

04

신년사

한우자조금대의회 의장
한우자조금관리위원장
전국한우협회장

08

여성 한우농가 이야기

둥이네농장
김은주 대표

10

우리는 한우인

홍보컨설턴트
솔로몬스터 이원두 대표

14

자조금 소식

스키장에서 '미리 메리
크리스마스 대축제'

24

트렌드 맛보기

2020년 대한민국
新종족

2020

01

한우자조금

본 소식지는 한우자조금으로 제작되었습니다



Contents

04



신년사
한우자조금대의원회 의장 송무찬
한우자조금관리위원장 민경천
전국한우협회장 김홍길

10



우리는 한우인
홍보컨설턴트
솔로몬스터 이원두 대표

—
마케팅이 되려면 시대 · 미디어 · 소비자 변화에
민감하게 대응하며 소비자 '공감' 포인트 찾아야



한우자조금 소식지

발행일

2020년 1월 13일

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

www.designsh.co.kr

—

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

08



여성 한우농가 이야기
둥이네농장 김은주 대표

—
즐겁고 재미있게 사양관리에 힘쓰고 있는
멋진 한우인의 열정기

12



방송에서 만난 한우
연말 맛있어진다, 우리 한우!

—
건강한 매력과 파티 요리로 연말 시청자들을
찾아가 한우 소비촉진 도모

14

자조금 소식



14

스키장에서 ‘미리 메리 크리스마스 대축제’

소비자 접점 강화 위해 스키장에서 한우 시식회, 룰렛이벤트 등으로 한우 우수성 알려

16

밥퍼나눔운동본부에 한우불고기 기부

KLPGA에서 ‘사랑의 기부’ 행사로 마련한 한우 불고기 기부와 배식 봉사로 훈훈했던 현장 공개

17

‘제2차 한우이모티콘 무료 제공’ 이벤트 진행

귀염뽀짝 한우 이모티콘 2차 발매 소식과 함께 카카오프러스친구를 활용한 마케팅 계획 소개

베이비뉴스와 MOU 체결

임신 출산 분야 전문 언론사와 출산장려 운동 캠페인 전개할 것

18

프로농구팀 ‘인천 전자랜드 엘리펀츠’와 스폰서 협약

농구팀과의 협약으로 스포츠마케팅을 강화했다. 농구팬에게 제대로 한우를 알린 스폰서데이 현장

20

송년맞이 한우 할인 판매

대형 유통업체에서 최고 50%의 할인율로 한우 할인 판매 실시해 소비촉진 도모

21

연말 기획전·이벤트 전개

한우유명한곳에서 지역 한우 브랜드와 ‘연말 홈파티’를 주제로 기획전 전개

22

‘한우산업 안정화를 위한 토론회 및 2019년 한우지도자대회’ 개최

전국의 한우지도자들이 모인 자리에서 송아지 생산 안정제와 비육우 경영 안정제 도입 역설

23

‘2019 한우 유통바이어 대회’ 성황

한우 더 맛있게 더 멋지게 즐기는 다양한 방법 제시

24

트렌드 맛보기

2020년 대한민국 新중족

2020년 주목받을 신중족, ‘페어플레이어’ 팬슈머 · 업글인간 · 오팔세대’에 대해 알아봤다

26

한우시황

2019년 12월 한우가격 및 출하 사육동향

EVENT

한우자조금 소식지 인증샷 이벤트!

2019년도 한우자조금 소식지를 응원해 주신 독자 여러분께 감사를 드립니다. 2020년도에도 많은 성원 부탁드립니다.

2019년 한우자조금 소식지

인증샷을 보내주세요!

한우자조금 소식지 열두 권을 모아 인증샷을 보내주시는 분들 중 추첨으로 선물을 보내드립니다. 간단한 리뷰를 남겨 주시면 당첨 확률이 쑥~ 올라갑니다. 많은 참여 부탁드립니다.

- **응모기간** 2020년 1월 31일까지
- **응모 방법** 이메일(designshinhwa@naver.com)
- **당첨자발표** 2019년 2월호 한우자조금 소식지 및 개별 연락
- **문의** 02-324-6852



10만 원 상당 - 3명 · 5만 원 상당 - 5명

한우자조금대의원회의장 송무찬
우리 한우인들이 먼저 보여줍니다
함께 살아가는 가치의 힘



2020년 경자년(庚子年) 새해가 밝았습니다.

2020년이 대의원님들과 한우농가 여러분들에게 큰 희망을 안겨주길 소망합니다.

2019년 한우자조금대의원회는 새로운 진용을 갖추고 힘차게 출발했습니다. 우리 대의원님들을 비롯한 한우농가 여러분들이 꿈을 향해 나가는 그 귀한 시간에 동행할 수 있어서 행복했습니다. 무엇보다 보내주신 많은 성원과 응원 감사했습니다.

2020년에는 지난 1년의 경험을 바탕으로 우리 한우농가 여러분들이 더 큰 꿈을 꾸고 또 그 꿈을 실현하는 데 도움을 줄 수 있는 일이 무엇인지 적극적으로 찾아보겠습니다.

저는 2020년에는 더욱 적극적으로 대의원장의 역할과 활동을 수행할 것입니다. 한우자조금관리위원회의 ‘관계인’이 아니라 ‘주재자’로서 역할하겠습니다. 회의 주재자로서의 역할은 물론 대의원님들과 한우농가 여러분들에게 한우자조금에서 수행하는 사업의 취지와 그 성과를 가감 없이 구체적으로 전달하겠습니다. 아울러 소비자들의 생생한 목소리를 전하는 일에도 힘을 다할 것입니다.

한우산업이 지금의 위치에 오르기까지는 많은 사람의 땀이 있었습니다. 그 많은 땀이 한 마음 한뜻으로 모였기에, 항상 우리 곁을 맴돌았던 ‘위기’가 우리 속으로 깊숙이 침투해오지 못했습니다. 지금 우리 옆에 또 ‘위기’라는 두 글자가 맴돌고 있습니다. 하지만 지금까지 그랬듯 우리가 협력한다면, 이것 역시 아무것도 아닐 것입니다. 우리 한우인들이 ‘함께 살아가는 가치’의 힘을 보여주는 의미 있는 해가 되었으면 하는 바람입니다.

더 나아가 이제는 한우산업이 얼마나 따뜻한 산업인지를 제대로 보여줄 때입니다. 우리 이웃을 위해, 대한민국을 위해, 지구를 위해 우리가 할 수 있는 일이 무엇인지 찾아 실천한다면, 한우산업은 지속가능한 산업으로 언제나 국민들과 함께 할 것입니다. 한우농가가 단순히 소만 키우는 것이 아니라 소비자와 함께하고 국민들과 함께하는 축산업의 공익적 가치를 우리 스스로가 보여주어야 할 시기라 생각합니다. 2020년이 그 첫걸음을 내딛는 원년이 되길 바랍니다.

2020년은 쥐의 해 특별히 ‘흰 쥐’의 해입니다. 흰 쥐는 ‘힘이 매우 센 쥐’를 의미합니다. 2020년 우리 한우인들의 힘이 더욱 세어지길 기원합니다. 2020년 우리 한우인들의 ‘저력’을 제대로 보여줍니다.

한우산업 발전에 힘이 되는 역량있는 조력자가 되겠습니다

한우자조금관리위원회장 민경천



경자년(庚子年) 새해가 밝았습니다. 2020년이 우리 한우인들에게 풍요롭고 희망찬 기회의 시간이 되길 염원합니다.

2019년 우리 한우인들은 FMD 발생, 한우 사육마릿수 증가 등에 대응하고 미허가축사 적법화, 소고기등급제 개편 등에 대처하며 한우산업의 발전을 이뤄냈습니다. ‘위기’란 불안감을 안고 출발한 2019년이었지만, 우리 한우농가 여러분과 한우산업 관계자 여러분의 강한 열정과 부단한 노력 덕분에 2019년을 ‘기회’의 시간으로 만들 수 있었습니다.

2020년에도 우리 한우인들은 갖가지 현안과 마주할 것입니다. 한우 320만 두 시대 도래에 따른 한우 도매가격 하락, 수입 소고기 공세 강화 등이 예상되는 가운데 퇴비부숙도 검사 시행도 눈앞의 현실이 됐습니다. 환경 규제·안티 축산 문제는 더 큰 부담으로 다가올 것입니다. 하지만 우리 한우인들이라면 2020년을 성장과 발전의 시간으로 만들어 내리라 확신합니다. 그 길에 한우자조금이 든든하고 역량있는 조력자가 될 것을 약속합니다.

2020년 한우자조금은 △선제적 수급관리로 한우가격 안정 도모 △한우 시장점유율 제고 △한우 생산성 향상 및 가격 경쟁력 확보를 목표로, 한우농가 여러분의 성장에 실질적인 도움이 되는 일에 매진할 것입니다.

한우자조금 본연의 역할인 한우 소비홍보와 소비촉진 활동에 더욱 집중, 우리 한우가 소비자들의 식탁 품격을 높일 수 있도록 만들겠습니다. 밀레니얼세대, Z세대 등 새로운 소비층에도 우리 한우가 자연스럽게 다가갈 수 있도록 트렌디한 마케팅 기획력을 발휘하는 것은 물론 스포츠마케팅 강화 등으로 젊은 세대와의 소통에도 힘쓸 것입니다.

명절 한우 직거래장터, 가정의 달 전국 숯불구이 축제, 11월 1일 대한민국이 한우 먹는 날 등 소비자들에게 사랑 받는 행사를 전 국민 축제의 장이 되도록 활성화할 것입니다. 또한, 우리 한우가 전 세계로 뻗어나갈 수 있는 전략을 더욱 고심하겠습니다.

우리 한우산업이 민족산업으로의 품격과 위용을 갖고 지금까지 걸어올 수 있었던 것은 우리 한우농가 여러분이 밤낮없이 정성과 노력을 기울여왔기 때문입니다. 그 정성과 노력과 열정이 무엇인지 잘 알기에, 한우자조금은 2020년에도 노력과 정성을 더하겠습니다.

2020년은 우리 모두의 바람과 희망이 현실이 되는 시간이 될 것임을 확신합니다. 우리 한우인 모두의 건강과 복을 기원합니다.

전국한우협회장 김희영
비전달성 위해 우직하게 전진하겠습니다
안정된 한우산업 · 함께하는 민족산업



어느덧 2019년 기해년(己亥年)이 지나고, 경자년(庚子年) 하얀 쥐의 해가 다가왔습니다. 한우 농가를 비롯해 전국 300만 농민 모두 건강과 행복이 가득한 새해가 되길 기원합니다.

2019년 한우산업을 반추해보면 많은 고통이 있었지만 우리 한우농가는 푹푹 뭉쳐 혹독한 환경 속에서도 한우산업 발전을 위한 성과를 남겼고, 새로운 희망의 빛을 보았습니다.

전국한우협회는 WTO 개도국 지위 포기 선언, 미허가축사 적법화, 퇴비부숙도 검사 의무화 등 한우농가를 옥죄는 제도에 맞서 한우농가를 대변하는 한편 원산지 표시제 처벌 강화, 한우부산물 제값받기, 직거래 유통망 확대 등으로 한우의 유통 다변화 및 신뢰도를 확보하기 위해 노력했습니다. 또한, 한우정책연구소를 신설했으며, 창립 20주년을 맞아 한우인 전국대회를 성료하고, 20년사를 발간했습니다. 아울러 다양한 한우농가의 의견을 대변하고자 여성·청년 한우분과를 출범시켰고, 앞으로 더욱 확대해 나갈 방침입니다.

2020년 한우산업의 가장 최우선 숙제는 가격안정입니다. 전국한우협회를 중심으로 우리 한우농가 스스로 가격안정을 위한 선제적 수급조절을 도모하고자 미경산우 비육지원 사업에 동참하는 한편 미경산우 시장이란 새로운 시장개척의 신호탄을 쏘아 올릴 것입니다.

아울러 한우협회 OEM사료를 출시해 생산비 절감과 일반 사료가격을 견제하는 등 사료 가격의 기준을 제시하겠습니다.

정책적으로는 지속적인 한우산업의 안정과 발전을 위해 비육우 경영 안정제 도입 및 송아지 생산 안정제 개편이 필요합니다.

전국한우협회는 생산자단체의 본분을 지키고, 한우농가의 권익보호를 위해 2020년에도 우직한 소처럼 전진해 나가겠습니다.

‘안정된 한우산업 · 함께하는 민족산업’이란 비전달성을 위해 한우가격 안정, 협회 정체성 확립 및 조직강화, 국민과 함께하는 민족산업 한우, 한우의 공익적·다원적 기능 확산으로 가치 표방을 과제로 삼아 한우농가의 꿈이 현실이 되도록 2020년 새해에도 최선을 다하겠습니다.

새해 모두 건강하시고, 복된 한 해가 되시기를 기원합니다.



새해복
많이 받으세요



한우농가 여러분!
2020년 경자년(庚子年) 새해가 밝았습니다.
새해 복 많이 받으십시오.

쥐는 피가 많고 영리합니다.
한우의 우수성과 가치를 널리 알리기 위해
한우자조금은 세련되고 트렌디한 전략을 만들어내겠습니다.

쥐는 생존과 번식능력이 탁월합니다.
한우란 두 글자가 보통명사처럼 사용되도록
한우자조금은 어디든 달려가겠습니다.

쥐는 부지런합니다.
한우산업을 더 큰 도약을 이루도록
한우자조금은 늘 깨어있겠습니다.

2020년에도 한우자조금 사업에
큰 관심과 성원 부탁드립니다.
감사합니다.



둥이네농장 김은주 대표

“한우와 함께하는데 어찌 즐겁지 않겠소”

멋진 한우인 천생 한우인

2020년 특유의 섬세함과 세심함으로 우리 한우산업 발전에 중추적인 역할을 하는 여성 한우농가와의 반가운 만남을 시작한다.

전라남도 화순에서 지난 10년간 자부심을 갖고 멋지게 한우인의 길을 걸어온 둥이네농장 김은주 대표와 이 기쁜 만남의 포문을 열었다. 2010년 ‘정년이 없다’는 말에 그때까지 영위하던 증장비사업을 접고 ‘귀농’을 선택한 남편 김기열 대표와 ‘귀촌’했던 김 대표가 ‘눈만 빌려주겠다’던 김 대표가 ‘한우인’으로 우뚝 서기까지는 그야말로 ‘정성의 시간’이 있었다.

“발 꺼내지 말라고.”

둥이네농장 김은주 대표의 목소리가 찌렁찌렁하다. 한우가 우방 밖으로 꺼내려는 발을 슬그머니 넣으며, 눈치를 살핀다. 김 대표의 목소리에 반응하는 한우의 모습이 그저 신기하다.

“한우하고 장난도 치고 대화도 해요. ‘오늘은 밥도 많이 먹었네, 아이고 예뻐라’라고 말하면 칭찬하는지 알아요. 화난 목소리로 ‘너~’라고 하면, 피하죠(웃음). 목소리만 듣고도 제가 기분이 좋은지 나쁜지 알더라고요.”

김 대표는 한우와 대화만 하는 것은 아니다. 한우가 불편한 것이 없는지 수시로 살핀다.

“우리 축사에서는 선풍기가 365일 돌아가요. 우방에 들어가 앉아봤는데, 이 정도면 애들이 얼마나 힘들겠나 싶었죠. 환기가 중요하다는 것을 깨달았습니다.”

이렇게 사랑받고 자라는 둥이네농장 한우는 성격도 좋다. 2019년 출하한 한우의 평균 성적을 보면 도체중 540kg, 등심 단면적 102, 1++출현율 34%, 1+ 이상 출현율 87% 등이다. 최고가는 1,560만 원이었다.

“세 번은 배워야죠”

한우농장을 시작하고는 당연하다는 듯 시행착오가 찾아왔다. 임신우를 들여 정성으로 길렀는데 나중에 보니 임신이 안 된, 그런 상황과 마주한 적도 있다.

“경험이 없고 지식이 부족했던 거예요. 임신우라도 사양관리 중에 사산이나 유산이 얼마든지 일어날 수 있다는 사실을 알았다면 대처했을 것인데, 그것을 모르고 때만 기다린 거죠.”

김 대표와 김 대표 남편이 찾은 돌파구는 교육이었다. 교육이 있다면 어디든 찾아다녔고, 지금도 이 교육열은 이어지고 있다.

“같은 교육을 세 번씩은 들어요. 그래야 교육 내용이 전부 완벽하게 이해가 돼요.”

이렇게 교육은 둥이네농장이 안정을 찾아가게 만들었다.

전문가를 초청해 농가 컨설팅을 받는 것도 빼놓지 않는데, 한 두 번으로 끝내지 않고 꾸준히 반복하고 있다.

“현재 우리 농장이 무엇을 잘하고 있고 또 개선해야 하는 부분이 무엇인지, 우리 부부 눈에는 잘 안 보일 수 있어요. 또 지난 해와 올해는 농장 사정도 다르고요.”

사양관리 과정에서 문제가 생기면 김 대표는 가장 먼저 전문가에게 자문을 구한다.

“한우 사양관리는 하면 할수록 어려운 것 같아요. 이렇게 하면 될 것 같은데 아날 때가 더 많아요. 그럴 때는 박사님들에게 물어봐요. 그러면 답변해주시고 알아봐주세요. 해결이 되죠.”

매일 6시간의 정성

둥이네농장의 철칙 중 하나는 하루 6시간 근무이다. 오전에 3시간, 오후에 3시간. 아침·저녁밥을 챙겨주고 나머지 시간에



는 송아지의 엉덩이를 관찰한다.

“송아지에 문제가 생겼을 때 첫날 발견하면 하루 만에 문제가 해결되지만, 이틀째 발견하면 삼일, 삼일째 발견하면 일주일도 걸려요.”

그런데 이런 김 대표의 모습을 보고 혹자는 “농장에 미쳐있는 것 같다”는 평가를 내리기도 했단다.

“그런데 우리 부부는 농장에서 일하는 게 너무 재미있어요. 이것이 천직이라고 느껴죠. 송아지가 태어나는 것도, 성장하는 과정도, 또 남들이 와서 우리 한우를 보고 ‘우와~’해주면 또 ‘우와~’하고 제가 희열을 느끼죠.”

물론 힘들 때도 있고 스트레스가 될 때도 있다. 그래도 한우를 보면 금세 사라지고, 헤은이의 ‘열정’을 한번 부르고 나면 스트레스가 썩~ 사라진단다.

위기는 대비하는 것

이렇게 둥이네농장은 약 35두로 시작해 지금 약 330두까지 규모를 늘렸다. 2017년에는 새로운 축사도 맞이했다.

“사실 2017년도에 한우를 새 축사에 들이고 좀 힘들었어요. 예상치 못한 난관에 부딪혔었죠. 그 과정에서 깨달은 것은 위기에 대처할 방법을 항상 가지고 있어야 한다는 것이죠. 앞으로 그래서 속도를 조절하면서 대비하려고요.”

이렇게 10년을 걸어온 둥이네농장은 또 다른 시간을 대비하고 있고, 이는 둥이네농장이 긴 시간 생명력을 이어가는 발판이 될 것이다.

“바람은 멋진 한우인이란 말을 듣는 거예요. 멋지다는 것은 재미있게 일한다는 의미입니다. 재미있게 일하는 한우인으로 기억되고 싶어요.” 🍀

솔로몬스터 이원두 대표

“마케팅 핵심은 소비자 공감 끌어내는 것”

지금 이렇게 우리 한우산업이 굳건히 서 있는 가장 큰 이유는 한우농가에서 진심으로 우수한 품질의 한우를 길러냈기 때문이고, 한우산업과 관련한 분야에서 일하는 모든 사람이 진심으로 자신의 역할을 해냈기 때문이다. 지금 한우자조금은 새로운 시대 새로운 세대에게 한우의 진심을 알리며 ‘공감’을 이끌어내기 위해 고심 중이다. 여기에 한우자조금 전문가 자문단으로 활약 중인 홍보컨설턴트 솔로몬스터 이원두 대표가 큰 역할을 하고 있다.

‘홍보컨설턴트’란 수식어가 따라다니는 솔로몬스터 이원두 대표는 삼성, 글로벌 광고 회사에서 잔뼈가 굵은 홍보마케팅 전문가이다. 지난해 8월부터 한우자조금 전문가 자문단으로 활약하고 있지만, 사실 한우자조금과의 인연은 그전부터 이어지고 있다. 약 4년 전부터 한우자조금에서 운영 중인 다양한 사업에 자문을 해 오고 있었던 것. 한우와의 인연은 이보다도 더 깊다.

“제 고향이 경남 의령입니다. 성장기 때 한우농가 분들, 한우산업 종사자분들의 크고 작은 도움을 많이 받았어요. 처음 한우자조금에서 일을 제안했을 때, 그분들에게 보답하는 기회란 생각에 참 기뻐했습니다. 한우농가, 한우산업 더 나아가 소비자들에게 기여하기 위해 진심을 다하겠습니다.”

소비자 ‘공감 포인트’ 찾아내야

지난해 한우자조금 자문가 자문단 위촉식 때 이 대표가 꺼낸 두 글자가 있었는데, 바로 ‘공감’이다. 마케팅의 핵심은 소비자의 공감을 이끌어내는 것이고, 모두의 공감을 끌어내기 위해 열심히 책무를 담당하겠다는 포부를 밝힌 것.

“공감을 얻었다는 것은 진심이 통했다는 것이죠. 그러니까 한우에 대한, 한우산업에 대한 공감을 이끌어내려면 한우농가를 비롯한 한우와 한우산업을 둘러싼 모두의 진심이 소비자들에



게 전달돼야 합니다. 물론 그 진심을 전하기가 쉽지는 않아요. 하지만 모든 사람이 각자의 자리에서 진심을 다한다면 공감을 이끌어 낼 수 있다고 봅니다.”

여기서 이 대표가 의미하는 공감 즉 ‘마케팅 측면에서의 공감’은 ‘소비자가 무엇인가를 살 때에 또는 먹을 때 부담을 주는 여러 장애요인을 다른 가치로 희석하고 없애는 것’이다. 이 대표는 이를 위해선 소비자의 의견을 경청하면서 ‘공감 포인트’를 찾아내는 일이 무엇보다 중요하다고 강조했다.

이를테면 한우 가격이 소비자들에게 장애요인이 될 수 있고, 그러니 한우 가격에 대한 부담을 희석할 또는 없애줄 메시지를 개발하는 것이 필요할 수 있다.

“얼마 전 못난이감자를 후가공해 선보인 한 기업이 화제가 됐어요. 그동안 못난이감자는 상품성이 없어 시장에서 취급하지

자조금은 진작부터 그 변화를 감지하고 준비해왔다는 것이죠. 유튜브, SNS 등을 활용한 디지털·모바일마케팅의 중요성을 알고 다양한 콘텐츠를 축적해 왔고, 그러면서 경험과 실력이 쌓였죠. 또 젊은 세대와의 소통을 위해서도 노력해 왔고요. 이 부분이 좀더 강화가 된다면, 앞으로 우리 한우가 소비자들에게 ‘인생 파트너’로서 더욱 친근하게 다가갈 수 있을 거예요.”

진심을 다해온 저력을 믿기에

2019년 연말, 이 대표는 2020년 한우 홍보와 소비촉진의 최전방에서 역량을 발휘할 한우자조금 사업 파트너 선정을 위한 심사 여념이 없었다. 이 대표는 역량과 경험을 겸비한 사업파트

공감을 얻었다는 것은 진심이 통했다는 것이죠. 그러니까 한우에 대한 한우산업에 대한 공감을 이끌어내려면 한우농가를 비롯한 한우와 한우산업을 둘러싼 모두의 진심이 소비자들에게 전달돼야 합니다.



않았던 것입니다. 한우도 등심, 안심, 채끝이 인기인데, 가격이 좀 더 저렴한 부위를 활용한 가공식품이나 메시지를 개발한다면 소비자들의 가격 저항을 희석할 수 있다고 봅니다.”

시장 변화에 걸맞은 방식으로

소비자들의 공감을 끌어내려면 시대의 변화, 세대의 변화에도 민감해야 한다. 밀레니얼세대, Z세대가 새로운 소비층으로 부상하고 있고, 이는 한우자조금이 홍보마케팅 방식에 변화를 도모하는 이유이다.

“판매가 되고 마케팅이 되려면 시대의 변화, 미디어의 변화, 소비자의 변화에 민감하게 대응해야 합니다. 고무적인 것은 한우

너들에 대한 기대를 나타냈다.

2020년 한우산업이 쉽지 않은 한 해가 될 것이라는 전망이다. 하지만 2020년 한우산업이 만들어낼 저력을 기대하는 이 대표의 얼굴에는 희망이 가득했다.

“사실 그동안 한우산업에도 수많은 위기가 있었죠. 그럼에도 지금까지 한우산업이 잘 버틸 수 있었던 것은 무엇보다 우리 한우농가 여러분들이 진심으로 우수한 품질의 한우를 생산해 주셨고, 여기에 한우산업을 지켜내기 위한 다양한 곳에서의 노력과 진심이 있었기 때문입니다. 그 진심을 소비자들에게 전하고 공감을 이끌어내는 일에 도움이 되도록 정진하겠습니다.” 🍀

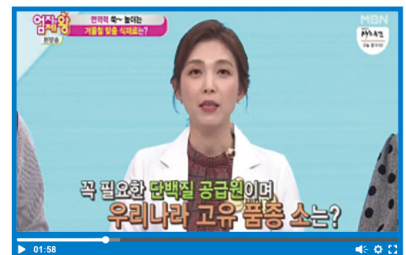
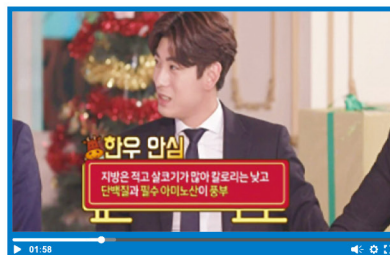


2019년 12월 방송에서 만난 한우는 절정에 달한 건강한 매력과 맛있는 매력을 뽐내며 연말 한우 소비촉진을 도모했다. TV 프로그램의 특성에 맞춰 기획한 콘텐츠는 한우의 영양학적 우수성을 시청자들에게 제대로 알리는 데 이바지했다. '홈파티 트렌드'를 겨냥해 진행한 PPL은 '연말 홈파티 맛있어진다, 우리 한우'란 이미지를 시청자들에게 각인시키기에 손색이 없었다. 요즘 이슈가 되고 있는 드라마에 출연 중인 한우 홍보대사 배우 남궁민 씨와 진행한 PPL도 반가웠다.

연말 건강해진다, 우리 한우!

SBS플러스 <다함께 차차차> 12월 10일 · 12월 17일 방송
MBC스포츠플러스 <컴투스B하인드> 12월 24일 방송

기력회복엔 역시 한우 출연진들이 '뭇살' 경기를 펼치는 스포츠 예능 SBS플러스 '다함께 차차차'를 활용한 PPL에서는 한우가 기력 회복에 좋다는 점을 부각했다. 경기 후 기력 보강을 위해 펼쳐진 한우 바비큐 파티 장면과 한우를 먹으며 기운을 회복하는 출연진들의 모습, '국가 대표들의 단백질 보충식 한우' 등의 멘트와 자막은 보양식으로서 한우의 우수성을 보여주기에 충분했다. KBO 선수들이 출연해 야구장 안팎의 일화와 야구팬들이 궁금해하는 뒷이야기 등을 주제로 진행된 토크쇼 MBC스포츠플러스 '컴투스B하인드'에도 한 시즌 고생한 야구 선수들을 위한 기력 보충식으로 한우가 등장했다. 한우 부위 소개와 영양성분, 효능을 알려주는 장면은 '한우가 기력회복에 좋은 이유'를 시청자들에게 정확하게 전달하는 데 기여했다.



MBN <엄지의 제왕>
12월 24일 방송

면역력 높이는 데는 역시 한우! 방송에서는 면역력을 키우는 데 도움이 되는 '한우 밥상'에 대한 탐구가 이뤄졌다. 한우자조금 전문가 자문단인 박미경 한의사가 한우의 우수성을 신뢰성 있게 전달했다. 한우와 좋은 식궁합을 자랑하는 우엉, 더덕을 활용한 한우 요리법 소개는 한우의 우수성을 시청자들에게 자연스럽게 알리는 결정적 한 방이었다.

한우 제대로 알면 한우 더 맛있어진다

KBS 1TV <무엇이든 물어보세요>
12월 19일 방송

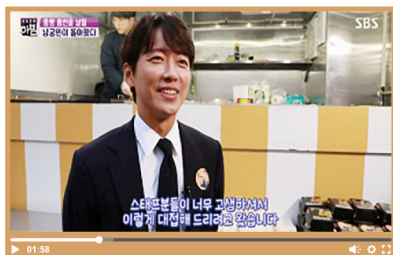
'한우 궁금증'을 풀어주기 위해 진행한 이날 PPL은 시청자들에게 한우의 건강하고 맛있는 매력을 가감 없이 전달하며 한우 홍보에 일조했다. 방송에서는 부위별 명칭과 좋은 소고기 선택법을 비롯해 한우의 영양학적 우수성, 한우로 맛있게 요리하는 방법, 한우 요리법 등 한우에 대한 거의 모든 탐구가 이뤄졌는데, 이는 시청자들에게 한우의 매력을 확실하게 심어줬다.



고마운 이들을 위한 음식, 우리 한우!

SBS <본격연예한밤>
12월 17일 방송

한우 홍보대사 남궁민 씨가 드라마 스태프를 위해 한우 스테이크, 한우 버거로 차려 준 비한 '한우 밥차'가 전파를 탔다. 추운 날씨에 드라마 촬영에 여념이 없는 스태프에게 직접 찾아가 한우 요리로 고마운 마음을 전하는 남궁민 씨의 착한 행동은 시청자들에게 한우가 고마운 마음을 전하는 따뜻한 요리란 이미지를 심어줬다.



좋은 사람과 건강한 한우를!

SBS <요리조리 맛있는 수업> 12월 9일 방송
KBS2 <생방송 아침이 좋다> 12월 11일 방송
MBC에브리원 <비디오스타> 12월 17일 · 12월 24일 방송
SBS <모닝와이드> 12월 23일 방송

홈파티에도 역시 한우! 요즘 송년 모임 트렌드는 바로 홈파티. 12월 초부터 홈파티족을 겨냥한 PPL에서 펼쳐진 한우 요리의 향연은 한우의 맛있는 매력과 파티 음식으로서의 매력을 전파하며 연말 한우 소비를 촉진했다. 방송에서는 홈파티하면 가장 먼저 떠오르는 음식인 스테이크도 한우고기로 만들면 더 특별하다는 점을 담았는데, 한우 등심·안심·채끝·부채살 등의 부위별 특징과 영양을 소개하는 장면은 홈파티족들의 관심을 끌기에 충분했다. 한우 스테이크와 레드와인처럼, 한우고기와 찰떡궁합을 이루는 마, 아스파라거스, 과일 등의 음식재료를 활용한 한우 홈파티 요리는 홈파티족뿐 아니라 건강에 관심이 높은 시청자들의 관심으로도 이어졌다. 카르파치오, 오소부코파스타 등 서양 요리법을 활용한 이색 한우 홈파티 요리는 한우 요리의 스펙트럼을 넓히고, 또 어떠한 조리법에도 잘 어울리는 한우의 팔색조 매력을 알렸다는 점에서 의미가 컸다.



MBC <생방송 오늘저녁> 12월 10일 방송

연말 모임엔 역시 한우! 겨울 보양 음식의 끝판왕으로 한우 곰탕과 설렁탕이 등장했다. 한우 암소 뼈를 고아 만든 곰탕·설렁탕으로 차린 건강한 한 상은 쌀쌀해진 날씨에 시청자들의 눈맛과 입맛을 사로잡기 충분했다. 정육식당에서 가격 부담을 덜고 살치살, 안창살, 꽃등심 등을 맛있게 먹을 수 있다는 정보는 '회식 메뉴로 한우가 부담스럽다'라는 선입견을 깨고 '한우=회식'이란 공식을 강화하는 데 일조했다.

CBS의 음악 FM인 '이수영의 12시에 만나다(12월 12일), 김현주의 행복한 동행(12월 12일), 배미향의 저녁스케치(12월 13일)'에는 청취자 선물로 한우 선물세트를 협찬했는데, "모임하면 역시 고기"라는 멘트는 '(연말) 회식=한우'이란 인식을 청취자들에게도 심어줬다.





1

스키장에서

'미리 메리 크리스마스 대축제' 개최

스키장에서 만난 한우 "신선해요"



한우자조금이 지난 12월 20일부터 12월 22일까지 강원도 홍천에 있는 소노호 텔앤리조트(대명 비발디 파크)에서 진행한 '우리 한우가 드리는 미리 메리 크리스마스 대축제'가 스키어와 스노보드인들의 뜨거운 사랑 속에 성료했다. 3일 동안 약 4,800명이 행사에 참여했다. 한우자조금 민경천 위원장은 "겨울철 스키 시즌을 맞아 스키장을 찾는 가족 단위 관람객들과 20~30대 젊은 층을 대상으로 우리 한우의 우수한 맛과 가치를 알리고자 이벤트를 마련했다"며 "앞으로도 우리 한우의 우수성을 알리고, 소비자 접점을 강화하기 위해 더욱더 힘쓰겠다"라고 말했다.

"스키장에 오면 반드시 '한우' 먹어요"

"여기는 2019년 한우자조금 행사장입니다. 잠시 후 한우 불고기 시식행사가 진행될 예정이니 많은 관심 바랍니다."

한우자조금 행사 시작을 알리는 멘트가 나가자마자 한우자조금 행사 부스를 찾는 발걸음이 분주해졌다. 한우자조금 행사 부스가 들어선 곳은 스키장 메인 입구와 숙소 바로 앞으로, 오가는 사람들이 가장 많은 곳이었다. 부스로 향하는 발걸음이 내내 이어진 것은 당연했다.

"한우 한우" 하며 한우 행사 부스를 호기심 어린 눈으로 보는 사람이 적지 않았으며, 전화로 지인에게 한우 행사 소식을 알리며 걸음을 재촉하는 이도 있었다. 행사장 사진을 찍어 SNS에 올리는 장면도 목격됐다.

스키장을 찾는 사람들은 한우 실제 구매층으로 분류되는데, 실제로 행사장에서는

'평소 한우를 즐긴다 또는 한우만 먹는다'는 소비자를 적지 않게 만날 수 있었다. 한 주부는 "스키장에 오면 한우를 먹는데, 어제(홍천)한우를 먹었다"고 털어놓은 뒤 "아이들에게는 반드시 한우만 먹인다"고 말했다. 한 남자 스키어는 "스키장에서 만난 한우 신선하다"며 "역시 한우"라며 한우를 치켜세웠다. "수입은..."이라며 고개를 절레절레 흔드는 이도 있었다.

겨울에는 중국, 동남아 등에서 우리나라 스키장을 찾아오는 관광객들도 적지 않았는데, 그런 의미에서 스키장에서의 한우 이벤트는 외국인들에게 우리 민족의 자존심인 한우의 매력을 전파하는 데도 큰 도움이 됐다. 이날 행사장에도 외국인 스키어들이 적지 않았다.



“한우고기 맛 어마무시합니다”

한우 푸드트럭에서 한우 불고기·채끝이 익어가는 달근하고 고소한 향이 퍼지면 그 앞에 금세 줄이 생겼고, 시식용 한우고기를 아이들에게 먹이는 부모들의 모습은 한우가 건강한 먹거리로 인식되고 있음을 확실하게 느끼게 만들었다. “맛이 정말 좋다”며 재차 줄을 서는 사람도 적지 않았다.

한우 불고기를 시식한 한 남자 관람객은 “맛이 정말 좋다”며 100점 만점에 98점을 매겼다. 다른 관람객은 “확실한 것은 한우고기를 먹으니 기분이 좋아졌다는 것”이라며 “고소하고 육향이 좋고, 정말 어마무시한 맛”이라며 활짝 웃어 보였다. 주부 관람객은 “역시 한우는 다르다”며 “육즙도 많고 부드럽고 고소하다”며 흡족함을 나타냈다. 한우 채끝을 시식한 어린이는 말이 필요 없다는 듯 엄지척을 해 보였다.

이날 스키어들의 마음을 사로잡은 것이 한우 불고기와 채끝만은 아니었다. 꽤 쌀쌀했던 날 따끈한 ‘한우 곰탕’의 인기는 남녀노소를 가리지 않았다. “집에서 한 것보다 더 맛있다”는 찬사와 함께 “우리 사위가 곰탕을 안 먹는데 오늘은 저렇게 먹고 있다”며 흡족함을 표현하는 이도 있었고, “한우 곰탕에는 몸에 좋은 성분도 많았는데 정말 원기가 회복되는 것 같다”며 만족감을 나타내는 사람도 만났다. 한우 곰탕을 음료수 마시듯 먹는 아이들의 모습도 진풍경을 자아냈다.



한우를 정확히 알린 시간

한우자조금은 한우 시식회는 물론 ‘우리 한우가 드리는 미리 메리 크리스마스 대축제’라는 이름에 걸맞은 다양한 이벤트도 진행해, 스키어들의 큰 호응을 이끌어냈다. 한우 관련 퀴즈에 대한 정답을 맞추면 한우 저금통, 한우 텀블러, 한우 육포, 물티슈 등 한우 굿즈를 경품으로 증정하는 룰렛이벤트도 성황리에 진행됐다. 온 가족이 참여해 경품을 골고루 챙긴 한 가족은 한우 굿즈를 들고 기념사진을 찍기도 했다. 경품으로 받은 한우 육포를 맛본 참가자는 “지금까지 먹어본 어떤 육포보다도 맛있다”며 만족감을 나타냈다. 한우 저금통은 아이들의 인기를 독차지했다.

특히 룰렛이벤트는 우리 한우와 한우산업에 대해 알리는 시간이 됐다는 점에서

한우자조금에게도 매우 뜻깊은 시간이었다. “아~한우 홍보대사가 남궁민 씨야.” 엄마 도움으로 ‘한우유명한곳’을 맞춘 한 꼬마 고객은 “한우유명한곳 잊지 말라”는 당부에 그러겠다는 약속을 해보였다.

추첨으로 한우채끝 10만 원 상당, 한우불고기 5만 원 상당, 한우버거세트 모바일쿠폰(1인 2매)를 증정하는 응모권 이벤트에도 꾸준한 응모가 이어졌다. 당첨자는 12월 24일 한우유명한곳에서 발표, 한우유명한곳 활성화를 도모했다.



한우와 함께한 훈훈한 추억

부스 한쪽은 한우 조형물과 함께 크리스마스트리 등을 배치해 포토존으로 활용했는데, 포토존에는 내내 사람들의 발걸음이 이어졌다. 아이들은 물론 어른들도 사진을 찍으며 행복한 추억을 남겼다. 먼 훗날, 이 사진이 한우와 함께했던 날을 떠오르게 할 것이다.

이렇게 한우자조금이 겨울철 레포츠의 메카인 스키장에서 한우의 우수성을 알리기 위해 실시한 다채로운 행사는, 스키장을 찾은 남녀노소에게 ‘한우’의 맛과 가치를 확실하게 각인시켰다.

행사 기간 내내 한우 불고기와 채끝을 맛있게 시식하는 학생들, 한우 곰탕으로 언 몸을 녹이는 어르신, 경품 행사에 응모하는 연인, 한우와 즐거운 한때를 보내는 아이들, 룰렛이벤트에 참가하려고 긴 줄을 선 사람들, 크리스마스 장식으로 꾸며진 포토존에서 사진을 찍는 가족들의 모습은 한우자조금 행사장을 훈훈하게 만들었다. 이 훈훈한 광경은 한우와 한우산업의 긍정적인 이미지를 제고하는 데 이바지했다. 🍀



2

밥퍼나눔운동본부에 한우 불고기 기부

어르신들을 위한 배식 봉사로 한우산업의 훈훈한 정 나뉜



한우자조금이 한우불고기 285kg 기부와 어르신들을 위한 배식 봉사활동을 진행, 연말 우리 이웃들에게 한우산업의 따뜻한 정을 전했다.

한우자조금은 지난 12월 17일 서울 동대문구 청량리 다일공동체 밥퍼나눔운동본부에서 스포츠 캐주얼 브랜드 올포유와 한우 불고기 285kg 기부 행사와 배식 봉사활동을 펼쳤다. 이날 현장에는 한우자조금

민경천 위원장을 비롯해 한성에프아이 김영철 회장, 올포유 전 속모델 배우 이상우·김소연 부부가 참석해, 훈훈한 연말 나눔의 의미를 더했다. 밥퍼나눔운동은 봉사단체 다일공동체가 1988년부터 무의탁 노인 등을 위해 진행하고 있는 무료급식사업이다.

이번에 기부한 한우 불고기는 지난해 9월 'KLPGA 올포유·레노마 챔피언십 2019' 대회 기간 중 출전 선수가 기록하는 버디 한 개에 한우 불고기 300g을 적립·후원하는 '사랑의 기부' 행사를 통해 마련됐다. 당시 950개의 버디가 적립됐다.

민경천 위원장 등은 한우 불고기 기부 행사 후 배식 봉사에도 참여해, 약 500명의 어르신에게 따뜻한 한 끼를 대접했다. 밥퍼나눔운동본부의 한 자원봉사



자는 “여기 오시는 어르신들 약 50%가 하루에 한 끼만 드시고 계시며, 그래서 단백질 등과 같은 영양분이 절대적으로 부족한 상황”이라고 설명한 뒤 “한우농가에서 정성을 모아주셔서 오늘 이렇게 어르신들에게 양질의 식사를 대접할 수 있게 돼 정말 기쁘고 또 감사하다”라고 말했다.

식사를 마친 한 어르신은 “오늘 밥도 정말 맛있다”며 “집에서도 이렇게는 안 먹는다”며 만족감을 표현했다. 또 다른 어르신은 “(한우)불고기가 맛있었다”며 “고맙게 생각하며 정말 맛있게 먹었다”며 미소를 지어 보였다.

이렇게 한우자조금은 2019년 연말에도 훈훈한 사랑을 전하는 일로 한 해를 마무리했다. 우리 10만 한우농가의 땀이 담긴 한우가 우리 이웃들에게 쉼터와 희망으로 자리잡기를 기원하며 말이다.

한우자조금 민경천 위원장은 “우리 한우농가들의 소중한 노력의 산물인 한우고기로 사회공헌활동을 펼칠 수 있어서 정말 기뻐다”라며 “앞으로도 한우자조금은 다양한 사회공헌활동으로 한우농가와 한우산업의 따뜻한 가치를 전하는 일에 앞장설 것”이라고 밝혔다. 🍲





'제2차 한우 이모티콘 무료 제공' 이벤트 진행

한우 이모티콘의 귀환 ... 카카오프러스친구 5만 명 돌파

한우자조금이 지난 12월 24일 한우 캐릭터를 활용한 '한우 이모티콘'을 재출시하고, 한우 이모티콘 무료 제공 이벤트를 진행했다.

한우 이모티콘은 지난 8월 첫 출시했는데, 당시 서비스 제공 2시간 만에 마감될 정도로 큰 호응을 얻은 바 있다. 한우자조금 관계자는 "지난 1차 출시 후 재출시 요구가 끊임없이 이어졌다"면서 "이에 이모티콘 구성 변동 없이 16가지 버전 그대로 재출시를 결정했다"고 설명했다. 이번에도 카카오톡 검색창에 '한우자조금'을 검색한 후 한우자조금을 카카오톡 플러스친구로 추가하면 한우 이모티콘 16종을 제공하는 방식으로 진행됐으며, 총 5만 8,000명에게 자동으로 지급했다. 이번 이벤트는 시작 1시간만에 마감됐다. 이벤트 후 카카오프러스친구가 약 6만 명으로 늘었는데, 이를 통해 한우 온라인 기획전, 한우 요리법 등의 정보를 공유할 방침이다.

한우자조금 민경천 위원장은 "한우 이모티콘 출시는 우리 한우가



소비자들 특히 젊은 소비자들에게 친근하게 다가가는 계기가 됐다"면서 "한우자조금은 2020년에도 한우 이모티콘처럼 우리 한우가 소비자들에게 더욱 친근하게 다가가도록 트렌디한 마케팅 전략을 전개할 것"이라고 밝혔다. 🍀

4

한우자조금-베이비뉴스 MOU 체결

출산장려 캠페인 공동 진행... 한우의 우수성 부각에도 도움



한우자조금이 대한민국 저출산 극복을 위한 출산장려 캠페인 전개에 본격적으로 나섰다.

한우자조금은 지난 12월 19일 서울 서초구 한우자조금관리위원회 사무국에서 임신·출산·육아·교육 분야 전문 언론사 '베이비뉴스'와 MOU를 체결하고, 저출산 극복을 위한 출산장려 캠페인을 함께 진행하기로 협약했다. 이 자리에서 양 기관은 출산장려를 위한 다양한 캠페인과 온·오프라인 행사를 함께 전개하며 우리 사회가 출산·육아 문제에 관심을 두도록 인식 개선에 나서는 한편 우리 한우의 우수성과 가치를 알리는 데 상호협력하기로 약속했다.

한우자조금 민경천 위원장은 "우리 한우는 산모에게 꿀여주는 미역국이나 아이 이유식에 많이 활용되고 있고, 아이에게만큼은 반드시 한우를 먹인다는 부모가 적지 않다"면서 "이번 협약으로 우리 한우가 출산과 육아에 도움이 되는 양질의 식품이라는 긍정적인 인식이 더욱 확산할 것"이라고 기대했다.

베이비뉴스 최규삼 대표는 "아이 낳아 기르기 좋은 세상을 만들어가는 창간 정신과 뜻이 맞아 한우자조금관리위원회와 의미있는 협약을 맺게 됐다"면서 "앞으로 한우자조금과 협력해 출산장려를 위한 다양한 캠페인을 전개해 나가겠다"고 밝혔다. 🍀





5

프로농구팀 '인천 전자랜드 엘리펀츠'와 스폰서 협약 한우 90만 농구팬과 소통 2020년 스포츠마케팅 강화로 한우 이미지 높인다

한우자조금이 야구, 골프에 이어 겨울 실내스포츠 최강자로 꼽히는 프로 농구팀과 스폰서 계약을 맺으며 스포츠마케팅 강화에 나섰다.

한국프로농구는 '2017~2018년 프로농구 정규리그' 84만 8,507명, '2018~2019년 프로농구 정규리그' 87만 3,782 등 총 관중 수가 매년 증가하고 있다. 52시간 근무제 시행 등에 따라 앞으로 농구 관중 수는 늘어날 전망으로 가까운 시일 내에 100만 관중을 돌파할 것으로 보인다. 특히 농구는 40대 이하의 젊은 팬들이 많은 만큼, 한우가 젊은 층에 친근하게 다가가는 데 도움이 될 전망이다.

농구장에서 만난 한우 불고기

'가족들과 나누고 싶은 맛'

한우자조금은 지난 12월 7일 인천 부평구에 위치한 인천삼산월드체육관에서 인천 전자랜드 엘리펀츠(이하 전자랜드)와 스폰서 협약을 맺고 한우 스폰서 데이를 진행했다. 전자랜드는 2018~2019년 프로농구 정규시즌 2위를 차지했고,

2019~2020년 프로농구 정규리그가 진행되는 12월 30일 현재 4위를 기록 중이다.

전자랜드는 한우자조금과 함께 한우 캐릭터를 개발해 경기장 내외에서 팬들과의 스킨십을 강화하는 활동을 펼치는 것은 물론 유튜브 등 구단 채널을 이용한 다양한 영상 콘텐츠로도 한우 홍보에 이바지할 전망이다.

스폰서 협약을 맺은 후, 한우자조금은 한우가 농구팬들에게 친근하게 다가가기로 '한우 스폰서 데이'도 진행했다. 이날은 전자랜드와 서울SK의 경기가 있었다.

제법 쌀쌀한 날씨에도, 한우자조금이 경기장 밖에서 진행한 경기 시작 전 이벤트는 많은 농구팬의 뜨거운 호응과 참여로 성황을 이뤘다. 이날 한우자조금이 농구팬들을 위해 준비한 2명이 1분 동안 슛 대결을 하는 '농구왕 이벤트'에 참여하는 이들의 얼굴에는 웃음이 끊이지 않았다. 한우 다트 이벤트도

높은 인기 속에 진행됐는데, 농구팬들에게 한우 부위와 그 특성을 알리는 데 기여했다. 경품으로는 한우 저금통, 한우 텀블러, 한우 육포, 한우 멀티슈 등이 제공됐다.

특히 한우 푸드트럭을 이용한 한우 불고기 시식회가 농구팬들의 높은 참여 속에 진행됐다. 달큰하고 고소한 냄새가 퍼지자 한우 푸드트럭 앞에는 금세 긴 줄이 생겼다. 시식 한우고기를 먹는 농구팬들의 얼굴엔 만족감이 가득했는데, 혼자 시식하다가 너무 맛있다며 남편에게, 아내에게, 엄마에게, 친구에게, 자녀에게 권하는 훈훈한 모습도 목격할 수 있었다.



한우와 함께하면 농구 직관의 즐거움도 UP

경기 시작 전, 한우자조금 민경천 위원장이 시투로 나섰다. 한우자조금에 대한 안내와 함께 시투자로 경기장에 나선 민경천 위원장은 “한우자조금이 전자랜드와 스폰서 협약을 맺고 또 이렇게 뜻깊은 이벤트를 진행하게 돼 기쁘다”라는 소감을 밝힌 후 “경기장을 찾은 관람객 모두가 승패와 관계없이 경기를 즐기길 바라며, 아울러 경기 중간중간 진행되는 우리 한우 이벤트에도 적극 참여해주시길 바란다”라고 당부했다.

하프타임에는 사전 신청자를 대상으로 공을 던지는 위치에 따라 골이 들어가면 경품을 지급하는 사랑의 슛 이벤트를 진행, 농구팬들에게 큰 호응을 받았다. 작전타임에는 한우 인형 탈을 머리에 쓰고 릴레이 드릴을 대결을 하는 이벤트가 진행됐는데 이는 관중들에게 큰 웃음을 선사했다. 이 외에도 가장 열정적으로 응원한 팬에게 선물을 주는 열광 타임 이벤트와 응모권 추첨 등의 이벤트는 농구장을 찾은 농구팬들에게 스포츠의 즐거움에 한우의 정겨움까지 더하는 계기가 됐다. 경기 중간중간 등장한 한우 마스코트는 농구장의 분위기 메이커 역할을 톡톡히 해내며, 한우가 농구팬들에게 친근하게 다가가는 데 일조했다.

전자랜드 우승 기원 한우 회식

한우 먹고 우승까지 덩크슛

12월 18일에는 한우자조금이 전자랜드 구단 관계자와 선수들을 위한 한우 회식 자리를 마련, 한우와 한우산업에 대한 지속적인 응원과 관심을 당부했다. 인천 문학구장에 위치한 영주 셀프한우점에서 진행한 한우 회식에는 한우자조금 민경천 위원장을 비롯해 한우자조금대위원회 송무찬 의장, 한우자조금관리위원회 관리위원이며 전국한우협회 경북도지회장인 김삼주 회장 등의 한우자조금 관계자와 전자랜드 유도훈 감독과 선수들이 참석했다.

한우자조금 민경천 위원장은 “전자랜드 선수들이 든든한 우리 한우와 함께 우승까지 달려가기를 응원하겠다”면서 “우리 한우가 농구팬들에게 친근하게 다가가고 사랑받을 수 있도록 함께 힘써 달라”고 당부했다. 송무찬 의장과 김삼주 회장이 “전자랜드의 팬으로 열심히 응원하고 지원하겠다”면서 “앞으로 우리 한우도 많이 사랑해 달라”라고 말했다.

전자랜드 유도훈 감독은 “우리가 한우 홍보에 도움이 될 수 있으면 좋겠다”면서 “열심히 노력해서 연승을 이어가겠다”는 소감을 밝혔다.

이날 회식에서 한우와 즐거운 시간을 보낸 선수들은 개인 SNS에



한우를 해시태그해 올리는 등 한우를 알리는 데도 도움이 됐다. 전자랜드 김지완 선수는 “고기는 단백질 덩어리라 운동선수들이 스테미너 음식으로 많이 먹는다”면서 “그런데 오늘 먹은 한우 특히 한우 살치살은 육즙이 가득하고 식감도 남다르다”면서 한우 맛에 만족감을 나타냈다. 이어서 “이렇게 맛있는 한우를 먹을 수 있는 자리를 마련해 주신 한우농가 여러분들에게 감사의 인사를 전한다”면서 “힘내서 시즌 우승까지 갈 수 있도록 하겠다”고 다짐했다.

2020년 스포츠마케팅 활짝 피울 것

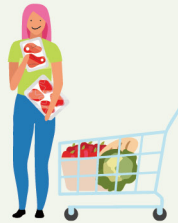
한우자조금은 그동안 야구, 골프 등을 활용한 스포츠마케팅을 전개해 왔다. 이는 스포츠팬들에게 한우의 밝고 활기찬 이미지를 자연스럽게 전달하고 한우산업이 건강하고 이로운 산업으로 비치는 데 이바지해 왔다. 아울러 안티축산 등 축산업에 대한 부정적인 이미지를 개선하는 데도 도움이 되고 있다. 한우자조금은 2020년 스포츠마케팅을 보다 강화한다는 방침이다. 다양한 인기 스포츠와 연계해 20~40대 젊은 층에 우리 한우의 친근한 이미지를 알리겠다는 계획이다. 한우자조금 관계자는 “한우의 실질 소비자가 주로 즐기는 인기 스포츠와의 연계 마케팅은 한우의 충성고객 확보 차원에서도 중요하다”라고 설명했다. 🍀



6

송년맞이 한우 할인판매 전개

연말 ‘전국 한우 할인 판매’ 한우 소비촉진에 기여



한우자조금이 롯데슈퍼, 롯데마트 등 대형 유통업체와 공동으로 송년맞이 전국 한우 할인 판매를 진행, 연말 한우 소비촉진을 도모했다.

한우자조금은 전국한우협회, 롯데 슈퍼 등 롯데 유통업체와 손잡고 12월 11일부터 12월 17일까지 1등급 이상 한우 국거리와 한우 불고기를 50% 할인해 파는 대대적인 프로모션을 전개했다. 12월 11일부터 12월 15일까지는 1등급 한우 등심을 25% 할인한 가격에 판매했다.

이번에 진행한 프로모션은 고객들의 마음을 단번에 사로잡았는데, 롯데슈퍼 관계자에 따르면 이번 행사에서 한우 약 3,000두에 달하는 물량이 소진했다.

롯데슈퍼 프리미엄 잠실점 임현수 축산담당자는 “한우고기를 진열해 놓기에 무섭게 팔려나가고 있다”며 “평소보다 매출이 3배 정도 올랐다”고 전했다. 그러면서 임현수 축산담당자는 “수입산 소고기보다 오히려 낮은 가격으로 판매되고 품질도 좋아 고객들의 만족도도 높다”라고 밝혔다.

행사장에서 만난 30대 젊은 부부는



“평소 한우 많이 좋아하지만, 가격에 대한 부담은 컸다”라면서 “그런데 오늘 가격이 너무 좋다”라며 한우 등심을 집어 들었다. 서점에 왔다가 한우 할인 판매 표지판을 보고 가격이 너무 좋아 슈퍼에 들렀다고 밝힌 한 주부는 “아이가 한우를 넣어 끓인 떡국을 너무 좋아한다”면서 “국을 끓여보면 ‘역시 한우’라는 생각이 든다”며 한우를 치켜세웠다. 그러면서 “앞으로 이런 행사를 더 많이 진행했으면 좋겠다”는 바람과 함께 “앞으로도 한우 애용할 것”이란 뜻을 전했다.

한우 코너 옆 매장의 직원은 “평소보다 고객이 매우 많이 늘었다”며 부러운 눈길을 보내기도 했다. 다른 축산물코너 관계자는 “한우가 세일하는 바람에 매출이 줄었다”며 볼멘소리를 내놓기도 했다.

이번 할인판매전에서는 한우와 함께 먹으면 좋은 채소를 한우와 함께 진열했는데, 가격 폭락 등으로 어려움을 겪은 채소 농가와 상생을 도모했다는 점에서 의미 있는 기획이었다는 평가다. 한우자조금은 앞으로도 다양한 분야와 상생을 도모한다는 방침이다.

한우자조금 관계자는 “한우 소비가 줄어드는 연말에 할인 행사로 한우의 소비촉진을 도모하고 우리 한우농가를 응원하자는 의미로 이번 행사를

마련했다”며 “우리 한우가 소비자들에게 연중 내내 친근하게 다가가는 방법을 찾기 위해 고심하겠다”라고 밝혔다. 🍎



7



연말 기획전 · 이벤트 전개

2019년 12월도 맛있었다, 우리 한우!

한우자조금이 12월 크리스마스, 송년회 등으로 모임이 많아지는 점에 착안한 연말 기획전과 이벤트를 운영하며, 2019년 한우 소비촉진 활동의 대미를 장식했다.

한우자조금은 12월 5일부터 12월 31일까지 한우유명한곳에서 '한우와 함께하는 연말 홈파티' 기획전을 전개했다. 이번 기획전에서는 1등급 이상의 스테이크용 한우 등심과 채끝을 최고 42% 할인한 가격에 선보였는데, 가족, 지인, 연인 등과 집에서 특별한 연말을 보내려는 고객들의 니즈를 고려한 결정이었다. 1등급 이상의 한우 불고기와 한우 국거리도 함께 판매했다. 기획전에는 △한우지에 △산들에한우 △녹색한우 △지리산순한한우 △민속친한우가 참여해 1등급 이상의 한우를 최고 40% 할인한 가격에 선보였다.

한우자조금은 2019년 4월부터 매달 소비자들의 관심사에 걸맞은 주제를 발굴해 기획전을 전개해왔는데, 매달 한우를 먹어야 하는 확실한 이유를 고객들에게 인식시킨 것은 물론 지역 한우와 지역 한우물을 알리며 소비촉진을 도모했다는 측면에서 긍정적인 평가를 받았다. 이는 한우의 스토리 발굴이란 점에서도 뜻깊었다. 아울러 '한우유명한곳' 인지도 향상에도 기여했다.

한우자조금은 12월 10일부터 12월 20일까지 한우 연말회식비 지원이벤트 '한우가 쓴다'를 전개했다. 한우자조금 관계자는 "2019년 맛있는 한우 드시며 한해를 더욱 행복하고 뜻깊게 보내시라는 마음을 담았다"라고 설명했다.

연말 회식비 지원 이벤트는 '우리한우판매점'에서 한우로 회식을 한 후 후기를 본인의 블로그나 SNS에 남긴 후 URL을 보내 준 응모자 중 추첨으로 15만 원 상당(1명), 10만 원 상당(1명), 5만 원 상당(1명)의 한우 선물세트를 경품으로 증정하는 방식으로 진행됐다.



이번 이벤트는 직장 동료, 가족, 친척 등과 함께는 회식 자리에서는 '역시 한우'란 인식을 심어준 동시에 우리한우판매점의 인지도 제고에 기여했다는 점에서 의미가 있었다. 고객들의 블로그와 SNS에 후기를 남기는 방식으로 진행한 점도 돋보였는데, 자연스럽게 참여자들의 블로그 친구, 팔로워들에게까지 한우와 우리한우판매점의 소비자 접촉 빈도를 높일 수 있었다. 🍷



8

‘한우산업 안정화를 위한 토론회 및
2019 한우지도자대회’ 개최

한우산업 안정화 위한 ‘송아지 생산 안정제·비육우 경영 안정제’ 촉구



한우산업 안정화 대책 마련이 시급하다는 공감대가 형성되는 자리가 마련됐다. 한우자조금과 전국한우협회는 지난 12월 16일 ‘한우산업 안정화를 위한 토론회 및 2019 한우지도자대회’를 개최했다. 이 자리에서는 한우산업을 민족산업으로 자리매김할 초석을 다지기 위해 전국에서 모인 약 300명의 한우지도자와 함께 한우산업의 안정화 방안을 모색하였다.

이날 개회사에서 전국한우협회 김홍길 회장은 “과거 한우 사육두수가 320만 두였을 때 가격이 폭락했는데, 지금 300만 두가 넘어서었다”면서 “한우 가격 폭락을 막으려면 우리 스스로 저능력 미경산우 비육을 통해 선제적으로 사육두수를 조절해야 한다”고 강조했다. 그러면서 김홍길 회장은 “한우산업 안정화를 위해 송아지 생산 안정제 개편과 비육우 경영 안정제가 도입돼야 하고 앞으로 이를 위해 최선을 다하겠다”고 말했다.

자유한국당 홍문표 의원은 격려사에서 “한민족과 함께 해 온 한우가 최근 질병, 악취, 환경 문제 등으로 많은 어려움을 겪고 있다”면서 “하지만 우리 한우농가들은 항상 자부심을 가지고, 한우 사육에 임해주기 바란다”고 당부했다.

본격적인 토론회에 앞서 진행한 한우지도자 결의대회에서는 △선제적 수급조절을 통한 한우 가격 안정화를 위해 저능력 미경산우 비육에 적극 참여 △가축 질병 근절을 위한 차단방역과 검축순환을 통한 환경보전에 앞장설 것 △한우협회 OEM사로 이용에 적극 동참 △비육우 경영 안정제 마련 △송아지 생산 안정제 개편 △사회지도자로서 책임을 가질 것 등을 결의했다.

이날 ‘한우농가 경영안정화 방안’이란 주제로 첫 번째 주제발표자로 나선 경상대 전상곤 교수는 “현실에 맞춰 송아지 생산 안정제의 개편이 필요하며, 농가의

경영안정성을 확보하려면 비육우 경영 안정제의 도입을 고려해야 한다”고 말했다.

이후 기타토론에서도 송아지 생산 안정제와 비육우 경영 안정제의 필요성에 의견이 모였다. 이에 강석진국회 의원실 서일교 보좌관은 “국회에서 비육우 경영 안정제를 강력히 주장하는 한편 한우산업 발전을 위한 법과 예산 수립을 위해 노력하겠다”고 말했다. 농림축산부 조재성 사무관은 “송아지 생산 안정제는 앞으로 한우산업 전반에 미칠 영향까지 면밀히 검토해야 하며, 비육우 경영 안정제는 국내 여건을 맞춰야 한다”고 설명했다. 그러면서 자율적 수급조절 방안에 대해 고민해야 한다고 말했다. 🌟



9

'2019 한우 유통바이어 대회' 성황 한우를 더 맛있게 더 멋지게 즐기는 방법



▲ 서동한우 유인신 대표가 건조숙성 한우고기를 즉석에서 손질해 시식을 진행하는 장면

한우 유통바이어들과의 소통과 친목의 장인 '2019 한우 유통바이어 대회'가 지난 12월 10일 한강 세빛섬에서 열렸다.

한우 유통바이어 대회는 2016년부터 열렸으며, 한우농가와 우리 한우를 판매하는 유통바이어간 소통의 자리를 마련해 화합과 상생을 도모하자는 취지에서 시작됐다. 올해로 4회째인데, 회를 거듭할수록 알찬 행사로 거듭나고 있다는 평가를 받고 있다.

인사말에서 한우자조금 민경천 위원장은 "12월부터 새로운 소고기 등급 기준

이 적용되면서 우리 한우농가 여러분들은 물론 소비자들도 혼란스러워하고 있다"며 "우리 유통인들이 소비자들을 이해시키는 데 역할을 해 달라"고 당부했다.

이어서 민경천 위원장은 한우자조금은 한우유명한곳 사이트에서 한우판매점과 판매몰을 소개하고 있다며 한우자조금이 한우 유통에 힘이 되고자 노력하고 있음을 분명히 밝혔다.

전국한우협회 김홍길 회장은 "한우농가들이 정성으로 길러내고 있는 한우가 바이어들의 지식과 경험이 더해지면서 더 큰 가치로 창조된다"며 "이번 한우 유통바이어 대회는 소비자들이 추구하는 맛과 가치를 충족시키고 한우 소비시장을 다변화하는 방법을 모색하는 소통의 장으로 마련했다"고 설명했다.

이번 한우 유통바이어 대회는 '한우를 더 맛있게 더 멋지게 즐기는 방법'을 주제로 열렸는데, 강연자들이 소개한 한우를 더 품격있고 또 더 맛있게 즐길 수 있는 다양하고 새로운 방법은 참석자들의 눈길을 사로 잡았다. 차영기 대한아웃도어바비큐협회장은 '한우고기와 바비큐'를 주제로 세계의 바비큐 문화, 스포츠로서 한우 바비큐를 즐기는 방법, 한우 바비큐 확산 방안 등에 대해 발표한 데 이어 정통 바비큐 기술로 구워낸 한우고기를 선보여 호평을 받았다.

농협회사법인 서동한우 유인신 대표는 '한국식 건조숙성의 하이스트 테크놀로지'를 주제로 한우 건조숙성 기술의 이점과 차별성을 강조했다. 이날 현장에서는 유 대표가 참석자들이 시식할 수 있도록 건조숙성 한우고기를 즉석에서 손질해 선보였는데, 이는 많은 참석자의 관심을 끌었다.

이어서 김설아 신세계 L&B 파트장은 '한우고기와 와인'이란 주제로 한우고기와 어울리는 와인과 와인 매너에 대해 발표했는데, 현장에서 한우고기와 와인 시음을 동시에 진행하면서 그 이해도를 높였다.

한편, 이날 현장에서는 농협을 통한 한우급식 통로 민간 확대, 미경산우 및 한우 부산물 활성화 방안 모색, 새로운 등급제에 맞춘 전산프로그램 개발 등에 대한 의견도 나왔다. 🍌



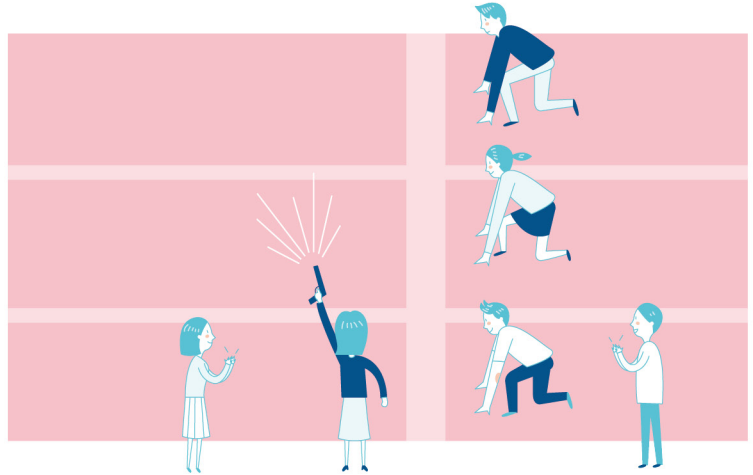
2020년 대한민국 신(新)종족

새 세대엔 새 술을

새로운 세대는 새로운 패러다임을
아기한다. 90년생으로 대표되는
밀레니얼세대와 Z세대는, 넓게는
1980년생부터 2000년 중반생을
아우른다, 2019년 사회 주류층으로
큰 관심을 받았고 사회 전반의
변화를 이끌어냈다.

신종족 인(in) 신세대(feat. 밀레니얼 세대·Z세대)

2020년에도 밀레니얼세대와 Z세대의 영향력은 그대로 이어질 것이다. 다만 이제 우리는 좀 더 세분화해서 보기 시작했고 그 과정에서 신(新)종족을 발견해 냈다. 페어 플레이어, 팬슈머, 업글인간 등이 그 예이다. 이들은 2020년에 사회 전반에 또 새로운 활력을 불어넣을 것이다. 이들에 대한 이해가 필요하다.



페어 플레이어(Goodness and Fairness) 요즘 대한민국의 모든 이슈 중심에 선 가치관이 바로 '공평과 공정'이다. 밀레니얼세대와 Z세는 '대한민국 역사상 가장 공정한 것을 추구하는 세대'로 평가받고 있으며, 이들이 촉발하는 변화는 '공정하고 공평한 대한민국'이다.

소비자로서의 페어 플레이어는 타인과 환경, 사회에 미치는 영향까지 충분히 고려해 상품이나 서비스를 구매한다. 사회에 환경에 선한 영향력을 행사하는 선한 기업이 생산하는 선한 제품이나 서비스는 반복 구매할 가치가 있다고 여기고, 일종의 팬덤현상을 보이기도 한다.

이는 이제 기업들이 제품의 성분이나 디자인 차별화를 넘어 제품과 서비스가 환경과 사회에 '선한 영향력'으로 비칠 수 있는지도 고심해야 함을 의미한다. 공정한 원료로 공정한 생산 과정을 거쳐, 공정하게 판매되고 있는지, 세심하게 살펴야 한다.

팬슈머(Fan+consumer) '내가 키웠다'는 뿌듯함, 신소비자로 떠오른 '팬슈머'가 추구하는 가치이다. 이들은 팬이면서 또 제작자이기도 하다.

이들은 주어진 선택지에서 선택하는 것만으로는 부족하다고 느낀다. 직접 투자하고 직접 제작 과정에 참여하는 것에 만족감을 느끼는, 적극적인 소비자라고 평가하기에는 뭔가 부족할 정도의 적극적인 소비자들이다. 내가



좋아하는 대상이 무엇이든 처음부터 공들여 기르고 키워나가 세상에 이름을 떨치게 만드는 것이 이들의 목표다. 이들은 신제품 기획이나 단종제품 재출시 등에 대해 의견을 적극적으로 제시하고, 마케팅과 홍보 과정에도 열정적으로 참여한다. 물론 하지만 하는 것은 아니고 간섭과 견제에도 적극적이다.

‘트렌드코리아 2020’에 따르면 이제 ‘고객과 함께’를 넘어 ‘고객에 의해’ 좌우되는 팬슈머 시장에서는 소비자의 열성적인 지지와 참여에 먼저 손을 내미는, 기업의 적극성이 필수다.

업글인간 요즘 세대에게도 자기계발은 필수다. 다만 기존 세대가 성공의 필요조건으로 ‘자기계발’에 공을 들였다면 요즘 세대에게 자기계발은 ‘성장’을 위한 요건일 뿐이다. 바야흐로 신자기계발형 인간, 즉 업글인간에 주목할 때이다. 업글인간 등장은 주 52시간제 등은 물론 평생직장 개념이 무너지고 고령화가 급속히 진행된 것과 무관치 않다. 이들은 삶에 긍정적인 변화가 일어나길 바라며 끊임없이 자기계발에 열중하지만 ‘남들보다 나은 나’가 아니라 ‘어제보다 나은 나’를 지향한다. 이들이 원하는 것은 바로 지금 일상에 누릴 수 있는 확정된 행복이며, 매일매일의 성장이다. 업글인간 등장으로 촉발된 것은 경험경제에서 변화경제(transformation economy)로의 전환이다. 즉 사람들은 이제 그들이 일하고, 즐기고, 생활하는 방식에 긍정적 파장을 미칠 수 있는 상품과 서비스에 지갑을 열 것이다.



新노년 in 노년

노년층 중 Z세대라 할 수 있는 오팔세대도 2020년 우리가 주목할 신종족이다. 58년생으로 대변되는 이들은 활기찬 노년을 즐기는 신노년층이다.



오팔세대(the New 5060 Generation) 활기찬 인생을 살아가는 신노년층(Old People with Active Lives), 바로 오팔세대이다. 베이비붐 세대를 대표하는 세대가 58년생이라서 오팔세대라고도 하고, 모든 보석의 색을 가지고 있는 보석 오팔처럼 다채롭고 활기찬 인생을 산다고 해서 오팔세대이기도 하다. 밀레니얼 세대와 비슷한 소비패턴을 보이고, 신기술에 능하며, 자기 표현에 적극적이다. 이들의 자산규모와 소비 규모는 시장에 유의미한 영향력을 행사하며 시장에 활력 요소로 작용하고 있다. 오팔세대의 마음을 얻으려면? 확실한 것은 기존 시니어 계층 대하듯해서는 오팔세대의 마음을 절대로 얻을 수 없다는 것이다. 🌟

참고도서: 트렌드코리아 2020, 서울대소비트렌드분석센터, 미래의창

12

December

한우가격 및 출하·사육 동향

2019년 12월 한우가격 및 출하 동향

구분			2016년	2017년	2018년	2017년	2018년	2019년		대비(%)	
						12월	12월(A)	11월(B)	12월(C)	C/A	C/B
도축두수(두)			737,474	742,536	736,363	63,471	62,959	58,883	76,508	21.5	29.9
경매두수(두)			395,253	401,591	399,763	34,104	33,983	31,267	41,069	20.9	31.3
도매시장 경락가격 (원/kg)	평균		18,116	16,719	17,772	17,222	17,334	18,227	18,506	6.8	1.5
	거세우		18,941	17,710	18,735	17,995	17,946	18,909	19,257	7.3	1.8
	비거세우		15,263	12,108	12,813	12,897	13,669	14,182	14,415	5.5	1.6
가축시장 거래가격 (천원/두)	암소		5,809	5,404	5,659	5,612	5,691	5,863	5,890	3.5	0.5
	송아지	암	2,902	2,919	3,130	2,919	3,056	3,272	3,224	5.5	-1.5
		수	3,583	3,572	3,857	3,507	3,548	3,978	3,901	9.9	-1.9
등심(1등급/kg)			78,683	79,663	81,551	82,641	83,015	90,363	89,488	7.8	-1.0
양지(1등급/kg)			55,530	55,990	55,390	57,735	56,212	57,283	57,032	1.5	-0.4
설도(1등급/kg)			-	-	-	-	-	43,910	44,269	-	0.8

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

〈출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터〉

※ 기준일: 12월 1일~12월 31일

수소(거세포함)월령별 한우 사육현황

구분	28개월령 이하	29개월령	30개월령	31개월령	32개월령 이상
거세(두)	971,233	23,250	21,378	19,350	36,827

※ 기준일: 2019년 12월 31일

〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

가임암소 두수(15개월령 이상) : 1,474,381두

총 암소 두수 : 1,947,877두

총 한우농장 수 : 89,497

※ 기준일: 2019년 12월 31일

한우 사육 마릿수 전망

가임암소수 및 송아지 생산 증가

구분(천 두)	2018년		2019년				2020년	2021년	2022년
	9월	12월	3월	6월	9월	12월	12월	12월	12월
전체	3,020	2,962	2,908	3,094	3,084	3,055	3,166	3,241	3,262
1세 미만	848	861	870	890	866	885	915	939	947
가임암소	1,432	1,427	1,397	1,419	1,475	1,486	1,540	1,576	1,587

※ 주: 월별 1일 기준이며, 2020년 12월 이후는 농업관측본부 전망치임

〈출처: 축산물품질평가원, 농업관측본부 전망치〉

사육 마릿수 증가를 고려한 신중한 입식과 송아지 생산 조절 필요

웹진으로 만나는 한우자조금

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 소비자센터 1544-3205로 전화주시면 됩니다.

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

듣기 좋고
귀여운
비즈링~
친구·지인들이
좋아해해요~



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)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 열기'를 클릭
- 4 Safari의 하단 '공유'를 클릭한 후 '+ 홈 화면 추가'를 클릭하면 아이콘 생성 완료

푸짐한 선물이 팡팡! 웹진 이벤트에 참여하세요.

응모방법

위의 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 2020년 1월 31일(금)까지

당첨자발표 2020년 2월호 한우자조금 소식지 및 개별 연락
문의 02-324-6852



모두가 좋아하는 영양만점 간식
〈한우육포〉 2명



뜨끈하고 든든한
〈한우곰탕세트〉 7명



두툽한 한우패티가 버거 속에
〈한우불고기버거〉 10명

지난호 당첨자

한우육포

김관수, 설지인

한우곰탕세트

권미영, 박종미, 오예린, 이세희,

임연희, 최지현, 한우박사

한우불고기버거

김금자, 김민희, 남성희, 박현경,

석유진, 이윤수, 이웅진, 이준호,

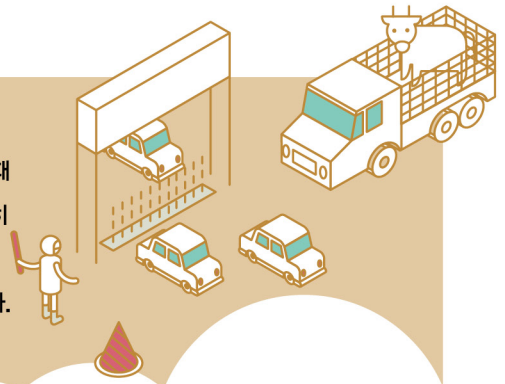
이창원, 정미선

※ 사진은 이미지입니다. 실제 상품과 다를 수 있습니다.

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

겨울철에는 병원체의 야외 생존성이 길어지므로 더욱더 철저한 소독이 필요하다.

추운 날씨에 분사된 소독수가 얼어 소독 효과가 즉시 나타나지 않을 수 있지만, 녹을 때 소독 효과가 나타나므로 반드시 소독을 실시합니다. 소독기구와 소독조 관리를 철저히 해야 한다. 또한, 축사 입구에 반드시 소독조를 설치하고, 소독수는 얼지 않도록 미지근하게 데워서 사용한다. 축사통로는 주기적으로 미지근한 물을 사용해 소독한다.



구제역 예방 올바르게! 꼼꼼하게!

겨울철에는 더 엄격한 출입통제와
더 철저한 소독이 필요!

분뇨, 사료 등은 소독약의 효력을 저하시키므로
깨끗이 청소해서 제거할 것!

백신을 올바르게 사용합니다

- 축종별 접종 시기와 1회 접종량 등을 확인합니다.
- 자동연속주사기 사용을 자제합니다.
- 부득이하게 사용 시 개체별로 정량이 주입됐는지 확인합니다.
- 냉장 온도는 2℃~8℃를 유지해 얼지 않도록 주의합니다.
- 백신은 접종 전에 병을 위아래로 흔들어 고루 섞어줍니다.
- 백신은 개봉 후 재사용하지 않습니다.

구제역 발생국 여행을 자제합니다

- 축산관계자는 구제역 발생지 여행을 자제합니다.
- 출·입국 시 농림축산검역본부에 신고합니다.
- 해외 축산농가와 시설 방문을 자제합니다.

소독을 철저하게 합니다

- 농장 내·외부 소독을 매일 실시합니다.
- 소독약품은 유효기간을 확인 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.

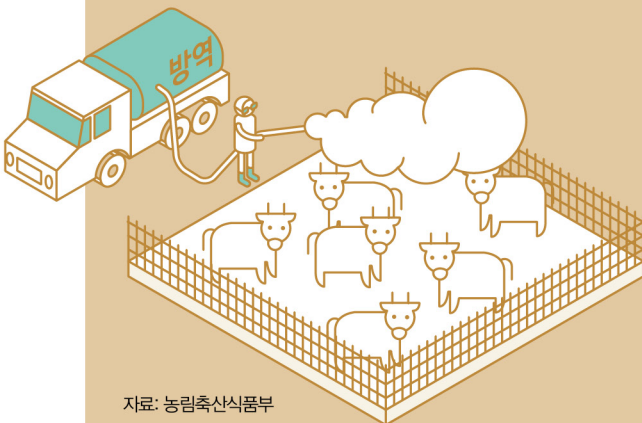
청소를 꼼꼼하게 합니다

- 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.

의심축 발견 시 즉시

시·군 가축방역기관에 신고해 주세요!

신고전화: **1588-4060**
1588-9060



자료: 농림축산식품부