

# 서 면 답 변 서

소 속	평 창 군 의 회	질문위원	(심현정) 위원		
답 변 자	평 창 군 수 (농업기술센터소장)	일 자	질의	2020년	12월 3일
			답변	2020년	12월 3일
회 의	제262회 평창군의회 정례회 제(6)차 행정사무감사특별위원회				

## 질문요지

- 평창대관령한우 포장재 지원사업의 당초 계획이 변경된 사유 및 평창대관령한우 지원사업 성과에 대하여 자세히 제출

## 답변내용

- 평창대관령한우 포장재 지원사업과 관련하여 당초 계획이 변경된 사유 및 평창대관령한우 지원사업 성과에 대하여 아래와 같이 답변합니다.

### 1. 당초 계획

세부사업명	사업량	사업비(천원)		
		계	군비	자부담
계	27,500	340,000	170,000	170,000
동판제작 및 디자인 삽입	1식	10,000	5,000	5,000
선물세트 2구	3,500	14,000	7,000	7,000
선물세트 3구	10,000	125,000	62,500	62,500
선물세트 4구	12,000	162,000	81,000	81,000
선물세트 5구	2,000	29,000	14,500	14,500

### 2. 1차 변경

세부사업명	사업량 (세트)	사업비(천원)		
		계	군비	자부담
계	396,547	340,000	170,000	170,000
부산물 포장자재	54,700	21,000	10,500	10,500
진공수축 포장재	110,000	32,000	16,000	16,000
아이스팩	63,000	15,000	7,500	7,500
선물세트	78,000	243,000	121,500	121,500
친환경 트레이	145,000	29,000	14,500	14,500

소 속	평 창 군 의 회	질문위원	(심현정) 위원		
답 변 자	평 창 군 수 (농업기술센터소장)	일 자	질의	2020년	12월 3일
			답변	2020년	12월 3일
회 의	제262회 평창군의회 정례회 제(6)차 행정사무감사특별위원회				

### 3. 2차 변경

세부사업명	사업량 (세트)	사업비(천원)		
		계	군비	자부담
계	316,910	340,011	170,000	170,011
부산물 포장자재	54,701	21,172	10,586	10,586
진공수축 포장재	108,801	31,144	15,572	15,572
아이스팩	63,001	16,346	8,173	8,173
선물세트	90,407	271,349	135,669	135,680

### 4. 사업계획 변경 사유

#### 가. 1차 변경 사유

- 당초 계획은 포장재 외부박스 제작으로 계획되었으나, 평창대관령한우 홍보 극대화를 위하여 내·외부의 브랜드 동일화를 위하여 사업계획 변경
- 선물세트 제작은 동판, 박스, 스티로폼, 아이스팩, 트레이, 락스 등으로 구성되며 사업계획서 작성 시 선물세트로 대분류 기준으로 수립되었기에, 실행 시 세부적으로 구분하여 변경
- 기존 “대관령한우”에서 “평창대관령한우”로 지역명을 홍보하기 위한 것으로 평창대관령한우의 선물세트는 전국적으로 판매되어 홍보효과를 극대화 할 수 있을 것으로 판단하여 변경

#### 나. 2차 변경 사유

- 1차 변경 시 세부사업 중 친환경트레이 제작이 있었으나 트레이 종류가 한정되어 있으며, 친환경 소재 사용 시 비용증가가 예상되고 트레이 사용처가 마트로 제한되어 지역 외 홍보효과가 미미한 문제 등의 발생이 예상되며, 아이스팩, 선물세트 제작비용 증가로 부득이 세부사업 조정이 필요하여 친환경 트레이 제작을 취소하고 일부 사업비를 조정하였음

소 속	평 창 군 의 회	질문위원	(심현정) 위원		
답 변 자	평 창 군 수 (농업기술센터소장)	일 자	질의	2020년	12월 3일
			답변	2020년	12월 3일
회 의	제262회 평창군의회 정례회 제(6)차 행정사무감사특별위원회				

5. 평창대관령한우 지원사업 성과

가. 평창대관령한우 홍보물 제작 및 광고 지원

1) 리플렛 및 팸플렛 제작

- 리플렛(A4 3단접이) 30,000부, 팸플렛(책자형 12P) 1만부를 디자인 및 인쇄를 통해 브랜드 인지도가 낮았던 고객에게는 브랜드와 생산지를 알리고 각인시키는 효과를 거두었으며, 기 브랜드 이용 고객에게는 생산 지역을 인지시켜 필요 시 타 한우 브랜드 보다 선택도를 높일 수 있는 계기 마련
- 리플렛과 팸플렛은 명절 전후 발송인과 수령인에게 전달되는 대표 자료로써 유심히 읽어보고 인지할 수 있는 기회 제공 (리플렛의 경우 지역 관광안내소 비치)
- 선물세트에 포함되어 배송되는 평창대관령한우 선물세트의 경우 통상 명절선물 단가보다 1.5배 이상 높은 가격대를 형성하고 있어 선물세트의 비중 및 중요도 등을 감안 하였을 때, 고객에게 재인지와 브랜드 지명을 각인시킬 수 있는 효과가 있음

2) 홍보영상 제작

- 축협홍보영상 1편(5분), 평창대관령한우 브랜드 홍보영상 1편(5분), 평창대관령한우타운 홍보영상(CF 30초) 1편, 총 3편을 제작하여 온라인을 비롯한 오프라인의 영상 매체에 상영하여 관련자를 비롯한 고객들에게 노출시킴은 물론, 축협관련 행사의 사전 영상으로 상영하여 관계자들에게는 브랜드와 지역명을 각인시킬 수 있도록 노력하였음

3) 마트 내부 사인

- 휴가철 및 관광철에 축협 하나로마트를 방문하는 모든 고객들에게 직접 고른 한우의 브랜드와 지역명을 상기시켜 좋은 기억과 체험으로 주변인에게 다시금 권장하고 재 구매율을 높이는 효과가 있었음
- 하나로마트 4개점 정육코너 매출 : 90억원('20.01.01.~10.30)

소 속	평 창 군 의 회	질문위원	(심현정) 위원		
답 변 자	평 창 군 수 (농업기술센터소장)	일 자	질의	2020년	12월 3일
			답변	2020년	12월 3일
회 의	제262회 평창군의회 정례회 제(6)차 행정사무감사특별위원회				

4) 온라인 마케팅

- 한우 브랜드의 위치와 주변 환경 분석
- 기사 및 검색 노출 순위 상위 자리매김을 위한 마케팅 활동
- 모바일 등 고객 선호매체 집중마케팅 실시(평창방문/한우이용)
- 평창의 이미지 부각과 평창대관령한우의 컨셉 수립(인지/전개)
- 관광객 및 소비자의 방문/구매 활동과 직결된 채널공략 노력

5) 한우타운 사인

- 연간 7만명이 방문하여 한우를 구입하고 식사를 하는 대관령 한우타운의 외부 사인을 평창군 시그니처를 조합하여 홍보와 광고를 병행하여 지역관광 명소와 연계한 인지도를 상승시킬 수 있는 기회 마련
- 평창대관령한우 브랜드 역사가 30여 년이 넘었으나 인지도 부분에 미흡한 부분을 금회 한우타운 사인 홍보를 통해 보다 새롭고 폭넓게 인식시키는 계기 마련

6) 키워드 광고

- 포털사이트(네이버, 다음, 구글 등)에 키워드 광고를 실시하여 브랜드 및 지역 명칭을 노출시켜 관광지 선정에 유리한 입지를 선점하고 방문 유도는 물론 지역 특산물 구입 및 시식을 할 수 있는 기회를 제공하였음

나. 평창대관령한우 포장재 지원

- 1) 평창군과 평창영월정선축협이 “평창대관령한우” 브랜드 공동 사용을 통한 브랜드 파워 시너지 효과 극대화
- 2) 평창대관령한우 포장자재 사용으로 평창군의 happy700과 청정이미지, 또한 2018평창동계올림픽 이후 평창군의 대·내외 인지도 향상
- 3) 평창대관령한우의 집중 홍보를 통한 한우소비촉진 및 축산농가의소득증대 및 경영안정화 도모