

기본연구과제 2002-03

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화 전략

이 종 상

발 간 사

WTO/DDA 농산물협상, 중국의 WTO의 가입 등으로 국가간 농산물의 경쟁은 심화되고 있으며, 국내적으로도 각 지역별로 농산물의 브랜드를 내세워 산지간 경쟁이 심화되고 있다.

우리나라의 가장 중요한 농산물인 쌀은 2004년까지 국내 소비량의 4%까지 최소시장접근이 허용되어있으며, 2004년 이후에는 쌀의 시장개방에 대하여 앞으로 추가협상이 있을 것이지만, 외국산 쌀의 시장개방은 더욱 확대될 것이다. 또한 국민소득의 증가에 따른 식생활의 고급화, 질 위주의 소비행태 등으로 맛, 안전성, 다양성 등 비가격 분야의 경쟁력이 점차 중요성을 더해가고 있다.

충청남도의 논면적은 175천ha로 전국2위, 생산량은 935천톤으로 전국2위, 단수 552kg/ha로 전국에서 1위를 차지하고 있다. 그러나, 충남 쌀에 대한 시장의 평가는 이천쌀, 오대쌀에 비해 수요자의 선호도가 낮고, 가격도 낮으며, 또한 가격이 하락하는 경우 충남의 쌀값 하락율은 높아, 경기미가 2%하락하는 경우에 충남 쌀은 10%하락하는 것으로 나타났다.

쌀의 생산과 소비구조가 변화하는 이러한 시점에서 충남의 쌀 산업을 유지하기 위해서는 단수의 증가보다는, 소비자가 선호하는 고품질 쌀의 생산과 판매전략이 시급한 실정이다.

이 연구는 충남 쌀의 인지도가 낮은 이유를 구명하고, 이에 대한 대응방안과 더불어 쌀 산업에 대한 종합적인 대책을 찾고자 수행되었다. 그렇기 때문에 충남 쌀의 인지도가 낮은 이유를 구명하며, 충남 쌀보다 판매경쟁력에서 우위를 점하고 있는 이천의 경기미, 철원의 오대미 등의 성공사례와 요인을 검토하고, 이를 바탕으로 충남 쌀의 판매경쟁력 확보를 위한 충남고유의 고품질 쌀 생산 및 판매전략 등을 찾아내는 데 초점을 두었다.

아무쪼록 이 연구결과가 충청남도의 쌀 산업에 관한 연구 및 정책의 기초자료로 활용하여 많은 도움이 되기를 바랍니다.

그 동안 이 연구의 수행에 많은 노력과 지원을 아끼지 않으신 충청남도 및
시·군관계자 분들께 감사를 드립니다. 끝으로 바쁜 연구일정에서도 끝까지
성의를 다하여 연구를 마무리한 연구진에게도 수고의 뜻을 전합니다.

2002년 12월 31일

충남발전연구원장(직)

김 대 길

목 차

I. 서론	1
1. 연구의 필요성	1
2. 연구의 목적	1
3. 연구의 방법 및 내용	2
4. 쌀 브랜드화에 관한 선행연구	3
II. 쌀산업의 현황과 관련제도	6
1. 충남의 쌀 산업 현황	6
2. 규모별 쌀생산비	7
3. 관련제도	10
4. 쌀 소비량	11
5. 농지법령	12
6. 한국의 저투입농업 현황	13
III. 상품의 브랜드화에 대한 이론적 고찰	15
1. 브랜드의 정의	15
2. 브랜드 자산	16
3. 소비자의 쌀 선호 및 선택 요인	20

IV. 쌀의 브랜드화 추세와 국내 사례	28
1. 쌀의 브랜드화의 추세	28
2. 쌀 브랜드개발 및 관련제도	29
3. 농산물의 브랜드화 추진	31
4. 쌀의 브랜드화 사례	34
5. 쌀의 특수재배 방법	44
V. 충남쌀의 차별화 전략	45
1. 충남쌀의 생산전략	45
2. 쌀 브랜드화(명품화) 종합계획 추진	45
3. 충남쌀의 홍보 및 유통활성화방안	46
VI. 요약 및 결론	49
1. 요약	49
2. 정책적 제언	51
■ 참고문헌	53
• 부록-1. 충청남도지사 농특산물품질추천제 운영지침 ...	58
• 부록-2. 일본의 쌀 정책	64
• 부록-3. 미국의 쌀 정책	74

표 목 차

<표 2-1>	규모별 쌀의 생산비	7
<표 2-2>	농가소득중 쌀소득 비중	8
<표 2-3>	농업경영비	9
<표 2-4>	쌀 경영비의 전국과 충남의 비교(1ha당)	10
<표 3-1>	쌀 선택시 점포주인의 권유정보에 의존하는 가구비율	23
<표 3-2>	쌀 구입시의 품질판단 기준별 가구비율	24
<표 3-3>	쌀 브랜드 인지구조별 가구비율	25
<표 3-4>	농협 및 민간 브랜드 쌀의 구입가구 비중	25
<표 3-5>	요인분석 결과	27
<표 부-2-1>	미국농업에서 쌀 농업의 위치(1997년 농업 총조사)>	75
<표 부-2-2>	미국의 쌀 수급 추이>	76
<표 부-2-3>	미국의 쌀 생산 추이	77
<표 부-2-4>	미국의 쌀 소비량 추이	78
<표 부-2-5>	쌀 가격 추이	79
<표 부-2-6>	미국 쌀 생산의 수익성과 보조금 추이>	80
<표 부-2-7>	쌀 직접지불보조금 추이	82
<표 부-2-8>	융자차액 보조금 추이	84
<표 부-2-9>	정부지원하의 쌀 수출량 추이	86

그림목차

[그림 2-1] 1인당 쌀 소비량	11
[그림 3-1] 브랜드에 영향을 미치는 요소(이태영, p73)	15
[그림 3-2] 브랜드 자산<마케팅 커뮤니케이션 연구회, p.37>	17

I. 서론

1. 연구의 필요성

□ 과거의 쌀 산업

- 국 가; 쌀 부족, 쌀 시장의 미개방, 쌀 증산정책
- 유 통; 정부수매제도에 의한 제한적 경쟁
- 소비자; 쌀의 품질은 덜 중시
- 생산자; 동일한 생산비에서 다수확은 소득과 직결

□ 현재의 쌀 산업

- 국 가; 쌀 공급의 과잉(쌀 시장 부분적 개방, 단수 증가, 소비 감소), 쌀 가격하락, 환경농업의 중시(직불제, 각종 농사법)
- 유 통; 시장메커니즘(브랜드화)
- 소비자; 가격보다는 쌀의 품질(맛, 안전성, 영양가)을 중시
- 생산자; 단위 면적당 단수보다는 소비자가 선호하는 고품질의 쌀 생산

2. 연구의 목적

- 충남의 쌀 산업의 현황, 법제도, 여건의 변화 등을 종합적으로 검토하여,

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

- 충남의 쌀 산업의 경쟁력강화를 위하여 충남 쌀의 차별화전략을 모색하는데 있음
- 각 지역별 여건을 고려한 쌀 산업의 방향제시; 생산비절감(규모확대), 품종, 광고, 농사법

3. 연구의 방법 및 내용

□ 연구의 내용

- 충남 쌀의 인지도가 낮은 이유를 구명하며(품질 or 광고)
- 충남 쌀보다 판매경쟁력에서 우위를 점하고 있는 경기미(이천), 오대비(철원)등의 성공사례와 요인검토
- 판매경쟁력 확보를 위한 충남고유의 고품질 쌀 생산 및 판매전략

□ 연구의 흐름

- 차별화의 경제원리➡쌀 농가 소득결정요인➡충남 쌀의 낮은 인지도의 원인구명(소비자의 쌀 선호요인⇨쌀의 브랜드화에 미치는 요인⇨쌀의 맛과 관련되는 요인)➡쌀의 제품차별화와 관련된 법과 제도검토➡충남 쌀의 특성 및 고유브랜드 육성의 가능성 탐색➡국내외 사례의 벤치마킹➡ 충남 쌀의 고유브랜드 육성방안 모색

□ 연구의 방법

- 공표된 데이터와 기존연구결과를 주로 활용하며, 국내사례의 벤치마킹을 위하여 선진 지역을 조사함.

4. 쌀 브랜드화에 관한 선행연구

- 유통의 실상을 파악하기 위한 처음의 연구는 1968년에 “수원시장에 있어서 쌀과 잡곡의 유통”이란 연구논문과 소비자의 곡물소비행태에 관한 논문이 발표하였음.
- 농산물의 구입과 소비행태에 관한 연구는 농협중앙회(1985)에 의하여 이루어졌고, 도시기구의 농산물 구입행태에 관한 조사연구 또한 농협중앙회(1988)에 의하여 이루어졌음.
- 이종수(1990)는 “쌀구매행동에 관한 연구”에서 서울시 거주 주부를 대상으로 시중에 판매되는 쌀에 대한 의식과 소비자개인이 이상적으로 생각하는 쌀의 속성에 대하여 모니터를 이용하여 조사, 분석하면서 주부의 쌀구매행태에 대한 경험적 가설을 검증하였음.
- 이명환(1991)의 4인은 “전환기 양정의 종합적 개선방안”에서 쌀의 소비시장을 중계단계시장과 소비단계시장으로 구분하여 서울지역중심의 쌀시장구조 및 유통과정상의 문제를 분석하였음.
- 박경원은 “주요농산물의 포장, 상표개발 및 관리실태에 관한 조사연구”에서 곡류, 과실류, 채소류를 대상으로 지역농협에서 행해지고 있는 포장, 상표에 관한 현황과 이에 대한 소비자 및 중매인들의 인지도를 개괄적으로 조사하였다.
- 서종혁의 2인은 “유기농산물의 생산 및 유통실태와 장기발전방향”의 연구

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

에서 유기농산물의 개념과 기준, 생산실태와 소비, 유통실태를 생산자와 일반소비자, 소비자단체회원에게 대한 설문, 청취조사를 통하여 분석하였고, 앞으로의 유기농업의 발전방향을 제시하였음.

- 배홍규는 “미곡유통에 관한 실증적 분석 - 부산 경남지역을 중심으로-”에서 정부의 미곡시장개입에 대한 실태와 농가의 미곡관리 및 판매활동에 대한 현황, 농협의 미곡판매사업, 소비자의 미곡소비행태에 대한 내용을 분석하여 향후 미곡시장의 효율을 제고하기 위한 개선방안을 모색하였음.
- 김태균, 김충실(1993)은 유기농산물에 대한 소비자의 최대지불의사와 준이상수요체계모형(almost ideal demand system)을 이용하여 수요함수를 추정하였음.
- 서종혁의 2인은 “쌀의 지역적차별화전략”에서 쌀에 대한 소비자의 개별특성에 따른 소비행위를 조사분석을 통하여 쌀의 초과공급상태에서 품질경쟁, 이미지제고 등 차별화전략을 통한 비가격경쟁력 제고수단을 강구하였음.
- 우도환은 “농산물 구매행동에 있어서의 원산지효과에 관한 연구”에서 소비자들의 국내산 농산물과 외국산 농산물구입에 있어서 원산지표시에 대한 구매효과에 관해서 설문조사를 실시하였음.
- 성명환의 2인은 “농수산물 및 가공식품의 지리적표시 보호제도에 관한 연구”에서 우리나라 EU와 체결하여 1998년 7월부터 시행하게 된 지적재산권협정의 지리적표시에 대한 제도마련을 위한 기초연구를 수행하였다. 그 내

I 서론

용은 지리적표시제도의 개념과 관련된 국제협약, 외국지리적표시제도 및 관리·운영실태, 우리나라의 관련제도와 운영실태, 그리고 지리적표시제도 도입방안을 연구하였다. 그 연구의 하나로써 우리나라 농수산물의 브랜드화에 대한 일부의 현황을 조사분석하였음..

- 문입룡외 3인은 “주요국의 양곡유통정책 및 국내양곡유통의 발전방향”에서 우리나라 곡물, 주로 쌀이 시장단계별 유통실태와 유통조성기능과 문제점을 분석한 후, 일본, 미국, 중국 등 외국의 곡물유통체계를 비교 분석하여 우리나라 양곡유통의 중장기 개선방안을 제시하였음.
- 정태호·이경원은 “도시주부의 쌀에 대한 인식과 구매패턴”에서 서울시 주부를 대상으로 쌀구매패턴과 농협브랜드쌀의 선호성향에 대하여 설문조사를 실시하여, 현행 브랜드쌀의 인지도와 개선방향을 함께 제시하였음.

II. 쌀산업의 현황과 관련제도

1. 충남의 쌀 산업 현황

- 논면적; 175천ha(전국2위), 생산량; 935천톤(전국2위), 단수 552kg/ha (전국1위)
- 시장평가; 이천쌀, 오대쌀에 비해 수요자의 선호도가 낮고, 가격도 낮음(이천쌀의 85%수준), 가격이 하락하는 경우 유명브랜드의 쌀은 하락율이 낮음(충남쌀 10%하락시 경기쌀은 2%하락)
- 충남의 쌀 산업을 유지하기 위해서는 단수의 증가보다는, 소비자가 선호하는 고품질쌀의 생산과 판매전략이 시급한 실정임(양보다는 질, 생산보다는 마케팅)
- 충남쌀의 인지도가 낮은 이유(광고, 품질)를 구명하고, 이에 대한 대응방안과 더불어 쌀산업에 대한 종합적인 대책이 요망됨.

2. 규모별 쌀생산비

<표 2-1> 규모별 쌀의 생산비

구 분	0.5ha 미만	0.5~ 1.0	1.0~ 1.5	1.5~ 2.0	2.0~ 2.5	2.5~ 3.0	3.0~ 5.0	5.0ha 이상
10a당 생산비	565	534	530	518	525	541	518	514
○ 직접생산비	316	286	270	256	256	250	235	226
- 농 구 비	97	91	84	78	79	74	60	55
· 자 가	21	24	24	26	27	29	33	36
· 임 차	76	67	60	52	52	45	27	19
- 노 력 비	133	123	116	109	110	108	103	98
· 자 가	113	107	100	95	95	95	88	85
· 고 용	20	16	16	14	15	13	15	13
- 기 타	86	72	70	69	67	68	72	73
농구비+노력비	230	214	200	187	189	182	163	153
절 감 액 ¹⁾	0	16	30	43	41	48	67	77
○ 간접생산비	249	248	260	262	269	291	283	288

자료; 통계청, 2001년도 쌀생산비 조사결과

- 쌀의 규모별 생산비는 1.5-2.0ha까지 하강한 후 2.0-2.2ha에서는 상승하여 3.0-5.0ha에서 다시 1.5-2.0ha규모의 생산비에 도달하여 5ha이상에서는 더욱 줄어드는 것으로 나타남.
- 현행의 농업체제에서는 규모의 확대에 생산비절감에 의한 쌀의 경쟁력을 강화시키는데는 한계가 있음을 나타내고 있다. 따라서 쌀의 경쟁력은 생산비절감이나, 단수의 확보 등으로 외국의 쌀과 경쟁하는 것은 한계가 있기 때문에 비가격적인 경쟁으로 살아남아야 할 것임.

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

<표 2-2> 농가소득중 쌀소득 비중

년도	농가소득 (A)	농업소득 (B)	쌀소득 (C)	쌀소득 비중	
				C/A*100	C/A*100
'65	112	89	43	38.4	48.3
'70	256	194	88	34.4	45.4
'75	873	715	310	35.6	43.5
'80	2,693	1,755	741	27.5	42.2
'85	5,736	3,699	1,824	31.8	49.3
'87	6,535	4,016	2,075	31.8	51.7
'88	8,130	4,912	2,771	34.1	56.4
'89	9,437	5,616	2,936	31.1	52.3
'90	11,026	6,264	3,097	28.1	49.4
'91	13,105	7,035	3,084	23.5	43.8
'92	14,505	7,356	3,216	22.2	43.7
'93	16,928	8,427	3,439	20.3	40.8
'94	20,316	10,325	4,048	19.9	39.2
'95	21,803	10,469	3,984	18.3	38.1
'96	23,298	10,837	5,329	22.9	49.2
'97	23,488	10,204	5,557	23.7	54.5
'98	20,494	8,955	4,826	23.5	53.9
'99	22,323	10,566	5,316	23.8	50.3
'00	23,072	10,897	5,671	24.6	52.0
'01	23,907	11,267	6,051	25.3	53.7

자료; http://www.maf.go.kr/html/pds/pds01_03_03.htm

- 쌀이 농가소득이나 농업소득에 차지하는 비중은 매년 감소하여 1995년에 최저수준에 도달하였으나, 1996년이후에는 다시 상승하여 2001년에 쌀은 농가소득의 25.3%, 농업소득의 53.7%를 차지하고 있음.
- 이러한 일관적이지 못한 쌀의 가격정책인 쌀의 수입량을 늘려야 하는 현재의 상황에서 쌀산업을 더욱 어렵게 하고 있음.

Ⅱ 쌀산업의 현황과 관련제도

<표 2-3> 농업경영비

구 분		'99		'00		'01		증 감 율	
		금액	구성비	금액	구성비	금액	구성비	'00/'99	'01/'00
▶ 농업경영비		8,072	100	8,617	100	8,927	100	6.8	3.6
자재 및 동 물비	계	4,897	60.7	5,071	58.8	5,327	59.7	3.6	5
	종료비	428	5.3	428	5	447	5	0	4.4
	비료비	533	6.6	581	6.7	602	6.7	9	3.6
	농약비	598	7.4	663	7.7	679	7.6	10.9	2.4
	농구비	1,318	16.3	1,414	16.4	1,541	17.3	7.3	9
	영농광열비	294	3.6	372	4.3	424	4.7	26.5	14
	양축비	1,277	15.8	1,175	13.6	1,144	12.8	△8.0	△2.6
	(사료비)	-1,149	-14.2	-1,039	-12.1	-960	-10.8	△(9.6)	△(7.6)
	양잠비	-	0	-	0	-	0	-	-
	기타	449	5.6	437	5.1	490	5.5	△2.7	12.1
- 농업노임		543	6.7	600	7.0	593	6.6	10.5	△1.2
임차료	계	1,415	17.5	1,613	18.7	1,635	18.2	14.0	0.7
	농지임차료	885	11.0	1,045	12.1	1,038	11.6	18.1	△0.7
	기타임차료	530	6.6	569	6.6	587	6.6	7.4	3.2
- 수리비(水利費)		24	0.3	8	0.1	9	0.1	△66.7	12.5
기타출	계	1,192	14.8	1,323	15.4	1,372	15.4	11.0	3.7
	도정료	118	1.5	122	1.4	120	1.3	3.4	△1.6
	영농시설비	373	4.6	433	5.0	436	4.9	16.1	0.7
	농업용이자등	701	8.7	769	8.9	816	9.1	9.7	6.1

자료; http://www.maf.go.kr/html/pds/pds01_03_03.htm

- 쌀의 경영비를 전국과 충남을 비교하면, 충남은 전국의 97.28%수준이며, 조수익은 전국의 110.39%로 다소 유리함.
- 그러나, 조수익에서 유리한 것은 단가의 차이에서가 아니라, 수량의 차이에서 발생하는 것이기 때문에 앞으로 벼의 수매가 줄어드는 상태에서는 충남의 쌀산업이 전국에 비해서 결코 유리하다고는 볼 수 없음.

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

<표 2-4> 쌀 경영비의 전국과 충남의 비교(1ha당)

비목별			전국	충남	충남/전국
			금액(원)	금액(원)	비율
조수입	주산물가액		1,018,170	1,120,363	110.04
	수량		497	552	111.07
	단가		2,049	2,030	99.07
	부산물가액		23,013	29,012	126.07
	계		1,041,183	1,149,375	110.39
경영비	중간재비	종묘비	9,438	8,465	89.69
		무기질비료비	17,776	17,653	99.31
		유기질비료비	5,038	6,113	121.34
		농약비	27,887	26,480	94.95
		광열동력비	2,642	2,119	80.20
		수리(水利)비	583	367	62.95
		제재료비	2,642	2,319	87.77
		소농구비	573	599	104.54
		대농구상각비	24,517	16,257	66.31
		영농시설상각비	1,315	1,321	100.46
		임차료(수리,유지)	53,923	48,615	90.16
		위탁영농비	5,381	11,819	219.64
		계	151,715	142,127	93.68
	임차료(토지)		112,851	115,544	102.39
	고용노력비		15,857	15,130	95.42
	축력비		55	41	74.55
	계		280,478	272,842	97.28
자가노력비			99,381	96,927	97.53
소득			760,705	876,533	115.23
부가가치			889,468	1,007,248	113.24
소득률(%)			73.1	76.3	104.38

3. 관련제도

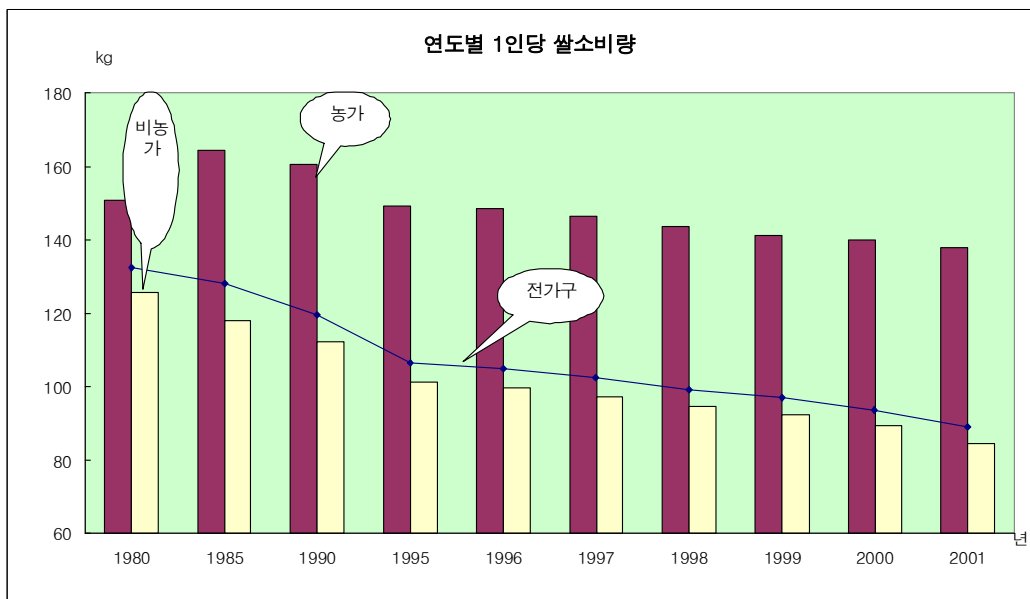
- 쌀등급제를 3등급에서 4등급으로 나누고 과거의 1등 75%, 2등 70%, 등외(3등) 65% 인 현행 등급별 제현율을 특등 82%, 1등 78%, 2등 74%, 3등 65%로 조정했다.

4. 쌀 소비량

▣ 2001양곡년도 가구부문의 1인당 쌀소비량은 88.9kg으로 전년의 93.6kg에 비해 4.7kg(-5.0%) 감소

- 이는 생활수준 향상 및 식생활 서구화에 따른 식품소비구조의 변화 (대체식품의 다양화 등)를 반영하는 것으로, 빵류, 육류 및 과일류 등의 소비증가가 쌀 소비량 감소의 한 원인으로 나타났음
- 가구부문별 소비량을 보면 농가는 전년에 비해 2.1kg(-1.5%) 감소한 137.8kg, 비농가는 4.7kg(-5.3%) 감소한 84kg.

<그림 2-1> 1인당 쌀 소비량



5. 농지법령

- 2002년 다음달부터 개정 농지법령이 시행돼 농지 이용과 관리 제도가 크게 바뀐다. 농림부는 26일 농지법시행령 개정안이 국무회의에서 의결됨에 따라 4월1일부터 개정 농지법시행령이 시행된다고 밝혔다. 개정 시행령에 따르면 농지전용허가를 받은 토지를 다른 목적으로 용도변경할 경우 그동안 전용 허가 8년이 지나야 했지만 앞으로 5년만 지나면 용도변경이 가능해진다. 신고만으로 농지전용을 할 수 있는 축사 규모의 상한선이 7천㎡에서 양계, 양돈축사는 3만㎡까지, 그 밖의 다른 축사는 1만㎡로 확대된다. 아울러 농지전용허가 권한이 지방자치단체에 대폭 위임돼 농업진흥지역안의 시장·군수 허가면적이 2천㎡에서 3천㎡이하, 시·도 지사 허가면적이 2만㎡에서 3만㎡이하로 확대되고 진흥지역밖의 경우 시장·군수는 6천㎡에서 1만㎡이하, 시·도지사는 6만㎡에서 10만㎡이하로 각각 늘어난다. 또 농지를 휴경하는 경우 그동안 시장·군수가 해당 농지를 처분하도록 처분의무를 소유주에게 부과했으나 4월부터 농지개량이나 영농준비를 위해 휴경하는 경우에는 농지처분의무가 면제된다.
- 이밖에 농업용 저수지 주변 같은 농업보호구역안에서 규모가 100㎡이상인 경우에만 금지하던 음식점, 골프연습장, 단란주점, 안마시술소, 노래연습장 등 근린생활시설의 설치가 시설규모의 관계없이 전면 금지된다. 또 신규로 농사를 짓는 사람은 그동안 1천㎡(약 300평)이상의 농지를 취득해야했으나 4월부터 임차농지를 합쳐 1천㎡를 넘으면 1천㎡이하의 소규모 농지의 취득도 가능해진다.

6. 한국의 저투입농업 현황

- 우리나라는 농약과 비료의 사용을 2004년까지 각각 50%, 40%씩 절감한다는 목표로 1999년부터 IPM과 INM을 실천하는 '친환경농업 시범마을'(이하 '시범마을'로 줄임)을 조성할 계획이다. 농림부는 1999년 16개소의 시범마을을 조성하는 것을 시작으로 2004년까지 모두 300개소를 조성, 적극 지원할 방침이다. 농림부의 지원계획에 따르면 마을·들녘 단위로 50ha 이상 집단화된 벼 재배지역을 지원대상으로 하여 선정된 마을에 대해서는 3년 동안 마을별로 전담지도팀을 1개씩 구성, IPM과 INM 기술에 대한 집중적인 지도 및 행정적 지원을 적극 펼친다는 방침이다. 농림부는 이를 위해 2004년까지 모두 136억원을 투자할 계획으로 있다.
- 우리나라의 IPM은 지금까지 농촌진흥청의 연구·개발 단계에 머물러 왔으며, 농가에 널리 보급되어 있는 상태는 아니다. 1993년 농촌진흥청에 IPM 사업단이 설치되면서 IPM에 대한 연구가 활발히 진행되고 있다. 한 예로 농촌진흥청이 전남지역의 시범농 21곳에서 천적을 이용한 애멸구 등의 해충방제를 시범연구한 결과 농약사용 횟수가 절반 정도 감소하고, 소득도 관행지역과 비슷한 수준으로 나타났다.
- 1997년 1월 한국농촌경제연구원이 IPM에 대한 농가의향을 조사한 결과에 따르면 전체 응답자 299명중 80.3%가 IPM 서비스를 이용하겠다고 답변하는 등 IPM에 대한 수요가 높은 것으로 나타나 향후 IPM이 확대·보급되어야 한다는 점을 시사하고 있다.

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

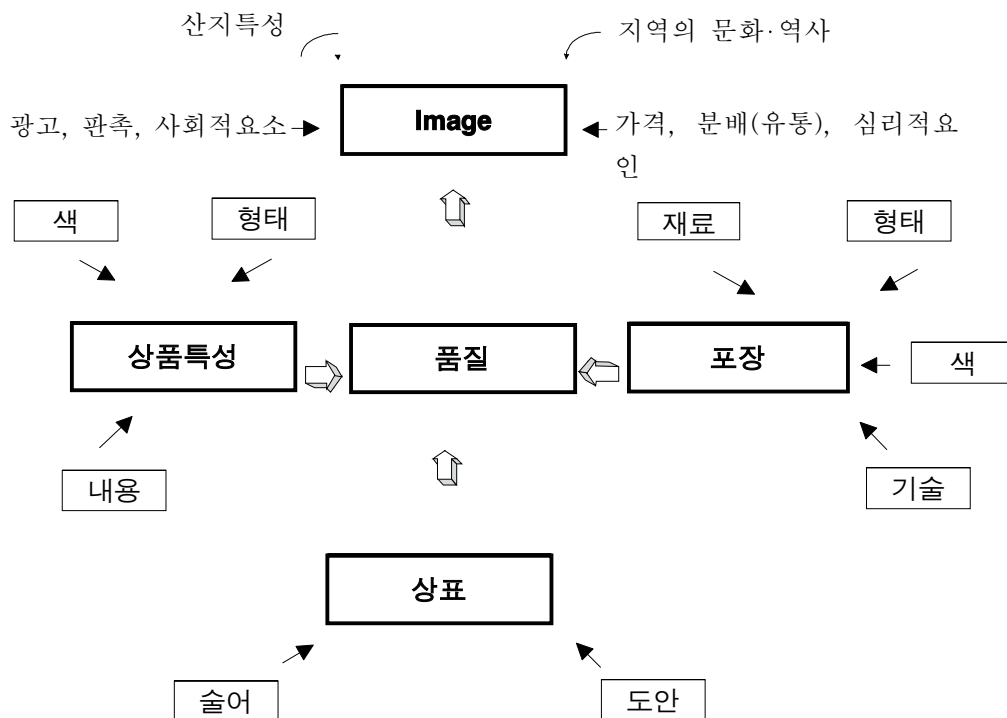
- 우리나라의 INM은 주로 전국 농업기술센터의 토양검정과 농협의 흙살리기운동을 통해 이루어져 왔다. 전국 시·군의 146개 농업기술센터는 정밀 토양검정실을 설치·운영하면서 산도(pH)·유기물·질산태질소·암모니아태질소 등 16개 항목에 대해 정밀검정을 실시하고 있으며, 이를 토대로 시비처방서를 발급하고 있다. 농림부는 앞으로 논·밭 토양의 들녘별 특성을 전산입력하여 데이터베이스화하는 등 과학적인 토양관리 기반을 확충해 나갈 계획이다. 이를 위해 논에 대해서는 1998년 말까지, 밭에 대해서는 2000~2004년까지 들녘별 토양 특성을 데이터베이스화하고, 지역별·마을별 토양특성을 나타내는 지리정보시스템(Geographical Information System : GIS)을 구축하기로 했다.
- 농협은 토양검정에 의한 시비의 과학화를 도모하기 위해 1996년부터 흙살리기운동을 적극 추진하고 있다. 농협은 토양진단센터 41개소를 설치, 토양검정을 실시하고 있으며 시비처방 컴퓨터 프로그램을 개발·보급하고 있다. 또한 농가의 자가진단체계를 구축하기 위해 농협형 토양검정기(A-PEN)를 개발, 1997년 현재 3040대를 보급했으며, 시비처방서에 의한 맞춤 주문배합비료(BB비료)를 공급하고 있다. 농협은 2001년까지 토양진단센터를 150개로 확대·설치하여 연간 20만점의 토양분석 능력을 확보하고, 농협형 토양검정기를 선진작목반 등에 확대·공급한다는 계획으로 있다.

III. 상품의 브랜드화에 대한 이론적 고찰

1. 브랜드의 정의

- 브랜드(Brand)는 차별화와는 달리 이름, 용어, Sign, Symbol, 디자인 혹은 이것들을 함께 포함하는 뜻으로 정의된다. 이러한 브랜드는 상표명(brand name), 상표표식(brand mark), 상호(trade name), 트레이드 마크(trade mark)로 표시됨.

<그림 3-1>브랜드에 영향을 미치는 요소(이태영, p73)



충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

- 우리나라 상표법에는 “상표라 함은 상품을 생산·가공·증명 또는 판매를 업으로 영위하는 자가 자기업무에 관련된 상품과 타인의 상품이 식별되도록 하기 위하여 사용하는 기호·문자·도형 또는 이들을 결합한 것을 말한다.” (상표법, 1996)
- 따라서 브랜드와 상표는 어떤 판매업자 또는 판매집단의 재화나 서비스를 경쟁자의 그것과 식별하고 차별하기 위한 목적으로 재화 및 서비스에 부여한 품명, 명칭, 상징 또는 이러한 요소들의 결합체라고 할 수 있다.
- 브랜드 또는 상표는 단순한 상표명과 상표표식 등 외형적 차이만을 위주로 하는 협의의 개념과 상품특성, 품질, 포장, 이미지 등 상품의 품질과 특성 등 내면적 차이까지를 포함하는 광의의 개념으로 구분될 수 있다.
- 상품차별화(differentiation)는 특정 생산자(또는 가공업자)가 자신의 농산물과 경쟁자의 농산물과 경쟁자의 농산물이 구별될 수 있도록 품질이나 단순한 외관상의 차이(포장, 이미지 등)를 두는 것을 말하며, 상품차별화는 형태의 변경뿐만 아니라 광고나 상표용, 판매장소의 선택 등을 통해서 이루어진다. 상품차별화는 차별화 되는 내용에 따라 품질차별화, 장소차별화, 서비스차별화, 이미지차별화로 구분됨.

2. 브랜드 자산

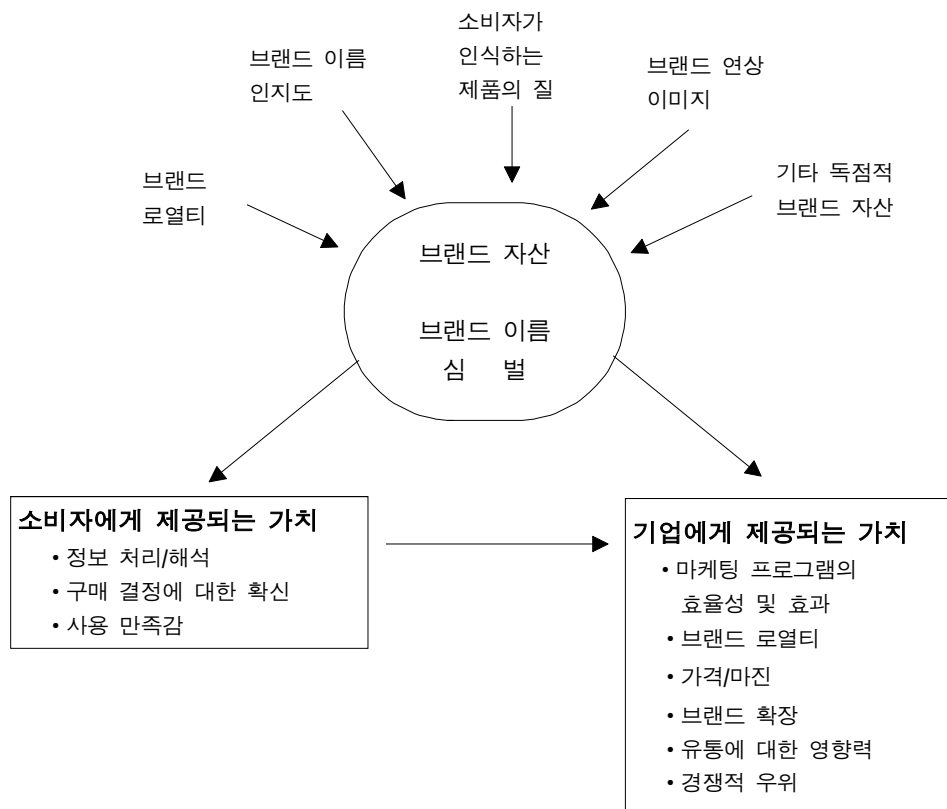
- 브랜드 자산이란 한 브랜드와 그 브랜드의 이름 및 상징에 관련된 자산과 부채의 총체인데, 이것은 제품이나 서비스가 기업과 그 기업의 고객에게 제공하는 가치를 증가시키거나 감소시키는 역할을 한다.

Ⅲ 상품의 브랜드화에 대한 이론적 고찰

○ 브랜드 자산의 근간을 이루고 있는 자산과 부채는 상황에 따라 다른데, 그것들은 5가지 범주로 구분될 수 있다.

1. 브랜드 로열티
2. 브랜드 이름 인지도
3. 소비자가 인식하는 제품의 질
4. 브랜드의 연상 이미지
5. 특허, 등록 상표, 유통 관계 등과 같은 기타 독점적 브랜드 자산

<그림 3-2> 브랜드 자산<마케팅 커뮤니케이션 연구회, p.37>



충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

1) 소비자에게 가치를 제공하는 브랜드 자산

- 일반적으로 브랜드 자산은 소비자에게 가치를 제공하거나 감소시킨다. 브랜드 자산은 소비자가 제품과 브랜드에 대한 막대한 양의 정보를 해석하고 처리하고 저장하는 데 도움이 된다.

2) 기업에게 가치를 제공하는 브랜드 자산

- 소비자에게 가치를 제공하는 것 외에 브랜드 자산은 적어도 대여섯 가지 방법으로 자금 흐름을 창출해 내어 기업에 가치를 제공하는 힘을 가지고 있다.
- 첫째로, 브랜드 자산은 새로운 고객을 끌어 모으거나 혹은 이전 고객을 다시 끌어오는 노력에 도움이 된다.
- 둘째로, 브랜드 자산의 다른 네 가지 차원들은 브랜드 로열티를 증대시켜 준다.
- 세 번째로, 브랜드 자산은 상품을 고가 화시키고 판촉 의존도를 낮출 수 있게 하므로 좀더 높은 이익을 창출할 수 있게 한다.
- 네 번째, 브랜드 자산은 브랜드 확장을 통한 시장 발판이 되기도 한다.
- 다섯째, 브랜드 자산은 유통에 대한 영향력을 높여 준다.

III 상품의 브랜드화에 대한 이론적 고찰

3) 브랜드 로열티

- 브랜드 자산은 경쟁자들에게 실제로 장벽이 되는 경쟁적 우위를 제공한다

4) 브랜드 이름과 심벌에 대한 인지도

- 사람들은 흔히 친숙한 것이 편하기 때문에 친숙한 브랜드를 구매한다. 또한 기존 제품 가운데 친숙한 브랜드가 비교적 믿을 만하고 품질도 괜찮을 것이라고 가정한다.

5) 소비자들이 지각하는 제품의 질

- 소비자가 지각한 한 브랜드의 전반적인 품질은 반드시 그 브랜드에 대한 자세한 지식에 바탕을 둔 것은 아니다. 소비자의 품질에 대한 인식은 제품 군에 따라 약간 다른 형태를 취하게 된다.

6) 브랜드 연상 이미지

- 브랜드 이름의 가치는 보통 그것과 연관된 구체적인 연상에 기초를 둔다.

7) 기타 독점적 브랜드 자산

- 지금까지 브랜드 로열티를 비롯해 브랜드에 대한 소비자의 인식과 반응을 반영하고 있는 네 가지 브랜드 자산 범주에 대해 얘기하였다. 다섯 번째 범주는 특허, 등록상표, 유통 관계와 같은 기타의 독점적 브랜드 자산이다.

3. 소비자의 쌀 선호 및 선택 요인

1) 쌀의 선호

- 소비자의 구매패턴 변화에 신속히 대응함으로써 충청남도의 쌀의 경쟁력을 높이기 위해서는 소비자 특히 도시주부들이 어떤 쌀을 원하며, 어떤 판매점에서 어떤 포장단위를 구입하는지를 파악하는 것이 필요하다.
- 지난 '80년대까지의 쌀 구매패턴에 대한 연구¹⁾는 주로 쌀의 구입량, 구입처, 구입시기 등 구매실태 파악에 주안점이 두어져 있었다. 소비자들이 “어떤 쌀”을 “어떤 판매점에서 왜 구입하는가” 라는 소위 마케팅 측면에서의 연구는 이종수(1990년)²⁾에 의해 분석되기 시작하였다. 이종수는 서울거주 주부의 쌀에 대한 인식과 선호도 분석을 바탕으로 소비자의 쌀 구매행동에 관한 네 가지 경험적 가설을 검증함으로써³⁾ 쌀 품질차별화의 필요성과 전략을 제시하였다. 또한 서종혁 외(1993)⁴⁾는 쌀 품질차별화에 대한 소비자의 반응을 분석하고, 양질미에 대한 최대지불의사 및 이에 영향을 미치는 요인을 분석하였다.

1) 농협중앙회, 「미곡 마케팅 실태조사보고」, 1978.9, 농협중앙회, 「농산물 구입 및 소비행태에 관한 조사연구」, 1985, 주용재 외, 「미곡유통에 관한 연구」, 1980.12, 한국농촌경제연구원 보고서

2) 이종수, 「쌀 구매행동에 관한 연구」, 연세대학교 석사학위 논문, 1990

3) 가설Ⅰ은 “소비자는 가격보다 품질을 중요시한다”이며, 가설Ⅱ는 “주부들의 쌀 품질에 대한 신뢰도는 낮다”이다. 그리고 가설Ⅲ은 “주부는 쌀 구매시 소포장을 선호한다”이며, 가설Ⅳ는 “주부의 쌀 품질선호는 쌀과 밥에 대한 신념에 영향을 받는다”,이며, 이러한 네 가지 가설이 통계적으로 모두 채택됨을 입증하였다. 이종수, 전제서 71~74쪽 참조.

4) 서종혁 외, 「쌀의 지역별 차별화전략」, 한국농촌경제연구원, 1993

III 상품의 브랜드화에 대한 이론적 고찰

- 주부들은 밥맛 좋은 쌀을 원하나, 쌀을 보고 밥맛을 미리 판단하기가 어렵다는 점이 합리적인 쌀의 선택을 어렵게 하는 요인으로 작용하고 있다. 따라서 주부들은 믿을 수 있는 브랜드를 선택하거나 믿을 수 있는 점포를 찾으으며, 또한 같은 품질이라면 저렴하고 편리하게 구입하기를 원한다. 이처럼 소비자는 쌀에 대한 자신의 만족도를 극대화한다는 차원에서 쌀의 브랜드와 판매점 및 포장단위를 선택한다고 할 수 있다. 그러나 지금까지의 연구는 소비자의 쌀 브랜드와 판매점 및 구입단위의 선택을 결정짓는 요인이 무엇인지를 설명하는데는 미흡한 점이 많았다.

2) 쌀의 선택기준

- 소비자는 밥맛 좋은 고품질 쌀을 원한다. 즉 “가격이 비싸더라도 품질이 좋은 쌀을 구입한다”는 주부가 조사대상의 88.1%를 차지해, 이를 백분비로 나타낸 품질중시도 점수는 82.6점으로 상당히 높았다⁵⁾. 이러한 품질중시 경향은 주부연령이나 소득수준 및 맛별이 여부에 관계없이 고르게 나타나 대다수 소비자는 쌀 구입시 가격보다 품질을 중시한다고 할 수 있다.
- 밥을 지어 먹어보기 전에는 밥맛을 알기 어렵다는 점이 쌀의 합리적인 선택을 어렵게 하는 최대의 장애요인이라 할 수 있다. 조사결과에 의하면 “밥맛 좋은 쌀을 식별할 수 있다”고 응답한 주부는 60.7%를 차지하나 “정말 그렇다”라고 응답한 주부는 23.9%에 불과한 것으로 나타났다. 또한 이러한 품질식별능력은 주부연령이 적을수록 그리고 전업주부에 비해 맛별이 주부의 경우 더욱 낮은 것으로 나타났다⁶⁾.

5) 설문은 ‘정말 그렇다’와 ‘정말 그렇지 않다’ 간의 5분위 서열척도로 조사되었다. 정태호·이경원, 전게서 6~8쪽 참조

6) 정태호·이경원, 전게서 9~10쪽 참조

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

- 이처럼 쌀을 보고 밥맛을 평가하기 어려운 이유는 모양이나 광택, 심복색 등 쌀의 외관과 밥맛간의 일정한 상관성을 찾기 어렵기 때문이다. 따라서 주부는 밥맛 좋은 쌀을 선택하기 위해 여러 정보를 이용하게 된다. 쌀 선택시 주부가 활용하는 정보로는 외관 등으로 밥맛을 평가하는 노하우나 이전에 소비한 경험과 같은 내적 정보를 들 수 있다. 조사결과에 의하면 쌀의 외관(모양, 윤택, 투명도, 반점 등)을 보고 품질을 판단한다고 응답한 주부가 22.9%를 차지하며, 조사기준일 현재 구입·소비하고 있는 쌀이 “자주 구입하던 쌀”이라는 주부가 78.1%를 차지하고 있다⁷⁾. 또한 특정브랜드의 쌀을 지속적으로 구입한다고 응답한 주부도 59.8%(상표충성도 점수 64점)를 차지해 주부는 가능한 한 자신의 경험인 내적 정보에 의존해 쌀을 선택함을 알 수 있다.
- 상당수의 주부가 경험부족, 즉 내적 정보의 부족으로 밥맛 좋은 쌀을 고르는데 어려움을 겪고 있다. 따라서 소위 쌀 품질에 대한 전문가라 할 수 있는 쌀가게 주인의 권유정보나 브랜드정보라는 외적 정보에 의존하는 경우가 많은 것으로 나타났다. 즉 “점포주인이 권유하는 쌀을 주로 구입한다”고 응답한 주부가 조사대상의 41.7%를 차지해, 상당수의 주부가 쌀의 품질을 스스로 판단·선택할 수 있는 충분한 정보나 노하우가 부족함을 나타내 준다. 점포주인에 대한 의존도는 주부연령이 적거나 맛별이 주부 그리고 품질식별능력이 부족한 주부일수록 더 높은 것으로 나타났다.

7) “자주 구입하던 쌀”이라고 응답한 비중을 주부연령별로 살펴보면 30대 이하가 74.4%, 40대가 79.5% 그리고 50대 이상이 88.1%로 나타나, 주부 나이가 많을수록 소비경험이 있는 쌀을 구입하는 경향이 높다고 할 수 있다.

III 상품의 브랜드화에 대한 이론적 고찰

<표 3-1> 쌀 선택시 점포주인의 권유정보에 의존하는 가구비율

(단위 : %)

특성·인식 의존여부	전체	주부연령			맞벌이 여부		품질식별능력		상표충성도	
		30대 이하	40대	50대 이상	맞벌이 주부	전업 주부	식별용이	식별곤란	높음	낮음
점포 의존	41.7	43.2	42.7	33.3	47.6	37.9	36.0	46.6	31.0	55.4
점포 비의존	31.2	27.1	31.6	45.2	31.5	31.1	35.4	32.8	38.0	26.8
$\chi^2(P)$	-	5.3(0.259)			4.5(0.105)		9.7(0.047)		23.0(0.000)	

주 1) 응답가구 비율은 “점포에서 권유하는 쌀을 주로 구입한다”는 설문의 리커트척도에 대한 비율

2) 위 설문에 대해 “정말 그렇다”와 “다소 그렇다”라고 응답한 가구를 [점포 의존], 그리고 “정말 그렇지 않다”와 “다소 그렇지 않다”라고 응답한 주부를 [점포 비의존]로 분류

3) 전체 100%에서 [점포의존] 및 [점포 비의존] 비율을 차감한 것은 “그저 그렇다”로 응답한 비중임

4) χ^2 는 chi-square 값이며 () 내의 P값은 유의수준임

○ 포장재에 기재된 브랜드정보(산지, 품종, 상표 등)도 쌀의 품질을 판단하는 중요한 정보로 활용된다. 조사대상 주부의 55.9%가 브랜드정보로 쌀의 품질을 판단한다고 응답했는데, 특히 산지명으로 판단한다는 경우가 가장 많았으며 품종이나 상표명을 판단기준으로 삼는 경우는 소수에 불과했다.

○ 또한 연령이 30~40대인 주부나 품질식별능력이 있는 주부의 경우 브랜드로 품질을 판단하는 비중이 상대적으로 더 높았다. 반면 쌀의 외관을 통해 품질을 판단하는 비중은 50대 이상의 주부나 품질식별능력이 있는 주부의 경우 상대적으로 더 높았다. 그리고 가격이 비싼 쌀을 좋은 쌀로 판단하는

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

비중은 맛별이 주부나 품질식별능력이 부족한 주부의 경우에 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

<표 3-2> 쌀 구입시의 품질판단 기준별 가구비율

(단위 : %)

특성·인식 판단기준	전체	주부연령			맛별이 여부		품질식별능력		상표충성도	
		30대 이하	40대	50대 이상	맛별이 주부	전업 주부	식별용이	식별곤란	높음	낮음
브랜드명	55.9	56.7	57.6	47.5	54.3	56.8	57.4	61.0	60.4	50.9
산지명	41.9	46.5	38.1	35.0	38.6	44.1	44.2	45.8	46.5	31.6
쌀의 외관	22.9	23.6	16.1	40.0	25.2	21.3	25.8	15.3	24.1	17.5
쌀의 가격	6.7	5.7	8.5	5.0	9.4	4.8	5.3	11.9	4.3	12.3
기 타	14.5	14.0	17.8	7.5	11.1	17.1	11.5	11.9	11.2	19.3
$\chi^2(P)$	-	11.3(0.079)			4.9(0.176)		14.1(0.029)		10.3(0.114)	

- 주부들이 쌀 브랜드를 인지하는 구조를 살펴보면 “경기미”, “이천쌀” 등과 같은 산지명 형태인 경우가 가장 많았다. 즉, 기억하는 쌀 이름 세 가지를 응답토록 한 결과 총 응답수의 52.9%가 산지명 형태였으며 12%가 상표명 형태였다⁸⁾. 이를 ‘90년의 조사결과와 비교하면 쌀 브랜드를 품종명 형태로 인지하는 비중은 크게 줄어든 반면, 산지명이나 상표명으로 인지하는 비중은 크게 늘어나, 쌀의 지역별 브랜드에 대한 소비자의 인식이 높아졌다고 할 수 있다⁹⁾.

8) 쌀 이름을 한가지도 기억하지 못하는 주부가 8.8%, 1개가 10.3%, 2개가 18.5%이며, 세 개를 기억하는 주부가 62.4%를 차지했다. 또한 조사기준일 현재 소비하고 있는 쌀의 브랜드 명칭을 인지하는 주부가 조사대상의 46.0%이며, 동 주부 중 59.3%가 산지명 형태로 브랜드를 인지하고 있었다. 정태호·이경원, 전게서 69~71쪽 참조.

9) 농협 쌀 브랜드 중 산지명과 결부되지 않는 지역브랜드나 광역(도단위) 브랜드에 대한 소비자의 인지율은 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 정태호·이경원, 전게서 75~77쪽 참조.

III 상품의 브랜드화에 대한 이론적 고찰

<표 3-3> 쌀 브랜드 인지구조별 가구비율

(단위 : %)

인지구조	산지명	단순상표명	품종명	기타 ²⁾
1989 ¹⁾	16.0	0.5	41.5	42.0
1997	52.9	12.0	8.6	26.5

1) 이종수, 「쌀 구매행동에 관한 연구」, 연세대학교 석사학위 논문, 1990

2) 정부미, 일반미, 지대미, 청결미 등 일반적인 명칭으로 인식하는 경우임

3) 쌀의 구매실태

○ 소비자가 어떤 품질의 쌀을 구입하는지는 브랜드로 구분할 수 밖에 없으나, 구입하는 브랜드가 여러가지임으로 이를 분석대상으로 삼기는 어렵다. 따라서 여기서는 쌀 브랜드를 농협브랜드와 민간브랜드 두 가지로 나누어 살펴본다. 먼저 조사대상 주부의 8할 가량(79.2%)이 조사기준일 현재 구입·소비하고 있는 쌀의 브랜드(농협 및 민간브랜드 여부)를 알고 있었는데, 농협 브랜드인 경우가 40.1%, 민간 브랜드가 39.1%인 것으로 나타났다. 주부연령이 많거나 자가운전 주부의 경우 농협브랜드를 구입·소비하는 비중이 상대적으로 높으나, 소득수준, 맞벌이 여부와 같은 가구특성이나 품질식별능력 및 상표충성도별로는 유의한 차이를 보이지 않았다.

<표 3-4> 농협 및 민간 브랜드 쌀의 구입가구 비중

(단위 : %)

특성·인식 브랜드	전체	주부연령			주부 운전여부		품질식별능력		상표충성도	
		30대이하	40대	50대이상	자가 운전	기타	식별용이	식별곤란	높음	낮음
농협브랜드	40.1	35.7	40.2	55.8	51.4	36.6	45.3	32.2	44.2	27.6
민간브랜드	39.1	36.9	43.6	34.9	27.0	42.8	33.9	47.5	36.3	48.3
$\chi^2(P)$	-	11.6(0.021)			6.7(0.035)		6.8(0.145)		5.2(0.266)	

주 : 전체 100%에서 농협·민간브랜드의 비중을 차감한 것은 브랜드를 모르는 경우임

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

4) 브랜드 선택의 결정요인

- 소비자의 쌀 브랜드 선택을 결정하는 요인을 추출하기 위한 판별분석(I)은 민간판매점에서 쌀을 구입한 주부만을 대상으로 실시하였다¹⁰⁾. 분석방법은 스텝와이즈방법(Stepwise Method)을 사용하였으며 윌크스의 람다(Wilk's Lambda)¹¹⁾ 통계량이 가장 작은 변수부터 추출하되, 새로운 변수를 추가하여 증가하는 판별력의 유의수준(P값)이 0.05 이내인 범위에서 추출하였다.(PIN = 0.05, POUT = 0.10)
- 설명변수로는 브랜드 선택시 소비자가 활용하는 내적 및 외적 정보를 측정하는 설문을 선택하였다. 내적 정보에 대한 변수로는 “소비경험이 있는 쌀 인지의 여부(Ad1)”와 “외관으로 품질을 판단하는지의 여부(Ad2)”를 사용하였다. 그리고 외적 정보 중 브랜드 정보로는 “브랜드로 품질을 판단하는지의 여부(Bd1)”와 “기억하는 쌀 브랜드 개수(Bm2)”를 사용하였다. 또한 점포 제공정보로는 “주인이 권유하는 쌀을 구입하는지의 여부(Cd1)”와 “주인권유의 의존도에 대한 서열척도(Co2)”를 사용하였다. 이외에 가격과 쌀에 대한 인식 및 가구특성 변수를 설명변수로 포함하였다.
- 적합성을 점검하는 바트렛(Bartlett)의 단위행렬점검 결과 유의수준은 0.000이었으며, KMO의 표본적합도 점검¹²⁾ 결과는 0.58로 나타나, 이들 설명변

10) 농협 판매점에서 쌀을 구입했다는 사실은 농협 브랜드를 선택했음을 의미하기 때문이며, 민간판매점에서 쌀을 구입한 가구 중 농협 브랜드 쌀을 구입한 가구 비중은 22%를 차지했다.

11) 총분산(그룹내 분산+그룹간 분산)에 대한 그룹내 분산의 비율이며, 윌크스의 람다값이 작을수록 전체 변동 중 설명가능한 변동(그룹간 분산)의 비중이 높아지므로 설명력이 높다고 할 수 있음

12) 요인간 공통분산이 전체분산에서 차지하는 비율로서 최소한 0.5 이상은 되어야 한다

III 상품의 브랜드화에 대한 이론적 고찰

수를 대상으로 한 요인분석의 적용에 문제가 없는 것으로 나타났다. 요인 분석 결과 추출된 세가지 요인을 가격민감도(Dm2), 품질중시도(Em1), 품질 불신도(Em2)로 명하며, 이들 요인에 의해 전체 변동의 55.5%가 설명되는 것으로 나타났다.

<표 3-5> 요인분석 결과

독립변수		요인 1	요인 2	요인 3	공통분산치
가격 민감	쌀값이 가게비에 부담이 된다	0.703	0.053	-0.009	0.497
	가격이 싸면 다소 멀더라도 구입하러 간다	0.726	0.047	0.245	0.589
	쌀의 유통마진은 과도한 편이다	0.724	-0.167	-0.079	0.559
품질 중시	가격이 비싸도 품질이 좋은 쌀을 구입한다	-0.145	0.606	0.054	0.391
	같은 상표의 쌀을 지속적으로 구입한다	0.144	0.727	-0.231	0.602
	쌀의 품질을 식별할 수 있다	-0.037	0.680	0.229	0.517
품질 불신	같은 쌀이라도 구입시마다 밥맛이 다르다	0.146	0.404	0.614	0.561
	시중의 경기미에는 가짜가 많다	0.003	-0.126	0.842	0.723
고유치(Eigen Value)		1.722	1.590	1.127	4.439
설명비율(%)		21.5	19.9	14.1	
누적비율(%)		21.5	41.4	55.5	

주 : 각 설문항은 “정말 그렇다”와 “정말 그렇지않다”간의 5분위 서열척도로 조사되었음

IV. 쌀의 브랜드화 추세와 국내 사례

1. 쌀의 브랜드화의 추세

- 1909년 목포상업회의소에서 미곡수출검사를 위한 양곡검사제도가 우리나라에서 처음으로 실시되었다. 이후 1920년 강원도, 함경북도를 제외한 조선전역에서 현미를 중심으로 백미검사가 실시되었고, 1932년에 이르러서는 곡물에 대하여 전국적으로 통일된 국영검사를 실시하게 되었다.
- 1934년에는 함경북도에서도 미곡검사 실시되어, 조선전역이 대상으로 되었다. 조선의 전지역을 군산, 목포, 부산, 진남포, 원산 등의 수출항구를 중심으로 6개의 지소로 나눈 것은 '우량품종'의 지역적분포에도 대응한 것이었다. 그리고 검사를 마친 것은 각 검사소 기호 및 품종기표를 날인했다.
- 국영검사의 지역구분과 상표기호, 산지 및 주요 수도품종을 구분한 것이다. 이러한 쌀브랜드화는 일본으로의 수출을 위하여 시행된 것이다. 당시의 쌀브랜드화는 일본으로의 수출을 위하여 시행된 것이다. 당시의 쌀브랜드화는 현재 시행되고 있는 품질인증미에서 처럼 주로 단일 품종만을 상품화한 것은 아닌 것으로 보이지만, 총독부의 품종정책과 함께 쌀생산과 수출을 담당한 지주의 성향도 우량품종을 중심으로 소수품종재배에 집중케하도록 하였다. 즉, 지주는 일본의 쌀시장에 좋은 품종을 생산하고, 브랜드가 있는 쌀로서 품위를 유지하려고 하였다. 이러한 경향의 예를 나타내는 것으로 김해군 농협에서 발표한 '수도품종통일선언문'이 있다.
- 쌀유통에 있어서 국내에서는 브랜드화가 거의 실현되지 않고 있다가 1971

Ⅳ. 쌀의 브랜드화 추세와 국내 사례

년경 농협양곡직매점을 통하여 10kg, 20kg들이 지대로 포장된 정부미를 판매하기 시작하였고, 1973년부터는 농협에서 표찰 및 상표를 부착하여 판매하였고, 이후 1980년대 후반부터 지역농협을 중심으로 소비자선호추세에 부응하여 소포장쌀을 생산하게 되면서 차츰 생산량이 증가하다가 1991년부터 미곡주산지에 미곡종합처리장(RPC)이 설립되면서부터 본격적으로 브랜드화가 급격히 확대되어 계속 증가하고 있다.

2. 쌀 브랜드개발 및 관련제도

1) 농수산물 품질관리제도

- 농수산물의 품질관리는 1993년 6월 11일 제정된 ‘농수산물 가공식품 육성 및 품질관리에 관한 법률(법률 제4553호)’에 기초하여 관리하고 있다. 이법은 ① 농수산물가공업의 육성하여 농수산물의 부가가치를 높일 수 있는 기반을 마련하고 ② 농수산물의 표준출하, 규격화 ③ 특산물 및 전통식품의 품질인증제도를 실시하여 농수산물의 상품성을 높이며, 이를 통하여 ④ 농수산물의 공정한 거래실현을 도모함으로써 농어민의 소득증대와 소비자보호에 이바지하기 위한 목적으로 제정된 것이다.

2) 원산지표시제도

- UR협상의 타결로 본격적인 개방화가 추진될 경우를 대비하여 부정유통행위를 근절하고 소비자와 생산농민을 보호하기 위하여 정부는 1991년 7월부터 농림수산물의 원산지표시제도를 도입하여 시행하고 있다.

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

- ‘원산지표시제도’란 외국으로부터 우리나라로 수입되어 국내에서 유통되는 농림수산물에 대하여 생산국가명(원산지)을 표시하고, 국내에서 생산되어 유통되는 농림수산물은 생산지역명(시, 군)을 표시하며, 농산가공품에도 가공품 원료의 원산지 및 생산지를 표시하도록 함으로서 소비자에게 농산물 구매시 폭넓은 선택의 기회를 제공하여 공정하고 원활한 거래를 도모하기 위한 제도이다.

3) 품질인증제도

- ‘농어촌구조개선대책(’91.7)’ 및 ‘농어촌발전대책(’92.1)’의 대통령보고를 통하여 쌀 등 주요농산물에 대한 품질, 규격, 산지 등 농산물 품질인증제가 실시되었으며(1992.7.1) 이후 ‘농수산물 가공산업육성 및 품질관리에 관한 법률’(제4553호, 1993.6.11)의 법 제13조 특산물 등의 품질인증제도에 의거한 특산물 품질인증제 시행법안의 제정공포(1993.6.11)와 유기농산물에 대한 품질인증(1993.12.1)이 실시되었다.

4) 부정경쟁방지제도

- ‘부정경쟁방지법’은 1961년 12월 30일 법률 제 911호로 개정되었다. 이법은 1986년 12월 31일(법률 제 3879호)과 1991년 12월 31일(법률 제4478호)에 개정되어 현재 이르고 있다.
- ‘부정경쟁방지법’의 목적은 부정경쟁에 의한 영업상의 이익이 침해되거나 침해가 될 우려가 있는 자에 대하여 부정경쟁의 금지 및 예방청구권 등을 부여하고 있으며, 그 영업상의 이익이 침해된 자는 손해배상청구를 할 수 있도록 규정하고 있다.

Ⅳ. 쌀의 브랜드화 추세와 국내 사례

- ‘부정경쟁방지법’에서 국내에 널리 알려진 타인의 상표·상호 등을 부정하게 사용하는 등의 부정경쟁행위와 타인의 영업비밀을 침해하는 행위를 방지하여 건전한 거래질서를 유지함을 목적으로 하고 있음을 명시하고 있다.

5) 상표 및 의장관련제도

- 상표법의 목적은 “상표를 보호함으로써 상표사용자의 업무상의 신용유지를 도모하여 산업발전에 이바지함과 아울러 수요자의 이익을 보호”하는데 있다.
- 상표법에 의해 상표권자 또는 전용사용권자는 자기의 권리를 침해한자 또는 침해할 우려가 있는자에 대하여 그 침해의 금지 또는 배상을 청구할 수 있다. 이때 침해행위를 조성한 물건의 폐기, 침해행위에 제공된 설비의 제거, 기타 침해의 예방에 필요한 행위를 청구할 수 있다.
- 등록된 상표는 상표권자, 전용사용권자 또는 통상사용권자가 등록상표를 사용할 때에는 당해 상표가 등록상표임을 표시할 수 있다. 그러나 등록을 하지 않은 상표 또는 상표등록출원을 하지 않은 상표를 등록상표 또는 등록출원상표인 것 같이 상품에 표시하거나 영업용광고, 간판, 표찰, 상품의 포장 또는 기타 영업용거래서류 등에 표시하는 행위는 ‘상표법’ 제91조에 의해 금지된다.

3. 농산물의 브랜드화 추진

1) 내무부의 ‘1지역 1명품 육성사업’

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

- 행정자치부는 1993년부터 농산물수입개방에 대응하여 상품의 차별화와 국제경쟁력제고를 위해 전국 136개 군에 1명품사업을 추진하여 주민의 안정적인 소득원 개발과 농촌경제활성화에 크게 기여하고 있다. 이러한 효과를 확산하기 위해 농축산물 중심에서 민·공예품 및 공산품까지 포함 하여 시 단위에서 확대하여 '1지역 1명품'이라는 시책사업으로 추진하고 있다.

2) 우편주문판매로 거래되는 지역특산품

- 우체국의 우편주문판매제도는 1986년 정보통신부가 전국의 3천여 우체국을 통한 농어촌 활성화와 유통구조 개선을 목적으로 시작하여 1988년부터 재단법인 체성회에서 위탁관리하고 있다. 이 제도의 실시로 각 지방에 산재되어 있는 우수한 농림수산물을 발굴하여 생산자에게는 판로개척의 역할을, 소비자에게는 값싸고 질 좋은 지방특산품을 주문하거나 보낼 수 있도록 하고 있다.

3) 지방자치단체의 지역특화산업 육성사업

- 시·도나 시·군 등 지방자치단체에서도 지역농산물의 특성화를 통한 차별적 유통을 위해 여러 종류의 사업을 전개중이다. 특히, 전라남도에서는 수출 농축수산물의 대외이미지제고를 통한 수출확대를 위하여 농수산물유통공사와 협의·개발한 전남 농축산물 수출고유브랜드의 상표등록을 추진하고 있다.

4) 농협의 브랜드개발

- 농협은 취급상품의 차별화를 통한 경쟁력 강화와 농협상표의 신뢰도제고를 목적으로 '경제사업에 관한 상표관리요령'을 제정하여 시행해오고 있다. 동

Ⅳ. 쌀의 브랜드화 추세와 국내 사례

관리요령에는 '농협상표'와 자체상표'로 구분하여 각기 부착기준과 표시방법, 품질 및 상표관리 등에 관한 사항을 규정하고 있다.

- '농협상표'는 농협심벌마크와 마스코트(2토끼)를 말하는데, 자체 생산하거나 매취, 수탁 판매하는 농특산물 및 가공제품과 영농자재 및 생활물자에 부착할 수 있다. 농협상표의 작도와 색상, 크기, 명칭고유서체, 좌우조합 등은 '농협CI규정'에 준하여 표시한다. 그리고 이를 부착한 제품은 '식품위생법' 등 관련법령과 '농협취급식품의 품질관리요령'에 의하여 관리된다. 판매장에 대한 농협상표관리는 '관할지역본부장의 승인을 받은 경우 외에 농협이 직영하지 않은 판매장에서는 농협상표를 부착할 수 없다'고 규정하고 있다.

5) 법인, 단체의 브랜드개발

- 법인, 단체의 브랜드개발은 생산자단체와 생산, 소비를 같이 연계한 단체로 크게 구분된다. 생산자단체는 생산지역의 작목반 또는 정농회, 한국카톨릭 농민회, 팔당유기농운동본부, 한국유기농협회, 한국자연농업협회 등과 같이 같은 목적을 지닌 자생단체에서의 자체 브랜드개발을 의미하며, 생산과 소비를 연계한 단체로는 우리밀살리기운동본부, 한 살림, 환경농업단체연합회 등과 같이 생산조직과 소비조직을 연계, 주로 회원제관리를 통하여 회원 생산농민이 생산한 농산물을 자체적으로 브랜드화하여 판매한다. 이들 법인, 단체의 브랜드 생산, 소비량은 소비자들의 식품의 안전성선호추세로 빠른 증가추세에 있다.

6) 대형유통업체의 브랜드개발

- 대형유통업체의 브랜드개발은 풀무원, 매일유업(주), 한화유통, LG유통, 한

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

양유통, 대형백화점 등 대형유통업체에서 자체 회원조직을 통한 생산물을 자체브랜드로 개발하여 판매하거나 OEM방식으로 판매하는 형태이다. 주부의 취업기회증대와 소비자의 식품구매행태가 일괄구매(one-stop shopping)와 안전성 선호추세로 이들 대형유통업체의 미곡판매량은 계속 증가할 것으로 예상된다.

7) 개인브랜드

- 개인브랜드는 생산농민 개인이 자신의 생산농산물을 브랜드화하여 판매하는 형태로 그 수는 극히 일부에 그치고 있다. 또한 위탁영농회사와 미곡종합처리장시설을 갖춘 일반도정공장에서의 자체브랜드가 이에 해당된다.

4. 쌀의 브랜드화 사례

- 쌀 브랜드 730개, 상표등록 161개

- 2001년도 말 현재 농산물 브랜드는 총 4721개이다. 이중 식량작물의 브랜드가 868개(18.4%)를 차지하고 있으며, 식량작물 브랜드중 쌀 브랜드는 730개((84.1%)이다. 현재 특허청에 상표등록된 것은 161개이고 공동브랜드 등록비율이 66.7%이고 개별브랜드 등록비율이 19%이다.
- 쌀 브랜드는 전남이 가장 많은 241개이고, 다음으로 충북 83개, 경기·전북 80개, 경남 58개, 충남 47개, 경북 45개, 강원 34개, 인천 28개 순을 차지하고 있다. 쌀 브랜드에 가장 자주 사용되는 어휘는 가야별맑은쌀 등 맑은쌀(13개)이다.

Ⅳ. 쌀의 브랜드화 추세와 국내 사례

□ <으뜸쌀 브랜드>

성남 농협하나로클럽에서 열린 경기도 고품질 선포식 행사장에는 국내 최고를 자랑하는 경기도의 쌀들이 한자리에 소개돼 그 맛과 품질을 눈으로 확인할 수 있었다. 이날 행사에는 경기도 쌀 주산단지 12개 시군지부 22개 농협이 참석, 대표 브랜드를 선보이며, 소비자의 눈길을 끄는 다양한 판촉전을 펼쳤다.

□ 연천군지부-연천농협

연천군은 휴전선과 인접한 청정지역으로 친환경농산물을 생산할 수 있는 적지이다. 여기에다 연천쌀은 임진강의 비옥한 토질 등 오염되지 않는 지역에서 생산돼 품질이 우수하고 밥맛이 뛰어나다. 물이 깊고 땅이 깊다는 의미의 ‘고래실쌀’로 불리기도 한다.

- 브랜드 : 반딧불이쌀

- 규격/가격 : 10kg 2만5000원, 20kg 4만8000원

- 용인시지부-이동농협, 백암농협, 원삼농협

- 특징 : 예와 선현의 고장인 용인에서 가꾸어진 민속쌀 ‘백옥’은 수도권 시민의 젓줄인 팔당 상수원의 깨끗한 물과 기름진 땅에서 공해없이 재배된 최우수 품질의 쌀이다.

□ 원삼농협의 ‘파란하늘 맑은햇쌀’은 농약을 전혀 사용하지 않고, 청둥오리와 한방영양제·천혜녹즙·참숯 등 친환경농자재를 사용해 재배한다. 품질인증과 경기도지사의 인증을 받았다.

- 브랜드 : 용인민속쌀 백옥, 파란하늘 맑은 햇쌀(원삼농협)

- 규격/가격 : 이동농협 용인민속쌀 백옥-10kg 2만5000원 20kg 4만7500원

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

- 백암 · 원삼농협 파란하늘 맑은 햇쌀-6kg 2만5000원 10kg 3만5500원

□ 안성시지부-보개농협, 일죽농협, 양성농협

- 특징 : ‘안성마춤’은 안성에서 맛춘 유기의 대명사로 쓰인 말로 전국적으로 그 품질의 우수성을 인정받아 조선시대 호족의 식기로 쓰인 것이다. 이같은 옛 전통적 이미지를 살려 생산되고 있는 ‘안성마춤’쌀은 그 맛과 품질이 우수하고, 우리 입맛에 가장 잘 맞는 밥맛으로 호평받고 있다.
- 브랜드 : 안성마춤
- 규격/가격 : 보개농협/양성농협 안성마춤청결미-10kg 2만3000원, 20kg 4만6000원, 안성마춤인증미-10kg 2만4500원, 20kg 4만8500원 · 일죽농협 품질인증옥토쌀-2만4500원, 4만8500원

□ 안성 고삼농협

- 특징 : 고삼농협이 최근 개발한 ‘맛이다른밥’안성마춤쌀은 가공단계에서 미숙립을 완전히 없앤 완전립만을 엄선, 품질 차별화를 기했다. 원료는 추청벼 단일 품종으로 한정하고, 육묘단계에서 부터 농가와 계약재배를 실시했다. 고삼오리쌀은 오리를 이용한 친환경농법으로 재배, 소비자들로부터 꾸준한 인기를 끌고 있다.
- 브랜드 : ‘맛이다른밥’안성마춤쌀
- 규격/가격 : 맛이다른밥-4kg 1만6000원, 7kg 2만6000원, 10kg · 고삼오리쌀-4kg 1만3400, 7kg 2만3350원

□ 평택시지부-송탄농협, 안중농협

- 특징 : 평택지역은 서해안과 인접해 있는 평야지대로 일조시간이 길고 땅심이 좋아 밥맛이 구수한 것이 특징이다. 평택 브랜드인 ‘참햇쌀’은 자연

Ⅳ. 쌀의 브랜드화 추세와 국내 사례

지향의 청정 이미지와 평택지역의 드넓은 평야와 하늘을 결합시킨 이미지를 형상화시켰다.

□ 안중농협의 경우는 www.anjungssal.com이라는 도메인으로 인터넷 전자상거래를 실시, 좋은 반응을 얻고 있다.

· 브랜드 : 참햇쌀, 뒤주표쌀(안중농협)

· 규격/가격 : 평택농협 참햇쌀-20kg 4만6000원 안중농협 뒤주표쌀-10kg 2만7000원, 20kg 5만500원

□ 오산화성시지부-조암농협, 팔탄농협

· 특징 : 화성시는 임금님께 바치는 진지상인 '수라상'의 의미를 브랜드에 도입, '수라청'이라는 브랜드 쌀을 선보이고 있다. 임금님께 바치는 쌀처럼 정성을 다한 제품만 선보이겠다는 뜻이다. 수라청쌀은 서해안 평야지대의 옥토에서 생산돼 찰기와 밥맛이 으뜸이다.

· 브랜드 : 수라청, 아침노을(팔탄농협)

· 규격/가격 : 조암농협 수라청쌀-10kg 2만5000원, 20kg 4만8000원, 팔탄농협 아침노을-20kg 4만8000원

□ 포천군지부-가산농협

· 특징 : 포천군 농산물 공동브랜드인 '해솔촌'은 해와 소나무가 있는 청정한 마을이라는 의미를 담고 있다. 해솔촌쌀은 좋은 산, 맑은 물 등 수려한 자연속에서 생산돼 맛과 질이 뛰어나다. 특히 가산농협은 최근 쌀에 칼슘과 올리고당이 첨가된 기능성 쌀을 개발, 품질차별화를 선도하고 있다.

· 브랜드 : 해솔촌

· 규격/가격 : 10kg 2만3000원, 20kg 4만4000원 기능성 쌀-3kg 9900원, 5kg 1만6000원

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

-김포시지부-신김포농협

- 특징 : 공해없고 천혜의 자연환경을 갖춘 애기봉 인근지역에서 가장 맛이 좋은 추청쌀만을 재배한다. 과학적인 방법으로 건조해 자연건조와 동일한 상태를 유지한다. 자동 고온 제어장치를 통해 저온저장후 판매직전에 도정한다. 신선도 유지를 위해 가정으로 직접 배달한다. 도정시 오존수를 살포해 이물질을 완전 제거했다.
- 브랜드 : 밀달쌀, 5000전통 김포쌀, 배아미(쌀눈백미), 고소한 쌀눈, 싹트는 현미
- 규격/가격 : 5kg 2만7000원, 10kg 2만4500~2만6500원, 20kg 4만8000~5만2000원

□ 파주시지부-탄현농협

- 특징 : 비옥한 토질과 최적의 재배환경을 토대로 농가와 직접 계약재배한 쌀이다. 종자공급부터 건조·가공·포장에 이르기까지 위생적으로 처리된 최고품질 일등미이다. 탄현 품질인증 추청쌀은 밥맛이 최고 좋으며 가족의 건강까지 도와준다. 특미는 계약재배 이외의 농가에서 생산한 벼로 최첨단 시설의 미곡종합처리장에서 위생적으로 가공된 일등미이다.
- 브랜드 : 탄현추청미, 엄마사랑 탄현쌀
- 규격/가격 : 4kg 1만3000원, 10kg 2만5000원, 20kg 4만9000원

-의정부·양주시군지부

- 특징 : 감악산 줄기의 맑은물로 재배해 생산된 깨끗한 쌀을 의미하고, 가족의 건강과 삶의 활력, 조상의 지혜를 담은 정성이 가득한 쌀이다. 저농약재배를 원칙으로 하고 있어 안전성을 확보하고 있다. 밥맛이 차지고 윤

Ⅳ. 쌀의 브랜드화 추세와 국내 사례

기가 난다. 도정한지 1개월이 지난 쌀이 유통될 경우 철저한 리콜제를 통해 새 쌀로 교환해 준다.

- 브랜드 : 깨끗한 쌀
- 규격/가격 : 10kg 2만3000원, 20kg 4만5000원

□ 양평군지부-양평농협, 지제농협

- 특징 : 양평지역은 '환경농업-21' 추진지역이며 메뚜기, 반딧불이 등이 살고 있는 환경이 오염되지 않은 지역으로 깨끗한 물, 기름진땅에서 타지역과 차별화된 무공해 쌀을 생산한다. 엄정한 검사를 받은 원료로 최첨단 가공시설의 철저한 품질관리로 이물질을 완전 제거한 무공해 청결미이다.
- 브랜드 : 맑은고을 쌀, 허반메쌀
- 규격/가격 : 4kg 1만~1만1000원, 8kg 1만9200원, 10kg 2만4000~2만4500원, 20kg 4만7000원

□ 여주군지부-가남농협

- 특징 : 황토, 기후, 맑은 물 등 3대 조건을 두루갖춘 천혜의 자연조건에서 생산돼 옛부터 '진상미'란 명성을 얻고 있다. 아밀로스 함량이 낮아 밥맛이 좋고, 당량비(Mg/K)가 높아 밥이 차지다. 단백질 함량이 낮아 밥이 부드럽다. 왕겨의 큐티큘라층이 두터워 벼의 품질을 오래동안 간직한다. 친환경농업으로 재배되는 대왕님표는 특허청에 상표등록 출원을 했다.
- 브랜드 : 대왕님표
- 규격/가격 : 4kg 1만4000원, 10kg 2만9000원, 20kg 5만5000원

□ 이천시지부-대월농협

- 특징 : 공익적기능과 친환경농법으로 환경보호에 앞장서고 있으며, 안전한

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

농산물을 생산·공급해 소비자의 건강을 최우선으로 하고 있다. 연간 약 5만톤의 쌀이 생산되며 국내 최초로 '임금님표'브랜드를 특허청에 등록했다. 이천쌀의 88%가 깨끗하고 오염되지 않은 풍부한 지하수를 사용해 재배된다. 이 지역은 화강편마암으로 점토함량이 많고 유효심토가 깊어 생육후기까지 충분한 양분이 공급된다.

- 브랜드 : 임금님표
- 규격/가격 : 10kg 2만7600원, 20kg 5만4200원

□ 소사뜰영농조합법인

- 특징 : 유기농법인 쌀겨농법과 오리농법 등 친환경농법으로 재배하므로 안심하고 먹을 수 있다. 평택시 농민후계자와 소사뜰농가들로 구성돼 21만평의 논을 직접경작하고 있다. 벼씨파종에서 수확후 건조, 도정에 이르기까지 전과정을 일관시스템화했다. 수분유지와 주문확인 후에 도정작업을 실시해 밥맛이 일품이다.
- 브랜드 : 소사뜰 쌀
- 규격/가격 : 4kg 9500원, 8kg 1만8500원, 10kg 2만3000원, 20kg 4만5000원

□ 삼두농산

- 특징 : 팔당 상수원보호지역을 중심으로 논이 형성돼 있어 무농약의 친환경농업을 하고 있다. 수확기 일교차가 커 맛좋은 쌀을 생산한다. 품종은 추청으로 광주지역에서 생산되는 벼를 도정해 공급한다. 첨단화된 도정시설을 갖추고 있어 찌라기 등 이물질을 완벽하게 제거, 미질이 탁월하다.
- 브랜드 : 왕실옥미
- 규격/가격 : 4kg 1만1000원, 8kg 2만1000원, 10kg 2만6000원, 20kg 5만원

□ 경기도 용인시 원삼면 친환경농업지구(대표 김학만, 210농가 참여)

Ⅳ. 쌀의 브랜드화 추세와 국내 사례

- '95년부터 오리농법으로 무농약 쌀 재배를 시작하여 2002년도에 재배면적을 65만평(210농가)까지 확대하였으며, 생산된 무농약 쌀은 지역농협(원삼농협)에서 시중가격보다 높은 가격('01가격 : 73천원/40kg조곡)으로 전량 수매하여 판매하고 있음
- 그린투어리즘과 연계하여 친환경농업을 관광상품화 추진중임

□ 강원도 화천군 상서면 토고미 마을(대표 한상열, 21농가 참여)

- 오리농법(47천평)을 실천하면서 “도·농 일심 함께 짓는 벼농사 운동”을 전개하고 도시소비자 1회원 오리 15마리 보내기 캠페인을 통해 300여명의 회원을 모집하여 가을철에 무농약 햅쌀 한말(8kg)을 보내 주고 있음
- 친환경농업과 농촌체험관광을 접목한 그린투어리즘을 실현하여 연간 2,000여명이 찾아오는 명소로 자리 매김

□ 충남 홍성군 홍동면 친환경농업지구(대표 주형로, 372농가 참여)

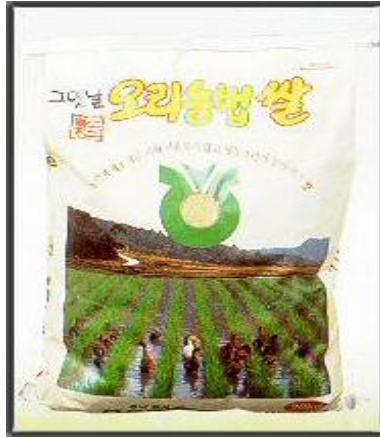
- 1993년 2농가가 오리농법 쌀 재배를 시작하여, 2001년도에 41만평(174농가), 2002년도에 100만평(372농가)으로 확대하였으며 수확된 오리쌀 전량에 대해 친환경 농산물 유통업체와 판매 계약이 완료된 상태
(계약금액 50억원, 가격 : 유기재배 쌀의 경우 84천원/40kg조곡)
- 2001년에 7,500명의 도시소비자가 방문하여 친환경농업을 체험하는 등 친환경농업 체험교육의 산실 역할을 하고 있음

□ 충남 홍성쌀

○ 오리농법쌀

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

-농약과 제초제를 전혀 사용하지 않고 천둥오리가 농사지은 안전한 먹거리



판매자: 충남 홍성군 홍동면 농협/TEL:(041) 633-3555

생산자: 충남 홍성군 홍동면 문당리/TEL:(041) 631-3538

○ 천수만쌀

-천수만 방조제 공사로 조성된 비옥한 간척지에서 생산된 밥맛 좋은 깨끗한 쌀



-구입문의: 충남 홍성군 서부면 이호리 천수만 R.P.C/TEL:(041) 633-4954

Ⅳ. 쌀의 브랜드화 추세와 국내 사례

○ 청산유수쌀

- 깨끗한 물 풍부한 일조량과 바람, 비옥한 토질을 바탕으로 밥맛이 뛰어난 고품질의 쌀



구입문의: 충남 홍성군 갈산 농협 R.P.C/TEL:(041) 633-1558~9

○ 푸른들 쌀

- 깨끗한 청결미로써 밥짓기가 간편하고 밥맛이, 좋은 쌀입니다.



-구입문의: 충남 홍성군 금마 농협R.P.C/TEL:(041) 634-9347~8

5. 쌀의 특수재배 방법

【오리농법】

- 모내기 후 15일경에 새끼오리를 300평당 30마리 정도를 풀어 넣으면 오리가 잡초·해충을 먹기때문에 제초제, 살충제 농약 등을 사용하지 않고 벼를 재배할 수 있음

【우렁이농법】

- 모내기 후 7일경에 왕우렁이를 논에 넣어주면, 발아되어 올라오는 잡초를 계속적으로 먹어 치우기 때문에 제초제를 사용하지 않으며, 또한 살균제, 살충제를 사용하지 않고 벼를 재배함으로써 무농약 쌀재배가 가능함

【키토산 농법】

- 새우 및 게 등의 갑각류의 껍질에서 추출한 천연고분자물질인 키토산을 종자에 침종하고 생육과정시 엽면시비를 할 경우 발아력이 왕성하고 뿌리 활착이 빠르며, 내병성을 높여 병해충을 예방하므로써 농약 절감효과가 있고 유기물의 분해를 촉진하여 양분을 충분히 흡수하도록 도와줌

【쌀겨농법>

- 쌀겨를 논에 살포할 경우(300평당 200kg) 유효미생물의 증식, 잡초발생 억제(토양환원조건유지 및 발아억제물질효과)와 지속적인 비료효과 등이 있어 제초제 등 농약과 화학비료를 사용하지 않고 무농약농법으로 벼를 재배할 수 있음

V. 충남쌀의 차별화 전략

1. 충남쌀의 생산전략

- 쌀의 차별화 전략은 크게 나누어 산지의 차별화, 재배방법의 차별화, 가공의 차별화 등으로 나눌 수 있다. 충남의 경우 일부 간척지를 제외하고 산지로서 내세울 곳이 많지 않기 때문에 친환경재배, 유기농법 등의 특수재배를 통하여 차별화전략을 수립해야 할 것이다.

2. 쌀 브랜드화(명품화) 종합계획 추진

- 충남 쌀 생산농가의 소득보전과 쌀 산업의 체질개선을 위해서 '충남 쌀 브랜드화(名米化) 종합계획'을 수립하여 추진해야 한다.
- 쌀의 단위면적당 생산량 보다는 농가수취가격에 의해서 농가소득이 좌우되기 때문에 고품질 벼종자 보급을 확대해야 한다.
- 또한 쌀의 브랜드화는 개별 농가보다는 미곡종합처리장 및 생산자단체 등을 중심으로 이루어져야 하기 때문에 지역별 특성에 따라서 일정규모이상을 선정, '충남 쌀 명미화 단지'로 집중 육성해야 한다.
- 쌀의 브랜드화를 추진하기 위해서는 생산단계부터 차별화시킬 필요가 있는데, 무농약 또는 친환경비료를 이용한 벼 재배 전 농가에 대하여 전면적으로 지원책을 펼쳐야 할 것이다.

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

- ‘소비자 및 시장 평가’ 제고를 위한 방안으로 명미화 단지에서 생산된 ‘충남 명미’의 유통 단계를 최소화, 고급화시키고 리콜제 및 실명제 등도 도입한다.
- 현재 대부분의 쌀의 정미형태로 유통되고 있는데, 쌀은 도정후 2주일이 지나면 미질이 매우 저하된다. 따라서 소형의 정미기를 소매상에 보급하여 가능한 현미상태로 쌀을 유통시켜 미질상태를 오래동안 유지시킬 수 있도록 해야할 것이다. 또한 미질을 보존하기 위해서는 냉각저장시설을 확대해야할 것이다.

3. 충남쌀의 홍보 및 유통활성화방안

- 인터넷 전자상거래에서 판매되는 주요한 품목은 서적, 컴퓨터 관련 제품, 가전제품 등이며 농산물은 구색차원에서 취급되고 있는 실정이다. 최근 들어서 상당수준의 규모를 갖추고 다양한 농산물을 취급하는 농산물 전문몰이 나타나고 있으나 아직은 소수에 불과하다.
- 인터넷을 통해서 농산물을 구매하는 고객을 특성별로 보면 여성고객이 58.5%를 차지하였으며 30대가 48.3%를 차지하였다. 그리고 인터넷으로 농산물을 구매하는 이유로는 시간절약, 배달해 주기 때문이 많았고 인터넷으로 구매하기를 꺼리는 이유로는 품질확인의 어려움, 구매후 즉시 사용이 어려움, 소량구입이 어려움 등이 많았다.
- 인터넷쇼핑몰이 활성화되기 위해서는 방문고객이 지속적으로 이용해야 한다. 이를 위해 먼저 구매과정별로 이용고객의 만족도를 측정하여 분석한

V. 충남쌀의 차별화 전략

결과, 만족을 주는 요인으로서는 '콘텐츠' '상품성' '편리성' 그리고 '리콜' 등 4가지로 나타났다.

- 이들 요인이 재구입에 미치는 영향을 알아보기 위해서 각 요인의 점수와 향후 재구입의사를 로지스틱 회귀분석한 결과 '상품성'이 가장 크게 영향을 미쳤으며, 다음으로 '편리성'인 것으로 나타났다. 따라서 재구입을 유도하기 위해서는 상품의 가격과 품질 경쟁력을 높이고, 분류배치와 배달체계를 개선하여야 할 것이다.
- 인터넷 전자상거래가 활발해지면서 판매경쟁은 과거 어느 시기보다 치열해지고 있다. 농산물의 경우 아직은 초기단계이고 일반공산품에 비해 인터넷을 통한 판매가 어려워 본격적인 판매경쟁에 돌입하였다고는 볼 수 없다. 하지만 종합쇼핑몰에서 구색차원에서 농산물을 취급하는 비중을 늘리고 있고 인터넷기술의 발달, 배송체계의 개선으로 농산물의 취급이 용이해지고 있어 조만간 농산물 인터넷판매가 상당히 늘어날 것으로 판단된다.
- 쇼핑몰이 활성화되기 위해서는 신규고객을 확충하고 기존고객을 충성고객으로 만들어야 한다. 특히 충성고객은 신규고객보다 쇼핑몰에 대한 기여도가 높다는 사실은 시사하는 바가 크다고 하겠다. 본 조사에서는 기존고객의 만족도와 향후 재구입과의 관계를 분석한 결과 가격·품질 등 상품성과 분류배치·배달 등 편리성에 대한 만족도가 높을수록 재구입이 늘어나는 것으로 나타났다.
- 충성고객을 늘리기 위해서는 품질이 뒷받침된 가격경쟁력을 갖추어 동시에 쉽게 상품을 찾을 수 있도록 분류배치하고 원하는 시간에 배달할 수 있는

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

기반을 구축해야 할 것으로 판단된다. 농협에서는 on-line과 off-line을 통해 농산물을 판매하고 있으며, off-line의 품질관리와 물류기능을 활용함으로써 이용고객의 만족을 높일 수 있을 것이다. 즉 주문과 결제, 고객의 불만사항 처리 및 개선사항은 인터넷으로 처리하고, 품질관리·배송관리 등은 기존의 off-line을 활용하는 방안을 적극 검토해야 할 것이다.

Ⅵ. 요약 및 결론

1. 요약

과거의 쌀 산업은 국가적으로는 쌀 생산량의 절대적인 부족, 쌀 시장의 미 개방, 쌀 증산정책, 정부수매제도에 의한 제한적 경쟁, 쌀의 품질은 덜 중시, 동일의 생산비에서 다수확은 소득과 직결되었다.

그러나 쌀 산업을 둘러싼 환경의 변화로 인하여 국가적으로는 쌀 시장 부분적 개방, 단수 증가, 소비 감소 등으로 인한 쌀 공급의 과잉에 따른 쌀 가격하락, 환경농업의 중시하고 있으며, 정부에서 대부분 수매하던 쌀의 유통은 시장메커니즘에 의해서 이루어지고 있으며, 소비자는 가격보다는 쌀의 품질(맛, 안전성, 영양가)을 중시하고 있어, 생산자의 입장에서 소득을 향상시키기 위해서는 단위 면적 당 수확량보다는 소비자가 선호하는 고품질의 쌀 생산이 요구되는 시점이다.

이 연구의 목적은 충남의 쌀 산업의 현황, 법제도, 여건의 변화 등을 종합적으로 검토하여, 충남의 쌀 산업의 경쟁력강화를 위하여 충남 쌀의 차별화전략을 모색하고, 각 지역별 여건을 고려하여 생산비절감(규모확대), 품종개량, 광고, 농사법 등의 쌀 산업의 방향제시하고자 있었다.

이 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 쌀의 브랜드화는 1990년대 중반 할인점과 대형수퍼마켓의 판매력이 커지면서 농협-도매상-소매상으로 이어지는 유통구조가 붕괴되면서 10kg 또는 20kg 단위로 포장판매하고, 미곡종합처리장(RPC)이 늘어나면서 촉진되었다.

2. 현재 쌀의 유통은 정부가 수매한 쌀을 제외하고 브랜드를 달고 유통되

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

고 있어 종류와 가격이 다양해졌지만, 소비자의 입장에서는 무엇을 기준으로 쌀을 구입해야 하는지 매우 모호한 상태이다.

4. 현재의 브랜드는 산지정도만을 표기하는데 그치며, 가장 중요한 밥맛을 좌우하는 품종이나, 가공방식에 설명이 없어 쌀의 차별화가 부족한 실정이다.

5. 현재 산지별로는 여주, 이천, 철원산의 쌀이 비싼 가격으로 팔리고 있는데, 이는 쌀의 품질보다는 지역을 상징하는 브랜드의 가치가 크게 반영된 때문이다. 또한 동일한 산지라고 하더라도 생산자에 따라서 품질은 매우 다르다.

6. 브랜드화가 정착되지 못하여 동일한 브랜드라고 하더라도 시기에 따라서 품종과 재배지가 다른 경우가 많이 있다. 이천의 임금님 표의 경우 10개 농협이 각각 생산한 쌀에 공통으로 사용하는 브랜드이며, 철원의 오대쌀도 철원지역 4개의 농협에서 공통으로 사용하는 브랜드이다.

7. 최근에는 산지에 의한 브랜드화는 한계가 있기 때문에 “씻어나온쌀”, “완전미” 등 기능성을 강조하는 브랜드쌀들이 증가하고 있다. 이들의 브랜드는 유명산지의 쌀은 아니지만, 세척시 이온수를 사용하거나, 깨진쌀을 완전히 속아내는 등 가공·유통과정을 차별화하여 브랜드화에 성공한 케이스이다. 또한 재배과정에서 유기농쌀, 무농약쌀 등 생산과정을 차별화하여 이를 브랜드화에 성공한 경우도 많이 있다.

8. 충남의 쌀은 단위 면적 당 생산량은 전국평균에 비해서 매우 높은 편이나 소비자에 대한 인지도가 매우 낮아 판매가격은 전국에 비해서 매우 낮은 편이다.

9. 쌀의 구매요인은 가격보다는 미질에 의해서 결정되는데, 충청남도의 경우에는 당진 등에서 간척지쌀 등이 재배되고 있음에도 불구하고 제대로 홍보가 되지 않아서 제값을 받지 못하는 실정이다.

10. 홍성군의 홍동면의 환경친화적 농법에 의해서 생산되는 쌀은 전국적으로 널리 알려져 있으며, 매우 좋은 반응을 얻고 있다.

2. 정책적 제언

1) 논의 이용방향의 설정

- 충남의 전체 논을 대상으로 경지의 특성, 현재이용현황 등을 고려하여 논의 이용방향을 설정할 필요가 있다.
- 이를 위하여 논지의 이용을 농업기반시설이 갖추어진 우량농지를 위주로 한 생산성 증대, 공익기능을 위주로 한 직불제의 활용, 일정지역의 특수재배로 유도할 필요가 있다.
- 또한 경영상의 한계농지는 과감하게 타용도로 전환할 수 있게 하여야 한다.

2) 쌀 브랜드화(명품화) 종합계획 추진

- 충남 쌀 생산농가의 소득보전과 쌀 산업의 체질개선을 위해서 ‘충남 쌀 브

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

랜드화(名米化) 종합계획'을 수립하여 추진해야 한다.

- 쌀의 브랜드화를 추진하기 위해서는 생산단계부터 차별화시킬 필요가 있는데, 무농약 또는 친환경비료를 이용한 벼 재배 전 농가에 대하여 전면적으로 지원책을 펼쳐야 할 것이다.
- 현재 대부분의 쌀의 정미형태로 유통되고 있는데, 쌀은 도정 후 2주일이 지나면 미질이 매우 저하된다. 따라서 소형의 정미기를 소매상에 보급하여 가능한 현미상태로 쌀을 유통시켜 미질 상태를 오랫동안 유지시킬 수 있도록 해야할 것이다. 또한 미질을 보존하기 위해서는 냉각저장시설을 확대해야할 것이다.

■ 참고문헌

LG 인터넷 전자상거래팀, 『LG의 전자상거래 사례』, 1999.5

곽창근, 양승룡, “쌀의 소득탄력성: 열등재인가 계량분석의 실패인가,” 농업경제연구 제39집 제1권, 한국농업경제학회, 1998.

권수천, 불완전정보하의 품질차별화를 고려한 가격전략에 관한 연구, 서울대학교 석사학위논문, 1999.

김 호, 유기농산물 가격의 특성분석, 식품유통연구, 제12권 제1호, 한국식품유통학회, 1995.

김광용 외, 『인터넷 설문조사를 활용한 사이버쇼핑몰 디자인에 관한 연구』

김명환, 김태훈, “국내 쌀산업 동향과 전망” 양정여건의 변화와 정책방향, 한국농정신문 창간기념 정책세미나 자료, 2001.2.7.

김명환 · 김홍상, 1990년대 쌀산업정책의 성과와 과제 농촌경제, 제20권 제4호, 한국농촌경제연구원, 1997.

김병률, 농산물 품질차별화 정책의 효과에 관한 연구-품질인증제를 중심으로-, 서울대학교 박사학위논문, 1999.

김영섭, 『농협의 사이버마케팅 발전방안에 관한 연구』, 농협보고서, 2000

김정호, 이정환, “1990년대 초의 쌀단수 정체에 관한 요인 분석,” 농촌경제 제19권 제4호, 농촌경제연구원, 1996.12.

김형화 · 김병택, 경제발전과 미곡정책 -전개과정과 발전방향-, 연구총서 14, 한국농촌경제연구원, 1988.

농촌경제연구원, 곡물의 중장기 수급전망과 대응정책, 1997.12.

농협 조사부, UR이후 미국의 농업 및 무역정책 변화, 1996.5

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

농협중앙회 조사부, 「농산물구입 및 소비행태에 관한 조사연구」, 1985

稻發酵組飼料推進協議會, 稻發酵組飼料生産・給與技術マニュアル, 2001. 1.

마케팅 커뮤니케이션 연구회, 브랜드자산의 전략적 관리, 나남, 1992.

마이클 드 카레-실버, 『e-쇼크 2000』, 한국능률협회, 2000

명광식, 성명환, “미국소비형태의 구조분석과 ARIMA 모형에 의한 미국수요예측,” 농촌경제 제10권 제4호, 농촌경제연구원, 1987,12.

박동규외 3인, 쌀산업정책의 평가와 과제, 연구자료 D123, 한국농촌경제연구원, 1997.

박명진, 광고단서가 브랜드 자산형성에 영향을 미치는 과정에 관한 연구, 1996.

박진환, 쌀-세계의 쌀 사정과 한국의 벼농사, 비봉출판사, 1994.9

서종혁, 쌀의 지역별 차별화 전략, 연구보고 290, 한국농촌경제연구원, 1993.

신기엽 외, 논농업 직접지불제 연구, 농협 조사부, 2000

신기엽 외, 주요국의 농정 동향, 농협 조사부 CEO Focus, 2001.9

신기엽, 미국의 농업불황과 긴급 농가지원대책, 농협 조사부 CEO Focus, 1999.1

신기엽, 미국의 쌀 시장과 정책, 농협 조사부 CEO Focus, 2000.4

윤호섭, 성명환, “미국수요함수의 형태와 특성,” 농촌경제 제11권 제2호, 농촌경제연구원, 1988.6.

이성용외, 『e-로열티 구축 통한 인터넷 사업 수행전략』, 한경비즈니스, NO 254~258

이정환외 3인, 쌀산업 발전종합대책 구상, 연구자료 D121, 한국농촌경제연구원, 1996.

이종수, 쌀구매 행동에 관한 연구, 농협조사월보, 1990.

이철희, 『농산물 전자직거래에 대한 소비자 행태분석』, 식품유통연구 17권,

2000.3

이태영, 쌀의 브랜드화를 통한 상품성 제고에 관한 연구, 동국대학교 박사학위 논문, 1998.

이호근 외, 『소비자 대상 전자상거래의 성공요인 분석을 통한 전자상거래 시장 활성화 전략수립』, 한국전산원, 1999

정태호, 한구병, “미국수매제도의 비교분석,” CEO FOCUS 32호, 농협조사부, 1998.10.

정태호·이경원, 「도시주부의 쌀에 대한 인식과 구매패턴」, 농협 연구보고서 97-13, 1997

조찬식, 『전자상거래 정보보안』, 대한상공회의소, 1999.12

진경천, 『사이버 쇼핑몰 실태분석』, 대한상공회의소, 1999.9

통계청, 『전자상거래 통계조사 결과(사이버쇼핑몰조사)』, 2000.8

한구병, 미국 주산지 농가의 쌀생산 및 판매실태, 연구자료 98-2, 농협조사부, 1998.6.

한국광고단체연합회 등, 『KNP 보고서』, 1999년 상반기~ 2000년 상반기

한국농촌경제연구원, 외국의 직접지불제-WTO 체제하 농업지원제도 조사연구 자료집, 1996.12

한국전산원, 『전자상거래의 경제·사회적 파급효과(내부자료)』, 1998

JA全國米穀事業本部, 米穀に關する主要統計, 1999. 12

農林水産省, 「新たな米政策大綱」の推進状況等について, 1999. 9.

農林水産省, 米おめぐる事情, 「水田を中心とした土地利用型農業活性化對策大綱」の推進状況, 2000. 9

農林水産省, 水田を中心とした土地利用型農業活性化對策大綱, 1999. 10.

農林水産省, 水田農業は新たな時代へ, 2000年からの水田活性化對策で, 2000

農林水産省, 自主流通米の價格安定を, 經營の安定に向け緊急綜合米 對策, 2000.

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

農林水産省, 平成12年緊急綜合米對策について, 2000. 9

農林水産省, 平成12年度 水田農業經營確立對策の取組狀況, 보도자료, 2000. 8.

農林水産省, 平成13年産米穀の生産及び出荷の指針, 2000. 9.

食糧廳, 포켓트 米麥デ-タブック, 平成12年版, 2000. 9. 30

食糧廳, 米價に關する資料, 1996. 11.

食糧廳, 第1回備蓄運營研究會資料, 보도자료, 2000. 12. 18

食糧廳, 平成12年産米に係る稻作經營安定對策の加入狀況, 보도자료, 2000. 8.

全中, 21世紀に向けた水田營農の基本政策確立に關する重點要請説明, 1999. 9.

全中, 21世紀に向けた水田營農の方向と基本政策の確立, 1999. 11. 7.

全中, 21世紀に に向けた水田營農の方向と 基本政策の確立に關する 要請説明,
1999. 9.

全中, 水田營農おめぐる現狀と課題, 1999. 2. 19

全中, 新食糧法および生産調整對策に關する第2次運動關係資料, 1995. 9.

全中, 新食糧法に對應したJAグループの米生産・販賣對策新方針について, 1995.
4.

Bill Chambers and Nathan Childs, Characteristics of U.S. Rice Farming,
Rice Situation and Outlook yearbook, 2000.11

Chamberlin, E. The Theory of Monopolistic Competition, 7th ed. Harvard
University Press, 1933.

Eric J. Wailes, Farm plicy, Rice journal, 2001.6

ERS/USDA, Commodity costs and returns : rice, 2001

ERS/USDA, Rice Outlook, RCS-0901, 2001.9.17

FSA/USDA, Fact Sheet : Commodity Certificates, 2000.7

FSA/USDA, Fact Sheet : FOOD AID PROGRAMS, 1999.6.22

FSA/USDA, Fact Sheet : Rice-summary of 1996-2001 Program and Related

- Information, 2001.9
- FSA/USDA, World Rice Prices Announcement, 2001.10.16
- Nathan W. Childs, Rice : Background and Issues for Farm Legislation,
ERS/USDA, 2001.7
- Nolen Cannon, Testimony of the U.S. Rice Producer Association and the
U.S. Rice Producers' Group, 2001.3.21
- The House Committee on Agriculture, presses(www.agriculture.house.gov)
- USDA, News Release, Fact Sheet : The Clinton Administration's Proposal
for Improving the Farm Safety Net, 2000.2.2
- USDA, Rice Situation and Outlook Yearbook, RCS-2000, 2000.11

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

부록-1. 충청남도지사 농특산물품질추천제 운영지침

1996. 8. 30.

예규 제254호 개정(1999. 2. 10. 훈령 제1067호) 개정(1999. 2. 20. 예규 제267호)

제1조 (목적) 이 지침은 충청남도내 생산 우수농특산물에 대하여 이미지를 제고시킴으로써 생산자에게는 품질향상과 기술개발을 촉진시키고 소비자에게는 양질의 상품을 믿고 구입할 수 있도록 하여 농어민의 소득을 증대코자 충청남도지사 농특산물 품질추천제(이하 “품질추천제”라 한다)운영에 관한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조 (정의) 이 지침에서 사용하는 용어의 정의는 다음의 가호와 같다.

1. 농특산물이라 함은 농·수·축·임산물과 특정한 지역에서 생산되는 특산물그리고 농·수·축·임산물을 원료로하여 특징적으로 제조 가공한 것을 말한다.
2. 품질추천제라 함은 충청남도 농특산물의 우수성과 차별성을 부각시키기 위하여 <별표1>의 심사 및 판정기준에 의거 적합판정을 받은 품목의 포장용기에 상징마크를 인쇄 또는 부착하여 시장출하하는 제도를 말한다.
3. 상징마크라 함은 마케팅 개념을 시각적으로 구체화시켜 소비자의 구매의욕을 고취코자 하나의 통일된 이미지를 시각화한 도안을 말한다.

제3조 (추천농특산물 지정) ①도지사는 시장군수로부터 추천농특산물로 추천서가 제출되면 충청남도지사 추천농특산물 심의위원회(이하 “위원회”라 한다)에 심의를 요청하고 위원회 심의결과 보고서를 검토하여 추천농특산물 지정 여부를 결정하여야 한다.

②도지사는 신청된 농특산물이 다음 각호 1에 해당하는 경우에는 조건을 붙여 복수추천 할 수 있다.<신설 99. 2. 20>

1. 동일지역, 동일품목 생산자, 생산자 단체가 2인 또는 2개 단체 이상 신청 시에는 지역공동브랜드 사용조건, 단 자체상표도 같이 표시 가능
 2. 기지정 동일품목이 있다 하더라도 생산지역이 분명하게 구분될 경우에는 지역명이 삽입된 공동브랜드의 사용조건, 단 자체상표도 같이 표시가능
- ③도지사는 추천농특산물 지정 여부에 따라 별지 제3호 서식에 의거 지정서를 교부 하거나 부적합 사유를 통보하여야 한다.
- ④유효기간은 지정받은 날로부터 1년으로 하되 농특산물의 특성상 유효기간

부록-1. 충청남도지사 농특산물품질추천제 운영지침

의 연장이 필요할 때에는 도지사의 승인을 얻어 연장할 수 있다. 단 가공식품과 특산품은 3년으로 한다.

제4조 (지정번호부여) ①지정번호는 별표2에 의거 시도별순위번호, 시군별 순위번호, 개인별지정순위번호를 결합하여 부여하고 관리한다.

②<삭제 99. 2. 20>

제5조 (상징마크사용) ①추천농특산물로 지정 받은 자는 별표3의 상징마크 표시 요령에 의거 상징마크를 당해 포장에 인쇄 또는 스티카로 부착하여 상품으로 출하할 수 있다.

②상징마크 크기는 포장재와 조화를 이룰 수 있도록 축소 또는 확대표시 가능하며 포장재 표면 등 잘 보이는 곳에 사용하여야 한다.

③상징마크 제작비는 생산자 부담을 원칙으로 하되 도비 또는 시군비로 지원할 수 있다.

제6조 (판매 및 홍보지원) ①지정된 농특산물은 국내외 전시 판매 및 직판전 참가에 우선권을 부여한다.

②추천농특산물의 이미지 제고로 소비자로부터 신뢰를 받을 수 있도록 농산물은 농협과 공동으로, 가공식품은 가공식품협회와 공동으로 홍보 활동을 적극 전개한다.<개정 99. 2. 20>

③추천농특산물 생산자가 지적재산권인 상표, 의장, 특허등록을 하거나 공동브랜드 개발시는 포장재 개선비, 포장디자인 개발비를 우선 지원한다.<신설 99. 2. 20>

제7조 (심의위원회 구성) ①시장·군수가 추천한 농특산물을 심의하기 위하여 위원장 1인과 부위원장 1인을 포함한 위원 15인 이내로 충청남도지사 추천 농특산물 심의 위원회(이하 “위원회”라 칭한다)를 구성한다.

②위원장은 농림수산국장이 되고 부위원장은 농정유통과장으로 한다.<개정 99. 2. 10>

③위원은 다음 각호의 자중에서 도지사가 임명 또는 위촉한다.

1. 도의 관련과장(농정유통과장, 농산과장, 축산과장, 해양수산과장, 산림과장, 기업지원과장)<개정 99. 2. 10>
2. 도 단위 농·수·축·임협의 관련과장
3. 농특산물 관련학계 또는 전문 연구·시험검사기관의 실무자
4. 농특산물 생산자단체 및 소비자 단체의 실무자 등

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

④위원회는 간사 1인을 두며 간사는 유통가공담당이 된다.<개정 99. 2. 10>

제8조(위원회의 기능) 위원회는 다음 각호의 사항에 대하여 심의 의결한다.

1. 추천 농특산물에 대한 심사 및 지정에 관한 사항
2. 그밖에 추천농특산물과 관련하여 도지사가 요청한 사항

제9조 (위원회의 운영) ①위원장은 위원회를 대표하고 위원회의 업무를 총괄한다.

②부위원장은 위원장을 보좌하며 위원장이 사고가 있을 때에는 그 직무를 대행한다.

③위원장은 도지사의 추천농특산물 심사요구에 의거 위원회를 소집하며 그 의장이 된다.

④위원회의 회의는 재적위원 과반수의 출석으로 개최하고, 출석위원 과반수의 찬성으로 의결한다.

제10조 (추천대상농특산물) 추천농특산물은 다음 각호의 1에 해당하는 우리도 안에서 생산한 품목으로 한다.

1. 농림부장관(농검)의 품질인증을 받은 농수산물과 전통가공식품
2. 지역특산품으로 유명도와 성가도가 높은 품목
3. 특징적으로 재배한 농수산물 중 품질관리 우수성이 검증된 품목
4. 농·수·축·임산물을 원료로 하여 제조 가공되고 품질의 우수성이 입증된 품목

제11조 (지정신청 절차) ①추천농특산물 생산자로 지정받고자 하는 자는 시장 군수에게 별지 제1호 서식에 따라 신청서를 제출하여야 한다.

②신청대상자는 생산자 단체나 전업농 규모이상 영농하는 농어가 이어야 한다.

③생산자가 신청서를 제출할 때에는 생산출하 여건 개요서, 품질준수각서, 생산 및 거래약정 확인서, 농특산물 및 전통식품품질인증사본, 기타 공인기관 의 성분분석 확인서 등 우수 농특산품임을 증명할 수 있는 서류를 첨부하여야 한다.

④시장·군수는 신청서 접수시 관련서류를 상세히 검토하고, 추천 농특산물로 적합하다고 판단되면 별지 제2호 서식에 의거 종합평가서를 작성하여 도지사에게 추천 한다.

부록-1. 충청남도지사 농특산물품질추천제 운영지침

- 제12조 (추천 농특산물 심사 및 판정) ①추천농특산물 심의위원회는 품질관리 능력 조사, 지명도 및 성가도 조사, 식미검사, 특산품 명품여부 또는 육성가능성 여부에 대하여 현지심사를 실시토록 한다.<개정 99. 2. 20>
- ②추천품목의 현장 및 시장조사는 신청서 접수에 따라 수시 실시하고 추천심사는 년 1~2회 실시한다.
- ③추천품목의 품질은 원칙적으로 정부품질인증제도를 적용한다. 단, 농림부 고시 제외품목 중에서도 객관적으로 인정되는 우리도의 특산물인 경우에는 예외로 한다.
- ④생산조건이 수정재배 또는 유기·무농약 재배된 농특산물 심사시는 토양 중 금속, 유기물함량, 재배용수의 수질 등에 대한 시험소 또는 공인시험기간의 검사성적을 근거로 평가한다.
- ⑤현장 및 시장조사에 따른 심사항목 및 판정은 산지, 재배(사육) 특성, 특산물의 품질을 대상으로 하고 세부내용과 기준은 농수임산물은 <별표1> 1. 농특산물 심사 및 판정, 축산물은 <별표 1> 2. 축산물 심사 및 판정의 기준에 따라 심의위원회에서 협의 결정한다.
- 제13조 (의견진술 기회제공) ①추천농특산물 지정신청자는 심의결과에 대하여 이의가 있으면 그 사유를 명시하여 재 심의를 요구할 수 있다.
- ②도지사는 지정의 취소 및 상징마크의 사용제한 등 불이익 처분시에는 사전에 의견진술 기회를 부여하여야 한다.
- 제14조 (위원의 수당 등) 위원회에 출석한 도 소속 직원이 아닌 위원에 대하여는 충청남도위원회실비보상조례에 의한 수당과 여비를 지급할 수 있다.
- 제15조 (지도감독) ①시장·군수는 지정서 교부와 동시에 도지사추천농특산물 1품목당 해당분야 공무원 1명을 관리공무원으로 지정하여 지도 감독토록 하고 업무능력 향상을 위하여 년2회 이상 교육을 실시한다.<개정 99. 2. 20>
- ②관리공무원은 추천상품의 품질관리에 대한 출하전 검사와 출하중 검사를 월2회 이상하여야 하며 규정에 위반된 사항은 엄격한 관리규정을 적용 제재조치 한다.
- ③출하전 검사는 다음 각호의 사항을 점검한다.
1. 생산자 실명표시여부, 상징마크 사용지정 내역과 표시사항 일치여부

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

2. 일반농산물은 변질 및 속박이 여부
 3. 가공식품은 정부의 전통식품 품질보증품인증 여부, 식품위생법 제13조, 제14조규정에 의한 합격품으로 소정검사표시 여부
- ④출하품 검사는 다음 각호의 사항을 검사한다.
1. 출하전 검사품외의 물품유통 여부
 2. 정상출하품의 유통과정 변질여부
 3. 기타 부정한 방법에 의한 추천상품의 품위유지에 지장을 주는 사례
- 제16조 (보고) 시장·군수는 출하전 검사 및 출하품 검사 결과 부적합사항이 있으면 별지 제5호, 제6호 서식에 의거 지체없이 도지사에게 보고하여야 한다.
- 제17조(Recall제도) 도지사 추천 농특산물이 변질, 부패 등의 무제로 소비자로 부터 피해보상 요청이 있을시는 도지사 및 시장·군수는 Recall방식에 의거 해당업체(생산자)가 피해보상토록 조치한다.<신설 99. 2. 20>
- 제18조(추천 일반농산물 검사제도) 농산물검사소 품질인증 기준에 의거 중부 농수축산물 물류센터 검사시설을 이용하여 다음 각호 1의 검사를 실시, 합격품에 한하여 으뜸 Q" 마크를 부착토록 할 수 있다.<신설 99. 2. 20>
1. 곡류 (잡곡류 포함)는 곡류검사 실시요령의 정곡 검사
 2. 과실류, 임산물류는 수량, 포장재 및 각종 표시실태, 무게조사와 등급, 크기, 당도검사
 3. 채소류, 서류, 특작류 검사는 수량, 포장재 및 각종 표시실태, 무게조사와 등급, 크기, 당도검사
 4. 단, 유통상 특별히 중부농수축산물 물류센터를 경유할 수 없는 품목은 자체적인검사
- 제19조 (대장비치) 추천농특산물지정을 할 경우는 별지 제4호 서식에 의거 별도의 대장을 비치 기록하여야 한다.
- 제20조 (세부시행요령) 위원회 운영 및 가능수행에 관하여 필요한 사항은 위원회의 의결로써 정하도록 한다.
- 제21조 (지정취소 및 상징마크 사용의 제한) ①도지사는 추천농특산물지정요건에부적합한 농특산물로 소비자로부터 신고가 접수되었거나 시장 군수로부터부적합 보고가 있을시 위원회심의를 거쳐 지정취소 등의 조치

부록-1. 충청남도지사 농특산물품질추천제 운영지침

를 할 수 있다.

- ②위반사항이 경미하여 소비자에게 피해가 없다고 인정되는 경우는 주의경고한다.
- ③표시내용이 위반되었거나 고의성이 없고 표시변경이 가능한 경우 즉시 표시변경조치한다.
- ④허위표시 또는 표시내용과 내용물이 일치하지 않아 소비자에게 피해를 주고 신용을 추락시킨 생산자는 지정을 취소한다.
- ⑤지정받은 후 정당한 사유없이 농특산물을 출하하지 않을 경우 지정을 취소한다.
- ⑥지정 취소된 품목은 추천농특산물 상징마크 사용을 금지한다.
- ⑦지정품목중 반품·변상 등의 사유발생시는 생산자에게 그 책임을 부과한다.
- ⑧지정받은 품목중 2회이상 주의경고를 받는 품목에 대하여는 3개월간의 상징마크 사용을 중지하고 3회이상 주의경고시 지정을 취소한다.<신설 99.

2. 20> 부칙 (예규 제254호)

이 지침은 발령한 날로부터 시행한다.

부 칙 (훈령 제1069호)

- ①(시행일) 이 규정은 발령한 날부터 시행한다.
- ②(경과조치) 이 규정 시행당시 종전의 기구·직위 등에 의한 사무는 변경되는 기구·직위 등에 의한 사무로 본다.

부 칙 (예규 제267호)

이 지침은 발령한 날로부터 시행한다.

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

부록-2. 일본의 쌀 정책

- 쌀 과잉재고에 따른 쌀값하락으로 어려움을 겪고 있는 일본이 어떠한 대책으로 대응하고 있는지 살펴봄으로써 우리나라 양정대책 수립을 위한 시사점을 모색해 보고자 함

☐ 일본의 양정여건

- 일본은 양곡년도말 적정이월재고량을 150만톤¹⁾으로 설정하고 있음
 - 과거 작황을 토대로 2년 연속 흉작에 대비하기 위한 비축량 산출
 - 단, 작황에 따른 수급변동에 대처하기 위해 일정폭의 변동을 허용
 - 현재는 일정폭으로 ± 50 만톤²⁾을 잠정 운영
- 그런데 2000. 10월말 현재 이월재고량은 280만톤으로 적정수준의 1.9배
 - 더욱이 2000년산의 풍작으로 재고부담이 더욱 가중되고 있음
- 과잉재고에 따른 쌀값하락으로 쌀 재배농가의 소득도 하락추세를 보임
 - 2000년도 자주미 지표가격이 '93년 대비 $\Delta 30.4\%$ 하락
- 한편 수급안정을 위한 생산조정 면적의 확대도 어려운 실정
 - 전작(轉作)면적이 증가할수록 대체작목(보리, 콩, 사료작물 등)의 수급 불균형이 야기될 우려도 증가
- 이같은 양정여건 하에서 일본 정부는 최근 쌀 재배농가의 소득안정을 위한 일련의 양정대책을 추진하고 있음
 - 이월재고를 적정수준 이하로 감축시키는 가격지지 대책이 핵심
 - 도작경영안정대책, 전작지원대책 등 소득지지대책을 병행

☐ 최근의 일본 양정대책 도입 배경

☐ 신미정책대강(新たな米政策大綱) : '97. 11월

부록-2. 일본의 쌀 정책

- '94년 이후 연속풍작으로 재고가 누적
- 자주미가격이 지속적으로 하락
- 정부재고 증가로 재정부담 심화
- 생산조정대책 강화
- 생산조정면적 확대
- 전국단위 공동보상방식 도입
- 도작경영안정대책 도입
- 쌀값 하락시 일정비율을 보전
- 계획유통제도 운영개선
- 미곡유통 주체를 자주미로 변경
- 정부미는 비축용으로 한정
- 정부비축제도를 법상 명시하고 비축운용규칙을 수립

□ 논농업활성화대책대강(水田を中心とした土地利用型農業活性化対策) : '99. 10월

- 생산조정 확대로 재고증가 추세는 중단
- 이미 누적된 재고가 적정수준을 크게 상회하여 자주미가격 압박
- 생산초과분 시장격리
- 주식 이외(사료용 등) 용도로 처분
- 도작경영안정대책 특례조치 시행
- 추가보상금 지급, 농가부담 경감
- 전작농가 지원을 위한 새로운 지원시스템의 도입

□ 2000년도 긴급종합쌀대책(平成12年緊急総合米対策)」 : '00. 9월

- 2000년산의 풍작으로 생산실적이 계획량을 상회

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

- 비축운영규칙에 따른 정부미 수급으로 자주미가격의 하락세 지속
- 정부비축미를 식량원조용으로 활용
- 생산초과분을 배합사료원료용으로 처분
- '99년산 자주미 미판매분을 가공용처리
- 2000년도 생산조정목표의 긴급확대

□ 일본의 쌀 수급계획

■ 일본은 2000 양곡년도말 재고 280만톤을 2002년까지 125만톤으로 감축시킨다는 계획

- 2001년에 95만톤, 2002년에 60만톤을 감축

(1) 2001 양곡년도 재고감축 계획 : △95만톤

- 2000년산 생산량이 연간 수요량을 하회 : △5만톤
 - 생산실적(925만톤) - 연간수요량(930만톤)
- 2000년산 생산초과분(30만톤)3) 중 일부를 주식용 이외 처리 : △15만톤
 - 정부비축 구곡과 교환하여 배합사료 원료용으로 처분
- 정부비축미 중 구곡을 긴급식량지원용으로 격리 : △75만톤
 - 이중 50만톤은 WFP를 통한 대북 식량지원용으로 활용

(2) 2002 양곡년도 재고감축 계획 : △60만톤

- 2001년산 생산량이 연간수요량을 하회토록 생산조정 : △35만톤
 - 2000년산과 같은 수준의 생산조정 실시(963천ha)
- 생산조정면적의 긴급 확대 : △25만톤
 - 정부 긴급매입분(25만톤) 해당량의 추가 생산조정(47천ha)

부록-2. 일본의 쌀 정책

□ 과잉재고의 시장격리

□ 해외식량지원

- 일본의 해외식량지원 방식으로는 KR식량원조와 긴급식량지원이 있음
 - KR식량원조 : GATT 식량원조규약(Food Aid Convention ; FAC)4)가 맹국으로서의 정례적인 무상지원
 - 긴급식량지원 : 식량부족국이나 세계식량계획(World Food Program ; WFP)의 요청에 의한 일시적 지원(주로 차관형식)
 - 동 지원시 MMA쌀과 국산 재고미를 활용하여 수급조절효과를 도모5)
 - 대규모 긴급식량지원은 「(사)국제농업교류·식량지원기금」을 통해 실시
 - 긴급지원용 식량의 비축, 식량청으로부터의 대부 및 상환 등을 담당
 - 정부간 지원합의를 토대로 동 기관이 피원조국과 계약 체결
 - 식량청으로부터 쌀을 대부받아 비축하였다가 피원조국에 대부
 - 이후 피원조국의 상환액과 정부의 지원액을 합쳐 식량청에 상환
 - 정부는 지원관련 재정부담액(내외가격차 등)을 일정기간(통상 30년) 평준화한 금액과 비축경비를 일반회계에서 보전
 - 2001년의 경우 긴급수급대책의 일환으로 대북식량원조용 50만톤을 전량 국산이월미('95~'96년산)로 지원
 - 관련경비 중 내외가격차 약 1천억엔은 2001년부터 30년간 일반회계에서 보전되며 이외에 국내운송비, 항만제경비 등으로 약 80억엔이 소요
- <(사)국제농업교류·식량지원기금의 운영방침>
- 식량지원 관련 각종 국제규범을 준수할 것6)
 - 국내수급 및 신미정책의 원활한 운영에 지장을 초래하지 않을 것
 - 풍작의 경우 그 잉여분의 일부를 활용할 것

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

□ 생산초과분의 처리

- 신미정책 이전에는 풍작으로 생산량이 당초 수급계획을 초과할 경우 정부 비축 증가와 생산자단체의 「조정보관」을 통해 1년간 시장격리
 - '98년산 조정보관물량은 '98.11월~'99.10월까지 시장격리후 판매
 - 조정보관 소요경비7)는 생산자가 각출한 「쌀수급조정·수요확대기금」과 정부지원, 자주미 공동계산 등을 통해 보전
 - 동 방식에 대해 다음과 같은 문제점이 지적됨
 - 재고가 감소되지 않으므로 가격지지효과에 한계
 - 신곡의 구곡화, 전반적인 시가하락 등에 따른 막대한 판매차손 발생
 - 수급균형을 위해서는 익년도 생산조정 확대가 불가피하여 전작대책의 정착을 저해(보리, 콩 등의 공급과잉 초래)
 - 신미정책에서는 그 보완대책으로 「주식용 이외 처리」방식을 도입
 - 생산자단체가 생산초과량에 해당되는 정부구곡을 매입
 - 정부는 동량의 신곡을 생산자단체를 통해 매입(정부재고량은 불변)
 - 도도부현별 매입량은 생산초과분에 비례해 배정
 - 생산자단체는 매입구곡을 배합사료업자 등에 판매
 - 구곡판매대금, 「기금」, 정부지원액 등을 합해 공동계산방식으로 정산
 - 동 처리 소요비용은 3가지 경로를 통해 조달하고 있음
 - 「쌀 수급조정 및 수요확대기금」 8) : '99년산(17만톤) 처리시 90억엔
 - 「도작경영안정자금운영원활화대책비」 : 90억엔
 - 전국공동계산(생산자공동부담) : 소요비용의 부족분
- ※ 농가소득 증가 : (평년단수×평년가격) + (생산초과분×처분가격)
- 2000년산의 경우 생산초과분(약 30만톤) 중 15만톤을 주식용 이외 처리
 - 2000.10.31일 전농과 식량청간에 정부이월미 매매계약 체결

부록-2. 일본의 쌀 정책

- 2000.11.17일 동 15만톤의 도도부현별 정부매입기초수량을 결정

☐ 자주유통미의 가공용 전환

- 일본의 가공용 쌀 수요는 연간 101만톤 수준임
 - 정부미(주로 MMA쌀)와 민간 가공용쌀이 주 공급원
 - 민간 가공용쌀 생산량은 계약재배를 통해 연간 24만톤 수준 유지
- 정부는 가공용 쌀의 수급을 주식용과 별도로 구분 관리하고 있음
 - 가공용 이월재고는 MMA쌀을 포함해 10만톤 수준을 유지
 - 10만톤 초과분은 사료용 및 식량원조용 비축9)으로 전환하여 처분
 - 2000. 10월말 이월재고 초과분 27만톤을 사료용 비축 등으로 전환
- 「2000년 긴급쌀수급대책」에 의거 '99년산 자주미 판매잔량(약 20만톤) 중 판매전망이 불투명한 물량을 가공용으로 처리기로 결정
 - 생산자단체의 신곡과 정부구곡을 교환하여 가공업체에 공급
 - '99년산 자주미 124천톤과 '95~'96년산 정부미 160천톤을 등가교환
 - 이로 인해 가공용 쌀 재고가 일정수준을 초과해도 초과분은 사료용 및 원조용 비축으로 전환되므로 재고부담 경감효과 발생
- 아울러 2000년산 생산량 중 24만톤에 대해 특별조정보관 실시
 - 해당 물량은 정부지정 저온창고에서 격리보관
 - 수급사정에 따라 2001. 10월에 정부이월미와 교체하여 가공용 판매
 - 단기적 수요변동으로 판매잔량이 남은 쌀도 양곡년도 말에 정부이월미와의 교환을 실시

☐ 긴급정부매입

- 「2000년 긴급쌀수급대책」에 의거 2000년산 쌀 25만톤을 긴급 정부매입

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

- 자주미 유통재고 부담을 완화하기 위한 임시 특례조치
 - 동 조치로 정부재고가 증가하는 것을 방지하기 위해 생산조정 확대
 - 긴급매입량과 동량의 생산조정 긴급확대(47천ha) 실시
 - 지역별 긴급매입량을 생산조정 긴급확대면적과 함께 배분
 - 생산조정 긴급확대 미달성시는 미달수량을 환매
 - 이상의 조치 등을 통해 2002 양곡년도에는 긴급매입분에 상당하는 정부미를 판매할 수 있는 환경을 조성
 - 동 조치에 따른 소요경비는 50억엔 수준으로 추산하고 있음
 - 10만톤 매입시 집하경비 8억엔, 1년간 금리 및 보관료 12억엔 소요
 - 자주유통미 가격지지를 위한 시장격리물량
- ※ 일본정부가 정부수매(40만톤) 외에 「2000년 긴급쌀수급안정대책」에 의거 자주유통미 시장으로부터 격리한 물량은 총 64만톤(정곡 4백만석)
- 생산초과분의 배합사료용 처리 : 15만톤
 - 긴급정부매입 : 25만톤
 - 2000년산 특별조정보관 : 24만톤
- ☐ 생산조정대책
- ☐ 생산조정 추진 방향
- 쌀 수요에 바탕을 둔 계획적 생산으로 쌀값 지지
 - 맥(밀·보리), 대두 등의 복합경영으로 곡물자급률 향상 및 소득지지
 - 2001년 현재 일본의 잠재작부면적(潜在作付面積)은 2,688천ha이며 이중 생산조정면적은 1,010천ha(10)로 37.6%
- 경관형성등 논 : 경관형성작물(연꽃 등)을 재배하거나 학생농원으로 이용

부록-2. 일본의 쌀 정책

- 조정논 : 논에 물을 대어 항상 쌀 생산력을 유지하는 상태로 관리
- 논 예탁 : 농협 등에 논을 예탁하여 상시경작가능 상태로 관리
- 자기보전관리 : 농업자가 상시 경작가능상태로 관리
- 토지개량통년시행 : 농한기에 실시하는 토지개량사업을 벼 재배기간에 실시
- 실적산입 : 폐농, 지원기간이 종료된 과수 등 지원대상이 아닌 논
- 생산조정계획의 기초인 수급계획은 쌀값안정과 수급균형 차원에서 결정
 - '01년산 주식용 수요·생산량은 각각 930만톤 및 870만톤¹²⁾으로 설정
 - 평년단수(518kg) 기준 조정목표면적 1,010천ha
- 목표의 지역별 배분은 전년 목표를 기초로 산지별 가격 및 판매동향, 계획출하 동향 등을 고려해 생산자단체와의 협의를 통해 조정
 - 2000년산 조정목표면적의 도도부현별 배분은 '99년산과 동일
 - 생산자의 재배의향 취합 과정에서 시정촌간, 도도부현간 목표 조정
- 농가까지의 배정이 기본이나 재배단지화를 추진한다는 관점에서 「논농업추진협의회」가 인정하는 경우 농가단위의 배정을 생략할 수 있음
 - 전년실적을 달성했거나 달성할 것이 확실하다고 판단되는 경우
 - 윤작, 집단영농 등의 실질적 추진이 가능하다고 판단되는 경우
- 생산조정외 원활한 추진과 논농업활성화를 위해 시정촌 등 단위에 「논농업추진협의회」를 구성하고 5년간의 「논농업진흥계획」을 수립
 - 행정, JA, 출하취급업자, 농업위원회, 지역전업농가 등이 참가
 - 농업자에의 목표제시 및 조정, 논 이용계획 수립, 공동보상 교부단가 설정, 공동보상 각출금 징수 추진 등을 담당
- 생산조정 지원체계 수립 방향
- 맥(밀,보리), 대두, 사료작물 등의 재배소득이 쌀 수준에 달하도록 지원

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

- 전작(轉作)의 단지화·조직화·생산성 향상 등을 위한 지원
- 지역별 목표달성을 요건으로 해 지역단위 계획책정·실행을 중점지원
- 지역·JA 등에의 일괄지원으로 지역 자유재량에 따른 추진을 지원
- 생산조정 목표의 지역내·지역간 조정을 원활히 할 수 있는 지원
- 농업자가 중기적으로 안심하고 맥, 대두, 사료작물 등을 본격적 생산을 추진할 수 있도록 지원시스템을 5년 기간동안 유지

○ 생산조정 지역에 대한 보상

- 일반작물¹³⁾ 생산을 위한 기반정비, 기계·시설 지원, 기술경영지도 등
- 재배단지화, 토지이용 집적화 등 일정요건¹⁴⁾을 충족시키는 「논농업진흥계획」을 책정한 지역 대상

○ 생산조정 농업자에 대한 지원

- 계획유통미 출하, 도작경영안정대책의 가입요건으로 설정
- 생산조정논의 작부체계에 따른 지원 실시
- 「경영확립조성대책」에 따른 지원
- 「공동보상사업」에 따른 지원

※ 생산조정과 관련해 최근에 제기된 문제점

- 지원금이 직접적인 교부대상이 대상 논의 최종적인 손익귀속자(지주)로 되어 있어 재배단지화, 실경작자에의 토지이용 집적을 저해
- 유리한 작물이 없는 경우 휴경형태의 조정이 증가해 논 이용을 저하
- 쌀 수급균형을 우선시한 목표 설정으로 가격기반이 취약한 전작작물 재배 농가의 경영불안 심화

□ 경영확립 조성대책

- 지원대상자 : 쌀의 계획적 생산 실시농업자¹⁵⁾

부록-2. 일본의 쌀 정책

- 지원대상 행위
 - 논에 맥, 대두, 사료작물이나 기타 「논농업진흥계획」에서 정한 작물을 생산하는 경우 다음 요건을 전제로 지원
 - 상당 정도의 재배단지화 또는 토지이용 집적을 실시(표 참조)
 - 지역여건에 적합한 기본적인 재배기술 실시
 - 사료작물은 축산농가와의 이용협정 체결 등 확실한 이용 보장
- 재원의 조달 : 논농업경영확립대책비(727억엔)
 - 2000년의 경우 동 대책비 예산은 총 1,438억엔임
 - 이중 「공동보상사업비」 보조금(711억엔)을 차감한 727억엔이 경영확립조성대책 예산임
- 기본지원 단가
 - 맥, 대두, 사료작물 : 4만엔/10a
 - 기타작물(메밀 등 일반작물) : 2만엔/10a
 - ※ '99~'00년에는 규모화 등에 대한 간이요건을 설정하여 그 경우 기본작물은 3만엔, 기타작물은 1만엔을 지급
- 논 고도이용 등 가산 : 1만엔/10a
 - 지원대상자 : 기본조성 교부대상자(맥, 대두, 사료작물 재배)
 - 지원대상 행위 : 다모작이나 이에 필적할 기계이용률 등 향상시
 - 동일 포장에서 같은 해에 복수의 생산(16)을 행하는 경우 그 면적
 - 통상요건의 2배 이상의 면적에 대해 토지이용 집적 등을 실시하는 경우 해당면적의 1/2에 대해 교부

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

부록-3. 미국의 쌀 정책

쌀 수출 대국인 미국의 쌀 농업은 최근 수년간 생산량 증가와 수출 부진으로 불황을 맞고 있다. 급격한 가격하락으로 쌀 농업의 수익성은 크게 악화된 결과 미국 정부는 쌀 농가의 소득지지를 위해 보조금 지원규모를 대폭 확대하는 한편 농가소득 안정장치의 마련을 위해 노력하고 있다. 이에 따라 2002년부터 실시될 새로운 농업법안에서는 농가소득안정을 위한 새로운 제도적 장치를 마련하였다. 우리나라의 경우에도 UR 농업협정이후 쌀 수매 감축과 쌀 재고량 증가로 인한 쌀 가격하락이 우려되고 이로 인한 쌀 농가의 소득안정을 대책이 요망되고 있어 미국의 사례가 우리에게 시사하는 바가 작지 않을 것이다.

따라서 2004년 농산물 재협상을 앞두고 있는 우리 쌀 농업에 대하여 집요한 개방요구를 하고 있는 미국의 쌀 농업의 구조와 정부지원 정책을 분석하여 이를 통한 우리나라 쌀 정책의 시사점을 찾고자 한다.

□ 미국의 쌀 농업

미국의 농업에서 쌀 농업의 비중은 매우 작다. 쌀 농가수는 9,291호로서 전체 농가의 0.5%, 쌀 농지는 0.3%에 불과하고 농업조수입도 1% 미만에 머무르고 있다. 쌀 생산지역은 아칸사, 캘리포니아, 루이지애나, 미시시피, 텍사스, 미주리 등 6개 주로 한정되어 생산된다. 이 중 아칸사주는 미국 전체 쌀 생산의 45%이상을 차지하며 캘리포니아주는 총 생산량의 18%이상, 루이지애나주는 생산면적의 18%로 아칸사주의 뒤를 잇고 있다. 쌀 생산지역이 일부에 국한된 결과 이들 지역에서 쌀은 매우 중요한 작물이다. 아칸사주와 루이지애나주의 작물생산액 중 쌀 생산액은 각각 31%, 18%나 된다. 생산되는 쌀의 70%가 장립종이며 아칸사주, 루이지애나주 등 미시시피강 유역의 남부지역에서 주로

부록-3. 미국의 쌀 정책

생산된다. 중단립종은 새크라멘토강 유역인 캘리포니아주가 이의 2/3를 생산한다.

1997년 농업 총조사에 따르면 쌀 농가의 호당 경지면적은 136ha이다. 대규모 농가인 경영규모 200ha(500에이커) 이상 농가 수는 전체 쌀 농가수의 20%이며 전체 생산량의 절반 가량을 생산한다. 소규모 농가에 해당하는 40ha(100에이커)미만의 농가 수는 전체농가의 18%로 전체생산량 중 비중은 3% 미만에 불과하다. 이는 1992년 농업 총조사 때 200ha이상인 대규모 농가수의 비중이 약 14%, 40ha미만의 농가 수 비중은 23%였고 1987년에는 각각 6.5%, 33%였던 것에 비해 쌀 농가의 규모화가 급속하게 진전되고 있음을 알 수 있다.

<표 부-2-1> 미국농업에서 쌀 농업의 위치(1997년 농업 총조사)>

	농가수	농업 조수입 (백만달러)	호당(천달러)	농지 면적 (천 ha)	호당(ha)
전체 농업	1,911,859	196,865	103	377,079	197
쌀 농업	9,291	1,800	193	1,263	136
비중(%)	0.5	0.9	-	0.3	-

자료 : NASS/USDA, 1997 Census of Agriculture ; Bill Chambers and Nathan Childs, Characteristics of U.S. Rice farming, Rice Situation and Outlook, 2000.11

□ 쌀의 수급

2000미국연도(2000년 8월~2001년 7월)의 미국 쌀의 총 생산량은 611만톤이며 이 중 33%인 199만톤은 자포니카 쌀이다. 쌀의 재배면적과 단수가 꾸준히 증가한 결과 1999미국연도의 생산량은 659만톤으로 미국 역사상 최고 수준이었으며 2000미국연도에는 연속된 쌀값 하락의 영향으로 재배면적이 줄어 생산

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

량도 약 7.3%가 감소했다.

<표 부-2-2>미국의 쌀 수급 추이>

(단위 : 정곡 천톤)

미국연도	1995	1996	1997	1998	1999	2000
<전체 쌀>						
총공급	6810	6630	7022	7136	7622	7322
이월재고	1001	801	872	893	707	881
생산	5564	5491	5856	5902	6593	6109
수입	246	336	298	339	323	336
총수요	6009	5757	6131	6429	6742	6413
국내수요	3346	3251	3306	3647	3901	3725
수출	2664	2506	2824	2779	2845	2688
기말재고	801	872	893	707	881	909
재고/수요비율	13.3%	15.1%	14.6%	11.0%	13.1%	14.2%
<자포니카 쌀>						
총공급	2226	2346	2301	1907	2026	2365
이월재고	505	457	388	394	218	334
생산	1668	1855	1872	1444	1733	1987
수입	52	45	45	70	80	38
총수요	1768	1958	1907	1690	1693	1869
국내수요	1201	1290	1414	1197	1114	1261
수출	567	670	493	492	580	608
기말재고	457	388	394	218	334	499
재고/수요비율	25.9%	19.8%	20.7%	12.9%	19.7%	26.7%

자료 : USDA, Rice Outlook, 2001. 9. 17

전체 쌀의 소비량은 매년 안정적으로 증가하고 있으나 2000미국연도에는 373만톤으로 전년보다 4.5% 감소하였다. 한편 쌀의 생산량의 약 44% 수준인

부록-3. 미국의 쌀 정책

269만톤은 수출로 충당되고 있어 수출이 미국의 쌀 수급에서 매우 중요한 역할을 하고 있다. 그러나 쌀 생산량 중 수출의 비중은 1980년대 60% 수준에서 동남아 국가들의 국제 쌀 시장 점유 증가로 현재는 40%대로 크게 떨어졌으며 이 결과 미국 쌀의 시장가격 하락을 초래하고 있다.

자포니카 쌀은 UR 농업협정이후 일본 등 수입국 시장 개방에 대한 기대로 생산량이 꾸준히 증가하고 있다. 수출량은 생산량의 약 31% 정도에 그치고 있어서 상대적으로 재고량이 많다. 2000미국년도말 재고량은 50만톤 수준으로 전년보다 49%나 늘어나 쌀 가격하락을 부채질하고 있다.

쌀의 생산량은 1996년 농업법 이후 재배면적과 단수의 증가로 매년 늘어 1999년에 659만톤까지 되었으며 2000년에는 611만톤으로 다소 줄었다. 자포니카 쌀의 경우 재배면적과 단수가 지속적으로 늘어나 2000년 쌀의 1/3을 차지하게 되었다.

<표 부-2-3>미국의 쌀 생산 추이

미국연도	1995	1996	1997	1998	1999	2000
전체 쌀						
재배면적(천 ha)	1250	1133	1255	1319	1420	1230
단수(정곡 kg/10a)	444	484	466	448	464	497
생산량(정곡 천톤)	5564	5491	5856	5902	6593	6109
자포니카 쌀						
재배면적(천 ha)	316	340	320	279	320	344
단수(정곡 kg/10a)	528	548	583	518	539	578
생산량(정곡 천톤)	1668	1855	1872	1444	1733	1987
비중	30%	34%	32%	24%	26%	33%

자료: USDA, Rice Outlook, 2001.9.17

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

<표 부-2-4> 미국의 쌀 소비량 추이

연도		1960	1971	1980	1990	1998
전체 (정곡, 천톤)	식용소비	467.2	580.6	852.7	1270.1	1728.2
	식용수입	9.1	36.3	9.1	158.8	322.0
	가공식품	99.8	158.8	204.1	553.4	730.3
	주정용	158.8	244.9	362.9	498.9	485.3
	합계	730.3	1020.6	1424.3	2481.1	3270.4
일인당 (정곡 kg, 연간)	식용소비	2.59	2.81	3.72	5.03	6.35
	식용수입	0.05	0.18	0.05	0.64	1.09
	가공식품	0.54	0.77	0.91	2.22	2.68
	주정용	0.86	1.18	1.59	2.00	1.77
	합계	4.04	4.90	6.26	9.98	12.02

자료 : USDA, Rice Situation and Outlook, 2000.11

미국 쌀의 국내 수요는 매년 2~3% 정도 지속적으로 증가하고 있다. 2000년의 국내 수요량은 373만톤으로 총수요량의 58%를 차지한다. 이는 1980년의 국내수요량 142만톤에 비해 두 배 이상 증가 된 것이다. 이는 건강식품으로서 쌀에 대한 소비자의 선호 증가와 쌀을 소비하는 아시아와 히스패닉 인구의 증가와 함께 다양한 쌀을 이용한 가공식품의 개발에 따른 것이다.

세계 쌀 수출시장에서 미국의 점유율은 2001년에 12%로 전망되며 태국의 30%, 베트남 18%에 이어 3위이다. 미국의 시장 점유율은 1975년에 28%로 최고치를 기록한 이후 1981년에 24%, 1991년에 17%로 계속 낮아지고 있다. 태국과 베트남의 쌀이 품질 향상과 함께 생산이 대폭 증가하고 있기 때문이다. 앞으로 미국은 쌀 생산면적 감소와 국내 수요의 증가로 수출량이 정체될 것으로 예상되는 반면 태국, 베트남, 파키스탄 등의 급속한 공급 증가로 미국의 세계시장 점유율은 더욱 낮아질 전망이다.

부록-3. 미국의 쌀 정책

□ 가격 동향

국제시장의 쌀 가격은 1990년대 후반 들어 큰 폭으로 하락하고 있다. 태국, 베트남 등 아시아 국가들의 수출량 증가로 전세계 수출물량이 1990년의 1,170만톤에서 1999년에는 2,505만톤으로 두 배 이상 증가하였기 때문이다. 국제시장에서 미국 쌀과 경쟁하고 있는 태국과 베트남의 쌀 가격은 2000년의 경우 각각 톤당 184달러, 165달러로서 전년대비 20%, 18%나 하락하였다. 미국 자포니카 쌀도 전년에 비해 31%나 폭락했지만 이들 국가에 비해서는 톤당 100달러 이상 높은 수준이어서 미국 쌀의 수출이 크게 어려워지고 있다. 최근 2001년 9월의 경우 태국 쌀 가격은 176달러이며 미국은 인디카 쌀이 232달러, 자포니카 쌀이 256달러로 가격하락이 계속되고 있다.

미국의 국내 쌀 가격도 지속적인 국내 생산량 증가와 세계시장의 수출량 정체로 크게 하락하고 있다. 전체 쌀의 농가평균 판매가격은 1996년 이후 계속 하락하여 2000미국년도에는 조곡 100파운드 당 5.56달러이다. 이는 1986년 이후 최저치로 1996년의 9.96달러에서 4년간 44%나 하락한 것이다. 더욱이 2001년 8월 잠정가격은 5.3달러이며 2001미국년도의 평균 농가판매가격은 3.75~4.25달러로 폭락할 것이 전망되고 있다.

<표 부-2-5> 쌀 가격 추이

(단위 : 달러)

미국 년도	미국 국내가격			국제가격(정곡, 톤당)			
	농가판매 가격	도매가격	소매가격	미국 (자포니카)	미국 (인디카)	태국	베트남
1995	9.15	19.16	52.50	445	414	362	-
1996	9.96	20.95	54.60	415	450	338	-
1997	9.70	19.61	56.50	396	415	302	269
1998	8.89	18.05	54.20	211	180	143	257
1999	5.93	15.33	53.70	454	284	231	202
2000	5.56	-	-	313	272	184	165

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

주 : 농가판매가격은 조곡 백 파운드당 달러, 도매가격은 휴스턴 도정공장 F.O.B 장립중 정곡 백 파운드당 달러, 소매가격은 정곡 백 파운드당 달러, 국제가격 중 미국(자포니카)는 no.1 4% broken, 미국(인디카)는 no.2 4% broken, 태국은 100% grade B, 베트남은 5% broken 가격

자료 : USDA, Rice Outlook, 2001. 9.17

□ 쌀 생산의 수익성과 보조금

쌀 가격의 지속적인 하락으로 미국 쌀 농업의 수익성은 보조금을 제외한다면 적자이다. 1998년부터 보조금이 대폭 증가하여 2000년의 쌀에 대한 ha당 보조금은 1996년보다 3배 수준으로 증가한 989달러 수준이다. 보조금의 대폭 증가로 보조금을 포함한 1998년 이후 ha당 쌀 생산의 수익성은 160달러 수준으로 오히려 호전되었다.

<표 부-2-6> 미국 쌀 생산의 수익성과 보조금 추이>

(단위 : 달러/ha)

연도	1995	1996	1997	1998	1999	2000
조수입	1,208	1,465	1,461	1,299	924	-
생산비	1,557	1,661	1,692	1,671	1,658	-
순수익(A)	△350	△197	△231	△371	△734	-
보조금(B)	383	330	323	530	899	989
A+B	33	133	92	159	165	-

주 : 1. 1995년 보조금은 부족불 보조금 단가

2. ha당 보조금은 백 파운드당 보조금 단가에 정책단수(에이커당 4,818파운드) 적용

3. 보조금은 생산자유회계약보조금, 긴급보조금, 용자차액보조금의 합계임

자료 : ERS/USDA, Commodity Costs and Returns : Rice, 2001

□ 직접지불보조금

미국은 1973년부터 농가소득 지지를 위해 목표가격(target price)을 통한 부족불지불제(Deficiency payment)를 실시하였다. 이에 따라 쌀 농가는 시장가격이나 상품신용공사(C.C.C)가 농산물을 담보로 융자하는 가격인 융자가격(loan rate)중 높은 가격과 목표가격과의 차액을 보조금으로 지원받았다. 1996년부터는 이러한 직접적인 가격지지정책인 부족불지불제를 폐지하고 이에 상응하는 규모로 생산과 연계되지 않은 고정액의 보조금인 생산자율계약제도(PFC)를 실시하고 있다. 쌀에 대한 보조금 규모는 1996년 4억 7,200만 달러에서 점차 감소시켜 2002년에는 3억 4,800만 달러로 총 30억 6,900만 달러가 지원된다.¹³⁾

1998년부터는 계속된 쌀 가격의 하락에 대응하여 긴급농가지원 보조금(MLAP : Market Loss Assistance Payment)을 지급하였다. 지원 규모는 당초 생산자율계약보조금에 비례하여 추가적으로 지급되었다. 1998년에는 생산자율계약보조금 지원액의 50%수준인 조곡 100파운드 당 1.45달러를 추가 지원하였고 1999년과 2000년에는 1999년의 생산자율계약보조금과 같은 규모인 2.82달러를 추가 지원하였다. 이 결과 가격과 연계되지 않은 보조금 총액은 1999년에는 9억 3천만달러로 역사상 최고치를 기록하였고 융자차액보조금까지 포함하면 13억 3천만달러나 되었다. 2000년에도 보조금은 계속 증가하여 14억 9천만달러로 늘어나 호당 평균 보조금은 160,801달러나 되었다.

또한 2000년부터는 지속적인 가격폭락에 대응하는 보완적 소득지원정책(SIAP : Supplementary Income Assistance Program)을 추가 도입하여 2002년까지 실시중이다. 이 제도는 여러 가지 보조금에도 불구하고 이를 포함한 농

13) 연도별 생산자율계약보조금 예산(백만 달러) : (1996) 472, (97)465, (98)500, (99)483, (00)443, (01)358, (02)348, 총 3,069백만 달러

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

가의 조수입이 하락하고 있어서 과거 5개년 평균의 92% 수준을 추가로 보장하기 위한 것이다. 생산자율계약이나 긴급보조금의 지급기준이 과거 생산실적을 기준으로 하는 반면 보완적 소득지원정책은 당해 연도의 생산량을 기준으로 지급하여 경기 변동에 대응하는 성격(Counter-cyclical)을 갖는다. 쌀, 밀, 사료작물, 면화, 유지종자를 대상으로 한 보완적 소득지원정책의 예산 규모는 2000년에 6억 달러를 시작으로 2001년과 2002년에 각각 25억 달러규모이다.

<표 부-2-7> 쌀 직접지불보조금 추이

연도		1996	1997	1998	1999	2000
총액 (백만달러)	생산자율계약보조금 (PFC)	455	448	478	465	430
	긴급보조금 (MLA)	-	-	238	465	466
	융자차액보조금 (LDP)	-	-	14	401	598
	계	455	448	730	1,331	1,494
호당 보조금(달러)		48,972	48,219	78,571	143,257	160,801
조곡 100 파운드 당 (달러)	생산자율계약보조금 (PFC)	2.77	2.71	2.92	2.82	2.60
	긴급보조금 (MLA)	-	-	1.45	2.82	2.82
	융자차액보조금 (LDP)	-	-	0.08	1.91	2.89
	계	2.77	2.71	4.45	7.55	8.31
	농가판매가격	9.96	9.70	8.89	5.93	5.56

- 주 : 1. 총액은 집행실적 기준이며 1998년 이후 생산자율계약보조금과 긴급보조금은 단가비율로 추정
2. 호당 보조금은 1997년 총조사 기준 농가 수 9,291호 적용

부록-3. 미국의 쌀 정책

자료 : USDA/FSA, Fact Sheet : Rice-Summary of 1996-2001 Program and Related Information, 2001.9 ; 용자차액 보조금 단가는 Nolen Cannon, 2001.3.21 참조

□ 가격지지 정책

쌀 농가에 대한 직접지불 소득보조금 제도와 함께 가격이 일정수준 이하로 하락하는 경우 생산자를 지원하는 가격지지제도를 병행하여 실시하고 있다. 1996년 농업법으로 본격적인 가격지지 정책이었던 부족불지불제(Deficiency payment)가 폐지되었지만 용자가격(loan rate)을 통해 하한가격을 지지하는 상품신용공사(C.C.C)를 통한 판매지원용자제도(Marketing Assistance loan)와 용자차액지불제도(Loan Deficiency Payment)는 여전히 실시되고 있다.

판매지원 용자제도는 농가가 수확된 농산물을 가격이 좋은 시점에 팔기 위해 재고로 보유할 수 있도록 정부가 농가에게 용자를 제공하는 것이다. 농가는 시장가격이 높은 시점에 농산물을 팔아 정부의 용자금을 상환하겠지만 시장가격이 용자가격보다 낮으면 담보 농산물을 상품신용공사에게 인도하면 된다. 따라서 용자가격은 농가에게 최저 보장가격수준이 된다. 쌀에 대한 용자가격은 조곡 100파운드 당 6.5달러이며 시장가격은 정부가 공표하는 국제가격이다.

판매지원 용자제도에 따라 용자를 받을 자격이 있는 농가가 정부 용자를 받지 않은 경우에도 시장가격이 용자가격보다 낮을 때는 보조금이 지급된다. 이것이 용자차액보조금인데 판매지원 용자제도와 달리 농가는 용자차액 보조금을 받은 후에도 농산물의 소유권을 유지하고 있어서 정부의 재고관리 부담이 완화된다.

1996년 이후 쌀의 국제가격은 용자가격 6.5달러를 웃도는 수준을 유지하고 있었으나 지속적인 가격하락으로 결국 1998년부터는 용자가격보다 낮아지고

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

용자차액보조금이 지급되기 시작했다. 이후 용자차액 보조금은 계속 늘어 2000년에는 조곡 100파운드 당 2.89달러나 되어 총 5억 9,800만 달러로 생산자 율계약보조금 규모보다도 더 많았다. 2001년 10월 16일 현재 국제가격은 장립종 3.14달러, 중립종 2.76달러, 단립종 2.77달러로 전년 동기보다 11~16%나 낮아져 용자차액보조금 규모가 더욱 커질 전망이다.

<표 부-2-8> 용자차액 보조금 추이

(단위 : 달러/조곡 백 파운드)

연도	농가판매가격	용자가격	세계시장가격	용자차액보조금 단가	용자차액보조금 총액(백만달러)
1996	9.96	6.50	7.66	-	-
1997	9.70	6.50	8.45	-	-
1998	8.89	6.50	7.37	0.08	14
1999	5.93	6.50	4.50	1.91	401
2000	5.56	6.50	-	2.89	598
2001.10.16	장립종	6.67	3.14	3.53	-
	중립종	6.09	2.76	3.33	-
	단립종	6.13	2.77	3.36	-

자료 : USDA/FSA

□ 수출 지원 정책

전체 쌀 생산량의 40%이상이 수출되는 만큼 미국정부는 쌀의 수출촉진을 위해 노력하고 있다, 수출을 지원하는 정부 정책은 크게 해외 식량원조, 수출 신용보증, 해외 마케팅지원 등 3가지 분야로 나눌 수 있다.

해외 식량원조 분야는 농산물 국내재고의 처분과 인도적 차원의 구호 등을 목적으로 무상 또는 저가의 해외원조 정책이다. 구체적인 정책은 식량원조정책(PL480¹⁴), Section416(b)¹⁵, 신식량원조 계획(Food for progress)¹⁶이 있다.

부록-3. 미국의 쌀 정책

1999년에는 이러한 해외원조정책으로 1999년에 총 수출량의 19%인 58만4천톤, 2000년에도 총 수출량의 12%인 40만톤이 수출되었다.

수출신용보증제도는 미국산 농산물의 외국 수입업자에 대한 미국은행의 상업대출을 정부가 지급보증하는 것으로 미국 농산물의 수출확대를 도모하는 것이다. 이에는 3년 이내의 단기금융을 지급보증하는 단기수출지급보증(GSM-102)와 3~10년의 중기금융에 대한 지급보증인 중기수출지급보증(GSM-103)이 있다. 이를 통해서도 1998년에는 약 50만톤이 수출되었고 1999년과 2000년에도 20만톤 규모가 수출되었다.

해외시장개척 및 수출 진흥정책은 해외시장 개척활동 등 간접적인 수출지원 정책으로 이에는 장기적인 지원인 시장접근계획(MAP : Market Access Program)과 단기적인 시장개척을 위한 해외시장 개발계획(FMD : Foreign Market Development Program)이 대표적이다. 이러한 정부 지원하의 수출량은 1999년에는 총 수출량의 25%나 되며 2000년에는 19%였다.

-
- 14) 전통적인 미국의 해외원조정책으로 이에는 미국 농무부가 주관하여 해외에 미국 농산물시장의 확보를 주목적으로 하는 Title I 과 국제개발국(AID)이 인도적 차원이나 저개발국에 대해 지원을 위한 목적을 위해 실시하는 Title II 와 III 가 있다.
 - 15) 1949년 농업법의 section 416(b)에 근거하여 상품신용공사의 잉여농산물을 해외의 개도국이나 우방에게 원조하는 정책
 - 16) 1985년 식량안보법(Food Security Act) Section 1110에 의거하며 PL480 Title I 과 Section 416(b)를 지원하기 위해 상품신용공사가 피원조국에 대해 해외원조에 필요한 금융지원을 하는 정책

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

<표 부-2-9>정부지원하의 쌀 수출량 추이

(단위 : 정곡 천톤)

회계연도	PL480	Section 416(b)	Food for Progress	신용보증	정부지원 수출 계(A)	총수출량 (B)	A/B (%)
1996	200	0	12	141	353	2,826	12
1997	204	0	14	80	298	2,560	12
1998	184	0	11	499	694	3,310	21
1999	536	0	48	192	777	3,076	25
2000	221	141	40	225	626	3,299	19

자료 : USDA, Rice Situation and Outlook, 2000.11

□ 새로운 농업법안에 대한 생산자단체의 건의

미국 의회 농업위원회는 2002년으로 만료되는 1996년 농업법을 대치할 새로운 농업법 제정을 위해 2000년 3월부터 준비하였다. 작년에 10개 지역의 현지 청문회를 실시한 이후 올해는 미의회 산하 자문기구인 '21세기 농업생산위원회'의 연구결과 청취 등 학계 의견을 수렴하는 한편 품목별 생산자 단체들에 대한 청문회를 실시하였다.

쌀 생산자 단체들은 올해 3월 21일 농업위원회의 청문회에 참가하여 2001, 2002년에도 보조금의 추가지원이 필요함을 밝히면서 새로운 농업법에 대한 건의를 하였다.¹⁷⁾ 주요 건의 내용은 생산자율계약제도와 유통융자지원제도 및 융자차액지불제도 등 1996년 농업법의 기본틀을 유지함과 아울러 경기조정적

17) 발표자는 미국 쌀생산자 협회(U.S. Rice Producer Association) 회장 Nolen Cannon이며 발표에 참가 또는 동의한 단체는 U.S. Rice Producer Association, U.S. Rice Producers' Group, Rice Millers' Association, USA Rice Federation임. 발표 내용은 농협조사월보 2001년 5월호 참조

6) 증서제도는 상품신용공사의 재고관리 부담을 줄이기 위해 1999년에 도입한 제도로 융자를 받은 농가는 담보 농산물을 증서로 대체할 수 있음. 농가는 FSA로부터 담보물량을 시장가격 수준으로 계산하여 증서를 구입하고 이를 C.C.C에 융자금 상환용으로 제출하는 방식임

부록-3. 미국의 쌀 정책

소득지원제도로 농가소득 안전망 정책을 확충할 것이었다.

경기조정적 소득지원제도로써 건의한 조수입 보장제도(GRP : Gross Revenue Program)는 1996~2000년 기간 중 평균 조수입을 기준으로 당해연도의 조수입이 이에 미치지 못하는 경우 그 차액을 보조금으로 지급하는 제도이다. 이 제도는 지속적인 가격하락 상황에서 생산자율계약보조금과 용자차액보조금제도만으로는 농가 경영안정에 미흡하다는 인식에 의한 것이다.

<쌀 생산자 단체의 건의 내용>

1. 생산자율계약제도(PFC)의 생산자율성 유지
2. 판매지원용자제도와 용자차액보조금제도(LDP) 유지
3. 용자금을 상품증서로 상환할 수 있는 증서제도의 유지⁶⁾
4. 용자가격을 조곡 100파운드당 6.5달러 이상으로 유지
5. 정책수단으로 휴경의무 부과 중지
6. 생산자율계약제도(PFC)와 같은 생산중립적 보조금 유지
7. 경기조정적 소득지원제도의 도입
8. 보조금의 1인당 보조한도의 폐지
9. 친환경적 영농실천에 대한 보상 실시

□ 새로운 농업법안 내용

새로운 농업법은 1년 반의 준비기간을 거쳐 올해 7월 27일에는 미 하원 농업위원회, 10월 5일에는 하원 본회의를 통과하였다. 이 법안의 정식 명칭은 'Farm Security Act of 2001'이며 2002년부터 2011년까지 10년간 적용된다.

새 법안은 최근 지속되는 농업불황에 대응하여 '예측가능하고 시장대응적인 농가지원'을 목표로 생산자율성, 경기조정적 지원, 환경보전에 중점을 두고 있다. 우선 경기조정적 보조금제도를 도입하여 농가에게 생산자율성을 최대한 보장하였고 보조금 지급기준이 되는 생산면적을 과거치로 고정시키지 않고 농가가 현재치로 변경할 수 있도록 하였다. 한편 생산중립적 고정형 보조금은

충남 쌀의 경쟁력제고를 위한 차별화전략

1996년 농업법상의 생산자율계약보조금의 2002년도 지급수준으로 유지시켰다. 유통융자지원제도도 유지하였는데 융자가격은 1996년 농업법 당시와 같이 파운드 당 6.5달러이다.

경기조정적 보조금은 새로운 농업법의 가장 특징적인 제도로 1990년 당시의 목표가격의 부활을 포함하고 있다. 이는 목표가격수준의 소득을 보장하는 것으로 쌀가격이 낮아서 고정형 직접지불보조금과 합하여도 목표가격에 미달하는 경우에 지급된다. 이때 지급액은 연평균 농가판매가격 또는 융자가격 중 높은 가격에다 고정형 보조금의 합계한 가격과 목표가격 간의 차액이다. 쌀의 목표가격은 조곡 백파운드 당 10.82달러로 정해 졌는데 이는 1990년 농업법 당시의 목표가격 10.71달러보다 높은 수준이다.

□ 시사점

최근 수년간 계속되는 농업불황을 맞아 미국정부는 쌀 농가의 소득안정을 위해 막대한 보조금을 지원하고 있다. 1996년 농업법으로 WTO체제에 맞게 부족불지불제를 폐지하는 등 시장지향적 농정개혁을 실시했으나 지속적인 가격 폭락에 따른 농가소득 불안정에 대응하는 데는 큰 결함을 갖고 있는 것으로 확인되었다. 이에 따라 미국정부는 1998년 이후 추가로 긴급보조금을 지원하였고 융자차액보조금도 크게 늘어났다. 2000년의 지원규모는 약 15억 달러 수준으로 1996년에 비해 3배 이상 증가한 규모이다. 또한 새로운 농업법안은 과거의 목표가격제까지 부활시켜 농가소득 지원에 중점을 두고 있다.

우리의 쌀 농업도 UR 이후 IMF 충격과 수매감축으로 농가의 경영여건과 농가경제가 크게 위축되었다. 2000년까지 정부의 쌀 수매감축으로 인한 농가의 소득감소분만 해도 UR 이전에 비해 5,000억원 이상 감소했다. 이 결과 UR 이전에는 비슷하던 도농간 소득비도 81%로 크게 악화되었다. 그러나 정부의 쌀 농가에 대한 소득보조는 2000년까지 전무한 상태였다. 늦게나마 올해부터

부록-3. 미국의 쌀 정책

논농업 직접지불제가 실시되었지만 지원규모가 농가소득 안정을 위해서는 크게 미흡한 수준이다.

미국에서의 쌀 산업은 전체 농업생산 중 비중이 1%에도 못 미치는 특수 작물산업 수준이며 쌀 농가의 호당 경영규모도 136ha나 되어 쌀 농가소득 지지의 필요성이 우리의 경우에 비해 상대적으로 작은 데도 불구하고 미국 정부는 쌀 생산의 유지와 쌀 농가소득 지지를 위해 연간 호당 약 16만 달러 규모의 보조금을 지원하고 있다.

한편 우리 쌀 농업은 농가 전체의 77%가 종사하고 있으며 농업 조수입의 42%를 차지하고 있다. 한편 전체 농경지의 61%인 논은 아시아 몬순기후 지역의 특성상 막대한 가치의 환경보전 기능을 하고 있다. 뿐만 아니라 쌀 농업은 우리 국민의 주곡 공급을 담당하고 있으면서도 자연경관의 유지, 전통문화의 계승, 농촌의 활력유지 등 다양한 공익적 기능도 발휘하고 있어서 국민 경제적으로 매우 중요한 산업이다. 따라서 우리 쌀 농업의 유지가 중요하며 이를 위해서는 쌀 농가의 소득안정정책의 확대가 필요하다. 우선 쌀 농가의 소득안정을 위해 큰 역할을 할 논농업 직접지불제의 지원규모가 대폭 확대되어 내년에는 최소한 ha당 60만원이상 수준이 되어야 할 것이다.

■ 집 필 자 ■

이 종 상(李鍾相)

- 충남발전연구원 연구위원
- 농학박사(농업경제 전공)

기본연구과제 2002-03

충남 쌀의 경쟁력 제고를 위한 차별화 전략

발 행 자 : 김 대 길(충남발전연구원 원장(직))

발 행 일 : 2002년 12월 31일

발 행 처 : 충남발전연구원

302-120 충남 논산시 두마면 금암리 10번지 충청남도 계룡출장소 3층

전화 : (042)841-9503

팩스 : (042)841-9452

인 쇄 처 :

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명기하면 자유로이 인용할 수 있습니다.
무단으로 전재하거나 복사, 유통시키면 법에 저촉됩니다.
- 이 연구는 본 연구원의 공식 견해와 반드시 일치하는 것은 아닙니다.

ISBN : 89-89552-17-6 03520

<비 매 품>