



# 본회 닭고기 브랜드 육성 및 활성화 방안

한국계육협회

## 1. 현황

- 가. 닭고기는 대부분 신선육으로 유통되며 소비자가 브랜드를 확인할 수 없음.
- 나. 대형백화점과 대형마트 등 일부에서 3~4개 브랜드가 표시된 포장육이 일부 유통됨.
- 다. 브랜드를 표시하고 판매하는 닭고기도 미포장 상태에서는 이를 소비자가 분별할 수 없고 여러 도계장에서 수집하여 판매하고 있어 브랜드 육성을 저해하고 있음.
- 라. 중간 유통단계에서 재포장되어 브랜드가 섞이는 사례가 있음.

## 2. 문제점

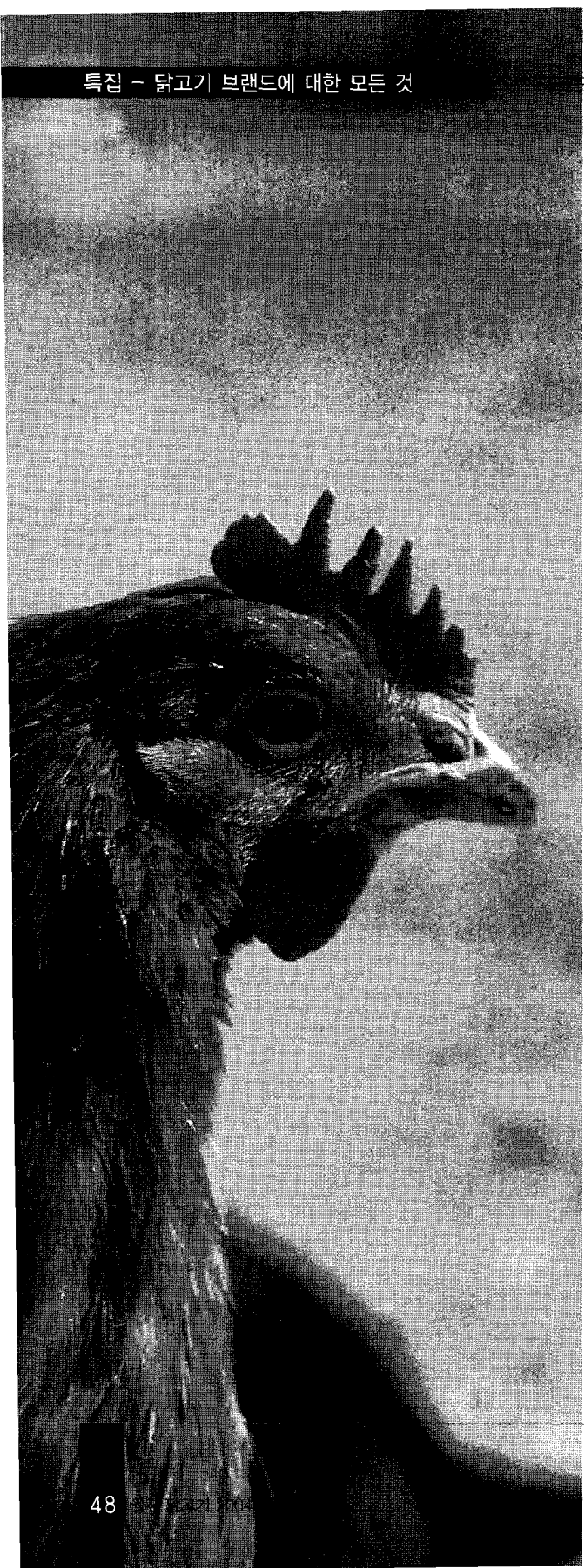
- 가. 브랜드를 표시하는 유일한 방법은 포장된 닭고기를 소비자에게 판매하여 다른 상품과 비교 평가가 필요하나 포장유통이 의무화 안된 상태에서 브랜드육만 포장시 냉각, 포장, 및 위생관리 비용이 추가되어 가

격인상이 불가피함.

- 나. 미포장육을 판매시 일반제품을 혼재하여 우수 브랜드를 악용함.
- 다. 소비자들로부터 브랜드육에 대한 홍보 및 비교 평가 등 품질에 대한 차별화가 안된 상황에서 가격만 인상시 경쟁력이 약화됨.
- 라. 유통 소매단계에서 위생시설이 열악하거나 취약하여 소비자의 신뢰도 저하

## 3. 개선방향

- 가. 품질향상과 소비자에 대한 품질보증 차원에서 브랜드 닭고기는 반드시 포장하여 유통함.
- 나. 포장유통을 위해 도계장에 식육포장처리 시설 설치자금 지원
- 다. 경쟁력 강화 및 브랜드 닭고기의 차별화를 위해 브랜드 정착시까지 포장비 등 비용지원
- 라. 백화점 등 신유통업체에 우선 시행하고 2008년 포장유통의무화 시점에 완전 시행



마. 브랜드 닭고기 소비확대 대책으로 공  
익광고 지원

#### 4. 추진계획

가. 백화점 등 신 유통업체에 100% 브랜드  
육 공급(2005)

- 1) 포장비 등 브랜드육 생산 추가비용  
보조
- 2) 신유통업체에 브랜드육 홍보 및 협조  
요청
- 3) 브랜드 홍보강화 및 인증제도 도입

나. 고품질 닭고기 생산을 위해 생산농가  
HACCP 제도 도입

- 1) 생산농가 시설환경개선자금 지원
- 2) 시범농가 지정 및 교육 홍보 강화

#### 5. 개선효과

- 브랜드가 품질을 보증함으로써 소비자  
에 대한 불신 해소
- 브랜드 육성 발전으로 경쟁력 제고
- 고품질의 안전한 닭고기 생산 공급



닭고기 많이 드세요!