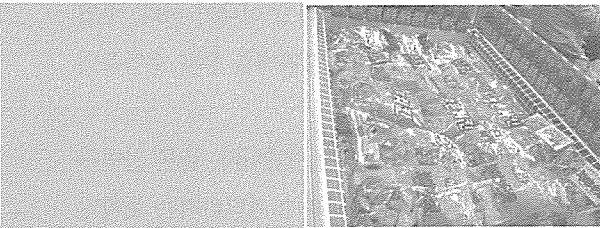


# 축산물 '이름 내걸고' 승부한다

- 브랜드화 사업 박차



한미 FTA 등 개방화의 물결 속에 우리 축산물이 경쟁력을 갖기 위해서는 품목별로 차별화된 전략이 필요하다.

농림부는 제품의 '이름을 내걸고' 정면 승부하는 브랜드 축산물의 생산·유통을 통해 시장차별화 및 국내산 축산물의 경쟁력 제고를 꾀하고 있다.

특히 규모화·전문화된 생산조직을 중점적으로 지원·육성해 축산농가의 안정적 판로확보 및 소득보장에 힘쓰는다는 계획이다.

지난 5월에는 축산물 브랜드 37개 경영체에 대해 1천43억을 지원하는 내용의 2006년 축산물 브랜드 사업 지원대상 경영체 및 지원금액을 확정했다.

브랜드 난립을 방지하기 위해 금년도까지만 신규 축산물브랜드 경영체를 선정, 2013년까지 집중 지원해 우수 브랜드로 육성하는 것을 골자로 하고 있다.

# Planning special [4]

## 기획특집

홍보팀

### ■ 2006년도 축산물브랜드사업 지원계획

농림부는 지난 5월 축산물브랜드사업에 대한 '사업추진심의회' 의결을 거쳐 2006년 축산물 브랜드사업 지원대상 경영체 및 지원금액을 확정했다.

해당축종은 한우와 돼지로, 한우(26개소, 789억원) 부문에 신규(15개, 363억원), 추가(11개, 426억원), 돼지(11개소, 253억원) 부문에 신규(9개, 168억원), 추가(2개, 85억원) 등 37개 경영체에 모두 1천43억원을 지원한다<표1>.

지원금액은 출하선급금, 매취자금, 가축경영비, 사료통일자금 등 우수 브랜드 육성기반을 조성하는데 사용이 가능하다.

지난 2월에 발표한 '축산물브랜드중장기발전계획'에 따라 이번에 신규로 선정된 24개 브랜드경영체는 2004~2005년에 선정된 49개 경영체(총 73개)와 더불어

<표 1> 세부 지원계획

(단위: 억원)

구분	축협	농협	영농법인	주식회사	계
한우	714	31	32	12	789
	(20)	(2)	(3)	(1)	(26)
돼지	168	-	66	20	254
	(5)		(5)	(1)	(11)
계	882	31	98	31	1,043
	(25)	(2)	(8)	(2)	(37)



어 2013년까지 우수 브랜드로 육성될 수 있도록 집중 지원할 계획이다.

세부내용을 보면 우선 총 73개 브랜드경영체에 규모화 내실화를 위한 자금을 연차적으로 지원하고, 사업추진실적이 우수한 경우 무이자 인센티브자금을 지원한다.

또한 브랜드경영체(73개)의 생산, 경영, 재무와 마케팅 전략 등을 종합적으로 컨설팅해 판매 확대 및 소비자 인지도를 강화시키고, 브랜드경영체의 내실화와 품질균일성, 규모화, 위생·안전성을 강화, 유통업체 및 소비자로부터 신뢰받는 우수 브랜드로 육성(특히 우수 브랜드 인증 획득)한다.

이와함께 '우수 축산물브랜드전시회'를 통해 우수 브랜드의 판로 개척과 소비자 인식제고 등의 다각적인 홍보를 지원할 계획이다. 아울러, 브랜드 사업을 통해 브랜드 주체가 위생·안전성·품질·방역·환경 등 모든 것을 책임 있게 관리할 수 있도록 역량을 집중해 나갈 계획이다.

## ■ 축산물 브랜드화 육성계획 수립 배경

축산물브랜드 수가 1999년 195→2001년 525→2003년 700개 등 빠르게 증가해 왔으나 소규모·부실 브랜드의 난립으로 소비자 혼란을 초래하게 됐고 일반 축산물과의 품질차별성은 약한 반면 가격만 비싸다는 소비자 단체 등의 불만이 고조돼 왔다.

또한 우수 브랜드 개념 미정립 및 생산부터 가공·판매에 이르기까지 농가 등이 지켜야 할 지침이 체계화돼 있지 못하고, 주로 지역명, 사료의 특징 등을 브랜드 명칭으로 사용하고 있으나 우수브랜드 요건을 충족시키기에는 미흡한 면이 많았다.

생산규모가 영세해 대형유통업체 등 판매망 확보에 어려움이 있었으며 소수의 경영체만이 LPC를 이용하고 상당수는 일반 가공장 이용하는 등 도축·가공단계에서의 위생관리도 미흡했다.

이에 정부는 생산에서 도축·가공, 유통·판매 단계에 이르는 전과정의 관리가 우수한 브랜드 육성을 통해 소비자 신뢰를 확보하고, 브랜드화를 통한 원산지, 위생·안전성, 고품질을 보장하고자 2004년 2월 축산물 브랜드화 육성계획을 수립하게 된다.

## ■ 소비자가 믿고 찾을 수 있는 우리 축산물 생산

전문화된 브랜드 컨설팅, 우수브랜드 판매망 구축 지원과 더불어 소비자가 신뢰하는 우리 축산물 생산을 위

해 우선적으로 추진하고 있는 것이 소비자단체 주관으로 실시하는 '우수 축산물브랜드 인증제도'다

이 제도는 소비자단체에서 각계의 전문가를 주축으로 '우수축산물 브랜드 인증위원회'를 구성, 브랜드 인증을 신청하는 브랜드경영체에 대해 생산에서부터 최종 판매단계까지 품질, 위생·안전 등의 주요평가 항목을 확인하고, 그 결과를 발표함으로써 소비자에게는 우수 축산물을 안심하고 선택할 수 있는 기준을 제시해주는 한편 브랜드경영체가 스스로 책임지고 고품질 축산물을 관리·운영하는 여건을 조성하는 제도다.

**브랜드 인증 절차**

브랜드업체 신청 → 시·도지사 추천 → 인증위원회 서류심사 및 현지실사 → '소비자문제를연구하는 시민의모임' 주관하에 평가내용 점검

인증위원회는 소비자, 생산자, 연구기관 및 관련기관의 전문가로 구성된 현지 실사단을 연중 활용해 품질의 균일성을 위한 혈통·사료 및 사양관리 통일여부, 고품질, 물량공급능력과 함께 위생 안전성 등을 점검, 일정한 수준과 능력을 갖춘 우수 브랜드를 인증함으로써 브랜드육에 대한 소비자 신뢰를 높이고 있다

※ 인증위원회에 참여하는 전문가 그룹

- 소비자문제를 연구하는 시민의 모임, 롯데백화점, GS리테일, 삼성테스코, 한국생산성본부, 한국농협 협회컨설팅
- 학계(서울대, 충북대, 건국대)
- 농촌진흥청, 국립수의과학검역원, 농협중앙회, 종축개량협회, 한우협회, 양돈협회 등

또한 2005년도의 경우 인증신청 브랜드육(20점)에 대해 성장호르몬과 항생제 테스트를 뉴질랜드의 공인 기관(Agri Quality)에 의뢰한 결과, 전체 시료가 불검출로 나타나 브랜드 인증제도의 우수성이 객관적으로 입증된 바 있다.

**■ 우수 축산물로 인증받은 브랜드와 유통업체와의 판매연계**

정부에서는 우수 축산물인증 브랜드와 대형 유통업체간 협의회를 연2회 정기적으로 개최해 생산자와 유통업체간에 정보를 교류, 상호 이해를 높이도록 유도하고 브랜드경영체로 하여금 유통업체의 요청사항을 정확

**브랜드육 판매추이**

- 우수 브랜드 인증업체의 브랜드육 판매물량이 계속 증가
  - 한우(7개) : (03) 3,682두 → (04) 5,300 → (05) 8,845
  - 돼지(10개) : (03) 480천두 → (04) 619 → (05) 843

히 인지할 수 있는 자리를 마련, 우수 브랜드의 판매확충을 기하고 있다. 이런 노력이 이루어짐에 따라 우수 인증 브랜드육의 판매물량은 매년 증가 추세에 있다.



인증 브랜드에 대한 소비자 인지도를 조사해 정책효과를 분석하고, 브랜드경영체로 하여금 소비자가 원하는 상품을 개발할 수 있는 기회를 마련코자 지난 2005년 10월 '축산물브랜드 인지도 조사' 를 실시한 바, 인증 브랜드의 인지도가 계속적으로 증가하고 있음을 알 수 있었다.

- 인지도 조사결과 : ('04) 18% → ('05) 20.8% (한국갤럽조사)

### ■ 소비자로부터 신뢰받는 축산물브랜드 육성



정부는 브랜드 난립을 방지하기 위해 장기적으로 총 80여개(한우, 돼지에 한함)의 브랜드 경영체를 대상으로 그 경영체의 규모화와 내실화를 위한 지원을 강화, 소비자로부터 신뢰받는 브랜드경영체로 육성해 나간다는 계획이다.

그리고 사양·경영·브랜드관리 등 분야별 전문가를 확보한 민간 브랜드 컨설팅 전문업체를 지정, 브랜드경영체의 생산·경영·재무와 마케팅전략 등을 종합적으로 컨설팅해 우수 브랜드에 대한 판매 확대와 소비자 인지도를 확충해 나가도록 하고, 매년 개최하고 있는 '우수 축산물브랜드전시회' 를 통해 차별화된 우수 브랜드의 판로 개척과 소비자 인식제고 등 다각적인 홍보를 지속적으로 지원해 나갈 계획이다.

### ■ 소비자에게 사랑받는 우리 축산업 육성

이렇게해 2013년에는 한우의 경우 전체 사육두수의 50%('05 : 30%), 돼지는 70%('05 : 48%)가 브랜드 육으로 유통되도록 함으로써 향후 미국산 쇠고기 수입 재개 등 외국산 육류의 국내 영향에 대한 완충 역할을

#### 육성 지표

○2013년까지 80여개의 우수 브랜드 집중·육성

○브랜드경영체 사육두수 점유율

- 한우 : ('03) 17.4% → ('05) 29.5 → ('10) 42 → ('13) 50

- 돼지 : ('03) 41.4% → ('05) 47.7 → ('10) 62 → ('13) 70

함은 물론 소비자들이 우리 축산물을 믿고 선택할 수 있는 기반을 확충해 나갈 계획이다.

농축산업중 다른 분야에 비해 일찍 개방화된 우리 축산업은 창의적이고 선진적인 브랜드경영을 통해 브랜드 파워를 키우고, 소비자들로부터 사랑받는 제품을 생산하는 한편, 브랜드 주체가 위생·안전성·품질·방역·환경 등 모든 분야에 대해 책임있게 관리해 나가도록 함으로써 우리 국민들의 건강한 먹거리를 책임지도록 할 계획이다.



### ■ 향후 축산물 브랜드화 추진계획

2006년에 마지막으로 신규 경영체를 선정·지원하고, 그 예산이 상환되는 2008년까지는 현재 예산규모(932억원)로 운용하고, 2009년부터 브랜드의 규모화, 내실화를 위해 예산규모를 확대할 계획이다.

또 브랜드사업에 참여하는 경영체의 연간 사업추진실적을 평가해 우수 경영체에 대한 무이자 인센티브자금 지원을 확대하며 농협중앙회에서 지역축협에 지원하는 자금을 브랜드사업자금과 명확히 구분·운용, 브랜드사업의 효율성을 확보할 계획이다.

특히 브랜드사업 평가체계를 개선, 성과위주로 전환하고, 사업추진의 자율성을 확대할 계획이다. 이를 위해 사업 경영체별, 연도별 성과지표를 설정한 D/B 관리체계 구축, 사업실적평가 실시하고 브랜드경영체를 체계적으로 평가할 수 있는 시스템을 2006AgriX사업으로 개발해 2007년부터 적용할 계획이다.

브랜드 참여농가의 실익증진 도모를 위해 농가에 직접 지원되는 출하선금급, 사료통일용자금의 자부담(20%)을 면제, 경영체의 부담을 완화하고 경영체에서 회원농가에 지원되는 금리를 인하해 농가실익 제고하며 소규모 농가도 브랜드경영체의 회원농가로 입회토록 유도, 소규모농가 브랜드사업 참여기회를 확대할 계획이다.

이와함께 전문화된 민간 축산물브랜드 컨설팅 전문업체를 육성하고 브랜드경영체의 지원을 확대하며 브랜드경영체 상호간 자율적 협력여건 조성을 위해 '브랜드경영체협의회'를 발족(2005년 7월)한데 이어 장기적으로는 정부지원은 줄이고, 브랜드경영체협의회가 조성한 자금 등으로 컨설팅을 시행한다는 방침이다.

브랜드경진대회 및 브랜드 인증사업의 효율적 운영을 위해 2007년부터 축산물브랜드경진대회와 우수 축산물브랜드 인증사업을 통합, 운영하며 2007년 통합이후에도 경진대회와 같이 우수 브랜드에 국무총리, 장관 상장 및 시상금을 지원할 계획이다.

또한 현재 한우, 돼지에서 육우, 육계까지 우수 브랜드 인증을 4개 축종으로 확대해 추진하고 사업 신청자격을 도축장 HACCP운용 평가결과 상등급 이상이고, HACCP인증 가공장을 이용하고 있는 브랜드경영체로 제한해 소비자 신뢰도를 제고('06년 인증제부터 적용)한다는 방침이다. ㉟