

# 축산브랜드의 시장현황 및 미래전략

Korea Small & Micro Business Consulting Association



사단법인 한국소상공인컨설팅협회

(사) 한국소상공인컨설팅협회  
<http://www.kmconsultant.or.kr/>

서울 서초구 양재동 356-10 3F  
Tel:1599-1774/Fax:02-575-4399  
E-mail : ksba@daum.net

# 축산물브랜드의 시장현황 및 미래전략

## 1 축산물 브랜드 현황

### 브랜드화란

\*브랜드(Brand)화란 공산품이나 식품가공품에서 기업판매 전략의 일환으로 자리잡은 개념  
\*축산물에서의 브랜드화란 상품명, 심볼마크, 생산과, 생산업체, 품질보증 등을 명시하여 다른 경쟁품과의 차별화를 위한 유통행위

구분	계	한우	돼지	닭	계란	기타
브랜드수(율)	700개 (100%)	202개 (28.9%)	278개 (39.7%)	54개 (7.7%)	106개 (15.1%)	60개 (8.6%)
등록	549개 (78.4%)	182개 (90.1.8%)	219개 (78.8%)	36개 (66.7%)	64개 (60.4%)	48개 (80%)
미등록	151개 (21.6%)	20개 (9.9%)	59개 (21.2%)	18개 (33.3%)	42개 (39.6%)	12개 (20%)

<자료: 축산물등급판정소 2008>

\*2008년 축산브랜드는 한우 202개, 돼지278개, 닭54개, 계란106개, 기타60개 등 총700개

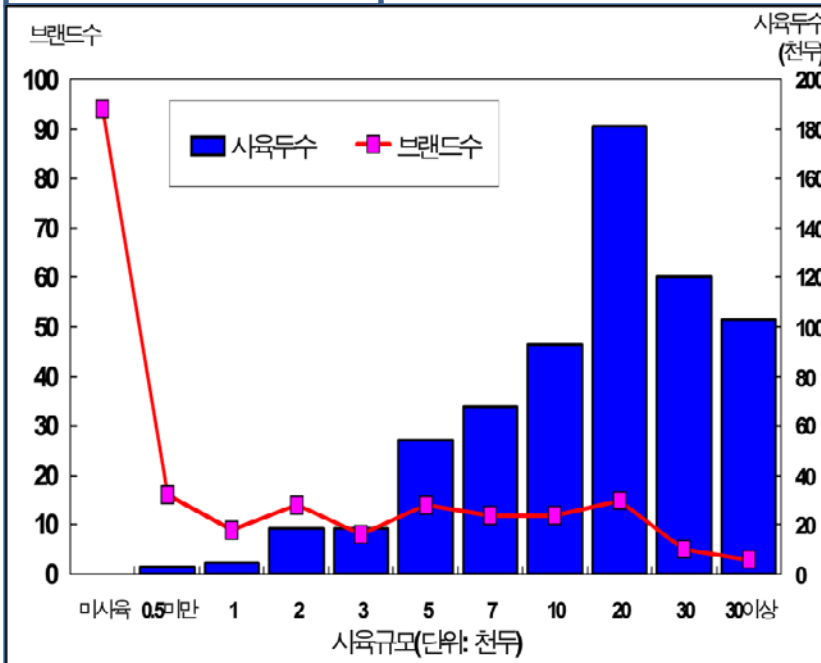
\*2007년 대비 93개 감소 :기본브랜드 통.폐합과 소규모 영세브랜드 퇴출 영향

\*축산물브랜드 등록비율은 전년 72.4% 대비 6.0%증가한 78.4%로 나타남

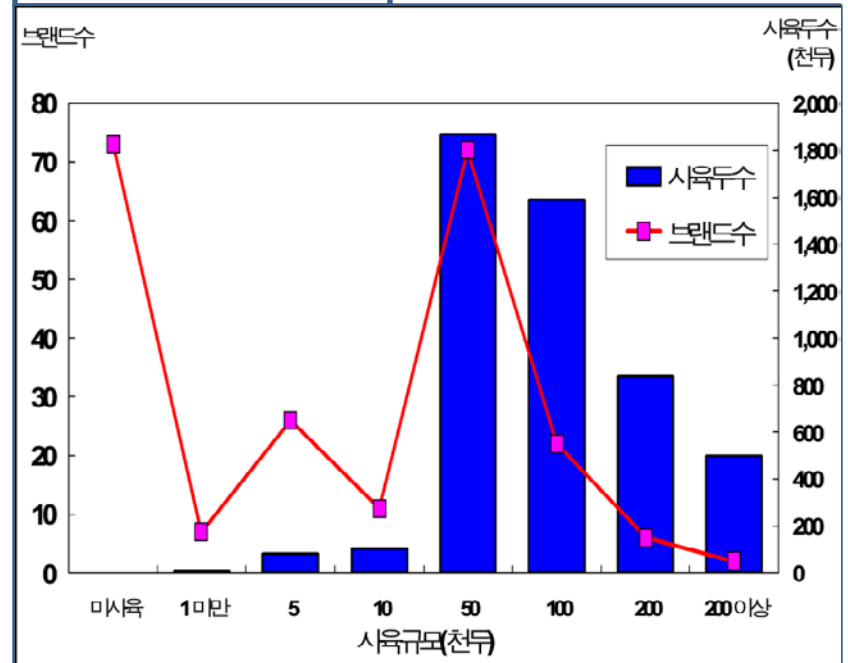
# 축산물브랜드의 시장현황 및 미래전략

## 2 축산물 브랜드 사육현황

한우사육규모



양돈사육규모



<자료:<축산물 등급 판정소 2008>>

한우

- \*한우사육규모는 대부분의 브랜드가 100두에서 5000두 미만 분포
- \*만두 이상 대형브랜드 경영체가 23개(11.4%)로 전체 사육두수 대비 58.9% 차지

돼지

- \*사육기반이 있는 돼지브랜드는 178개(60.4%), 사육기반 없는 브랜드는 100개(58.9%)
- \*십만두 이상의 24개(2.9%)로 브랜드 경영체 에서 총 사육두수의 26.8%차지

# 축산물브랜드의 시장현황 및 미래전략

## 3 축산물브랜드출하 및 판매현황

### 연간출하 현황

구 분	한우	돼지	닭	계란
전국(A)	471,269두	13,355천두	633,541천수	10,000백만개(p)
브랜드경영체(B)	161,994	8,384	347,625	2,069
비율(B/A)	34.4%	62.8	54.9	20.7

\*한우브랜드 출하 형태는 자가브랜드 출하 41.8% 도매시장출하 34.2%로 대부분 유통업체와 육,가공업체출하 감소, 자가브랜드출하 증가추세

\*농·축협은 경우 자가브랜드출하 42.4% 전년대비8.1%증가

\*도매시장출하는 39.6%로 5.7%감소

\*자가브랜드 판매의 경우 농·축협이63% 가량 높음

\*자가브랜드 판매비율은 전년54%대비 4.6%증가한 56.7%

### 축산물 출하현황

구 분	한우	돼지	닭	계란
합 계	100.0%	100.0	100.0	100.0
도매시장	34.2	13.8	2.0	1.0
유통업체	5.5	7.0	12.0	45.5
육가공업체	2.4	6.7	-	0.1
자가도축	41.8	56.9	75.3	39.6
기 타	16.0	15.6	10.7	14.2

### 브랜드 경영체의 출하형태별 판매현황

구 분	도매시장	유통업체 계약	육가공 업체계약	자가브랜드 출하	기타	계
전 체	34.2%	5.5	2.4	41.8	16.0	100.0
개별농가	30.0	2.8	-	51.9	15.3	100.0
농·축협	39.6	3.6	1.1	42.4	13.3	100.0
생산자단체	32.9	1.4	15.0	17.4	33.3	100.0
영농조합	25.0	-	-	12.0	13.0	100.0
유통업체	25.7	2.9	4.1	50.1	16.6	100.0
지 자 체	18.5	8.5	-	47.3	25.7	100.0
전 체	13.9%	7.0	6.8	56.7	15.6	100.0
개별농가	15.0	2.8	8.0	52.4	21.8	100.0
농·축협	11.7	9.9	1.2	63.0	14.1	100.0
생산자단체	22.8	9.3	3.9	46.5	17.5	100.0
영농조합	12.4	6.2	22.6	46.1	12.7	100.0
유통업체	12.2	7.4	4.0	60.5	15.9	100.0
지 자 체	50.0	-	8.6	41.4	-	100.0

<자료:축산물등급판정소 2008>

# 축산물브랜드의 시장현황 및 미래전략

## 4 전국 시,도별 축산물 브랜드 등록현황

시·도	합 계		한우	돼지	닭	계란	기타
	브랜드수	점유율					
전국	700개	100%	202	278	54	106	60
서울	29	4.1	6	9	5	8	1
부산	4	0.6	-	1	1	1	1
인천	-	-	-	-	-	-	-
대구	24	3.4	10	4	2	7	1
대전	11	1.6	3	4	-	2	2
광주	25	3.6	3	12	2	2	6
울산	10	1.4	5	4	-	1	-
강원	42	6.0	11	14	2	10	5
경기	115	16.4	28	51	13	11	12
경남	95	13.6	22	47	1	16	9
경북	102	14.6	49	32	2	14	5
전남	46	6.6	18	15	3	7	3
전북	26	3.7	12	9	3	-	2
제주	35	5.0	4	29	2	-	-
충남	72	10.3	15	31	14	6	6
충북	64	9.1	16	16	4	21	7

## 5 브랜드 추진 주체 별 현황

구분	계		한우	돼지	닭	계란	기타
	브랜드수	점유율					
전 체	700개	100%	202	278	54	106	60
개별농가	155	22.1	30	40	15	61	9
농·축협	119	17.0	71	36	2	7	3
생산자단체	25	3.6	8	11	1	2	3
영농조합	97	13.9	30	35	6	14	12
유통업체	280	40.0	49	149	29	21	32
지 자 체	24	3.4	14	7	1	1	1

- \*추진 주체 별 브랜드 현황은 총700개중  
유통업체 280개, 개별농가155개,축협119개,  
영농조합법인97개 생산자 단체25개 순으로 진행
- \*한우는 농,축협이35.1%, 돼지는 유통업체가  
53.6%로 활동 중
- \*한우는 영농조합법인의 감소(21.1%)가 두드러짐

# 축산물브랜드의 시장현황 및 미래전략

## 6 2009년도 우수축산물 브랜드 현황

시도	축종	브랜드명	경영체명
경기도 (9)	한우(3)	물맑은양평개군한우	양평축협
		안성마춤한우	안성마춤농협조합공동사업법인
		한우람	한우람사업연합
	육우(1)	우리보리소	농업회사법인금천(주)
	돼지(4)	선진크린포크	(주)선진
		웰팜포크	다비육종
		청미원올리브포크	청미원식품
	하이포크	대상팜스코(주)	
육계(1)	마니커	(주)마니커	
강원도 (5)	한우(4)	늘푸름홍천한우	홍천축협
		대관령한우	평창영월정선축협
		하이록한우	하이록사업단
		황성한우	황성축협
	돼지(1)	백두대간포크	강원창영농조합
충청북도 (4)	한우(2)	속리산황토조랑우랑	보은축협
		청풍명월한우	청풍명월한우사업단
	돼지(1)	생생포크	주식회사 한냉
	육계(1)	목우촌닭고기	(주)농협목우촌
대구광역시 (1)	한우(1)	팔공상강한우	대구축협
충청남도 (5)	한우(1)	토바우	토바우사업단
	돼지(4)	동설맥포크	진왕영농조합
		장군포크	논산계룡축협
		진생원포크	진생원포크영농조합
		포크빌	대전충남양돈농협
전라북도 (5)	한우(4)	단풍미인한우	단풍미인한우영농조합
		장수한우	장수축협
		참예우	참예우사업단
		충채보리한우	전북한우협동조합
	돼지(1)	목우촌프로포크	(주)농협목우촌
전라남도 (3)	한우(2)	지리산순한한우	순한한우브랜드사업단
		함평천지한우	함평축협
	돼지(1)	보성희천족돈	보성그린티양돈조합

시도	축종	브랜드명	경영체명
경상북도 (6)	한우(3)	명실상감한우	상주축협
		영주한우	영주축협
		참품한우	(주)경북한우클러스터
	돼지(2)	실라리안소백산썩돈	소백산썩돈영농조합
		의성마늘포크	의성축협
경상남도 (6)	육계(1)	올품	(주)올품
		남해화전한우	남해축협
	한우(4)	천하1품	김해축협
		하동솔잎한우	하동축협
		합천황토한우	합천축협
		보리먹인돼지가천맥돈	(주)해드림푸드
	돼지(2)	포크밸리	부경양돈농협
제주도 (3)	돼지(3)	제주블로포크	(주)정록
		제주포크	제주양돈농협
		한라산도야지	영농조합법인탐라유통

**\*우수 축산물 브랜드는 정부와 소비자 단체에서 생산,유통,가공의 각 단계별 심사기준에 의해 평가 중**  
**\*평가항목은 1등급이상 출현율(20점),품질관리(20점), 브랜드관리(20점),위생안전성(30점),기타(5점)으로 항목별 정량심사**

# 축산물브랜드의 시장현황 및 미래전략

## 7 축산물 브랜드 디자인 현황

### 한우브랜드 디자인 현황

특징	브랜드명
역사적 로고+ 브랜드명	 
자연환경로고 + 브랜드명	     
품목형상 브랜드명	           
워드마크	    

### 양돈브랜드 디자인 현황

특징	브랜드명
역사적 로고+ 브랜드명	   
자연환경로고 + 브랜드명	   
품목형상 브랜드명	    
워드마크	     

\*2009년 소비자가 선정한 대한민국 축산물 우수브랜드의 브랜드 디자인을 분석하여 분류

\*디자인은 크게 역사적 로고와 자연환경 로고 품목형상 로고 유형으로 분류

- 역사적 로고:해당지역이나 해당상품의 역사적 사실과 품질의 우수성의 형상화 디자인
- 자연환경 로고:해당지역이나 자연환경의 청정성과 무공해, 무오염성 등을 형상화 디자인
- 품목형상 로고:해당품목을 추상적, 구체적 형상화한 디자인

# 축산물브랜드의 시장현황 및 미래전략

## 8 축산물 브랜드의 문제점

### 1 개별브랜드 및 유사브랜드 난립

\*소규모 생산자조직 및 개별 농장위주의 브랜드개발로 소비자 인식도 낮음  
\*동일지역 내 지역조합, 전문조합, 생산자임의단체별 개별브랜드화로 품질의 차별화 미비

### 2 영세생산자 중심에 따른 품질관리 미흡

\*생산자의 브랜드 인식결여와 소규모 물량으로 인한 충분한 물량확보 미흡  
\*시장에서의 상품에 대한 신뢰도 구축 미비

### 3 브랜드 지적재산권 보호장치 미흡

\*상표등록 등 지적재산권 획득에 대한 관리소홀  
\*지역 명이나 보통명사의 브랜드 사용에 따른 상표등록불가(단순 의장등록수준)

### 4 원산지 위주의 브랜드 난립

\*지역기반의 지역 명 브랜드사용에 따른 유사브랜드 난립  
\*지역 명이나 조합명의 다수브랜드 난립에 따른 브랜드 별 차별성 확립 미비

### 5 브랜드 명, 상표에 대한 전문성 부족

\*브랜드 명이나 상표에 대한 전문성미비에 따른 소비자 이미지 각인실패  
\*단순산지를 표시하거나 출하조직의 이름으로 상품화로 경쟁기반 약화

### 6 브랜드의 사후관리 미흡

\*브랜드개발 후 품질관리, 브랜드 마케팅 전략 등 사후관리 부재

### 7 브랜드에 대한 자산적 개념 부족

\*브랜드를 단순 판촉개념으로 인지하는 경향 팽배  
\*브랜드에 대한 생산과 인식 부족



# 축산물브랜드의 시장현황 및 미래전략

## 9 축산물 브랜드의 미래전략

전략과제I	브랜드 인증제도의 규격화 실시
현황 및 문제점	<ul style="list-style-type: none"> <li>*브랜드 인증요건의 간소화로 인한 지역브랜드 난립현상초래</li> <li>*브랜드에 대한 소비자의 신뢰 및 경쟁력 확보실패</li> </ul>
개선방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>*현행시행 되고 있는 브랜드 인증제도를 효과적 개선정책 마련 프로그램 도입</li> <li>*브랜드 별 수준 평가에 의한 서열화에 따른 신뢰성 고취</li> <li>*등급별 브랜드컨설팅 지원제도 마련을 통한 국내축산기반 성장 동력 추진</li> </ul>
추진과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>*현행인증 제도의 정량심사 기준강화 프로세스 마련</li> <li>*인증브랜드에 대한 대국민 홍보 방안마련</li> <li>*브랜드 별 수준평가 시스템 도입과 평가에 따른 맞춤컨설팅 지원체계 구축</li> </ul>

# 축산물브랜드의 시장현황 및 미래전략

전략과제II	생산관리의 표준화 시스템구축
현황 및 문제점	<ul style="list-style-type: none"> <li>*각 사업장 별 생산,이력관리에 따른 소비자 신뢰도 미비</li> <li>*생산,도축,유통의 단계별 투명성 부족에 따른 브랜드 충성도 미흡</li> </ul>
개선방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>*축산물 생산관리의 질적 향상을 위한 표준생산 시스템 구축</li> <li>*품질생산 이력제의 정확성을 위한 등급심사제도 개선</li> <li>*생산에서 유통까지의 투명생산관리 체제 구조개선</li> </ul>
추진과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>*축산물 생산시스템 선진화를 위한 단계별 실무지침 매뉴얼마련 보급</li> <li>*소비자 신뢰성 회복을 위한 브랜드 별 생산이력관리 프로그램 도입 및 교육</li> <li>*가격구조의 혁신을 위한 자구책 마련</li> </ul>

# 축산물브랜드의 시장현황 및 미래전략

전략과제III	지적재산권 활성화를 위한 브랜드 지원사업 마련
현황 및 문제점	<ul style="list-style-type: none"> <li>*상표 및 디자인에 대한 전문성 결여로 소비자 인식부족 초래</li> <li>*지적재산권에 대한 인식 부족으로 재산권보호 및 활용미비</li> </ul>
개선방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>*디자인의 경쟁력 확보를 위한 관련 개선교육 프로그램 운영</li> <li>*지적재산권 확보 및 운영에 대한 지도프로그램 실시</li> </ul>
추진과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>*농림부산하 디자인 경쟁력 강화를 위한 정책개발 수립</li> <li>*관련협회와 지회를 중심으로 한 지적재산권의 활용성 홍보프로모션 실시</li> <li>*영농법인 및 관련단체 실무자 교육 프로그램 개발 및 운영</li> </ul>

# 축산물브랜드의 시장현황 및 미래전략

전략과제Ⅳ	유통시스템의 다변화 사업 체계구축
현황 및 문제점	<ul style="list-style-type: none"> <li>*브랜드 난립에 따른 차별성 미흡으로 유통실적 개선미비</li> <li>*다양한 유통채널 구축실패에 따른 유통다변화 미흡</li> </ul>
개선방향	<ul style="list-style-type: none"> <li>*브랜드 별 차별화 전략실천에 따른 이미지 개선 노력</li> <li>*다채널을 위한 지역브랜드기반의 F/C,V/C의 CHAIN사업진입</li> <li>*생산이력관리를 통한 소비환경의 정례화 노력</li> </ul>
추진과제	<ul style="list-style-type: none"> <li>*경쟁력 있는 유통구조개설을 통한 생산근절 체계 시스템마련</li> <li>*직접유통방식의 활성화를 위한 Franchise, Voluntary System 지원 육성</li> <li>*가공상품 경쟁력을 위한 F&amp;D체계 구축</li> </ul>

# 감사합니다

(사)한국소상공인컨설팅협회