축산물 브랜드 육성계획

농림부는 2월 27일 DDA 등 개방확대 추세에 대응하여 수입산과 국내산 및 국내 축산물 상호간의 시장 차별화를 유도하고 소비자에게 선택기준을 제공하는 한편 우리 축산물에 대한 소비자의 신뢰를 제고시키기 위한 핵심 사업으로 "축산물브랜드 육성계획"을 발표하였다.

Ⅰ. 축산물브랜드 현황

□ '03년 6월 현재 축산물 브랜드 수는 700개로 매년 빠르게 증가

○상표등록 브랜드업체수 : ('99) 194개 → ('01) 342 → ('03.6) 428

〈축산물브랜드 현황〉

구분	계	한우	돼지	닭	계란	기타
계	700(100%)	177(25.3)	242(34.6)	52(7.4)	181(25.9)	48(6.8)
등 록	428(61.1%)	138	151	37	80	22
미등록	272(38.9%)	39	91	15	101	26

※ 기타는 양봉(17), 오리(15), 사슴(6), 산양유(4), 흑염소(2) 등

Ⅱ. 문제점

□ 우수 브랜드 개념 및 모델 미정립으로 체계적인 브랜드관리 미흡

○우수 브랜드 개념 불명확, 사양지침 미비, 경영관리 능력 부족 등

□ 대부분 브랜드경영체의 생산규모가 영세하여 안정적 물량공급이 어려움에 따라 대형유통업체 등 판매망 확보에 애로

○한우 브랜드 중에 1천두 미만을 사육하는 경영체가 65% 점유

- 4천두 이상의 규모화된 경영체는 15개(8.5%)에 불과

□ 도축·가공단계에서의 위생관리 미흡

○우수 브랜드경영체의 경우 LPC 등 HACCP 적용 도축·가공장을 이용하고 있으나 상당수는 일반 가공장 이용

□ 대형 유통업체와 장기계약을 맺고 「생산자 브랜드」로 판매하는 경우는 아직 소수

○소비자단체 등에서도 일반 축산물과의 품질차별성은 약한 반면 가격만 비싸다는 불만표시

Ⅲ. 축산물브랜드 육성 추진계획

1. 축산물브랜드의 개념 정립

< 우수 축산물브랜드의 요건 >

○ 품질의 균일성 : 종축·사료·사양관리 통일

○ 위생·안전성 제고 : 친환경적 사양관리, 도축·가공시 HACCP 준수 등

○ 규모화 : 안정적 물량 공급 능력 확보

2. 우수 축산물브랜드 경영체 육성 지원

□ 지역별·유형별 특성에 맞는 규모화된 브랜드경영체 조직 지도

○브랜드 주체가 일정규모 이상의 농가를 조직화하여 생산·판매관련 규약을 제정하고 농가지도를 체계적으로 실시

○지자체에 지역대학, 연구기관, 관련 업체의 전문가가 참여하는 지역 클러스터를 구축하고 사업개발, 기술·경영자문 등 실시

* 도별로 「○○도 한우(돼지) 브랜드 사업단」을 구성하고 전문가 15~20명으로 구성·운영(분야별로 3인 내외의 전담자 임명)

□ 산지 축산물 생산·유통 지원사업을 브랜드경영체에 집중 지원

○'04년 예산 1,632원중 932억원을 브랜드경영체에 지원하고 지원비중을 매년 증가(조합경제활성화 사업은 700억원 지원)

* 지원조건 : 3년거치 후 일시 상환

○지방비 지원 등 지자체에서 적극 참여하는 브랜드경영체 우선 지원

○사업계획서 제출(1월), 시·도 추천(2월)을 거쳐 현장실사 후 외부 전문가로 구성된 "사업추진심의회"에서 최종 확정(3월)

□ 전문화된 축산물브랜드 컨설팅 지원

○농협중앙회 축산유통부내 브랜드지원팀 신설·운영(2월)

○브랜드 전문 컨설팅 업체 지정제도 도입('04)으로 내실있는 컨설팅 도모

- '05년부터 연간 10개 브랜드경영체에 대해 집중적인 컨설팅 지원

○농가 등이 활용할 수 있는 브랜드 경영지침서 발간·보급(5월)

- 혈통관리·사료·사양관리에서 도축·가공·판매 등 준수 사항 기술

○ 브랜드 경영 및 관리 자가진단프로그램 개발 · 보급(12월)
- 생산, 유통, 마케팅 등 경영자료를 자가입력하고 개선위한 진단 수단 제공

□ 우수 브랜드경영체에 대한 인센티브 부여(4월)

○평가절차를 거쳐 선정된 우수 브랜드경영체에 대해서는 무이자 인센티브 자금 지원('04 : 122억원, 1년거치후 상환)

3. 브랜드축산물의 위생수준 제고 및 판로확대 지원

□ 위생수준이 높은 도축장과 가공장 이용을 유도하여 차별화된 위생 · 안전성 확보

○우수 브랜드의 자격요건에 HACCP 인증 도축 · 가공장 이용 의무화

○우수 브랜드경영체와 계약관계를 맺고 도축 · 가공하는 우수 도축 · 가공업체에 대하여 경영자금, 원료육 구매자금 등 우선 지원('04)

* 도축장 운영자금 : 150억원(개소당 8억이내), 가공장 원료육 구매자금 : 376억원

□ 백화점 · 할인점 등 유통업체와 연계체계 구축 지원

○ 생산자 브랜드와 구매 계약을 체결하고 자체 매장 또는 가맹점을 통해 브랜드육을 판매하는 유통업체에 원료육 구매자금 지원('04 : 79억원)

○ 브랜드경영체와 대형유통업체 정례협의회 개최로 판로개척 지원

○ 장기계약 거래 등 브랜드육 판매 우수 유통업체에 정부시상 추진
- 브랜드 경진대회시 우수판매업체에 대해서도 정부시상(10월)

○ 유통업체와 장기계약을 체결한 브랜드경영체에 부분육 포장비 일부 보조 방안 검토

4. 우수 축산물브랜드 인증제도 도입

□ 우수 브랜드 인증지침 마련

○ 브랜드에 대한 소비자 신뢰도를 높이기 위해 우수 브랜드 요건을 정하고 브랜드를 관리할 수 있는 여건 마련

○ 축산물등급판정소 주관으로 각계 전문가로 구성된 "축산물 브랜드인증위원회"를 설치 운영(3월, 축종별 10~15인)
- "축산물 브랜드인증위원회"에서 브랜드 인증지침을 제정(6월)하여 인증기준, 평가방법, 신청절차 및 인증품 사후관리 등을 규정
- 인증방법 : 브랜드 인증 기준에 따라 점수를 부여 한 후 일정점수 이상을 얻은 브랜드를 우수브랜드로 인증

○ 우수 축산물브랜드 인증마크 개발 및 특허청 상표등록 추진(8월)
- 브랜드인증기관 주관하에 민간용역을 통해 인증마크 개발 및 출원

□ 우수 브랜드 인증제도 홍보 및 신청 · 선정

○ 소비자, 생산자 및 유통업체에 인증지침을 집중 홍보하여 인지도 제고(8월~)

○ 인증을 희망하는 경영체의 신청(8월)을 받아 현장실사를 거쳐 선정(10월)

○ '04년 브랜드경진대회 수상업체 및 전년도 수상업체에 대해 우선적으로 인증(제 1회 우수 브랜드 인증업체)
- 우수 브랜드 인증 경영체에 대해서는 전시회 참가비 등 지원

□ 인증업체에 대한 사후관리

○ 우수 브랜드 인증 경영체에 대한 자금지원 등의 인센티브 강화

○ 2년마다 재평가하여 부실 브랜드는 인증 취소하고 우수시 재인증

5. 우수 브랜드에 대한 홍보 강화

□ 브랜드 활성화 심포지엄을 개최하여 브랜드화 분위기 확산(3월)

□ 지역토론회를 개최하여 성공사례 소개 및 지역브랜드 발전방안 토의(4월)

□ 우수 브랜드에 대한 다각적인 홍보지원 추진

○ 우수 브랜드 홍보책자 발간 및 대중매체를 통한 홍보강화

○ 농림부, 농협 등 농업 관련 인터넷 홈페이지에 우수 브랜드 소개코너 신설

○ 유통단계 · 규모별 브랜드축산물 판매 및 소비동향 조사 · 분석

□ 축산물브랜드경진대회 및 전시회의 내실화

○ 소비자 인식제고 및 판로개척에 기여할 수 있도록 다양한 행사 마련

○ 우수 브랜드 시상금 상향조정 및 시상분야 확대 추진

6. 브랜드화와 연계한 친환경 · 안전성 축산구조 조기 육성

□ 규모화된 우수 브랜드를 중심으로 최고기생산이력제를 시범도입하고 단계적으로 확대

○ 생산이력제를 희망하는 우수 브랜드를 대상으로 '04년에 시범사업 실시

□ 브랜드사업을 위생 · 친환경 · 고품질 등 축산정책의 전략적 축으로 발전

○ 가축방역 등 사육단계별 친환경적인 요소를 우수 브랜드요건에 포함

□ 축산업등록제, 친환경 축산직불제 등 정책사업에 브랜드경영체의 선도적 역할 유도