

본 소식지는
한우자조금으로
제작되었습니다

04

하이슈

2019년 한우 TV광고
촬영 현장 스케치

08

농가를 찾아서

강석준 석준농장 대표

12

자조금 소식

'2019년 설맞이
한우 직거래장터' 성료

22

협회 소식

한우협회 OEM 사료
본격 출시

26

한우 시장

1월 한우가격 및 출하
동향



2019년 한우 홍보대사 배우 남궁민 씨

Contents

2 0 1 9 . 0 2 v o l . 1 6 0

04

햇이슈
2019년 한우 TV광고
촬영 현장 스케치

08

농가를 찾아서
강석준 석준농장 대표

10

방송에서 만난 한우
설에도 한우가 진리!

12

자조금 소식①
'2019년 설맞이
한우 직거래장터' 성료

14

자조금 소식②
2019년 한우 홍보대사에
배우 남궁민 씨 위촉

15

자조금 소식③
'2019년 설맞이 한우
소비촉진 행사' 개최

16

자조금 소식④
축산전문지 기자간담회 열어

17

자조금 소식⑤
2019년 미디어
트레이닝 진행

18

자조금 소식⑥
'2019년 한우농가
생산성향상 및 정책교육'
실시

20

자조금 소식⑦ ⑧
'송아지 면역증강제
분석조사' 결과
'2018년 2차 사료성분
분석조사' 결과 발표

21

자조금 소식⑨
'홍콩 한우고기 수출 활성화
방안 연구' 최종 보고서 발표

22

협회 소식①
한우협회 OEM 사료
본격 출시

23

협회 소식②
저능력 미경산우
비육사업 안내

24

아하 그렇군요
PPL 시청하기

25

건강 상담소
성인 예방접종 안내서

26

한우 시황
1월 한우가격 및
출하 동향

발행일 2019년 2월 15일 **발행인** 민경천 **발행처** 한우자조금관리위원회 서울시 서초구 서리풀 3길 20-1(서초동) 커피아회관 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

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

지난 겨울

전국 방방곡곡에서

한·우·농·가

한·우·나·눔

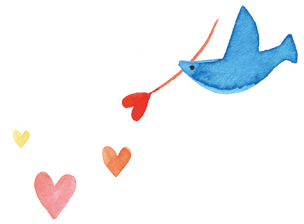
행사 소식이 이어졌습니다.

누군가의 고단하고 쓸쓸한 삶에

마음과 사랑과 희망을 더한

사랑의 한우나눔 소식은

추운 겨울을 훈훈하게 달렸습니다.



나와 네, 우리가 모두 함께 잘 사는 행복!

우리가 우리를 위로하며 빈칸을 채워나가는 희망!

우리의 마음과 마음에 다정함을 더하는 기쁨!

한우자조금은

한우농가 여러분이

기꺼이 내민 정다운 손길에서

이런 행복과 희망과 기쁨을 배웠습니다.



한우농가 여러분의

새봄처럼 따스한 마음이

대한민국 방방곡곡에 잘 스며들도록

언제나 마음을 다하겠습니다.

2019년 한우 TV광고 촬영 현장 스케치

인생 맛있어진다! 우리 한우

2019년 한우 홍보대사에
위촉된 배우 남궁민 씨가
본격적인 활동에 돌입했다.
그 첫 번째 활동인 TV 광고 촬영이
지난 1월 17일 경기도 파주의 한
스튜디오에서 진행되었다.
“인생, 맛있어진다! 우리 한우”라는
콘셉트로 제작한 캠페인 광고는
2월 4일부터 브라운관을 통해
시청자를 만나고 있고,
“명절, 맛있어진다! 우리 한우”라는
콘셉트의 상업 광고는 명절 시즌을
겨냥해 1월 26일부터 2월 3일까지
전파를 탔다.





• REC



00:00:00

3...2...1...1...2...3

한우의 가치와 매력을 담다

2019년 광고 캠페인의 슬로건은 바로 “인생, 맛있어진다! 우리 한우”. 수입산 소고기에 대한 심리적 저항은 낮아지고 한우에 대한 가격 저항이 높아지는 점을 감안, 가격이 비싸도 한우를 선택할 수 있는 ‘확실한 이유’를 전하는 것이 이번 광고 캠페인의 목표다. 한우에 대한 충성도가 높은 50대 이상의 연령층보다는 상대적으로 소비율과 충성도가 낮은 30~40대의 남녀 소비를 이끌어내는 것이 주요 포인트.

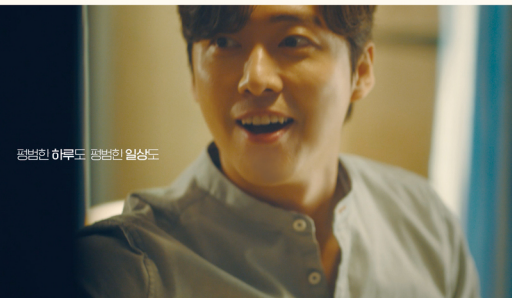
이번 광고 캠페인에서는 가격보다 심리적 만족을 높이는 ‘가심비’와 과시가 아닌 자신의 ‘취향과 신념’을 지키는 데 초점을 맞췄다. 가격 저항을 뛰어넘을 수 있는 한우의 감성적 가치를 전달하는 것, 주요 타깃층이 스스로 한우를 선택할 수 있도록 한우의 가치를 적극적으로 표현하고 공유할 수 있도록 유도하는 것이 2019년 광고 캠페인의 핵심 전략이다.

단순히 허기를 채우는 식사 또는 맛있게 먹는 식사를 넘어 ‘심리

적 만족감’까지 주는 식사. 인생을 풍요롭게 하는 한우의 가치와 매력을 “인생, 맛있어진다. 우리 한우”라는 슬로건에 담았다.

배우 남궁민 씨를 통해 표현된 ‘맛있는 인생’

이번 광고 캠페인을 누구보다 잘 표현하고 소비자에게 긍정적으로 다가가는 데는 홍보대사 남궁민 씨의 역할이 가장 컸다. 탄탄한 연기력으로 남녀노소 수많은 팬을 거느린 남궁민 씨는 2017년 방영한 KBS 드라마 ‘김과장’으로 직장인의 워너비로 등극하는 등 인기 상승세를 이어가고 있다. 또한, 인스타그램 팔로수가 73만 명에 달하는 SNS 인플루언서이기도 하다. 실제로 한우 광고 촬영 현장과 홍보대사 위촉식 사진을 SNS에 게재해 폭발적인 관심을 이끌어낸 남궁민 씨는 한우 홍보대사로서 적극적인 자세와 우호적인 평판으로 한우를 알리는 데 큰 시너지를 발휘할 것으로 기대된다. 3월부터 KBS 드라마 ‘닥터 프리즈너’에서 천재 외과의사로 출연할 예정이다.



평범한 하루도 평범한 일상도



한우가 있으면



나만의 파티가 되고

2019년
광고 캠페인
On-Air

한우

평범한 하루도
평범한 일상도
한우가 있으면
나만의 파티가 되고
뜻밖의 로맨스가 되고
동창회가 아닌 미식회가 되고



뜻밖의 로맨스가 되고



동창회가 아닌 미식회가 되고



우리가 된다

기념일이 되고
한밤의 축제가 되고
우리가 된다
인생은 결국, 맛있게 먹고 사는 일
그래서 한우가 당신 곁에
있습니다.

「인생, 맛있어진다」
우리 한우



이 캠페인은 농림축산식품부와 농림수산자원관리공단에서 후원합니다.



2019년 광고 캠페인 내용

단순히 한 끼의 식사가 아니라 한우를 통해 인생을 풍요롭게 한다는 내용이 40초 캠페인 광고 영상에 담겼다. '평범한 하루도, 평범한 일상도 한우가 있으면 나만을 위한 파티가 되고'라는 카피와 함께 혼자 한우를 즐기는 남궁민의 모습이 연출된다. 이어 '뜻밖의 로맨스가 되고, 동창회가 아닌 미식회가 되고, 한밤의 축제가 되고'라는 카피와 함께 한우를 즐기는 사람들이 등장하면서 '우리가 된다'는 카피와 함께 남궁민 씨를 포함한 가족과 이웃들이 한우 요리로 홈파티를 즐기는 모습이 담긴다. 광고는 '인생은 결국 맛있게 먹고 사는 일, 그래서 한우가 당신 곁에 있습니다. 인생, 맛있어진다. 우리 한우'라는 내레이션으로 마무리된다.

설 명절을 겨냥한 15초 상업 광고는 명절 연휴에 모처럼 모인 가족이 각자 무료한 시간을 보내는 중 한우 요리가 등장하자 한 자리에 둘러앉아 화목한 시간을 보내게 된다는 스토리를 담았다. '명절, 맛있어진다. 우리 한우'라는 카피로 마무리되는 이 광고는 한우를 통해 평범한 명절이 가족과의 소통을 불러일으키는 가치 있는 시간으로 바뀌었다는 점을 강조하며, 한우 소비촉진을 이끌어냈다.

중독성 강한 멜로디로 제작한 라디오 광고도 청취자들의 주목을 끌 것으로 기대한다. '지혜 씨, 한우 먹고 남편 자랑 / 민호 씨, 한우 쏘고 자기 자랑 / 정아 씨 한우 먹고 한우 자랑 / 모두의 자랑이 되는 우리 한우 / 역시, 우리 한우답죠? / 매일 자랑하세요. 우리 한우'라는 경쾌한 카피와 음악으로 제작한 광고는 주요 라디오 채널을 통해 선보일 예정이다. 🎵

Mini Interview

66

한우농가 여러분에게
도움이 되었으면 좋겠습니다

99

평소 한우를 너무 좋아하는데, 이렇게 한우 홍보대사가 되어 활동하게 되니 정말 기쁘고 자랑스럽습니다. 한우는 맛과 영양이 풍부한 대한민국 대표 먹거리잖아요. 또 한우농가 여러분께서 정성껏 키운 고기이기 때문에 품질도 좋고 맛있을 수밖에 없는 것 같습니다. 한우의 맛과 영양 그리고 가치를 국민에게 적극적으로 홍보하기 위해 열심히 공부할 계획입니다. 제가 더 많이 알아야 더 자신 있게 홍보할 수 있으니까요. 한우 홍보가 잘 되어서 소비가 늘어나 한우농가 여러분에게도 도움이 되었으면 하는 바람입니다. 2019년도 한우 홍보대사로서의 활동 지켜봐주시고 응원 부탁드립니다. 저도 열심히 뛴겠습니다. 감사합니다.

한우 홍보대사 남궁민
2019. 1. 17
한우 홍보대사 남궁민



석준

농장

강석준

대표



“열심(熱心)과·정성(精誠) 그것으로 충분했다”

약 15년 전에는 혼자였는데, 이제는 네 식구가 됐다. 그 시간에 약 30두였던 한우는 210두로 늘었다. 충청북도 청주시의 석준농장은 그렇게 지난 15년 동안 식구를 늘려왔다. 그 세월에 석준농장 강석준 대표가 하루도 아끼지 않고 청춘의 열정을 뜨겁게 달궜은 덕분이다. 그 열심과 노력이 차곡차곡 쌓여, 지금 석준농장은 풍성한 결실도 보고 있다. 물론 이것이 석준농장의 결말은 아니다. 이제부터 진짜 석준농장으로 거듭날 것이기에.

열심히 해야 하는 이유

대학에서 과수과를 전공했고, 과수원과 젖소농장을 운영하던 아버지를 뒀던 석준농장 강석준 대표가 한우농장 운영을 결심한 이유는 단 하나였다. “한우가 좋았습니다.” 강 대표는 대학 졸업 후 곧바로 약 6개월간 한우농장에서 실전 경험을 쌓은 후, 한우 약 30두를 들여 한우농장을 차렸다.

처음에는 한우농장 운영으로 수입이 발생하지 않았으므로, 강 대표는 아르바이트란 아르바이트는 모두 섭렵해야 했다. 하지만 그것이 힘들기는커녕 오히려 재미가 있었다. 당시 강 대표는 동네에서 ‘강반장’으로 통할 정도로 동네 잡일이란 잡일은 도맡아서 했다고. “처음 2~3년은 투자가 필요한 시간이었으니까요.”

그러면서 강 대표는 열심히 살아낸 덕분에 사랑하는 아내와 좋은 인연을 맺을 수 있었다고 자랑했다. 강 대표 아내도 “자기 일을 그렇게 열심히 하는 모습이 정말 멋있었다”고 당시를 회고했다. “한우가 밥을 먹을 때 가장 행복하다는 그 말이 정말 인상적이었어요.”

정성을 다해야 하는 이유

강 대표는 사양관리를 하면서 무엇보다 한우를 폐사시키지 않으려고, 정성으로 한우를 돌봤다. “실습 나갔던 한우농장에서 적지 않은 두수의 송아지를 폐사시켰습니다. 충격이었어요. 실제로 그 일이 우리 농장에서 일어난다면, 지금도 아찔합니다. 그때 그 농장 대표님께서 ‘너희 농장을 운영할 때는 이런 일이 없도록 하라’고

말씀하셨는데, 그 말이 아직도 묵직하게 남아있어요. 한우를 어떻게든 살리려고 노력했습니다.” 이렇게 열심과 열정을 다한 석준농장은 매해 사육두수를 늘리며 성장해 왔다.

사육두수가 늘면서 강 대표는 무엇보다 질병 관리에 만전을 기했다. “질병은 예방이 중요하니까요. 무엇보다 백신 예방 접종을 철저히 하고 있습니다.” 깨끗한 사육 환경도 중요하기에, 강 대표는 겨울에도 한 달에 한두 번은 축사를 청소할 정도로 깨끗한 농장을 유지하는 데 정성을 다하고 있었다.

성심을 다한 결과

강 대표는 농장에서 처음 송아지를 받았을 때의 기억이 아직도 생생하다. “‘석진’이란 이름을 지어줬어요. 동생 같은 느낌이랄까요. 송아지가 커나가는 모습을 지켜보는 기쁨이 매우 큼니다. 관찰하다 보면 사양관리, 한우개량의 방향도 정하게 되고요.”

버텨낸 결과

“한우농장을 운영하려면 어떠한 파고가 와도 최소 5년은 버텨겠다는 각오가 있어야 합니다.”

지난 15년간 한우농장을 운영하면서 늘 꽃길만 걸어온 것은 아니다. 반복되는 일상이 꼭 지켜야 하는 일과가 부담될 때도 있었고, 그래서 단 하루의 여유가 그림기도 했다. 아주 가끔은 나이가 어려서, 서러웠던 날도 있었던 것 같다.

이런 날을 견디게 만든 것은 강 대표 자신이었다. 강 대표는 한 번 시작하면 끝을 보는, 우직한 사람이었기에. “버텼습니다. 꼭 참고.” 버텨냈기에 올해 새로운 출발선에 선 석준농장에 기대와 설렘이 가득할 수 있으리라.

석준농장은 올해 제3축사 신축에 들어간다. “여기(제2축사)는 아버지의 도움이 밑바탕이 된 곳입니다. 그것을 기반으로 제3축사는 처음부터 끝까지 제힘으로 올립니다. 제3축사가 석준농장의



강 대표는 한우농장을 시작할 때부터 한우개량에 힘썼다. 사양관리 등으로 바쁜 중에도 필요한 교육에 빠지지 않고 전문성도 키웠다. 지난 15년간 강 대표가 받은 교육 수료증만 한 꾸러미이다. 강 대표가 젊은 감각으로 사양관리와 한우개량에 새로운 방식을 발빠르게 도입할 수 있었던 데도 교육의 힘이 컸다.

전문가의 도움도 적극 활용했다. “현재 함께 일하는 인공수정 사님이 신경을 매우 많이 써 주셨습니다. 덕분에 한우개량 방향도 시기에 맞춰 조절할 수 있었습니다.”

그렇게 ‘석준농장 한우가 다른 농장보다 월등히 좋다’는 평가가 이어졌고, 지난해에는 그동안의 한우개량에 대한 성과를 공식적으로 인정받았다. 충북한우경진대회에서 경산우 번식암소 3부에서 최우수상을 받은 것. “앞으로 더 열심히 해서 전국대회에서도 입상하고 싶습니다.”

결말은 아니지만, 그 축사가 완공되면 정말 뿌듯할 것 같습니다.” 제3축사에는 ICT 시설을 적극 적용할 예정이다. 이는 가족들과 더 많은 시간을 보내겠다는 강 대표의 의지이기도 하다. “약 3년 전에 가족들과 처음으로 여수로 여행을 다녀왔습니다. 첫 가족여행이었습니다. 참 추웠는데, 아내와 아이들이 정말 좋아하는 모습을 보고 가족들과 여행을 더 많이 다니겠다고 다짐했습니다.”

그러면서 강 대표는 앞으로는 한우를 사랑하는 만큼 가족들에게도 사랑을 적극 표현하겠다고 강조했다. “이제부터는 미뤄뒀던 가족들과의 시간을 찾으려고 합니다. 앞으로는 가족들에게 저의 진심을 모두 표현하면서 살 것입니다.”

새로운 희망과 따뜻한 사랑으로 열심과 열정을 달궈갈 강 대표의 새로운 시간에 응원을 더한다. 🍀



설에도 한우가 진리!

민족 최대의 명절 설에도 역시 한우였다. 1월 방송에서 만난 한우는 설을 준비하는 소비자들의 마음을 사로잡으며 설 한우 소비촉진에 기여했다. 한우농가에서 정성 들여 건강하게 키운 한우의 우수성을 전달한 것은 물론 이렇게 우수한 한우를 저렴하게 살 수 있는 한우직거래장터, 대형유통업체 할인행사 등을 소개, 시청자들의 마음을 사로잡았다. 설 명절을 맞아해 선보인 한우 설 음식은 시청자들의 입맛까지도 사로잡았다.



설에 한우를 제대로 만나다

1 KBS2TV<생생정보>

1월 25일 방송



전통시장에서 만난 한우!

명절 선물로 가장 인기가 있는 한우 선물세트. 이날 방송에서는 질 좋은 한우를 저렴하게 살 수 있는 전통시장을 소개, 한우 소비촉진은 물론 전통시장 활성화에도 기여했다. 시장에서 직접 가공해서 한우고기를 저렴하게 팔 수 있다는 정보는 한우의 질에 대한 신뢰도를 높였다. 여기에 가격도 싸고 맛도 좋아서 이곳을 찾았다는 소비자 멘트는 시청자들의 구매욕을 자극하기 충분했다. 방송에서는 전통시장에서 명절을 앞두고 제기차기 등의 설 이벤트로 소비자들에게 즐거움을 주는 장면도 나왔는데, 이는 한우와 전통시장의 정겨움을 알리는 데 손색이 없었다.

2 KBS2TV<아침이좋다>

1월 29일 방송



설에 한우 갈비 떡국 한 그릇 하शल래!

옥수수, 비지, 맥주 부산물을 섞어 발효한 사료를 먹이며 정성 들여 한우를 키우는 한우농가 사양관리법이 전파를 탔다. 애정을 듬뿍 받고 자란 한우의 우수성은 굳이 설명하지 않아도 고스란히 안방으로 전달됐다. 이렇게 우수한 한우를 저렴하게 살 수 있는 곳으로 닥터세프 황인철 박사가 선택한 곳은 대형유통업체 할인행사장. 이곳에서 황인철 박사는 한우 OX퀴즈를 진행, 시청자들에게 한우를 제대로 알리는 데 기여했다. 한우를 제대로 즐기는 요리법으로 소개한 '한우 갈비 떡국'은 기존의 떡국과는 차별화를 이룬 요리법으로 시청자들의 호응을 끌어냈다.

3 KBS2TV<생생정보>

1월 29일 방송



한우 잘 먹고 잘 사는 법

설날에 가장 받고 싶은 선물 1위, 온 가족이 먹기에도 제격인 한우를 잘 먹고 잘 사는 방법을 소개, 설 한우 소비 활성화에 일조했다. 철저한 관리로 적정 사육두수만 키우는 한우농가의 모습을 비롯해 도축·가공 단계에서도 체계적으로 관리되는 한우의 모습은 한우가 매우 안전하게 관리되는 축산물임을 시청자들에게 각인시키기 충분했다. 또한, 한우를 저렴하게 살 수 있는 한우직거래장터, 대형유통업체 할인행사, 한우인증점 등을 소개, 설 한우 소비촉진에 기여했다. 방송에서 소개한 '한우 떡말이' 요리는 이색 한우요리로 시청자들의 관심을 한몸에 받았다.



2



5



2월 한우자조금 TV·라디오 광고 스케줄

채널	편성표	요일 및 날짜	시간
KBS1	인간극장 前	수요일(6일)	7:49
	노래가 좋아 前	토요일(9일·16일·23일)	10:29
	6시내고향 前	수요일·목요일·금요일(6일·7일·8일·27일·28일)	17:59
KBS2	주말연속극 前	일요일(24일)	19:54
	일일드라마 前	월요일·목요일(11일·14일·18일·21일·25일)	19:49
	일일드라마 前 → 설특집영화 캡틴아메리카(시빌워) 前	월요일(4일)	19:24
	영화가 좋다 前	토요일(9일·16일·23일)	10:19
	해피투게더 재 前	토요일(9일)	15:19
	KBS 양코르(재방프로그램)前	화요일(19일·26일)	10:59
CBS 표준 CBS	김현정의 뉴스쇼 2부 후(後)	월요일~금요일(총 20회)	8:34



설에 한우 직거래장터를 만나다

4 SBS<모닝와이드>

1월 31일 방송



“한우 직거래장터로 오세요”

한우 직거래장터 개장 직전의 모습이 전파를 탔다. 이날 방송에서는 한우 직거래장터가 이른 시간부터 소비자들 줄을 서서 기다릴 정도로 인기가 좋고, 1등급부터 1++등급까지 기호와 취향에 맞게 선택할 수 있으며, 시중가보다 30%~35% 정도 저렴하게 살 수 있다는 등의 장점을 언급, 시청자들의 발걸음을 재촉했다. 여기에 한우가 철저한 방역 시스템 하에, 해설회를 받은 사료, 무항생제 사료 등으로 안전하게 길러지고 있으며, 가공단계에서도 깨끗하게 관리하고 있다는 점을 보여주는 장면은 한우가 안심 축산물임을 알리며 소비촉진을 도모하기에 부족함이 없었다.

5 SBS<생방송투데이>

1월 31일 방송



설에는 우리 한우가 최고

한우 직거래장터의 첫날 풍경이 방송됐다. 한우 직거래장터에서 한우를 고르며 미소짓는 소비자의 모습은 품질 좋은 한우를 저렴한 가격으로 살 수 있는 한우 직거래장터의 만족도를 생생하게 전달하기 충분했다. 방송에서는 방목으로 육질 개선과 면역력을 높이고 있는 한우농가를 소개하며 한우의 우수성도 직접 보여줬다. 한우의 다양한 부위와 맛을 알리며 시청자들의 호기심도 자극했다. 이날 방송에는 한우 홍보대사 남궁민 씨가 출연 “양질의 한우를 먹으면 건강에 많은 도움이 된다”라며 한우의 우수성을 알리는 데 이바지했다.

6 SBS 파워FM 등 라디오

1월 29일·1월 30일 방송



한우 직거래장터는 라디오 주파수를 타고~

인기 많은 라디오 주파수를 타고 한우 직거래장터 행사 소식이 청취자들에게 전해졌다. 높은 인기를 구가하는 DJ들의 “설 명절을 맞이해 1월 31일부터 2월 2일까지 청계광장에서 우리 한우를 파격적인 가격에 판매하는 한우 직거래장터가 열린다고 하네요. 이번 설엔 한우하세요!”라는 멘트는 한우 직거래장터 홍보와 직결됐다. 라디오에서는 청취자들에게 한우 선물세트를 증정하며 청취자들의 열렬한 한호도 받았는데, 역시 설 선물에는 한우가 진리였다.



1

‘2019년 설맞이 한우 직거래장터’ 성료 최다 인파 최고 매출... 고객 축제의 장으로 자리매김

‘2019년 설맞이 한우 직거래장터’가 역대 최대 인파(약 7,000명)와 최고 매출(약 6억 원)을 기록하며, 성황리에 막을 내렸다. 한우자조금이 1월 31일부터 2월 2일까지 서울 청계광장에서 ‘2019년 설맞이 한우 직거래장터’를 열고, 설 전 한우 소비촉진에 나섰다. 올해 한우 직거래장터에는 고객들도 ‘대단하다’며 놀랄 정도로 많은 고객이 방문, 한우 직거래장터가 고객들 사이에 소문난 잔치임을 확인할 수 있었다. 쌀쌀했던 날씨에도 사람들의 온기로 훈훈했던 한우 직거래장터, 그 현장 속으로 들어가보자.

사전 홍보 집중...모객 효과 높았다

한우 직거래장터 첫날, 현장에서는 “지난번과 같은 시간에 왔는데 줄이 두 배로 늘었다”며 놀라는 고객이 한둘이 아니었다. 고객들을 위해 마련한 한우 사골떡국은 쌀쌀했던 날씨에 고객들로부터 큰 사랑을 받았다. “한우라서 맛이 달라요.”

한우자조금은 ‘2019년 설맞이 한우 직거래장터(이하, 직거래장터)’ 개장 전날인 1월 30일에 언론사 기자 등을 대상으로 직거래장터 개장을 알리는 사전 포토행사를 진행했다. 사전 포토행사에는 한우자조금 민경천 위원장, 2019년 한우 홍보대사로 위촉한 배우 남궁민 씨 등이 참석했다. 포토존은 ‘대한민국 건국 100주년’을 한우가 응원한다는 의미를 담아 꾸며졌다. 이날 행사 내용은 각종 언론에 보도된 것은 물론 인터넷 포털사이트 메인에도 올랐는데, 이는

직거래장터 홍보로 직결됐다. 직거래장터를 찾은 고객 중에는 인터넷 기사를 보고 왔다는 사람이 매우 많았다.

이 외에도 한우자조금은 △기존고객에게 문자메시지 2회 발송 △기업체 인사·총무담당자들에게 DM 발송 △거리 현수막 게재 등으로 직거래장터 개장 전 홍보에 총력을 기울였다.

전략적으로 기획한 PPL은 신규고객 확보에 일조했다. “TV를 보고 직거래장터를 알게 됐다, 아침방송을 보고 (세수도 안 하고)달려왔다”는 신규고객이 많았다.

“우리 한우에 많은 관심 부탁드립니다”

개장 첫날 직거래장터에는 한우자조금 민경천 위원장을 비롯해 한우 홍보대사 남궁민 씨, 농협경제지주 김진원 상무 등이 참석, 현장에서 고객들의 한우 구매를 돕고 또 고객들과 한우 떡국을 나눴다. 이 모습은 언론사의 취재 열기로 이어지며 직거래장터 홍보와도 연결됐다. 이날은 남궁민 씨가 고객들과 처음으로 대면하는 자리였다. 현장에서 고객들의 한우 사랑을 직접 확인한 남궁민 씨는 내내 상기된 표정이었는데, 새벽부터 3~4시간을 기다려 한우를 사 가는 4~5년 단골이 적지 않다는 한우자조금 관계자의 설명에 놀라움을 나타냈다. 남궁민 씨는 “한우에 대해 열심히 공부하겠다”며 “고객 여러분들도 우리 한우에 많은 관심을 가져달라”고 당부하며 홍보대사로서의 면모를 발휘했다.

올해도 직거래장터 현장을 내내 지킨 한우자조금 민경천 위원장은 고객들과 직접 만나서 의견을 청취하며 소통 행보를 이어갔다. “전국의 한우농가들이 십시일반 모은 한우자조금으로 할인행사를 진행하고 있다”며 소비자들에게 직거래장터의 의의에 대해 직접 설명하는 모습이 인상적이었다.

“질 좋은 한우를 저렴하게”

“한 시간이나 세 시간이나 기다리는 건 똑같다”며 안내심을 발휘하는 고객이 많았다. 단골들은 신규 고객에게 직거래장터 안내자 역할도 자처했다. 30~40대의 젊은 고객이 늘어난 것도 눈에 띄는 점이었다. 이 모든 고객의 기대감은 ‘질 좋은 진짜 한우를 저렴하게 살 수 있다는 것’이었다.

이번 직거래장터에는 전남 녹색한우조합, 대전·충남 한우협동조합, 안동봉화축협이 참여, 1등급 이상의 한우를 30%~35% 할인해

판매했다. 가격은 1등급 100g 기준으로 한우등심 5,570원, 안심 6,830원, 채끝 6,050원, 양지 3,910원, 우둔살·설도·목심·앞다리살 2,750원 등이었다. 이날 현장에서는 고객들의 한우 사랑을 직접 확인할 수 있었다. 한 고객은 “한우는 수입육과는 확연히 다르다”며 “맛이 달다”라고 표현했다. “너무 맛있어서 새벽에 나와도 너무 좋다”며 달뜬 표정을 보이는 고객도 많았다. 다이어트하는 자녀를 위해 한우를 사러왔다는 한 고객은 “단백질을 섭취해야 공복감을 덜 느낀다”면서 “다이어트엔 한우가 좋다”며 한우의 우수성을 설명하기도 했다.

이렇게 좋은 한우를 저렴하게 살 수 있는 곳이 바로 직거래장터. “가격이 너무 좋아서 기다려도 힘들지 않다”는 고객 평가가 이어졌다.

무엇보다 진짜 한우를 살 수 있다는 믿음이 직거래장터에 가득했는데, 그 믿음이 몇 년째 단골을 만들고 있었다.

롤렛 이벤트, 캘리 가훈 쓰기 이벤트, 한우 불고기·채끝 시식회, 사은품 증정 이벤트, 경품 응모 이벤트 등은 직거래장터에 흥겨움을 더하며 고객들로부터 큰 사랑을 받았다.

이렇게 ‘2019년 설맞이 한우 직거래장터’는 고객들의 축제의 장으로 완벽하게 자리를 잡은 모습이었다. 물론 고객들의 만족도도 매우 높아져 있었다. 🍀





2

2019년 한우 홍보대사에 배우 남궁민 씨 위촉 한우 홍보대사 통해 국민에게 한우 우수성 널리 알리길 기대

2019년 한우 홍보대사 위촉식이 지난 1월 30일 서울 중구 한국프레스센터에서 열렸다. 2019년 한우 홍보대사에는 탄탄한 연기력으로 사랑받는 배우 남궁민 씨가 위촉됐다.

이날 위촉식에는 50여 명의 취재진이 몰려 한우 홍보대사에 대한 뜨거운 관심을 보였다. 신문과 온라인, 방송 등 다양한 매체의 기자들은 남궁민 씨를 한 톨이라도 더 담기 위해 치열한 취재 경쟁을 펼쳤고, 남궁민 씨는 취재진의 열기에 미소로 화답하며 행사장 분위기를

이끌었다.

위촉패 수여에 앞서 한우자조금 민경천 위원장은 “홍보대사로 위촉된 남궁민 씨가 올 한해 더욱더 많은 국민에게 우리 한우의 우수성과 가치를 널리 알리길 바란다”며 기대감을 나타냈다. 이어 민경천 위원장은 남궁민 씨와 한우 캐릭터를 모형으로 특수 제작한 위촉패와 한우 선물세트를 남궁민 씨에게 전달했다.

남궁민 씨는 “대한민국의 자랑스런 한우 홍보대사를 맡게 되어 영광”이라며 “앞으로도 우리 한우가 국민들에게 더 많은 사랑을 받도록 최선을 다하겠다”는 포부를 밝혔다. 이어서 “한우 홍보대사로서 한우의 우수성을 정확히 알리려고 공부도 열심히 하고 있다”고 밝혔다.

“한우요리 중 어떤 요리를 즐기는가?”라는 취재진의 질문에 남궁민 씨는 “한우는 있는 그대로 정말 맛있는 음식이기 때문에 간단히 구워 먹는 요리를 즐긴다”라고 대답했다.

위촉패 수여 후에는, 취재진을 대상으로 2019년 TV 광고 촬영회가 펼쳐졌다.

남궁민 씨는 위촉식과 함께 1월 31일부터 2월 2일까지 열리는 ‘2019년 설맞이 한우 직거래장터’를 알리는 사전 포토행사를 진행하며 한우 홍보대사로서 첫 공식 행사를 시작했다. 이날 위촉패를 받는 남궁민 씨의 사진은 다양한 언론매체를 통해 실시간 보도됐으며, 포털 사이트인 ‘다음’ 메인 화면에도 게재되며 큰 화제를 불러 모았다. ☺



‘2019년 설맞이 한우 소비촉진 행사’ 개최 ‘전국 한우 할인 행사’…한우 소비촉진·가격안정에 도움

한우자조금이 설 명절을 앞두고 전국에서 대대적으로 한우 할인행사를 진행, 설 명절 한우 소비촉진과 한우 가격안정을 도모했다.

한우자조금은 1월 21일부터 1월 30일까지 ‘2019년 설맞이 한우 소비촉진 행사’를 개최했다. 이번 할인행사에는 농협계통매장(175개점), 홈플러스(140개점), 롯데슈퍼(462개점), 이마트 에브리데(210개점), 한우협동조합, 한우영농조합법인, 한우작목반, 한우협회 직거래유통망 소속업체 등 전국에 점포를 둔 대형 유통업체들이 참여했는데, 전국 소비자들을 대상으로 한우 할인판매가 이뤄졌다는 점에서 의미가 깊었다. 한우자조금 관계자는 “맛과 영양이 우수한 우리 한우를 전국의 많은 고객이 경험하게 만들려고 고심을 많이 했다”고 밝혔다. 할인행사에서는 2등급 이상 한우고기를 판매했으며, 할인율은 △등심·안심·채끝 15% △불고기·국거리 25%를 적용했다. 1등급 기준 100g당 가격은 △등심 6,810원 △안심 9,190원 △채끝 6,840원 △불고기·국거리 3,210원 등이었다. 사골, 꼬리, 잡뼈 등 한우 부산물도 선보였다.



이번 한우 할인행사는 유통업체 방문 고객들의 큰 호응 속에서 진행됐다. 서울의 한 유통업체 축산물코너 담당자는 “한우는 선도가 중요해서 매대에 쌓아놓고 팔기보다는 팔리는 만큼만 재진열하고 있다”고 설명한 후 “회전이 빨라서 밥 먹을 시간도 없다”며 고충을 토로하기로 했다. 평소에도 한우를 즐긴다는 한 고객은 “(한우) 할인판매를 한다가에 왔다”면서 “앞으로도 한우를 애용하겠다”며 한우를 쇼핑카트에 담았다. 불고기용 한우를 한 아름 안은 한 주부는 “한우는 정말 다른 소고기와 비교가 안 될 정도로 맛이 좋다”면서 “오늘 한우를 저렴하게 사는 좋은 기회를 잡았다”며 만족감을 나타냈다.

한편, 한우자조금은 설 명절에 앞서 1월 16일부터 1월 25일까지 ‘설맞이 한우 선물세트 사전주문 판매행사’를 진행, 설 선물세트를 준비하려는 소비자들의 이목을 사로잡았다. 한우자조금은 이번 사전판매 행사로 약 5,000만 원의 판매고를 올렸다고 밝혔다. 이번 행사는 1,000세트 한정해 진행했으며, 한우 선물세트는 △1+등급 불고기 1kg·국거리 500g으로 구성된 ‘한우 실속세트 1호’(5만 5,000원) △1+등급 등심 1kg·국거리(또는 불고기) 500g으로 구성된 ‘한우 실속세트 2호’(9만 5,000원) 이렇게 2가지를 마련했다. 이는 명절 선물용으로 한우 선물세트가 합리적임을 알리는 계기가 됐다. 🍀

4

축산전문지 기자간담회 열어 “한우 직거래장터 한우농가 노력 더해진 의미 있는 행사”

한우자조금은 지난 1월 29일 서울 서초구 한우자조금 사무국에서 축산 전문지 기자간담회를 열고, △2019년 한우자조금 주요 사업 방향 △설 전 한우자조금 주요 사업 현안 △홍보대사 위촉식 및 명절 직거래장터 포토헂어 개최 △설 소비촉진 행사 등 한우자조금 사업에 대해 기자들에게 설명하는 시간을 가졌다.

이날 기자간담회에는 농축산전문 매체 기자 약 10명이 참석했다. 이 자리에서 기자들은 한우자조금 사업에 대한 허심탄회한 의견을 개진하고, 한우자조금 사업을 더 잘 운영하는 데 도움이 될 다양한 아이디어를 내놓으며 한우산업에 큰 관심을 두고 있음을 표명했다. 한우자조금 민경천 위원장은 인사말에서 “한우산업의 큰 도약을 위해 2019년에도 지속적인 관심과 애정 어린 조언을 부탁드립니다”며 “한우자조금은 그 목소리에 귀를 기울이며 한우산업의 지속가능한 발전을 도모하겠다”고 밝혔다.

이어서 민경천 위원장은 “현재 한우산업이 정말 녹록지 않다”고 운을 뗐 후 “한우농가들의 경쟁력 강화를 위해 한우자조금이 무엇을 해야 할지를 과학적 자료와 데이터를 근거로 지속해서 연구하고 있다”고 밝혔다. 민경천 위원장은 수입육 관세 제로 시대를 대비하는 방안으로 ‘육량 위주 한우개량’의 필요성’을 언급했는데, 이는 기자들의 높은 관심을 끌었다.

이날 간담회에 참석한 기자들은 1월 31일부터 2월 2일까지 진행한 설맞이 한우 직거래장터에 대해서도 높은 관심을 나타냈다.

이 자리에서 한우자조금은 설맞이 한우 직거래장터는 10만 한우농가들이 낸 자조금을 지원해 진행하는 행사라는 점을 분명히 했다. 즉 한우농가들이 소비자들에게 감사의 마음을 전하기 위해 진행하는 행사로 한우농가의 노력이 더해진 매우 의미가 큰 상징적인 행사라는 것이다. 아울러 한우 직거래장터는, 한우고기 판매로 이익을



추구한다기보다는, 많은 소비자들에게 우리 한우의 우수성을 알리기 위해 추진하는 홍보의 일환이란 점도 강조했다. 민경천 위원장은 “큰 이익이 발생하지 않음에도 소비자들에게 신선한 한우고기를 저렴한 가격에 공급하겠다는 행사 취지에 공감한 업체들이 이 행사를 위해 밥 먹을 시간도 없이 노력하고 있다”고 소개하며 “한우 직거래장터는 지역 한우 브랜드의 우수성을 홍보하는 계기가 된다는 점에서도 보람이 큰 행사”라고 말했다.

한편, 이날 기자간담회에 앞서 한우자조금은 기자들에게 ‘인생 맛있어진다 우리 한우’란 주제로 제작한 2019년 신규 TV 광고를 처음 공개, 기자들의 호응을 유도했다. 기자들은 2019년 한우 홍보대사로 위촉한 남궁민 씨에 대해서도 큰 관심을 나타냈다. ☎

5

2019년 미디어 트레이닝 진행 한우자조금 사업별 대행사들 홍보사업 성공 다짐

2019년 한우자조금 사무국과 함께 한우자조금 소비홍보 사업을 함께 이끌어갈 대행사들이 '한우자조금 2019년 미디어 트레이닝'을 통해 한 자리에 모였다. 이번 워크숍은 강원도 평창 800마을에서 1월 24일부터 25일까지 1박 2일 일정으로 진행되었다.

워크숍에는 한우자조금 홍보유통부를 비롯해 PR와이드(언론홍보), 농심기획(TV 및 라디오 광고), 스틱인터랙티브(디지털 마케팅 및 디지털 광고), 손바닥 미디어(PPL), 아이브커뮤니케이션즈(PPL), 커뮤니케이션601(오프라인 이벤트), 디자인신화(농가용 소식지 및 소비자용 소식지)의 책임자와 실무자 30여 명이 참석했다. 각 대행사들은 2019년 한우자조금 사업목표를 달성하기 위한 사업별 추진 계획을 발표하고 의견을 나누는 시간을 가졌다.



한우자조금 민경천 위원장은 “한우자조금과 함께 아이디어를 모아 한우 산업 발전을 이끌어가기 바란다”며 “소속은 다르지만 하나의 목표를 향해가는 파트너라고 생각한다. 1년 동안 협업하며 사업을 충실히 이행해주길 바란다”고 당부했다.

이어지는 시간에는 커피닷컴 이원두 대표가 최신 마케팅 동향에 대한 강의를 진행했다. 이원두 대표는 디지털 기반으로 빠르게 재편되는 마케팅 트렌드를 소개하며, 4차 산업혁명 시대에 대응하는 마케팅 기법과 대응 전략에 대해 강의했다.

이튿날에는 농촌진흥청 한우시험장 조상래 박사가 방문해 한우연구소를 소개하고 한우 육종, 번식, 사양 등에 대한 연구 성과를 전했다. 조상래 박사는 한우연구소가 우리나라 한우 산업의 발전을 위한 중추적인 역할을 수행해오고 있다는 점을 언급하며, 한우는 과학적으로 관리되고 있는 우수한 품종임을 강조했다. 이어서 오치우 컨설턴트의 홍보사업 아이디어 특강이 진행되었다. 오치우 컨설턴트는 다양한 성공 사례를 통해 대중의 관심을 끌어 모으는 화제성 강한 아이디어를 도출하는 방법을 강조하며, 한우 홍보에 있어서도 발상의 전환으로 대중의 마음을 사로잡는 획기적인 아이디어를 활발히 전개해 나갈 것을 당부했다. 🍀

6

‘2019년 한우농가 생산성향상 및 정책교육’ 실시 “한우 제대로 키우려면 교육이 필수입니다”

“소득을 높이려면 육량과 육질을 모두 잡으셔야 합니다. 그러려면”
“송아지 웃 입히셨나요? 송아지 폐사의 가장 큰 이유가 설사인데,
웃을 입히면 설사 덜합니다.”
“오전에 2시간 오후에 2시간, 매일 이렇게 사양관리 하시는 분
계시나요? 한 분 계시네요. 애정있는 사양관리, 정말 중요합니다.”
“기생충 약 뿌리셨어요? 주사 놓으셨다고요? 이제는 내성이 생겨서
주사로는 부족합니다. 반드시 기생충 약 뿌려주셔야 합니다.”

겨울의 농촌에는 배움의 열기가 가득하다. 겨울 농한기에 농가를
대상으로 한 교육이 다양하게 진행되는 덕분이다.

지난 1월에는 전국한우협회 시군지부에서 한우농가를 대상으로 진행한
‘생산성향상 및 정책교육’ 소식이 속속 들려왔다.

생산성 향상 유도·생산비 절감 도모

한우자조금이 주최하는 ‘한우농가 생산성향상
및 정책교육’은 전국한우협회 도지회와
시군지부가 주관해 도지회와 시군지부 소속
한우농가를 대상으로 진행하고 있다. ‘생산성향상
및 정책교육’은 한우농가의 생산성 향상 및
경영능력 제고를 목적으로 시행하고 있다. 아울러
지역 조직의 결속력을 강화하고, 한우농가들의
교육 관심도와 동기를 더욱 유발하려는 목적도
있다.

생산성향상 및 정책교육에서는 방역 정책,
한우농가 지원책 등 한우산업 정책에 대한
교육은 물론 생산비 절감, 생산성 증대, 고급육
생산, 경영능력 향상 등 한우농장 운영과 한우
사양관리법에 대한 교육도 이뤄진다.
교육 내용은 한우농장 경영, 번식, 개량, 사양관리,
환경, 질병, 조사료, 한우 관련 정책 등 중에서 각
지부에서 한우농가들이 희망하는 주제를 선정한
교육이 이뤄진다. 다만, 구지역 백신, 방역교육
등은 의무적으로 진행하도록 유도하고 있다.
한우자조금에 따르면 생산성 향상 교육의
기대효과로는 △한우농가 경쟁력 강화를 위한



사양관리 기술 습득과 전파 △한우농가 생산비 절감과 생산성 향상 △한우 사육 관련 지식·현장기술 등 관련 정보 습득 등이 꼽힌다고 밝혔다.

무엇보다 고무적인 것은 한우농가를 대상으로 한 이러한 교육이 현장에서 그 필요성을 먼저 느끼고 있다는 점이다.

교육의 필요성 “현장에서 먼저 느껴요”

“예전에는 일 소가 대부분이었지만, 이제는 번식우·비육우 위주이다. 일 소와 번식우·비육우는 급여방법부터가 다르다. 당연히 사양관리도 완전히 달라졌다. 그러니 교육에 반드시 참여해야 한다.”

지난 1월에는 한우자조금이 주최하고 전국한우협회 옥천군지부, 충주지부, 익산지부 등에서 주관한 '2019년 한우농가 생산성 향상 교육'이 진행됐다.

교육에는 30~40대의 젊은 한우농가 대표부터 60~70대 이상의 한우농가 대표들까지, 각 시지부의 한우농가 대표 약 150명 참석했다. 교육 참석자들은 연령, 한우농가 운영 경력은 모두 달랐지만, 한우농가 교육이 필수라는 점에서는 인식을 모두 같이했다.

칠십 평생을 한우와 함께했다는 손운수 대표는 “이제는 옛날처럼 한우를 키워서는 안 된다”면서 “새로운 사양관리 기술을 배우고 습득해서 ‘과학적’으로 한우를 길러야 한다”며 교육의 필요성을 강조했다. 오춘순 대표도 “바빠도 직업이 한우를 기르는 것이니까, 교육에 관심을 가져야 한다”고 말했다.

한우사육 시작 5년 차인 한 한우농가 대표는 “바빠도 한우농가 소득 증가에 도움이 된다면 교육에 참석해야 하지 않겠냐”라고 말했다.

교육에서는 분뇨·퇴비 처리 등 축사 환경 관리 방법과 관련법, 한우농가 민원 사항과 예방법, 방역, 2019년 각 시군에서 추진하는 한우농가 지원사업 등에 대한 교육이 진행됐다. 아울러 사양관리법등에 대한 교육이 진행됐다.

옥천군지부 교육에는 옥천군 김재중 군수도 참석해 자리를 빛냈다.

김재중 군수는 “청정구역 옥천을 지켜내려면 무엇보다 예방이 중요하다”며 “축사 소독은 물론 농장 출입자와 차량 등에 대한 소독에도 만전을 기해 달라”며 철저한 관리를 당부했다.

교육은 약 2시간 30분 동안 진행됐는데, 교육 참석자들은 내내 진지한 표정으로 교육에 임했으며 하나라도 놓치지 않으려는 듯 내내 자리를



지키는 것이 매우 인상적이었다.

교육에 참석한 이성숙 대표는 “알고는 있었지만, 깊이 생각해 본 적은 없는 그래서 중요한 것을 놓치고 있었다는 것을 오늘 알게 됐다”면서 “앞으로는 그 부분도 잘 챙겨야겠다”고 다짐했다. 김재구 대표는 “퇴비 관리, 소독 관리 등에서 몰랐던 부분을 많이 알게 됐다”면서 “그런데 한편으로는 농장관리에서 새로운 고민거리도 생겼다면 이것을 어떻게 해야할지 고심해야겠다”고 털어놨다.

이렇게 생산상향상 및 정책교육에 참석한 한우농가들의 일성은 한우 사양관리에서 ‘교육은 선택이 아니라 필수’라는 것이었다. 교육으로 자신이 부족한 것이 무엇인지 또 무엇을 해야 하는지를 알게 되고 또 교육으로 그에 대한 정답까지 찾을 수 있다는 것이다. 한 교육 참석자는 “교육은 반복 학습이 중요한 것 같다”며 “한우농가 대상 교육이 좀 더 자주 시행됐으면 좋겠다”라며 열의를 보였다. 🍌

7

‘송아지 면역증강제 분석조사’ 결과 54개 제품 중 6개 제품 성분표시 함량 미달

한우자조금이 송아지 면역증강제 제품 54개의 성분을 조사·분석한 결과 6개 제품이 등록 표시성분보다 함량이 미달했다.

한우자조금이 조달청에 등록된 송아지 면역증강제 제품 중 무작위로 54개를 선택해 표시된 성분등록사항 함량과 실제 함유량이 일치하는지 조사·분석을 실시했다. 그 결과 54개 제품 중, 총 6개 제품에서 9가지 함량이 미달하는 것으로 나타났다. 한우자조금은 함량이 미달한 제품 제조사에 조사 결과를 통지해 품질강화를 요청했다. 한우자조금 관계자는 “송아지 면역증강제 성분분석조사 사업은 동물약품과 보조사료 제조사의 품질관리 강화를 유도하고, 한우농가의 생산성 향상을 도모하기 위한 것”이라고 밝혔다. 📄



▶ 위 사진은 본 기사 내용과 관련이 없습니다.

8

‘2018년 2차 사료성분 분석조사’ 결과 발표 등록성분 함량 미달 사료 없어

한우자조금이 시중에 판매되는 64개 한우사료의 성분을 분석한 결과 등록성분 함량 미달사료는 없었다.

한우자조금이 지난해 11월 6일부터 12월 14일까지 실시한 ‘2018년 제2차 사료성분 분석조사’ 결과를 발표했다. 전국한우협회의 도움을 받아 진행한 이번 조사에서는 시중에서 판매되고 있는 배합사료, TMR·TMF사료 중 무작위로 64개를 선택해 성분분석을 실시했다. 그 결과 한우사료 포장지에 표시된 성분분석표와 한우사료의 실제 함량이 모두 일치하는 것으로 나타났다.

한우자조금은 “사료성분 분석조사 사업은 한우농가의 경쟁력을 강화하고 위생적이고 안전한 축산물 공급으로 소비자를 보호하는 일과 직결한다”며 “2019년에는 더욱 철저하게 ‘사료성분 분석조사’ 사업을 추진해 사료회사의 품질관리 강화를 유도할 것”이라고 강조했다.

한편, 한우자조금이 실시한 2018년 제1차 사료성분 분석조사에서는 36개 사료 중에서 배합사료 3개 TMF 1개 등 모두 4개 제품의 함량 위반 사실을 적발한 바 있다. 📄

‘홍콩 한우고기 수출 활성화 방안 연구’ 최종 보고서 발표

5년째 접어든 한우수출, 활성화 방안 제시

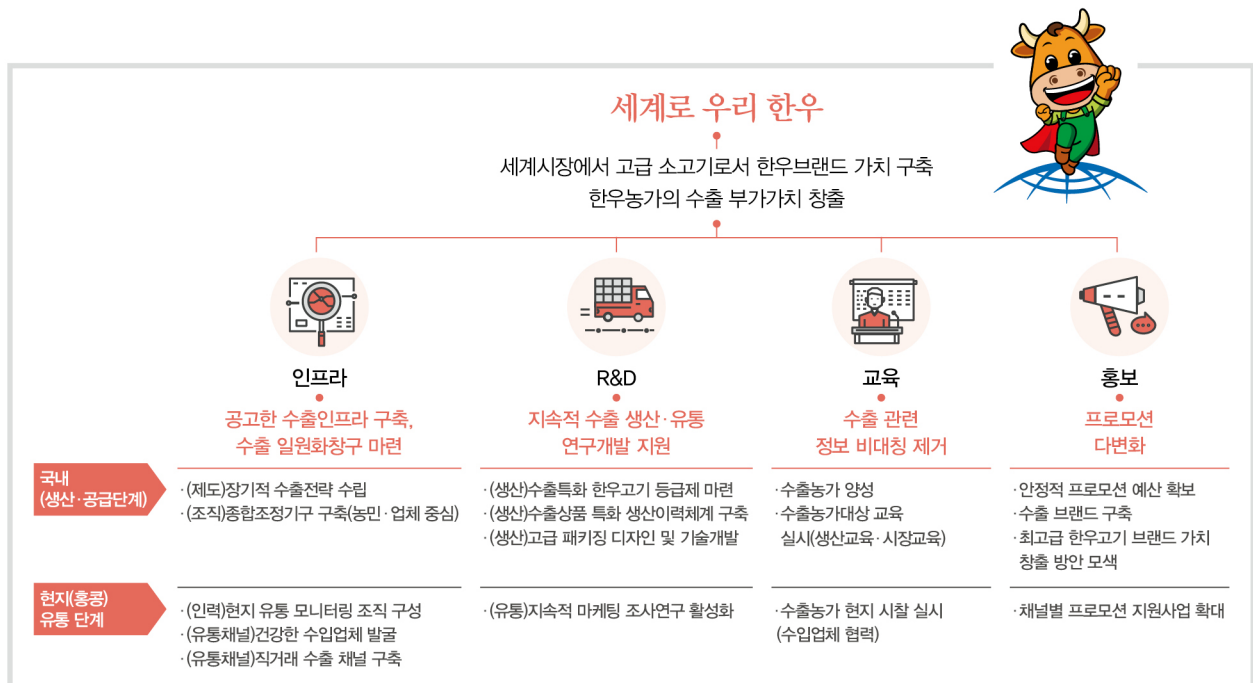
한우자조금이 2018년 5월부터 2018년 10월까지 한국산업개발연구원 (연구책임자: 서효동 연구실장)에 의뢰해 진행한 ‘홍콩 한우고기 수출 활성화 방안’ 연구용역 결과보고서를 발표했다. 이번 연구는 홍콩으로 수출하는 한우고기의 유통 현황에 대해 분석하고, 대(對) 홍콩 소고기 수출 경쟁국에 대한 조사 등을 바탕으로 한우고기 수출 활성화 전략을 모색하고자 실시됐다.

이번 연구 결과 보고서에서는 현재 홍콩 내에서 유통되는 냉동 한우고기의 문제점으로 △유통기한 미표시 △부위나 상태와 관계없는 일괄적 가격정책 △등급 미표기 △판매 매장 자체 브랜드 사용

등을 지적했다. 아울러 홍콩 내 한우고기 수출 활성화의 저해요인으로는 △정보의 비대칭 △고가브랜드 시장에 대한 이해와 전략 부족 △컨트를 타워 부재 △공급자 간 커뮤니케이션 부족 등이 꼽혔다.

이를 바탕으로 도출한 ‘홍콩 한우고기 수출 활성화를 위한 전략 체계’는 <그림>과 같다. 이번 연구에서는 한우고기 냉동육과 마리분 수출에 대한 조사도 진행했는데, 서효동 연구실장은 한우고기 냉동육과 마리분 수출은 ‘한우의 고급 이미지 저하’, ‘냉동으로 인한 품질 저하’ 등의 원인이 되고 이는 한우고기 수출 실패로도 이어질 수 있는 만큼, “한우고기 수출이 안정될 때까지 한우 냉동육과 마리분 수출을 지양해야 한다”고 주장했다.

한우자조금 관계자는 “이번 연구가 한우고기의 대홍콩 수출전략 방안과 로드맵을 재수립하는 계기가 될 것”이라며 “앞으로 홍콩으로의 한우고기 수출을 활성화하기 위한 방향 설정에 큰 도움이 될 것”이라고 설명했다. 🍌





1

한우협회 OEM 사료 본격 출시 생산·유통에 구속받지 않는 환경 조성에 박차

전국한우협회의 이름을 내건 '한우협회 OEM 사료'가 본격 출시됐다. 전국한우협회는 지난 1월 3일 전북 고산면 행정복지센터에서 OEM 사료 출시 기념식을 열었다. 전국한우협회 사료 출시를 공식적으로 추진한 지 약 10개월 만이다. 기념식에는 전국한우협회 임원진과 시·군지부장, 전국의 한우농가 등 400여명이 참석했다. 출시 행사에서는 한우협회 OEM 사료 제품 전시와 함께 △OEM 사료 생산 경과보고 △한우협회 사료의 특·장점 △전국한우협회의 사료사업에 대한 비전·목표 등을 소개했다. 전국한우협회 김홍길 회장은 인사말에서 “한우농가들의 가장 큰 고민거리는 생산비 절감”이라며 “사료값을 투명화하려고 OEM 사료를 출시했다”고 밝혔다. 이어서 김홍길 회장은 “한우협회 OEM 사료가 품질이 좋고 가격이 저렴하다는 것도 의미가 있지만, 무엇보다

농가에게 사료 선택권이 주어졌다는 것이 고무적”이라며 “한우협회 OEM 사료 출시로 농가 스스로 가격을 결정하고 사료를 공급하게 됐다”고 덧붙였다.

한우협회 OEM 사료는 시판 중인 사료보다 포당 2,000원 저렴한데, 이는 두당 50만 원의 생산비 절감 효과로 이어질 것으로 보인다.

전국한우협회 사료 제조를 맡은 (주)선진은 하림그룹 계열사이다. 이날 기념행사에는 하림그룹 김홍국 회장이 참석해 자리를 빛냈다. 김홍국 회장은 “그동안 사료사업에서 쌓은 하림그룹의 노하우를 적극 활용하며 한우산업 발전에 기여하겠다”라고 말했다.

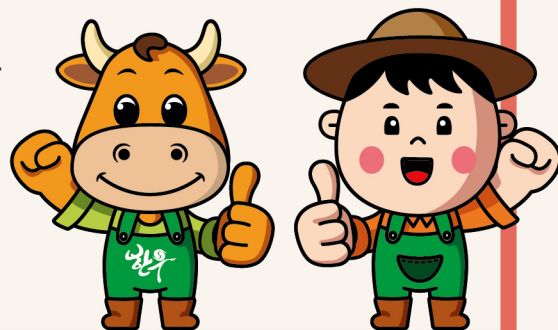
한우협회 OEM사료는 고품질사료인 '대한한우'와 경제성사료인 '건강한우' 2개 군으로, 육성우·번식우·비육전기·비육후기 등 8개 품목으로 출시해 공급한다. 가격은 지대사료 공장출고가 기준 '대한한우 약 7,500원/25kg', '건강한우 약 6,700원/25kg'이다. 여기에 지부에서 공동으로 운영할 하차장 및 운송비, 운영비 등의 일부 금액이 더해져 공급된다. 또한, 매월 25일 원재료 변동 단가를 적용할 계획이다. 🌱

2

저능력 미경산우 비육사업 안내



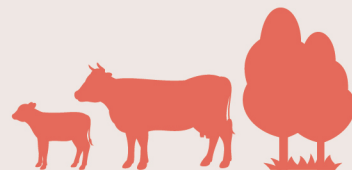
전국한우협회가 한우자조금 재원으로 2019년 저능력 미경산우 비육사업을 추진합니다.
저능력 미경산우 비육사업은 한우암소개량을 촉진하고
한우 수급조절로 생산성 제고와 가격 안정을 도모하기 위해 마련했습니다.
유전능력 평가로 선별된 개체를 우선 사업대상우로 선정해 추진하는
이번 사업의 실시요령은 아래와 같습니다.



저능력 미경산우 비육사업 실시요령 요약

· 농가 보전금	30만 원/두
· 농가 최대 약정두수	10두 이내
· 약정대상 개체 기준월령	12개월령 이내
· 신청기간	2019년 3월 말까지
· 출생기준	2018년 1월~12월 말

※ 위 사항은 한우자조금 사업 승인 내용에 따라 변경될 수 있습니다.



지부 사업대상우 접수

1순위: 농가 신청을 받아 유전능력
하위 30% 이내 개체 중 접수
2순위: 유전능력평가 30%에
포함되지 않으면 지부에서
신청 사유 확인 후 접수



도지회에서 중앙회 통보

지부에서 대상우를 신청받아
도지회를 통해 중앙회로 통보



중앙회에서 도지회 통보

중앙회에서 대상우 검토 후
도지회를 통해 지부로 통보



지부에서 약정서체결

선정된 개체를 농가를 방문해
약정서 체결 및 사진 촬영



사후관리

- ① 지부에서는 약정된 대상우가
16~18개월령에 농가를 방문해
계약이행 여부 확인
- ② 중앙회에서는 생후 36개월령에
이력제를 통해 대상우의 도축
여부 확인



농가보전금 지급

중앙회에서 약정서 검토 완료 후
한 달 내 농가보전금 지급



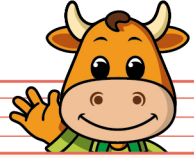
지부에서 농가보전금 신청

지부는 약정서를 첨부해
농가보전금을 중앙회로 신청



※ 자세한 사항은 전국한우협회 홈페이지 내 '한우마당 ▶ 정책자료실'을 참고해 주시기 바랍니다.

※ 문의전화: 02-525-1053(전국한우협회)



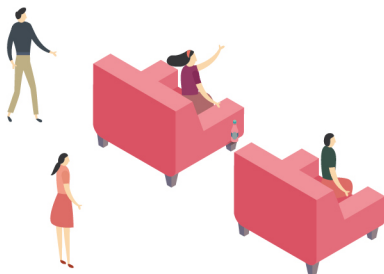
PPL(Product Placement)
시청하기

방송에서 만난 '한우'



“아침방송 보고 바로 달려
나왔어요.”

설을 앞두고 열린 한우
직거래장터에서는 “방송을 보고
직거래장터를 알게 됐다”는 고객을
참 많이 만났습니다. 방송의 힘을
새삼 실감할 수 있었습니다.
한우자조금이 직거래장터를
앞두고 PPL을 집중적으로 노출한
효과가 이렇게 대단했습니다.



PPL이 뭐길래, 요즘 화제일까요? 간접광고, PPL(Product Placement)은 영화, 드라마, 예능, 교양, 라디오, 게임, 가사, 의류 등 대중 콘텐츠에 기업에서 자사의 상품, 브랜드, 서비스 등을 배치해, 관객들에게 홍보하는 마케팅 전략의 하나입니다. 상품 등을 배치하는 대가로 기업은 제작비, 후원금, 현물 등을 지급합니다. 때로는 콘텐츠의 흐름 상 반드시 필요해서 대가 없이도 상품 등이 노출되기도 하는데요, 지난해 리얼 예능에 출연했던 가수 화사 씨가 물고 온 ‘곰창’ 열풍 기억나시죠?

PPL의 장점은 무엇일까요? 적은 예산으로 유력 미디어에 상품 등을 노출 시킬 수 있다는 점입니다. 무엇보다 자사의 상품 등을 의도적으로 하지만 자연스럽게 콘텐츠에 녹여 소비자들에게 노출함으로써 강하고 긍정적인 이미지를 형성할 수 있습니다.

PPL이 매출에도 긍정적인 영향을 미치나요? 2016년 한국방송공사에서 조사한 자료에 따르면 지상파 시청자 3명 중 1명은 TV 속 PPL 제품을 관심 있게 보고 사용하고 싶어했으며, 2명 중 1명은 PPL 제품을 검색하고 관련 정보를 공유하고 싶어했습니다. PPL이 매출에 미치는 영향력을 짐작할 수 있겠죠.

미디어 속 '한우' 더 자연스럽게 한우자조금은 매달 다양한 PPL을 전개하고 있는데요, 앞으로 한우가 콘텐츠 속에 자연스럽게 녹아들어 소비자들이 한우에 대해 보다 긍정적인 태도를 갖도록 목적이 뚜렷한 PPL을 기획하도록 노력하겠습니다. 그런데 요즘은 한우자조금에서 PPL을 진행하지 않고도 한우가 미디어에 노출되는 횟수가 많아졌습니다. 그만큼 한우의 위상이 높아진 것이죠. 더 많은 콘텐츠에 '한우'가 노출 되도록 더욱 최선을 다하겠습니다. 🍀

성인 예방접종 안내서

인플루엔자· 폐렴구균·대상포진 예방접종 하셨나요?

“홍역 예방접종을 해야 하나요?”

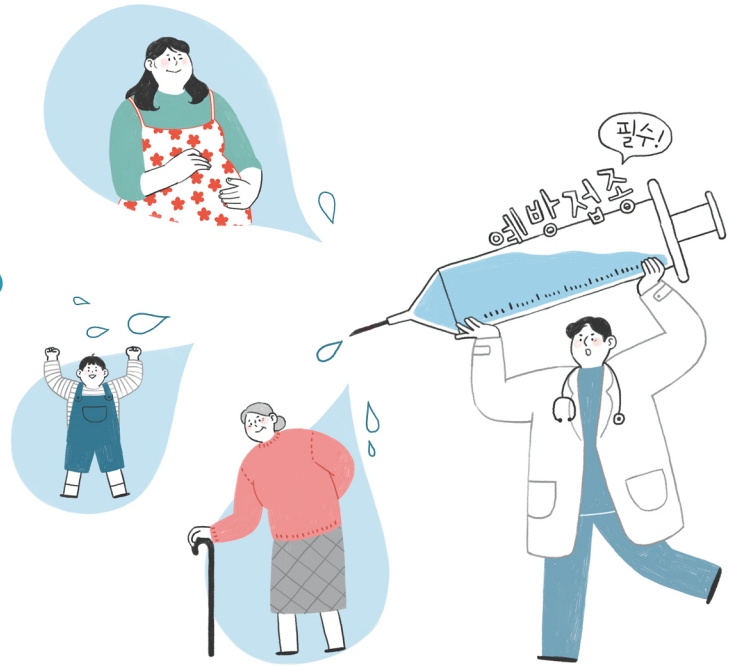
2006년 우리나라 보건당국이 홍역 퇴치를 선언했는데, 최근 홍역이 다시 유행하면서 그 예방접종과 대처법에 대한 관심이 높아졌다. 홍역은 예방접종으로 충분히 대비할 수 있는데, 그동안 홍역 예방접종에 소홀한 측면이 있었다는 분석이다.

홍역뿐만이 아니라, 인플루엔자, 폐렴구균, 대상포진, 수두, A형·B형간염, 결핵 등의 감염병을 예방하려면 예방접종이 필수다. 당연히 성인에게도 필수이다. 소아 때 예방접종을 했지만 지속적인 예방 효과를 위해서, 소아 때보다 성인이 됐을 때 예방 효과가 더 좋아서 등의 이유로 성인이 된 후에도 예방접종은 잘 챙겨야 한다. 더욱이 노인·만성질환자 증가, 새로운 백신 개발 등으로 성인 예방접종의 중요성은 날로 높아지고 있다.

일반적으로 건강한 성인에게 권장하는 예방접종은 인플루엔자, 폐렴구균, 파상풍·디프테리아·백일해(Tdap 또는 Td), 대상포진, A형간염 등인데, 이 중 국가에서 만 65세 이상 성인에게 인플루엔자와 폐렴구균 다당질 백신 접종 비용을 지원하고 있다.

단, 연령, 상황, 기저질환, 직업군 등에 따라 권장되는 예방접종이 달라질 수 있으므로, 예방접종 전에 전문가와 반드시 상의하자. 🍷

자료: 보건복지부 질병관리본부



성인 예방접종 일정표

대상감염병	백신종류	만 19~ 29세	만 30~ 39세	만 40~ 49세	만 50~ 59세	만 60~ 64세	만 65세 이상
인플루엔자	Flu	위험군에 대해 매년 1회			매년 1회		
파상풍 디프테리아 백일해	Tdap/Td	Tdap으로 1회 접종, 이후 매 10년마다 Td 1회					
폐렴구균	PPSV23	위험군에 대해 1회 또는 2회					1회
	PCV13	위험군 중 면역저하자, 무비중, 뇌척수액누출, 인공와우 이식 환자에 대해 1회					
A형간염	HepA	2회		항체검사 후 2회	위험군에 대해 항체검사 후 2회 접종		
B형간염	HepB	위험군 또는 3회 접종 · 감염력이 없으면 항체 검사 후 3회 접종					
수두	Var	위험군 또는 접종 · 감염력이 없으면 항체 검사 후 2회 접종					
홍역 · 유행성 이하선염 · 풍진	MMR	위험군 또는 접종 · 감염력이 없으면 1회 또는 2회 접종 가임 여성은 풍진 항체 검사 후 접종					
사람유두종 바이러스 감염증	HPV	만 25~26세 이하 여성 총 3회					
대상포진	HZV					1회	
수막구균	MCV4	위험군에 대해 1회 또는 2회					
B형 헤모필루스 인플루엔자	Hib	위험군에 대해 1회 또는 3회					

연령 권장: 면역의 증가가 없는(과거 감염력이 없고 예방접종력이 없거나 불확실) 대상 연령의 성인에게 권장

※ 연령권장의 경우에도 해당 질병의 위험군에게는 접종을 더욱 권장

위험군 권장: 특정 기저질환, 상황 등에 따라 해당 질병의 위험군에 권장

국가예방접종사업으로 무료접종

> 1월 한우가격 및 출하 동향

구분		2016년	2017년	2018년	2017년	2018년		2019년	대비(%)		
					12월(A)	1월(B)	12월(C)	1월(D)	C/A	D/B	
도축두수(두)		737,474	742,536	736,363	63,204	87,832	62,959	106,623	△0.4	21.4	
경매두수(두)		395,253	401,591	399,763	35,769	47,959	35,693	54,953	△0.2	14.6	
도매시장 경락가격 (원/kg)	평균	18,116	16,719	17,772	17,222	17,194	17,344	17,705	0.7	3.0	
	거세우	18,941	17,710	18,735	17,995	17,930	17,946	18,552	△0.3	3.5	
	비거세우	15,263	12,108	12,813	12,897	12,288	13,669	14,188	6.0	15.5	
가축시장 거래가격 (천원/두)	암소		5,809	5,404	5,659	5,612	5,591	5,714	5,689	1.8	1.8
	송아지	암	2,902	2,919	3,130	2,919	2,927	3,065	3,086	5.0	5.4
		수	3,583	3,572	3,857	3,507	3,505	3,549	3,656	1.2	4.3
불고기(1등급, kg/원)		45,755	46,219	43,773	47,234	47,875	42,420	43,144	△10.2	△9.9	
등심(1등급, kg/원)		78,683	79,663	81,551	82,641	81,435	83,015	80,882	0.5	△0.7	

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

〈출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터〉

1월 한우가격 및
출하 동향

> 1월 한우육질 등급별 도매가격

* 단위: 원/kg

등급	거세	암소	수소	평균
1++	20,498	22,152	—	20,684
1+	19,108	19,752	18,645	19,235
1	17,630	17,636	18,073	17,633
2	15,022	14,719	16,266	14,835
3	12,302	11,974	13,434	12,102

* 기준일: 1월 1일~1월 31일

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.

※ 번호·통신사 변경 시 비즈링이 자동 해지되오니
한우자조금 홈페이지를 통해 다시 신청 부탁드립니다.

듣기 좋고
귀여운
비즈링~
친구·지인들이
좋아해요~



한우자조금 소식지를 웹진으로 만나는 방법!

한우자조금 소식을 아래 4가지 방법을 통해 스마트폰이나 PC에서도 만나보실 수 있습니다.



첫 번째 방법!

네이버 검색창에서 '한우자조금 웹진'을 검색하시면 됩니다.

두 번째 방법!

네이버나 다음 포털 주소창에 한우자조금 웹진 주소(www.hanwoonews.com)를 입력하세요.

세 번째 방법!

QR코드를 스캔하세요. QR코드 스캔 방법은 네이버 창을 연 후 검색창 옆의 카메라 모양(📷)을 클릭하시면 됩니다!

네 번째 방법!

한우자조금관리위원회 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr)에서 소식지 배너를 클릭하세요.

스마트폰 화면에 한우자조금 소식지 바로가기 아이콘을 만드세요!

안드로이드

- 1 위 방법대로 스마트폰에 웹진 화면을 엽니다.
- 2 웹진 <한우자조금> 홈 화면의 오른쪽 하단에서 '더보기' 클릭
- 3 '더보기'에서 '+ 홈 화면 추가'를 누르면 아이콘 생성 완료



아이폰

- 1 위 방법으로 스마트폰에 웹진 화면을 엽니다.
- 2 웹진 <한우자조금> 홈 화면의 오른쪽 하단에서 '더보기' 클릭
- 3 '더보기'에서 Safari로 열기를 클릭
- 4 Safari의 하단 '공유탭'을 클릭한 후 '+ 홈 화면 추가'를 클릭하면 아이콘 생성 완료

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 남겨주세요 참여할 수 있습니다.
참여하신 분 중 추첨을 통해 푸짐한 선물을 보내드립니다.

응모기간 2019년 2월 28일(목)까지

당첨자발표 2019년 3월호 한우자조금 소식지 및 개별 연락
문의 02-324-6852

지난호 당첨자

한우육포
이준석, 장인희

한우곰팡세트
김지훈, 박소영, 박휘, 배세진,
오선남, 이지나, 이한나

한우불고기버거
고복자, 김기삼, 남성희, 유근희,
윤지혜, 한우, 홍경석, 황윤성

소식지 이벤트

한우선물세트(10만 원 상당)
양점용, 이화자, 최지혜

한우선물세트(5만 원 상당)
유근희, 홍경화



모두가 좋아하는 영양만점 간식
<한우육포> 2명



뜨겁고 든든한
<한우곰팡세트> 7명



두툽한 한우패티가 버거 속에
<한우불고기버거> 10명

※ 사진은 이미지입니다. 실제 상품과 다를 수 있습니다.

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

우리 함께 지켜요 구제역 예방 올바르게! 꼼꼼하게!



백신을 올바르게 사용합시다



백신 용법 · 용량 준수

접종한 동물 구분 표시

백신 냉장 보관

백신 개봉 후 즉시 사용

- ✓ 축종별 접종 시기와 1회 접종량 등을 확인합니다.
- ✓ 자동연속주사기 사용을 자제합니다.
*부득이하게 사용 시 개체별로 정량이 주입됐는지 확인합니다.

- ✓ 냉장 온도는 2°C~8°C를 유지해 얼지 않도록 주의합니다.
- ✓ 백신 접종 전에 병을 위아래로 흔들어 고루 섞어줍니다.
- ✓ 백신은 재사용하지 않습니다.

소독을 철저하게 합시다



농장 소독 매일 실시

외부 농장 출입 제한

대인소독시설 운영

- ✓ 농장 내외부 소독을 매일 실시합니다.
- ✓ 소독약품은 유효기간을 확인한 후 사용합니다.
- ✓ 소독약품의 희석배수를 반드시 준수해 사용합니다.

- ✓ 외부인의 농장 출입을 제한하고, 출입 차량과 사람에 대한 소독을 철저히 합니다.
- ✓ 발판 소독조와 같은 대인소독시설을 운영합니다.
- ✓ 농장출입자를 대상으로 소독을 실시합니다.

청소를 꼼꼼하게 합시다



정리정돈

먼지 제거하기

물 청소하기

소독제 살포하기

- ✓ 농장출입구와 물품창고, 축사 내 기구와 장비를 정돈합니다.
- ✓ 에어 컴프레서 등을 이용해 축사 내 각종 쓰레기와 사료 찌꺼기, 분뇨를 청소합니다.
- ✓ 사료급여통, 음수통의 먼지를 세제로 흠뻑 적신 후 제거합니다.
- ✓ 고압세척기를 이용해 축사 내 천장 > 벽면 > 케이지 > 바닥 순서로 물청소를 한 후 같은 순서로 소독제를 살포합니다.

구제역 발생국 여행을 자제합시다



구제역 발생지 여행 자제

출입국 시 신고

- ✓ 축산관계자는 중국 · 베트남 등 구제역 발생지 여행을 자제합니다.
- ✓ 출입국 시 농림축산검역본부에 신고합니다.
- ✓ 해외 축산농가와 시설 방문을 자제합니다.

의심축 발견 시 '즉시'
시 · 군 가축방역기관에
신고해 주세요!

☎ 신고전화

1588-4060 / 1588-9060