

04

찾이슈
가정의 달
한우숯불구이축제

08

후계농을 찾아서
김형호
백송종합농원 대표

12

자조금 소식
2019년
한우 먹고 응원 하누

22

협회 소식
전국한우협회
OEM사료 출시 100일

26

한우 시황
4월 한우가격 및
출하 동향



Contents

2019. 05 vol. 163

04

햇이슈
가정의 달
한우숯불구이축제

08

후계농을 찾아서
김형호
백송종합농원 대표

10

방송에서 만난 한우
한우는 비~싸다?
그 고정관념
‘넣어둬~ 넣어둬~’

12

자조금 소식①
2019년
한우 먹고 응원 하누

14

자조금 소식②
‘청소년 한우 맛체험 행사’
현장을 가다

16

자조금 소식③
‘2019년 1차 한우
수출분과위원회’ 열어

17

자조금 소식④
한우 수출 지원사업
강화 노력

18

자조금 소식⑤
봄맛이 이벤트로
소비촉진과 SNS 채널
활성화

19

자조금 소식⑥
‘제47회 한국기자협회
축구대회’ 후원

20

자조금 소식⑦
‘2019년 1차 한우자조금
특정·자유연구과제’ 공모

21

자조금 소식⑧ ⑨
·‘2019년~2020년
한우농가 종합컨설팅’ 시작
·KBS에서 감사패 받아

22

협회 소식① ②
·전국한우협회 OEM사로
출시 100일
·브루셀라 검사증명서
유효기간 연장

23

협회 소식③
미허가축사·가축분뇨
해결 위해 고군분투

24

아하 그렇군요
모든 소통은
‘유튜브’로 통한다

25

건강 상담소
‘건강기능식품’
복용설명서

26

한우 시황
4월 한우가격 및
출하 동향

발행일 2019년 5월 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 디자인신킨 02.324.6852

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

한우농가 여러분!
맛있게 잘 먹었습니다.
감사합니다.

많은 이웃에게 힘을 주는
10만 한우농가 여러분!
정말 감사합니다.

한우농가 여러분들이
관심과 사랑으로 한우를
길러준 덕분에 올해
명절에도 이렇게 맛있는
한우고기를 먹을 수 있어
행복합니다. 감사합니다.

성장기 아이들에게
이렇게 품질 좋은
한우고기를 줄 기회를 준
한우농가 분들, 감사합니다.

우리 한우는 정말
세계 어디에 내놓아도
손색이 없는 훌륭한
음식 재료입니다.
자랑스럽습니다.

Thank you

매달 취재 현장에서 고객들을 만나는 그 시간에

행복함을 느끼는 건

한우농가 여러분의 사랑과 정성 덕분에

생생한 감사의 말을 직접 듣는 호사를 누리는 까닭입니다.

'감사'라는 말이 어느 때보다 크게 다가오는 이 시간을 빌려

고객들이 전한 감사의 말들을 동봉합니다.

10만 한우농가 여러분!

감사합니다!

고맙습니다!



가정의 달 한우숯불구이축제
“한우 맛 정말 예뻐요”
봄날 한우의 고소함이 피다



한우자조금이 주최하고 전국한우협회가 주관한 가정의 달 '한우숯불구이축제'가 지난 4월 23일부터 4월 25일까지 경기도 과천 렛츠런파크 주차장에서 열렸다. 5월 가정의 달을 앞두고 열린 이번 '한우숯불구이축제' 현장에는 첫날부터 가족, 부부, 연인, 친구 등과 찾아온 고객들의 발걸음이 이어졌다. 힐링하려고, 몸보신하려고, 콧바람 쐬려고, 여행을 떠나기 전 가족들과 외식하려고, 아버지와 데이트하려고, 직장동료들과 점심 먹으러, 임신한 딸이 가지고 해서 등 이곳을 찾은 이유는 제각각이었지만, 이곳을 선택한 이유는 단 하나 바로 '한우' 때문이었다. 한우가 숯불 위에서 부드럽고 고소한 매력을 발산했던, 그날의 현장을 소개한다.



주변 장터와 상생...“고객 늘었어요”

한우숯불구이축제 시작 전, 고객 맛을 준비로 한창인 현장에는 고객들의 목소리도 높았다. “안양맘 카페에 행사 소식 내용이 올라왔어요, 현수막을 봤어요, 방송에 나오더라고요” 등 사전 홍보 효과를 직접 확인할 수 있었다.

특히 문자를 받고 왔다는 고객이 많았는데, 이들은 렛츠런파크에서 매주 열리는 직거래장터 ‘바로마켓’의 단골들이었다. 이번 한우숯불구이축제는 주변 직거래장터와 상생이 이뤄졌다는 점에서 매우 뜻깊었는데, 바로마켓과 한우 축제장을 오가는 발걸음이 제법 눈에 많이 띄었다. 바로마켓의 한 상인은 “원래는 수요일과 목요일에 문을 여는데, 오늘(화요일)도 특별히 문을 열었다”며 “평소보다 장터에도 사람이 늘었다”며 만족감을 나타냈다. 평소보다 판매 물량이 늘었다는 사실도 밝혔다.

한우숯불구이축제를 본격적으로 시작하기에 앞서 현장에서는 미디어 초청 포토행사를 진행했다. 한우자조금 민청전 위원장, 전국한우협회 김홍길 회장 등이 고객들에게 한우고기를 대접하는 모습은 다양한 언론에서 보도했으며, 이는 한우숯불구이축제를 널리 알리는 데 기여했다.

“한우 먹고 힐링 하려고 왔어요”

행사장에서는 1등급 이상의 한우 등심, 국거리 불고기 등 한우 정육, 양지, 채끝, 부채살, 안심, 안창, 토시, 갈비, 살치, 사골 등을 판매했다. 한 유통업체 관계자에 따르면 이번 행사에서는 등심, 채끝 못지 않게 부드럽고 가성비도 좋은 살치살을 선택하는 고객도 적지 않았다. 사골, 우족, 잡뼈 등을 파는 부스를 찾는 발걸음도 내내 이어졌다. 한우의 인기가 특정 부위에 국한된 것이 아님을 실감할 수 있었다.

현장에서 구매한 한우를 바로 숯불에 구워 먹을 수 있도록 마련한 2,000석 규모의 테이블은 그야말로 장관을 이뤘는데, 점심을 먹기에는 좀 이른 시간인 11시부터 한우가 익어가는 고소한 향이 숯불향과 어우러지기 시작했다. 많은 사람이 찾기 전에 여유롭게 한우를 즐기려는 고객들 덕분이었다. 한 직장인은 “오늘 쉬는 날이라 직장 동료와 찾아왔다”며 “점심시간이 되면 사람이 많아질 것 같아서 이른 점심을 먹으러 왔다”고 밝혔다. 여유롭게 식사하고 싶어 친구와 찾았다는 한 고객은 “오늘 맛있는 한우 먹고 힐링하려고 이곳에 왔다”고 말했다. 동네 언니와 함께 찾아온 한 주부 고객은 저녁에 아이들과 다시 방문할



계획이라고 밝히기도 했다.

첫날이 아니면 한우를 제대로 즐길 수 없을지도 모른다는 노파심에 행사 첫날 방문했다는 사람도 만났다. 주부 고객은 “한우농가, 유통업체에서 직접 판매하는 것이라 한우의 품질 좋다는 것을 잘 알고 왔다”며 “3일간 행사가 진행되지만, 물건이 좋아서 첫날 아니면 못 먹을까 봐 서둘러 왔다”며 미소를 지어 보였다.

점심시간이 되자 행사장에는 한우의 고소함이 더욱 진해졌다. 회사 동료들과 점심을 먹으려고 찾아온 직장인이 적지 않았는데, 직장인 화합에는 역시 한우란 점을 실감하는 순간이었다. 한 직장인은 “한우 먹고 오후에는 더 힘내서 일하겠다”면서 “한우가 정말 맛있다”라고 칭찬했다.

66

한우 맛도 좋고
가격도 괜찮고
찾아온 보람이 크다
99



맛도 가격도 모두 만족 “찾아온 보람이 있어요”

“입에서 살살 녹아요. 정말 부드러워요.”

“한번 잡숴봐요. 정말 맛있어요.”

“왜 한우를 숯불에 구워 먹는지 알겠어요. 불향과 육즙이, 정말 다르네요.”

고객들은 한우 맛에 대해 모두 만족감을 나타냈다. ‘맛있다’는 평가가 이어졌고, 좀 더 구체적인 맛 표현을 요청하자 이번에는 “정말 맛있다”는 평가가 이어졌다. 이날 행사장을 찾은 한국식생 활개발연구회 안승춘 회장은 “지금까지 ‘한우라서 싫어요’라고 말하는 사람은 못 봤다”면서 “한우가 맛있는 것은 확실한 것 같다”며 한우를 치켜세웠다.

축제장에서는 부모님과 함께 온 어린이 고객도 적지 않았다. 한 초등학생은 한우 시식 전 “한우 맛은 예쁘다”라고 표현했는데, 행사장에서 한우를 맛 본 후에는 “더 예쁜 맛이다”라며 만족감을 한껏 드러냈다. 한 어머니 고객은 자녀를 가리키며 “입이 짧은데, 오늘은 한 팩의 3분의 2를 혼자 먹었다”며 “어린이집에 안 보내고 한우 먹으러 온 보람이 있다”고 말했다.



현장에는 한우 마니아도 적지 않았다. 이들이 전한 한우의 매력은 “한우는 부위별로 마블링이 다르고 그 맛도 다르다, 역시 한우가 달고 맛있다, 한우를 먹으면 기력이 좀 회복된다” 등이었다. 이들은 이구동성으로 앞으로도 한우를 애용하겠다는 뜻을 밝혔다.

한우숯불구이축제에서는 1등급(100g) 기준으로 △한우등심 5,900원 △한우정육 2,950원 △채끝 6,900원 △안심·갈비 7,900원 등에 판매했다. 평소 한우를 좋아하지만 가격 부담이 있었다는 고객들도 이날만큼은 가격 부담을 내려놓고 한우를 즐기는 모습이었다. “가격이 괜찮다, 가격에 만족한다” 등의 목소리도 높았다.

아버지와 데이트하러 왔다는 한 고객은 “한우를 좋아하지만 가격 부담은 있었다”면서도 “오늘은 맛도 좋고 가격도 괜찮고, 찾아온 보람이 크다”고 말했다.

이번 축제에는 마장동축산물시장 우육협회, 갈비구락부, 태우 그린푸드, 그린육가공, 의성서부한우회 마늘소 영농조합법인 등 총 5개 업체가 참여했다. 한 유통업체 관계자는 “이번 소비 촉진 행사가 한우농가에도 도움이 될 것이란 생각에 정성 들여 마련했다”면서 “한우농가와 유통업체가 서로 노력하면서 상생한다면 더 좋은 날이 올 것이라고 확신한다”며 한우농가를 응원했다.

볼거리·즐길거리도 풍성

한우숯불구이축제에서는 한우 요리 시식회, 한우 경매, 영수증 경품추첨 이벤트 등을 진행해 고객들의 즐길거리도 만족시켰다.

영수증 이벤트에서 5만 원 상당의 상품권을 받은 고객은 “너무 기쁘고 행복하다”며 “곧 태어날 행복이를 위해 한우, 그중에서도 살치살을 구입하겠다”고 밝혔다.

한우 경매로 한우고기를 5,000원~1만 원 정도 더 저렴하게 한우를 즐기게 된 고객들의 얼굴에도 흡족한 미소가 가득했다. 한우 경매에 참여한 한 고객은 “너무 싸게 잘 샀다”며 “많은 사람이 이곳에 오셔서 저렴한 가격에 한우를 많이 즐기시길 바란다”고 말했다.

한우 축제에 전 국민 참여

올해 가정의 달 ‘한우숯불구이축제’는 가정의 달 5월에 앞서 경기도(4월 19일)를 시작으로 서울(4월 23일), 제주도(4월 25일)에서 각각 열렸다.

아울러 5월에도 전국에서 한우숯불구이축제가 지역 행사로 열린다. 각 지역에서는 한우 할인 판매, 숯불구이존 운영 등은 물론이고 한우 탈 만들기, 페이스페인팅, 경품행사, 물켓이벤트 등 다양한 부대행사를 마련해 고객들을 맞이할 계획이다. 지역별 숯불구이축제 일정은 소식지 맨 뒷장을 참고하면 된다.

이렇게 가정의 달에 각 지역에서 열리는 한우숯불구이축제는 지역민들의 축제의 장으로 자리를 잡았다. 무엇보다 지역 한우의 우수성을 알리며 지역 한우농가와 소비자간 상생을 도모하는 자리가 되고 있어서 매우 의미있는 행사로 평가받고 있다. 🍀



백송

종합농원

김형호

대표



후계농은 믿음을 먹고 자란다

4월의 전라남도 나주는 만개한 배꽃이 절경을 이룬다. 그 아름다운 시절에 하얀 배꽃이 눈처럼 소복이 피어난 곳에 자리한 백송종합농원을 찾았다. 아버지가 단단하게 일궈놓은 배밭에서, 지난 7년간 김형호 대표는 단단한 책임감으로 자신만의 꽃을 활짝 피워냈다. 현재 백송종합농원은 과수원·조사료 재배 등 농업, 축산업, 퇴비업 등을 영위하고 있으며, 이 중 축산업은 김형호 대표가 전담하고 있다.

“아버지의 믿음이 큰 힘이 됐습니다”

현재 백송종합농원에서는 약 900두의 한우가 자라고 있다. 7년 전보다 규모가 약 4배 늘어난 것이다. 이 중 700여두가 거세 비육우이다. 백송종합농원이 이렇게 발군의 성장을 보인 데는 김형호 대표의 무던한 노력이 있었다. 바쁠 때는 하루에 서너 시간만 자면서 일하는 날이 일주일씩 열흘씩 이어지기도 한다.

김 대표의 노력은, 그의 강한 책임감 때문이기도 하지만, 무엇보다 그를 믿어주는 이들에 대한 보답의 의미가 크다. “한우농장 운영을 결정했을 때 아내, 가족, 친구들이 ‘정말 잘할 수 있다고, 더 발전하는 길이 될 것’이라며 저의 결정을 존중해 주고 또 희망을 주고 응원해줬습니다. 그래서 할 수 있다는 긍정적인 생각과 마음으로 자신감을 갖고 길을 만들 수 있었습니다.”

물론 이 모든 믿음과 신뢰는 김 대표가 무슨 일에서든 책임감을 가지고 자신의 일을 열정으로 해내는 사람이란 점을 지난 시간 스스로 입증해 온 덕분이다.

특히 김 대표의 아버지 김송백 대표의 믿음과 신뢰가 큰 힘이 됐다. “처음부터 아버지는 ‘너에게 모든 것을 맡긴다. 모든 것을 알아서 하거라’라며 저에게 한우농장 운영에 대한 책임과 권리를 일임하셨어요. 모든 것이 저의 책임감 안에 들어왔으니, 능동적으로 일해야 하는 확실한 동기부여가 됐습니다. 그래서 더 열심히 일하고 연구하며 저만의 농장 운영 방식을 만들어 낼 수 있었습니다.”

당연히 아버지와의 소모적인 논쟁이나 갈등도 없었고, 이는 김 대표가 결단질하지 않고 온전히 열정을 다해 농장 운영에 집중하게 만들었다.

한우농장 경영에 효율을 꾀하다

김 대표가 사양관리에서 무엇보다 중시한 것은 ‘효율’ 즉, 생산비 절감이었다. “사양관리를 경제적으로 접근할 필요가 있다고 봤습니다. 대부분 농장에서 송아지를 입식하는 비용은 비슷해요. 이런 상황에서 백송종합농원이 발전을 도모하려면 생산비를 줄이든지 매출을 늘리든지 둘 중 하나입니다. 그래서 백송종합농원에서는 한 우사에서는 비용을 줄이는 방법을 다른 우사에서는 더 좋은 매출을 내는 방법을 적용하며 농장 경영의 효율을 높이는 방법을 연구해 왔고, 지금도 진행 중입니다.”

그러면서 김 대표는 전략적으로는 생산비를 줄이기 위해, 전술적으로는 최적의 배합비를 적용한 사료를 급여하기 위해 노력하고 있다고 밝혔다. 현재 백송종합농원에서는 조사료를 자가 생산하고 있으며, 왕겨도 직접 조달하고 있다.

퇴비업도 영위하고 있는데, 이는 분뇨 처리 비용 절감으로 이어지고 있다. 물론 이는 분뇨를 빨리 처리해 한우가 보다 건강하게 자라는 환경을 구축하는 데도 일조하고 있다. 김 대표는 “우리 농장 퇴비만으로 부족해 주변 농가의 분뇨도 들여오고 있다”며 “이는 수익으로도 연결된다”라고 밝혔다. 완전 부숙한 퇴비는 과수원, 조사료 재배 등에 활용되는데, 이는 비료값 등의 절감으로 이어지고 있다. 농업에서의 생산성 증가는 당연하다.

특히 김 대표가 관심을 두고 있는 것은 사료. 지난 7년간 김 대표는 한우의 성장 시기에 따라 사료를 어떤 비율로 배합해야 할지에 대해 꾸준히 연구해 왔다. 현재 백송종합농원의 사료 배합비가 6개월에서 1년 주기로 바뀌는 이유다. “한우가 사료 100을 섭취했을 때 100 이상의 결과가 나와야 하잖아요. 그러려면 사료 배합을 효율적으로 해야 한다고 봅니다.”

모든 것이 농장 안에서 자급자족되도록

김 대표의 가까운 미래 계획은 농장 경영의 모든 과정을 백송종합농원 안에서 자급자족할 수 있도록 시스템을 구축하는 것이다. TMR 사료공장 운영 계획 역시 이 목표와 연결된다.

최근 백송종합농원은 축사 3동을 신축했다. “새로운 축사는 가임암소 기지로 만들 생각입니다. 현재 100두 정도인 가임암소를 300두까지 늘릴 예정입니다. 송아지 입식 비용 절감은 물론 송아지 가격의 불안정을 해소하는 방안도 되리라고 봅니다.” 질병 예방 차원의 이유도 크다.



아울러 ‘규모의 경제’를 실현하려는 김 대표의 전략과도 상통한다. “다른 농가와 비교했을 때 현재 백송종합농원에서는 두당 평균 60만~70만 원 정도의 생산비를 절감하고 있는 것 같아요. 그런데 여기가 한계점인 것 같습니다. 원가가 있으니까요. 결국 규모의 경제를 실현해야 한다고 봅니다. 지금까지 빠르게 사육두수를 늘려온 이유도 여기에 있습니다.” 김 대표가 4~5년 내 목표로 하는 사육두수는 2,000두이다.

그동안 김 대표가 보여준 길이 이 목표가 현실이 될 것임을 확신하기에, 백송종합농원의 미래가 눈앞에 선다. 무엇보다 그가 축산인의 책임감으로 정직하게 길을 만들 것이란 믿음이 크다.

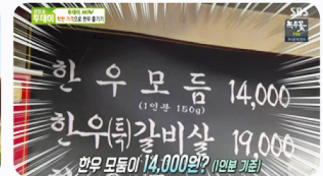
“매년 늘어나는 한우는 보람이었습니다. 무엇보다 조금 더 많이 키우려고 밀실을 하거나 살을 더 찌우겠다고 사료를 적량 외에 더 급여하는 일 없이 정직하게 만들어낸 보람이란 점에서 자부심도 큼니다. 사실 한우를 잘 키운다는 것에 대한 정답이 없어요. 그래서 어려운 것 같습니다. 하지만 아직 젊으니까, 여유를 갖고 연구하면서 저만의 정답을 찾아보려고 합니다.”

김 대표는 축산업에 대한 더 나아가 1차산업에 대한 인식을 보다 긍정적으로 만드는 데 일조하고 싶다는 뜻도 밝혔다. “우리 한우가 우리 축산물이 우리 농산물이 건강한 환경에서 건강하게 길러지고 있다는 것을 사람들에게 자연스럽게 알리고 싶어요. 지금 당장 인식이 개선될 수는 없겠지만, 그래도 누군가 해야 하는 일이라면 그 일을 하는 사람이 되고 싶습니다.” ☺

한우는 비~싸다? 한우는 등심구이? 그 고정관념 ‘넣어둬~ 넣어둬~’



1 SBS <생방송 투데이> 4월 4일, 4월 18일 · MBC <생방송 오늘 아침> 4월 11일 · MBC <생방송 오늘저녁> 4월 26일



질도 맛도 좋은데 가격도 좋아...한우는 가성비도 좋아

한우 판매점에서 꽃등심 4인분·부채살 3인분·음료를 16만 원에 혹은 꽃등심 4인분·등심 3인분·냉면·볶음밥을 17만 원에 먹은 소비자들의 행복한 모습, 생등심 600g 3만 3,800원 등 한우 100g을 5,000~6,000원에 팔고 한우불고기 1인분을 9,000원에 파는 한우 판매점이 시청자들의 이목을 사로 잡았다. 외식 메뉴로 '한우'가 부담스럽지 않음을 알리며 한우의 대중적 이미지를 제고하는 데 기여했다.

'싼 게 비지떡'이란 고정관념을 깬다는 점에서도 이번 PPL은 의미가 있었다. 방송에 출연한 한우 판매점에서는 1등급 이상의 한우를 취급하고 있었고, 무엇보다 "육즙이 풍부하고 고소한 맛이요, 입에 넣자마자 입에서 살살 녹아요, 여기서는 질 좋은

고기를 저렴하게 먹을 수 있어요, 여태까지 먹었던 한우 중에 가장 고소하고 부드러워요, 힘이 빠 나는 것 같습니다. 원기회복에 최고예요" 등의 고객들의 맛 평가는 '낮은 등급의 한우가 아닐까'란 시청자들의 의심을 잠재우기에 충분했다.

이 PPL의 하이라이트는 질 좋은 한우를 저렴하게 팔 수 있는 비결. 착한 가게들은 박리다매 방식으로, 직접 한우를 손질해 가공비와 인건비를 줄여서, 점심 장사로 수익 보완이 이뤄지므로, 직거래로, 통상 6단계인 한우유통 단계를 3단계로 줄여서, 농장직영으로, 경매로 사서 직접 손질하니까 등으로 한우를 착한 가격에 선보이고 있었다. 식당 주인장들의 정직한 노력과 정성이 더해져 부담이 적은 가격이 형성됐다는 점은 한우의 긍정적인 이미지를 높이는 데 일조했다.

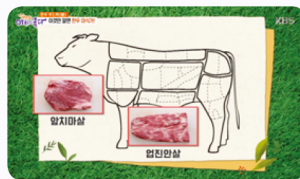
4월 방송에서 만난 한우는 시청자들의 고정관념을 타파하며, 한우 소비촉진을 도모했다. “한우는 정말 맛있지만, 가격이~”라며 한우 소비를 망설이던 고객들의 고정관념을 깨뜨리는 PPL을 4월 한 달 내내 진행했다. 이 PPL은 봄에 좋은 음식을 먹고 기운을 내리는 시청자들은 물론이고 가정의 달 5월을 앞두고 가족, 친지들과 외식 장소를 찾는 고객들을 TV 앞으로 불러모으기 충분했다. “한우는 역시 등심”이라는 고정관념을 가진 시청자들에게 한우의 숨은 부위를 제대로 보여준 PPL도 인상적이었다.



5월 한우자조금 TV·라디오 광고 스케줄

채널	편성표	요일 및 날짜	시간
KBS1	인간극장 前	월요일(6일·13일·20일·27일)	7:49
	노래가좋아 前	토요일(4일·11일·18일·25일)	10:29
	6시내고향 前	금요일(3일)	17:59
	9시뉴스 後	화요일(21일·28일)	21:59
KBS2	주말연속극 前	일요일(19일)	19:54
	영화가좋다 前	토요일(4일·11일·18일·25일)	10:19
	KBS 앙코르(재방프로그램) 前	화요일(7일·28일)	10:59
	닥터프리즈너 前	수요일·목요일(1일·8일·9일)	21:59
CBS 표준 FM	김현정의 뉴스쇼 2부 後	월요일~금요일	8:34

2 KBS2 <생방송 아침이 좋다> 4월 9일



한우의 특수부위...한우의 시크릿을 맛보다

‘한우 푸드락, 이것만 알면 한우 미식가.’ 한우미식가가 되는 두 번째 방송이 이어졌다. 4월 방송 주제는 ‘한우 특수부위’. 한우 등심만큼이나 매력적인 설깃머리, 업진안살, 아롱사태, 앞치마살 부위를 소개하며 한우 부위의 다양성을 알렸다. 각 부위가 어디에 해당하는지와 그 희소성을 알려주는 내용은 한우 특수부위에 대한 시청자들의 관심을 끌어모으는 데 손색이 없었다. 방송에서는 설깃머리는 스테이크용으로 굽고, 업진안살은 얇게 썰어서 구워야 한다 등과 같이 특수부위에 걸맞은 구이법도 소개해 특수부위에 대한 접근성을 높이며 소비촉진을 도모했다. 육회용으로 주로 활용하는 아롱사태를 구우면 쫄득하고 진한 육맛이 난다는 내용은 한우 부위 요리법의 고정관념을 깨는 데도 일조했다.

제작지원

MBC <백년만의귀향, 집으로> 4월 1일·8일·14일·21일



임시정부 100주년 특별기획 방송 제작지원

한우자조금이 MBC가 임시정부 수립 100주년을 맞아 특별 기획한 ‘백 년만의 귀향, 집으로’의 제작을 지원했다. 이 방송은 조국의 독립을 위해 헌신했지만 끝내 해방된 조국에 돌아오지 못하고 타국에서 살아가는 독립유공자와 그 후손들을 직접 찾아가, 그들이 삶과 선조들에 대한 기억을 들어보는 프로그램이었다. 방송 후 “대한민국이 이렇게 소중한 나라였다는 걸 일깨워 주셔서 감사합니다” 등 프로그램에 대한 시청자들의 찬사가 이어졌다. 한우자조금의 이번 방송 제작지원은 한우산업이 갖는 민족산업으로서의 공익적 의미와 역할을 다하는 기회였다는 점에서 매우 뜻깊었다.



1

2019년 한우 먹고 응원 하누 “야구장에서 한우 먹으니 더 맛있어요!”



한우자조금이 지난 4월 12일 인천 남구에 있는 인천 SK행복드림구장을 꼭 1년 만에 다시 찾았다. 스포츠마케팅 일환으로 진행하는 한우자조금 고객 초청 야구장 행사는 야구팬들에게 우리 한우의 우수성을 알리기 위해 진행하고 있다. 특히 올해는 인천에 거주하는 다문화 가정들과 함께했다는 점에서 의미가 남달랐다. 야구를 보면서 우리 한우를 즐긴, ‘2019년 한우 먹고 응원 하누’ 그 축제 속으로 들어가 보자.

야구장에서 한우 찾기

4월 12일 오후 4시, 인천 SK행복드림구장 7번 게이트에 위치한 매표소 앞에는 SK와이번스와 KIA타이거즈의 경기를 관람 하러 온 야구팬들이 모여들기 시작했다.

이날 이곳에서 한우자조금은 야구장을 찾은 야구팬들에게 우리 한우의 우수성을 알리기 위해 야구장 밖에서 경기 시작 전 행사를 진행,

야구팬들의 큰 호응을 끌어냈다.

이날 한우자조금이 준비한 이벤트 중에서 가장 먼저 야구팬들의 마음을 사로잡은 것은 ‘야구 투수왕 이벤트’. 줄이 끊기지 않고 행사 시간 내내 이어졌는데, 남녀노소를 막론하고 자신의 차례를 기다리는 이들의 얼굴에는 기대감이 가득했다. 한 이벤트 참가자는 “야구장에서 이런 이벤트가 자주 열렸으면 좋겠다”고 바랐다. 이벤트 상품으로 증정한 텀블러, 한우자조금통, 한우육포, 물티슈 등의 한우굿즈에 대한 반응도 좋았다. 한우자조금은 ‘푸드트럭 SNS 해시태그 인증샷 이벤트’도 진행했는데, 한우자조금 행사장 인증샷을 SNS에 올리고, #한우 #한우자조금 #한우유명한곳 #인생맛있어진다 등의 해시태그를 단 관람객들을 대상으로 시식 행사를 열었다. 한우가 익어가는 달콤하고 고소한 냄새는 야구팬들의 발걸음을 푸드트럭 앞으로 이끌기 충분했다.

고모와 야구장을 찾은 한 어린이는

“쫄깃쫄깃하고 정말 맛있다”며 “할머니가 해 주신 것보다 맛있다”고 얘기해 고모를 당황하게 만들기도 했다. “부드러워서 목 넘김이 정말 좋다. 한우고기가 달다” 등의 평가도 이어졌다. “한우

안 파느냐?”고 묻는 이도 있었다.

“평소에 한우만 먹는다”는 고객도 적지 않았는데, 자녀와 야구장을 찾은 한 관람객은 “아이에게 한우만 먹인다”며 “우리나라에서 생산되는 한우니까, 더 신선하고 그래서 건강에 더 좋지 않겠느냐”며 한우에 대한 애정을 나타냈다. 다른 관람객은 “앞으로도 한우 많이 이용하겠다”고 밝혔다.

우리 모두 ‘한우로’ 하나되다

오후 5시 30분, 한우자조금 행사장에는 한우자조금이 초청한 인천 ‘미추홀구 가족센터’ 다문화 가정과 관계자 약 50명이 찾아왔고, 행사장은 더욱 활기가 넘쳤다.

미추홀구 가족센터 박정윤 팀장은 “중국, 일본, 우즈베키스탄 등에서 오셔서 가정을 이룬 사람이 많다”며 “이분들은 한국 사람들과 어울려서 무엇인가를 하는 것을 매우 좋아하는데, 오늘 이렇게 초대를 받아서 모두 기쁘게 생각한다”며 감사의 마음을 표현했다.

이날 경기의 시구·시타자로는 한우자조금에서 초청한 미추홀구 가족센터 소속의 박종명·박서준 부자가 낙점됐다. 박종명 씨 가족은 모두 스포츠 마니아로, 아버지 박종명 씨와 박서준 군은 월드컵 기간에도 야구를 볼 정도로 야구 광팬인데 특별히 SK와이번즈의 팬이란다. 박서준 군 누나는 현재 축구선수로 활약하고 있다.

이날 박서준 군은 장염으로 컨디션이 좋지 않았는데, 시구·시타 연습을 시작하자마자 컨디션을 회복하며 과연 야구 마니아다운 면모를 보였다. 박서준 군 어머니는 “서준이 친구가 이곳에서 시구를 한 적이 있었는데, 그때 서준이가 매우 부러워했다”면서 “오늘 이렇게 서준에게도 좋은 추억이 또 자랑거리가 생겨서 정말 좋다”고 말했다.

“한우고기 환상적이에요”

6시 30분, 드디어 이날의 야구 경기가 시작됐고, 인천

SK행복드림구장의 바비큐 존에서도 다문화 가정과 함께하는 한우 바비큐 파티가 본격적으로 열렸다. 한우자조금은 이날 다문화 가정 초청 고객들에게 1인 기준 채끝 150g, 불고기 100g을 비롯해 그릴, 가위, 집게, 앞 접시 등의 물품도 제공했다.

바비큐 행사에 참석한 한 가족은 “아이들과 외식하면서 야구 경기도 볼 수 있어서 정말 좋다”리면서 “한우도 정말 맛있다”며 만족감을 나타냈다. 한 어머니는 “시식회에서 ‘맛있다’며 두 번이나 줄을 섰는데, 여기서도 이렇게 아이들이 잘 먹는다”며 흡족함을 나타냈다.



다른 참석자는 “집에서보다 야구장에서 먹는 것이 더 맛있는 것 같다”며 “촉촉한 육즙에 부드럽기까지, 정말 맛있다”고 말했다. 한 참석자는 “한우농가 여러분 덕분에 정말 맛있게 잘 먹었다”며 “정말 감사하다”라는 인사를 전했다. 이날 한우고기에 대한 반응은 어른들은 물론 특히 자녀들의 반응이 좋았는데 “입에서 살살 녹아요. 환상적인 맛이에요, 정말 맛있어요” 등의 맛 표현이 줄줄이 이어졌다.

한우자조금 ‘스포츠마케팅’ 무르익다

이날 한우자조금은 경기장을 찾은 야구팬을 위한 다양한 이벤트도 진행하며 소통하는 시간을 가졌다. 한우자조금과 함께 하는 ‘꽃이름 맞추기 대회’, ‘꽃등심 먹방 대결’, ‘레이디스 댄스 타임’ 등을 경기 중간마다 진행했는데, 이는 야구팬들에게 한우에 대한 긍정적인 이미지를 형성하게 만드는 계기가 됐다. 이날 이벤트 상품으로는 ‘한우 육포’를 증정했다.

한우자조금 민경천 위원장은 “앞으로도 다양한 스포츠 프로모션으로 우리 한우의 우수한 맛과 영양을 알리며 한우가 소비자들에게 더욱 친근하게 다가가도록 노력하겠다”고 말했다. 🍗

2

‘청소년 한우 맛체험 행사’ 현장을 가다 “오늘 한우 먹는 거야? 오, 한우!”

한우자조금이 주최하고 전국한우협회 여주시지부가 주관한 ‘청소년 한우 맛체험’ 행사가 지난 4월 22일 여수 한영고등학교에서 진행됐다. 이번 행사에서 점심으로 한우 불고기를 접한 한영고등학교 학생들은 ‘한우 맛은 두말하면 잔소리’라는 뜻 엄지손가락을 치켜세우며 만족감을 나타냈다.

한우 맛 체험으로 한우 맛과 우수성 알려

이날 본격적인 ‘청소년 한우 맛 체험’을 진행하기 전, 관계자들이 모여 간담회를 열었다. 간담회에는 한우자조금 감성인 대의원을 비롯해 전국한우협회 이정만 여주시지부장, 농업기술센터 정대봉 소장, 여수시의회 환경복지위원회 백인숙 위원장, 한영고등학교 조형자 교장 등이 참석했는데, 이번 행사에 대한 반가움과 함께 한우농가들에 감사의 마음을 전했다.

한영고등학교 조형자 교장은 “맛은 물론이고 몸에 좋은 한우를

지원받아 학생들의 식단을 풍성하게 만들 수 있어서 참 참 좋다”며 “이렇게 한 번씩 한우를 맛보면 학생들이 구매력이 생기는 성인이 돼서도 한우를 즐겨 먹을 것”이라며 이번 행사에 대한 고마움을 나타냈다. 백인숙 위원장은 “한우농가도 어려운데 지역 학생들에게 이렇게 좋은 기회를 줘서 정말 감사한 마음”이라며 의회에서 한우농가를 위해 더욱 노력하겠다는 뜻을 전했다. 이어 농업기술센터 정대봉 소장은 “인스턴트 음식에 길들여진 아이들에게 청정지역 여수에서 키운 우리 한우를 맛보는 행사라 더욱 의미가 크다”며 “한우를 비롯해 친환경 농산물이 학교에 납품되고 있는데 이런 좋은 음식을 많이 먹고 모든 학생이 건강했으면 좋겠다”라고 바랐다.

한우 불고기 ‘말이 필요 없는 맛’

점심시간을 알리는 종이 울리자 아이들이 급식실로 쏟아져 들어왔다. 들어오면서 현수막을 본 학생은 “한우 맛 체험? 우리 오늘 한우 먹는 거야? 오, 한우!”라며 맛 체험 행사를 반겼다. 오늘 식단의 주인공은 바로 한우 불고기. 여기에 매콤하면서 시원한 꽃게탕, 쫄깃쫄깃한 식감이 일품인 새송이버섯전, 갓김치, 김치, 깍두기, 딸기



우유 등이 더해졌다.

이날 한우 불고기 배식은 특별히 이정만
지부장과 백인숙 위원장, 정대봉 소장이
맡았다. 학생들은 한우 불고기를 배식받으며
“불고기 많이 주세요!” “조금 더 주세요!”라며
‘씩’ 웃어 보였다. 이런 미소를 보고 어찌

가만히 있을까. 이정만 지부장도, 정대봉 소장도 불고기 산을 만들어
아이들 식판을 가득 채웠다.

원래 식욕 왕성한 남학생들이지만, 시험을 마치고 먹는 점심이라
그런지 젓가락이 보이지 않을 만큼 수저가 빠르게 움직였다. 한우
불고기를 입안에 넣고선 우걱우걱 씹는 모습이 보는 이의 침샘을
자극했다. 학생들은 다른 말은 필요 없다는 듯 한우 불고기 맛에

엄지손가락을 먼저 치켜세우며 흡족함을 나타냈다.
“평소와 달리 오늘은 특별히 한우 불고기가 나와서 정말 맛있게
먹었어요. 최고예요!”라는 강희준 학생. 그 옆에 있던 이원형 학생은
“한우가 자주 급식에 나온다면 매일 점심시간을 기다릴 것 같아요”라며
웃어 보였다. “기회가 된다면 한우 스테이크나 안심이 나왔으면
좋겠다”는 박태훈 학생의 말에 다른 학생들도 공감의 고개를 격하게
끄덕여 한바탕 웃음이 쏟아졌다.

이진호 학생은 “한우농가 분들께서 열심히 키운 한우를 우리가 맛볼
수 있게 지원해주셔서 정말 감사합니다”라며 “한우농가 화이팅!”이란
감사의 인사를 전했다. 점심시간이 끝나갈 무렵, 점심을 먹고 교실로
돌아가던 학생들 중 한 명은 “한우자조금 파이팅!”이라고 소리쳤다.



“아이들이 맛있게 먹어 정말 뿌듯해요”

학생들이 맛있게 먹는 모습을 보고 가장 뿌듯한
표정을 지은 사람은 김다희 영양사이다. 김다희
영양사는 “오늘 이렇게 한우를 학생들에게
풍족하게 먹일 수 있게 지원해 주셔서 정말
감사하다”는 소감을 전했다.

이정만 지부장의 얼굴에도 미소가 가득했다.
“아이들이 맛있게 먹어 주니 너무 기쁘다”면서
“기회가 되면 학생들에게 한우가 5,000년 역사를
함께 해 온 우리의 소중한 문화유산이란 점을
알려줬으면 좋겠다”는 바람을 나타냈다. 이어서
이정만 지부장은 학생들에게 “우리 한우를
아끼고, 사랑하며 한우농가를 많이 응원해
달라”고 당부했다.

‘먹는 것이 곧 그 사람’이라고 했다. 한 끼 식사에
당장 무엇이 크게 달라지지는 않겠지만, 한 번
또 한 번 한우를 먹는다면 맛은 물론 영양학적인
면에서도 탁월한 한우가 분명 학생들이 건강하게
자라는 데 좋은 영향을 미칠 것이다. 무엇보다
한우의 탁월한 맛을 기억하는 학생들은 커서도
한우를 먼저 찾을 것이고, 이는 우리 지역
한우산업 더 나아가 대한민국 한우산업의
영속성으로 이어질 것이다. 🍴

▽ 왼쪽부터 여수농업기술센터 축산정책과 이균홍 차장, 김인섭 과장, 정대봉 소장, 여수시의회 환경복지위원회 백인숙 위원장, 한영고등학교 조형자 교장, 한우자조금 김성인 대의원, 전국한우협회 여수시지부 이정만 지부장, 여수시지부 류용현 사무국장



3

‘2019년 1차 한우 수출분과위원회’ 열어 수출 부위별 영문 명칭 통일화 및 홍콩 현지 프로모션 확대 추진

한·육우수급조절협의회 한우 수출분과위원회가 지난 4월 19일 서울 서초동 제2축산회관에서 ‘2019년 1차 한우 수출분과위원회’를 열고, 한우 수출 확대 방안을 모색했다.

이날 회의에서는 먼저 ‘2018년 한우 수출 실적’에 대한 보고가 있었다. 이에 따르면 2018년 수출물량은 65.2톤으로, 2017년 57.1톤보다 약 14.18% 증가했다. 4월 11일 기준, 2019년 한우고기 수출물량은 15.5톤으로, 지난해 동기 15.7톤보다 약 1% 감소했다.

이날 회의의 협의 안건은 ‘수출 부위별 영문 명칭 통일’과 ‘현지 홍보 물품 수요 조사’ 이렇게 두 가지였다. 수출 부위별 명칭 통일과 관련해서는, 홍콩 현지에서 사용하는 한우 부위별 영문 명칭과 국내에서 사용하는 영문 부위별 명칭이 달라 현장에서 혼선을 겪고 있다는 의견에 따라 홍콩 현지에서 사용하는 영문 명칭에 맞춰 국내 영문 표기법을 재정비하자는 데 의견이 모아졌다. 또한, 현지 한우 이미지 제고를 위해 홍보 물품 수요 파악도 진행했다.

이 외에도 회의에서는 한우 수출 활성화를 위한 다양한 의견이 나왔다.



회의 참석자들은 △더욱 세분화한 등급 표기 △소포장 스티커 로고 퀄리티 향상 △중국 등 신규시장 확대 △수출 확대를 위한 현실적인 전략 수립 필요 △냉장 컨테이너 사용 절차 간소화 △급랭·마리분 수출에 대한 협의 등이 필요하다고 봤다.

냉동 한우고기 수출이 필요하다는 주장도 나왔다. 한우 수출 확대를 위해서는 냉장·고급육 중심의 수출에서 탈피해야 하고 무엇보다 홍콩 현지에서는 냉동육 수요가 높다는 등의 이유가 제시됐다. 이에 다음 한우 수출분과위원회에서는 ‘냉동 한우 수출’을 안건으로 정식 상정하기로 결정했다.

한편, 한우자조금은 2019년에도 홍콩 언론을 대상으로 한 언론홍보 활동과 페이스북·인스타그램 등을 활용한 SNS 홍보를 꾸준히 전개할 방침이다. 아울러 현지인 대상 프로모션 활동도 활발히 진행할 예정이다. 한우자조금 관계자는 “VVIP는 물론 특히 한우 실수요층 대상의 프로모션을 확대할 계획”이라고 밝혔다. 🍀

2019년 한우자조금 홍콩 현지 프로모션 추진 계획

주홍콩 한국문화원 공동 ‘한우 쿠킹 클래스’ 진행

- 각국 영사 부부 등 VVIP, 홍콩 현지 한우 수입사, 실수요층 소비자 등 대상

레스토랑&바 박람회 참가 추진

- 한우자조금 부스 설치로 수입사 홍보 공간 마련

와인&다인 축제 참가 추진

- 실수요층 대상 프로모션 실시

한국영사관 주최 ‘국경의 밤’ 지원 추진

- 홍콩 유명인사 대상 초청 행사에서 한우 시식 등

기타

- VVIP 대상 프로모션 추진
- 바이어 대상 마케팅 지원
- 소비자, 유통업자 대상 교육 실시
- 한우 수출 동향 보고서 작성 및 배포



4

한우 수출 지원사업 강화 노력 홍콩 현지 정부기관· 언론사·수입사 등 방문을 통한 관계 강화 실시

한우자조금은 지난 4월 14일부터 4월 18일까지 홍콩 내 정부 기관, 수입사, 언론·미디어사, 현지 홍보대행사를 방문, 홍콩에서의 한우 홍보·마케팅 강화 방안을 모색했다.

우선 한우자조금은 정부 기관인 주홍콩 한국문화원을 방문해 5월 30일부터 6월 1일까지 진행할 한우 쿡킹클래스 등 홍콩에서의 연간 사업 계획을 공유하고 이에 대한 의견을 구하며 현지 프로모션 기획에 만전을 기했다.

쿨쿨프로즌, 쿨쿨트레이딩, 엘리트, 오리올, 어메이징파인푸드 등 홍콩 내 한우 수입사를 방문한 자리에서는 한우자조금 홍콩 현지 프로모션 활동에 수입사들의 적극적인 참여를 당부했다.

아울러 홍콩에서의 한우 홍보·마케팅 강화를 위한 수입사들의 의견과 요청 사항도 청취했다. 수입사들은 △홍콩 내 냉장유통시스템 구축 부족과 홍콩인이 좋아하는 사브사브 식문화 등으로 냉동이 불가피한 점을 고려해 냉동육 수출과 관련한 유연한 정책 필요성



대두 △한우고기 등급과 실제 한우고기 품질이 맞지 않으므로 품질 격차 해소 방안 마련 필요 △타국 소고기와의 차별화되는 한우 소고기 이력제 마케팅 포인트로 활용△부위별 명칭 통일 등의 의견을 내놨다. 한우자조금 관계자는 “주요 수입사와의 밀도 있는 회의로 한우 수출 활성화를 위한 많은 아이디어를 얻었다”며 회의 결과에 만족감을 나타냈다.

시티슈퍼(코즈웨이베이점), 신국화(완차이점), AEON백화점(구룡반도 HungHom점), 시티슈퍼(센트럴 IFC점), 그레이트푸드홀 등 한우가 납품되는 유통매장과 식당을 찾아, 판매자 면담과 직접 조사 등으로 홍콩에서의 한우 유통 상황을 점검했다. 조사 내용은 한우 수출 사와 공유할 예정이다.

홍콩 내 17개사 미디어 사도 직접 방문, 언론사에 긍정적인 이미지를 남겼다. 한우자조금은 앞으로 매체 유형별로 차별화된 메시지를 전달해 보다 효과적인 언론홍보를 도모할 것이라고 밝혔다.

홍콩 종합홍보회사 DNA 사를 방문, 원활한 업무 협조도 도모했다. 이 자리에서는 △한우자조금의 홍보·마케팅 업무 처리 방식 소개 △한우의 홍콩 내 인지도 향상을 위한 DNA 사의 홍보·마케팅 계획 공유 등이 이뤄졌다.

홍콩 유명 인사인 DNA 사의 Victor Wu 회장은 “정관계 고위급 인사들의 영향력을 바탕으로 한우 홍보에 적극 협조하겠다”는 뜻을 밝혔다. 🍷

5

봄맞이 이벤트로 소비촉진과 SNS 채널 활성화 열흘간 이벤트로 유튜브 구독자 1,365명 증가

한우자조금이 봄맞이 한우 소비촉진을 위한 이벤트를 전개하며
한우자조금 SNS 채널 활성화를 도모했다.

한우자조금은 지난 3월 28일부터 4월 10일까지 한우자조금 유튜브
채널 활성화를 위해 '유튜브 구독하면 한우 드려 봄' 이벤트를
진행했다. 이벤트 당첨자에게는 5만 원 상당의 한우 선물세트(10명)와
한우 불고기버거세트 기프티콘(50명)을 증정했다.

이번 이벤트는 △한우자조금 유튜브 채널 구독 인증샷 촬영 △한우114
이벤트 페이지 접속 △인증샷 업로드와 같은 간단한 방식의 이벤트로
참여자들의 큰 호응을 이끌어냈는데, 이벤트 참여자 수가 총 1,302명에
달했다. 같은 기간 한우자조금 유튜브 구독자 수가 1,365명 증가하는
성과도 있었다.

한우자조금 관계자는 "앞으로 유튜브 채널에 한우 관련 정보, 한우
레시피, 한우판매점 소개 등의 콘텐츠를 지속적으로 업데이트해
소비자들과의 소통을 강화할 것"이라고 밝혔다.

이번 이벤트는 한우114 사이트 활성화에도 일조했는데, 이벤트 기간에
한우114에 사이트에는 총 17만 2,380명이 방문했고, 총 23만 5,998회의
페이지뷰를 기록했다.

아울러 한우자조금은 4월 내내 '한우유명한곳' 홈페이지와 '한우114'
홈페이지에서 봄을 맞아 '봄날의 한우 특가전(한우 먹어 봄)'을
열었다.

한우자조금 민경천 위원장은 "가족 또는 친구들과 야외 나들이를
즐기기 좋은 봄을 맞아 한우특가전을 전개해 소비자들에게 지역 유명
한우 브랜드를 저렴한 가격으로 선보이고 지역 한우 브랜드몰을
알리며 소비촉진을 도모했다"고 밝혔다.

한우자조금은 지역 한우 브랜드몰을 알리고 소비자들이 보다 저렴한
가격에 한우를 만나도록 앞으로도 매월 지역 한우 브랜드몰과 제휴해



기획전을 전개할 방침이다.

4월 한우 특가전에는 '대관령한우',
'경주천년한우', '태우그린푸드'가 참여했는데,
1등급 이상의 한우등심, 한우장조림,
한우찜갈비, 한우불고기, 한우국거리,
불고기·국거리·장조림·산적 등으로 구성된
정육세트, 갈비살·등심·안심, 채끝 등 구이용
한우고기로 구성된 명품세트 등을 최소 27%에서
최대 51% 할인을로 판매했다.

이번 행사는 전국에 있는 우리 한우 판매점에 관한
정보를 제공하는 '한우유명한곳' 인지도 향상에도
기여했는데, 4월 1일부터 4월 12일까지에만
기획전 페이지뷰가 1,302회 일어났다.

한우자조금은 "한우 브랜드몰 기획전 홍보에
한우자조금 카카오프러스친구, 페이스북,
인스타그램 등의 한우자조금 SNS 채널을 적극
활용했다"며 "앞으로도 한우 SNS, 인터넷 사이트
등을 적극 활용해 한우 소비 홍보 활동의 시너지
효과를 제고할 것"이라고 밝혔다. 🍀



6

‘제47회 한국기자협회 축구대회’ 후원 ‘세계만방에 한우 우수성 알리기 위해 노력할 것’

한우자조금이 ‘제47회 한국기자협회 축구대회’를 후원하고, 기자들과의 소통 강화를 도모했다. 벌써 7년째 이어지고 있다.

한우자조금은 지난 4월 27일 서울 중랑구 중랑구립잔디운동장에서 열린 ‘제47회 기자협회 축구대회’에 참가, 우승, 준우승, 심판상, 수훈상 등에 대한 시상품으로 한우 선물세트를 후원했다. 한국기자협회 김용만 총괄본부장은 “한우자조금에서 매년 기자협회 축구대회에 후원해주는 것에 대해 감사하게 생각한다”며 “세계 최고의 품질을 자랑하는 우리 한우가 세계만방에 소문이 나도록 우리 기자들도 역할을 다할 것”이라고 밝혔다.

이날 열린 한국기자협회 축구대회에는 예선전을 거쳐 본선에 진출한 8개 팀이 참가해 우승컵을 놓고 치열한 경쟁을 펼쳤다. 그 결과 올해 우승은 동아일보가, 준우승은 매일경제가 차지했다. 이번 대회 득점왕에 오른 동아일보 김성모 기자는 “준결승을 치르기 전에 한우고기를 시식했는데, 그 덕분에 우승한 것 같다”며 “우리 한우

좋은 것 맛있는 것 잘 알고 있는데, 이렇게 좋은 한우를 생산해 주신 한우농가 분들에게 정말 감사하다”고 말했다. 이어서 김성모 기자는 “앞으로 한우의 우수성을 널리 알리기 위해서도 노력하겠다”고 밝혔다.

이날 한우자조금은 한우의 우수성과 친근감을 기자들에게 알리기 위해 한우 푸드트럭 시식회를 진행, 대회 참가자들로부터 큰 호응을 이끌어냈다. 이번 대회에서 3위를 기록한 이투데이 소속 김기승 기자는 한우 불고기 시식 후 “오늘 경기 중간마다 한우를 먹은 덕분에 힘내서 경기에 임할 수 있었다”고 말했다.

이날 한우의 우수성은 경기를 뒀 선수들에게만 전달된 것은 아니다. 응원차 경기장을 찾은 동아일보의 한 기자는 “응원할 때도 체력소모가 많이 되는데 한우 먹고 힘내서 열심히 응원하고 있다”고 밝혔다. 평소 한우만 즐긴다는 한 심판은 “고소하고 담백하고, 역시 우리 한우”라면서 칭찬을 아끼지 않았다. 의료진 중 한 명은 “한우는 우수한 단백질을 가지고 있어 선수들 기력 회복에 기여할 것”이라며 한우의 우수성을 설명했다. 🍴



7

‘2019년 1차 한우자조금 특정·자유연구과제’ 공모 ‘한우농가 경쟁력 제고· 한우 소비 증진’ 방안 모색

한우자조금이 5월 13일까지 ‘2019년 1차 한우자조금 특정·자유연구과제’ 공모를 진행한다. 이번 연구과제 공모는 한우농가의 경쟁력 제고, 한우산업 발전, 한우고기 소비 증진 등을 위한 방안을 모색하기 위해서 진행됐다.

특정연구과제 공모 분야는 △구제역 백신 접종이 유사산 및 폐사에 미치는 영향 연구 △퇴비 완전 부숙을 위한 표준 운영 절차 개발 △한우고기 부위별 세분화 및 활용방안 연구 △한우 송아지 설사 발생원인 및 관리방안 연구 △2019년 한우자조금 사업별 성과분석 연구 등 6건이며, 자유연구과제는 △한우고기 우수성 발굴 분야 △한우고기에 대한 부정적 인식 대응 분야 △한우산업 관련

정책분야 △한우농가 생산성 향상 분야 등 5개 분야이다.〈그림 참고〉

연구기관의 신청자격은 △국·공립연구기관 △‘특정연구기관 육성법’ 제2조에 따른 연구기관 △‘정부출연 연구기관 등의 설립·운영 및 육성에 관한 법률’에 따라 설립된 정부출연 연구기관 또는 ‘과학기술분야 정부출연 연구기관 등의 설립·운영 및 육성에 관한 법률’에 따라 설립된 과학기술 분야 정부출연 연구기관 등이며, 연구책임자는 △소속기관에 정규로 소속돼 상근으로 재직 중인 사람으로 연구경험과 연구능력을 갖추고 있으며 △연구기간에 정년 퇴임, 임기만료, 장기 해외연수, 연구년 등으로 연구수행에 지장을 초래하지 않아야 한다. 자유연구과제에서 임상실험이나 효능 관련 연구를 제안한다면 의과대학 교수 등의 의료분야 전문가를 참여 연구원으로 필히 구성해야 한다. 특정연구과제는 1차 서류심사와 2차 PT심사로 선정되며, 자유연구과제는 1차 과제심의위원회 심사와 2차 PT심사로 최종 선정한다. 



2019년 한우자조금 특정·자유연구과제 제안공모

한우산업 발전을 위한 연구과제가 많이 공모될 수 있도록, 학계전문가와 한우농가 여러분들의 관심 부탁드립니다.



특정연구과제 공모

1 구제역 백신 접종이 유사산 및 폐사에 미치는 영향 연구	2 퇴비 완전 부숙을 위한 표준 운영 절차 개발	3 한우고기 부위별 세분화 및 활용방안 연구
4 한우 송아지 설사 발생원인 및 관리방안 연구	5 2019년 한우자조금 사업별 성과분석 연구	6 2019년 한우자조금 사업의 경제적 성과분석 연구



자유연구과제 공모

1 한우고기 우수성 발굴 분야	2 한우고기에 대한 부정적 인식 대응 분야	
3 한우산업 관련 정책 분야	4 한우농가 생산성 향상 분야	5 한우산업 관련 기타 분야



신청방법

- 신청기간 : 자유연구과제(2019.5.13(월) 18:00까지) | 특정연구과제(2019.5.13(월) 18:00까지) | E-mail(djlee@hanwooboard.or.kr)로 신청서류 제출
- 신청자격 : 연구책임자는 소속기관(연구기관, 학교 등)에 정규로 소속되어 상근으로 재직 중인자로서 연구경험과 연구능력을 갖춘자
- 공모에 대한 자세한 사항은 <한우자조금관리위원회 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr)>입찰공고 참조
- 문의 : 한우자조금관리위원회 교육조사부(02-522-3607)

 한우자조금관리위원회

8

‘2019년~2020년 한우농가 종합컨설팅’ 시작 한우농가 130명 대상... 농가당 총 8회 컨설팅 시행



한우자조금이 전국한우협회, 농협경제지주, 한우협동조합연합회가 주관하는 ‘2019년~2020년 한우농가 종합컨설팅’ 사업에 참여할 한우농가 130명을 선정하고, 본격적인 컨설팅에 착수했다고 밝혔다. 한우농가 컨설팅은 현장 밀착형으로 농가별 상황에 맞춰 이뤄진다. 컨설팅은 농가당 총 8회에 걸쳐 진행되며, 1회 차에서는 한우농가 현황과 농가 운영 사항 점검, 농가별 취약 부분 등을 살피기 위한 기초조사가 이뤄지고, 8회차에서는 2~7차까지 진행한 중점 컨설팅을 바탕으로 한 최종점검과 보고가 이뤄진다. 한우농가 컨설팅 후에는 주변 한우농가 농장주를 대상으로 한 스터디그룹도 운영한다. 주요 컨설팅 내용은 △사육개체 혈통·정액·사양과정·도체성적의 기록 정리와 교육 △농가별 도축증명서 분석으로 출하성적과 이후 출하 시점 분석 △개체기록부 혈통 능력에 따른 우군 분류 시 형질 균일화 방법 △번식률·번식간격·송아지 폐사율 개선 방법(번식우) △등급출현율 1+ 이상 제고·적정출하기간 권유(비육우) △현행 생산체계에 대한 비생산적 관리요소 진단·개선법 등이다. 한편, 한우자조금에 따르면 ‘2017년~2018년 한우농가 종합컨설팅’ 사업을 운영한 결과 컨설팅에 참여한 한우농가들의 출하성적, 육질·육량등급별 출현율, 번식성적 등이 향상된 것으로 나타났다. 🍌

9



KBS에서 감사패 받아 한우 가치 알릴 다양한 공익캠페인 전개할 것

한우자조금이 KBS로부터 감사패를 받았다. 한우자조금은 2018년 KBS와 우리 농축산물 소비촉진을 위한 ‘일상의 행복 우리 한우’ 캠페인을 전개했다. 이에 KBS는 “한우자조금이 우리 한우 소비촉진을 위해 전개한 공익캠페인이 KBS가 공영방송으로서의 역할을 수행하는 데 공을 세웠다”며 감사패를 전달했다. 2018년 한우자조금은 우리 한우와 함께 하는 일상을 담아낸 ‘일상의 행복 우리 한우’와 한우농가의 노력과 한우산업의 가치를 알리는 ‘함께 살아가는 행복’ 이란 TV 광고 캠페인을 전개하며 우리 한우산업의 공익적 가치를 소비자들에게 전한 바 있다. 한우자조금 민경천 위원장은 “한우산업의 발전은 한우농가의 경쟁력 향상은 물론 우리 국민들의 안전과 건강에 기여하는 것”이라며 “한우의 우수성과 가치를 널리 알리기 위해 앞으로 다양한 공익캠페인을 전개할 것”이라고 밝혔다. 한편, 한우자조금은 지난 2월부터 2019년 한우 홍보대사인 배우 남궁민 씨를 모델로 ‘인생, 맛있어진다! 우리 한우’란 슬로건을 담은 TV 광고 캠페인을 전개하고 있다. 🍌

1

전국한우협회 OEM사료 출시 100일... 전국으로 확산 中



전국한우협회가 농가의 생산비 절감과 사료가격 안정화, 투명한 사료시장 조성을 위해 출시한 전국한우협회 OEM사료가 순항 중이다.

완주군지부, 충주시지부, 옥천군지부, 경북도지회, 음성군지부, 순창군지부에 이어 충남도지회, 홍성군지부도 OEM사료 사업에 참여할 예정이다.

현재 한우협회 OEM사료는 타 사료보다 가격이 저렴함에도 불구하고, 품질이 좋아 한우농가 사이에서 입소문을 타고 붐을 일으키고 있다.

현재 OEM사료 사업에 대한 지회·지부의 참여와 문의가 폭발적으로 이뤄지고 있으며, 이러한 추세라면 OEM사료 공급이 올해 말에는 3,000톤 이상까지 확대될 것이란 전망도 나오고 있다.

전국한우협회 김홍길 회장은 “전국한우협회 OEM사료의 빠른 확대와 정착은 사료값을 슬그머니 올린 사료 업계에 일침을 가하고 있다”며 “OEM사료가 품질과 가격에서 타에 모범이 되고 표준이 되도록 더욱 노력하겠다”고 말했다. 🌟



2

브루셀라 검사증명서 유효기간 현행 2개월에서 3개월로 연장 추진 예정

지난 4월 15일 제2축산회관에서는 한우질병방역협의회가 열렸다. 이날 회의에서는 브루셀라 검사증명서 유효기간 연장에 대한 협의가 이뤄졌는데, 도축장에 출하되는 소만 유효기간을 현행 2개월에서 3개월로 연장할 수 있도록 상반기 중 조치할 예정이다.

전국한우협회는 지난 2015년부터 정부에 검사증명서 유효기간을 3개월로 연장할 것을 요청해 왔고, 2017년에 시행하기로 잠정 합의한 바 있다. 하지만 2017년 브루셀라가 발생함에 합의 사항을 이행하지 못했다.

전국한우협회는 2018년 브루셀라 발생률이 감소함에 따라 다시 한번 더 검사증명서 유효기간 연장을 정부에 요청한 바 있으며, 올 상반기에 도축을 앞둔 대상우만 3개월로 연장할 수 있도록 고시개정을 추진할 예정이다.

한편, 소 결핵병 발생을 조기에 차단할 수 있도록 현행 12개월령 이상 거래우만 실시하는 결핵병 검사를 6개월 이상 12개월 미만의 거래우에 대해서도 검사를 추진할 예정이다. 🌟

3

전국한우협회 미허가축사·가축분뇨 문제 해결 위해 고군분투



전국한우협회는 미허가축사, 가축분뇨 등 축산농가를 옥죄는 현안을 조속히 해결하기 위해 축단협 임직원과 함께 고군분투하고 있다. 우선 농림축산식품부 김현수 차관을 비롯한 실무 담당자들과 만나 미허가축사 문제를 비롯한 축산 현안들에 대한 건의·요구사항을 전달했다.

아울러 축산환경에 대한 부정적인 인식을 해소하고 국민들과 함께하는 지속적인 축산업 발전을 위한 로드맵을 만들기로 협의했다.

국회를 방문해, 민주평화당 정동영 당대표·민주평화당 김종희 농해수위의원·자유한국당 이완영 의원을 만나 △미허가축사 적법화 구제책 마련 △가축분뇨 활성화를 위한 개선책과 지원 △암모니아·미세먼지 절감을 위한 축산농가 지원 △축산업에 대한 부정적 인식 해소를 위한 지원 등을 요구했다. 이 자리에서 김홍길 회장은 “미허가축사 적법화를 진행 중인 농가에 대해서는 기간 연장을

더 부여하고, 가축분뇨의 관리 및 이용에 관한 법률 개정으로 근본적인 해결책을 마련해야 한다”고 강력히 요구했다.

청와대 최재관 농어업비서관과도 만나 오찬을 하며 현안을 논의했다. 이 자리에서 김홍길 회장은 “작년 유예기간 연장 이후 현재 많은 농가가 규모화를 진행하고 있지만 수많은 법과 규제에 묶여 현재 규모화를 완료한 농가는 12%밖에 안 된다”면서 “축산농가가 미허가축사 문제를 제대로 해결할 수 있게 기한연장,

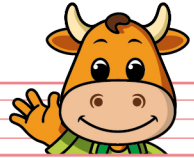
가축분뇨법 개정, 대통령령의 특별법 시행 등과 같은 특단의 조치가 필요하다”고 요청했다.

김학용 환경노동위원회 위원장과의 면담에서는 미허가축사 문제를 비롯해 가축분뇨 문제, 부속도 문제, 식용가축 음식물 잔반 급여 문제, 악취 문제 등과 관련한 환경 규제에 대한 대책마련과 지원을 요구했다.

특히 김홍길 회장은 “미허가축사 적법화 이행 기간 기한(9월)이 얼마남지 않았다”며 “지금의 가축분뇨법은 가축분뇨에 관련된 부분만 남기고, 나머지 미허가축사 부분에 얽혀있는 건축법, 소방법 등의 26가지 법률은 분리해 농가가 원활히 이 문제를 해결할 수 있도록 해야 한다”고 강조했다.

이에 김학용 위원장은 “관련 부처 차관급 인사와 축단협이 함께 합동 연계회의를 열어 해결방안을 모색하자”고 답했다. 🔄

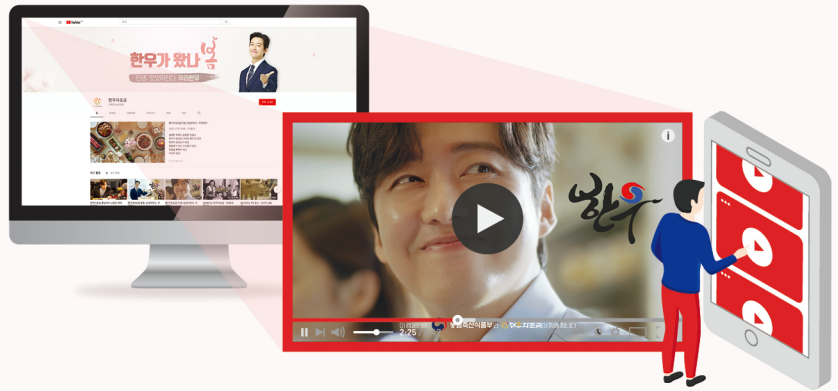




빨간 튜브의 파란 모든 소통은 '유튜브'로 YouTube 통한다



제로TV 시대가 도래했습니다. 그 빈자리를 동영상 콘텐츠 그중에서도 구글에서 운영하는 유튜브 콘텐츠가 채우고 있습니다. 동영상의 시대 유튜브 전성시대라고 해도 과언이 아닌데요, 이제 유튜브는 동영상 재생 사이트를 넘어 검색 채널로서 디지털 미디어 서비스 영역 전반에 막강한 영향력을 행사하고 있습니다. 모든 사람들이 유튜브에 열광하는 시대, 한우자조금도 유튜버들과 더 활발하게 더 깊게 소통하기 위한 노력에 박차를 가하고 있습니다.



**유튜브의
인기가 어느
정도인가요?**

2018년 5월 유튜브는 계정 없이 이용하는 사람을 제외하고 자신의 계정으로 로그인하는 사람이 전 세계에서 18억 명 이상이라고 발표했습니다. 유튜브는 계정이 없어도 영상을 시청할 수 있다는 점을 고려하면 20억 명에 달할 것이라고도 추정했습니다. 이렇게 유튜브는 전 세계인의 놀이터가 됐습니다. 우리나라에서 현재 가장 인기있는 모바일 앱이 유튜브라고 해도 과언은 아닌데요, Z세대의 일 평균 유튜브 이용시간은 2시간 29분(닐슨코리아, 2017년 2월), 유튜브 구독채널 수는 1인 평균 9.5개(대학내일20대연구소, 2018년 7월)로 나타났습니다. 물론 젊은 세대만의 전유물은 아니고, 중장년층의 유튜브 활용도도 증가하고 있습니다.

**유튜브의
인기요인은
무엇인가요?**

가장 중요한 요인은 트렌드의 변화라고 할 수 있습니다. 인터넷으로 콘텐츠를 접함에 있어 이제는 텍스트보다는 동영상을 더 선호한다는 사실입니다. 동영상 콘텐츠가 다른 포맷의 콘텐츠보다 이해가 쉽다는 것이 가장 큰 이유일 것입니다. 이는 텍스트가 아닌 동영상을 소비하는 Z세대·밀레니얼 세대의 특성과도 잘 맞물립니다. 동영상으로 된 정보를 소비하는 게 일상이다 보니 동영상을 생산해 올리는 것도 자연스럽고, 그렇게 유튜브에는 다양한 콘텐츠가 쌓이고 있습니다. 이렇게 모든 정보가 유튜브에 모이니, 이제는 단순히 동영상 시청을 위해서가 아니라 정보 검색까지도 유튜브에서 이뤄지게 됐습니다. 정보가 모이는 곳에 사람이 모이는 것은 당연한 일입니다. 유튜브에는 짧게는 1분 내외 길어 길어도 10분을 넘지 않는 동영상들이 주로 올라오는데, 이 역시 짧고, 재미있는 콘텐츠를 소비하는 요즘 사람들의 취향을 저격하고 있습니다.

**한우자조금
유튜브 활성화
노력 칭찬해**

한우자조금은 얼마 전 봄맞이 유튜브 구독 이벤트를 실시해 큰 호응을 이끌어냈는데요, 이벤트 기간에 1,365명의 구독자 수가 증가하는 성과가 있었습니다. 이렇게 한우자조금은 소비자 점점 강화를 위해 유튜브를 활용한 홍보와 마케팅 활동에 적극적으로 나서고 있습니다. 앞으로도 유튜버들의 마음을 사로잡기 위해 고민하고 고심해, 짧은 동영상에 소비자들이 원하는 가치를 담고 또 재미, 웃음, 감동, 정보를 모두 잡을 수 있는 콘텐츠 제작을 위해 최선을 다하겠습니다. 🐮

‘건강기능식품’ 복용설명서

5월 가정의 달 단연 선물 1순위는 건강기능식품이다.

건강기능식품은 일상의 식생활에서 부족하기 쉬운 영양소나 유용한 기능성을 가진 원료로 제조한 식품으로, 식품의약품안전처로부터 기능성 인증을 받은 제품을 말한다. 건강기능식품은 건강을 유지하고 증진하는 데 도움을 주지만, 잘못 섭취하면 오히려 섭취하지 않은 것만 못 할 수도 있으므로 꼼꼼히 따져보고 섭취해야 한다. 질병의 치료나 예방을 목적으로 하는 의약품이 아니란 점도 기억하자.



건강기능식품은 일반식품과 달리 섭취량과 섭취방법이 정해져 있으므로, 이를 확인하고 섭취량과 섭취 방법을 잘 지켜야 한다. 더 많이 섭취한다고 기능성이 더 좋아지는 것은 아니다. 건강기능식품은, 부작용 수준은 아니지만, 어린이·임산부·수유부·어르신 등의 취약계층이나, 특정질환자, 의약품 복용자는 특히 주의해야 한다. 섭취 시 주의를 요하는 정도로 안전정보의 근거가 있거나 근거가 없더라도 제조자가 최대한 안전하게 취약계층에게 안전 정보를 제공하는 의

미에서 '섭취 시 주의사항'이 설정돼 있으므로, 건강기능식품 포장의 '섭취 시 주의사항'을 확인하는 것이 좋다. 특히 특정 질환으로 치료를 받거나 약을 먹고 있는 사람은 섭취 전에 반드시 의사와 상담하도록 하자. 예를 들어 당뇨 치료제, 혈액항응고제를 복용하고 있는 사람은 홍삼 제품을 섭취할 때 주의해야 한다. 같은 맥락에서 병원 수술이나 시술 시에는 건강기능식품을 섭취하고 있음을 의사에게 꼭 말해야 한다.

알레르기 반응을 일으키는 성분이 포함됐는지 여부도 잘 살펴야 한다. 예를 들어 게 또는 새우에 알레르기가 있는 사람은 게 또는 새우를 원재료로 만든 글루코사민 섭취에 주의해야 한다. 건강기능식품에는 많은 성분이 포함되어 있으므로, 여러 제품을 동시에 섭취하는 것도 지양해야 한다. 우리 몸에서 각각의 성분들이 서로의 흡수를 방해하거나 화학 반응 등을 일으켜 예상하지 못한 결과를 초래할 수도 있기 때문이다. 🌈
자료: 식품의약품안전처·식품안전정보원



- ▶나에게 필요한 영양소가 무엇인가? 개인의 체질, 영양·건강 상태 등에 따라 필요한 영양소가 다르다
- ▶구매하려는 건강기능식품의 표시사항을 꼭 확인한다. 건강기능식품의 포장 뒷면의 '영양 기능정보'란에서 건강기능식품의 기능성, 섭취량, 섭취방법, 기능성성분 등에 대한 정보를 확인한다
- ▶국가에서 인정한 건강기능식품이 맞는가? '건강기능식품'이란 문구 또는 마크가 있는지 확인한다. 건강식품과 구분할 필요가 있는데, 건강식품은 건강에 좋다고 인식되는 제품을 일반적으로 통칭하

구매 시 주의사항

- 는 것으로 건강기능식품 문구나 마크가 없다
- ▶믿을 수 있는 표시·광고인가? 표시·광고 사전 심의필 도안을 확인한다
- ▶우수한 품질인가? 최소한 'GMP(Good Manufacturing Practice)' 마크를 먼저 챙겨보자
- ▶유통기한이 충분히 남았는지 반드시 확인한다
- ▶기능성을 지나치게 장담하거나 질병을 치료·예방할 수 있다고 주장하는 표시·광고 문구는 주의해야 한다
- ▶무료로 제공한다는 말 등에 현혹 본인의

- 인적사항이나 신용카드번호를 무분별하게 알려주어서는 안 된다
- ▶반품이 가능한지, 가능하다면 언제까지 가능한지 물어보고, 반품 가능 사실을 계약서에 반드시 기록한다
- ▶확실한 구입의사가 없으면 제품을 뜯거나 먹지 않는다
- ▶외국산 제품 중에는 정상적으로 수입되지 않고 안전성이 확인되지 않은 제품이 있으므로 주의한다. 외국에서 판매되는 강장제, 다이어트 제품 등의 일부 건강식품에는 유해물질이 들어있을 가능성도 있다

> 4월 한우가격 및 출하 동향

구분		2016년	2017년	2018년	2017년	2018년	2019년		대비(%)		
					4月	4月(A)	3月(B)	4月(C)	C/A	C/B	
도축두수(두)		737,474	742,536	736,363	60,466	56,272	50,311	58,415	3.8	16.1	
경매두수(두)		395,253	401,591	399,763	34,574	30,649	28,207	34,566	12.8	22.5	
도매시장 경락가격 (원/kg)	평균		18,116	16,719	17,772	16,167	17,966	17,513	17,432	-3.0	-0.5
	거세우		18,941	17,710	18,735	17,336	19,128	18,664	19,097	-0.2	2.3
	비거세우		15,263	12,108	12,813	11,356	13,430	13,660	13,079	-2.6	-4.3
가축시장 거래가격 (천원/두)	암소		5,809	5,404	5,659	5,346	5,710	5,609	5,594	-2.0	-0.3
	송아지	암	2,902	2,919	3,130	2,856	3,220	3,156	3,186	-1.1	0.01
		수	3,583	3,572	3,857	3,437	3,823	3,679	3,810	-0.3	3.6
불고기(1등급, kg/원)		45,755	46,219	43,773	45,842	43,776	43,398	42,631	-2.6	-1.8	
등심(1등급, kg/원)		78,683	79,663	81,551	78,316	81,512	78,199	78,723	-3.4	0.7	

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

(출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터)

4월 한우가격 및 출하 동향

> 4월 한우육질 등급별 도매시장 경락가격

* 단위: 원/kg

등급	거세	암소	수소	평균
1++	21,801	21,748	-	21,792
1+	20,220	19,336	-	19,987
1	17,704	16,815	17,146	17,277
2	14,621	13,574	14,863	13,891
3	11,574	11,149	12,482	11,249

* 기준일: 4월 1일~4월 30일

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

응모기간 2019년 5월 31일(금)까지

당첨자발표 2019년 6월호 한우자조금 소식지 및 개별 연락
문의 02-324-6852

지난호 당첨자

한우육포

박진석, 최무숙

한우곰탕세트

권중석, 김미영, 유강원, 이현희, 정이랑, 조향원, 최철진

한우불고기버거

김사랑, 박미경, 윤신혜, 원지희



모두가 좋아하는 영양만점 간식

〈한우육포〉 2명



뜨겁고 든든한

〈한우곰탕세트〉 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.

일요일	월요일	화요일	수요일	목요일	금요일	토요일
			1	2	3	4 서울동화축제 4일~6일
5 	6 	7	8	9 	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21 	22	23	24	25 국회동심한마당
26 	27	28	29	30	31	

*5월 가정의 달 맞이 전국 한우숯불구이축제 일정

강원

5월 3일~5월 5일
홍천축협 갈마로지점

충북

5월 10일~5월 12일
청주 롯데 아울렛 광장

충남

5월 3일~5월 5일
세종시 조치원읍
행복무지개 주차장 일대

전북

5월 3일~5월 5일
농업회사법인 이사촌
순창지점

전남

5월 4일~5월 6일
영산강 둔치 체육공원

경북

5월 4일~5월 6일
예천 상설시장 주차장

경남

5월 23일~5월 26일
기장군 철마축제장

울산

5월 10일~5월 12일
울산 북구청 광장

