

본 소식지는 한우자조금으로 제작되었습니다

한우자조금

04

포커스

2017년 한우자조금사업
홍보 효과 분석

09

자조금 소식

한우자조금 X 정동극장
문화마케팅 본격 시동

18

미디어 속 한우

한우는 언제나 옳다

20

파플

경상남도청 축산과
양진윤 과장

2018
May

05



CONTENTS

2018. 05 / VOL.151



04



09



10



12



13



14



15



표지 설명

일러스트 사모 작가

5월은 별명이 참 많습니다. 계절의 여왕이라 불리기도 하고 가정의 달로도 꼽힙니다. 또한, 5월은 그 어느 때보다 감사함이 넘치는 시절입니다. 항상 옆에 있어 고마움을 몰랐던 또는 오랫동안 만나지 못해 감사함을 표현하지 못했던, 그 사람을 찾아가는 발걸음에는 설렘이 가득합니다. 이 아름다운 5월에 한우농가 여러분에게도 따뜻한 발걸음이 반갑고 고마운 소식이 가득하길 기원합니다.

본지는 한국한행물윤리위원회의 윤리강령 및 실천요강을 준수하며 기사와 사진 등은 무단으로 복제할 수 없습니다.

포커스

04

2017년 한우자조금사업 홍보 효과 분석

한눈에 보는 자조금 소식

08

소비자·농가 여러분과 이렇게 만났습니다!

자조금 소식

09

- 09 · 한우자조금 X 정동극장 문화마케팅 본격 시동
- 10 · 인천 SK행복드림구장에서 한우 바비큐파티 개최
- 12 · 믿고 먹을 수 있는 '우리한우판매점'으로 오세요!
- 13 · 홍보대행사 간담회 개최
- 14 · 제46회 한국기자협회 축구대회 후원
- 15 · 전국 곳곳에서 열린 한우 직거래 할인행사

한우 시장

16

4월 한우가격 및 출하 동향

협회 소식

17

전국한우협회 X 농협안심축산분사 한우유통발전 협약 체결

발행일 2018년 5월 9일

발행인 민경천

발행처 한우자조금관리위원회

서울시 서초구 서리풀 3길 20-1(서초동)

캐피타워관 2층 홍보·유통부

연락처 Tel.02.522.3606 Fax.02.522.4314

홈페이지 www.hanwooboard.or.kr

등록번호 서초 라11645

기획·디자인 디자인신화 02.324.6852

미디어 속 한우
한우는 언제나 옳다

18

정보 플러스
5월은 마른 풀사료 만들기 좋은달

24

피플
경상남도청 축산과 양진운 과장

20

알림마당
이달의 한우 행사 소식입니다

26

농가를 찾아서
전국한우협회 나주시 지부장·영산강농장 정종안 대표

22

웹진/비즈링 이벤트
웹진 소개와 경품 / 휴대전화 컬러링 신청

27



18



20



22



24

네이버에서 '한우자조금 웹진'을 검색하세요!



모두가 좋아하는 영양만점 간식
〈한우육포〉 2명



한우 사육의 지침서
〈한우야 놀자〉 10명



두툽한 한우패티가 버거 속에
〈한우불고기버거〉 10명

푸짐한 선물이 팡팡! 웹진 이벤트에 참여하세요.

응모방법

〈한우자조금〉 웹진 이벤트 페이지에서 댓글로 한우 응원 글을 남겨주세요.

댓글쓰기 아래의 정보란에 정보를 남겨주셔야 참여할 수 있습니다.

참여하신 분 중 추첨을 통해 푸짐한 선물을 보내드립니다.

웹진 주소 www.hanwoonews.com

응모기간 2018년 5월 31일(목)까지

당첨자발표 2018년 6월호 한우자조금 소식지 및 개별 연락

문의 02-324-6852

EVENT!

한우자조금 소식지를 모아주세요!

연말까지 한우자조금 소식지 열두 권을 모아 인증샷을 보내주시는 분 중 추첨을 통해 푸짐한 선물을 드립니다!

2017년 한우자조금사업 홍보 효과 분석

거출금 1마리당 48만 원 수입증가액 발생

2017년 한우자조금은 TV·온라인 광고, 소비촉진 행사, 소비자 교육 등으로 한우에 대한 접근성 향상과 활용법 확장을 위해 다양한 홍보활동을 진행했다. TV 광고로 한우의 다양한 부위 활용법을 전달했고, 페이스북·인스타그램·유튜브 등의 온라인 채널에서는 한우에 대한 올바른 정보 제공과 한우 요리법 공유, 간단한 이벤트 개최로 한우에 대한 친근감 향상 등을 꾀했다. 공익이벤트·체험 사업으로 '한우숯불구이축제·대한민국이한우먹는날·한우직거래장터·한우요리대회·캠핑페스티벌' 등을 개최해 한우에 대한 친근감과 접근성을 높이고 한우 요리법과 한우를 먹는 상황 확장 등의 효과를 노렸다.

2017년 한우자조금 홍보활동을 돌아보다

이에 대한 효과를 분석하고자, 코리아리서치센터에서 2017년 6월부터 2018년 2월까지 약 9개월 동안 한우농가와 소비자를 대상으로 한우자조금의 홍보 활동에 대한 평가를 진행했다. 이번 조사의 목적은 한우자조금의 홍보 사업에 대한 평가와 동시에 한우자조금에 대한 소비자 인식을 파악해 앞으로 홍보 사업의 방향을 설정하기 위한 기초 자료로 활용하기 위해서다.

이렇게 진행된 홍보 사업 평가 결과를 살펴보면, 우선 한우자조금 사업에 대한 한우농가들의 필요성 인식이 2016년 대비 크게 상승했다. 수급안정 사업과 소비홍보 사업이 한우농가에 도움이 되는 등 한우자조금 사업이 전반적으로 소비촉진에 큰 영향을 미친 것으로 파악됐다.

아울러 한우에 대한 확고한 프리미엄 이미지가 정착된 것으로 드러났다. 소비자들은 수입산 대비 한우의 특징점을 명확하게 인지하고 있었고, 수입산보다 짧은 유통 단계를 가진 한우의 '신선함'에 대한 신뢰감과 '맛'의 차별성을 인식하고 있었다. 방송협찬프로그램(PPL)을 통한 효과적인 정보 전달, 2017년 한우자조금 캠페인 만족도 제고 등도 좋은 평가를 받았다.

이를 바탕으로 제시된 한우자조금 사업은 △한우의 검증 체계 정립과 이에 대한 소비자 홍보 △한우 가격 부담을 낮추기 위한 직거

래 활성화 △한우를 어떻게 먹는가에 대한 광고보다 한우의 우수성을 홍보하고 안전성과 신뢰성을 강화하기 위한 광고 집행 △캠페인 각각의 역할과 메시지 방향성 통일·농가와의 고객 접점 강화로 '생산·유통' 단계의 신뢰성 강화 방안 등 캠페인 활동 방향성 고민 등이 필요한 것으로 나타났다.

아울러 매체별로 메시지 전달 효과가 다른 만큼 매체별로 동일한 메시지를 전달하되 전달 방식을 다르게 구성하는 것을 고려해야 하며, 광고 효과가 좋은 매체에 대한 선택과 집중이 필요하다는 의견이 제시됐다.

〈자료 : 2017 한우자조금사업 홍보 효과 분석〉



한우자조금 사업 소비촉진에 도움

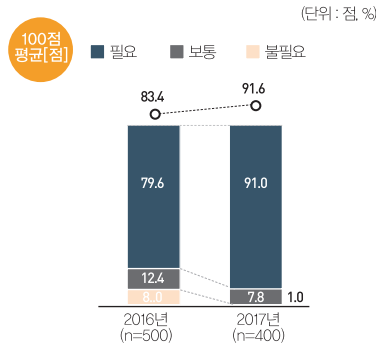
2017년 한우농가의 한우자조금 사업 필요성 점수는 91.6점으로 전년(83.4점)보다 높게 나타났다. 한우자조금 사업이 필요한 이유로는 '한우 홍보를 통한 소비촉진에 도움이 되기 때문(53.0%)'이란 응답이 가장 많았고, '수급안정과 가격 안정·한우산업 발전' 등을 위해서도 필요하다는 인식이 있었다.

한우자조금 사업별 도움 정도에서는 2017년 한우자조금 사업 중 가장 많은 예산을 사용하는 '소비홍보' 사업의 도움 정도가 가장 크다고 평가했다. 한우자조금 예산의 효율적 배분 정도에 대한 평가는 67.2점으로 전년보다 8.6점 상승했는데, 한우농가는 한우자조금 사업이 한우 홍보와 소비촉진에 도움이 된다고 평가했다. 한

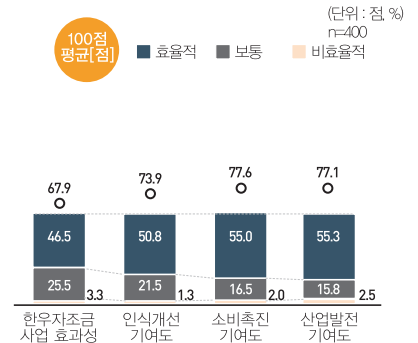
우자조금 사업이 중점을 뒤야 하는 분야로는 소비홍보, 유통구조, 수급안정 등의 순으로 꼽혔다.

2017년 한우자조금 사업 효과성은 67.9점으로, 소비촉진 기여도(77.6점)와 산업발전 기여도(77.1점) 측면에서 효과성이 높게 평가됐다. 하지만 한우 인식개선에 대한 부분은 중요도 대비 기여도가 낮은 것으로 평가, 개선이 필요하다는 의견이 제시됐다.

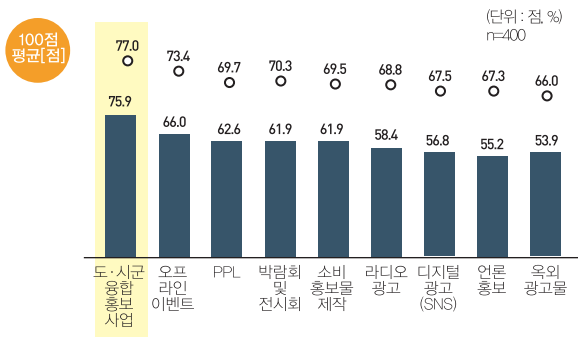
2017년 한우자조금사업 필요도



2017년 한우자조금사업 종합평가



소비홍보 사업별 호감도

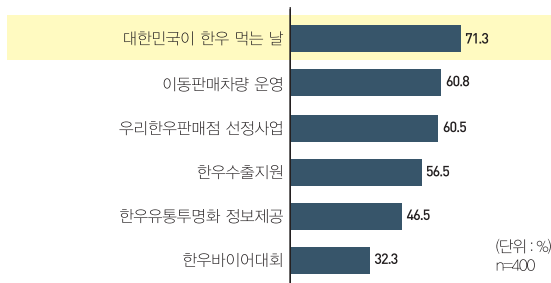


소비홍보 사업

TV 광고를 제외한 소비홍보 사업 중에서는 '도·시군 융합 홍보사업'이 가장 효과적이라고 응답했으며, 그 다음으로 오프라인 이벤트, PPL 순으로 나타났다. TV·라디오 광고는 중요도와 도움 정도에서 모두 높게 나타났는데, 이에 많은 예산 분배가 필요하다는 분석이다.

한우농가의 한우자조금 TV 광고에 대한 인지 비율은 89.3%로 높게 나타났다. 광고호감도 점수는 62.5점이었. 광고의 이해도와 광고의 상품 표현성에서 긍정적인 평가를 받았다.

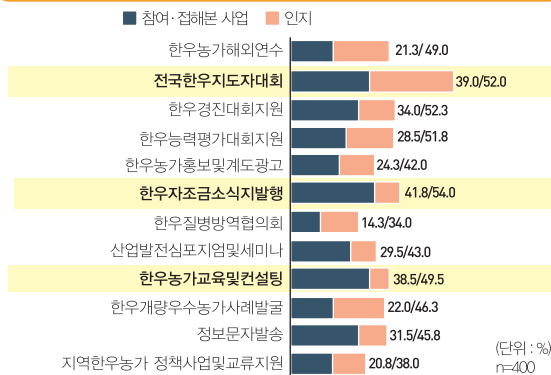
유통구조 사업 인지도



유통구조 및 수급안정

한우농가는 '대한민국이한우먹는날'을 소비촉진에 직접 도움이 되는 좋은 사업으로 평가했다. 인지도와 사업의 효과성에서도 가장 높은 평가를 받았다. 유통구조 사업 중 중점을 뒤야 하는 사업으로도 '대한민국이한우먹는날'이 1순위로 꼽혔으며, 그 다음으로 '한우유통투명화를 위한 정보제공, 우리한우판매점 선정사업' 등이 선택됐다.

농가교육 및 정보제공 사업 인지도



농가교육과 정보제공 사업

이 부분에서는 소식지 발행에 대한 인지도가 가장 높았고, 그 다음으로 전국한우지도자대회, 한우농가교육과 컨설팅 등의 순으로 나타났다. 참여도에서도 '소식지, 전국한우지도자대회, 한우농가교육과컨설팅'이 상위 3위를 차지했다. '한우농가해외연수와 한우개량우수농가사례발굴 사업'은 도움에서 높은 점수를 받았다. 중점을 뒤야 할 사업으로는 '한우농가교육과컨설팅 한우농가홍보및제도광고, 한우능력평가대회지원, 지역농가정책사업과교류지원' 등을 선택했다.

한우 홍보 '방송협찬프로그램(PPL)' 효과적

방송협찬프로그램(PPL)이 다른 홍보 매체 대비 한우 홍보에 대한 영향력이 높은 것으로 나타났다. TV 광고는 한우의 이해도 향상에, 온라인광고는 우수성 홍보에, 공익이벤트·체험사업은 호감도 향상에 상대적으로 더 크게 도움을 줬다.

또한, 앞으로 한우 섭취 의향은 공익이벤트·체험사업을 접한 뒤 가장 많이 늘었고, 그 다음은 홍보기사, TV 광고, PPL 순이었다. 광고 매체별 세부 효과에서는 한우의 이해도, 우수성, 친근감, 호감도, 신뢰도 향상을 위해서는 TV 광고를 활용하는 것이 가장 긍정적으로 나타났다. 아울러 한우의 친근감과 호감도 향상을 위해서는 PPL, 한우 신뢰도 향상을 위해서는 홍보기사와 공익이벤트·체험 사업을 활용하는 것이 효과적이었다.

TV 광고

TV 광고는 응답자의 44.6%만이 인지하고 있었다. 인지경로로는 △지상파 TV(공중파) △케이블 TV △포털사이트 등의 순으로 나타났다. 광고 스틸컷만 보고 광고를 인지한 비율은 38.0%였다.

TV 광고의 호감도는 68.2점으로 긍정적이었다. 광고 이해도와 메시지 명확성에 대해 긍정적으로 평가했는데, '새로운 요리법을 알려줬다·실제 따라해 보고 싶었다' 등이 긍정적 평가의 요인으로 작용했다. 한편, 광고의 재미 측면은 중요도 대비 만족도가 낮아 개선이 필요하다는 분석이다.

TV 광고의 보완점으로는 사육환경에 대한 정보 제공, 한우의 우수성 강조, 다양한 조리법, 비싸지 않은 가격 등 유통과정 정보 제공 등에 대한 의견이 있었다. 한우자조금 광고와 어울리는 모델은 신뢰가 가는, 건강한, 친근한, 전문적인, 정직한 이미지를 가지고 있어야 한다고 응답했다.

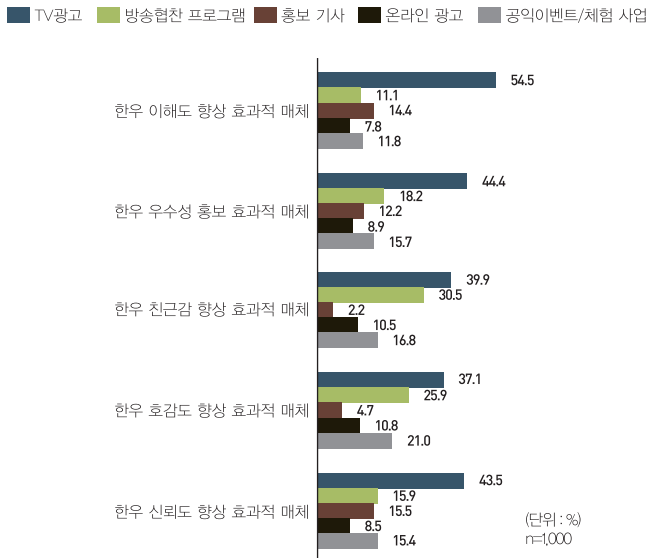
방송협찬프로그램(PPL)

PPL 적합성은 64.1점으로 평가됐으며, 호감도는 62.1점을 받았다. 남성보다는 여성이, 연령으로는 50~60대가 PPL의 호감도와 적합성을 높게 평가했다.

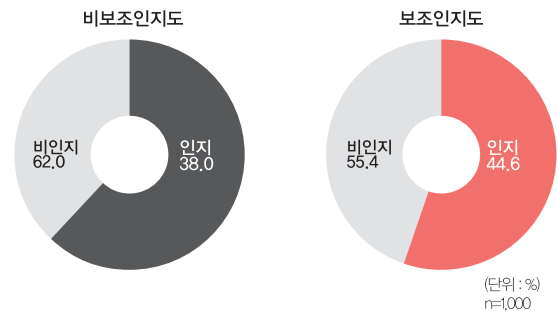
PPL 중 '슈퍼맨이돌아왔다'(39.3%, 2017년 06월 04일)의 인지도가 가장 높았다. 연령대가 높아질수록 시사·교양 PPL 인지도가, 연령대가 낮아질수록 예능 PPL 인지도가 높았다.

한편, 어울림, 주목성, 자연스러운 등장 항목에서는 홍콩의 한우 열풍을 소개한 KBS2의 '아침이 좋다'가 가장 높은 점수를 받았다.

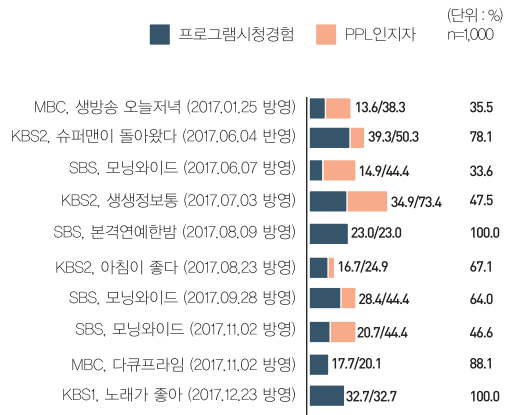
광고 매체별 세부 효과



TV 광고 인지도



방송협찬프로그램(PPL) 인지도



인쇄매체 홍보기사

인쇄매체 홍보기사의 호감도는 60.4점, 적합성은 62.6점을 받았다. 50대와 60대가 비교적 높게 평가했다.

한우자조금의 홍보기사는 메시지가 명확하고 메시지 전달력이 좋지만, 가독성에 대한 점수가 비교적 낮아 인쇄매체 홍보 기사를 활용할 때는 이에 대한 보완이 필요하다는 의견이다.

온라인 홍보활동

온라인 홍보활동에 대한 호감도는 61.7점으로 나타났다. 메시지 전달력(61.8점) 측면에서는 우수하지만 내용의 신뢰성이나 흥미 측면에서 점수가 낮게 나타났다.

한우자조금 온라인 홍보활동에 대한 접촉경험은 추석 명절 온라인 광고, 설 명절 온라인 광고, 백종원참쉬운한우스테이크 등으로 나타났다. 온라인 홍보활동 인지경로는 네이버, 다음 등의 순이었다.

공익이벤트·체험사업

공익이벤트·체험사업의 호감도는 67.0점이었다. '설·추석맞이한우 직거래장터'의 인지도와 참여율이 높게 나타났고, 관심도와 사업 효과성도 다른 사업 대비 높게 나타났다. 주로 한우를 저렴하게 구입하고, 쉽게 접할 수 있는 행사에 대한 관심도와 효과성이 높게 나타났다. 공익이벤트·체험사업 홍보를 위한 채널로는 '포털사이트 배너, SNS, 버스·지하철·옥외 광고' 등이 꼽혔다.

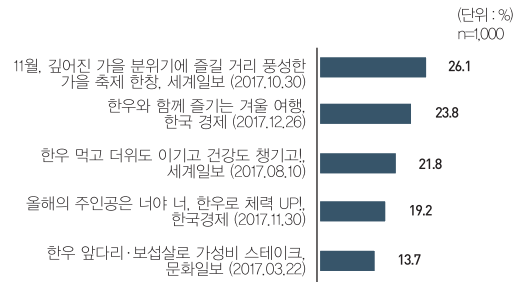
소비자 한우자조금 캠페인 만족

2017년 한우자조금이 진행한 '한우숯불구이축제, 한우직거래장터, 대한민국이한우먹는날, 한우나눔행사, 한우급식맛체험' 등 5개 캠페인에 대한 참여자조사 결과 전반적인 캠페인 만족도는 긍정적이었다. 사회공헌활동인 '한우나눔행사'의 만족도는 100.0점으로 나타났다.

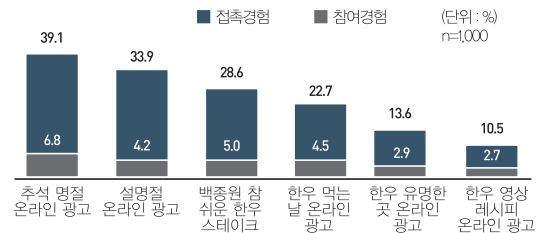
자조금 1원당 한우농가 수입 증가액 12.0원(단기)

한편, 경상대학교 식품자원경제학과 전상곤 부교수팀이 발표한 '2017년도 한우자조금의 경제적 성과분석' 연구 결과에 따르면 자조금 1원당 한우 농가 수입 증가액은 단기(1개월) 12.0원·장기(4개월) 62.6원으로, 2016년보다 각각 1.1원·5.7원 증가한 것으로 분석되었다. 🌾

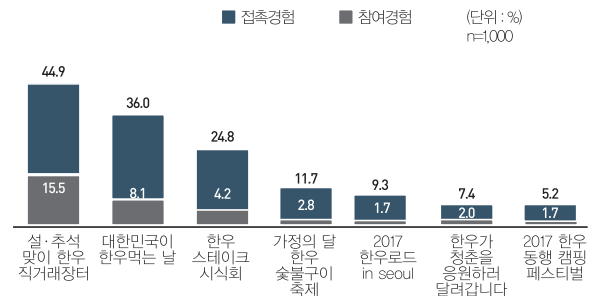
인쇄매체 홍보기사 광고 인지도



온라인 홍보활동 접촉경험 및 참여경험



공익이벤트·체험사업 접촉경험 및 참여경험



자조금 1원당 한우농가 수입 증가액

연도	단·장기	사업비 (천 원)	자조금 1원당 경제효과(A) (원)	자조금 1원당 경제효과(=A/0.5) (농가부담 기준)* (원)
2017	단기 (1개월)	9,946,087	12.0	23.9
	장기 (4개월 누적)	9,946,087	62.6	125.1

*정부보조금을 제외한 순수 농가부담금만 반영한 경제효과

2018년
4월은

소비자·농가 여러분과 이렇게 만났습니다!



마케팅

전통예술 공연장 (재)정동극장과 함께 본격적인 문화마케팅에 나섰습니다. 정동극장 '궁:장녹수전' 관람객을 대상으로 시식회 등을 진행했습니다.



소비촉진

인천 남구에 있는 인천SK행복드림구장 '바비큐존'에서 '바비큐파티'를 개최했습니다. 아울러 한우고기 무료 시식회, 전광판 퀴즈 대회 등을 개최해 야구팬들과 소통했습니다.



전략

한우 홍보사업 효과를 높이기 위해 홍보대행사들과의 간담회 자리를 마련했습니다. 각 홍보대행사의 1분기 사업과 그 성과를 평가하고, 앞으로의 홍보활동도 점검했습니다.



행사

서울 송파구에 있는 한우요리전문점 '모심정'에서 '2018 우리한우판매점 신규 선정식'을 개최했습니다. 이날 우리한우판매점 인증서를 전달하고 우리한우판매점 인증로고 현판 기증행사도 진행했습니다.



유통

5월 가정의 달을 맞아 한우가격에 대한 소비자 부담을 줄이고 한우고기 소비 확대를 위해 '한우숯불구이축제'와 '가격할인 행사'를 열어 큰 호응을 얻었습니다.



PPL(간접광고)

SBS <본격연예한밤>의 아이돌 가수 트와이스와 워너의 컴백 인터뷰에서 개최한 한우파티를 후원하고 한우선물세트를 협찬했습니다. SBS <싱글와이프>와 KBSworld <더 뷰티> 등에도 한우가 등장했습니다. KBS1<무엇이든 물어보세요>에서는 한우의 신선함과 영양학적 우수성을 수입산 소고기와의 비교로 증명했으며, KBS2TV <생방송아침이좋다>에서는 한우불고기 대동맛지도를 완성했습니다. SBS <모닝와이드>에서는 야구장을 찾은 한우의 모습이 다뤄졌습니다.



후원

기자단을 대상으로 한우의 맛과 우수성을 알리기 위해 '제46회 한국기자협회 축구대회'를 찾아갔습니다. 이날 시상품으로 한우선물세트를 후원했고, 푸드트럭 시식회도 열었습니다.



자 조 금 소 식

01

한우자조금 X 정동극장 문화마케팅 본격 시동

한우와 전통공연이 만나 ‘얼~쭉!’ ‘궁:장녹수전’ 관람객 대상 한우 우수성 홍보



한우자조금이 한우의 우수성을 알리고 소비를 확대하기 위해 전통예술 공연장 (재)정동극장과 함께 본격적인 문화마케팅에 나섰다.

한우자조금은 4월 5일 정동극장 전통공연 ‘궁:장녹수전’ 관람객을 대상으로 한우의 우수성을 알리기 위한 행사를 진행한다. 이날 한우자조금은 정동극장 ‘궁:장녹수전’ 공연 관람객들을 대상으로 한우 채끝 샐러드와 한우 불고기 등의 한우 메뉴를 선보였으며, 시식회 등의 이벤트도 진행했다. 이날 시식회에 참여한 관람객들 사이에서는 “부드럽고 맛있다”

“괜찮다” 등의 호평이 이어졌다. 한

관람객은 “참 맛있다”면서 “미리 식사를 하고 와서 (배가 불러) 더 못 먹는 것이 아쉽다”라고 말했다. 서울 서대문구 북가좌동에서 친구 5명과 공연을 보러왔다는 한 관람객은 “평소 살치살을 즐겨 먹는다”면서 “이렇게(한우

채끝 샐러드) 먹는 것도 색다르고 맛있다”라고 평가했다. “이렇게 맛있는 한우를 자주 먹고 싶다”는 바람을 나타내는 사람도 적지 않았다.

정동극장도 한우자조금과 연계 이벤트를 진행하고 있다. 우리한우판매점(한우인증점) 이용고객 대상 할인 이벤트가 바로 그것인데, 우리한우판매점 소개 사이트인 ‘한우유명한곳’에서 할인권을 받아 제시하면 12월 29일까지 공연하는 ‘궁:장녹수전’의 공연티켓을 현장에서 구매할 때 30% 할인을 적용받을 수 있다.

한우자조금은 ‘궁:장녹수전’ 이외에도

앞으로 정동극장에서 진행하는 다양한 공연과 연계해 관람객을 대상으로 한 할인 이벤트와 각종 프로모션을 진행해 소비자 접점을 보다 강화한다는 방침이다.

이는 우리나라를 방문하는 외국인 관광객을 대상으로 한우의 우수성을 알리고, 한우의 세계화를 위한 수출 홍보에도 박차를 가하는 기회이기도 하다.

한우자조금 민경천 위원장은 “우리 전통예술 공연장인 정동극장은 국내 소비자뿐 아니라 우리나라를 방문하는 외국인 관광객들의 관광 코스로 주목받고 있는 곳 중 하나”라며 “앞으로 한우자조금은 정동극장과 연계해 우리나라를 비롯한 해외시장 입맛 공략을 위해 더욱 노력할 것”이라고 말했다.

한편, 한우자조금은 지난 2월 한국전통주진흥협회, 정동극장과 함께 ‘전통문화와 한우산업의 공동 마케팅’을 골자로 한 업무협약을 체결하고, 문화공연과 전통주 등을 결합한 명절 기획상품을 개발해 출시하는 등 한우 소비확대를 위한 활동을 펼치고 있다. 🍷



자 조 금 소 식

02

인천 SK행복드림구장에서 한우 바비큐파티 개최

‘한우 먹고 응원하누’ 야구 볼 때마다 한우 생각날 것

‘한우 먹고 야구 보고 한우 먹고 홈런 가즈아~!’

한우자조금은 지난 4월 13일 인천 남구에 있는 인천SK행복드림구장에서 열린 SK와이번스와 NC다이노스 경기에서 소비촉진 행사를 열었다. 한우의 우수한 맛과 영양학적 우수성을 알리기 위해 인천SK행복드림구장의 명물 중 하나인 ‘바비큐존’에서 ‘바비큐파티’를 열었으며, 한우고기 무료 시식회·전광판 퀴즈 대회 등의 이벤트로 야구팬들과 소통했다. 이날 경기에서는 연예인 한우 서포터즈 가수 케이시와 한우 마스코트가 시구자와 시타자로 등장해 관중석의 환호를 받았다.



‘야구장에서 만납시다’

지난 4월 13일 인천SK행복드림구장 바비큐존에서 열린 ‘바비큐파티’에는 한우자조금 SNS 이벤트로 선발된 야구팬과 한우자조금 관계자 등 약 100명이 참석했다. 이들에게는 좌석 티켓, 한우 채끝 150g(1인 기준)과 불고기 100g(1인 기준) 등이 증정됐다.

한우자조금은 4월 3일부터 4월 8일까지 한우자조금 공식 페이스북에서 야구장 초청 이벤트 ‘한우먹고! 야구보고!’를 개최, 프로야구와 한우를 사랑하는 팬 약 50명을 이날 야구경기에 초청했다.

이벤트에 당첨돼 야구장을 찾았다는 인천 송도의 한 주부는 “한우자조금과 페이스북 친구가 된 지 2년이 넘었는데 최근 야구장에서 한우를 구워 먹는 이벤트를 진행한다는 소식을 접하고는 매우 신선한 아이디어라고 생각했다”며 “앞으로 TV 등에서 야구장이나 야구경기 장면을 본다면 오늘의 경험이 추억으로 떠오를 것”이라고 말했다. 평소 야구장 데이트를

즐긴다는 한 연인은 “한우를 간편하게 구워 먹을 수 있는 시스템이 다양한 곳에 갖춰진다면 한우를 더욱 즐길 것”이라고 말했다.

한우자조금 민경천 위원장은 “프로야구를 사랑하는 팬들과 한우를 사랑하는 사람들에게 색다른 재미를 선사하고자 이번



행사를 마련했다”며 “앞으로도 다양한 행사 참여와 문화홍보 등으로 한우의 우수한 가치를 알리기 위해 노력할 것”이라고 말했다.

한우고기 무료 시식회 등 이벤트도 풍성

야구 경기에 앞서, 한우자조금은 푸드트럭 한우고기 무료 시식회, 한우홈런왕 이벤트 등의 장외 프로그램도 진행했다. 푸드트럭 한우고기 무료 시식회에서는 ‘푸드트럭 SNS 해시태그 인증샷 이벤트’를 실시, 이벤트존에서 인증샷을 찍고 #한우 #야구장 #인천문학구장 등의 해시태그를 남기는 참가자들에게는 일반 관람객보다 많은 양의 한우고기를 제공했다. 친구들과 야구장을 찾은 한 관람객은 “평소에 먹던 소고기보다 육즙도 많고 질기지도 않다”면서 “왜 집에서는 이런 맛이 안 나오지 모르겠다”며 한우고기 맛에 만족감을 표현했다. 한우고기 무료 시식회장 옆에서는 한우홈런왕 이벤트가 진행됐는데, 홈런을 친 사람에게에는 한우 육포를 선물로 제공했다. 홈런도 치고 육포도 받은 한 관람객은 “한우 육포가 생각보다 맛있다”며 “부드럽고 냄새도 없다”고 평가했다.

연예인 한우 서포터즈 케이시 시구에 나서다

이날 야구 경기 시구자로는 연예인 한우 서포터즈 가수 케이시가 나섰다. SK와이번스의 유니폼과 모자를 입고 등장한 케이시는 관중들로부터 큰 환호를 받았다. 시타석에는 한우 마스코트가 올랐다.

케이시는 마운드에 오르기 전 한우 응원메시지를 보내왔는데



“많은 사람이 좋은 날 맛있는 우리 한우를 먹으며 좋은 추억을 많이 만들기를 바란다”고 말했다. 또한, 연예인 한우 서포터즈로서 한우도 많이 먹고 주변에도 한우를 전파하며 본보기가 돼서 열심히 활동하겠다는 포부를 밝혔다. 시구 전 장내 아나운서와의 인터뷰에서도 “시구 잘 하려고 어젯밤 한우를 먹었다”며 “한우 파이팅! SK 파이팅!”이라고 한우를 응원하며 한우 서포터즈다운 행보를 보였다. 한편, 이날 야구 중계장면에서는 ‘운동선수들은 경기 후에 소모된 체력을 회복하려고 단백질을 섭취하는데 역시 한우만 한 것이 없다, 간절기 건강을 위해서도 한우가 좋다’ 등의 한우에 대한 장점이 언급됐는데, 이를 통해 시청자들에게도 한우의 우수성을 자연스럽게 알릴 수 있었다.

‘한우 먹고 홈런 가즈아’

본격적으로 야구 경기가 시작됐고 SK행복드림구장 바비큐존에서도 한우고기 냄새가 관람객들의 식욕을 자극했다. 바비큐존에서 만난 관람객은 “한우가 부드럽고 살살 녹는다”며 “앞으로도 이런 이벤트를 자주 열었으면 좋겠다”라고 말했다. 한우자조금은 야구 경기 중에도 다양한 이벤트를 펼쳤다. 야구장 전광판 퀴즈를 진행했으며, SK와이번스와 함께 ‘한우 힘자랑 이벤트’를 열고 한우 육포 세트를 경품으로 증정했다. 가수 케이시가 바비큐존에 깜짝 등장해 한우를 시식하며 한우로 이행을 짓는 장면이 야구장 전광판에 잡혔다. ‘한우 먹고 응원하누’ ‘한우 먹고 홈런 가즈아’란 문구를 담은 피켓 응원도 눈길을 끌었다.



자 조 금 소 식

03

믿고 먹을 수 있는 '우리한우판매점'으로 오세요!

2018 우리한우판매점 신규 선정... 우리한우판매점 인증사업 내실 다질 것

한우자조금과 전국한우협회는 4월 18일 서울 송파구에 위치한 한우요리전문점 '모심정'에서 '2018 우리한우판매점 신규 선정식'을 개최했다. 한우자조금 민경천 위원장, 전국한우협회 김홍길 회장 등이 참석한 가운데 열린 이날 행사에서는 한우요리 전문점 모심정에 우리한우판매점 인증서를 수여하는 전달식과 함께 우리한우판매점 인증로고 현판 기증행사가 진행됐다.

우리한우판매점

인증제도는 한우자조금과 전국한우협회가 100% 한우를 판매하는 한우 전문 판매점에 인증을 부여하는 제도로 △소비자는 안심하고 한우고기를 먹을 수 있고 △판매점은 우리한우판매점이라는 높은 신뢰를 바탕으로 경영을 내실 있게 다지며 △한우농가는 안정적인 소비 기반을 확보해, 우리 한우를 보호하는 것을 목적으로 한다. 이날 모심정이 신규 인증점으로 선정됨으로써 2014년 5월부터 시작된 한우판매점 인증사업은 2018년 신규 추가된 17곳과 기존 우리한우판매점을 더해 총 394개 점으로 늘었다.

모심정 조현식 대표는 "모심정이 한우고기의 맛을 제대로 알리는 전진기지로서 역할을 다하도록 한우에 대한 자부심을 갖고 정성껏 한우요리를 만들겠다" 라고 말했다.

이날 행사에서는 우리한우판매점 신규 인증로고도 소개됐다.

한우의 뽕과 꼬리, 태극마크로 한우의 통합적인 이미지를 형성해 우리한우판매점의 정체성을 강조했다. 또한, '금색'을 주색상으로 채용해 한우의 우수한 품질과 상품성을 표현했다. 신규 인증로고는 LED 간판으로 제작됐으며, 기존 업소 377개 소와



우리한우판매점의 등록방법과 보다 자세한 내용은 우리한우판매점 소개 사이트 '한우유명한곳' (한우유명한곳.com)에서 확인할 수 있다.

2018년 신규업소 17개 소(4월 18일 기준)에 부착한다.

이어서 우리한우판매 인증사업 운영계획에 대한 발표 시간도 가졌다. 올해 우리한우판매점 사업이 5년 차에 들어선 만큼 내실 강화가 필요하다고 판단, 보다 적극적으로 △우리한우판매점 오프라인 홍보 △한우유명한곳 온라인 홍보 △SNS 온라인 홍보 △우리한우판매점 대상 교육 및 실질적 혜택 지원 등에 나선다는 방침이다. 이를 위한 세부 실행 계획은 우리한우판매점 대상 교육, SNS 등을 활용한 신규 로고 홍보 주력, 조직화로 공공구매 등 판매점에 실질적 혜택 부여, '대한민국이한우먹는날' 참여 확대 등이다.

전국한우협회 김홍길 회장은 "소비자가 안심하고 우리 한우를 즐길 수 있는 환경이 조성되도록 우리한우판매점 인증사업을 보다 확대할 것"이라고 말했다.

한우자조금 민경천 위원장은 "새로 도입한 우리한우판매점 인증마크를 비롯해 우리한우판매점 소개 사이트인 '한우유명한곳' 홍보를 보다 강화해 한우 소비 확대에 기여할 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 말했다. 🍌

자 조 금 소 식

홍보대행사 간담회 개최

04

한우자조금-홍보대행사 협력과 소통으로 홍보 효과 극대화 할 것



이벤트를 점검하고 이들 이슈와 이벤트를 한우 홍보활동에 어떻게 활용할 것인가에 대한 의견도 교환했다.

또한, 앞으로 홍보활동을 전개함에 있어서 홍보대행사 간 연계마케팅으로 홍보 효과를 극대화하는 방안에 대해 긴 시간 토론이 이어졌다. 한우자조금 관계자는 “회사별로 하는 일은 다르지만 우리는 ‘한우’를 중심으로

한우를 더욱 잘 알리고 한우에 대한 이미지를 보다 좋게 만들며 한우 소비가 더 많이 일어나도록 하려면, 어떻게 해야 할까? 한우자조금은 지난 4월 24일 한우 홍보사업 효과를 높이기 위해 홍보대행사들과의 간담회 자리를 마련했다. 한우자조금 손종헌 국장은 “지난 1분기 동안 우리 한우를 널리 알리고 한우 소비촉진 등을 위해 노력해 준 것에 대해 고맙게 생각한다”며 “올해 남은 기간에도 한우산업 관련 현안이 많은 만큼 서로 협력하고 소통하면서 좋은 역량을 발휘해 주길 바란다”고 당부했다.

이날 간담회는 한우자조금과 홍보대행사, 홍보대행사 간의 원활한 소통을 통해 홍보사업 효과를 높이기 위해 마련한 자리로, 한우자조금 사무국 관계자를 비롯해 PR(인쇄매체 홍보기사), TV·라디오 광고, 방송협찬(PPL), 온라인·홈페이지, 오프라인 이벤트, 한우농가 소식지 및 소비자용 잡지 등을 담당하는 7개 협력사 실무진 약 30명이 참석한 가운데 진행됐다.

간담회에서는 각 홍보대행사가 올해 1분기 동안 진행했던 사업과 이에 대한 성과 등을 발표하는 시간을 가졌다. 아울러 올해 남은 기간 한우산업에 영향을 미칠 국내외 주요 이슈와

뭉쳤다”면서 “홍보 효과를 제고하기 위해서는 서로 의견을 허심탄화하게 공유하며 연계할 수 있는 부분은 연계해 홍보 전술과 전략을 세울 수 있어야 한다”면서 “이를 위해서는 대행사 간 긴밀한 협력 체계 구축이 무엇보다 필요하다”고 강조했다. 한 홍보대행사 관계자도 “각기 성격이 다른 매체가 상호 협조, 아이디어 공유 등으로 협력한다면 홍보 효과는 배가될 것”이라고 말했다.

이를 위해 한우자조금과 홍보대행사는 월간·주간 목표를 수립하고, 이를 달성하기 위한 세부 전략과 의견을 자유롭게 교환하는 시간을 주기적으로 갖기로 하였다. 



자 조 금 소 식

05

제46회 한국기자협회 축구대회 후원

기자단 대상으로 한우의 맛과 우수성 알려 시상팀에게 ‘한우선물세트’ 증정, 6년째 이어져



한우자조금이 기자단을 대상으로 한우의 맛과 우수성을 알리기 위해 ‘제46회 한국기자협회 축구대회’를 찾아갔다.

한우자조금은 지난 4월 28일 서울 성북구에 위치한 국민대학교 축구 운동장에서 열린 ‘제46회 한국기자협회 축구대회’에 참가, 시상품으로 한우선물세트를 후원하고 푸드트럭 시식회도 열었다.

이날 열린 한국기자협회 축구대회에서는 지난 4월 21일부터 4월 22일까지 진행된 예선전을 거쳐 본선에 진출한 8개팀이 참가해 열띤 기량을 펼쳤다. 이날 우승컵은 동아일보가 들어올렸는데, 올해로 동아일보는 3연패를 달성했다.

한우자조금은 우승팀과 준우승팀(더벨), MVP에게 포상으로 한우선물세트를 증정, 그 의미를 더했다.

한우자조금은 이날 참가자들의 경기력을 끌어올리기 위해 한우 채끝살과 한우 불고기로 한우 푸드트럭 시식회도 진행했다.

이날 한우 푸드트럭은 기자단과 기자단 가족들에게 한우의 맛과

우수성을 알리며 큰 호응을 얻었다. 삼삼오오 모여 한우를 맛있게 먹는 기자단의 모습을 심심치 않게 볼 수 있었으며, 부모와 어린 자녀가 불고기를 나눠먹는 따뜻한 장면도 적지 않게 목격할 수 있었다. 경기를 마친 기자단들도 푸드트럭 앞을 그냥 지나치지 못했다. 아울러 국민대학교 학생들에게도 한우의 맛을 알릴 수 있는 자리였다. 시식행사에 참여한 한 학생은 “부드럽고 맛있다”며 “어느 지역 한우고기인가?”라고 물어오기도 했다.

관측물로 준비한 한우 캐릭터가 그려진 부채와 물티슈는 이날 뜨거운 열기를 식히는 데 유용했다.

한우자조금 민경천 위원장은 “한국기자협회 축구대회 후원을 계기로 한우의 우수성을 다방면으로 알릴 수 있는 또 다른 소통창구가 생긴 것 같다”며 “앞으로 한국기자협회와 좋은 관계를 유지하면서 우리 한우의 우수성을 더욱 널리 알리도록 힘을 다하겠다”고 말했다. 🍀

자 조 금 소 식

전국 곳곳에서 열린 한우 직거래 할인행사

06

‘한우 효도잔치!’…5월 가정의달에 한우숯불구이축제와 직거래행사 개최

한우자조금이 5월 가정의 달을 맞아 한우가격에 대한 소비자 부담을 줄이고 한우고기 소비 확대를 위해 ‘한우숯불구이축제’, ‘가격할인 행사’ 등을 열어 큰 호응을 얻었다.

한우자조금과 전국한우협회는 5월 4일부터 전국 주요 도시에서 ‘한우 숯불구이’ 축제를 진행했다. 이번 축제는 한우고기 소비를 확대하기 위해 생산농가가 주도해 직접 직거래 할인 판매를 진행했다는 데 의의가 있다. 이번 행사에서는 다양한 이벤트와 함께 직거래장터가 열려, 한우고기를 보다 저렴한 가격에 구입할 수 있었다. 그뿐만 소비자는 현장에서 한우고기를 구입하고 상차림비를 지불하면, 현장에서 한우고기를 숯불에 바로 구워 먹을 수 있었다. 숯불구이존에서는 한우 등심 100g을 △1등급 6,320원 △1+등급 7,060원 △1++등급 8,080원에 먹을 수 있다. 아울러 국거리와 정육은 100g에 △1등급 2,990원 △1+등급 3,090원 △1++ 3,260원에 살 수 있었다. 아울러 한우자조금은 한우를 사랑하는 소비자들의 성원에 보답하고 장바구니 부담을 줄이고자 대대적인 한우고기 할인행사도 열었다. 5월 2일부터 5월 7일까지 6일간 진행된 이번 행사에서는 1등급(100g 기준) 한우 구이용 등심 6,320원, 불고기·국거리 부위 2,990원 등 한우고기를 저렴하게 구입할 수 있었다. 이번 행사는 롯데슈퍼, 농협계통매장, 한우영농조합법인, 온라인 한우판매업체 등 총 700여 개 매장에서 진행됐다. 📍



□ 한우 판매가격 (원 / 100g)

품목/등급	1	1+	1++
등심	6,320	7,060	8,080
정육 (목심·앞다리·우둔·설도·사태)	2,990	3,090	3,260

※ 한우판매품목 및 가격은 지역별로 다를 수 있습니다.

□ 지역별 행사 일정 및 장소

지역	일정	장소	담당자
강원	5.4~5.6	원주축협본점 야외주차장 강원 원주시 원일로 233	도사무실 : 033-253-8996
충북	5.11~5.13	농협충북유통 주차장 충북 청주시 상당구 무농정로 32	도사무실 : 043-268-5715
전북	5.4~5.6	정읍한우육종협동조합 바비큐장 전북 정읍시 북면 화평길 2	도사무실 : 063-262-7688
전남	5.4~5.6	나주시 영산강체육공원 전남 나주시 삼영동 117-6	도사무실 : 061-434-1500
경북	5.4~5.6	영주시 서천둔치 경북 영주시 한정로 10	도사무실 : 053-381-9237
경남	5.18~5.21	부산 KNN센텀광장 부산 해운대구 센텀서로 30	도사무실 : 055-277-1931

※ 행사일정은 4월 27일 확인 기준

4월 한우가격 및 출하 동향



4월 한우가격 및 출하 동향

* 4월 1일~4월 26일까지 기준임

구분			2015년	2016년	2017년	2017년		2018년		대비(%)	
						3월	4월	3월	4월	C/A	D/B
도축두수(두)			883,593	737,476	742,536	56,153	53,013	47,855	52,887	△14.8%	△0.2%
경매두수(두)			469,935	395,253	402,365	31,529	30,289	26,010	29,547	△17.5%	△2.4%
도매시장 경락가격 (원/kg)	평균		16,284	18,116	16,719	16,257	16,336	17,671	17,991	8.70%	10.10%
	거세우		16,855	18,941	17,710	17,133	17,411	18,541	19,133	8.20%	9.90%
	비거세우		13,150	15,263	12,108	12,079	11,412	12,531	13,435	3.70%	17.70%
가축시장 거래가격 (천 원/두)	암소		5,148	5,809	5,406	5,323	5,348	5,731	5,698	7.70%	6.50%
	송아지	암	2,374	2,902	2,919	2,766	2,855	3,117	3,213	12.70%	12.50%
		수	2,925	3,583	3,572	3,324	3,431	3,753	3,801	12.90%	10.80%
불고기(1등급/kg)			37,390	45,750	46,220	45,914	45,986	44,039	43,847	△4.10%	△4.70%
등심(1등급/kg)			69,920	78,710	79,680	78,038	78,362	81,221	81,808	4.10%	4.40%

〈출처 : 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터〉

* 전국경락가격 : 전국 13개 도매시장 가격(원/지육kg), 결할 제외 가격

4월 한우농가 소득 추정

* 4월 1일~4월 26일까지 기준임

등급	도매가격 (원/kg)	가격(A) (천 원/600kg)	경영비(B) (천 원/600kg)	소득(A-B) (천 원/600kg)
1++	21,269	7,644	5,196	2,448
1+	19,867	7,140		1,944
1	18,350	6,595		1,399
2	15,709	5,646		450
3	12,590	4,525		△671

*경영비 : 2016년 한우 비육우 경영비(5,196천 원/600kg, 통계청)

전국한우협회 X 농협안심축산분사 한우유통발전 협약 체결

안심축산·생축장한우 등 산지조달 확대



전국한우협회와 농협안심축산분사가 유통산업 발전을 위한 협약을 체결하고 한우농가의 소득과 권익 향상을 위해 함께 힘을 모으기로 했다.

전국한우협회(회장 김홍길)와 농협안심축산분사(사장 윤효진)는 지난 4월 9일 축산회관 지하 대회의실에서 한우유통산업 발전을 위한 협약식을 개최했다.

상호 협력을 기반으로 한 이번 협약은 △그동안 한우협회가 줄기차게 문제를 제기해 왔던 축협의 '생축장 한우'를 한우 농가와의 경쟁을 자제시키기 위해 산지 출하를 적극 유도하고 △계통출하가 아니고는 접근이 어려웠던 한우농가들도 음성축산물공판장으로 출하할 수 있는 길을 전략적으로 모색했다는 점 등에서 의미를 찾을 수 있다.

농협축산물공판장의 출하예약제 개선 등을 적폐청산의 일환으로 지목하고 개선을 요구해왔던 전국한우협회는 한우 출하에 있어서 농협과 어느 정도 문제 해결의 접점을 찾음으로써 유통부문에서 상당 부분 문제를 해소했다는 평가를 내놓았다.

전국한우협회 김홍길 회장은 "이번 협약으로 우수축의

음성축산물공판장 출하 길이 열렸다는데 의미를 부여한다"면서 "여기에 브랜드 한우의 물량조절용으로 사육해온 생축장 한우가 농가와의 경쟁이 불가피한 공판장 출하 대신 브랜드 경영체나 안심한우 등의 산지조달 물량으로 전환기로 한 것도 농가 보호에 도움이 될 것으로 기대한다"고 말했다.

농협안심축산분사는 전국한우협회와의 협약을 계기로 우수축 유치를 통한 공판장 기능 활성화에 기대를 걸고 있다. 아울러 고품질 한우를 공판장으로 적극 유치해 한우 가격지지를 통한 농가보호와

한우산업 발전에 이바지하겠다는 포부도 피력했다.

윤효진 농협안심축산분사장은 "현재 한우고기 자급률이 37.7%까지 하락하는 등 국내 시장 잠식에 따른 한우자급률 제고를 위한 노력이 절박하다"면서 "우수한 한우를 적극 해 대한민국 1등 축산물공판장의 기능과 역할을 강화하는 등 한우산업 발전에 이바지한다는 큰 틀 안에서 전국한우협회와 협력을 다짐했다"고 말했다.

기타 자세한 사항은 전국한우협회 홈페이지 → 공지사항 → '전국한우협회 회원농가 음성공판장 출하 안내'를 참고하면 된다. 📡



음성공판장 출하 안내

출하 자격

농·축협을 통한 계통출하가 어렵지만 우수한 소를 사육하고 있는 전국한우협회 회원 농가

신청 방법

구비서류 작성 후 직접 또는 지부 등을 통해 출하 2주 전 서면 또는 방문신청

담당

전국한우협회 유통사업국 서영석 차장·박호경 주임

접수처

전화 02-525-1053 팩스 02-525-1054

한우는 언제나 **웁니다**



소생의 계절 4월, TV 속 한우의 모습에도 생동감이 넘쳤습니다. 한우의 영양학적 우수성과 그 맛과 멋이 다양한 방식으로 전파를 타고,

이는 시청자들의 이목을 주목시키기에 충분했습니다.

인기 아이돌 가수의 컴백 현장에서 한우를 만날 수 있었습니다. 아이돌 가수의 생동감 넘치는 맛 표현은 방송 후에도 큰 화제가 됐습니다. 다채로운 활약이 돋보였던 한우의 4월 방송 현장을 따라가 보겠습니다.

SBS <본격연예한밤> 4월 17일 방송

‘이 고기를 먹으니까 우리 곡이

생각나는 건 에브리데이’



대세 아이돌 위너가 신곡 ‘EVERY DAY’를 발표, 컴백 인터뷰 현장에 한우고기가 협찬 됐다. 이날 방송에서 위너 멤버들은 랩과 표정 연기로 한우고기의 맛을 표현했는데, 위너의 래퍼 민호의 즉흥랩 ‘이 고기를 먹으니까 우리 곡이 생각나는 건 에브리데이’는 방송 후 인터넷에서 큰 화제가 됐다. 이는 한우의 인지도를 높이는 계기가 됐다.

KBSworld <더 뷰티> 4월 20일 방송

아이들의 이너뷰티비법 ‘바로 한우’



뷰티돌 소나무의 건강한 이너뷰티를 위한 건강밥상에 ‘한우’가 등장했다. 아이돌 가수의 피부미용을 위한 식단으로 한우가 소개된 것. 한우가 건강한 아름다움에 도움을 준다는 정보는 한우 소비촉진에도 큰 도움이 됐다. 뷰티돌 소나무 멤버들이 한우를 맛있게 먹는 장면과 함께 멤버들이 각자 한우를 맛있게 먹는 방법을 알려주는 장면에서는 시청자들의 입맛도 자극했다.

SBS <본격연예한밤> 4월 10일 방송

what is love? what is 한우!



기대를 한껏 받으며 컴백한 아이돌 가수 트와이스의 한우파티 장면이 TV 화면을 매웠다. 이날 트와이스 멤버들은 먹방 리액션도 최고였는데, 트와이스의 멤버 모모의 ‘what is 한우?’ 한마디는 방송 관계자들의 탄성을 자아냈다. 바로 트와이스의 신곡 제목이 ‘what is love(왓 이즈 러브)’였던 것. 트와이스의 이번 신곡을 들을 때마다 ‘한우를 연상하는 시청자들도 적지 않을 것’이다. 스케줄로 바쁜 트와이스에게 기력보충에 좋은 한우선물세트를 증정했다.

SBS <싱글와이프> 4월 18일 방송

제주도의 푸른 밤! 부부데이 한우파티



예능 프로그램 ‘싱글와이프’가 지난 4월 18일 제주도 촬영분을 마지막으로 종영됐다. 이날 방송에서는 부부 출연자들이 총출동, 한우파티하는 장면이 방송됐다. 부부를 위한 한우파티! ‘한우로 보양합시다’ 등의 자막과 함께 ‘고기는 역시 한우’ 등 맛에 대한 감탄사가 이어졌다. 여기에 맛있게 한우를 즐기는 출연자들의 모습이 겹쳐지면서 시청자들도 한우파티를 해보고 싶다는 마음을 갖게 만들었다.

KBS1 <노래가좋아> 4월 매주 토요일

하모니상 상품엔 역시 고급한우세트!



가장 화합된 모습을 보여준 팀에게 시상하는 하모니상 상품으로 한우선물 세트가 협찬됐다. 방송에서는 “온가족이 함께 즐길 수 있는 한우선물세트가 준비돼 있다”란 멘트가 노출됐다. 4월에는 ‘강시스터즈·나탈소영이·뒤늦은신혼일기’ 팀이 각각 하모니상을 수상했다. 한우선물세트를 받고 환호하고 감동하는 수상자들의 모습은 시청자들에게 한우에 대한 긍정적인 이미지를 심어줬다.

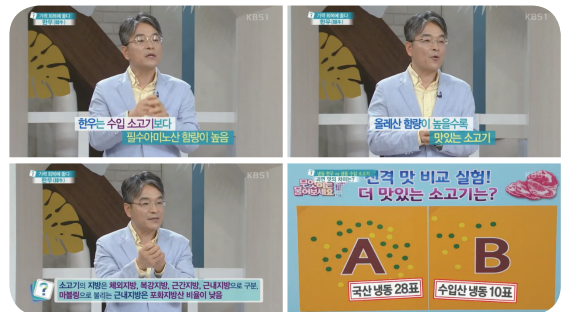
KBS1<무엇이든 물어보세요> 4월 5일 방송

한우의 신선함과 영양 수입산과 비교 불가!

봄철 면역력을 높이는 데 필요한 단백질, 그 단백질의 주 공급원인 한우에 대한 다양한 궁금증을 해소하는 시간을 가졌다. 특히 한우와 수입산 소고기의 비교는 한우의 우수한 영양학적 가치를 홍보하고, 한우고기에 대한 시청자들의 긍정적 이미지를 높이기 위해 충분했다. 한우는 수입산 소고기보다 유통경로, 푸드마일리지, 탄소발자국 등이 쫓아 신선할 뿐 아니라 필수 아미노산, 올레산 등의 함량이 높아 영양과 맛에서도 앞선다는 내용은 한우의 우수성을 시청자들에게 알리기에 부족함이 없었다. 방송에는 한우

전문가 지문위원인 주선태 교수가 직접 출연해 그동안 연구한 자료를 바탕으로 한우의 영양학적 정보를 제공, 방송 내용에 대한 신뢰도를 높였다. 주선태 교수는 방송 말미에 “한우는 영양과 맛 면에서 다소 수입산에 비해 높은 가격을 주고 살 만큼의 가치가 있다”고 총평했다.

이 외에도 이날 방송에서는 봄철 피로 해소, 근력 강화와 기력 회복에 좋은 요리법을 소개해 시청자들의 입맛도 사로잡았다. 아울러 한우 부위별 활용법과 요리법을 제공함으로써 시청자들이 한우고기의 다양한 부위에 관심을 갖도록 유도했다.



KBS2TV <생방송아침이좋다> 4월 12일 방송

한우불고기
대동맛지도

‘알고 먹으면 더 맛있는 한우 불고기.’ 고구려 맥적에서 유래된 전통과 역사가 깊은 한우 불고기의 대동맛지도가 소개됐

다. 석식 불고기부터 국물 불고기까지 다양한 형태로 발전해 온 영양만점 한우 불고기. 닥터세프 황인철의 헬(Heal)시피에서 전국 3대 불고기로 꼽히는 ‘연양식 · 광양식 · 서울식’ 불고기의 레시피와 사용 부위, 유명해진 이유 등을 다각도로 분석했다. 이는 ‘불고기 맛은 비슷하다’는 시청자들의 고정관념을 깨기에 충분했다. 지역에 따라 불고기감으로 활용하는 한우고기 부위가 다르다는 정보는 다양한 한우고기 활용법에 대한 소비자들의 호기심을 유발했다.

SBS <모닝와이드> 4월 16일 방송

야구장과 한우의 신선한 만남



지난 4월 13일 인천 SK행복드림구장에서 열린 한우자조금

바비큐파티 장면이 방송됐다. 한우자조금 SNS 이벤트에 당첨된 야구팬들이 야구경기를 보며 한우 바비큐를 즐기는 모습이 장관을 이뤘는데, 야구장에서 남녀노소 한우를 즐기는 모습은 시청자들의 부러움을 사기에 충분했다. 이날 장외행사로 운영된 무료시식회 장면도 전파를 탔다. “야구장 하면 치킨만 생각했는데 한우를 먹으니 색달랐다”는 긍정적인 평가가 많았다. 이날은 연예인 한우 서포터즈 가수 케이시가 시구자로 한우 캐릭터가 시타자로 등장, 관중들의 환호를 받았다.

미디어 편성표 TV & 라디오

채널	편성명	시작시간	요일
KBS1	일일드라마 前	20:25	월~금
	9시뉴스 後	22:00~21:40	매일
	6시내고향 後	18:55~19:00	월~목·금
	전국노래자랑 後	13:20	일
	KBS뉴스광장 後 (인간극장(월~금) · 남북의 창(토) 前)	07:50	월~금·토
	6시내고향 前	18:00	월~금
CBS FM	김현정의 뉴스쇼 後	08:58	매주 월~금
	변상욱의 이야기쇼 後	08:58	토
	CBS 광장 後	08:58	일
	유영석의 팝콘 2부 前	17:03	1일~21일·월~일 (총 15회)

Q. 경상남도청 축산과에 대해 소개해 주십시오.

A. 우리 축산과는 축산행정담당, 축산경영담당, 축산자원곤충담당, 동물복지담당으로 구성되어 있습니다. 그동안 축산과에서 축산진흥과 방역업무를 총괄하여 추진하였으나 지난해 11월부터 동물방역과가 신설되어 현재는 별도 운영되고 있습니다. 업무분리를 통한 선택과 집중으로 축산진흥을 위한 정책 개발에 더욱더 매진할 수 있게 되었습니다. 특히 경상남도(이하 경남)는 올해 축산정책 목표를 '지속가능한 맞춤형 미래 축산업 육성'으로 정하고 2020년까지 축산소득 1억 원을 목표로 하고 있는데, 이를 위한 기반 확보 하드웨어와 소프트웨어 정책을 동시에 지원하는 데 총력을 기울일 수 있게 되었습니다. 축산업 청정화와 신성장 동력산업을 통해 가축 사육환경이 개선되고, 생산성 향상으로 이어져 한우농가의 실질소득 증대에 큰 도움이 될 거라고 기대하고 있습니다.

Q 경남 한우만의 경쟁력은 무엇입니까? 아울러 한우 경쟁력 강화를 위한 특별한 지원사업이 있다면 설명해 주십시오.

A. FTA 협상 타결로 인한 소고기 시장개방 확대에 능동적으로 대응하는 방법은 한우산업의 경쟁력 확보라고 생각합니다. 따라서 경남은 한우의 체계적인 등록과 개량을 통한 고품질 한우생산 기반을 마련하는데 집중하고 있습니다. 그 결과 거세, 한우등록, 개량을 위한 암소 유전능력평가 사업을 도 자체적으로 지원하여, 자랑스럽게도 전국에서 경남이 가장 많은 엘리트 카우(우량암소)를 보유하고 되었습니다. 따라서 육질등급 1++ 고급육 출현도 높아져 농가의 수익성이 상당히 높습니다. 앞으로도 전국 1위 고품질 한우 보유의 명성을 이어가기 위해, 내실 있는 정책 개발에 힘쓰겠습니다.

**경상남도청 축산과 양진윤(楊鎭潤) 과장**

한우농가의 위기 지속가능한 맞춤형 미래 축산업으로 돌파

FTA, 부정청탁금지법, 무허가 축사 적법화 문제 등으로 최근 어려움을 호소하고 있는 한우농가가 많다. 농가의 소득이 증대될 수 있도록 고품질 한우 경쟁력을 위한 차별화된 정책과 실질적 지원에 모든 역량을 쏟고 있다는 경상남도청 축산과 양진윤 과장을 만나 구체적인 내용을 들어봤다.



Q. 경남이 한우농가를 위해 추진하고 있는 사업에는 어떤 것이 있는지 궁금합니다.

A. 우리 도에서는 한우산업 경쟁력 강화를 위해 총 10개 사업에 111억 원을 투입하고 있습니다. 구체적으로 말씀드리면 △축사시설현대화사업 △한우분야 ICT 융복합확산사업 △축산물 직거래 활성화사업 △우량송아지 생산비육시설 지원사업 △고품질 한우산업 육성 △송아지 생산성 향상 지원 △냉동정액 보관고 지원사업 △한우 초음파 진단료 지원 △한우공동브랜드 육성 △한우 친환경 축산물 인증 지원 등이 있습니다. 고품질 한우생산 기반 구축과 생산성 향상을 통해 한우농가에 직접적인 도움이 될 수 있도록 다양한 지원을 펼치고 있습니다.

특히, 송아지 생산성 향상사업은 2017년부터 도 자체 사업으로 추진하여 설사병, 호흡기병 등 각종 질병에 취약한 포유기 송아지에게 면역증강제 급여로 송아지폐사와 성장장애를 예방하여 송아지 생산성 향상에 많은 도움이 되어 농가로부터 큰 호응을 얻었습니다. 또한 생우 21~29개월령 거세비육우에 대하여 2~3개월 간격으로 초음파 진단료를 지원하는 '한우 초음파 진단료 지원사업'을 통해 한우 사육기간 단축, 농가 생산비를 절감하는 효과를 얻었습니다.

Q. 올해 축산업 정책과제가 '지속가능한 맞춤형 미래 축산업 육성'이라고 하셨는데 관련 정책을 소개해 주십시오.

A. 총 943억 원을 투입하며 크게 4가지 분야로 나눌 수 있습니다. 첫 번째로는 가축사육 환경 개선으로 지속가능한

축산기반 조성입니다. 축사시설현대화 및 ICT 융복합사업, 가축재해보험, 축사시설 환경개선 장비, 가축 폐사축처리시설치를 지원하고 있습니다.

두 번째는 축산업 청정화 및 양질의 조사로 생산기반 구축입니다. 가축분뇨처리시설, 악취방지 개선, 착유세척수 처리시설, 조사로 생산기반 확충을 통해 깨끗한 축산환경 조성에 힘을 예정입니다.

세 번째로는 FTA 체결에 따른 대외여건 변화 대응을 위해 축종별 경쟁력 강화 및 축산농가 경영안정을 지원합니다. 고품질 한우육성, 젖소능력개량, 양돈 및 가금산업 육성으로 축산농가의 어려움을 덜어줄 예정입니다.

마지막으로 신성장 동력산업 육성 및 반려동물 복지수준 향상 사업을 추진해 나갈 것입니다. 말, 양봉, 곤충산업 육성, 유기동물 보호, 동물복지산업 육성을 통해 지속가능한 대외 경쟁력을 확보하여 농가경영 안정화에 이바지하고 도민들의 신뢰를 얻을 수 있도록 노력하겠습니다.

Q. 작년부터 방역업무가 분리되었다고 하셨지만, 경남도청의 방역정책에 대해 간략한 설명을 부탁드립니다.

A. '1 STEP MORE, 1 STEP AHEAD(한 단계 더 한 발짝 더)' 슬로건 아래 가축전염병 상시 방역체계를 구축하고 있습니다. △농가 책임방역 강화 △농가별 맞춤형 방역지원 △가축질병 진단체계 구축 △유관기관 협력체계 구축 △현장방역 대응력 강화 등을 통해 악성 가축전염병 발생 제로를 위해 만전을 기하고 있습니다.

Q. 마지막으로 경남 한우농가에 당부하고 싶은 말씀이 있다면 무엇입니까?

A. 최근 한우 도매가격 상승에 따른 송아지 입식의향 증가로 사육두수 증가세가 본격화될 것으로 예상됩니다. 따라서 송아지 가격이 대폭 하락할 가능성이 있으므로 송아지 입식에 신중을 기하여 주시기 바랍니다. 아울러 구제역 청정화를 위해 시기별 백신 접종, 농장출입시 철저한 개인소독, 주기별 농장 내·외부 소독을 부탁드립니다. 앞으로도 축산과는 한우농가 여러분에게 실질적인 도움을 드릴 수 있도록 함께 고민하며 답을 찾아 나가겠습니다. 🍀

전국한우협회 나주시 지부장·영산강농장 정종안 대표

“한우 개량은 이유가 있습니다”



기획은 위기 속에 있다

“그때는 좋은 한우를 사기 좋은 시기였습니다. 모든 농가에서 한우를 팔아야 하는 상황이었으니까요. 무엇보다 좋은 한우가 시장에 많이 나왔습니다.”

영산강농장의 정종안 대표는 대학에서 축산업을 전공하고 사료업계에서 4~5년 정도 일하다가, 이후에는 가축인공수정사로 활약했다. 하지만 뜻하지 않게 IMF 외환위기가 찾아왔고, 이는 우리나라 축산업의 위기로 이어졌다. “새끼 뺨 암소를 찾는 사람이 없었습니다. 출산하면 비육 기간이 길어지니까요. 굳이 수정하려는 사람이 없었습니다.” 가축인공수정사 일을 계속할 수 있을지, 정 대표의 고민이 깊어졌다.

정 대표는 정공법을 선택했다. 한우농장을 직접 운영하기로 한 것. 물론 이는 곧 주변의 만류로 이어졌다. 하지만 그때까지 적지 않은 기간 축산업계에서 일해 온 정 대표는 그 상황에서 오히려 기회를 포착했고, 모든 반대를 무릅썼다. “소값이 아주 조금씩 우상향하는 것이 눈에 들어왔습니다. 소값이 바닥이라고 판단했습니다.” 정 대표는 종자돈 5000만 원을 마련, 밀소 40두를 축사에 들였다.

그 얼마 후 정 대표의 예상처럼 소값이 오르기 시작했다. 좋은 일은 한꺼번에 찾아온다고 했던가. 소값이 오르자 가축인공수정사를 찾는 사람도 늘었고, 정 대표는 가축인공수정사로도 바쁜 날을 보냈다.

개량의 당위성…치밀하고 면밀하게

“좋은 한우로 키워내려면 유전, 영양, 환경, 방역이 중요합니다. 이 중에서 가장 중요한 것이 유전인데, 유전적으로 좋지 않으면 아무리 영양분과 환경이 좋아도 좋은 한우로 키워내는 데 한계가 있습니다. 개량해야 하는 이유입니다.”

정 대표가 한우 개량으로 눈을 돌린 것은 일본의 소 농장을 다녀와서다. “일본에서는 노부부가 소 세 마리 정도를 기르면 노후를 여유롭게 보낼 수 있다고 하더군요. 개량이 잘 된 소가 낳은 송아지는 비싼 가격에

전라남도 나주시 공산면에 위치한 영산강농장에는 여유로움이 가득했다. 영산강농장의 정종안 대표의 웃음에는 여유가 넘쳤고, 말쑥하게 잘 생긴 한우들이 제시권을 보내는 모습에도 여유가 묻어났다. 약 20년 전 아니 그 훨씬 전부터 차곡차곡 쌓여온 경험과 지식이 만들어낸 내공 가득한 그 여유에서는 평화로움도 느껴졌다. IMF 외환위기 때, 남다른 해안과 역발상으로 한우농가를 시작해 지금까지 단단하게 축사를 키워온 정종안 대표를 만났다.



팔린다는 이유에서였습니다. 사실 그때는 그 말을 이해하지 못했습니다. 당시 우리나라는 한우의 질보다는 양을 더 중시했고, 개량에 대한 인식도 없던 때였습니다.”

하지만 정 대표는 앞으로 한우가 갈 길도 개량임을 직감했고, 우리나라에서도 개량의 중요성이 점점 커질 것이라고 확신했다. 이 예상도 적중했다. 우리나라에 등급제가 도입되면서 한우의 양보다 질이 중요해졌고, 개량의 필요성도 높아졌다.

정 대표가 개량을 시작한 때는 한우 개량에 대한 인식이 크지 않던 때라, 그 여정이 쉽지는 않았다. 하지만 정 대표에게는 축산업이란 한 길을 걸으며 차곡차곡 쌓아온 경험과 지식이란 든든한 밑천이 있었다. 정 대표는 한우 개량 포인트가 무엇인지 잘 알고 접근했고, 이는 개량의 속도를 높이는 데 일조했다.

정 대표는 개량 목표를 정해 놓고 그 목표를 달성하기 위한 정책을 선택하는 방식으로 계대를 개선해 나갔다. 예를 들어 우리나라에는 육량과 육질 두 마리 토끼를 모두 잡을 수 있는 한우의 정액이 없다. 이에 정 대표는 육량이 좋은 한우에서 태어난 한우는 육질이 좋은 한우의 정액을, 그다음에는 육량이 좋은 한우의 정액을 또 그다음에는 육질이 좋은 한우의 정액을 주입하는 방식을 도입했다. “결국, 어느 대에서는 잘 크고 육질도 좋은 한우가 나오게 됩니다.”

이런 방식으로 정 대표는 한우의 모든 요소 모든 부위 하나하나를 신경 쓰며 한우 개량을 해 왔다. “한우 개량은 과학입니다.”

인정을 받는다는 것

“개량하면 할수록 개량의 중요성을 더욱 크게 깨닫고 있습니다.”

이렇게 개량 과정을 거치면서 영산강농장에는 어느새 영산강농장 태생의 한우로만 300두가 채워졌다. 100두, 200두 등을 넘을 때마다 성장통은 있었지만, 결국 목표를 이뤄냈다. 앞으로 영산강농장은 500두의 한우가 자라는 곳이 될 것이고, 이를



영산강농장의 자가인공수정 비법 '3'

1 산차를 줄여라.

평균 분만 간격 11.5개월, 마리당 1년 1산을 목표로 운영하고 있다. 이를 위해 공태기간은 40~60일을 원칙으로 한다

2 경쟁이 덜한 후보씨수소 정액을 활용한다.

경쟁이 심해 확보하기가 어려운 보증씨수소 정액 대신에 위험부담은 있지만 경쟁이 덜한 후보씨수소 정액을 활용하기도 한다. 후보씨정액을 잘 선별하려면 무엇보다 '기록'이 중요한데, 우리농장 한우에 잘 맞는 정액을 찾으려면 우리농장 한우에 대해 먼저 잘 알아야 한다

3 가을걷이 등으로 농장이 바쁜 시기에 분만하는 상황은 피한다.

인공수정 시기를 8월까지 늦어도 9월까지만 실시한다. 벼집 수거 등으로 바쁜 시기에 분만하면 암소와 송아지를 제대로 관리하기가 어렵다

위해 정 대표는 축사 두 동을 신축할 준비를 하고 있다.

정 대표의 그간의 노력은 각종 수상 소식으로도 이어졌다. 2016년 전남 서부권 녹색한우조합공동사업법인이 주최한 녹색한우품질대상에서 대상을 받은 것을 시작으로, 제15회 전국축산물품질평가대상 장려상, 2017년 농협경제지주 한우개량농가 우수사례 공모전 우수상, 제35회 전라남도 한우 경진대회 번식2부 최우수상, 녹색한우인상 등을 수상했다. “이런 대회 참가는 한우농가의 성장을 위해서도 필요합니다. 그 문턱을 넘으려고 고민하다 보면, 배우는 것이 정말 많습니다.” 정 대표는 올해 ‘전국한우능력평가대회’에 출전했다고 밝혔다. 그 결과는 내년 10월에 알 수 있다. “정성껏 길러낼 것입니다. 대단한 한우농가가 많아서 기대했던 성적을 받지 못할 수도 있습니다. 하지만 그래도 그때까지 설레는 마음으로 정성을 다해 길러낼 것입니다.”



5월은 마른 풀사료 만들기 좋은달

사료작물 이삭 80% 패고 4일 이상 비 예보 없을 때 제조

5월은 ‘저(低)수분 저장 풀사료’를 만들기에 좋은 때이다.

농촌진흥청에 따르면 우리나라에서도 대표 겨울 사료 작물인 이탈리아인 라이그라스(이하 IRG)를 이용하면 건조(수분 함량 20% 이하), 헤일리지(수분 함량 40% 전후) 등 다양한 저수분 저장 풀사료를 만들 수가 있다.

수확 시기를 맞은 IRG는 이삭이 80% 정도 팽 즈음 4일 이상 연속으로 비가 오지 않는 날을 정해 저수분 저장 풀사료를 만들 수 있다.

우선 이슬이 걷히는 오전 9시 이후에 수분 증발 촉진 장치를 부착한 모우어 컨디셔너로 수확한 후, 반나절에서 하루 정도 그대로 뒤 바람과 햇빛으로 수분을 날려 보낸다.

수확한 작물로 건조를 만들려면 수확한 다음 날부터 3일 정도는 1일 1회 뒤집는 기계(테더)로 뒤집어(반전) 줍야 한다. 헤일리지를 만들려면 풀을 벤 후 2일 정도 뒤집는 작업을 해 줍야 한다.

마지막으로 잘 말린 풀은 집초기(풀 모으는 기계)로 모아 바람골을 이용해 반나절 정도 더 말린 다음, 오후에 두루마리(롤) 형태로 만들어 비닐로 감으면 된다(곤포 작업). 이렇게 보관하면 품질 변화 없이 질 좋은 상태로 한우에게 먹일 수 있다.

수확량이 40톤 이상으로 많다면 뒤집는 횟수를 1일 2회로

늘려준다.

만약 하루 정도 비가 오는 날이 있다면 어떻게 할까? 풀을 벤 후 첫날 비를 맞혔더라도 그 후 4일 정도 뒤집어 주면 품질에 큰 변화 없이 건조를 생산할 수 있다. 만약 건조를 만드는 중간에 비가 오면 말리는 것을 멈추고 헤일리지용 풀사료 미생물 첨가제를 넣는 것이 좋다.

농촌진흥청 국립축산과학원 초지사료과 김지혜 농업연구사는 “다양한 저수분 저장 풀사료 생산으로 국내산 풀사료의 활용도를 높이면 수입 풀사료를 대체할 수 있다”며 농가의 관심을 당부했다.

한편, 농촌진흥청은 호밀 수확기를 맞아 사용 목적에 따라 수확 시기를 달리해 품질 좋은 풀사료를 생산할 것을 당부했다.

꽃베기·건초용은 이삭이 패기 직전에 수확하는 것이 좋는데, 이때 건물 수량은 낮지만 조단백질 함량이 높고 가축이 잘 소화하지 못하는 리그닌 성분의 함량이 낮기 때문이다.

사일리지용은 조단백질 함량, 소화율, 가소화양분총량(TDN) 등을 고려할 때 이삭이 패고 10일이 지나기 전에 수확하는 것이 좋지만, 수량을 확보하려면 20일 전까지도 무난하다. 이 시기가 지나면 식물체가 쓰러져 수확하기 어렵고 사료 가치도 떨어진다. 🌾

(자료: 농촌진흥청)

〈풀사료 만드는 과정〉



1 반전(뒤집기)



2 집초(풀 모으기)



3 롤 작업(감기)



4 건조 완성

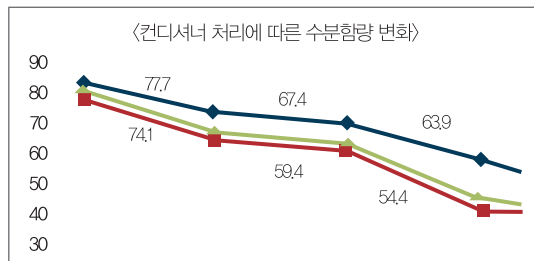
‘수분 함량 낮은 풀사료’ 만드는 법

□ 건조 생산 시 수분 함량 변화

① 수확 시 컨디셔너를 부착해 예취(풀을 베)(1일)

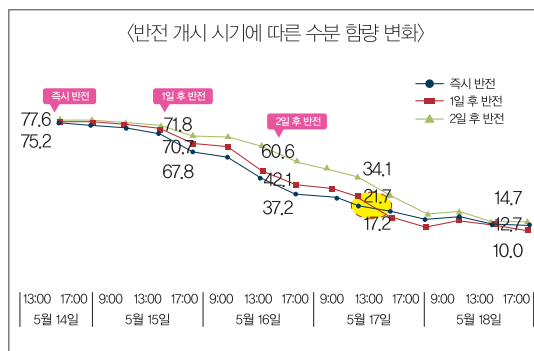
– 식물체에 물리적인 조건을 가해 수분을 빨리 빠져나가게 함

* 컨디셔너 처리 유무에 따라 건조 소요 일수 단축 가능



② 반전 시 반전기를 이용해 수분이 골고루 빠져나가게 함(2~3일)

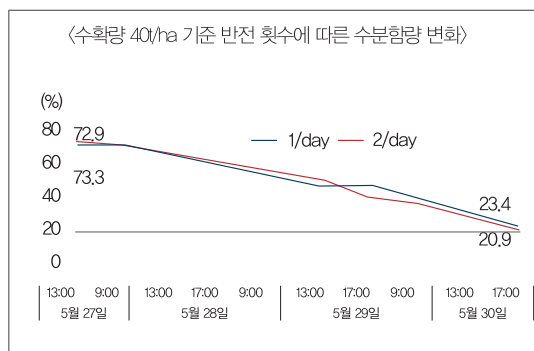
– 예취한(풀을 베) 다음 날부터 반전(뒤집는) 작업 개시



– 수확량 40t/ha(건물 기준) 이상일 때 1일 2회 반전 시

건조 후기로 갈수록 2회 반전 효과가 나타남

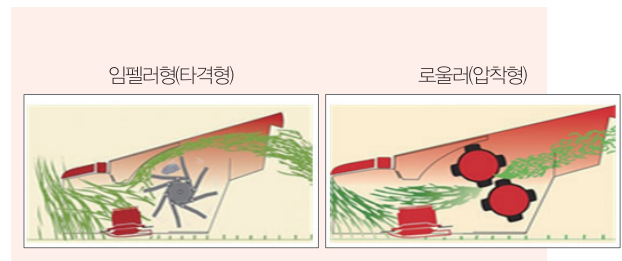
*40t/ha 미만일 때는 1일 2회 반전과 2회 반전 차이가 없었음



□ 수확 및 건조를 위한 장비 활용

● 수확 시 컨디셔너를 부착해 예취(풀을 베)

– 컨디셔너의 종류와 특성



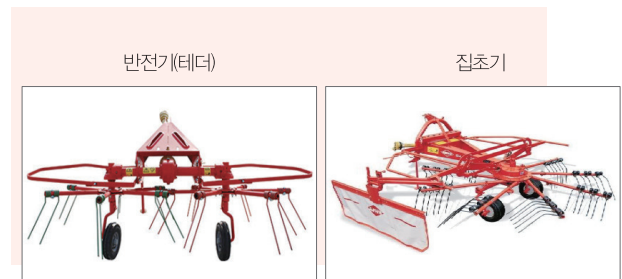
● 반전기와 집초기

– 반전기는 수확한 식물체를 뒤집고 펼쳐줘 아래위

골고루 수분이 증발할 수 있도록 함

– 집초기는 곤포 작업에 앞서 풀을 한곳으로 모아

작업이 용이하게 함



〈자료 : 농촌진흥청〉



알림광장

이달의 한우 행사 소식입니다

www.hanwooboard.or.kr

그린플러그드 2018

- 주관 : 한우자조금
- 일자 : 2018년 5월 19일 ~ 5월 20일
- 장소 : 난지한강공원
- 주요내용 : 한우 푸드트럭 운영
다양한 이벤트 진행

곡성장미축제

- 주관 : 전국한우협회 전남도지회
- 일자 : 2018년 5월 23일 ~ 5월 24일
- 장소 : 곡성섬진강기차마을
- 주요내용 : 한우 시식

국회 동심한마당 축제

- 주관 : 한우자조금
- 일자 : 2018년 5월 26일
- 장소 : 국회잔디광장
- 주요내용 : 한우 푸드트럭 운영
다양한 이벤트 진행



웹진으로 만나는 한우자조금

네이버에서 '한우자조금 웹진'을 검색하세요!

한우자조금 소식지 <한우자조금>을 반응형 웹진으로 만날 수 있습니다.

스마트폰으로 <한우자조금> 표지 또는 아래의 QR코드를 검색창에 갖다 대면 웹진이 자동으로 연결됩니다.

더 편리하게 바뀐 웹진 <한우자조금>을 많이 사랑해주세요.

웹진 <한우자조금>은 한우자조금관리위원회 홈페이지 www.hanwooboard.or.kr 에서 볼 수 있습니다.

모바일 웹진 을 설치하세요.

안드로이드

- ① 네이버 QR코드 스캔을 통해 웹진 <한우자조금> 홈 화면 열기
- ② 웹진 <한우자조금> 홈 화면의 오른쪽 하단에서 '더보기' 클릭
- ③ '더보기'에서 '홈 화면 추가'를 누르면 아이콘 생성 완료



아이폰

- ① 네이버 QR코드 스캔을 통해 웹진 <한우자조금> 홈 화면 열기
- ② 웹진 <한우자조금> 홈 화면의 오른쪽 하단에서 '더보기' 클릭
- ③ '더보기'에서 'Safari로 열기'를 클릭
- ④ Safari의 하단 '공유'를 클릭한 후 '홈 화면 추가'를 클릭하면 아이콘 생성 완료

* QR코드 스캔 방법

- ① 모바일 네이버 검색창 오른쪽의  를 클릭
- ② 아래로 옵션이 확장되면  QR코드를 선택해 클릭
- ③ 자동인식창에 QR코드를 대면 웹진으로 연결

푸짐한 선물이 팡팡! 웹진 이벤트에 참여하세요.

응모방법

옆의 방법에 따라 핸드폰에 웹진 <한우자조금> 아이콘을 생성한 뒤, **웹진 이벤트 페이지** 댓글에 **한우 응원글을 남겨주세요.** 댓글쓰기 아래의 정보란에 정보를 남겨주셔야 참여할 수 있습니다. 참여하신 분 중 추첨을 통해 푸짐한 선물을 보내드립니다.

응모기간 2018년 5월 31일(목)까지

당첨자발표 2017년 6월호 한우자조금 소식지 및 개별 연락문의 02-324-6852

지난호 당첨자

한우육포

조영민, 시골농부

한우야 놀자

김예숙, 이경민, 이재우, 최용숙, 최정훈, 황윤성, 정상

한우버거

김보람, 이수정, 이승우, 이정은, 이효정, 윤문기, 최선주, 한화진, 송익, 찬익

* 사진은 이미지입니다. 실제 상품과 다를 수 있습니다.

* 5만 원 이상 경품에 대해서는 한우자조금 소식지 협력사인 디자인신화에서 제세공과금을 부담하며, 제세공과금 납부와 관련해 개인정보를 요구할 수 있음을 알려드립니다.



모두가 좋아하는 영양만점 간식
<한우육포> 2명



한우 사육의 지침서
<한우야 놀자> 10명



두툼한 한우패티가 버거 속에
<한우불고기버거> 10명

한우 비즈링 무료통화연결음

한우자조금에서 비즈링(컬러링)을 무료로 제공해 드리고 있습니다.

한우자조금 사이트 www.hanwooboard.or.kr에 방문하셔서 메인화면 '알림·홍보' ▶ '홍보자료' ▶ '한우송 듣기' ▶ '비즈링 신청'

▶ **신청서 작성** 순으로 진행하시면 됩니다.

* 차후 비즈링 해지는 고객센터 1544-3205로 전화주시면 됩니다.

듣기 좋고
귀여운
비즈링~
친구·지인들이
좋아해요~

HANWOO
BIZ
Ring



한우를 준비하는 엄마의 마음처럼

“한우가 당신의 일상을
특별하게 만들어 줍니다”



2018년 한우 홍보대사
한혜진