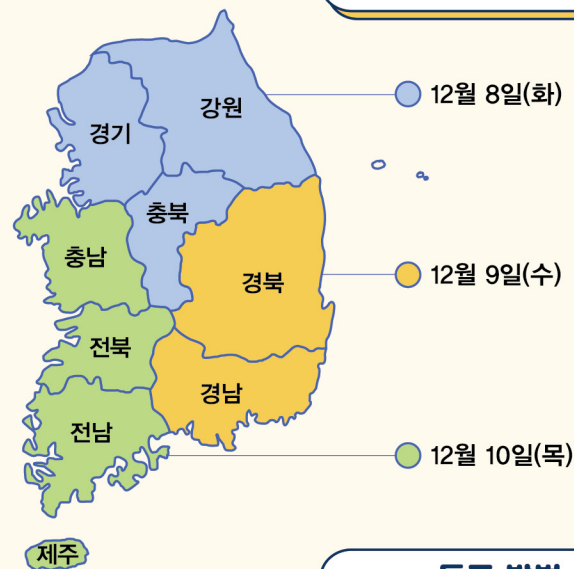


한우자조금 제5기 대의원 선거

지역별 선거일정



후보자 등록기간

2020년 11월 9일(월)
~ 11월 11일(수), 3일간

※ 입후보자가 선출구별로
배정된 대의원수와 같거나
적은 경우 **무투표** 당선

※ 무투표 당선 조건 충족시 선거
공보 미발송 및 투표 미실시

투표 방법

투표시간

오전 6시 ~ 오후 6시

선거권자

한우농가
(선거인 명부 참조)

지참물

신분증 (주민등록증,
운전면허증, 여권 등)

* 자세한 사항은 한우자조금 홈페이지 참조

한우자조금중앙선거관리위원회



04

핫이슈

2020년 11월 1일,
'제13회 대한민국이
한우먹는날' 행사

08

여성 한우농가 이야기

금반농장
강하진 대표

10

우리는 한우인

한국농촌경제연구원
농업관측본부 축산실
이형우 팀장

14

자조금 소식

한우자조금
제5기 대의원 선거 안내

24

사양관리 깊이보기

송아지 설사병 예방 열쇠
초유·칼로리·안락성·청결성

2020

11

한우자조금

본 소식지는 한우자조금으로 제작되었습니다



Contents



04

04

찾이슈

2020년 11월 1일, '제13회 대한민국이 한우먹는날'

코로나19 속에서 언택트로 진행된 2020년 11월 1일, '제13회 대한민국이 한우먹는날'의 특별하고 풍성했던 축제

08

여성 한우농가 이야기

전북 군산

금반농장 강하신 대표

'배합사료' 급여로는 수상이 어렵다는 편견을 깨고, '제23회 전국한우능력평가대회'에서 국무총리상을 받은 한우인이 전하는 '교육'의 힘

10

우리는 한우인

한국농촌경제연구원 농업관측본부 축산실 이형우 팀장

사육 마릿수, 도축 마릿수, 한우 가격 등의 축산 동향 및 관측 정보에 귀를 기울이는 일의 중요성에 대해

12

방송에서 만난 한우

11월 1일은 대한민국이 한우 먹고 건강해지는 날!

11월 1일, '대한민국이 한우먹는날'과 한우의 영양학적 우수성을 널리 알리며 가을 한우 소비촉진 도모



16

14

자조금 소식

14

한우자조금 제5기 대의원 선거 안내

한우자조금 제5기 대의원 250명을 선출하기 위한 50일간의 선거 일정에 돌입했다는 소식 전하며 선거 일정 공고

16

에버랜드 '레드 앤 그릴(Red & Grill)' 축제 참여

세계 바비큐 요리 축제 현장에서, 대한민국 바비큐 문화를 대표하는 한우가 "역시 한우 맛있다"는 반응을 이끌어내며 대한민국의 대표 먹거리로서의 위상을 뽐낸 한우 소비촉진 행사 현장 스케치



18

18

'제23회 전국한우능력평가대회' 성료

'한우산업의 가치, 개량의 결실'이란 슬로건으로 진행된 '제23회 전국한우능력평가대회'에서 확인한 뚜렷한 한우 개량의 성과

20

지역 소비촉진 행사 현장

코로나19로 진행되지 못했던 지역 소비촉진 행사가 기지개를 켜기 시작했다는 반가운 뉴스, 충남 부여, 전북 완주 등에서 진행한 지역 한우 소비촉진 행사 현장

21

새로운 '한우 굿즈' 제작

한우 소비촉진 현장에서 활약하며 한우의 친근한 이미지를 높힐 새로운 한우 굿즈 출시

22

전국한우협회-NS홈쇼핑 한우 소비촉진을 위한 MOU 체결

한우 가정간편식 개발 등 한우 유통·판로 확대와 한우 소비 활성화를 위한 상호 협력·상생 노력 다짐

23

'가축질병 특별방역기간' 돌입

정부가 10월부터 내년 2월까지를 '특별방역대책기간'으로 지정·운영한다는 소식과 함께 한우농가 방역 수칙 안내

24

사양관리 깊이보기

송아지 설사병 예방 열쇠

한우 사양관리의 골치거리 중 하나인 송아지 설사병의 모든 것 탐구

26

한우시황·관측

2020년 10월 한우가격 및 출하 사육동향



21

2020 11 vol. 181

한우자조금 소식지

발행일

2020년 11월 3일

발행인

민경천

발행처

한우자조금관리위원회
서울시 서초구 서리풀 3길 20-1(서초동)
케이피아회관 3층 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.

2020년 11월 1일, '제13회 대한민국이 한우먹는날' 온라인에서 기념한 한우 명절... 전 국민 한우 축제일의 의미 더 컸다



11월 1일, '대한민국이 한우먹는날'은 한우자조금이 2008년 한우의 우수성을 국민들에게 알리고 한우농가를 격려하기 위해 지정한 한우 명절이다. '11월 1일'은 최고를 뜻하는 1이 3번 겹치는 날로, 소 우(牛) 자에 최고를 뜻하는 1(一)이 세 번 들어간다는 점과 함께 '한우의 맛이 최고'라는 의미를 담아 한우 명절일로 지정했다. 한해 농사를 마무리한 한우농가들의 자긍심을 높이고 국민들의 한우 사랑에 보답하기 위해, 또 11월 1일 한우먹는날을 추석과 설 명절 사이 하나의 민족 명절로 승화시키기 위해, 매년 11월 1일이 되면 전국에서 한우 할인판매, 한우숯불구이 축제, 시식회, 이벤트, 체험 행사 등을 진행했고, 이는 전 국민의 호응을 이끌어냈다.

올해 11월 1일, '대한민국이 한우먹는날'에도 전 국민과 함께하는 한우 축제의 장이 펼쳐졌다. 코로나19로 예년과 달리 오프라인 축제를 전개하지는 못했지만, '언택트(untact)' 트렌드에 맞춰 온라인으로 진행한 다양하고 색다른 기념 행사와 이벤트는 두둑두둑 회자될 전망이다. 2020년 11월 1일, '제13회 대한민국이 한우먹는날' 그날의 특별했던 기억 속으로 들어가 보자.



2020년 11월 1일, '제13회 대한민국이 한우먹는날(이하, 한우먹는날)'을 맞아, 이를 기념하는 행사와 이벤트가 11월 내내 풍성하게 전개되고 있다. 특히 올해 가정 내 한우 소비가 늘면서 한우 가격과 한우산업이 보다 성장할 수 있었다는 것에 대한 보답과 감사의 마음을 담아 더욱 알차게 준비했다.

코로나19 등의 방역 상황을 고려해, 올해 한우먹는날 행사와 이벤트가 온라인에서 진행됐다는 것이 여느 해와 다르다. 코로나19 등에 따른 자구책이지만, '전 국민 한우 명절'이란 한우먹는날 취지에는 오히려 더욱 부합했다는 평가이다.

한우자조금 민경천 위원장은 "우리 한우산업은 국민들의 사랑으로 성장해 왔고, 특히 올해는 그 사랑을 더 크게 느낀 한 해였다"라며 "한우자조금을 비롯한 우리 한우산업은 국민들의 사랑에 보답하기 위해 앞으로 더욱 마음과 뜻을 다할 것"이라고 말했다. 이어서 민경천 위원장은 "올해 11월 1일, '대한민국이 한우먹는날'에는 코로나19로 한우숯불구이 축제 등 오프라인 행사를 진행하지는 못 했지만, 한우먹는날의 의미가 축소되지 않도록 한우고기 할인행사와 다양한 비대면 이벤트 등을 고심해서 기획했다"라며 "앞으로도 한우 소비가 더욱 활성화되도록, 전국한우협회, 농협 등과 협력해 나가겠다"라고 전했다. 전국한우협회

김홍길 회장은 "코로나19가 하루 빨리 종식돼 한우를 비롯한 농축수산물 시장이 안정되길 바란다"라며 "앞으로도 전국한우협회는 한우농가를 대변하고 한우농가를 지키는 데 총력을 기울이겠다"라고 말했다.

온라인 한우 토크콘서트로 한우먹는날 축하

서울 성동구 살곶이체육공원에서 '한우숯불구이' 축제가 시작된다는 것은 곧 전국에서 한우먹는날 축제가 막을 올렸음을 의미



했다. 그 첫날에는 소비자들은 물론 각계각층의 귀빈들이 한우 먹는날을 축하했다.

올해는 한우먹는날 첫날 포토 행사를 온라인 한우 토크콘서트로 대체했는데, 그래서 오히려 눈길을 끌었다. 한우와 한우산업의 젊은 이미지를 높이는 계기가 됐다는 점에서도 돋보였다.

TBC 이도현 아나운서의 사회로 진행된 한우 토크콘서트에는 한우자조금 민경천 위원장, 전국한우협회 김홍길 회장, 전 프로 골프선수 박세리 씨가 패널로 등장했다. 토크콘서트 영상에는 한우자조금·전국한우협회 소개, 한우먹는날의 의미 및 한우먹는날 행사 안내, 한우 우수성 등 한우와 한우산업의 모든것이 알차게 담겼다. 영상에서 박세리 씨는 “한우의 다양한 부위를 냉장고에서 숙성시켜서 매일 먹는다”라며 한우에 대한 애정을 들어냈으며 “한우 토크콘서트에 참석해서 한우에 대해 몰랐던 사실도 많이 알게 됐다”라는 소감을 밝혔다. 이 동영상에는 한우 홍보대사인 배우 남궁민 씨의 축하 영상이 담겼으며, 이 외에 한우 농가를 응원하는 다양한 목소리도 담겼다. 이 토크콘서트 영상은 11월 1일 한우자조금·전국한우협회 홈페이지와 유튜브에서 공개해, 한우먹는날의 시작을 알렸다. 이도현 아나운서는 소식지 취재인에게 “이 땅 위에 자존심 한우를 사육하고 계신 우리 한우농가 여러분들이 정성으로 길러낸 한우의 귀한 가치를 우리 국민들은 모두 알고 있다”라며 “앞으로도 좋은 한우 많이 길러주시길 바란다”라는 응원의 메시지를 남겼다.

전방위 온·오프라인 한우 할인행사 전개

‘11월 1일은 가격 부담 없이 한우를 싣껏 먹는 전 국민 한우 축제일’이란 취지에 걸맞게, 올해도 한우먹는날을 맞아 전국 농축협, 대형마트, 온라인 업체 등과 손잡고 전국에서 한우 할인행사를 진행했다.

10월 29일부터 11월 8일까지 진행한 이번 할인 행사에서는 2등급 이상의 한우고기를 시중 가격 대비 25~30%할인한 가격에 판매했다.

△농축협 매장(216개 점) △이마트(138개 점) △홈플러스(140개 점) △롯데마트(111개 점) △롯데슈퍼(462개 점) △GS리테일(320개 점) △서원유통(77개 점) △완주한우협동조합 △여수한우협회직영판매장 △의성서부한우회

△영농조합법인 영주선비촌한우 등과 같은 오프라인 매장이 참여했다.

비대면 소비가 늘어난 점을 고려해 △SSG.COM △쿠팡 프레쉬 △GS프레쉬몰 △건화 등의 다양한 온라인 판매점과 협업한 점도 눈길을 끌었다.

이렇게 전국 한우 할인행사는 총 1,473개 점포가 참여하며 성황을 이뤘다.

전방위 언택트 홍보로 한우먹는날 의미 널리 알리

아울러 한우먹는날의 의미를 알리기 위한 언택트 홍보전도 풍성하게 펼쳐졌다. 한우자조금 관계자는 “기존 오프라인 행사를 온라인 이벤트로 진행하는 만큼 소비자 관심과 참여를 이끌어내기 위해 다양한 홍보 수단을 활용했다”라고 설명했다.

방송협찬, 방송광고 자막, 보도자료 배포 및 신문·잡지 광고, 네이버 등 포털사이트 키워드 광고, 한우자조금 SNS 홍보 등 언택트 홍보 매체가 총동원된 것은 물론 우리한우판매점, 대형유통업체, 정육점, 한우 관련 기관 및 업체 등에 포스터를 제작·배포해 소비 접점 마케팅도 강화했다.

유명 쇼호스트를 섭외해 라이브 쇼핑을 진행했으며, 유명 유튜버 ‘삼촌과 조카’를 섭외해 한우먹는날 행사 취지, 이벤트 및 참여 방법 등을 담은 홍보 영상도 직접 제작해 공개했다.

버스, 택시 등의 대중교통 수단을 활용한 옥외 광고도 전국에서 집행했다. 서울에서는 9대(강남-강북)의 버스에 광고를 노출했고, 인천·대전·대구·울산·광주·부산 등



6개 광역권에서는 총 36대의 버스가 동원됐다. 서울 법인 택시 100대와 서울 지하철 2호선 등에서도 한우먹는날을 알리는 옥외광고를 만날 수 있었다.

‘1101명에게 쓴다’...트렌디한 이벤트로 이목 집중

기존 오프라인 이벤트를 언택트 방식으로 전환해 한우에 대한 소비촉진과 한우먹는날 인지도 제고를 도모했다. 한우자조금 관계자는 “그동안 한우먹는날은 서울을 시작으로 각 지역에서 지역민과 함께하는 지역 한우 축제로 진행돼 왔다”라면서 “올해는 이를 대신해 온라인 이벤트를 약 한 달간 진행해 11월을 한우 명절의 달로 기념한다”라고 전했다.

특히 11월 1일을 기념하기 위해 한우를 구입한 사람 중 추첨으로 1,101명에게 총 1억 1,100만 원 상당의 경품을 증정하는 ‘한우구매 영수증 이벤트’는 한우먹는날에 대한 관심과 소비촉진을 동시에 이끌어냈다는 점에서 돋보였다. 11월 1일부터 11월

20일까지 전국 매장에서 한우를 구입한 영수증과 한우고기 사진을 이벤트 사이트에 올리는 방식으로 진행됐다. 경품으로는 황금송아지 111g(1명), 의류관리기(2명), 김치냉장고(3명), 태블릿PC(5명), 전기그릴(10명), 한우 세트(180명), 한우 곰탕세트(900명) 등을 내 걸었다.

인스타그램에서 진행한 ‘한우FLEX’ 이벤트는 한우먹는날을 알리기 위한 SNS 이벤트란 점에서 눈길을 끌었다. 개인 인스타그램에 한우 취식 사진이나 구매 사진을 #11월1일 #2020대한민국이한우먹는날 #한우FLEX 등의 해시태그를 달아 업로드하는 방식으로 진행됐다. 이 이벤트는 요즘 젊은 소비층 사이에서 유행하는 플렉스(flex) 문화를 반영해 이벤트 흥행을 도모하며 한우의 고급육 이미지를 높였다. 한우자조금 관계자는 “소비자 스스로 한우먹는날을 알리고 또 자연스럽게 한우 소비를 유도하는 효과로 이어질 것”으로 기대했다.

지역 화폐가 대세가 된 점을 고려해, ‘한우사랑 상품권’도 발행했다. 한우사랑 상품권은 우리한우판매점에서만 사용할 수 있도록 해, 우리한우판매점 인지도 제고와 활성화에 도움이 됐다. 한우사랑 상품권은 20% 할인가에 판매했으며, 제로페이에서 모바일 상품권으로 구매하도록해 소비자 편의성을 높였다. 구매액은 1인당 20만 원까지로 제한해 더 많은 소비자들에게 혜택이 돌아가도록 했다.

이렇게 2020년 11월 1일, ‘제13회 대한민국이 한우먹는날’은 그동안과 다르게 매우 특별하게 진행됐다. 그래서 처음에는 걱정이 컸지만, 더 많은 국민에게 한우먹는날의 의미를 알리고 많은 국민의 참여를 이끌어내며, 그렇게 올해 ‘한우먹는날’은 또다른 역사를 써내며 성황리에 진행됐다. 🍀



한우먹는날 우리 함께 행복해요!

11. 1. 2020.

대한민국이 한우먹는날.





전북 군산
금반농장
강하신 대표

배운대로 정석대로 사양관리 원리원칙 실천 ‘뚜렷한 한우 개량 성과로 이어졌다’

전북 군산에 있는 금반농장의 강하신 대표가 ‘배합사료
급여만으로는 수상이 어렵다’는 편견을 깨고, ‘제23회
전국한우능력평가대회’에서 국무총리상을 수상한 배경에는 한우
사양관리의 원리원칙을 철저히 따른 우직한 성실함이 있었다.



“지금까지 전국한우능력평가대회에서, 어려서부터 출하 때까
지 배합사료만 먹여서 이런 등수를 기록한 것이 처음이라고 합
니다. 처음부터 한우 개량에 매진해 온 결과라고 생각합니다.”
‘제23회 전국한우능력평가대회’에서 국무총리상을 받은 후, 전
북 군산에 있는 금반농장을 찾아오는 사람이 더욱 늘었다. 취재
진이 찾은 날도 금반농장 앞 소독기는 수시로 가동됐다. 금반농
장이 이번에 출품한 한우의 성적은 △도체중 555kg △등심단면
적 159㎠ △등지방 10mm △근내지방도 93 △육량지수 64.62
△육질·육량 등급 1++A으로, 전체 점수에서 대통령상 수상축
과의 차이는 0.35점이었다.

교육의 힘

강 대표가 한우인의 길을 걷기 시작한 것은 약 12년 전 친정 아버
지가 기르던 한우 한 마리를 집에 데려오면서다. 당시 강 대표가
소에 대해 아는 것이라고는 ‘초식동물’이란 사실뿐이었다.

그런데 그 한우의 자질이 좋았는지 매년 한우 사육두수가 늘어,
한우 사양관리에 대해 배워야겠다는 생각이 절로 들었다. 한우
관련 교육이 있다면, 수업료를 내고서라도 청강했다. 강 대표가
“오늘의 금반농장을 만든 것은 교육의 효과”라고 말하는 가장 큰
이유이다.

“우리 농장에서 초창기부터 기록해온 농장기록부를 보면 매년
발전해 온 것이 눈에 보입니다. 그 가장 큰 이유가 ‘교육’이라고
생각해요. ‘올해 교육을 받으면 내년에는 분명히 더 좋아졌다’라
고 확실히 말할 수 있습니다.”

교육의 효과를 끌어올린 것은 강 대표 본인이었다. 교육장에서
배운 것을 고스란히 농장 운영에 적용하는 성실함과 독심을 발
휘한 것이다.

“저의 장점 중 하나가 바로 시키는 데로 잘 한다는 것입니다(웃
음). 아무것도 몰랐으니까, 배운 그대로 실천할 수밖에 없었어
요. 그러면서 깨달은 것은 한우 사양관리에는 순서가 있고, 그
순서를 지키는 일은 매우 중요하다는 것입니다.”

이러테면 금반농장에서는 초창기 교육에서 배운 그대로 지금도
한우 개월령에 맞춰 일일이 저울질을 해서 정확한 양의 사료를
급여하고 있다. 또 각 개체의 성장 속도에 맞춰 일일이 사료의 양
을 조절한다. 금반농장에는 자동 급이기도 없다.

“바닥에 흙을 다 치우고 먹이를 주는 것이 정석이니까, 밥을 주



기 전에는 반드시 먼저 비질을 합니다. 그래서 소밥 주는 시간이
곱절이 걸리죠.”

‘축산환경 개선의 날’인 매주 수요일에는 농장 소독을 반드시 실
시하고, 4월과 10월에는 반드시 구제역 백신을 맞히는 등 농장
백신 접종 프로그램도 철저하게 지킨다. 이렇게 배운 그대로, 원
리원칙을 고수한 결과는 분명하다. 금반농장의 송아지 폐사율
은 0%이다.

물론 교육에서 받은 모든 내용을 농장에 적용할 수 있는 것은 아
니다. 때로는 경제적인 이유로 차선책을 선택하기도 하고, 때로
는 금반농장의 방식과 맞지 않다는 판단을 따르기도 한다. 이런
분석 능력을 키운 것 역시 교육이다.

“처음에는 교육받은 그대로 우리 농장에서도 27~28개월령에
출하했어요. 그런데 우리 농장의 기록을 분석해 보니 30개월령
을 넘겨 출하할 때가 등급이 더 좋게 나왔더라고요. 그래서 지금
은 30개월을 넘겨 출하하고 있습니다.”

유전체 검사로 확실한 선발·도태

금반농장이 약 12년 전 문을 열 때부터 한우 개량에 뜻을 두고 매
진해 온 것도, 그 후 눈에 띄게 한우 성적이 향상될 수 있었던 것
도 교육의 힘이였다.

“한우를 키우기 시작하고 남편이 한우 개량 관련 교육을 받았고,
처음부터 계획교배를 했어요. 그렇게 5~6년이 지나자, 군산 한
우인들이 우리 농장을 찾아올 정도로, 성적이 좋아졌습니다.”

그러면서 강 대표는 처음부터 출하 성적, 후대 성적 등을 바탕으
로 선발·도태를 철저하게 해 온 것이 한우 개량 성과를 높이는 데
주효했다고 봤다. 아울러 강 대표는 약 3년 전부터는 유전체 검
사를 한 후 선발·도태가 이뤄지고 있다고 밝혔다. 현재 금반농
장의 모든 한우는 유전체 검사를 마쳤고, 이에 따라 금반농장에

는 자질이 우수한 정에 군단만 남겨 놓았다.

“한우 개량에서 숫소의 정액 못지 않게 중요한 것이 암소의 유전
능력에 맞는 교배조합이 이뤄지는 것입니다. 이 역시 교육에서
배운 것입니다.”

성장하고 있다는 희망이 있기에

교과서대로 정석대로 한우를 키우고 한우 개량에 매진해 오면서
분명 시행착오도 겪었고, 털어놓기 어려운 어려움과 고민도 있
었다. 손가락 관절로 통통 부은 두 손에 그 시간이 툭툭 박혔다.
그럼에도 강 대표가 지금까지 올 수 있었던 것은 매년 성장하고
있다는 희망이 있었기 때문이다.

“매년 성적이 좋아지고 매년 더 반질반질 예뻐지는 한우를 보면
서 한우인으로서의 보람과 기쁨을 키워왔습니다. 그러다 보니
어느덧 그 모든 부담을 털게 됐어요. 올해는 이렇게 수상의 결실
까지 얻었고요. 앞으로 더 열심히 한우를 키우며 살아갈 거예요.
나중에 ‘열심히 살았다’는 평가를 받을 수 있도록 말이죠.”

이날 취재진에게 강 대표는 내년 전국한우능력평가대회에 출품
할 금반농장 한우를 소개했는데, 금반농장 한우 중에서 현재 유
전 형질이 가장 좋은 한우라는 점을 강조했다. 수상이 중요한 것
은 아니지만 그래도 내년에도 좋은 성과를 내기 위해 “한번 해 보
겠다”는 강 대표의 말에 자신감이 가득하다.

“그동안 여러 번 출전했고, 이렇다 할 성적을 내지는 못했어요.
지난해 15위 한 것이 최고 등수였죠. 그럼에도 계속 도전하는 것
은 그 과정에서 우리가 배우는 것이 많고 그러면서 우리 농장도
성장하기 때문입니다. 이번 대회를 마치고는 무엇보다 기분 좋
은 것이 배합사료로는 수상이 어렵다고 미리 포기했던 주변 농
가들이 ‘우리도 해 볼까’라고 말하기 시작했다는 것이예요. 누군
가에게 ‘희망’이 된 것 같아 뿌듯합니다.” ☺

축산 관측 정보에 귀를 기울여야 하는 이유에 대해

“가끔 점쟁이처럼 한우 가격이 언제 상승할지 또는 언제 내려갈지 알려달라는 농가 분이 계세요. 물론 당장 내일의 가격을 정확히 알려드릴 수는 없어요.(웃음) 그래서 앞으로 어떤 흐름을 보일지 추세에 대해 설명해 드리지요.”
한국농촌경제연구원 농업관측본부 축산실의 이형우 팀장은 축산물의 수요와 공급, 가격 등에 대한 동향을 파악하고 또 앞으로 어떻게 움직일지를 과학적으로 분석해 그 정보를 매 분기 발표하고 있다.

공급 측면에서 본 한우산업

한국농촌경제연구원에서 매 분기 발표하는 관측 자료에는 한우 사육 마릿수, 한우 도축 마릿수, 한우 가격 등의 동향과 앞으로의 흐름에 대한 관측 정보가 담겨있다. 공급 측면에서의 한우 시장 동향을 파악할 수 있는 것이다. 이 팀장은 이런 정보에 대한 감을 잡고 있으면 어느 시점에서 입식하고 또 출하해야 하는지 등의 농장 경영 계획을 세울 때 도움이 된다고 강조했다.

“온도 차는 있을 수 있지만, 우리가 발표하는 관측 정보는 20년 이상이 됐고, 신뢰도와 타당도가 초창기와 비교하면 상당히 높아졌습니다. 농가 여러분들이 앞으로 어떻게 농장을 운영할지 큰 그림을 그리는 데 도움이 되리라 생각하는 이유입니다. 농가 여러분께서 더 많이 애용해 주셨으면 좋겠습니다. 물론 앞으로 신뢰도와 타당도를 높이기 위해 더욱 노력할 것입니다.”

이 정보는 미래에 한우산업과 한우 가격을 안정적으로 끌고 가기 위해, 지금 어떻게 대비해야 하는지에 대한 답변을 제공하기도 한다. 아시다시피 한우 적정 사육두수를 유지하기 위해 한우 미경산우 비육사업, 비육우경영안정제,

한국농촌경제연구원
농업관측본부 축산실
이형우 팀장



송아지생산안정제 등의 자구안이 나오고 있다.

한우산업의 미래에 선제적으로 대응한다는 맥락에서, 이 팀장은 최근 ‘도축 마릿수’가 꾸준히 늘고 있다는 점도 눈여겨볼 필요가 있다고 조언했다. 도축 마릿수가 2010년~2011년 한우 가격이 조정받을 당시의 도축 마릿수에 근접하고 있고, 이에 농가들이 자발적으로 수급 조절에 참여해 대비해야 한다는 것이다. “2010년~2011년 당시 도축 마릿수가 85만~96만 두였습니다. 그런데 현재 전망치를 보면 내년에 84만 두, 2022년에 약 89만 두, 2024년 90만 두를 넘을 것으로 보입니다. 이렇게 온전히 공급 측면에서만 보면 가격 조정은 어느 정도 불가피하고, 대비할 필요가 있습니다. 물론 그때와는 상황이 달라졌습니다. 그때보다 국민 소득 수준도 높아졌고, 인터넷, 홈쇼핑 등으로 한우 유통 경로도 다양화 되는 등 한우 소비가 확대된 것이 사실입니다. 또 한우농가 수도 그때와 비교하면 절반 수준으로 떨어지는 등 한우 사육 구조에도 변화가 있었구요. 이런 부분에 대한 종합적인 검토가 필요합니다.”

수요 측면에서 본 한우산업

물론 이런 관측 정보가 항상 맞아떨어지는 것은 아니다. 예상치 못한 변수가 발생해 예측과 다른 방향으로 시장이 움직이기도 한다. 도축 마릿수 증가에 따른 시장 흐름을 예측하면서 이 팀장이 ‘물론’이란 단서를 붙인 이유이다. 올해가 그랬다.

“올해 초만 하더라도 ‘올해는 한우 가격이 조정을 받을 것’이란 예상이 우세했어요. 코로나19라는 변수가 등장했을 때도 다들 침체를 예상했죠. 그래서 그때는 농가에서 전화가 상당히 많이 왔어요. 가격이 언제 내려갈 것인지 문의하는 전화였죠. 그런데 코로나19로 가정 내 소비가 증가하고 재난지원금 효과 등도 더해지면서 한우 가격이 오히려 상승했죠. 그러면서 농가의 문의 전화는 뚝 끊겼습니다(웃음).”

그러면서 이 팀장은 한우 가격 흐름에는 이런 소비 흐름도 중요하게 영향을 미치는 만큼 소비 트렌드 등에 대한 정보도 충분히 탐색해야 한다고 강조했다. 수요 측면에서 불확실한 변수가 더 많고, 때로는 이것이 유의미하게 영향을 미치기 때문이다.

“결국 소비층의 지지가 중요해진 것입니다. 소비자의 입맛에 걸맞은 맛과 품질을 만들어내는 일, 즉 한우를 잘 키워내는 일이 중요해졌습니다.”

연말 보합 내년 초 약간의 조정

올해 연말과 내년 한우 가격에 대해 또 포스트 코로나 시대의 한우 시장에 대해 예측해 달라는 요청에, 이 팀장은 관건은 가정 내 소비흐름이란 점을 강조하며, 온전히 공급 측면에서의 예측이란 단서를 달았다.

“예상과는 달리 지금 현재는 지난해보다 가격이 상승했습니다. 코로나19라는 특수한 상황도 있고, 수급적으로 도축 마릿수가 그렇게 많이 쏟아져 나올 상황도 아닙니다. 가격이 좋을 때 조기 출하한 부분도 있고요. 그러다 보니 전체적으로 거세우가 많이 출하될 상황은 아닙니다. 거세우가 어찌 됐든 가격 선도 기능 역할을 하니까, 올해 연말까지는 2만 원 전후에서 보합세를 보일 것이라고 예상됩니다. 내년 설 전후로 어느 정도 가격 조정이 예상되는데, 그때 나올 대기 물량이 좀 있는 상황입니다. 하지만 큰 폭의 가격 하락 움직임이 있을 것 같지는 않고 수익이 나는 수준에서 가격이 형성될 것으로 보입니다.”

온도 차는 있을 수 있지만, 우리가 발표하는 관측 정보는 20년 이상이 됐고, 신뢰도와 타당도가 초창기와 비교하면 상당히 높아졌습니다. 농가 여러분들이 앞으로 어떻게 농장을 운영할지 큰 그림을 그리는 데 도움이 되리라 생각하는 이유입니다. 농가 여러분께서 많이 애용해 주셨으면 좋겠습니다. 앞으로 신뢰도와 타당도를 높이기 위해 더욱 노력하겠습니다.



11월 1일은 대한민국이 한우 먹고 건강해지는 날!

10월 방송에서 만난 한우는 11월 1일 '대한민국이 한우먹는날'의 의미를 알리며 한우 명절을 기념했다.

코로나19로 '한우먹는날' 오프라인 홍보 전개가 어려웠던 만큼, 라디오, 유튜브 등 도달률이 높은 매체를

활용한 방송협찬은 단연 눈길을 끌었다. 유명 연예인들과 진행한 한우 먹방 콘텐츠는 '한우먹는날' 인지도 제고는 물론

건강에 좋은 한우의 매력도 풍성하게 담아 한우 소비증진을 도왔다. 아울러 면역력 황금식품 '한우'의 모든 것을

탐구한 방송협찬과 다양한 예능 프로그램에서 진행한 현물협찬은 환절기 면역력 증진에 도움이 되는

한우의 영양학적 우수성을 알리며 시청자들의 관심을 잡았다.

한우로 가을철 건강 충전·행복 충전

SBS <좋은아침> 10월 12일

이날 방송에서 한우는 면역력 증진에 도움 되는 황금식품으로 소개되며, 가을철 건강에 제격인 한우의 영양학적 우수성을 풍성하게 알렸다. 특히 가을에 관심이 증가하는 우울증, 면역력 저하, 다이어트 등을 주제로 기획한 콘텐츠는 한우가 행복과 건강을 충전하는 데 딱 맞음을 알렸다. '한우는 우울증 예방에 좋다, 한우는 등급이 높을수록 영양소가 더 많다'와 같은 한우에 대한 무성한 소문에 대해, 전문가의 "한우에는 필

수 아미노산인 트립토판이 풍부해 우울증 예방에 도움이 된다, 지방 함량에 따라 한우 등급이 정해지므로 등급이 낮다고 영양소가 적은 것은 아니다" 등과 같은 답변은 한우의 우수성을 신뢰도 있게 전달하는 데 도움이 됐다. 과학적 근거를 들어 한우 지방에 대한 오해를 풀어주는 장면도 돋보였다. 아울러 한우자조금은 다양한 예능 프로그램에 한우 선물세트를 현물협찬하고 한우

의 영양학적 우수성을 홍보했다. 매주 금요일에 방송되는 JTBC '히든싱어6'에서는 모창 우승자 또는 최후 1인에게 한우 세트를 증정했으며, "환절기 건강을 위한 면역력에 좋은 한우세트"란 멘트와 자막을 고지했다. 이 외에도 MBC '아이돌 e스포츠 선수권대회', MBN '속풀이쇼 동치미', MBN '보이스 트롯' 등의 예능 프로그램 우승 상품으로 한우 선물세트를 협찬해 한우의 밝고 건강한 이미지를 높였다.



오늘부터 한우~항상 11월 1일만 같아라

유튜브 코미디TV <오늘부터 운동똥> 10월 21일 · <오늘부터 댄스똥> 10월 22일

먹신으로 꼽히는 인기 개그우먼 김민경 씨·개그맨 문세윤 씨와 한우 먹방 유튜브 콘텐츠를 제작해 11월 1일 '대한민국이 한우먹는날'을 알리는 동시에 면역력 증진 등에 좋은 한우의 영양학적 우수성을 널리 전파했다. '한우농가가 선물한 한우 선물 세트'란 콘셉트로 진행된 이번 방송협찬은 한우농가에 대한 긍정적 이미지를 높이는 데도 도움이 됐다. 이 콘텐츠는 10월 21일과 10월 22일에 각각 공개했으며, 10월 23일 현재 각각 27만 회·16만 회의 조회수를 기록하며 높은 파급력을 보이고 있다.

10월 21일 개그우먼 김민경 씨와 진행한 콘텐츠에는 골프선수 김미현 프로가 출연해 의미를 더했다. 김미현 프로의 "한우는 고단백 식품이고 면역력에 좋은 성분이 많아서 운동선수들이 잘 챙겨 먹는다"라는 멘트는 보양식 끝판왕 한우의 매력을 고스란히 드러냈다. 김, 월남쌈 등 색다른 식재료로 한우 구이를 먹는 장면도 신선했다. 10월 22일 개그맨 문세윤 씨가 아이돌 그룹인 우주소녀와 진행한 한우 먹방 유튜브에서는 한우 등심, 채끝, 살치살, 치마살, 부채살, 업진살 등 다양한 한우 특수 부위

와 부위별 맛을 알리며 한우고기의 팔색조 매력을 드러냈다. '한우 내 입에 들어와, 한우 먹자 오늘 한우가 땡겨 면역력 떨어질 땐 한우' 등 개사해서 만든 한우송은 한우의 맛과 멋을 알리는 데 기여했다.



11월 1일은 한우로 건강 챙기는 날

SBS 파워·리브FM 캠페인 협찬 10월 1일~10월 31일

"11월 1일 '대한민국이 한우먹는날'을 맞아 해 면역력과 건강에 좋은 우리 한우와 함께 건강 챙기시길 바랄게요." 한우자조금은 10월에도 우리 한우와 한우 산업의 긍정적 이미지를 제고하기 위해 라디오 캠페인 협찬을 진행했다. '우리의 건

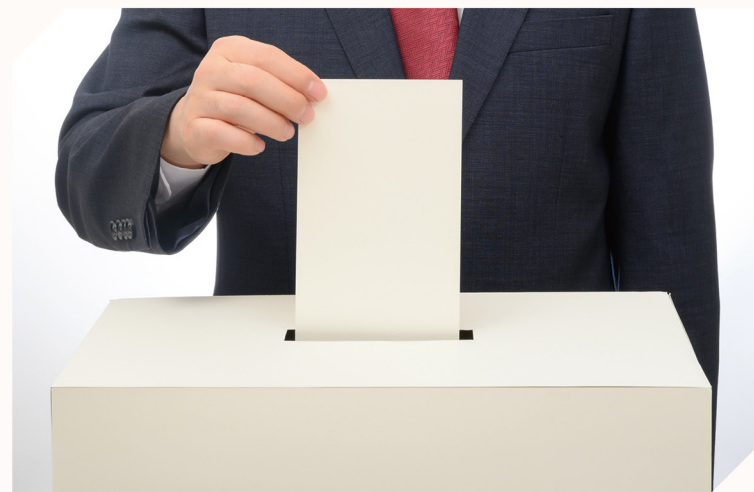
강을 위해 키웁니다' 등의 시간대별 협찬사 멘트가 고지됐다. 아울러 정보전달 멘트는 10월 초중반에는 한우의 영양학적 우수성을 알리는 데, 10월 중후반에는 한우먹는날의 의미와 한우먹는날 행사를 홍보하는 데 집중했다.



1

한우자조금 제5기 대의원 선거 안내

전국 126개 선출구·
대의원 250명 선출
선거일 12월 8일~12월 10일



한우자조금이 제5기 대의원 선거를 위한 약 50일간의 대장정에 본격적으로 돌입했다. 현재 활동 중인 제4기 대의원들의 임기는 오는 2021년 2월 15일에 만료된다. 최명식 중앙선거관리위원장은 “한우자조금 대의원은 한우자조금의 투명한 집행과 사업 운영 등에 큰 역할을 하며 한우산업 발전에 공헌하고 있다”라며 “제5기 대의원 선거에 한우농가 여러분들의 많은 관심과 참여를 부탁드립니다”라고 말했다. 이번 대의원 선거는 전국 126개 선출구에서 실시되며, 총 250명의 대의원을 선출한다. 선출구별 대의원 수는 △서울·인천·경기 18명 △강원 19명 △충북 17명 △대전·세종·충남 34명 △전북 30명 △광주·전남 45명 △대구·경북 55명 △부산·울산·경남 30명 △제주 2명이다.

대의원 선거일은 △경기·서울·인천 / 강원 / 충북 12월 8일(화) △경북·대구 / 경남·부산·울산 12월 9일(수) △충남·대전·세종 / 전북 / 전남·광주 / 제주 12월 10일(목)이다. 한우자조금 선거인명부에 등재된 사람은 선거일에 투표권을 행사할 수 있으며, 선거인명부 열람은 11월 6일부터 투표 전일까지 가능하다.

대의원 선거에 출마를 희망하는 한우농가는 11월 9일부터 11월 11일까지 해당 선출구의 선거관리위원장이 지정한 장소에서 후보자 등록을 하면 된다. 피선거권자는 한우자조금 선거인명부에 등록되어 있어야 한다.

후보자 기호는 선출구별 후보자 등록마감일 익일에 후보자의 참여 하에 추첨으로 배정된다.

지역별 배분 대의원 수보다 후보자 수가 적으면 후보 등록 기간은 3일간 연장된다. 아울러 입후보자 수가 선출구별로 배정된 대의원 수와 같거나 적으면 무투표 당선되며, 무투표 당선 조건이 충족되면 선거 공보 발송과 투표 과정이 생략된다. 지난 제4기 대의원 선거에서는 116개 선출구에서 무투표 당선됐다.

입후보자 수가 선출구별로 배정된 대의원수보다 많으면 선거를 통해 득표자 순으로 결정되며, 2명 이상이 같은 수를 득표하면 연장자가 당선자가 된다.

선거인명부에 등록된 한우농가의 과반수 또는 선출구 안에서 사육하는 한우 두수의 3분의 2 이상을 사육하는 한우농가가 투표에 참여하지 않으면, 선거일 익일에 한해 선거일을 연장할 수 있다.

제5기 한우자조금 대의원의 임기는 4년(2021년 2월 16일~2025년 2월 15일)이며, 한우자조금의 사업계획·편성 및 결산 등 한우자조금 사업의 주요 사항에 대한 의결권을 가진다.

제5기 대의원 선거 절차는 <p15>와 같으며, 대의원 선거에 대한 자세한 사항은 지역 선거관리위원회에 문의하거나 한우자조금 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr)를 참조하면 된다.



선거 절차

주요일정		5기
중앙선거관리위원회 선거일 결정	선출일 40일 전까지	2020.10.20(화)
선출구별 선거관리위원회 구성	선출일 40일 전까지	2020.10.22(목)~10.28(수)
선거인명부 통지	선출일 35일 전까지	2020.10.30(금)
선거권자 확정, 투표 일시 및 장소, 선거인명부 열람, 선출구별 대의원 선거 공고	선출일 30일 전까지	2020.11.6(금)
후보자 등록	선거일 15일 전 - 선거공고 익일로부터 3일간 - 후보자 수 미달 시 3일 연장 ※ 입후보자 수가 배정된 수와 같거나 적은 경우 : 무투표 당선	2020.11.9(월)~11.11(수)
무투표 당선 시	후보자 명부 공고	후보자 명부 공고, 선거공보 발송
선거 시	후보자 명부 공고, 선거공보 발송	선거일 10일 전 - 선거공보 발송 또는 축산단체 게시판에 공고
후보자 명부 공고	후보자 명부 공고, 선거공보 발송	선거일 10일 전 - 선거공보 발송 또는 축산단체 게시판에 공고
대의원 선거	대의원 선거	임기 만료 30일 전까지
당선인 결정 및 당선 통보	다수 득표자 당선 ※ 입후보자 수가 배정된 수와 같거나 적은 경우 : 무투표 당선	2020.12.8(화)~12.10(목)
당선 공고	당선인 게시판 공고(선출구별 선거관리위원장)	2020.12.9(수)~12.11(금)

2

에버랜드 '레드 앤 그릴(Red & Grill)' 축제 참여

역시 맛있는 한우 축제와 함께한 확실한 행복! 다채로운 한우와 함께한 더욱 확실한 행복!

높고 푸른 가을 하늘이 한없이 청량했던 날, 경기도 용인에 있는 에버랜드 장미원에서는 세계 바비큐 요리를 즐길 수 있는 축제가 열렸다. 이 축제에 우리 한우가 빠질 수 있겠는가.

한우자조금이 지난 10월 9일부터 10월 11일까지 세계 각국의 바비큐 요리를 선보이는 에버랜드 '레드 앤 그릴(Red & Grill)' 축제에 참여, 한우와 함께하는 맛있고 즐거운 힐링의 시간을 시민들에게 선물했다. 코로나19 재확산으로 잠시 중단됐던 한우자조금 오프라인 소비촉진 행사가 다시 본격적으로 시작되는 포문이 됐다는 점에서도 이번 소비촉진 행사는 의미가 남달랐다. 한우자조금 민경천 위원장은 "맛과 영양이 좋은 우리 한우와 함께한 이번 '레드 앤 그릴' 행사가 시민 여러분의 지친 일상 속에 작지만 큰 즐거움이 됐길 바란다"라며 "앞으로 더욱 알찬 소비촉진 행사를 추진해 우리 한우의 우수성을 널리 알리겠다"라고 말했다.

“역시 한우, 맛있다”

올해 '레드 앤 그릴' 세계 바비큐 축제 현장에서 관람객들의 발길을 사로잡은 곳은 단연 한우자조금 소비촉진 행사장이었고, 이는 대한민국 바비큐의 선두주자가 바



로 한우임을 알리기에 충분했다.

이번 축제에서 한우자조금은 하루 네 번 한우 불고기와 한우 채끝 무료 시식회를 진행했으며, 한우 고기가 익어가는 달콤하고 고소한 냄새가 퍼질 때마다 한우 푸드트럭 앞에는 한우고기를 맛보기 위한 사람들의 걸음이 분주했다. 무료 시식회에 참여한 사람들은 하나 같이 “역시 한우! 맛있다”라는 평가를 남겼다. “엄마, 맛있어. 또 먹고 싶어”라며 아쉬워하는 자녀에게 오늘 저녁 메뉴로 불고기를 약속하는 어머니도 눈에 띄었다.

‘한우 불고기 케사디아’ 효과

이날 행사장에서는 한우 낱말 풀이,

한우 다트 게임 등의 이벤트에

참여해 한우 요리 시식권을

경품으로 받은 관람객에게 현장

에서 직접 만든 ‘한우 불고기 케사디아’

를 맛보았는데, 한우로 만든 이국적인 요리를 맛본 사람들은 “치즈가 어우러진 불고기가 입안에 서 사르르 녹는다”라며 엄지손가락을 세웠다.

한우 불고기 케사디아야 한우고기 맛의 우수성만 알린 것은 아니다. 한우 불고기 케사디아는 한우자조금이 준비한 다른 이벤트의 흥행으로도 이어졌으며, 한우에 대한 긍정적인 이미지 제고와도 직결됐다.

이날 에버랜드 장미원 앞 분수대 앞에는 한우 캐릭터가 장식된 볼펜을 들고 한우 낱말 풀이에 집



중한 사람의 모습이 적지 않았다. 한우 불고기 케사디아 요리 시식권이 만들어낸 진풍경이었다. 호락호락하지 않은 문제에도 정답을 모두 써내는 끈기를 발휘한 한 관람객은 가족들의 환호를 받으며 온 얼굴로 그 뿌듯함을 표현했다. 물론 케사디아를 먹을 수 있다는 기대도 가득했다. 박은정 씨는 “아이들이 소고기를 좋아해 매번 한우를 먹었는데, 정작 아이가 소고기는 알아도 한우를 모른다는 사실을 오늘 알고 깜짝 놀랐다(웃음)”라며 “오늘 한우 관련 퀴즈도 풀고, 맛도 보면서 아들에게 한우가 무엇인지 제대로 알려 준 것 같아 뿌듯하다”라고 말했다.

한우자조금 소비촉진 행사장에서 진행되는 이벤트의 꽃은 다트 던지기로, 이번 행사에서도 그 인기를 증명했다. 특히 이날 행사장에서는 한우 불고기 케사디아 요리 시식권을 경품으로 받을 수 있는 ‘안심’을 외치는 목소리가 높았다. “엄마, 잘해! 파이팅!”이란 아들의 응원을 받은 장은희 씨의 다트가 안심에 꽂힌 순간 터져 나온 가족들의 환호성으로 행사장은 더욱 달궜다. 장은희 씨는 “아이들이 케사디아를 먹고 싶다고 해서 가족이 모두 도전했는데 모두 실패했다”라면서 “다행히 이렇게 시식권을 받아 기분이 좋다(웃음)”라며 안도의 한숨을 내쉬었다.

새로운 한우 굿즈와 만나다 ‘반갑습니다’

이번 행사에서 처음 선보인 ‘인형 뽑기 이벤트’도 관람객들의 높은 호응을 이끌어내며, 앞으로 한우자조금 소비촉진 행사장에서의 활약상을 예고했다. 한우자조금 카카오톡 채널 친구 추가, SNS에 행사 인증샷 등을 게재한 관람객에게 참여 기회를 제공해 한우자조금 SNS 활성화도 도모했다.

인형 뽑기 이벤트에 참여한 사람에게는 인형에 부착된 뱃지에 적힌 한우 굿즈를 경품으로 증정했다. 이번 행사에서 개시한 한우 볼펜, 클리어 파우치, 손 소독제, 캐릭터 쿠션 등의 한우 굿즈는 앞으로 한우가 소비자들에게 더욱 친근하게 다가갈 것이라 기대를 모았다.

한우 인형 탈도 새 옷으로 갈아입고, 힙한 모습으로 행사장을 주름잡았다. 선글라스를 쓰고 마이크를 든 하누랑의 등장에 아이들은 기다렸다는 듯 달려가 악수를 청하고 또 안아보며 관심을 나타냈다.

내년에 또 만나요

이렇게 코로나19 속에서 참으로 오랜만에 만난 한우 소비촉진 행사장은 시식으로 또 즐거운 이벤트로 끊임없이 환호가 들렸고, 종일 즐거움으로 가득했다.

‘분명 오늘날만큼 많은 사람이 ‘한우와 함께하는 확실한 행복’을 만끽하지 않았을까’란 기대는 새로운 시간에 대한 기대와 연결됐다.

“올해 봄 에버랜드에 놀러 왔다 우연히 한우 축제에 참여해 한우고기를 시식하고, 경품도 받았죠. 그때 아이들이 재미있다고 좋아하던 모습이 기억에 선합니다. 오늘 또 소식을 듣고 온 가족이 다시 왔어요. 지난번과는 또 다른 이벤트가 눈에 보여 기대하고 있습니다.”

내년에도 에버랜드 장미원에서 열릴 한우자조금 소비촉진 행사 현장을 다시 찾아와 ‘지난 가을에 시식한 한우 채끝이 맛있었다’라고 추억할 심현희 씨를 또 만나길 고대하며, 그렇게 한우자조금 소비촉진 행사도 막을 내렸다. 🍗



3

‘제23회 전국한우능력평가대회’ 성료

☑ 도체중 569kg

☑ 등심단면적 164cm²

☑ 육질·육량 등급 1++A

대통령상 수상축 경매가
‘6,259만 원’... “만점 한우”



‘제23회 전국한우능력평가대회’가 지난 10월 12일부터 10월 14일까지 농협중앙회 음성축산물공판장에서 진행됐다. ‘한우산업의 가치, 개량의 결실’이란 슬로건으로 진행된 이번 대회에는 총 255두의 한우가 출품돼 자웅을 겨뤘으며, 현장에는 “육량, 육색, 육질 등 모든 면에서 한우 개량의 성과가 뚜렷하다”는 평가가 가득했다.

‘만점 한우’ 탄생

10월 12일과 10월 13일 양일간 출품축 255두에 대한 체중·체위 측정, 외모심사, 도축, 도체 등급판정 등이 진행됐으며, 그 결과 최고 영예인 대통령상은 전남 영암의 태호축산 김용복 대표에게 돌아갔다. 대통령상 수상축의 성적은 △도체중 569kg △등심단면적 164cm² △등지방 8mm △근내지방도 93 △육량지수 64.68 △육질·육량 등급 1++A 등으로 육량, 육질, 육색 등 어느 것 하나 빠지지 않는 ‘퍼펙트 한우’, ‘만점 한우’란 평가를 받았다. 태호축산 김용복 대표는 “약 20년간 한우 개량을 꾸준히 해 왔는데, 그 결실이 나타나는 것 같아 뿌듯하다”라며 “한우 개량 시작 후 3계대가 넘어야 좋은 소가 나오는 것 같다”라는 소감을 전했다. 국무총리상은 전북 군산에 있는 금반농장 강하신 대표가 차지했으며, 출품축의 성적은 △도체중 555kg △등심단면적 159cm² △등지방 10mm △근내지방도 93

△육량지수 64.62 △육질·육량 등급 1++A으로, 전체 점수에서 대통령상 수상축과 0.35점 차이가 났다.

대통령상 수상축 경매가 6,259만 원

10월 14일에는 출품우 255두에 대한 경매가 진행됐으며, 대통령상 수상축은 경락단가 11만 원, 총 6,259만 원에 동원푸드에서 낙찰받았다. 이로써 동원훈푸드는 10년째 대통령상 수상축 낙찰이라는 기록을 세웠다. 동원훈푸



제23회 한우능력평가대회 최종결과

	도	시군	출품자	농장명	도체중(kg)	등심면적(cm ²)	등지방(mm)	근내지방	육량지수	경락단가(원)	최종가격(원)	KPN
대통령상	전남	영암	김용복	태호축산	569	164	8	93	64.68	110,000	62,590,000	KPN950
국무총리상	전북	군산	강하신	금반농장	555	159	10	93	64.62	45,105	25,033,275	KPN1009

드 관계자는 “만점 한우”라며 “한우의 외형은 물론 육량, 육질, 등심단면적 등이 매년 더 좋아지고 있다”라며 만족감을 나타냈다. 이어서 “매년 대통령상 수상축을 판매함으로써 우리 회사가 ‘좋은 한우를 팔기 위해 노력하고 있다’는 점을 소비자들에게 알리는 계기가 되고 있다”라며 대통령상 수상축을 낙찰받는 이유를 설명했다. 국무총리상 수상축은 벽제갈비에 경락단가 4만 5,105원(총 2,503만 원)에 낙찰됐다. 올해 수상축들의 평균 경락가격은 3만 8,840만 원, 대통령상 수상축을 제외한 경락단가는 3만 6,087원이었다. 이는 시중 경락단가보다 1만 원 이상 높은 것이다.

이번 대회 출품자들의 경매를 진행한 농협중앙회 음성축산물공판장 김욱 경매 팀장은 “매년 한우 개량의 성과가 뚜렷하다”라며 “조만간 경매가 1억 원을 돌파할 수 있을 것”이라고 기대했다.

한편, 코로나19 방역 대책에 따라 출품일을 제외하고 농가의 도축장 출입이 금지됐으며, 경매 과정은 유튜브로 생중계했다. 아울러 10월 30일 축산물품질평가원에서 진행한 대회 시상식도 코로나19 방역 지침에 따라 진행됐다. 📺



한국종축개량협회 이재용 회장

“우리 한우산업이 미래가 있다”



Q 코로나19로 올해 전국한우능력평가대회 준비에 어려움이 컸다고 들었습니다.

A 코로나19로 여러 과정이 원활히 이뤄지지 못한 것이 사실입니다. 하지만 코로나19에도 한우농가 여러분들이 열정적으로 참여해 주셨기 때문에 이렇게 성공적으로 마칠 수 있었습니다. 한우농가의 열의가 얼마나 대단한지, 한 번 더 확인했습니다.

Q 대회 현장에서는 ‘한우 개량 성과가 뚜렷하다’는 목소리가 높았습니다.

A 매년 출품우의 출하 체중, 도체중, 등심단면적 등의 성적이 좋아지고 있고 또 품질도 점점 더 개선되고 있습니다. 이번 대회에서 대통령상 수상축의 경매가가 6,259만 원이 나왔습니다. 이것은 하루아침에 이뤄진 것이 아닙니다. 전국한우능력평가대회 출품우는 한우농가 스스로 최소 10년 이상 열심히 개량한 한우에서 태어난 송아지를 또 열심히 길러서 낸 노력의 산물입니다. 그래서 더욱 뜻깊습니다. 개방화 시대 결국 우리는 품질로써 경쟁할 수밖에 없고, 한우농가 스스로 그러한 국제적인 경쟁력을 만들어내고 있다는 점이 매우 고무적이라고 생각합니다. 그래서 ‘우리 한우산업이 미래가 있다’라고 자신 있게 말할 수 있습니다.

Q 전국한우능력평가대회에 대한 중도매인들의 관심도 높습니다.

A 전국한우능력평가대회의 가장 큰 목적은 한우고기의 우수성을 소비자들에게 알리는 데 있습니다. 한우산업이 지속가능한 산업이 되려면 우수한 한우를 생산하는 것 못지않게 유통업자 등 한우 전후방 산업과 협력하는 체계를 만들어내고, 그래서 소비자들이 우리 한우의 우수성에 대해 또 값어치에 대해 인정하게 만들어내는 일 역시 매우 중요합니다. 이렇게 전국한우능력평가대회는 한우농가들이 고급육을 생산하고, 유통업체가 그에 합당한 가격으로 구매한 한우를 판매해 브랜드 가치를 올리고, 소비자들은 값어치를 하는 우수한 한우를 소비할 수 있는, 즉 생산부터 소비까지 연결될 수 있는 그런 좋은 대회를 목표로 추진되고 있습니다.

Q 한우농가 여러분들에게 당부하고 싶은 것이 있나요?

A 앞으로는 그야말로 종자 전쟁의 시대가 될 것이고, 사육 두수가 아니라, 좋은 암소를 확보하는 것이 경쟁력을 높이는 관건이 될 것이라고 봅니다. 한우농가 여러분들이 더욱 열심히 한우 개량에 참여하셨으면 좋겠습니다. 이는 한우산업을 살리는 길이라고 생각합니다. 한우농가 여러분들이 심혈을 기울여 생산한 한우는 단순히 소가 아니라 예술작품이라고 생각합니다. 전국한우능력평가대회가 한우농가분들이 자긍심을 가지고 기른 한우의 우수성을 널리 알리는 대회가 되도록 앞으로 더욱 노력하겠습니다. 아울러 모든 한우농가가 안심하고 안정적인 환경에서 한우를 사육하는 생산 기반을 구축하도록 우리 종축개량협회도 더욱 매진하겠습니다.



지역 소비촉진 행사 현장

오랜만에 만난 지역 소비촉진 행사 “한우고기 드시고 풍성한 가을 되세요!”

한우자조금이 전국한우협회 시군지부와 진행하는 지역 한우 소비촉진 행사 소식 이 풍성하게 들려오기 시작했다. 코로나19로 그동안 한우 소비촉진 행사를 진행 하지 못 했던 전국한우협회 시군지부 관계자들은 “오랜 만에 소비자들을 만나 더 욱 반가웠고 또 소비자들이 적극 행사에 참여해 뿌듯했다”라며 “앞으로 더욱 알 찬 한우 소비촉진 행사를 진행하기 위해 노력하겠다”라는 뜻을 전했다.

충청남도 부여군지부는 지난 10월 17일과 10월 24일에 ‘부여군수배 파크골프대회’ 행사장과 ‘제1회 백마강배 전국 용선 경기’ 대회장에서 각각 한우 소비촉진을 위 한 시식회를 진행했다. 골프, 용선 경기 등 스포츠 대회장에서 벌인 이번 소비촉 진 행사는 한우의 고급육 이미지를 높이는 데 기여했다. 용선 경기는 북소리에 맞 춰 노를 젓는 경기로 아시안게임 종목에 채택된 스포츠이다. 한우 스포츠마케팅 차원에서도 도움이 됐다. 부여군지부 관계자는 “시식회에 참여한 소비자들의 반 응이 매우 뜨거웠다”라며 “특히 용선 경기장에서는 한우고기 시식 행사 외에 다 른 행사가 진행되지 않아 우리 한우의 우수성을 제대로 알리는 계기가 됐다”라고 설명했다.

전라북도지회는 지난 10월 26일부터 10월 29일 까지 한우 직거래 활성화를 위한 할인판매 행사 와 시식 행사를 전개했다. 전라북도지회 관계자 는 “한우 가격에는 물론 한우고기 구매 금액에 따라 지급한 한우 불고기 양념장, 함초소금, 한우 보온병 등의 경품과 한우 푸드트럭에서 진행한 한우고기 시식 행사에 고객들이 매우 만족해 했 다”라며 현장 소비자 반응을 전했다.

강원도지회도 10월 31일 ‘양구 한반도섬 마라톤 대회’에서 진행한 한우 소비홍보 행사 소식을 전 해왔다. 같은날 제주도지회는 제주신보에서 주 최한 ‘1차산품 및 특산물대전’에서 한우고기 무료 시식회를 열고 제주 한우의 우수성을 알렸다. 11월에는 더욱 풍성하게 시군지부 소비촉진 행사 가 진행될 예정으로, 11월 1일 ‘대한민국이 한우 먹는날’을 기념하는 대구경북도지회, 제주도지 회, 충청남도지회, 전라북도지회 등에서 진행한 오프라인 행사가 그 포문을 열었다. 한 시군지부 관계자는 “소비자들이 한우 명절인 11월 1일 ‘대 한민국이 한우먹는날’을 확실히 알 수 있도록 행 사 기획과 운영에 고심을 많이했다”라고 전했다. 한우자조금 홈페이지 행사소식에는 11월 다양한 지역 축제에서 진행될 한우 소비촉진 행사 내용 이 꾸준히 올라오고 있다. 11월은 대한민국이 한 우 먹는 달이 될 것이란 기대가 커지고 있는 이 유이다.

한편, 시군지부 소비촉진 행사는 코로나19 방역 지침을 엄격히 준수하며 진행되고 있다. 🍎



5

새로운 ‘한우 굿즈’ 제작

한우 캐릭터 활용한 감썩한 ‘한우 굿즈’ ‘한우 브랜드’ 가치 상승에 기여할 것

한우자조금이 쿠션, 손 소독제, 클리어 파우치, 볼펜 등 새로운 한우 굿즈를 선보 였다.

한우자조금은 한우가 소비자들에게 더욱 친근하고 정겹게 다가가게 만드는 데 일 조할 새로운 한우 굿즈를 선보였다. 새로운 한우 굿즈는 쿠션, 손 소독제, 클리어 파우치, 볼펜, 포스트잇 등으로, 생활 속 활용도가 높은 품목들이다. 한우자조금 관계자는 “새로운 한우 굿즈에 대한 니즈가 매우 컸다”라면서 “소비자들의 일상 에서 활용되며 한우에 대한 긍정적 이미지를 높일 수 있는 한우 굿즈 제작을 위해 고심했다”라고 밝혔다. 품질 등에도 세심하게 신경 썼다.

코로나19로 손 소독제가 일상용품이 된 점을 고려해, 한우자조금 이름을 걸고 ‘손 소독제(에칸올겔·60ml)’를 직접 제작했다. 위생에 대한 관심이 높아진 만큼, 한우 자조금 물티슈와 함께 일상에서 활용도가 좋을 것으로 보인다. 개별 박스 포장으 로 제품의 완성도도 높였다.

한우자조금은 이번에 새롭게 선보인 한우 굿즈를 지난 10월 경기도 용인 에버랜 드 소비촉진 행사장에서 처음 선보였는데, 소비자들의 긍정적인 평가를 받으며 앞으로 그 활약상에 대한 기대를 높였다. 특히 하누리 쿠션은 아이들의 관심을 한 몸에 받았는데, 하누리 저금통에 이어 소비촉진 행사장의 인기 아이템으로 급부 상할 전망이다. 또 이번 행사장에서는 한우 캐릭터가 장식된 한우 볼펜을 들 고 낱말 퀴즈 풀이를 하는 사람들의 모습이 적지 않았고, 이는 이벤트 에 참여하지 않은 이들의 눈길까지도 사로잡으며 한우 인 지도를 높이는 데 기여했다. 한우 소비촉진 이벤트 참 여를 독려하는 효과로도 이어졌다.

한우 굿즈는 한우 캐릭터를 활용한 귀엽고 아기자 기한 디자인으로 기존 한우 굿즈와의 일관성을 유 지했다. 하지만 다양한 한우 캐릭터를 활용해 기존 한우 굿즈와의 차별화를 꾀했다.

한우 굿즈에는 한우, 한우자조금관리위원회 등의 문구를 새긴 것은 물론 ‘한우가 먹고 싶을 땐 한우

유명한곳.com’이란 카피를 적용해 ‘한우유명한 곳’ 인지도 제고를 도모했다. 언택트 소비문화에 맞춰 맛과 영양이 우수한 우리 한우를 집에서 또 안심하고 간편하게 구매할 수 있도록 한우자조 금에서 운영하는 온라인 사이트 ‘한우유명한곳 (www.한우유명한곳.com)’을 널리 알리는 판촉 물의 역할을 톡톡히 해 낼 것으로 보인다.

한우자조금 관계자는 “한우 굿즈인 하누리 저금 통은 ‘사고 싶다, 선물하고 싶다’는 문의가 적지 않을 정도로 인기를 얻고 있다”라며 “한우 굿즈 가 소비자들 이 갖고 싶고 소장하고 싶은 인기 상 품이 되도록 그래서 한우의 브랜드 가치를 더욱 높일 수 있도록, 앞으로 한우 굿즈 제작에 더욱 심혈을 기울이겠다”라고 밝혔다.

한우자조금은 그동안 한우패밀리 캐릭터를 활용 한 저금통, 텀블러, 스티커, 모자, 앞치마, 반창고, 백팩 등의 다양한 한우 굿즈를 발매해 왔으며, 이 한우 굿즈들은 한우의 가치를 소비자와 공 유하는 역할을 해 왔다. 이렇게 한우 굿즈는 한 우 소비에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 기대 되고 있다. 🍎



6

전국한우협회-NS홈쇼핑

한우 소비촉진을 위한 MOU 체결

전국한우협회와 NS홈쇼핑이 지난 10월 28일 한우 소비촉진을 위한 업무협약(MOU)을 맺고, 앞으로 한우 유통·판로 확대와 한우 소비 활성화를 위해 상호 협력하며 상생·발전해 나가기로 했다. 아울러 한우 소비 활성화와 한우 가정간편식 소비촉진을 위해서도 함께 노력하기로 했다.

특히 양사는 한우고기를 활용한 다양한 가정간편식 제품 개발의 필요성에 공감하고, 이를 위한 연구개발(R&D)에 적극 참여한다는 방침이다. 그동안 홈쇼핑에서 판매한 소고기 가정간편식은 저가 수입산과 국내산 육우를 원료육으로 한 제품이 다수였고, 이에 한우고기를 원료육으로 하는 가정간편식은 고급 식품으로 차별화가 가능하고 이는 소비자들에게 충분히 어필할 수 있을 것이란 판단에 따른 것이다. 고급 홈푸드에 대한 소비자들의 관심이 높아지고 있는 점도 고려됐다.

이번 업무 협약식에서 NS홈쇼핑은 한우 후계인을 위한 장학금 5,000만 원을 기부하며, 업무 협약식 자리를 빛냈다. NS홈쇼핑 관계자는 “이번 장학금 기부는 인재 양성이란 NS홈쇼핑의 기업 책임과 사회적 가치를 실현하려고 결정했다”라며 “한우산업이 지속가능한 산업으로 성장해 나가는 데 도움이 되길 바란다”라고 밝혔다. 전국한우협회는 기부받은 장학금을 한우 후계 장학생을 선발해 전달할 예정이라고 밝혔다.

한편, NS홈쇼핑에서는 국내 농축산물 브랜드 상품을 적극 판매하고 있으며, 전국한우협회는 한우자조금을 통해 지난 5월과 9월에 NS홈쇼핑에서 한우 가정간편식인 ‘한우 한 마리 곰탕’과 ‘한우 한 마리 꼬리곰탕’ 런칭 방송을 진행했다. 📺



<5월 6일 NS홈쇼핑
‘한우 한 마리 곰탕’ 런칭
방송 장면

7

‘가축질병 특별방역기간’ 돌입

가축전염병 예방·확산 방지를 위한 차단 방역 요령

구제역, 고병원성 조류인플루엔자(AI) 등 동절기 발생 위험이 높은 가축질병 예방을 위해, 정부는 10월부터 내년 2월까지를 ‘특별방역대책기간’으로 지정·운영한다고 밝혔다. 이 기간에 가축질병 방역대책 상황실을 운영하며, 24시간 비상 대응 체계를 유지한다.

올해는 겨울 철새 도래 시기가 빨라졌고, 또 인근 국가에서 구제역과 AI가 지속해서 발생하고 있는 만큼 각 한우농가에서도 평소보다 확실하게 차단 방역에 신경 써야 한다.

백신 접종과 축사 관리

구제역 백신은 8주령과 12주령에 접종하는 등 질병에 대한 백신을 농장의 접종 프로그램에 맞게 꼼꼼히 맞혀야 한다.

축사 내 소독·위생 관리도 중요하다. 축사를 소독할 때는 먼저 축사를 청소해 유기물을 최대한 제거한 후에 소독제를 살포하는 것이 효과적이다. 국립축산과학원 연구 결과에 따르면, 유기물이 적을 때가 많을 때보다 소독제의 효과가 높았다. 소독은 지붕, 벽, 바닥 순으로 소독하고 흙으로 된 축사 바닥은 생석회를 사용해 소독한다.

농장 출입구는 항상 닫아두고, 사료, 물품 등을 운반하는 축산 관련 차량, 사람, 가축 등의 농장 출입을 철저히 통제한다. 부득이 출입해야 한다



면 출입 전·후 반드시 소독을 확실히 실시하고, 출입 명단·인원·차량번호 등 출입기록부와 소독실시기록부를 작성한다. 그 기록은 1년간 보관해야 한다.

축산 관련 차량이 농장에 진입했다면 차량의 동선 및 통행로 등을 세척 소독한다. 농장 출입자는 농장 출입 시 농장 전용 의복·신발(일화용 방역복·덧신을 포함한 다) 등을 착용하도록 하고, 농장 출입 전·후 각각 소독을 실시한다. 축사에 출입하는 모든 사람은 축사 안팎으로 통과하는 공간(전실)에서 축사 전용 의복, 장갑 및 마스크 등을 착용하고, 축사 전용 장화로 갈아 신어야 한다.

농장 출입자, 차량 등에 대한 소독 시설의 소독액은 소독 효과가 떨어지지 않도록 2일 또는 3일에 한 번씩, 유기물 오염 시에는 즉시 교체한다. 소독조는 차량 바퀴와 장화가 충분히 잠길 수 있는 것이어야 한다.

이러한 농장의 자체 방역 규칙은 모든 출입자에 대해 예외 없이 적용한다.

야생동물 농장 유입 차단하기

야생동물, 설치류 및 그 밖의 사육 가축 외의 동물이 농장에 드나들지 못 하도록 울타리, 배수로, 축사의 입구, 지붕, 벽 등에 그물망을 설치한다. 사료보관통(사료빈) 주변에 떨어진 사료는 바로바로 제거해 텃새나 설치류가 접근하지 않도록 하며, 주변을 주기적으로 소독한다.

동물 발자국·분변과 같은 야생동물 등이 농장에 드나든 흔적이 발견되면 즉시 분변 등을 치운 다음 소독을 실시한다. 야생동물 등의 출입을 방지하기 위해 설치한 시설을 점검·보수해야 하는 지도 점검해야 한다.

설치류를 통한 질병 전파를 차단하기 위해서는 정기적인 설치류 제거 작업도 필요하다.

죽거나 병든 가축의 발견 및 임상 관찰 요령

사육하는 가축을 매일 살피는 일은 전염병 확산을 방지하는 데 매우 중요하다.

물·사료 섭취 감소, 활력 저하 등 평소와 다르게 이상을 보이는 가축은 예의 주시해야 한다.

이상 증상을 보이는 가축이 가축전염성 질병에 걸린 것으로 의심될 때에는 다른 가축과 접촉이 되지 않도록 별도 시설에 격리하고, 즉시 수의사에게 진료를 요청하거나 가축방역 기관에 신고해야 한다.

죽은 가축을 발견했다면 가축의 사체를 수거해 별도 장소에 보관한다. 병명이 분명하지 않은 질병으로 죽은 가축이라 판단되면 즉시 가축방역 기관에 신고해 가축방역관의 지시에 따라 사체를 처리해야 한다

가축전염병이 의심되는 가축의 사체나 병든 가축이 발견됐을 때에는 축사 내부와 외부에 대한 소독을 실시하고, 병든 가축의 격리 시설과 사체 보관장소에 다른 사람이 출입하지 않도록 주의하며, 집중 소독한다. 📺

가축 질병 신고

구제역·AI·ASF 등 가축 질병 의심축 발견 시

전국 어디서나 국번없이

☎1588-9060(검역본부)

☎1588-4060(시·군 방역부서) 즉시 신고

송아지 설사병 예방 열쇠 초유·칼로리·안락성·청결성

필자는 2015년부터 벌써 6년째 한우자조금 '한우농가 종합컨설팅 사업'에 참여하고 있다. 이 과정에서 한우 사양관리에서 가장 큰 골칫거리로 '송아지 설사병'을 꼽는 한우농가를 적지 않게 만났다. 송아지 설사병이 생기면 당장 치료비 등의 경제적 손실이 발생하는 것은 물론, 생후 2년까지 성장률이 감소하고, 번식우는 수정 월령 및 첫 분만 시기가 늦춰지고 처음 분만기에서는 우유 생산량이 줄어드는 등 그 영향이 장기적으로 이어진다는 점에서, 필자가 안타깝게 여기는 부분이다.

설사병 예방 위한 키포인트

송아지 설사병을 일으키는 위험 인자는 매우 다양하다. △세균, 바이러스, 기생충과 같은 병원체의 감염 △질이 나쁜 대용유·우유의 섭취 △우유의 과다 급여 △소화가 잘 안 되는 탄수화물이 나 거친 조사료 다량 급여(소화장애) △갑작스러운 사료 변경 △유방염, 자궁내막염 등 어미소의 질병 △어미소의 영양결핍(송아지 저항력 약화) △보온상태 불량 △이물 섭취 △장거리 수송과 같은 스트레스 등이 바로 그것이다. 그럼 이 중 우리 농장에 설사병을 일으킨 원인을 어떻게 찾을 수 있을까? 필자는 설사병이 발생한 현장에 가면 가장 먼저 송아지 설사병 발생일을 점검하는데, 송아지 설사병의 60%는 3일~5일령에서 발생했다. 이어서 분만 전·후 관리 사항, 번식우 급여프로그램, 수조·바닥 관리·환기·조사료 급여와 관리 등 농장 환경 상황을

점검해 그 직·간접적인 원인을 파악한다<표>. 또 진단키트 등을 활용한 원인균 분석 과정을 거쳐 감염성 여부를 판단한다. 이렇게 원인이 규명되면 그에 따른 치료법·관리법·실천사항 및 개선사항 등이 도출되는데, 이 과정에서의 컨설팅 항목은 크게 세 가지로 압축된다. 이는 설사병 예방을 위한 방법이라 하겠다. **첫 번째는 초유 섭취의 양과 질이다.** 소는 태아기에 어미로부터 태반을 통한 면역글로불린의 이행이 없으므로 태어난 송아지의 혈액 중에는 면역글로불린이 전혀 없다. 송아지 스스로 면역글로불린을 생산해야 하는 것이다. 따라서 초유 포유로 면역글로불린을 섭취시키는 것이 송아지 건강유지에 필수이다. 분만 전·후 관리로 초유의 질을 끌어올리는 것이 중요한 이유이다. **두 번째는 적절한 칼로리 공급이다.** '포유기 송아지의 영양소 요구량=모유 영양소+보조사료 영양소'로, 즉 어미소 젖의 양이 충분해야 하고 입불이기 사료가 적절히 공급돼야 한다. 포유 초기 송아지 발육의 80% 이상은 모유 섭취량으로 결정되는데, 어미소의 비유량은 포유 일수, 영양 상태 등에 따라 차이 발생한다(1일 0.4~4kg 차이가 발생). 비유량은 산차에도 영향을 받는다. 초산이 2산 차 이상보다 약 30% 이상 적고, 3산 차에서 가장 높다. 계절 요인도 있는데, 봄 분만우가 가을 분만우보다 많다. 이런 특성들은 송아지의 강건성에 영향을 미치므로 잘 알아둬야 한다. 육용종 한우는 '짧은 비유지' 속성에 대한 이해가 필요한데, 분만

후 첫 달에 비유량이 최고치에 도달하고 3개월령에 급격히 감소한다. 이는 어미소의 비유량만으로는 송아지의 영양소 요구량을 충족시키기가 불가능하다는 뜻이며, 포유 초기부터 보조사료 급여가 필수라는 의미이다. 이러면 어린 송아지에게 사료를 먹이기가 쉽지 않다는 질문이 나올 법한데, 송아지를 사료에 적응시키는 방법으로는 △입을 대지 않더라도 적극적으로 입을 붙인다 △신선한 물과 함께 급여하고 사료 위에 분유를 뿌려준다 △사료를 곱게 뺨아 입과 혀에 묻혀준다 △군사시키면 모방심리로 입 붙이기가 빨라진다(보조기구 이용) 등이 있다. **세 번째는 안락성과 청결성이다.** 송아지 설사를 일으키는 원인은 대부분 경구감염을 일으키므로, 입을 통한 병원체의 이행을 막는 환경·위생관리가 필수이다. 당연히 송아지의 면역을 높이는 것도 중요하다. 출생 직후 및 1개월령 이전의 송아지는 질병에 대한 방어기능이 없어 바닥에 분변이 많이 있거나, 먼지가 많고, 환기가 되지 않는 비위생적인 축사에서 사육되면 설사병 병원체에 노출될 가능성이 커진다. 경험상 설사가 많은 농장은 △급여 후 제대로 치우지 않은 건초 및 사료가 곰팡이가 핀 채 농

장에 남아 있었으며 △송아지 전용 공간이 없었고 △송아지가 이용할 마른 바닥도 준비돼 있지 않았고 △설사하는 송아지가 다른 정상 송아지와 계속 접촉하는 환경을 가지고 있었다.

설사 발생했다면 '배 출령임 파악 후 대처'

설사병이 발생했다면 빠르게 대처해야 한다. 송아지는 80%가 물로 구성돼 있어, 설사는 체내 수분 및 전해질 손실을 일으킨다. 따라서 설사를 하면 어미소와 격리한 후에 △배의 출령임이 심하면 전해질 및 미생물 제제를 먹이지 않고, 12~24시간 굶긴 후에 점차 젖 물리는 시간을 늘리도록 한다. △배의 출령임이 없다면 전해질 및 미생물 제제를 급여해 빠른 치료를 진행한다. 일반적으로 송아지 치료는 설파제제 주사제가 먼저 쓰이는데, 2~4일 정도 주사를 해야 한다. 여러가지 상황에 따라 다를 수 있지만, 수액은 일반적으로 5% 당가 식염수를 혈관주사하는 것이 좋고, 수액량은 최소한 2~3ℓ·보통 1일 5ℓ 가 적당하다. 다음 호에서는 '번식우 수태율 증강 방법'에 대해 이야기해 보고자 한다. 🍵 GMD컨설팅 김종하 상무

간접적인 원인을 파악하기 위한 점검 사항

항목	Yes	No
번식 적령기에 수정하고 있는가		
분만 전후 어미소 영양 관리 적당한가		
설사병 예방 백신을 접종하고 있는가		
분만 시 축주가 입회하고 청결하고 쾌적한 분만실에서 분만이 관리되고 있는가		
분만 즉시 배꼽을 소독하고 있는가		
분만 후 6시간 이내에 초유를 급여하고 있는가		
초유 포유 전 어미소 유방을 소독하고 있는가		
송아지 전용 공간이 확보돼 있는가		
송아지 전용 공간의 청결과 건조가 유지되고 있는가		
대용량, 어린 송아지 사료, 조사료 및 물을 적절히 급여하고 있는가		

직접적인 원인을 파악하기 위한 점검 사항

구분	분변 형태	혈변 유무	발병연령	탈수 정도	체온	분변색	분변량
로타바이러스	심한 물 설사	중간중간에 혈변	2~30일령	심함	저하	황화색	많음
코로나바이러스	심한 물 설사	전반적인 혈변	2~30일령	심함	저하	황적색	많음
소바이러스성설사(BVD)	묽은 변	중간 중간에 혈변(점액변)	30일령 이후	역함	저하	녹황색	적음
대장균	밀가루 반죽	없음 (분변 내 거품)	10일령 전후	역함	상승	황화색	많음
살모넬라	물 설사	전반적인 혈변	20일령 전후	심함	상승	녹황색	중간
콕시듐	물 설사	전반적인 혈변	30일령 이후	심함	—	적색	중간
크립토스포리디움	물 설사	전반적인 혈변	30일령 이내	심함	—	적색	많음
식이성	다양함	없음	30일령 이내	역함	—	황화색, 백색	중간
분석증	묽은 변	없음	30일령 이후	없음	—	갈색	소량

한우가격 및 출하·사육 동향

2020년 10월 한우가격 및 출하 동향

구분		2017년	2018년	2019년	2018년	2019년	2020년	
					10월	10월	9월	10월
도축두수(두)		742,536	736,363	765,328	41,276	46,936	95,784	36,801
경매두수(두)		401,591	399,763	403,449	23,413	30,224	48,793	20,738
도매시장 경락가격 (원/kg)	전체 평균	16,719	17,772	17,965	18,187	18,346	20,216	20,935
	거세	17,710	18,735	19,116	18,817	19,272	21,342	21,717
	비거세	12,108	12,813	13,439	12,711	12,415	13,402	13,485
가축시장 거래가격 (천원/두)	암소	5,404	5,659	5,645	5,805	5,662	6,112	6,291
	송아지	암	2,919	3,130	2,830	3,215	3,475	3,533
		수	3,572	3,857	3,434	4,035	4,515	4,347
소매가격 (1등급, 원/kg)	등심	79,663	81,551	91,560	84,620	89,740	101,720	101,430
	양지	55,990	55,390	55,820	55,200	56,350	62,070	60,140
	설도	-	-	-	-	43,500	48,400	47,720

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

〈출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터〉

*기준일: 2020년 10월의 경우 10월 1일부터 10월 23일까지 기준임

한우 사육현황 및 한우농장 현황

총 한우 두수	총 암소 두수	총 가임암소 두수 (15개월령 이상)	총 한우농장 수
3,208,051두	2,049,157두	1,540,579두	88,830호

*기준일: 2020년 9월 말일

〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

수소(거세포함) 월령별 한우 사육현황

구분	수소(두)
25개월령 이하	955,790
26개월령	31,112
27개월령	34,295
28개월령	37,135
29개월령	37,357
30개월령	30,618
31개월령	16,222
32개월령 이상	16,365

*기준일: 2020년 9월 말일

〈출처: 농림축산식품부 이력지원실〉

한우고기 도매가격 전망

- 2020년 9월~11월 도매가격(전체 평균): 1만 9000원~1만 9,500원(지난해 대비 3~7% 상승)
- 2020년 12월~2021년 2월: 1만 8,000원~1만 8,500원으로 지난해 대비 2~6% 하락
- 2021년 2월 이후 도매가격 도축 증가로 지난해 대비 하락세 전환
- 2021년 전체 평균 도매가격: 1만 7,500원~1만 8,500원으로 전망

구분	한우 도매가격(원/kg)			
	1분기	2분기	3분기	4분기
2021년(A)	18,000~18,500	17,000~17,500	18,000~18,500	17,000~17,500
2020년(B)	18,963	19,681	20,280	19,000~19,500
2019년(C)	17,599	17,549	17,908	18,353
(A/B, %)	-5.1~ -2.1	-13.1~ -11.1	-11.2~ -8.8	-12.8~ -7.9
(B/C, %)	7.8	12.1	13.3	3.5~6.2

*기준일: 2020년 8월 25일

〈출처: 한국농촌경제연구원 농업관측본부〉

*1분기 12월~2월, 2분기 3월~5월, 3분기 6월~8월, 4분기 9월~11월 임

사육 마릿수 증가를 고려한 신중한 입식과 송아지 생산 조절 필요

10
October웹진으로 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.

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 '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 응원글**을 남겨주세요.
댓글쓰기 아래의 정보란에 정보를 남겨주셔야 참여할 수 있습니다.
참여하신 분 중 추첨을 통해 푸짐한 선물을 보내드립니다.

응모기간 2020년 11월 30일(금)까지
당첨자발표 2020년 12월호 한우자조금 소식지 및 개별 연락문의 02-324-6852

모두가 좋아하는 영양만점 간식
〈한우육포〉2명뜨끈하고 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
이민욱
한우곰탕세트
정중훈
한우불고기버거
김원곤