



부여군



굿트래브랜드 글로벌 경영실현



부여군청 유통수출팀장 안영일

보시는 순서

- ◆ 공동브랜드 현황
- ◆ 굿뜨래육성 및 관리체계
- ◆ 브랜드 마케팅 및 홍보
- ◆ 굿뜨래 상품화 및 판매전략
- ◆ 굿뜨래 세계화 및 농식품 수출증대
- ◆ 굿뜨래 브랜드 파워
- ◆ 비전(부여8味 식품가공산업 육성)

부여군 공동브랜드 ‘굿뜨래’ 현황

■ 굿뜨래 개발의도

- 고품질 생산시스템 구축 도모
- 유통구조 변화/국제화에 대응하는 지역 생산품에 대한 새로운 이미지 부각
- 품질관리와 공격적 마케팅 전략을 통한 소득증대와 부여군의 위상제고



■ 굿뜨래 개발 및 사용현황

- 개발년도 : 2003년 12월
- 상표등록 : 국문 20개류 / 영문 20개류 (05. 12 등록완료)
- 사용승인 및 단체 : 2011년 제 4차 사용승인 / 71조직 6,400여 농가 (1차,2차,3차 산업에 포괄적 적용)
- 사용승인 절차
 - 1차 : 예비심사, 2차 : 전문기관용역심사, 3차 : 심의위원회 최종심사

부여군 공동브랜드 ‘굿뜨래’ 현황

Symbol Mark의 의미

- 굿뜨래는 부여의 기름진 땅과 천혜의 깨끗한 자연환경인 좋은 (Good/굿) 들에서 생산된 최고의 제품을 표현합니다.
 - 영어의 좋다는 의미인 GOOD과 자연을 상징하는 나무의 뜻인 TREE의 합성어로 좋은 자연을 상징하고 있습니다.
 - 프랑스어로 미각, 식용, 입맛, 심미안, 안목, 센스의 의미를 가진 Gout(굿)과 몹시, 매우, 대단히 의미를 가진 Tres(뜨래)의 합성어로 발음이 굿뜨래 (Gouttres)로 동일합니다.



굿뜨래 주요 농산물 생산현황

부여8미(味)

품 목	재배면적(ha)	생산량(천톤)	생산액(억원)	전국점유율	비고
양송이버섯	67.3	8	242	45.0%	전국1위
방울토마토	310	20	411	13.0%	전국1위
수박	2,200	110	957	8.0%	전국2위
밤	5,328	10.2	260	13.5%	전국2위
멜론	180	6	125	12.7%	충남1위
표고버섯	135	3.5	280	14.9%	전국1위
오이	173	11	147	3.1%	
딸기	277	9.7	256	3.0%	

@부여8미 총생산액 : 2,678억

관내 총 생산량 18만톤, 총 생산액 9,000억원

굿뜨래 육성 및 관리 체계

- 운영체계 : 굿뜨래 농산물 연합사업(공동마케팅)
 - 운영(참여)주체 : 조합공동사업법인(부여군관내 9개 지역농협)
 - 부여군내 품목별 6개 산지유통센터를 구심점으로 운영
(부여, 동부여, 규암, 구룡, 세도, 부여밤영농)
 - 수박, 멜론, 밤, 양송이, 토마토, 딸기, 오이 연합마케팅 운영
(공동선별 공동계산)
 - 굿뜨래 브랜드 활용 : 고품질상품 위주
 - 비파괴 수박,멜론 당도,중량 선별시스템 구축 (4개소 6대)



굿뜨래 육성 및 관리 체계

■ 고품질 브랜드 농축산물 생산대책

- 공동상표사용생산자 정기 교육
 - 년 2회 (외래 전문강사 초빙)
- 상표사용자 자체품질관리원 지정운영
 - 생산자
- 굿뜨래 상품품질관리원 지정운영
 - 공무원, 전문관리원
- 품질관리원 정기교육
 - 년 4회
- 공동상표사용 생산자 지원시책 추진
 - 브랜드포장재개발 및 제작
 - ISO인증, FDA검사, 잔류농약검사, 성분검사
 - 품질관리장비, 친환경농자재, 유료절감시설 등

굿뜨래 브랜드 마케팅 및 홍보

■ 브랜드 홍보

- 굿뜨래 농특산물 홍보책자 제작
 - 종합 1종, 간편 2종
- 굿뜨래 온라인장터 운영
 - 굿뜨래장터
- 굿뜨래 광고
 - 공중파방송, 전광판, 지하철, 터미널, 수송차량 도색광고 등
- 굿뜨래홍보차량 운행
 - 부여군 직접운영 / 동영상, 문자 홍보
- 쇼핑백, 캐릭터인형, 넥타이, 키고리, 깃발 등 판촉물 배부 홍보
- 기타
 - 굿뜨래 지역이미지 통일화 홍보판, 싸인물, 조형물등 설치 홍보



굿뜨래 브랜드 마케팅 및 홍보

■ 시장개척 판촉활동

- 매년 20회 이상 홍보사업 실시
 - 부여군, 농협 부여군지부, 공동사업법인
- 식품박람회, 농산어촌, 혁신박람회 등 각종 박람회참가 판촉홍보
- 굿뜨래 수박,멜론 집중판촉
 - 하나로마트, 롯데마트, 홈플러스 등
- 수도권 자매결연지 직거래장터 참가 홍보판촉
 - 4개단체
- 지역축제와 연계한 홍보사업
 - 백제문화제,서동연꽃축제 등
- 인터넷쇼핑몰 입점홍보
 - 굿뜨래마켓, G마켓, 옥션, 농사랑
상상이상



굿드래 상품화 및 판매전략

■ 농가출하 방식

연합판매사업 (공동마케팅)

- 공동선별, 출하, 계산 원칙
 - 품질의 객관성과 품질관리의 효율성 제고
- 연합사업법인 일괄 출하 판매
 - 농협중앙회부여군지부 + 회원조합 연합

기타 작목반 및 영농법인

- 선별장으로서의 운송과 일괄처리 시스템
- 출하비용 최소화 원칙

- 출하상품의 엄격한 품질관리기준 적용
 - 농, 특산물 품질관리 기준 제정
 - 품질기준에 맞게 엄격한 출하
 - 품질기준 위배 시 사용승인 취소



굿드레 상품화 및 판매전략

■ 품질관리 시스템 운영

- 지정된 품질관리사의 지도감독과 생산자 자체 품질관리사 운영으로 품질의 공신력 확보와 대외 신뢰도 확충
 - 전문분야 공무원 30명, 승인단체 자체품질관리원 71명
 - 상품의 하자발생시 삼진아웃제 도입 및 심의위원회의 선정취소 등 제도적 장치 마련
 - 유급 품질관리사 : 공동선별사 운영 (07년부터수박,멜론)
- 농식품 안전성검사 년 2회 실시 의무화 (검사비 지원)
- GAP 농가인증 및 유통시설 GAP시설 지정 관리 : 7개소
- 생산이력추적관리를 통한 생산유통정보 제공



굿뜨래 세계화 및 농식품 수출증대

■ 해외 식품박람회 참가 등 해외시장 홍보판촉 사업

- 주최/주관
 - 부여군/부여군 농특산물 수출협의회, 농협연합단, 수출업체 등
- 주요내용 및 추진사항
 - 인지도 증대, 상담, 홍보판촉으로 소비확산 수출촉진
- 2004년 : 인도네시아(자카르타), 일본(북해도, 동경), 홍콩
- 2005년 : 인도네시아, 러시아, 미국(버지니아), 뉴질랜드, 일본(오사카), 홍콩, 중국(상해)
- 2006년 : 인도네시아, 뉴질랜드, 호주(시드니), 일본(동경), 대만(타이페이), 홍콩, 중국(장춘)
- 2007년 : 인도네시아, 뉴질랜드, 필리핀(마닐라), 일본(동경), 대만(타이페이)
- 2008년 : 대만, 필리핀(마닐라), 뉴질랜드, 홍콩, 인도네시아, 일본(동경), 홍콩, 베트남(호치민)
- 2009년 : 대만(타이페이), 일본(북해도, 동경), 필리핀, 태국(방콕)
- 2010-2012년 : 일본, 대만, 필리핀, 말레이시아, 태국, 독일, 미국



굿프래 세계화 및 농식품 수출증대

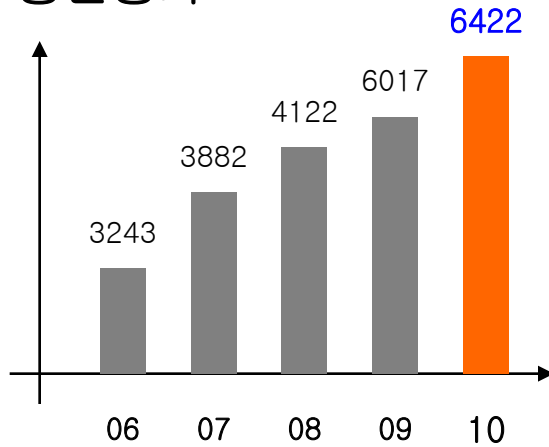
수출컨설팅 및 수출선도 전문가 육성

- 농특산물수출협의회 운영
 - 2001. 6. 1 발족 민간주도협의체 (35명)
- 2005년 부터 가지, 멜론, 수박, 토마토, 밤, 배등 6개품목 컨설팅 실시
- 농특산물수출협의회(농식품), 농협연합사업단(농산물)등 수출선도 전문가 및 단체육성
 - 회원 상호간 정기적 교류 및 정보교환 등

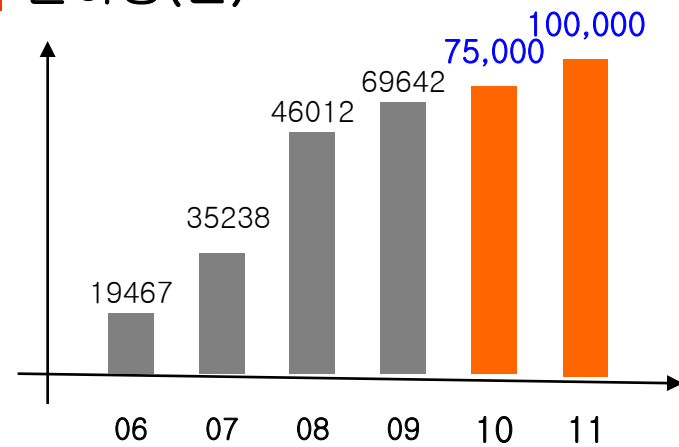


굿뜨래 브랜드 파워(생산및 매출액 현황)

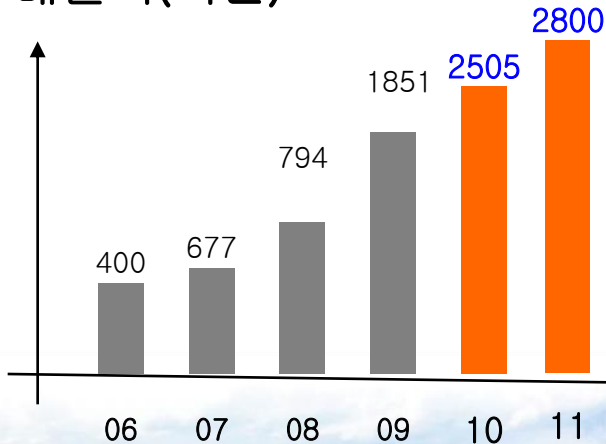
■ 승인농가



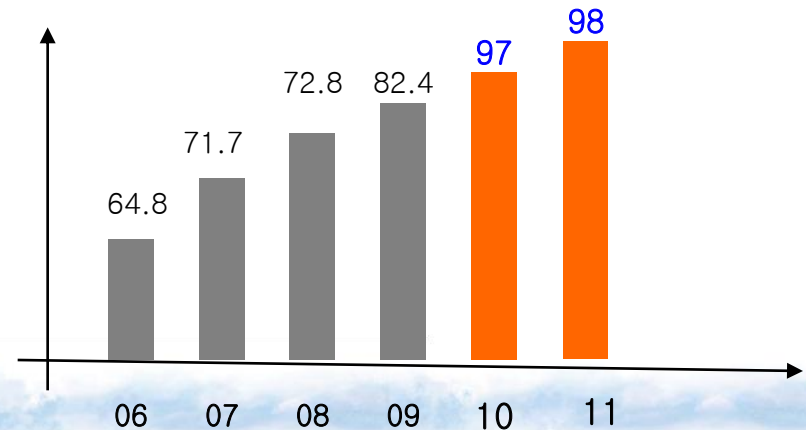
■ 출하량(톤)



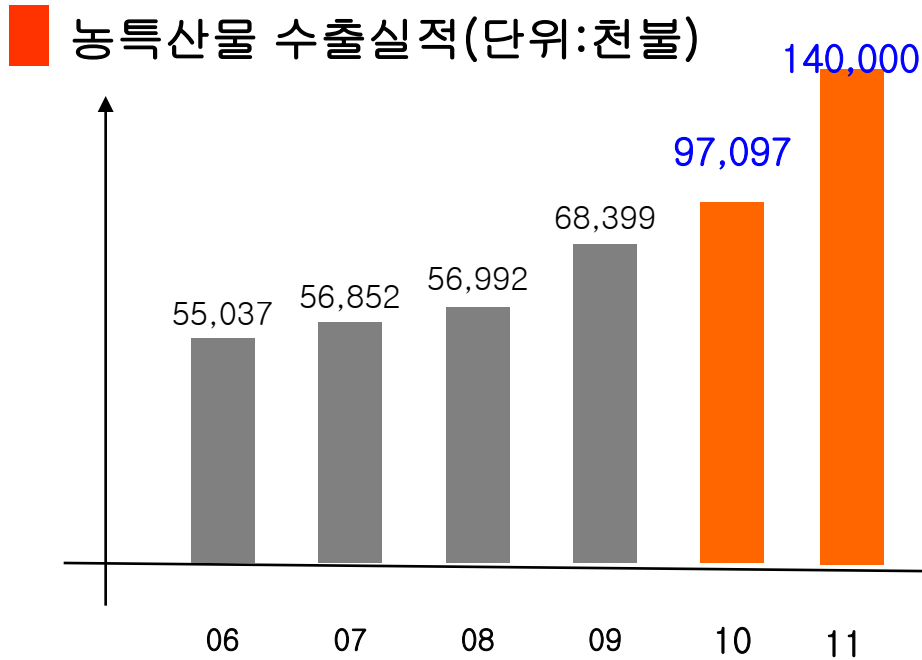
■ 매출액(억원)



■ 굿뜨래 상품화비율(%)



굿프레 브랜드 파워(수출실적)



- 주요 수출품목
 - 인삼, 홍삼, 밤, 파프리카, 표고버섯, 김치, 멜론, 배 등
- 주요 수출국가
 - 일본, 중국, 대만 등 동남아, 오세아니아, 미국, 유럽 등

굿뜨래 브랜드 파워(수상실적)

농업 및 브랜드관리 수상실적

- 2007 농산물 파워브랜드대전 은상 (멜론) : 농림부장관
- 2007 제4회 지방자치경영대전 대상(국무총리상)
- 2007 농산물 연합사업 연도대상(부여군농협연합단) : 농협중앙회
- 2008 농수산물 수출대책추진 평가 우수상 : 충청남도
- 2008 농식품 파워브랜드대전 은상 (굿뜨래멜론) : 농림식품부
- 2009 농수산물 수출대책추진 평가 우수상 : 충청남도
- 2009 지방자치브랜드경쟁력지수 대상 : 한국지역브랜드포럼
- 2009 산지유통 종합대상(연합단) : 농협중앙회
- 2010 농식품 파워브랜드대전 4년연속 수상(굿뜨래멜론) : 농림식품부
- 2011 농식품 파워브랜드대전 5년연속 수상(굿뜨래멜론) : 농림식품부
- 2011 국가브랜드대상 수상 (공동브랜드 부문 농림수산식품부 장관상)

부여 8미[味] 신선편이 식품 산업의 메카

부여 8미(美)
식품 스타기업
육성

매출액 1000억 이상

부여 신선편이
가공 기반 구축

(1개소)

부여 8미 중심
GlobalPolits
네트워크

(4개국 이상)

신선편이
식품 산업
일자리 창출

200 명

가공 생산시설 확충

- 신선 편이 가공 식품 중심의 매출액 1000억 이상 달성 가능한 부여 8미 중심의 신선편이 가공 기업 육성

부여 8미 시장 대응
형 상품 개발

- 연구소와 유동업체와 협의를 통해 연구개발 진행
- 글로벌 소비시장을 고려한 다양한 제품개발
- 기존 MOU 업체 활용 연구개발 실시

부여 8미 Foodpolis
Network 구축

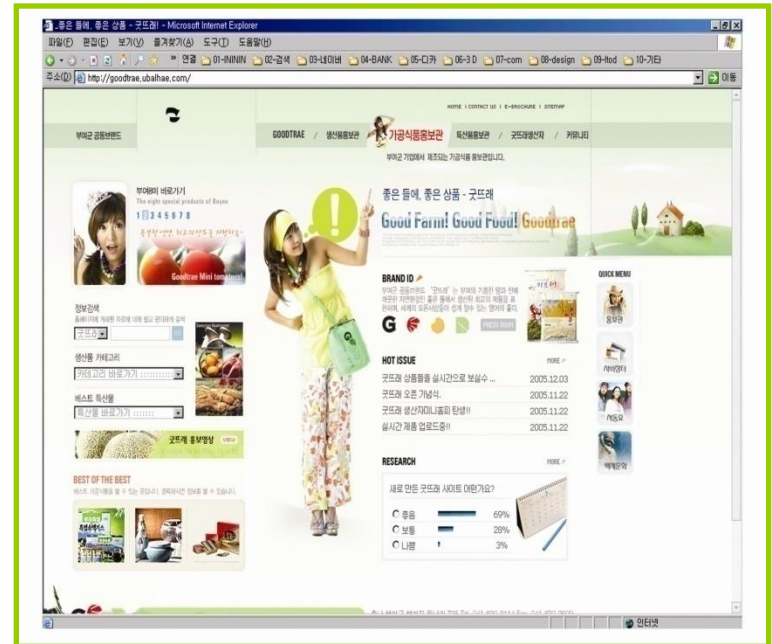
- 중국, 대만, 홍콩, 미국 등의 해외 바이어 네트워크
- 유동정보관련 DB 구축
- 실질적인 판매망 확보

신선편이 Fresh Food
외식 프로모션

- 대백제 관광 단지와 연계로 인한 지역내 산업간 연계시너지 극대화 유도
- 부여 8미 가공 생산을 위한 연구 및 마케팅 인력 육성

Thank You!

좋은 들에, 좋은 상품 - 굿뜨래
Good Farm! Good Food!- Goodtrae



■ 감사합니다 ■

