

## ■ 기고

## 브랜드쌀, '명품화 전략' 필요

쌀시장 개방에 대비해 국산 쌀의 경쟁력 향상이 중요한 과제다. 쌀 소비는 점점 줄어들고 있는데, 생산량은 유지되고 수입량이 늘어나면서 판매경쟁이 치열해 지역을 근간으로 하는 쌀 브랜드의 차별화 전략이 중요한 시점이다.

농산물의 브랜드화는 비교적 늦었는데, 소비자 입장에서 브랜드는 상품식별, 출처표시, 품질보증 등 다양한 기능을 갖는다. 유통되는 쌀 브랜드는 지역 이미지를 강조하는 브랜드가 가장 많고, 쌀의 품질에 따른 브랜드, 기능성을 강조하는 브랜드 등 다양하게 경쟁하고 있다.

쌀도 소비자의 선택을 받기 위해서는 '명품화 전략'이 필요하다. 명품이 되기 위해서는 지역의 역사와 전통, 문화와 희소성 등 스토리가 있어야 한다. 일본 니가타 현에서는 스키장 손님이 3분의 1로 격감하자 스키장 리프트를 이용 '하늘에서 말린 쌀(天空米)' 아이디어로 위기를 극복했다.

국내에서도 최근 소비자가 뽑은 우수브랜드인 '한눈에 반한 쌀', '김포금쌀' 등 벤치마킹할 요소가 많다. 이 글에서는 농촌진흥청의 '고품질 쌀 지역특성화' 사업을 통해 우수브랜드로 성장하고 있는 '청원생명쌀', '녹차미인 보성쌀' 등의 특징점을 분석해 경쟁에서 살아남기 위해 애쓰고 있는 다른 지역에서도 타산지석으로 삼을 수 있도록 공통요인을 찾아봤다.

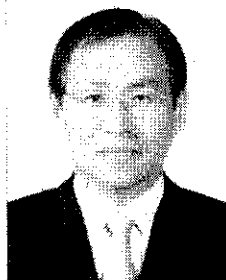
첫째, 고품질 쌀 지역특성화사업을 통해 지역 쌀 품질관리 시스템을 획기적으로 개선했다. 농업기술센터에 쌀 품질관리실을 설치해 쌀 품위검정, DNA 분석, 식미검정 등으로 지역 쌀의 품질향상에 기여하고 있다. 또한 지역대표 브랜드의 주요 품종을 대체하기 위해 우량품종 선정 실증시험포, 채종단지 등을 운영해 원료곡의 품질관리를 강화하고 있다.

둘째, 소비자가 원하는 명품쌀을 생산하기 위해 프리미엄급 고품질 쌀 시험단지를 확대해 생산단계의 품질관리를 강화하고 있다. 최고품질 쌀 생산단지, 기능성 쌀 생산단지, 탐라이스 단지, 청개구리쌀 단지 등이 그것이다. 그밖에도 친환경 재배를 확대 추진하고 있으며, 쌀 품질향상을 위한 기술교육과 생산관리 지도를 철저히 하고 있다.

셋째, 지역 쌀 홍보에 다양한 아이디어가 동원되고 있다. 논에 식물 모자이크 기법을 동원한 지역홍보, 연예인과 전속모델 계약을 맺어 브랜드 입점, 판촉 이벤트, CF촬영 등에 활용하고 있다. 소비자 초청 시식회와 팜스테이, 가래떡 데이(11.11) 등을 통해 지역 쌀을 홍보하고 더 많은 소비자를 확보했고, 스포츠 행사를 개최해 홍보하기도 했다.

고품질 쌀 특성화지역에서는 지역 쌀의 명품화를 위한 지속적인 품질관리 성과로 소비자단체로부터 전국 우수브랜드에 계속 선정돼 'Love米' 마크를 획득하는 등 브랜드파워가 지속적으로 향상되고 있다.

이러한 각 지역의 우수사례를 벤치마킹해 소비자에게 선택받기 위한 선의의 경쟁으로, 세계최고의 고품질 쌀 생산을 위한 노력이 절실하다.



박평식 박사

농촌진흥청 국립식량과학원