

| 일요일                                                                               | 월요일                                                                                    | 화요일 | 수요일                                                                                    | 목요일                                                                                   | 금요일                                                                                    | 토요일                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                   | 1                                                                                      | 2   | 3                                                                                      | 4                                                                                     | 5   |                                                                                     |
|  | 6                                                                                      | 7   | 8                                                                                      | 9    | 10                                                                                     | 11                                                                                  |
|                                                                                   |                                                                                        |     |                                                                                        |                                                                                       |                                                                                        | 12<br>이태원<br>지구촌 축제<br>12일~13일                                                      |
|                                                                                   |                                                                                        |     |                                                                                        |                                                                                       |                                                                                        |  |
| 13                                                                                | 14                                                                                     | 15  | 16                                                                                     | 17                                                                                    | 18  | 19                                                                                  |
|                                                                                   |                                                                                        |     |                                                                                        |                                                                                       |                                                                                        |                                                                                     |
| 20                                                                                | 21                                                                                     | 22  | 23  | 24                                                                                    | 25                                                                                     | 26                                                                                  |
|                                                                                   |                                                                                        |     |                                                                                        |                                                                                       |                                                                                        |                                                                                     |
| 27                                                                                | 28  | 29  | 30                                                                                     | 31<br>남산 한국의 맛<br>축제<br>31일~11월 3일                                                    |                                                                                        |                                                                                     |
|                                                                                   |                                                                                        |     |    |  |                                                                                        |                                                                                     |

\*한 달 동안 곁에 두고 달력으로 활용하세요!

# 한우자조금

2019  
10

본 소식지는  
한우자조금으로  
제작되었습니다

04

찾이슈  
추석맞이 한우직거래장터

06

후계농을 찾아서  
청산목장 정기순 대표

08

방송에서 만난 한우  
"명절에는 한우!"  
굳히기 한판!

10

소식  
'2019 레스토랑&바 홍콩'  
박람회

26

한우 시황  
9월 한우가격 및  
출하·사육 동향





# Contents

2019. 10 vol. 168

04

하트슈  
추석맞이 한우직거래장터  
펼쳐

06

후계농을 찾아서  
청산목장  
정기순 대표

08

방송에서 만난 한우  
“명절에는 한우!”  
굳히기 한판!

10

소식①  
‘2019 레스토랑&바 홍콩’  
박람회

13

소식②  
‘2019 사진기자협회  
가족체육대회’ 및  
‘한국기자협회 등반대회’ 후원

14

소식③  
‘2019 DMC 맥주페스티벌’  
참여

16

소식④  
‘KLPGA 올포유·레노마  
챔피언십 2019’ 협찬

18

소식⑤  
에버랜드 ‘RED & GRILL  
바비큐 페스티벌’  
이벤트 개최

20

소식⑥  
홍콩 현지 바이어 및 언론인  
초청 한우산업 시찰

22

소식⑦  
‘2019 한우인 전국대회’ 성료

24

아하 그렇군요  
브랜드가 직접 소통한다!  
온드 미디어  
(OWNED MEDIA)

25

건강 상담소  
가을 타는 게 아니라  
‘우울증’일 수 있어요

26

한우 시황  
9월 한우가격 및  
출하·사육 동향

발행일 2019년 10월 14일 발행인 민경천 발행처 한우자조금관리위원회 서울시 서초구 서리풀 3길 20-1(서초동) 케피아회관 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.



소처럼 우직하게  
남은 4분기도  
열심히 달리겠습니다.



9월은 우리에게 참 바쁜 한 달이었습니다.  
우리 한우가 얼마나 최고인지를 알릴 수 있는 곳이라면  
국내외 어디든지 찾아가서 소비자와 만났습니다.

2019년 4분기도 한우자조금은 한우의 가치를 더 널리 알리기 위해  
바빠 움직이겠습니다.  
한우농가 여러분이 흘린 땀방울이 소중한 결실을 맺을 수 있도록.  
대한민국 사람 모두가 사랑하는 우리 한우가 더욱 사랑받을 수 있도록.





## 하이슈

한우자조금은 추석맞이 한우직거래장터를 서울 청계광장에서 진행했다. 추석 직전인 9월 9일부터 11일까지 3일 동안 열린 이 행사에는 녹색한우, 안동비프, 하늘소 등 3개 브랜드가 참여했다. 시중 가격 대비 한우고기를 최대 49% 저렴하게 구매할 수 있다는 점이 언론, 온라인 광고, 방송 프로그램 등을 통해 홍보되면서 개장 첫날부터 소비자가 몰려 인산인해를 이뤘다. 한우자조금이 그동안 소비자의 동의를 받아 축적한 DB를 통해 직거래장터 소식을 전한 것도 독특한 효과를 발휘했다. 개장 전부터 번호표를 뽑은 소비자들이 대기실을 가득 메우고 판매가 개시되길 기다리는 진풍경이 펼쳐지기도, 입소문을 타고 삼삼오오 지인 또는 가족과 함께 방문한 소비자들이 많았으며, 조금이라도 빨리 도착해야 오래 기다리지 않고 구매할 수 있다는 노하우를 터득한 소비자들이 더 일찍 발걸음을 재촉해 개장 첫날 모여들었다.

### 소비자가 먼저 알아보는 행사

“200번부터 220번 나와 주세요!” 사회자가 번호를 부르면 소비자 대기실에 있던 소비자들이 구매 줄에 합류한다. 워낙 많은 소비자가 몰리기 때문에 번호표를 통해 순차적으로 구매를 유도하는 시스템. 적지 않은 시간을 기다린 후에 매대 앞에 선 소비자들은 추석 제수용품과 가족들과 함께 연휴에 먹을 한우를 장바구니 가득 담았다. 이날 판매된 한우고기는 시중보다 합리적인 가격에 품질 좋은 한우를 직거래로 구매할 수 있다는 점 때문에 주부들의 손길이 빠르게 움직였다.

인근 종로에서 찾았다는 한 주부는 “동네 지인이 함께 가자고 해 왔는데, 품질 좋은 한우를 사게 되어 기쁘다”며 “명절 때 가족과 함께 먹고 다음 명절에도 또 찾을 예정”이라고 했다. 또한 노원구에서 방문한 70대 부부 소비자는 “명절 때가 되면 항상 문자가 와서 일정에 맞춰 찾고 있다”며 웃어보였다. 특히 미안마에서 온 한 소비자는 “한국에서 결혼해 살고 있는데, 한우가 참 맛있더라”며 “가족들과 푸짐하게 먹을 예정”이라고 말하며 활짝 웃어보였다.

### 다양한 이벤트로 소비자 만족 극대화

이날 직거래장터는 한우를 구매하는 즐거움도 있지만 다양한 이벤트에 참여하는 소소한 즐거움이 덩으로 주어졌다. 개장 첫날 가장 인기를 모은 시간은 한우 홍보대사 남궁민 씨의 포토 행사. 한우자조금 민경천 위원장과 남궁민 씨가 한우 선물세트 앞에서 포즈를 취하며 명절 한우



소비를 독려하는 사진을 촬영했다. 남궁민 씨가 행사장을 찾는다는 소식이 전해지자 대기 소비자들은 “남궁민이 온다더라”라고 기대감을 내비치며 무대 주변에 몰려들었다. 민경천 위원장과 남궁민 씨는 매대로 자리를 옮겨 소비자에게 직접 한우를 판매하는 이벤트를 펼치기도 했다.

이밖에도 행사장에서 인기를 모았던 이벤트는 바로 한우 시식행사. 즉석에서 구운 한우를 맛보기 위해 줄을 선 소비자들은 고소한 한우의 맛을 기대하며 대기 시간의 지루함을 달래기도 했다. 구매한 소비자를 대상으로 한 이벤트도 펼쳐졌다. 20만 원 이상 구매 소비자에게는 1일 200명 한정으로 불고기 양념장을 증정했고, 30만 원 이상 구매 소비자에게는 1일 100명 한정으로 한우육포를 증정한 것. 경품 이벤트에 참여한 소비자에게는 추첨을 통해 한우선물세트를 증정하기도 했다.

### 매회 역대 최고 매출 기록 경신

한우직거래장터 현장은 취재 열기도 대단했다. 아침방송을 통해 한우직거래장터 현장이 생중계로 전파되기도 했고, 민경천 위원장과 남궁민 씨의 인터뷰 열기도 뜨거웠다. 또한 사진기자들이 몰려 한우직거래장터의 풍경을 담기에 바빴다.

카카오톡 플러스친구 4만 여명을 활용한 사전홍보 등 소비자 DB를 활용한 마케팅과 온라인 광고, 현장에서의 방송 프로그램 중계 등 다각적인 홍보를 펼친 결과 이번 추석맞이 한우직거래장터는 역대 가장 높은 매출을 기록하는 결과를 빚어냈다. 3일간 이곳을 다녀간 인원은 약 1만 명. 매출은 7억1천

900만 원을 기록하며 지난 설 명절 때 실시한 한우직거래장터의 매출보다 1억 원을 웃돌았다. 회가 거듭할수록 소비자에 대한 인지도가 높아지고, 구매 소비자에 대한 높은 만족도가 재구매를 이끌어냄으로써 매회 탄탄한 매출을 유지하는 것.

### 추석 민심 잡기 위한 온·오프라인 행사

이 밖에도 한우자조금은 ‘우리 명절에는 우리 한우’라는 이미지를 각인시키고 한우 소비를 촉진시키기 위해 9월 5일부터 10일까지 전국의 농협 계통 매장, 대형 유통점, 한우협동조합, 한우영농조합법인 등 총 986개 매장에서 시중가 대비 등심·안심·채끝 15%, 불고기·국거리 20% 할인 판매 행사를 진행했다. 온라인판매도 반응도 뜨거웠다. 8월 21일부터 9월 3일까지 한우 유명한 곳 홈페이지(www.한우유명한곳.com)에서 사전판매한 1,500세트의 명절 한우선물 세트가 완판되며 한우가 명실공히 명절 선물의 최강자임을 입증했다.





청산  
목장

정기순  
대표

전국에 9만 농가가  
있다면,  
9만 개의  
자기만의 방식이  
있을 거라고  
생각해요!



#### ‘초심’을 잃지않는 ‘진심’으로

스물아홉의 청년은 소가 키우고 싶었다. 머릿속에 떠다니는 한우 농장에 대한 구상을 하루빨리 현실에 접목하고 싶었다. 당시 정기순 대표는 축협에 다니고 있었다. 안정된 직장에 잘 다니던 아들이 회사를 그만두고 소를 키우고 싶다는 말에 돌아온 부모님의 대답은 ‘지금 말고, 좀 더 나중에’였다. 하지만 진심으로 하고 싶은 일이 생긴 정기순 대표의 열정은 말릴 수 없었다. 어느새 10년, 강산도 변한다는 세월이 청산목장과 함께 순식간에 지나갔다. 지치지 않고 꿈을 이루어나가는 동력은 진심과 초심의 경계 어디 즈음에서 만들어지는 것이 아닐까.

#### 차근차근 단계를 밟아 키워가는 꿈

강원도 춘천 남춘천 IC에서 십여 분쯤 달리다 보면 1,100평 규모의 청산목장 우사가 있다. 입구의 ‘since 2010’ 풋말에서 알 수 있듯, 청산목장의 정기순·남궁희 부부는 한우를 키우기 시작한 지 딱 10년 차다. “처음에는 임대로 시작했어요. 그 당시 부모님은 이십년쯤 후에 아버지의 농장을 이어받기를 원하셨고, 저는 한 살이라도 어릴 때 당장 시작하고 싶었어요. 그래서 자본금 없이 맨몸으로 시작했습니다. 부모님이 물려주신 송아지 26두로 시작해서 지금은 250두 규모이니 십 년 만에 딱 열 배가 커진 셈이네요.” 아이들보다 소들과 머무는 시간이 많았다. 부모님의 걱정을 뒤로하고 일찍 시작한 만큼 하루라도 빨리 인정받고 싶었다.



“돌이켜보니 빨리 한우사업으로 성공하고 싶다는 열망이 저를 키운 양질의 비료였던 것 같아요.” 정기순 대표는 2015년 우사를 짓게 되었을 때, 감회가 남달랐다고 말한다. 어렸을 때부터 할아버지, 아버지가 늘 소와 함께이기도 했지만, 축협에 다니면서 여러 한우목장을 보며 머릿속에 해보고 싶은 것들이 잔뜩 있었다. 강원도 춘천이라는 지역적인 특성때문에 매우 튼튼한 우사가 필요했다. “우리 지역은 눈이 많이 오는 지역이에요. 눈이 쌓이면 하중이 꽤 무겁기 때문에 기둥과 천장이 무게를 버틸 수 있는 구조여야 합니다. 추위와 폭설로부터 소들을 지켜내야 하기 때문에 우사 설계도만 수십 번 바꾸었을 정도로 심혈을 기울였습니다.”

#### 회전율이 빠른 미경산우 비육으로 자리잡다

아버지의 농장과 방식을 그대로 이어받은 것이 아니라 독립적으로 자신의 농장을 경영했기에 정기순 대표에게는 기회와 위험요소가 동시에 존재했다. 자신의 방식대로 많은 시도와 도전을 해볼 수 있다는 장점과 제한된 자본력, 매달 값아나가야 하는 대출금이 있기에 자금 회전이 무엇보다 중요했다. “누가 가르쳐 주는 방법 그대로만 하지 말고 자신만의 노하우를 탄탄하게 쌓아야 해요. 시행착오도 제 똥이고, 보람과 기쁨도 제 똥이죠. 다들 그렇게 하고 계실 거예요. 아마 전국에 9만

농가가 있다면 아마 9만 개의 방식이 있을걸요?” 정기순 대표는 자본력이 없었기 때문에 틈새시장을 공략해야 했다. “2013년도에 난소적출을 시술해서 발정을 억제하고 육질향상에 도움이 되는지 실험을 한 적이 있어요. 지금도 일부 두수는 난소적출을 하고 있습니다.” 정기순 대표는 2013년도부터 미경산우 비육을 시작했다. 상대적으로 저렴한 12개월 내외의 암송아지를 사서 15개월 잘 먹여서 출하하는 방식이다. “제가 미경산우 비육을 시작했을 때 부모님과 여러 어르신들의 걱정 어린 시선도 있었어요. 하지만 윗세대의 방식에서 흡수할 건 흡수하면서, 너만의 방식을 만들어가라고 말씀해주셨어요. 1·2세대 간의 조화로운 공존을 위해서는 서로의 방식을 향한 존중이 중요한 것 같습니다.”

#### 소비자들의 한우에 대한 사랑과 신뢰를 지켜나가고파

정기순 대표는 똑똑하고 열정 넘치는 2세대 후계농들이 더욱더 많아졌으면 좋겠다고 말한다. “예전에는 ‘시골 내려가서 소나 키우지 뭐~’라는 농담이 있었어요. 하지만 소 키우는 일은 만만한 일이 아니에요. 등급제가 생기고, 거세를 시키기 시작하면서 한우 산업은 계속해서 패러다임이 바뀌어 가고 있어요. 지금처럼 한우가 소비자에게 대중적으로 사랑받게 된 것은 우리 한우 농가와 한우자조금, 한우협회, 축협 등의 한우산업 관련 기관이 정직하게 노력하고, 더 좋은 방법을 끊임없이 연구해왔기 때문이라고 생각합니다.” 앞으로의 인생도 소신과 열정으로 한우 사랑에 몸담겠다는 정기순 대표의 앞으로의 여정이 더욱 기대 된다. 🌟





## A colorful illustration of two children running towards the right. The child in the foreground is a boy with brown hair, wearing a blue and white striped long-sleeved shirt and brown pants. He is holding a large, wrapped gift box with a red ribbon bow. The child in the background is a girl with brown hair, wearing a blue jacket and pink pants. She is holding a red envelope with a white floral design. The background is white with stylized blue clouds and vertical dashed lines.



9월 방송에서는 추석을 맞아 '명절=한우'라는 공식을 굳건히 했다. 미디어 속에서 다양한 연령층에게 한우의 건강하고 맛있는 매력을 뽐내며 보는 이들의 소비욕구를 자극했다. 또한 여러 방송을 통해 '2019 추석맞이 한우 직거래장터'에 대한 정보를 적극적으로 알리며 평소보다 저렴한 가격으로 맛있는 한우를 만날 수 있음을 홍보해 소비를 활성화시키는데 일조했다.

1 MBC <생방송 오늘 아침>  
9월 6일 방송



2 KBS 2TV <생생정보>  
9월 9일 방송



3 JTBC <뭉쳐야 찬다>  
9월 5일 방송



4 KBS 2TV <아침뉴스타임> 9월 11일



5 JTBC <한끼줍쇼> 9월 4일



6 MBC <아이돌 육상 선수권 대회> 9월 12일



7 SBS <생방송투데이> 9월 5일



8 KBS1 <TV는 사랑을 싣고 하춘화 편> 9월 13일



9 KBS2 <달리는 노래방> 9월 13일



10 SBS <모닝와이드> 9월 9일



11 SBS <추석특집 BTS 예능연대기> 9월 10일, 12일



12 KBS1 <노래가 좋아> 9월 14일



9



## ‘2019 레스토랑&바 홍콩’ 박람회 아시아 최대 식음료 박람회에서 한우 우수성 알려

한우자조금은 지난 9월 3일부터 5일까지 사흘간 아시아 최대 규모의 식음료 박람회인 ‘2019 레스토랑&바 홍콩’ 박람회에 참여해 한우의 우수성을 알리고 한우의 명품 이미지를 구축하는 등 한우 홍콩 수출을 적극적으로 지원하고 나섰다.

지난해 한우고기 수출량은 65.2톤으로 최근 3년간 연평균 11%씩 증가하는 상황. 홍콩은 최대 수출시장으로 와규 보다 높은 가격으로 판매될 정도로 프리미엄 고기로 취급되고 있으며, 해가 거듭될수록 품질에 대한 만족도가 높아지고 있다. 최근 홍콩에서 대규모 시위가 발생함에 따라 소비 위축을 우려했지만, 올 9월 기준 한우고기 수출량은 전년 동기 대비 소폭 증가한 수준을 유지하고 있어 홍콩이 한우수출의 안정적인 시장임을 확인시켜줬다.

### 홍콩 식음료업계에 한우 알리는 데 이바지

‘2019 레스토랑&바 홍콩’ 박람회는 식품, 음료, 서비스, 장비 등의 최신 제품, 트렌드 및 개발정보를 제공하는 박람회다. 매년 500개 이상의 기업이 전시에 참여하고 있으며 약 5만여 명의 방문기록을 보유한 아시아 최고의 식음료 박람회로 손꼽힌다.

방문객의 90% 이상이 실제 식음료업계의 의사결정자로 한우자조금은 홍콩 수출의 핵심 타깃을 공략하는 데 주력했다.

한우자조금은 박람회를 통해 홍콩 식음료업계 대상 한우 인지도를 높이고 우수성을 홍보함과 동시에 개별 브랜드로 판매되는 한국산 쇠고기에 ‘한우’라는 단일 이미지를 긍정적으로 구축하는 데 주안점을 두었다.

홍콩 현지 수입사들에게 한우를 활용한 자사제품의 홍보 기회를 제공하고 이를 통해 한우수출을 늘리는 것이 목적이다.



### 한우자조금 단독 부스 운영

한우자조금은 박람회 현장에서 단독 부스를 마련하고 소비자를 맞았다. 부스는 한우의 고급스러운 이미지와 한국적인 아름다운 미를 부각해 주변 타 경쟁국가 부스 중에서 눈에 띄도록 디자인했다. 전시용 냉장고를 비치해 신선한 한우를 선보였고, 그릴과 조리대를 설치해 부스 방문 소비자에게 시식 행사를 진행했다.

특히 한우고기 전시를 통해 마블링이 우수한 한우고기를 선보임으로써 타 경쟁국 쇠고기와 차별성을 부각하는 데 성공했다.



1++ 등급의 등심, 안심, 채끝을 푸짐하게 전시했고, 매일 신선한 한우고기를 선보이기 위해 정육 기술사를 초빙해 전시용 고기를 매일 교체하는 등 세심한 노력을 기울였다.

부스를 찾은 바이어들이 자유롭게 협의할 수 있는 상담 테이블을 마련한 것도 특징. 행사를 찾아온 방문객의 주목을 끌 수 있는 프로모션을 통해 더 많은 방문객이 더 오랫동안 한우자조금 부스에 머물도록 유도했다.

이날 행사를 찾은 부스 방문객들이 실제 홍콩 식음료업계의 의사결정자들인 만큼 한우자조금 부스에 마련된 상담 테이블에서는 홍콩 현지 바이어들과의 심도 깊은 상담을 통해 홍콩 내에서 한우 소비를 확대 시킬 수 있는 발판을 만들었다.

### 홍콩 바이어 입맛 사로잡은 한우고기 시식 행사

홍콩 현지 바이어 및 방문객에게 가장 인기 있는 시간은 바로 한우고기 시식 행사 시간. 한우 최고급 부위의 시식을 통해 다른 경쟁국 쇠고기와 차별화된 우수한 맛을 직접 체험하도록 했다. 또한 시식을 위해 방문한 소비자들이 바로 상담과 연결될 수 있도록



유도한 것도 시식 행사의 주된 이유. 실제 상담 시 테이블에 한우를 이용한 요리를 제공해 바이어들이 직접 맛보고 한우를 선택할 수 있도록 했다.

한우 시식 행사는 홍콩 현지 전문 셰프를 초빙해 맛과 품격을 더했다. Silencio HK 셰프로 활동 중인 도용수 셰프는 총 세 가지 메뉴를 준비해 홍콩 바이어들의 입맛을 사로잡았다.

한우 채끝구이와 한우 찹스테이크, 한우 주먹밥 등을 맛본 소비자들은 “다른 쇠고기보다 육즙이 풍부하고 감칠맛이 있다”라는 긍정적인 반응을 보였다.

시식과 더불어 부스 방문객들이 가져갈 수 있도록 시식 메뉴 레시피를 인쇄해 배포하는 등 적극적인 홍보를 이어갔다.







부스를 찾은 방문객들은 “최근에 미식가들 사이에서 한우에 대한 입소문이 퍼지고 있다는 이야기를 들었다”며 한우만의 깊은 맛이 인상적이라고 시식 메뉴 레시피를 챙겨가기도 했다. 행사 기획과 진행에 참여한 관계자는 “기대 이상으로 현지 방문객들의 뜨거운 반응을 받았다”고 말했다.

### 전 세계 소비자에 더 가까이 다가가도록 노력할 것

관계자들은 한우자조금이 다양한 홍보를 통해서 한우의 맛과 우수성을 세계 각국의 현지 소비자들에게 보다 자세하게 알릴 수 있는 계기를 늘려가는 것이 우리 한우의 세계화에 긍정적인 영향을 줄 것이라고 평했다.

민경천 한우자조금 위원장은 “그동안 브랜드별로 판매되던 한우가 이번 박람회 참여를 통해 홍콩을 비롯한 전 세계 사람들에게 ‘한우’라는 단일 브랜드로 인지되기를 바란다”며 “앞으로도 다양한 노력을 통해 우리 한우가 세계에서 사랑받는 고기로 자리잡도록 노력하겠다”고 강조했다. 🍷



### 홍콩 식품산업 알아보기

홍콩의 2017년 농식품 수입규모는 270억 달러로 중국, 미국, 브라질 등이 주요 수입국이다. 한국은 16위를 차지. 홍콩은 자체 농식품 생산량이 거의 없어 대부분의 식품을 수입에 의존하는 형태다. 홍콩은 높은 맛별비 비율, 협소한 주택(주방), 더운 기후 등의 이유로 외식문화가 발달했다. 즉 1인당 식비지출이 높은 편이며 꾸준히 증가하는 추세다. 토지가 좁고 인구밀도가 높아 슈퍼마켓 체인점, 편의점이 발달했으며 인터넷 상거래도 2017년 기준 전년 대비 6.7% 증가할 정도로 성황이다. 홍콩 내에 한식당은 2014년 111개, 2016년 297개, 2017년 418개. 홍콩인이 직접 운영하는 한식당도 늘어나고 있으며, 운영에 있어 체계화를 갖추고 있다. 우리나라는 올해 40톤의 한우고기를 수출했으며(2019년 9월 26일 기준), 이는 전년 동기 대비 금액은 5%, 중량은 2.7% 증가한 것이다. 한우고기는 홍콩 내에서 단위 가격이 가장 높게 판매되고 있으며, 일본, 미국, 호주가 그 뒤를 잇고 있다.

자료 : <한우고기 수출 동향>, 한우자조금관리위원회



2

## ‘2019 사진기자협회 가족체육대회’ 및 ‘한국기자협회 등반대회’ 후원 언론인 가족과 한우의 맛 나눠

### 한우를 통해 하나된 정치인과 언론사 사진기자들

한우자조금이 지난 9월 28일 국회의사당 운동장에서 열린 ‘2019 사진기자협회 가족체육대회’ 현장을 찾았다. 전국 70여개 언론사의 사진기자들이 소속되어있는 사진기자협회의 회원들과 가족들이 친목을 도모하기 위한 자리에서 한우자조금은 방문객을 대상으로 한우 불고기, 채끝 등 다양한 연령층이 맛있게 즐길 수 있는 한우 시식회와 계주, 배구, 족구 등 종목별 우승선물 및 특별 경품으로 제공되는 한우 선물세트(25세트)를 제공했다.

이날 현장에는 더불어민주당 이인영 원내대표, 자유한국당 황교안 대표, 자유한국당 나경원 원내대표, 바른미래당 손학규 대표, 정의당 심상정 대표 등이 방문했다. 현장에 방문한 모든 정치인들은 응원과 격려의 메시지를 건넨 뒤 ‘25만 원 상당의 한우선물세트’를 받을 행운의 주인공을 추첨했다. 각 당의 정치인들이 전국 굴지의 언론사 사진기자들을 향해 ‘한우자조금이 제공한 한우선물세트의 주인공’을 호명하자 언론사 별로 환호와 부러움 섞인 탄식이 터져 나왔다. 언론사와 정치인들이 우리 한우를 통해 유대감을 형성하는 순간이었다.



### 언론과의 유대감 형성을 위한 다양한 지원

또한 한우자조금은 9월 28일부터 29일까지 한국기자협회 회원 및 가족을 대상으로 충북 보은 속리산 일대에서 진행된 등반대회에 한우 선물세트를 협찬했다. 한국기자협회는 전국의 신문·방송·통신사 소속 현직 기자들 1만여명이 회원으로 활동하고 있는 언론단체다. 한우자조금은 언론인 단체와의 긴밀한 소통과 유대감 형성을 지속함으로써 향후 우리 한우에 대한 긍정적인 방향의 언론 노출을 유도할 수 있는 발판을 만들어 나갈 것이다. 🍷



△ 위로부터 더불어민주당 이인영 원내대표, 자유한국당 황교안 대표, 자유한국당 나경원 원내대표, 바른미래당 손학규 대표, 정의당 심상정 대표 등이 현장을 방문해 응원의 메시지를 전했다





3

## ‘2019 DMC 맥주페스티벌’ 참여 맥주엔 한우! 맥주 애호가들 사이에서 한우 홍보

2~30대 젊은 세대들에게 페스티벌이나 한강에서 즐기는 야외 맥주는 취향을 넘어서 현 시대의 문화가 되고 있다. 그런 젊은 층들에게 야외 맥주와 어울리는 최고의 안주는 우리 한우라는 인식을 안착시키기 위해 한우자조금이 ‘2019 DMC 맥주페스티벌’로 향했다. 맥주페스티벌과 우리 한우의 만남은 젊은 층의 소비자에게 한우는 특별한 날에만 소비하는 ‘특식’이 아닌 일상에서 시원한 맥주 한 잔과 누리는 ‘일상의 행복’이라는 메시지를 주는데 충분했다.

### 축제는 뉴트로!

#### 한우는 우리 입으로!

서울 마포구 상암동 MBC 상암문화광장에서 지난 9월 4일부터 6일까지 열린 ‘2019 DMC 맥주페스티벌’에 한우자조금이 참여해 한우 홍보활동을 펼쳤다. MBC가 주최하고 마포구가 후원하는 이번 DMC 맥주페스티벌에는 전국 수제맥주 양조장 및 수입맥주 등 15여 개 브루어리(맥주 공장)가 참가해 다양하고 개성 있는 맥주를 선보였다. ‘봉춘가맥’이라는 별칭을 가진 이 행사에서 한우자조금은 브루어리 부스 사이에 자리를 잡고 한우 시식 등 이벤트를 통해 축제 방문객들을 맞았다. ‘2019 DMC 맥주페스티벌’ 현장은 핫 트렌드 뉴트로(New-Tro)를 콘셉트로 MBC가 1980년대부터 방송한 현재 드라마·예능 등에 스토리를 입혀 친숙하면서도 생소한 ‘옛 감성’이 흠뻑 묻어나는 공간으로 연출했다.



### 축제 찾은 직장인들에게 한우 홍보 나서

고층 빌딩숲 사이에 위치한 MBC상암문화광장. 퇴근시간이 지나면서 주변 회사의 직장인들이 축제장으로 밀려들었다. 특히 MBC 직원들은 이곳에서 회식을 열며 한바탕 축제 분위기를 만끽했다.



한우자조금은 MBC 본사 입구에 부스를 마련하고 한우 불고기와 채끝 요리를 무료로 맛볼 수 있는 시식회 및 이벤트 행사를 진행했다. SNS인스타그램에 한우자조금 부스 참여 사진을 올리면 한우 불고기 버거 시식권을 증정했다. 한우 시식 참가자들은 응모권 추첨 이벤트에도 적극적으로 참여했다. 한우자조금은 응모권 추첨을 통해 한우 선물세트를 제공했다. 또한, 룰렛 이벤트를 통해 맥주 안주로 제격인 한우 육포와 한우 버거를 증정하고, 한우 텀블러, 불고기 양념장 등 실생활에 도움이 되는 홍보물을 증정해 큰 인기를 모았다. 룰렛 이벤트에 참가하기 위해 길게 줄을 늘어선 진풍경을 자아내기도 했다.

### 한우자조금 주최 맥주 빨리 마시기 대회 진행

이날 행사 중에는 태풍 링링의 영향으로 장대비가 쏟아지는 변수가 등장했다. 물폭탄에 가까운 비가 내리는 중에도 페스티벌 참가자들은 날씨에



아랑곳하지 않고 오히려 축제를 즐기는 분위기였다. 특히 폭우 속에서 진행된 ‘맥주 빨리 마시기 대회’는 큰 호응을 얻으며 축제 분위기를 더욱 뜨겁게 만들었다. ‘맥주 빨리 마시기 대회’는 한우자조금이 직접 마련한 이벤트로 페스티벌 참가자 중 신청자를 받아 한우 버거를 먼저 먹은 후 맥주를 빨리 마시는 게임으로 진행되었다. 사회자는 메인 무대에서 한우의 맛과 우수성을 피력하기도 했다.



한우 이벤트 이후에는 가수 노라조의 무대가 펼쳐져 축제의 밤을 더욱 뜨겁게 달궜다. 한우 시식과 응모 이벤트에 참여한 한 시민은 “바로 구운 한우를 맥주와 함께 먹으니 너무 맛있다”며 “한우가 맥주 안주로 제격이다”라고 한우의 맛을 평가했다. 또한 한우랑 캐릭터는 축제장 내에서 인기 캐릭터로 급부상, 인증샷 주인공으로 관심을 모았다. 📸



4

## ‘KLPGA 올포유·레노마 챔피언십 2019’ 후원 우리 한우 홍보와 더불어 기부 문화에도 앞장서

한우자조금이 지난 9월 22일 막을 내린 ‘KLPGA 올포유·레노마 챔피언십 2019’에서 대대적인 한우 홍보 행사를 진행했다. 경기도 이천에 위치한 사우스스프링스 컨트리클럽에서 개최된 ‘KLPGA 올포유·레노마 챔피언십 2019’이 진행되는 동안 대회 곳곳에서 프로선수들, 갤러리들이 우리 한우와 만났다.

이번 홍보 활동을 통해 세계적인 역량의 프로 선수들과 더불어 구매력 있는 갤러리들에게 어필했음은 물론이고, SBS 골프채널을 통해 여러 차례 한우자조금의 기부이벤트가 언급되며 전국의 골프를 사랑하는 소비자들에게 깊은 인상을 남겼다.



### 선수도 갤러리도 한우 파워!

한우자조금은 챔피언십 진행 전인 9월 17일, 프로암 대회에 참가한 약 170여명의 프로선수 및 아마추어 대상으로 한우 시식회를 열었다. 한우 찹스테이크와 샐러드, 감태 한우 초밥 등을 제공해 참여자들이 한우의 맛에 극찬을 아끼지 않았다. 프로암 대회에서 한우 시식을 하던 프로선수 및 아마추어 선수들은 “너무 맛있다. 돈 주고라도 더 먹고 싶은 맛이다”, “우리 한우는 원가 달라도 다르다”며 감탄했다. 푸드트럭에 적혀있는 ‘한우자조금’ 문구를 보고 선수들이 한우자조금에 대한 호기심을 가지고 질문을 하기도 했다.

주말인 21일과 22일에는 갤러리들을 대상으로 한우 불고기와 채끝을 제공하는 한우 시식회가 진행됐다. 이날 경기는 빗속에서 진행되었지만 선수들과 갤러리들의 열정은 막지 못했다. 한우 시식을 위해 우비와 우산을 쓰고 줄을 서는 등 현장의 열기는 뜨거웠다.



또한 ‘한우 골프 퍼팅왕’ 이벤트를 개최해 퍼팅존에서 홀인에 성공하면 한우 육포와 한우 캐릭터 저금통을 증정하여 현장을 찾은 골프 갤러리들의 큰 호응을 얻었다.

### 사랑의 버디 한 개당 한우 불고기 후원 이벤트

한우자조금은 19일부터 22일까지 진행된 본대회에서 출전 선수의 버디 개수에 따른 한우를 기부하는 ‘사랑의 버디 한 개당 한우 불고기 300g 후원’ 이벤트도 진행했다. 대회에서 버디 한 개당 한우 불고기 300g을 적립해 기부하는 따뜻한 후원 이벤트로, 18일에는 최혜진, 오지현, 이소영, 임은빈, 조정민, 조아연, 김지현, 박결 등 KLPGA 선수 8명과 함께 ‘사랑의 버디 한 개당 한우 불고기 300g 후원’ 포토콜 행사를 진행했다.

이번 대회에서는 총 950개의 버디에 해당하는 285kg의 한우 불고기를 KLPGA와 올포유·레노마가 함께 국내 NGO단체에 기부할 예정이다. 본 이벤트는 대회를 생중계한 SBS 골프채널에서 여러 차례 언급되며 전국의 9만 한우농가들이 기부와 후원을 통해 어려운 이웃들을 위해 따뜻한 세상을 만드는데 앞장 서고 있음을 알렸다.



△ 우승을 차지한 임희정 선수와 SBS 골프 김계홍 사장



△ 사랑의 버디 한 개당 한우 불고기 300g 후원 이벤트를 기념하고 있는 김지현 선수

### 신인들의 돌풍! ‘올포유·레노마 챔피언십 2019’

한편 ‘올포유·레노마 챔피언십 2019’은 임희정 선수가 김지현 선수를 제치고 우승하며 성황리에 마무리됐다. 22일 열린 파이널라운드에서 김지현 선수와 임희정 선수의 팽팽한 연장 접전 끝에 임희정 선수가 시즌 2번째 우승을 차지했다.

곳은 날씨에도 불구하고 선수들을 응원하기 위해 많은 갤러리들이

방문해 이 대회에 대한 뜨거운 관심을 느낄 수 있었다.

### 배우 한채영 씨도 한우사랑!

대회 시상식을 위해 참석한 공동주최사인 레노마의 전속모델 한채영 씨가 한우 갤러리 부스를 찾아 눈길을 끌었다. 인형 같은 얼굴과 몸매로 ‘바비인형’이라 불리는 한채영 씨는 평소에도 한우를 즐겨먹는다고 하며 환한 웃음을 보여줬다. 또한 ‘한우 골프 퍼팅왕’ 이벤트에도 참여해서 한우 사랑을 뽐냈다.

민경천 한우자조금 위원장은 “이번 ‘사랑의 기부’를 통해 한우 농가들과 함께 좋은 일에 동참할 수 있게 되어 기쁘다”라며 “앞으로도 사회공헌활동에 관심을 가지고 더 많은 곳에 우리 한우를 알릴 수 있도록 노력하겠다”고 전했다.



△ 배우 한채영 씨가 한우 골프퍼팅왕 이벤트에 참가하고 있다





5

## 에버랜드 'RED & GRILL 바비큐 페스티벌' 이벤트 개최 즐겁게 맛있다! 맛있고 즐겁다!

태풍이 지나간 후 맑고 쾌청한 가을 하늘이 반가운 9월의 끝자락 주말, 에버랜드에 맛있는 냄새가 가득 찼다. 모처럼 찾아온 주말의 화창한 날씨를 즐기려는 듯 에버랜드는 가족과 함께 친구와 함께 연인과 함께 찾은 방문객들로 인산인해를 이뤘다.

9월 27일부터 29일까지 사흘간 열린 '제 4회 RED & GRILL 바비큐 페스티벌'에서 한우자조금은 에버랜드를 찾은 관람객들을 대상으로 한우 시식회를 포함해 다채로운 이벤트를 진행했다.

### 맛있는 냄새!

#### 여기서 귀한 한우를 먹을 수 있나요?

한우자조금이 '제4회 RED & GRILL 바비큐 페스티벌'에 참가해 우리 한우를 알리는 다채로운 이벤트를 진행했다.



올해로 4회를 맞이한 'RED & GRILL 바비큐 페스티벌'은 중국, 베트남, 스페인 등 세계 8개국 테마의 바비큐 메뉴 22종을 즐길 수 있는 에버랜드의 대표적인 푸드 페스티벌이다. 9월 27일부터 29일까지 사흘간 에버랜드에서 열린 바비큐 페스티벌에서 맥주와 한우를 즐기려는 사람들로 북적였다. RED & GRILL 바비큐 페스티벌을 즐기기 위해 가족들과 함께 서울 송파구에서 왔다는 방문객은 "한우는 냄새부터 맛있다"며 입에서 살살 녹는다는 표현은 한우를 위해 만들어진 표현인 것 같다고 말하며 즐거워했다.



### 한우는 굽는 맛! 직접 구워 먹으니 더 맛있어요!

방문객들에게 다양한 방식으로 한우의 매력을 알리기 위한 기획이 이어졌다. 그 중 한우에 대한 올바른 정보를 전달하기 위해서 진행된 OX퀴즈는 3~40대 젊은 엄마들에게 큰 호응을 얻었다. "아이들을 키우면서 이유식이나 성장을 위한 메뉴로 한우를 즐겨 요리했는데 잘못 알고 있던 사실도 있었던 것 같다. 참여하길 잘했다"고 말했다. 한우에 대한 OX 퀴즈를 맞추면 이벤트 경품으로 '채끝 시식권'이 주어졌다. 방문자들은 한우 채끝을 직접 그릴에 구워 먹으며 "내가 고기 좀 굽지!"라며 즐겁게 한우의 맛과 매력을 즐기는 방문객들로 인산인해를 이루었다. 또한 즉석 레크리에이션을 통한 SNS 인증 이벤트와 커플 게임, 한우 부위가 그려진 다트판에 다트를 던지면 부위별로 경품을 제공하는 등 다채로운 이벤트가 진행되었다.



### 아이들의 시선을 사로잡은 사랑스러운 한우 캐릭터

이 밖에도 사진을 찍으면 인화 서비스를 제공하는 한우 포토존 프로그램과 한우 캐릭터 판박이 스티커 증정 등 눈과 입을 사로잡을 다양한 프로그램이 준비되어 아이들과 함께 온 가족들에게 큰 사랑을 받았다. 귀여운 한우 마스코트 조형물로 꾸며진 포토존에서 할로윈 복장을 하고 사진을 찍는 아이들로 북새통을 이루었다. "아이들과 함께 이쁜 할로윈데이를 즐기기 위해 왔는데, 한우를 즐기는 것이 더



즐겁다"고 말하며 손등과 얼굴을 한우 캐릭터 판박이 스티커로 치장한 아이들과 함께 환하게 웃었다.

이번 페스티벌 참여를 통해 소비자들이 한우자조금 민경천 위원장은 "가족, 연인, 친구들과 함께 에버랜드를 찾은 방문객 여러분들이 우리 한우와 함께 즐거운 시간을 보내시길 바란다"며 "한우자조금은 앞으로도 다양한 축제 참여를 통해 소비자들이 일상에서 쉽게 한우를 접할 수 있도록 할 계획이다"라고 말했다. 🍴





6

## 홍콩 현지 바이어 및 언론인 초청 한우산업 시찰 미식의 나라 홍콩의 입맛을 사로잡아라

한우자조금은 한우 수출량 증대에 힘을 보태기 위해 다양하고 적극적인 글로벌 홍보를 펼쳐나가고 있다. 세계 최고의 맛과 안전성을 알리기 위한 글로벌 한우 마케팅의 일환으로 지난 9월 23일부터 28일까지 5박 6일간 '홍콩 현지 바이어 및 언론인 초청 한우산업 시찰'을 진행했다.



홍콩의 한우 바이어 및 현지의 셰프들은 한우의 생산부터 유통 전 과정을 눈으로 직접 확인하고 맛보며 "I LOVE HANWOOL!"을 외쳤다.



### 알면 사랑하게 될 거예요, 우리 한우!

미식의 나라 홍콩은 1인당 소고기 소비량은 세계에서 손꼽힐 정도로 소고기에 대한 선호도가 높다. 한우자조금은 한우가 홍콩 현지에서 좀 더 확고히 자리매김하기 위해 현지 바이어들과 언론인들을 초대해 국내 한우산업 현장을 온몸으로 느끼고 확고한 신뢰감을 구축할 수 있는 기회를 마련했다. 한우 수출의 중요한 오피니언 리더인 홍콩 현지 바이어와 언론인들이 전세계에서 하나뿐인,

우리 한우의 우수성을 몸소 느낄 수 있게 했다. 이번 초청 행사에는 홍콩 유통 바이어 및 현지 셰프 19명, 언론인 5명을 비롯해 국내 수출사 3명도 참가했다.



이번 시찰에서는 한우의 품질과 안전성을 위해 정부 주도하에 매우 체계적인 관리 시스템을 갖추고 있다는 점이 강조됐다. 홍콩 바이어 및 언론인들은 한우의 생산, 유통 단계는 물론 세계 최고의 맛과 안전성을 유지하기 위한 관련 기관의 노력을 체험할 수 있는 기회였다고 말했다.

### 직접 눈으로 보는 가공 현장 견학에 큰 관심 보여

홍콩 현지 바이어 및 언론인들은 도축 이후 위생적인 부분육 과정·포장·유통 과정을 견학하기 위해 서울시 성동구 마장동에 위치한 태우그린푸드를 찾았다. 태우그린푸드의 관계자는 "음이온 육가공장은 세계 최고 수준의 기술력을 자랑한다. 육가공장 임에도 불구하고 아무런 냄새도 나지 않는 것을 보면 알 수 있듯이

우리나라는 전 세계 최고 수준의 기술력을 바탕으로 철저한 위생 관리를 하고 있다. 현장을 본 해외 바이어와 언론인들은 더욱 한우에 신뢰감을 가지게 될 것"이라고 자신감을 드러냈고, 현장 견학을 진행한 홍콩 바이어 및 언론인들도 시종일관 눈을 빛내며 과장마다 질문을 아끼지 않았다.



안성팜랜드에서는 전 세계 하나뿐인 우리 고유 유전자인 한우의 우수성을 지키기 위한 다각적인 노력에 대해 관계기관 전문가들의 설명을 듣는 시간을 가졌다.

먼저 축산물품질평가원의 관계자가 한우이력제 및 한우등급판정, 한우산업 경쟁력 강화를 위한 품질 향상과 생산성 증대를 위해 12월 시행될 예정인 등급제 개편 등에 관한 발표를 진행했다. 현지 바이어들과 언론인들은 그 중에서도 특히 '소고기 등급제 개편' 내용에 큰 관심을 보였다. 이어서 한우개량사업소의 관계자가 한우의 우수성을 지켜나가기 위해 종모우 선발 및 관리 등을 철저하게 진행하고 있음을 알렸다. 다음날인 26일 목요일에는 농촌진흥청을 방문해 축산분야 국책연구기관을 견학하는 일정도 이어졌다. 국립축산과학원에서 추진되고 있는 최신연구결과와 함께 다른 나라와 차별화되는 과학적·체계적 한우 관리 시스템에 관한 발표를 들은



언론인들은 놀라움을 금치 못하며 "한국이 한우를 고급육 품종으로 꾸준히 개량하고 우수성을 보호하려는 노력이 매우 놀랍다. 한우 농가를 비롯한 관계자들이 한우에 대한 자부심을 가질 만 하다"고 평했다. 한우산업시찰에 참여한 관계자는 이 같은 기관에 직접 방문해서 들은 내용이 한우산업시찰에 참여한 언론인들을 통해 자연스럽게 현지에 홍보되어 홍콩 현지에서의 한우에 대한 인식이 더욱 좋아질 것이라고 말했다.

### 홍콩 한우 수출 앞으로 더 크게 도약할 것

시찰을 마친 관계자들은 홍콩을 비롯한 한우의 세계화는 앞으로의 발전 가능성은 무궁무진하다고 평하며 "한우산업 전반에 대한 이해도가 높아지는 계기가 됐다"고 말했다. 한우자조금관리위원회 민경천

위원장은 "이번 홍콩 현지 바이어 및 언론인 초청 한우산업 시찰을 통해 참가자들이 한우의 안전성과 우수한 품질을 현지 소비자들에게 보다 자세하게 알릴 수 있는 계기가 될 것으로 생각한다. 앞으로도 한우의 세계화를 위해 다양하고 실질적인 지역 밀착 마케팅 프로그램을 확대할 것"이라고 밝혔다.







△ 비전선포식을 통해 '안정된 한우산업·함께하는 민족산업'을 비전으로 발표했다.



7

## ‘2019 한우인 전국대회’ 성료 안정된 한우산업·함께하는 민족산업

지난 9월 19일부터 22일까지 한우자조금관리위원회와 전국한우협회가 주최하고 전국한우협회 대구·경북도지회가 주관한 '2019 한우인 전국대회'가 경북 영주 서천둔치에서 성황리에 개최되었다. 전국한우협회 김홍길 회장은 대회사를 통해 “전국한우협회는 몇 차례 한우파동을 겪는 어려움 속에 한우농가들을 대변할 곳이 없었던 현실 속에서 한우산업을 지키기 위해 한우농가 스스로 만든 생산자 조직으로써 지난 20년간 한우농가의 권익보호와 소득보장을 위해 다양한 활동을 해왔다. 오늘 창립 20주년을 맞아 한우산업 미래를

함께 설계하고, 고민하는 의미 있는 자리가 되길 희망한다”고 말했다. 결의문에서는 한우농가의 경영안정 제도의 도입을 촉구했고, 가족질병예방에 술선수범해 신뢰받는 한우산업을 만들어 나갈 것을 다짐했다. 이어 지난 20년간의 성과와 발자취를 담은 '전국한우협회 20년사' 헌정식과 '안정된

한우산업·함께하는 민족산업'을 한우산업의 비전으로 제시한 비전선포식을 진행했다.

한우산업 발전을 위해 헌신한 이들에게 감사하기 위해 장관상, 황소상, 우수공무원상, OEM활성화 표창패, 우수회원상, 우수한우판매점상을 전달하고, 한우농가의 따뜻한 사랑을 전달하는 사랑의 한우나눔을 진행했다.

본대회 후 한우인 어울림 한마당을 열어 전국 한우 노래자랑, 한우 팔씨름왕 대회, 사료 오래들기 등 다양한 레크레이션과 가수들의 축하공연이 이어졌다. 한우를 더욱 저렴하게 한우를 즐길 수 있도록 한우숯불구이축제가 21일까지 열렸으며, 100여개의 축산기자재 홍보부스에서는 한우농가에게 다양한 제품과 신기술을 소개하는 장이 펼쳐졌다. 이밖에도 미허가축사 상담실 및 OEM사로 전시, 한우 불고기 시식, 한우고기 경매행사, 로데오, 한우 부채·퍼즐 만들기, 송아지 먹이주기, 달구지 체험 등 다양한 프로그램을 운영했다. 한편 아프리카돼지열병 관련 경북도청과 영주시청 등과 협조체계를 구축하고 매일 행사장 내부와 진입로 곳곳에 소독제 살포, 소독발판 설치 등 차단방역에 총력을 기울였다.

### 육종농가 경매행사·한우세미나 열려

본대회 다음날인 9월 20일에는 전국한우육종농가협의회와 함께 영주가축시장에서 '한우육종농가 우량 암소육성우 및 경산우



△ 한우육종농가 우량 암소육성우 및 경산우 특별경매가 20일에 열렸다.



△ 20일 오후에는 한우세미나가 열려 번식우 수의질병학 및 건강한 육류섭취에 대해 강연했다.



△ 한우산업의 역사와 한우협회의 발자취를 담은 '전국한우협회 20년사'를 제작하여 헌정식을 진행했다.

특별경매'를 개최했다. 경매에는 암송아지와 경산우 총 76두가 나왔고, 암송아지 중에는 이동화 씨가 640만 원, 임신우 중에서는 이남권 씨가 1천 199만 원으로 최고가를 받았다. 오후에는 한우세미나가 영주국민체육센터에서 열렸다. '번식우 수의질병학, 사양관리'를 주제로 백두동물병원 윤창진 원장은 한우번식우 관련 다양한 행동과 수정장애에 대한 원인을 설명하고, 이에 맞는 처방과 사양관리 방법을 설명했다. 이어 양생의원 정윤섭 원장은 '건강한 지방을 먹자'를 주제로 강연하여 육류 식품에 대한 오해와 진실을 알리고, 건강한 생활을 위해서는 건강한 육류를 섭취하는 것이 무엇보다 중요하다고 강조했다.



## 브랜드가 직접 소통한다! 온드 미디어 (OWNED MEDIA)



‘우리’를 정확하게 알리기 위한 가장 좋은 방법은 ‘우리’가 직접 말하는 것입니다. 기업들은 꾸준히 블로그, 페이스북, 인스타그램을 운영하며 자신들의 소식을 소비자에게 직접 전달하고 소통하려고 노력하고 있습니다. 회사가 직접 자사만의 고유한 콘텐츠 및 플랫폼을 구축하는 ‘온드 미디어’ 시대입니다.



### 온드 미디어란 무엇인가요?

온드 미디어(OWNED MEDIA)란, 말 그대로 기업이나 기관이 직접 소유(own)하고 있는 미디어를 뜻합니다. 홈페이지, 사보, 웹진, 블로그, 소셜미디어, 인쇄 홍보물, 판촉 홍보물 등이 모두 온드 미디어입니다. 한우자조금에서 만들고 있는 ‘만들이’를 포함해 페이스북, 인스타그램, 유튜브 채널 등을 운영하는 것이 바로 온드 미디어라고 할 수 있습니다. 온드 미디어는 기업과 기관이 직접 운영하는 만큼, 제품과 브랜드에 대해 가장 정확한 정보를 제공할 수 있습니다. 더 나아가 장기적으로 브랜드 신뢰와 명성을 더 굳건히 하는 역할을 해주죠. 또한 기업이 24시간 365일 언제라도 정보를 제공하고 안정적으로 소통할 수 있는 매체입니다.

### 온드 미디어, 왜 떠오를까요?

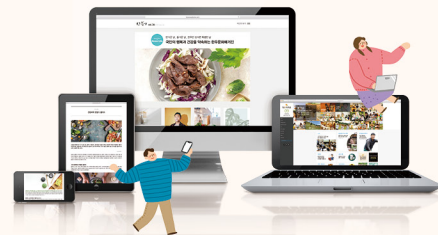
“기존 매스미디어를 통한 광고와 전통적인 마케팅은 한계에 도달했다.” 마케팅 천재 래리 라이트의 말입니다. 드라마를 보다가도, 동영상 스트리밍을 하다가도 중간 광고를 봐야만 하는 시대입니다. 하지만 광고를 끝까지 다 보는 사람은 많지 않습니다. 광고 비용은 점점 높아지는데, 광고 효율은 떨어지는 것이죠.

온드 미디어 마케팅은 TV나 라디오 등 기존의 매체 광고비와 비교하면 비용 대비 효율성이 매우 높습니다. 또한 일회성으로 반짝하는 광고도 아닙니다. 관련 분야의 사람들, 관심이 있는 사람들은 계속해서 소식을 받아볼 것이기 때문에 타깃층에게 더 효과적인 마케팅을 할 수 있습니다. 실질적으로 관심을 두고 온드 미디어에 방문한 소비자들을 대상으로 그들이 원하는 콘텐츠를 알맞게 제공함으로써 궁극적으로 잠재 소비자 한 명, 한 명과 신뢰 관계를 구축하여 소비자와 장기적인 관계를 형성할 수 있습니다.

또한 기업이 자사 서비스 또는 제품을 단순 판매하는 것에서 더 나아가 기업이 존재하는 이유, 기업이 누구이며, 기업이 의미하는 바를 다양한 콘텐츠로 보여줌으로써 브랜드의 행동과 문화에 중점을 두면서 인간적인 면모를 더해 브랜드 신뢰와 명성을 더 굳건히 하는 역할을 합니다. 한마디로 브랜드가 자기다운 콘텐츠를 자기다운 방법으로 의미 있게 전달할 수 있는 소통채널인 것이죠.

### ‘만들이’가 전하는 한우 이야기

한우자조금도 온드 미디어를 갖고 있습니다. 우리 땅에서 건강하게 자라는 우리 한우의 우수성을 널리 알리는 한우 문화 매거진 ‘만들이’입니다. 한우자조금은 ‘만들이’를 통해 한우에 대한 유익한 정보를 담은 생활·문화 콘텐츠를 통해 소비자에게 더 가까이 다가가고 있습니다. ‘만들이’를 통해 사육환경의 우수성, 검증체계 정립, 한우에 대한 신뢰감을 높이는 정보들을 제공하며 한우의 이미지와 가치를 꾸준한 브랜딩으로 높여가고 있습니다. 실제로 한우자조금의 ‘만들이’를 접촉한 경험이 있는 사람들이 한우에 대한 인식이 보다 긍정적이라는 결과가 나타나기도 했으니 앞으로 더욱 기대가 되는 한우자조금의 ‘온드 미디어’입니다. 🐮



무더웠던 여름이 지나고 선선한 바람과 함께 찾아온 가을이면 이유 없이 우울하고 외로움을 느끼는 사람들도 많다. 흔히 말해 ‘가을 탄다’고 하지만, 단순히 가을을 타는 게 아니라 우울증과 번아웃 증후군일 수도 있다.

가을 타는 게 아니라 ‘우울증’일 수 있어요

## 우울증과 번아웃 증후군



### 비슷한 듯 다른 ‘우울증’과 ‘번아웃 증후군’

일상생활의 기초가 되는 신체적 능력인 체력이 필요한 것처럼, 우리의 마음과 머리에도 체력이 필요하다. 마음이 한계치 이상의 에너지를 다 소진해버리면 배터리처럼 방전되어 버리는데, ‘번아웃 증후군(Burnout Syndrome)’이라고 한다.

번아웃 증후군을 앓게 되면, 모든 일이 무의미하게 느껴지고, 자존감 감소로 무능력감에 빠져 성취감 결여의 과정을 겪게 된다. 또한 두통, 만성피로, 불면증 등의 신체적 증상과 짜증, 무기력증, 우울, 분노 등의 정신적 증상이 나타난다.

극도의 피로함, 저조한 기분 등의 증상은 비슷하지만 낮은 자존감과 절망감, 자살 성향 등의 증상이 나타난다면 우울증을 의심해봐야 한다. 우울증은 우울감, 의욕 저하, 흥미 상실, 식욕감소와 체중감소, 수면장애 등을 주요 증상으로 하여 다양한 인지 및 정신, 신체 증상을 일으켜 일상생활의 저하를 가져오는 질환을 말한다.

### 우울증과 번아웃 증후군 극복하기

모든 것에 무기력해지는 번아웃 증후군을 극복하기 위해서는 △느리고 깊은 호흡을 하며 규칙적인 호흡의 이완 상태를 만들기 △매일 꾸준히 산책하며 간단한 사색의 시간 갖기 △주기적으로 슬픈 감정을 소비하고 표출해보기 △음악, 미술, 문학, 연극 등 메마른 정서에 활기를 되찾을 수 있는 다양한 예술 활동을 즐겨보기 등이 있다.

우울증은 세로토닌과 관련이 있다. 평소 세로토닌 분비를 촉진시킬 수 있는 몇 가지 방법을 통해 우울증을 극복할 수 있다. 활기차게 걷는 것만으로도 세로토닌 같은 신경 안정 호르몬들이 분비되며, 쇠고기·돼지고기·닭고기·생선·우유·달걀 등 세로토닌이 풍부한 단백질 식단을 구성한다. 마지막으로 세로토닌 호르몬을 감소시키는 아이스크림·초콜릿 등 당 지수가 높은 음식을 삼가고, 설탕 섭취를 제한한다.

또한 평소에 스트레스를 관리하는 것이 중요하며, 위기 상황에서 주위 사람들에게 도움을 구하는 열린 마음과 또한 가족과 친구들은 이야기를 들어주고 정서적 지

지를 해 주는 것이 많은 도움이 될 수 있다. 운동과 같은 신체적 활동과 긍정적인 생활 태도가 도움이 되며, 심해지기 전에 조기에 진단, 치료하는 것이 중요하다. 🌈  
출처: 건강보험심사평가원

### 우울증 자가진단법

지난 2주간 자신의 신체 및 정신 상태를 떠올려본 후, 아래 항목에 대해 지속시간에 따라 각각 1점(2~6일), 2점(7~12일), 3점(거의 매일)으로 점수를 매기고, 총합을 구해본다.

- ☐ 기분이 가라앉고 우울하거나 희망이 없다고 느낀다.
- ☐ 평소 하던 일에 흥미가 없어지거나 즐거움을 느끼지 못한다.
- ☐ 잠들기 어렵고 자주 깨거나 혹은 너무 많이 잔다.
- ☐ 평소보다 식욕이 줄거나 늘어났다.
- ☐ 타인이 눈치챌 정도로 평소보다 말과 행동이 느려지거나 혹은 안절부절 못해서 가만히 앉아 있을 수 없다.
- ☐ 피곤하고 기운이 없다.
- ☐ 내가 잘못했거나 실패했다는 생각이 든다. 나로 인해 가족이 실망했다고 생각한다.
- ☐ 신문을 읽거나 TV를 보는 것과 같은 일상적인 일에도 집중할 수 없다.
- ☐ 차라리 죽는 것이 낫겠다고 생각한다.

1~4점 : 우울증 아님  
5~9점 : 가벼운 우울증  
10~19점 : 중간 정도 우울증  
20~27점 : 심한 우울증

점수 합계가 10점 이상이면 우울증을 의심하고 전문가의 도움을 받는 게 좋다.



## 9월 한우가격 및 출하 동향

\* 전국경락가격: 전국 13개 도매시장 가격(원/지육kg), 결함제외 가격 〈출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터〉  
\* 기준일: 9월 1일~9월 23일

### 9월 한우육질 등급별 도매시장 경락가격

\* 기준일: 9월 1일~9월 23일 〈출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터〉

### 수소(거세포함) 월령별 한우 사육현황

\* 기준일: 2019년 8월 31일 〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

▶ 가임암소 두수(15개월령 이상): 1,474,777두 / 총 암소 두수: 1,965,900두(2019년 8월 31일 기준)

➤ 총 한우사육 두수: 3,084,095두(2019년 8월 31일 기준)

총 한우농장 수: 90,036호(2019년 8월 31일 기준)



## 한우자조금 소식지를 웹진으로 만나는 방법!

한우자조금 소식지를 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](http://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](http://www.hanwooboard.or.kr))에서 소식지 배너를 클릭하세요.

※ 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.