

소 이력신고 모바일로 회원가입하여 편하게 이용하세요!

스마트폰 기종별 설치 및 실행 방법

구글 안드로이드

구글 플레이스토어 (PlayStore) 접속 →
축산물이력제 신고 검색 → 설치 및 실행

아이폰 iOS

인터넷 주소창에 SMART.MTRACE.GO.KR 입력 →
회원가입 및 로그인

*즐거찾기를 추가하시면 편하게 이용가능합니다.



안드로이드



iOS

QR코드를
스캔하여
편하게
이용해 보세요

「축산물이력제 신고」 앱의 주요기능

✓ 손쉬운! 출생 등 신고

출생신고,
양도·양수신고,
폐사신고를
모바일로 손쉽게!



✓ 실시간! 농장 관리

소의 종류와 성별,
사육 두수 등
농장현황 확인!

사육개체 현황					
사육현황					
개체식별번호를 입력하세요. 검색					
한우	육우	젖소	기타	총계	
51	0	0	0	51	
번호	대표번호	종류	성별	출생일자	
1	8082 9	한우	암	2019-08-28	
2	8090 7	한우	암	2019-08-23	
3	8089 6	한우	수	2019-08-23	

✓ 빠르게! 등급결과 확인

출하된 소의 등급을
바로 확인!

도축개체 현황

도축현황

등급판정 항목별 비교

● 전국 상위10%(2019년 평균)

구분	도체중	단면적	등지방	경락단가
전체	434.3	105.3	12.5	22,224
거세	456.0	110.1	11.9	22,393

2019. 06. 04.

2020. 06. 04.

검색

● 나의 내역(전국평균대비)

구분 (개월명)	이력번호	도체중	경락단가
	등급	단면적	등지방

✓ 정확한! 개체 관리

양도·폐사 등
농장의 변동사항과
소의 사육월령을
바로 확인

오류추정 개체현황					
사육일령초과 검색					
번호	대표번호	종류	성별	출생일	
1	1918 9	한우	암	2016-09-20	
2	3483 4	한우	암	2016-05-05	
3	4410 7	한우	암	2016-02-13	

* 축산물이력제에 **소 농장경영자**로 등록된 사용자만 회원가입이 가능합니다.

vol.187

2021.05

한우자조금

본 소식지는 한우자조금으로 제작되었습니다

찾아주세요

‘2020년 한우자조금 성과분석’
연구 결과 발표

한우자조금 사업 돋보기
오프라인 이벤트

자조금 소식

‘2021년 에버랜드
스프링 온 스푼’ 축제 참여

교육 한마당

임신우 사양관리 방법

전문가 칼럼

한우 소비 상황과 향후 대응



웹진으로
만나는
한우 소식

2019년 제22회 전국한우능력평가대회
농림축산식품부장관상 푸른목장 서승민 대표



www.hanwooboard.or.kr

Contents

May 2021 vol.187

04 **핫이슈**
‘2020년 한우자조금 성과분석’ 연구 결과 발표

06 **우리는 한우인**
제5기 전반기 한우자조금
정인철 대의원 의장

08 **한우자조금 사업 돋보기**
오프라인 이벤트

10 **파워풀 한우농가**
전남 영암 푸른농장 서승민 대표

12 **방승에서 만난 한우**
‘면역력’에는 한우! ‘기력 보충’에도 역시 한우!

06



10



14



17



14

- 자조금 소식**
- 14 ‘2021년 에버랜드 스프링 온 스폰’ 축제 참여
 - 15 가정의 달 맛이 한우 할인행사 진행
 - 16 2021년 제 3차 한우자조금 관리위원회 개최
 - 17 학생 대상 한우요리 체험 실시
 - 18 2021년 전문지 기자 간담회 개최
 - 19 가정의 달 맛이 풍성한 비대면 이벤트 진행
 - 20 전국한우협회, 희망브리지와 업무 협약
 - 20 전국한우협회, ‘광우병 발생’ 유럽산 쇠고기 수입 반대 성명

21

- 포커스**
- 축산 사고유형과 예방법

22

- 교육 한마당**
- 임신우 사양관리 방법

24

- 전문가 칼럼**
- 한우 소비 상황과 향후 대응

25

- 한우시황 관측**
- 2021년 4월 한우가격 및 출하 사육 동향

12



발행일 2021년 5월 18일 발행인 민경천 발행처 한우자조금관리위원회 서울시 서초구 서리풀 3길 20-1(서초동) 커피아회관 3층 유통부
연락처 Tel 02.522.3606 Fax 02.522.4314 홈페이지 www.hanwooboard.or.kr 등록번호 서초 라11645

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

‘2020년 한우자조금 성과분석’ 연구 결과 발표

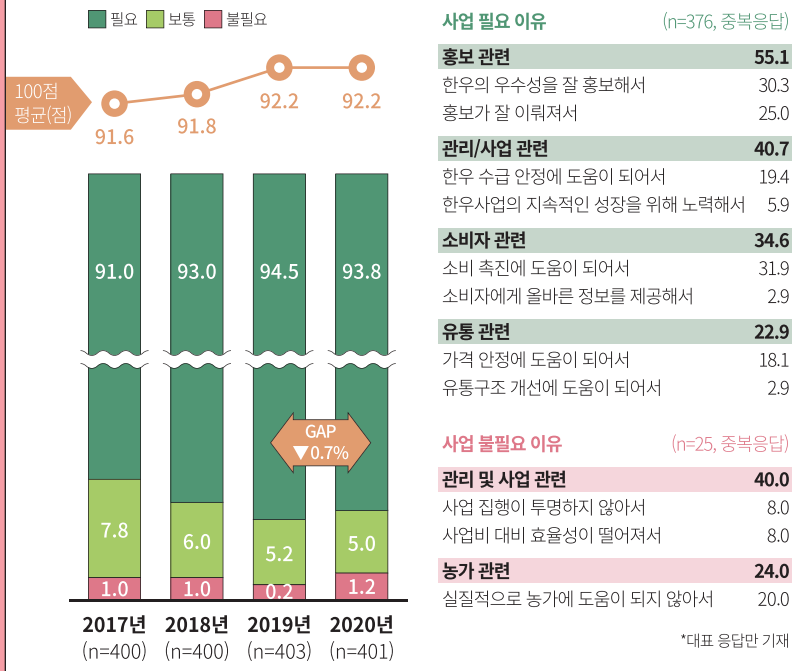
한우자조금 사업의 필요성 92.2점으로 높은 수준 유지

한우자조금이 코리아리서치 인터내셔널에 의뢰한 ‘2020년 한우자조금 성과분석’ 연구결과가 지난 5월 발표되었다. 이번 연구는 2020년 한우자조금이 진행한 사업의 성과를 평가하고 그 결과를 바탕으로 한우자조금 사업추진 방향을 수립하는데 활용될 예정이다.

‘소비홍보 사업’과 ‘수급안정’ 사업이 가장 도움이 된다고 평가

한우농가를 대상으로 한 대내적 성과분석 결과 한우자조금 사업의 필요성 점수는 92.2점(100점 만점)으로 전년과 동일하게 높은 수준을 유지했다. 한우자조금 사업 중 한우의 우수성을 홍보하는 ‘홍보 관련(55.1%)’ 사업이 가

표1 2020년 한우자조금 사업 필요도



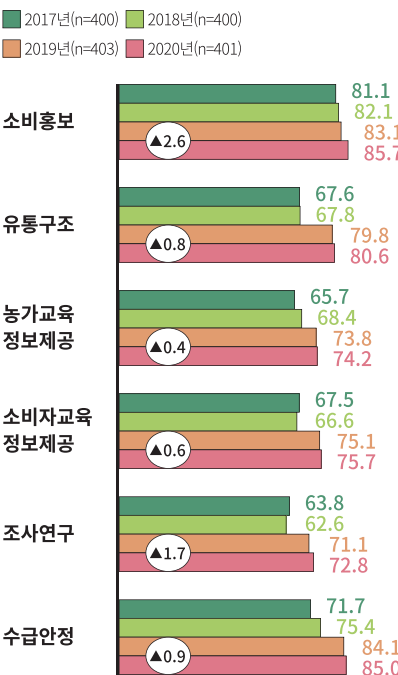
장 필요하다고 답했으며, 수급안정 및 한우산업의 지속적인 성장을 위해 필요하다는 의견이 40.7%로 뒤를 이었다. <표1 참고>

한우농가가 생각하는 사업별 도움 정도는 ‘소비홍보(85.7점)’, ‘수급안정(85.0점)’, ‘유통구조 개선(80.6점) 순으로 평가되었다. <표2 참고>

소비홍보 사업 중 “PPL 및 TV·라디오 광고 효과적”이라고 평가

농가는 소비홍보 사업 중에서도 ‘방송협찬 프로그램(PPL)(74.8점)’이 가장 효과적이라고 평가하였으며, 근소한 차이로 ‘TV 및 라디오 광고(74.4점)’가 뒤를 이었다.

표2 2020년 한우자조금 사업별 도움 정도



한우자조금 TV 광고에 대한 인지 비율은 83.5%로 전년도 대비 2.1% 상승했다. 유통구조 및 수급안정사업 중에서는 ‘대한민국이 한우 먹는 날(82.4%)’을 가장 효과적이라고 평가했으며, 그 다음으로는 ‘한우 유통투명화 정보제공(73.6%)’, ‘우리한우 판매점 선정사업(70.6%)’ 순으로 효과가 높다고 평가했다. 농가 교육 및 정보제공 사업 중 인지도 및 참여도가 가장 높은 것은 ‘한우자조금 소식지 발행 사업(97.0%)’이었으며, 앞으로 중점을 두어야 한다고 생각하는 사업으로는 ‘한우 농가 교육 및 컨설팅 사업(68.1%)’, 그 다음으로 ‘지역 한우농가 정책사업 및 교류지원(56.4%)’, ‘한우농가 홍보 및 계도 광고(53.9%)’를 꼽았다.

홍보 사업을 접한 소비자 상대적으로 한우에 대한 친근감·호감도 등이 높은 것으로 도출

TV광고, 방송협찬프로그램(PPL), 인쇄매체홍보기사, 공익이벤트/체험사업 등 한우자조금 홍보활동을 접한 소비자들은 대체적으로 비접촉 소비자에 비해 한우에 대한 우수성, 친근감, 호감도 등 전반적인 지표가 모두 높은 것으로 나타났다. 특히 방송협찬프로그램의 경우, 홍보사업을 접촉한 소비자와 비접촉 소비자 간의 지표 차이가 10% 이상 차이나는 것으로 나타나 홍보효과가 가장 큰 것으로 조사되었다.

한우자조금 사업 경제적 성과 분석 결과

이번 연구에 따르면 한우자조금(거출금+보조금) 1원당 한우 농가 수입 증가는 소비홍보사업 단기(1달)에서는 자조금 1원당 5.9원, 장기(4개월 누적)에서는 자조금 1원당 53.8원으로 계측되었다. 이를 농가수취가격 인상률에 대입할 경우, 자조금 1원당 소비홍보 사업은 한우 1kg당 단기적으로 0.5%, 장기적으로 4.1%의 가격 상승 효과가 있는 것으로 나타났으며, 소비홍보 사업을 제외한 사업은 1개월 당 0.6%의 가격 상승 효과가 있는 것으로 조사되었다. 더 자세한 ‘2020년 한우자조금 성과분석 연구 결과 보고서’는 한우자조금관리위원회 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr) 정보마당에서 확인할 수 있다. 📄

표3 홍보사업 인지도와 비인지자의 한우자조금 사업 종합 평가 비교 결과

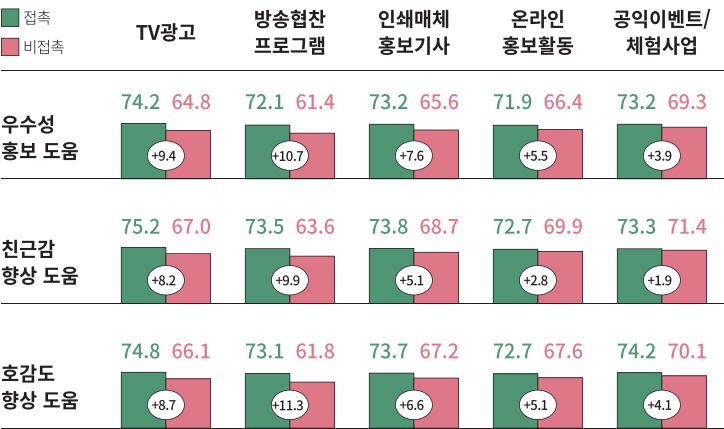


표4 2020년 자조금 1원당 한우 농가 수입 증가액 추정 결과

구분	단/장기	사업비 (천 원)	자조금 1원당 경제효과(A)	농가부담 기준(원)	농가수취가격 상승효과(원)	농가수취가격 인상률(%)
소비홍보사업						
소비홍보 사업	단기 (1달)	7,226,856	5.9	11.9	90	0.5
	장기 (4개월 누적)	7,226,856	53.8	107.7	819	4.1
수급안정사업을 포함한 기타 4개 사업						
수급안정 사업을 포함한 기타 4개 사업	당월	15,357,916	2.9	5.7	117	0.6



한우산업의 지속가능한 미래 위해 변화하고 혁신해야

제5기 전반기 한우자조금
정인철 대의원 의장

지난 3월 제5기 전반기 한우자조금 대의원회 의장에 정인철 現 전국한우협회 울산시 지회장이 당선되어 2년간의 임기를 시작했다. 정인철 의장은 어려워진 축산환경 변화에 대응하고 한우산업의 발전을 도모하기 위해 스스로 변화의 동력이 되겠다고 밝혔다.

많이 듣고, 많이 뒀겠습니다

“공부할 게 많습니다. 알아야 할 것도 많고, 들어야 할 목소리도 많습니다.”

제5기 전반기 한우자조금 정인철 대의원 의장은 임기 시작 이후 하루하루를 바쁘게 채워 보내는 중이다. 축산자조금법을 비롯해 대의원회 운영규정 등 새로 알아야 할 것들을 숙지하고, 한우농가 현장의 목소리와 분야별 전문가의 고견을 청취하며 여러 정보를 수집하고 있다. 정 의장은 자신을 노력파이자 행동파라고 말한다.

“한우협회 서울산지부장을 8년간 역임하고, 울산시 지회장을 겸임하고 있는 지금까지 농가 여러분들에게 혼도 나고, 칭찬도 받아 가면서 열심히 발로 뛰었습니다. 제가 부족한 부분은 인재를 영입해서 채우고, 한우농가와 정부기관의 어려움을 주의 깊게 청취하고 해결하려 애써왔습니다.”

그 안팎의 노력이 ‘울산시지회의 협회 회원 가입률 전국 1위’라는 결과로 나타난 것이라고 말한다. 안으로는 농가의 목소리를 듣고, 밖으로는 울주군청 등 정부 기관과 신뢰를 쌓은 것처



주요 경력 및 수상 내역

주요 경력

- 한국중축개량협회종축등록위원 <2013.7>
- 전국한우협회 서울산지부장 <2014.5~2019.2>
- 울산축산농협대의원 <2015.4.1~2017.3.31>
- 전국한우협회 울산광역시지회장 <2019.2~현재>
- 울주군 스마트축산단지추진위원 <2019.3.11~현재>
- 울주군 혁신위원회 위원 <2019.5.7.~현재>

수상 내역

- 농림축산식품부장관 표창장 수상 <2015.5>
- 울산광역시장 표창패 수상<2018.12>

럼 앞으로도 한우자조금 대의원 의장으로서 한우농가들의 대외 소통 창구 역할을 톡톡히 하겠다고 밝혔다.

“한우산업의 미래를 위한 새로운 아이디어가 있다면 반영하고, 건의하고, 충분한 논의가 이루어질 수 있도록 돕는 것이 제 역할이라고 생각합니다.”

관행 탈피해 시대의 요구에 부응해야

정인철 의장은 그간 관행적으로 진행해왔던 사업들이 지금 시대가 요구하는 방향성과 부합하는지 검토해보아야 할 시기라고 말했다.

“물론 ‘관행’이라고 해서 다 안 좋다는 뜻은 아닙니다. 균형 잡힌 사업 운영은 무엇보다 중요하다고 생각합니다. 다만 축산환경을 비롯하여 소비 트렌드까지, 추구하는 가치가 빠르게 바뀌고 있으니 시대에 걸맞게 재정비해야 할 부분이 있지 않을까요?” 매년 진행하는 소비촉진 행사도 좋지만, 다양한 연령층의 소비자들이 지속적인 관심을 가질 수 있는 새로운 형태의 마케팅도 고민해야 한다는 것. 정 의장은 최근 진행한 ‘제6회 울주세계산악영화제’와의 협업 성공을 예로 들었다. 꼭 큰 금액이 아니라도 작은 아이디어 하나와 열린 사고방식이 긍정적인 결과를 창출할 수 있음을 강조했다.

환경 관련 소비자의 부정인식 개선이 급선무

정인철 의장은 임기 중 당면 현안으로 ‘한우는 환경오염의 주범이 아닌 환경지킴이’라는 인식 개선이 급선무라고 말했다. 최근 일부 언론이나 환경 관련 단체에서 한우산업이 환경오염의 주범인 양 왜곡보도를 일삼으며 잘못된 정보를 퍼뜨리고 있습니다. 이 그릇된 인식이 한우산업의 위기를 초래하고 있다고 목소리를 높였다.

“농업 분야 온실가스 배출량은 국내 배출량의 2.7%에 불과합니다. 한우 사료의 원료 70%는 식품 산업 폐기물이어서 오히려 환경 개선은 물론이고 식품 가격 안정에도 기여하고 있습니다. 퇴비를 농경지에 살포함으로써 지력은 상승하고 토양의 유익균 사멸도 예방합니다. 지금은 ‘한우는 민족산업’이라는 캠페인보다 ‘지구를 지키는 한우’라는 인식 전환 캠페인이 필요한 시기입니다.”

정 의장은 조사연구를 통해 한우산업의 미래를 흐르는 잘못된 인식을 바로 잡는 것에 힘써야 한다고 말했다. 마지막으로 “지금까지 숏한 환경변화를 우직하게 극복해온 우리이기에 조금 함을 버리고 인내심을 가지면 잘 헤쳐나갈 수 있을 것이라 확신한다”며 “한우산업의 미래를 위해 한마음 한뜻으로 위기를 극복해나가자”고 밝혔다. 🌱

한우에 대한 가치소비 전파와 우수성 홍보

오프라인 이벤트

한우자조금 홍보사업 중 오프라인 이벤트는 축제, 이벤트, 스포츠 행사 등 대규모 행사와의 연계를 통해 홍보 효과를 극대화하고 있다. 특히 소비 트렌드 변화에 대응하며 한우의 가치소비를 전파하고 긍정적인 이미지를 높이는 데 주력하고 있다. 이벤트 현장에서 홍보부스와 푸드트럭 등을 운영하며 소비자와 직접 만나고 있는 오프라인 이벤트는 언론 홍보와 연계되어 홍보 시너지도 높이고 있다.



아는 만큼 사랑하게 되는 한우!

한우자조금은 소비자들에게 친근하게 다가갈 수 있는 오프라인 이벤트를 기획해 ‘한우는 대한민국 국민과 함께한다’는 이미지를 구축하고 한우의 우수성을 홍보한다. 다양한 축제에 참가해 한우 홍보부스를 운영하고, 젊은 층이 선호하는 페스티벌, 스포츠 이벤트, 계절·여가활동을 테마로

한 시즌 이벤트, 외국인 관광객 및 어린이 대상 이벤트 등을 통해 다양한 계층의 소비자를 직접 만나고 있다. 오프라인 이벤트의 장점은 소비자를 직접 대면하며 적극적으로 홍보할 수 있다는 점. 한우 주 타깃층은 물론 잠재 소비층이 밀집된 현장에서 한우 맛 체험 및 한우의 우수성을 알림으로써 홍보 효과를 극대화하고 있다.

소비자의 긍정적 인식에 영향 미쳐

오프라인 이벤트에서는 한우에 대한 친근한 이미지와 호감도를 높이기 위해 한우 푸드트럭, 게임 이벤트, 포토존 운영 등 소비자의 눈높이에 맞는 홍보행사가 진행된다. 그중 즉석에서 바로 조리해 제공하는 한우 시식회는 오프라인 이벤트의 꽃이다. 한우 캐릭터가 랩핑되어 존재감을 뽐내는



한우 푸드트럭에서 채끝, 불고기 등 선호도 높은 부위를 먹기 좋게 조리해 제공한다. 축제의 현장에서 들뜬 마음으로 받아든 한우 한 조각은 대중의 머릿속에 행복한 기억으로 각인된다.

2019년 한우자조금 성과분석보고서에 따르면 ‘남산 한국의 맛 축제’, ‘에버랜드 Red&Grill 축제’, ‘미리 메리크리스마스 축제’ 이후 한우에 대한 인식이 긍정적으로 변화했다는 답변이 약 89%로 오프라인 이벤트 체험 이후 한우 섭취량이 증가했다는 비율이 76%에 달했다.

대규모 행사와의 연계로

홍보 시너지 극대화

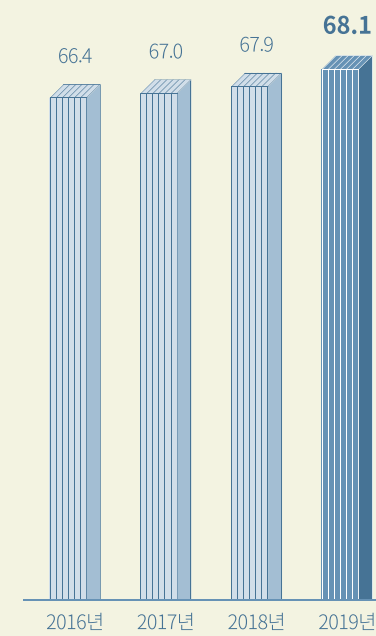
언론 연계 이벤트를 통한 언론과의 우호적인 관계 도모도 기대할 수 있다. 인지도 높은 행사나 축제 등에 참여함으로써 이슈가 생산되고, 언론 홍보 효과에도 시너지를 낸다. 최근에는 오프라인 이벤트에 카카오톡 플러스친구, 인스타그램 등의 SNS 온라인 홍보를 접목시키며 바이럴 확산을 유도하고 있다.

한편 오프라인 이벤트는 1년에 약 10회 내외로 진행되며, 한우 푸드트럭은 연중 운영된다. 경쟁입찰을 통해 오프라인 이벤트 협력사를 선정해 사업을 추진한다. 전년도부터 코로나19 확산을 방지하기 위해 숨을 고르는 시간을 가졌으나, 일부 행사에 대하여 거리두기 방역 지침을 준수하며 안전하게 소비자와 만나는 시간을 가지고 있다. 🍷



| 표 1 | 최근 주요 사업 추진 현황

연도	주요 사업
2017	2030 응원이벤트(2회) 한우로드 in Seoul 서울도심축제(4회) 한마음 마라톤 그린플러그드 서울 조이올파크 페스티벌 한우 동행 캠프페스티벌
2018	그린플러그드 서울, 동해(2회) 제주 해비치 아트페스티벌 한우 공감 캠프페스티벌 남산 한국의 맛 축제 자라섬 재즈페스티벌 미리 메리크리스마스 대축제
2019	서울동화축제 캠핑페스티벌 서울미트페어 남산 한국의 맛 축제 MBC 맥주축제 에버랜드 Red&Grill 축제 이태원 지구촌축제 미리 메리크리스마스 대축제

| 표 2 | 오프라인 이벤트 참여 후
한우 섭취량 변화

개량을 향한 믿음과 집념의 길

전남 영암 푸른농장 서승민 대표

어떠한 상황에서도 자신이 하는 일에 흔들리지 않으려면 굳센 신념이 필요하다. 1983년 한 마리의 소로 한우 사육을 시작한 전남 영암의 서승민 대표는 종자 개량에 대한 확고한 신념이 있었다.

눈앞의 이익을 좇기보다 좋은 암소로 다산을 하며 우수한 암소군 구성에 매달렸던 그. 사육 두수를 늘리기보다는 좋은 소 한 마리를 갖기 위해 노력했던 시간은 마침내 푸른농장을 전국에서 내로라하는 농장으로 만들었다.

일찍이 깨달았던 종자 개량의 중요성

전남 영암군 미암면에 자리한 푸른농장은 전국에서 우량암소(엘리트 카우) 보유량이 많기로 유명하다. 소들의 우람한 덩치와 늠름한 풍모는 한눈에도 종자가 빼어남을 알아볼 수 있게 한다. 이는 서승민 대표가 종자 개량에 매달려온 집념의 결과다. 서 대표가 종자 개량의 중요성을 인식한 건 1982년의 일이다.

“군에서 제대하고 우연히 책을 읽는데, ‘부지런한 농부가 재래종 돼지를 가지고 100근 만들기는 어려우나 게으른 농부가 신품종 돼지로 100근 만들기는 누워서 떡 먹기다’라는 글귀를 봤습니다. ‘이거다!’ 싶더군요. 그때부터 종자 개량을 마음먹고 1983년에 소 한 마리로 시작했습니다. 개량에 대한 전문성을 갖기 위해 1993년에는 인공 수정사 자격증도 취득했구요.”

서 대표는 보유하고 있는 암소 가운데 덩치가 큰 개체를 씨암소로 삼아 개량을 거듭했다. 다른 농장에서는 암소가 2~3산을 하고 나면 비육시켜 출하하는 게 일반적이었지만, 서 대표는 종자가 우수한 암소로 다산을 해 좋은 송아지를 확보하는 데 주력했다. 암소의 사육 개월령이 길어지면 출하 가격이 떨어지지만, 장기적으로는 농장에 우량 개체가 많아지는 방법이라 믿었다.

우수한 암소군 구성에 힘써온 지난 시간

푸른농장은 일곱 가지 지표를 기준으로 암소 선발과 도태를 진행한다. 이 중 네 가지는 서 대표가 판단하며, 세 가지는 외부 평가 자료를 근거로 삼는다. 서 대표가 파악하는 네 가지 기준은 성격, 유량, 모성애, 송아지 생시체중이다.



1, 2 — 소들이 자유롭게 노닐 수 있는
들판이 인상적인 푸른농장
3 — 서 대표가 30년 넘게 수기로
작성한 사육 노트



“암소의 성격이 얼마나 온순한가, 송아지를 낳고 얼마나 새끼를 잘 돌보는가, 유량과 육질이 얼마나 우수한가 등을 꼼꼼하게 따집니다. 개량을 진행하려면 암소의 형질을 파악하는 것이 무엇보다 중요합니다. 정액은 언제나 도입할 수 있지만 좋은 암소군을 조성하는 일은 단시일에 이루어지는 것이 아니기 때문입니다.”

서 대표는 암소가 우수한 유전 능력을 발휘할 수 있도록 끊임없이 개량에 매달렸다. 초기에는 체형을 키우는 방향으로 개량을 진행했고, 체형이 커진 후에는 육질이 우수한 방향을 접목했다. 육량과 육질이 고르게 나온 후부터는 등심단면적이나 근내지방도 등 세부적인 사항을 고려해 고급육을 생산하는 쪽으로 방향을 잡았다. 그 결과 서 대표는 2012년 전국한우능력평가대회에서 대통령상을 수상했고, 2019년에는 농림축산식품부장관상을 수상하는 등 총 4회의 수상 경력을 만들어냈다.

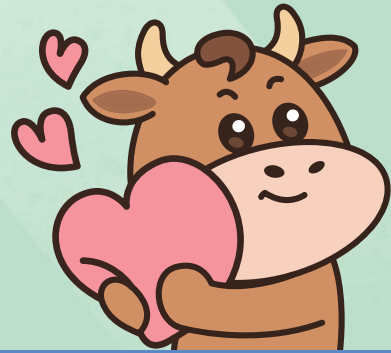
“비육농가들 사이에서 우리 농장에 대한 소문이 퍼지면서 주위 농가들로부터 분양 문의가 많아졌어요. 우리 농장에서 분양한 소들이 한우능력평가대회에서 입상하기도 했고요. 소를 키우면서 어려운 순간이 참 많았는데, ‘개량을 통해 한우가 얼마나 좋아질 수 있는지 제대로 보여준 사례’라는 평가를 받으면서 ‘내가 걸어온 길이 헛되지 않았구나’ 생각했습니다. 앞으로도 한우능력평가대회는 계속 출전하며 도전을 이어나갈 생각입니다.”

아름다운 농장에서 상생을 꿈꾸다

푸른농장은 소들이 튼튼하게 자라기에 더할 나위 없이 좋은 환경이 조성되어 있다. 서승민 대표가 정성 들여 가꾼 축사를 포함한 만여 평의 부지는 사계절 내내 멋진 풍광을 자랑한다. 이는 ‘아름다운 농장’을 일구고자 했던 서 대표의 집념에서 비롯되었다. 서 대표의 바람은 많은 농가와 함께 성장하는 것이다. 40년 동안 한길을 걸으며 한우 사육의 달인으로 평가받는 지금도 그가 교육과 학습에 매진하는 이유다. 서 대표는 1985년부터 작성해온 두꺼운 노트를 꺼내 들었다. 그 속에는 질병, 사양 관리 등 그가 한우를 사육하면서 겪었던 모든 경험들이 빼곡한 기록으로 남아 있다.

“인공수정사로 일하며 여러 농가를 다닙니다. 제 노하우를 전해 받고 소를 출품해 수상을 하거나 상위권에 들었다는 소식을 들었을 때 큰 보람을 느낍니다. 지난해 전국한우능력평가대회에서 대통령상 받은 소는 우리 농장에서 2008년에 분양했던 소의 손자였습니다. 푸른농장의 소 한 마리, 한 마리가 바로 제 자부심입니다.”

서 대표의 인생에서 한우는 도전을 멈추지 않게 하는 원동력이다. 40년이 지난 오늘도 서 대표는 소를 처음 기르기 시작했던 때의 초심을 갖고 축사를 향한다. 그의 도전은 앞으로 계속될 것이다. 🌱



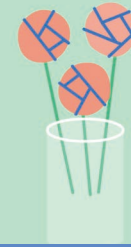
‘면역력’에는 한우! ‘기력 보충’에도 역시 한우!

한우 듬뿍 먹어요! 또 쓰러지지 말고!

SBS <모범택시> 4월 9·10·16·17·23·24·30일

억울한 피해자를 대신해 택시회사 무지개 운수가 복수를 벌이는 ‘사적 복수 대행극’으로 ‘사이다 드라마’라며 연일 화제를 모으고 있는 ‘SBS 금토 드라마 모범택시’에서 체력보충을 위해 한우를 즐기는 장면이 전파를 타며 시청자들의 군침을 자극했다. 이날 방송에서는 출연진들이 한자리에 모여 한우를 먹으며 “입에서 녹네 역시 한우”, “한우가 사람한테 그렇게 좋대요, 우리 같이 몸쓰는 사람한테” 등의 멘트로 한우의 맛과 효능을 표현했다. “옛날에 가족들 모이면 한우 먹

고 그랬잖아요, 어버이날, 어린이날에 가족들 모임 때마다”라는 말로 5월 가정의 달 한우 소비를 권장했다. ‘모범택시’ 한우먹방을 본 시청자들은 실시간 톡에서 “한우는 진리”, “한우 PPL이라면 언제든지 환영”, “나도 저 자리에 꺼서 같이 먹고 싶다” 등 긍정적인 반응이 쏟아졌다. 이후 메이킹 영상으로 공개된 한우먹방 현장은 조회수 26,794를 기록했다. 한편 모범택시는 최고 시청률 17.6%를 나타내며 적수 없는 금토 드라마로 사랑받고 있다.



4월 방송에서 만난 한우는 한우의 영양학적 우수성을 전파했다. 연일 높은 시청률 화제를 모으고 있는 주말드라마와 국민MC 유재석이 진행하는 예능프로그램 등에서 “봄철 기력 보충과 면역력에 좋은 한우”라는 메시지를 반복적으로 전달했다.

한우로 면역력과 건강을 선물합니다!

KBS2 <컴백홈> 4월 3·10·17·24일(총4회)

유재석이 진행하는 예능 프로그램 ‘컴백홈’에서 청춘들의 꿈을 응원하는 선물로 한우선물세트가 등장했다. 김종민, 문세윤이 등장한 2회차에서는 “요즘 같은 때는 면역력이 필요하다. 한우가 면역력에 좋다”는 유재석의 멘트와 함께 “한우로 면역력 강화하고 건강 챙기세요”라는 자막이 고지되었다. 3회에는 어르신들의 아이돌 송가인이 등장했다. “어르신들께 감사한 마음을 담아 준비한 선물”이라며 ‘한우농가의 진심이 담긴 면역력에 좋은 한우 선물세트’를 증정했다. 비와 선미가 출연한 4회에서는 “봄철에 기력 보충을 잘해야 한다. 청춘들의 건강과 꿈을 응원하기 위해 면역력에 좋은 한우를 선물한다”는 메시지를 내보냈다.

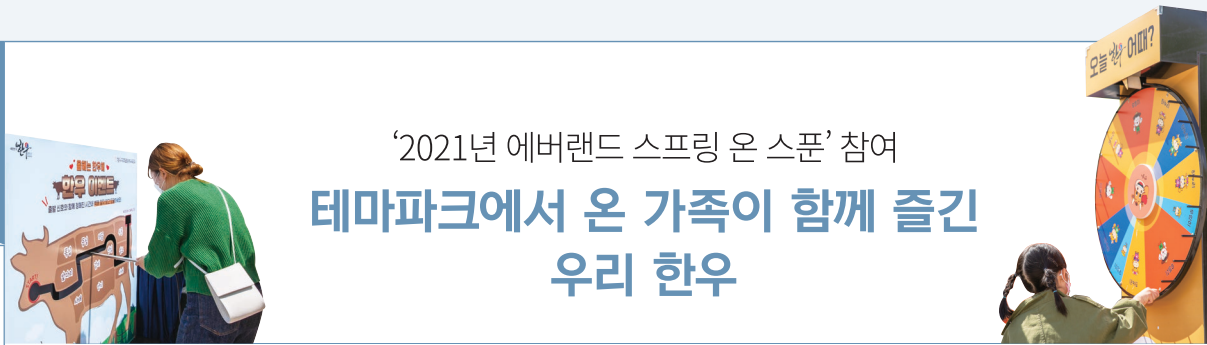


지구상에서 가장 좋은 고기로 만드는 라면?

네이버 NOW <밥아저씨 세윤씨(디지털)> 4월 10·11일

프로먹방러 개그맨 문세윤이 진행하는 네이버 NOW ‘밥아저씨 세윤씨’에 한우가 등장했다. 이날 방송에서는 ‘한류스타를 꿈꾸는 K-푸드 한우’, ‘여행 전문가들이 뽑은 10대 여행 관심사(10 Best Interests)에 뽑힌 한우’, ‘왜 한우가 지구상에서 가장 좋은 고기인지’ 등의 USA투데이의 기사 내용을 재미있게 전달했다. 한우 등심, 치마살, 업진살, 채끝, 앞다리살 등의 한우 부위별 설명 타임을 가진 후 전문가 자문단 엄유희 교수가 출연해 한우와 라면의 콜라보 레시피 ‘한우불고기라면’을 만들어서 시식하는 시간을 가졌다. 문세윤은 이날 방송에서 한우 앞다리살 1+이 100g 기준으로 4,000~6,000원이라는 소비 유도 멘트와 함께 “우리 한우 많이 사랑합시다!”라고 외치기도 했다.





‘2021년 에버랜드 스프링 온 스푼’ 참여 테마파크에서 온 가족이 함께 즐긴 우리 한우

한우자조금이 지난 5월 2일부터 5일까지 4일간 경기도 용인 에버랜드에서 열린 ‘2021년 에버랜드 스프링 온 스푼(Spring On Spoon)’에 참여했다.

이번 행사는 가정의 달을 맞아 시민들이 우리 한우를 즐겁고 안전하게 체험하고, 한우와 함께 행복한 추억을 만들길 바라며 기획되었다.

‘스프링 온 스푼’ 행사장 가장 앞쪽에 차려진 한우자조금 행사 부스의 존재감은 관람객들의 시선을 사로잡기에 충분했다. ‘올해는 한우해’임을 홍보하는 주황색 ‘**한우 푸드트럭**’과 ‘**한우요리체험부스**’를 비롯해서 게임을 통해 한우 관련 경품을 획득할 수 있는 ‘**이벤트존**’, 귀여운 한우 조형물로 이루어진 ‘**포토존**’은 특히나 가정의 달을 맞아 아이들과 함께 방문한 가족 단위의 관람객들에게 큰 호응을 얻었다.

‘**한우 푸드트럭**’에서는 한우자조금과 ‘카카오톡 플러스 친구’를 맺은 관람객에게 한우 채끝과 불고기 부위 시식



권을 증정하는 행사를 진행했다. 푸드트럭에 적힌 글씨를 큰 소리로 읽어본 아이가 “엄마, 올해가 왜 한우해야?”라고 물으니, “2021년은 소띠 해인데 우리나라 소는 한우니까 한우해가 맞다”고 대답하는 모습에서 푸드트럭의 캠페인 홍보 효과를 느낄 수 있었다.

‘**한우요리체험부스**’에서는 한우자조금의 인스타그램을 팔로우하고 한우 행사 부스 또는 포토존에서 찍은 ‘인증샷’을 #한우자조금 #한우유명한곳 #에버랜드 등의 해시태그와 함께 공유하면 ‘한우 봄 샐러드’를 맛볼 수 있는 이벤트를 진행했다. 카카오톡, 인스타그램 등의 SNS를 활용한 홍보 활동을 연계해 바이럴 확산과 한우에 대한 고객들의 지속적인 관심을 유발하고 있다.

‘**이벤트 존**’에서는 참여자가 금속 막대를 한우 모양의 미로 벽에 넣고 접촉 없이 통과하는 ‘한우스파크미로게임’과 한우 캐릭터에 따라 선물이 결정되는 ‘한우롤레이벤트’가 진행되었다.

한우자조금 관계자는 “올해는 ‘한우해’인 만큼 한우가 소비자에게 더욱 가깝게 다가가기 위한 노력을 이어가겠다”며 “행사기간 동안 마스크와 페이스쉴드 착용 및 손소독제 비치, 일회용 비닐장갑 착용과 함께 참여자 간 거리두기, 대기 공간 내 취식 금지, 수용 인원 제한 등 코로나19 방역지침을 철저히 준수해서 진행했으며, 관람객들의 협조와 호응 속에 안전하게 행사를 마쳤다”고 밝혔다. 🍗

가정의 달 맞이 한우 할인행사 진행 전국 734개소 마트에서 부담없이 ‘한우해!’



한우자조금이 5월 가정의 달을 맞이하여 ‘2021년 가정의 달 맞이 한우할인판매 행사’를 진행했다. 이번 할인행사는 가정의 달을 맞아 소비자들이 부담없이 한우고기를 즐길 수 있는 분위기를 조성하기 위해 준비했다.

민경천 위원장은 “코로나19 확산으로 지친 가족과 함께 한우를 즐기고 서로에게 마음도 전할 수 있도록 한우 농가가 직접 나서 이번 행사를 기획하게 됐다”며 “가정의 달을 맞아 더욱 많은 소비자들이 우리 한우를 부담 없는 가격에 즐길 수 있길 바란다”라고 말했다.

전국 동시다발적인 할인판매행사를 통해 한우고기 소비를 촉진하고 한우가격 안정에 기여하기 위한 이번 행사는 한우자조금이 주최하고 전국한우협회, 농협경제지주가 주관한다.

판매 품목은 한우 등심, 안심, 채끝, 불고기, 국거리, 곰거리이며, 이마트, 홈플러스, 롯데마트, 농협유통 등 전국 총 734개소에서 할인된 가격에 다양한 부위의 한우를 구입할 수 있다. 구이·정육 부위는 4월 28일부터 5월 11일까지 14일간, 곰거리는 4월 28일부터 5월 28일까지 31일간 진행한다. 부위별 할인율은 등심·안심·채끝은 20%, 불고기·국거리는 30%이며 곰거리는 59%~67%까지다.

농협계통매장, 대형유통점, 온라인판매업체, 한우협동조합, 한우영농조합법인 등이 참여했다. <표 참조>

자세한 판매처와 할인율은 한우자조금관리위원회(www.hanwooboard.or.kr) 홈페이지에서 확인할 수 있다. 🍗

표 | 2021년 가정의 달 한우 할인판매 행사 참여 업체

참여 업체		참여 지점 수
대형마트	이마트	전점(137개소)
	홈플러스	전점(139개소)
	롯데마트	전점(111개소)
	서원유통	전점(75개소)
	SSG.COM	온라인 판매점
한우영농조합법인	전국한우협회 한우먹는날	
	완주한우협동조합	
	여수한우협회 직영판매장	
	암소마을정육점	
	의성서부한우회	
	마늘소영농조합법인	
	영농조합법인 영주선비촌한우	
농협유통 및 농·축협 매장		전국 236개소

2021년 제 3차 한우자조금 관리위원회 개최 사업 및 예산심의 소위원회 등 구성

한우자조금은 지난 4월 27일 대전 관리위원회 KT인재개발원 제2연수관에서 2021년 제3차 관리위원회를 진행했다. 제5기 한우자조금관리위원회를 이끌 관리위원들이 처음 한자리에 모인 이번 회의에는 관리위원 24명 중 21명이 참석하여 성원되었다. 본격적인 관리위원회가 시작되기 전 제5기 관리위원 당선증 교부식이 함께 열렸다. 먼저 △농림축산식품부 승인 2021년 한우자조금 사업 계획 및 예산 보고 △2021년 한우자조금 조성 및 운용 실적 △2021년 한우자조금 주요사업 추진실적 및 계획 △2021년 제2차 한우자조금 관리위원회 건의사항 조치 결과에 대한 보고를 진행했다.



이어서 부위원장 선출과 함께 사업 및 예산심의 소위원회 구성 등 제5기 한우자조금관리위원회 운영을 위한 조직 구성을 마무리지었다.

선출직 인사위원은 김정일(경기 김포), 홍순경(전북 정읍), 우병국(경북 예천)이 각각 선출됐으며, 사업 및 예산심의 소위원회는 이상혁(강원 원주), 이종범(충북 청주), 김호상(충남 금산), 김대중(전북 부안), 고재국(전남 장흥), 류경효(경북 칠곡), 노우현(경남 함양) 관리위원으로 구성됐다. 또한 규정개정위원회는 이병오(강원대 명예교수), 우문수(강원 춘천), 이지훈(충남 홍성), 김동구(전남 영암), 서진동(경북 군위), 이영철(경북 경주), 한기웅(경남 진주) 관리위원이 선임됐다.

이날 관리위원회에서는 김삼주 전국한우협회장은 “한마음 한뜻으로 현안을 타개하자”라고 강조했으며, 정인철 대의위원회 의장은 “한우가 환경오염의 주범이라는 잘못된 인식을 개선해야한다”면서 “한우산업은 지구를 살리는 산업이라는 인식 전환이 필요하다”고 말했다.

이에 민경천 관리위원장은 “한우산업이 녹록지 않다. 전후방 산업 전체가 어려운 상황”이라며, “한우산업의 위기를 극복하기 위해 현안에 대해 함께 고민하고 같이 한목소리를 내달라”고 호소했다.

또한 기타 논의에서는 관리위원들의 한우자조금의 발전적 방향과 한우산업의 미래에 대한 심도깊은 토론이 진행되기도 했다. 🍌

학생 대상 한우요리 체험 실시 요리 꿈나무들의 독창적 레시피가 미래 자산



한우자조금은 미래의 요리 꿈나무인 조리 전공 고교·대학생을 대상으로 한우고기 요리 체험을 진행하고 있다.

우리 한우의 우수성을 예비 외식조리인에게 알리고 레시피를 발굴하기 위한 이 사업은 해를 거듭할수록 학생들의 참여와 호응도가 높아지고 있다.

올해는 지난 3월 25일 서울현대직업전문학교를 시작으로 부천대, 상록호텔조리직업전문학교, 극동대, 제주고, 한국폴리텍대, 호원대, 충북도립대, 제주 한라대, 세계쿠킹베이커리 등 전국 30여개의 조리 전공 학생 900여명이 참여한다.

4월 23일 한국폴리텍대학 서울강서캠퍼스에서 열린 한우요리 체험 현장도 학생들의 열기로 뜨거웠다.

이날 격려 차 현장을 찾은 민경천 한우자조금관리위원장은 “미래의 잠재고객인 조리전공 학생들에게 한우고기의 우수성과 차별화된 이미지를 각인시키기 위해 매년 이 사업을 실시하고 있다”며 “여러분들과 같은 미래의 요리인들이 만드는 독창적 레시피는 우리 한우농가의 자산”이라

고 응원의 메시지를 전했다.

또한 한우자조금 사업 소개와 한우의 우수성을 설명하는 ‘백미한우’ 강의를 통해 학생들에게 한우의 의미와 장점을 전달했다. 그 후 안용기 지도교수의 지휘 아래 학생들이 준비한 레시피에 맞게 한우 설도 부위가 배분됐다. 설도 부위 중 불고기, 스테이크 등 구이 요리를 준비한 학생들에게는 부드럽고 풍미가 좋은 보쌈살, 찜이나 스투 요리를 준비한 학생들에게는 도가나살이 주어졌다.

요리를 시작한 학생들은 각자가 준비한 실력을 백분 발휘하기 위해 온 신경을 집중하는 모습을 보였다. 그 결과 카르보나라 큐브스테이크, 라즈베리 소고기 말이, 메쉬드 포테이토를 곁들인 육초밥 등 한식과 양식, 일식을 넘나드는 독창적인 요리들이 완성됐다.

한국폴리텍대학 외식조리과 최훈홍 과대표는 “평소에 자주 접해보지 않은 부위로 새로운 시도를 해볼 수 있어서 즐거웠다. 앞으로도 한식 재료와 한우고기를 조합해 대한민국을 대표하는 요리를 만들어보고 싶다”고 소감을 전했다. 안용기 지도교수는 “학생들이 좋은 한우고기를 취급할 기회가 많지 않다. 요리사로의 성장에 큰 도움이 될 것”이라고 전했다. 🍌



2021년 전문지 기자 간담회 개최 한우 가격 안정화에 집중할 것



한우자조금은 지난 4월 21일 서울 서초구 한우자조금 사무국에서 전문지 기자간담회를 열고 올 한 해 주요사업 계획에 대한 소개와 함께 한우산업 안정화 방안을 공유하는 시간을 가졌다.

이번 간담회는 △2021년 한우산업 환경 △2021년 한우자조금 사업목표 및 기본 방향 △가정의 달 맛이 주요 행사와 이를 알리기 위한 다양한 홍보방안에 대한 언론인들의 관심을 유도하는 뜻깊은 자리였다.

민경천 위원장은 기자들에게 “올해 효과적 한우고기 홍보를 통해 한우가격 안정을 도모하는데 최우선 목표를 두고 있다”고 설명했다. 이를 위해 유통환경 변화에 따른 다양한 소비활동을 지원하는 한편, 한우의 생산성 향상과 환경규제에 대한 대응을 강화해 나갈 계획이다.

한편 민 위원장은 한우고기 가격이 높은 수준을 유지하는 상황에서 소비자의 부담을 줄여나갈 수 있는 홍보 및 유통사업을 마련하고 있음을 밝히며 4월 28일부터 진행될 가정의 달 맛이 한우할인판매행사에 대하여 “그 동안 할인판매 기간이 짧았던 것에 대한 소비자들의 불만이 적지 않았다. 올해는 할인판매 기간을 최대한 늘려 잡았다. 코로나로 인해 힘겨워하는 우리 국민들이 할인판매행사와 각종 이벤트를 통해 조금이나마 위로를 받고, 가정의 화목을 지키는 5월이 되시길 바란다”고 말했다.

한우산업 안정화 방안에 대해서는 한우산업 파이를 키우고 규모를 확대해 한우고기 자급률을 높이는데 주력해 나갈 계획임을 밝혔다.

민 위원장은 “한우사육두수를 감축하는 등 산업의 규모를 줄이면서 가격 안정을 도모하는 부분엔 찬성하기 어렵다. 사육두수를 크게 줄여 한우고기 가격이 천정부지로 솟으면 과연 한우고기가 소비자들에게 지속적인 사랑을 받을 수 있겠는가”라면서 “한우 생산성 향상을 통해 정육량을 증가시킬 경우, 한우고기 가격이 하락하여도 한우농가들은 한우고기 가격 하락 이전과 같은 수익을 어느정도 보장받을 수 있으며, 가격 하락에 따라 한우고기 소비량이 증가되면 결국 자급률이 높아져 한우산업에 도움이 될 것”이라고 말하며, 2023년 수입육의 관세 제로화가 예정된 상황에서 수입육에 대비한 한우의 가격 경쟁력을 갖추는게 급선무라며 이 같이 강조했다. 🍷

가정의 달 맛이 풍성한 비대면 이벤트 진행 한우 감사 카드로 사랑을 나누소 / 나만알기아깝소 2차 이벤트

한우자조금관리위원회는 가정의 달 맛이 감사의 마음을 한우 캐릭터 gif 카드로 전하는 ‘한우 감사 카드로 사랑을 나누소’ 이벤트를 진행한다. 4월 26일부터 5월 23일까지 진행되는 이번 이벤트는 ‘한우유명한곳(www.hanwoobest.com)’ 홈페이지를 통해 만날 수 있다.

감사 카드는 어버이날, 스승의날, 부부의날 세 가지로 구성되어 있다. ‘어버이날 한우해 부모님 사랑합니다’, ‘스승의 날 한우해 스승의 은혜, 감사합니다’ ‘부부의 날 한우해 당신은 나에게 가장 큰 선물입니다’라는 메시지가 적힌 gif파일을 다운로드해서 문자, 메신저, SNS 등을 활용하여 가족, 선생님께 마음을 전할 수 있도록 제작했다.

또한 마음을 전한 감사카드 캡처 화면을 한우 감사카드 이벤트 페이지에 업로드하면, 추첨을 통해 5만 원 상당의 한우 선물 세트, 한우 먹는 날 한우 양공탕, 롯데리아 한우 불고기 세트를 선물로 준다. 당첨자 발표는 5월 31일이며 자세한 이벤트 참여 방법 및 당첨자는 한우유명한곳 홈페이지에서 확인할 수 있다.

또한 혼자 알기 아까운 한우 맛집을 추천하는 이벤트인 ‘나만알기아깝소’ 2차 이벤트도 진행될 예정이다.

한우 맛집 추천 이벤트를 통해 소비자의 요구에 부합되는 한우 맛집과 우리한우판매점 정보를 전달하고 소비자들과의 직접 소통을 통해 코로나로 위축된 한우식당을 활성화하고, 한우 소비를 촉진하기 위해 마련된 이번 나만알기아깝소 2차 이벤트는 5월 10일부터 6월 6일까지 진행된다.

한편 지난 3월 22일부터 4월 25일까지 진행된 나만알기아깝소 1차 이벤트는 총 387명이 참여하며 성황리에 마무리됐다. 🍷



전국한우협회, 희망브리지와 업무 협약

재난취약계층 함께 지원하기로

전국한우협회는 지난 4월 28일 전국재해구호협회(회장 송필호)와 업무협약을 맺고, 함께 재난 취약계층을 돕기로 했다. 이번 업무협약은 전국한우협회가 기부하는 현금이나 현물을 희망브리지가 재난 취약계층, 구호업무 종사자 등에게 전달하는 것을 뼈대로 한다. 이날 업무협약과 함께 전국한우협회는 코로나 의료진 및 재난취약계층 지원을 위한 사랑의 한우곰탕(5천만원 상당)도 희망브리지에 전달했다. 전국한우협회 김삼주 협회장은 “한우농가들이 십시일반으로 모은 작은 정성이 재난구호 현장, 재난취약계층 등에 유용하게 쓰이기 바란다”고 말했다. 희망브리지 송필호 회장은 “전국한우협회는 평소에도 적극적으로 사회공헌활동을 펼쳐온 단체”라며 “도움이 필요한 곳, 응원이 필요한 곳에 한우를 전할 수 있게 돼 기쁘다”고 밝혔다.

희망브리지 전국재해구호협회는 1961년 전국의 신문사와 방송사, 사회단체가 힘을 모아 설립한 국내 자연재해 피해 구호금을 지원할 수 있는 유일한 법정 구호단체다. 



‘광우병 발생’ 유럽산 쇠고기 수입 반대 성명

자국산업 보호 위한 대책 마련 촉구

정부가 유럽산 쇠고기의 수입을 연이어 추진하는 가운데 전국한우협회가 광우병 위험이 해소되지 않은 유럽산 쇠고기의 수입 재개에 앞서 자국산업 보호를 위한 대책부터 마련할 것으로 촉구했다. 전국한우협회는 “프랑스는 2016년 3월, 아일랜드는 2020년 5월 원인불명의 광우병이 발생했다. 또 스페인에서도 올 1월 광우병이 발생해 현재 조사가 진행 중”이라며 “OIE(국제수역사무국)는 프랑스와 아일랜드를 광우병 위험통제국으로, 광우병 위험물질 등으로 발병 위험성이 상존하는 국가로 구분하고 있다”고 설명했다. 이처럼 유럽 내 광우병 위험성은 해소되지 않았지만 정부는 수입을 추진하고 있다며 한우협회는 강하게 비판했다. 또 국민건강을 위협할 수 있는 유럽산 쇠고기를 수입할 경우 한우 도매가격 하락, 한우산업 생산액 감소 등 한우산업에 많은 피해가 발생할 수 있어 한우협회는 선대책 후 수입여부 검토를 요구했지만 정부는 뚜렷한 대책을 마련하지 않고 있다고 지적했다.

전국한우협회 김삼주 회장은 “식량안보와 식량주권의 중요성은 나날이 부각되고 있지만 자국산업 보호대책 없이 국민건강마저 등한시하고 수입을 늘려가고 있는 정부 태도에 분노를 금할 수 없다”며 “농식품부는 유럽의 광우병 위험성이 사라질 때까지 수입재개를 전면 보류하고 자국산업 보호 정책을 먼저 수립하라”고 요구했다. 또 “아무런 대책 없이 수입절차를 강행할 경우 대정부 투쟁도 불사하지 않을 것”이라고 덧붙였다. 

축산 사고유형과 예방법

방심하지 않는 것이 가장 큰 예방!

축산환경에서 발생하는 다수의 사고들이 한순간의 방심과 안전 불감증으로 일어난다.
안전부주의를 경계하고 언제든지 사고가 발생할 수 있다는 의식의 전환이 안전사고 예방의 시작이다.

출처 국립축산과학원

#사고 유형1 넘어짐 사고	#사고 유형2 배합기 관련 사고	#사고 유형3 황화수소 중독 사고
 농작업 특성상 진흙 바닥, 경사진 농로, 분뇨로 인한 미끄러운 바닥 등이 주된 원인이며, 특히 여성과 고령자일수록 사고 발생 확률이 높다. 가장 흔한 사고이지만 고령 축산인에게는 치명적이다. ↓ 미끄럽고 젖은 바닥과 경사로 등 작업 환경을 점검한다. 마찰력이 높은 작업화를 착용하고 축사 내부는 환풍을 통해 물기를 제거한다. 이동통로의 상시적인 정리정돈과 평탄화 작업, 장애물 제거 등의 유지보수를 철저히 해야 한다.	 사료 배합기 내부에서 회전하는 교반기가 걸려서 움직이지 않을 때 손을 집어 넣었다가 혈령한 옷이나 장갑 등이 끌려 들어가며 손과 팔에 부상을 입을 수 있다. ↓ 작업 시 소매가 혈령한 옷이나 장갑을 착용하지 말아야 하고, 되도록 시중에 판매하는 절단 방지 장갑을 착용해야 한다. 또 손 대신 활용할 수 있는 도구 등을 배합기 근처 눈에 띄는 장소에 비치해 작업자가 쉽게 도구를 찾아 사용할 수 있는 환경을 조성해야 한다.	 분뇨처리장에서 발생하는 황화수소로 인하여 사망사고가 발생할 수 있다. 황화수소는 달걀 썩는 냄새가 나기 때문에 냄새가 안 날 경우 황화수소 농도가 낮은 것으로 생각해 방심할 수 있다. ↓ 펌프 작업 때와 같이 황화수소의 농도가 매우 높을 때에는 코가 순간적으로 마비되어 냄새를 못 맡을 수 있기 때문에 분뇨처리장에 들어갈 때에는 반드시 황화수소 농도를 미리 확인하고 분뇨처리장 부피의 5배 이상의 공기를 환기한 후에 들어가야 한다. 

임신우 사양관리 방법

✓ **급여량의 20~30% 정도 증량 급여**

✓ **비타민 및 미네랄 추가 급여**

✓ **운동과 일광욕으로 체내 비타민 D 합성**

임신우 사양관리는 분만 전 2~3개월 전의 사양관리를 뜻한다. 이 시기는 태아의 성장이 급격해지는 시기로서 태아의 성장률이 약 70% 정도에 이를 정도로 성장곡선이 급경사를 이루게 된다. 따라서 이때는 어미소가 영양소 재분배를 통하여 태아의 성장을 유도하기에는 역부족인 상태를 만들게 되므로 지금까지 급여하여 오던 급여량의 20~30% 정도를 증량 급여해야 정상적인 송아지를 출생할 수 있고 송아지의 생시체중이 증가함으로 하여 육성률이 높아진다. 번식우가 섭취한 사료에서 수분을 제거한 중량을 건물섭취량(DMI)이라 하면, 영양충족도를 확인하는 중요한 지표가 된다. 만약 임신과 수유시는 건물섭취량과 요구량이 더 늘어난다. <표1>은 한우 사양표준에서 임신과 수유시 유지요구량에서 더해주어야 할 영양소를 표시하고 있다.

표1 유지요구량에서 임신말기에 추가해 주어야하는 에너지 및 영양소 요구량					
대사 에너지 ME (Mcal)	가소화 에너지 DE (Mcal)	가소화 영양소 총량 TDN (kg)	조단백질 CP (g)	칼슘 Ca (g)	인 P (g)
2.71	3.30	0.75	166	13.7	4.5

임신우가 분만 2주 전에 이르게 되면 주로 초임우에게 분만직전까지 농후사료 양을 늘려주는 것이 좋은데 그 이유는 유선이 발달하지 않은 초임우의 비유량을 증가시킬 수 있기 때문이다. 또한 분만 2주 전에는 가급적 베타카로틴(β -carotene)이 다량 함유된 사료를 급여하여 분만 후 조기 자궁회복과 이로 인한 발정촉진으로 번식기간을 단축할 수 있는 효과를 볼 수 있는데 비타민 및 미네랄을 추가 급여하는 것도 한 방법이다.

표2 수유중 유지요구량에서 추가해 주어야할 에너지 및 영양소 요구량					
대사 에너지 ME (Mcal)	가소화 에너지 DE (Mcal)	가소화 영양소 총량 TDN (kg)	조단백질 CP (g)	칼슘 Ca (g)	인 P (g)
1.31	1.59	0.36	66	2.5	1.1

포유중인 어미소의 영양소 요구량은 분만직전 수준과 동일하게 급여하는 것이 좋다. 왜냐하면 분만직후 어미소의 자궁의 회복을 빠르게 하고, 비유로 인한 영양소 소요량을 충족할 수 있기 때문이다. 분만우에 대한 주요한 일반관리사항은 첫째는 적절한 영양수준을 유지해 주는 것이고 둘째는 운동과 일광욕을 통하여 체내에 비타민 D를 합성하여 이용할 수 있도록 유도하고, 혈액순환을 촉진하고 번식우의 자궁회복을 촉진시켜 주며 발정재귀일을 단축시키는 것이다.

영양소가 번식능력에 미치는 영향

에너지 관련 영양소(탄수화물, 단백질, 비타민, 무기질 등)의 급여 수준은 번식우의 번식능력에 크게 영향을 미친다.

① **영양소 급여 수준이 난소에 직접적인 영향**을 미치는 것으로서 난소의 생식세포와 내분비계에 직접적으로 영향을 미치는 것을 말한다. 이것은 뇌하수체 성선자극호르몬에 반응하는 내분비세포의 기능에 영향을 미치며, 이로 인하여 성호르몬의 분비에 영향을 미친다. 영양수준이 저영양일 경우 난소의 황체에서 분비되는 프로게스테론의 분비량이 감소하여 번식률이 저하되는 악영향을 가져오는 것도 이 때문이다.

② **영양수준이 성선자극호르몬의 분비에 영향**을 미치는 것으로서 뇌하수체의 성선자극호르몬의 분비 능력을 조절하며, 성선자극호르몬에 의하여 뇌하수체의 기능을 조절한다.

③ **호르몬의 혈중대사에 영향**을 미치는 것으로서, 영양적인 스트레스를 받을 경우 스테로이드 대사의 주된 기관인 간에 공급되는 혈액의 양이 감소하여 혈중 호르몬농도를 감소시키지 못함으로써 번식능력을 조절하는 능력을 상실하여 결과적으로 난소에 영향을 미쳐 난소낭종 등 다발성 증상을 초래한다.

실제 급여량 계산

우선 체크 항목은 건물섭취량(DMI)과 에너지 수준(TDN)이다. 건물섭취량(DMI)이 적으면 공복스트레스의 원인이 되고, 반대로 너무 높으면 소가 먹지 못할 가능성이 있다. 그리고 에너지 수준(TDN)은 에너지 충족의 지표가 된다. 가장 단순하게 볶짚을 급여하는 경우를 생각하여 보자. 건 볶짚 사료성분을 건물 85%(수분 15%) 건물중의 에너지

수준(TDN) 35%로 가정하고 한우의 체중은 500kg의 유지요구량을 살펴보면 500kg에 필요한 에너지 수준(TDN)은 2.51kg으로 되어 있다.

볶짚 5kg를 급여하고 있다면 건물로 4.25kg를 급여하고 있다. 요구량을 살펴보면 5.57kg이 필요한데 건물 총족율은 $4.25/5.57=76\%$ 충족되며, 건물섭취량(DMI) 4.25kg 중에서 볶짚의 에너지 수준(TDN) 농도는 35% 이므로 에너지 수준(TDN) 섭취량은 $1.485\text{kg}(4.25 \times 35\%)$ 이 된다.

이론상의 에너지 수준(TDN) 필요량은 2.51kg인데 $1.485\text{kg} \div 2.51\text{kg} \times 100=59.1\%$ 충족율이 된다. 나머지의 경우 위 계산과 같이 배합사료 급여량을 결정할 수 있는데 번식우 배합사료의 경우 통상적으로 에너지 수준(TDN) 68~70% 수준으로 수분은 10~12% 수준이다.

먼저 모자라는 건물섭취량이 15% 수준이면 5.57kg의 15%수준은 1~1.5kg 건물을 충족하면 되는데 실제 급여량은 1.6kg 급여 수준이 된다($1.5 \div 0.9$ (배합사료 건물%) 이후 이 건물섭취량으로 TDN 총족율을 살펴보면 $1.5 \times 68\%=1.02\text{kg}$ 의 총공급되는 에너지 수준(TDN)은 1.485(볶짚)+1.02=2.5kg 공급 유지요구량 수준을 충족한다.

이런 식으로 단백질 공급량도 계산하면 된다. 사료설계에서 농장의 번식우 신체 총실 지수(바디 컨디션 스코어)나 체중에 변동이 없다면 이 계산은 영양상태를 반영하고 있다는 것이 되며 신체 총실 지수(바디 컨디션 스코어)가 저하경향이라면 이 농장의 번식우에 있어서는 에너지 수준(TDN)이 부족하다. 즉 에너지 수준(TDN) 총족율은 100% 이상 필요하다는 것이 된다.

또한 소가 사료 섭취 후에 천천히 반추하고 있다고 하면 이 설계의 건물섭취량(DMI)은 맞을지도 모르나 허물리기, 기동할기 등이 나타나면 이 농장의 번식우는 건물섭취량(DMI)이 부족하다는 증거이다.  **GMD컨설팅 김종하 상무**

최근 한우가격 상승과 더불어 한우 사육 규모가 심상치 않다. 한우 사육 마릿수 흐름의 특징을 살펴보면 일정한 주기를 가지고 증감을 반복한다는 점이다. 특히, 암소 숫자와 전체 사육 마릿수는 늘 궤적을 함께 한다. 지난 2017년을 저점으로 이후 한우 사육 마릿수가 지속적인 증가세이다. 소의 해인 2021년은 사육 마릿수 증가국면의 6년 차에 접어든다. 2020년 12월 말 기준 사육 마릿수가 320만 마리를 넘어서

면서 가임암소 또한 152만 마리까지 차곡차곡 쌓여가고 있다. 이는 향후 시장의 방향이 어떠한 것인지에 대한 궁금증과 더불어 불안감을 야기하고 있다.

올해 초에는 한우 농가들의 문의가 매우 빈번하였다. ‘언제 한우 가격이 조정을 받을 것이냐?’ ‘소는 언제 출하해야 하느냐?’ ‘사료비도 오른다는데 걱정이 많이 된다’ 등등의 말씀들을 털어놓으신다. 게다가 우리 축산업은 환경문제, 탄소중립, 지역 공간계획에서의 소외 등 산업 진흥에 불리한 요소들에 직면해 있다. 대외적인 환경변화와 사육 마릿수 증가세, 그리고 곡물 가격 급등에 따른 사료비 인상 압박 등 한우 농가 입장에서는 삼중고(三重苦)가 예상되는 상황이다.

코로나19라는 특수한 상황은 여전히 현재 진행형이다. 한우 가격이 높게 형성되는 원인을 대변이라도 하듯, 최근 한우자 조금 소비자 조사 결과에서는 700만 원 이상 소득계층에서의 한우 소비가 코로나 이전보다 늘어난 것으로 조사되었다. 이는 소득이 높은 계층에서 한우고기를 더 먹었다는 의미다. 일부에서 주장하는 재난지원금 지급의 소비 증가 효과 또한 배제할 수 없다. 한우자조금의 지속적인 소비촉진 활동 또한 한우고기 소비를 일정 수준 떠받치는 역할을 해 왔다.

이러한 반사이익 즉 추가적인 수요가 겹치면 다음은 온전히 공급 측면이 가격을 좌우할 것이다. 소비자는 기본적으로 예산 제약선 하에서 재화를 선택한다. 최근 들어 국내 여행 수요도 증가하고 있다. 코로나 백신과 관련하여 집단면역이 형성된다면 보다 자유로운 움직임이 가능해지리라 본다. 그러하면 해외여행 또한 머지않아 규모가 늘어날 것이란 그림이 그려진다. 그동안 주머니 여력이 풍부해진 고소득층은 해외

로 움직일 개연성이 높다. 이는 한우고기 소비량에 영향을 미칠 수 있을 것이다. 결국 소비자의 마음은 어디로 움직일지 모르는 갈대와 같은 것이다.

사육 마릿수가 늘어나더라도 한우 소비층을 보다 두텁게 하면 되는 것 아니냐? 그러나 현실적으로 소비 저변 확대가 쉽지 않은 않다. 소비자의 눈높이 즉, 가격에 대한 저항이 큰 것은 주지의 사실이다. 한우고기 수출을 보다 확대하는 방안도 모색할 필요는 있으나 이는 국가 간 교역이라 진척이 느리다.

우리가 지난 2011년 이후 불황을 겪으면서 얻은 교훈은 선제적이고 자율적인 수급 조절이었다. 불행하게도 지금까지 이런 사례가 만들어진 경험이 없다. 과거 우

리는 한우산업의 미래에 대해 수동적인 태도로 접근했다면 규모화, 전업화, 과학화된 현재는 사전에 능동적으로 수급에 대응할 수 있는 토대가 마련되었다. 규모화된 농가들의 민첩한 시장 반응은 지속 가능한 한우산업에 득이 될 것이다. 한우 가격이 받쳐주면서 어느 정도 일정 소득을 창출하고 있는 시기에 암소를 미리미리 정리한다면 장기적으로 한우가격 움직임의 변동성을 줄이고 경제적으로 이익을 도모할 수 있는 영농이 가능해지리라 본다. 🍀



한우 소비 상황과 향후 대응

한국농촌경제연구원
농업관측본부
축산관측팀
이형우팀장

2021년 4월 한우 시황

사육 마릿수 증가에 따른
도매가격 전년 대비 하락 전망

한우가격 및 출하 동향

구분		2018년	2019년	2020년	2019년	2020년	2021년	
					4월	4월	3월	4월
도축두수(두)		736,363	765,328	762,746	58,415	61,425	57,079	62,517
경매두수(두)		378,120	403,449	410,849	34,566	34,684	31,205	34,324
도매시장 경락가격 (원/kg)	평균	17,772	17,965	17,772	17,432	19,748	20,427	20,926
	거세	18,735	19,116	21,241	19,097	21,526	21,967	22,882
	비거세	12,813	13,439	13,386	13,079	14,044	13,670	13,684
가축시장 거래가격 (천원/두)	송아지	암소		5,659	5,645	6,103	5,594	5,885
		암		3,130	2,830	3,415	3,186	3,234
	수	수		3,857	3,434	4,268	3,810	4,193
소매가격 (1등급/kg)	등심		81,550	83,250	97,830	78,723	93,650	101,480
	양지		55,390	55,820	60,140	54,700	59,220	62,240
	설도		-	43,420	47,330	-	46,740	48,410

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

<출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터>

*기준일: 2021년 4월 1일~4월 30일

한우 사육현황 및 한우농장 현황

총 한우 두수	총 암소 두수	총 가임암소 두수 (15개월령 이상)	총 한우농장 수
3,207,575두	2,066,952두	1,524,524두	89,295호

*기준일: 2021년 3월 말일

<출처: 농림축산식품부 이력지원실>

수소(거세 포함) 월령별 한우 사육현황

구분	25개월령 이하	개월령						32개월령 이상
		26	27	28	29	30	31	
수소(거세 포함)	1,000,459	30,674	22,902	19,915	16,133	14,550	10,389	25,601

*기준일: 2021년 3월 말일

<출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터>

한우 도매가격 전망

2021년 한우 전체 평균 도매가격 1만 7,500원~1만 8,500원 전망

- 2021년 도매가격(전체 평균) 전년 대비 7~12% 하락 전망
 - 사육 마릿수 증가에 따른 도축 증가 영향
- 2021.1분기 송아지 입식 시 도축이 예상되는 2023.1분기 출하량 증가로 도매가격 하락 예상
 - ➔ 신중한 입식결정 필요

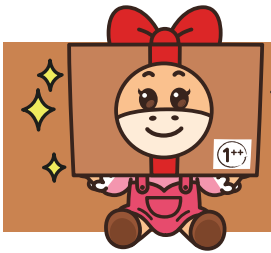
(단위: 원/kg)

구분	1분기	2분기	3분기	4분기
2020년	19,030	20,041	20,387	20,069
2021년	20,000	18,500	18,500	17,000

<출처: 통계청, 축산물품질평가원, 농업관측본부 전망치>

한우자조금 소식지 이벤트에 응모하세요!

신축년 소의 해를 맞아 한우농가 여러분을 응원하는 소식지 이벤트를 진행합니다.
한우자조금 소식지 웹진에 접속해 응원 댓글을 남겨주시면 추첨을 통해 선물을 보내드립니다.



지난호
당첨자

한우 선물세트 김정민
전기그릴 이유림
한우 기념품 세트 박진석, 마은선, 김승남
온누리상품권 2만 원 재연농장, 조영민, 이은유

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



웹진 주소

hanwoonews.com



- 웹진 접속 방법
- 소식지 주소(hanwoonews.com)를 스마트폰 또는 PC 주소창에 입력
 - 스마트폰 카메라로 큐알코드 촬영하기
 - 네이버 검색창에서 ‘한우자조금 웹진’ 검색
 - 한우자조금 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr)에서 소식지 배너 클릭

참여 방법

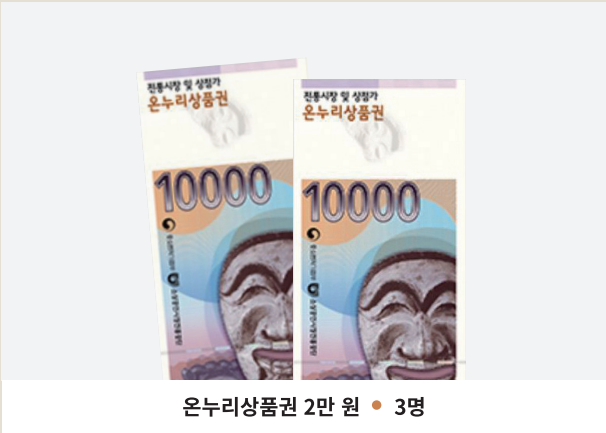
웹진 기사 또는 이벤트 페이지에 응원 댓글을 남기면 됩니다.

응모 기간

2021년 5월 31일(월)까지

당첨자 발표

2021년 소식지 6월호에 발표합니다.



-P 카카오톡 플러스 친구를 맺어주세요!

한우자조금 소식지 소식을 실시간으로 받을 수 있는 카카오톡 플러스 채널을 개설했습니다.
오른쪽 큐알코드를 스마트폰 카메라로 촬영한 후 ‘채널 추가’를 눌러주세요! 카카오톡 친구 검색창에서 ‘한우자조금소식지’를 입력하셔도 됩니다.



