경남 한우 공동브랜드 "한우지예(韓牛之藝)" 육성

양진윤

경상남도
축산과 축산경영담당 사무관
yjy5789@korea.kr

지역별로 난립되어 있는 한우브랜드의 광역화를 통한 시장교섭력 강화를 목적으로 경남의 한우 브랜드 개발을 추진하여 경남도 · 농협경남지역본부 · 경남 관내 18개 지역축협이 참여, 1200여 농가와 6만 3000여두의 한우가 대상인 명실상부한 국내 최대 규모의 경남한우 공동브랜드 '한우지예'가 2008년 1월 21일 정식 출범했다.

"한우지예" 브랜드사업 추진배경 및 개요

한 · 미 FTA협정 체결 등 미국산 쇠고기 수입재개에 따른 개방 확대에 대응하여 축산물 시장에서 한우고기의 명품화 전략이 필요한 시점에서 경남 한우산업 경쟁력 강화를 위하여 경남한우 공동브랜드 육성을 추진하게 되었다.

경남 한우 공동브랜드의 이름" 한우지예 "는 도민과 농 · 축협 임직원 등을 대상으로 공모된 606개의 이름을 토대로 선호도 조사와 심의를 거쳐 확정하였으며, 다정다감한 경상도의 토속적인 방언이 어우러져 청정하고 친환경적인 지역의 정체성을 부각시키면서 최고의 명품 한우고기라는 의미를 담았다.

지역별로 난립되어 있는 한우브랜드의 광역화를 통한 시장교섭력 강화를 목적으로 경남의 한우 브랜드 개발을 추진하여 경남도 · 농협경남지역본부 · 경남 관내 18개 지역축협이 참여, 1200여 농가와 6만 3000여두의 한우가 대상인 명실상부한 국내 최대 규모의 경남한우 공동브랜드' 한우지예 '가 2008년 1월 21일 정식 출범하게 되

었다.

브랜드 소(牛) 사육관리 및 조건

한우지예는 1등급 정액 사용과 개체식별번호 관리로 우수혈통을 관리하며, 1등급 출현율을 높이기 위하여 비육후기에 보리를 첨가한 무항생제 전용사료 사용 및 안전성 제고를 위한 HACCP(위해요소중점관리기준) 인증 도축장 전용라인 이용과 자체 육가공 공장을 운영하고 있다. 또한 쇠고기 이력 추적시스템 등을 적용해 수입쇠고기 및 타 지역 한우브랜드와 차별화를 하고 있고, 특히 브랜드육으로 출시되는 고기는 생후 반드시 한우지예 사양관리 프로그램에 따라 사육되고 있다.

브랜드 조건은 생후 7개월령 이내 반드시 거세하여 육질을 부드럽게 하며, 비육후기에는 궁합이 잘 맞는 보리를 급여, 생체 650kg 이상에 30개월령 이후의 거세우 중 1B등급 이상의 고급육에 한하여 한우지예 브랜드가 부여된다.

유통단계에서 한우지예는 도축장과 가공장을 타 브랜드와의 차별화를 위하여 김해 부경축산물공판장을 지정하여 한우지예 출하 소는 다른 일반 소와 구분하기 위해 도축시간을 별도로 운용하고 있다. 육가공은 자체 전용 가공장에서 라인을 구축하여 1일 30마리까지 가공할 수 있는 시스템을 갖추고 위생과 안전성 면에서도 타 브랜드와의 차별화에 중점을 두고 있다.

〈표 1〉 경남 한우 공동브랜드 참여 지역축협 및 농가 현황 (2012.3.31 현재)

조 합	농가수/호	사육두수/두			
		번식우	비육우	송아지	합 계
창원시축협	82	2,802	1,622	670	5,094
진주축협	61	2,186	1,543	248	3,977
통영축협	24	752	319	194	1,265
사천축협	62	1,542	1,574	384	3,500
김해축협	20	570	1,034	0	1,604
밀양축협	218	4,239	4,004	875	9,118
거제축협	40	1,355	927	338	2,620
양산기장축협	31	1,141	376	250	1,767
의령축협	33	584	1,983	265	2,832
함안축협	92	2,713	1,417	1,327	5,457
창녕축협	72	1,663	2,744	188	4,595
고성축협	161	3,549	1,964	1,542	7,055
남해축협	54	1,367	2,228	313	3,908
하동축협	90	3,147	2,463	650	6,260
산청축협	97	2,225	967	719	3,911
함양축협	153	2,849	2,186	1,499	6,534
거창축협	250	5,748	3,351	559	9,658
합천축협	86	1,861	2,332	891	5,084
합 계	1,626	40,293	33,034	10,912	84,239

"한우지예"의 차별화 전략

1등급 이상의 고급육 브랜드 공급

2008년 6월 브랜드육 첫 출시부터 현재까지 8,162두를 출하하였으며, 이중 1등급 이상 출현율은 평균 86%로 고급육으로서 소비자에게 다가가고 있다. 고급육 출하는 우수 브랜드로서의 이미지 제고와 함께 실질적인 소득증대에 기여하는 점을 감안하여 한우지예는 체계적인 농가교육과 철저한 사양관리를 통한 고품질 브랜드육 생산을 항상 추구하고 있다.

② 규모화를 통한 시장교섭력 제고

현재 경남 18개 전 지역축협과 부산기장축협이 공동으로 운영하는 한우지예의 농가 및 사육규모는 1,600여 농가에 8만 4,000여 두가 참여하고 있으며, 유통시장에 1등급 이상 고품질 브랜드육을 안정적으로 공급할 생산기지를 확보함으로써 시장 교섭력 제고의 우위를 점하고 있다.

③ 전 개체에 대한 DNA검사와 잔류항생제검사 실시

2009년 5월 농협부산경남유통본점 및 5개 지점으로 공급되는 전 개체를 시작으로 검사를 실시하였으며, 지금은 학교급식 및 한우지예로 공급되는 전 개체를 대상으로 DNA검사와 잔류항생제 검사를 실시하는 안전성 확보로 소비자의 신뢰를 확보하고 있다.

④ 안정적인 유통망 확보

확고한 소비기반 구축을 위하여 참여 지역축협의 한우프라자 등 5개 직영점 개설과 학교급식 80개소를 확대하여 안정적인 판매망을 구축하고 있다. 아울러 수도권 및 호남권 진출 교두보 확보를 위하여 대형유통업체인 롯데백화점 9개소에 입점하여 유통되고