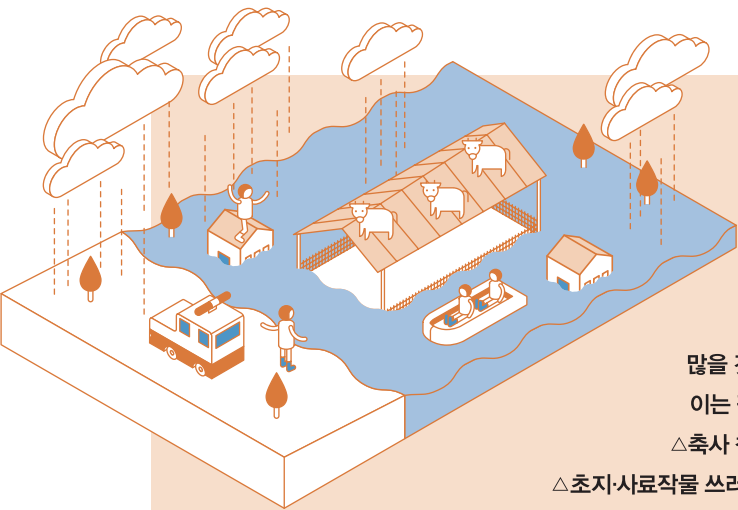




가을 폭우·폭풍 대비 요령

기상청은 올가을 강수량은 평년(193.3~314.0mm)과 비슷하거나 많을 것으로 전망했다. 태풍은 한두 개가 영향을 미칠 것으로 내다봤는데, 이는 평년 가을철 태풍(0.7개)보다 많은 수준이다. 폭우·폭풍이 발생하면, △축사 침수 △질병 발생 △정전에 따른 축사 시설 작동 불능 △시설물 파손 △초지·사료작물 쓰러짐·침수 등의 피해가 발생할 수 있다. 기상청 정보에 귀를 기울이고, 폭우·폭풍 예보가 있으면 시설물 관리에 더욱 힘써야 한다.

폭우·폭풍 발생 前 관리 요령

- 축사 지붕, 벽, 축대 등을 점검해 이상 있으면 즉시 보수하기
- 축사 주변 물길 정비하기
- 축사 정기적으로 소독하고 청소하기
- 축사 내부에 환풍 장치 설치하기
- 전기 안전 점검하기: 누전 등에 대비해 비상용 자가 발전 시설 마련하기
- 가축 분뇨 저장시설과 퇴구비장의 배수구 점검: 빗물 유입, 오·폐수 유출 방지하기
- 초지나 사료작물 포장은 습해 예방을 위해 포장주변 물길 정비하기
- 축사 침수 우려 시 가축 안전지대로 이동 조치하기
- 사료가 비를 맞지 않도록 보관. 물에 잠길 우려 있으면 높은 곳으로 옮기기
- 고창증 예방을 위해 젖은 풀이나 부패한 사료 급여하지 않기
- 각종 질병에 대한 예방 접종 실시하기
- 소독약 사전에 준비하기
- 분뇨 사전 제거로 유해가스 발생 억제하기

폭우·폭풍 발생 後 관리 요령

- 질병 발생 시 방역 기관 신고 및 방역 등 신속히 조치하기
- 전염병 걸린 개체는 방역관의 지시에 따라 소각 또는 매몰하기
- 피해 발생 시 시설 응급복구 및 철저한 예방접종 실시하기
- 충분한 환기로 축사 안 습도 낮추기
- 물에 잠겼던 축사와 각종 기구는 물로 깨끗이 씻어 낸 후 소독·일광소독 실시하기

- 급수기 청소·소독 실시로 수인성 질병 예방하기
- 가축에게 젖은 풀이나 변질된 사료 주지 않기
- 고온다습으로 식욕이 떨어지기 쉬우므로 고열량 사료·양질의 풀사료를 아침·저녁 시원할 때 소량씩 자주 급여하기
- 물에 잠긴 사료작물 재배지는 바로 물빼기 실시하기
- 비바람으로 쓰러진 사료작물은 곧바로 베어서 담근먹이로 하고, 후작으로 연맥(귀리), 유채 등 사료작물 파종하기
- 땅이 질고 습한 경사 초지에서는 일정 기간 방목 중지. 목초 피해, 토양 유실 방지하기

한우인 안전 관리 요령

- 저지대나 상습 침수 지역, 붕괴 위험지역에서는 대피 준비 및 사전 대피하기
- 태풍이 지나가는 동안에는 농작업 중지하기
- 강풍에 건물 지붕이 날아가지 않도록 고정해 놓기
- 태풍 발생 시 건물의 창문이나 출입문은 모두 잠가 놓기
- 하천 도로는 안전한지 확인한 후 이용하기
- 산사태가 일어날 수 있는 비탈면 근처나 붕괴 위험이 있는 제방 근처는 접근하지 않기
- 가로등, 신호등 등의 고압전선과 끊어지거나 늘어진 전선 근처 접근 금지
- 천둥, 번개, 홍수, 강풍 위험 있으면 건물 안이나 낮은 지역으로 대피하기
- 전봇대, 송전탑, 낡은 집, 축대, 가건물 등 접근 금지
- 안전 점검 후 집 안에 들어가기
- 수돗물이나 저장 식수는 오염 여부를 조사한 후 사용

자료: 농촌진흥청·농사로

04

여성 한우농가 이야기
음메농장
장경화 대표

06

우리는 한우인
한우 적정 사육두수
유지 위한 지혜 모을 때

08

방송에서 만난 한우
이렇게 건강한
한우 보양식 세계

10

자조금 소식
한우산업 이끌 미래 한우인에게
한우농가가 장학금 드림

20

트렌드 맛보기
할매니얼의 할매입맛
20세기 맛 소환

2020

09

한우자조금

본 소식지는 한우자조금으로 제작되었습니다



Contents



04

04

여성 한우농가 이야기
충남 천안
음메농장 장경화 대표

15년간 한우인으로 살아온 것이 참 다행이란
여성 한우농가와의 기분 좋은 만남



06

06

우리는 한우인
경상대학교 식품자원경제학과
전상곤 교수

모두가 원원할 수 있도록, 한우 적정 사육두수
유지를 위해 모두의 지혜를 모으는 일의 중요성

08

방송에서 만난 한우
이렇게 건강한 한우 보양식 세계

보양식에 관한 관심이 최고조에 달한 8월,
예능·교양 프로그램 등에서 다양한 한우 부위의
영양학적 우수성 알리며 '한우=보양식'
이미지 강화

10

자조금 소식

10

‘2020년 한우사랑
[고교·대학생] 장학생’ 모집

한우산업 이끌어갈 축산 인재들을 응원하기 위한
한우사랑 장학생 선발 안내

12

여름 휴가철 겨냥
기획 기사 발굴·보도

요즘 여름 휴가철 트렌드에 걸맞은 여행 기획
기사로 '우리 한우 판매점, 한우 거리' 등을 알리며
여름철 한우 소비 활성화 도모



14

13

‘한우 고품격 할인 판매 행사’
성료

지난 3월과 7월에 전국에서 대대적으로 진행한
‘한우 고품격 할인 판매 행사’에서
총 17억 5,800만 원의 매출을 올렸다는 소식

14

휴가객 겨냥
‘휴게소 한우 홍보·판매 행사’
지원

지역 한우고기 홍보와 판로 확대를 위한
휴게소 소비홍보 행사에 한우자조금 지원 사격

15

‘2020년 1차 사료성분 분석조사’
결과 발표

2020년 제1차 사료성분 분석조사에서 등록
성분 함량 미달 사료가 적발되지 않았다는 소식
전하며, 사료성분 분석조사 사업의 실효성 입증

15

홍콩무역발전국
(Hong Kong Trade Development Council)과
업무 협의

홍콩 현지 정국 불안, 코로나19 등으로
대홍공 한우 수출과 홍콩 현지 내 홍보마케팅
활동이 제한적으로 이뤄지는 상황에서 만난
든든한 조력자

16

한우자조금 소식지 웹진 소개

웹진으로 한발 빠르게 만날 수 있는 한우자조금
소식, 한우자조금-한우농가-소비자 소통의
공간으로 활용되는 웹진 안내

17

전국한우협회,
호우 피해 농가 위한 성금 모금

지난 장마 때 피해를 입은 한우농가 위한
성금 모금 활동

17

전국한우협회,
축산농가 ‘통합자가진단표’
도입 움직임에 촉각

농림축산식품부의 축산농가 통합자가진단표
배포 움직임에 한우협회가 통합자가진단표가
농가 단속이나 지원사업 배제 수단으로
활용돼서는 안 된다며 재검토 요청

18

전국한우협회,
미경산우 비육사업 출하망 추가

2019년 전국한우협회 미경산우 비육지원 사업에
참여한 미경산우 유통에 선제적으로 대응하기
위해 김해공판장과 출하 협의를 매듭지었다는
소식 알리며, 미경산우 출하 정산 조건 안내

19

주목 이 소식
농림축산식품부
구제역 방역 온라인 교육 실시

농림축산식품부에서 코로나19 상황을 고려해
연말까지 온라인으로 실시하는 구제역 방역
교육 소개

20

트렌드 맛보기
할매니얼(할머니+밀레니얼)의
할매입맛 20세기 맛 소환

흑임자, 미숫가루, 쑥 등 전통 식재료를
찾아 즐기는 할매니얼 세대의 할매입맛이
바꾼 유통가 입맛

22

한우시황 · 관측
2020년 8월 한우가격 및
출하 사육동향

19



2020.09 vol. 179
한우자조금 소식지

발행일

2020년 9월 10일

발행인

민경천

발행처

한우자조금관리위원회

서울시 서초구 서리풀 3길 20-1(서초동)

캐피타워 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



충남 천안
음메농장
장경화 대표

‘한우 너는 내 운명’

충남 천안에 있는 음메농장의 장경화 대표가
중국 만주에서 충남 천안시 동남구 병천면으로 시집온 지
어느덧 20년 세월이 흘렀다. 중국에서는 일반 가정집에서
소를 키우는 일이 없었고, 그래서 처음 시집에서 마주한
한우는 그렇게 무서웠다. 하지만 지금에 와서는
한우가 운명 같은 존재가 됐고, 평생 사랑할 친구가 됐다.



유난히 길었던 여름장마가 끝났다. 하지만 음메농장 장경화 대표는 가을 폭우·폭풍에 대한 걱정이 앞선다.
“지난 장마 때 축사 앞 냇가에 물이 가득 찼었어요. 다행히 물이 넘치지 않아서 침수 피해는 없었지만, 그래도 그때를 생각하면 아찔합니다. 일기예보를 주시하며, 대비를 잘 하는 것밖에는 방법이 없네요.”

우유를 직접 먹이는 정성으로

음메농장의 시작은 2005년이다. 매운 시집살이를 끝내고 분가한 후, 가계에 보탬이 되고자 매물로 나온 육우농장을 세를 얻어 운영한 것이 그 출발점이다.
“남편은 육우농장 조사료 파종과 수확에 필요한 기계를 다루는 전문가였고, 평소에도 소를 기르고 싶어 했어요. 처음에는 겁도 났지만, 생각해보니 이만한 부업도 없겠다고 판단했어요.”
처음에 생후 7일 된 송아지를 사들여 우유를 먹여 키운 기억은 아직도 생생하다. 소를 키우는 일이 장 대표에게 천직으로 다가왔던 순간이다.
“다들 실패할 거라고 했어요. 그래도 묵묵히 키워냈어요. 보람됐습니다.”

지금도 장 대표는 송아지가 태어나면 우유를 직접 먹여 키우는데, 여기에는 남부러움을 살 만한 이유도 있다.
“우리 농장에서는 쌍둥이 송아지가 거의 매해 태어나고 있어요. 2007년 한우농장으로 축종을 변경한 후에도, 마찬가지로요. 올해도 쌍둥이가 태어났어요. 어미소가 두 마리를 모두 건사하기 어려워, 그중 한 마리는 제가 우유를 먹여 키웠습니다.”
물론 단순히 우유를 먹여서 키운다는 의미만은 아니다. 그만큼 장 대표가 정성을 들여 한우를 관리하고 있다는 뜻이다. 장 대표가 지금까지 큰 폐사 없이 한우 사양관리를 잘 하며, 천생 한우인이란 평가를 듣는 이유가 바로 여기에 있다.
“소를 키워본 적이 없었기에, 농장에 문제가 발생했을 때 세련된 방법으로 대처하는 방법을 몰랐어요. 그저 어떻게든 살려야겠다는 생각에 할 수 있는 모든 것을 다 했죠. 아이들을 키우듯이, 그렇게 한우를 키워왔습니다. 그래서 한우가 너무 소중한답니다.”

TMR로 한우를 건강하게 키우다

장 대표는 음메농장 한우가 건강하게 자라는 데는 무엇보다 TMR의 역할이 크다고 봤다. TMR 전문가인 장 대표의 남편 덕분에 음메농장에서는 처음부터 TMR을 한우에게 먹였다. 현재 음메농장에서는 약 3만 평 부지에 호밀, 총채보리, 라이그라스, 옥수수 사일리지 등의 조사료를 2모작하고 있다. 이는 음메농장이 충분히 자급자족할 수 있는 양이다.
“한우는 반추동물이잖아요. 처음부터 조사료를 먹여온 것이 유효했다고 생각합니다.”
이는 농장 경영에도 큰 도움이 됐는데, TMR을 급여한 덕분에 사료값에 대한 부담 없이 사양관리를 할 수 있었다. 또한, 농장에서 나오는 축분이 조사료 받으로 모두 들어가니, 퇴비 처리 문제에서도 자유롭다.



배움의 길을 가다

2010년 발생한 구제역은 음메농장을 피해 갔다.
“그때 큰아이가 8세 정도였는데, 그 고사리손으로 엄마를 돕겠다며 축사에 따라 나오더라고요. 우리 축사는 무슨 일이 있어도 지켜야겠다는 생각이 절로 들었죠. 차단방역에 힘을 다했고, 다행히 우리 농장은 구제역을 피할 수 있었습니다.”
2011년 구제역이 해제된 후에는 현재의 축사를 지어 이사했다.
“오래된 축사에서 그때까지 소를 키워 온 것이 주마등처럼 지나갔어요. 힘들었지만, 즐거운 마음으로 거침없이 밀어붙이며 일한 보람이 있었죠.”
장 대표가 한우농장을 더 잘 운영하기 위해서는 배워야 한다고 절감한 것도 이즈음이다.

“우리 농장에 찾아오는 사람들이 하나 같이 ‘지금 한우 가격이 어느 정도이니 출하하면 매출이 얼마 정도 되겠다’라는 말을 하더라고요. 사실 그때까지 그런 생각을 한 적이 없었어요. 오로지 한우를 키우는 데만 매달렸으니까요. 배워야겠다고 결심했죠.”
그렇게 장 대표는 충남 마이스터대학교에 입학했고, 성실하게 그 과정에 임한 결과, 졸업식에서 최우수상을 받았다.
졸업 후에는 장 대표가 ‘내 인생에 가장 아름다웠던 날’이라고 평가한 그런 기회도 찾아왔다. 마이스터대학교에서 만난 교수님과 의 인연으로, 한우 심포지엄에서 ‘국내산 조사료 한우 TMR 적용 육질 경영개선’이란 주제의 강연 발표자로 나선 것이다.
“그때 사례 발표를 준비하면서 한 단계 더 성장하는 느낌을 받았어요. 제가 발표할 때, 사람들이 얼마나 진지한 표정으로 또 얼마나 큰 박수로 호응했는지, 아직도 생생하게 기억하고 있어요.”



한우인이란 자랑스러움

임신우 약 35두로 시작한 한우농장이 어느덧 250두 규모를 자랑하게 됐다. 올해는 새로운 축사를 한 동 더 지어 올렸는데, 취재진이 찾았을 때는 마무리 공사가 한창이었다.
“한우농장을 운영해 오면서 좋을 때도 있었고 또 그렇지 않을 때도 있었어요. 그래도 꾸준히 밀고 나가보니 되더라고요. 스스로 해결하려고 노력해 보니 또 그것이 보람이 되더라고요. 그만큼 하니 그만큼 결과도 따라왔어요. 그 노력을 인정해주고 응원해주는 사람도 많아졌어요. 그래서 지금에 와서 다행인 것은 지난 15년동안 한우인이란 직업을 갖고 살아왔다는 거예요. 그 시간은 앞으로 저와 음메농장이 성장하는 데 큰 힘이 될 것이라고 생각합니다. 지금 더 큰 행복을 꿈꾸는 이유이기도 합니다.”

한우 적정 사육두수 유지 위한 지혜 모을 때

지금 한우산업은 어디로 가야할지를 결정해야 하는 중차대한 기로에 서 있다.

최근의 한우산업 성장세에도 불구하고 한우산업 불황에 대비해야 한다는 목소리는 점점 높아지고 있으며,

한우자조금을 비롯한 한우산업 종사자들은 불황에 대비하기 위해 다각도에서 연구하고 있다.

20년 넘게 한우 관련 연구를 해 온 경상대학교 식품자원경제학과 전상곤 교수와의 인터뷰 자리를 마련한 이유이다.



경상대학교
식품자원경제학과
전상곤 교수

1994년 우루과이라운드에 따른 시장 개방, 2001년 소고기 시장 자유화 등 한우산업이 지금까지 오기까지는 분명 어려운 시간도 있었다. 그럼에도 농가, 정부, 연구기관 등 한우산업 관련 업계에 종사하는 모든 사람의 노력으로, 한우산업은 쌀과 더불어 우리 농업을 대표하는 품목으로 성장해 왔다. 또 한우고기는 소비자들로부터 그 맛과 품질을 인정받고 있다. 이는 경상대학교 식품자원경제학과 전상곤 교수가 보는 한우산업의 우수성이자 저력이다.

한우자조금 사업 한우농가 소득 확보에 기여 포스트 코로나 시대 비대면 홍보·유통 강화 필요

한우산업의 성장에는 한우자조금의 역할도 빼놓을 수 없다. 수년간 한우자조금 사업의 경제적 성과를 분석해 온

전 교수는 한우자조금의 다양한 홍보 사업은 한우가 소비자들에게 가까이 다가가게 만들었다고 분석했다.

“한우자조금에서 전개하는 다양한 사업은 한우와 관련한 다양한 정보가 국민들에게 친숙하게 다가가는 데 매우 큰 역할을 했다고 생각합니다. 이것은 한우농가들이 적정 수취 가격을 얻으면서 소득을 확보하는 결과물로 이어졌습니다.”

그러면서 전 교수는 그동안 한우자조금은 소비자, 생산자들을 대상으로 한 사업을 수행하면서 다양한 경험과 성과물을 축적했고 또 그 노하우도 쌓아왔으며, 이것을 토대로 앞으로 한우자조금은 한우산업 발전과 한우농가 소득 증진에 있어 더욱 역량 있는 역할을 할 것이라고 기대했다. 포스트 코로나 시대에 걸맞은 한우자조금 역할 변화에 대

한 조언도 잊지 않았다.

“코로나19로 사회 전반이 ‘언택트(비대면)’로 전환돼 가고 있습니다. 그동안 한우자조금 사업 중 하나가 소비자들과 대면하며 한우의 우수성을 알리는 홍보 활동이었는데, 이제는 이런 방식이 쉽지 않아 보입니다. 앞으로는 비대면 방식의 온라인 홍보 전략을 보다 강화해야 할 필요가 있다고 생각합니다. 더불어 코로나19 발생 이후 유통 측면에서도 온라인을 활용한 거래가 빠르게 증가하고 있습니다. 이에 대한 연구를 통해서 홍보와 유통 측면에서 한우산업이 나갈 새로운 방향을 제시하는 노력이 필요하다고 생각합니다.”

한우자조금 경제적 효과

‘2019년 한우자조금 경제적 성과분석’ 연구 결과에 따르면, 자조금 1원당 한우농가 수입 증가액은 단기(1달) 4.2원·장기(5개월 누적) 48.2원으로 계측됐으며, 2019년 자조금 광고 효과에 따른 가격 상승분은 단기 105원·장기 1,213원으로 나타났다.

한우산업에 불황은 오는가?!

공급 증가 위험 요인

이렇게 한우산업이 성장의 길을 걸어왔고 지금도 그러하지만, 최근 들어서는 불황에 대비해야 한다는 목소리가 점점 높아지고 있다. 사육 마릿수 증가, 소고기 수입시장 전면 개방 등 한우산업에 부담이 되는 요소가 적지 않은 탓이다. 지난날 어려웠던 시기를 반면교사 삼아, 어려움에 선제적으로 대응하기 위한 구체적인 논의도 진행 중이다. “한우산업이 호황인지 불황인지는 시장 상황에 따라 결정됩니다. 두 가지 축이 있는데, 하나는 공급이고 또 다른 하나는 수요입니다. 지나치게 공급이 많으면 가격이 폭락해 농가의 경영 상황이 악화됩니다. 시장에서 소비가 뒷받침되지 않아도 가격이 하락해 농가 경영 사정이 나빠지게 됩니다. 지금은 공급이 많아지는 시기로 판단됩니다. 앞으로 한우 사육두수가 320만 두를 넘어서 계속 증가한다면, 공급 증가로 가격은 하락하고 한우산업은 불황의 늪에 빠질 수 있습니다. 지금은 우리 한우산업이 어디로 가야 할

지를 정해야 하는 매우 중요한 순간인 것 같습니다. 지금 대비하지 않는다면 한우농가들이 당분간 어려운 시간을 보낼 수도 있을 것이라고 생각합니다.”

농가 차원의 선제적 수급 조절 노력 필요 한우산업의 저력이 있기에

이런 불황의 늪에 빠지지 않기 위해서, 전 교수는 한우 가격 하락에 대비해 그 완충재로써 송아지생산안정제와 같은 피해 보호장치가 보다 현실화될 필요가 있다고 봤다. 특히 전 교수는 ‘적정 사육두수를 유지하기 위한 노력’이 그 어떤 정책보다 선행돼야 한다고 강조했다. 가격이 일단 하락하면 한우농가들이 피해를 볼 수밖에 없고, 그 이후에 나오는 대책들은 피해를 어떻게 하면 줄일 수 있는지에 관한 것일 수밖에 없기 때문이다.

“지금 한우농가들은 중요한 선택의 갈림길에 서 있습니다. 많은 농가가 사육두수 증가에 따른 가격 하락을 우려해 입식을 자제하고 있고, 또 선제적 수급 조치의 필요성에 대해 공감하고 계십니다. 하지만 한편으로 이력제 통계를 보면 규모화된 농가들일수록 입식 의향이 오히려 더 커지고 있는 것도 사실입니다. 어느 한 농가가 이득을 얻는다면 다른 어느 농가는 피해를 볼 수밖에 없습니다. 개별 농가가 처한 상황은 모두 다르겠지만, 모두가 원원할 수 있도록 적정 사육두수 유지를 위한 지혜를 모아야 할 때라고 생각합니다.”

물론 한우농가와 한우산업은 지금까지 그래왔듯, 한우산업을 둘러싼 어려움에 대비하는 그 과정을 한 단계 더 성장하는 기회로 만들어낼 것이다. 이것이 그동안 한우인들이 보여준 저력이 아닐까.

“한우산업이 시장 개방, 가축 질병 발생 등으로 그동안 어렵고 힘든 시기가 있었지만, 그때마다 위기를 잘 극복하고 현재의 위치까지 왔습니다. 지금은 경기불황, 코로나19 사태, 여름철 홍수 피해 등 외부 환경이 좋지 않습니다. 하지만 그동안 힘들고 어려운 시기를 잘 헤치고 나온 것처럼 앞으로도 한우인 모두 슬기롭게 이 어려움을 잘 극복하리라 믿습니다. 연구자로서, 저도 한우산업 발전과 한우농가를 위해 열심히 연구하도록 하겠습니다.” 🍀



이렇게 건강한 한우 보양식 세계

8월 방송에서 만난 한우는 보양식으로 위상을 높이며 시청자들에게 영양학적 우수성을 알렸다.
‘밤 까먹은 자리는 있어도 소 잡아먹은 자리는 없다’는 말을 증명하며, 한우의 다양한 부위가 보양식으로 충분히
우수함을 알리며 한우 부위의 고른 소비를 유도했다. 온라인 거래가 일상화된 것과 맞물려 온라인으로
신선한 한우고기를 구매할 수 있음을 알렸다. 아울러 유튜브 등 방송협찬 채널을 확대해 한우 소비층을 확장을 유도했다.

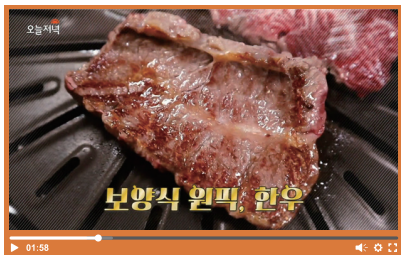
모든 한우 부위는 보양식으로 손색이 없다

MBC <최애엔터테인먼트> 8월 8일·MBC <생방송 오늘저녁> 8월 14일·SBS <좋은 아침> 8월 24일

각 분야 레전드 아티스트가 프로듀서로 참여해 드림팀을 탄생시키는 과정을 담은 MBC ‘최애엔터테인먼트’에서는 유명 아이돌인 이특 씨가 멤버들의 기력 보충을 위해 한우 불고기로 한우 샌드위치를 준비하는 모습을 내보냈다. 한우 샌드위치는 한우 보양식의 스펙트럼을 확장하며 신세대들의 입맛을 저격했다.

위를 튼튼하게 해주는 ‘한우 곱창’이 보양식으로 소개됐다. 집콕 트렌드에 맞춰 한우 곱창 구매법부터 한우 곱창 손질법, 한우 곱창 요리법까지 알린 콘텐츠는 시청자들에게도 귀한 정보가 됐다. 온라인 소비 트렌드에 맞춰 신선한 한우 곱창을 온라인으로 구매할 수 있음을 알리는 장면도 돋보였다. 시청자들이 집에서 충분히 만들 수 있는 곱창 요리란 인식을 심어주기 위해 인기 있는 소형가전인 에어프라이어를 활용한

요리법을 소개해 눈길을 끌었다. SBS ‘좋은 아침’에서는 한우 사골이 보양식으로 빛났다. 방송에서는 뼈 건강에 도움이 되는 황금식품으로 한우 사골을 소개하며, 한우 사골이 남녀노소에게 필요한 건강식품임을 알린 장면은 한우 사골이 보양식으로 등극하는 결정적 화면이었다. 또한, 신선한 한우 사골 선택법, 끓이는 법, 보관법, 한우 사골의 영양을 배가하는 식궁합 등을 알리며 한우 사골의 소비를 유도했다.



좋은날 좋은 사람과
한우고기로 영양 보충

SBS FIL <홈데렐라> 8월 2일
JTBC <1호가 될 순 없어> 8월 30일

JTBC ‘1호가 될 순 없어’에서는 개그맨 최양락 씨가 방송에서 한우 마니아라고 밝힌 아내 팽현숙 씨를 위해 한우를 준비하는 장면이 담겼다. 가족들이 한우고기 씹을 싸서 나누는 모습은 한우의 긍정적 이미지 제고에 기여했다. ‘영양소가 풍부해서 면역력에 좋은 한우, 우리 같은 나이에 단백질 보충이 필요하다’ 등의 멘트는 한우의 영양학적 우수성을 알리기에 충분했다. ‘입안에서 터지는 고소함’ 등의 생생한 한우 맛 표현은 시청자의 침샘을 자극했다. 이날 방송은 프로그램 자체 최고 시청률을 기록했다. SBS FIL ‘홈데렐라’에서는 배우 김승현 씨가 집 리모델링 후 동생과 한우고기를 먹으며 기운을 회복한다는 내용으로, ‘한우=보양식’ 이미지를 강화했다.



‘면역력 강자=한우’
이미지 제고

축구선수 박주호 유튜브 채널 8월 12일
JTBC <히든싱어6> 8월 21일·8월 28일

한우자조금이 유명인의 유튜브 동영상에 한우고기를 협찬했다. 이번 방송협찬은 한우의 건강한 이미지 제고를 위해 축구선수 박주호 씨 동영상 채널을 선택해 진행했다. 동영상에서 박주호 씨는 “시합 2일 전에는 항상 한우로 기력 보충을 한다”고 밝혔다. 이날 동영상은 박주호 씨가 자녀인 건나블리를 위해 한우로 요리를 하는 콘셉트로 진행됐는데, 한우만 있으면 누구나 요리사가 될 수 있음을 증명했다. 한우자조금이 시즌 여섯 번째를 맞은 인기 예능프로그램 ‘히든싱어6’의 우승 상품으로 한우 선물세트를 협찬했다. 방송에서는 ‘늦더위 보양식, 면역력에 좋은 한우 세트’, ‘사계절 보양식이자 면역력에 좋은 한우 세트’란 멘트를 노출했다.



9월 한우자조금 TV광고 스케줄

KBS2

편성표	요일(횟수)	시간
통합뉴스룸	목요일(3회)	17:50
생생정보	수요일(3회) 금요일(3회)	18:30
굿모닝 대한민국라이브	월요일(3회) 목요일(3회)	08:15
1박 2일 2부	일요일(1회)	19:00
1박 2일(재)	일요일(3회)	11:25
영화가 좋다	토요일(3회)	10:25
편스토랑(재)	토요일(3회)	12:40
지구촌뉴스	목요일(3회) 금요일(3회)	10:40
주간연예수첩	목요일(3회)	17:30
옥탑방 문제아들	토요일(3회)	13:50
제보자들	수요일(1회)	20:30
주말연속극-오성광빌라 1부	토요일(1회) 일요일(1회)	20:35
일일드라마-비밀의 남자	목요일(2회) 금요일(2회)	19:50
일일드라마	수요일(3회)	19:29

MBC

편성표	요일(횟수)	시간
뉴스투데이 2부	월요일(3회) 목요일(3회)	07:20
MBC 뉴스데스크	일요일(2회)	19:54
0930뉴스	월요일(3회) 목요일(3회)	09:30
생방송 오늘저녁	월요일(3회) 화요일(3회)	18:19
생방송 오늘아침	수요일(2회) 목요일(3회)	07:50
기분좋은날	화요일(3회) 금요일(3회)	09:45
출발비디오여행	일요일(1회)	12:45
복면가왕	일요일(1회)	19:00
신비한 TV 서프라이즈	일요일(1회)	10:40
나혼자산다	금요일(1회)	23:55
라디오스타	토요일(2회)	12:10
공부가머니 스페셜	화요일(3회)	17:20
출발비디오여행 스포츠 및 재방송	수요일(3회) 토요일(2회)	17:20 14:20
일일드라마	금요일(1회)	19:19
일일드라마-천만환인생	금요일(3회)	19:20
일일드라마 스페셜	월요일(3회) 수요일(3회)	08:50

SBS

편성표	요일(횟수)	시간
12시 뉴스	토요일(3회)	11:59
한수진의 SBS오뉴스	월요일(3회) 금요일(3회)	17:00
모닝와이드 2부	화요일~목요일(3회)	06:25
모닝와이드3부	화요일(3회) 목요일(3회)	07:35
TV 동물농장	일요일(1회)	10:20
접속 무비월드	토요일(2회)	13:20
순간포착	화요일(1회)	20:55
세상에 이런 일이	금요일(3회)	18:00
궁금한이야기 Y	금요일(1회)	21:30
트롯신이 떴다	수요일(3회)	20:54
불타는 청춘	화요일(3회)	17:59
생활의 달인	월요일(1회)	20:55
백종원 골목식당	일요일(2회)	12:10
아침연속극-엄마가 바람났다	목요일(1회)	08:35

‘2020년 한우사랑 [고교·대학생] 장학금’ 모집 한우산업 이끌 미래 한우인에게 한우농가가 장학금 드림



△ 2019년 한우사랑 장학금 전달식 장면

한우자조금이 10월 12일까지 '2020년 한우사랑 장학금' 선발을 위한 지원자를 모집한다.

한우자조금이 농·축산업계 고등학생 8명과 축산·수의 관련 학과 대학생 16명을 선발해, 인당 △고등학생 100만 원 △대학생 200만 원 등 총 4,000만 원을 장학금으로 지원하는 '2020년 한우사랑 장학금' 선발에 나섰다.

한우자조금 '한우사랑 장학금' 사업은 한우농가에서 조성한 기금인 한우자조금을 재원으로 하는 만큼, 한우농가가 직접 축산 인재들의 꿈과 희망을 지원하고 응원한다는 의미를 가지는 뜻깊은 사업이다. 아울러 축산 인재들에게 한우산업의 청사진을 제시해 한우산업을 이끌어갈 한우 후계농을 안정적으로 확보하고, 한우산업 미래를 이끌어갈 인재 양성 기반을 마련해, 지속가능한 한우산업 영위를 도모한다는 측면에서도 의미가 크다. 한우자조금 민경천 위원장은 “한우사랑 장학금은 축산 인재들이 보다 안정된 환경에서 학업에 전념하도록 돕기 위해 추진되고 있다”라며 “한우산업의 미래를 책임지고 이끌어갈 훌륭한 학생이 많이 지원해 주길 바란다”라고 말했다.

올해로 3회째를 맞은 한우사랑 장학금 사업은 지금까지 총 39명의 장학생을 배출했다. 그동안 장학생으로 선발된 학생들은 하나같이 한우산업 발전에 기여해왔다.

라는 포부를 밝혔는데, 지난해 장학금을 받은 한 고등학생은 “앞으로도 학업을 게을리하지 않고 열심히 해서 한우산업을 빛내겠다”라는 소감을 밝힌 바 있다.

미래 한우산업을 이끌어갈 인재 양성이란 사업 취지에 맞게, 장학금 지원대상은 '축산업 등록기준 한우농가 자녀, 자손(외·조부모) 또는 본인'으로 한정하고 있다. 한우산업에 대한 친밀도가 높은 만큼 한우산업의 비전에 대해서도 누구보다 잘 알 것이란 판단도 포함됐다.

아울러 고등학생 부문 지원 대상자는 △농·축산업계 고등학교 축산 관련 학과 재학생 △교장이 추천한 우수 학생(상위 성적 30% 이내) 등의 조건을 충족해야 하고 대학생 부문 지원자는 △축산·수의 관련 대학(교) 학과 재학생 △2020년 1학기 성적 백분위 80점 이상 이수자(12학점 이상·정규학기 기준) 등의 요건을 만족해야 한다.

더욱 많은 학생에게 혜택을 부여하기 위해 2018년과 2019년 한우사랑 장학금 수혜자, 대학원생과 농업마이스터대학 재학생은 대상에서 제외한다. 또 도별 장학금 지원의 형평성 제고를 위해 10개 시·도별로 장학금 선발인원을 배분했다.

고등학생 부문 지원 대상자는 △교내 장학생 추천서 △한우사랑 장학금 지원 신청서 △미래진로계획서 △2020년 1학기 성적표 원본 △농장 사육개체 현황 등을, 대학생 부문 지원 대상자는 △한우사랑 장학금 지원 신청서 △미래진로계획서 △재학증명서 △직전 학기 성적증명서 △농장 사육개체 현황 등을 우편으로 제출하면 된다. 한우사랑 장학금 지원 신청서, 미래진로계획서 등 제반 서류는 한우자조금관리위원회 홈페이지에서 다운로드 받을 수 있다.

장학생은 1차 서류 평가와 2차 심사위원 평가를 거쳐 선발되며, 최종 장학금 수여자는 10월 23일 발표한다. 장학금 전달식은 11월 초 진행 예정이다. 🐮

고교·대학생 대상

2020년 한우사랑 장학생 선발 안내



한우자조금관리위원회는 한우농가에서 조성한 기금인 한우자조금을 재원으로 미래 한우산업을 이끌어갈 인재를 양성하기 위해 농·축산업계 고등학생 및 축산·수의 관련 학과 대학생을 대상으로 아래의 요강에 의거 장학생을 선발, 소정의 장학금을 지급하고자 합니다.

선발인원 및 장학금액

구분	선발인원	장학금(인당)	장학금 총액
고등학생	8명	100만 원	800만 원
대학생	16명	200만 원	3,200만 원
총합계	24명		4,000만 원

*원천징수 세액을 공제한 금액 지급

제출서류 및 제출방법

제출서류	한우사랑 장학금 지원 신청서, 미래진로계획서, 성적증명서, 농장 사육개체 현황 등 ※자세한 사항은 한우자조금관리위원회 홈페이지 참고
제출방법	우편 제출
제출기한	2020년 10월 12일(월)까지 도착분에 한함

신청자격 및 요건

공통	축산업 등록기준 한우농가 자녀, 자손(외·조부모) 또는 본인 ※지역별 배분 계획에 따라 장학생 선발인원 배정 (축산업등록 소재지 기준)
고등학생	농·축산업계 고등학교 축산 관련 학과 재학생 학교장이 추천한 우수 학생 (상위 성적 30% 이내, 교내 1인)
대학생	축산·수의 관련 대학(교) 학과 재학생 2020년 1학기 성적 백분위 80점 이상 이수자 (12학점 이상·정규학기 기준) *단, 복학예정자는 마지막 학기 성적 적용
자격제한	2018년·2019년 한우사랑 장학금 수혜자 및 대학원생 농업마이스터대학 재학생 제외

신청기간 및 추진일정

신청기간	2020년 9월 1일(화)~10월 12일(월)
심사기간	2020년 10월 12일(월)~10월 22일(목)
결과발표	2020년 10월 23일(금)
장학금 전달식	2020년 11월 초 예정

*신청기간을 제외한 일정은 내부 사정에 따라 변동될 수 있음

기타사항

- 신청서 상의 기재 내용은 사실에 근거해야 함 (허위사실 확인 시 신청 취소)
- 제출된 서류는 일절 반환하지 않으며, 평가 결과 점수는 공개하지 않음
- 최종 장학금 수여자는 장학금 전달식 참석 필수

문의처 한우자조금관리위원회 기획총무부(Tel.02-522-4292)

자세한 사항은 한우자조금관리위원회 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr) 공지사항 참조

‘2020년 한우사랑 [고교·대학생] 장학생’ 모집 한우산업 이끌 미래 한우인에게 한우농가가 장학금 드림



△ 2019년 한우사랑 장학금 전달식 장면

한우자조금이 10월 12일까지 '2020년 한우사랑 장학생' 선발을 위한 지원자를 모집한다.

한우자조금이 농·축산업계 고등학생 8명과 축산·수의 관련 학과 대학생 16명을 선발해, 인당 △고등학생 100만 원 △대학생 200만 원 등 총 4,000만 원을 장학금으로 지원하는 '2020년 한우사랑 장학생' 선발에 나섰다.

한우자조금 '한우사랑 장학생' 사업은 한우농가에서 조성한 기금인 한우자조금을 재원으로 하는 만큼, 한우농가가 직접 축산 인재들의 꿈과 희망을 지원하고 응원한다는 의미를 가지는 뜻깊은 사업이다. 아울러 축산 인재들에게 한우산업의 청사진을 제시해 한우산업을 이끌어갈 한우 후계농을 안정적으로 확보하고, 한우산업 미래를 이끌어갈 인재 양성 기반을 마련해, 지속가능한 한우산업 영위를 도모한다는 측면에서도 의미가 크다. 한우자조금 민경천 위원장은 “한우사랑 장학금은 축산 인재들이 보다 안정된 환경에서 학업에 전념하도록 돕기 위해 추진되고 있다”라며 “한우산업의 미래를 책임지고 이끌어갈 훌륭한 학생이 많이 지원해 주길 바란다”라고 말했다.

올해로 3회째를 맞은 한우사랑 장학생 사업은 지금까지 총 39명의 장학생을 배출했다. 그동안 장학생으로 선발된 학생들은 하나같이 한우산업 발전에 기여해왔다.

라는 포부를 밝혔는데, 지난해 장학금을 받은 한 고등학생은 “앞으로도 학업을 게을리하지 않고 열심히 해서 한우산업을 빛내겠다”라는 소감을 밝힌 바 있다.

미래 한우산업을 이끌어갈 인재 양성이란 사업 취지에 맞게, 장학금 지원대상은 '축산업 등록기준 한우농가 자녀, 자손(외·조부모) 또는 본인'으로 한정하고 있다. 한우산업에 대한 친밀도가 높은 만큼 한우산업의 비전에 대해서도 누구보다 잘 알 것이란 판단도 포함됐다.

아울러 고등학생 부문 지원 대상자는 △농·축산업계 고등학교 축산 관련 학과 재학생 △교장이 추천한 우수 학생(상위 성적 30% 이내) 등의 조건을 충족해야 하고 대학생 부문 지원자는 △축산·수의 관련 대학(교) 학과 재학생 △2020년 1학기 성적 백분위 80점 이상 이수자(12학점 이상·정규학기 기준) 등의 요건을 만족해야 한다.

더욱 많은 학생에게 혜택을 부여하기 위해 2018년과 2019년 한우사랑 장학금 수혜자, 대학원생과 농업마이스터대학 재학생은 대상에서 제외한다. 또 도별 장학금 지원의 형평성 제고를 위해 10개 시·도별로 장학생 선발인원을 배분했다.

고등학생 부문 지원 대상자는 △교내 장학생 추천서 △한우사랑 장학금 지원 신청서 △미래진로계획서 △2020년 1학기 성적표 원본 △농장 사육개체 현황 등을, 대학생 부문 지원 대상자는 △한우사랑 장학금 지원 신청서 △미래진로계획서 △재학증명서 △직전 학기 성적증명서 △농장 사육개체 현황 등을 우편으로 제출하면 된다. 한우사랑 장학금 지원 신청서, 미래진로계획서 등 제반 서류는 한우자조금관리위원회 홈페이지에서 다운로드 받을 수 있다.

장학생은 1차 서류 평가와 2차 심사위원 평가를 거쳐 선발되며, 최종 장학금 수여자는 10월 23일 발표한다. 장학금 전달식은 11월 초 진행 예정이다. 🐮

고교·대학생 대상

2020년 한우사랑 장학생 선발 안내



한우자조금관리위원회는 한우농가에서 조성한 기금인 한우자조금을 재원으로 미래 한우산업을 이끌어갈 인재를 양성하기 위해 농·축산업계 고등학생 및 축산·수의 관련 학과 대학생을 대상으로 아래의 요강에 의거 장학생을 선발, 소정의 장학금을 지급하고자 합니다.

선발인원 및 장학금액

구분	선발인원	장학금(인당)	장학금 총액
고등학생	8명	100만 원	800만 원
대학생	16명	200만 원	3,200만 원
총합계	24명		4,000만 원

*원천징수 세액을 공제한 금액 지급

제출서류 및 제출방법

제출서류	한우사랑 장학금 지원 신청서, 미래진로계획서, 성적증명서, 농장 사육개체 현황 등 ※자세한 사항은 한우자조금관리위원회 홈페이지 참고
제출방법	우편 제출
제출기한	2020년 10월 12일(월)까지 도착분에 한함

신청자격 및 요건

공통	축산업 등록기준 한우농가 자녀, 자손(외·조부모) 또는 본인 ※지역별 배분 계획에 따라 장학생 선발인원 배정 (축산업등록 소재지 기준)
고등학생	농·축산업계 고등학교 축산 관련 학과 재학생 학교장이 추천한 우수 학생 (상위 성적 30% 이내, 교내 1인)
대학생	축산·수의 관련 대학(교) 학과 재학생 2020년 1학기 성적 백분위 80점 이상 이수자 (12학점 이상·정규학기 기준) *단, 복학예정자는 마지막 학기 성적 적용
자격제한	2018년·2019년 한우사랑 장학금 수혜자 및 대학원생 농업마이스터대학 재학생 제외

신청기간 및 추진일정

신청기간	2020년 9월 1일(화)~10월 12일(월)
심사기간	2020년 10월 12일(월)~10월 22일(목)
결과발표	2020년 10월 23일(금)
장학금 전달식	2020년 11월 초 예정

*신청기간을 제외한 일정은 내부 사정에 따라 변동될 수 있음

기타사항

- 신청서 상의 기재 내용은 사실에 근거해야 함 (허위사실 확인 시 신청 취소)
- 제출된 서류는 일절 반환하지 않으며, 평가 결과 점수는 공개하지 않음
- 최종 장학금 수여자는 장학금 전달식 참석 필수

문의처 한우자조금관리위원회 기획총무부(Tel.02-522-4292)

자세한 사항은 한우자조금관리위원회 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr) 공지사항 참조



2

여름 휴가철 겨냥 기획 기사 발굴·보도 요즘 휴가 트렌드 반영한 주제로 한우 소비 활성화에 기여

한우자조금이 여름 휴가철을 겨냥해 기획한 기사 콘텐츠가 여름에도 제격인 한우의 이미지를 공고히 하며 한우 소비 진작에 이바지했다.

한우자조금은 7월 중순부터 8월 중순까지, 여름 휴가객을 겨냥한 홍보 기획 기사를 순차적으로 내보내며 여름 휴가철 한우 소비 활성화를 도모했다. 한우자조금 관계자는 “매년 여름 휴가객을 대상으로 다양한 오프라인 소비촉진 행사를 진행했지만, 올해는 코로나19로 휴가마케팅에 어려움이 있었다”라면서 “국내 여행, 홈캉스 등 코로나19로 바뀐 여름 휴가 트렌드에 맞춘 기획 기사를 발굴해 여름 휴가에도 한우란 점을 널리 알리기 위해 노력했다”라고 설명했다. 기획 기사를 활용한 홍보마케팅은 정보성 글로 읽힌다는 점에서 한우의 우수성을 자연스럽게 전달하는 데 도움이 된다.

한우자조금은 7월 20일과 8월 3일에 ‘경치에 한 번, 한우 맛에 두 번 취하는 여름 휴가지 전국 한우 맛집 BEST’와 ‘올여름 휴가는 전국 한우거리에서 우플렉스(牛Flex)해 볼까’란 제목의 기사를 내보냈다. 당시는 코로나19 확산세가 줄어들던 시

기로, 휴가 장소로 국내 힐링 여행지에 대한 관심이 높아지던 시기였다. 이를 고려해 힐링 여행지와 한우 맛집을 소개하는 내용으로 기사를 작성해 전국 각 지역의 한우 맛집과 한우 거리를 소개하며 한우에 대한 관심을 높였다. 각 지역 한우 브랜드를 한눈에 알아볼 수 있는 ‘한우유명한곳’과 ‘우리한우판매점’에 대한 소개도 자연스럽게 이어졌다. 플렉스(Flex) 등 최근 트렌드를 반영해 기사에 대한 관심을 높인 점도 돋보였다. 일반 언론 보도 매체가 아니라, 포털사이트 네이버에서 국내외 여행지와 여행 팁 등 여행에 관한 모든 정보를 생산해 내놓고 있는 여행 전문 매체 ‘어플프렌즈’를 활용했다는 점이 눈에 띈다. 어플프렌즈의 팔로워 수는 약 9만 2,000명으로, 기사의 도달률을 고려하면 매우 효율적인 홍보 방식이었다는 평가이다. 위의 기사는 각각 3만 9,412회와 2만 4,255회 읽혔다(8월 28일 기준). 앞으로도 기사 노출이 지속해서 이뤄지는 만큼 노출 효과는 향후에도 계속 기대할 수 있다. 여행에 대한 니즈가 높은 독자들이 찾는 매체인 만큼 기사에 대한 집중도와 공감도를 더욱 높일 수 있었는데, 기사에는 ‘여름휴가 해외로 못 나가는 데 한우 먹어야겠다, 우플렉스 추천 여행지가 전국에 다양해서 좋네요, 한우유명한곳도 유용해요’ 등의 공감 댓글이 달렸다.

긴 장마와 코로나19 감염 재확산으로 집 밖 생활의 제약이 다시 커지기 시작한 지난 8월 20일에는 ‘한우와 함께 떠나는 ‘집콕’ 세계 음식 기행’이란 제목의 기획 기사를 보도했다. 집에서 해외여행을 떠난 기분을 내며 몸과 마음을 회복하도록 도와줄 한우 ‘홈콕’ 레시피를 소개한 이 기사는 건강 거리두기를 실천하는 이들의 동감을 얻기에 충분했다. 유럽, 중국, 중남미의 요리법을 활용해 선보인 한우 요리법은 어떤 요리법에도 통하는 한우의 우수성을 전달하는 데도 이바지했다. 🍴

3

‘한우 곰거리 할인 판매 행사’ 성료 한우 곰거리 영양학적 우수성 통·했·다

한우자조금이 한우 곰거리 소비 증진과 가격 안정을 위해 전개한 소비촉진 활동이 소기의 성과를 달성한 것으로 나타났다.

한우자조금은 지난 3월과 7월에 각각 30일간 농협유통점 및 농·축협 하나로마트, 전국한우협회 한우먹는날 등과 손잡고 전국에서 대대적으로 진행한 사골, 꼬리, 우족, 잡뼈 등의 ‘한우 곰거리 할인 판매 행사’에서 각각 12억 7,000만 원과 4억 8,800만 원, 총 17억 5,800만 원의 매출 실적을 올렸다고 밝혔다. 할인 판매 행사에서 최고 70%의 할인율이 적용됐다는 점을 고려하면, 이번 매출 실적은 의미가 크다.



리의 영양학적 우수성이 소비자들에게 통한 것 같다”라면서 “이번 할인 판매 행사를 통해 한우 곰거리가 연중 소비자들의 건강 밥상을 책임지는 대표 주자로 인식되는 계기가 됐길 기대한다”라고 말했다.

최고 70%란 파격적인 할인율 적용으로, 소비자들의 가격 저항선을 없앤 것도 유효했다. 지난 7월 전개한 할인 판매 행사에서는 농협유통점, 농·축협 하나로마트에서는 kg당 △사골 2,600원 △꼬리 5,000원 △우족 5,000원 △잡뼈 1,900원 △1등급 국거리 100g 4,320원의 가격을 적용했으며, 전국한우협회 한우먹는날에서는 한우 한 마리 기준 △사골 5만 원(15kg 이상) △꼬리 6만 5,000원(9kg 이상) △우족 4만 5,000원(8kg 이상) △잡뼈 2만 5,000원(10kg 이상) △사골(15kg 이



상+사태 1등급 1kg) 7만 5,000원에 판매했다.

한우자조금이 한우 곰거리 소비 감소와 가격 하락에 대응하고자 연초부터 진행한 다양한 소비촉진·소비홍보 활동도 빼놓을 수 없다. 한우자조금은 그동안 언론홍보, 방송협찬, SNS를 활용한 디지털 홍보마케팅 등으로 한우 곰거리의 영양학적 우수성을 알린 것은 물론 사골 곰탕 끓이는 방법, 사골 곰탕을 활용한 요리법 등을 소개하며 한우 곰거리에 대한 관심과 소비를 유도해 왔다. 지난 2월부터는 한우 판매점과 한우 관련 정보를 검색해 볼 수 있는 ‘한우유명한곳.com’에서 상시기획전으로 ‘한우 부산물 기획전’ 운영하며 언택트(untact) 소비에 대응하고 있다.

한우자조금 민경천 위원장은 “한우 부산물, 저지방 부위 등 한우의 모든 부위가 골고루 고객들에게 사랑받을 수 있도록 노력하고 있다”라며 “이것은 한우 가격의 안정에 이바지하고 결국 한우 농가와 한우산업의 안정적 발전에도 도움이 될 것”이라고 말했다. 🍴





휴가객 겨냥 ‘휴게소 한우 홍보·판매 행사’ 지원 휴게소에서도 늘~한우!... 지역 한우 홍보·판로 확대 기여

한우자조금이 홍천군과 홍천축협, 홍천휴게소가 공동으로 홍천휴게소 양양방향(하행)에서 진행한 홍천 늘푸름한우 홍보·판매 행사를 지원했다. 8월 7일부터 8월 23일까지 휴가 기간에 맞춰 진행한 이번 행사는 ‘휴가엔 역시 한우’란 이미지를 강화하는 데 일조했다.

특히 지역 한우고기 홍보와 판로 확대 측면에서 의미가 컸다. 홍천축협 임홍원 조합장은 “이번 직거래 행사를 계기로 늘푸름한우의 판로를 더욱 확대해 홍천 축산 농가 소득증진에 기여하겠다”라는 뜻을 밝혔다.

휴게소는 서울, 경기 등 전국의 소비자들이 찾아오는 곳인 만큼 의미미한 홍보 효과가 있는 것으로 평가받고 있다.

홍천축협 관계자도 이번 행사는 판매가 아니라 한우 홍보 목적이 크다는 점을 분명히 했다. 홍천축협 강윤여 상무는 “지역 한우 브랜드 홍보가 쉽지는 않는데 한우자조금에서 지원한 덕분에 이렇게 홍보 행사를 진행할 수 있었다”라며 “서울, 경기 등에서 휴가나 여행을 오는 소비자들에게 휴가지, 여행지 근처에서 맛 좋고 신선한 지역 브랜드 한우고기를 맛 볼 수 있다는 점을 알리며 우리 지역 한우의 우수성을 알리는 기회가 됐다”라고 평가



했다. 그러면서 홍천휴게소 하행 행사장에서 한우고기를 사서 먹어 본 후 홍천휴게소 상행에서 한우고기 구매 여부를 문의하는 고객이 적지 않았다는 소식도 덧붙였다. 강 상무는 “행사장을 지나며 ‘휴게소에서 한우를 팔아’라며 신기해 하는 고객이 많다”라면서 “지금 당장 구매는 안 해도 나중에 우리 지역을 지날 때, 한우를 떠올리거나 ‘한우 먹어 볼까’라고 생각하는 고객이 많을 것”이라고 기대했다.

휴게소에서 한우고기를 살 수 있다는 것에 고객들도 긍정적인 반응을 보였다. 고기 마니아라고 밝힌 한 휴가객은 “서울에서 고기를 샀지만, 못산 부위가 있었다”라며 “미처 준비하지 못한 것을 오늘처럼 이렇게 휴게소에서 사면 좋을 것 같다”라고 평가했다. 휴가, 여행을 위해 무겁게 먹을 거리를 준비하지 않아도 되는 편리함을 장점으로 꼽은 고객도 있었다.

이번 행사장에서는 휴가객들의 수요에 맞춰 등심, 안심, 채끝 등 구이용 한우고기를 판매했다. 특히 150g·1인분씩 소포장에 판매한 전략이 돋보였는데, 휴게소는 ‘구매’를 목적으로 소비자들이 찾는 곳이 아니라 여행길, 나들이 등을 목적으로 잠시 들리는 곳이란 점이 고려된 것이다. 이번 소포장 판매 전략은 소비자들이 치마살 등의 다양한 한우 부위를 부담 없이 선택하도록 했다는 점에서도 긍정적인 평가를 받았다. 🍴



5

‘2020년 1차 사료성분 분석조사’ 결과 발표 함량 미달 사료 없었다... 한우사료 품질관리 유도 효과 입증

한우자조금이 실시하는 ‘사료성분 분석조사’ 사업이 사료회사의 한우사료 품질관리 강화를 유도하는 등의 긍정적 효과로 이어진 것으로 나타났다.

한우자조금은 ‘2020년 제1차 사료성분 분석조

사를 실시한 결과, 등록 성분 함량 미달 사료가 적발되지 않았고 밝혔다. 이번 사료성분 분석조사는 한우자조금이 전국한우협회의 도움을 받아 전국에서 시판 중인 배합사료, TMR·TMF사료 중에서 무작위로 30개를 선택해 실시했으며, 표시된 성분과 실제 함량이 일치하는지를 분석하는 방식으로 이뤄졌다.

한우자조금은 2014년부터 사료성분 분석조사 사업을 진행해 왔으며, 사료성분 함량을 위반한 사료를 적발하면, 해당 업체에 품질검사 강화를 요청하는 것은 물론 위반 사실을 전국한우협회와 해당 도지회, 언론 등에 알리는 것과 같은 강력한 조치로 사료회사의 경각심을 불러일으켜 왔다. 지난해부터 올해까지 실시한 3번의 사료성분 분석조사에서 부적격 사료가 나오지 않고 있으며, 사료성분 분석조사 사업의 실효성에 대한 긍정적인 평가가 나오고 있다.

한우자조금 관계자는 “사료성분 분석조사 사업은 한우농가가 생산비 절감으로 경쟁력을 강화하고, 더 나아가 위생적이고 안전한 축산물 공급으로 소비자를 보호하는 일과 직결되는 매우 중요한 사업”이라며 “앞으로도 철저하고 엄격하게 ‘사료성분 분석조사’ 사업을 집행해 한우농가와 소비자가 피해를 입지 않도록 하겠다”라고 밝혔다.

한우자조금은 하반기에도 ‘사료성분 분석조사’ 사업을 추진한다. 🍴



6

홍콩무역발전국과 업무 협의 한우 수출 활성화를 위한 업무 협력 방안 논의

한우자조금이 한우 수출 상대국인 홍콩 내 네트워크를 강화했다. 한우자조금은 지난 8월 10일 홍콩무역발전국(Hong Kong Trade Development Council) 한국지부 벤자민 야우 지부장 등과 만나 한우 수출 활성화를 위한 업무 협력 방안 등을 논의했다. 홍콩무역발전국은 1966년 설립된 홍콩의 준정부 기관으로, 홍콩 무역 활성화를 목적으로 설립됐다. 전 세계 약 50개국에 지부를 두고 있으며, 매년 30개국 이상에서 글로벌 무역박람회, 콘퍼런스 등을 개최하고 있다. 2017년에 설립된 한국지부에서는 한국 기업들이 홍콩 플랫폼을 활용해 해외에 진출하는 것을 돕고 있으며, 한·홍콩 기업 간 비즈니스 교류 증진 등을 위해 정부·지자체·공공기관·민간기업 등과 다양한 활동을 추진하고 있다.

이번 회의는 홍콩무역발전국 한국지부의 제안으로 성사된 것으로, 홍콩무역발전국은 한우자조금이 홍콩 현지에서 다양한 홍보 마케팅 활동을 전개한 온 것과 그 결과로 홍콩 내에서 한우고기가 고급육으로 인지도가 높아지고 있는 것에 관심을 나타냈다.

이날 만남은 양 기관의 상견례 격으로 진행됐으며, 양 기관의 소개와 함께 한우자조금 한우 수출 관련 활동 내역, 한우 수출 현황 등이 안내됐다. 아울러 한우 수출 활성화를 위한 추후 업무 협력 방안 등에 대한 논의도 이뤄졌다.

한우자조금 관계자는 “홍콩무역발전국과 업무 협력으로 홍콩 한우 수출이 더욱 활성화되도록 노력하겠다”라고 말했다. 🍴





한우자조금 소식지 웹진 소개

‘스마트폰과 PC에서 한 발 빠르게 구독하세요’

‘〈한우자조금〉을 보면서 한 식구라는 생각을 해보게 되었습니다. 작은 책자가 이렇게 연결하게 해주니 참으로 효자같은 책인 것 같습니다. 이렇게 댓글을 다는 여러분들도 〈한우자조금〉 지를 통해 더 깊이 우리 한우자조금관리위원회를 알게 되었으리라 생각합니다. 이왕 이렇게 서로 모였으니 더 잘하시라 힘을 보태어 드림 이 옳을 줄로 사료됩니다.’

한우자조금은 매달 한우자조금 운영 사업, 한우산업 정책, 한우 시황 및 관측 정보, 한우 전문가 인터뷰, 시장 트렌드 등의 정보를 담은 농가용 소식지를 발행하고, 한우자조금 주체인 전국의 한우농가, 유관 기관 등에 발송하고 있다. 소식지는 한우자조금이 한우농가가 조성한 자조금을 투명하게 집행하고 있음을 알리며, 한우자조금 사업에 대한 한우농가의 관심과 이해를 제고하기 위한 목적으로 발간되고 있다. 즉 한우자조금과 한우농가, 한우산업 유관 기관의 소통 수단으로 역할을 하고 있는 것이다. 매월 약 2만 4,500부가 발행되고 있다.

지난 2017년부터는 웹진으로도 발행되고 있어, PC, 스마트폰 등으로 언제 어디서든 소식을 접할 수 있다.

한우자조금 소식지(hanwoonews.com/webzine) 웹진은 책자형 소식지에 담긴 기사와 사진을 그대로 담고 있다. 웹진은 지면 매체 발행일에 맞춰 공개되는 만큼, 책자형 소식지보다 한발 빠르게 소식을 접할 수 있다.

웹진은 누구나 회원 가입 없이 언제 어디서나 이용할 수 있다. 네이버 검색창에서 ‘한우자조금 웹진’ 검색, 한우자조금관리위원회 홈페이지(hanwooboard.or.kr) 메인화면의 ‘소식지’ 배너 클릭 등의 방법으로도 접속할 수 있으며, 스마트폰 바탕화면에 바로가기 아이콘을 생성해 두면 보다 편리하게 이용할 수 있다.

웹진의 가장 큰 장점은 한우자조금, 한우농가·, 한우산업 유관 기관 관계자, 한우 소비자 등의 소통 창구가 되고 있다는 점이다. 댓글, 이벤트 게시판 등으로 한우자조금 사업 등에 대한 직접적인 피드백이 이뤄지고 있는 것이다. 한우자조금 관계자는 “웹진은 한우자조금 집행 사업에 대해 가장 빠르게 피드백을 받을 수 있는 창구”라며 “웹진에 올라오는 다양한 의견들은 한우자조금 사업을 보다 발전적으로 운영하는 데 큰 도움이 되고 있다”라고 말했다.

구제역, 코로나19 등으로 한우산업이 어려운 시간을 보낼 때 한우자조금 소식지 웹진은 더욱 빛을 발한다. ‘참, 담 주에 썬 태풍이 온다고하니 다들 단디 준비하세요~, 요즘 어려운 시기에 다같이 힘을 모아 우리 한우 먹고 힘내요. 대한민국 한우! 나날이 발전하길 화이팅!입니다^^~’ 등 한우농가들의 기를 살리는 응원의 댓글이 이어지는 까닭이다.

또한, 웹진에 댓글을 남기면 추천으로 한우육포, 한우곰탕세트, 한우불고기버거 등의 경품을 받을 수 있다. 🍷

8

전국한우협회, 호우 피해 농가 성금 모금

8월 말까지 모금액 수해 피해지역 직접 전달 계획

전국한우협회가 지난 8월 20일 중앙회 회장단 회의를 열고 집중호우로 피해를 입은 농가들을 돕기 위해 성금을 모금하기로 했다. 전국한우협회는 “지난 장마 때 집중호우로 차오른 빗물 속에서 헤엄치거나 도피하는 한우의 모습이 연일 매스컴에서 보도되는 등 수해 피해지역에서 특히 한우농가 피해가 두드러졌다”라며 이번 성금 모금을 결정한 배경을 설명했다.

실제로 한우농가의 피해도 컸던 것으로 나타났다. 전국한우협회에 따르면 이번 호우로 전국에서 큰 소 1,368두, 송아지 17두 등 총 1,385두가 폐사 또는 실종됐

9

축산농가 ‘통합진단표’ 도입 움직임에 촉각

전국한우협회, 규제책 활용 가능성 지적

농림축산식품부가 8~9월 중 축산농가 스스로 자신의 농장을 진단하는 ‘축산농가 통합자가진단표’를 배포하고 운영하겠다고 밝혔다. 농림축산식품부는 최근 축산단체 회장단과 만나 관련 내용을 설명하고, ‘축산농가 통합자가진단표’를 지자체와 지역 농축협을 통해 배포한다는 계획을 알렸다.

‘축산농가 통합자가진단표’에는 축산농가들의 지켜야 할 의무사항과 이를 지키지 않으면 어떤 처벌을 받게 되는지 등이 표기될 전망이다. 예컨대 한육우는 △축산업 영업 △사육시설 △소독설비 △방역 시설 △농가 준수사항 △이력 및 위생관



다. 축사·퇴비사 파손, 축사 침수 등 시설물 피해 사례도 176건이 확인됐다.

성금 모금은 8월 말까지 진행됐으며, 모금된 성금은 특별재난지역 등 집중호우 피해지역에 전달할 예정이다.

전국한우협회 김홍길 회장은 “이번 집중호우로 피해를 본 한우농가와 이재민들의 피해 복구에 조금이라도 도움이 되고자 위로의 뜻과 마음을 담아 성금을 모금했다”라며 “이번 성금 모금에 적극적으로 동참해 준 한우인을 비롯한 업계 전후방산업 관계기관과 관계자들에게 감사의 인사를 전하며, 모아준 온정을 피해지역에 잘 전달하겠다”라고 말했다. 🍷

리 △악취 관련 등 7개 범주에서 약 30개의 자가진단항목이 제시될 예정이다.

농림축산식품부는 “축산농가 통합진단표는 축산농가들이 다양한 법률 규정사항을 몰라 불이익을 받는 일이 없도록 준수사항들을 체계화한 것”이라며 “농가들이 농장을 스스로 점검해 보도록 기준점을 제공하려는 것”이라고 설명했다.

이에 전국한우협회는 “축산농가들이 잘 알지 못했던 법률 규정 등을 알 수 있도록 한다는 것은 좋은 취지”라며 “그 활용 범위는 농가가 스스로 점검해보고 몰랐던 규정 및 처벌 등에 대해 인지하게 돕는 수준이어야 한다”는 점을 분명히 했다. 이어서 전국한우협회는 “지자체나 농림축산식품부가 자가진단표를 가지고 농가를 단속하거나 각종 보조사업 및 지원사업에서 배제하는 수단으로 활용될 가능성도 있다”라는 문제를 제기하며 재검토를 요청했다. 🍷

전국한우협회, 미경산우 비육사업 출하망 추가
한우협회 직거래유통망으로
‘미경산우’ 출하 가능

전국한우협회
美미경산한우



전국한우협회는 지난해 저능력미경산우비육지원사업에 참여한 농가들의 출하시기가 도래함에 따라 선제적 대응 차원으로 한우협회 직거래유통망을 통한 출하조건을 추가했다고 밝혔다.

전국한우협회는 2019년 선제적 수급조절을 통한 한우가격 안정화를 위해 한우자조금 재원을 활용해 미경산우 비육지원 사업을 시행했으며, 당시 이 사업에 참여하기로 약정한 약 8,700두의 미경산우 출하가 올해부터 시작된다.

미경산우 비육지원 사업은 한우가격 안정을 위한 선제적 수급조절과 한우개량 촉진을 위해, 하위 30% 저능력개체, 이모색 등 외모불량, 발육부진, 난폭우 등의 개체 중 한우농가가 도태대상우를 신청한 후 비육·출하하면, 해당 농가에 농가보전금 30만 원을 지급하는 사업이다.

전국한우협회 유통사업국은 “미경산우 출하는 김해공판장을 기준가격으로 하여

미경산우 출하정산 조건

1. 기준가격

김해공판장 4일(화~금) 평균가격
- 도축일 포함 전 7일 중 4일 평균가
(월요일·토요일 제외)

2. 출하장려금

- 1++등급·1+등급: 김해공판장 4일
평균가격 +1,000원
- 1등급 김해공판장 4일 평균가격 +500원
* 단, 출하 규격(300kg 이상 480kg 이하)에 속하는
개체에 한해 지급

3. 부산물 가격

음성공판장 암소 평균가격 적용
* 단, 우피는 당해 도축장의 정산기준에 따름

4. 도축장

한축산업(울산광역시 울주군 언양읍
반구대로 1204-15)

5. 도축비 17만 6,000원/두

6. 출하수수료 0.3%

7. 하자육 처리적립금

0.1%(하자육 발생 시 공제 처리하지 않음)
- 하자육은 kg당 1,000원에 해당하는
금액까지 차감하지 않고, 하자육
처리적립금으로 처리
* 단, 그 이상 발생하는 금액은 출하자 부담

4일 평균가격에 장려금을 지원하는 등 저능력미경산우 비육지원사업 참여부터 출하까지 농가의 걱정을 덜기 위해 선제적으로 유익한 조건을 구축했다”라며 “향후 유통과 소비까지 고려해 미경산우 브랜드를 구축하고 있다”고 전했다.

미경산우 출하를 희망하거나 문의사항이 있는 한우농가는 전국한우협회 유통사업국으로 연락하면 된다. ☎

담당자: 박호경 대리

연락처: 02-525-1053(내선 207)

방역

방역에 대해서 말씀드릴까 하는데요



작업을 하기위한 전용 작업복, 전용 장화, 전용 장갑과 토시 등을 착용하고

농림축산식품부 구제역 방역 온라인 교육 실시

코로나19 상황 고려...

‘매월 셋째주 수요일 농리와 TV에서 만나요’

농림축산식품부가 코로나19 상황을 고려해 연말까지 온라인으로 구제역 방역 교육을 실시한다고 밝혔다.

농림축산식품부(이하 농식품부)는 구제역 발생위험이 높은 동절기에 대비해 축산농가와 가축방역관의 방역 의식을 높이고, 현장 대응능력을 향상시키기 위해 지난 8월 24일부터 연말까지 구제역 방역 교육을 온라인으로 진행한다고 밝혔다.

그동안 축산농가 대상 교육은 세미나, 워크숍 등 집합교육을 중심으로 이뤄졌지만, 농식품부는 최근의 코로나19 상황을 고려해 안전하고 편리하게 교육받을 수 있도록 ‘유튜브·나라e음’ 등의 온라인 인프라를 활용해 교육을 진행하기로 결정했다.

이번 교육은 방역상 중요하지만, 현장에서 잘 지켜지지 않거나 제대로 실천하기 어려운 5가지 주제를 선정해 구성했으며, 8월부터 12월까지 매월 셋째 주 수요일에 농식품부 공식 유튜브 채널

널인 ‘농리와TV(www.youtube.com/channel/UC014CTCdGJzeQfJtxnnMyjQ)’에서 순차적으로 동영상상을 공개한다. <표참고>

교육 동영상은 현장 경험이 풍부한 계열회사 소속 전문가, 현장수의사, 대학교수 등 외부전문가와 제작했다. 영상의 분량은 5분~10분으로 편집해, 교육에 대한 부담을 줄였다.

농식품부 구제역방역과 이재용 과장은 “축산농가에서 교육을 더욱 쉽게 받을 수 있도록 앞으로 비대면 교육을 더욱 확대해 나갈 계획”이라며 “축산농가에서는 교육 영상을 빠짐없이 시청해주시고, 아울러 구제역이 발생하지 않도록 백신접종, 소독, 출입자 관리 등의 방역수칙도 철저하게 준수해 달라”고 당부했다. 온라인 교육을 이수하고, 설문조사에 응하는 사람 중 추첨으로 소정의 선물을 증정하는 이벤트도 진행한다. 🎁

구제역 방역 온라인 교육 일정

시기	8월	9월	10월	11월	12월
주요 내용	출하대 및 분뇨·사료차량 방역관리	구제역 백신 보관·관리 및 접종요령	돼지 위탁사육농장 방역관리	농장 소독요령	밀집사육단지 방역관리
강사	팜스코 정영철 부장	강원대 오연수 교수	선진 권성균 팀장	도드람양돈연구소 정현규 소장	전북대 조호성 교수



‘맛’에도 유행이 있고 트렌드가 있다. 최근 몇 년간 흑당, 마라와 같이 달고 매운 음식이 유행했다면, 올해 들어서는 SNS에 꼬습고 씹싸름하며 숨숨한 맛, 이름하여 ‘할매맛’을 찾으며 ‘할매입맛’을 인증하는 젊은 세대가 많아졌다. 이는 올해 유통가의 ‘맛’도 변화시켰다.

개성 강한 요즘 젊은 세대를 칭하는 단어는 다양하다. 그중 하나가 바로 ‘할매니얼’이다. ‘할머니와 밀레니얼 세대’를 합한 말로, 밀레니얼 세대가 패션·음식·인테리어 등의 의식주(衣食住)에서 ‘옛날 할머니 스타일’을 추구하는 것을 이르는 말이다. 이것은 우리나라만의 현상은 아닌데, 해외에서는 ‘그래니 시크(granny chic·세련된 할머니)’ 또는 ‘그랜드 밀레니얼(grand millennial)’

이라 부른다. 이 할매니얼들의 ‘할매입맛’이 뉴트로 트렌드를 타고 건강 입맛으로 자리매김하고 있다. 지난 6월 ‘할매입맛’은 네이버 신조어 사전에도 올랐다. 이에 따르면 할매입맛은 기존에 향토적이라고 여겼던 식재료 즉 흑임자, 미숫가루, 쑥 등 전통 식재료를 찾아 즐기는 사람들을 지칭한다.

‘할매입맛’ SNS 넘어 유통가 강타

얼마 전 약밥, 모나카, 양갱 등을 즐겨 먹는 여성 가수와 쌍화차를 즐기는 한 남성 가수의 일상이 방송된 후, 그들의 20대스럽지 않고, 할매스러운 입맛이 화제가 됐다.

사실 SNS 상에서는 이들과 비슷한 입맛, 즉 ‘할매입맛’을 자랑하는 젊은 세대를 찾기가 어렵지 않다. 쑥라떼, 흑임자 아이스크림, 인절미 맛 마카롱, 미숫가루 빙수, 누룽지, 양갱, 모나카, 밥풀과자 등으로 ‘할매입맛’을 인증하는 것은 SNS 상에서 하나의 트렌드로 자리 잡았다.

이런 할매입맛 열풍은 자연스럽게 유통가에도 불어와, 제품 패키지 등을 바꾸는 수준이 아닌, 흑임자, 순두부, 쑥, 단호박 등을 원재료로 사용해 한국 전통의 맛을 재현한 제품 출시로 이어졌다. 올해 유통가에서 내세운 과자, 우유, 아이스크림 등의 흑임자 맛, 인절미 맛 제품은 큰 인기를 끌었다. 한 제과 회사가 내놓은 인절미 맛 과자는 출시 3개월만에 누적 매출 약 40억 원을 기록했을 정도다.

건강한 할매입맛 뉴트로(new-tro) 트렌드와 만나다

이렇게 할매입맛이 대세로 자리 잡은 데는 20~30대 사이에 불고 있는 ‘뉴트로(new-retro, 새로운 복고)’ 바람의 영향이 크다. 뉴트로(new-tro)는 일종의 복고 트렌드인데, 과거의 것을 재현해 중장년층이 그 향수에 빠져드는 레트로(retro)와 달리 과거를 모르는 1020세대들이 옛것에서 새로움, 아날로그 감성, 참신함을 느끼는 현상을 의미한다. 즉 요즘 젊은 세대에게 한국 전통의 식재료는 색다른 그 무엇인 것이다. 동시에 할매입맛을 충족하는 식품들은 중장년층에게 이미 익숙한 맛으로, 이들의 관심까지 끌어내고 있다. 즉 할매입맛은 세대 구분 없이 통하는 맛인 것이다. 이에 일각에서는 할매입맛 식품과 제품이 세대 간 소통의 창구 역할을 하고 있다는 평가도 내놓고 있다. 중장년층은 향수로, 그의 자녀와 손자 세대는 새로운 맛으로, 함께 할매입맛을 즐기며 정을 쌓는다는 의미이다.

여기에 사회 전반적으로 건강에 대한 관심이 점차 높아지고 있는 것도 할매입맛을 당기는 이유가 되고 있다. 최근 농촌진흥청이 발표한 ‘농식품 소비 지난 10년간 어떻게 변화했나’란 보고서에 따르면, 소비자들은 농식품 구매 시 주요 고려 사항으로 안전한 농식품, 건강 증진, 영양성분 등을 꼽았으며, 농촌진흥청은

이것은 건강을 중시하는 소비 유행을 반영하는 결과라고 분석했다.

실제로 젊은 세대들에게 ‘건강’은 매우 중요한 구매 포인트로 자리 잡았음을 보여주는 사례가 있는데, 한 대형 식품회사가 씹는 게 불편한 중장년층을 위해 내놓은 ‘죽(粥)’ 제품의 매출 절반 이상이 밀레니얼 세대 지갑에서 나왔다는 보도가 있었다.

중장년 층을 겨냥한 식품은 고영양식이란 점을 고려하면, 이는 젊은 소비층들에게 ‘건강’이 매우 중요한 구매 포인트임을 짐작할 수 있다. 위의 죽 제품은 시중 죽 제품에서 쉬이 볼 수 없는 아스파라거스, 유근피(느릅나무뿌리껍질) 등의 프리미엄 식재료를 사용했다는 점도 눈에 띄는 부분이다.

건강한 한우 맛 할매입맛 사로잡을 수 있을 것

위의 사례는 신선하고 영양도 뛰어난 한우고기로 만든 전통의 한우 요리가 할매입맛을 사로잡으며 젊은 소비층에게 다가가는 것은 매우 자연스러운 일이 될 것이란 데에 힘을 실어주고 있다. 아울러 전통의 한우요리를 발굴하고 알리는 일의 중요성을 보여주는 것이기도 하다.

얼마 전 본지와 인터뷰를 진행한 한우자조금 전문가 자문단 황인철 의사는 한우 그대로의 맛이 오히려 옛 것을 각자의 방식으로 즐기는 뉴트로 세대들의 입맛을 사로잡을 것이라고 강조한 바 있다. 그러면서 그는 젊은 세대들이 육향 진한 한우 국밥 한뚝배기를 맛있게 먹고 있으며 심지어 예전 그 한우 국밥집을 찾아다니는 일화를 덧붙였다.

생각해 보면, 한우자조금 소비촉진 현장에서 한우 사골 곰탕을 음료수 마시듯 마시는 이들 중에는 젊은 세대가 적지 않다. 한우자조금이 올해 실시한 한우 곰거리 할인 판매 행사에서 적지 않은 매출을 올릴 수 있었던 것은 할매입맛을 가진 젊은 소비층의 구매력이 뒷받침이 됐기 때문이다. 영양학적으로 우수한 한우 곰거리의 영양학적 우수성이 어필된 것이다. 물론 가성비도 좋다. 물론 이 과정에서 ‘뉴트로’는 과거를 파는 것이 아니라 과거를 빌려 현재를 파는 것’이란 사실은 명심할 필요가 있다. 즉 본질을 유지하되 재해석으로 현대화하는 전략이 수반돼야 한다는 것이다. 한우자조금이 가족 구성원 변화, 소비 트렌드 변화, 구매 장소 변화에 걸맞은 무엇보다 포스트 코로나 시대에 걸맞은 사업 운영에 박차를 가하는 이유이다. 🌈

한우가격 및 출하·사육 동향

2020년 8월 한우가격 및 출하 동향

구분		2017년	2018년	2019년	2018년	2019년	2020년		대비(%)		
					8월	8월(A)	7월(B)	8월(C)	C/A	C/B	
도축두수(두)		742,536	736,363	765,328	43,719	58,288	60,719	60,486	3.8	-0.4	
경매두수(두)		401,591	399,763	403,449	24,365	32,638	32,197	31,985	-2.0	-0.7	
도매시장 경락가격 (원/kg)	전체 평균	16,719	17,772	17,965	18,177	17,901	20,412	20,627	15.2	1.1	
	거세	17,710	18,735	19,116	19,305	19,120	22,412	22,004	15.1	-1.8	
	비거세	12,108	12,813	13,439	12,653	12,909	12,192	13,688	6.0	12.3	
가축시장 거래가격 (천원/두)	암소	5,404	5,659	5,645	5,636	5,476	6,049	6,235	13.9	3.1	
	송아지	암	2,919	3,130	2,830	3,139	3,128	3,465	3,490	11.6	0.7
		수	3,572	3,857	3,434	3,998	3,953	4,525	4,565	15.5	0.9
소매가격 (1등급, 원/kg)	등심	79,663	81,551	91,560	79,650	82,510	100,410	100,350	21.6	-0.1	
	양지	55,990	55,390	55,820	54,850	55,170	61,070	60,570	9.8	-0.8	
	설도	－	－	－	－	42,980	47,470	47,970	11.6	1.1	

*전국경락가격: 전국 13개 도매시장 가격(원/자육kg), 결합제외 가격

〈출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터〉

*기준일: 2020년 8월 1일~8월 31일

한우 사육현황 및 한우농장 현황

총 한우 두수	총 암소 두수	총 가임암소 두수(15개월령 이상)	총 한우농장 수
3,240,090두	2,060,995두	1,534,848두	89,013

*기준일: 2020년 7월 말일

〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

수소(거세포함) 월령별 한우 사육현황

구분	25개월령 이하	26개월령	27개월령	28개월령	29개월령	30개월령	31개월령	32개월령 이상
수소(두)	959,757	42,583	49,513	52,309	36,916	14,733	7,626	15,658

*기준일: 2020년 7월 말일

〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

한우사육 마릿수 전망

- 가임암소 증가로 송아지 생산이 늘어 한우 사육 마릿수 증가세 지속 전망
- 2020년 한우 사육 마릿수: 가임암소 마릿수와 1세 미만 마릿수 증가로 전년보다 4.0% 증가한 320만 3,000두 전망
- 1세 미만 사육 마릿수 전년보다 3.9% 증가한 94만 2,000두. 가임암소 사육 마릿수 전년보다 3.9% 증가한 154만 2,000두 전망
- 2021년 327만 2,000두(전년보다 2.2% 증가), 2022년 331만 4,000두(1.3% 증가) 전망

〈단위: 천 두〉

구분	2020년				2021년			
	3월	6월	9월	12월	3월	6월	9월	12월
전체 마릿수	3,038	3,175	3,282	3,203	3,141	3,309	3,323	3,272
1세 미만 마릿수	922	887	948	942	933	941	949	951
가임암소 마릿수	1,455	1,480	1,549	1,542	1,505	1,531	1,576	1,578

*기준일: 2020년 8월 25일

〈출처: 한국농촌경제연구원 농업관측본부〉

사육 마릿수 증가를 고려한 신중한 입식과 송아지 생산 조절 필요

8
August

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 위의 방법으로 스마트폰에 웹진 화면을 엽니다.
- ② 웹진 <한우자조금> 홈 화면의 오른쪽 하단에서 '☐☐☐ 더보기' 클릭
- ③ '☐☐☐ 더보기'에서 '+ 홈 화면 추가'를 누르면 아이콘 생성 완료



아이폰

- ① 위의 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

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

응모기간 2020년 9월 29일(화)까지
당첨지표 2020년 10월호 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

※ 사진은 이미지입니다. 실제 상품과 다를 수 있습니다.
※ 5만 원 이상 경품에 대해서는 한우자조금 소식지 협력사인 디자인신화에서 제세공과금을 부담하며,
제세공과금 납부와 관련해 개인정보를 요구할 수 있음을 알려드립니다.

지난호 당첨자

한우육포
안은자, 전서정

한우곰탕세트
김다영, 이윤수, 하진표



2

여름 휴가철 겨냥 기획 기사 발굴·보도 요즘 휴가 트렌드 반영한 주제로 한우 소비 활성화에 기여

한우자조금이 여름 휴가철을 겨냥해 기획한 기사 콘텐츠가 여름에도 제격인 한우의 이미지를 공고히 하며 한우 소비 진작에 이바지했다.

한우자조금은 7월 중순부터 8월 중순까지, 여름 휴가객을 겨냥한 홍보 기획 기사를 순차적으로 내보내며 여름 휴가철 한우 소비 활성화를 도모했다. 한우자조금 관계자는 “매년 여름 휴가객을 대상으로 다양한 오프라인 소비촉진 행사를 진행했지만, 올해는 코로나19로 휴가마케팅에 어려움이 있었다”라면서 “국내 여행, 홈캉스 등 코로나19로 바뀐 여름 휴가 트렌드에 맞춘 기획 기사를 발굴해 여름 휴가에도 한우란 점을 널리 알리기 위해 노력했다”라고 설명했다. 기획 기사를 활용한 홍보마케팅은 정보성 글로 읽힌다는 점에서 한우의 우수성을 자연스럽게 전달하는 데 도움이 된다.

한우자조금은 7월 20일과 8월 3일에 ‘경치에 한 번, 한우 맛에 두 번 취하는 여름 휴가지 전국 한우 맛집 BEST’와 ‘올여름 휴가는 전국 한우거리에서 우플렉스(牛Flex)해 볼까’란 제목의 기사를 내보냈다. 당시는 코로나19 확산세가 줄어들던 시

기로, 휴가 장소로 국내 힐링 여행지에 대한 관심이 높아지던 시기였다. 이를 고려해 힐링 여행지와 한우 맛집을 소개하는 내용으로 기사를 작성해 전국 각 지역의 한우 맛집과 한우 거리를 소개하며 한우에 대한 관심을 높였다. 각 지역 한우 브랜드를 한눈에 알아볼 수 있는 ‘한우유명한곳’과 ‘우리한우판매점’에 대한 소개도 자연스럽게 이어졌다. 플렉스(Flex) 등 최근 트렌드를 반영해 기사에 대한 관심을 높인 점도 돋보였다. 일반 언론 보도 매체가 아니라, 포털사이트 네이버에서 국내외 여행지와 여행 팁 등 여행에 관한 모든 정보를 생산해 내놓고 있는 여행 전문 매체 ‘어플프렌즈’를 활용했다는 점이 눈에 띈다. 어플프렌즈의 팔로워 수는 약 9만 2,000명으로, 기사의 도달률을 고려하면 매우 효율적인 홍보 방식이었다는 평가이다. 위의 기사는 각각 3만 9,412회와 2만 4,255회 읽혔다(8월 28일 기준). 앞으로도 기사 노출이 지속해서 이뤄지는 만큼 노출 효과는 향후에도 계속 기대할 수 있다. 여행에 대한 니즈가 높은 독자들이 찾는 매체인 만큼 기사에 대한 집중도와 공감도를 더욱 높일 수 있었는데, 기사에는 ‘여름휴가 해외로 못 나가는 데 한우 먹어야겠다, 우플렉스 추천 여행지가 전국에 다양해서 좋네요, 한우유명한곳도 유용해요’ 등의 공감 댓글이 달렸다.

긴 장마와 코로나19 감염 재확산으로 집 밖 생활의 제약이 다시 커지기 시작한 지난 8월 20일에는 ‘한우와 함께 떠나는 ‘집콕’ 세계 음식 기행’이란 제목의 기획 기사를 보도했다. 집에서 해외여행을 떠난 기분을 내며 몸과 마음을 회복하도록 도와줄 한우 ‘홈콕’ 레시피를 소개한 이 기사는 건강 거리두기를 실천하는 이들의 동감을 얻기에 충분했다. 유럽, 중국, 중남미의 요리법을 활용해 선보인 한우 요리법은 어떤 요리법에도 통하는 한우의 우수성을 전달하는 데도 이바지했다. 🍲

3

‘한우 굽거리 할인 판매 행사’ 성료 한우 굽거리 영양학적 우수성 통·했·다

한우자조금이 한우 굽거리 소비 증진과 가격 안정을 위해 전개한 소비촉진 활동이 소기의 성과를 달성한 것으로 나타났다.

한우자조금은 지난 3월과 7월에 각각 30일간 농협유통점 및 농·축협 하나로마트, 전국한우협회 한우먹는날 등과 손잡고 전국에서 대대적으로 진행한 사골, 꼬리, 우족, 잡뼈 등의 ‘한우 굽거리 할인 판매 행사’에서 각각 12억 7,000만 원과 4억 8,800만 원, 총 17억 5,800만 원의 매출 실적을 올렸다고 밝혔다. 할인 판매 행사에서 최고 70%의 할인율이 적용됐다는 점을 고려하면, 이번 매출 실적은 의미가 크다.



코로나19로 면역력 등 건강에 대한 관심이 고조된 시점(3월), 원기 회복·체력 유지 등을 위해 여름철 보양식에 대한 관심이 높아진 시점(7월) 등 시의적절하게 할인 판매 행사를 전개한 것이 돋보였다는 평가이다. 한우자조금 관계자는 “면역력 등 건강에 대한 관심이 높아지고 또

집밥, 홈콕 등의 수요가 증가하면서 한우 굽거리의 영양학적 우수성이 소비자들에게 통한 것 같다”라면서 “이번 할인 판매 행사를 통해 한우 굽거리가 연중 소비자들의 건강 밥상을 책임지는 대표 주자로 인식되는 계기가 됐길 기대한다”라고 말했다. 최고 70%란 파격적인 할인율 적용으로, 소비자들의 가격 저항선을 없앤 것도 유효했다. 지난 7월 전개한 할인 판매 행사에서는 농협유통점, 농·축협 하나로마트에서는 kg당 △사골 2,600원 △꼬리 5,000원 △우족 5,000원 △잡뼈 1,900원 △1등급 국거리 100g 4,320원의 가격을 적용했으며, 전국한우협회 한우먹는날에서는 한우 한 마리 기준 △사골 5만 원(15kg 이상) △꼬리 6만 5,000원(9kg 이상) △우족 4만 5,000원(8kg 이상) △잡뼈 2만 5,000원(10kg 이상) △사골(15kg 이



상+사태 1등급 1kg) 7만 5,000원에 판매했다.

한우자조금이 한우 굽거리 소비 감소와 가격 하락에 대응하고자 연초부터 진행한 다양한 소비촉진·소비홍보 활동도 빼놓을 수 없다. 한우자조금은 그동안 언론홍보, 방송협찬, SNS를 활용한 디지털 홍보마케팅 등으로 한우 굽거리의 영양학적 우수성을 알린 것은 물론 사골 곰탕 끓이는 방법, 사골 곰탕을 활용한 요리법 등을 소개하며 한우 굽거리에 대한 관심과 소비를 유도해 왔다. 지난 2월부터는 한우 판매점과 한우 관련 정보를 검색해 볼 수 있는 ‘한우유명한곳.com’에서 상시기획전으로 ‘한우 부산물 기획전’ 운영하며 언택트(untact) 소비에 대응하고 있다.

한우자조금 민경천 위원장은 “한우 부산물, 저지방 부위 등 한우의 모든 부위가 골고루 고객들에게 사랑받을 수 있도록 노력하고 있다”라며 “이것은 한우 가격의 안정에 이바지하고 결국 한우 농가와 한우산업의 안정적 발전에도 도움이 될 것”이라고 말했다. 🍲





휴가객 겨냥 ‘휴게소 한우 홍보·판매 행사’ 지원 휴게소에서도 늘~한우!... 지역 한우 홍보·판로 확대 기여

한우자조금이 홍천군과 홍천축협, 홍천휴게소가 공동으로 홍천휴게소 양양방향(하행)에서 진행한 홍천 늘푸름한우 홍보·판매 행사를 지원했다. 8월 7일부터 8월 23일까지 휴가 기간에 맞춰 진행한 이번 행사는 ‘휴가엔 역시 한우’란 이미지를 강화하는 데 일조했다.

특히 지역 한우고기 홍보와 판로 확대 측면에서 의미가 컸다. 홍천축협 임홍원 조합장은 “이번 직거래 행사를 계기로 늘푸름한우의 판로를 더욱 확대해 홍천 축산 농가 소득증진에 기여하겠다”라는 뜻을 밝혔다.

휴게소는 서울, 경기 등 전국의 소비자들이 찾아오는 곳인 만큼 의미미한 홍보 효과가 있는 것으로 평가받고 있다.

홍천축협 관계자도 이번 행사는 판매가 아니라 한우 홍보 목적이 크다는 점을 분명히 했다. 홍천축협 강윤여 상무는 “지역 한우 브랜드 홍보가 쉽지는 않는데 한우자조금에서 지원한 덕분에 이렇게 홍보 행사를 진행할 수 있었다”라며 “서울, 경기 등에서 휴가나 여행을 오는 소비자들에게 휴가지, 여행지 근처에서 맛 좋고 신선한 지역 브랜드 한우고기를 맛 볼 수 있다는 점을 알리며 우리 지역 한우의 우수성을 알리는 기회가 됐다”라고 평가



했다. 그러면서 홍천휴게소 하행 행사장에서 한우고기를 사서 먹어 본 후 홍천휴게소 상행에서 한우고기 구매 여부를 문의하는 고객이 적지 않았다는 소식도 덧붙였다. 강 상무는 “행사장을 지나며 ‘휴게소에서 한우를 팔아’라며 신기해 하는 고객이 많다”라면서 “지금 당장 구매는 안 해도 나중에 우리 지역을 지날 때, 한우를 떠올리거나 ‘한우 먹어 볼까’라고 생각하는 고객이 많을 것”이라고 기대했다.

휴게소에서 한우고기를 살 수 있다는 것에 고객들도 긍정적인 반응을 보였다. 고기 마니아라고 밝힌 한 휴가객은 “서울에서 고기를 샀지만, 못산 부위가 있었다”라며 “미처 준비하지 못한 것을 오늘처럼 이렇게 휴게소에서 사면 좋을 것 같다”라고 평가했다. 휴가, 여행을 위해 무겁게 먹을 거리를 준비하지 않아도 되는 편리함을 장점으로 꼽은 고객도 있었다.

이번 행사장에서는 휴가객들의 수요에 맞춰 등심, 안심, 채끝 등 구이용 한우고기를 판매했다. 특히 150g·1인분씩 소포장에 판매한 전략이 돋보였는데, 휴게소는 ‘구매’를 목적으로 소비자들이 찾는 곳이 아니라 여행길, 나들이 등을 목적으로 잠시 들리는 곳이란 점이 고려된 것이다. 이번 소포장 판매 전략은 소비자들이 치마살 등의 다양한 한우 부위를 부담 없이 선택하도록 했다는 점에서도 긍정적인 평가를 받았다. 🍌



5

‘2020년 1차 사료성분 분석조사’ 결과 발표 함량 미달 사료 없었다... 한우사료 품질관리 유도 효과 입증

한우자조금이 실시하는 ‘사료성분 분석조사’ 사업이 사료회사의 한우사료 품질관리 강화를 유도하는 등의 긍정적 효과로 이어진 것으로 나타났다.

한우자조금은 ‘2020년 제1차 사료성분 분석조

사를 실시한 결과, 등록 성분 함량 미달 사료가 적발되지 않았다고 밝혔다. 이번 사료성분 분석조사는 한우자조금이 전국한우협회의 도움을 받아 전국에서 시판 중인 배합사료, TMR·TMF사료 중에서 무작위로 30개를 선택해 실시했으며, 표시된 성분과 실제 함량이 일치하는지를 분석하는 방식으로 이뤄졌다.

한우자조금은 2014년부터 사료성분 분석조사 사업을 진행해 왔으며, 사료성분 함량을 위반한 사료를 적발하면, 해당 업체에 품질검사 강화를 요청하는 것은 물론 위반 사실을 전국한우협회와 해당 도지회, 언론 등에 알리는 것과 같은 강력한 조치로 사료회사의 경각심을 불러일으켜 왔다. 지난해부터 올해까지 실시한 3번의 사료성분 분석조사에서 부적격 사료가 나오지 않고 있으며, 사료성분 분석조사 사업의 실효성에 대한 긍정적인 평가가 나오고 있다.

한우자조금 관계자는 “사료성분 분석조사 사업은 한우농가가 생산비 절감으로 경쟁력을 강화하고, 더 나아가 위생적이고 안전한 축산물 공급으로 소비자를 보호하는 일과 직결되는 매우 중요한 사업”이라며 “앞으로도 철저하고 엄격하게 ‘사료성분 분석조사’ 사업을 집행해 한우농가와 소비자가 피해를 입지 않도록 하겠다”라고 밝혔다.

한우자조금은 하반기에도 ‘사료성분 분석조사’ 사업을 추진한다. 🍌



6

홍콩무역발전국과 업무 협의 한우 수출 활성화를 위한 업무 협력 방안 논의

한우자조금이 한우 수출 상대국인 홍콩 내 네트워크를 강화했다. 한우자조금은 지난 8월 10일 홍콩무역발전국(Hong Kong Trade Development Council) 한국지부 벤자민 야우 지부장 등과 만나 한우 수출 활성화를 위한 업무 협력 방안 등을 논의했다. 홍콩무역발전국은 1966년 설립된 홍콩의 준정부 기관으로, 홍콩 무역 활성화를 목적으로 설립됐다. 전 세계 약 50개국에 지부를 두고 있으며, 매년 30개국 이상에서 글로벌 무역박람회, 콘퍼런스 등을 개최하고 있다. 2017년에 설립된 한국지부에서는 한국 기업들이 홍콩 플랫폼을 활용해 해외에 진출하는 것을 돕고 있으며, 한·홍콩 기업 간 비즈니스 교류 증진 등을 위해 정부·지자체·공공기관·민간기업 등과 다양한 활동을 추진하고 있다.

이번 회의는 홍콩무역발전국 한국지부의 제안으로 성사된 것으로, 홍콩무역발전국은 한우자조금이 홍콩 현지에서 다양한 홍보 마케팅 활동을 전개한 온 것과 그 결과로 홍콩 내에서 한우고기가 고급육으로 인지도가 높아지고 있는 것에 관심을 나타냈다.

이날 만남은 양 기관의 상견례 격으로 진행됐으며, 양 기관의 소개와 함께 한우자조금 한우 수출 관련 활동 내역, 한우 수출 현황 등이 안내됐다. 아울러 한우 수출 활성화를 위한 추후 업무 협력 방안 등에 대한 논의도 이뤄졌다.

한우자조금 관계자는 “홍콩무역발전국과 업무 협력으로 홍콩 한우 수출이 더욱 활성화되도록 노력하겠다”라고 말했다. 🍌





한우자조금 소식지 웹진 소개

‘스마트폰과 PC에서 한 발 빠르게 구독하세요’

‘〈한우자조금〉을 보면서 한 식구라는 생각을 해보게 되었습니다. 작은 책자가 이렇게 연결하게 해주니 참으로 효자같은 책인 것 같습니다. 이렇게 댓글을 다는 여러분들도 〈한우자조금〉 지를 통해 더 깊이 우리 한우자조금관리위원회를 알게 되었으리라 생각합니다. 이왕 이렇게 서로 모였으니 더 잘하시라 힘을 보태어 드림 이 옳을 줄로 사료됩니다.’

한우자조금은 매달 한우자조금 운영 사업, 한우산업 정책, 한우 시황 및 관측 정보, 한우 전문가 인터뷰, 시장 트렌드 등의 정보를 담은 농가용 소식지를 발행하고, 한우자조금 주체인 전국의 한우농가, 유관 기관 등에 발송하고 있다. 소식지는 한우자조금이 한우농가가 조성한 자조금을 투명하게 집행하고 있음을 알리며, 한우자조금 사업에 대한 한우농가의 관심과 이해를 제고하기 위한 목적으로 발간되고 있다. 즉 한우자조금과 한우농가, 한우산업 유관 기관의 소통 수단으로 역할을 하고 있는 것이다. 매월 약 2만 4,500부가 발행되고 있다.

지난 2017년부터는 웹진으로도 발행되고 있어, PC, 스마트폰 등으로 언제 어디서든 소식을 접할 수 있다.

한우자조금 소식지(hanwoonews.com/webzine) 웹진은 책자형 소식지에 담긴 기사와 사진을 그대로 담고 있다. 웹진은 지면 매체 발행일에 맞춰 공개되는 만큼, 책자형 소식지보다 한발 빠르게 소식을 접할 수 있다.

웹진은 누구나 회원 가입 없이 언제 어디서나 이용할 수 있다. 네이버 검색창에서 ‘한우자조금 웹진’ 검색, 한우자조금관리위원회 홈페이지(hanwooboard.or.kr) 메인화면의 ‘소식지’ 배너 클릭 등의 방법으로도 접속할 수 있으며, 스마트폰 바탕화면에 바로가기 아이콘을 생성해 두면 보다 편리하게 이용할 수 있다.

웹진의 가장 큰 장점은 한우자조금, 한우농가·, 한우산업 유관 기관 관계자, 한우 소비자 등의 소통 창구가 되고 있다는 점이다. 댓글, 이벤트 게시판 등으로 한우자조금 사업 등에 대한 직접적인 피드백이 이뤄지고 있는 것이다. 한우자조금 관계자는 “웹진은 한우자조금 집행 사업에 대해 가장 빠르게 피드백을 받을 수 있는 창구”라며 “웹진에 올라오는 다양한 의견들은 한우자조금 사업을 보다 발전적으로 운영하는 데 큰 도움이 되고 있다”라고 말했다.

구제역, 코로나19 등으로 한우산업이 어려운 시간을 보낼 때 한우자조금 소식지 웹진은 더욱 빛을 발한다. ‘참, 담 주에 썬 태풍이 온다고하니 다들 단디 준비하세요~, 요즘 어려운 시기에 다같이 힘을 모아 우리 한우 먹고 힘내요. 대한민국 한우! 나날이 발전하길 화이팅!입니다^^~’ 등 한우농가들의 기를 살리는 응원의 댓글이 이어지는 까닭이다.

또한, 웹진에 댓글을 남기면 추천으로 한우육포, 한우곰탕세트, 한우불고기버거 등의 경품을 받을 수 있다. 🍀

8

전국한우협회, 호우 피해 농가 성금 모금

8월 말까지 모금액 수해 피해지역 직접 전달 계획

전국한우협회가 지난 8월 20일 중앙회 회장단 회의를 열고 집중호우로 피해를 입은 농가들을 돕기 위해 성금을 모금하기로 했다. 전국한우협회는 “지난 장마 때 집중호우로 차오른 빗물 속에서 헤엄치거나 도피하는 한우의 모습이 연일 매스컴에서 보도되는 등 수해 피해지역에서 특히 한우농가 피해가 두드러졌다”라며 이번 성금 모금을 결정한 배경을 설명했다.

실제로 한우농가의 피해도 컸던 것으로 나타났다. 전국한우협회에 따르면 이번 호우로 전국에서 큰 소 1,368두, 송아지 17두 등 총 1,385두가 폐사 또는 실종됐

9

축산농가 ‘통합진단표’ 도입 움직임에 촉각

전국한우협회, 규제책 활용 가능성 지적

농림축산식품부가 8~9월 중 축산농가 스스로 자신의 농장을 진단하는 ‘축산농가 통합자가진단표’를 배포하고 운영하겠다고 밝혔다. 농림축산식품부는 최근 축산단체 회장단과 만나 관련 내용을 설명하고, ‘축산농가 통합자가진단표’를 지자체와 지역 농축협을 통해 배포한다는 계획을 알렸다.

‘축산농가 통합자가진단표’에는 축산농가들의 지켜야 할 의무사항과 이를 지키지 않으면 어떤 처벌을 받게 되는지 등이 표기될 전망이다. 예컨대 한육우는 △축산업 영업 △사육시설 △소독설비 △방역 시설 △농가 준수사항 △이력 및 위생관



다. 축사·퇴비사 파손, 축사 침수 등 시설물 피해 사례도 176건이 확인됐다.

성금 모금은 8월 말까지 진행됐으며, 모금된 성금은 특별재난지역 등 집중호우 피해지역에 전달할 예정이다.

전국한우협회 김홍길 회장은 “이번 집중호우로 피해를 본 한우농가와 이재민들의 피해 복구에 조금이라도 도움이 되고자 위로의 뜻과 마음을 담아 성금을 모금했다”라며 “이번 성금 모금에 적극적으로 동참해 준 한우인을 비롯한 업계 전후방산업 관계기관과 관계자들에게 감사의 인사를 전하며, 모아준 온정을 피해지역에 잘 전달하겠다”라고 말했다. 🍀

리 △악취 관련 등 7개 범주에서 약 30개의 자가진단항목이 제시될 예정이다.

농림축산식품부는 “축산농가 통합진단표는 축산농가들이 다양한 법률 규정사항을 몰라 불이익을 받는 일이 없도록 준수사항들을 체계화한 것”이라며 “농가들이 농장을 스스로 점검해 보도록 기준점을 제공하려는 것”이라고 설명했다.

이에 전국한우협회는 “축산농가들이 잘 알지 못했던 법률 규정 등을 알 수 있도록 한다는 것은 좋은 취지”라며 “그 활용 범위는 농가가 스스로 점검해보고 몰랐던 규정 및 처벌 등에 대해 인지하게 돕는 수준이어야 한다”는 점을 분명히 했다. 이어서 전국한우협회는 “지자체나 농림축산식품부가 자가진단표를 가지고 농가를 단속하거나 각종 보조사업 및 지원사업에서 배제하는 수단으로 활용될 가능성도 있다”라는 문제를 제기하며 재검토를 요청했다. 🍀

전국한우협회, 미경산우 비육사업 출하망 추가
한우협회 직거래유통망으로
‘미경산우’ 출하 가능

전국한우협회
美미경산한우



전국한우협회는 지난해 저능력미경산우비육지원사업에 참여한 농가들의 출하시기가 도래함에 따라 선제적 대응 차원으로 한우협회 직거래유통망을 통한 출하조건을 추가했다고 밝혔다.

전국한우협회는 2019년 선제적 수급조절을 통한 한우가격 안정화를 위해 한우자조금 재원을 활용해 미경산우 비육지원 사업을 시행했으며, 당시 이 사업에 참여하기로 약정한 약 8,700두의 미경산우 출하가 올해부터 시작된다.

미경산우 비육지원 사업은 한우가격 안정을 위한 선제적 수급조절과 한우개량 촉진을 위해, 하위 30% 저능력개체, 이모색 등 외모불량, 발육부진, 난폭우 등의 개체 중 한우농가가 도태대상우를 신청한 후 비육·출하하면, 해당 농가에 농가보전금 30만 원을 지급하는 사업이다.

전국한우협회 유통사업국은 “미경산우 출하는 김해공판장을 기준가격으로 하여

미경산우 출하정산 조건

1. 기준가격

김해공판장 4일(화~금) 평균가격
- 도축일 포함 전 7일 중 4일 평균가
(월요일·토요일 제외)

2. 출하장려금

- 1++등급·1+등급: 김해공판장 4일
평균가격 +1,000원
- 1등급 김해공판장 4일 평균가격 +500원
* 단, 출하 규격(300kg 이상 480kg 이하)에 속하는
개체에 한해 지급

3. 부산물 가격

음성공판장 암소 평균가격 적용
* 단, 우피는 당해 도축장의 정산기준에 따름

4. 도축장

한축산업(울산광역시 울주군 언양읍
반구대로 1204-15)

5. 도축비 17만 6,000원/두

6. 출하수수료 0.3%

7. 하자육 처리적립금

0.1%(하자육 발생 시 공제 처리하지 않음)
- 하자육은 kg당 1,000원에 해당하는
금액까지 차감하지 않고, 하자육
처리적립금으로 처리
* 단, 그 이상 발생하는 금액은 출하자 부담

4일 평균가격에 장려금을 지원하는 등 저능력미경산우 비육지원사업 참여부터 출하까지 농가의 걱정을 덜기 위해 선제적으로 유익한 조건을 구축했다”라며 “향후 유통과 소비까지 고려해 미경산우 브랜드를 구축하고 있다”고 전했다.

미경산우 출하를 희망하거나 문의사항이 있는 한우농가는 전국한우협회 유통사업국으로 연락하면 된다. ☎

담당자: 박호경 대리

연락처: 02-525-1053(내선 207)

방역

방역에 대해서 말씀드릴까 하는데요



작업을 하기위한 전용 작업복, 전용 장화, 전용 장갑과 토시 등을 착용하고

농림축산식품부 구제역 방역 온라인 교육 실시
코로나19 상황 고려...
‘매월 셋째주 수요일 농리와 TV에서 만나요’

농림축산식품부가 코로나19 상황을 고려해 연말까지 온라인으로 구제역 방역 교육을 실시한다고 밝혔다.

농림축산식품부(이하 농식품부)는 구제역 발생위험이 높은 동절기에 대비해 축산농가와 가축방역관의 방역 의식을 높이고, 현장 대응능력을 향상시키기 위해 지난 8월 24일부터 연말까지 구제역 방역 교육을 온라인으로 진행한다고 밝혔다.

그동안 축산농가 대상 교육은 세미나, 워크숍 등 집합교육을 중심으로 이뤄졌지만, 농식품부는 최근의 코로나19 상황을 고려해 안전하고 편리하게 교육받을 수 있도록 ‘유튜브·나라e음’ 등의 온라인 인프라를 활용해 교육을 진행하기로 결정했다.

이번 교육은 방역상 중요하지만, 현장에서 잘 지켜지지 않거나 제대로 실천하기 어려운 5가지 주제를 선정해 구성했으며, 8월부터 12월까지 매월 셋째 주 수요일에 농식품부 공식 유튜브 채널

널인 ‘농리와TV(www.youtube.com/channel/UC014CTCdGJzeQfJtxnnMyjQ)’에서 순차적으로 동영상상을 공개한다. <표참고>

교육 동영상은 현장 경험이 풍부한 계열회사 소속 전문가, 현장수의사, 대학교수 등 외부전문가와 제작했다. 영상의 분량은 5분~10분으로 편집해, 교육에 대한 부담을 줄였다.

농식품부 구제역방역과 이재용 과장은 “축산농가에서 교육을 더욱 쉽게 받을 수 있도록 앞으로 비대면 교육을 더욱 확대해 나갈 계획”이라며 “축산농가에서는 교육 영상을 빠짐없이 시청해주시고, 아울러 구제역이 발생하지 않도록 백신접종, 소독, 출입자 관리 등의 방역수칙도 철저하게 준수해 달라”고 당부했다. 온라인 교육을 이수하고, 설문조사에 응하는 사람 중 추첨으로 소정의 선물을 증정하는 이벤트도 진행한다. 🎁

구제역 방역 온라인 교육 일정

시기	8월	9월	10월	11월	12월
주요 내용	출하대 및 분뇨·사료차량 방역관리	구제역 백신 보관·관리 및 접종요령	돼지 위탁사육농장 방역관리	농장 소독요령	밀집사육단지 방역관리
강사	팜스코 정영철 부장	강원대 오연수 교수	선진 권성균 팀장	도드람양돈연구소 정현규 소장	전북대 조호성 교수



‘맛’에도 유행이 있고 트렌드가 있다. 최근 몇 년간 흑당, 마라와 같이 달고 매운 음식이 유행했다면, 올해 들어서는 SNS에 꼬습고 씹싸름하며 숨숨한 맛, 이름하여 ‘할매맛’을 찾으며 ‘할매입맛’을 인증하는 젊은 세대가 많아졌다. 이는 올해 유통가의 ‘맛’도 변화시켰다.

개성 강한 요즘 젊은 세대를 칭하는 단어는 다양하다. 그중 하나가 바로 ‘할매니얼’이다. ‘할머니와 밀레니얼 세대’를 합한 말로, 밀레니얼 세대가 패션·음식·인테리어 등의 의식주(衣食住)에서 ‘옛날 할머니 스타일’을 추구하는 것을 이르는 말이다. 이것은 우리나라만의 현상은 아닌데, 해외에서는 ‘그래니 시크(granny chic·세련된 할머니)’ 또는 ‘그랜드 밀레니얼(grand millennial)’

이라 부른다. 이 할매니얼들의 ‘할매입맛’이 뉴트로 트렌드를 타고 건강 입맛으로 자리매김하고 있다. 지난 6월 ‘할매입맛’은 네이버 신조어 사전에도 올랐다. 이에 따르면 할매입맛은 기존에 향토적이라고 여겼던 식재료 즉 흑임자, 미숫가루, 쑥 등 전통 식재료를 찾아 즐기는 사람들을 지칭한다.

‘할매입맛’ SNS 넘어 유통가 강타

얼마 전 약밥, 모나카, 양갱 등을 즐겨 먹는 여성 가수와 쌍화차를 즐기는 한 남성 가수의 일상이 방송된 후, 그들의 20대스럽지 않고, 할매스러운 입맛이 화제가 됐다.

사실 SNS 상에서는 이들과 비슷한 입맛, 즉 ‘할매입맛’을 자랑하는 젊은 세대를 찾기가 어렵지 않다. 쑥라떼, 흑임자 아이스크림, 인절미 맛 마카롱, 미숫가루 빙수, 누룽지, 양갱, 모나카, 밥풀과자 등으로 ‘할매입맛’을 인증하는 것은 SNS 상에서 하나의 트렌드로 자리 잡았다.

이런 할매입맛 열풍은 자연스럽게 유통가에도 불어와, 제품 패키지 등을 바꾸는 수준이 아닌, 흑임자, 순두부, 쑥, 단호박 등을 원재료로 사용해 한국 전통의 맛을 재현한 제품 출시로 이어졌다. 올해 유통가에서 내세운 과자, 우유, 아이스크림 등의 흑임자 맛, 인절미 맛 제품은 큰 인기를 끌었다. 한 제과 회사가 내놓은 인절미 맛 과자는 출시 3개월만에 누적 매출 약 40억 원을 기록했을 정도다.

건강한 할매입맛 뉴트로(new-tro) 트렌드와 만나다

이렇게 할매입맛이 대세로 자리 잡은 데는 20~30대 사이에 불고 있는 ‘뉴트로(new-retro, 새로운 복고)’ 바람의 영향이 크다. 뉴트로(new-tro)는 일종의 복고 트렌드인데, 과거의 것을 재현해 중장년층이 그 향수에 빠져드는 레트로(retro)와 달리 과거를 모르는 1020세대들이 옛것에서 새로움, 아날로그 감성, 참신함을 느끼는 현상을 의미한다. 즉 요즘 젊은 세대에게 한국 전통의 식재료는 색다른 그 무엇인 것이다. 동시에 할매입맛을 충족하는 식품들은 중장년층에게 이미 익숙한 맛으로, 이들의 관심까지 끌어내고 있다. 즉 할매입맛은 세대 구분 없이 통하는 맛인 것이다. 이에 일각에서는 할매입맛 식품과 제품이 세대 간 소통의 창구 역할을 하고 있다는 평가도 내놓고 있다. 중장년층은 향수로, 그의 자녀와 손자 세대는 새로운 맛으로, 함께 할매입맛을 즐기며 정을 쌓는다는 의미이다.

여기에 사회 전반적으로 건강에 대한 관심이 점차 높아지고 있는 것도 할매입맛을 당기는 이유가 되고 있다. 최근 농촌진흥청이 발표한 ‘농식품 소비 지난 10년간 어떻게 변화했나’란 보고서에 따르면, 소비자들은 농식품 구매 시 주요 고려 사항으로 안전한 농식품, 건강 증진, 영양성분 등을 꼽았으며, 농촌진흥청은

이것은 건강을 중시하는 소비 유행을 반영하는 결과라고 분석했다.

실제로 젊은 세대들에게 ‘건강’은 매우 중요한 구매 포인트로 자리 잡았음을 보여주는 사례가 있는데, 한 대형 식품회사가 씹는 게 불편한 중장년층을 위해 내놓은 ‘죽(粥)’ 제품의 매출 절반 이상이 밀레니얼 세대 지갑에서 나왔다는 보도가 있었다.

중장년 층을 겨냥한 식품은 고영양식이란 점을 고려하면, 이는 젊은 소비층들에게 ‘건강’이 매우 중요한 구매 포인트임을 짐작할 수 있다. 위의 죽 제품은 시중 죽 제품에서 쉬이 볼 수 없는 아스파라거스, 유근피(느릅나무뿌리껍질) 등의 프리미엄 식재료를 사용했다는 점도 눈에 띄는 부분이다.

건강한 한우 맛 할매입맛 사로잡을 수 있을 것

위의 사례는 신선하고 영양도 뛰어난 한우고기로 만든 전통의 한우 요리가 할매입맛을 사로잡으며 젊은 소비층에게 다가가는 것은 매우 자연스러운 일이 될 것이란 데에 힘을 실어주고 있다. 아울러 전통의 한우요리를 발굴하고 알리는 일의 중요성을 보여주는 것이기도 하다.

얼마 전 본지와 인터뷰를 진행한 한우자조금 전문가 자문단 황인철 의사는 한우 그대로의 맛이 오히려 옛 것을 각자의 방식으로 즐기는 뉴트로 세대들의 입맛을 사로잡을 것이라고 강조한 바 있다. 그러면서 그는 젊은 세대들이 육향 진한 한우 국밥 한뚝배기를 맛있게 먹고 있으며 심지어 예전 그 한우 국밥집을 찾아다니는 일화를 덧붙였다.

생각해 보면, 한우자조금 소비촉진 현장에서 한우 사골 곰탕을 음료수 마시듯 마시는 이들 중에는 젊은 세대가 적지 않다. 한우자조금이 올해 실시한 한우 곰거리 할인 판매 행사에서 적지 않은 매출을 올릴 수 있었던 것은 할매입맛을 가진 젊은 소비층의 구매력이 뒷받침이 됐기 때문이다. 영양학적으로 우수한 한우 곰거리의 영양학적 우수성이 어필된 것이다. 물론 가성비도 좋다. 물론 이 과정에서 ‘뉴트로’는 과거를 파는 것이 아니라 과거를 빌려 현재를 파는 것’이란 사실은 명심할 필요가 있다. 즉 본질을 유지하되 재해석으로 현대화하는 전략이 수반돼야 한다는 것이다. 한우자조금이 가족 구성원 변화, 소비 트렌드 변화, 구매 장소 변화에 걸맞은 무엇보다 포스트 코로나 시대에 걸맞은 사업 운영에 박차를 가하는 이유이다. 🌈

한우가격 및 출하·사육 동향

2020년 8월 한우가격 및 출하 동향

구분		2017년	2018년	2019년	2018년	2019년	2020년		대비(%)		
					8월	8월(A)	7월(B)	8월(C)	C/A	C/B	
도축두수(두)		742,536	736,363	765,328	43,719	58,288	60,719	60,486	3.8	-0.4	
경매두수(두)		401,591	399,763	403,449	24,365	32,638	32,197	31,985	-2.0	-0.7	
도매시장 경락가격 (원/kg)	전체 평균	16,719	17,772	17,965	18,177	17,901	20,412	20,627	15.2	1.1	
	거세	17,710	18,735	19,116	19,305	19,120	22,412	22,004	15.1	-1.8	
	비거세	12,108	12,813	13,439	12,653	12,909	12,192	13,688	6.0	12.3	
가축시장 거래가격 (천원/두)	암소		5,404	5,659	5,645	5,636	5,476	6,049	6,235	13.9	3.1
	송아지	암	2,919	3,130	2,830	3,139	3,128	3,465	3,490	11.6	0.7
		수	3,572	3,857	3,434	3,998	3,953	4,525	4,565	15.5	0.9
소매가격 (1등급, 원/kg)	등심		79,663	81,551	91,560	79,650	82,510	100,410	100,350	21.6	-0.1
	양지		55,990	55,390	55,820	54,850	55,170	61,070	60,570	9.8	-0.8
	설도		－	－	－	－	42,980	47,470	47,970	11.6	1.1

*전국경락가격: 전국 13개 도매시장 가격(원/자육kg), 결합제외 가격

〈출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터〉

*기준일: 2020년 8월 1일~8월 31일

한우 사육현황 및 한우농장 현황

총 한우 두수	총 암소 두수	총 가임암소 두수(15개월령 이상)	총 한우농장 수
3,240,090두	2,060,995두	1,534,848두	89,013

*기준일: 2020년 7월 말일

〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

수소(거세포함) 월령별 한우 사육현황

구분	25개월령 이하	26개월령	27개월령	28개월령	29개월령	30개월령	31개월령	32개월령 이상
수소(두)	959,757	42,583	49,513	52,309	36,916	14,733	7,626	15,658

*기준일: 2020년 7월 말일

〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

한우사육 마릿수 전망

- 가임암소 증가로 송아지 생산이 늘어 한우 사육 마릿수 증가세 지속 전망
- 2020년 한우 사육 마릿수: 가임암소 마릿수와 1세 미만 마릿수 증가로 전년보다 4.0% 증가한 320만 3,000두 전망
- 1세 미만 사육 마릿수 전년보다 3.9% 증가한 94만 2,000두. 가임암소 사육 마릿수 전년보다 3.9% 증가한 154만 2,000두 전망
- 2021년 327만 2,000두(전년보다 2.2% 증가), 2022년 331만 4,000두(1.3% 증가) 전망

〈단위: 천 두〉

구분	2020년				2021년			
	3월	6월	9월	12월	3월	6월	9월	12월
전체 마릿수	3,038	3,175	3,282	3,203	3,141	3,309	3,323	3,272
1세 미만 마릿수	922	887	948	942	933	941	949	951
가임암소 마릿수	1,455	1,480	1,549	1,542	1,505	1,531	1,576	1,578

*기준일: 2020년 8월 25일

〈출처: 한국농촌경제연구원 농업관측본부〉

사육 마릿수 증가를 고려한 신중한 입식과 송아지 생산 조절 필요

8
August

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 위의 방법으로 스마트폰에 웹진 화면을 엽니다.
- ② 웹진 <한우자조금> 홈 화면의
오른쪽 하단에서 '☐☐☐ 더보기' 클릭
- ③ '☐☐☐ 더보기'에서 '+ 홈 화면
추가'를 누르면 아이콘 생성 완료



아이폰

- ① 위의 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

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

응모기간 2020년 9월 29일(화)까지
당첨지표 2020년 10월호 한우자조금 소식지 및 개별 연락
문의 02-324-6852

모두가 좋아하는 영양만점 간식
<한우육포> 2명뜨겁고 든든한
<한우곰탕세트> 7명두툽한 한우패티가 버거 속에
<한우불고기버거> 10명

※ 사진은 이미지입니다. 실제 상품과 다를 수 있습니다.
※ 5만 원 이상 경품에 대해서는 한우자조금 소식지 협력사인 디자인신화에서 제세공과금을 부담하며,
제세공과금 납부와 관련해 개인정보를 요구할 수 있음을 알려드립니다.

지난호 당첨자

한우육포
안은자, 전서정한우곰탕세트
김다영, 이윤수, 하진표