

해남군 농특산물 통합브랜드 운영실태 진단 용역



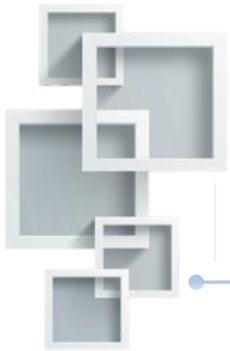
제 출 문

해남군 귀하

본 보고서를 「해남군 농특산물 통합브랜드 운영실태 진단 용역」의 최종보고서로 제출합니다.

2019년 8월

지역농업네트워크 호남 협동조합
이사장 최 문 식



목 차

I . 농산물 유통환경 변화

II . 농산물 브랜드 운영 현황

III
해남군 농산물 생산·유통 현황

IV
해남군 통합브랜드 운영실태 조사

V
해남군 통합브랜드 활성화 방안

·
참고자료 : 통합브랜드 조례 및 시행규칙(안)

해남군 농특산물 통합브랜드 운영실태 진단 용역

I. 농산물 유통환경 변화



1. 농산물 유통정책의 변화

| . 농산물 유통환경 변화

정부의 농산물 유통정책은 산지의 규모화·조직화, 도매거래 다변화, 소비지의 공정거래 확립 및
신유통 경로 확산을 중심으로 추진

	생산지	도매	소비지
TREND	<ul style="list-style-type: none"> ■ 규모화, 조직화 진전 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 거래제도 다변화 모색 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 대형유통업체 비중 증대
GOAL	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농산물 제값받기(거래교섭력) ■ 수탁형 통합계산제 확대 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 공정한 경쟁(힘의균형) ■ 효율적인 집배송(거래효율화) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 품질·가치·안전성 확대 ■ 소비자 편의 제공
MEANS	<ul style="list-style-type: none"> ■ 산지 규모화 조직화 ■ 농협 경제사업 구조개편과 연계한 산지조직 확충 ■ 유통주체 다양화 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 도매시장 거래제도 개선 (정가·수의매매, 견본거래 확대) ■ 직거래, 사이버거래 활성화 ■ 지방도매시장 운영 효율화 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 농산물 공정거래제도 도입 ■ 물류체계 선진화 ■ 신유통 경로 확산 <ul style="list-style-type: none"> - 온라인 전자상거래 - 로컬푸드 : 파머스마켓, 꾸러미, 학교급식, CSA 등 - 생협 : 고정가격 직거래
PLAYER	지역농협, 통합사업법인, 연합사업단, 농업법인 등	도매시장법인, 중도매인, 시장 도매인, 공판장, 사이버거래소 등	대형유통업체, 생협, 재래시장, 소매상(SSM), 식품·외식업체 등

2. 산지유통 정책 개선 방향

1. 농산물 유통환경 변화

산지유통 정책지원을 통합마케팅조직으로 일원화, 생산지원은 조직화된 판매사업에 참여하는 농업인에게 지원,
지자체는 지역 특성을 반영한 종합계획 수립

	현재		향후
사업체계	사업별, 부서별 추진체계 (생산·연계 미흡, 정책대상 불일치)	➔	통합마케팅조직 중심 생산·유통 계열화 지원 (산지정책의 일관성 확보)
농가조직화	농업인의 의식전환/계약문화 정착 ⇒ 통합계산 확산	➔	통합계산·기술혁신 역량을 갖춘 고도화된 생산자조직으로 육성
자율성반영	기본모델 위주로 사업추진 (지역특성 반영 미흡)	➔	지역맞춤형 사업모델 확산 (주산지 특성 반영, 지역 자율성 강화)
정책 일관성	부문별 기본계획 수립으로 계획간 일관성 부족	➔	원예농산물에 대한 통합적 지역 생산 유통 종합계획 수립

3. 통합마케팅사업 및 농산물브랜드 추진 방향

1. 농산물 유통환경 변화

시장개방, 농정변화, 내외부적 농업환경 변화 등에 따라 다양한 요구가 제기되고, 농업현장에서의 농산물 유통체계 개선 및 통합마케팅조직 육성, 경쟁력 있는 브랜드 마케팅 주체 육성에 대한 필요성 확대

통합마케팅 사업의 필요성

- 농업환경 변화에 따른 농가 현장에서의 농업시설 현대화 요구와 보조금 지원 확대, 유통구조 개선 등의 **요구 확대**
- 통합마케팅 사업으로 불필요한 경합을 줄이고 규모의 경제 실현, 평균비용 절감, 시장 교섭력 제고로 **농가 수취가격 제고**
- 재배기술 교육을 통한 고품질 농산물 생산과 **연중 출하체계 구축**을 통한 통합마케팅 체계 구축 필요

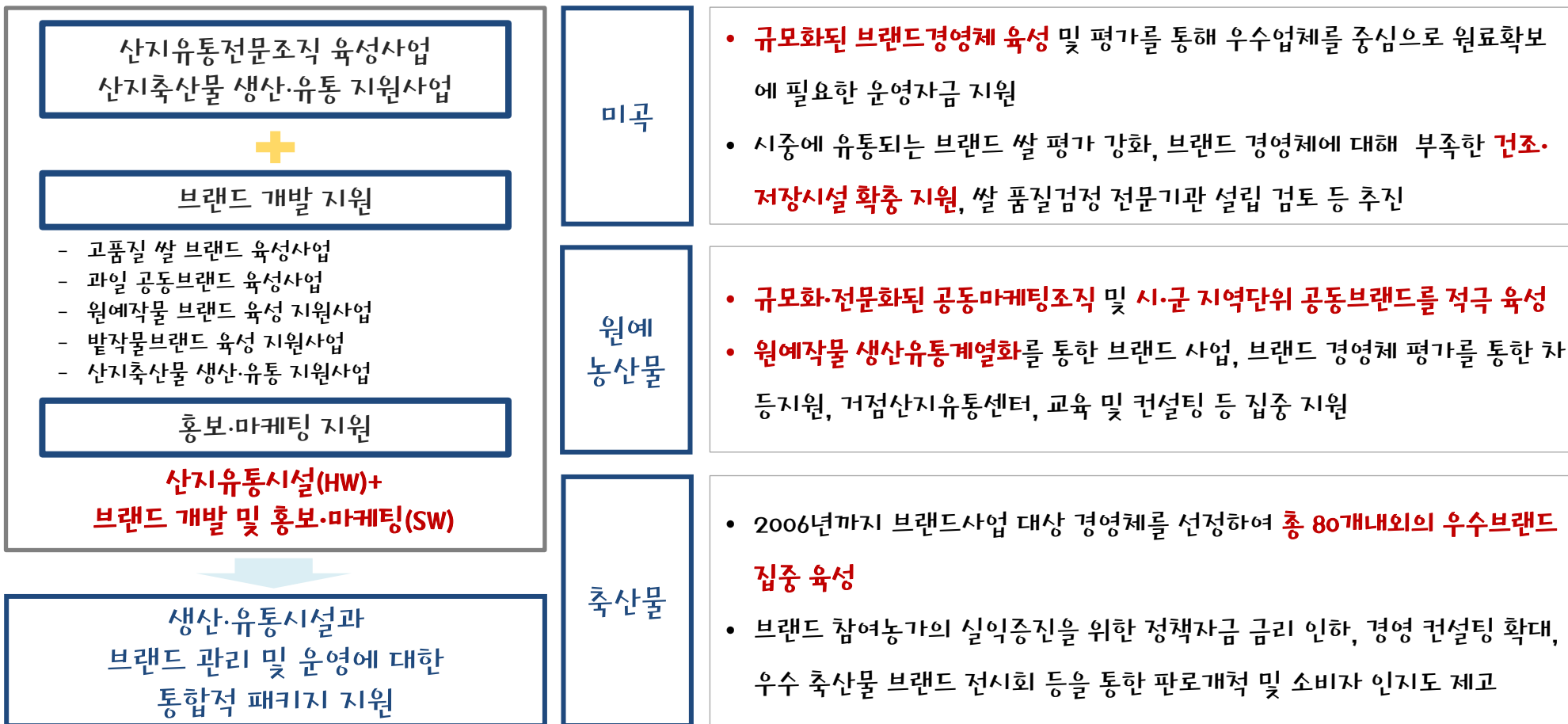
농업유통 환경 변화에 따른 통합마케팅 사업의 필요성 제기

- 지자체, 농협, 영농조합법인 등 통합마케팅 정책의 **필요성에 대한 인식 부족**
- **통합마케팅 사업과 조직 육성 의도와 달리** 지자체의 개별농가 및 생산자 단체에 지원되어 인식 공유 부족
- 안심농산물에 대한 소비자 니즈 부합과 급변하는 농산물 시장 대응력을 갖춘 **신 유통조직체계 육성 필요**

통합마케팅 주체를 중심으로 한 시설, 조직, 브랜드 운영 등 브랜드마케팅 체계 구축
(계약재배에 의한 안정적 원물조달체계 구축, 유통시설의 연계 효율화, 마케팅창구 단일화 등 추구)

중앙정부의 브랜드 육성사업은 생산·유통시설과 함께 브랜드 관리 및 운영지원을 패키지 형태로 통합지원하였지만, 단발적 브랜드 개발 및 운영, 소비자 신뢰 확보와 산지 교섭력 제고의 성과가 부진하였음

농산물 우수브랜드 육성대책(2006년)



[참고 : 농산물 브랜드 육성관련 정책(2006~2013년)]

I. 농산물 유통환경 변화

항목	쌀	과수	원예	발작물	축산물
명칭	고품질 쌀 브랜드 육성사업	과일 공동브랜드 육성사업	원예작물 브랜드 육성 지원사업	발작물브랜드 육성 지원사업	산지축산물 생산유통지원사업
지원 대상	규모화된 사업법인 형태의 쌀 브랜드 경영체	2개 시군 이상의 지역을 기반으로 생산·유통할 수 있는 브랜드로 지역명을 사용하지 않은 과일 브랜드 경영체	시장·군수, 브랜드 경영체	시장·군수, 브랜드 경영체	농축협, 축산부문 영농조합법인, 주식회사 등 브랜드 전문경영체 (한우, 돼지)
지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 경영체 - 시설현대화(개소당 20억원) - 브랜드 경영체 농가조직화 교육, 홍보, 컨설팅(개소당 2억원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 전국 브랜드 및 광역 브랜드 - 브랜드 품질관리 지원 - 마케팅 운영 지원 - 브랜드 홍보 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 브랜드 관리 지원 - 비용절감 및 고품질 생산기반 조성 지원 - 원료확보 및 생산시설 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 조직운영 지원 - 마케팅 지원 - 생산기반 조성 지원 - 종합처리시설 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 출하선급금, 매취사업자금 - 브랜드개발, 마케팅비, 홍보비 - 가축경영비, 사료통일 필요자금 - 축사시설, 가공공장, 판매장 개보수
목표 및 방향	<ul style="list-style-type: none"> - 10년까지 시군단위 대표브랜드 100개 육성 - 우수브랜드경영체를 선발, 집중 지원 - 시군단위 브랜드 경영체의 고품질쌀 취급비율 50%(12년 목표) 	<ul style="list-style-type: none"> - 다국적 과실브랜드와 경쟁할 수 있는 전국 공동브랜드 육성 - 지역단위 군소 브랜드를 통합하여 과일 주산지를 중심으로 광역 공동브랜드 육성 - 전국 공동브랜드 1개소, 광역 브랜드 20개소 육성(12년 목표) - 해당지역 유통량의 50% 담당 	<ul style="list-style-type: none"> - 주산지 시군단위 생산유통 혁신으로 산업체질 개선 - 경쟁력을 갖출 수 있는 지역별 생산·유통조직을 중점 육성 - 지자체가 수립한 중장기발전 계획과 연차별 사업계획을 바탕으로 추진 - 연차별 50개 지구 선정 	<ul style="list-style-type: none"> - 발작물 주산지를 중심으로 비용절감 고품질화 시설 및 브랜드 육성 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 생산, 도축, 가공, 유통, 판매 단계에 이르는 전 과정 관리가 우수한 축산물브랜드 육성 - 광역 브랜드 기반 조성 - 2013년까지 80개 내외의 우수 브랜드 집중 육성 - 브랜드경영체 사육두수 점유율 한우 50%, 돼지 70% 목표
지원 조건	<ul style="list-style-type: none"> - 시설현대화 20억원(자부담 40%) - 농가조직화 및 마케팅 2억원 (국비 50%, 지방비 50%) 	<ul style="list-style-type: none"> - 국비 40%, 지방비 30%, 자부담 30%(사업별로 차이) - 개소당 12억 기준(3년 균분 지원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 지구당 200억원(3개년 30, 30, 40% 분할 지원) 	<ul style="list-style-type: none"> - 개소당 10억원(국비 40, 지방비 40, 자부담 20%) 	<ul style="list-style-type: none"> - 사업규모에 따라 지원금액 산정 (연리 3%, 3년) - 인센티브자금(무이자, 1년)
예산	2010년까지 총 2,200억원	2012년까지 총 354억원	2013년까지 총 1조원	2017년까지 총 660억원	07년부터 신규경영체 선정 중단, 09년부터 확대
재원	농특회계	FTA지원기금	농안기금	농안기금	축발기금

자료 : 지역농업네트워크 영남 협동조합, 2017.06. 농축산물 브랜드 현황 조사 용역, p10. 인용

참고 : 브랜드정책이 활성화되지 시작한 시점의 지침을 기준으로 작성한 내용으로, 이후 연차별로 지침이 계속 수정·보완되어 있음

해남군 농특산물 통합브랜드 운영실태 진단 용역

II. 농산물 브랜드 운영 현황

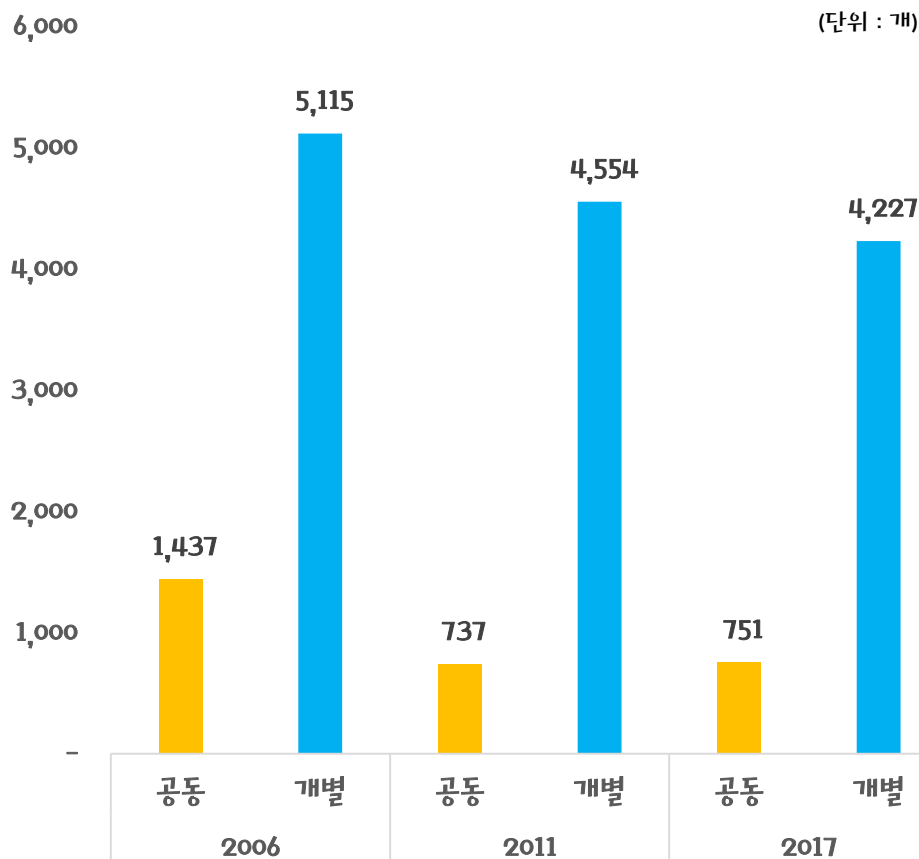


1. 농산물 브랜드 현황

II. 농산물 브랜드 운영 현황

2017년 기준 전국 농축수산물 브랜드 수는 총 **4,978개**로 이중 **공동브랜드는 751개**(총 브랜드 대비 15.1%), **개별브랜드(84.9%)**이며, 특허청 등록 브랜드는 총 브랜드의 49.2%인 2,448개, 미등록 브랜드는 2,530개로 나타남

농산물 브랜드 현황



농산물 브랜드의 등록/미등록 현황

(단위 : 개, %)

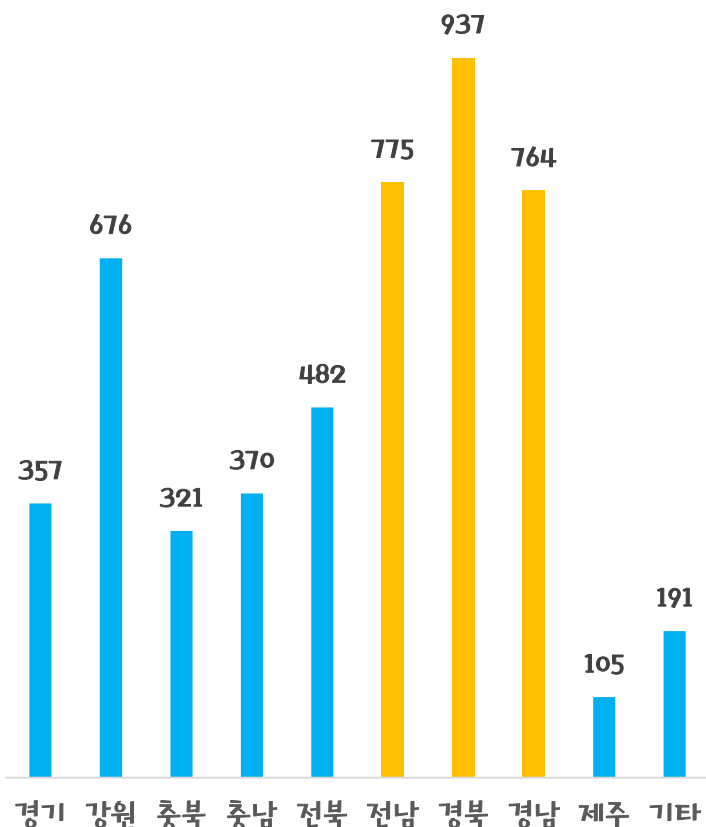
구분	'06년 12월			'11년 7월			'17년 5월		
	공동	개별	계	공동	개별	계	공동	개별	계
등록	902 (62.8)	1,508 (29.5)	2,410 (36.8)	612 (83.0)	1,380 (30.3)	1,992 (37.6)	664 (88.4)	1,784 (42.2)	2,448 (49.2)
미등록	535	3,607	4,142 (63.2)	125	3,174	3,299 (62.4)	87	2,443	2,530 (50.8)
계	1,437 (21.9)	5,115 (78.1)	6,552 (100)	737 (13.9)	4,554 (86.1)	5,291 (100)	751 (15.1)	4,227 (84.9)	4,978 (100)

1. 농산물 브랜드 현황

II. 농산물 브랜드 운영 현황

2017년 기준 시도별 브랜드 수는 경북 937개, 전남 775개, 경남 764개 순으로 높게 나타났으며, 공동브랜드는 경북 130개, 전남 122개순으로, 개별브랜드는 경북 807개, 경남 672개, 전남 653개 순으로 높게 나타남

시도별 농산물 브랜드 현황(2017년 기준)



(단위 : 개, %)

구 분		계	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	기타
공동브랜드		751	94	108	43	48	68	122	130	92	8	38
개별브랜드		4,227	263	568	278	322	414	653	807	672	97	153
합계		4,978	357	676	321	370	482	775	937	764	105	191
비율	공동	100.0	12.5	14.4	5.7	6.4	9.1	16.2	17.3	12.3	1.1	5.1
	개별	100.0	6.2	13.4	6.6	7.6	9.8	15.4	19.1	15.9	2.3	3.6
	합계	100.0	7.2	13.6	6.4	7.4	9.7	15.6	18.8	15.3	2.1	3.8

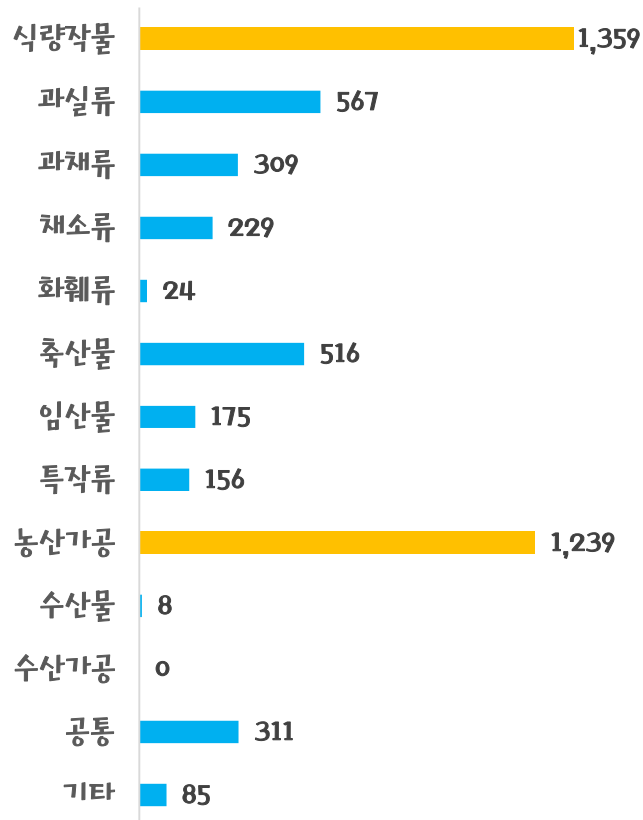
1. 농산물 브랜드 현황

II. 농산물 브랜드 운영 현황

품목별 브랜드는 **식량작물 관련 브랜드가 1,359개(총 브랜드 대비 27.3%)로 가장 많으며**,
농산가공 1,239개(24.9%), 과실류 567개(11.4%), 축산물 516개(10.4%) 순으로 높게 나타남

품목별 농산물 브랜드 현황(2017년 기준)

(단위 : 개, %)




구 분		계	식량작 물	과실류	과채류	채소류	화훼류	축산물	임산물	특작류	농산가 공	수산물	수산가 공	공통	기타
공동 브랜드		751	135	72	40	35	4	98	19	27	91	2	-	209	19
개별 브랜드		4,227	1,224	495	269	194	20	418	156	129	1,148	6	-	102	66
합계		4,978	1,359	567	309	229	24	516	175	156	1,239	8	-	311	85
비율	공동	100.0	18.0	9.6	5.3	4.7	0.5	13.0	2.5	3.6	12.1	0.3	-	27.8	2.5
	개별	100.0	29.0	11.7	6.4	4.6	0.5	9.9	3.7	3.1	27.2	0.1	-	2.4	1.6
	합계	100.0	27.3	11.4	6.2	4.6	0.5	10.4	3.5	3.1	24.9	0.2	-	6.2	1.7

2. 타 시군 농산물브랜드 운영 현황


II. 농산물 브랜드 운영 현황

‘굿프래’, ‘나주오’ 등의 시군 농산물 공동브랜드는 **관련 조례 및 시행규칙을 제정하여**
지속적이고 철저한 품질관리 등을 시행하여 안전하고 우수한 품질의 농산물을 소비자에게 공급함

부여군 : 굿프래

구분	주요 내용	비고
브랜드 이미지		
소유자	부여군	
출원일자번호(일자)	미공개	
브랜드 등록번호	미공개	
브랜드 운영·관리 규정	부여군 통합상표 사용에 관한 조례 및 시행규칙	(2004. 07. 01)
사용조건	<ul style="list-style-type: none"> 법인, 회원조합, 작목반, 작목회 등의 생산자 조직 - 농특산물의 경우 개별 생산자의 신청 제한 	
해당 품목	농산물, 축산물, 가공식품, 특산물	
브랜드 특성	<ul style="list-style-type: none"> 품질관리위원회, 품목별 품질관리분과 운영 품질관리기준 제정 포장재 통일, 규격화 공동브랜드의 품질 관리를 위한 품질관리원 선정 	
매출액 규모	3,241억원	(2017년 기준)

나주시 : 나주오


구분	주요 내용	비고
브랜드 이미지		
소유자	나주시	
출원일자번호(일자)	미공개	
브랜드 등록번호	미공개	
브랜드 운영·관리 규정	나주시 농특산물 통합브랜드 사용에 관한 조례 및 시행규칙	(2007. 11. 13)
사용조건	<ul style="list-style-type: none"> 지역농협, 배원예농협, 나주시농협통합사업법인 통합마케팅을 할 수 있는 대표조직 및 가공업자 	
해당 품목	곡물류, 발효식품류, 차류, 두류, 채소류, 과일류, 버섯류, 가공음료	
브랜드 특성	<ul style="list-style-type: none"> 나주시 농특산물공동브랜드 매뉴얼 개발 통합마케팅조직 연계 사용 포장재 통일, 규격화 생산자 중심 조직화 생산기술 교육 추진 통합브랜드의 품질 관리를 위한 품질관리원 선정 	
매출액 규모	447억원	(2016년 기준)

2. 타 시군 농산물브랜드 운영 현황


II. 농산물 브랜드 운영 현황

‘맑은청’, ‘예담채’는 브랜드 운영·관리 규정 및 품질관리 체계 구축, 포장재 관리, 농가 및 조직에 대한 지속적인 참여 유도 등의 농산물브랜드 관리 체계를 마련하여 운영 중으로 농산물 공동브랜드의 성공사례로 꼽히고 있음

강원도 : 맑은청

구분	주요 내용	비고
브랜드 이미지		“강원도의 청정자연에서 자랐습니다.”
소유자	농업협동조합중앙회	강원지역본부
출원일자번호(일자)	미공개	
브랜드 등록번호	미공개	
브랜드 운영·관리 규정	품목별품질관리 매뉴얼 제정	
사용조건	<ul style="list-style-type: none"> 강원연합판매사업 참여 농협 및 농업인 공선출하회: 맑은청 브랜드 의무사용 개별농가: 품목별 브랜드 사용 기준에 의거 사용 	
해당 품목	강원도 농산물	
브랜드 특성	<ul style="list-style-type: none"> 품질관리위원회, 품목별 품질관리분과 운영 품질관리기준 제정 생산·입고·출고까지 산지 품질관리 담당자 검품제 운영 농산물품질관리원의 표준 규격출하 기준 준수 품목별 품질관리 매뉴얼 개발 완료 시군 브랜드 병기 과일류, 채소류 등 부류별 포장재 관리, 규격 통일 	
매출액 규모	2,560억원(과수35억원)	(2016년 기준)

전북 : 예담채

구분	주요 내용	비고
브랜드 이미지		“자연의 건강한 미소”
소유자	농업협동조합중앙회	
출원일자번호(일자)	미공개	
브랜드 등록번호	미공개	
브랜드 운영·관리 규정	예담채 공동브랜드 관리규약	(2009. 3. 30.)
사용조건	<ul style="list-style-type: none"> 통합선별, 통합계산을 통한 연합사업 출하가능 APC 전북농협으로부터 사용승인을 받은 조직 	
해당 품목	주요 원예농산물 (10대 전략 품목) (참여시군 주력 품목)	딸기,감자,복숭아,양파,사과, 배,수박,포도,토마토,방울토마토 +시군별주력품목(2~3품목)
브랜드 특성	<ul style="list-style-type: none"> 시군 브랜드 병기 브랜드 재배매뉴얼 개발 통합마케팅조직 연계 사용 포장재 통일, 규격화 생산자 중심 조직화 생산기술 교육 추진 대형유통 연계 전용과 운영 	
매출액 규모	1,100억원	(2017년 기준)

자료 : 지역농업네트워크 영남 협동조합, 2018.12. 경북연합 통합브랜드 참여활성화 컨설팅 보고서, p19~24. 참조

3. 타 시군 농산물브랜드 사례

II. 농산물 브랜드 운영 현황

시군별 농산물 공동브랜드명은 지역 농특산물 이미지 구축을 위하여 지역명을 직간접적으로 포함하거나, 지역명을 포함하지 않는 브랜드로 구분할 수 있음

타 시군 농산물 공동브랜드 사례

[지역명 직간접적 포함 브랜드]

		
이천시	진천군	세종시
		
나주시	김천시	양양군
		
천안시	산청군	담양군

[지역명 미포함 브랜드]

		
무주군	남원시	김제시
		
부여군	익산시	경주시
		
태안군	성주군	고성군

해남군 농특산물 통합브랜드 운영실태 진단 용역

III. 해남군 농산물 생산·유통 현황

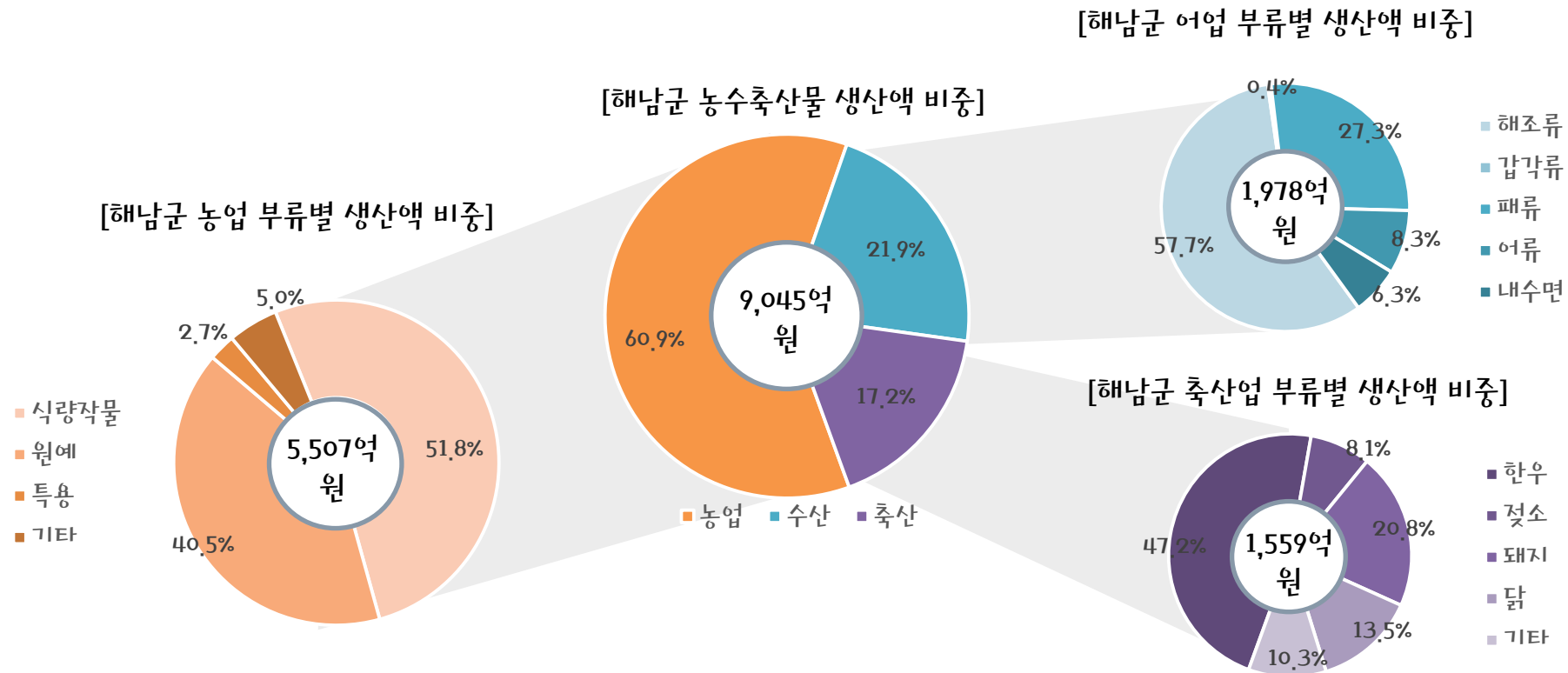


1. 해남군 농수축산업 생산액

III. 해남군 농산물 생산·유통 현황

2017년 해남군의 농업 총 생산액은 9,045억원으로 전국 최대 수준의 농업생산지역으로
생산액 기준 농업이 60.9%, 수산업 21.9%, 축산업 17.2%의 비중을 차지함

2017년 농수축산업 생산액



자료 : 지역농업네트워크협동조합, 2018, 해남군 농촌융복합(6차)산업화지구 조성사업 계획수립을 위한 용역 최종보고서, p36 인용

2. 해남군 농산물 생산현황

III. 해남군 농산물 생산·유통 현황

2017년 해남군의 식량작물 생산면적 및 생산량은 26,930ha, 187,503톤으로 이는 최근 5년간 생산면적은 3.3% 감소한 반면 생산량은 12.5% 증가함. 특히 잡곡, 두류의 생산면적 및 생산량은 타 품목에 비해 큰 폭으로 감소함

식량작물 생산현황

구분	2013		2014		2015		2016		2017		증감률(%)	
	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적	생산량
합계	27,839	166,656	27,187	175,608	28,837	193,130	27,326	178,401	26,930	187,503	-3.3	12.5
미곡	20,857	130,773	20,973	133,122	21,550	145,776	19,913	136,342	19,732	135,278	-5.4	3.4
맥류	3,765	10,645	3,625	14,169	4,754	17,560	4,993	15,847	4,812	17,438	27.8	63.8
잡곡	465	673	227	377	228	382	217	232	160	322	-65.6	-52.1
두류	788	1,242	722	939	544	721	448	367	372	625	-52.8	-49.7
서류	1,964	23,323	1,640	27,001	1,761	28,692	1,755	25,613	1,854	33,840	-5.6	45.1

자료 : 통계청, 전라남도 해남군 기본통계

2. 해남군 농산물 생산현황

Ⅲ. 해남군 농산물 생산·유통 현황

식량작물 중 미곡, 쌀보리, 맥주보리, 밀, 녹두, 고구마는 특화계수가 1 이상인 것으로 나타나
이러한 품목재배에 해남군이 특화되어 있음

■ 식량작물 주요 품목별 생산현황(2017년 기준)

구분	면적(ha)			비중(%)		특화계수	
	전국	전남	해남군	전국대비	전남대비	전국	전남
미곡	754,713	161,442	19,732	2.6	12.2	1.2	1.0
쌀보리	12,418	6,662	614	4.9	9.2	2.3	0.8
맥주보리	8,155	5,609	2,680	32.9	47.8	15.6	4.1
밀	9,283	4,163	1,477	15.9	35.5	7.5	3.0
콩	45,556	6,495	277.2	0.6	4.3	0.3	0.4
팥	4,386	1,538	46.2	1.1	3.0	0.5	0.3
녹두	1,984	1,204	48.7	2.5	4.0	1.2	0.3
기타두류	6,118	1,103					
조			54.1				
수수			11.8				
옥수수	15,074	1,639	26.4	0.2	1.6	0.1	0.1
메밀	2,272	337	30.1	1.3	8.9	0.6	0.8
기타잡곡	8,455	1,256	37.8	0.4	3.0	0.2	0.3
고구마	21,684	4,884	1,647.4	7.6	33.7	3.6	2.9
감자	19,643	2,016	206.6	1.1	10.2	0.5	0.9

특화계수
1 이상인 품목 :

미곡
쌀보리
맥주보리
밀
녹두
고구마

자료 : (전국, 전남) 통계청, 농산물재배면적조사, (해남군) 전라남도 해남군 기본통계

2. 해남군 농산물 생산현황

Ⅲ. 해남군 농산물 생산·유통 현황

2017년 해남군 채소류 생산면적 및 생산량은 7,547ha, 463,714톤으로 이는 2013년 대비 각각 3.9%, 3.0% 감소한 수준임. 최근 5년간 근채류의 면적 및 생산량은 큰 폭으로 증가한 반면 조미채소, 과채류는 감소함

채소류 생산현황

구분	2013		2014		2015		2016		2017		증감률(%)	
	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적	생산량
합계	7,853	477,891	7,595	490,421	7,452	456,768	7,227	411,845	7,547	463,714	-3.9	-3.0
과채류	225	5,553	215	4,554	212	4,564	217	4,782	207	4,588	-8.0	-17.4
엽채류	4,466	399,064	4,480	420,026	4,423	385,336	4,299	344,477	4,705	396,585	5.3	-0.6
근채류	17	951	15	878	38	2,242	43	2,386	65	4,875	289.2	412.7
조미채소	3,145	72,324	2,885	64,963	2,780	64,626	2,669	60,200	2,570	57,666	-18.3	-20.3

자료 : 통계청, 전라남도 해남군 기본통계

2. 해남군 농산물 생산현황

III. 해남군 농산물 생산·유통 현황

채소류 중 딸기, 호박, 배추, 양배추, 고추, 양파, 마늘은 특화계수가 1 이상인 것으로 나타나
이러한 품목에 대해 해남군이 특화되어 있음

채소류 주요 품목별 생산현황(2017년 기준)

구분	면적(ha)			비중(%)		특화계수	
	전국	전남	해남군	전국대비	전남대비	전국	전남
수박	2,726	265	-	-	-	-	-
참외	127	14	-	-	-	-	-
딸기	124	27	13.6	11.0	50.4	5.2	4.3
오이	1,113	15	0.2	0.0	1.3	0.0	0.1
호박	6,177	1,143	190.0	3.1	16.6	1.5	1.4
토마토	5,782	945	3.4	0.1	0.4	0.0	0.0
배추	30,018	8,580	4,389.0	14.6	51.2	6.9	4.4
시금치	2,355	524	2.0	0.1	0.4	0.0	0.0
상추	796	53	10.0	1.3	18.9	0.6	1.6
양배추	6,854	1,696	304.0	4.4	17.9	2.1	1.5
무	21,877	1,616	65.0	0.3	4.0	0.1	0.3
당근	2,207	23	-	-	-	-	-
고추	28,337	4,421	704.0	2.5	15.9	1.2	1.4
파	15,232	4,690	153.0	1.0	3.3	0.5	0.3
양파	19,538	9,230	720.0	3.7	7.8	1.7	0.7
생강	2,573	141	-	-	-	-	-
마늘	24,864	6,346	993.0	4.0	15.6	1.9	1.3

특화계수
1 이상인 품목 :

딸기
호박
배추
양배추
고추
양파
마늘

자료 : (전국, 전남) 통계청, 농산물재배면적조사, (해남군) 전라남도 해남군 기본통계

2. 해남군 농산물 생산현황

III. 해남군 농산물 생산·유통 현황

2017년 해남군 과실류 생산면적 및 생산량은 324ha, 2,945톤으로 이는 2013년 대비 생산면적은 4.9% 감소, 생산량은 23.7% 증가한 수준임. 최근 5년간 복숭아의 면적 및 생산량은 큰 폭으로 증가한 반면, 포도 등은 감소함

과실류 생산현황

구분	2013		2014		2015		2016		2017		증감률(%)	
	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적(ha)	생산량(톤)	면적	생산량
합계	341	2,380	336	2,575	347	3,135	327	3,004	324	2,945	-4.9	23.7
사과	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
배	9	99	7	87	7	84	7	88	7	88	-21.3	-11.2
복숭아	1	10	1	14	2	20	1	14	2	26	100.0	173.7
포도	5	61	4	46	4	39	3	29	3	25	-46.0	-59.0
참다래	43	521	46	557	38	484	34	427	31	393	-27.3	-24.6
단감	133	891	129	984	112	1,050	113	1,111	97	954	-26.7	7.1
기타	150	798	149	887	184	1,458	168	1,334	184	1,459	22.3	82.7

자료 : 통계청, 전라남도 해남군 기본통계

2. 해남군 농산물 생산현황

Ⅲ. 해남군 농산물 생산·유통 현황

과실류 중 특화계수가 1 이상인 품목은 없는 것으로 나타나 해남군은 과실류에 특화되어 있는 품목은 없음

과실류 주요 품목별 생산현황(2017년 기준)

구분	면적(ha)			비중(%)		특화계수	
	전국	전남	해남군	전국대비	전남대비	전국	전남
사과	23,355	357	-	0.0	0.0	0.0	0.0
배	10,258	2,393	7	0.1	0.3	0.0	0.0
복숭아	15,410	590	2	0.0	0.4	0.0	0.0
포도	10,157	192	3	0.0	1.4	0.0	0.1
참다래	-	-	31	-	-	-	-
단감	8,853	2,666	97	1.1	3.6	0.5	0.3
기타	20,831	2,988	184	0.9	6.2	0.4	0.5

특화계수
1 이상인 품목 :
없음

자료 : (전국, 전남) 통계청, 농산물재배면적조사, (해남군) 전라남도 해남군 기본통계

2. 해남군 농산물 생산현황

III. 해남군 농산물 생산·유통 현황

최근 5년간 해남군 축종별 사육현황은 한육우, 젓소, 오리의 사육두수 및 사육농가는 감소하였으며, 돼지, 닭의 사육농가는 감소한 반면 사육두수는 증가한 것으로 나타남

가축 사육현황

구분	2013		2014		2015		2016		2017		증감률(%)	
	호수(호)	두수(마리)	호수(호)	두수(마리)	호수(호)	두수(마리)	호수(호)	두수(마리)	호수(호)	두수(마리)	호수(호)	두수(마리)
한육우	1,727	38,552	1,515	35,395	1,482	34,021	1,443	34,970	1,566	37,118	-9.3	-3.7
젓소	14	1,291	14	1,281	13	1,230	13	1,238	13	1,259	-7.1	-2.5
돼지	59	63,601	56	68,532	41	76,181	44	75,734	37	84,799	-37.3	33.3
닭	559	1,211,479	281	1,246,289	354	2,006,477	298	1,810,158	338	1,912,147	-39.5	57.8
오리	64	353,559	41	250,135	30	276,302	21	261,908	25	260,391	-60.9	-26.4

자료 : 통계청, 전라남도 해남군 기본통계

2. 해남군 농산물 생산현황

Ⅲ. 해남군 농산물 생산·유통 현황

한육우, 오리의 전국 특화계수가 1 이상인 것으로 나타나
해남군의 축산업에서 차지하는 중요도가 높음

축종별 생산현황(2017년 기준)

구분	사육두수(마리)			비중(%)		특화계수	
	전국	전남	해남군	전국대비	전남대비	전국	전남
한육우	3,019,500	482,069	37,118	1.2	7.7	1.0	0.9
젖소	408,830	29,608	1,259	0.3	4.3	0.3	0.5
돼지	11,272,978	1,076,418	84,799	0.8	7.9	0.6	0.9
닭	170,550,858	19,768,434	1,912,147	1.1	9.7	0.9	1.1
오리	7,530,433	4,107,443	260,391	3.5	6.3	2.9	0.7

특화계수
1 이상인 품목 :
한육우
오리

자료 : (전국, 전남) 통계청, 가축동향조사, (해남군) 전라남도 해남군 기본통계

3. 해남군 산지유통 현황

III. 해남군 농산물 생산·유통 현황

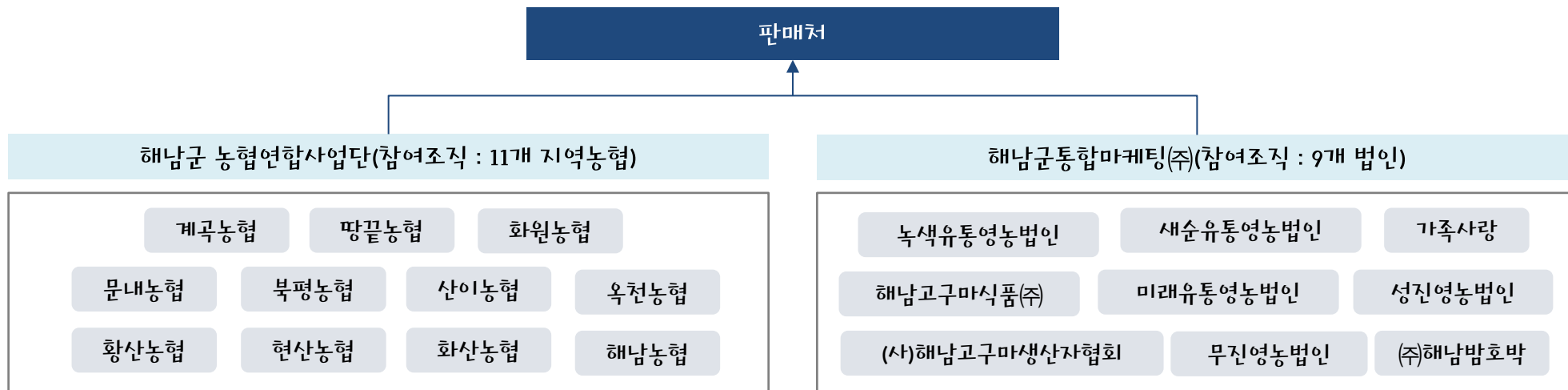
해남군 관내 산지유통시설은 APC 16개소, 선별/집하장 7개소, 저온저장고 27개소 설치·운영
통합마케팅은 농협군, 법인군 2Track 구조로 운영

산지유통시설 현황

구분APC	APC	선별/집하장	저온저장고		
			330㎡ 이하	330~660㎡	660㎡ 이상
전체 시설 개소수(개)	16	7	4	3	20
정부지원 시설 개소수(개)	14	6	2	1	17

배추, 마늘, 양파,
고구마 등
해남군 대표품목을
중심으로 산지유통시설
운영

산지유통조직 현황 : 농협군과 영농조합군으로 분리하여 2개의 통합마케팅조직으로 운영



[참고 : 2018년 통합마케팅조직 사업성과]

III. 해남군 농산물 생산·유통 현황

2018년 해남군 농협연합사업단의 출하계획 대비 달성율은 58.4%인 반면
통합마케팅(주)는 28.5%로 달성율이 낮게 나타나 통합마케팅 참여확대 노력이 필요함

해남군 농협연합사업단

참여조직명	18년 출하계획	총 취급실적	통마출하액 (총 취급액 대비%)	18년 출하계획 대비 달성율	주 취급품목
계곡농협	506	7,004	413(5.90%)	81.62%	배추, 마늘, 밤호박
땅끝농협	1,725	13,135	1,073(8.17%)	62.20%	마늘, 배추, 버섯
문내농협	1,020	8,163	237(2.90%)	23.14%	배추, 양파
북평농협	800	6,779	229(3.38%)	28.63%	마늘, 배추, 양파
산이농협	1,660	13,997	763(5.45%)	45.96%	배추, 양파
옥천농협	1,101	3,655	824(22.54%)	74.84%	마늘, 양파, 배추, 밤호박
항산농협	960	2,995	166(5.55%)	17.29%	배추, 고추, 양파
현산농협	300	5,936	719(12.11%)	239.67%	마늘, 배추
화산농협	3,028	3,716	2,285(7.28%)	70.28%	고구마, 양파, 마늘
해남농협	720	8,714	0(0.00%)	0.00%	배추, 고구마, 호박
회원농협	361	10,035	563(5.61%)	155.96%	배추
합계	12,181	84,130	7,116(8.46%)	58.40%	

해남군 통합마케팅(주)

참여조직명	18년 출하계획	총 취급실적	통마출하액 (총 취급액 대비%)	18년 출하계획 대비 달성율	주 취급품목
녹색유통영농법인	1,200	-	0	0.00%	배추
새순유통영농법인	1,500	-	0	0.00%	고구마
(주)해남밤호박	68	-	0	0.00%	밤호박
가족사랑	111	-	0	0.00%	배추, 밤호박, 양파
해남고구마식품(주)	895	-	7	0.78%	고구마, 배추
미래유통영농법인	1,866	-	676	36.23%	배추, 고구마
성진영농법인	1,022	-	0	0.00%	배추, 대파, 마늘
(사)해남고구마 생산자협회	146	-	0	0.00%	고구마
무진영농법인	2,431	2,119	1,467(60.34%)	80.05%	배추, 양파
합계	9,242	2,119	2,630(80.57)	28.45%	

3. 해남군 산지유통 현황

III. 해남군 농산물 생산·유통 현황

해남군 관내 농가조직화는 전략·육성품목을 중심으로 **공선출하회 조직**은 총 17개소, 회원수 763명, 통합마케팅출하액은 8,523백만원이며, **작목반**은 16개소, 회원수 600명, 통합마케팅출하액은 3,691백만원 수준임

농가조직화 현황

[공선출하회 조직 현황]

구분		조직 수 (개소)	총회원 수 (명)	통합계산액 (백만원)
합계		17	763	8,523
전략 품목	배추	4	122	1,151
	마늘	1	294	3,450
	양파	1	35	228
	고구마	3	24	2,917
육성 품목	밤호박	2	15	387
	고추	1	80	-
	무화과	1	23	114
	참다래	-	-	-
	단감	-	-	-
기타 품목	여주	1	39	30
	상추	1	57	130
	마늘쫌	1	62	116
	감자	1	12	-

[작목반 현황]

구분		조직 수 (개소)	총회원 수 (명)	통합계산액 (백만원)
합계		16	600	3,691
전략 품목	배추	5	170	1,138
	마늘	-	-	-
	양파	2	65	85
	고구마	4	69	2,057
	(밤)호박	2	183	411
육성 품목	고추	1	80	-
	무화과	-	-	-
	참다래	-	-	-
	단감	-	-	-
기타 품목	토마토	1	33	-

자료 : 해남군, 해남군 원예산업종합계획(2018~2022)

4. 해남군 농산물 브랜드 이용 현황

III. 해남군 농산물 생산·유통 현황

해남군 관내 산지유통조직들의 '땅끝누리' 사용실적이 매우 부진하며,
산지유통조직별로 다양한 개별 브랜드를 사용

■ 해남군 통합·개별브랜드 이용 현황(2016년 기준)

구분	브랜드명	사용 경영체	총 출하액 (백만원)	브랜드 출하액(백만원)	출하 비중	비고 (주 품목)
통합브랜드	땅끝누리	무진영농조합법인	4,421	403	9.1%	공통
대표브랜드	해남고구마	해남고구마식품	2,480	10	0.4%	고구마
		(사)해남고구마생산자협회	876	784	89.5%	고구마
	해남겨울배추	-	-	-	-	배추
	본(本)마늘	땅끝농협	8,646	3,450	39.9%	마늘
개별브랜드	더알찬밤호박	계곡농협	696	64	9.2%	밤호박
	천생연분 절임배추	계곡농협	696	460	66.1%	절임배추
	해남절임배추	해남고구마식품(주)	2,480	475	19.2%	절임배추
	넝쿨째굴러온미니밤호박	옥천농협	2,525	204	8.1%	밤호박
	땅끝애	화산농협	3,916	2,060	52.6%	고구마
			3,916	205	5.2%	양파
	명품배추	무진영농조합법인	4,421	4,008	90.7%	배추
	설동이	녹색유통영농법인	1,907	574	30.1%	배추
	화산플	새순유통영농법인	2,752	1,500	54.5%	고구마
	공중재배미니밤호박	해남밤호박(주)	411	411	100.0%	밤호박
	꿀담황토고구마	미래유통영농법인	3,688	1,450	39.3%	고구마
	합계		27,408	11,411		

자료 : 해남군, 해남군 원예산업종합계획(2018~2022)

참고 : 해남고구마, 해남겨울배추는 지리적표시제에 따른 품목 대표브랜드임(별도 생산자단체 관리)

4. 해남군 농산물 브랜드 이용 현황

III. 해남군 농산물 생산·유통 현황

해남군 대부분의 농산물이 생산자조직 및 유통조직별 개별브랜드를 통해 출하되고 있으며, 통합브랜드인 '땅끝누리'와 연계성이 미흡함

해남 농산물 브랜드 운영 사례

쌀 및 잡곡					
고구마					
절임 배추/호박					

향후 해남군 농특산물 통합브랜드 활성화를 위해 해남군의 주요 대표품목을 중심으로 기존 연합사업단/통합마케팅(주)와 연계한 통합브랜드 운영 및 관리체계 구축이 필요함

1 식량작물(미곡, 맥류, 고구마), 채소류 중심으로 '땅끝누리' 브랜드화 추진

- 미곡, 맥류(쌀보리, 맥주보리, 밀), 서류(고구마), 채소류(딸기, 호박, 배추, 마늘 등)은 타 품목에 비해 전국 및 전남대비 재배면적의 비중이 높게 나타남
- 우선적으로 생산비중, 유통체계 등 조직화된 품목을 중심으로 '땅끝누리' 브랜드화를 추진하여 점진적으로 품목 확대

2 해남군 관내 연합사업단/통합마케팅(주)와 연계한 통합브랜드 품질관리 체계 마련

- 해남군의 통합마케팅은 농협군연합사업단과 통합마케팅(주)로 분리되어 2-Track으로 운영되고 있음
- 연합사업단/통합마케팅(주)와 연계하여 철저한 품질관리 체계를 구축하고 통합마케팅에 참여하는 조직에게 브랜드 사용권을 부여하여 표준화된 고품질 농산물 생산

3 통합마케팅사업에 참여하는 생산자조직 및 유통조직을 대상으로 '땅끝누리' 브랜드 사용 유도

- 2016년 기준 산지유통조직별로 다양한 개별브랜드를 운영하고 있으며, '땅끝누리' 브랜드의 사용실적은 낮음
- 생산자조직 및 유통조직별 개별브랜드와 '땅끝누리' 브랜드와의 연계성 떨어짐
- 향후 '땅끝누리' 통합브랜드 운영체계 구축을 통해 품목별 개별브랜드 등과의 브랜드 위계정립 필요

해남군 농특산물 통합브랜드 운영실태 진단 용역

IV. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사



조사개요

추진목적

- **해남군 농특산물 브랜드 현황 및 '땅끝누리' 운영 실태 조사**
- **향후 해남군 농특산물 통합브랜드 개발방향 설정 및 활성화 제고**

설문대상

- 대상자 : 해남군민(응답자 수 : 418명)
- 조사기간 : 2019년 7월
- 조사방법 : 설문지 배포를 통한 설문조사

설문내용

- **설문문항 : 18문항**
- **분석방법 : 빈도분석**
- **주요 설문내용**
 - **해남군 농특산물 통합브랜드 ‘땅끝누리’에 관한 설문**
 - **해남군 농특산물 브랜드 개발에 대한 설문**
 - **응답자 기본사항**

[illegible]

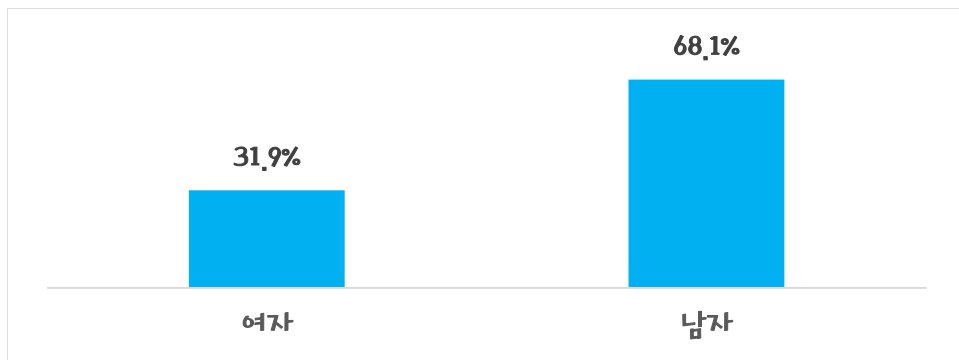
1. 설문조사 개요

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

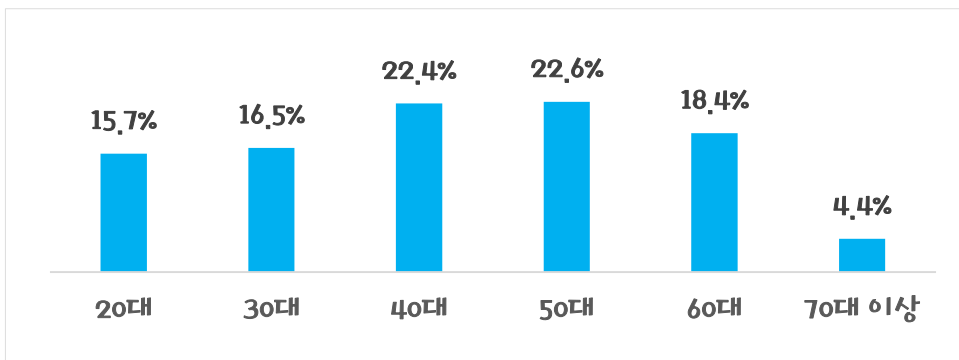
해남군 농특산물 통합브랜드 운영실태 조사의 응답자 수는 총 418명으로,
이중 남자가 68.1%, 50대 22.6%, 농업에 종사하는 응답자가 45.0%로 높은 비중을 차지함

응답자 기본현황

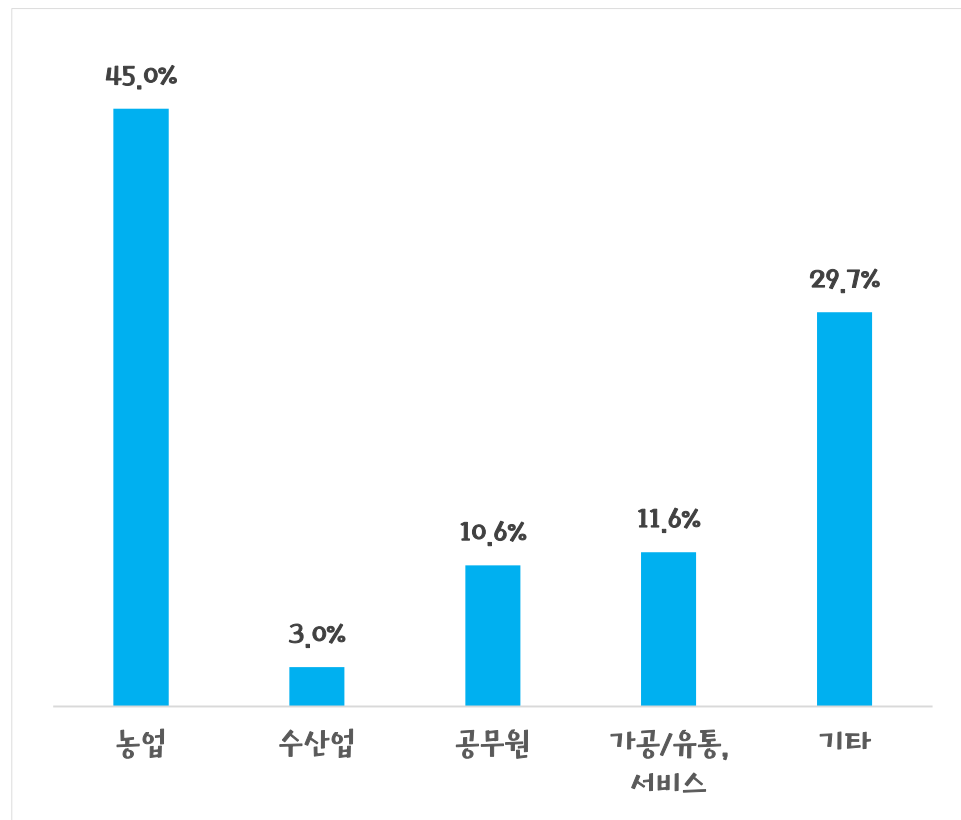
1. 성별



2. 연령



3. 종사자



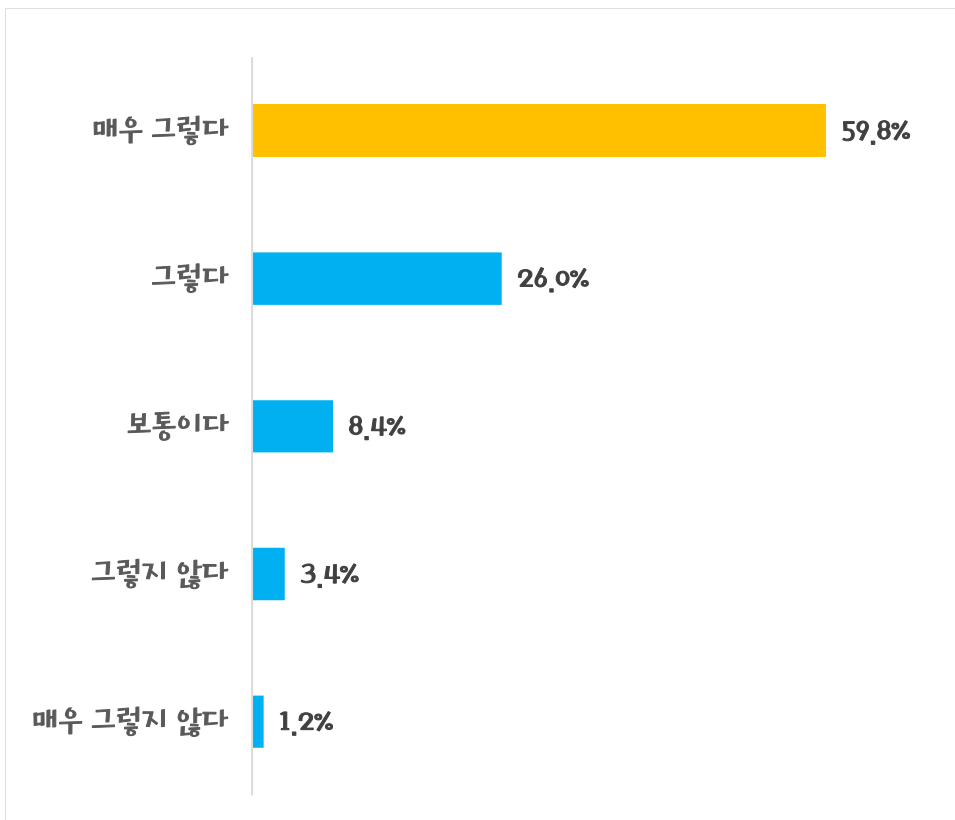
2. 설문조사 결과

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

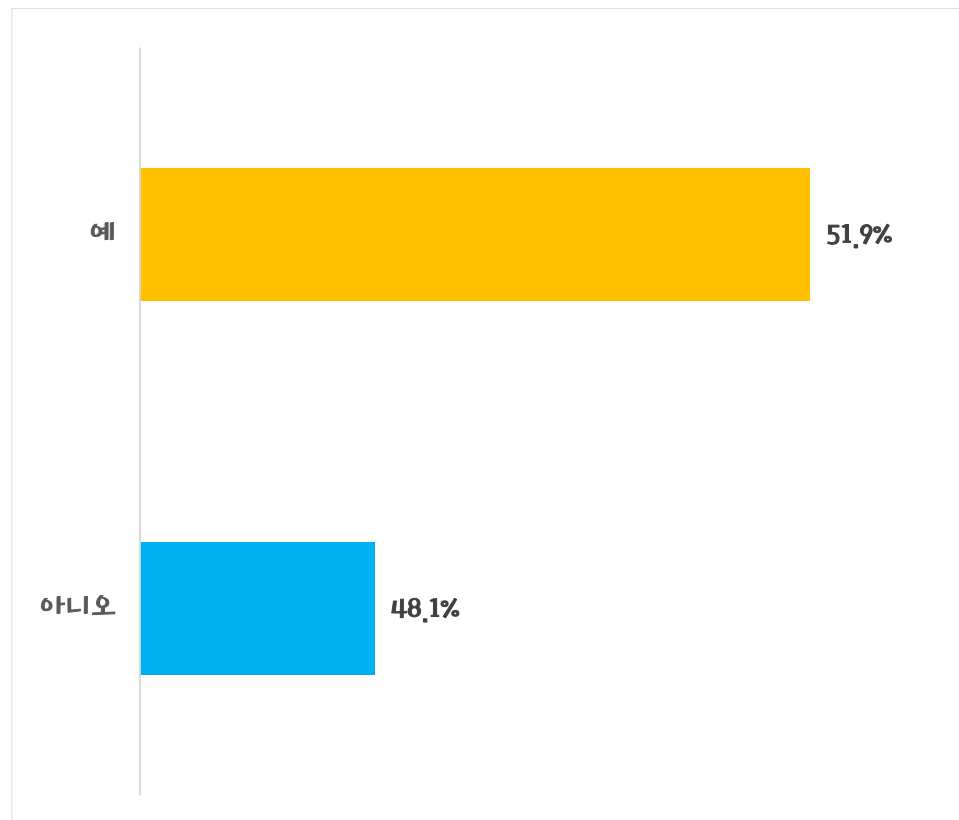
응답자의 대다수인 **85.8%**는 해남군을 대표하는 농특산물 **통합브랜드가 필요하다고 응답**하였으며,
해남군 통합브랜드인 '땅끝누리'에 대해 **응답자의 51.9%**가 알고 있는 것으로 나타남

■ 해남군 농특산물 통합브랜드 '땅끝누리'에 관한 설문

1. 해남군 대표 농특산물 **통합브랜드 필요 여부**



2. 현재 해남군 통합브랜드 '**땅끝누리**' 인지도



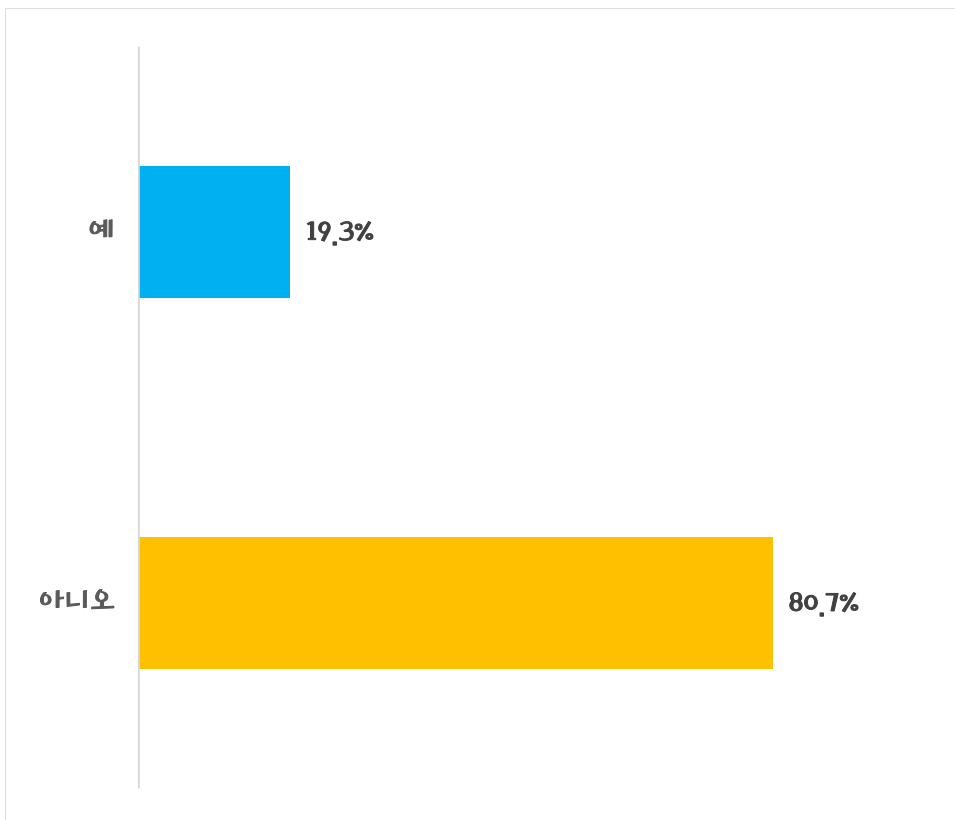
2. 설문조사 결과

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

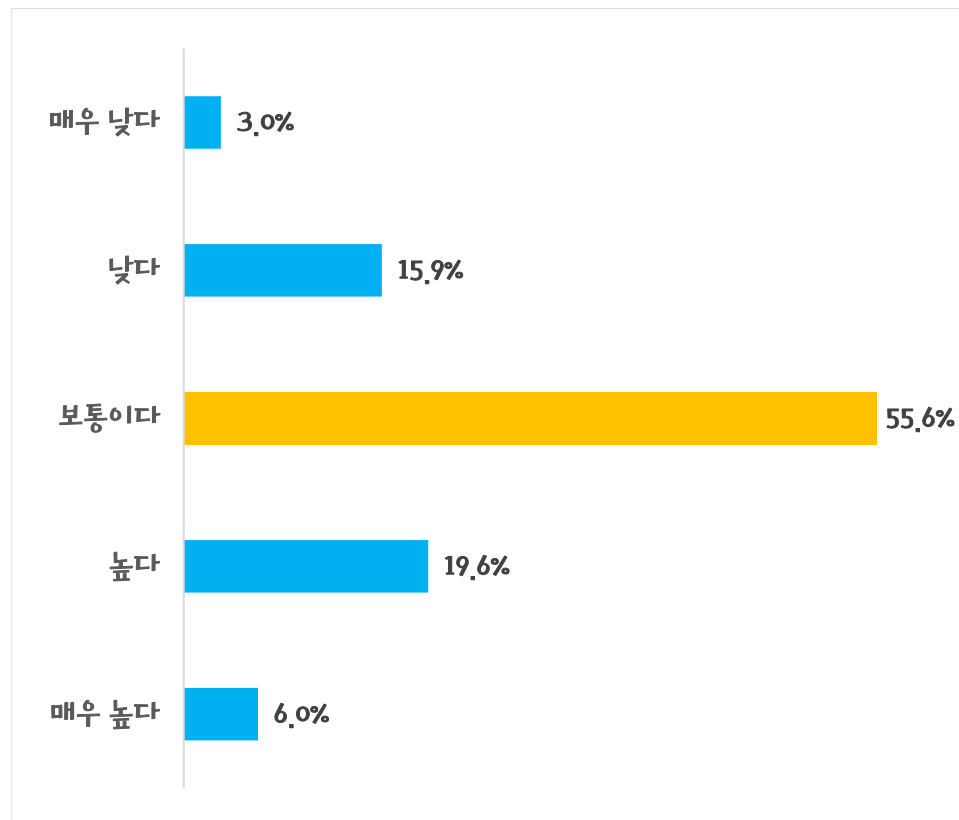
응답자 중 80.7%는 '땅끝누리'를 사용한 경험이 없는 것으로 나타났으며,
'땅끝누리' 품질, 안전성 등의 신뢰도는 높다고 응답한 비중이 25.6%, 보통 55.6%, 낮다 18.9%로 나타남

■ 해남군 농특산물 통합브랜드 '땅끝누리'에 관한 설문

3. 해남군 통합브랜드 '땅끝누리' 사용 경험



4. '땅끝누리'의 품질, 안전성 등 신뢰도



2. 설문조사 결과

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

해남군 '땅끝누리' 브랜드 이미지는 해남군 이미지와의 어울림(3.29점), 기억의 용이성(3.09점)항목을 제외한 대부분 항목에서 보통(3점) 이하로 나타남(개선점에 대한 내용을 감안하여 **향후 브랜드 이미지 개선방향 설정**)

■ 해남군 농특산물 통합브랜드 '땅끝누리'에 관한 설문

5. 해남군 통합브랜드 '땅끝누리' 브랜드 이미지(각 항목에 대한 평균값)

항목	낮음(1점)	(2점)	보통(3점)	(4점)	높음(5점)	항목
무엇을 나타내는지 모르겠다						무엇을 나타내는지 명확하다
의미를 모르겠다						의미가 명확하다
대표성이 없다						대표성이 있다
해남군 이미지와 어울리지 않는다						해남군 이미지와 잘 어울린다
디자인이 촌스럽다						디자인이 세련 됐다
호감이 가지 않는다						호감 이 간다
기억하기 어렵다						기억하기 쉽다

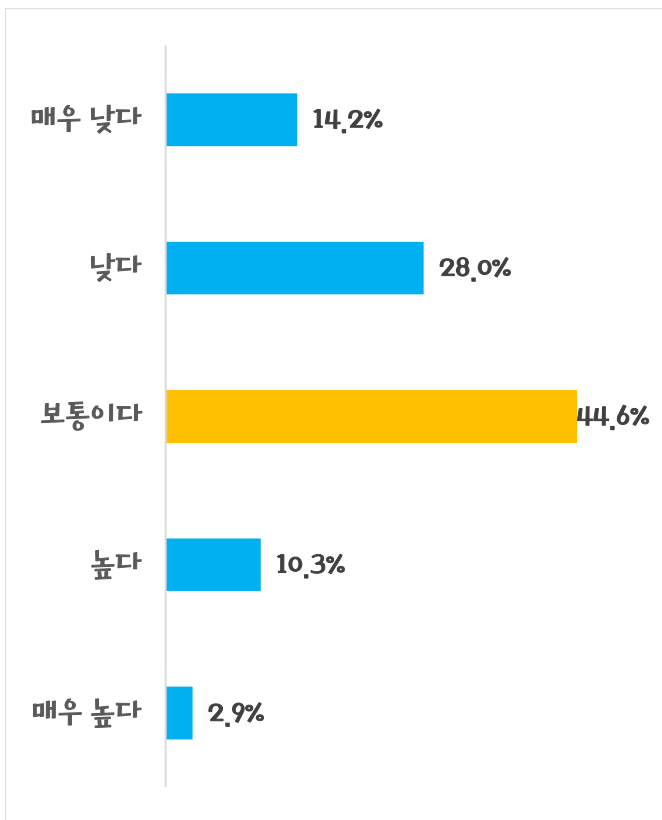
2. 설문조사 결과

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

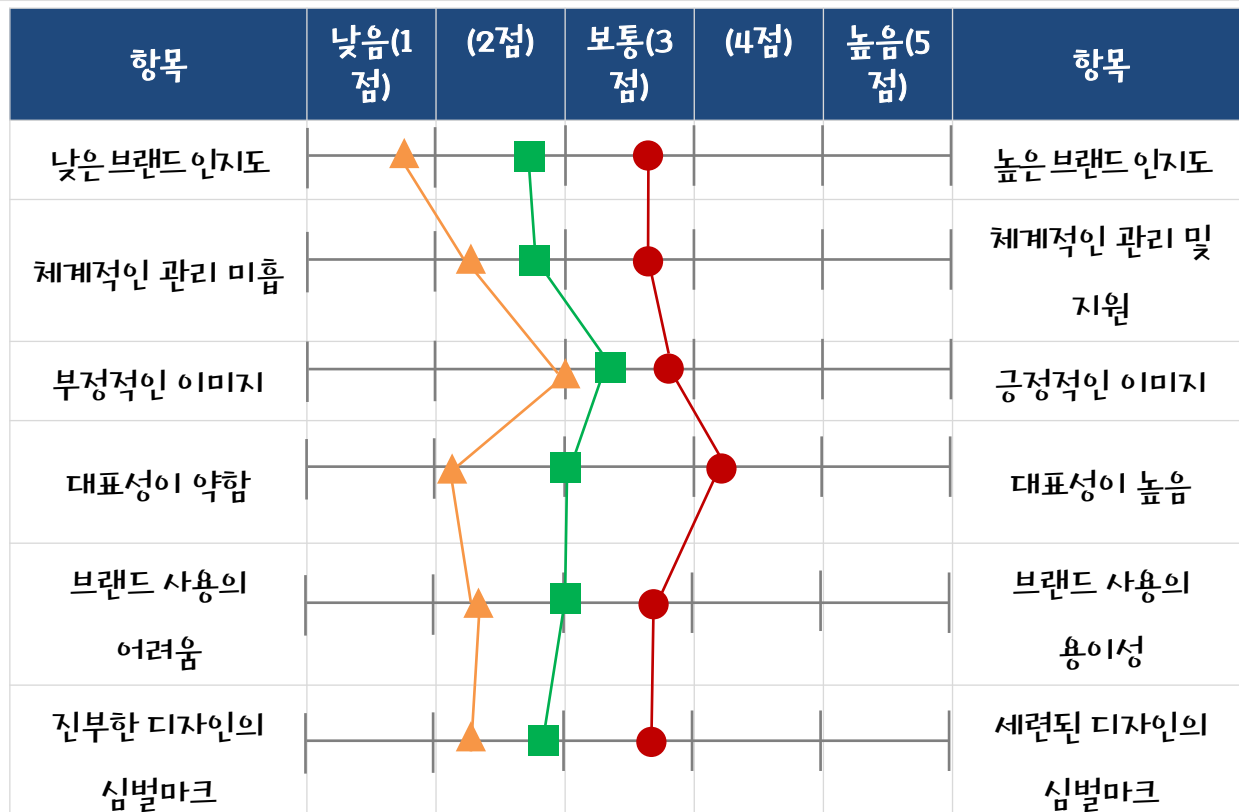
응답자 중 42.2%는 '땅끝누리'에 대한 활용도가 낮다고 응답한 반면 활용도가 높다는 응답률은 13.2%로 나타남

■ 해남군 농특산물 통합브랜드 '땅끝누리'에 관한 설문

6. 해남군 통합브랜드 '땅끝누리' 활용도



6-1. 이유(활용도에 따른 각 항목별 평균값)



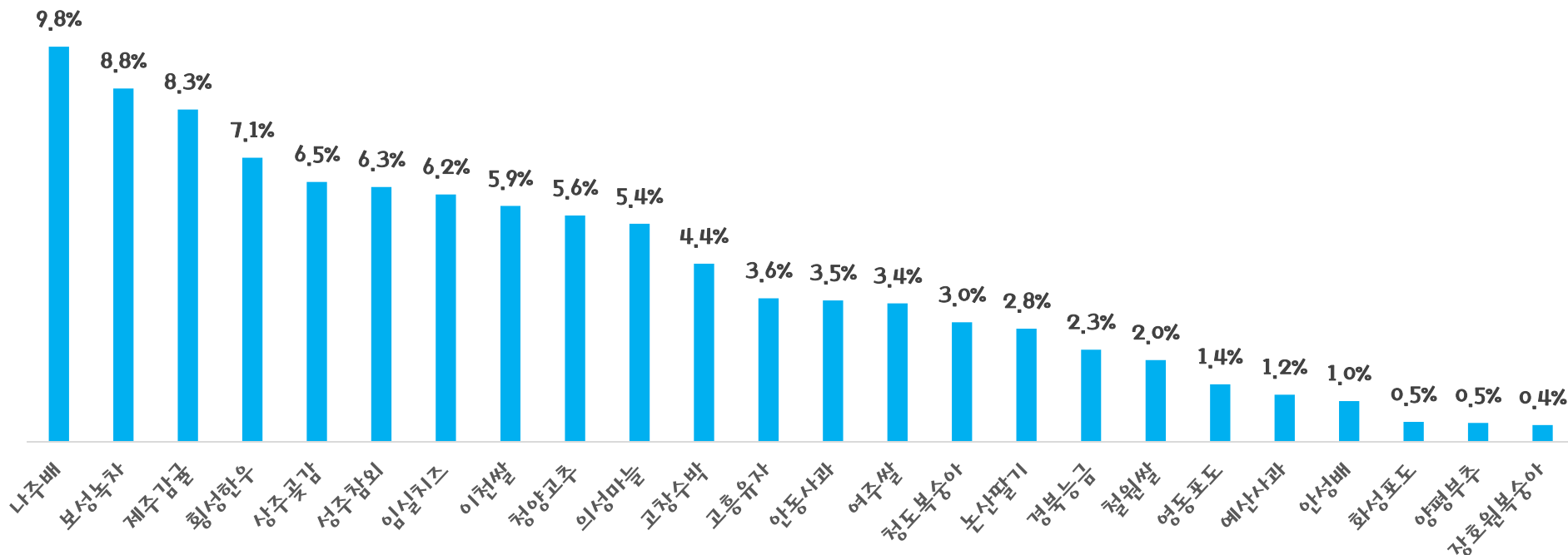
2. 설문조사 결과

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

농특산물하면 떠오르는 지역과 품목은 나주배가 9.8%로 가장 높게 나타났으며, 보성녹차(8.8%), 제주감귤(8.3%), 횡성한우(7.1%), 상주꽃감(6.5%) 순으로 높게 나타남

해남군 농특산물 브랜드 개발에 대한 설문

7. '농특산물'하면 떠오르는 지역 및 품목



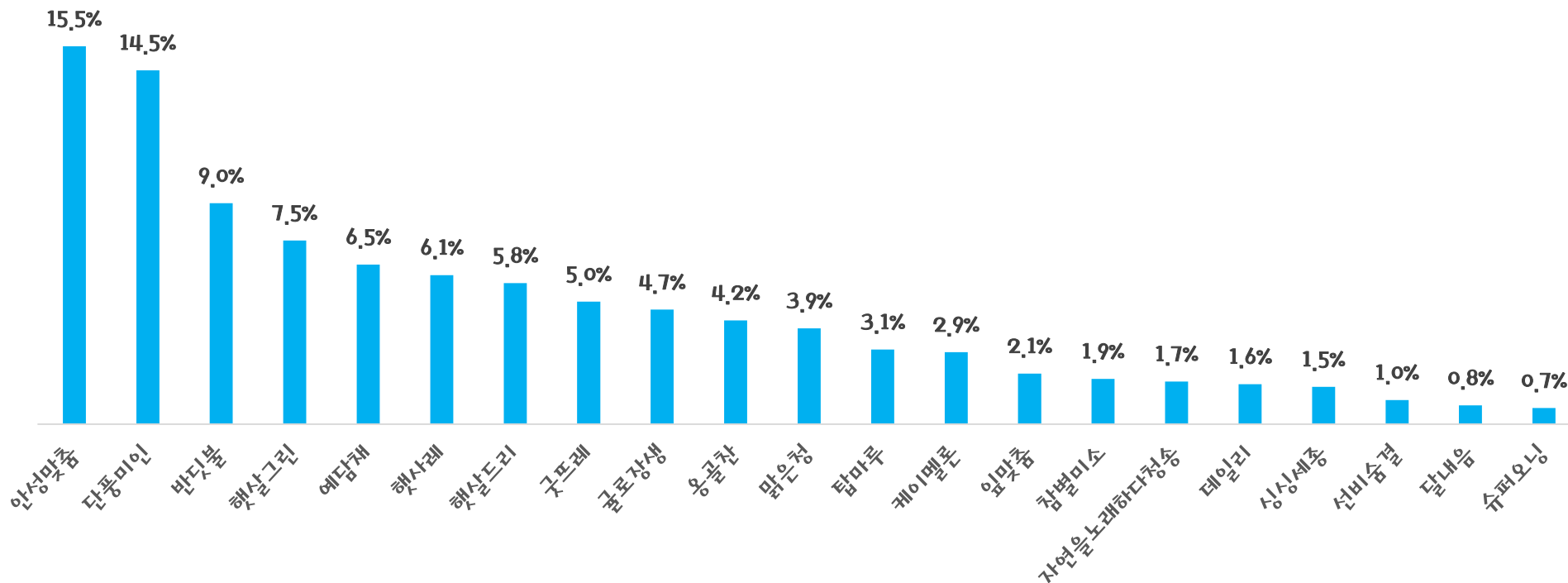
2. 설문조사 결과

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

농특산물 브랜드하면 떠오르는 브랜드는 안성맞춤으로 응답률이 15.5%로 나타났으며,
단풍미인(14.5%), 반딧불(9.0%), 햇살그린(7.5%), 예담채(6.5%) 등으로 나타남

해남군 농특산물 브랜드 개발에 대한 설문

8. '농특산물'하면 떠오르는 브랜드



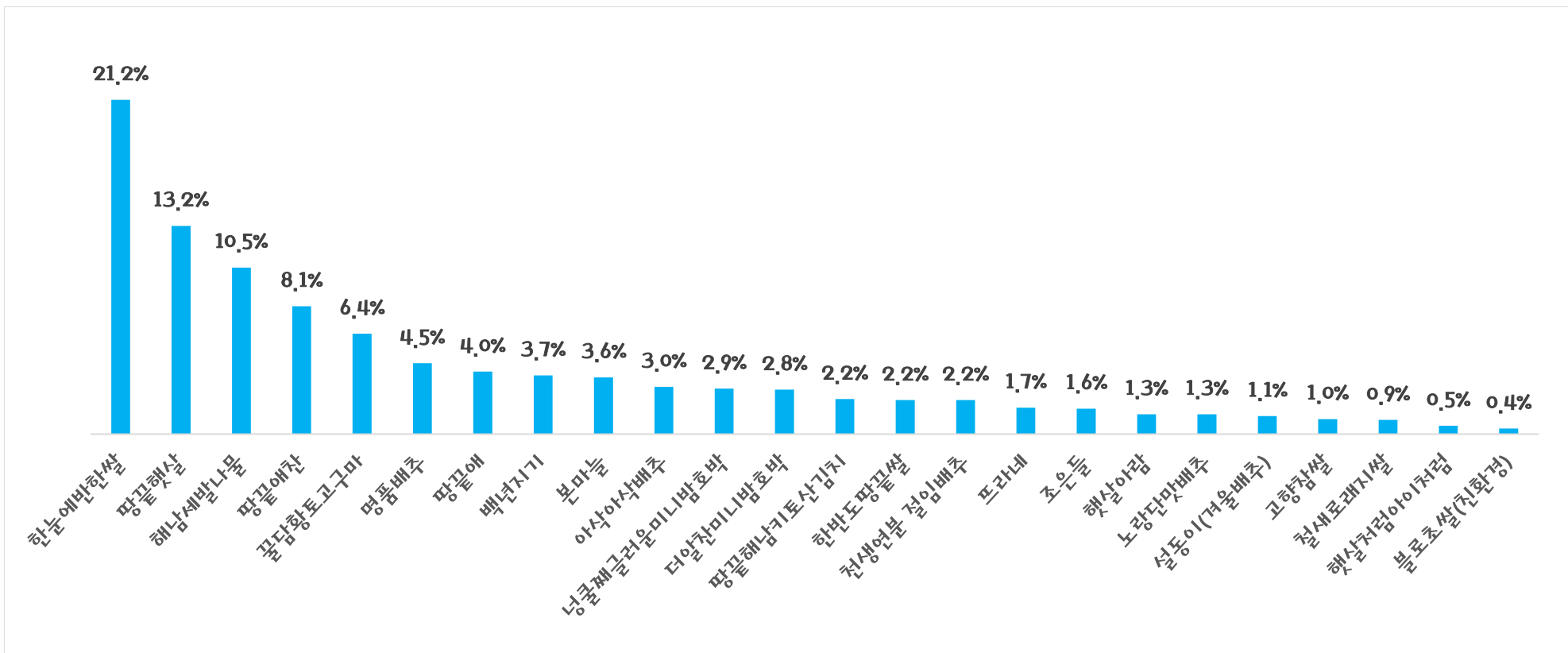
2. 설문조사 결과

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

해남하면 떠오르는 품목 및 브랜드로 **쌀 브랜드가 상위에 위치**하였으며,
특히 **한눈에반한쌀의 응답률(인지도)이 21.2%**로 타 브랜드에 비해 높게 나타남

해남군 농특산물 브랜드 개발에 대한 설문

9. '해남'하면 떠오르는 품목 및 브랜드



2. 설문조사 결과

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

해남군하면 어울리는 형용사의 정도는 역동적인(2.91점)을 제외한 각 항목에서 보통인 것으로 나타났으며, 특히 친환경적인 항목은 3.74점으로 나타나 타 항목에 비해 약간 높게 나타남

■ 해남군 농특산물 브랜드 개발에 대한 설문

10. 해남군하면 어울리는 형용사의 정도(각 항목의 평균값)

항목	낮음(1점)	(2점)	보통(3점)	(4점)	높음(5점)
전통적인			●		
깨끗한			●		
청렴한			●		
풍요로운			●		
행복한			●		
역동적인		●			
발전하는		●			
문화·예술적인		●			
매력적인		●			
친환경적인			●		
친근한			●		
가능성 있는			●		
활기찬			●		

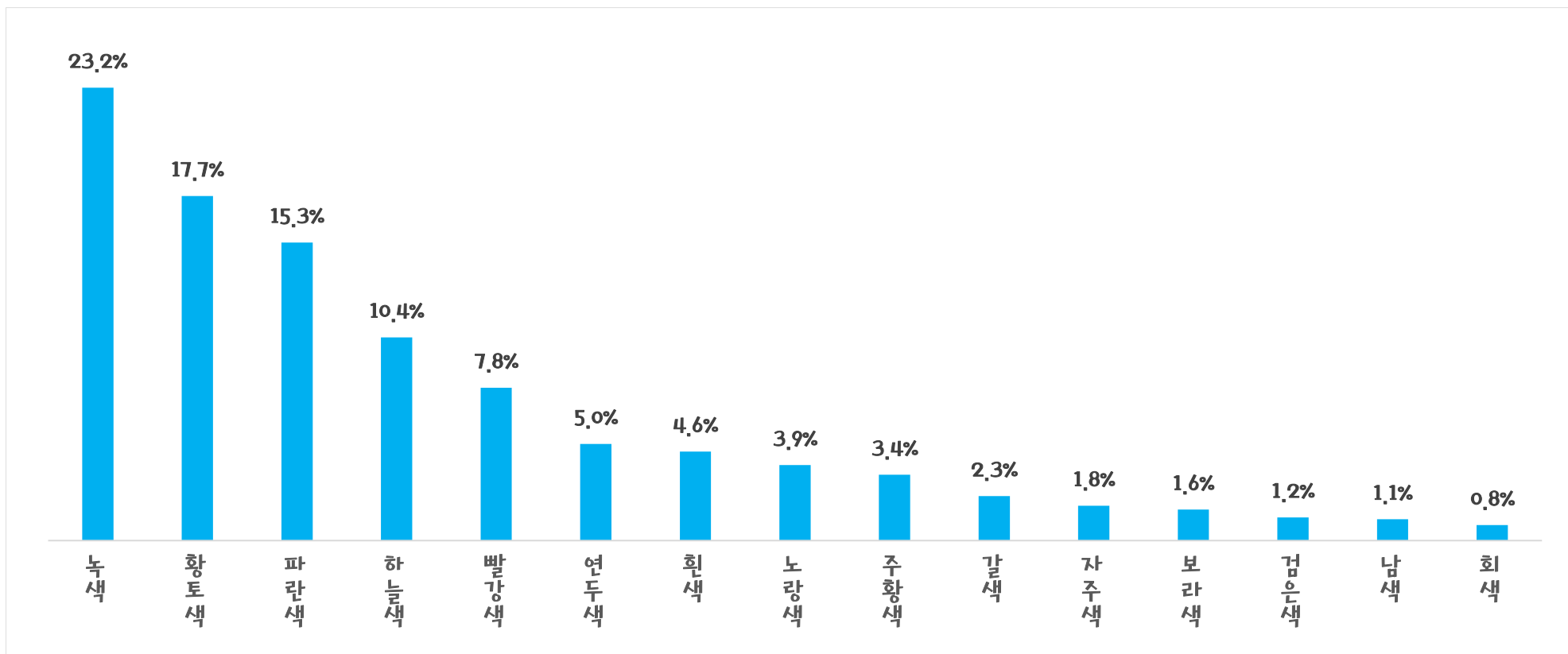
2. 설문조사 결과

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

해남군하면 떠오르는 또는 어울리는 색상으로 녹색이 23.2%로 가장 높게 나타났으며, 황토색(17.7%), 파란색(15.3%), 하늘색(10.4%) 등이 높게 나타남

■ 해남군 농특산물 브랜드 개발에 대한 설문

11. 해남군하면 어울리는 색상



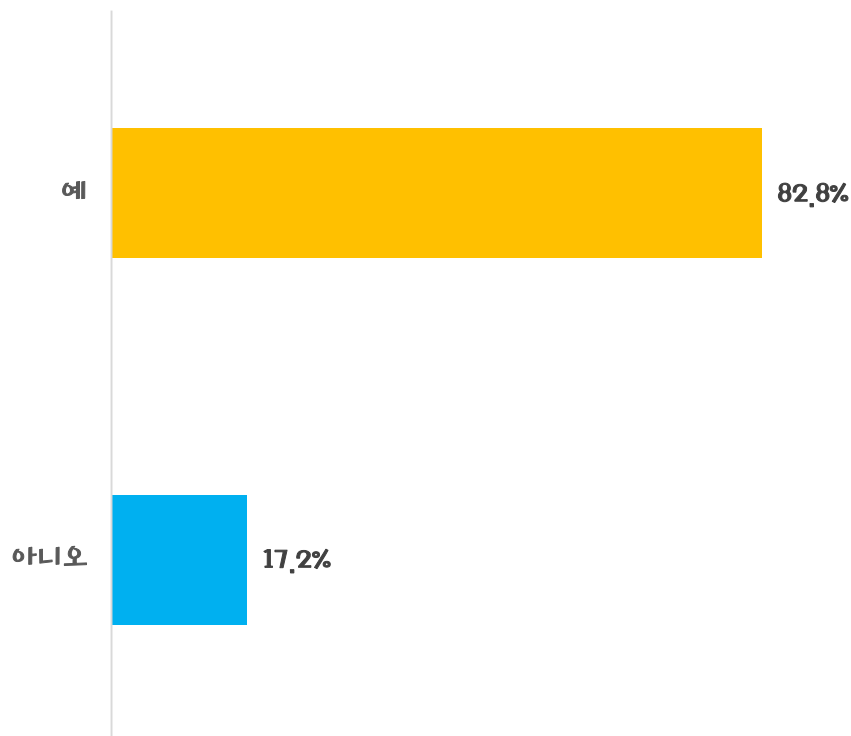
2. 설문조사 결과

해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

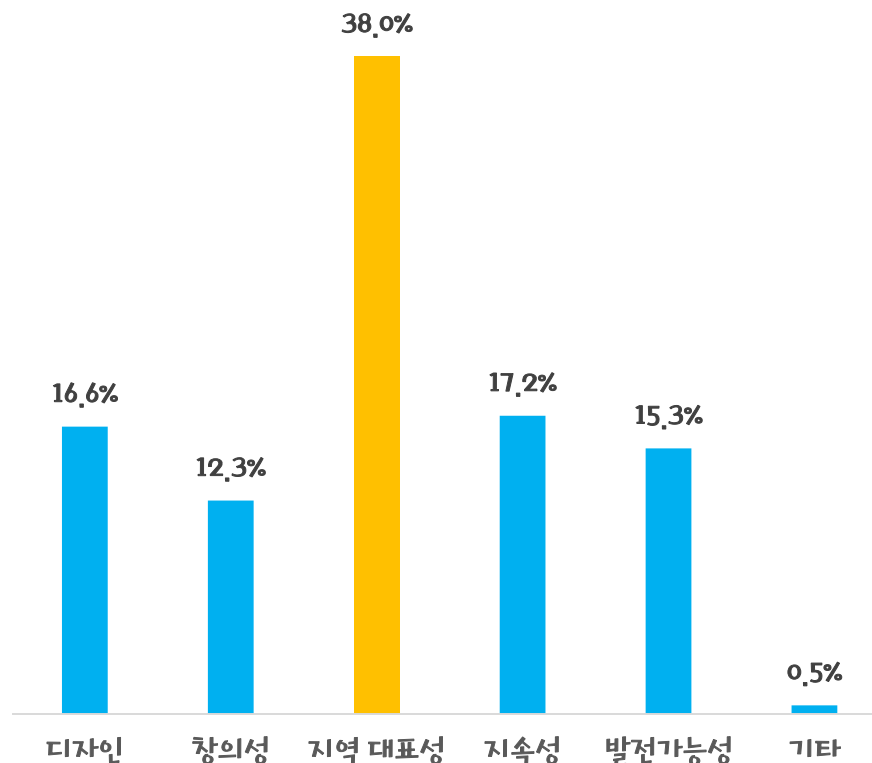
향후 해남군을 대표하는 농특산물 통합브랜드 개발 시, 해남군 지역 이름이 포함되어야 한다는 응답률이 82.8%로 나타났으며, 고려사항으로는 지역 대표성(38.0%), 지속성(17.2%), 디자인(16.6%) 등이 나타남

해남군 농특산물 브랜드 개발에 대한 설문

12. 향후 해남군 농특산물 통합브랜드 개발 시, 지역 이름 포함 여부



13. 향후 해남군 농특산물 통합브랜드 개발 시, 고려사항



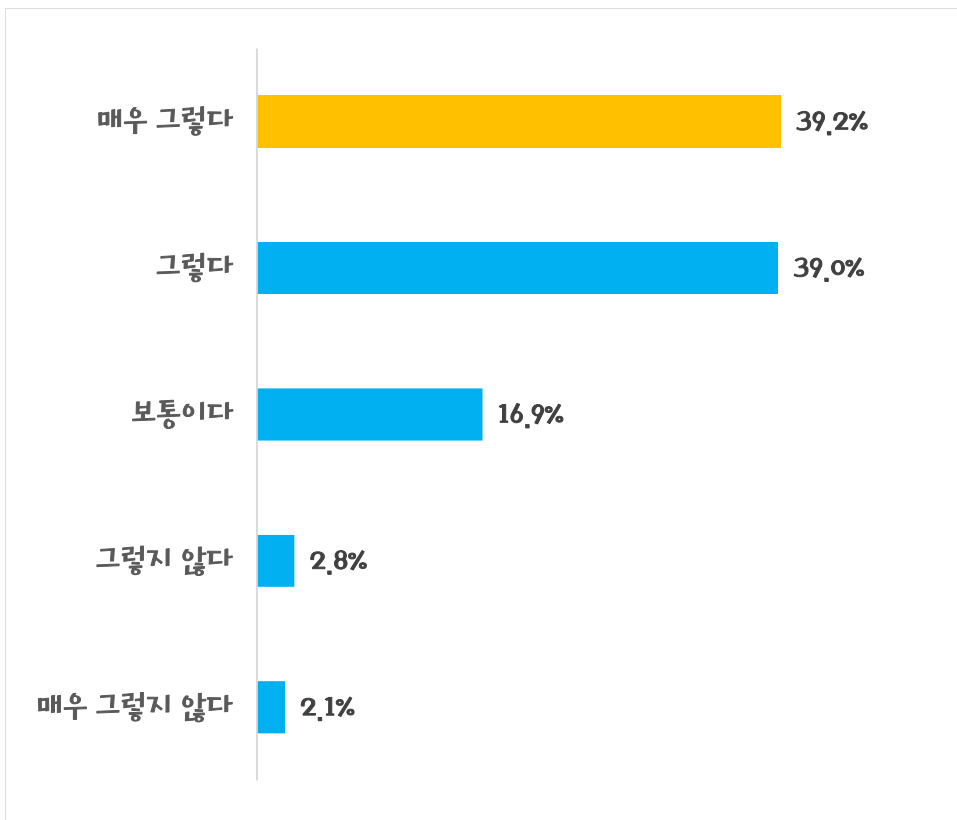
2. 설문조사 결과

IV. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

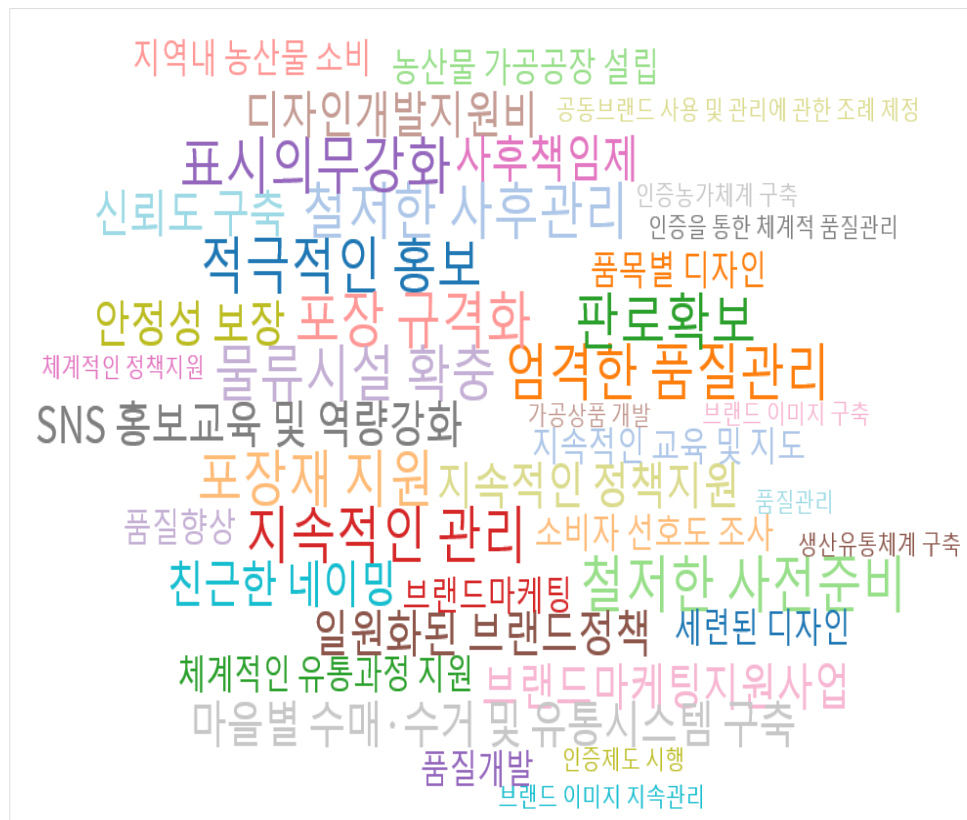
향후 해남군 농특산물 통합브랜드 개발 시, 적극적으로 사용할 것이라는 응답률이 78.2%로 나타났으며, 통합브랜드 사용 확대를 위해 적극적인 홍보, 철저한 사후관리, 엄격한 품질관리 등의 정책 및 지원이 필요함

■ 해남군 농특산물 브랜드 개발에 대한 설문

14. 향후 해남군 농특산물 통합브랜드 개발 시, 적극적인 사용 여부



15. 해남군 농특산물 통합브랜드 사용 확대를 위한 정책 및 지원



향후 해남군 농특산물 통합브랜드의 활성화를 위한 방안이 마련되어야 하며,
‘땅끝누리’에 대한 리뉴얼 등의 브랜드 이미지 재구축이 필요함

1 해남군 대표 농특산물 통합브랜드 필요

- 응답자의 85.8%는 해남군 대표 농특산물 통합브랜드가 필요하다고 응답함
- 해남군 농특산물 통합브랜드 개발 시, 적극적으로 사용한다는 응답률이 78.2%임
→ 해남군 농특산물을 대표할 수 있는 통합브랜드 필요

2 해남군 통합브랜드 ‘땅끝누리’ 브랜드 이미지 개선 필요

- 응답자 중 42.2%는 ‘땅끝누리’ 브랜드의 활용도가 낮다고 응답한 반면 활용도가 높다고 응답한 비율은 13.2%로 나타남
 - ‘땅끝누리’ 브랜드 활용도가 낮다고 응답한 이유는 낮은 브랜드 인지도, 대표성이 약하고 체계적인 관리 미흡 등인 것으로 나타남
- 또한 ‘땅끝누리’ 브랜드를 사용한 경험이 있는 경우(19.3%)보다 없는 경우(80.7%)가 월등히 높게 나타남
- ‘땅끝누리’ 브랜드는 명확한 디자인, 명확한 의미, 대표성, 호감도 등에서 낮게 나타남
→ ‘땅끝누리’ 브랜드의 노후화, 약한 대표성, 미흡한 관리 등으로 인해 ‘땅끝누리’ 브랜드 리뉴얼을 통한 이미지 재구축 필요

2-1 기존 ‘땅끝누리’ 브랜드명을 유지한 브랜드 이미지 개선 방향 설정

- 응답자 중 ‘땅끝누리’ 브랜드를 알고 있다고 응답한 비율은 51.9%로 나타나 브랜드 네이밍에 대한 인지도는 있음
- 또한 ‘땅끝누리’ 브랜드 이미지 분석 결과, ‘땅끝누리’는 해남군 이미지와의 어울림(3.29점)이 타 문항보다 다소 높게 나타남
→ 기존 ‘땅끝누리’ **브랜드 명을 유지하되**, 해남군의 이미지, 지역색, **지역명 포함 여부 등을 고려한 브랜드 리뉴얼 개발 방향 설정**

4. '땅끝누리' 브랜드 리뉴얼 방향

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

'땅끝누리' 브랜드 네이밍을 유지하되, 해남군이 가지고 있는 차별화된 이미지를 활용하여
직관적, 의미적, 정서적인 이미지 표현 등으로 해남군만의 이미지 확립

방향 1

'땅끝누리' 브랜드 네이밍 유지, 디자인 등 이미지 개선

- 현재 '땅끝누리' 브랜드에 대한 인지도는 있음(설문조사 응답자 중 '땅끝누리'를 알고 있다고 응답한 비율이 51.9%임)
→ **'땅끝누리' 브랜드 네이밍**은 해남군의 지리적 위치(땅끝)에서 착안한 네이밍으로 **해남군의 상징성을 포함**하며, 해남군
이미지와 잘 어울리는 것으로 나타남
- 반면 **디자인 요소와 브랜드 네이밍과의 연관성이 부족**하며, **디자인 노후화로 해남군의 지역성을 강조하는데 한계**가 있음

[설문지 문항 5. '땅끝누리' 브랜드 이미지]

항목	낮음(1점)	(2점)	보통(3점)	(4점)	높음(5점)	항목
무엇을 나타내는지 모르겠다						무엇을 나타내는지 명확하다
의미를 모르겠다						의미가 명확하다
대표성이 없다						대표성이 있다
해남군 이미지와 어울리지 않는다						해남군 이미지와 잘 어울린다
디자인이 촌스럽다						디자인이 세련됐다
호감이 가지 않는다						호감이 간다
기억하기 어렵다						기억하기 쉽다

차별성

지역성이 뚜렷하게 드러나지
않는 디자인으로 타 지역과의
차별성을 두기 어려움

대표성

상품마다 동일한 BI 사용
으로 해남군 농특산물만의
특성을 나타내기 어려움



브랜드회상

다소 평범한 디자인으로
소비자들이 기억하기 쉽지 않
음

의미성

평범한 브랜드 디자인으로 해
남군만의 지역성이 담겨 있지
않음

4. '땅끝누리' 브랜드 리뉴얼 방향

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

브랜드 구성요소 및 형태 분석

디자인 유형 : 로고타입 + 보조요소(디자인 요소) 형태

- 공동브랜드에서 가장 흔하게 채용되는 디자인 방식으로 로고타입에 지역을 상징하는 이미지 결합
- 대부분 지역브랜드에서는 해, 산, 달, 바다, 나무 등 자연물의 이미지를 강조하여 차별화가 힘들고, 디자인 요소가 한정적으로 소비자 기억에 남기 어려운 단점이 있음

제한된 디자인 형태

- 로고는 브랜드를 나타내는 상징물로 브랜드 비전과 이미지를 소비자에게 상기시키는 중요 수단임
- 따라서 형태적으로도 5가지 형태(로고타입, 로고타입+보조요소, 심벌마크, 심벌마크+로고타입, 이니셜)로 개발되는 경우가 많으나 현재 '땅끝누리'는 1가지 형태만 사용되고 있어 다양한 로고형태 개발이 요구됨

로고타입(캘리그래피 형태)

- 캘리그래피 형태로 시안성이 좋은 고딕 형태
- 해남의 지정학적 정체성을 상징하는 '땅끝'과 세상을 뜻하는 순우리말인 '누리'를 합쳐 서남단에 위치한 해남군의 지역적 이미지를 반영하고 있음



보조요소(도형, 색채 등)

- 로고타입에 도형과 색채 등 디자인 요소 결합
- 바다와 인접해 수산업과 농업이 동시에 발달한 해남을 상징하는 이미지인 바다, 산, 갈매기가 구성요소
- 보조요소가 일반적이고 평범한 이미지로, 지역 특색을 반영하고 있지 않아 설문조사에서도 '무엇을 의미하는지 모르겠다'는 응답이 높았음

4. '땅끝누리' 브랜드 리뉴얼 방향

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

해남군만의 차별화된 브랜드와 지역성을 강조하여 해남군의 우수한 농특산물의 통합적 홍보 마케팅 실현

방향 2 '땅끝누리' 브랜드 네이밍에 해남군 지역명 포함, 디자인 등 이미지 개선

- '땅끝누리' 네이밍과 함께 지역명을 포함한 브랜드 리뉴얼로 해남군의 지역성을 더욱 명확히 표현하고자 함
- 설문조사 결과, **해남군 농특산물 통합브랜드 개발 시 지역명이 포함되어야 한다는 응답률이 82.8%**로 나타남

구분	기존 브랜드	신규 브랜드
나주시		
세종시		
담양군		

소비자에게 지역산 농특산물 각인
지역의 상징성 및 차별화 제고
브랜드 인지도 확보 유리
지역 이미지 향상 및 경제 활성화 도모

4. '땅끝누리' 브랜드 리뉴얼 방향

Ⅳ. 해남군 통합브랜드 운영실태 조사결과

브랜드 리뉴얼 사례

- 공동브랜드 전략에 있어서 중요한 것은 브랜드명이 아닌 '지속적인 관리'
- 높은 브랜드 파워를 지닌 브랜드일수록 브랜드명은 유지하되, 로고타입이나 디자인 요소만 현대적으로 바꾸는 방향으로 리뉴얼을 진행해 왔음
- 지자체 브랜드의 경우 브랜드가 정착되지 않은 경우가 많아 브랜드명을 바꾸는 경우도 적지 않으나, 일부 디자인만을 바꾸어 현장 혼선을 막고 일관된 브랜드 마케팅 및 포지셔닝을 수행하는 사례도 많음
- 장기적인 브랜드 파워 확보에 BI 디자인의 변경은 조심스럽게 접근해야 할 필요성이 있으며, 특히 브랜드 네이밍의 변경은 사실상 브랜드의 포기를 의미하게 되어 성공적인 브랜드 이미지 승계작업이 어려움



아파트 브랜드의 브랜드BI 변경사례



경산시 리뉴얼 사례



담양군 리뉴얼 사례

해남군 농특산물 통합브랜드 운영실태 진단 용역

V. 해남군 통합브랜드 활성화 방안



1. 통합브랜드 운영 현황 이슈

V. 해남군 통합브랜드 활성화 방안

‘땅끝누리’ 브랜드 사용실적 저조 및 낮은 인지도, 브랜드 관리운영체계 관련 조례 부재 등으로
통합브랜드의 위상이 정립되지 않아 이에 대한 방안마련이 필요함

‘땅끝누리’ 브랜드 운영 현황 및 이슈



• 특허출원일자 : 2018년 12월 19일

• 특허등록일자 : 2019년 6월 28일

‘땅끝누리’ 브랜드 이용 실적 저조 및 낮은 인지도

통합브랜드 관리·운영체계 부재

통합브랜드 관리 조례(제도적 장치) 부재

통합브랜드 및 조직 육성체계 부재

참여조직 및 생산자 조직화 관리 미흡

활성화
방안

방안 1

통합브랜드 **리뉴얼 및 위계정립**

방안 3

통합브랜드 **품질관리 체계 구축**

방안 2

통합브랜드 **관리·운영 체계 구축**

방안 4

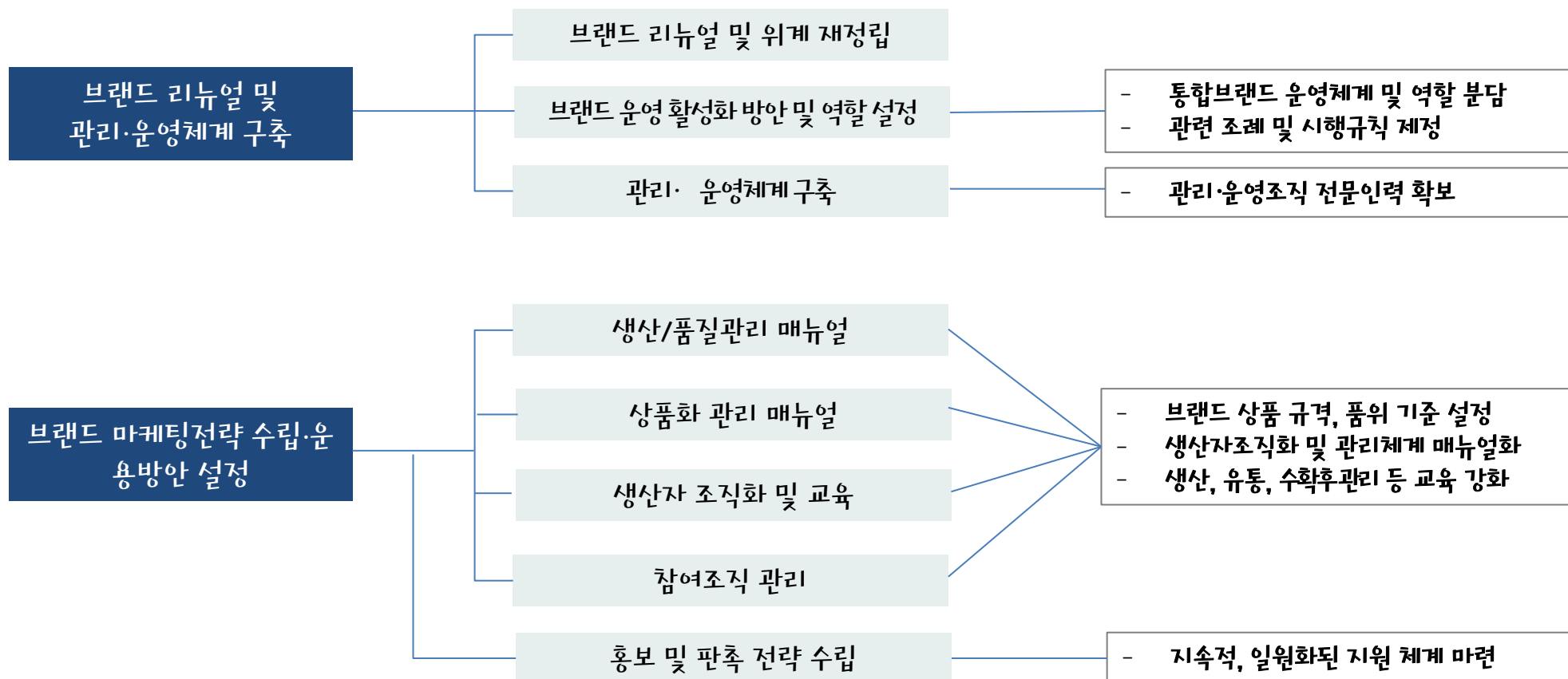
통합브랜드 **홍보·마케팅 지속 강화**

2. 통합브랜드 활성화 방안

V. 해남군 통합브랜드 활성화 방안

‘땅끝누리’ 브랜드 활성화를 위한 브랜드 리뉴얼 및 관리·운영체계 구축, 브랜드 마케팅 전략 수립·운용 등 방안을 마련하여 향후 ‘땅끝누리’ 브랜드 활성화 도모

‘땅끝누리’ 브랜드 활성화 방안



2. 통합브랜드 활성화 방안

V. 해남군 통합브랜드 활성화 방안

방안 ① : 브랜드 리뉴얼 및 위계 정립

[해남군 통합브랜드 리뉴얼 필요성]

- 2007년 '땅끝누리' 브랜드를 개발하여 운영하고 있지만, 개발 이후 체계적인 브랜드 관리·운영 미흡, 낮은 브랜드 인지도 및 활용도, 디자인 노후화 등으로 브랜드 리뉴얼이 필요함
- 해남군 지역민 대상 설문조사 결과, 농특산물 통합브랜드의 필요성을 인지하는 지역민이 85.8%, 통합브랜드 개발시 적극적인 사용할 것이라고 응답한 비율이 78.2%로 나타나 통합브랜드에 대한 요구도가 높음

[타 시군 사례 : 세종시]

- 지난 2007년 연기군 시절에 개발한 '행복한 아침을 농특산물 공동브랜드'로 사용 → 세종시 출범 후 2013년 '행복한아침' 디자인 변경
- 하지만 세종시와의 지역 연계성이 떨어지고 소비자 인지도가 5.3%로 매우 낮게 나타나 2016년 세종시를 상징할 수 있는 통합브랜드 개발



[타 시군 사례 : 담양군]

- 기존 브랜드의 정체성은 유지하면서 디자인만 현대적으로 리뉴얼하여 마케팅 연속성을 확보하여 경쟁력 강화
- 2007년 '대숲맑은' 농산물 공동브랜드를 개발하여 브랜드 조직화 및 품질관리 수행 → 2017년 상표등록 연장기간이 도래함에 따라 노후화된 브랜드 디자인 변경 추진



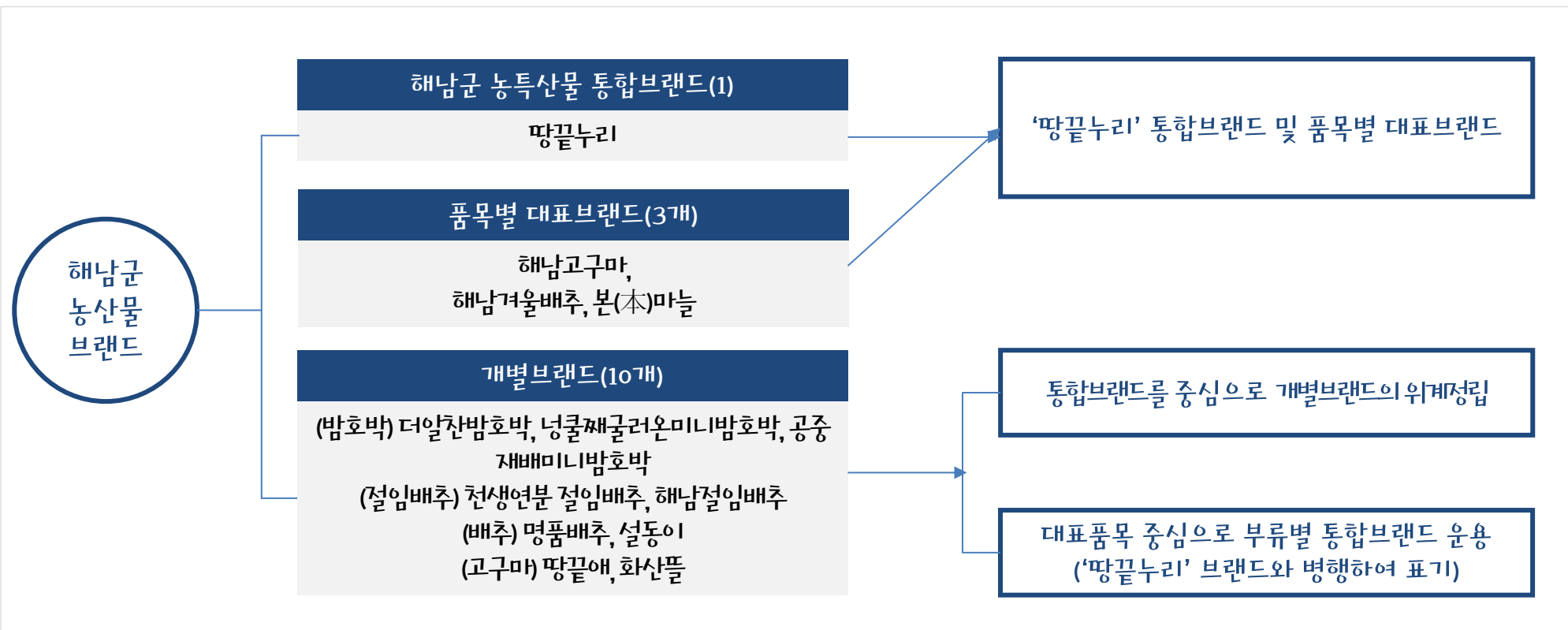
2. 통합브랜드 활성화 방안

V. 해남군 통합브랜드 활성화 방안

방안 ① : 브랜드 리뉴얼 및 위계 정립

[해남군 브랜드 위계정립의 필요성]

- 해남군은 '땅끝누리'라는 통합브랜드가 있음에도 불구하고 유통조직별 다양한 개별브랜드를 운용함
 - 개별브랜드의 난립으로 해남군 통합브랜드의 기능이 제대로 수행되지 못하고 있으며, 체계적인 브랜드 마케팅 실현이 어려움
 - '땅끝누리' 통합브랜드를 중심으로 개별브랜드와의 단계적, 체계적인 위계 정립



2. 통합브랜드 활성화 방안

V. 해남군 통합브랜드 활성화 방안

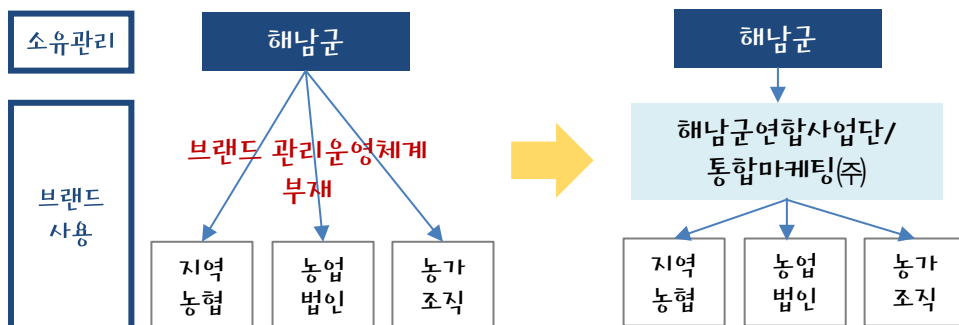
방안 ② : 통합브랜드 관리·운영 체계 구축

- 통합브랜드 관련 조례 제정
- 통합브랜드 관련 관리·운영체계 구축

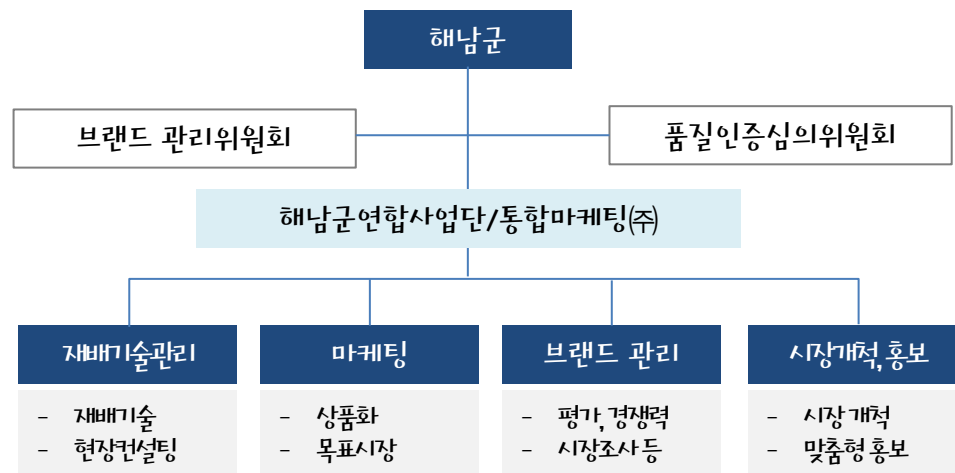
[통합브랜드 관련 조례 제정]

- 해남군 농특산물 통합브랜드 사용에 관한 조례(안)
 - 통합브랜드 사용 적용대상 및 사용대상 품목지정
 - 통합브랜드 사용 지정 신청
 - 통합브랜드 사용 심의
 - 농특산물 통합브랜드 사용자 사후관리, 사용정지, 사용지정 취소
 - 통합브랜드 사용자에 대한 지원
 - 농특산물 통합브랜드 관리심의 위원회 설치 및 기능

[통합브랜드 관리체계 개선(안)]



[통합브랜드 관리·운영체계(안)]



- '품질인증심의위원회' 구성
 - '땅끝누리' 관련 정책 심의의결, 참여농가 선정 및 퇴출의결, 관련 조례 및 규정 심의
- '브랜드 관리위원회' 설치
 - 품목별 브랜드 규격품 생산방향, 상품화 및 출하관련 사항 심의결정, 브랜드 규격 및 규정, 교육 등 발의
- 통합브랜드 운영주체(해남군연합사업단/통합마케팅(주)) 선정
 - 브랜드 운영·관리를 위한 전문인력 필요

2. 통합브랜드 활성화 방안

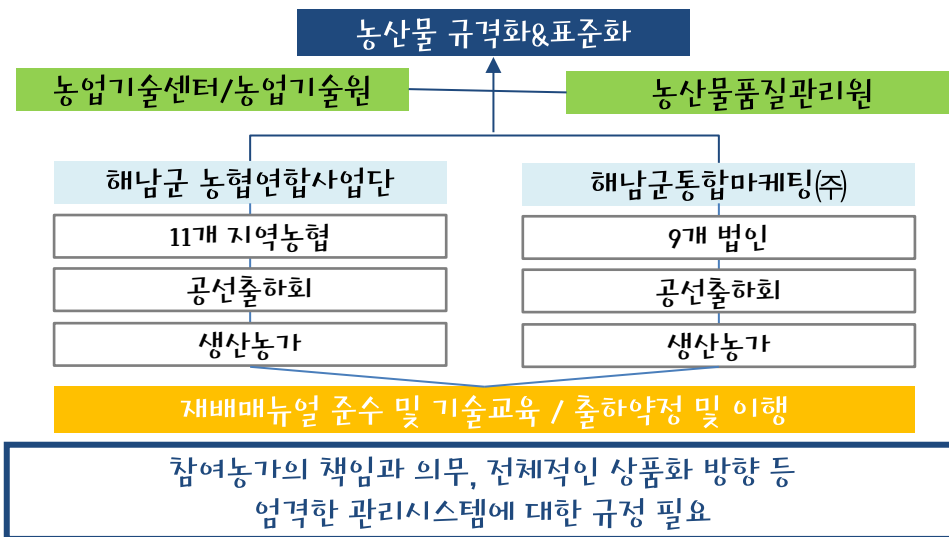
V. 해남군 통합브랜드 활성화 방안

방안 ③ : 통합브랜드 품질관리 체계 구축

- 생산자 조직화 및 교육
- 품목별 생산 및 품질 관리를 위한 매뉴얼상의 품질관리 기준 제시
- 품목별 상품 품위 및 규격 기준 제시

[생산자 조직화 및 교육]

- 우선적으로 해남군 농협연합사업단과 통합마케팅(주)에 참여하는 농가를 중심으로 재배매뉴얼 준수 및 기술교육, 출하약정 및 이행 유도 등을 통한 참여농가 확대 추진



[매뉴얼상의 품질관리 기준]

- 생육단계별 재배관리 중점사항 등
- 재배단계, 외부환경 변화에 대한 환경 및 시설관리
- 안전성(PLS) 및 병해충 관리, 농약 안전사용 기준 등
- 수확 후 관리요령 및 선별 기준 등
- 포장기준 및 브랜드 표기 등

[상품 선별 및 상품화 기준]

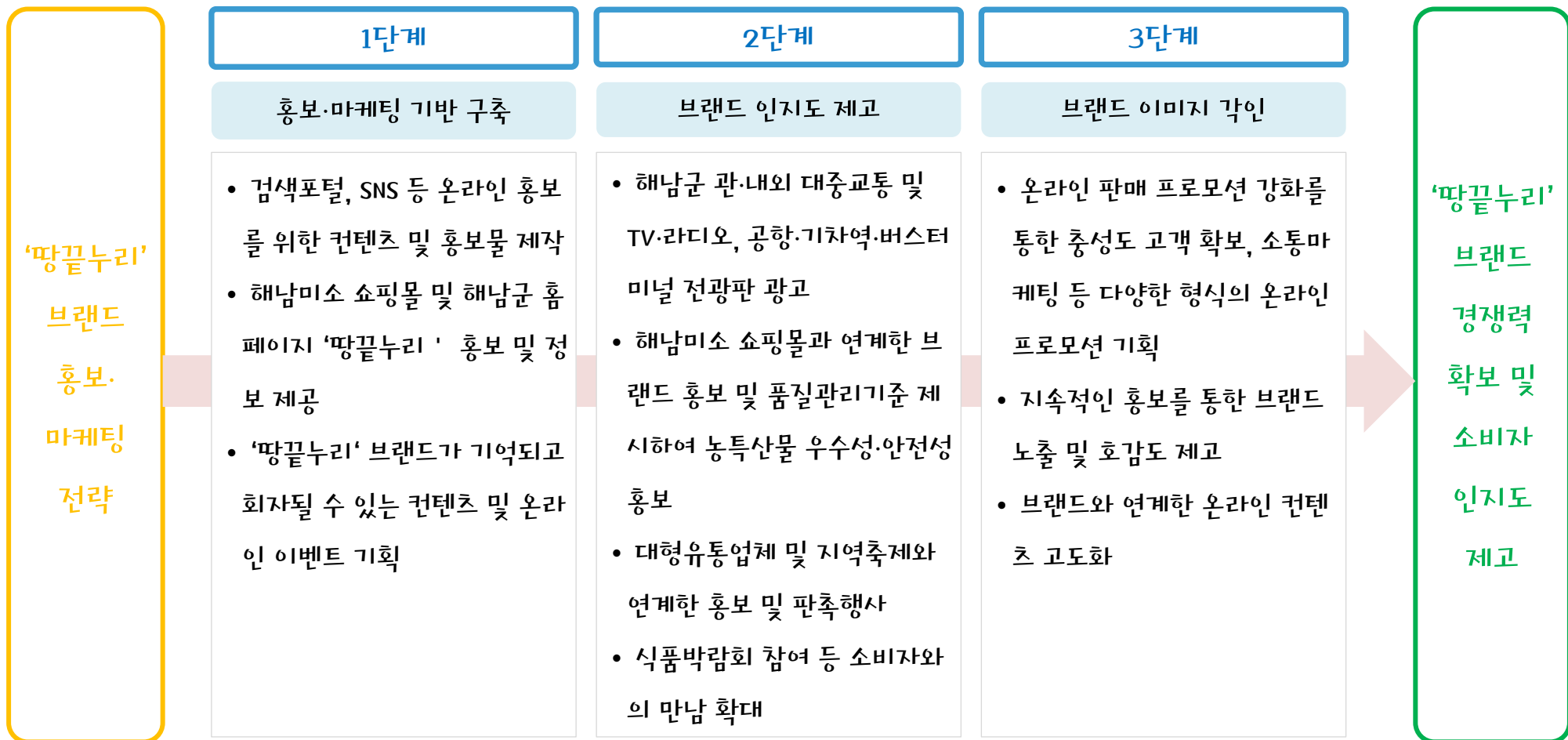
- 상품선별 및 상품화를 위한 품목별 품위 및 규격 기준
- 포장재 개발 및 리뉴얼
- 품질관리원 운영 → 품질기준 설정 및 교육, 사후조치, 애로사항 및 개선과제 도출

2. 통합브랜드 활성화 방안

V. 해남군 통합브랜드 활성화 방안

■ 방안 ④ : 통합브랜드 홍보·마케팅

- 단계별 홍보·마케팅 전략 수립



2. 통합브랜드 활성화 방안

V. 해남군 통합브랜드 활성화 방안

예시 : 타 시군 농산물 공동브랜드 홍보·마케팅 전략

[온라인·오프라인 매체 활용 광고]

- 와이드 광고(공항내 LCD, 기차역, 기차역내 영상광고, 버스터미널 LCD 전광판 등)



- 곤포사일리지 및 논아트 활용 광고



[다양한 홍보 및 판촉전략 마련]

- 전북 '예담채'-수도권 대형유통업체와 연계한 특별판매전



- 식품박람회 참석



해남군 농특산물 통합브랜드 운영실태 진단 용역

참고자료 : 해남군 농특산물 통합브랜드 조례 및 시행규칙(안)



■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례(안)

제1조(목적) 이 조례는 해남군에서 생산되는 우수 농·특산물에 대한 이미지 제고로 판매를 증대시키고 생산자의 품질 향상 및 기술 개발 촉진은 물론 소비자가 양질의 상품을 믿고 구입할 수 있도록 하고자, 해남군 농·특산물통합브랜드 "땅끝누리"의 사용에 관한 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 정의는 다음 각 호와 같다.

1. “농·특산물”이라 함은 해남에서 생산되는 **농산물·축산물·수산물·임산물 및 가공식품**을 말한다.
2. “해남군 농·특산물 통합브랜드(이하 “통합브랜드”라 한다)”라 함은 해남군수가 개발하여 「상표법」에 따라 특허청에 출원 등록한 상표(출원 중인 상표를 포함)를 말하며 그 모양과 색상은 별표 1과 같다.
3. “품질관리원”이라 함은 땅끝누리상표의 품위 유지를 위하여 농·특산물의 품질을 관리하는 자를 말한다.
4. “~~생산자단체~~란「농어업농어촌및식품산업기본법」제3조에따라농어업생산력의증진과농어업인의권익보호를위한농어업인의자주적인조직으로서대통령령으로정하는단체를 말한다.

제3조(사용대상 품목) 통합브랜드를 사용할 수 있는 대상 품목은 「상표법 시행규칙」제40조의 상품류 구분 등에서 군수가 따로 규칙으로 정한다.

제4조(상표사용심의위원회) ① 통합브랜드의 사용에 관한 사항을 심의하기 위하여 해남군 농·**특산물통합브랜드사용심의위원회**(이하 “위원회”라 한다)를 둔다.

- ② 위원회는 위원장과 부위원장을 포함하여 12인 이내로 구성하며, 위원장은 부군수로 하고, 부위원장은 위원 중에서 호선한다.
- ③ 위원회 회의에 출석한 위원에게는 예산의 범위안에서 「해남군 각종위원회 구성 및 운영에 관한 조례」가 정하는 바에 따라 수당을 지급할 수 있다.

제5조(사용신청) 통합브랜드를 사용하고자 하는 자는 **규칙이 정하는 바에 따라 군수에게 신청하여야 한다.**

제6조(사용허가) ① 군수는 제5조의 규정에 의하여 신청을 받은 때에는 **위원회의 심의를 거쳐 통합브랜드의 사용을 허가**하여야 한다.

- ② 통합브랜드의 사용 허가가 부적합하다고 판단되는 경우에는 그 사유를 명시하여 신청인에게 반려하거나 보완을 요구하여야 한다. 이 경우 이의가 있는 신청자(신청인 본인에 한한다)는 그 사유를 명시하여 재심의를 요구할 수 있다.
- ③ 통합브랜드의 사용 허가를 받은 자는 허가 받은 품목에 한하여 **사용 허가를 받은 날부터 2년간 상표를 사용**할 수 있다.

제7조(사용허가 취소) ① 군수는 다음 각 호중 어느 하나에 해당하는 경우에는 위원회의 심의를 거쳐 통합브랜드의 사용허가를 품목별로 취소할 수 있다.

1. 상품에 대한 전문기관의 성분 분석 결과 유해 성분이 기준치 또는 허용치 이상 검출된 경우
2. 상품에 대한 시정 또는 보완 요구를 이행하지 아니 할 경우

■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례(안)

3. 폐업 또는 전업으로 상품을 생산하지 아니 할 경우
4. 상품의 품질과 유통에 대하여 선량한 관리자로서의 의무와 책임을 이행하지 아니 할 경우
5. 규칙에 정한 사용허가 최소에 해당하는 행정처분을 받았을 경우
6. 기타 상표의 사용이 부적절하다고 인정 될 경우

② 제1항의 규정에 의하여 사용허가가 취소된 경우에는 **취소된 날부터 3년 이내에는 제5조의 규정에 의한 신청을 할 수 없다.**

제8조(품질관리) ① 군수는 통합브랜드를 사용할 수 있는 상품의 품질향상과 기술개발을 촉진시키기 위해서 사용대상 품목에 대하여 품질관리를 실시하여야 한다.

② 통합브랜드의 품위유지를 위하여 품질관리원을 둔다.

제9조(사후관리) ① 군수는 통합브랜드의 품위유지를 위하여 품질관리원으로 하여금 생산품의 품질에 대하여 수시로 조사하고 부적합 사항이 발견된 때에는 즉시 시정 또는 보완 조치를 하여야 한다.

② 군수는 상표사용 생산품이 변질 · 부패 또는 훼손 등의 문제로 소비자로부터 피해 보상 요청이 있는 때에는 생산자로 하여금 리콜 등의 조치를 취하게 하여야 한다.

③ 통합브랜드의 사용허가를 받지 아니한 자가 포장재 용기 등에 임의로 표시하거나 유사하게 변형 또는 허위로 표시한 때에는 「상표법」의 규정에 따라 필요한 조치를 하여야 한다.

제10조(홍보 및 교육훈련) ① 통합브랜드의 이미지 제고를 위하여 각종 홍보매체를 이용한 홍보를 적극적으로 실시하여야 한다.

② 군수는 통합브랜드를 사용하는 농·특산물에 대하여 전시·판매 및 직판행사 참가에 우선권을 부여할 수 있다.

③ 통합브랜드의 품질관리를 위하여 생산자·유통종사자 또는 관계공무원 등을 전문기관에 위탁하여 교육훈련을 실시할 수 있다.

제11조(자금지원) 통합브랜드의 사용허가를 받은 자가 경영혁신을 통한 지역농업의 발전과 지역경제의 활성화에 기여할 수 있도록 사업계획을 수립하여 시행하고 예산의 범위 안에서 자금을 지원할 수 있다.

제12조(준용) 이 조례에 정하지 아니한 사항은 「민법」 또는 「상표법」을 준용한다.

제13조(시행규칙) 이 조례의 시행에 필요한 사항은 규칙으로 정한다.

부 칙 이 조례는 공포한 날부터 시행한다.

■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례 시행규칙(안)

제1조(목적) 이 규칙은 「해남군 농·특산물통합브랜드 사용에 관한 조례」(이하“조례”라 한다)에서 위임된 사항과 그 시행에 관하여 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(사용대상 품목) 통합브랜드를 사용할 수 있는 품목은 별표 1과 같으며 위원회의 심의를 거쳐 사용대상 품목을 추가 고시할 수 있다.

제3조(위원회 구성) ① 위원회를 구성하는 위원은 다음 각 호와 같다.

1. 당연직 위원 : 부군수, 농업기술센터소장, 0000과장, 0000과장, 0000과장, **해남군 농협연합사업단 및 해남군통합마케팅(주) 대표 1인**
 2. 위촉직 위원 : 군의원, 국립농산물품질관리원전남지원해남·진도출장소장이 추천한 자, 관련 학계의 전문가, 생산자단체, 유통전문가 등 전문적인 지식 또는 경험이 풍부한 자 중에서 군수가 위촉한 자
- ② 당연직 위원 임기는 재임기간으로 하고, 위촉직 위원 임기는 2년으로 하되 연임할 수 있다. 단, 보궐 위원 임기는 전임 위원 임기 잔여기간으로 한다.

제4조(위원의 해촉) 위원이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사유가 발생한 때에는 해촉할 수 있다.

1. 6월 이상의 장기치료를 요하는 질병 또는 장기 여행으로 임무를 수행하기 어려운 때
2. 기타 사유로 인하여 임무 수행이 부적절하다고 판단된 때

제5조(위원회의 기능) ① 위원회는 다음 각 호의 사항을 심의한다.

1. 통합브랜드의 사용허가 또는 취소에 관한 사항
2. 통합브랜드의 품질 및 유통관리에 관한 사항
3. 통합브랜드의 홍보 및 개발에 관한 사항
4. 기타 군수가 통합브랜드에 관하여 부의하는 사항

② 위원회는 통합브랜드의 사용과 관련하여 군수의 자문에 응해야 한다.

제6조(위원장 등의 직무) ① 위원장은 위원회를 대표하고 위원회의 업무를 총괄하며 위원회의 의장이 된다.

- ② 부위원장은 위원장을 보좌하며 위원장이 회의를 진행할 수 없을 때에는 그 직무를 대행한다.
- ③ 간사는 주무과장으로 하며 위원장의 명을 받아 위원회 사무를 처리한다.
- ④ 서기는 업무담당팀장으로 한다.

■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례 시행규칙(안)

제7조(회의) ① 위원회의 회의는 정기회의와 수시회의로 구분하되, 정기회의는 연 1회 소집한다.

② 수시회의는 위원장의 요구가 있거나 재적위원 3분의 1 이상의 요구가 있을 때에 개최한다.

③ 심의의 시급성이 요구되는 특별한 사유가 있는 때에는 서면심의로 갈음할 수 있으며, 서면심의 결과는 지체없이 각 위원에게 알려주어야 한다.

④ 회의는 재적위원 과반수의 출석으로 개의하고, 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다.

⑤ 간사는 회의개최 5일 전까지 심의안건을 위원에게 배부하여야 한다.

⑥ 위원장은 심의사항과 관련하여 필요한 경우에는 이해관계인을 출석시켜 의견을 들을 수 있다.

⑦ 기타 회의 운영에 필요한 사항은 위원장이 따로 정한다.

제8조(회의록) ① 회의를 개최한 때에는 회의록을 작성하고 위원장과 간사는 서명 또는 날인하여야 한다.

② 회의록은 3년간 보존하여야 하며, 위원회의 결정이 없는 한 공개하지 아니한다.

제9조(사용신청) ① 통합브랜드를 사용하고자 하는 자는 별지 제1호서식의 사용신청서를 군수에게 제출하여야 한다.

② 전항의 규정에 의한 사용신청서를 제출할 때에는 다음 각 호의 서류를 첨부하여야 한다.

1. 생산자별 조서(생산단체에서 신청한 경우에 한함)

2. 품질인증서 또는 시험성적서 사본

3. 최근 1년간 생산 판매 실적 및 증빙자료

4. 식품품목 제조보고서 사본(가공식품에 한함)

③ 통합브랜드의 사용 신청은 연 1회 실시한다. 다만, 군수가 필요하다고 인정하는 경우에는 수시 신청할 수 있다.

제10조(신청대상자) ① 신청대상자는 지역농협 또는 사업자등록을 필한 가공업자를 해당품목에 대하여 통합마케팅을 할 수 있는 대표조직(농협 등 생산자단체) 및 가공업자로 한다.

② 신청대상자는 신청일 현재 해남군에 주소를 두고 해남군에 생산시설을 갖추고 있어야 한다.

제11조(신청제한) 다음 각 호 중 어느 하나에 해당하는 자는 조례 제5조 규정에 의한 허가 신청대상자의 자격을 제한한다.

1. 식품의약품안전처, 국립농산물품질관리원, 보건환경연구원 등에서 농약잔류검사 등 식품의 안전성과 관련된 검사 또는 조사 결과에 따라 부적합 판정을 받은 날로부터 3년이 경과하지 아니한 자

2. 통합브랜드의 사용허가가 취소된 날부터 3년이 경과하지 아니한 자

3. 상표사용허가를 받고자 하는 품목에 대해 생산기간이 1년 미만인 경우

■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례 시행규칙(안)

제12조(심사기준) ① 통합브랜드의 사용허가 심사는 별표 2의 심사기준에 의하되, 다음 각 호의 항목에 대하여 세부심사표를 따로 정하여 현지심사를 병행할 수 있다.

1. 사용허가 신청품목에 대한 생산(재배·가공·제조)과정 및 환경·입지적 조건·생산설비·원료의사용·상품성·안전성·생산자 의지 등
 2. 전문기관의 품질인증 또는 성분분석 결과 우수성 입증 여부
- ② 품질에 대한 안전성 판단이 어려울 때에는 해당 전문기관에 잔류농약·유해성분 등의 분석을 의뢰할 수 있다.
- ③ 잔류농약·유해성분 검사료는 신청자가 부담하여야 한다.

제13조(처리절차) ① 품질관리원은 사용신청서와 관련서류를 검토하고 별표 2의 심사기준에 따라 현지조사를 통한 예비심사를 실시한 후 별지 제2호서식의 통합브랜드 사용예비심사서를 작성하여 위원회에 제출하여야 한다.

- ② 위원회는 품질관리원이 제출한 예비심사서에 따라 심의를 실시하여 통합브랜드 사용허가 여부를 결정한다.
- ③ 위원회는 통합브랜드 사용심의를 위하여 필요한 경우 현지조사를 실시할 수 있다.

제14조(사용허가 통지) ① 군수는 위원회의 심의 결과를 7일 이내에 신청자에게 다음 각 호와 같이 서면으로 결과를 통지하여야 한다.

1. 적합으로 판정한 경우에는 별지 제3호서식의 통합브랜드 사용허가서를 첨부하여 통지하고 별지 제4호서식의 통합브랜드 사용허가대장에 기록하여 관리한다.
 2. 부적합으로 판정한 경우에는 그 사유를 명시하여 부적합 판정을 통지한다. 다만, 부적합으로 판정되었으나 그 부적합한 사항이 단기간에 보완할 수 있다고 인정되는 경우에는 출하 전에 보완할 것을 조건으로 제1호와 같이 통합브랜드 사용을 허가한다. 이 경우 보완사항은 품질관리원을 통하여 이를 확인토록 한다.
- ② 통합브랜드를 전단·간행물·간판·차량 등 홍보에만 사용하고자 신청할 때에는 허가하지 아니한다.

제15조(사용허가기간 연장) ① 조례 제6조의 규정에 의한 상표사용의 유효기간이 만료되었을 때에는 품질의 우수성, 전통성, 재배 또는 제조·유통과정 중 위반사항 유무를 검토하여 2년 단위로 사용허가기간을 연장할 수 있다.

- ② 사용허가 기간을 연장하고자 하는 자는 별지 제5호서식에 의거 연장신청서를 기간만료 30일 전에 군수에게 제출하여야 한다.

제16조(품질관리원) ① 조례 제8조 제2항의 규정에 따라 품질관리원 3명을 둔다.

1. 품질관리원 중 1명은 업무실무자로, 2명은 농산물품질관리원전남지원해남·진도출장소 및 해남군연합사업단에서 각 1인을 추천 받아 군수가 위촉한다.
 2. 품질관리원의 임기는 업무담당자는 재임기간으로 하고 위촉직은 2년으로 하되 연임할 수 있다.
- ② 품질관리원을 위촉할 때에는 별지 제6호서식의 품질관리원증을 발급하여야 하며 별지 제7호서식의 품질관리원 지정관리대장에 등재하여 관리한다.

■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례 시행규칙(안)

제17조(품질관리) ① 군수는 품질관리원으로 하여금 통합브랜드의 사용허가 품목에 대한 품질 및 사후관리를 위하여 다음 각 호의 사항을 조사하게 할 수 있다.

1. 생산과정의 주변 환경, 위생상태, 생산자 실명 여부
2. 통합브랜드사용 허가내역과 표시 사항 일치 여부
3. 출하·유통과정의 포장재에 표시된 사항과 내용물의 일치 여부
4. 기타 생산 및 유통과정에서 품질 관리가 필요한 사항

② 군수는 통합브랜드에 대한 소비자의 신뢰를 제고하기 위하여 예산의 범위안에서 소비자 모니터링을 실시하여 소비자의 불만 사례와 개선요구사항 및 만족도 등을 조사할 수 있다.

제18조(포장재 표시방법 등) ① 통합브랜드의 사용허가를 받은 자는 포장재에 인쇄하는 것을 원칙으로 하며 포장재 또는 용기에 색상·크기 등을 고려 잘 보이는 곳에 인쇄하여야 한다. 다만, 포장재에 인쇄가 어려울 경우에는 스티커를 제작 사용할 수 있다.

② 상표의 색상·크기·표시방법 등은 해남군 농·특산물통합브랜드 매뉴얼에 따라 인쇄하거나 제작하여야 한다.

③ 상표의 사용허가를 받은 자가 전단이나 간행물·간판·차량 등에 통합브랜드의 표시를 하고자 할 때에는 사전 군수의 승인을 받아야 한다.

제19조(사후관리) ① 통합브랜드 사용허가 예비심사를 담당한 품질관리원을 상품관리자로 지정하여 지속적으로 관리한다.

② 통합브랜드 사용허가를 받은 자는 사용품목 출하 및 포장재 관리일지를 별지 제8호서식에 의거 작성 비치하여야 하며, 출하실적을 별지 제9호서식에 의거 매분기 익월 7일까지 제출하여야 한다.

③ 군수는 매분기 1회 이상 현장을 방문하여 제2항의 규정에 의한 기록·관리상황을 확인하여야 한다.

④ 군수는 상표의 사용을 허가받지 아니한 자가 포장재 용기 등에 상표를 임의로 사용하거나 유사하게 변형 또는 허위로 표시할 때에는 별지 제10호서식의 확인서와 증거물을 확보하여 고발 조치할 수 있으며, 동 행위로 인하여 통합브랜드의 이미지에 심각한 피해를 입혔다고 판단될 시는 손해배상을 청구할 수 있다.

제20조(허가취소 등 행정조치) ① 규칙 제17조제1항의 규정에 의한 조사결과 위반자에 대하여는 별표 3의 행정처분기준에 따라 조치하여야 한다.

② 통합브랜드 사용자가 품질준수 의무를 성실히 이행하지 못하였을 때에는 사용허가 취소와 향후 3년간 사용허가를 제한할 수 있다.

부칙

이 규칙은 공포한 날부터 시행한다.

[참고 : 해남군 통합브랜드 사용 시행규칙(안)]

참고자료

■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례(안) : 사용허가 대상 품목

[00시 농특산물 통합브랜드 사용허가 대상 품목(예시)]

상품류	상품군	품 목
30류	곡물류	도정한 곡물(쌀, 보리쌀, 수수, 조 등)
	발효식품류	메주, 효모, 누룩, 간장, 고추장, 된장, 청국장, 장류
	차 류	차(녹차 등)
31류	두 류	미가공 두류(콩, 팥, 녹두 등)
	채소류	신선한 채소(멜론, 토마토, 방울토마토, 참외, 딸기, 마늘, 양파, 오이, 미나리, 피망, 고추, 수박 등)
	과일류	신선한 과일(배, 단감, 꺾임감, 한라봉, 포도, 복숭아, 복분자, 오디, 블루베리 등)
	버섯류	팽이, 새송이, 느타리, 표고 등
32류	가공음료	배즙, 포도즙, 양파즙, 채소주스음료

해남군은 미곡, 맥류(쌀보리, 맥주보리, 밀), 서류(고구마), 채소류(딸기, 호박, 배추, 마늘 등)가 타 품목에 비해 전국 및 전남대비 재배면적의 비중이 높게 나타나기 때문에 재배비중이 높은 품목을 중심으로 통합브랜드 사용허가 대상 품목으로 지정하여 점차적으로 품목 확대 추진

[참고 : 해남군 통합브랜드 사용 시행규칙(안)]

참고자료

■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례(안) : 브랜드 사용허가 심사기준

항목	배점	심사기준	평점
1. 조직 (생산, 영업) 경력	9	- 조직(생산, 영업)경력 5년 이상	
	7	- 조직(생산, 영업)경력 3년 이상	
	5	- 조직(생산, 영업)경력 1년 이상	
2. 인지도 및 성과도	9	- 제품의 차별화로 전국적으로 지명도가 매우 높은 명품	
	7	- 제품의 차별화가 인정 되고 성과가 높은 것으로 예상. 지명도가 대체로 높음	
	5	- 지명도는 없으나 향후 성과가 기대됨	
3. 대외신용도	9	- 3년이상 자체상표사용, 대외신용도가 매우 높음	
	6	- 1년이상 자체상표사용, 신용도가 높음	
	5	- 자체상표 개발중이거나 대외신용도 보통	
4. 출하여건 및 판매처 확보	9	- 판매처 확보, 지속적 안정 공급가능	
	6	- 판매처 일부 확보	
	5	- 판매처 미확보, 금후계획 불명확	
5. 재배(생산) 방법	10	- 친환경농산물인증(유기), 유기가공식품인증(생산시설 완전자동화)	
	8	- 친환경농산물인증(무농약, 무항생제)(생산시설 반자동화)	
	5	- 농산물우수관리인증(GAP), HACCP(생산시설 낙후)	
6. 상품별 세부품질 기준 적합성	9	- 상품별 세부품질기준에 매우 적합하여 품질이 우수함	
	6	- 상품별 세부품질기준에 다소 미흡하나 품질수준이 양호함	
	5	- 상품별 세부 품질기준에 미흡하며 품질이 보통임	
7. 생산품 유통 상태	9	- 규격화, 포장화를 통한 유통	
	6	- 규격화, 포장화가 보통	
	5	- 규격화, 포장화가 미흡	

항목	배점	심사기준	평점
8. 생산시설 및 자재 등	9	- 신청품목 생산에 관련된 시설, 자재를 충분히 확보	
	7	- 위 사항 일부 결여되었으나 대체로 양호	
	5	- 신청품목 생산에 관련된 시설, 자재가 미흡함	
9. 자체품질관리 수준	9	- 선별, 보관, 포장, 출하 시스템을 갖추고 자체품질관리를 지정 통 합선별 등 품질관리가 체계적임	
	7	- 자체품질관리는 없으나 일부 시설을 갖추고 수확 후 출하 전까지 일부 과정만 자체관리	
	5	- 시설, 자체품질관리가 없고 선별 등 자체관리와 사후 관리가 미 흡	
10. 객관적 품질관리실시	9	- 연2회 이상 공인기관에서 안전성검사 및 식품성분 검사 등 실시	
	7	- 연1회 이상 공인기관에서 안전성검사 및 식품성분 검사 등 실시	
	5	- 공인기관을 통한 검사는 없으나 리콜제 등 자체적 품질관리 실시	
11. 품질관리 시설 및 기자재	9	- 품질관리에 관련된 시설, 기자재를 충분히 확보	
	7	- 위 사항 일부 결여되어 있으나 대체로 양호	
	5	- 품질관리에 관련된 시설, 기자재가 미흡함	
우수조직 (사업자) 인센티브	8	- 수출, 품질우수표창, 품평회 등 입상, 품질 특성인증(전통식품품질 인증, 식품명인지정등), KS규격인증, ISO인증 등 객관적인 입증자료 제출시 매 건당 2점부여	
합계			점
<p>평가방법</p> <p>- 상기점수는 기준점수로 기준점수를 초과하여 부여할 수 없다.</p> <p>- 전체 심사항목 중 5점 이하로 평가된 항목이 2개 항목 이하이어야 하며</p> <p>- 평점의 합계가 80점 이상이어야 적합으로 판정할 수 있다.</p>			

[참고 : 해남군 통합브랜드 사용 시행규칙(안)]

참고자료

■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례(안) : 브랜드 사용기준 위반에 대한 처분기준

1. 적용기준

- 가. 상표 사용허가 품목에 대한 위반행위가 2이상인 경우에는 그 중에서 무거운 처분을 적용한다.
- 나. 위반행위의 차수는 상표 사용허가 기간 중에 같은 위반 행위로 행정처분을 받은 경우에 적용한다.(품목별로 적용한다)
- 다. 상표 사용허가를 받은 품목(소유권 포함)을 타인에게 양도한 경우에는 양도전의 처분 사항과 사후관리 의무도 양수인이 동시에 승계한다.

2. 처분기준

행정처분대상	행정처분기준		
	1차 위반	2차 위반	3차 위반
(1) 표시사항이 누락된 경우(매뉴얼과 다른 경우)	시정명령	사용중하 정지 3월	허가취소
(2) 품질규격 위반이 경미하여 소비자에게 피해가 없다고 인정된 경우	〃	사용중하 정지 1월	사용중하 정지 3월
(3) 지정된 품질규격이 아닌 포장재와 상표를 표시한 경우	〃	사용중하 정지 3월	허가취소
(4) 소비자의 오해를 초래할 우려가 있는 사항을 표시한 경우	〃	〃	〃
(5) 내용물과 다르게 허위표시 또는 과장표시를 한 경우	사용중하 정지 1월	〃	〃
(6) 재배포장(생산시설) 및 사업장의 관리상태가 불량한 경우	시정명령	〃	〃
(7) 가공품 및 식품의 경우 주원료로 국산농림축수산물을 사용하지 아니한 경우	사용중하 정지 3월	사용중하 정지 6월	〃
(8) 정해진 기일까지 출하(영업)실적을 통보하지 아니한 경우	시정명령	사용중하 정지 3월	〃

[참고 : 해남군 통합브랜드 사용 시행규칙(안)]

참고자료

■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례(안) : 브랜드 사용기준 위반에 대한 처분기준

행정처분대상	행정분기준		
	1차 위반	2차 위반	3차 위반
(9) 상표 표시품이 품질규격을 위반하여 소비자에게 피해를 준다고 인정되는 경우	사용중하 정지 3월	사용중하 정지 6월	허가취소
(10) 농약안전사용기준 및 식품위생법 위반한 경우	사용중하 정지 6월	허가취소	
(11) 품질관리원과 조사공무원의 조사 등에 불응하는 경우	시정명령	사용중하 정지 3월	〃
(12) 출하품 검사를 불응하고 상품을 유통시켰을 경우	〃	〃	〃
(13) 불량자재, 시설 및 장비의사용 불량한 공정 또는 생산방법에 의하여 생산한 경우	사용중하 정지 3월	허가취소	
(14) 상표의 관리책임을 다하지 못하여 사회적 물의가 발생한 경우	〃	〃	
(15) 포장재를 타인에게 판매하거나 유통하는 경우	〃	〃	
(16) 지정받지 아니한 동일품목을 혼합출하하거나 다른 품목에 상표를 사용한 경우	〃	〃	
(17) 1년이상 정당한 사유없이 해당 품목을 생산하지않거나 상표를 사용하지 아니하는 경우	〃	사용중하 정지 6월	허가취소
(18) 상표사용 행정처분 지시를 위반하는 경우	〃	허가취소	
(19) 상표사용자로 지정되어 사망 등 유고로 상표의 관리책임을 다하지 못하는 경우	허가취소		
(20) 소비자 고발과 행정, 사법기관 등의 위반사항 통보시	사용중하 정지 3월	허가취소	

[참고 : 해남군 통합브랜드 사용 시행규칙(안)]

참고자료

■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례(안) : 브랜드 사용신청서, 예비심사서

[해남군 농특산물 통합브랜드 사용신청서]

신청인	성명(대표자)			법인등록번호(생년월일)	
	단체(업체)명			참여농가수	
	주소			연락처	
생산현황	사업장소재지			생산·제조방법	
	사업장규모			재배면적(ha)	
	주요시설현황			연간생산량(톤)	
	기계·장비현황			연간생산액(천원)	
상표사용계획	품목명	상표사용출하 계획량(톤)	포장단위 (kg)	포장 사용매수	사용기간
					출하처 국내 국외
사용원료 (가공품에 한함)	주원료				부원료
	주생산지역				
<p>「해남군 농·특산물통합브랜드 사용에 관한 조례」 제5조 및 동 시행규칙 제9조의 규정에 의거 위와 같이 통합브랜드 사용을 신청합니다.</p> <p>붙임 : 사업계획서 1부.</p> <p style="text-align: right;">년 월 일</p> <p style="text-align: right;">신청자 대표 (서명 또는 인)</p> <p style="text-align: center;">해남군수 귀하</p>					
<p>[구비서류 각 1부]</p> <p>1. 생산자별 조서(단체에서 신청한 경우에 한함)</p> <p>2. 품질인증서 또는 최근 6개월이내의 안전성검사 결과서(시험성적서 등)</p> <p>3. 최근 1년간 생산판매실적 및 증빙자료, 수출실적(해당자)</p> <p>4. 식품 품목 제조 보고서, 제품상표등록증 사본 각 1부(가공식품에 한함)</p>					

[해남군 농특산물 통합브랜드 사용 예비심사서]

1. 신청내용					
신청인	단체(업체)명		참여농가수		
	성명		법인등록번호 (생년월일)		
	주소		전화번호		
생산계획	품목(품종)		생산기간		출하기간
	재배면적		생산계획량		
	포장(공장)소재지				
2. 심사결과					
분야		항목		평점	
가. 일반여건		① 조직(생산·영업)경력 ② 유명도 및 성과도 ③ 대외신용도 ④ 판매물량 및 판매망 확보			
나. 생산여건		① 재배(생산)방법 ② 상품성, 품질기준 적합성 ③ 생산품 유통실태 ④ 생산시설 및 자재(종자 등)			
다. 품질관리		① 자체 품질관리 수준 ② 객관적 품질관리 실시 ③ 품질관리 시설 및 기자재			
라. 우수조직인센티브		① 우수조직 인센티브			
계		12개 항목			
주거래 사항		최근 3년간 「농산물품질관리법」, 「식품위생법」 위반 여·부			
3. 심사 의견					
<p>○ 위와 같이 예비심사 결과를 보고 합니다.</p> <p style="text-align: right;">년 월 일</p> <p> 품질관리원 소속 성명 (서명 또는 인) 품질관리원 소속 성명 (서명 또는 인) 품질관리원 소속 성명 (서명 또는 인) </p> <p style="text-align: center;">해남군수 귀하</p>					

참고자료

[참고 : 해남군 통합브랜드 사용 시행규칙(안)]

참고자료

■ 해남군 통합브랜드 사용에 관한 조례(안) : 브랜드 사용기간 연장신청서, 품질관리원증

[해남군 농특산물 통합브랜드 사용기간 연장신청서]

신 청 인	단체(업체)명			
	성명(대표자)			
	주 소			
허 가 현 황	허가번호			
	품 명			
	허가기간			
연 장 신 청	기 간		사용물량(톤)	
	사 유			
<p>「해남군 농·특산물통합브랜드 사용에 관한 조례시행규칙」 제15조의 규정에 의거 해남군 농·특산물 통합브랜드를 사용하고자 위와 같이 연장 신청합니다.</p> <p style="text-align: right;">년 월 일</p> <p style="text-align: right;">신청자 성명 (서명 또는 인)</p> <p>해남군수 귀하</p>				

[해남군 농특산물 통합브랜드 사용허가대장]

제 호	<p style="text-align: center;">품질관리원증</p>	사 진
		(3cm×4cm)
소 속 :		
성 명 :		
생년월일 :		
<p style="text-align: center;">위 사람은 「해남군 농·특산물통합브랜드 사용에 관한 조례」 제8조 및 시행규칙 제16조제2항의 규정에 의한 품질관리원임을 증명합니다.</p> <p style="text-align: right;">년 월 일</p> <p style="text-align: right;">해 남 군 수</p>		
<p style="text-align: center;">주 의 사 항</p> <p>1. 이 증은 다른 사람에게 대여 또는 양도할 수 없습니다.</p> <p>2. 위 사람은 「해남군 농·특산물통합브랜드 사용에 관한 조례 시행규칙」 제16조 제2항의 규정에 의하여 해남군 농·특산물통합브랜드를 사용하는 농·특산물의 품질관리를 위하여 필요한사항을 지도·단속할 수 있습니다.</p> <p>3. 이 증을 습득하신 분은 가까운 우체통에 넣어 주십시오.</p>		

참고자료

75

참고자료

[확인서]

76

감사합니다

