

04

찾아슈

'제1차 한우자조금
관리위원회·대의원회'
서면회의 진행

06

포커스

퇴비 부숙도 검사 의무화
1년간 유예

08

여성 한우농가 이야기

충북 청주 소소한농장
홍진숙 대표

10

우리는 한우인

서울대학교
최윤재 명예교수

14

자조금 소식

코로나19 속
언론홍보 활동 매진

2020

05

한우자조금

본 소식지는 한우자조금으로 제작되었습니다



Contents



한우자조금 소식지

발행일

2020년 5월 12일

발행인

민경천

발행처

한우자조금관리위원회

서울시 서초구 서리풀 3길 20-1(서초동)

캐피아회관 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.



04

하이슈

‘제1차 한우자조금
관리위원회·대의원회’
서면회의 진행

코로나19로 서면으로 진행된

‘제1차 한우자조금 관리위원회·대의원회’에서
‘2019년 한우자조금 결산(안)’ 의결

06

포커스

퇴비 부숙 관리 ‘자가진단표’
활용해 보세요!

1년간 유예된 ‘퇴비 부숙도 검사 의무화’에
대응하기 위한 한우농가 점검 사항 소개

08

여성 한우농가 이야기

충북 청주 소소한농장
홍진숙 대표

무탈하게 무럭무럭 잘 자라는 건강한

한우를 길러내기 위해 열정으로 사양관리를
하고 있는 여성 한우인



10

우리 한우인

서울대학교 최윤재 명예교수

‘우리 축산물 바로 알리기’로 우리 축산물의
확실한 차별화를 이뤄내는 일의 중요성

12

방송에서 만난 한우

한우 진가 알고 먹으면
더 건강하^知·더 맛있^知

한우자조금 전문가 자문단과 한우의 진가를
제대로 알리며 한우 소비촉진을 위해 노력한
한우의 활약상



14

자조금 소식

14

코로나19 속
언론홍보 활동 매진

한우자조금 뉴스 보도, 기획기사 배포 등의
언론홍보 강화로 한우와 한우산업에 대한
신뢰도 제고에 기여

16

SNS에서
언택트(untact) 마케팅 강화

사회적 거리두기 강화에 온라인과
SNS를 활용한 한우 소비홍보 활동 강화로
한우 소비촉진 도모

18

아프리카TV와
‘떡방데이 한우편’성료

4월 11일 아프리카TV에서 한우를 소재로
진행한 이벤트를 통해 건강에 좋은 한우를
이용한 이색 한우 요리법 다수 발굴 성과



20

2020년 1분기
‘한우 수출동향 리포트’ 발간

한우고기 최대 수출상대국인 홍콩과
마카오의 경제·무역 동향, 소고기 시장 현황
등에 대한 정보 제공으로 성공적인 한우 수출을
위한 전략 수립에 도움

21

‘2020년 한우자조금
특정·자유연구과제’ 공모

한우산업에 대한 과학적 연구로
한우농가의 경쟁력을 향상하고 한우산업의
안정적 발전과 한우 소비촉진에 기여할
특정·자유연구과제 공모 소식

22

전국한우협회, 가정간편식
‘한우 한마리 곰탕’ 출시

‘소값 안정과 국민 건강 증진’이란 기치
아래, 한우 곰거리를 장시간 푹 고아 정직하게
만든 한우 가정간편식 출시

23

전국한우협회
여성·청년분과위원회 조직화
및 확대 ‘잔걸음’

코로나19 사태로 본격적인 활동에 차질을
빚었던 여성·청년분과위원회의 활동 재개
움직임

23

무항생제 인증 농가 입식기준
10개월령 이하로 완화

무항생제 인증 농가의 입식기준이 오는
8월 말까지 현행 8개월령 이하에서 10개월령
이하로 완화된다는 반가운 소식

24

트렌드 맛보기
코로나19 시대
건강한 집밥 생활

코로나19가 촉발한 집밥, 가정간편식, 보양식
선호 현상은 코로나19 종식 후에도 지속할
것이란 분석

26

한우시황·관측
2020년 4월 한우가격 및
출하 사육동향



‘제1차 한우자조금 관리위원회·대의원회’ 서면회의 진행

**2019년 조성 384억 6,108만 원
계획 대비 100.5% 달성**

2020년 사업규모 총 363억 원



한우자조금이 지난 4월 서면으로 2020년 ‘제1차 한우자조금 관리위원회’와 ‘대의원회’를 진행하고, ‘2019년 한우자조금 결산(안)’을 원안 가결했다. 이번 회의에서는 2019년 한우자조금 상반기·결산 감사보고, 2018년 결산 및 2019년 상반기 감사 지적사항 처리 결과에 대한 감사보고가 진행됐으며, △2020년 한우자조금 사업계획 및 예산승인 △전차 회의 건의사항에 대한 조치결과 △한우자조금 미납금 현황 및 관리방안 등도 보고했다. 감사보고와 보고사항은 모두 원안 접수했다.

2020년 제1차 한우자조금관리위원회와 대의원회가 지난 4월 서면으로 진행됐다.

한우자조금 민경천 위원장은 “지난 3월 예정됐던 관리위원회와 대의원회를 코로나19로 한차례 연기한 후 초중고 개학 시점인 4월 6일에 개최하려 했지만, 산발적인 집단 감염과 해외 확진자 유입 등이 이어져 부득이하게 서면결의를 진행하게 됐다”며 이번 서면회의 결정이 코로나19 확산방지를 위한 불가피한 조치였음을 강조했다.

서면으로 진행된 ‘제1차 한우자조금관리위원회(4월 2일~4월 9일)’에는 관리위원 25명 중 25명 전원이 참여했으며, ‘제1차 대의원회의(4월 13일~4월 28일)’는 대의원 249명 중 205명(82.3%)이 참여했다.

2019년

조성 384억 6,108만 원 · 운용 265억 4,797만 원

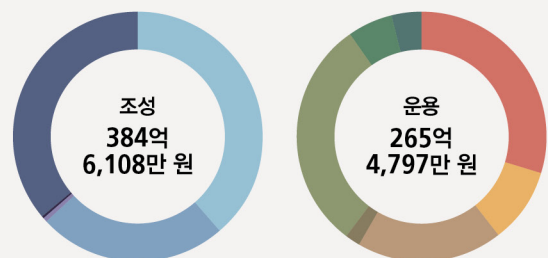
‘2019년도 한우자조금 결산’에 따르면<그래프1 참고>.

2019년 한우자조금 조성액은 총 384억 6,108만 원으로, 계획(382억 7,594만 원) 대비 100.5%의 조성 실적을 보였다. 예비비성 자금에 대한 정기 예금 이자 금리를

우대받아, 추가 수익이 발생했다. 세부적으로는 △농가거출금 149억 7,430만 원 △정부지원금 94억 2,500만 원 △예치금 이자 2억 441만 원 △기타 수익금 493만 원 △2018년 이월금 138억 5,244만 원이다.

운용 실적은 △소비홍보 78억 6,848만 원 △유통구조 26억

| 그래프1 | 2019년 한우자조금 조성 및 운용 실적



- 농가거출금 149억 7,430만 원
- 정부지원금 94억 2,500만 원
- 예치금 이자 2억 441만 원
- 기타 수익금 493만 원
- 전년 이월금 138억 5,244만 원
- 소비홍보 78억 6,848만 원
- 유통구조 26억 1,943만 원
- 교육 및 정보제공 49억 9,470만 원
- 조사연구 5억 6,946만 원
- 수급안정 79억 3,745만 원
- 운영비 15억 3,034만 원
- 징수수수료 10억 2,811만 원



1,943만 원 △교육 및 정보제공 49억 9,470만 원 △조사연구 5억 6,946만 원 △수급안정 79억 3,745만 원 △징수수수료 10억 2,811만 원 △운영비 15억 3,034만 원으로, 총 265억 4,797만 원이 운용됐다. 이는 계획(307억 797만 원)의 86.5%를 운용한 것이다.

예산심의 소위원회 운영 '매우 긍정적'

2019년도 한우자조금 사업의 전반적인 내용, 사무국 운영 및 업무 집행 상황 등에 대한 '2019년 결산 감사 보고'에서는 '예산심의 소위원회 운영을 통한 체계적인 예산 수립 기틀 마련'에 가장 큰 점수를 부여했다.

예산심의 소위원회를 구성해 한우자조금 사업의 추진 방향, 예산편성 기준(안) 수립, 예산 책정의 적정성, 신규사업 검토 등의 한우자조금 사업계획 및 예산(안)을 사전에 심의함으로써 체계적인 예산을 수립하는 데 기여했다는 이유에서다. 특히 이월금 예산 중 일부를 차년도 예산에 수립하고 결산 후 추가로 확정되는 이월금은 수급안정적립금으로 적립한 것은 이례적인 사항으로, 한우자조금이 사업예산을 수립하는 데 많은 고민과 노력을 기울인 것으로 보인다고 평가했다.

다만, 예산심의 소위원회가 사업별 예산에 대한 객관적인 평가를 할 수 있도록 사업의 효과성, 유사·중복성 여부 등 한우자조금 사업에 대한 성과분석이 이뤄져야 할 것이라고 조언했다. 이 외에 △청계광장 한우 직거래장터 '명절엔 역시 한우고기'라는 상징적 행사로 자리매김 △홍보 효과를 배가하는 전문가 자문단 운영 △스포츠마케팅을 활용한 사회공헌 활동 강화 △통화연결음 사용자 확대 등 홍보 다변화 △홍보대사 역할 방기한 한해진 대상 손해배상 소송 승소 △예금금리 인상을 통한 이자 수익 증가 등을 긍정적인 사항으로 봤다.

보완·발전돼야 할 사항으로는 △한우자조금 사업 초기 집행 및 집행을 향상 방안 강구 △한우협회 위탁사업 추진 및 정산 방법 개선 마련 △소비시장 트렌드 변화에 맞춘 한우 소비촉진 행사 다각화 추진 등을 꼽았다.

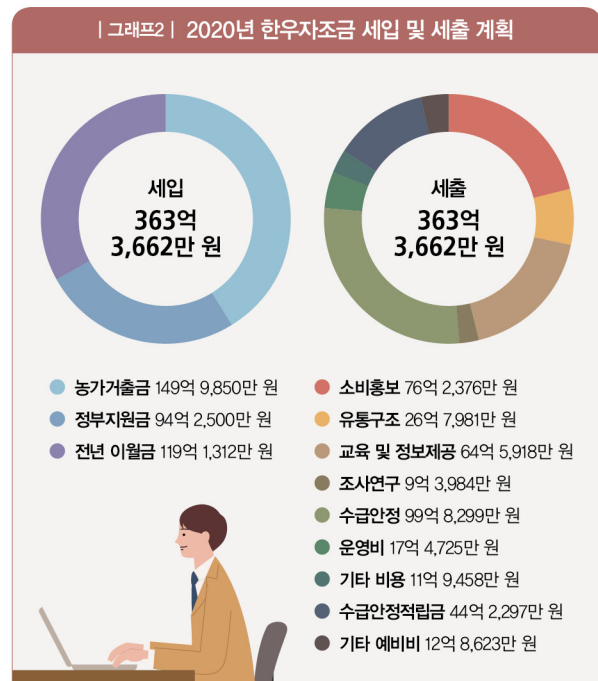
이번 감사보고에서는 2018년도 결산 감사(9건)와 2019년 상반기 감사(9건)에서 보완·개선토록 한 내용에 대한 감사 결과도 밝혔는데, 16건이 시정 조치됐고, 2건은 진행 중인 것으로 나타났다.

2020년 제1차 한우자조금관리위원회와
대의위원회가 지난 4월 서면으로 진행됐다.
코로나19의 해외 확진자 유입과
산발적인 집단감염이 지속하는 등 일상적
사회활동의 복귀가 아직은 시기상조란
판단에 따른 것이다.

2020년 한우자조금 세입·세출 363억 3,662만 원

농림축산식품부가 승인한 '2020년도 한우자조금 사업계획 및 예산'에 대한 보고에 따르면 2020년 한우자조금 사업규모는 총 363억 3,662만 원이다.

세입 세부 사항은 △농가거출금 149억 9,850만 원 △정부지원금 94억 2,500만 원 △전년 이월금 119억 1,312만 원이다. 세출은 △소비홍보 76억 2,376만 원 △유통구조 26억 7,981만 원 △교육 및 정보제공 64억 5,918만 원 △조사연구 9억 3,984만 원 △수급안정 99억 8,299만 원 △운영비 17억 4,725만 원 △기타 비용 11억 9,458만 원 △수급안정적립금 44억 2,297만 원 △기타 예비비 12억 8,623만 원 등이다. <그 래프2 참고> 📊





퇴비 부숙도 검사 의무화 1년간 유예 퇴비 부숙도 관리부터 퇴비사 확충까지 철저한 일정 관리로 제대로 대비해야

‘퇴비 부숙도 검사 의무화’가 1년간 유예됐다. 축산 현장에서의 준비가 미흡하다는 판단에 따른 것이다. 이를 위해 정부는 지자체, 지역 농·축협, 축산단체 등과 협력해 계도기간 내 퇴비 부숙도 제도 안착을 위한 단계별 대책을 추진해 축산농가들이 제대로 준비할 수 있도록 계도하겠다는 방침이다. 이 일환의 하나로 최근 농림축산식품부는 축산농가가 퇴비 부숙 관리를 체계적으로 할 수 있도록 ‘자가진단표’를 제작해 배포했다.

퇴비 부숙도 검사 의무화 유예 기간 잘 활용해야

퇴비 부숙도 검사 의무화가 내년 3월 25일부터 본격 시행되면, ‘가축분뇨의 관리 및 이용에 관한 법률(이하 가축분뇨법) 시행규칙’에 따라 배출시설 면적 규모가 $\Delta 100\text{m}^2$ 이상인 신고규모 농가는 연 1회 $\Delta 300\text{m}^2$ 이상인 허가규모 농가는 6개월에 1회 퇴비 부숙도 검사를 받고, 그 결과를 3년간 보관해야 한다. 축분 퇴비를 농경지에 살포할 때도 Δ 축사면적 $1,500\text{m}^2$ 이상 농가는 부숙 후 기 또는 부숙 완료 $\Delta 1,500\text{m}^2$ 미만 농가는 부숙 중기 이상으로 부숙해야 한다. 퇴비 부숙도 적용기준 및 부숙도 검사 주기를 위반하면 축사면적 규모, 배출 시설 면적 규모에 따라 과태료를 최대 300만 원까지 부과받을 수 있다. 퇴비

부숙도 검사 의무화가 내년 3월 25일 시행으로 유예된 만큼, 이 기간을 잘 활용해 축산농가에서는 이러한 행정처분을 받지 않도록 최대한 준비를 할 필요가 있다. 최근 정부 관계자는 “퇴비 부숙도 검사 의무화는 악취와 미세먼지 발생을 줄이고, 토양·수질오염을 막으며, 가축분뇨를 양질의 퇴비로 만들어 농경지에 되돌려 주는 경축순환농업을 활성화해 지속 가능한 축산업으로 발전하기 위해 꼭 필요한 제도”라면서 “축산농가는 계도기간 동안 퇴비 부숙도 기준 이행에 미흡한 사항을 보완하고, 또 가축분뇨 교반관리를 강화해서 냄새 없고 품질 좋은 퇴비를 생산해 달라”고 당부했다. 계도기간 중에는 퇴비 부숙 기준에 미달하는 퇴비 살포, 부숙도 검사(1~2회/연) 미실시 등에 대한 행정처분이 유예되지만, 부숙되지 않은 퇴비 무단 살포로 수계오염(가축분뇨법), 악취 민원 2회 이상 발생(악취방지법) 시에는 지자체장 판단으로 행정처분이 내려질 수 있으므로 주의해야 한다.

퇴비 부숙 관리

‘자가진단표’ 활용해 보세요!

퇴비 부숙도 의무화에 철저히 대비하려면, 최근 농림축산식품부가 축산농가 스스로 퇴비 부숙 관리를 쉽게 할 수 있도록 돕기 위해 배포한 ‘자가진단표’를 활용해 보는 것도 좋은 방법이다.

자가진단표는 퇴비 부숙 관리, 장비 임대, 퇴비사 확충과 같은 퇴비 부숙 관리에 필요한 사항과 행정절차 등을 연간·월별·일별로 정리해 놓은 것을 말한다.

이에 따르면 퇴비 부숙 관리를 위해서는, 매월 축사바닥 깔짚 및 퇴비더미의 상태를 ‘퇴비 육안판별법’으로 확인하고 주기적으로 교반관리해, 부숙에 효과가 큰 호기성 미생물이 활성

축사 바닥 깔짚 및 퇴비사 퇴비 관리 절차

퇴비부숙관리	
퇴비 수분 관리	수분 60~65% 유지(70%* 이상이면 톱밥, 왕겨 추가 살포) * 손으로 움켜쥐면 손가락 사이로 분토·물기가 많이 나옴
미생물 살포	교반작업 전 또는 수시 살포 * 물 1톤에 미생물 2~5ℓ 혼합 후 3.3㎡(1평) 당 1ℓ 살포
교반관리	월 2회 이상 교반(주 1회 권장) * 깔짚 및 퇴비더미 부숙 정도에 따라 교반 횟수 결정



퇴비부숙도확인	
부숙 정도 확인 (농가, 육안판별법)	육안판별 결과, 배출시설 1,500㎡ 미만은 40점 이상, 1,500㎡ 이상은 60점 이상 부숙도 검사 의뢰 * 신고규모 미만 연 1회, 허가규모 이상 연 2회 검사 의무화 * 신고규모: 소 100~900㎡ 미만, 양돈 50~1,000㎡ 미만, 가금 200~3,000㎡ 미만
부숙도 검사 의뢰 (농가→농업기술센터)	퇴비 500g 채취 및 검사의뢰서를 작성·송부 * 퇴비더미 5~10군데에서 약 2kg 이상의 시료 채취 후 원주 4분법을 2~3회 실시 후 500g 채취
부숙도 검사 결과 확인	1,500㎡ 미만은 '부숙 중기' 이상 1,500㎡ 이상은 '부숙 후기 또는 완료' 적합 부숙도 검사 결과서 발급(농업기술센터)



농경지 퇴비 살포

〈출처: 농림축산식품부〉

교반장비 및 퇴비사 점검사항

교 반 장 비	장비구입	농가 직접 구입(자체자금)
		융자 이차 보전(농협)
		정부 및 지자체 보조 지원 * 시설현대화, 분뇨처리지원사업, 지자체 자체 지원사업
	장비임대	농기계 은행(농협)
		농기계 임대사업소(농업기술센터)
		민간임대(장비업체, 장비 보유농가)
퇴 비 사	위탁	퇴비유통 전문조직(농·축협, 영농조합법인)
	신·증축	고정 건축물
		연접부지 가설 건축물(연면적 100㎡ 이상)
		가설 건축물(연면적 100㎡ 미만)
	이격부지	
퇴 비 사	위탁	퇴비처리업체(민간퇴비장, 공공처리시설, 공동자원화시설, 공동 퇴비사)

〈출처: 농림축산식품부〉

화 될 수 있도록 관리해야 한다. 사육규모 1,500㎡ 미만 농가는 월 1회, 1,500㎡ 이상 농가는 월 2회 이상 축사 바닥 깔짚과 퇴비 더미 뒤집기 등을 교반관리해야 한다. 퇴비 부숙 관리 절차는 교반시점 결정(교반 4~5일 전) → 톱밥, 왕겨 등 구매신청(교반 3일 전) → 톱밥 등 살포(교반 당일 또는 1일 전) → 미생물 제 살포 및 교반관리(당일)이다.

교반장비가 부족하거나 없는 농가는 장비를 구입하거나 농기계임대사업소 또는 민간업체 등의 장비를 임대해 교반관리해야 한다. 농림축산식품부에 따르면 농가는 월 1~2회 사용하기 위해 고가의 교반장비를 구입하기보다는 지자체 및 농·축협, 민간장비 업체 등의 임대장비를 활용하는 것이 좋다. 시·군에서는 교반장비가 부족하거나 없는 농가를 대상으로 임대 희망 장비 및 사용일자를 신청받고, 신청 농가의 축사 및 퇴비사 면적과 사육두수 등을 고려해 농가별로 사용 가능한 장비와 일자를 월별로 배정할 계획이다. 영세·고령 농가에 대해서는 지역 내 퇴비유통전문조직에 퇴비 부숙 관리 및 살포 등을 위탁관리하는 방법을 안내하고 있다.

퇴비사가 부족한 농가는 가축분뇨를 공공처리시설, 공동자원화시설 등에 위탁처리하거나 퇴비사를 신·증축해야 한다. 퇴비사의 신축에는 최소 3개월 이상이 소요되므로 설치예정 부지 확보, 인허가 가능 여부, 퇴비사 면적 결정 등을 사전에 점검해야 한다.

한편, 최근 한우자조금에서는 퇴비 부숙도 검사 의무화에 대응하기 위해 충남대학교(연구책임자 안희권 교수)에 의뢰해 진행한 '한우 퇴비 부숙도 검사 의무화 단기적 대응 방안 연구' 결과를 발표했다. 연구결과는 한우자조금 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr)-정보마당-연구용역에서 확인할 수 있다. 



무탈하게 무럭무럭 건강하게 잘 자란다 우리 한우!

문틀에 머리를 얹고 자는 한우를 보고 폐사한 줄 알고 가슴을 쓸어내린 적이 몇 번인가. 물통에 발은 왜 담고 있는지. 우방을 나오려다 기둥 틈에 끼인 한우리니. 이렇게 한우농장 일상에는 소소한 일들이 끊이지 않는다. 충북 청주에 있는 '소소한농장'에서도 마찬가지이다. 그래도 이렇게 잘 자고 잘 먹고 잘 노는 한우는 건강하다는 방증이 아니겠는가. 한우가 건강하게 잘 자라준다면, 이런 소소한 사건은 아무것도 아니다. 또 이런 것이 한우농장 운영의 모미가 아니겠는가.



충북 청주
소소한농장
홍진숙 대표

충북 청주에 있는 소소한농장에는 올봄에도 산수유가 만개했다. 농장 출입구의 측백나무도 어느새 푸릇한 봄빛을 발했다. 이렇게 아름다운 농장에서 자라는 한우들은 얼마나 건강할까. 한우농장처럼 보이지 않게 하려고 조경수를 심기 시작했는데, 이제는 사람들의 감탄을 자아내는 예쁜 경관을 자랑하게 됐다. 농장인 줄 모르고 사진을 찍으려고 발길을 했다가, 한우농장임을 알고 놀라는 이들이 적지는 않다. 이런 아름다운 농장을 일궈낸 홍진숙 대표는 한우 방목에 대한 뜻을 나타냈는데, 초지 조성도 해줬다고 한다. “한우가 넓은 초지에서 뛰어놀 수 있으면, 좀 더 건강하게 자랄 수 있지 않을까요.”

건강하게 비우고 건강하게 출발

홍 대표는 개인사업을 하며 40~50두 규모의 한우농장을 건사하는 남편의 부탁으로 한우농장을 출입하다가, 2009년부터 도맡아 운영했다. 당시 홍 대표는 육아에 전념하고 있었는데, 남편 대신 한우에게 사료를 주고, 한우 출산 과정을 지켜보는 등 한우

와 보내는 찜찜이 시간이 육아 스트레스 해소에 도움이 됐다.

“친정에서 양계농장을 하고 있어요. 대가축을 키우는 것과 소가축을 키우는 것에는 큰 차이가 있었고, 그 차이가 큰 매력으로 다가왔습니다. 양계농장에서와 달리, 한우 번식 농장을 운영하다 보니 하루도 쉬지 못해서 안타까울 때도 있지만, 그래도 한우를 키우는 재미가 큼니다.”

이렇게 한우농장 운영에 뛰어들었는데, 시작부터 난관이었다. 소 값은 떨어지고, 사료값은 올라가는 등 외부 환경이 좋지 않았다. 농장 질병 문제도 ‘심각’한 수준이었다.

“이대로는 안 되겠다고 판단했고, 2010년도 말부터 농장을 비웠어요. 약 1년 후 한우 약 60두를 들었는데, 그때도 외부 환경은 녹록지 않아서 ‘무리하지 말라’는 주변의 만류가 많았습니다. 그래도 해 보고 싶었어요. ‘건강한 한우’를 길러낸다면 한우들이 제 몸값은 할 거라고 믿었습니다.”

한우의 건강 애정과 비례

건강한 한우를 길러내기 위해 홍 대표가 무엇보다 신경 쓰는 것

은 ‘질병관리’이다. 출산군 관리로 송아지 면역력을 증진하고, 건초 위주로 급여하고 있다.

“유질 관리를 위해 어미소의 스트레스 관리에도 힘쓰고 있어요. 간 기능 개선제, 면역력 증강제, 유질 개선제 등의 비타민제도 급여하고 있고요. 송아지들이 어미소의 습성을 그대로 따라 하는 경향이 있는데, 어미소가 먹는 볏짚을 송아지들이 따라 먹다가 빨지 못하는 것을 목격하고는 어미소에게도 건초를 먹여요. 이것이 유질 개선 효과로 이어지고 있습니다.”

한우에 대한 홍 대표의 애정 역시 빼놓을 수 없는 질병관리 특효법이다. 한우의 엉덩이와 배설물을 살피는 것이 일상이 됐는데, 이렇게 관찰하고 관찰하다 보니, 이제는 분뇨 냄새만 맡아도 송아지의 건강 상태가 어떤지 알 수 있다. 한우가 예민하게 자라지 않도록, 못해도 하루에 2~3번은 송아지를 쓰다듬어주며 교감하고, 태어난 지 얼마 안 된 송아지들에게는, 그 두수가 얼마든 상관없이, 일일이 입에 사료를 직접 넣어 준다.

“아이들이 ‘왜 엄마 휴대전화에는 소통 사진만 있어’라고 물어볼 때가 있어요.(웃음) 백신을 철저히 투약하고, 농장 소득을 철저히 하며 방역 수칙을 철저히 따라도, 질병관리가 쉽지는 않아요. 모르게 와서 순식간에 퍼지죠. 그래도 일찍 발견해 치료하면, 그만큼 한우가 건강하게 자라니까요. 관찰하고 또 살피야죠.”

함께하는 힘의 가치

소소한농장에서 한우가 건강하게 자라는 데는 ‘온 동네 사람들의 도움’도 컸다. 약 20년간 한우농장을 운영했던 외삼촌은 도움이 필요할 때마다 응답했고, 육아와 한우농장 관리로 몸과 마음이 모두 지칠 때는 온 식구가 나서 손을 보탰다. 수의사, 컨설턴트 등의 전문가들은 언제든지 홍 대표에게 필요한 답변을 들려준 귀인들이다.

특히 청주영농조합법인, 청주청년한우 등 청주 미원면의 한우인들이 큰 의지가 됐다. 홍 대표에 따르면 현재 미원면 한우 농가들은 벌써 10년째 TMR을 공동으



로 자체 생산하고 있고, 공을 들여 완성한 이 TMR은 소소한농장 한우가 건강하게 자라는 데 크게 일조했다. 아울러 정육식당도 함께 운영하고 있는데, 이는 농가 소득 증가에는 물론 소비자들이 원하는 안전한 한우고기 생산에도 큰 도움이 되고 있다. 정육식당 사업에 참여하는 한우농가들은 모두 친환경 인증을 받았고, 소소한농장은 현재 해협 인증을 준비하고 있다.

“처음에는 농장에 질병이 생기거나 폐사가 일어난면, 쾅쾅 숨졌어요. 웬지 창피했죠. 그런데 지금은 그렇지 않아요. 혼자서는 안 되더라고요. 그래서 모두 공유해요. 심지어 분노 사진도요.(웃음) 그러면 저마다의 치료법, 경험담을 들려주고, 정보도 찾아주죠. 해결책을 찾고 못 찾고를 떠나서, 그런 소통 과정 자체가 큰 힘이 되고 위안이 됩니다.”

건강한 한우를 향한 건강한 다짐

올봄 소소한농장에서 출하한 한우들은 모두 1+ 이상의 등급을 받았다. 도체중은 500~550kg였다.

“우리 농장에서 출하한 한우의 성적이 좋을 때도 기분이 좋지만, 사실은 다른 농장으로 간 우리 농장 출신 한우가 건강하게 잘 자라서 출하됐고, 성적까지 좋았다는 소식을 전해 들을 때가 더 뿌듯해요. 시간 들인 노력을 인정받는 것 같아 보람되고, 앞으로도 건강한 한우를 키워내야겠다는 동기부여도 됩니다.”

이런 시간을 만들어내기까지, 몸과 마음고생이 없었다면 거짓말이다. 하지만 무탈하게 무럭무럭 잘 자라주는 건강한 한우가 있었기에 또 그 모든 것을 감내할 수 있었다.

“현재 우리 농장에는 번식우 약 150두와 비육우 약 95두가 자라고 있어요. 여기서 사육두수를 더 늘리면 지금처럼 한우를 건강하게 키워내지 못할 것을 알기에 더 늘릴 생각은

없어요. 소소한농장 출신 송아지는 건강하게 잘 자란다는 평가와 소소한농장 출신 한우는 안전하다는 평가, 농칠 수 없습니다. 건강한 한우를 키워내는 한우인이 되겠습니다.”



‘우리 축산물과 건강해지는 법’

‘축산’이 환경에 또 우리의 건강에 미치는 영향에 대한 오해가 적지 않다. 이 오해를 해소하려고 또 이 오해가 과장된 측면이 있음을 알리기 위해 많은 이들이 노력했고, 그렇게 축산에 대한 인식과 시각이 ‘긍정적’으로 변화하기 시작했다. 물론 우리 축산물을 바로 알리기 위해 또 사람들의 눈높이에 걸맞은 축산업을 영위하기 위해, 우리 축산인들은 앞으로도 계속 노력을 경주해야 할 것이다.

지난 2월 정년 퇴임한 후, 서울대학교 최윤재 명예교수는 축산을 바로 알리기 위해·축산업 발전을 위해·나눔 축산 등으로 축산업 이미지를 제고하기 위해·남북한 축산 협력 방안을 모색하기 위해 더욱 바쁜 시간을 보내고 있다.

‘축산’ 바로 알리기에 앞장서 온 최 교수는 이제는 ‘우리 축산’을 바로 알리는 일에 더욱 힘써야 한다고 강조했다.

서울대학교
최윤재
명예교수

‘축산물’과 건강해지는 법… 소비자 교육의 중요성

“저탄고지가 일상의 언어로 사용되는 것을 볼 때면, 보람을 느낍니다. 저탄고지 식단으로 고혈압, 우울증 등의 지병을 치료한 이들을 만날 때도 그렇고요. 고기와 채소가 균형을 이루는, 하지만 탄수화물은 적은, 건강한 식생활의 중요성을 알리기 위해 더 노력해야겠다는 다짐도 되고요.”

언제부터인가 사람들은 ‘축산물’은 건강에 좋지 않은 것이란 인식을 갖기 시작했고, 그러면서 식단에서도 그 비중을 줄였다. 최 교수가 2014년 ‘축산바로알리기연구회’를 설립한 이유가 여기에 있다. “당시 안티 축산 운동이 국내외에서 조직적으로 이뤄지고 있었고, 수많은 서적과 언론에서는 잘못된 정보를 근거로 축산에 대한 부정적인 기사를 쏟아냈죠. 그렇게 축산물 유해론이 만연하면서 소비자들의 인식은 부정적으로 변했고, 이는 축산업의 위기로도 이어졌습니다. 축산학자로서, 과학적 근거를 가지고 적극적으로 대응해야겠다는 책임감이 생겼습니다. 동물성 식품이 건강에 좋지 않다는 오해와 불안을 해소해야겠다는 의무감과 함께요.”

그렇게 최 교수를 위시한 ‘축산바로알리기연구회’에서는 많은

연구결과를 통합한 메타분석으로 종합적 지표를 제시하며 축산 유해론에 대응하기 시작했다. 또한, 한국인의 식습관, 생활환경 등 국내 실정을 고려한 계량적 고찰과 연구에 힘쓰며, 축산물과 건강해지는 방법을 알리기 위해 노력했다. 최 교수는 그중에서도 소비자들을 대상으로 한 지속적인 교육과 다양한 연구회 활동, 공영방송 다큐멘터리 제작 등으로 축산물에 대한 대중들의 인식을 바르게 변화시킨 점을 성과로 꼽았다.

하지만 최 교수는 아직 만족한 수준은 아니라며, 앞으로도 축산물을 바로 알리기 위한 노력을 경주할 것이라고 밝혔다.

“퇴임했으니 시간이 더 많아졌잖아요. 축산에 대한 잘못된 주장과 정보를 바로잡고, 축산에 관한 진실을 교육·홍보하고자 합니다. 나아가 국민 건강을 위해 균형식사의 가이드라인을 제시하려고요. 축산물이 함유된 균형 잡힌 식이가 건강에 미치는 영향을 알리는 등 건강한 식탁과 생활에 실질적인 도움을 주는 유용한 정보를 제공하는 일에 더욱 힘쓸 것입니다.”

‘우리 축산물’의 차별화를 위해...

안전·친환경·기능성

한 걸음 더 나아가, 최 교수는 이제는 축산물이 아니라 ‘우리 축산물’과 건강해지는 방법을 널리 알려, 수입 축산물과 대비되는 우리 축산물의 차별화를 공고히 해야 할 때라고 봤다. 한우도 마찬가지이다.

“우리 고유의 품종 한우는 외국 품종보다 고급육이 만들어질 확률이 높아요. 여름과 겨울의 덥고 추운 날씨에는 한우가 사료를 잘 먹지 못하기 때문에 봄과 가을에 주로 지방을 저장합니다. 이는 좋은 마블링이 만들어지는 조건이 됩니다. 이렇게 우리 품도에 맞춘 유전능력을 갖고 태어나는 한우는 우리 몸에도 좋을 수밖에 없습니다. 한우 그 자체로 수입육과 차별화되는 것이죠. 한우를 잘 키우고 앞으로도 계속 보전해 나가야 할 이유가 충분한 것입니다.”



우리 품도에 맞춘
유전능력을 갖고 태어나는
한우는 우리 몸에도 좋을
수밖에 없습니다.
한우 그 자체로 수입육과
차별화되는 것이죠.
한우를 잘 키우고
앞으로도 계속 보전해
나가야 할 이유가 충분한
것입니다.

여기에 더해, 최 교수는 우리 축산물을 수입 축산물과 차별화하는 키워드로 안전, 친환경, 기능성을 꼽았다.

“소비자들의 공감을 이끌어내고, 또 우리 축산업의 지속성을 위해서는 친환경 축산 이미지와 축산물의 안전성은 반드시 확보해야 합니다. 이를 위해 축산농가, 축산업계 모두 중지를 모아야 합니다. 아울러 수입산과 차별화할 수 있는 기능성 축산물 생산에 대한 인식도 필요합니다. 이를테면 현재 대부분의 축산물은 오메가6와 오메가3의 불균형이 심한데, 그 비율이 6:1 정도입니

다. 수입산은 100:1인 예도 있습니다. 한우 등 우리 축산물에 오메가3 기능을 보강해 오메가 지방산이 균형을 이루는 축산물을 생산해 낸다면, 이는 우리 축산물의 차별화가 될 것입니다.”

다만, 여기서 걸림돌 하나는 가격이다. 이에 최 교수는 남북한 축산 협력 방안의 필요성을 강조했다.

“북한 세포등판지구에 2억 평이 넘는 초지를 조성하고, 여기에 IT 기술을 접목해서 한우 송아지 단지를 만들자고 제안해 놓았습니다. 북한은 오염도 덜 났고 질병 문제에서도 비교적 자유로우며, 인건비도 상대적으로 싸입니다. 여기에 송아지 전진 기지를 만든다면, 소비자 눈높이에 걸맞은 한우 가격이 형성될 수 있을 거라고 봅니다.”

이 모든 것은 최 교수의 퇴임 후 발걸음이 더 분주해진 이유이다. 현재 최 교수는 고기능성 축산 식품 연계 항노화-웰빙 교육 프로그램 운영, 오메가3 지방산과 오메가6 지방산이 균형된 축산물 생산방안 찾기, 남북한 축산진흥 연구소 운영 등을 위해 시

간을 쪼개고 있다.

“소신 중 하나는 부정적으로 보면 자꾸 부정적으로 보인다는 것입니다. 마음을 항상 긍정적으로 유지하려고 노력하는 이유입니다. 우리 한우농가 분들도 항상 긍정적인 생각과 마음을 유지하셨으면 좋겠습니다. 한우농가 여러분들의 일상에 긍정적인 요소를 더하기 위해 앞으로 더욱 노력하겠습니다.” ☺



한우 진가 알고 먹으면 더 건강하知·더 맛있知

4월 방송에서 만난 한우는 한우자조금 전문가 자문단과 함께, 한우의 진가를 제대로 알리며 한우 소비촉진을 위해 노력했다. 한우 부위별 특성을 알린 것은 물론 자신에게 꼭 맞는 한우 부위를 선택하면 더 건강하게 한우를 즐길 수 있다는 정보는 한우의 스토리텔링 차원에서 의미가 컸다. 한우 불고기예 대한 집중 탐구는 한우 맛의 진가를 제대로 보여주며 시청자들의 입맛을 자극했다. 아이돌 그룹 컴백 인터뷰 등의 예능 프로그램에서 만난 한우는 젊은 소비층들의 관심을 이끌어내는 데 손색이 없었다. 예능 프로그램 출연은 온라인 이슈화로도 이어져 한우 인지도 제고에 기여했다.

나에게 맞는 한우 부위로 더 건강하게

SBS <생방송투데이> 3월 6일 방송

“치마살에는 영양소의 소화 흡수를 돕는 나리아신 성분이 풍부해서 갱년기 여성 건강에도 도움이 되고, 첩분과 아연이 풍부해서 원기회복에도 좋다.”

이날 방송에서는 한우자조금 전문가 자문단인 박미경 한의사가 출연해, 건강 상태 등을 고려한 찰떡궁합 한우 부위를 먹으면 건강에 좋은 한우의 진가가 더욱 발휘된다는 점을 알리며, 한우의 영양학적 우수성을 시청자들에게 제대로 각인시켰다. 또한, 18년 경력의 발골 전문가가 등장해, 한우는 대부분 할 10개 부위·소분할 39개로 나뉜다는 점을 알리며, 등심, 안심, 국거리 외에 제비추리, 토시살, 안창살 등의 한우 부위 위치와 특성을 설명하는 장면도 담겼다.

이렇게 이날 방송협찬은 한우 각 부위의 스

토리를 개발하며, 한우의 우수성을 제대로 전달하는 데 기여했다. 한우 부위의 스토리텔링은 한우의 확실한 차별화로 이어지는 효과를 기대할 수 있다.

무엇보다 시청자들이 자신이 원하는 부위를 선택하도록 만들어 한우의 맛을 제대로 즐기도록 도왔다는 점에서 의미가 컸는데, 이는 한우 비선호 부위에 대한 관심 유도 차원도 고려됐다.

한편, 이날 방송은 손소독제를 비치해 두는 등 위생관리에 세심하게 신경 쓰고 있는 우리 한우 판매점의 모습을 담아 한우 전문점에서 안심하고 한우를 즐길 수 있다는 점을 시청자들에게 전달했다. 코로나19로 외식 소비가 줄면서 가게 운영의 어려움을 겪고 있는 외식업체의 소비 활성화에 도움을 주려는 취지였으며, 외식메뉴=한우의 이미지를 공고히 하는 계기도 됐다.





한우 불고기의 매력은 어디까지인가!

KBS2 <생방송 아침이 좋다>
3월 26일 방송

“한우 불고기감으로 설도가 있고, 목심이 있고, 앞다리 살이 있어요.”

맛과 영양의 대표주자 한우 맛의 진가를 제대로 보여주는 한우 요리인, 한우 불고기의 모든 것이 전파를 뒀다. 한우 불고기 용 부위부터 한우 불고기를 활용한 이색요리법까지 알린 이날 방송은 시청자들의 침샘을 자극하며, 한우 정육에 대한 시청자들의 관심을 높였다.

한우 불고기 용으로 활용되는 설도, 목심, 앞다리 부위의 특성을 알리는 콘텐츠는 한우 부위의 스토리 개발에 기여한 것은 물론 소비자들 각자의 입맛과 취향에 맞춘 한우 부위를 선택해 한우 불고기 요리를 즐기도록 도와 한우 소비층을 더욱 두텁게 쌓는 데도 이바지했다.

방송에는 박미경 한의사가 출연해 단백하고 열량이 적은 부위인 한우 목심을 활용한 ‘한우 불고기 뽕밥’ 요리법과 남은 한우 불고기를 활용한 ‘한우 불고기 유부초밥’과 같은 한우 불고기 요리법을 소개하며 시청자들의 입맛과 한우 목심에 대한 관심을 당겼다.



Oh 한우 꿈만 꾸~ 라라랄라라

SBS <본격 연예한밤>
4월 22일

아이돌 그룹 ‘에이프릴’이 컴백 인터뷰 방송에서 한우 먹방을 선보였다. 에이프릴을 위해 면역력 강화에 좋은 한우를 준비했다는 멘트는 젊은 소비층들에 한우의 우수성을 알리는 데 기여했다. 아무 말 없이 한우를 흡입하는 아이돌의 모습은 그 어떤 맛 표현보다 직접적으로 한우 맛의 우수성을 시청자들에게 전달했다.

이날 방송은 네이버 클럽 영상 조회 수가 1,884회를(4월 23일 기준) 기록하는 등 화제성이 높았던 만큼, 한우의 인지도 제고에도 기여했다.



부러우면 한우다

MBC <리얼연애 부러우면 지는거다>
4월 13일

실제 연예인 커플들의 리얼한 러브 스토리와 일상을 담은 예능 프로그램에 한우가 등장했다.

이날 방송에서는 에코 캠핑장에서 한우를 즐기는 연인의 모습이 담겼는데, 영롱한 자태의 한우를 서로 먹여주며 폭풍 흡입하는 연인의 모습은 ‘한우=사랑’이란 공식을 떠올리기 충분했다. 캠핑장에서는 역시 한우란 인식을 심어주기에도 손색이 없었다. 한우의 영양학적 우수성을 알리는 ‘몸에 좋은 거잖아, 면역력에 좋아’라는 멘트가 방송됐다.

5월 한우자조금 TV/광고 스케줄

MBC

편성표	요일(횟수)	시간
뉴스데스크 전	토요일(2회)·일요일(3회)	19:54
뉴스데스크 후	월요일(4회)·화요일(2회)	19:50
뉴스투데이	월요일(4회)·화요일(4회) 목요일(4회)·금요일(5회)	07:20
수목드라마 4부	토요일(5회)	14:55
출발 비디오행 2부	일요일(1회)	12:40
편애중계 2부	일요일(5회)	13:50
생방송 오늘저녁	월요일(4회)·수요일(4회)	18:25
일일드라마	화요일(4회)	07:50
놀면 뭐하니 2부	토요일(1회)	19:15

KBS2

편성표	요일(횟수)	시간
수목드라마	일요일(5회)	13:10
1박 2일 2부	일요일(1회)	19:00
주말연속극	일요일(1회)	20:35
아침뉴스타임	월요일(4회)·수요일(4회)	08:00
생생정보	화요일(4회)·금요일(5회)	18:30
일일드라마 (위험한 약속)	월요일(2회)·화요일(3회) 금요일(1회)	19:50
일일드라마 (기막힌 유산)	목요일(4회)·금요일(5회)	09:00
글로벌24	목요일(4회)	20:30
무한리필 샐러드	금요일(5회)	09:40
개는 훌륭하다 2부	토요일(5회)	12:30
월화드라마	토요일(5회)	15:35

1

언론홍보 활동 매진

코로나19 속 알찬 ‘언론홍보’로 한우 인지도·신뢰도 제고



한우자조금에서는 한우와 한우산업에 대한 다양한 소식을 전하는 보도자료를 내 보내고, 트렌드에 걸맞은 기획기사를 발굴해 배포하는 등 한우산업 이미지 제고를 위한 다양한 언론홍보 활동을 펼치고 있다. 아울러 한우 관련 부정적 이슈가 발생했을 때는 이에 대응하는 기사를 배포하는 등 위기관리를 위한 언론홍보에도 적극 나서고 있다.

한우자조금이 올해 초부터 4월 21일까지 언론사에 배포한 언론보도 기사는 총 18건이다. 이 기사들은 주요 일간지, 축산 전문지 등에 총 349회 게재됐다. 이는 코로나19 속에서도 한우와 한우산업이 소비자들의 신뢰도를 견지해 나가는 데 큰 역할을 했다. 특히 소비자들의 요구를 반영하고 기획해 배포한 기획기사는 한우의 영양학적 우수성을 신뢰도 있게 전달하는 데 손색이 없었다.

‘한우 뉴스입니다’

언론홍보는 기본적으로 해당 산업 또는 기업체에서 신제품을 출시했거나, 상을 받았거나, 소비촉진 행사를 진행하는 등의 상황이 발생했을 때 이를 널리 알리기 위해 신문, 방송 등에 보도자료를 배포하는 방식으로 진행된다. 한우 소비촉진 행사, 사회공헌 활동, 조사연구 결과 등과 같은 한우자조금에서 진행하는 모든 사업 부문의 뉴스를 언론보도로 확인할 수 있는 이유이다.

한우자조금은 올해 ‘설맛이 한우 선물세트 온라인 사전 판매, 설맛이 전국 할인행사 및 한우 직거래장터 개최, 설맛이 한우 직거래장터 10억 매출 기록, 2020 한우 홍보대사로 배우 남궁민 2년 연속 선정, 2020년 한우자조금 TV 광고 송출, 한우 퇴비 부숙도 검사 의무화 단기적 대응 방안 연구 결과 발표, 한우 곰거리 최대 70% 할인 판매, 봄철 건강을 위한 위대한 특가전 진행, 아프리카TV에서 한우 먹방 진행’ 등의 소식을 언론에서 알렸다.

눈에 띄는 점은 보도할 뉴스 성격에 맞춰, 뉴스를 게재하는 언론 매체를 다르게 선정했다는 점이다. 이를테면 설맛이 한우 소비촉진을 위해 진행한 서울 청계광

장 한우 직거래장터 개장 소식은 연합뉴스TV, YTN 방송, 경향신문, 매일경제, 국민일보, 세계일보, 서울신문, 동아일보, 한겨레 등 방송, 일간지, 인터넷매체 등 총 125개 매체에서 활용해 전국의 소비자들에게 전했다. 하지만 한우 퇴비 부숙도 검사 의무화 단기적 대응 방안 연구 결과 발표 소식은 축산 전문지에 주로 배포했는데, 농축산 관련 종사자들에게 필요한 뉴스라는 판단에서다.

이러한 소식을 알리는 언론홍보 기사는 소비촉진 행사, 할인행사 등의 흥행과 매출에 영향을 미친다는 측면에서도 매우 중요하데, 한우자조금 소비촉진 행사장에서 ‘뉴스를 보고 찾아왔다’는 소비자들을 적지 않게 만날 수 있는 이유이다. 한우자조금 관계자는 “언론홍보 기사는 뉴스 발생 시점에 많은 언론사에서 동시에 보도한다는 점에서 순간적인 파급력이 크다”라며 “더욱이 요즘은 대부분의 언론사에서 인터넷 사이트를 운영하고 있는 만큼 그 효과를 더 즉각적으로 확인할 수 있다”고 설명했다.

한우 우수성 알리는 기획기사로 소비촉진 도모

올해는 코로나19에 따른 강력한 사회적 거리두기 캠페인이 전개되면서, 한우자조금의 주요 소비촉진 행사 등이 진행되지 못 했다. 이는 그만큼 언론홍보 뉴스거리가 줄었다는 의미이기도 한데, 그럼에도 한우자조금은 예년과 비슷한 횟

2020년 한우자조금 언론 보도 목록

제목	게재 매체
한우자조금, 설맞이 한우 선물세트 온라인 사전 판매	파이낸셜뉴스 지면, 아시아경제, 매일경제, 에너지경제, 이데일리 등 31건
아낌없이 주는 한우, 한우 부산물 즐겨볼까	로컬세계, 한국식품의약신문, 부산일보 등 3건
한우자조금, 설맞이 전국 할인행사 및 한우 직거래장터 개최	매일경제 지면, 세계파이낸스, 이데일리, 경향신문, 코리아포스트 등 21건
한우자조금, 서울 청계광장서 설맞이 한우 직거래장터 개최	연합뉴스TV, YTN 방송, 경향신문, 매일경제, 국민일보, 세계일보, 서울신문, 동아일보, 한겨레, 파이낸셜뉴스, 내일신문, 축산신문 지면 등 125건
한우자조금, 전문지 기자간담회 개최	축산신문 지면, 농축유통신문, 한국농어민신문 등 6건
한우자조금, 설맞이 한우 직거래장터 10억 매출 기록	메트로신문, 축산신문 지면, 로컬세계, 푸드투데이, 매일경제, 축산경제신문 등 20건
남은 겨울, 튼튼하게 보내게 해줄 한우 보양식은?	베이비뉴스 게재
한우자조금, 2020 한우 홍보대사로 배우 남궁민 2년 연속 선정	대전일보 지면, 푸드투데이, 싱글리스트, 매일경제 스타투데이, 서울뉴스통신, 세계일보 등 23건
한우자조금, '한우 퇴비 부숙도 검사 의무화 단계적 대응 방안 연구' 발표	푸드투데이, 농수축산신문, 전업농신문, 한국농어민신문, 축산신문 등 9건
면역력 강화 도움되는 단백질 가득 한우	아주경제 지면, 경향신문, 이데일리, 세계일보, 한국농정신문, 라이프팜, 농수축산신문 등 12건
한우자조금, 올해도 남궁민과 '인생, 맛있어진다' TV 광고	농촌여성신문, 농기자재신문, 농축유통신문, 식품음료신문, 축산신문, 축산경제신문, 한국농어민신문 등 7건
'나 혼자 산다' 배우 이장우, 기안84와 '한우 짜장 라면' 먹방 화제	코리아포스트, 아크로팬, 천지일보, 로컬세계 등 4건
한우자조금, 한우 곰거리 최대 70% 할인 판매	싱글리스트, 위키리크스, MBN, 매일경제, 로컬세계, 베이비뉴스, 세계일보, 경향신문, 한국영농신문, 한국식품의약신문 등 22건
한우자조금, 봄철 건강을 위한 위대한 특산물 진행	파이낸셜뉴스, 뉴스토마토, 매일경제, 서울파이낸스, 부산일보, 베이비뉴스, 글로벌경제, 싱글리스트 등 30건
집에서 즐기는 우리 한우 레시피	세계일보, 베이비뉴스, 싱글리스트, 천지일보, 급식뉴스, 라이프팜, 농축유통신문, 전업농신문 등 14건
한우자조금, "아프리카TV에서 한우 먹방 참여하세요"	매일경제, 팜인사이트, 부산일보, 세계일보, 농수축산신문, 코리아포스트 등 11건
부위별로 다른 우리 한우, 더 건강하게 알고 먹어요!	이데일리, 로컬세계, 베이비뉴스, 코리아포스트, 세계일보 등 8건
한우자조금, 아프리카TV '먹방데이 한우편' 성황리 종료	스포츠경향 지면, 로컬세계, 아크로팬, 베이비뉴스, 세계일보, 데일리게임, 축산신문 등 8건

기준일: 2020년 4월 21일

수의 보도자료를 배포하며 한우와 한우산업의 신뢰도 제고에 기여했다. 한우자조금에서 발 빠르게 온라인 홍보를 강화하면서 관련 뉴스를 지속해서 보도할 수 있었고 또 여기에 한우자조금이 시의적절하게 소비자 요구를 반영한 기획 기사를 발굴한 덕분이다. 기획기사는 광고가 아니라 정보성 글로 비친다는 점에서 한우의 우수성을 신뢰도 있게 알리는 데 도움이 된다.

지난 1월에 배포한 '아낌없이 주는 한우, 한우 부산물 즐겨볼까'란 주제의 기획기사는 한우 부산물 소비를 촉진하기 위해 기획 발굴한 것이다. 우리 한우 사골, 우족과 같은 뼈는 골격 강화와 피부관리에 도움을 준다는 내용이 담긴 이 기사는 한우 부산물 소비 증진을 도왔다.

코로나19 확산으로 면역력 강화 등 건강에 대한 소비자들의 관심이 높아지는 시점에서는 '남은 겨울, 건강 걱정은 이제 그만! 면역력에 도움되는 단백질 가득 한우'란 기획기사로 면역력 증진에 좋은 한우의 영양학적 우수성을 알렸다. 또한, 사회적 거리두기가 강화된 시점에서는 '집에서 외식처럼 즐기는 우리 한우 레시피'를 소개하는 기사로, 외식을 줄이고 집밥을 즐기는 소비자들에게 한우 눈도장을 찍었다. 특히 지난 4월 20일에 '부위별로 다른 우리 한우, 알고 더 건강하게 먹어요!'란 주제의 기획기사는 한우자조금 전문가 자문단인 오라한의원 박미경 한의사가 우리 한우를 더 건강하게 즐기는 방법을 소개하는 방식으로 기사가 전개됐는데, 이는 기사의 전문성과 신뢰도 제고를 돋보이게 하는 기획이었다. 이렇게 한우자조금은 코로나19 속에서도 다양한 언론홍보 활동으로 한우 및 한우산업의 인지도와 신뢰도를 높이는 데 기여했다. 한우자조금 관계자는 "앞으로도 뉴스 가치가 있는 언론홍보 기사 발굴을 위해 노력하겠다"라고 말했다. 🍌





2

SNS로 언택트(untact) 마케팅 강화

SNS에선 한우길만 걸어요… 젊은 소비층 확보 기대

한우자조금이 언택트 마케팅 활동 강화 일환으로 SNS를 활용한 한우 소비촉진과 소비홍보 활동에 박차를 가했다.

코로나19로 강화된 사회적 거리두기가 시행되면서, 한우자조금의 한우 소비촉진과 소비홍보를 위한 오프라인 행사 전개에 차질이 빚어졌다. 이에 한우자조금은 온라인과 SNS를 활용한 마케팅을 더욱 적극적으로 펼치며, 한우 소비촉진과 홍보에 틈이 생기지 않도록 노력하고 있다.

SNS를 활용한 소비홍보 마케팅은 보다 다양한 소비층에 한우의 우수성을 알릴 수 있는 방법이란 점에서도 중요한데, 특히 SNS 활용도가 높은 젊은 소비층 확보 차원에서 의미가 있다. 한우자조금은 2020년 모바일 및 온라인 홍보 강화로 신규 소비층 확보를 본격화할 것이란 사업 목표를 설정한 바 있다.

한우자조금 관계자는 “홍보 채널 운영에 있어 동영상, SNS 등은 필수가 됐다”라면서 “TV, 라디오 등과 같은 전통적인 홍보 매체와 SNS, 유튜브 등 새로운 매체를 유기적으로 운영해 시너지 효과를 높이기 위해 노력하고 있다”고 말했다.

SNS에서 만난 한우!

한우자조금에서는 인스타그램, 페이스북, 블로그 등을 운영하고 있으며, 유튜브를 활용한 홍보도 활발하게 진행하고 있다. 현재 한우자조금 페이스북의 총 팔로워 수는 1만 8,928명이며, 전체 좋아요 수는 1만 8,990개이다. 인스타그램은 팔로워 4,918명, 팔로우 311명이다. 한우자조금 유튜브 구독자는 총 3,700명이다. (4월 28일 기준) 한우자조금 SNS는 할인 행사 등을 알리는 한우 자조금 소식, 한우 요리법, 우리한우판매점 소개, 한우 관련 정보 등을 동일하게 담고 있는데, 이는 한우자조금 SNS에 통일감·일관성을 높이는 동시에 콘텐츠의 반복 노출 효과를 기대할 수 있다. 아울러 동일한 디자인을 적용해 한우자조금 SNS임을 일관되게 표현하고 있다.

하지만 각 SNS의 성격과 이용자 특성에 맞춘 기획된 콘텐츠로 차별화도 도모했다. 이를테면 한우자조금 블로그에는 주로 정보성 콘텐츠가 실리고 있는데, 한우자조금에서 농가에 발송하는 소식지 기사를 블로그 독자의 눈높이에 맞춰 재편집해 포스팅하고 있다. 페이스북과 인스타그램에서는 각기 방문자들의 특성에 적합한 맞춤 이벤트를 진행하며 한우 소비층 확장에 일조하고 있는데, 인스타그램과 페이스북 이용자의 연령 등이 다른 만큼 쿼즈 주제와 방식은 다르게 진행하고 있다. 유튜브에서는 한우자조금 활동 동영상, 한우 부위를 소개하는 한우 미식회 동영상, 한우자조금 캠페인 광고, 한우농가 교육 동영상, 우리한우판매점 소개 동영상 등으로 한우 자조금 사업 홍보에 보다 치중하고 있다.

콘텐츠 제작에 시간이 걸리는 유튜브를 제외하고, 한우자조금 각 SNS에는 콘텐츠가 2~3일을 주기로 올라가고 있다. 실시간 소통이 이뤄지는 만큼 이용자들의 관심사, 트렌드 등을 즉각 반영해 이용자들의 관심을 끌 수 있는 콘텐츠 기획과 제작에 심혈을 기울이고 있다.

홍콩 현지인과의 SNS로 소통 중

아울러 한우자조금은 홍콩 현지인을 대상으로 한 페이스북과 인스타그램도 운영하고 있다. SNS에는 한우 요리 레시피, 한우 인지도 제고와 소비촉진을 위한 정보성 글 등을 비롯해 한류에 관심이 많은 현지인들을 위한 한국 관련 콘텐츠도 함께 올리고 있다. 한우자조금 관계자는 “코로나19로 한우 주요 수출상대국인 홍콩 현지 마케팅 진행이 원활하지 않다”면서 “하지만 SNS로 꾸준히 소통하면서 한우의 우수성을 알리기 위해 노력하고 있다”고 설명했다.

한우자조금 SNS 세상 훑아보기

한우자조금 SNS에는 한우 관련 정보 콘텐츠가 담겼다. ‘우리 한우 제대로 알기’란 카드뉴스가 업로드되고 있는데, 한우와 관련한 속담, 구이용으로 좋은 한우 부위, 국내산 소고기는 다 한우일까 등 이용자들에게 우리 한우를 알리는 데 크게 기여하고 있다. 우리한우판매점 소개와 한우 요리법을 알려주는 콘텐츠도 인기다. 특히 봄향기 가득한 한우 차돌박이 냉이 된장찌개, 면역력 강화엔 한우 섭취 필수 한우 치즈를 등처럼 계절과 트렌드를 반영한 한우 요리법 안내는 한우 소비촉진 차원에서 의미가 크다.

한우 관련 콘텐츠뿐만 아니라 코로나19 시대 행동수칙 등과 같은 SNS 이용자들의 관심을 끄는 콘텐츠도 생산하고 있다.

한우자조금에서 실시하는 다양한 행사 소식도 올라간다. 이는 소비자들이 우리 한우를 보다 경제적으로 소비하는 방법을 알린다는 차원에서는 물론 한우자조금 행사의 흥행과 매출에도 도움이 된다는 점에서 꼭 필요한 부분이다.

오프라인 이벤트 못지않은 SNS 이벤트로 한우 소비층 확보에도 기여하고 있다.

한우자조금 SNS

-  인스타그램
www.instagram.com/hanwoo_official/
-  페이스북
www.facebook.com/hanwoo114/
-  블로그
blog.naver.com/hanwoo_love
-  유튜브
www.youtube.com/user/lovehanwoo

인스타그램에서는 4월 27일부터 4월 30일까지 라디오 채널 ‘봄봄파워’와 콜라베레이션 이벤트를 진행했다. 한우자조금 인스타그램을 팔로우하고, 이벤트 게시글을 친구와 공유하고 응원 댓글을 다는 응모자 중 추첨으로 20명에서 한우불고기버거세트를 증정하는 이벤트를 진행한 것이다. 4일간의 이벤트로 약 200명의 팔로워가 추가됐는데, 친구 초청 이벤트만큼 팔로워 증가 효과는 더 컸다.

페이스북에서 4월 22일부터 4월 27일까지 한우 부위를 알아맞히는 초성 퀴즈를 진행했는데, 해당 페이지에는 댓글이 1,000개가량 달렸으며, 464회 공유가 있었다. 🔄





아프리카TV와 '먹방데이 한우편' 성료 방구석에서도 한우로 건강 챙기세요! 모바일·온라인 홍보 강화로 신규 소비층 확보 기대

코로나19로 강화된 사회적 거리두기가 시행되던 지난 4월, 한우자조금이 아프리카TV와 모바일·온라인 마케팅의 일환으로 진행한 '한우 먹방데이' 이벤트가 이 슈몰이에 성공했다.

한우자조금은 지난 4월 11일 아프리카TV에서 한우를 소재로 '방구석에서 뭐 한 우? 한우 먹자'란 이벤트를 진행하며, 한우 소비촉진과 젊은 소비층 확보를 위한 모바일·온라인 마케팅 강화에 본격적인 시동을 걸었다. 이번 이벤트는 코로나19로 건강과 면역력에 관심이 모아지고 있고 사회적 거리두기가 한창인 사회적 분위기에 대응해, 면역력 증진과 원기회복에 좋은 우리 한우를 이용한 간편한 요리법을 알리자는 차원에서 진행됐다.

아프리카TV는 실시간 방송을 할 수 있는 유무선 통합 SNS 미디어로, 매월 11일을 '먹방데이'로 정하고 주어진 주제로 먹방·쿡방 카테고리 방송을 진행하는 참여자들에게 심사를 통해 먹방 지원금을 제공하는 이벤트를 진행하고 있다.

사전 기대 높았다… 참여자 모집에 230명 응모

-  한우로 하루종일 먹방이라니~~기대가 많이 됩니다...^^
-  먹방데이라니! 한우라니! 11일 집중 본방사수 해야겠네요!
어떠한 먹방을 선보일지 기대되네요!

지난 4월 11일, 아프리카TV에서는 오전 10시부터 자정까지 한우 먹방과 쿡방을 실시간으로 방송하며 시청자들의 침샘을 폭발시켰다. 이날 방송에는 30명의 비제이(BJ, Broadcasting Jockey)들이 참가했으며, 두 시간씩 순차적으로 방송을 진행했다. 이미 많은 팬을 보유한 인기 BJ부터 새내기 BJ까지, 다양한 개성을 가진 BJ들은 눈을 뗄 수 없는 한우 먹방과 쿡방을 선보이며 한우 맛을



제대로 시청자들에게 전달했다.

이번 한우 먹방데이는 참가자 모집 단계에서부터 많은 관심을 받았는데, 4월 2일부터 4월 6일까지 5일간 진행한 참가자 모집 공고에 무려 아프리카TV BJ 약 230명이 응모했다. 내로라하는 먹방·쿡방 인기 BJ가 다수 응모하면서 방송 전부터 콘텐츠에 대한 기대감도 높았다.

한우 채끝·설도로 완성한 맛있는 한우 먹방·쿡방

-  영상 보니 침 떨어지네요.
-  와 맛있겠다. 이 스테이크 비주얼 장난 아니네요 표정이 살아있어요
-  오늘 저녁에 한우 먹어야 하나.

한우 먹방데이 본 방송에 참여한 BJ들에게는 한우 채끝과 설도가 무상 제공됐다. 구이와 정육을 대표하는 대중적인 한우 부위를 활용해, 기존의 요리법과 다른 참신한 요리법과 맛을 발굴하자는 취지에서다.

실제로 이번 이벤트에서는 이러한 기획의도가 제대로 구현됐는데, 한우 스테이크이나 한우 불고



기 외에 한우 채끝과 설도를 활용한 찹스테이크, 버섯말이, 밀포유나베, 꼬치, 한우전, 떡잡채, 육회스시, 전골, 오색말이, 채끝초밥, 파스타, 달래말이, 샤브샤브, 채끝삼합, 비빔밥, 짜파구리, 쫄면, 가지 스테이크, 불고기버거 등 다양한 요리가 발굴됐다. 탈북자 출신 BJ가 북한의 식생활 정보와 함께 선보인 한우 배추말이 찜과 한우 채끝 구이 평양냉면도 눈길을 끌었다. 이들 요리는 참신함은 물론 요리법이 간편하다는 점에서도 높은 점수를 받았다.

이벤트에는 먹방·쿠팡 귀재들이 대거 참여했는데, 이 중에는 5성급 호텔 셰프 출신, 궁중음식 요리사 출신 등도 포함됐다. 그만큼 완성도 높은 한우 요리가 많이 발굴됐다는 평가다.

‘다른 양념 안 해도 맛이 좋아요, 맛보지 않아도 먹으면 사르르 녹을 것 같아요, 올해 먹은 것 중에 가장 맛있어요’ 등과 같은 BJ들의 시식 평은 시청자들의 침샘을 무한 자극했다. “한우 맛의 우수성은 과학적으로 증명됐다고 하는데요, 감칠맛을 내는 물질이 다량 함유됐다고 합니다”란 BJ의 설명은 한우 맛의 우수성을 설득력 있게 전달할 결정적 한 마디였다.

술뚜껑 구이 & 샤브샤브, 야외 옥탑 먹방, 게임 먹방 등 다양한 환경에서 한우를 즐기는 BJ들의 모습은 일상의 행복을 만드는 한우 이미지를 강화하는 데도 일조했다.

소고기 아닌 한우를 알리다

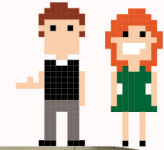
-  소고기 아니고 한우입니다. 야~ 한우 좋다. 여러분 때깁 좀 보세요 마블링 죽이네.
-  한우는 면역력 증진에도 좋다고 합니다. 한우 드시고 코로나19 이겨내시길
-  오늘 방송을 위해 (종략) 한우자조금관리위원회에서 특별히 협찬해 주셨어요
-  어디서 살 수 있냐고요 어디보자. 여기 '한우유명한국닷컴'이라고 나와있네요
-  어버이날 선물로도 좋을 것 같습니다.
-  우리가 한우를 많이 애용하면 한우농가 분들에게도 도움이 된다고 합니다.

이번 이벤트는 소고기가 아니라 한우와 한우산업에 대한 다양한 정보를 일관성 있게 제공했다는 점에서 남다른 의미가 있었다. 방송에서 BJ들은 한우자조금관리위원회가 코로나19로 어려움을 겪는 국민들에게 힘을 주기 위해 이번 이벤트를 준비했다는 점을 고지했는데, 이는 한우산업이 국민과 함께하기 위해 노력하고 있음을 알리며 긍정적 이미지를 형성하는 데 도움이 됐다.

특히 BJ들은 각자의 방식으로 우리 한우의 우수성 설명했는데, 한우의 영양학적 우수성, 수입산과 비교 우위에 있는 한우의 맛 등을 시청자들과 교감하며 자연스럽게 방송에 녹여냈다.



송아미



BJ 설이

방송이 끝난 후에는 방송 내용과 콘텐츠 완성도 등에 따라 수상자를 결정했다. 수상자는 △1등 1+등급 수상자 BJ♡수정 △2등 1+등급 수상자 황후, 송아미 △3등 1등급 수상자 라승이♡, 댄 댄이 등 13명이다. △1등(1명) 현금 100만 원 △2등(2명) 현금 30만 원과 30만 원 상당의 한우 선물세트 △3등(10명) 10만 원 상당의 한우 육포를 각각 시상했다.

1등을 차지한 BJ♡수정은 “코로나19로 어려움을 겪고 있는 국민들에게 한우의 우수성을 알리자는 취지를 살리기 위해, 쉽고 간단한 한우 요리법을 개발하고 또 인물보다는 한우 음식에 포커스를 맞춰 방송하려고 노력했다”면서 “이런 좋은 콘텐츠를 제작하게 해 주신 한우자조금관리위원회와 아프리카TV에 다시 한번 더 감사드립니다”는 소감을 밝혔다. 이어서 “한우농가 여러분 모두 힘내세요”라며 “대한민국 한우가 세계 최고입니다”란 응원 메시지도 전했다. BJ♡수정은 봉사활동을 함께 하는 동료 BJ들과 한우 밀푼유, 한우 스테이크, 한우 꼬치, 한우전, 한우 불고기 등 5가지 한우 요리를 선보였다.

이날 만들어진 콘텐츠는 방송 후에도 참여 BJ 아프리카TV VOD 업로드, 공식 SNS 업로드, 한우자조금 SNS 업로드, SBS 아프리카TV 케이블 편성 등으로 지속해서 노출되며 한우 인지도 제고에 기여하고 있다. 콘텐츠에는 한글과 영어 자막이 삽입됐다. 🇰🇷

4

2020년 1분기 '한우 수출동향 리포트' 발간 홍콩 넘어 마카오까지... 한우 주요 수출 시장 완벽 분석



한우자조금이 홍콩·마카오 시장을 중심으로 작성한 2020년 1분기 '한우 수출동향 리포트'를 발간했다. 한우자조금은 지난해까지 한우고기 최대 수출상대국인 홍콩 시장을 중심으로 한 한우 수출동향 리포트를 발간했으며, 올해는 마카오 시장까지도 확대했다. 한우자조금 관계자는 "지난해 우리 한우가 마카오 최대 리조트 베네치안 리조트 호텔에 입점하는 등의 성과가 있었다"라고 설명했다.

현재 한우고기는 홍콩, 마카오, 캄보디아 등에 수출되고 있으며, 한우자조금은 다음 분기에는 아랍에미리트와 캄보디아 시장 분석 자료도 내놓을 예정이다.

이번 한우 수출동향 리포트는 한우 수출 중점 상대국가인 홍콩과 마카오의 경제·무역 동향, 소고기 수입 현황 등에 대한 정보를 조사하고 분석해 효율적인 한우 수출방안 수립을 위한 기초 자료를 확보하려는 목적으로 작성됐다.

리포트에는 홍콩과 마카오의 경제·무역 동향, 소고기 시장 현황, 언론 보도 동향 등이 담겼으며, 이는 △한우 수출상대국에 대한 정보를 구체적으로 파악해 수출 계획 수립에 대한 지표를 마련하고 △한우 수출입사, 관련 기관 관계자와 종사자들에게 수출상대국의 시장 정보를 제공함으로써 해외 시장에서 한우의 경쟁력 향상을 도모하는 데 유용하게 활용될 예정이다. 각국의 통계청 자료와 주요 언론사 보도 자료 등을 분석 정보로 활용해, 리포트에 대한 객관성을 높였다.

2020년 1분기 '한우 수출동향 리포트'는 한우자조금 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr)의 '정보마당-한우 관측·수출 동향'에서 확인할 수 있다.



리포트에 따르면 2020년 2월까지 홍콩 경제성장률은 2019년 4분기 대비 2.9% 감소했다. 이는 세계 경제 성장의 둔화와 코로나19 등으로 2020년 홍콩 경제성장률이 -1.5%~0.5%에 머무를 것이란 전망으로 이어지고 있다. 한편, 1월~2월 기준으로 홍콩 전체 상품 수출액과 수입액은 전년 동기 대비 각각 11.9%, 9.3% 감소한 것으로 드러났다.

홍콩의 2020년 1월~2월 냉장 소고기 총수입액과 총수입량은 각각 2만 2,300만 홍콩달러·2,709톤으로, 전년 동기 대비 각각 9.26%·41.96% 증가했다. 하지만 홍콩의 냉동 소고기 총수입액과 총수입량은 전년 동기 대비 감소한 19억 3,600만 홍콩달러(18.52%)·5만 2,236톤(↓12.64%)에 머물렀다.

마카오도 코로나19로 인한 경제 침체가 심화될 전망이다. 올해 2월 기준 실질 GDP 성장률이 7.4% 하락한 가운데, 2021년에는 실질 GDP 성장률 두 자릿수 하락이 점쳐지고 있다. 아울러 1월~2월 기준, 마카오 전체 상품 수출액과 수입액은 전년 동기 대비 각각 15.96%, 14.14% 줄어든 것으로 나타났다.

올해 1월~2월 마카오의 냉장·냉동 소고기의 총수입액과 총수입량은 전년 동기 대비 모두 감소했는데, △냉장 소고기 770만 파타카(↓18.38%)·38톤(↓31.50%) △냉동 소고기 4,200만 파타카(↓13.07%)·880톤(↓21.87%)을 각각 수입했다. 📈

5

‘2020년 한우자조금 특정·자유연구과제’ 공모 과학적 연구로 한우산업 안정적 발전에 기여

한우자조금이 4월 13일부터 5월 6일까지 ‘2020년 1차 한우자조금 특정·자유연구과제’ 공모를 진행했다.

한우자조금은 한우산업에 대한 과학적 연구로 한우농가의 경쟁력을 제고하고, 한우산업의 안정적 발전과 한우 소비촉진에 기여하기 위해 다양한 조사연구사업을 수행하고 있다. ‘2020년 한우자조금 특정·자유연구과제’ 공모도 그 일환이다. 한우자조금은 전문성을 갖춘 많은 연구기관과 연구자의 참여를 유도해 한우산업에 대한 보다 폭넓은 연구가 수행되도록, 축산 관련 전문지에 한우자조금 연구 과제 공모 광고 등을 집행했다.

2020년 조사연구사업은 특정연구과제 3개, 자유연구과제 5개 분야로 진행된다. 특정연구과제는 △한우 사육구조 변화 및 수급영향 분석 △한우산업 경기전망을 위한 선행지수 개발 △2020년 한우자조금 성과분석 연구이며, 이 중 ‘한우 사육구조 변화 및 수급영향 분석’과 ‘한우산업 경기전망을 위한 선행지수 개발’은 농림축산식품부가 2020년 한우자조금 사업·예산 승인 과정에서 연구과제로 추천한 것이다.

‘한우 사육구조 변화 및 수급영향 분석’ 연구는 사업 규모화, 번식농가와 일관사육농가 증가 등과 같은 사육구조 변화가 국내 한우 송아지 생산, 사육두수, 수급에 미치는 영향에 관해 분석하고, 이를 토대로 앞으로 농가에 자율적 수급관리 정보를 제공하기 위한 목적으로 이뤄진다. ‘한우산업 경기전망을 위한 선행지수 개발’은 한우 생산과 소비가 연관된 경제상황을 종합적으로 파악하고 분석해 한우산업 흐름을 체계적으로 측정·관리하는 동시에 한우산업 전망을 지수화해 관측과 수급전망에 대한 생산자 이해를 돕고 선제적 수급관리에 활용하기 위함이다.

연구기관과 연구자의 자율 제한으로 진행되는 자유연구과제는 △한우고기 우수성 발굴 분야 △한우고기에 대한 부정적 인식 대응 분야 △한우산업 관련 정책 분야 △한우농가 생산성 향상 분야 △한우산업 관련 기타 분야이다.

연구기관의 신청 자격은 △국·공립연구기관 △‘특정연구기관 육성법’ 제2조에 따른 연구기관 △‘정부출연 연구기관 등의 설립·운영 및 육성에 관한 법률’에 따라 설립된 정부출연 연구기관 또는 ‘과학기술분야 정부출연 연구기관 등의 설립·운

2020년 한우자조금 특정·자유연구과제 제안공모

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

특정연구과제
한우 사육구조 변화 및 수급영향 분석
한우산업 경기전망을 위한 선행지수 개발
2020년 한우자조금 성과분석 연구

자유연구과제
한우고기 우수성 발굴 분야
한우고기에 대한 부정적 인식 대응 분야
한우산업 관련 정책 분야
한우농가 생산성 향상 분야
한우산업 관련 기타 분야

신청방법

신청기간
2020년 5월 6일(수) 18:00까지
E-mail: hwj@hanwooboard.or.kr로 신청서류 제출

공모에 대한 자세한 사항은
(한우자조금관리위원회 홈페이지)
www.hanwooboard.or.kr
입찰공고 참조

문의
한우자조금관리위원회
교외전화: 02-622-3607

영 및 육성에 관한 법률’에 따라 설립된 과학기술 분야 정부출연 연구기관 △‘고등교육법’ 제2조에 따른 학교 △대통령령이 정하는 기준에 해당하는 기업부설 연구소 △‘민법’이나 다른 법률에 따라 설립된 법인인 연구기관 △그 밖에 대통령령으로 정하는 농림수산물과학기술분야의 연구기관 등이다. 연구책임자는 △소속기관에 정규로 소속돼 상근으로 재직 중인 사람으로 연구경험과 연구능력을 갖추고 있으며 △연구기간에 정년 퇴임, 임기만료, 장기 해외연수, 연구년 등으로 연구수행에 지장이 없어야 한다. 자유연구과제에서 임상실험이나 효능 관련 연구를 제안한다면 의과대학 교수 등 의료분야 전문가를 참여 연구원으로 필히 구성해야 한다.

특정연구과제는 1차 서류심사와 2차 발표심사로 선정되며, 자유연구과제는 1차 과제심의위원회 심사와 2차 발표심사로 결정한다. 제안서 평가, 연구기관 선정 등은 5월 중에 이뤄질 계획이다. 🍀



6

전국한우협회, 가정간편식 ‘한우 한마리 곰탕’ 출시 국물과 고기 모두 100% 한우! 이게 바로 진짜 한우곰탕!

전국한우협회가 한우 곰거리를 활용한 가정간편식(HMR) ‘한우 한마리 곰탕 (600g)’을 본격 출시했다. 지난 5월 6일 오후 5시 50분에 NS홈쇼핑 방송에서 판매를 시작했는데, 한우자조금관리위원회의 지원으로 판매수수료를 절감해 10팩 6만 9,900원이란 저렴한 가격으로 소비자들의 호응을 유도했다. 이번 방송을 위해 한우 한마리 곰탕 2,000세트를 준비했다.

최근 1·2인 가구가 증가하면서 간편하게 끼니를 해결할 수 있는 가정간편식이 현대인들의 장바구니 필수품으로 자리매김했다. 여기에 코로나19로 집밥 수요가 크게 늘어난 것도 가정간편식의 인기를 부채질하고 있다. 이번 전국한우협회 가정간편식 출시도 이런 소비 트렌드와 무관하지 않다.

전국한우협회 서영석 유통사업국장은 “재택근무, 개학연기 등 코로나19 상황으로

언택트(비대면) 소비를 선호하는 경향이 높아지면서 가정간편식의 수요가 급격히 늘었다”면서 “변화한 소비 트렌드에 대응하면서 한우 부산물의 연중소비와 ‘소값 안정, 국민 건강 증진’이라는 목표를 내걸고 야심 차게 준비했다”고 밝혔다.

이번에 출시한 ‘한우 한마리 곰탕’은 한우 사골·꼬리반골·잡뼈·도가니·사태·스지 등과 같은 한우 곰거리를 장시간 푹 고아 만든 깊고 진한 국물과 여기에 어우러지는 쫄깃하고 부드러운 한우고기가 일품이라는 평가를 받았다.

전국한우협회 관계자는 “2019년 12월과 올해 3월 두 차례 한우 부산물 파격 할인 행사로 한우 우족, 사골, 꼬리 등 한우 부산물 구매에 대한 국민들의 뜨거운 관심을 확인했다”면서 “가정에서 장시간 끓이는 번거로움을 덜고, 기호에 따라 국이나 찌개용 육수로도 활용하는 등 한우 가정간편식은 간편 보양식으로 소비자들에게 큰 만족감을 줄 것”이라고 기대했다.

‘한우 한마리 곰탕’에는 콜라겐 단백질과 칼슘, 무기질 등 양질의 영양분이 다량 함유돼 면역력 증진에도 탁월하다는 설명이다.

전국한우협회는 앞으로 점차 한우 가정간편식 제품군 확대에 나설 예정이다. ‘한우 한마리 곰탕’ 외에도 ‘한우 도가니 우족탕’, ‘한우 한판’ 등 여러 가정간편식 제품을 5월 가정의 달에 잇달아 출시할 계획이다. 아울러 앞으로 출시될 한우 부산물 가정간편식은 한우협회가 운영하는 한우 전문 쇼핑몰 ‘한우먹는날’에서도 주문이 가능토록 할 방침이다.

전국한우협회 김홍길 회장은 “한우가격 안정을 추구하면서도 온 국민의 면역력 강화에 도움이 될 수 있도록 한우농가들의 정성이 담긴 안심 먹거리를 지속적으로 선보일 예정”이라며 “생산자 단체 이름을 걸고 정직하게 만든 만큼 소비자들의 큰 관심으로 이어질 수 있을 것”이라고 자신했다. 🍲

7

여성·청년분과위원회 조직화 및 확대 ‘잔걸음’ 상반기 교육 차질 불가파... 하반기 추진계획 수립 중

코로나19 사태가 장기화되면서 전국한우협회 여성·청년분과위원회의 조직구성 및 교육 등에 차질이 생겼다.

사회적 거리두기 캠페인 확산, 공공시설 및 종교 모임 금지, 지역모임 및 축제 취소 등 정부의 모든 외부 모임 및 활동 자제 권고에 따라 생산비 절감을 위한 한우협회 OEM사료 확대 및 미경산우비육지원사업, 한우자조금 위탁사업 등 전국한우협회 추진 사업 역시 진도를 나가지 못하고 있다.

특히, 한우협회의 새로운 구심점으로 주목받았던 여성·청년분과위원회는 코로나19 상황으로 모든 계획이 멈춘 상태다. 전국한우협회 관계자는 “상반기 시군지부 단위 조직 구성, 권역별 세미나, 중앙단위 전체 교육 등 바쁜 일정이 계획됐었다”면서 “하지만 여성·청년분과위원회는 올해 초 각각 첫 임원 회의를 갖고 조직 방향성을 공유한 이후에 더 이상 사업을 진행하지 못하고 있다”고 밝혔다.

하지만 최근 신규 확진자 수가 안정화 추세를 보이는 등 코로나19 감염 확산세가 소강상태를 보임에 따라, 생활방역체계에 따른 교육 및 계획사업 추진을 검토하



는 등 호흡을 가다듬고 있다.

여성분과위원회는 한우마당 및 순회교육 등으로 여성 한우인들의 참여 독려와 조직 알리기에 주력할 방침이다. 청년분과위원회는 현재 네이버 밴드개설을 완료하고, 각 도지회 및 시군지부 추천인들의 가입을 받고 있다. 장성대 청년분과위원장은 “한우산업을 이끌 핵심리더 양성과 정책 개발 및 추진능력 배양을 위한 교육에 중점을 둘 것”이라고 강조했다.

한편, 중앙회에 제출된 여성분과위원은 총 267명, 청년분과위원은 총 268명이다. 🍌

8

무항생제 인증 농가 입식조건 10개월령 이하로 완화



무항생제 인증 농가의 입식기준이 오는 8월 말까지 현행 8개월령 이하에서 10개월령 이하로 완화된다. 전국한우협회는 코로나19로 가축시장이 한동안 열리지 못해 무항생제 및 친환경인증 농가들의 송아지 구입이 어려운 점을 들어, 가축시장

폐쇄조치가 끝나기 전까지 인증기준 개월령을 완화해 줄 것을 정부에 적극 건의한 바 있다.

이에 농림축산식품부는 한우에 한해 무항생제 축산물 인증기준을 한시적으로 10개월령 이하로 완화하고, 농산물품질관리원과 민간인증기관에도 기준완화 시행에 착오가 없도록 협조를 당부했다.

전국한우협회와 농림축산식품부는 국가재난상황, 가축질병 등과 같은 특수상황에 따른 입식조건 예외에 관해서도 추후 논의를 이어가기로 협의했다. 🍌

코로나19 시대 건강한 집밥 생활

코로나19는 우리 일상에 많은 것을 변화시켰다. 우리의 일상은 '집'을 중심으로 돌아가기 시작했고, 그러면서 홈코노미(home+economy) 시대가 촉발됐다. 홈코노미 시대, 우리의 식생활도 새로운 국면을 맞이했다. 외식을 즐기는 한편으로 우리가 그렇게 그리던 '집밥'이 우리 앞에 차려지고 있다.

코로나19 확산으로 우리에게 일상의 단어로 자리 잡은 신조어가 있다. 바로 '언택트(untact)'이다. 사회적 거리두기 등 비대면 비접촉 생활이 일상화되면서다. 편안한 단절을 추구하는 새로운 소비층에서 나타났던 언택트 소비 현상이 사회 전반으로 확산하고 있다.

집에서 요리하는 즐거움

유통가의 마케팅 주요 대상이 '1인 가구' 중심에서 '가족 단위'로 바뀐 것도 코로나19가 바꾼 기현상이다. 이는 언택트 생활이 일상화되면서, 우리의 식생활이 '집밥'에 방점이 찍힌 것과 무관하지 않다. 개학 연기, 재택 근무 확산 등으로 집에서 끼니를 해결하는 사람이 많아지면서, 가정 내 식품 소비도 늘었다. 집에서 직접 요리하는 사람이 증가한 탓이다. 글로벌 마케팅 리서치 기업 칸타가 2020년 1분기 국내 일용소비재(FMCG) 시장 변화를 분석한 결과를 보면, 전년

같은 기간 대비 2020년 1분기 신선식품 구매액 성장률은 △채소 20.6% △쌀 17.7% △육류 14.6% 순으로 나타났다. 육류 중에서는 소고기, 돼지고기, 오리고기, 닭고기 순으로 성장했다.

코로나19가 장기화하면서 대용량 식품 소비도 눈에 띄게 증가했다. 한 대형마트의 대용량 전문 온라인몰의 신선식품 매출이 한 달간(2월 10일~3월 10일) 328%나 증가하는 등 먹거리가 전체 매출 신장을 주도한 것으로 나타났다. 사회적 거리두기의 일상화로 외식 소비가 가정 소비로 흡수되면서 축산물 매출이 증가한 것도 특이점이다. 3월 1일부터 3월 24일까지 경남지역 한 유통업체의 매출을 분석한 결과 지난해 같은 기간과 비교해 육류 등 축산 관련 판매량이 23% 늘어났다. 다른 대형마트에서도 지난 2월 20일부터 3월 24일까지 경남지역 7개 점포에서의 축산물 매출이 전년 동기 대비 26% 증가했다.



이렇게 코로나19가 촉발한 '집밥' 선호 현상은 코로나19 후에도 이어질 전망이다. 시장조사기관 닐슨(Nielsen)이 6,000명의 아시아인을 대상으로 실시한 설문조사 결과에 따르면, 응답자 중 중국인 86%, 홍콩인 77%, 한국을 포함한 말레이시아·베트남 응답자 62%가 '앞으로 집에서 더 자주 식사할 것'이라고 대답했다. 농촌진흥청이 코로나19 발생 시기별로 1차(2월 8일~10일)와 2차(4월 2일~4일)에 걸쳐 소비자패널 총 985명을 대상으로 진행한 온라인 설문 결과에서도 회를 거듭할수록 외식은 감소하고 '집밥족'은 늘어나는 경향을 보였다.

가정간편식(HMR)·밀키트 인기도 쑥쑥

집밥족들의 증가는 가정간편식(HMR)의 인기도 견인하고 있다. 집에서 요리하기 어려운 사람, 사회적 거리두기로 홈술을 즐기는 사람, 야식을 즐기는 사람, 조리 시간을 아껴 개인시간을 늘리려는 사람 등이 간편하게 먹을 수 있는 가정간편식 소비에 지갑을 열고 있는 것. 그동안 가정간편식이 프리미엄화·고급화로 질적 향상을 해 오면서, 가정간편식이 집밥을 대체할 정도가 됐다는 점도 소비자들의 눈길을 끄는 이유이다.

'밀키트(meal kit)'에 대한 관심 증가도 빼놓을 수 없다. 손질이 끝난 식재료와 양념 2~3인분이 포장된 '반조리' 상태로 판매되는 밀키트는 가정간편식(HMR)보다는 손이 좀 더 가지만, 일일이 장을 본 후 직접 요리하는 것에 비해서는 효율적이란 장점이 있다. C사 밀키트 브랜드의 3월 매출은 전월 대비 약 100% 성장했다.

건강에 큰 관심

코로나19는 면역력 등 건강에 대한 관심을 높였는데, 이는 건강식과 보양식에 대한 선호로 이어지고 있다. 한 이커머스 업체에 따르면 보양식 판매량이 전년 동기(2월 16일~3월 17일) 대비 약 2배 증가했다. 지난해 초봄·말봄 시즌 판매량도 뛰어넘었다. 특정 시기 특수를 누리던 보양식이 코로나19로 일상식으로 들어온 것이다.

홍삼 등 면역력 관련 건강기능식품 판매도 증가했다. 한 대형마트에서는 2월 한 달간 홍삼 판매(260%)가 급증했으며, 비타민(67%), 유산균(21%) 판매도 증가했다. 이외 건강차(29%), 꿀(17%) 등의 구입도 늘었다.

우리 농축산물 관심 집중…착한 소비

집밥족의 증가는 우리 농축산물에 대한 높은 관심으로 이어지고 있다. 농촌진흥청이 코로나19 발생 시기별로 1차와 2차에 걸쳐 소비자 985명을 대상으로 실시한 온라인 설문 2차 조사에서 응답자의 33.5%는 "코로나를 계기로 국산 농산물에 대한 선호도가 높아졌다"고 답했다. 이는 "선호도가 낮아졌다"는 응답(4.6%)보다 7.3배나 높은 수치이다.

건강한 식생활에 대한 관심이 높아지면서, 푸드 마일리지가 짧은 신선하고 안전한 지역 농축산물에 대한 관심이 높아졌기 때문이란 분석이다.

아울러 우리 농축산물을 선호하는 경향은 코로나19로 어려워진 농가를 돕자는 착한 소비 현상과도 관련이 깊다. 코로나19로 개학이 연기되면서 급식용 농축산물을 생산하는 농가, 수출 판로가 막힌 농가 등이 어려움을 겪고 있다는 소식이 전해지면서, 농가를 돕자는 운동이 확산되고 있는 것이다.

실제로 온라인 커뮤니티 등에는 우리 농축산물을 구입한 후 농가에 대한 응원 메시지와 인증샷을 올리는 현상이 심심치 않게 목격되고 있다.

유통가에서도 급식용 친환경 농산물을 취급하는 곳이 늘고 있다. 한 온라인 쇼핑몰에서는 농림축산식품부와 함께 '긴급공수' 코너를 마련해 학교급식 납품용 친환경 채소와 과일을 꾸러미 형태로 만들어 판매했는데, 준비한 물량 3,000세트가 약 3시간 만에 완판됐다. 🍎



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 열기를 클릭
- 4 Safari의 하단 '공유탭'을 클릭한 후 '+ 홈 화면 추가'를 클릭하면 아이콘 생성 완료

푸짐한 선물이 팡팡! 웹진 이벤트에 참여하세요.

응모방법

옆의 방법에 따라 핸드폰에 웹진 <한우자조금> 아이콘을 생성한 뒤,
웹진 이벤트 페이지 댓글에 한우 응원글을 남겨주세요.
댓글쓰기 아래의 정보란에 정보를 남겨주셔야 참여할 수 있습니다.
참여하신 분 중 추첨을 통해 푸짐한 선물을 보내드립니다.

응모기간 2020년 5월 29일(금)까지

당첨자발표 2020년 6월호 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

김민경, 전경옥

한우곰탕세트

박희우, 이시내, 황순신

한우불고기버거

김선민, 김승순,

홍윤정, 황재우

※ 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.

한우가격 및 출하·사육 동향

2020년 4월 한우가격 및 출하 동향

구분		2017년	2018년	2019년	2018년	2019년	2020년		대비(%)	
					4월	4월(A)	3월(B)	4월(C)	C/A	C/B
도축두수(두)		742,536	736,363	765,328	56,272	58,415	53,249	61,425	5.2	15.4
경매두수(두)		401,591	399,763	403,449	30,649	34,566	30,098	34,684	0.3	15.2
도매시장 경락가격 (원/kg)	평균	16,719	17,772	17,965	17,966	17,432	18,662	19,748	13.3	5.8
	거세	17,710	18,735	19,116	19,128	19,097	20,230	21,526	12.7	6.4
	비거세	12,108	12,813	13,439	13,430	13,079	13,484	14,044	7.4	4.2
가축시장 거래가격 (천원/두)	암소	5,404	5,659	5,645	5,710	5,594	5,972	5,885	5.2	-1.5
	송아지	암	2,919	3,130	3,220	3,186	3,320	3,234	1.5	-2.6
		수	3,572	3,857	3,434	3,823	3,793	4,193	10.1	10.5
소매가격 (1등급/kg)	등심	79,663	81,551	91,560	81,512	78,723	92,420	93,650	19.0	1.3
	양지	55,990	55,390	55,820	55,560	54,700	58,820	59,220	8.3	0.7
	설도	-	-	-	-	-	47,390	46,740	-	-1.4

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

〈출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터〉

*기준일: 2020년 4월 1일~4월 29일 단, 가축시장 거래가격 기준일은 4월 6일 이후부터(코로나19에 따른 가축시장 폐쇄 여파)

한우 사육현황 및 한우농장 현황

총 한우 두수	총 암소 두수	총 가임암소 두수 (15개월령 이상)	총 한우농장 수
3,053,855두	1,971,571두	1,453,058두	89,256

*기준일: 2020년 3월 말일

〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

수소(거세포함) 월령별 한우 사육현황

28개월령 이하	29개월령	30개월령	31개월령	32개월령 이상
1,019,344두	14,282두	12,975두	9,164두	26,519두

*기준일: 2020년 3월 말일

〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

한우 도축 마릿수 전망

- 2020년 한우 도축 마릿수는 사육 증가로 전년(76만 5천)과 평년(74만 8천)보다 증가한 79만 두 수준으로 전망됨.
- 2분기(3~5월) 도축 마릿수는 17만 2천 두로 전년 동기보다 3.6% 증가할 것으로 전망됨.
- 이후 도축 마릿수는 증가해 4분기(9~11월) 도축 마릿수는 전년 동기보다 13.1% 증가한 20만 7천 두로 예상됨.

〈단위: 천 두〉

구분	1분기	2분기	3분기	4분기
2020년(A)	207.8	172.7	204.3	207.0
2019년(B)	205.0	166.7	197.2	183.0
과거 불황기	2012년	176.4	193.7	249.5
	2013년	209.3	229.8	252.3
	2014년	214.8	249.7	202.3
(A/B)	1.4	3.6	3.6	13.1

*1분기 12~2월, 2분기 3~5월, 3분기 6~8월, 4분기 9~11월임 *한우 도축 마릿수는 등급판정 마릿수 기준

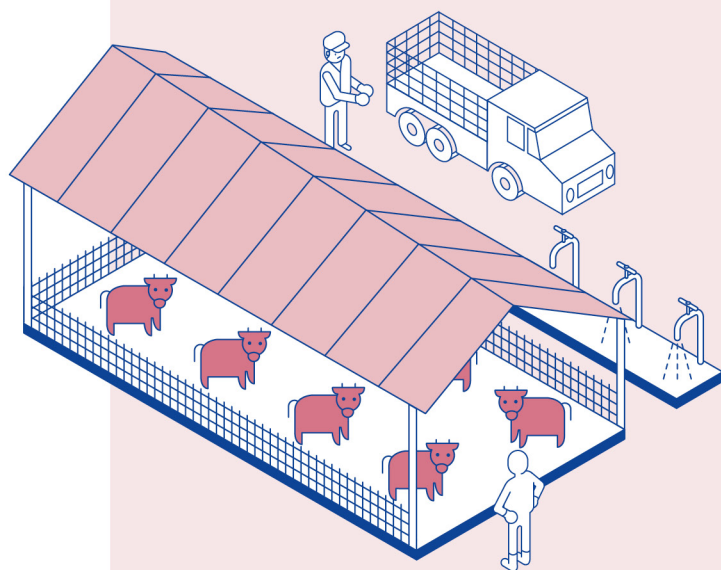
〈출처: 축산물품질평가원, 농업관측본부 전망치〉

*기준일: 2020년 3월 25일

사육 마릿수 증가를 고려한 신중한 입식과 송아지 생산 조절 필요

“가축질병 없는 깨끗한 축산환경 조성을 만드는 데 적극 참여해 주십시오.” 그동안 운영하던 매월 두 번째 수요일 ‘축산환경개선의 날’과 매주 수요일 ‘일제 소독의 날’이, 오는 10월까지 매주 수요일 ‘축산환경 개선의 날’로 확대 운영된다. 농림축산식품부는 ‘내 농장은 내가 지킨다’는 마음으로, 매주 수요일에는 축산농가에서 축사 내·외부 소독·방제, 청소, 구서·구충 제거 등을 자체적으로 실시하고, 취약시설 등을 점검·보완하며 상시 방역체계를 강화해 달라고 당부했다.

매주 수요일은 ‘축산환경 개선의 날’



축사 내부 관리 요령

- 사료 급이조 및 급수조 등 세척·소독, 벽면과 천장의 거미줄 제거, 이동통로 및 케이지의 분뇨 제거 등을 실시한다.
- 축사 내부의 관리자 이동통로, 물품보관 시설 등을 소독제로 소독한다.
- 가축분뇨가 축사 바닥의 분뇨유출 방지턱 또는 돈사 슬러리피트(Pit) 높이의 3분의 2를 넘지 않도록 관리한다.
- 축사 바닥 깔짚에 톱밥, 왕겨 등을 추가 살포해 수분을 60% 내외로 관리한다. 미생물제제를 살포한 후 관리기, 트랙터(로터리)를 활용해 교반한다.

자료: 농림축산식품부

축사 외부 관리 요령

- 농장 외부에 울타리를 설치하고 잡초를 제거한다. 기피제*를 살포해 쥐, 멧돼지 등과 같은 야생동물의 침입을 차단한다.
*곤충이나 작은 동물 등을 쫓기 위해 쓰는 약으로 울타리에 생석회(폭 50cm 이상) 등 살포
- 환풍기, 창문 등 축사 벽면과 입구에 방충망을 설치한다. 끈끈이 트랩(trap) 설치, 웅덩이 제거 등으로 해충을 차단한다.
- 농장 입구에 생석회를 살포한다. 축사 외부, 사료 보관창고, 출하대, 관리자 이동통로, 착유실 등은 소독제로 소독한다.
- 축사 입구의 발판소독조를 세척한 후 소독약을 교환·보충한다.
- 유산축, 태반 등의 사체는 소독제 또는 생석회 등을 살포해 격리시설에 보관하거나 신속하게 위탁처리한다.

가축 분뇨처리시설 관리 요령

- 벽면 틈새 메우기, 조밀망 설치 등으로 쥐나 조류 등의 침입을 차단한다. 분뇨 처리시설의 가동 여부를 점검한다.
- 퇴비더미에 톱밥, 왕겨 등을 추가 살포해 수분 정도를 60% 내외로 관리한다. 미생물제제를 살포한 후 관리기, 트랙터(로터리)를 활용해 교반한다.
- 분뇨가 없는 부분은 생석회 또는 소독제를 활용해 소독한다. 퇴비더미에 유충이 발생하면 톱밥, 왕겨 등으로 덮거나 생석회를 살포한다.
- 소독제, 구서·구충제 살포 시 악취저감에 유익한 미생물이 사멸되지 않도록 가축사육 공간과 퇴비사 내부에는 살포하지 않도록 주의해야 한다.

*퇴비더미에 부득이하게 유충제를 살포할 때는 친환경농자재로 인증받은 제품 사용