보관
- "Welsh Laverbread"는 무게와 라벨이 확인되는 고객의 요구 사항에 따라 포장
- "Use by Date"(날짜 기준)를 사용할 경우 "DOP"(생산일) + 6일
- 김을 음용수로 반복적으로 씻어서 모래, 이물질 등 제거한 후 물기를 빼고 익힘
- 깨끗한 김은 소금물에 넣어지는데 소금의 양은 최종 제품의 1%를넘지 않음
- 물은 김의 질감에 따라 사용량의 차이가 나며 김의 숙성, 김을 채취하는 계절 등 다양한 요인에 따라 물의 양이 달라짐
- 김은 익혀질 때 최대 9시간 동안 98°C이상 또는 80°C의 낮은 온도가 유지되어야 함 (봄에 채취하는 즈이 많은 어린 김일수록 조리 시간이 짧아짐)

■ 지리적 연결

- 'Welsh Laverbread'는 짠 바다 향과 특유의 강한 우세한 바다의 짠맛이 나는 원재료인 김, 소금, 채집처 바닷물, 생산공정에서 비롯됨
- 'Welsh Laverbread'는 바닷물의 청결도와 온도, 만드는 방법에 영향을 받음
- 웨일즈 해안선은 매우 다양한 조생식물을 가지고 있으며, 앞이 트인 해안에서부터 보호되는 암반과 퇴적물, 그리고 염류에서 강어귀에 이르기까지 다양한 해양 조류의 서식지를 제공

- 김은 암반 해안의 여러 지역에 적응력이 뛰어나며, 대부분의 홍조류보다 높은 파동 작용을 견딜 수 있을 뿐만 아니라 공기 중에 장기간 노출되는 것을 견딜 수 있음
- 많은 김 채집 지역은 블루 플래그 해변 내에 있으며, 웨일즈 천연자원부는 정기적으로 수질을 감시하고 있음
- 아일랜드해를 둘러싼 대도시와 산업의 부족은 청정성에 기여하는데, 이는 이들 지역에서 수확되는 김의 품질과 맛에 반영
- 웨일스의 천연자원부에서 수행한 연구도 이 지역의 계절적 해수 온도가 상승하여 김의 성장에 영향을 미친다는 것을 보여줌
- 어린 김은 요리하기 더 부드럽고, 조리 시간이 덜 걸리며, 웰시 레이버브레드의 다육질 실크 같은 질감에 기여

■ 역사적 연결

- 1607년 캠든의 브리태니커에는 바이킹과 로마의 침략 당시 영국인들이 "바다에서 살아남은 음식"으로 김을 먹는다는 기록
- 웨일스의 김 소비량은 1865년 조지 브로우가 웨일스를 여행하던 중 사우스 웨일스의 명물 중 하나로 "무어 양고기와 뜨거운 김 소스"를 언급하면서 처음 기록
- 역사적으로 웰시 레이버브레드(Welsh Laverbread)는 특히 사우스웨일스 광산 계곡에서 열심히 일하는 노동자들에게 영양가 높은 에너지 식품으로 매우 중요
- 갯도 지하에서 일하던 여성과 아이들은 종종 영양실조에 걸렸고, 웰시 레이버브레드가 철분의 좋은 원천이기 때문에 의사들이 웰시 레이버브레드를 먹으라고 권함
- 1800년부터 1950년까지 "웰시 레이버브레드"를 만들기 위해 김을 수집하는 것은 펨브로크셔의 작은 가내 수공업이었음
- 김은 초가집 위에 던져져 말려진 후 펨브로크 역으로 옮겨져 스완지에 있는 상인들에게 팔렸고, 그곳에서 웰시 레이버브레드로 요리되어 현지 시장에서 판매
- 역사적으로 펨브로크셔와 고위 해안에서 김이 생산되었지만, 현재는 주로 북웨일스 해안과 사우스웨일스 해안선을 따라 채집되지만, 가공을 가공하기 위해 가위의 펜클 로드로 옮겨지고 있음
- 김을 뽑거나 채취하여 Laverbread를 잘게 썰어 올바른 일관성을 얻는 전통 기술은 대대로 전해 내려오는 기술
- 레이버브레드(Laverbread)는 웨일스의 별미로 잘 알려져 있으며 웨일스의 내외부에서 널리 알려져 있음
- 전통적으로 기름에 튀기거나 오트밀에 말아서 먹으며 주로 전통적인 웰시 요리 아침 식사로 베이컨과 꼬막과 함께 섭취
- 웰시 레이버브레드(Welsh Laverbread)의 독특한 특징과 웨일즈와의 연관성을 인정하는 유명한 웨일스 사람들과 요리사들의 인용문이 있음

Welsh Laverbread(PDO)의 특징

- 지역에서 김의 채취, 가공 등이 이루어짐
- 해안선을 따라 김의 성장 환경이 김의 특성을 보장하며 오래된 역사가 입증됨
- 웨일스의 Laverbread는 소비자들 사이에서 우수성을 인정받음

바. Feta(PDO)

■ 제품 설명



- 제품 유형 : Class 1.3. Cheese
- 제품에 대한 설명 : 소금물에 저장되고 전통적인 방법으로 양젖 또는 양의 우유와 염소 우유를 혼합하여 생산되는 하얀 식탁용 치즈
- 지리적 영역 : Macedonia, Thrace, Thessaly, Central Mainland Greece, the Péloponnèse, Lesbos prefecture
- 출처의 증거 : 그리스 치즈 중 가장 인기가 많고 널리 소비되며 세계적으로 명성이 자자함. 호머 시대부터 전통적인 기술을 사용하여 양젖이나 양젖, 염소젖으로 만들어지며 정의된 지리적 지역 내에서 설비로 숙성
- 제품 생산 방법 : 우유의 응고 후 치즈 커드는 자연 배출을 위해 특수 용기(몰드)에 보관되고 커드의 표면이 안정화되면 건조 소금에 절임(치즈 커드에 원하는 얇은 곰팡이가 생기는 것은 이 단계). 치즈는 소금물을 첨가한 나무나 금속 용기에 담음. 용기는 먼저 온도가 180도, 상대습도가 85% 이상 15일 동안 유지되는 숙성실로 옮겨짐. 후 2개월 이상의 총숙성 기간이 완료될 때까지 온도가 2-40C, 상대습도가 85% 이상 유지되는 다른 방에서도 숙성을 계속함

■ 지리적 연결

- 치즈에 사용되는 우유는 정해진 지리적 지역에서 전통적으로 사육되는 양과 염소 품종에서 나옴
- 동물은 환경에 완전히 적응했고 지역의 식물을 먹음

■ 국가적 요구사항

- "농산물 원산지 지정을 위한 요건, 조건 및 절차"에 관한 대통령령 81/93의 규정을 적용

Feta(PDO)의 특징

- 그리스 거의 전역에서 자라는 양과 염소의 젖으로 지정된 지역 내에서 생산
- 그리스 초원의 식물을 먹이로 하는 양과 염소로 우유의 풍미가 나타나며 특징이 발생
- 페타치즈는 그리스에서 가장 많이 소비하는 치즈로 오래된 역사를 가짐
- 환경과의 연계, 사회문화(역사)와 연계 등을 고려했을 때 상품과 지리적 특성의 연계성이 강한 특징을 나타냄

사. Café de Colombia(PGI)**■ 제품 설명**

- 제품 유형 : Class 1.8. other products listed in Annex I to the Treaty
- 제품에 대한 설명 : 'Café de Colombia'는 콜롬비아 커피 재배지역에서 재배되는 커피가 국가커피 재배자위원회가 정한 수출기준에 부합하며, 가공 시 산도와 몸의 산도가 중간/높은 순하고 깨끗한 컵과 가득하고 뚜렷한 향을 가진 커피
- 지리적 영역 : 콜롬비아 공화국의 북위 11도 15분, 서경 72도 78도 사이의 해발 400~2500m 지점에 위치(콜롬비아 공화국 전체를 포함하지 않는다는 점에 주목)
- 품종 : 콜롬비아 커피 재배 지역에서는 아라비카 종만이 재배. 콜롬비아에서 재배되는 아라비카 종의 주요 커피 품종은 카투라, 티피카, 보르본, 마라고기페, 타비, 콜론, 산 베르나르두, 그리고 오늘날 카스티요로 알려진 콜롬비아. 녹색 및 가공 처리된 'Café de Colombia'는 이러한 종류 또는 종류 중 하나 이상으로 구성될 수 있음. 태(녹색 또는 볶음)에 관계없이 100% 'Café de Colombia'만 함유된 소비자에게 제공되는 커피만이 상기 특성을 재현

■ 출처의 증거

- 생산자 모니터링 : 이 작업은 SICA(Sistema de Informacion Caturateo) 데이터 베이스를 사용하여 수행되며 콜롬비아 커피 재배 지역의 모든 커피 재배 농장과 각 플롯을 감독
- 양피지(parchment) 커피 및 양탄(hulling)의 모니터링 : 등록 및 운영요건이 적용되는 보관소 또는 후처리장에서 구매여부를 확인하는 '트란시토 기아스 데 트란시토' 등 법적서류를 통해 이뤄짐
- 녹색 커피 모니터링 : 일단 그것이 양탄(hulling) 공장을 거치고 나면, 2002년 전국 커피 재배자 위원회의 결정 제1호에 따라 정식으로 등록. 1999년 콜롬비아 법령 2685에 명

시된 'Guías de Tránsito'는 수출할 때 커피 각 로트와 함께 해야 하는 법적 문서

- 수출 모니터링 : 수출업자는 세관 당국과 전미 커피 재배자 연맹의 점검을 위탁받은 기관인 ALMACAFE에 의해 Guia de Tránsito에 의해 감시. 2002년 커피 재배자 국가 위원회 결정 3번에 명시된 조건을 충족하는 수출업자를 위해 2002년 대외 무역 결정 355호에 의해 관리되는 수출업자의 등록부도 있음. ALMACAFE는 'Café de Colombia' 품질 기준을 충족하는지 확인하기 위해 항구에서 최종 점검을 실시
- 로스팅 된 커피에 대한 모니터링 : 콜롬비아에 위치한 로스팅 공장들은 'Café de Colombia'의 추적가능성에 2002년 커피 재배자 국가 위원회 결정 No.1을 적용. 로스트 커피는 외국 로스터와의 베스트 프랙티스 계약을 통해 콜롬비아 외 지역에서 추적되며, 품질 검사와 샘플링을 통한 품질 테스트와 같은 다양한 모니터링 메커니즘에 의해 추적

■ 생산 방법

- 수확: 커피 식물에서 나오는 과일은 꽃이 피고 익거나 익거나 너무 익었을 때 210일에서 224일 사이에 수확(손으로 수확)
- Beneficio : 피에 사용되는 과정은 물('습윤 과정')의 사용을 포함하며, ① 펄프 제거, ② 세척, ③ 점액 제거(발효), ④ 세척 및 건조 단계로 나뉨
- Hulling : 엔도카프는 타작기에서 마른 양피지 커피와 분리되어 녹색 커피를 얻는데, 이것은 크기, 색상, 밀도에 따라 기계별로 분류
- 로스팅 : 커피를 마시기 전에 콜롬비아 커피 재배 지역에서 기원한 것으로 특징지어지는 녹색 콩에 열을 가하는 것. 과정을 통해 콜롬비아 커피 재배 지역의 녹색 'Café de Colombia'에 내재된 유기성 특성(중고산도 및 바디, 가득하고 뚜렷한 향)을 얻을 수 있음.

■ 지리적 연계

- 콜롬비아 커피 재배 지역의 특정한 지리적 위치는 기후적 특성과 독특한 물리적 완화 및 토양과 결합되어 'Café de Colombia'의 신체적, 유기적 특성을 제공
- 콜롬비아 커피 재배 지역은 열대수렴지대(ITCZ)에 위치하여 일 년에 두 번의 수확이 가능함
- ITCZ가 커피 재배 지역을 두 번 지나간다는 것은 다양한 지형과 결합되어 일년 내내 적절한 양의 비가 내리며, 작물의 전체 생산 주기를 완료하고 연중 커피 수확을 보장할 수 있는 충분한 물을 가지고 있다는 것을 의미
- 콜롬비아 커피 재배 지역은 콜롬비아의 안데스 산맥 경사지, 시에라네바다산타마르타와 세라니아데라마카레나에 위치
- 날씨의 작용을 통해 기후와 지형의 영향은 각각 광물학적 구성과 물리화학적 특성 측면에서 특정한 모재와 토양을 만들어냄 → 낮은 산도와 수분을 유지하는 높은 영양소를 가진 토양을 발생
- 수확: 매년 한 번 이상의 수확이 가능하다는 것은 같은 커피 농장에 푸르고 성숙한 콩이 있을 수 있다는 것을 의미



- 'Café de Colombia'가 초록 커피콩이 신선한 향과 평균 수분 함량 10~12%로 특징지어지는 품질의 커피라는 것을 의미하며, 이러한 특성은 2002년 커피 재배자 국가 위원회(National Committee of Coffee Growers) 결정 제5호에 의해 수출을 목적으로 관리
- 'Café de Colombia'의 명성과 명성은 특별히 언급할 가치가 있음
- 1960년대까지 거슬러 올라가 'Café de Colombia'를 홍보하는 광고 캠페인의 증거가 명세서에 첨부되어 있음
- 동은 이후 'Café de Colombia'에 대한 기사와 칼럼 인치에서 높은 품질과 명성을 가진 커피로 언급되는 많은 언급을 불러일으켰음

Café de Colombia(PGI)의 특징

- 콜롬비아 이름으로 등록되었지만 지리적 영역은 콜롬비아 영토 전체를 포함하지 않음
- 지리적 영역 내에서 꼭 로스팅이 이루어져야 하는 것은 아니며 'Café de Colombia'의 특성은 로스팅 과정 보다는 원두의 생산 과정에서 주로 나타나게 되는 특성을 반영함
- 여러 단계 및 기관(SICA, ALMACAFE 등)에서의 모니터링으로 체계적인 품질관리를 실시

아. Japanese Sake/Nihonshu/日本酒

■ GI 등록 개요



- 2015년 12월 일본 국세청은 Japanese sake /Nihonshu/日本酒를 지리적 표시(GI)로 지정
- 생산기준 : 일본에서 재배한 쌀과 일본에서 끌어온 물로 양조해야 함을 명시(재료의 지리적 원산지를 명시하지 않은 기존 sake/seishu/清酒의 주세법상 생산 기준을 보완)
- Japanese sake/Nihonshu/日本酒의 생산기준에 맞지 않는 제품은 Japanese sake/Nihonshu/日本酒으로 표시할 수 없음
- sake, 酒, seishu 또는 清酒 등은 계속 사용할 수 있도록 허용함으로써 일반 명칭을 사용할 자유를 보호하고 알코올 음료를 포함하지 않는 GI법 명시 목적과 일치

■ 일본의 주류 관련 GI 제도 특징

- 일본 주류산업협회법에 따르면 NTA 사무국장은 와인, 증류주, 사케 등 주류의 GI를 지정할 권한이 있음
- 환태평양경제동반자협정(TPP) 체결에 따라 일본 정부는 일본 농산물 수출 촉진을 위한 노력을 대폭 확대했으며 일본은 상대적으로 생산원가가 높은 국가로서 일본산

녹차, 일본산 와규 쇠고기, 일본산 사케 등 일본 특유의 고부가가치 수출을 적극 활용하는 방안을 모색하고 있음

- 노력의 일환으로 NTA는 2015년 10월 30일 알코올 GI 등록 절차를 간소화하기 위해 알코올 음료에 대한 라벨링 표준을 개정하고 알코올 음료 GI 지침을 제정
- 1995년 주류 GI 제도가 수립되었지만, 2016년 8월 18일 현재 일본에서는 6개의 알코올 음료 GI만이 있으며, 모두 2015년 10월 이전에 등록
- 미국은 TPP 협정이 발효되면 일본산 술과 일본산 술 6종에 대한 침해를 금지하는 절차를 시작할 것을 약속
- 일본은 일본은 버번 위스키와 테네시 위스키 두 개의 미국산 제품에 대한 침해를 금지하는 절차를 시작하기로 약속
- 다른 시장에서 "일본 사케" / "니혼슈" / "本本"를 보호하기 위해, 일본은 별도의 인정 협정을 협상할 필요가 있을 것
- TPP에 따르면 일본산 사케에 대한 관세는 협정 발효일로부터 11년 후에 철폐될 예정
- NTA는 2015년 12월 일본산 사케 외에 일본산 와인을 GI로 지정

Japanese Sake/Nihonshu/日本酒의 특징

- Japanese Sake/Nihonshu/日本酒는 일본 국내산 쌀과 물을 이용하여 국내에서 생산되는 것을 생산 조건으로 등록 → 일본쌀의 특성이 우수한 품질을 나타냄을 언급하고 명성에 의한 접근법 사용
- Japanese Sake/Nihonshu/日本酒의 생산조건을 충족하지 못하는 제품은 Japanese Sake/Nihonshu/日本酒 등의 명칭을 사용할 수 없으나 sake, 酒, seishu 또는 清酒 등은 사용 가능(일반 명칭의 사용을 허용)

제4장

지리적표시제의 해외 사례 종합 및 시사점

제1절 지리적표시제의 해외 사례 종합

제2절 지리적표시제의 해외 사례 시사점

제1절 지리적표시제의 해외사례 종합

1. 프랑스가 지리적표시제도의 시초

- 자국의 포도주 보호를 위한 법률 제정이 지리적표시제도의 시작
 - 프랑스는 자국의 포도주 산업의 위기를 타개하기 위해서 자국의 주요 포도주 산지(유명 포도주 산지)를 중심으로 지리적 특성과 상품의 연계성을 통한 포도주 고급화 및 부가가치 창출 전략 추진
 - 이후 포도주 외 농산물 및 가공품으로 지리적표시 보호 제도의 확대(1955년 치즈에 대한 지리적보호 확립)
- 국제적으로 지식재산권 보호를 위한 국제적 논의 진행
 - 파리협약, 마드리드 협약, 리스본 협약, TRIPs 협정 등 국제적으로 지식재산권 보호 및 원산지명칭보호, 지리적표시보호 등 강화
 - 파리협약은 공업 생산물 등의 지리적표시 보호 명시
 - 리스본 협약은 원산지명칭보호에 대한 개념 정의 및 보호 강화
 - TRIPs 협정은 지리적표시 보호 강화
- 1990년대 초 EU로 유럽이 통합되면서 프랑스의 지리적표시제 → EU로 확대
 - 프랑스의 AOC(원산지통제명칭) → EU의 AOP(원산지명칭보호)로 적용
 - 지리적표시보호(IGP) 분리 적용 : 자연환경요소와의 연계성 부족 대상에 대한 적용 및 명성/역사성 중심 제품의 보호 강화

2. 지리적표시보호(PGI)로 대상 제품 확대

- 리스본 협정의 '원산지명칭보호(PDO)와 TRIPs 협정에서의 지리적표시보호(PGI)
 - 리스본 협정에서 보다 엄격한 개념인 '원산지명칭보호(PDO)'의 개념을 설정하여 농산물 및 그 가공품의 지적재산권 보호를 규정하고 있으며 TRIPs 협정에서는 상대적으로 덜 엄격한 개념인 지리적표시보호(PGI) 개념을 적용하고 있음
 - 원산지명칭보호(PDO)는 자연환경적요소와 상품간의 본질적인 연계성을 요구하고 있어 원재료의 생산부터 가공 및 포장까지 해당 지역 내에서 이루어지는 것을 요구하고 지리적표시보호(PGI)는 원산지명칭보호(PDO)에 비해 자연환경적 요소에 대한 엄격한 요건 대신 명성 또는 역사성이 지리적 특성에 기인하는 제

품을 대상으로 하고 있음

- 지리적표시보호(PGI)는 원산지명칭보호(PDO)의 보호를 받지 못하는 제품으로 확대
 - 원산지명칭보호(PDO)는 해당지역의 자연환경적 요소와 제품의 강한 연계라는 요건이 필요 → 지리적으로 자연환경의 요소와 제품의 강한 연계성은 부족하지만 시장에서 유명성과 역사성을 가지는 제품의 보호 요구 발생 → 지리적표시보호(PGI) 제도의 도입으로 지리적표시보호를 원산지명칭보호의 개념과 출처표시 개념 사이의 범위로 지적재산권 보호

3. 지리적표시 보호 관련 분쟁 사례 다수

- 지적재산권의 확보에 대한 국가의 노력에 따라 지리적표시 관련 분쟁 발생
 - 세계 각국에서 자국의 지리적표시 제품을 확대하고 보호 수준을 강화함에 따라 다양한 분쟁사례가 존재
 - 양자간 또는 다자간 국제협상 과정에서 자국에서 보호되고 있는 지리적표시에 대해서만 상대국에서 보호 가능하다는 원칙에 따라 자국 내에서 보호 체계를 구축하고 보호 제품을 확대하는 추세
 - 국내에서도 세계 시장에서 경쟁력을 갖추고 지리적 특성과 제품의 연계성이 확보된 제품에 대해서 지리적표시 등록을 확대하여 국제 시장 내에서 경쟁력을 확보하고 지식재산권을 보호하는 노력 강화 필요
 - 특히, 국내에서 지리와 문화적 특성이 확연히 구분되지 않는 전통특산물 및 농산물에 대해서 국가(전국)명으로 지리적표시 등록을 확대하여 국제 시장에서 보호 받을 수 있도록 하는 노력 필요

4. EU에서 원산지명칭보호(PDO)와 지리적표시보호(PGI) 개념으로 분리

- 원산지명칭보호(PDO)는 제품과 지리적 요소(자연환경적 요인과 인적 요인) 중시
 - 원산지명칭보호(PDO)는 프랑스의 AOC 제도를 모태로 1992년 EU에서 제품의 지리적 연관성을 표시하는 라벨 표시
 - 제품에 원산지명칭보호(PDO) 라벨을 부착하기 위해서는 특정 장소, 지역, 또는 국가에서 제품이 기원해야 하고 특정 지리적 환경과 고유한 자연적, 인적요인 뿐만 아니라 정의된 지리적 영역 내에서 모든 생산단계의 품질 또는 특성이 본질적으로 배타적이어야 함 → 제품의 품질에서 자연적 특성에 초점을 둔 'Terroir'의 개념 적용
- * 본질적 & 배타적 : 원산지명칭보호(PDO) 라벨을 부착한 A 지역의 제품의 특성을 기타 B 지역에서 생산된 동일 품목의 제품에서 나타나지 않는 것을 의미

- 원산지명칭보호(PDO)는 1958년 리스본 협정에서 정의되고 있음
 - 원산지명칭보호(PDO)는 제품 원료 생산과정에서의 지리적 환경과 연계성과 가공 및 포장 과정에서의 지리적 특성을 반영한 인적 요소를 반영한 제품에 주로 적용
 - 원산지명칭보호(PDO) 라벨이 등록된 제품 중 더 이상 제품 사양을 준수하지 못하는 경우 원산지명칭보호(PDO)를 지리적표시보호(PGI)로 변환 가능
 - 원산지명칭보호(PDO)에 등록된 제품으로는 주로 가공육 또는 치즈, 와인 등의 가공제품이 다수 포함
- 지리적표시보호(PGI)는 지리적 특성으로부터 나타나는 평판을 중시
- 지리적표시보호(PGI)는 독일의 상표법 상의 지리적표시(GI)를 모태로 1992년 EU의 라벨표시로 시작 → 제품의 평판 중시
 - 지리적표시보호(PGI) 라벨을 부착한 제품은 특정 장소, 지역 또는 국가에서 유래해야 하고 기본적으로 지리적 기원에 기인하는 품질, 명성 또는 기타 특성을 가져야 함
 - 적어도 하나의 생산단계가 정의된 지리적 영역에서 발생해야 함

5. 국가(전국)명 지리적표시 사례 다수 존재

- 지리적표시의 개념에서 예외적으로 국가명을 지리적표시 등록 가능
- Welsh Lamb, Welsh Beef, Feta Cheese, Gouda Holland 등 다수의 국가(전국)명 또는 광역지역명 지리적표시 사례가 존재하며 원산지보호명칭(PDO)과 지리적표시보호(PGI) 각각 존재
 - 원산지보호명칭(PDO)의 사양설명서에서 자연환경적 요소와 제품의 특성 간의 연계성에 대한 언급이 주를 이루고 지리적표시보호(PGI)의 사양설명서에서는 유명성 및 역사성 등을 주로 언급하고 있음
- 지리적표시보호(PGI)의 생산 및 가공 요건에서 주로 원재료는 해당지역에서 생산
- 지리적표시보호(PGI)로 등록된 국가(전국)명 지리적표시 사례에서 주로 해당지역에서 생산된 원료를 사용할 것을 요구하고 있으며 일부 가공 및 포장 등은 해당지역 외에서 이루어져도 되는 것으로 나타남
 - 제품의 특성을 나타내는 절차에 대해서는 지리적 영역 내에서 이루어져야 하는 것으로 볼 수 있음 → 대부분의 지리적표시 제품은 원재료가 지리적 특성을 반영하는 경우가 많으며 이에 따라 원재료를 해당 지역산으로 사용한다는 요건 구성
 - 유럽에서 와인의 경우 지리적표시보호(PGI)에서 원재료의 사용 요건으로 최소 85% 이상 해당 지역산을 사용한다는 요건으로 원산지보호명칭(PDO, 100%)에 비해 완화된 원재료 사용 요건을 설정하고 있음

제2절

국가(전국)명 지리적표시제 해외 사례 시사점

1. 지리적표시제도는 원산지보호명칭(PDO)의 개념 적용

- 「농수산물품질관리법」 원래의 취지는 농민 소득 증대 및 소비자 보호
 - 「농수산물품질관리법」의 목적은 농민 소득 증대와 소비자 보호에 있음
 - 농민 소득 증대를 위해 지리적표시 제품의 원료는 국내산으로 제한하여 적용할 필요가 있음
 - EU의 경우 지리적표시 제도를 원산지명칭보호(PDO)와 지리적표시보호(PGI)로 구분하여 적용하며 원산지명칭보호의 등록 요건을 까다롭게 설정하여 엄격한 품질관리로 높은 부가가치를 창출하고 있음
 - 원산지명칭보호(PDO)의 개념상 자연환경적 요소와 제품의 강한 연계성이 필요하기 때문에 자연환경적 요소와 제품의 연계성이 강한 제품들 중심으로 국가(전국)명 지리적표시 보호 등록
 - ➔ 농림축산식품부의 목적과 「농수산물품질관리법」의 취지를 고려했을 때 국내산 원료의 사용을 장려하여 국내산 농산물의 판로를 확대하고 부가가치를 창출하기 위해 지리적표시제는 국내산 원료의 사용을 장려하는 형태로 운영되어야 함
 - ➔ 유럽의 원산지명칭보호(PDO)의 요건에 따른 지리적표시제도 운영을 통해 지리적표시제품의 가치를 향상시키고 품질에 대한 관리를 강화하는 노력이 병행될 필요가 있음
- 지리적표시제도에서 포괄하지 못하는 제품 범위는 「상표법」의 ‘지리적표시 단체표장’ 활용
 - EU의 경우 제품의 특성에 따라 차별적인 제도로 원산지명칭보호(PDO), 지리적표시보호(PGI), 전통특산물보증(TSG) 등의 제도로 제품의 명칭을 보호
 - 국내에서는 「농수산물품질관리법」의 지리적표시와 「상표법」에서의 지리적표시 단체표장 간의 차별성이 명확하지 않아 중복 등록으로 인한 재원 및 인력의 낭비가 발생
 - 원산지명칭보호(PDO)의 요건을 충족시키는 제품에 대해서 「농수산물품질관리법」의 지리적표시 등록을 통해 보다 강화된 보호와 제품에 대한 지원을 실시하고 원산지명칭보호(PDO)의 요건을 충족시키지 못하거나 보호 대상에서 제외되는 상품에 대해서는 「상표법」의 지리적표시 단체표장에 등록하여 별도로 보호할 수 있도록 할 필요가 있음
 - ➔ 「농수산물품질관리법」의 지리적표시와 「상표법」의 지리적표시 단체표장의 연계 운영 방안에 대한 도출을 통해 비효율적으로 나타나는 중복 등록에 대한

문제를 해결하고 제도별 등록 제품의 차별화를 통해 각 제도의 목적을 명확화할 필요가 있음

2. 국가(전국)명 지리적표시제도와 지역명 지리적표시제도의 차별화

- 국가(전국)명 지리적표시보호는 국가 중심의 등록 및 체계 구성
 - 지역명 지리적표시는 지방자치단체 또는 생산자단체 중심으로 지리적표시 등록을 추진하지만 국가(전국)명 지리적표시는 국가가 중심이 되어 등록요건을 충족할 근거자료를 수집하고 작성하여 등록추진
 - 국가가 중심이 되어 등록을 추진하지만 해당제품 생산자단체와의 긴밀한 협의와 협조를 통해 등록 준비 및 심의
 - ➔ 국가(전국)명 지리적표시 등록은 국가와 해당제품 생산 단체와 긴밀한 협력이 필요하며 국가(전국)명 지리적표시 등록을 위한 민관합동 TF를 구축해 합리적인 요건을 정하고 그에 따른 품질 기준 등을 협의하여 결정할 필요가 있음
- 지역명 지리적표시제도에서 등록 요건의 유연한 적용
 - 지역명 지리적표시제도에서 환경 및 기후의 변화로 인해 기존 등록요건을 충족하기 어려운 경우가 발생하고 있음
 - 지역명 지리적표시제도에서 환경 및 기후적 변화로 인해 지역내 원료의 생산 및 가공이 어려운 경우는 인접한 지역의 원료를 일부 사용하는 것을 허용할 수 있는 규정의 마련 필요
 - EU에서 와인의 등록에서 포도의 품종 기준을 원산지명칭보호(PDO)에서는 일정 품종을 명확히 정하고 있지만 지리적표시보호(PGI)에서는 정해진 품종과 그 교잡종으로 정해 보다 완화된 기준을 적용하고 원료의 사용에서도 최소 85% 이상을 해당 지역에서 생산된 포도를 사용하는 것으로 제한을 두고 있음
 - ➔ 「농수산물품질관리법」의 지리적표시제도는 원칙적으로 원산지명칭보호(PDO)의 개념을 적용하지만 등록제품의 현실적 제한을 고려하여 최소 요건(원료의 국내산 한정 또는 인접 지역 원료 사용 허용 등)을 설정하고 제품의 등록 요건을 완화하는 장치의 설정 필요
- 국가(전국)명 지리적표시와 지역명 지리적표시의 지원 차별화
 - 국가(전국)명 지리적표시 제품이 국제 시장에서 더욱 경쟁력을 확보하기 위한 홍보 및 광고 등을 국제적으로 진행하고 국제 박람회 등의 행사에 우선적으로 참여할 수 있도록 지원
 - 지역명 지리적표시는 국내 시장에서의 인지도 향상에 중점적으로 지원하고 등록 제품 리스트를 적극적으로 공개하고 국내 농식품 관련 행사에 우선적으로 참여할 수 있도록 할 필요가 있음

- ➔ 국가(전국)명 지리적표시 제품은 국제시장 경쟁력 확보를 위한 지원에 중점을 두고 지역명 지리적표시 제품은 국내에서 인지도 향상을 우선적으로 지원

3. 복합가공(다양한 원료의 사용) 제품의 등록

- 복합가공(다양한 원료의 사용) 제품의 경우도 국가(전국)명과 지역명 차등 적용
 - 국내의 복합가공 제품의 지리적표시 등록에서 국가(전국)명은 원산지보호명칭(PDO)의 개념을 적용한다면 원재료의 출처를 국내산으로 제한을 할 필요가 있으나 모든 재료를 국내산으로 한정하기에는 한계가 발생 → 제품의 특성을 결정하는 특수한 원료의 순위에서 상위 원료에 대한 기준을 설정하고 해당 지역 또는 국내산 원료 사용의 최저 기준을 설정하여 가공제품의 지리적표시등록 활성화 필요
 - 지역명 지리적표시의 경우도 원산지명칭보호(PDO)의 개념을 적용하지만 정의된 지역 내 생산 원료의 최소 기준을 설정(EU에서 와인의 경우 PGI 등록을 위한 요건으로 지역 내에서 생산된 포도를 최소 85% 사용을 규정)하거나 원료의 생산 지역 범위를 국내산 또는 인접지역으로 완화하여 적용하는 것 고려 필요
 - ➔ 가공제품의 경우 국가(전국)명 지리적표시 제품은 상위 비중의 원료를 국내산으로 제한하고 지역명 지리적표시의 경우 지역 내 원료 사용 기준을 설정하거나 국내산 또는 인접지역의 원료를 허용하는 등으로 기준을 완화하여 적용하는 것 고려 필요
- 지리적표시 제품을 원료로 하는 가공 제품에 대한 기준 제시
 - 지리적표시 제품의 시장 경쟁력 확보 및 소비자 인식 강화를 위해서는 지리적표시 제품을 활용한 가공 제품에 지리적표시 라벨의 활용 필요
 - 지리적표시 제품을 원료로 활용한 가공제품에 지리적표시 제품 사용했다는 표지를 명확하게 하여 소비자가 지리적표시 제품에 대한 인식 강화 가능
 - ➔ 지리적표시 제품의 활용성 강화를 통해 시장경쟁력 및 점유율 확대가 가능하며 지리적표시 제품의 부가가치를 향상시킬 수 있음

4. 국가(전국)명 지리적표시 등록 제품에 대한 지원 강화

- 국가(전국)명 지리적표시 등록제품 경쟁력 강화를 위한 지원 강화
 - 국가(전국)명 지리적표시 등록 제품은 국가의 지적재산권으로 국제 시장에서 제품의 경쟁력을 갖추고 시장 확대를 위해 국가 수준에서 정책적 지원을 기울일 필요가 있음
 - ➔ 국가(전국)명 지리적표시 등록제품은 국가 수준의 지적재산권으로 공공의 재산

이 될 수 있으며 그에 따른 관리가 철저하게 이루어지고 국제 시장에서 지리적 표시 제품을 긍정적으로 인식할 수 있도록 하는 지원이 필요함

- ▶ 국가(전국)명 지리적표시 제품의 품질 관리 기준을 명확하게 하고 주기적인 점검과 모니터링을 통해 지리적 표시 제품의 품질을 관리하고 소비자가 보다 긍정적인 인식을 가질 수 있도록 할 필요가 있음
- ▶ 국가(전국)명 지리적표시 제품의 국제 시장에서의 인지도 강화 및 시장 점유율 증대를 위한 국가적 수준에서 지원 대책이 필요함. 국가(전국)명 지리적표시 제품은 국가의 지적재산권으로 부가가치를 가지는 제품이며 그에 따라 국제 시장에서 경쟁력을 강화하는 것이 국가적으로 긍정적인 의미를 가질 수 있음

5. 지리적표시 라벨의 인지도 강화

○ 지리적표시 라벨의 개념적 구분 명확화 및 표시 계열화

- 현재 지리적표시 라벨에 대한 소비자의 인식이 매우 부족하며 라벨이 부착되는 위치가 소비자들의 시선에 쉽게 들어오지 않는 문제점이 있음
- EU에서는 원산지명칭보호(PDO)와 지리적표시보호(PGI) 라벨을 구분하고 있으며 지리적표시제품은 해당 라벨을 부착하는 것을 의무로 하고 있음
- 국내에서 지리적표시 제품에 대해 지리적표시 라벨 부착을 의무화하고 「상표법」의 지리적표시 단체표장과 개념적 구분을 명확하게 하고 라벨을 다르게 적용할 필요가 있음
- 또한 EU에서는 원산지명칭보호(PDO)와 지리적표시보호(PGI) 라벨의 디자인은 계열화되어 제품의 명칭이 보호되는 공통사항에 대한 계열화가 이루어지고 있음
- 「상표법」의 지리적표시 단체표장과 「농수산물품질관리법」의 지리적표시 라벨에 대한 계열화를 통해 제품의 명칭이 보호되는 제품임을 소비자들이 쉽게 인식할 수 있도록 할 필요가 있음
- ▶ 지리적표시 등록에 비해 소비자의 인지도가 낮은 상황을 개선하기 위해 라벨의 계열화로 소비자들이 쉽게 라벨을 발견할 수 있고 라벨에 대한 이해를 높이도록 함
- ▶ 지리적표시 라벨에 대한 적극적인 홍보를 통해서 지리적표시에 대한 국내 소비자의 인지도를 향상시킬 수 있도록 함

○ 제품별 라벨 부착 위치 통일을 통한 소비자 인식 강화

- 지리적표시 등록 제품의 포장에서 제품별로 동일한 위치에 라벨을 부착하여 소비자들이 보다 쉽게 라벨을 확인하고 구매를 할 수 있도록 할 수 있음
- ▶ 지리적표시 라벨 부착 위치를 소비자들이 쉽게 볼 수 있는 위치에 부착하도록 하고 제품별 포장에 동일한 위치에 부착하도록 하여 지리적표시 라벨을 소비자

가 쉽게 발견할 수 있도록 함

6. 지리적표시 등록을 위한 역사성 요건 설정

- 지리적표시 등록을 위한 최소 역사성 요건 설정
 - 지리적표시 등록에서 현재 「농수산물품질관리법」에서 제시된 요건이 모호한 측면이 존재함
 - 일본은 지리적표시 등록을 위해서 최소 25년의 역사적 배경 및 근거를 요구하고 있으며 EU는 전통특산물보증의 등록을 위해서 최소 25년간의 명칭 사용 근거를 요구하고 있음
 - 국내에서도 지리적표시 등록 요건을 명확한 수치 근거로 제시하여 지리적표시 등록에 대한 혼란이 방지하도록 함
- ➔ 지리적표시 등록을 위한 법적 요건에서 불명확한 부분을 제거하고 정확한 요건을 정량적으로 제시하여 현장의 혼란을 방지할 수 있음

7. 지리적표시 등록 제품 관리 강화

- 지리적표시 등록 제품의 상시 모니터링 체계 구축
 - 지리적표시 제품의 부가가치를 높이기 위해서는 품질 요건의 충족이 지속적으로 유지되어야 함
 - 지리적표시 제품의 품질 요건 미충족 사례는 지리적표시 제품 전체의 불신을 가져올 수 있고 지리적 표시 제도의 가치를 낮추는 원인이 될 수 있음
 - 국가 수준에서 등록된 지리적표시 관리체계를 구축하여 상시적으로 모니터링을 실시하고 품질 요건 불충족 사례 발견시 지리적표시 등록 제한 등으로 지리적표시 제품에 대한 전반적인 관리가 필요함
- ➔ 지리적표시 제도의 가치 증대를 위해서는 등록 제품의 관리가 체계적으로 이루어질 필요가 있음
- 지리적표시 등록 제품의 생산단체에 대한 컨설팅 지원
 - 지리적표시 등록제품의 생산단체가 현실적 어려움으로 지리적표시 제품의 품질을 유지하고 생산할 역량이 부족할 경우 생산단체의 요청에 따라 지리적표시 제품 생산 및 판매를 위한 컨설팅 지원
 - 지리적표시 등록제품 다양화 및 판매 활성화를 통해서 국내 소비자들이 지리적표시 제도에 대한 인식을 강화할 수 있고 타 제품의 시장경쟁력을 확보할 수 있음

- ▶ 지리적표시 등록제품 품질관리 및 판매 활성화 컨설팅을 통해 전반적인 지리적 표시 제품의 인지도 및 부가가치 강화 가능

8. 지리적표시 등록 및 관리 기관의 기능 강화

- 지리적표시 등록 및 관리 기관인 국립농산물품질관리원의 기능 강화
 - 지리적표시 등록 활성화 및 체계적인 관리를 위해서 국립농산물품질관리원이 상시 모니터링을 실시하고 지리적표시 등록 제품 생산단체의 역량 강화를 위한 기능을 수행할 수 있도록 할 필요가 있음
 - 프랑스의 경우 INAO를 통해 지리적표시 등록 제품을 관리하고 있으며 등록 및 관리 등을 수행하고 있음
- ▶ 국내에서도 프랑스의 사례를 바탕으로 체계적인 지리적표시의 등록 및 관리를 위한 기능이 강화된 기관이 필요하며 국립농산물품질관리원의 기능을 강화하여 역할을 수행할 수 있도록 할 필요가 있음



참 고 문 헌

- (사)대한상표협회. (2011). 국내 지리적 표시제도의 통합화 방안 연구. 서울: 특허청.
- 고용부. (2007). 지리적 표시제도의 의의 및 보호체계 연구. 한국항만경제학회지, 23(3), 165-184.
- 국중락. (2006). 우리나라 농산물 지리적표시 보호제도 활성화 방안. 서울시립대학교 대학원 석사학위논문.
- 김득갑, 김경원. (2007). 한-EU FTA의 주요쟁점과 협상전략. 삼성경제연구소.
- 김종우. (2020). 지리적표시제에 관한 법제도 개선방안 연구: 부안오디 심사 사례를 중심으로. 한국교원대학교 대학원 석사학위논문.
- 김현정. (2020). 유럽연합의 지리적 표시 보호에 관한 협상 전략 연구. 통합유럽연구, 11(2), 49-80.
- 농림축산식품부. (2010). 우리나라 지리적표시의 국제적보호방안.
- 농림축산식품부. (2021). '서천 한산소곡주' 지리적표시 등록(110호) : 고창 복분자주, 진도 홍주에 이어 전통주 중 세 번째 등록. 보도자료(2021.09.15.)
- 농림축산식품부. (2021). 김치, 국가(전국) 단위 지리적표시 시행. 보도자료(2021.12.28.).
- 대외경제정책연구원. (2020). 지식재산권의 국제 논의 동향과 영향에 관한 연구.
- 박진석. (2001). 뉴라운드 출범과 TRIPS 협정의 과제. 지식재산21. 통권 제68호·제69호.
- 법제처. (2021). 공업소유권의 보호를 위한 파리협약. (retrived from <https://www.law.go.kr>. 2021. 12. 12.).
- 외교통상부. (2012). 한-EU FTA 상세설명자료.
- 유기진. (2012). 지리적 표시제의 실시와 역사지리적 접근. (석사학위논문). 서울: 성신여자대학교 대학원.
- 이범석. (2018). 지리적표시의 법적보호 방안에 관한 연구: 지리적표시권과 상표권을 중심으로. 한양대학교 대학원 박사학위논문.

- 이어진. (2019). 지리적 표시 보호제도의 개선 방안. 고려대학교 대학원 석사학위논문.
- 조정은, 김동진, 김현정. (2009). 농산물 및 가공품의 지리적표시제에 대한 소비자 인식에 관한 연구. 한국조리학회지, 15(4), 159-171.
- 천재은, 신일배. (2021). 유럽, 미국, 중국의 지리적 표시 제도 및 산업적 현황. 식품과학과 산업 12월호. 246-259.
- 천효정. (2017). 프랑스법상 포도주의 '원산지표시승인'에 관한 행정법적 연구. 서울대학교 대학원 석사학위논문
- 한국지식재산연구원. (2007). 국내외 지리적 표시의 효과적인 보호 방안 및 국내 지리적표시 단체표장 제도의 활성화 방안.
- 황윤영. (2014). 지리적표시제 현황과 문제에 대한 비교 연구. 경북대학교 대학원 석사학위논문.
- Addor, F., & Grazioli. (2002). Geographical Indications beyond Wines and Spirits : A Rodamap for a Better Protection for Geographical Indications in the WTO TRIPs Agreement. The Journal of World Intellectual Property, 5(6). 863-898.
- Bérard, L. & Marchenay, P. (2008). From Localized Products to Geographicla Indications. Bourg-en-Bresse.
- Brocza, S. (2018). The EU System for the Protection of Geographical Indications and Its External Dimension.
- Budweiser/Budvar or Budweiser-Lisbon-II : T-57/04 and T-71/04 -Judgment of 12 June 2007(T-57/04: action dismissed, Office practice confirmed;T-71/04: case closed upon withdrawal by plaintiff)
- Cases C-465/02 & C-466/02. Federal Republic of Germany and Kingdom of Denmark v.Commission of the European Communities, Judgement of the Court(Grand Chamber)(Oct 25, 2005)
- eAmbrosia : the EU geographical indications register. retrived from [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/\(2022.01.13.\)](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/food-safety-and-quality/certification/quality-labels/geographical-indications-register/(2022.01.13.)).
- Giovannucci, D., Josling, T. E., Kerr, W., O'Conner, B., & Yeung, M. (2009). Guide to Geographical indications : Linking products and their origines.
- Wang, X. (2020). A Comparative Analysis of the Transatlantic Controversy over Geographical Indications, Stanford-Vienna TTLF Working Papers, 53. Transatlantic Technology Law Forum.



국가전국명 지리적표시 제도 개선 방안 연구 및 외국 운영 실태 조사

인 쇄 2022.01.

발 행 2022.01.

발 행 인 농림축산식품부

발 행 처 아이엔케이(주)

서울시 금천구 가산디지털1로 171

에스케이브이원 901호

전화 (02)889-0203 팩스 (02)889-0213

인 쇄 처

- * 이 책은 저작권법에 의해 보호를 받는 저작물이므로 무단 전재나 복제를 금합니다.
- * 이 연구의 내용이 본 연구기관의 공식견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

