축산물 브랜드 2단계 발전대책 발표

농림부는 한미 FTA 타결 등 수입개방에 적극적으로 대응하기 위해 「축산물 브랜드 발전대책」을 대폭 강화하여 브랜드의 체질개선에 나선다고 밝혔다. 국내 축산물 브랜드의 통합 · 규모화 · 품질고급화 등 체질개선을 통해 브랜드육이 시장에서 성공적으로 정착하도록 한다는 것이다.

지난 '04년 2월 수립한 축산물 브랜드 발전대책의 추진으로 현재 800여개에 이르는 브랜드가 출현하는 등 양적 확대가 이루어졌으나, 소규모 브랜드에 차별성이 약해 시장에서의 브랜드 가치가 미미하고 오히려 소비자에게 혼란만 가중시킨다는 지적이 있어왔다.

1. 브랜드 지원자격 강화 및 정책자금 지원방식 개선으로 규모화 · 광역화를 추진한다.

1등급이상 출현율, 연간 출하두수 등 브랜드 평가항목별 달성목표를 설정하고 이를 달성하는 경영체에 한해 연간 총 2천억원의 운영자금을 낮은 금리(연 3%)의 융자로 지원한다. '17년까지 3단계로 나누어 1등급이상 출현율을 한우는 80%, 돼지는 90%까지 끌어올리고 연간 출하두수도 브랜드별로 한우 2천두, 돼지 20만두로 끌어올릴 계획이다.

구 분		6년	10년(1단계)	13년(2단계)	17년(3단계)
1등급이상 출현율	한우	44.50%	60%	70%	70%
	돼지	62.5%('07.9)	70%	80%	90%
연간 브랜드 출하두수	한우	600두	800	1,400	2,000
	돼지	25천두	80	140	200

아울러 농장복지 · HACCP 농장 · 무항생제 등 신규 가점기준을 신설하여 안전하고 친환경적인 브랜드육 생산을 유도하고, 우수한 브랜드 경영체에게는 가축분뇨처리사업, 축사시설 현대화사업 등 정부지원사업을 하나의 패키지 방식으로 통합 지원하여 브랜드 육성을 가속화할 계획이다.

2. 브랜드 직영 판매시설을 확대하여 브랜드육을 저렴하게 공급한다.

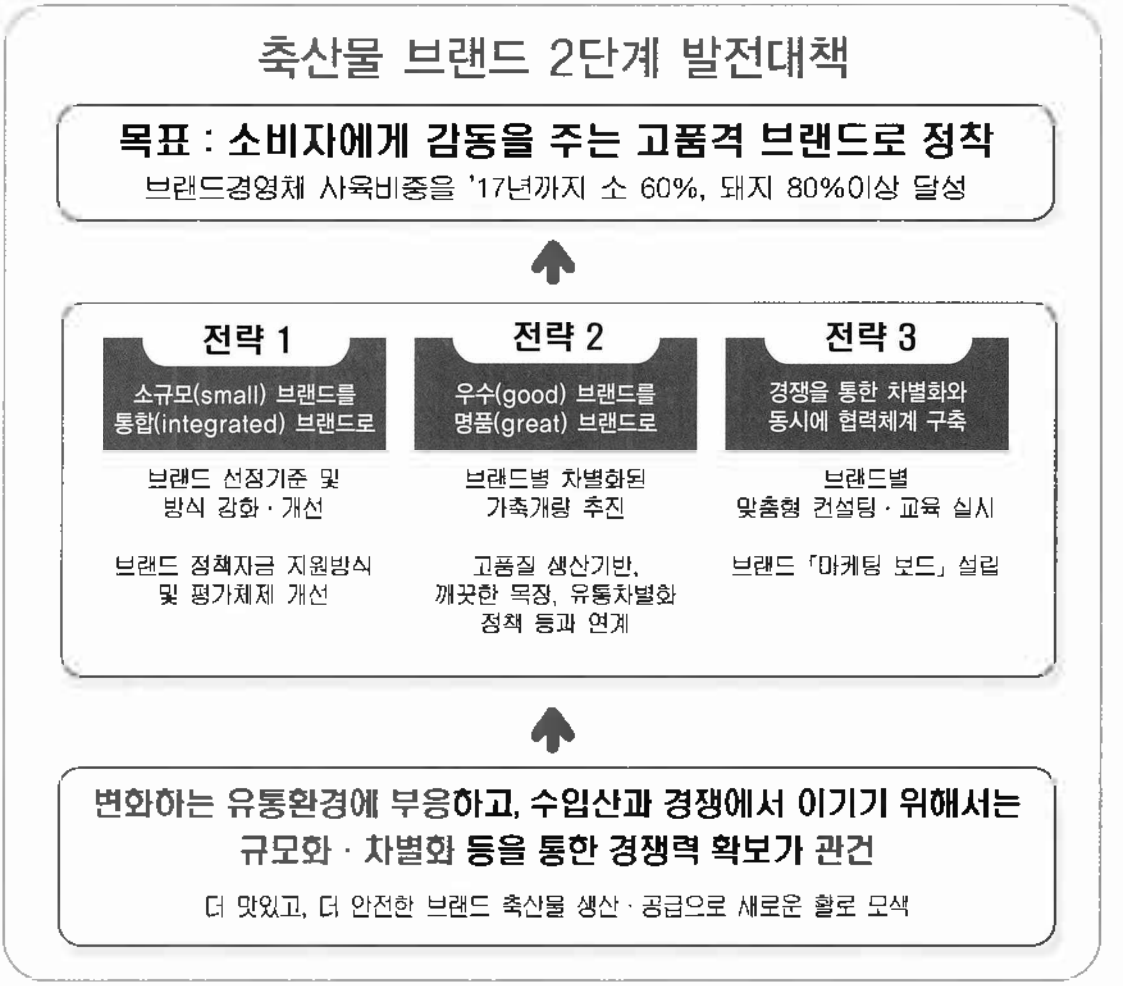
대도시 근교 소비자 접근이 용이한 지역에 브랜드육 타운을 조성한다. 10개 내외의 브랜드가 정육점과 음식점 형태로 입점하여 산지에서 고기를 직접 공급함으로써 고품질의 브랜드육을 저렴하게 맛볼수 있는 장소로 조성할 계획이다. 정부에서는 '08~'09년간 80억원을 투입하여 시범적으로 2개소를 조성할 계획이며, 향후 사업효과를 분석하여 '13년까지 총 10개소로 확대해 나갈 계획이다. 아울러 브랜드별로 직영 판매점을 설치시 시설자금도 지원하여 산지직송된 브랜드육을 소비자가 쉽게 접할 수 있도록 할 계획이다.

3. 브랜드별 가축개량 촉진 및 깨끗한 농장환경 조성으로 고품격 브랜드로 발전시켜 나간다.

우량 암소를 다산 내상우로 지정 · 관리하여 브랜드별로 고능력 한우 암소집단을 육성하고, 한우 정액에

대해서도 등급제에서 경제형질(근내지방도, 도체중 등)을 고려한 개체별 가격제로 전환하여 공급함으로써 브랜드별로 차별화가 이루어질 수 있도록 할 계획이다. 아울러 축사시설현대화, 가축분뇨처리사업, 조사료 생산기반확충사업 등 깨끗한 농장환경 조성을 위한 사업에 대해 브랜드 경영체를 중심으로 지원할 계획이다.

4. 맞춤형 컨설팅, 경영자 교육 및 홍보로 브랜드의 성장을 뒷받침 한다.

분야에 대한 수요를 파악하여 맞춤형 컨설팅을 지원하고, 축산물 브랜드 MBA과정을 개발, 경영자 및 임직원에 대한 교육을 지원할 계획이다. 또한 브랜드별 홈페이지를 연결하는 허브(HUB)사이트를 구축, 인터넷을 통한 브랜드육 판매를 추진하고, 브랜드 마케팅 연합추진단(민간)을 구성하여 공동으로 홍보 및 식육연구 등을 수행할 계획이다. 농림부 관계자는 FTA 등 수입개방 확대, 사료가격 인상 등 축산업의 어려움을 극복하기 위해서는 축산물 브랜드가 선도적인 역할을 수행하여야 할 것이며, 이를 위해 브랜드 발전대책을 강력히 추진할 계획이라고 밝혔다.

• 문의처 : 농림부 축산물위생과 신대식 서기관 (02-500-1929)