

단풍미인 브랜드 개발과 지역특산품 Marketing전략

〈단풍미인 쌀과 관련하여〉

김 원 봉 소장
정읍시 농업기술센터

I. 서 론

우리나라 쌀 수급은 국내생산의 안정, 의무수입 물량(MMA)의 증가에 따른 수입증가 및 계속되는 소비감소로 인해 공급과잉이 심화되고 재고가 급증할 것으로 전망되고 있다. 2004년산 쌀의 품작으로 2005년도 말(2005년 10월)의 재고는 적정규모 600만 석 내외를 크게 웃도는 1,061만석이었고, 올해 쌀생산이 평년작을 이루는 경우 2006년도 말의 재고는 적정수준의 2배를 넘는 1,330만석에 달할 것으로 추정된다. 쌀 협상이후 의무 수입물량 증가, 일정수준 소비자 시판 등으로 수입쌀과 가격·품질 경쟁이 심화될 것으로 예상되며, 쌀 소비 감소 추세는 지속되지만 소비자의 고품질·안전농산물에 대한 선호도는 더욱 높아지고 있어, 국내쌀 시장도 프리미엄급, 고품질, 일반쌀 등 품질에 따른 차별화가 절실하다. 이에 정읍시에서는 고품질 품종인 일미벼를 선택하여 옥정호가발원인 동진강 맑은 물을 이용하고 지력이 우수한 고부, 영원 등 6개읍면 1,100 ha 단지를 선정 운영하여 “단풍미인 쌀” 브랜드를 출시하고 경쟁력 제고를 위한 고급화 차별화에 주력하고 있다.

II. 쌀 산업의 국내외 여건

1. 쌀 협상에 따라 시장개방 확대전망

TRQ는 '05년 225톤에서 '14년 408톤까지 균등 증량하기로 하였는데 TRQ중 소비자 시판은 '05년 TRQ의 10%에서 '10년 30%까지 균등 증량한 후 '14년까지 30%유지하여야 하며 '04년 합의된 DDA협상 기본골격은 관세와 국내보조 수준이 높을수록 더 많이 감축하도록 규정하여 시장 폭은 앞으로 더욱 확대될 전망이다.

2. 소비감소 등의 영향으로 공급과잉기조 지속 예상

'04년말(양곡년도) 재고는 710만석(102만톤) 수준이며, '05년 품작에 따른 생산증가로 '05년말 재고는 1,061만석(153만톤) 수준 전망

※ 쌀 소비추이(1인당 소비량) : ('85) 128.1kg, ('95) 106.5kg, ('05) 80.7kg

3. 국내쌀 품질이 소비자 기대를 만족시키기 위해서는 신뢰받는 고품질 안전농산물 생산이 절실

4. 쌀 산업의 여건

쌀값 하락으로 농가 소득감소가 우려되고 있는

가운데 소비자는 고품질 브랜드 쌀에 대한 요구가 증대되어 품질의 향상을 유도하고 있고 RPC에서는 농민과 소비자의 입장에서 서로를 보완하여야 하는 가운데 쌀 소비의 감소로 경영여건이 악화될 우려를 낳고 있으며 정부차원에서는 쌀 산업의 경쟁력을 강화하여 관세화 대비에 대비하여야 하는 입장에 처해있다.

III. 정읍시 농정 현황

1. 농정현황

정읍시의 농가수 및 인구는 13,956호, 37,643명(시 인구의24.1%)이고 농지면적은 25,068 ha (논 18,660, 밭 6,408)이며 농업소득현황은 농가당 35백만원 정도를 보이고 있다 (표 1).

벼 재배면적의 추이를 보면 하우스 작물과 특산작물의 재배면적이 증가하면서 계속 감소하는 경향을 보이고 있다 (표 2).

표 1. 농업분야 소득 현황

(단위 : 백만원)

분야별	계	식량작물	축산	원예작물	호당농가소득
조수익	635,441	200,989	344,179	90,273	35
비중	100	31.6	54.1	14.3	

※자료 : 정읍시통계연보(2005)

표 2. 벼 재배면적

년도별	'01	'02	'03	'04	'05	비고
재배면적 (ha)	17,945	17,630	16,963	16,880	16,760	전국대비 1.7%

※자료 : 정읍시통계연보(2005)

2. 정읍쌀 유통 실태

총 생산량은 정곡 54,000톤이며 이중 정부수매가 17.5%로서 전국 평균수준이며, 농협 RPC수매가 21.1%, 일반 RPC수매 9.7%, 민간업체 등 외부유출 8%, 자가소비가 43.7%로 매우 높은 비중을 차지하고 있고 타 지역과 비교하여 보면 정부수매와 RPC수매 현황은 비슷한 수준을 보이고 있으나 자가유통등 자가소비 비율이 매우 높은 편으로 금후, 정부수매 비축미가 점차 감축추세 경향으로 '08년까지 RPC수매를 65% 수준까지 활성화 시키고 자가 유통 및 소비 비율은 25% 수준으로 줄 일 계획이다.

IV. 정읍 쌀 대표브랜드 "단풍미인쌀" 생산

소비자가 믿고 찾는 차별화된 고품질쌀 생산과 농가에게 우리쌀의 긍지와 자부심을 잃지 않는 쌀 산업 경쟁력을 확보하기 위해 2003년 260ha를 시작으로 2006년 현재 1,100 ha, 향후 2010년에는 2,000 ha를 조성할 계획이다.

1. 단풍미인 쌀 생산단지 조성

단풍미인 쌀 생산단지는 섬진강 옥정호의 맑은 물이 흐르고 과거에 바닷물이 들어온 만경통의 땅을 중심으로 2006년 현재 고부면 신흥들 250 ha, 영원면 풍월들 220 ha, 이평면 배들들 200 ha, 정우면 대정들 150 ha, 신태인을 화호들 100 ha, 감곡면 상평들 100 ha로 6개읍면 1,100 ha를 조성 추진하고 있다.

2. 지력증진을 위한 토양관리

가. 유기물 사용

우리나라 유기물의 적정 범위는 2~3%로 조성된 단지가 적정범위 이상의 지력을 가지고 있으나 지력의 유지와 증진을 위하여 첫째, 볏짚을 환원하거

나 녹비작물을 재배해 유기질을 사용하고 있다. 벧짚은 토양물리성을 좋게하는 양질퇴비로 벧짚무게의 14%에 달하는 규산질을 함유하여 미질은 물론 벧 생육중 병해충 견딜성을 강하게 하는 효과를 가져 1석 3조의 효과를 가지고, 녹비작물은 벧짚을 환원하지 못할 경우 유기질을 환원하고 화학비료를 절감하여 품질을 향상시켜 주는데 정읍지역은 기상여건상 자운영재배가 부적합하여 호맥을 무상공급하고 있다.

나. 정밀토양검정에 의한 양분종합관리

2003년 단지를 조성한 후 매년 초가 되면 꼭 하는 영농작업 중하나인 토양검정이다. 농업기술센터는 단지 내 필지별 토양채토와 정밀검정을 통해 시비 처방하고 농가는 보다 과학적인 영농을 설계하여, 최고급 품질쌀 생산을 위한 질소의 표준시비기준인 7kg/10a를 준수하고 있고, 질소비료를 줄여주니 자연 병해충발생도 줄어 병해충 방제횟수도 관행 3~4회에서 1~2회로 감소하였다.

3. 재배관리를 위한 기술지도반과 작목반운영

고품질 쌀이란 외관으로는 쌀알의 균일도와 완전미 비율이 높고, 윤기가 나며 내적으로는 단백질 함량이 낮고 씹는 질감이 부드러우며 영양의 균형이 있는 쌀을 말하는데, 균일한 품질의 고품질미 생산을 위해 농작업의 공동작업이 필요하며 이를 위해 기술지도반과 작목반을 구성 운영하고 있다 기술지도반은 작목반운영위 + 농업기술센터(기술·행정) + 농협 + 농산물유통주식회사로 구성되어 품종선택, 지력증진, 육묘, 이앙, 제초등 병해충 종합관리 등 고품질쌀 생산 재배기술을 지도하고 수확후 건조 저장등 유통판매까지 일원화된 시스템으로 맞춤형 운영한다.

기술지도반과 작목반에서는 우리지역에 적합한 고품질 품종으로 일미를 단일 선택하고, 지력증진을 위한 벧짚시용과 호맥재배로 지력을 증진할 수

있도록 지도하며, 연중 당면영농에 대한 정기적인 교육을 실시하고, 영농작업은 지적도와 작업일지를 비치하여 일지를 작성하되 별도 병해충 방제를 실시한 필지는 정확히 표시하고 생육후기 안전검사를 실시하며 단지내 필지마다 깃발을 세워 외부인이 알아보기 쉽도록하고 농업인 스스로 고품질쌀 생산의 결의를 다지도록 하고 있으며 영농 후기에는 품질관리단을 운영 단백질 함량등 수확 이전의 벧 품질을 점검하여 적합과 부적합 판정을 내려 수매여부를 가려내는 등 저질미 수매방지 와 품질 고급화에 주력하고 있다.

V. 수확 저장 가공 시스템 구축

- 이삭 팬 후 45일 전후 수확 ⇒ 최고 품질 1등급
- 생산단지 내 전용 사일로 설치 및 별적 보관 ⇒ 혼합미방지
- 저장시 저온건조 의무화 ⇒ 16~17% 수분 고정 유지
- 완전미 시설 및 색채선별기를 통한 98%이상 완전미 생산
- 주문량에 따라 도정 공급
- 5개 농협 RPC 통합 수매, 저장, 가공 시스템 일원화
 - 관내 5개 농협 전국 최초 통합 RPC 출범: 2005. 1. 1

VI. 단풍미인쌀 Marketing 전략

1. 정읍시 농산물 대표브랜드 『단풍미인』개발 및 관리

정읍시의 우수 농특산물을 개발하여 생산과정에서부터 판매에 이르기까지 전과정을 투명하고 소비

자가 신뢰할 수 있는 우수상품 개발 및 관리에 노력하고 있다.

- 브랜드명 : 단풍미인(상표등록 : 2004. 1. 29)
- 단풍미인쌀 품질관리 조례 및 단풍미인 브랜드 관리조례(2005. 2. 15)를 제정 철저한 품질관리를 하고 있다. ('06년 현재 단풍미인 브랜드 부여품목 : 쌀, 한우)

2. 정읍시 농산물판매 유통전문 조직 육성

- 명 칭 : 정읍시농산물유통주식회사
(설 립 : 2005. 12. 1)
- 설립자본금 : 14억원
- 정읍시 4, 농협 3.2, 축협 0.4, 산림조합 0.4, 영농조합 0.2, 농민·출향인 5.8
- 참여인원 : 3,222명 (시, 농협, 농민, 시민, 출향인등)
- 전문 CEO 영입
- 설립배경 : 전문 판매조직을 통하여 농특산물 전략적 판로개척으로 농촌경제 활성화 및 농가소득 증진
- ※ 전국 최초로 농산물유통주식회사를 설립한 사례이며 농림부와 각 지자체에서 지대한 관심으로 벤치마킹 사례

3. 단풍미인 브랜드 전략적 홍보

가. 전략 목표

- 우리시 농특산물 대표브랜드 「단풍미인」 집중홍보
- 단풍미인 브랜드 파워를 통한 판매망 확충
- 고품질 농특산물 생산, 농가 소득증대 도모
- 시장 개방화에 대비 전략적 판로 개척

나. 추진방향

- 전국민을 대상으로한 홍보전략 추진
- 대량 소비지역인 수도권 집중공략

- 관내 농특산물 홍보관건립, 대도시 상설판매장 확보
- 인터넷(홈페이지, 홈쇼핑) 판매망 구축
- 출향인을 상대로한 D/B 구축 : 100,000명 목표

4. Marketing 전략

지역차별화	지역차별화 - 동진강의 발원지인 옥정호와 내장산을 품고 있는 청정 자연환경
품질차별화	품질차별화 - 생산, 저장, 가공, 포장, 유통 혁신을 통한 고부가가치화 친환경확대로 판매 활성화
판매차별화	판매차별화 - 대규모 할인점 및 전문점 Road-Shop과 On-Line 판매 등 ON/OFF-Line을 아우르는 다각화된 판매망을 통한 고객접근
속도 차별화	속도차별화 - 생산에서 가공, 판매에 이르는 기간의 단축화를 통한 Speed영업 전략 수행
Network차별화	생산자와 소비자의 유기적인 네트워크화
Design차별화	단순 포장재 디자인에서 탈피 상품 및 지역 홍보 까지 연계활용

가. 지역 차별화

섬진강 동진강의 상류인 옥정호 맑은 물로 생산된 청정쌀의 이미지와 과거 간척지역으로 유기물이 풍부하고 보수력, 보비력이 뛰어난 식질양토 지역으로 1970년대 최고급 생산지[신흥, 배내] 인 산지력, 상품력, 광고력, 판촉력을 구비한 시 차원의 사업전개하여 차별화를 유도한다.

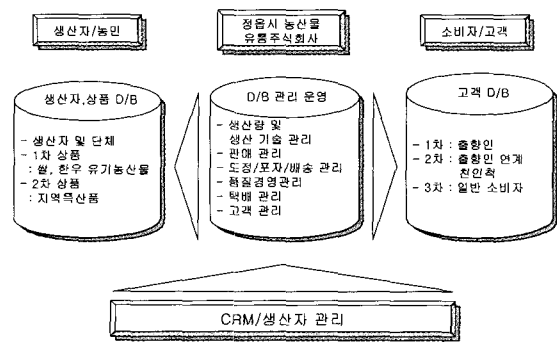
나. 품질 차별화

- 고품질 쌀 생산을 위한 전략 필요
- 전단계 : 고품질 쌀 생산을 위한 품질 관리실 설치 고품질 쌀 생산단지 조성 및 생산자교육

- 및 지원
- 품종선택단계 : 품질과 생산력을 겸비한 우수 종자 선정 - 일미
- 재배단계 : 시비관리 ⇒ 저 질소 시비 [10 a당 7 kg미만]
물 관리 ⇒ 식미치에 밀접
등숙관리 ⇒ 적정한 등숙은 천립중에 관여단 백질 함량이 낮아짐으로 품질향상
- 수확후 관리
건조⇒ 45°C에서 수분함량 16% 건조
저장⇒ 수분함량률16% [±1%] 로유지, 저장 고의 온도는 5°C이하, 습도는 70%이하로 저장
도정⇒ 완전미율을 감안 국내산 쌀의 완전미율은 90%이상 상승 생산인 증제실현으로 정밀 과학도정과 상품별 혼입을 방지
- 식미 평가를 소비자에게 제공함으로써 쌀의 품질, 가격, 브랜드 인지도를 소비자가 판단할 수 있도록 한다.

- 정미 과정에서 발생하는 생산자별, 품종별, 등급별 도정 잔류쌀을 최소화하고 세미 RPC설치
- 전국 최초로 HACCP식품 공장형 도정 공장을 소비지 근교에 설치
- 수요자 요구 취합 맞춤형 도정을 하는 관계 마케팅을 연결, 도정으로 조곡 또는 현미를 정미해서 공급시간을 최소화 한다. [시간으로 승부 4시간 내 공급]

마. Network 차별화



다. 판매 차별화

주요시장	구매특성	시장 규모 및 잠재력	전략개요
할인점 대형마트	- 균질상품 균질가격 - 농산물/신선식품	- 규모 및 잠재력 큼	- 유통업체 시스템에 맞는 상품 규격화 - 초기 판매망 구축에 따르는 영업역량 강화 - 품질/가격 경쟁력 우위 확보를 위한 노력
수퍼마켓	- 제품 다양성/품목별 통합구매 [Vendor] - 농산물/신선식품취급	- 할인점에 비해 위상 약화 - 농산물 비중 위축	
단체급식	- 급식에 맞는 적정품질 - 급식 용이한 상품선호	-단체급식활성화로규모 잠재력 큼	- 급식 및 요식업 대비전문 상품화 시스템 구축 - 안정적 공급을 위한 초기 시설 자원 투자
요식업체	- 용도에 맞는품질 선호 - 신선도 및 납품시장	-외식비증가때문에 잠재력 상승	

라. 속도 차별화를 위한 소비자 RPC 운영

- 시간당 2 ton × 가동율 20시간 = 최대 60 t규모의 운영

바. Design 차별화 - 포장지 개선

- 소비자 행동 패턴연구를 통한 직접 보관형 박스 포장
- 소비자 편의를 위한 2중 내지로 보관성 강화 및 개봉후 변질 방지
- 판매 사례 경향 분석을 통해 15 kg 판매로 월간 단위 판매 수량 결정

VII. 맺는 말

우리 정읍시는 쌀을 해결하지 않고는 정읍 농업을 살릴 수 없다는 일념 하에 우리시의 최대 생산 품목이며 주 소득원인 쌀에 대한 고품질 쌀 생산을

위해 단품미인쌀 생산 단지를 조성하여 소비자가 원하는 차별화된 고품질 쌀을 생산, 판매하고 있다. 명품 브랜드 관리를 위하여 단품미인 브랜드를 개발, 엄격한 심사를 통하여 브랜드를 부여 우리시가 야심차게 농정을 추진하는 사업으로 온 심혈을 기울이고 있어 머지않아 전국적인 유명 브랜드로 자리 매김 할 것을 확신하며 이를 위하여 행정의 모든 역량을 발휘해 나갈 것입니다.

덧붙여 농산물 수입 개방에 대비하여 새로운 품목 개발과 함께 한발 앞선 유통 판매 전문조직육성은 전국최초이며 농림부와 각 지자체에서 매우 관심 있게 지켜보고 있는 가운데 우리시는 이를 반드시 성공하여 농업 농촌 발전과 농촌 경제활성화에 크게 기여하고자 한다.