지역명품을 세계명품으로

창사 57주년 광주일보 캠페인

# 무항생제 사료로 키운 '안전한 牛'

15 지리산 순한 한우

## 소 먹일 물도 음용수 사용
## 생산자 실명제 등 관리 철저
## 소비자들도 맛·품질 인정

'지리산순한한우'는 친환경 축산물 인증 브랜드로 맛이 깊고 풍부한 1등급 이상 균일한 품질의 한우를 선보여 소비자들로부터 인기를 끌고 있다. 〈광주일보 자료사진〉

우리나라에는 200여개의 한우 브랜드가 있다. '지리산 순한 한우'(이하 순한한우)는 이중 최고다. 지난 2003년 '순수 100% 한우'를 표방하며 전국 최초의 한우 광역브랜드를 출시할 때부터 남달랐다.

막연히 한우라는 것만 내세우는 것에서 벗어나 품질과 위생 안정성을 갖춘 고품질 '명품한우'를 생산해 소비자에게 신뢰를 얻겠다고 선언했다.

규모도 컸다. 고흥, 곡성, 구례, 보성, 순천·광양, 여수, 장흥 등 전남 동부권 8개 시·군, 7개 축협이 참여해 '농업회사법인 지리산순한한우'를 설립하고 '지리산순한한우사업단'(www.soonhanwoo.com)을 꾸렸다. 여기에는 564 축산농가가 참여하고 있으며 사육두수만 3만1천200마리에 이른다.

물론 웰빙 트렌드에 맞춘 제품이 대표 상품이다. 참여 축산농 가운데 '무항생제 인증'을 받은 275농가에서 출하한 소만이 순한한우 브랜드를 달고 세상에 나온다. '무항생제 인증'은 국가가 인정하는 친환경축산물로 한우 1마리당 8.2㎡(2.5평) 이상의 사육면적을 갖추고 생활용수에 적합한 물을 음용수로 사용해야 하며 사료는 물론 축산물에서도 항생제 성분이 일체 나오지 않아야 획득할 수 있다.

사료도 농약을 뿌리지 않은 볏짚과 콩깍지 등을 이용해 만든 순수 국내산 무항생제 배합사료를 사용하고 있다.

언제, 어디서 구입하든 맛과 품질, 양이 균일하다는 것도 강점이다. 일관된 관리프로그램에 따라 똑같은 사료를 먹이고 같은 방법으로 소를 관리한 덕분이다. 출하 시기와 방법·유통까지 일관된 시스템을 갖추면서 소비자들로부터 뛰어난 맛과 우수한 품질을 지니고 있다는 평가를 받고 있다.

이처럼 순한한우가 다른 브랜드 한우와 달리 품질 우수성 등에 차별화를 둘 수 있었던 것은 생산과 유통에 있어 '3통(統), 3고(高)의 원칙'을 고수했던 결과다. 혈통·사료·사육 방식을 통일하고, 위생·품질·신뢰를 높인 것이다.

유통면에선 HACCP(위해요소중점관리기준) 도축장 이용, 유통전과정의 콜드체인시스템 실현, 품질인증과 생산 이력제, 생산자 실명제 구축하는 등 안전을 최고 가치로 삼고 철저한 관리를 해 타 브랜드와 차별화를 둘 수 있었다.

그 결과 순한한우는 올 초 '2009 대한민국 지역공동브랜드 대상'에서 영예의 대상을 차지하며 최고의 브랜드로 입지를 굳혔다.

지난해부터는 유통채널을 다각화해 순한한우를 알리는 것을 목표로 삼고 있다. 우선 롯데쇼핑에 판로의 90%를 의존했던 것을 70% 수준으로 낮추고 소비자들에게 고급육을 저렴한 가격에 공급할 수 있는 직영판매장을 열고 있다.

지난해 10월 순천시 별량면에 오픈한 '지리산순한우명품관'을 시작으로 지금까지 순천 3곳, 구례 1곳에 직영판매장이 문을 열었다.

순한한우 브랜드사업단 천창환 단장은 "소비자들에게 '지리산순한한우'만큼은 믿어도 된다는 인식을 심어주기 위해 브랜드 관리를 철저히 하고 있다"며 "앞으로는 광주지역을 비롯해 수도권까지 직영판매장을 여는 등 저변확대에도 힘을 쏟겠다"고 말했다.

/이은미기자 emlee@kwangju.co.kr

# 전통시장 경기 살아난다

## 동향지수 73.5P 올들어 최고

전통시장 체감경기를 나타내는 경기동향지수(M-BSI)가 올 들어 최고치를 기록한 것으로 조사됐다.

시장경영지원센터는 7월의 전통시장 경기동향지수가 전월보다 10.1포인트 상승한 65.6포인트를 기록한 데 이어 8월 지수도 73.5포인트로 나타났다고 17일 밝혔다.

지난 2월 최근 1년 새 최저치인 44.7을 기록한 이후 3월(54.8)부터 상승세를 나타내면서 7월 조사에서는 올들어 최고치를 기록했다. 이는 지수가 가장 낮았던 2월과 비교해 20.0p 상승한 것으로 본격적인 전통시장의 경기회복세를 반영하는 것으로 해석된다.

시장경기동향지수는 농수축산물, 가공식품 등 8개 업종의 매출과 상품 판매가격 등 경기 전반에 대한 체감·전망 지수로, 매월 전국 16개 시·도 전통시장의 1천24개 점포를 조사해 산출한다.

시장경영지원센터는 7월의 체감경기가 호전된 것은 휴가철을 맞아 여름상품과 휴가용품 매출이 증가했기 때문으로 분석했다.

또 전통시장에서 상품을 구입할 수 있는 희망근로상품권이 대량 유통되고, 신종플루의 영향으로 국내 관광수요가 늘어난 것도 한 요인이라고 분석했다. /이은미기자 emlee@

# KIA타이거즈 응원하고 '쏘울' 할인 받으세요

## 기아차 오늘부터 사은행사

"타이거즈 응원하고 쏘울도 타러 야구장으로 오세요."

기아자동차가18일부터 프로야구 기아 타이거즈 경기를 관람하는 팬들에게 추첨을 통해 쏘울 10% 할인쿠폰을 주는 사은행사를 마련한다. 시즌 마지막 경기까지 계속되는 이 이벤트는 기아 타이거즈 경기 5회 말이 끝난 뒤 5명의 당첨자를 뽑아 입장권 번호를 전광판에 공지하는 방식으로 진행된다.

당첨자는 연말까지 기아차 쏘울을 구입하면 10% 할인 혜택을 받을 수 있고, 배우자나 직계 존·비속 등 가족에게 할인쿠폰을 양도할 수도 있다.

기아차 관계자는 "이번 이벤트는 야구장에 직접 찾아와 뜨거운 응원을 펼치는 타이거즈 팬들과 야구를 사랑하는 모든 팬에게 드리는 특별한 선물이 될 것"이라고 말했다. /김지을기자 dok2000@

# 다사랑치킨피자 광주·전남 가맹점 모집

## 200호점 개점 앞둬

전국 131개 지역에 체인점을 둔 (주)다사랑치킨피자(대표 박주성)가 200호 개점을 앞두고 광주·전남지역에 가맹점을 모집한다.

다사랑치킨피자는 전북 익산에 본점을 뒀으며 1993년 처음 문을 열었다. 다사랑만의 비법으로 만든 숙성치킨이 사랑을 받으면서 프랜차이즈로 발돋움해 성장을 거듭해 왔다.

다사랑치킨피자는 24~48시간 동안 속살까지 숙성시켜 독특한 향을 자랑하며 소스는 20여가지 양념으로 만들었다.

매장분위기도 원목스타일을 비롯해 상권별 특성을 살려 카페형식으로 꾸며 배달 전문이 아닌 가족외식공간으로 사랑받고 있다.

박주성 대표는 "체계적인 운영기법을 제공해 마케팅 및 경영전반에 관한 노하우를 전수한다"며 "매장의 안정된 수익성을 제고하기 위해 다양한 지원정책이 준비됐다"고 말했다. 문의 080-082-9233. /이은미기자 emlee@