

# 돼지고기 상표 등록 필요성과 등록 절차

김도윤 팀장

((주)미원농장 하이포크 마케팅팀)

## 1. 서 언

그동안 브랜드육에 대한 쟁점중 하나가 브랜드육의 생명은 균일화된 품질이 전제 되어야 한다는 점에서 우리 축산업 기반으로서는 무리라는 관점이 지배적이었다. 생산에서 시작하여 도축·가공판매 전부분에 걸쳐 위생처리 수준이 기준에 미달하는데도 뚜렷한 특징없이 너도나도 이름만 붙여 브랜드육이라는 이름으로 판매하고 있다. 따라서 국내 브랜드육 시장에서 진짜 브랜드육이 몇 개 밖에 되지 않는다고 이야기할 수 있다.

그러나 최근의 국내외 추세를 보면 브랜드육에 대한 이러한 관점을 떠나 브랜드가 아니면 안 되는 시대가 도래된 것 같다. 특히 무한 경쟁시대에 접어들어 국산 브랜드의 경우는 뚜렷한 대안이 없다. 브랜드육은 수입육에 맞서 국산 육류의 소비시대를 여는 기폭제로 인식되어 가고 있다. 앞으로 지구촌 전체가 본격적인 브랜드육 시대와 함께 고급 축산물 생산시대가 예측된다.

## 2. 팽창되는 브랜드육 시장

국내 축산물 브랜드 시장은 매년 그 규모가 확대되고 있다. 특허 및 상표등록을 취득한 업체부터 신청을 해놓은 상태 또는 준비하고 있는 업체들이 속속 늘어나고 있는 추세이다. 브랜드육들은 각 축종별 개별 농가를 비롯하여 영농조합법인 계열주체 축협, 농협, 돼지고기 수출업체, 협력업체, 지역군청 및 단체등으로 구축되어 있다.

시장규모가 가장 큰 돼지고기는 총 38개 업체에 42개 브랜드로 약 2백만두가 사육되고 있으며 시장규모는 두 100kg, 지육율 69%, 지육kg당 2,500원 기준 3천4백5십억의 시장을 형성하고 있으며 실제 시장규모는 더 클 것으로 추정되고 있다. 이것은 전체 사육두수 대비 약 30%정도를 차지하는 것이다. 기타 한우·닭고기·달걀 등 기타 축종들까지 합산하면 1조원 정도로 예상되며 이는 전 축종의 시장규모 9조원의 국내 축산물 시장규모와는 비교도 안되지만 앞으로 브랜드육의 시장은 소비자 요구에 부응하여 시장 형성이 빠르게 진행될 것으로 예측된다. 이는 현재 신생 영농조합 법인을 비롯한 어느정도 규모를

갖추고 있는 각 지역별 개별농가, 육가공업체등이 자체브랜드를 적극적으로 추진하고 있기 때문이다.

### 3. 브랜드의 필요성

브랜드, 분명 확실한 무엇인가가 있다. 국산 브랜드육의 경우 국제화 시대의 절대적인 대안이다. 특히 국산육류 브랜드는 타 산업과는 달리 예고없이 붐을 타고 활황기에 접어들고 있다. 브랜드란 이제 더 이상 남의 나라 이야기가 아니라 우리 자신의 문제임을 자각해야 되는 시점이다.

따라서 브랜드에 대한 실질적·현실적·미래 지향적인 새로운 개념이 정립되어야 할 것으로 보인다. 그동안 국내 육류 브랜드는 업체들의 노력에 의해 여러 가지 방법으로 유지되어 왔다. 그러나 브랜드 정착이라는 것이 쉬운 것이 아니라는 점이다. 생산에서부터 가공·판매 또는 수출까지 하나의 축을 연결하던 브랜드는 앞으로 외식산업 까지도 연계되어야 할 것이다.

브랜드는 상표가 아닌 상표명으로 보통명처럼 인식되어 상품 식별력이 없어지는 것이다. 브랜드란 자유에 대한 의미처럼 책임과 의무를 함께 가지고 있다는 것이다. 그만큼 힘이 들고 어려운

것이라 해도 과언이 아니다.

돼지고기의 브랜드는 90년대부터 수입 개방에 대비한 관련 업체들의 유비무환 태세에서 시작되었다고 할 수 있다. 결국 국산 육류의 소비자 시대를 여는 결정적인 역할의 촉매제로 인식되고 있다는 사실이다. 반면에 일반육이 브랜드육으로 둔갑되는 꼴사나운 예도 일어나고 있다. 이제는 육류도 브랜드가 필요한 시대가 도래했다는 신호가 아닌가 한다. 브랜드의 성패는 축종별 특성에 따라 소비자에게 어느정도 접근해 있어야 가능하다는 말이다.

이러한 것은 육류 브랜드가 우리나라 축산업의 모습을 바꾸는 결정적인 계기가 될 것이라는 것이 확실시되고 있다.

고급 축산물 생산시대를 예고하는 브랜드는 앞으로 멀지않은 미래에 지구촌 전체가 자국 또는 지역의 브랜드 시대가 열릴 것으로 예측된다. 브랜드는 정신적 창작임에 따라 굳게 닫힌 세상 속에서가 아니라 자유롭고 다원화된 시장속에서만 그 빛을 발할 수 있기 때문이다. 결국 축산물 브랜드는 가야할 길로서 철저하게 소비자에게 접근하는 바로미터가 될 수 있다는 것이다. 소비자 중심의 방향으로 의식을 바꾸어야 하는 것이다.

### 4. 진정한 브랜드육은

국산 육류 브랜드는 시간이 지날수록 양적인 팽창이 예고되고 있다. 그러나 양적 팽창만큼 질적인 고도화가 이루어지지 않으면 브랜드에 대한 본래 목적이 상실될 가능성이 높다. 브랜드 시장의 확대를 기정 사실화로 놓고 보았을 때 예상되는 문제점들은 양면성이 있다는 것이다. 긍정적으로는 국산 육류의 고품질화를 통한 소비자





인식변화다. 반면 브랜드가 우후죽순 생겨나 양적으로만 늘어날 경우 치열한 판매 경쟁은 물론 브랜드 난립으로 인한 소비자들의 혼란을 야기시킬 공산도 크다는 것이다. 이럴 경우 소비자들의 브랜드육 외면을 시작으로 수입육으로 눈을 돌릴 가능성도 있다. 브랜드육은 품질을 바탕으로 한 질적 고도화가 되지 않으면 안되는 필수 불가결한 대명제라는 점이다. 따라서 이제는 브랜드육에 대해서 냉철하게 점검해 나가야 할 때가 아닌가 한다.

진정한 브랜드는 축산물에 새로운 단어, 자사 상호 및 상표 등 이름만 붙여 놓은 것만으로 전부는 아니며 브랜드는 책임 소재가 분명히 있다는 것이다. 수출용은 항생물질 등 문제가 없는데 내수용은 문제가 있다면 이 또한 소비자 시대를 여는 육류 브랜드 시대는 말장난에 지나지 않을 것이라는 점이다.

브랜드육이건 비브랜드육이건 상관없이 항생제, 항균제 등 동물약품 오·남용의 근절과 함께 철저한 후기사료 급여가 전체적으로 이루어져야 할 것이다. 또한 사육 주체인 농장주로부터 위생 관리 및 사양 관리를 위한 종업원들의 철저한 교육을 통한 인식 변화가 요구되고 있다. 이러한 것들은 생산 단계를 거쳐 도축·가공·최종 소비

자가 찾는 판매 단계까지 일괄적인 체계 구축이 필요하기 때문이다. 브랜드육 업계 관련자로서 진정한 브랜드를 위해 이제부터 냉철하게 브랜드육에 대해 재점검을 할 필요성이 있다고 본다. 브랜드에 대한 과장 광고로 소비자를 현혹시키는 유형은 단발성에 그칠 뿐만 아니라 브랜드 시장 전체에 대한 불신감만 가중시킬 것이라는 것을 명심해야 할 것이다. 또한 브랜드육은 상표 상호의 중요성에 대한 소비자들의 인식이

늘리 퍼져 있어 업체들은 브랜드육을 마케팅 전략의 핵심으로 인식하고 다양한 마케팅 전략전술이 필요할 것으로 보인다.

따라서 브랜드육은 소비자가 인식해야 한다는 명제 아래 프로모션 강화를 비롯 방송매체·신문·잡지 등 인쇄매체의 홍보강화와 동시에 소비자 변화를 면밀히 관찰하고 브랜드의 문제점을 찾아 개선하는 자세가 절대적으로 필요한 것이다.

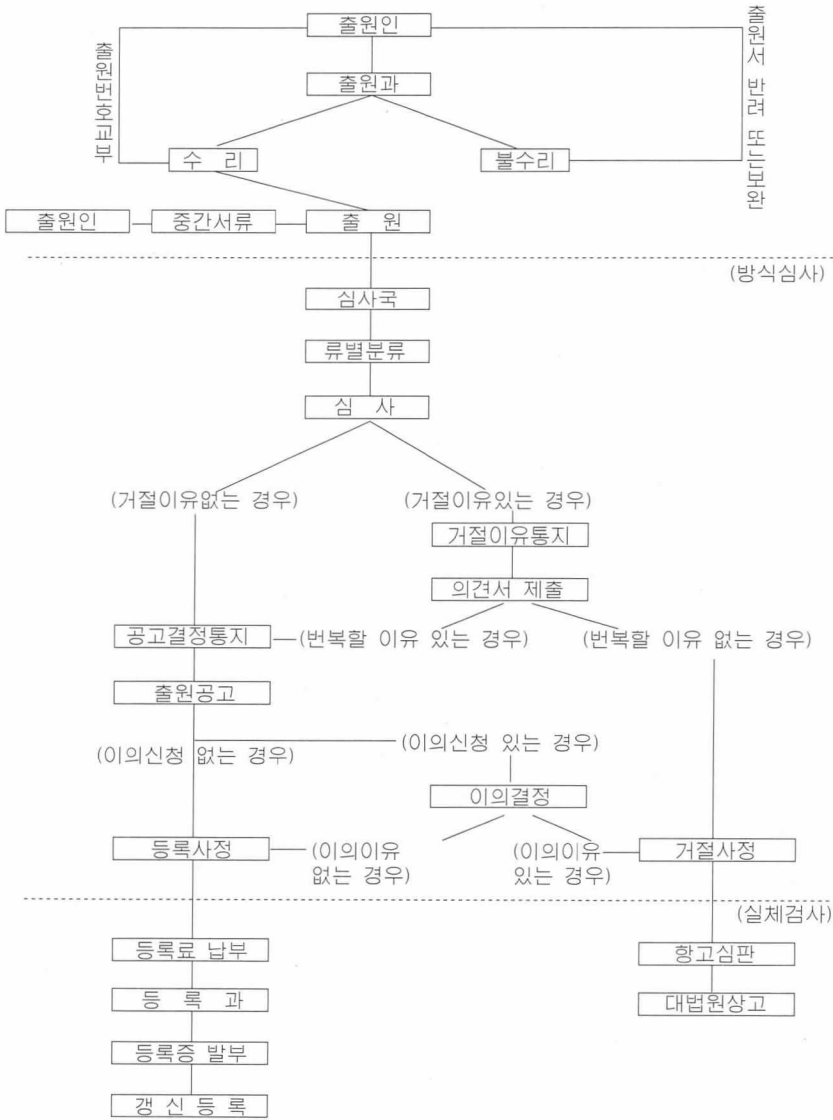
## 5. 축산물 브랜드 등록안내

(특허청에 구비서류 소정요금 납부 → 출원 → 심사 → 등록 절차를 거쳐 완료) 상표법상 상표는 상품을 생산·가공·증명 또는 판매하는 자가 다른 상표와 식별하기 위해 사용하는 기호나 도형·문자·색채 등을 말하는 것이다.

상표를 등록하고 싶은 양축농가들은 구매서류와 소정의 요금을 납부하면 약 1년이 소요되는 출원절차·심사절차·등록절차를 거쳐 상표를 등록할 수 있다.

이때 출원서는 출원인의 주소와 성명(영농조합등 법인의 경우는 대표자의 성명도 함께 기재)과 상표·상품구분 및 지정상품·제출일자·기타 필요한 사항을 기재해 출원서 부분 1통과 상

〈그림1〉 상표등록절차



표를 표시하는 견본 10통을 붙인 서면 1통, 관납  
요금 영수증을 붙여서 제출하면 된다.

요금은 건당 관납요금이 5만원이고(연합상표  
출원시 6만원) 지정상품이 10개이상 초과하는  
경우 매건당 5천원씩 추가되며 대리인(변리사)  
을 선임하는 경우 15~20만원 정도다. 상표 출원  
시 특별히 유의해야할 사항은 현행 상표법상 선  
출원주의를 채택하고 있는 만큼 될수록 빨리 출

원하는 것이 유리하며 상표등록 출원서는 하나의  
상표만 출원해야 한다.

또 상표등록 출원전에 미리 선등록 상표 및  
현재 계류중인 선출원 상표를 조사하거나 전문가  
와 상의하는 것도 좋은 방법이나 상표등록 출원  
에서 등록까지 보다 자세한 사항은 특허청 민원  
안내실(전화 02-568-6074)로 문의하면 된  
다. **義豚**

〈표1〉 브랜드업체 현황

업체명	대표자	주소	전화번호	브랜드명 (상표등록여부)	참여 능가수
부천산업	박선옥	전북 익산시 현영동 93-15	0653-840-5500	KORAM(등록)	400
부광산업	최중기	전북 김제시 진봉면 가실리 6-10	0658-42-7968	부광	50
한주식품	강영국	전북 전주시 여의동	0652-211-9831	린포크(등록)	50
(주)화인종합식품	나도섭	충남 서천군 서면 신희 483-1	0459-952-8002	화인종합식품 (등록)	-
(주)알프스 식품	김재현	충남 서천군 중천면 석촌리	0459-953-6634	홈햄, 알프스햄 (등록)	-
대전충남양돈축협	송건섭	충남 천안시 대흥동 21-1	0417-567-7940	뽕뽕이햄	423
(주)진주	이중구	충남 논산시 가야곡면 왕암리	0461-741-9040	진주햄(등록)	-
논산축협 유통센터	홍준표	충남 논산시 연무읍 안심리 698-3	0461-742-3223	장군햄(등록)	-
오가농협	배현녕	충남 예산군 오가면 역담리 226-9	0458-32-8080	꿀돼지(등록)	7
(주)풍곡식품	박응기	경남 진해시 남문동 901	0553-545-8800	미그린포크	121
우강산업(주)	김업호	경남 진해시 남문동 881-12	0553-546-5070	템포크	173
대성식품(주)	장병수	경남 진해시 남문동 902	0533-545-2194	바이탈포크	45
(주)진주햄	박재복	경남 양산시 유산동 150	0523-387-5001	햄·소시지의외	-
(주)부광유통	김길남	경남 양산시 하북면 순지리 274	0523-83-8000	영포크	400
우리농산	심재홍	경남 함안군 대산면 옥연리	0552-83-6634	아라한포크	3
(주)일진	장환달	경남 창원군 대지면 효정리	0559-32-4643	ONE PORK	-
(주)성신	이규희	충북 충주시 주덕읍 삼청리 379	0441-845-3700	삼청돈육	81
(주)수경유통	이창원	경기 안양시 만안구 박달동 692-9	0343-43-2944	더존, 포비, 린포크	40
신양양돈단지	신용선	경기 안성군 고삼면 신창리 291	0334-74-7324	청정포크	10
풍미유통(주)	이상출	경기 동두천시 상봉암동 146-17	0351-866-8086	풍미포크	8
(주)두리식품	김춘택	경기 부천시 원미구 도당동 272-2	032-682-0088	참돈	30
(주)선진	남대현	경기 이천시 대월면 사동리 114-2	0336-637-5171	크린포크	12
축협중앙회	송찬원	서울 강동구 성내동 451	02-224-8815	목우촌	137
(주)퓨리나코리아	김기용	서울 강남구 역삼동 727-8	02-528-7764	린-포크	100
(주)도드람유통	이범호	서울 송파구 오금동 4-14	02-449-3381	도드람포크	30
(주)미원농장	마재현	경기도 성남시 중원구 하대원동	0342-7207-114	하이포크	146
(주)천하통상	양용기	전남 나주시 운곡동 600	0613-33-8094	천하맛일품	50
대주산업(주)	정은섭	서울 광진구 구의동 594-4	02-201-8101	장수포크	-
(주)우방과학	이순목	대구광역시 북구 침산동 416-8	053-358-1122	에디슨DHA	-
부경양돈축협	신태식	경남 김해시 부원동 611-2	0525-33-5670	포크벨리	28
(주)삼보육가공	조중국	서울 성동구 마장동 766-35	02-299-7600	훼메일포크	-
신원축산(주)	윤동근	서울 성동구 마장동 481-12	02-298-0153	A-젠포크	-
한국냉장(주)	신건식	서울 동작구 노량진동 13-8	02-815-9331	생생포크	-
대구경북양돈축협	김병덕	대구광역시 달서구 이곡동 1000-30	053-582-5026	햄베소	-
제주양돈축협	김석훈	제주시 노현동 905-35	064-44-2321	꿈돌이	-
탐라영농조합법인	윤태현	제주시 심도1동 1174-4	064-56-7949	한라산도야지	20
충세농장도뚜리식품	김충세	제주시 북제주군 조천읍 조천리 2282	064-82-6041	도뚜리	1
(주)삼원	안창삼	제주시 남제주군 대정읍 일과리 551-13	064-94-1171	삼다포그	63
계	:	38개 업체			