

04

하트슈

유튜브 세대 사로잡는
한우 홍보 동영상 5편

08

포커스

코로나19 축산농가
행동 수칙

10

여성 한우농가 이야기

전남 함평 지은이농장
한미자 대표

12

우리는 한우인

서울대학교 식품동물생명공학부
조철훈 교수

18

자조금 소식

2020년 한우농가
교육 스케줄

2020

04

한우자조금

본 소식지는 한우자조금으로 제작되었습니다



Contents



04

찾이슈

한우 홍보 동영상 5편 공개

한우의 가치, 한우 부위의 특성, 한우의 맛과 영양학적 우수성 등 유튜브 세대와 소통하는 홍보 동영상 5편 공개

08

포커스

코로나19 축산농가 행동 수칙

개인위생 수칙, 사회적 거리두기 등을 철저히 지키는 것은 기본, 확진, 자가격리 등의 비상상황에 대비한 대책 마련 필요

10

여성 한우농가 이야기

전남 함평 지은이농장 한미자 대표

관심과 진심으로 인정받는 한우를 키우고 있는 여성 한우인의 새봄 새로운 도전기

12

우리는 한우인

서울대학교 식품동물생명공학부 조철훈 교수

한우의 우수한 가치를 지켜내려면 한우에 대한 과학적이고 체계적인 연구가 필요하다는 조언



한우자조금 소식지

발행일

2020년 4월 8일

발행인

민경천

발행처

한우자조금관리위원회

서울시 서초구 서리풀 3길 20-1(서초동)

케이피아회관 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.



14

방송에서 만난 한우
슬기로운 면역력 증진 생활,
우리 한우!

—
한우가 면역력에 좋은 과학적 이유와 한우 요리법 소개하며, 대한민국 면역력 전령사인 한우의 봄철 소비 증진 도모



16

자조금 소식

16

‘한우농가 교육 영상’ 소개

사회적 거리두기 운동에 맞춰, 한우농장 운영과 한우 사양관리에서 알아둬야 할 모든 것을 담은 ‘한우농가 교육 영상’ 콘텐츠 소개하며 한우농가 교육 의식 고취

18

‘2020년 한우농가 교육 스케줄’ 알림

2020년 한우농가 대상 교육 커리큘럼과 일정 알리며 한우농가 교육 참여 유도

20

‘봄철 건강을 위한 위대한 특가전’ 진행

한우유명한곳.com에서 특가전과 다양한 이벤트를 전개하며 코로나19로 지친 소비자들 응원

21

한우 곰거리 최대 70% 할인 판매

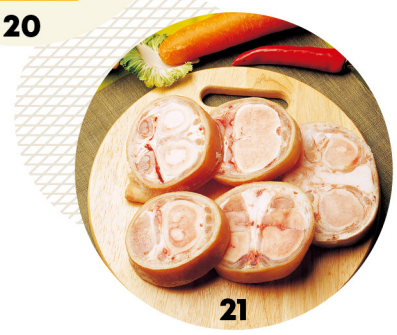
농협유통점 및 농·축협 하나로마트 32개소와 전국한우협회 한우먹는날에서 한우 곰거리 최대 70% 할인 판매 특가 행사 진행하며 한우 곰거리의 영양학적 우수성 전파

22

‘2019년 한우자조금 사업성과 동영상’ 공개

한우자조금관리위원회가 2019년도 추진한 사업 내용과 성과를 담은 동영상 공개로 투명한 한우자조금 운영에 대한 신뢰도 높여

20



23

한우문화매거진 ‘만들이’ 2020년 봄호 발행

대한민국 문화유산의 가치(PRIDE OF KOREA)와 대한민국의 고유 품종인 한우의 가치(PRIDE OF TASTE)를 연결해 대한민국의 맛과 맛의 가치를 알릴 2020년 만들이 봄호 발행

24

전국한우협회 코로나19 극복 성금 약 2억 900여만 원 전달

코로나19로 어려움을 겪고 있는 국민을 위해 십시일반 성금을 모아 전달한 한우농가 나눔 활동

25

전국한우협회 한우 보신제품 가정간편식(HMR) 출시 박차

한우 부산물 소비촉진을 위한 한우 보신제품과 가정간편식(HMR) 출시 노력

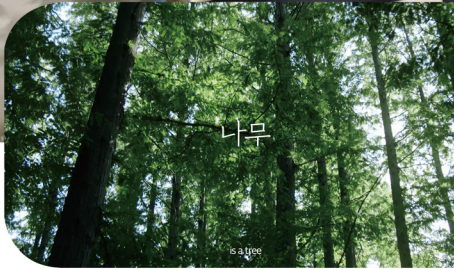
26

한우시황 · 관측

2020년 3월 한우가격 및 출하 사육동향



인생의 동반자이자 소중한 친구로서



나무



우리에게 아낌없이 주는 존재
대한민국 한우입니다

It gives back. Yes, it's a wonder.



백의경 원장사

한우처럼 영양가 있는 음식도 잘 챙겨드셔야해요

▶ 한우 홍보 동영상 5편 공개

유튜브 세대 사로잡는 한우 홍보 동영상 '시 · 선 · 집 · 중'

한우의 가치부터 맛과 영양학적 우수성까지 동영상으로 임팩트 있게 팩트 전달

한우자조금이 본격적으로 동영상 세대와의 소통에 나섰다.

한우자조금은 지난 3월 한우의 가치, 한우의 부위 특성, 한우의 맛과 영양학적 우수성을 다룬 한우 홍보 동영상 5편을 공개했다.

한우자조금은 동영상을 일상적으로 소비하는 요즘 소비자들에게 우리 한우가 더욱 친근하게 다가가게 하기 위해,

또 한우의 가치와 우수성을 제대로 알리기 위해 노력했다고 밝혔다.

이번 한우자조금 홍보 동영상은 트렌드로 자리 잡은 '언택트(untact)* 소비'에 대응하기 위한 '언택트 마케팅'의 일환이란 점에서도 의미가 컸다. 코로나19 확산, 사회적 거리두기 캠페인 전개 등으로 오프라인 소비촉진 · 소비홍보 활동 전개가 쉽지 않은 상황에서 한우자조금은 이 상황을 타개하기 위해 온라인과 SNS를 활용한 다양한 소비홍보 · 소비촉진 활동을 전개하고 있다.

*언택트(untact): 접촉을 뜻하는 '콘택트(contact)'에 부정 관사 'un'을 붙인 것으로, 사람과 직접 대면하지 않는 비접촉 비대면을 선호하는 현상을 일컫는다.



영화 '터미네이터:
다크페이드' 출연 배우들의
한우 먹방 조회수
4,511,743회!



마장동 축산시장에서
1++한우고기 외국인 먹방
조회수 2,774,803회!

외국인들의 한우 꽃등심
먹방 조회수 6,840,769회!



모바일의 시대, 사람들은
동영상 콘텐츠를 다른 어떤
유형의 콘텐츠보다 더 선호
하고 있다. 이런 모바일의
시대, 동영상의 시대를 대

변하는 말이 또 '유튜브 시대'이다. '유튜브 트렌드 2020'에 따
르면 유튜브는 하나의 세상이 됐다.

이 유튜브 세상에서는 '이 음식에 감동해서 울고 있다, 참이 너
무 많이 나온다, 식감이 너무 좋다, 누가 내 입 안에 스프링쿨러
를 틀어놓은 것 같다'라며 우리 한우의 맛에 푹 빠진 외국인들
의 모습도 심심치 않게 찾아 볼 수 있는데, '유명인'들이라고 예
외는 아니다. 지난해 10월 한 유명 유튜버 사이트에 올라온 세
계적인 축구선수 데이비드 베컴의 한우 먹방 동영상의 조회수
는 무려 836만 5,000회를 기록하고 있다. 이 정도면 TV, 신문
등 웬만한 미디어 광고 못지않은 광고 효과도 기대할 수가 있다.

오해 없이 한우의 가치 제대로

한우자조금이 홍보 동영상 제작에 박차를 가하는 이유도 여기
에 있다. 한우자조금 관계자는 "유튜브는 전 세대가 가장 많이
찾아가는 앱"이라면서 "한우와 한우산업의 가치를 보다 널리
알리기 위해선 동영상 마케팅이 필수다"라고 설명했다. 그러면

서 "한우의 가치를 임팩트 있게 전달하기 위해 고심하고 있다"
며 정보, 재미, 웃음, 감동을 줄 수 있는 동영상 제작을 위해 노
력하겠다고 밝혔다.

그동안 한우자조금은 소비자 점점 강화를 위한 홍보 동영상을
다양하게 제작해 왔는데, 이번에 선보인 동영상 역시 그 연장
선이라고 볼 수 있다.

하지만 한우자조금 소비촉진·소비홍보 현장을 생생하게 담아
보여주던 것에서 탈피해, 1인 창작자(creator)들처럼, 한우자
조금이 주제와 스토리를 기획해 직접 동영상을 제작했다는 점
에서 이번 동영상 제작은 의미가 남다르다. 이는 콘텐츠를 보
다 소비자 지향적으로 제작함으로써 한우와 한우산업에 대한
소비자들의 공감과 관심을 더욱 높이는 데 기여할 뿐 아니라
한우자조금이 전달하려는 한우의 가치를 정확한 단어와 문장
으로 알리는 데도 일조할 것으로 보인다.

한우자조금은 이번 동영상 제작 과정에서 간편하고 간단한 메
시지를 추구하고, 재미와 즐거움을 중시하는 요즘 젊은 소비자
들의 특성을 반영한 콘텐츠를 제작하려고 노력했다. 또한, 한글
자막은 물론 영어 자막에도 세심하게 신경 썼는데, 이것은 전
세계인들이 유튜브 동영상을 구독하고 있다는 점이 고려된 것
이다. 이는 한우와 한우산업의 가치를 전 세계 소비자들에게 정
확히 전달하는 데 이바지할 것이다.

▶ 국민과 희로애락을 함께해 온, 우리 한우!

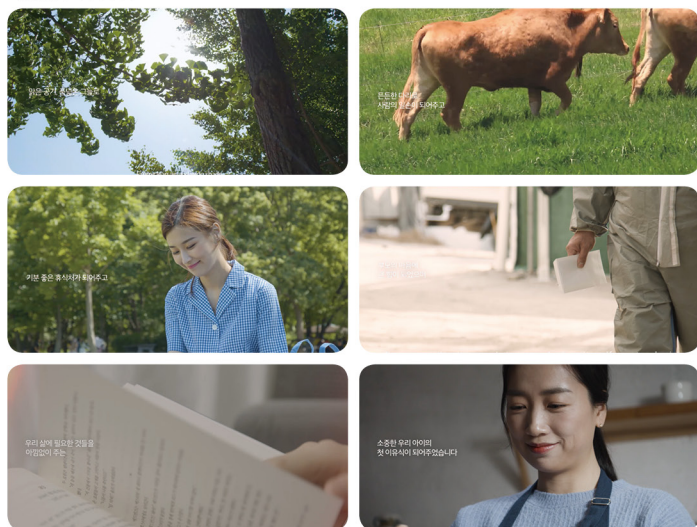
〈아낌없이 주는 한우〉

한우자조금이 제작한 '아낌없이 주는 한우'란 주제의 홍보 영상은 우리 국민들의 일상과 함께해 온 한우와 한우산업의 공익적 가치를 전달하는 데 초점을 맞췄다. '아낌없이 주는 한우'란 제목에는 우리 한우와 한우산업을 아낌없이 사랑해 주고 이끌어준 국민들에게 보답하기 위해, 한우와 한우산업이 아낌없이 노력하고 정진하겠다는 역설적인 의미가 담겼다. 한우자조금 관계자는 “이번 홍보 동영상은 한우 산업에 대한 국민들의 인식을 한 단계 높이는 계기가 되길 바란다”며 “국민들의 평범한 일상생활 속에서 행복과 즐거움을 함께하는 한우의 가치가 진솔하게 전해지면 좋겠다”라고 밝혔다.

동영상은 대구를 이루는 화면 구성과 카피로 콘텐츠의 주제의식을 극명하게 드러내고 있다. 즉 '든든한 다리로 사람의 일손이 돼 주고, 부모의 마음에 큰 힘이 됐으며, 소중한 우리 아이의 첫 이유식이 된, 인생의 동반자이자 소중한 친구로서 평생 우리 곁을 지켜온 한우의 가치'를 전하기 위해 동영상 전반부에 '맑은 공기 폭넓은 그늘로 기본 좋은 휴식처가 돼 주고, 생그러운 열매와 우리 삶에 필요한 것들을 아낌없이 주는 나무'의 가치를 먼저 드러냈다. 이는 한우 홍보 동영상이란 거부감 없이 자연스럽게 시청자들에게 한우의 가치를 전달하는 데 일조하고 있다. 무엇보다 동영상에 대한 이해와 몰입도를 높이는 방식이란 점에서도 돋보였다.

한편, 한우자조금은 지난해 명품 바이올린을 만드는 장인에 빗대어 한우의 명품 이미지를 부각한 홍보 동영상을 선보인 바 있다. 이는 한우농가의 자부심을 고취했다는 측면에서 호평을 받았다.

아낌없이 주는 한우



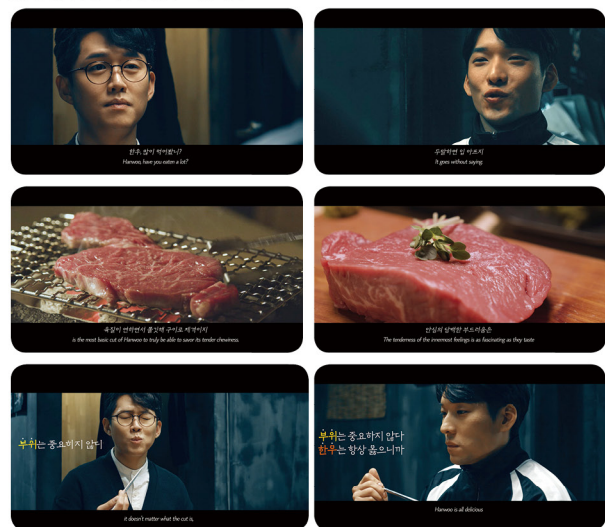
▶ 어디까지 먹어 봤니, 우리 한우!

〈숨막히는 한우 선택대결 그 승자는〉
〈한우 부위 이상형 월드컵〉

한우의 다양한 매력과 맛을 알려주기 위해 제작한 동영상 두 편도 눈에 띈다. 이 동영상은 한우의 팔색조 매력, 즉 한우는 부위에 따라 맛, 향, 특성이 각기 다르고 요리법도 다르다는 점을 알리는 차원에서 제작됐는데, 소비자들이 한우를 제대로 알고 제대로 즐기게 하겠다는 목표의식이 반영됐다. 이는 한우 부위의 스토리 개발과 한우의 차별화에 기여할 것이란 분석이다. '배틀' 형식으로 영상에 대한 집중력을 높인 콘텐츠 기획력도 돋보였다.

〈숨막히는 한우 선택대결 그 승자는〉에서는 한우 좀 먹어 본 두 사람이 출연해 한우 부위에 대한 지식을 겨루는 내용이 담겼다. '등심, 가장 기본적이지 한우의 풍미를 느낄 수 있는 부위. 육질이 연하면서 쫄깃해 구이로 제격이지', '요즘 트렌드는 담백함이야. 담백하면 바로 안심이지.安心的 담백한 부드러움은 맛보는 순간 황홀하기까지 하다고' 등 각 부위의 이름뿐 아니

숨막히는 한우 선택대결 그 승자는





한우 부위 이상형 월드컵

라 특성, 식감, 맛까지 함축적으로 전달하며 한우 부위에 대한 이해도를 높이는 데 기여했다. 각 부위에 어울리는 요리법을 소리와 이미지로 긴장감 있게 보여주는 장면도 압권이다. 영상은 '부위는 중요하지 않다. 한우는 언제나 옳으니 까'란 자막으로 끝나는데, 한우 부위 지식 배틀 영상에 어울리지 않은 반전 카피가 영상에 묘미를 더한다.

〈한우 부위 이상형 월드컵〉 역시 한우 부위 배틀인데, 일반 소비자들이 출연해 토너먼트 방식으로 한우 중 최고의 부위를 가려내는 방식으로 앞의 영상과 차별화 했다. '둘 다 맛있어서 고르기 좀 애매한데', '고깃집 같은데 가면 갈빗살만 먹고 채끝살은 잘 안 먹어봐서', '육회를 해 먹고 싶었는데 무슨 부위인지 몰라서 못 해 먹었다' 등과 같은 출연진들의 멘트는 시청자들의 공감을 일으키며 동영상 조회수를 올리는데 도움이 됐다. 특히 이 영상은 '한우 부위 중 가장 맛있는 것은 무엇이야'라는 누구나의 궁금증을 해소하는 콘텐츠란 점에서 시선을 강탈하고 있다. 그래서 최종 우승 부위는? 동영상에서 직접 확인할 수 있다.

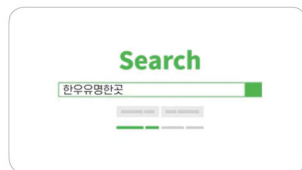
▶ 보양식의 으뜸, 우리 한우! 〈그렉, 박미경 한의사와 최고급 한우를〉

건강에 대한 관심이 높아지는 계절, 한우자조금은 한우의 영양학적 우수성을 알리는 동영상 제작으로 계절 마케팅을 전개했다. 동영상은 노래 연습, 뽀뽀한 스케줄로 기운이 떨어진 가수 그렉 씨의 기력 회복에 도움을 주기 위해 한우자조금 전문가 자문단 박미경 한의사가 일일주치의로 활약하는 내용이 담겼다. 진맥도 하고 침도 맞고, "정말 근본적으로 기력을 보충하려면 보양식을 먹어야 하고 보양식의 최고 주자는 한우"라는 박미경 원장의 추천에 한우 먹방도 선보였다. 이렇게 한우를 먹고 기력이 회복됨을 느끼는 그렉 씨의 모습은 원기회복에 좋은 한우의 영양학적 우수성을 물 흐르듯 자연스럽게 알리는 데 손색이 없다. "너무 맛있다. 퀄리티가 다른 나라와는 차원이 다르다" 등의 맛 표현은 한우 맛의 우수성을 알리는 데도 도움이 됐다.



▶ 한우가 고민이라고? '한우유명한곳.com'으로 gogo 〈한우? 더는 고민고민하지 마! 한우유명한곳.com〉

한우자조금은 '모션 영상'으로 엄격한 심사를 거쳐 선정되는 우리한우판매점과 한우전문점을 소개하고 농축협과 한우영농조합법인에서 운영하는 한우 브랜드 물을 쉽게 찾을 수 있는 '한우유명한곳.com' 홍보에 나섰다. '한우유명한곳.com'은 한우자조금이 온라인 기획전, 고객 이벤트 행사 등을 운영하는 곳으로, 이번 '한우유명한곳.com' 홍보는 언택트 마케팅 강화 차원에도 도움이 됐다.



아내와 무엇을 먹을지, 장모님 명절 선물을 무엇으로 할지, 엄마 생신에 외식 메뉴는 무엇으로 할지 고민하는 사람들의 고민 해결사로 '한우유명한곳.com'이 등장하는데, 일상의 대화가 오가는 SNS 메신저를 활용해 친근감을 높였다.

'한우유명한곳.com'은 인터넷 주소가 아니라 인터넷 포털 사이트에서 검색한 후 접속하는 방식으로, 소비자들의 쉬운 이용을 돕고 있다.



코로나19 축산농가 행동 수칙 '코로나19 극복할 수 있습니다'

지난 1월 20일 코로나19 국내 첫 확진환자(중국 우한 해외유입)가 발생한 후, 국내 확진자 수가 9,661명까지 늘었고, 사망자 수도 158명에 이르렀다. 전 세계적으로는 206개국에서 70만 5,285명이 확진됐으며, 사망자는 3만 3,254명이다.(3월 30일 기준)

코로나19는 SARS-CoV-2 감염에 의한 호흡기 증후군으로, 발열, 권태감, 기침, 호흡 곤란 및 폐렴, 급성호흡곤란증후군 등과 같

은 호흡기 증상이 나타난다. 드물게는 가래, 인후통, 두통, 객혈과 오심, 설사가 나타나는 것으로도 알려졌다.

백신이나 치료 약은 아직 개발되지 않았다. 물론 치료가 안 된다는 의미는 아니다. 치료제가 없다는 것은 특정한 병원균, 즉 바이러스나 병든 세포를 찾아서 치료하도록 만들어진 표적치료제가 없다는 뜻이다.

사·회·적·거·리·두·기 '동참'해요!

현재까지 알려진 바로는 코로나19의 전파경로는 비말, 콧물, 가래 등 호흡기 분비물과의 접촉이다. 침이나 재채기를 했을 때 공기 중으로 날아간 비말이 다른 사람의 호흡기로 들어가거나 바이러스가 묻은 손으로 눈, 코, 입을 만질 때 점막을 통해서 바이러스가 침투해 전염되는 것이다. 개인위생수칙 준수, 사회적 거리두기 등이 강조되는 이유이다.

지난 3월 21일 정세균 국무총리가 "지금부터 15일간 외출을 자제하고 최대한 집 안에 머물러 주시기를 간곡히 부탁드립니다"며 대국민 호소에 나선 것도 이와 맥을 같이 한다. 당시 정 총리는 불필요한 모임, 외식, 행사, 여행은 연기하거나 취소하고, 생필품 구매, 의료기관 방문, 출·퇴근 외에는 외출 자제 등을 부탁하며 강화된 사회적 거리두기를 실천해 달라고 호소했다. <Tip1 참고>

코로나19 바이러스는 가족에게는 전염되지 않지만,

농장 관리자 등이 감염되면 농장 관리와 사양관리에 막대한 지장이 초래될 수 있으므로, 한우농가에서도 개인위생 수칙, 사회적 거리두기 등을 철저히 지켜 한우농장에 코로나19 바이러스가 침투하지 않도록 노력해야 한다. <Tip2 참고>

직원, 동료 등에게 코로나19 예방 수칙을 알려주고 철저하게 지키도록 교육하는 것도 중요하다. 발열 또는 호흡기 증상이 있으면 출근하지 않도록 사전에 적극적으로 안내하고 관리해야 한다. 만약 외국인 근로자에게 알려주는 데 어려움이 있다면, 통역원이 배치된 외국인력상담센터와 외국인노동자지원센터(거점 9개소), 사업장 소재지 관할 고용센터의 외국인력 팀 등에 도움을 요청해 보자.

▶ Tip 1 사회적 거리두기 국민 행동 지침

- 불요불급한 외출, 모임, 외식, 행사, 여행 등은 연기 또는 취소

*해외에서 식사 시 감염사례 다수 보고돼, 특히 식사를 동반하는 행사·모임은 연기 또는 취소

- 발열 또는 기침, 인후통, 근육통 등의 호흡기 증상 있으면 출근하지 않고 집에서 충분히 휴식
- 생필품 구매, 의료기관 방문, 출·퇴근을 제외한 외출 자제
- 다른 사람과 악수 등 신체 접촉 피하고, 2m 건강거리 두기
- 손 씻기, 기침 예절 등 개인위생수칙 준수
- 매일 주변 환경 소독·환기
- 컵·식기 등 개인물품 사용
- 마주 보지 않고 일정 거리를 두고 식사



(출처: 질병관리본부)

자가격리·확진 등에도 대비해야

축산농가는 비상 상황이 발생했을 때 농장관리 등에 업무 공백이 발생할 수 있으므로 더욱 주의가 필요하다. 최근 농림축산식품부는 “축산농가 단위에서 농장 상황에 맞는 비상 대응책을 준비해 달라”고 당부했다.

▶▶ Tip 2 축산농장 관리수칙

▶▶ 외부로부터 바이러스 유입 차단법

출·퇴근 직원 간 교차 감염 방지

- 상황 진정될 때까지 가급적 농장 내 거주(출·퇴근 금지)
- 농장 출입구 구분, 시차 출·퇴근제 적용
- 직원의 외부 활동 동선 체크 관리
- 통근버스, 키폴 금지(자가용 이용 원칙)
- 직원 등에 대한 1일 2회 발열 또는 호흡기 증상 확인
- 코로나19 발생 국가나 지역 여행력이 있는 직원 2주간 출근 금지

농장방문자, 물품 반입 등 관리

- 사료회사, 수의사 등 외부인 비대면 접촉 원칙: 부득이 대면해야 하면 밀폐공간(사무실)이 아닌 곳에서 일정 간격 유지
- 물건 반입 시 자외선 소독 실시: 사료, 약품 수급은 최대 비축량을 산정해 신청(반입 횟수 최소화)
- 이용자와 방문객 명부 작성: 인적사항, 연락처, 체온 등

▶▶ 농장 내 바이러스 교차 감염 차단법

농장 근무·작업: 교대 근무제, 공동 작업 금지 등

- 축사별 담당 지정(2인 1축사 등)
- 예초 등 공동 작업 중단
- 축사별 전용 작업복·작업화 착용
- 발판 소독 활용
- 사무실 근무자와 축산 관리자 접촉 금지: 업무전달 등은 전화나 문자메시지와 같은 비대면 방법 활용

직원 공동 이용 시설관리: 이용 시간 구분, 소독 철저

- 화장실, 샤워실, 식당 등 공동 시설은 그룹별 시차 활용: 축사별 샤워 및 식사 시간 구분, 이용 후 소독제 분무 실시 등
- 농장 내 숙소(방)는 같은 근무조 단위로 이용
- 화장실 등에 손 세정제와 종이 타월 비치

(출처: 농촌진흥청, 고용노동부)

축산농가에서는 자가격리, 확진 등의 상황이 발생했을 때를 대비해 비상연락처, 협조 대상 등을 미리 파악해 둘 필요가 있다. 사료, 조사료 등의 비축량이 충분한지 파악하는 것은 물론 경매시장 폐쇄가 장기화할 때를 대비해, 출하, 자금 마련 등에 대한 상황도 미리 점검할 필요가 있다. 호흡기 질환 외의 질환이 생겼을 때 이용할 수 있는 국민안심병원에 대해서도 잘 알아둬야 한다. 기저 질환자라면 특히 중요한 부분이다. 국민안심병원은 코로나19의 병원 내 감염을 막기 위해 호흡기 환자와 비호흡기 환자의 진료 과정을 분리한 병원을 말한다.

농장주, 직원 등에 자가격리·확진과 같은 비상상황이 발생했을 때 어떻게 해야 하는지, 그 대처법에 대한 숙지도 필요하다.

발열, 기침 등의 증상이 나타나면 즉시 마스크를 착용하게 한 후 별도의 격리 장소로 이동시키고, 관할 보건소 또는 질병관리본부 콜센터 1339로 신고한다. 농장 내 사람들은 물론 축협, 사료업체, 분뇨처리 업체 등 농장을 출입한 협력업체 등에도 상황을 즉시 알려야 한다. 자가격리자나 확진자가 머물렀던 장소는 소독 후에 이용한다.

자가격리자는 농장 내 공동 작업에 참여해서는 안 된다. 대체인력은 자가격리자와 일체 접촉이 없는 사람이어야 한다.

질병관리본부에 따르면 자가격리자는 감염 전파 차단을 위해 일반 자가격리 시 생활수칙을 그대로 따라야 한다. 



자료: 농림축산식품부, 농촌진흥청, 질병관리본부, 노동고용부

관심과 진심이 쌓인다 믿음과 인정이 쌓인다

전남 함평에 있는 지은이농장에 새 생명의 총명한 기운이 가득한 봄이 찾아왔다. 벌써 열한 번째 봄이다. 올봄에도 지은이농장에는 생명 탄생의 소식이 이어지고 있는데, 특히 올해는 한우개량을 체계화한 후 맞은 첫 번째 봄이라는 점에서 특별하다. 취재진이 찾은 전날 밤에 태어난 송아지를 바라보는 한미자 대표의 얼굴엔 봄 햇볕만큼이나 따뜻한 미소가 가득했다.

전남 함평 지은이농장 한미자 대표

2020년 봄은 여느 해와는 사뭇 다르게 우리의 일상을 찾아왔다. 코로나19로 우리

의 일상이 다르게 흐르고 있는 탓이다.

지은이농장 한미자 대표에게도 코로나19는 적지 않은 부담이란다. 경매시장 폐쇄로 한우 출하 시기를 놓치는 것은 아닌지, 그래서 농장 운영 자금 마련에 차질이 생기지는 않을지 등에 대한 걱정이 크다.

“곧 안정이 될 거라고 믿어요. 사실 한우 가격이 내려가면 어떻게 하나란 걱정이 가장 컸는데, 그래도 지금까지는 유지되는 것 같아서 다행이에요. 오늘 아침에 문자가 왔는데, 경매시장도 곧 재개된다고 하네요. 한숨이 놓입니다.”

한우는 관심을 먹고 자란다

한 대표가 지난 11년간 한우와 함께해 온 시간은 한마디로 표

현하면 ‘우직함’이다. 한우 밥때를 한 번도 놓친 적이 없을 정도로, 하루 기본 다섯 번은 한우를 관찰하기 위해 우사를 돌아볼 정도로 한우를 관심과 사랑으로 돌봤다. 혹여 한우에 대한 관심이 줄까 봐 일부러 우사에 급이기도 들이지 않았다.

“한우의 특성과 특징이 제각각이에요. 우리 농장에서는 번식우가 살이 찌지 않게 하려고 번식우 일(日) 사료 급여량을 3kg으로 제한하고 있지만, 개체에 따라서는 더 주거나 혹은 덜 줘야 하기도 하죠. 관찰이 중요합니다.”

이렇게 애정을 쏟다 보니 이제는 한우와 대화도 하고 눈빛만 봐도 통하는 사이가 됐다. 배가 고픈 것인지, 새끼를 낳는 것인지, 새끼를 찾는 것인지, 한우 소리만 듣고도 다 안다.

“한우 밥 줄 때 실수로 안 주고 지나가면 ‘왜 안 주냐’며 한우가 의사를 표현해요. 한우가 새끼를 낳을 때 ‘힘 조금만 더 써 볼까’라고 말하면 알아듣고 힘을 더 줘요. 신기하다고요? 저는 한우를 키우는 일이 정말 좋아요. 그래서 관심을 두고 최선을

다하고 있어요.”

한 대표의 관심과 애정은 11살이 된 지은이농장에서 만난 11살을 앞둔 암소를 보면서도 확인할 수 있었다.

“진심은 통한다고 하잖아요. 마음을 열고 한우를 대하면 한우도 무럭무럭 잘 자라는 것 같아요.”

당연히 이는 지은이농장 한우의 우수성으로도 직결됐는데, 지은이농장 출신 송아지가 경매시장에서 1차에 낙찰이 되는 것은 당연한 일이 됐다. ‘상위 1% 번식우 농장’이란 칭찬도 이어지고 있고, ‘지은이농장에서는 어떻게든 한우를 건강하게 잘 길러낸다’는 소문도 일대에 자자하다.

경매시장 가는 여성 한우인

한 대표는 지난 11년간 한우 경매장을 찾는 일을 한 번도 거른 적이 없다.

“경매시장에 처음 갔을 때, 여자는 저만 있었어요. 그런데 요즘 경매시장에 가면 여성 한우인이 많아졌어요. 직접 한우를 탑차에 태워서 가는 멋진 여성 한우인도 있습니다. 격세지감을 느껴요. 동기부여도 되고요.”

한 대표가 꾸준히 경매장을 찾는 이유는 한우를 더 잘 키우려면 어떻게 해야 하는지를 알아보기 위해서다.

“경매장에 가면 정말 좋은 소가 많이 나오잖아요. 다른 사람들은 어떻게 키웠는지 보면서 우리 농장의 부족한 점을 찾아요.” 그러면서 한 대표는 10년 전 초보 한우인 시절을 떠올렸다.

“한우농장마다 자신만의 사양관리법이 있잖아요. 한우농장을 시작하고 얼마 후 궁금한 것이 생겨서 주변에서 한우농장을 운영하시는 선배 한우인 다섯 명에게 물었더니, 다섯 가지 답변이 나오더라고요. 그때는 잘 몰랐으니까, 무엇이 정답인지 가려내기가 쉽지 않았죠. 그때 깨달은 것이, 배워야 한다는 것이었어요.” 그렇게 한 대표는 함평 한우대학교 1회 졸업생이 됐다.

지금도 한 대표는 배움의 끈을 놓지 않고 있는데, 현재 한 대표는 ‘한우자조금 2019~2020년 한우농가 종합컨설팅’에도 참여하고 있다.

“우리 농장 맞춤 컨설팅이 이뤄지고, 또 사양관리부터 경영관리 부문까지 알기 쉽게 잘 설명해 주셔서 농장 운영에 도움이 많이 됐어요. 덕분에 염두를 못 냈던 한우개량도 시작했고요. 앞으로 남은 컨설팅도 기대가 됩니다.”

새봄, 지은이농장에 새 기운이 넘친다

2020년 봄, 지은이농장엔 새롭고 특별한 활기가 넘친다.

“우리 농장에서 처음으로 고등등록우가 탄생했어요. 바로 오늘 아침예요. 더 열심히 해야겠다는 동기부여가 되네요. 보람도 되고요.”

무엇보다 새롭게 시도하는 일이 많아졌다. 한 대표의 표현을 빌리자면, 그래서 한우농장 운영에 ‘스릴’과 ‘설편’이 넘친다.

한우인 인생 처음으로 직접 경매시장에서 사들여온 송아지가 농장에 잘 적응하고 있으니, 이 또한 기쁜 일이다. 경매시장이 다시 열려 송아지를 사러 나가는 날 한 대표의 발걸음에는 기쁨이 더욱 크게 담길 것이다.

지난해 한우개량을 시작하면서 사들인 질소 통은 여전히 새것이다. 한 대표는 “이번에 처음으로 정액도 직접 신청해 봤다”며 “내일 발표가 나는데, 우리가 신청한 정액을 받을 수 있을지 어떨지 모르겠다”며 기대감을 표현했다.

“지난해 한우개량을 시작하면서 수정한 송아지가 태어나기 시작했는데, 어느 해보다 송아지가 크게 태어났다는 느낌이 드는 것이 사실이에요. 이제 한우개량을 시작한 것이 좀 늦은 감은 있어요. 하지만 늦었다고 생각할 때가 가장 빠른 것이라고 하잖아요. 주변에서 격려해 주시는 분들이 많아서 힘을 내서 매진하고 있습니다. 당장 큰 성과가 나오지는 않겠지만, 그래도 열심히 하다 보면 좋은 성과가 있지 않을까요. 올봄부터는 남편도 본격적으로 한우농장 일에 뛰어들었으니, 시너지 효과도 높일 수 있을 거예요.”

인정받는 한우를 길러내기 위해 더욱 최선을 다하겠다는 한 대표의 다짐 위에 봄별이 따뜻하게 비친다. 🌸



한우만의 우수성 과학적 연구로 증명할 때 한우 가치 차별화 될 것

우리 한우와 우리 한우산업은 우리가 반드시 지켜내야 할 충분한 가치를 가지고 있음은 누구도 부정할 수 없는 사실이다. 한우가 우리나라 고유의 품종이고 또 한우산업이 우리 민족산업이란 측면에서도 그렇고, 다른 육종, 다른 소와 차별되는 한우만의 우수성이 있다는 점에서도 그러하다.

서울대학교
식품동물생명공학부
조철훈 교수

한우자조금 전문가 자문단으로 활약하고 있는 서울대학교 식품동물생명공학부 조철훈 교수는 한우를 포함한 식육의 품질과 안전성을 높이는 기초과학, 응용기술을 개발하는 연구를 진행하고 있으며, 국내 토종 가축으로 생산된 식육에 대한 차별성과 우수성을 밝히는 일에도 매진하고 있다.

한우산업에 굵직한 이슈가 발생했을 때도 곳곳에서 활약해 왔다. 한우 숙성에 대한 관심이 고조되던 때에는 한우자조금 연구과제였던 '한우고기 건식숙성 방법 설정 연구용역'을 진행했으며, 마블링 이슈가 한창이던 시기에는 한우자조금 등이 주최한 '소고기와 건강에 관한 과학적 고찰'이란 주제로 열린 국제심포지엄에서 사회를 본 바 있다. "우리나라 한우 품종은 세계 어디에 내놓아도 손색이 없습니다. 우리가 지켜내야 할 충분한 가치가 있는 것이죠. 한우농가 여러분들이 우수한 한우를 잘 지켜낸 덕분입니다. 그 자부심으로, 그 어떤 상황에서도 힘을 내셨으면 좋겠습니다."

한우 우수성 증명하는 과학적 연구 경주해야

우리 한우는 △가장 맛있는 맛의 범위를 가지고 있다. 마블링, 올레산, 이노신산(IMP)과 같은 맛을 결정하는 성분의 함량이 알맞게 좋은데, 이는 다

른 나라의 소고기와 비교불가다. 한우만의 특별한 근섬유 배열과 조성이 만들어내는 조직감과 식감은 또 어떠한가. 이미, 이취도 없다. 또한, 한우는 △신선도에서 매우 만족스럽고 △불포화지방산, 올레산, 안세린, 펩타이드 등도 풍부해 건강기능 측면에서도 나무랄 데가 없다. 특히 세계에서 가장 완벽한 이력제를 가지고 있으며, 한우농가에서 철저한 방역으로 키워내는 한우의 △안전성은 타의 추종을 불허한다.

조 교수는 이는 과학적으로 검증된 ‘한우만의 ‘우수성’임을 분명히 했다. 그러면서 한우의 이러한 우수한 가치를 지켜내기 위해선 한우에 대한 과학적이고 체계적인 연구가 필요하다고 힘줘 말했다.

“다른 육류나 다른 소고기와 차별되는, 한우만이 가지는 우수성이 분명히 있어요. 그런데 한우가 그렇다고 말하는 것만으로는 설득력이 부족하죠. ‘한우만 그래?’란 의문이 드니까요. 한우의 우수성을 증명하는 과학적 토대를 단단히 구축해서 소비문화, 소비지식, 소비감성을 바꿔나가는 일이 중요합니다.”

조 교수는 과학적 논거를 가지고 설득하는 일의 필요성과 중요성이 현실에서 증명되고 있다는 점도 밝혔다.

“동물성 식품은 나쁜 것 식물성 식품은 좋은 것이란 인

식이 어느 순간 사람들에게 뿌리 깊게 박혔어요. 육류가 비만, 고혈압, 암과 같은 성인병의 원인이라고 치부했죠. 학문적으로 증명된 사실이 아님에도 말이죠. 이런 오해를 풀려고 그동안 학계와 산업계에서는 과학적 논거를 들어 강하게 반박해 왔는데, 고무적인 것은 사람들의 인식 변화가 나타나고 있다는 점입니다. 사람들은 100% 안전한 음식도 100% 독이 되는 음식도 없다는 사실을 받아들이고 있고, 그러면서 ‘적색육, 마블링은 건강에 좋지 않아’란 무조건적인 생각이 ‘과식이 문제이지, 적당히 먹는 것은 괜찮아’란 생각으로 바뀌고 있어요. 물론 오해의 목소리는 여전히요. 하지만 축산업계와 학계가 협력해서

이런 노력을 경주해 나간다면 유의미한 결과에 도달할 수 있을 것이라고 봅니다.”

과학적 대응과 지속가능한 한우산업

새로운 세대와 트렌드에 걸맞은 방식으로 한우의 우수성을 알리는 일 역시 중요해졌다. 조 교수 역시 소비자들이 원하는 것이 무엇인지 잘 알고 체계적으로 접근하는 일이 필요하다고 강조했다.



우리나라 한우품종은 세계 어디에 내놓아도 손색이 없습니다. 한우농가 여러분들이 우수한 한우를 잘 지켜낸 덕분입니다. 그 자부심으로, 그 어떤 상황에서도 힘을 내셨으면 좋겠습니다.

“요즘 소비자들은 새벽배송 등 모바일·온라인 서비스를 더 선호합니다. 한우를 안전하고 신속하게 배달하기 위한 과학적 방법을 찾고, 안전성 등에 대해서도 과학적으로 먼저 증명해 보여야 합니다. 포장 방법은 어떻게 할지, 친환경 트렌드에 부합하는 포장재는 어떤 것이 있는지, 소분은 어떻게 할지, 절단은 어떻게 할지, 가격은 어떻게 책정할지 등에 대한 조사연구도 필요합니다. 소비

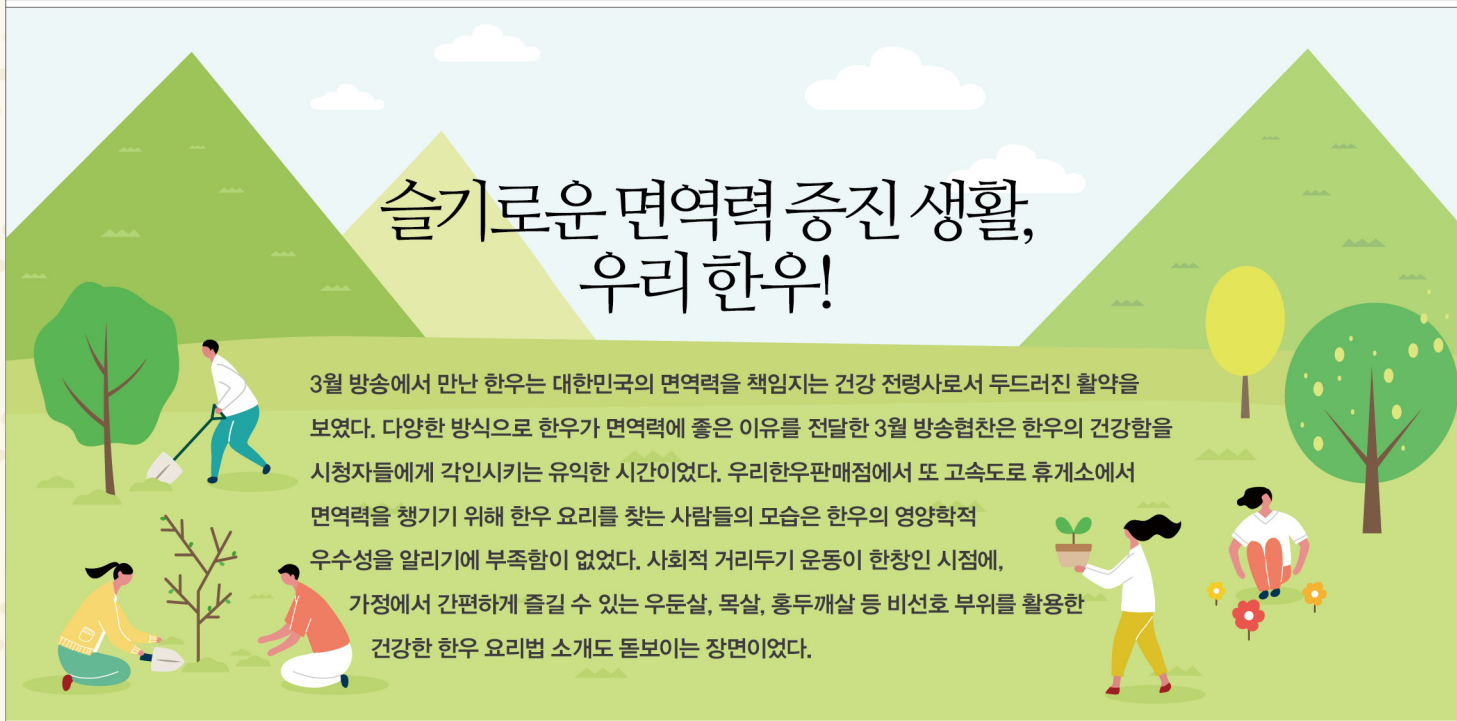
자들이 정육점보다 편의점 혹은 고기자판기에서 한우를 사는 것에 더 매력을 느끼지는 않는지 알아봐야죠.”

환경, 동물복지 등을 중시하는 소비 트렌드는 한우산업을 비롯한 축산업에 대한 오해를 낳는 부분이 없지 않다.

“이것은 하나의 트렌드입니다.

그렇다면 축산업이 특히 한우산업이 지속가능한 환경을 위해 노력하고 있다는 점을, 과학적인 근거와 사실에 입각해서 전략적으로 알려야 합니다. 축산업이 환경에 부담을 주는 것은 사실이지만, 과장된 측면이 있음을 정확한 근거로 뒷받침할 수 있어야 합니다. 이는 곧 축산업이, 한우산업이 소비자들이 원하는 방향으로 가기 위해 노력하고 있음을 보여주는 일이고, 결국 지속가능한 한우산업에 대한 설득력이 될 것입니다.”

그러면서 조 교수는 앞으로 한우의 저력과 우수성이 해외 유수 저널에 과학적으로 증명된 정확한 데이터로 실릴 수 있도록, 그 기초 작업을 하는 일에 힘을 다하겠다고 밝혔다. 🍷



3월 방송에서 만난 한우는 대한민국의 면역력을 책임지는 건강 전령사로서 두드러진 활약을 보였다. 다양한 방식으로 한우가 면역력에 좋은 이유를 전달한 3월 방송협찬은 한우의 건강함을 시청자들에게 각인시키는 유익한 시간이었다. 우리한우판매점에서 또 고속도로 휴게소에서 면역력을 챙기기 위해 한우 요리를 찾는 사람들의 모습은 한우의 영양학적 우수성을 알리기에 부족함이 없었다. 사회적 거리두기 운동이 한창인 시점에, 가정에서 간편하게 즐길 수 있는 우둔살, 목살, 홍두깨살 등 비선호 부위를 활용한 건강한 한우 요리법 소개도 돋보이는 장면이었다.

내 몸 지키는 헬시피, 힘이 불끈불끈 우리 한우!

SBS <생방송투데이> 3월 6일 방송

방송에서는 양질의 단백질을 다량 함유한 우리 한우가 면역력을 높이는 전령사로, 온 가족 건강 지킴이로 활약하는 모습이 담겼다. “한우는 면역력을 높여주고 피로 해소에 도움을 줄 수 있는 단백질과 아연을 다량 함유하고 있다”며 “특히 단가 불포화 지방산이라고 하는 올레익 애시드를 다량 함유하고 있는데, 이것이 혈액 내 LDL(저밀도 콜레스테롤) 함량을 낮춰 혈액 건강을 유지하는 데 도움을 줄 수 있다”는 전문가 멘트

는 한우의 우수성을 시청자들에게 알리기에 부족함이 없었다. 한우가 건강식으로 정평이 났음은 ‘한우를 먹어야 힘이 나요, 한우를 꼭 끓여서 따뜻한 국물에 밥 한 그릇 먹으면 그것보다 좋은 것이 없어요, 이름만 들어도 힘이 불끈불끈’ 등과 같은 시민들의 인터뷰에서 찾을 수 있었다.

우리한우판매점에서 우리 한우로 끓여낸 뽕안 국물에 부드러운 수육이 올라간 한우 곰탕을 즐기는 사람들의 모습은 시청자들

의 입맛을 저격했다. 한우 그 자체로 맛이 좋기 때문에 다른 첨가물을 넣지 않는다는 주방장의 설명에는 한우의 건강한 이미지가 함축적으로 담겼다. 여기에 한우고기와 사골로 우려낸 국물에는 마그네슘, 칼슘 등 영양성분이 들어있어 건강식으로 제격이라는 멘트가 더해졌다.

100% 한우만 사용하는 ‘우리한우판매점’을 시청자들에게 알리는 시간이었다는 점에서도 의미가 있었다.

이날 방송에서는 우둔살과 목살을 활용한 한우 핫도그와 한우 채소말이 요리법이 소개됐는데, 코로나19로 집에서 보내는 시간이 길어진 가족들의 건강 간식을 고민하는 시청자들의 ‘어머’라는 감탄사를 불러오기에 충분했다.



고속도로 위 보양식, 한우!

SBS <생방송 오늘저녁> 3월 26일 방송

고속도로 휴게소에서 사람들의 건강과 입맛을 사로잡는 한우의 모습이 전파를 탔다. '휴게소에서 원기를 회복하려고, 요즘 면역력이 떨어져서' 등의 이유로 휴게소에서 한우국밥, 한우 철판 비빔밥 등을 찾아 먹는 사람들의 모습에서 '한우=건강식' 이미지가 사람들에게 보편화됐음을 알 수 있었다. 엄격한 관리와 무항생제 사료를 먹여 한우를 키우는 한우농가의 모습은 한우가 안심 먹거리란 점을 시청자들에게 알리는 데 일조했다.

방송에는 휴게소에서 한우 요리가 만들어지는 과정도 그대로 담겼는데, 오랜 시간 정성 들여 만들어지는 휴게소 한우 요리의 모습은 '구수하고 진하며, 깊은' 맛을 내는 한우의 건강한 맛을 전달하며 시청자들의 입맛을 당기기에 손색이 없었다. "맛있다, 한우는 정답이다, 한우가 들어가서 맛이 더 좋을 수밖에 없다" 등의 시식 평도 이어졌다.



알고 먹으면 더 건강하다, 한우의 우수함은 증명된 사실!

TV조선 <슬기로운 정보생활 알콩달콩> 3월 19일 방송

이날 방송에서는 면역력 증진에 필수 영양소인 양질의 단백질을 함유한 우리 한우에 대한 집중 탐구가 이어졌다. 특히 "한우의 필수 아미노산 함량(70.7%)이 수입 소고기(63.8%)보다 높다, 소고기의 맛을 좌우하는 올레인산이 수입 소고기(38.29%)보다 한우(48.7%)가 월등하다" 등 증명된 데이터로 한우의 영양과 맛의 우수성을 보여주는 방식이 돋보였다. "한우에는 항산화제 물질도 들어있다, 대장염을 완화하는 성분이 수입 소고기보다 훨씬 풍부하다, 다이어트에도 도움이 된다" 등의 전문가 멘트는 한우의 건강한 매력을 한층 더 끌어올렸다. 한우의 마블링에는 불포화지방산이 풍부해 혈압을 낮추고 성장과 발달에 도움을 준다는 전문가 설명과 여러 연구에서 마블링과 심혈관 질환은 관련이 없는 것으로 나타났으며 과학적 근거를 들어 설명하는 장면은 한우의 오해를 해소하는 결정적 장면이었다. 집에서 식사하는 사람들이 늘어난 요즘, 우둔살과 사태를 활용해 쉽고 간편하게 만들 수 있는 한우 장조림과 한우 불고기 요리법을 알려주며 주부들의 시선을 잡는데 성공했다. 한편, <슬기로운 정보생활 알콩달콩>에서 메인 MC로 활약하고 있는 가수 이수영 씨가 진행하는 CBS 음악 FM <이수영의 12시에 만납시다>에는 한우 선물세트가 현물협찬되고 있다. 건강에 대한 시청자들의 높은 관심사를 반영해 지난 3월 2일에는 "한우로 건강 지키세요, 한우농가에서 한우 선물세트를 드립니다"란 멘트가 고지됐다.



4월 한우자조금 TV광고 스케줄

채널	편성표	요일	횟수
KBS2	주말연속극(한 번 다녀왔습니다) 1부	일요일	1회
	주말연속극(한 번 다녀왔습니다) 2부(재)	토요일	4회
	1박2일 2부	일요일	1회
	일일드라마(위험한약속)	월요일·수요일	2회
	생생정보	월요일~금요일	20회
	경제타임	월요일~목요일	18회
	신상출시편스토랑 1부(재)	토요일	4회
	글로벌24	목요일	2회
	개는 훌륭하다 2부(재)	토요일	4회
	뉴스투데이 2부	월요일~금요일	22회
MBC	뉴스데스크	월요일·화요일·토요일·일요일	13회
	생방송 오늘저녁	화요일·목요일·금요일	12회
	탐사기획 스트레이트	월요일	1회
	라디오스타 1부(스페셜)	토요일	3회
	수목드라마(그 남자의 기억법) 1부(재)	토요일	2회

‘한우농가 교육 영상’ 소개 언제 어디서나 한우농가 교육 삼매경



사회적 거리두기 운동이 확산과 더불어 한우자조금

이 제작한 ‘한우농가 교육 영상’이 한우농가 교육 콘텐츠로 더욱 부각될 전망이다.

한우자조금은 한우농장 운영과 한우 사양관리에서 알아둬야 할 한우농가 교육 영상 콘텐츠를 한우자조금 홈페이지와 한우자조금 유튜브에 게재하고 있다. 교육 동영상은 15개 커리큘럼에 대해 총 56개로 제작됐으며, 한우산업 전반에 대한 안내와 한우농장 사업 진입 방법부터 △번식우 관리 △후보 번식우 관리 △송아지 관리 △비육우 관리 △병역질병 관리 △도체 품질관리 △육종 개량 관리 △조사로 생산관리 등과 같은 한우 사양관리법, △한우 정보 관리 법(한우 관련 기술 정보 확인법과 한우농장 해설 준비와 인증법) △농장경영 관리 △브랜드 및 유통관리 방법 △한우 사육 관련 업무 관리 등 한우농장 경영관리에 필요한 내용까지, 한우농장 영위에 필요한 거의 모든 정보를 일목요연하게 담고 있다.

강의 시간도 짧게는 5분 내외부터 가장 긴 것도 30분을 넘지 않아, 교육 시간에 대한 부담도 없다. 동영상 강의 교육 자료를 내려받을 수 있으며, 강의 내용은 지문으로도 확인할 수 있다.

한우농가 교육 영상은 ‘한우자조금 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr)-알림·홍보-홍보자료-영상홍보-교육영상’에서 확인할 수 있으며, 한우자조금 유튜브에서도 ‘한우농가교육영상’을 검색해 이용할 수 있다. 📺

한우자조금 한우농가 교육 영상 현황

	강의 내용	강의 요약
1장 한우 사육 안내	1강.한우산업의 현황과 전망	한육우 사육동향, 가격동향, 한우 생산비와 경영비
	2강.신규 한우사육을 위한 과정 소개	최적의 사육환경 조건, 우사 설계 방식 등 신규 한우 입식 환경 요건에 대한 기초 지식
	3강.한우 사업계획 수립	입식 진입에 대한 자금조달 계획, 비육·번식·일관 등의 사육형태 선택법
2장 번식우 관리	1강.번식우 사양관리의 목표와 기본	암소의 선발과 도태, 개량 목표·방향 설정, 질병 예방 프로그램 소개
	2강.효과적인 발정 점검 및 수정시기 기록	효과적인 발정 점검, 발정 징후 관찰법, 발정 발현 시간 분포대, 교배적기, 발정 전기와 후기의 특징
	3강.인공수정 및 임신진단 관리	인공수정과 임신진단 관리법, 정액 주입 방법, 직장검사법 등 임신진단 방법
	4강.발정과 배란동기화를 활용한 번식관리	발정, 발정동기화 장치 및 활용 방법, 배란동기화의 장점과 활용 방안
	5강.수정란 이식을 활용한 번식관리	수정란 이식의 이론과 장점
3장 후보 번식우 관리	1강.번식우와 송아지 선발요령	좋은 번식우의 조건, 고능력우 찾는법, 혈통기준, 체고 등 외모판별을 이용한 송아지 선발요령 등
	2강.좋은 송아지 고르는 법	송아지 선발과 구입 유형, 송아지 선발기준, 좋은 송아지 구별법, 외모평가를 이용한 비육 밀소 구별법
	3강.좋은 번식우 만들기 위한 육성우 관리	번식 후보육성우의 소화기관 발달 과정 등 성장특성, 사료 급여 제안과 기록관리 중요성, 기타 환경적 사양관리 방안
	4강.후보암소의 첫 수정적기와 임신관리	암소 성숙속 특징과 수정적기, 발정 특징과 발정 지속 시간, 수정적기
	5강.육성우의 체형관리 및 예방접종 관리	육성기 성장 특성, 기초체형 형성을 위한 체형관리 방안으로 사료 급여법과 농후사료 제한급여 효과, 질병 예방백신

강의 내용		강의 요약
4장 번식우 관리	1강.번식우의 체형 및 사료관리	육성기부터 성 성숙기 이후까지 사료 급여 요령과 분만전후 체형관리
	2강.번식우 분만관리	분만 시 입회 이유, 번식우 분만 관리 후산 정책과 대처 방안
	3강.조산, 정상분만 및 난산관리 방법	조산, 정상분만 및 난산관리 설명, 분만 전 준비과정, 분만 징후, 난산 구별 방법과 난산 시 주의 사항과 대처
	4강.분만 직후의 송아지 관리방법	분만 직후 필수 조치 사항, 송아지 분만관리, 암소 상태 확인과 대처방안, 송아지 흉치 발굽 관리
5장 송아지 관리(분만 1주령~ 5개월령)	1강.포유송아지 영양관리	생후 송아지의 반추위 발달 특성, 송아지 영양소 섭취에 필요한 사료량과 음수량, 적정 이유시기
	2강.송아지 질병 관리	송아지 폐사원인과 질병 예방 방안, 영양 및 환경 관리, 설사병과 호흡기질병 등 송아지에 질병별 원인과 치료법
	3강.분만 후 번식간격 개선을 위한 관리	송아지 분만두수 최대화를 위한 분만 후 발정재구에 영향을 주는 요인 등 분만 후 발정재구 개선법
	4강.한우 번식우 질병 관리	요내병·지방괴사증·질탈·자궁탈태반정체·임신중독증 등의 증상과 원인, 예방과 예후법
6장 비육우 관리 (육성우, 6개월 이후)	1강. 육성우단계의 반추위와 성장특성	성장에 따른 소의 반추위와 장기의 성장 특성, 반추위 발달에 필요한 조건
	2강. 비육용 육성우 사양관리	우량 밀소 확보 방안, 영양관리법, 사료급여 관리와 활용 방안
	3강. 육성비육우를 위한 축사 및 시설환경	파상풍, 전염성각결막염·Vitamin-D 결핍증·복사독 등 감염증 원인과 증상 및 치료·예방법
	4강. 육성우 질병 관리	우사의 구조 설계기준과 시설구비 조건, 우사 환기의 중요성, 지붕 등 신경 써야 할 요소
	5강. 우수 한우농가 사례(계림농장)	선도농가의 경영철학과 자가수정의 이점, 제각 장려 등 경영방식
7장 비육우 관리 (비육우)	1강. 비육우단계의 반추위와 성장특성 소개	반추기축의 소화기관 이해 및 특징, 반추미생물에 유용하게 활용될 수 있는 환경유지 측면
	2강. 비육우 사양관리 표준프로그램	거세우의 육성기·비육전기·비육후기 사양관리 방안과 사료 급여 표준 프로그램 소개
	3강. 비육우 주요 질병과 치료예방	급성산중·고창증·간농양·위염·4위궤양·요결석증 등의 원인과 증상 및 치료·예방법
8장 병역 질병 관리	1강. 법정 전염병 발생시 대응요령	가축 전염병 구분에 대한 이해, 한우의 법정 가축 전염병 지정현황과 질병 특징, 가축 전염병 발생 시 대응 요령
	2강. 위생관리와 소독방법	위생관리의 목적과 예방접종 정보, 질병검진, 기생충 구제, 소독 방법
9장 도체품질 관리	1강. 소도체등급제설명	도체 등급제도의 이해, 육질등급의 이해, 육량등급의 이해 및 최종 등급표시
	2강. 소도체 육질등급 국내외 육질 비교	소도체 품질평가 방법, 국가별 축산물등급 도입 시기, 국내 등급판정 방법과 육질등급 판정항목
	3강. 국내도축현황과 등급출현율 변화	한우 사육두수, 도축두수, 등급판정두수 추이, 등급판정두수 중 상별 비율과 수급특징에 대한 이해
10장 육종·개량 관리	1강. 개량에 대한 이해	한우개량의 의미와 이해, 목표 설정, 등록 이후 능력검정, 유전능력 추정과 선발과 교배, 유전적 개량량
	2강. 혈통등록과 외모심사 방법	혈통등록에 대한 이해, 외모심사 방법 종류와 기준
	3강. 혈통과 능력 기록관리 및 이용	기록의 중요성과 기록 항목, 혈통 확인 방법과 혈통을 이용한 개체 능력 예측 방법, 능력기록 설명
	4강. 농장단위의 개량을 위한 방법	육량개량, 육질개량 등 농가단위의 개량방향 설정부터 농가주도의 계획교배와 선발방법
	5강. 개량수준에 따른 수익성 변화	수익성수치 비교를 위한 전제, 개량수준에 따른 농가의 소득 증가 및 농가 간 차이
11장 한우 정보 관리	1강. 한우 관련 기술 정보 확보 방법	한우 관련 정책·경락가격 등의 정보를 확인할 수 있는 한우 관련 기관 소개와 홈페이지 접속 방법
	2강. 한우농장 해법 준비와 인증	해법 인증 준비 과정, 인증 심사신청 과정과 필요 요건, 심사 과정, 해법 인증 후 효과
12장 농장경영 관리	1강. 경영기록 및 관리프로그램의 필요성	한우 경영기록에 대한 자가 진단 및 경영지표의 이해, 한우농장 경영분석과 기록관리를 통한 개선 사항
	2강. 한우경영정보시스템 개요-1	시스템에 대한 기본 이해, 경영분석 설계, 기간별 및 개체별 손익계산서 이해, 농장 주요 생산지표
	3강. 한우경영정보시스템 개요-2	한우경영정보시스템 다운로드 방법, 기초정보 화면과 상세 화면 등에 대한 설명
13장 조사료 생산 관리	1-1강. 초종별 특징 및 재배방법(목초)	국내산 조사료의 현황과 기초 지식 확인, 농가에서 많이 이용되는 화본과와 두과 주요 목초에 대한 설명, 초지 조성 방향
	1-2강. 초종별 특징 및 재배방법(여름)	활용도가 높은 옥수수부터 수단그라스와 귀리 등 주요 여름사료작물 설명
	1-3강. 초종별 특징 및 재배방법(겨울)	이탈리안 라이그라스의 파종 시기와 방법, 청보리와 호밀 IRG+청보리 혼파 특징
	2강. 좋은 건조 조제와 판단 요령	좋은 건조 조제와 판단요령, 건조조제의 적기와 건조품질평가 기준 등
	3강. 사일리지 및 건조 제조	조사료 이용방법과 원형 곤포 사일리지 조제기술, 사일리지의 원리와 발효과정 및 조제기술
	4강. 양질 조사료 재배 및 이용기술	조사료의 정의, 양질의 조사료 생산 필요성, 라이그라스를 통한 우수 재배 및 이용기술
14장 유통 관리	1강. 국내외 소고기 유통 실태	국내외의 소고기 유통 비교, 우리나라 소고기 유통의 특성
15장 한우 사육 관련 업무 관리	1강. 초음파 측정과 활용자료 원고	초음파 진단으로 비육우(거세) 생산성 향상, 암소개량의 중요성, 암소 자질평가 방법
	2강. 소 보정방법	보정의 정의, 보정 노하우, 안전관리와 보정 방법의 종류
	3강. 소의 제각방법	송아지 제각의 필요성과 손쉬운 제각방법
	4강. 송아지의 수액 주사방법	송아지의 수액 주사방법

2

‘2020년 한우농가 교육 스케줄’ 알림 한우농가 경쟁력 제고 위한 한우농가 교육에 참여해보세요!

한우자조금은 2020년에도 한우농가 대상 다양한 교육사업을 전개하며, 한우농가 생산 기술과 생산성 및 소득 제고, 후계 한우인과 여성 한우인 양성 등 한우산업과 한우농가의 경쟁력을 강화하고 더 나아가 지속가능한 한우산업의 입지를 더욱 공고히 다진다는 방침이다.

한우자조금 교육사업의 주관기관은 전국한우협회, 농협경제지주, 한우협동조합연합회이며, 각각 생산성향상 및 정책교육, TMR전산프로그램 교육, 한우 인공수정 교육, 한우 지도자 역량 강화 교육, 후계자 및 여성 한우인 교육, 한우 후계축산인 교육, 한우 후계자 교육, 한우농가 생산성향상 업그레이드(Up-grade) 교육, 여성 한우농가 교육, 한우농가 생산성향상 기술교육 등을 진행한다.

전국한우협회



생산성향상 및 정책교육

- 회수 75회
- 교육시기 11월까지 진행
(운영모집 시 주관기관 공지)
- 기간 당일 교육
- 장소 생산성 교육 희망 시군지역
- 인원 시군 신청 농가수
- 교육내용 한우 사육전반에 관한 교육

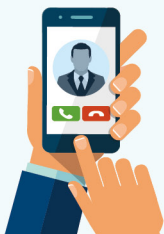
한우 인공수정 교육

- 회수 12회
- 교육시기 추후 확정(운영모집 시 주관기관 공지)
- 기간 당일 교육
- 장소 추후 확정
- 인원 회당 30명 내외
- 인원선발방법 도지회 신청 접수, 인원 배정 후 추천
- 교육내용 인공수정 이론 및 실습 교육



TMR전산프로그램 교육

- 회수 2회
- 교육시기 모집 시 주관기관 홈페이지 공지
- 기간 당일 교육
- 장소 추후 확정 (대전·충남권)
- 인원 50명×2회
- 인원선발방법 도지회 신청 접수, 인원 배정 후 추천
- 교육내용
 - 자가배합
 - TMR프로그램 운영방법
 - TMR 제조 이용사례
 - 자유토론



후계자 및 여성 한우인 교육

- 회수 4회
- 기간 1박 2일(추후 공지)
- 장소 추후 확정
- 인원 180명 대상
- 인원선발방법 도별 여성·청년 대상 신청 접수
- 교육내용
 - 후계 인력 및 여성 한우인 교류 활성화
 - 개인 역량과 조직 역량 강화, 농촌과 한우산업에서 리더의 역할 교육과 역량 향상을 위한 토론 진행

한우 지도자 역량 강화 교육

- 회수 5회(중앙회 2회·도지회 3회)
- 교육시기 4월~11월
(추후 주관기관 공지)
- 기간 1박 2일
- 장소 추후 확정
- 인원 225명 대상(45명×5회)
- 인원선발방법 도지회별 한우지도자
- 교육내용
 - 한우 지도자 역량 강화 및 안정적인 사업을 위한 활동 증진
 - 인문학적 소양교육, 리더십 강의 및 협회 조직 운영에 필요한 다양한 정보 제공

한우자조금에서 운영하는 교육의 인기는 매년 더욱 높아지고 있는데, 한우농장을 잘 운영하고 또 한우 사양관리에 전문성을 높여 농장의 경쟁력을 향상하기 위해서는 ‘교육’이 필요하다는 한우농가들의 공감대가 형성된 까닭이다.

지난해 한우자조금에서 실시한 한우농가 교육 현장에서 만난 참석자들의 이구동성은 “한우를 제대로 키우고 또 소득을 높여 농장의 경쟁을 높이기 위해서는 ‘교육이 필수’”라는 것이었다.

한우농장이 하나의 산업으로 자리매김했고, 이제는 한우농장을 ‘경영’하는 시대가 됐으니 예전과는 달라져야 한다는 측면도 있다.

아울러 교육으로 새로운 사양관리 기술을 빠르게 습득해 농장의 경쟁력을 키우

고 또 하루가 다르게 변화하는 정책과 제도에 민감하게 반응해야 한다는 점에서도 한목소리를 냈다.

한우자조금 관계자는 “한우농가들의 교육 열기가 얼마나 뜨거운지 잘 알고 있다”면서 “한우농가들이 필요한 교육이 무엇인지 파악해 현장에 직접적으로 도움이 되는 한우농가 교육을 기획하고 진행하기 위해 노력하겠다”고 밝혔다. 🌟

농협경제제주

한우 후계축산인 교육

- 회수 3회
- 교육시기
 - 1차 : 7~8월경(중부권)
 - 2차 : 8~9월경(경상권)
 - 3차 : 10~11월경(호남권)
- 기간 3박 4일
- 장소 중부권(미정), 경상권(미정), 호남권(미정)
- 인원 회차별 30명
- 인원선발방법 축협 신청 → 지역본부(도) 축산사업단에서 취합 후 제출 → 축산건설팀부 취합 후 교육대상 선정
- 교육내용
 - 한우자조금 역할과 사업내용
 - 축산업과 농협 축산경제사업 소개
 - 사육단계별 사양, 개량, 가족 전염병 예방 및 질병관리
 - 축산농가가 알아야 할 세무
 - 올바른 축사건축 방법
 - 한우 외모심사 및 우량송아지 선택방법
 - 번식우 체형(BCS)유지 관리법
 - 양질의 조사료 생산 및 이용방법
 - 선진농가 우수사례(현장체험)

한우협동조합연합회

한우 후계자 교육/한우농가 생산성 향상 Up-grade교육/여성 한우농가 교육

- 회수 각 1회
- 교육시기 농한기 위주(7월~8월 중)
- 기간 1박 2일
- 장소 추후 확정
- 인원 각 30명
- 인원선발방법 조합별 인원 배정 후 추천

한우농가 마인드향상 과정교육

- 회수 1회
- 교육시기 7월 이후
- 기간 1일
- 장소 해당조합 회의실 및 지역 복지센터
- 인원 120명 대상
- 인원선발방법 희망조합 추천



한우농가 생산성향상 기술교육

- 회수 12회
- 교육시기 3월부터 10월 중 조합상황에 따라 다름
- 기간 1일 3시간 이상
- 장소 해당조합 회의실 및 지역 복지센터
- 인원 1,000명 대상
- 인원선발방법 회조합별 인원 배정 후 추천



3

‘봄철 건강을 위한 위대한 특가전’ 진행 연중 기획전·월간 이벤트로 한우 소비촉진 정주행

코로나19 확산으로 ‘사회적 거리두기’ 운동이 한창인 가운데, 한우자조금이 추진하고 있는 언택트 소비촉진 할인 행사와 이벤트가 눈길을 사로잡고 있다.

한우자조금은 3월 23일부터 4월 12일까지 ‘한우유명한곳’에서 봄철 건강을 위한 위대한 한우 특가 기획전 ‘한우, 위대한 특가로 드러봄’을 전개했다. 한우자조금 민경천 위원장은 “코로나19로 사회적 거리두기에 동참하는 소비자들이 우리 한우를 저렴한 가격에 구입해 가정에서 즐길 수 있도록 이번 특가전을 마련했다”며 “우리 한우가 면역 등 건강에 좋은 식품이란 점을 알리는 데 도움이 될 것”이라고 기대했다.

‘한우, 위대한 특가로 드러봄’ 기획전에는 △하늘소(대전세종충남) △녹색한우(전남) △의성마늘소(경북) △민속친한우(경북) △한우지예(경남) △산들에한우(경남) 등 6개 업체가 참여해, 1등급 이상 한우 등심과 국거리, 불고기 등을 20% 이상 할인한 가격에 선보였다.

이번 기획전은 연중 한우 소비가 덜한 시기에 한우 소비를 촉진하기 위해 한우자조금이 연중행사로서 야심 차게 기획한 ‘위대한 특가전’의 첫 번째 행사이다. 한우자조금 관계자는 “3월 ‘한우, 위대한 특가로 드러봄’ 외에도 △5월 ‘감사 한우’ △8월 ‘휴가 한우’ △11월 ‘축제 한우’를 주제로 특가전을 진행할 예정”이라며 “한우가 연중 꾸준히 소비되도록 노력하겠다”고 밝혔다.

한우자조금은 ‘위대한 특가전’ 흥행을 위한 이벤트도 다양하게 준비했다.

우선 한우를 구매하는 고객 중에서 추첨으로 15명을 선발해 5만 원 상당의 한우 정육세트를 증정하는 감사 이벤트를 진행했다.

아울러 한우를 구매하지 않아도 참여할 수 있는 건강 인사 이벤트 ‘하누랑이 전하는 건강 인사’도 전개했다. ‘한우 먹



고 건강한 봄맞이하세요, 힘내라 대한민국, 잘 가라 코로나19' 등의 메시지가 담긴 건강 인사가드와 위대한 특가전 행사를 지인과 공유하는 사람 중 추첨으로 15명에서 5만 원 상당의 한우 정육세트를 제공했다. 이번 이벤트는 위대한 특가전 홍보 차원을 넘어, 사회적 거리두기 운동으로 지인들과 소통하고 싶은 마음이 더욱 커진 소비자들의 마음을 저격한 이벤트란 점에서 특히 돋보였다.

‘특가전 알림 예약’ 이벤트도 눈길을 끌었다. 다음번

에 진행할 위대한 특가전 예약 알리를 신청한 고객 중 추첨으로 30명에게 한우 불고기버거 기프티콘을 선물했다.

아울러 한우자조금은 ‘매월 1일은 한우 먹는 날’ 캠페인 전개에도 나섰다. 이를 위해 한우자조금은 지난 2월 28일부터 3월 8일까지 지난해 MOU를 체결한 임신, 출산, 육아, 교육 분야 전문 언

론사 ‘베이비뉴스’ SNS 채널에서 ‘매월 1일은 우리 가족이 ○○ 먹는 날!’ 퀴즈 이벤트를 전개했다. 한우의 실질 소비층으로 분류되는 산모, 주부 대상의 이벤트란 점에서 의미가 컸다. 댓글로 답을 달고 @친구를 소환하는 참여자 중 10명을 선정해 5만 원 상당의 한우를 제공했다. 





진행하게 됐다"라고 소개한 뒤 "한우 곰거리에 대한 관심과 소비를 촉진하는 데 기여할 것"이라고 말했다.

이번 할인 판매에 참여

한 농·축협 하나로마트에서는 한우 사골, 꼬리, 우족을 kg당 각각 3,300원, 6,600원, 5,600원에 판매했다. 전국한우협회 한우먹는날에서는 △사골 18만 6,000원→5만 원(14kg 이상, 할인율 73.1%) △꼬리 13만 3천 원→6만 원(8kg 이상, 할인율 54.9%) △우족 12만 3천 원→4만 5천 원(7kg 이상, 할인율 63.4%)이란 파격적인 할인 가격으로 고객을 맞았다.

한우자조금은 한우 곰거리에 대한 소비가 줄고 이에 가격이 하락하는 상황을 타개하기 위해 그동안 다방면으로 노력해 왔는데, 이번 할인판매 행사도 이와 무관하지 않다. 우리 한우 곰거리의 신선함과 건강함을 직접 보여줌으로써, 소비자들이 한우 곰거리를 보다 친근한 음식재료로 인식하게 만들겠다는 것이다. 한우자조금 관계자는 "이번 할인 행사가 한우 곰거리가 소비자들의 일상에 더 가깝게 다가가는 계기가 될 것"이라고 확신했다.

이번 오프라인 할인 판매행사는 한우자조금이 지난 2월부터 한우 판매점 등 한우 관련 정보를 검색해 볼 수 있는 '한우유명한곳.com'에서 진행하고 있는 '한우 부산물 기획전'과 시너지 효과를 내는 데 이바지했다. 한우자조금 관계자는 "오프라인 매장을 찾는 고객과 온라인 서비스를 활용하는 고객층은 구분되는 경향이 있다"라며 "오프라인과 온라인에서 동시에 할인 행사를 진행함으로써 한우 곰거리의 영양학적 우수성을 보다 널리 알리고 무엇보다 한우 곰거리에 대한 소비층을 두껍게 쌓는 데 도움이 될 것"이라고 말했다. 🍲

4

한우 곰거리 최대 70% 할인 판매 건강 찾는 소비자에게 건강한 '한우 곰거리' 눈도장

"한우고기와 한우 곰거리로 건강 챙기세요."

한우자조금이 원기회복, 면역력 증진 등 건강에 좋은 우리 한우와 한우 곰거리의 영양학적 우수성을 널리 알리기 위해 전방위 소비홍보 활동을 벌이고 있다. 코로나19, 환절기 등으로 건강과 건강한 먹거리에 대한 관심이 높아진 시기인 만큼, 적극적이고 대대적인 소비홍보 및 소비촉진 활동으로 우리 한우와 한우 곰거리의 우수성을 소비자들에게 각인시키고, 더 나아가 한우와 한우 곰거리에 대한 소비 진작을 도모하겠다는 것이다. 이에 한우자조금은 소비자들의 관심사를 반영한 다양한 주제의 언론홍보 기획 기사를 배포했으며, 방송협찬 콘텐츠의 포커스도 원기회복, 면역력에 좋은 우리 한우에 맞춰지고 있다. 건강을 주제로 한 이벤트와 행사도 다양하게 펼치고 있다.

한우자조금이 지난 3월 2일부터 3월 31일까지 농협유통점 및 농·축협 하나로마트 32개소와 전국한우협회 한우먹는날에서 진행한 한우 곰거리 최대 70% 할인 판매 특가 행사도 이 일환이다. 한우자조금 민경천 위원장은 "소비자들이 영양학적으로 우수한 우리 한우 곰거리를 저렴한 가격에 구입해 드시고 건강을 증진하길 바라는 마음으로 한우농가들이 십시일반 모은 '한우자조금'으로 이번 행사를

5

‘2019년 한우자조금 사업성과 동영상’ 공개 한우산업을 이끌어가는 힘 한우자조금관리위원회가 달려온 길

한우자조금관리위원회가 2019년도 추진한 사업 내용과 그 성과를 담은 동영상을 발표, 한우농가의 피와 땀으로 조성한 소중한 한우자조금을 한우산업의 경쟁력 강화를 위해 어떻게 활용했는지 투명하게 알렸다. 한우자조금관리위원회 과업 동영상은 한우자조금의 필요성과 신뢰도를 높이는 계기가 되고 있다.

2019년 한우자조금관리위원회는 한우자조금 총 384억 원(계획 대비 100.3%)을 조성했으며, ASF(아프리카돼지열병) 발병으로 하반기 사업에 차질을 입은 중에도 263억 원(계획 대비 86%)을 운용했다.

263억 원은 ‘경쟁력 있는 생산 경쟁력 있는 소비’

를 슬로건으로, 한우 소비 기반을 더욱 확대하고 한우의 우수성을 널리 알려 소비자가 우리 한우를 더욱 사랑하게 만들기 위해 펼친 다양한 사업에 투입돼 알차게 활용됐다.

과업 동영상에서는 2019년 한우자조금관리위원회가 생산과 소비의 균형으로 한우산업의 경쟁력을 다지기 위해 진행한 다양한 사업 내용이 그대로 담겼다. 먼저 캠페인광고, 방송프로그램 제작지원 및

협찬, 한우 이모티콘 마케팅, 대한민국이 한우 먹는 날 행사, 한우농가 교육 및 컨설팅, 학생 대상 한우 우수성 정보 제공, 퇴비부숙도 검사 단기적 대응 방안 연구, 한우 배합사료 원가 분석 연구, 명절 한우 할인행사 및 직거래장터, 저능력 미경산우 비육지원 등 2019년 한우자조금관리위원회의 주요 사업을 소개하고 있는데, 이는 한우자조금관리위원회에서 수행하는 다양한 사업을 한눈에 이해할 수 있도록 돕는다.

이어서 한우자조금관리위원회의 핵심사업인 소비홍보 사업, 사회공헌 사업, 유통구조 사업, 교육 및 정보제공 사업, 조사연구 사업 부문에서 각기 추진한 다양한 사업 내용과 의미, 기획의도, 성과를 알차고 일목요연하게 담았다. 한우자조금관

리위원회와 한우자조금의 필요성을 고스란히 느낄 수 있는 것은 물론 한우자조금관리위원회가 한우농가와 한우산업의 경쟁력 강화를 위해 어떤 노력을 기울이고 있는지도 엿볼 수 있다.

한우자조금관리위원회 관계자는 “한우자조금관리위원회는 소중한 한우자조금을 허투루 쓰는 일이 없도록 부담감과 책임감을 갖고 정진하겠다”라며 “한우자조금이 경쟁력 있는 한우산업을 위해, 한우가격 안정화를 위해, 한우농가의 경영안정을 돕기 위해, 또 소비자들이 한우를 더욱 행복하게 즐길 수 있도록 하는 일에 제대로 쓰일 수 있도록 최선을 다하겠다”라고 말했다.

2019년 한우자조금관리위원회 과업 동영상은 한우자조금관리위원회 홈페이지 영상홍보(www.hanwoo-board.or.kr/movie)에서 확인할 수 있다. 📺



6



한우문화매거진 '만들이' 2020년 봄호 발행 대한민국 문화유산의 가치(PRIDE OF KOREA) + 한우의 가치(PRIDE OF TASTE) 봄철 면역밥상 한우 요리로 한우의 영양학적 우수성 제고

한우자조금이 지난 3월 24일 한우 소비촉진에 이바지하는 국내 유일의 한우문화 매거진 '만들이' 2020년 봄호를 발행했다. 제호인 '만들이'는 소와 함께한 우리 민족의 세시풍속으로, 농사를 가장 잘 지은 집에서 마을 사람들과 잔치를 벌였던 것에서 유래됐다. 만들이는 2010년부터 분기별로 연 4회 발행되고 있으며, 이번이 39번째 발행이다.

콘셉트 북을 지향하는 만들이의 2020년 테마는 '프라이드 오브 코리아(PRIDE OF KOREA)'이다. 자랑스러운 대한민국의 문화유산 가치(PRIDE OF KOREA)와 대한민국의 고유 품종인 한우의 가치(PRIDE OF TASTE)를 연결해, 대한민국의 멋과 맛의 가치를 알린다는 차원이다. 2020년 만들이가 다룬 대한민국 문화유산은 한식, 한옥, 한글, 한복으로, 발행 월의 이슈에 맞춘 주제이다. 여기에 더 가치있는 삶을 제안(PRIDE OF LIFE)하는 콘텐츠를 더해 독자들의 볼거리와 즐길거리를 제공하기 위해 신경 썼다.

2020년 만들이 봄호가 다룬 대한민국 문화유산은 바로 '한식'이다. 한식의 맛과 영양학적 우수성이 뛰어난 한식과 한우를 연결, 2020년 만들이의 편집 방향을 직접적으로 알리는 측면에서 의미가 컸다. 한식 밥상의 우수성과 계절별 한식의 특성, 다양한 한식에 얹힌 이야기를 알려준 칼럼, 한식 요리 대가 심영순 요리연구가와와의 인터뷰 등은 만들이 봄호의 주제의식을 극명하게 드러내는 데 일조했다.

한우요리를 소개하는 '약식동원'에서는 한우자조금 전문가 자문단인 박미경 한의사의 '봄철 면역밥상' 요리법이 담겼는데, △춘곤증에 좋은 한우 차돌박이 달래볶음 △호흡기 건강에 좋은 한우 사태 더덕 냉채 △면역력 강화에 좋은 한우 주꾸미 볶음 △건조한 피부에 좋은 한우 쑥국 △관절 통증에 좋은 두릅을 곁들인 한우 살리스버리 스테이크 △혈관 건강과 감기 예방에 좋은 한우 한라봉 샐러드 등 6가지 한우 요리법은 건강에 대한 독자들의 다양한 관심사를 충족시켰다는 측면에서 눈에 띄는 기획이었다. 특히 다양한 제철 음식재료들과 잘 어우러져 각기 다른 건강



기능을 발휘하는 한우고기의 팔색조 매력을 알리는 데 도움이 됐다.

박물관 미식여행, 음식 세계사, 바이러스와 세균 막는 건강 식단, 교양 한 토막, 생활 상식, 골프 라이프, 인싸 운동법, 문화 광장 등의 콘텐츠는 독자들의 다양한 지적 호기심을 충족시켰다. 유네스코 세계 문화유산에 등재된 대한민국 여행지를 소개하는 '가치 여행' 섹션은 2020년 만들이의 콘셉트에 충실한 기획이었다. 고속도로 휴게소의 맛을 소개한 '맛남의 광장' 등 요즘 트렌드를 반영한 콘텐츠도 돋보였다.

표지는 매호 콘셉트와 관련한 이미지를 표지 전면에 직접 보여주며 독자들의 시인성과 가독성을 높이는 방향으로 디자인됐다. 봄호에는 한우 요리가 표지를 장식했다. 또한, 글자 'ㅎ'을 디자인 요소로 사용해, 한국의 문화유산과 한우를 연결하는 기획 의도를 표현했다.

만들이는 일반 소비자를 포함해 한우 관련 단체와 은행, 공공기관 등에 매호 약 1만 부를 배포하고 있다. '한우자조금 웹진(hanwoowebzine.com)'에서도 만날 수 있다. 🍀



7

코로나19 빠른 종결 기원하는
한우농가 온정의 손길 이어져

한우농가 코로나19 극복 성금 약 2억 900여만 원 전달



전국한우협회가 코로나19로 어려움을 겪고 있는 국민을 위해 한우농가를 대상으로 성금모금운동을 진행해 모은 성금 약 2억 900여만 원을 피해가 큰 대구·경북을 비롯한 각 지자체에 전달했다고 밝혔다. 이번에 전달한 성금은 사회복지공동모금회에서 지역 내 코로나19 감염환자 관리 지정병원과 시군보건소 등에 전달했으며, 이는 코로나19 예방에 필요한 방역물품, 의료지원 등에 쓰이게 된다.

아울러 지역사회의 고통과 아픔을 나누고자 전국한우협회 각 시군지부에서도 온정의 손길로 봉사활동과 성금 전달을 진행했다.

전국한우협회 김홍길 회장은 “코로나19로 전 국민이 힘든 시기를 겪고 있는데 한민족과 함께해 온 한우산업이 그동안 받은 국민들의 사랑을 일부라도 갚자는 뜻에 감사하게도 우리 한우농가들이 십시일반으로 정성을 모았다”라며 “코로나19가 하루 빨리 종결돼 많은 국민이 마음 편히 지내길 바란다”고 말했다.

전국한우협회 경상북도에 성금 전달

전국한우협회는 지난 3월 17일 성금 1억 3,842만 2천 원을 경북도를 통해 경북사회복지공동모금회에 기탁했다. 이철우 경북도지사는 “한우농가들의 마음이 담긴 성금이 도민들에게 희망과 힘이 될 것”이라며 “한우농가 여러분이 모아준 소중한 성금은 국가적 재난 상황인 코로나19를 잘 극복하고, 대한민국이 하루빨리 안정을 찾을 수 있도록 하는 데 잘 사용하겠다”라고 밝혔다.

전국한우협회

대구광역시에 성금 전달

3월 18일에는 대구시청에서 코로나19 감염 확산에 따른 고통 분담과 위기 극복을 위해 성금 5천만 원을 대구시를 통해 대구사회복지공동모금회에 전달했다. 대구사회복지공동모금회에 기부된 성금은 소외·취약 계층 등 긴급지원이 필요한 곳에 우선 전달했다.

한우자조금, 한우 육포(5천만 원) 전달

아울러 식사를 제대로 하기 어려운 의료진과 이웃들을 위해 한우자조금 재원으로 경북과 대구 사회복지공동모금회에 5천만 원 상당의 한우 육포도 전달했다.

경남도지회, 경상남도에 성금

경남도지회는 지난 3월 16일 1천만 원의 성금을 경남사회복지공동모금회에 전달했다. 강호경 지회장은 “코로나19 여파로 한우고기 소비 감소, 가축시장 휴장 등으로 한우농가 역시 어려움을 겪고 있다”면서도 “하지만 더 힘든 시기를 보내고 있는 도민들에게 조금이나마 보탬이 되기를 바라는 마음으로 회원들이 자발적으로 참여해 성금을 모금하게 됐다”고 전했다. 김경수 경남도지사는 “한마음으로 응원과 격려를 보내주셔서 감사한다”며 “코로나19 확산방지와 조기종식을 위해 최선을 다하겠다”라고 말했다.



8

전국한우협회, 한우 부산물 판촉 다변화 총력 한우 보신제품 가정간편식(HMR) 출시 박차

충북도지회, 충청북도에 성금

충북도지회는 지난 3월 19일 한우농가들이 모은 성금을 이시종 충북도지사가 참석한 가운데 대한적십자사 충북지사에 기탁, 충북 내 코로나19 위기 극복을 위해 사용해 달라고 당부했다. 이종범 지회장은 “한우농가의 온정이 어려운 시국 속에 작은 희망이 되길 기원한다”라면서 “하루 빨리 코로나19가 종결돼 모든 국민이 다시금 미소를 찾기 바란다”고 말했다. 이시종 충북도지사는 “이번 후원 성금은 코로나19 감염 예방과 극복을 위해 무엇보다 코로나19로 어려운 상황에 놓인 분들에게 전달하겠다”라고 밝혔다.

충남도지회, 코로나19 성금 전달

충남도지회는 지난 3월 18일 14개 시군지부에서 모은 1,500만 원을 한우협회 중앙회와 충남사회복지공동모금회에 각각 500만원과 1천만 원을 전달했다. 최명식 지회장은 “이 성금이 코로나19가 종식되는 데 도움이 되길 바란다”고 말했다.

울산시지회, 한우 불고기와 성금 전달

울산시지회와 울산 수의사회는 지난 3월 17일 500만 원 상당의 한우 불고기 150kg과 코로나19 극복 성금 1천만 원을 울산사회복지공동모금회에 전달했다. 정인철 지회장은 “코로나19가 하루빨리 극복되도록 한우농가도 코로나19 행동수칙을 잘 지킬 것”이라고 말했다. 🍲

전국한우협회는 3월 한 달간 2만 두 판매를 목표로 한우 사골, 꼬리, 우족 등 한우 부산물을 최대 73%까지 할인하는 행사를 진행, 소비자들의 큰 관심을 받았다. 전국한우협회 김홍길 회장은 “한우 부산물 가격 회복은 한우농가 수익으로 직결된다”면서 “전국한우협회는 한우 부산물 소비촉진을 위한 다양한 판로 개척과 확대를 한우가격 안정은 물론 한우농가와 한우를 사랑하는 모든 국민이 만족할 수 있도록 노력하겠다”고 강조했다.

한우 부산물 소비촉진을 위한 한우 보신제품과 가정간편식(HMR) 출시에도 박차를 가할 계획이다. 전국한우협회 서영석 국장은 “최근 소비 시장은 온라인 주문, 배달 등 비대면 소비가 활성화되고 있다”며 “이러한 소비 트렌드에 맞춰 한우협회는 가정간편식(HMR) 제품의 기획·판매를 중점 과제로 추진하며 한우 부산물 가격 안정을 위해 노력하고 있다”라고 밝혔다.

이에 따라 전국한우협회는 조만간 보신을 주제로 한 한우 한 마리 곰탕, 한우 우족탕, 한우 꼬리곰탕 등을 출시할 계획이다. 한우 냉면, 한우 피자, 한우 스테이크 등의 상품도 시의적절한 시기에 출시를 목표로 기획 중인 것으로 알려졌다. 아울러 편의점에서도 소비자들이 손쉽게 한우를 접할 수 있도록 다양한 도시락 제품을 협의하고 있다. 한편 상시 수요가 높은 한우 육포와 국물을 내기 위한 한우 육수 농축액 등은 연중 소비망을 개설해 판매하며, 한우 부산물 판매 활성화를 도모한다는 방침이다. 🍲



*상기 이미지는 원고 내용 또는 실제 제품과 다를 수 있습니다.

3

March

한우가격 및 출하·사육 동향

2020년 3월 한우가격 및 출하 동향

구분		2017년	2018년	2019년	2018년	2019년	2020년		대비(%)		
					3월	3월(A)	2월(B)	3월(C)	C/A	C/B	
도축두수(두)		742,536	736,363	765,328	47,518	50,311	46,644	47,247	-6.1	1.3	
경매두수(두)		401,591	399,763	403,449	26,010	28,207	26,137	27,385	-2.9	4.8	
도매시장 경락가격 (원/kg)	평균	16,719	17,772	17,965	17,671	17,513	18,734	18,692	6.7	-0.2	
	거세우	17,710	18,735	19,116	18,541	18,664	19,898	20,212	8.3	1.6	
	비거세우	12,108	12,813	13,439	12,531	13,660	12,636	13,455	-1.5	6.5	
가축시장 거래가격 (천 원/두)	암소	5,404	5,659	5,645	5,730	5,609	5,650	5,972	6.5	5.7	
	송아지	암	2,919	3,130	2,830	3,129	3,156	3,065	3,320	5.2	8.3
		수	3,572	3,857	3,434	3,773	3,679	3,759	3,793	3.1	0.9
소매가격 (1등급, 원/kg)	등심	79,663	81,551	91,560	81,222	79,747	92,170	92,210	15.6	0.0	
	양지	55,990	55,390	55,820	56,310	55,390	58,870	58,610	5.8	-0.4	
	설도	—	—	—	—	—	44,850	47,420	—	5.7	

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

〈출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터〉

※ 기준일: 2020년 3월 1일~3월 26일 단, 가축시장 거래가격 기준일은 3월 1일~3월 13일(코로나19에 따른 가축시장 폐쇄 여파)

한우 사육현황 및 한우농장 현황

총 한우 두수	총 암소 두수	가임암소 두수(15개월령 이상)	총 한우농장 수
3,005,702두	1,947,353두	1,456,298두	89,310

※ 기준일: 2020년 2월 말일

〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

수소(거세포함)월령별 한우 사육현황

28개월령 이하	29개월령	30개월령	31개월령	32개월령 이상
986,237두	16,554두	14,742두	12,140두	28,677두

※ 기준일: 2020년 2월 말일

〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

한우 사육 마릿수 전망

- 가임암소 증가로 송아지 생산이 늘어남에 따라, 한우 사육 마릿수 증가세는 대규모 농가 중심으로 지속될 것으로 전망됨.
- 한우 가임암소 마릿수는 지속적으로 증가해 2021년 12월 154만 3천 두(0.4% 증가), 2022년 155만 1천 두(0.5% 증가)까지 늘어날 것으로 전망됨.
- 가임암소 증가로 송아지 생산량도 증가세를 유지할 것으로 전망됨.

(단위: 천 두)

구분	2021년				2022년				2023년
	3월	6월	9월	12월	3월	6월	9월	12월	3월
전체 마릿수	3,066	3,222	3,291	3,243	3,158	3,303	3,361	3,299	3,218
1세 미만 마릿수	878	864	914	927	902	879	926	937	909
가임암소 마릿수	1,489	1,499	1,555	1,543	1,506	1,515	1,571	1,551	1,519

※ 기준일: 2020년 3월 25일

〈출처: 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
좋아해요~



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 열기를 클릭
- 4 Safari의 하단 '공유탭'을 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 4월 30일(목)까지

당첨자발표 2020년 5월호 한우자조금 소식지 및 개별 연락
문의 02-324-6852



모두가 좋아하는 영양만점 간식
〈한우육포〉 2명



뜨끈하고 든든한
〈한우공탕세트〉 7명



두툽한 한우패티가 버거 속에
〈한우불고기버거〉 10명

지난호 당첨자

한우육포

신승남, 심노자

한우공탕세트

유재범, 이상엽, 이준림, 이지은,

정효근, 한유채

한우불고기버거

강연화, 김지희, 송인숙, 유광열,

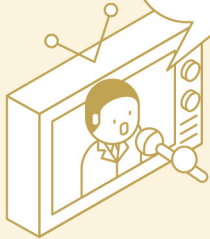
전효정, 정미소, 홍영표

※ 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.

농촌진흥청과 농업경제지주가 '한우 암소 유전체 유전능력 예측 서비스' 체계를 구축함에 따라, 암송아지의 유전체 정보만으로 유전능력을 예측할 수 있게 됐다. '한우 암소 유전체 유전능력 예측 서비스'는 한우개량의 틀을 새롭게 바꿔 한우개량을 더욱 촉진하는 계기가 될 것이란 기대를 받고 있다.

되성부른 한우 암소
송아지 때부터 알아본다



‘한우암소 유전체 유전능력 예측 서비스’ 이용해 보세요!

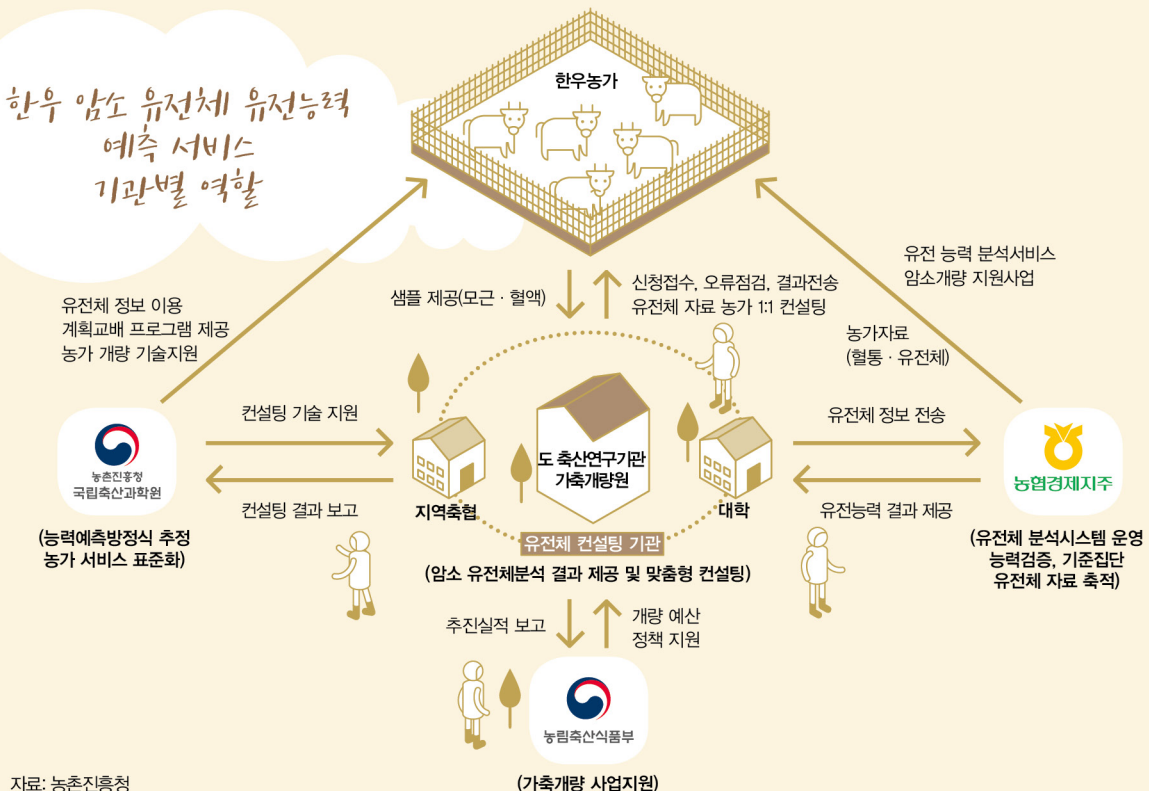
어떻게 이용하나요?

- 각 도·지자체 축산 관련 연구기관 또는 가축개량원 등 유전체 컨설팅 기관에 '신청서 + 암소 △모근 포함 털(50가닥) △혈액(5ml) △생검이표 조직샘플 중 하나 + 개체번호 12자리' 제출
- 약 2개월 후 유전체 컨설팅 기관에서 유전체 분석 결과와 상담 서비스 제공
- 비용은 한우 한 두당 10만 원 내외

어떻게 활용하나요?

- 번식우 또는 비육우 사용 개체 조기 판단 가능
- 암소의 유전 능력에 맞는 정액 선택 가능
- 비육암소 능력에 맞는 맞춤형 사양방법 적용 가능

한우 암소 유전체 유전능력
예측 서비스
기관별 역할



자료: 농촌진흥청

(가축개량 사업지원)