

매일 아침 우리 농장 ‘가축더위지수’ 확인하고 더위 피해 예방하세요!



기상청의 발표에 따르면 올해 6~7월의 온도가 평년보다 덥고 고온현상이 자주 나타날 것으로 전망했다. 농촌진흥청 국립축산과학원은 여름철 가축 더위 스트레스를 줄여주는 농장 관리를 비롯해 ‘가축사육 기상정보시스템’을 활용해 더위에 대비하고 가축 피해 예방에 힘써줄 것을 당부했다.

출처: 농촌진흥청 국립축산과학원

‘가축사육
기상정보시스템’
바로가기



* QR코드를 스마트폰 카메라로 촬영하면 해당 사이트로 이동합니다.

가축 더위 스트레스 줄여주는 농장 관리 방법

1. 무더위가 찾아오기 전 축사 환기·냉방 시설을 점검한다. 개방형 축사는 바람이 잘 통하도록 주변 장애물을 치우고 윈치커튼과 송풍팬의 작동 여부를 점검한다.
2. 적은 양으로도 영양소가 충분히 공급될 수 있도록 에너지 함량이 높은 사료를 먹인다.
3. 고온다습한 환경에서는 사료나 물통이 미생물 등에 의해 쉽게 오염되므로 이틀에 한 번씩 점검한다.

가축사육 기상정보시스템 활용법

가축마다 자연스럽게 체온을 조절할 수 있는 적정 온도 범위를 벗어나면, 더위 스트레스를 받게 된다. 가축사육 기상정보시스템에서는 기상청 동네예보와 연계하여 가축더위지수를 확인하고 더위 단계에 맞춰 축종별 사양관리 지침을 제공해 더위 피해를 예방할 수 있도록 도와준다.

*** 가축더위지수란?** 온도와 상대습도를 활용해서 가축이 더위로 받는 스트레스를 알려주는 지표를 말한다. 기상청 단기에보에 기초해 3시간 단위, 최대 3일 동안의 가축더위지수를 제공한다.

휴대전화로 우리농장 가축더위지수 확인하기

1

가축사육기상정보시스템에
가입했다면?

로그인 후 농장의 가축더위지수
바로 확인 가능

2

가축사육기상정보시스템에
가입하지 않았다면?

휴대전화 화면 우측 상단 메뉴(≡)를
누르면 나오는 검색화면에 주소 입력 후
‘이동’을 누르면 검색 결과 표시

vol.188

2021.06

한우자조금

본 소식지는 한우자조금으로 제작되었습니다

찾아주세요

‘2020년 한우고기 소비유통
모니터링’ 결과 발표

한우자조금 사업 돋보기

디지털 광고&
홈페이지 및 SNS 채널 운영

우리는 한우인

GMD컨설팅 김성우 대표

자조금 소식

2021년 한우명예홍보대사
위촉식 진행

교육 한마당

여름철 고온
스트레스에 대비하자

2019년 제 22회 전국한우능력평가대회
국무총리상 수상 강선한우농장 이달형 대표



웹진으로
만나는
한우 소식

www.hanwooboard.or.kr

Contents

June 2021 vol.188

04

핫이슈

‘2020년 한우고기 소비유통 모니터링’
결과 발표

06

한우자조금 사업 돋보기

디지털 광고/홈페이지 및 SNS 채널 운영

08

파워풀 한우농가

강원 양양 강선탄우농장 이달형 대표

10

우리는 한우인

GMD마케팅 김성우 대표

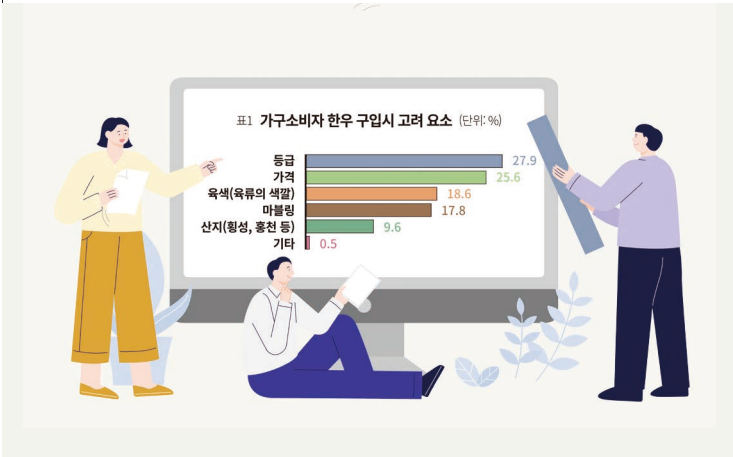
12

방송에서 만난 한우

주는 기쁨 받는 행복,
우리 가족 건강 지키는 우리 한우!



04



10



21



16

16

자조금 소식

- 16 2021년 한우명예홍보대사 위촉식 진행
- 18 부정인식 개선 위한 언론 홍보 활동 주력
- 20 가정의 달 맞이
지역 한우할인판매 행사 진행
- 21 전국한우협회, 국립축산과학원
한우연구소와 간담회 진행
- 21 전국한우협회, 전체 상임위 국회의원
면담 추진

22

교육 한마당

여름철 고온 스트레스에 대비하자

24

정보 플러스

폭우, 폭염 대비! 여름철 재해 예방 안전수칙

25

한우시황 관측

2021년 5월 한우가격 및 출하 사육 동향

발행일 2021년 6월 11일
발행인 민경천
발행처 한우자조금관리위원회
서울시 서초구 서리폴 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.



20



‘2020년 한우고기 소비유통 모니터링’ 결과 발표

온라인 한우구입 증가세, 코로나19 및 가격상승에도 외식을 통한 한우고기 소비 증가

한우자조금은 시장 변화에 능동적이고 신속하게 대응하기 위해 소비자와 공급 체인의 동향 변화를 파악하는 ‘한우고기 소비유통 모니터링’을 2011년부터 매년 1회 수행하고 있다. 올해는 2월 15일부터 3월 23일까지 일반 소비자 3천 명, 우리한우판매점·한우유명한곳 소속 소매판매점 400개소를 대상으로 실시한 ‘2020년 한우고기 소비유통 모니터링’결과를 지난 5월 17일 발표했다. 이번 모니터링은 (주)코리아리서치 인터내셔널에서 2020년을 기준으로하여 조사를 수행하고, 한우자조금 교육조사부가 분석·정리했다. 특히 올해에는 소비자 조사표본 확대 및 가구특성을 고려하여 분석내용을 개편해 조사를 추진했다.

소득수준이 높고 자녀 있는 가정일수록

한우고기 선호도 높고 구매량 많아

이번 조사결과에 따르면 가구 소비자는 한우고기 구입 시 고려하는 주요 요소는 등급(27.9%), 가격(25.6%), 육색(18.6%), 마블링(17.8%) 순이었다<표1>. 한우고기 구입 경험은 전년보다 0.3%p 증가한 84.2%인 것으로 나타났다. 소비자 특성별 한우고기 선호도 및 구입 횟수를 조사한 결과, 소득수준이 높고, 자녀가 있는 가정일수록(초등 이하 자녀가구, 중고등 자녀가구) 한우고기에 대한 선호도가 높고 한우고기 구입량 및 횟수가 많았다.

코로나19 및 한우고기 가격 상승에도

외식을 통한 한우고기 섭취량 증가

외식 시 한우고기 1인당(1회) 지출 비용은 전년 대비 4,822원 증가한 52,152원으로 한우가격 상승에 기인한 것으로 조사되었다. 또한 1인당 평균 한우고기 외식 섭취량은 코로나19 및 가격 상승에도 불구하고 전년 대비 32.3g 증가한 320.6g으로 나타났다.

온라인 쇼핑 통한 한우고기 구입 비중 전년 대비 2배 증가

소비자들의 한우고기 구입장소는 대형할인점 정육코너(43.8%)가 전년과 동일하게 가장 많았으며, 일반 정육점(21.2%), 축산물브랜드 직영점(15.9%) 순으로 조사되었다<표2>.

특히 인터넷과 TV홈쇼핑을 통한 구입이 전년(2.0%)보다 약 2배 상승한 5.2%로 조사됐다. 인터넷 및 TV홈쇼핑을 통한 구입은 대형마트 온라인몰(20.4%), 오픈마켓(24.1%), 새벽배송(21.4%)을 주로 이용하는 것으로 나타났다.

가구소비자의 한우고기 주요 구입 부위는 등심(40.7%), 안심(14.0%), 갈비(13.3%), 채끝(12.5%) 등 구이류의 비율이 높았다<표3>. 주 구입 등급은 1+등급 58.9%, 1등급 21%로 나타났다.

표1 가구소비자 한우 구입시 고려 요소 (단위: %)

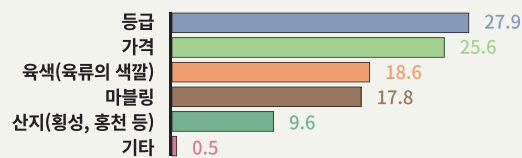


표2 한우고기 주 구입 장소 (단위: %)

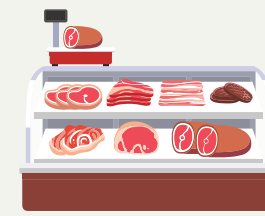
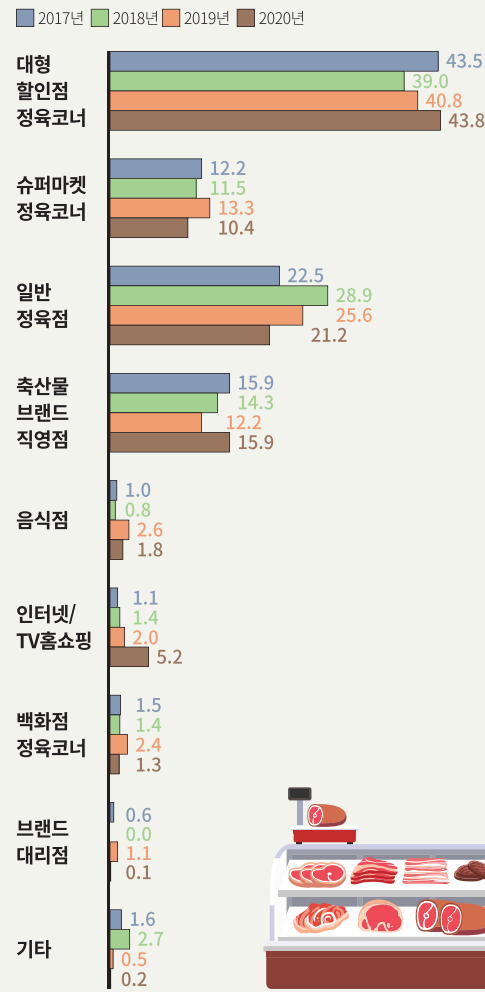
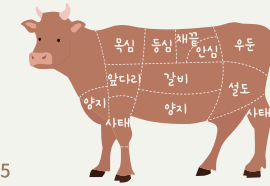
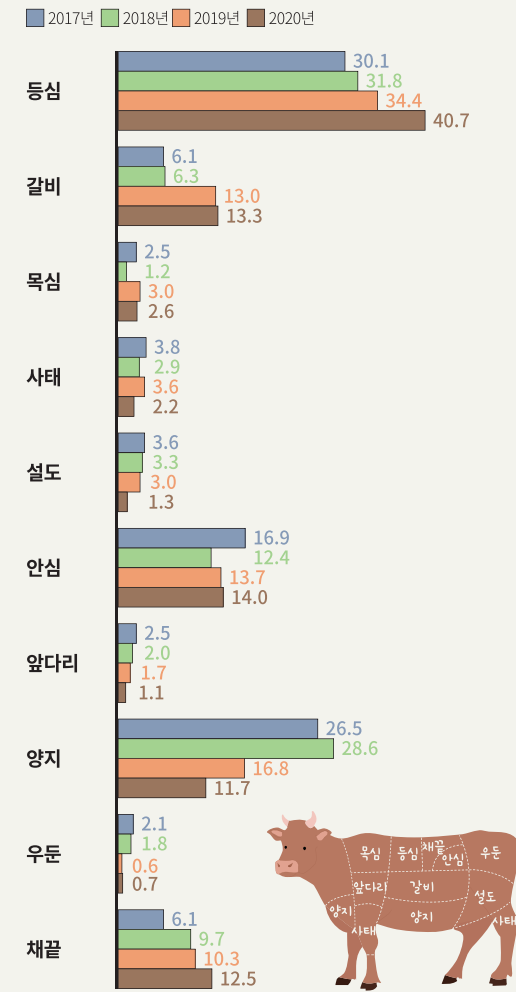


표3 가구소비자 한우고기 주 구입 부위 (단위: %)



유통업계 구입량 변화...소매판매점 줄고, 식육판매점 늘어

유통업계(소매판매점)의 한우고기 구입량은 일반음식점의 경우 ‘크게 줄었다’라는 응답이 높았고, 식육판매점에서는 ‘늘어난 편’의 응답이 높아 상반된 결과가 나타났다. 유통업계의 한우고기 부위별 판매는 등심, 갈비 등 구이류의 비율이 높았으며, 주 판매 등급은 ‘1+’ 등급이 52.0%로 가장 높게 나타났다. 한편 유통업계의 한우고기 판매량 전망을 조사한 결과, ‘감소’에 응답한 비율이 46.3%로 높게 나타났으며, ‘비슷’과 ‘증가’는

각각 35.8%, 18.0%로 조사되었다.

한우자조금은 한우고기의 소비와 유통 트렌드를 분석한 이번 모니터링 결과가 한우산업 관계자 및 한우농가의 의사결정에 도움을 줄 것을 기대하고 있다. 아울러 이 조사 자료를 유관기관 및 정부의 정책결정에 기초자료로 활용할 계획이다. 한편 ‘2020년 한우고기 소비유통 모니터링’ 결과보고서의 자세한 내용은 한우자조금관리위원회 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr) 정보마당에서 확인할 수 있다. 📄

다양한 소비층에게 한우 홍보 및 소비촉진

디지털 광고 & 홈페이지 및 SNS 채널 운영

코로나19의 영향으로 비대면 소비문화 확대 및 온라인 홍보의 중요성이 대두됨에 따라 한우자조금은 디지털 광고 및 SNS 홍보 활동을 강화하며 한우 소비촉진에 기여하고 있다. 급변하는 디지털 미디어 환경 속에서 다양한 유형의 온라인 광고를 강화하며 신규 소비층 확보와 이미지 제고에 역할을 하고 있다.

지금은 ‘비대면 홍보’ 전성시대

한우자조금은 소비자들의 모바일 중심의 생활 방식 변화에 적극적으로 대응하며 한우 인지도 제고 및 소비촉진을 위해 다양한 디지털 광고를 진행하고 있다. 유튜브 영상광고, 캠페인 배너광고 등을 통해 1인 가구와 청년층 등 다양한 계층의 한우 소비를 유도하고 한우의 우수성을 알리는 홍보 활동을 전개 중이다. 디지털 광고 및 온라인 홍보 활동은 쉽고 간단한 정보 전달 방식에 익숙한 세대에게 특히 효과적이다. 명절, 가정의 달, 한우먹는 날 등에 진행하는 한우 소비촉진 행사를 온라인상에서 이슈화하고, 소비자에게 한우자조금 운영 사이트 및 SNS 채널을 홍보하며 충성고객을 확보하고 있다.

표 1 | 최근 주요 사업 추진 현황

연도	주요 사업
2017	- 한우유명한곳 홈페이지 개설, 블로그 마케팅, 명절 할인행사 - 홈페이지 및 SNS 운영 - 디지털 캠페인 광고 (총 6회, 218,922천회 노출)
2018	- 각종 온·오프라인 이벤트 안내 창구 및 홈페이지 리뉴얼 - 홈페이지 및 SNS 운영 - 디지털 캠페인 광고 (총 11회, 199,540천회 노출) - 브랜드 검색 및 키워드 광고 진행(4,710천회 노출)
2019	- 명절 소비촉진 캠페인 홍보 - 한우유명한곳 활성화 및 판매점 확대 등록 - 홈페이지 및 SNS 운영 - 디지털 캠페인 광고 (총 9회, 200,320천회 노출) - 브랜드 검색 및 키워드 광고 진행(83,386천회 노출) - 카카오톡 이모티콘 배포(2회)
2020	- 홈페이지 및 SNS 운영 - 디지털 캠페인 광고 (총 12회 274,900천회 노출) - 브랜드 검색 및 키워드 광고 진행(152,322천회 노출) - 카카오톡 이모티콘 배포(2회) 1차: 73,000개 배포 2차: 120,000개 배포

소비자와 한우농가 모두에게

필요한 알찬 정보 제공

한우자조금은 홈페이지 운영을 통해 소비자와 한우농가 모두에게 정보를 제공하는 역할을 하고 있다. 소비자에게는 한우에 대한 다양한 정보와 온·오프라인 한우 할인행사 및 판매처 등을 홍보해 한우 소비 확대를 도모하고, 한우에 대한 우수성 및 흥미를 유발하는 콘텐츠를 제공한다. ‘한우114(www.hanwoo114.co.kr)’, ‘한우유명한곳(www.hanwoo-best.com)’ 등은 소비자의 요구에 부합되는 한우 레시피, 우리한우판매점, 한우맛집 등의 정보를 전달하고, 소비자의 흥미를 유발하는 다양한 이벤트를 진행하며 높은 호응을 받고 있다.

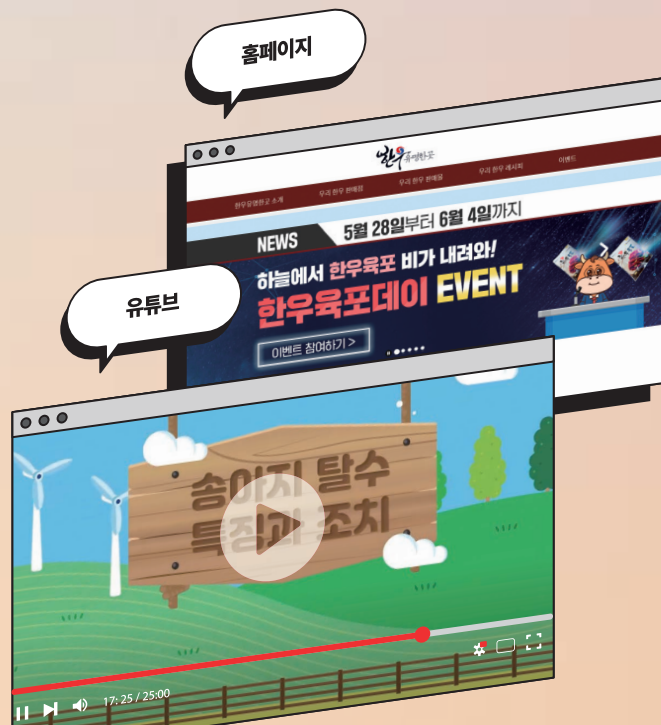


표 2 | 주요 SNS 채널 구독자 현황('21.6월 1일 기준)

카카오톡 플러스 친구	77,830명
페이스북	27,870명
인스타그램	14,400명
유튜브	8,040명

한우자조금 공식 유튜브에서는 한우자조금의 활동을 담은 동영상, 한우농가 교육 동영상 등을 게재하며 농가와 소통하고 있다.

SNS 채널 이용한

언택트 마케팅 강화

한우자조금은 인스타그램, 페이스북, 블로그, 유튜브 등을 통해 SNS 활용도가 높은 젊은 소비층과 소통하며 한우에 대한 정보를 공유하고 있다. 공식 블로그인 ‘한우사랑’



블로그에서는 한우의 정보성 콘텐츠를 포스팅하며, 인스타그램, 페이스북 등 SNS 채널에서는 한우 할인행사, 한우 요리법, 우리한우판매점 소개, 한우의 영양학적 우수성 등 관련 정보를 담아내고 있다. SNS 채널에는 다양한 연령층이 방문하는 만큼 맞춤형 이벤트를 통해 한우 소비층 확장에 일조하고 있다. 특히 모바일 홍보 강화를 위해 2019년과 2020년 진행한 ‘한우 이모티콘’ 배포 이벤트를 향한 소비자의 반응은 뜨거웠다. 지난해 6월 카카오톡에서 ‘한우114(한우자조금)’

채널을 추가한 소비자를 대상으로 신규 한우 이모티콘을 무료로 지급하는 이벤트는 출시 30분 만에 73,000개의 이모티콘이 소진되는 기록을 세웠으며, 12월에는 2021년 소띠 해를 맞아 한우 이모티콘 120,000개를 배포했다. 한우자조금 관계자는 앞으로도 한우 우수성 콘텐츠 제작 및 정기 이벤트 활동을 통해 온라인 홍보 활동 활성화 및 소비자와의 소통을 강화하겠다고 밝혔다.

한우자조금 공식 SNS 채널 바로가기

*QR코드를 스마트폰 카메라로 촬영하면 해당 채널로 이동합니다.

공식 블로그

blog.naver.com/
hanwoo_love



공식 유튜브

www.youtube.com/
user/lovehanwoo



공식 인스타그램

instagram.com/
hanwoo_official



공식 페이스북

www.facebook.com/
hanwoo114/



관세 제로시대에 대비해 우리 한우농가의 자체 경쟁력 높여야

GMD컨설팅 김성우 대표

한우자조금이 추진하고 있는 ‘한우농가 컨설팅 사업’을 통해 현장에서 한우농가와 만나고 있는

GMD컨설팅 김성우 대표는 2026년 한미FTA 발효에 따른 관세 제로시대를 앞두고 자생력을 가진 한우농가를 많이 육성하는 것이 무엇보다 중요하다고 말한다. 물고기를 주는 것이 아니라 낚시하는 법을 알려주는 컨설팅을 통해 한우농가들의 생산성 향상과 소득 증대를 만들어가고자 노력하고 있다.



한우농가 현장에서 컨설팅을 진행중인 김성우 대표

‘한우’라는 브랜드의 산업적 가치 높여야

“농가의 경쟁력을 키우는 컨설팅을 통해 한우산업의 일원으로 서 산업에 기여하고, 사회에 기여하고, 국가에 기여하는 것이 나의 역할”이라고 말하는 GMD컨설팅 김성우 대표는 삶 대부분을 한우산업에 몸담아 왔다. 건국대학교 축산경영유통경제

학과 겸임교수로, 또 사료회사 및 유통회사에서 근무하며 현장에서 쌓은 지식과 경험을 바탕으로 깊이 있는 컨설팅을 수행하고 있다.

컨설팅이 시작되면 실행계획에 따라 분야별 컨설턴트가 농장에 방문해서 컨설팅을 실행하고 문제점을 개선해 나간다. 한우

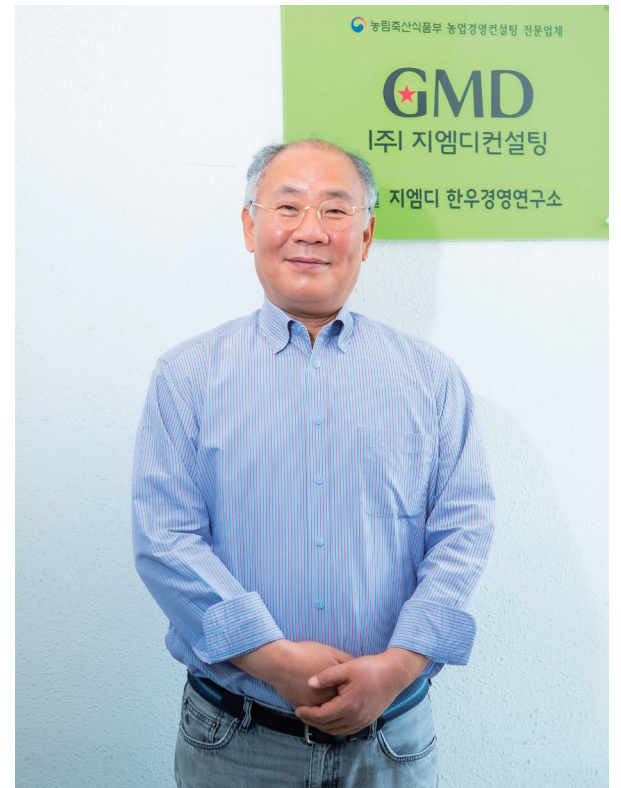
농가 컨설팅은 생산비 절감, 생산성 향상, 안정적 생산기반 확보, 전문 경영인 양성 등을 목표로 사양관리, 개량·번식관리, 수의·질병관리, 시설·환경관리, 농장경영관리 등 농장 운영에 관한 전반적인 모든 사항을 대상으로 진행하고 있다.

김 대표는 “생산 단계의 3통(혈통, 사료, 사양관리)과 품질의 균일성, 유통체계의 일관성 및 투명성을 통해 소비자가 믿고 먹을 수 있는 한우를 생산하며 소비자의 니즈를 만족시킨 것이 우리 한우농가의 생산기반을 만들어준 한우 브랜딩의 시작”이었다며, “국내에서는 한우의 브랜드화가 일정 정도 성숙기에 들어섰다고 생각한다. 일시적인 가격하락 등에 연연하기보다는 우리나라를 넘어 세계적으로 인정받는 ‘한우의 명품 브랜드화’를 통해 미래의 가치를 만들어나가는 것이 한우산업이 가야 할 방향”이라고 말했다.

무관세시대에 잘 대비하고 있는지 스스로 점검해봐야

“2026년 한미FTA로 인해 쇠고기 관세율이 0%가 되는데, 지금 한우산업과 한우농가들이 과연 얼마나 대비가 돼 있는지 점검해봐야 하는 시기입니다. 한 농장이라도 더 경쟁력을 강화하기 위해 국가 차원의 관심이 필요한 때입니다.”

코앞으로 다가온 무관세시대에 대비해 한우농가가 맛과 가격에서 높은 경쟁력을 갖춰야지만 미국산·호주산 쇠고기에 대항할 수 있다. 그러기 위해서는 정부와 유관기관이 농가에 실질적인 도움을 줄 수 있는 정책으로 어떤 상황이 와도 극복할 수 있는 구조로 힘을 실어줘야 한다고 강조했다. 그중 한우자조금이 진행하는 ‘한우농가 종합컨설팅 사업’이 유의미한 인식 변화를 만들어 가며 농가의 경쟁력 제고에 도움을 주고 있다고 말했다. “한우자조금이 컨설팅 사업을 시작한 지 6년째인데 최근에는 하나의 농가 만이 아니라 인근 농가를 모아서 스터디그룹으로 컨설팅을 진행하는 방식을 도입한 것이 농가 분들에게 좋은 평가를 받고 있습니다. 점차 농가의 인식이 긍정적으로 달라지면서 농가 만족도와 컨설팅 효과가 극대화되고 있습니다.”



컨설팅이란 마음과 마음을 잇는 일

김성우 대표는 한우농가 종합컨설팅은 단순히 수익 구조를 바꿔주는 일이 아닌 마음과 마음을 잇는 일이라고 말했다. 그가 강조하는 중요한 컨설팅 원칙 중 하나가 컨설턴트의 낮은 자세와 공감 능력이다. 농가의 눈높이에 맞춰 생각하며 높은 신뢰감을 주고, 컨설턴트와 농가가 깊은 유대감을 형성해야 한다는 것이다.

“농가의 변화를 이끌어내기 위해서는 상호 신뢰가 바탕이 되어야 합니다. 깊은 유대감을 형성하지 않고서는 변화를 이끌어내기가 결코 쉽지 않습니다. 농장의 환경과 개체관리, 사양관리, 질병관리 등 겉으로 드러나는 문제 이상으로 자금 운용, 가업승계, 가족·이웃 관계, 기타 등등 드러나지 않는 갈등과 어려움도 많습니다. 앞으로도 한우농가의 소득 증대와 행복을 위해 최선의 가치를 제공할 수 있도록 노력하겠습니다.” 🍀

40년 세월만큼 두텁게 쌓인 진심

강원 양양 강선훈우농장 이달형 대표

신선이 내려와서 놀았다는 강선(降仙)리에 터를 잡은 강선훈우농장. 이달형 대표의 한우인생은 1979년 암소 한 마리와 함께 시작됐다. 한우와 함께 한 인생 40년, 부침이 많았던 외부 환경 속에서 강선훈우농장을 성장시킨 것은 기본을 지키고자 하는 그의 울골은 성품과 배움에 대한 열정이었다.

교육의 기회가 있다면 전국 어디든지

“한우 잘 키운다고 소문난 농장이 있으면 전국 어디든지 갔어요.” 강선훈우농장 이달형 대표는 ‘소 잘 키우는 법을 아무도 가르쳐 주지 않던 시절’부터 교육의 기회가 많아진 지금까지 ‘좋은 소 한 마리’를 키워내기 위해 열린 마음으로 배움을 이어가고 있다.

좋은 것을 먹이고, 축사의 청결함을 유지하며, 축사 바로 옆에

살면서도 한시도 눈을 떼지 않기 위해 축사 곳곳에 CCTV를 설치해 지근거리에서 살피는 것이 이 대표가 지키고 있는 기본이다. 강선훈우농장의 암소들은 일반 암소에 비해 도체중이 평균 50~60kg 정도 높다. 제22회 전국한우능력평가대회에서 국무총리상을 수상했을 당시 도체중 481kg, 근내지방도 93, 등심 단면적 134cm², 등지방두께 8mm였다. 2021년의 출하 성적을 살펴보면 1++등급 8마리의 도체중은 432kg에서 607kg에 이른다. 이 대표가 한우와 함께해온 세월만큼이나 우람한 풍채를 자랑하는 강선훈우농장의 한우들은 이달형 대표 부부의 정성을 먹고 자란다.

경제적 가치를 생각해서라도 투자가 선행돼야

이달형 대표는 직접 자급하는 양질의 조사료를 먹이고, 등급 향상을 위해 사료첨가제를 구입하는 것에도 투자를 아끼지 않는다. 이 대표는 “사람도 나이가 들면서 영양제를 먹는 것과 안 먹는 것의 차이가 생기 듯 소도 마찬가지”라며 첨가제가 비싸다는 농가에게 “10만 원 투자로 지육가격이 20만 원 높아지면 10만 원을 버는 것이다. 먼저 투자하는 것을 아끼지 말라”고 말한다.

이처럼 이 대표는 “한우를 위한 투자는 필수”라고 전한다. 투



자하는 만큼 출하 성적이 좋아져서, 결국에는 소 한 마리의 경제적 가치가 더 높아진다는 것. 송아지 설사병을 예방하기 위해 축사에 소독 시설을 설치한 것도 같은 맥락이다. 소독 시설 설치 비용보다 송아지 한 마리의 폐사를 막는 것이 농장의 미래를 위해 이로운 일이라고 강조한다.

번식육을 사육하는 농가들은 암소 가격하락 등의 이유로 2~3산 후 조기 도태를 하는 경우가 많다. “저능력 암소가 아니라면 5~6산까지 진행하여야 유전 능력도 파악할 수 있고 그 암소의 진가를 알 수 있습니다. 눈앞의 출하 가격이 떨어지는 것을 두려워하지 말고, 우량암소에게는 다산을 시키는 것이 장기적으로 경제적 가치가 더 높습니다.”

한우와 함께 울고 웃은 세월, 40년

“저는 평생을 한 곳에서 묵묵히 한우를 키우고 있는데, 주변 환경은 계속 변화되고 있습니다. 축사 건축 허가가 났다가도 몇 년 후에는 규제 지역으로 설정되기도 하였으며, 둘째 아들이 후계농을 준비하던 시기에 소값 파동이 와서 승계가 무산되기도 했습니다.”

그럼에도 불구하고 한우는 이달형 대표 부부에게 보람을 주는 존재다. 이달형 대표의 아내 박정해 씨는 요즘 이 대표를 대신해서 소 밥을 챙긴다. 세심하게 수정적기를 파악하는 것도 아내 몫이 되었다. “한우농가는 다 식구 같다. 우리 한우농가 가족들이 행복했으면 좋겠다”고 말하는 아내 박정해 씨의 말처럼 하나된 마음으로 앞으로의 파고를 넘어 한우인들이 행복을 향해 나아가길 바라본다. 🍀



주는 기쁨 받는 행복 우리 가족 건강 지키는 우리 한우!

박미경 한의사와 함께 한 약식동원 '한우보감'

SBS <생방송투데이> 5월 6·18일(2회)

조선시대에 동의보감이 있었다면 지금은 한우보감이다! 가정의 달을 맞아 2회에 걸쳐 '우리집 건강 지킴서 한우보감'이 전파를 뒀다. 먼저 5월 6일 방영된 <1탄 단백질, 어버이 날 편>에서는 코로나19로 인해 활동량이 줄어 근감소증이 심해진 어머니를 위해 '부모님 근력 강화를 위한 한우 요리'를 소개했다. 한우 명예홍보대사로도 활약하고 있는 박미경 한의사가 알려주는 부모님을 위한 건강맞춤 한우 부위는 '사태'와 '우둔살'. 근육결이 단단한 고 단백질 부위로 불

포화지방산과 비타민 B군이 풍부하다고 소개했다. 이날 방송 말미에는 가정의 달 한우 할인 행사를 이용하면 합리적인 가격으로 한우를 구입할 수 있다는 내용이 고지되었다. <2탄 면역력, 부부의 날 편>에서는 아이들 육아와 맛벌이로 인해 체력이 많이 떨어진 아내를 위해 박미경 한의사가 '채끝'과 '등심' 부위를 처방했다. 육질이 부드럽고 피리독신이라 불리는 비타민 B6가 풍부한 '채끝'과 육질이 뛰어난 '등심'을 이용한 레시피를 공개했다.



가정의 달 5월 방송에서 만난 한우는 '온가족의 건강지킴이'로 활약했다. 사랑하는 가족들과 함께하는 시간에는 '한우'가 제격이라는 메시지를 지속적으로 내보내며 한우가 우리 가족의 입맛과 영양을 책임지는 최고의 요리임을 강조했다. 또한 유튜브·아프리카TV 등 홍보 채널을 다각화하며 젊은 층과의 소통을 이어갔다.

가정의 달 맞이 '패밀리'를 위한 한우'

KBS2 <컴백홈> 5월 1·8·15·22·19일(총 5회)

<컴백홈>에서는 5월 내내 방송마다 '가족을 위한 요리'로 한우가 등장했다. 차청화&심진화 편에서는 명절만큼 뜻깊은 가정의 달을 맞아 집에서 만들어 먹기 쉬운 '한우 떡갈비'를 소개했다. 한우 떡갈비를 맛본 유재석은 '취향저격', '밥한 공기 딱딱'이라며 극찬했다. 유민상&김민경 편에서는 청년들의 한우파티가 열렸다. 청년들과 옥탑방에서 한우 파티를 벌이며 "한우는 살도 안찐다", "한우 굽는 소리는 모두를 행복하게 만든다"고 말했다. <맛있는 녀석들>에서 먹방

을 선보이고 있는 김민경이 한우를 맛있게 먹는 팁을 전수했다. "밥을 장아찌 간장에 비비고 고추냉이를 올린 후, 한우를 얹어서 한우초밥으로 먹으면 최고"라며 시선을 사로잡았다. 쌤디&그레이 편에서는 "한우로 단백질 보충해야한다"는 메시지를 내보냈고, 윤두준&손동훈&황광희 편에서는 트레이너를 하고 있는 청춘을 응원하며 "근손실 방지에 탁월한 한우 드시고 운동하세요", "들리는가? 근육이 차오르는 소리!" 등의 자막을 내보내며 고단백식품임을 강조했다.



가정의 달 특집 선물, 면역력 높여주는 한우!

JTBC <유명가수전> 5월 7일

‘갯 유명가수’가 된 멤버들이 대한민국 레전드 가수들인 ‘갯 (GOD)유명가수’들을 만나며 펼쳐지는 이야기를 담은 프로그램인 유명가수전에 김연자가 출연했다. 트롯신 김연자가 콘서트를 앞두고 특별히 하는 컨디션 관리 비법은 한우?! 이날 방송에서는 김연자가 자신에 대한 퀴즈를 맞히는 후배가수에게 한우세트를 선물했다. “체력 보충을 위해 가정의 달을 맞이해서 준비한 선물! 면역력을 높여주는 한우세트를 드립니다”라는 멘트와 함께 자막이 고지되었다. 김연자의 컨디션 관리 비법을 묻는 질문에 출연자인 규현이 “한우를 먹는다”라고 대답하자, 옆에 있던 이승윤은 “한우를 드신다”로 바꿔 대답하며 웃음을 자아내기도 했다. 한편, 김연자는 ‘SBS 트롯신이 떴다2’에서도 무대 전날 한우를 먹으라고 권장한 적이 있는 한우 마니아다.



BJ와 함께한 가정의 달 한우 레시피

아프리카TV + 유튜브(디지털) <우리가족 감사한우> 5월 8일 (총 20편)

5월 8일 어버이날을 맞아 아프리카TV BJ들이 한우 치마, 설도로 가정의 달 가족과 함께 즐길 수 있는 한우 레시피 소개 및 먹방을 진행했다. 사전신청을 통해 선정된 20명의 아프리카TV의 BJ들은 부모님, 조부모님, 형제자매 등 가족과 함께 동반 출연해 각자의 방식으로 한우의 우수성을 알리고 맛을 표현해 시청자들의 입맛을 돋웠다. “어버이날에는 뭐니뭐니 해도 한우가 최고다”, “한우에는 영양소가 풍부해서 어른들이 드시면 좋다” 등의 멘트와 함께 한우설도떡갈비, 한우설도장조림, 한우치마살스테이크 로제파스타, 한우밀필유나베 등 총 20가지 이상의 레시피 소개와 먹방이 이어졌다. 이 방송은 한우자조금 공식 SNS와 홈페이지, 아프리카TV에서 시청할 수 있으며, 참여 BJ채널에서도 볼 수 있다.



라디오 속 한우자조금

5월 한달 내내 라디오 청취자들과 한우자조금이 만났다. ‘주는 기쁨 받는 행복’ 캠페인 메시지와 더불어 한우 우둔살, 설도 등으로 만드는 ‘한우 떡갈비’ 레시피를 반복적으로 내보내며 비선호부위 소비 활성화와 인지도 제고를 도모했다.



‘주는 기쁨 받는 행복’ 캠페인

SBS 파워FM, 러브FM <생활정보> 5월 1~31일

한우자조금은 출근시간 대에 SBS 파워FM과 러브FM을 통해 가정의 달 한우 소비를 권장하고 한우에 관한 정보를 전달하는 캠페인을 진행했다. 일 9회 총 279회에 걸쳐 ‘주는 기쁨 받는 행복’이라는 캠페인 문구와 함께 “한국인의 건강맞춤 ‘우리 한우’와 함께합니다”, “면역력에 좋은 우리 한우”, “이 땅 위에 자존심 우리 한우” 등의 메시지가 전파를 뒀다. 5월 1~20일까지는 ‘가정의 달 가족과 함께 만들어 먹기 좋은 한우 떡갈비’에 좋은 부위로 우둔살, 설도, 목심 등 부위 추천과 함께 레시피를 소개했으며, 21일부터 31일까지는 ‘사랑하는 가족과 함께 즐기는 실패 없는 캠핑 요리’로 한우 채끝 바비큐와 한우 안심 꼬치구이, 한우 차돌박이 된장찌개를 추천하는 메시지를 일 3회 총 93회에 걸쳐 내보냈다.

봄디와 함께하는 가정의 달 특집코너

SBS 파워FM, 러브FM <봄의 봄봄파워> 5월 7·14·20·27일(총 4회)

한우자조금은 ‘라디오 속 한우 이벤트’를 진행하며 청취자들에게 친근한 매력으로 다가갔다. 어버이날을 앞두고 봄디가 부모님과 함께 먹고 싶은 한우 요리를 맞추는 텔레파시 퀴즈, 요리의 재료와 레시피를 듣고 어떤 한우 요리를 만드는 건지 맞추는 집밥 봄선생, 한우에 관한 퀴즈를 청취자들이 실시간 전화연결로 맞추는 공부합시다. 소몰이 창법 노래 대결 등 매회 청취자들이 흥미를 느낄 만한 주제를 선정해 진행했다. 특히 ‘공부합시다’ 코너에서는 “우리동네에서 한우를 안심하고 구매할 수 있는 한우 인증점을 찾을 때 포털에서 ‘한우유명한 곳’을 검색하면 전국 한우인증점을 비롯, 한우 레시피 등 다양한 정보를 만날 수 있다”고 알렸다. “봄디가 어버이날에 부모님과 함께 먹고 싶은 요리”는 바로 ‘한우모듬구이’. 한우는 우리 몸의 항체나 면역세포를 만들어주는 좋은 단백질로 부모님께 선물하기에도 최고라며 어버이날 선물로 한우를 권장했다.



2021년 한우명예홍보대사 위촉식 진행 각 분야에서 한우의 우수성과 가치 널리 알리는 가교 역할 할 것

한우자조금이 한우의 우수성과 가치를 알리고 한우산업 발전에 동반자 역할을 해줄 ‘2021년 한우명예홍보대사’ 11인을 위촉했다. 올해부터는 명칭을 ‘전문가 자문단’에서 ‘한우명예홍보대사’로 변경하고 인문학 분야와 문화예술 분야 등 더 다양한 분야의 전문가들을 영입했다.



△ 위 왼쪽부터 황인철, 김준영, 박광일, 김학연, 조철훈, 오세득, 김호윤
아래 왼쪽부터 박미경, 김문정, 민경천위원장, 김삼주협회장, 엄유희, 이영우

지난 6월 3일 한국의 집 취선관 3층에서 ‘2021년 한우자조금 명예홍보대사 위촉식’이 열렸다. 한우자조금은 축산, 의학, 식품영양, 요리, 인문학, 문화예술 6개 분야에서 11인의 전문가를 선정해 한우명예홍보대사로 위촉했다. 한우자조금이 위촉한 ‘2021 한우명예홍보대사’는 △축산 분야 조철훈 교수(서울대 식품동물생명공학부), 김학연 교수(공주대 산업과학대학 동물자원학과) △의학 분야 황인철 전문의(서울의료원 산부인과), 박미경 한의사(박미경 한의원), 김준영 원장(마음편한유외과), △식품영양 분야 이영우 교수(한양여대 식품영양학과) △요리 분야 오세득 셰프(레스토랑 친밀), 김호윤 셰프(모통이우 RIPE), 엄유희 교수(서울시 동부기술교육원 관광조리과), △인문

학 분야 박광일 대표(여행이야기) △문화예술 분야 김문정 뮤지컬 음악 감독 등 모두 11명이다. 한우명예홍보대사는 2021년 한 해 동안 각 전문분야 특성에 맞춰 한우의 우수성을 알리고 한우 소비촉진 활동을 지원하는 홍보에 참여할 예정이다. 한우자조금 민경천 위원장은 “우리 사회 각계 저명한 분들을 한우 홍보대사로 모셔 대중들에게 더욱 친근하게 한우의 영양과 맛을 알리게 되어 기쁘다”며 “홍보대사들의 활동이 한우 농가들에게도 큰 힘이 되어줄 것을 기대한다”고 말했다. 함께 자리한 한우협회 김삼주 회장은 “우리 역사와 함께 해온 유서깊은 한우에 대한 올바른 정보를 국민들에게 전해주시기 바란다”며 “10만 한우농가를 대신해서 감사를 전한다”고 말했다. 🍌

“2021년 한우명예홍보대사를 소개합니다!”

한 해 동안 자신의 분야에서 소비자들에게 한우의 영양과 맛을 알릴 한우명예홍보대사 11인에게 ‘나에게 한우란 어떤 존재인지’와 더불어 ‘앞으로의 활동 포부’에 대해 물었다.

김학연 교수



“한우는 **우리의 자존심** 이다.”

한우는 사회문화적 가치를 담고 있는 축산물이자 대한민국 대표 축산물이다. 세계로 뻗어나갈 가치가 충분한 대한민국 대표 축산물인 한우의 홍보 대사로서 그 가치를 널리 알리겠다.

박미경 원장



“한우는 **최고의 보양식** 이다.”

3년째인데 한우해에 한우홍보대사를 맡아 더욱 뜻깊다. 그런 의미에서 한우로 이행시를 준비했다. 한 한국인의 밥상에는 우리 한우가 최고다!

이영우 교수



“한우는 **사랑** 이다.”

얼마전 고령층의 단백질 섭취를 위한 ‘한우보푸라기’를 개발했다. 이처럼 앞으로도 한우가 얼마나 고단백 음식인지를 알리고 식품영양 분야에서 한우에 대한 올바른 정보를 전달하겠다.

오세득 셰프



“한우는 **가족** 이다.”

미국 USA투데이도 세계 최고의 음식으로 소개한 바 있는 한우를 다양하게 즐길 수 있는 손쉬운 레시피를 소비자들에게 알리고 한우의 우수성과 건강한 이미지를 홍보하는데 노력하겠다.

박광일 대표



“한우는 **국민과 함께 해온 역사** 다.”

역사기행을 하고 있는 사람 입장에서 우리나라 역사 속에 한우가 자주 등장한다는 걸 널리 알려 한우는 대한민국 역사와 함께 해온 유서 깊은 존재임을 널리 홍보하겠다.

조철훈 교수



“한우는 **플렉스** 다.”

전세계에서 한우의 우수성에 대한 다양한 연구 결과가 발표되고 있는 만큼, 과학적 근거에 입각해 한우의 차별성과 우수성을 소비자들에게 정확하게 알리기 위해 노력하겠다.

황인철 의사



“한우는 **사랑** 이다.”

최근 소비패턴이 바뀌면서 한우가 한층 소비자들과 가까워졌다는 것을 느낀다. 면역력 증진에 한우를 빼놓을 수 없는 만큼 올해도 열심히 ‘한우는 사랑’임을 홍보하겠다.

김준영 원장



“한우는 **건강** 이다.”

8년 전부터 저탄고지의 중요성을 알리며 동물성 지방이 결코 나쁘지 않다는 사실을 알려왔다. 유방암과 갑상선암 전문으로서 앞으로도 이 사실을 적극적으로 알려 소비자의 오해를 풀겠다.

김호윤 셰프



“한우는 **맛있는 인생** 이다.”

누구보다 한우를 사랑하는 사람으로서, 한우의 우수성과 맛을 알릴 수 있도록 노력하겠다. 특히 안심, 등심뿐 아니라 비선호부위 레시피도 개발해 소비자가 더 가깝게 느낄 수 있도록 하겠다.

엄유희 교수



“한우는 **사랑** 이다.”

소비자들이 안심, 등심 등 비싼 부위를 선호하다 보니 한우가 비싸다는 인식이 있다. 상대적으로 저렴한 고단백부위를 개발해 소비자들이 한우를 부담없이 즐길 수 있도록 노력하겠다.

김문정 감독



“한우는 **스스로에게 주는 선물** 이다.”

뮤지컬의 음악이 눈과 귀를 통해 마음의 위로가 되고 나에게 주는 선물이 되듯, 식탁위에 올라온 한우는 하루를 잘 보낸 나에게 주는 또 다른 선물이라는 걸 문화예술 소비자들에게 알리겠다.

환경 이슈 대응 및 한우 홍보 한우산업 관련 언론홍보 활동 전개

환경 이슈 대응

지구 온난화 누명 쓴 소…
온실가스 배출량 2.7%에 불과

- 소가 배출하는 메탄가스 공기 중에 분해돼
- 소의 순기능을 보지 못한 오해

소가 지구온난화의 주범이라는 잘못된 인식을 개선하기 위한 언론홍보 활동을 전개했다. 한우자조금은 일본낙농유업협회가 학술지 ‘뉴트리션투데이’에 게재한 ‘소가 없는 세상의 영향’에 관한 논문을 예로 들며 이러한 움직임은 **소의 순기능을 보지 못한 오해라고 반박**했다. 또한 기후변화에 관한 정부 간 패널(IPCC)에 따르면이라도 전 세계 농업·임업 등의 **온실가스 배출량 비율은 24%**로 이 중 **소 관련 산업은 2.7%에 불과**하고 밝혔다. 소의 친환경적인 측면도 강조했다. 식용유의 원재료인 대두의 기름을 짜내고 버려지는 환경폐기물과 농업부산물을 재가공해 소의 사료로 활용하고 있다는 것이다. 이는 소가 사람이 활용하고 남은 부산물의 처리까지 도맡는 것을 보여준다. 한편 한우자조금 장기선 사무국장은 “축산업이 온실가스 주범? 소가 웃을 일”이라는 제목으로 강력한 반박의 메시지를 담아 직접 동아일보에 기고문을 싣기도 했다. (아주경제 5.25, 동아일보 5.26)

채식 급식 관련 대응

“교육청이 육식에 부정적
선입관 주입”…채식 급식 견제
나선 한우자조금

- 한우자조금 비롯 육류단체 강한 불쾌감 내비쳐
- 올바른 교육과 축산물 급식이 이뤄질 수 있도록 사업 추진 검토 요청

한우자조금이 **채식 급식**을 추진하는 각 시·도 교육청 견제에 나섰다. 채식 급식 활성화 계획에 대해서 한우자조금은 “각 지방 교육청이 추진하는 채식 급식 활성화 계획은 미래 세대에 축산에 대한 잘못된 정보를 전달해 육식에 대한 부정적인 선입관을 주입한다”며 “성장기 청소년들의 심각한 영양불균형을 초래할 우려가 크다”고 말했다. 한우자조금을 비롯한 육류단체도 “교육계가 축산업의 순기능과 재생농업의 가치를 이해하지 못하고 있다”고 강력하게 반박했다. “소는 사람이 먹을 수 없는 농업부산물이나 폐기물을 먹으며 **자연환경 개선에 기여하고 인류에게 양질의 단백질을 제공한다**”며 “한우를 비롯한 축산업은 식량 안보의 핵심이자 순환농법을 통해 농업의 가치를 높이는 역할을 한다며 함께 지켜야 한다”고 주장했다. 한우자조금 관계자는 “**올바른 교육과 축산물 급식이 이뤄질 수 있도록 관련 사업 추진 검토를 요청할 계획**”이라고 말했다. (한국경제 5.13)

한우 소비 장려

코로나 시대,
나를 위한 명품 소비가 뜬다

- 한우 소비 지속적 상승세 기록, 고급 한우 음식점 예약률 높아
- ‘보상 소비’, ‘가치 소비’ 등이 새로운 소비 트렌드

한우 소비촉진 및 이미지 제고를 위한 언론홍보 활동도 전개중이다. 코로나19 사태를 겪으면서 침체됐던 소비심리가 살아나며 명품 소비를 중심으로 회복세를 보이고 있다는 기사를 내보내며 “**한우=명품**”이라는 이미지를 공고히 했다. 고급 식당 전문 예약 플랫폼 ‘테이블 매니저’에 따르면 지난 1~3월 고객사 1,400여 곳의 전체 예약 현황을 분석한 결과, 한우 코스요리 식당 예약률이 타 식당 대비 3.3배나 더 높다고 전하며, 코로나19의 장기화로 **소비자들의 소비패턴이 ‘보상 소비’, ‘가치 소비’로 변화한 것에 주목**했다. 밖에 나갈 수 없으니 한 끼를 먹더라도 제대로 된 한 끼를 먹자는 소비자들이 늘어난 결과. 특히 건강에 관한 관심이 늘어나면서 값을 더 지불하고라도 ‘한우’와 같은 신선하고 몸에 좋은 음식을 찾고 있다. 한우자조금은 시즌별 할인행사 등 소비자가 더욱 즐겁게 한우를 즐길 수 있도록 소비자들과의 접점을 다양한 방식으로 확대하겠다고 전했다. (머니S 5.25)

한우자조금 사업 소개

“값싸진 한우 이유있네”…
한우자조금 아시나요

- 소비자에게 한우 정보 전달하고 유통과정·비용 개선하는 역할
- 수입산 쇠고기 한우 둔갑 차단해 신뢰도 높여

일반 소비자에게는 다소 생소할 수도 있는 **한우자조금의 사업을 소개**하는 기사를 통해 한우산업에 대한 국민적 관심을 제고했다. 농가들이 한우산업을 지키고 발전시키기 위해 소 도축 시 1마리당 2만원의 기금을 모아 운용하는 ‘자조금’을 관리하는 곳으로 소비 홍보, 유통구조 개선, 교육 및 정보 제공, 조사연구, 수급안정 분야에 사용한다고 밝혔다. 한우가 맛있고 좋은 것은 알지만 비교적 높은 가격 때문에 선뜻 구매가 망설여지는 소비자들을 위해 자조금으로 할인 금액을 지원하는 각종 한우 할인 판매 행사와 생산자와 소비자가 직접 만나게 함으로써 유통 과정과 비용을 최소화해 소비자들이 보다 저렴한 가격으로 한우를 구입할 수 있게 하는 ‘한우직거래장터’도 소개했다. 이뿐만 아니라 외국산 쇠고기가 한우로 둔갑해 유통되는 것을 차단하고자 ‘한우 유통 감시단’을 운영하고 우리 한우 판매점을 선정해 한우에 대한 소비자 신뢰도를 높이는 사업을 진행하고 있다고 전했다. (매일경제 5.6) 🍷

가정의 달 맞이 한우할인판매 행사 진행 지역별 온·오프라인 소비촉진 행사 열려

가정의 달을 맞아 전국에서 한우 할인판매 행사가 열렸다. 이번 온·오프라인 소비촉진 행사는 강원·충남·전북·제주 지역에서 한우유통업체 및 판매업소와 연계해 진행되었다. 코로나19로 위축되어있는 한우 소비를 활성화하

고, 한우를 홍보하고자 마련된 이번 행사는 한우 할인행사를 비롯하여 시식, 전시, 경품 이벤트, 네이버 라이브커머스 등 다양한 방식으로 진행돼 소비자들에게 큰 호응을 얻었다. 🍷



일시 5월 21~31일

장소 보령축협하나로마트

주요 프로그램

- 한우 할인판매 행사
- 라이브커머스 2회 진행(5.25, 5.29)
- 유튜브 밥급남(5.29) 출연

일시 5월 7~9일

장소 농업회사법인 이상촌 등 5개소

주요 프로그램

- 한우 할인판매 행사
- 한우푸드트럭 시식
- 한우 사진 전시회
- 한우구매 고객 경품 이벤트



일시 5월 27~30일

장소 홍천축협갈마로지점

주요 프로그램

- 한우 할인판매 행사
- 한우버거, 한우고기말이 시식
- 구매금액별 사은품 증정

일시 5월 7~9일

장소 아라한우프라자 등 3개소

주요 프로그램

- 한우 할인판매 행사
- 한우 등심, 불고기 시식

전국한우협회, 국립축산과학원 한우연구소와 간담회 진행 한우 개량 방향성 논의



전국한우협회는 지난 5월 27일 농촌진흥청 산하 국립축산과학원 한우연구소를 방문해 한우 개량방향성에 대해 논의하고 한우농가를 위한 실용연구 매진을 주문했다.

이날 한우연구소와의 간담회에서는 한우개량의 방향성 외에도 한우정액의 다변화, 유전체 분석의 활용 방안 등 폭넓은 논의가 이뤄졌다. 특히 박영철 강원도지회장이 함께 자리해 김삼주 회장과 현장의 갈등을 토로하며 탄소중립 달성을 위한 사료 원재료 및 사육법 등의 개발, 한우 분뇨와 관련한 부숙도 및 냄새 원인분석(부숙제 성분검사) 등 당장 현장에서 필요로 하는 연구수행을 적극 건의하기도 했다. 김삼주 회장은 “정부기관들의 규제가 한우연구소 등 국가 연구기관 데이터를 기초로 하는만큼 농가 피해가 없도록 정확하고 현장중심의 실증연구에 매진해 달라”고 당부했다. 축산과학원은 정확도 높은 ‘2021 상반기 한우 교배계획 길라잡이(29호) 엑셀 프로그램’ 활용을 추천하면서 유전체 정보 활용 등 정교한 연구를 위해 농가단위의 관심과 기록협조 등이 필요하다고 하며 데이터 축적을 위한 적극적인 협조를 당부했다. 🍷

전국한우협회, 현실 외면한 규제 해소 노력 전체 상임위 국회의원 면담추진



전국한우협회가 한우산업 안정화를 위한 제도개선과 한우산업발전 법안 신설을 위한 움직임에 박차를 가하고 있다. 전국한우협회는 “농해수위 외에도 환경, 예산, 정부포상 등 다양한 현안이 있기 때문에 환노위, 행정안전위 등 위원회 별 요구사항을 전략적으로 전달하면서 한우산업을 알리고 국회 차원의 관심을 불러일으키고 있다”고 전했다. 김삼주 전국한우협회장은 취임 이후 최근까지 약 20여명의 의원실을 방문했다. 최근인 5월 31일에는 김승남 국회의원(고흥, 보성, 장흥, 강진, 농해수위), 6월 1일에는 서삼석 국회의원(영암·무안·신안, 농해수위 간사), 6월 2일 권성동 의원(강원 강릉시, 환노위)과 면담을 진행했다. 의원들과의 만남에서 한우협회는 소 브루셀라병 농가보상체계 개선, 국내산 조사료의 활성화 및 예산확대 노력, 퇴비부숙도 검사 의무화에서 퇴비사 건폐율 제외 등을 건의했다. 의원들은 “식량위기 속에서 사료자급률 향상은 무엇보다 중요하다”며 국내산 조사료 활성화가 필요한 상황이라는 점에 매우 공감하고 최대한 국회차원의 노력을 기울일 것을 약속했다고 전했다. 🍷

여름철 고온 스트레스에 대비하자

- ☑ 비육 말기에 중기부터 후기 사이의 비육우 더위 감소 절실
- ☑ 소가 열 발산하는 야간 냉방 중요
- ☑ 적절한 온도, 습도, 환기 등 우사내 온도 관리

2021년 기상청 발표에 따르면 올해 6~7월 온도가 평균기온보다 높을 확률이 40%로 나타났으며, 8월의 경우 50% 확률로 평균보다 기온이 올라갈 것으로 예측하고 있다. 가축들도 여름철 더위 스트레스로 인하여 생산성이 떨어지거나 질병이 발생할 수 있기 때문에 더욱 신경을 쓰고 관리해야 한다. 한우를 비롯한 육용우의 사육 적정온도는 송아지 13~25℃, 육성우 및 번식우 4~20℃이며 비육우 10~20℃로 송아지와 비육우의 고온에 의한 스트레스가 크다. 특히 비육우는 30℃ 이상이 되면 생산환경 임계온도에 이르러 발육이 정지되므로 특히 비육 후기에 있는 소들의 세심한 관리가 중요하다.

표1 소의 사육적정온도와 생산 환경					
구분	최적환경		적정온도 범위(℃)	생산 환경 임계온도(℃)	
	온도(℃)	습도(%)		저온	고온
송아지	18	60	13-25	5	30
육성우	16	70	4-20	-10	32
번식우	10	70	0-20	-10	32
비육우	16	70	10-20	-10	30

열 스트레스 분산에 취약한 반추가축

비육우는 기온이 26℃ 이상 올라가면 체온이 상승하기 시작하면서 사료섭취량이 급격히 감소하여 생산성이 크게 떨어지게 된다. 가축은 고온환경 하에서 열성 다호흡이라는 혈떡거림 현상이 나타나는데 이는 체내의 열 발생 조건과 밀접한 관계가 있다. 과식하였거나 고온상태에 있는 가축은 저영양상태나 절식하는 가축보다 열성 다호흡이 심하게 나타난다. 따라서 번식우보다 비육 말기 또는 중기부터 후기 사이의 비육우에 대한 더위 감소대책이 절실하다.

다른 동물에 비해 소는 열스트레스를 효과적으로 분산시킬 수 없다. 소는 땀이 아닌 호흡에 의존하여 몸을 식힌다.

기후 조건에 더해진 복합적인 요인은 반추위 내의 발효과정인 소에 있어서 추가 열을 생성한다는 것이다.

되새김질을 하는 반추가축은 반추위 내 발효열에 의해 체온의 증가가 더욱 심하게 일어나 열사병에 걸리기 쉬우며 이에 따라 급격한 사료섭취량 감소와 체중 저하가 우려된다.

소는 낮에 열 부하를 축적하고, 밤에 열을 발산하는데, 야간에 환경 냉각이 충분하지 않으면 소의 열 부하가 누적되어 다음날까지 영향을 미친다. THI지수(온·습도지수)의 측정 기준에는 주변의 온도와 습도만 포함되고, 소에 축적된 열 부하는 포함되지 않기 때문에 가축의 열 스트레스를 정확

히 예측하지 못할 수도 있다.

최근에는 누적 열 부하 단위(또는 AHLU)로 신체에 저장될 수 있는 열의 양을 측정한다. 동물의 ‘열 에너지 균형’은 열 부하 지수(HLI)임계 값을 초과하는 노출 기간에 의해 결정된다.

사료 섭취로 인한 열 생성은 사료 공급 후 4~6시간 후에 최고조에 달한다. 따라서 아침에 먹인 소의 열 생산은 환경 온도가 상승하는 한낮에 최고조에 달한다.

하루에 먹는 총 배합사료 양을 오전에 30%, 주변온도가 최고조를 도달하는 오후 3시에서 2~4시간이 지난 오후 6~7시에 나머지 70%를 공급받아야 한다.

소화 이용성이 높은 원료로 제조된 에너지 높은 사료를 이용해 사료의 빠른 소화를 도와서 제1위의 발효열 발생을 줄이고 열 부하를 감소시키는 등 사료 급여량을 조절하는 방법도 생각해 볼 수 있다. 또한 비육 말기의 소에게는 TDN함량이 높은(74% 이상) 사료보다는 약간 낮은 사료를 급여하는 방법도 생각해 볼 수 있다.

그러나 현실적으로 사료를 교체급여하는 것은 어렵다. 그러므로 주변 환경개선에 우선 집중하는 것이 중요하다.

사육환경은 모든 가축의 생산성과 깊은 관련이 있다. 특히 한우사육에 있어서 중요한 환경요인은 온도, 습도, 환기이

표2 체중별 환기요구량						
성장 단계별	체중 (kg)	수증기 (g)	체중 (W)	탄산가스 (ℓ)	환기요구량(m³)	
					두당	체중kg당
송아지	60	77	28	28	14.2	0.24
육성우	150	140	360	56	25.7	0.17
	300	230	621	95	42.3	0.14
번식우	500	322	887	133	59.2	0.11
비육우	150	157	360	56	18.1	0.12
	300	258	620	95	29.8	0.09
	500	361	887	133	41.6	0.08

다. 초속 0.5m의 풍속으로 바람을 일으키면 소는 기온보다 4.2℃ 낮게 느끼며 초속 1m의 풍속이면 6.0℃가 낮은 느낌이 든다. 사람도 더운 여름날 부채나 선풍기로 시원함을 느끼는 것과 같은 이유다.

최근에는 우사내에 선풍기를 설치한 농가가 많은 상황이지만 선풍기의 위치(직하형, 수직형, 중간형 등)도 다르고 소와 선풍기 간의 위치, 적당한 선풍기의 설치 등에 대해서도 좀 더 구체적으로 연구해 볼 필요성이 있을 것이다. 이 외에도 우사의 문을 활짝 열고 천장의 송풍 등 사람이 해결할 수 있는 방안을 최대한으로 생각해야 한다.

우사 및 주변 관리

우사내의 온도는 지붕에서의 복사열에 의해서도 온도가 상승하기 때문에 지붕에 석회를 바르거나 백색계통의 페인트, 스프링클러 설치, 나무심기 등의 다양한 방법이 있으며, 신축우사라면 지붕에 온도센서를 설치하여 자동으로 선풍기가 작동하는 방식도 고려해야 한다.

아울러 습도가 높아지면 소의 몸에서 발생하는 열(방사열)이 감소하고 소의 체온이 상승한다. 똑같은 온도에서도 습도가 높아지면 불쾌지수도 높아지기 때문에 통풍, 환기대책 이외에도 깔짚 교환 등으로 수분 발산을 막고 우사 주변의 잡초를 제거하며 우사 주변의 웅덩이들을 없애는 것에 관심을 두어야 한다. 잡초의 제거나 물웅덩이를 없애는 것은 파리나 모기 등의 구충을 없애는 방법으로도 효과적이다. ‘쇠파리’나 ‘등에파리’는 소의 피를 빨아먹어 근육을 수축시켜 열 발산을 어렵게 해 소의 냉각을 감소시킨다.

파리의 번식 지역을 최소화하고 열 스트레스 시간 이전에 파리 개체수를 줄이기 위해 노력해야한다. 🦟

GMD컨설팅 김종하 상무



폭우, 폭염 대비!

여름철 재해 예방 안전수칙

매년 여름철이 되면 고온다습한 작업환경으로 어려움을 겪는 농업인이 많다. 기상청의 발표에 따르면 올여름 기온이 평균기온보다 높을 것으로 전망되고 있다. 열사병, 열탈진 등과 같은 온열질환과 장마철로 인한 감전 사고 및 침수 등 여름철 재해 예방에 각별한 주의가 필요하다.

출처 안전보건공단

온열질환 재해 예방 행동요령

장마철 재해 예방 행동요령

사전 준비사항

- 1 집에서 가까운 병원이나 보건소 연락처 확인해두기
- 2 냉방기기 사용시 실내외 온도차를 5°C내외로 유지(건강 온도 26~28°C)하기
- 3 온열질환 초기 증상이 피로감, 힘없음, 어지러움, 두통, 빠른 심장박동, 구토 등임을 인지하기

작업시 주의사항

- 1 휴식시간은 장시간보다 짧게 자주 가지기
- 2 모자를 반드시 착용하고 야외 작업시 통풍이 잘되는 밝은 색 옷 착용하기
- 3 작업중 15~20분 간격으로 시원한 물과 염분(물 1리터당 소금 1/2 작은 술)을 섭취하여 탈수증 예방하기
- 4 해가 강한 12~15시 사이에는 야외 작업하지 않기

사전 준비사항

- 1 호우 예보 발령시 주택 하수구나 집 주변 배수구 점검
- 2 침수나 산사태 위험지역은 대피 장소와 비상연락망 확인
- 3 전기기기 및 배선 등의 전기 충전부는 노출되지 않도록 설치하기
- 4 전기기기 사용시 반드시 접지를 시키고, 누전차단기를 설치해 감전 재해 방지하기

작업시 주의사항

- 1 젖은 손으로 전기기기를 만지지 말기
- 2 덥고 습해도 반드시 보호구를 착용하기
- 3 감전사고 발생시 우선 전원을 차단하고 피해자를 위험지역에서 신속히 대피시켜 2차 재해가 발생하지 않도록 조치할 것

2021년 5월 한우 현황

2021년 한우 사육 마릿수
전년 대비 증가 전망

한우가격 및 출하 동향

구분		2018년	2019년	2020년	2019년	2020년	2021년	
					5월	5월	4월	5월
도축두수(두)		736,363	765,328	762,746	57,930	56,049	62,517	54,189
경매두수(두)		378,120	403,449	410,849	31,861	30,660	34,324	27,998
도매시장 경락가격 (원/kg)	평균	17,772	17,965	17,772	17,731	20,608	20,926	21,247
	거세	18,735	19,116	21,241	19,658	22,582	22,882	23,475
	비거세	12,813	13,439	13,386	12,800	13,905	13,684	13,452
가축시장 거래가격 (천 원/두)	암소		5,659	5,645	6,103	5,482	5,985	6,319
	송아지	암	3,130	2,830	3,415	3,275	3,382	3,734
		수	3,857	3,434	4,268	4,044	4,314	4,549
소매가격 (1등급/kg)	등심		81,550	83,250	97,830	79,210	93,810	100,030
	양지		55,390	55,820	60,140	56,130	59,130	63,340
	설도		-	43,420	47,330	-	47,360	50,270

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

<출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터>

*기준일: 2021년 5월 1일~5월 31일

한우 사육현황 및 한우농장 현황

총 한우 두수	총 암소 두수	총 가임암소 두수 (15개월령 이상)	총 한우농장 수
3,289,337두	2,107,147두	1,528,738두	89,494호

*기준일: 2021년 4월 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)	1,017,858	54,292	29,621	21,092	16,750	11,891	9,226	21,460

*기준일: 2021년 4월 말일

<출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터>

한우 사육 마릿수 전망

2021년 한우 사육 마릿수 전년 대비 증가 전망

- 2021년 6월 한우 사육 마릿수: 338만 6천 마리(전년 대비 5.0% 증가) 전망
- 2021년 12월 한우 사육 마릿수: 334만 3천 마리(전년 대비 3.6% 증가) 전망
- 가임암소 155만 6천 마리(5.1% 증가), 1세 미만 98만 2천 마리(4.8% 증가)
- 가임암소 161만 2천 마리(4.1% 증가), 1세 미만 97만 3천 마리(1.2% 증가)

(단위:천 마리, %)

구분		2020년				2021년			
		3월	6월	9월	12월	3월	6월	9월	12월
전체	마릿수	3,038	3,226	3,272	3,227	3,162	3,386	3,415	3,343
	증감률	4.5	4.3	5.0	4.8	4.1	5.0	4.4	3.6
1세 미만	마릿수	922	938	947	962	929	982	987	973
	증감률	6.0	5.3	5.4	6.2	0.8	4.8	4.3	1.2
가임암소	마릿수	1,456	1,481	1,545	1,548	1,524	1,556	1,618	1,612
	증감률	4.3	4.3	4.8	4.3	4.7	5.1	4.7	4.1

<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.

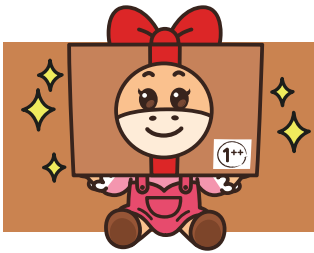


- 웹진 접속 방법**
- 1. 소식지 주소(hanwoonews.com)를 스마트폰 또는 PC 주소창에 입력
 - 2. 스마트폰 카메라로 큐알코드 촬영하기
 - 3. 네이버 검색창에서 '한우자조금 웹진' 검색
 - 4. 한우자조금 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr)에서 소식지 배너 클릭

참여 방법
웹진 기사 또는 이벤트 페이지에 응원 댓글을 남기면 됩니다.

응모 기간
2021년 6월 30일(수)까지

당첨자 발표
2021년 소식지 7월호에 발표합니다.



지난호
당첨자

한우 선물세트 이준선
전기그릴 박경태
한우 기념품 세트 유재범, 안세영, 김혜원
온누리상품권 2만 원 임종수, 손병순, 김사라

※ 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.



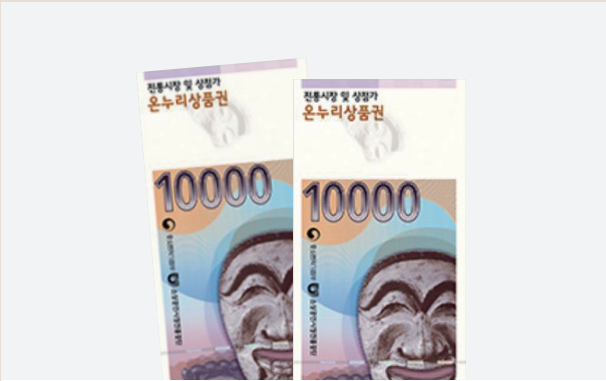
한우 선물세트 • 1명



전기그릴 • 1명



한우 기념품 세트 • 3명



온누리상품권 2만 원 • 3명

-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.

