



사육시설	축산법	가축사육 규모가 허가 또는 등록된 축사 면적 내에서 단위면적당 적정사육기준을 준수하고 있습니까?	
		가축을 사육하기 위한 사육시설은 갖추어져 있습니까?	
		외부에서 들어온 소 및 병든 소를 격리하기 위한 공간을 따로 확보하고 있습니까?	
가축분뇨법	가축분뇨법	배출시설(축사)을 시장·군수·구청장에게 허가 또는 신고하고 설치하였습니까?	
		가축분뇨처리시설을 설치해 가축분뇨를 적정하게 처리하고 있습니까? (전량 위탁처리하는 경우에는 제외)	
		퇴비사·창고 등 가축을 사육해서는 안되는 시설을 이용해 가축을 사육하고 있습니까?	
소독설비	가전법	농장 출입구에 차량을 소독할 수 있는 소독시설을 설치해 소독을 실시하고 있나요?	
		출입자의 옷 등을 소독할 수 있는 분무용 소독시설 또는 고압분무기가 설치되어 있나요?	
		농장 출입자를 위한 전용 의복·신발 등을 비치하고, 농장 출입시 착용하고 있나요?	
		농장·축사·창고·사무실 출입구에 신발 소독조를 설치해 소독하고 있나요?	
방역시설	가전법	방문객에 대한 출입기록부를 비치해 기록하고 있나요?	
		방문차량에 대한 소독실시기록부를 비치해 기록하고 있나요?	
		차량 출입구에 차량 진입 차단 바 또는 줄·문 등의 차단 장치는 설치되어 있나요?	
		농장 입구에 출입통제 안내판은 설치되어 있나요?	
		출입을 통제할 수 있는 울타리 또는 담장은 설치되어 있나요?	
농가 준수 사항	축산법	「농약관리법」 제2조에 따른 농약을 가축에 사용해서는 안되며, 「약사법」 제31조 및 제41조에 따라 허가된 동물용 의약품 등만 사용하고 있나요?	
		「약사법」 제85조 제2항에 따른 동물용 의약품 등의 사용기준을 준수하고 있나요?	
		「약사법」 제56조 제1항 및 제65조 제1항에 따라 의약품등의 용기나 포장에 기재된 제품표시사항을 준수하고 있나요?	
		「동물용 의약품등 취급규칙」 제46조에 따라 농림축산검역본부장이 고시한 동물용 의약품 안전사용 기준 중 휴약기간 및 출하제한기간은 준수하고 있나요?	
이력신고	이력제법	가축을 사육하면서 가축을 출하하기 위해 농장식별번호는 발급받았습니까?	
		소의 출생·폐사, 양도·양수, 다른 가축사육시설로 이동시킨 경우 5일 이내에 축산물품질평가원에 신고하였습니까?	
위생관리	위생법	가축을 출하할 경우 일정기간 사료 급여를 중지하여 출하하고 있습니까? *12시간 이상 절식	
약취관리	가축분뇨법	악취가 날 우려가 있는 부분은 밀폐하거나 악취를 방지할 수 있는 시설을 설치하고 있습니까? (단, 악품 등을 이용해 악취를 제거할 수 있는 경우는 제외)	
		가축분뇨, 퇴비 또는 액비의 보관장소는 여유공간을 확보해야 하며, 악취가 생기지 않도록 필요한 조치를 하고 있습니까?	
		배출시설 및 처리시설은 「악취방지법」 제7조에 따른 배출허용기준을 준수하고 있나요?	



핫이슈1

2022년 설맞이 온라인 명절한우장터&
전국 오프라인 한우 할인판매행사

핫이슈2

2022년 한우자조금
광고 캠페인 온에어

한우 컨설팅

이유제중 증가를 위한
입불이기 사료 급여방안(1)



웹진으로 만나는
한우 소식

한우자조금

2022.02 February vol.196



Cover Story

한우자조금은 TV 드라마·예능·교양, 라디오, 잡지 등의 대중 미디어 속 콘텐츠에 제작지원 및 협찬을 통해 한우와 한우산업에 대한 정보를 정확하고 효과적으로 전달해 한우에 대한 호감과 친근함, 선호도를 높이는 데 기여하고 있다.

발행일 2022년 2월 16일
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.



04 핫이슈1
2022년 설맞이 온라인 명절한우장터& 전국 오프라인 한우 할인판매행사

08 핫이슈2
2022년 한우자조금 광고 캠페인 온에어

- 10 한우자조금 소식**
- 10** ‘한우고기 소비시장분석을 통해 마케팅 전략 수립연구’ 결과 발표
 - 11** ‘한우분뇨가 환경오염에 미치는 영향 연구’ 결과 발표
 - 12** ‘한우의 기술’ TV광고 온에어 기념 온라인 이벤트 진행
 - 13** 전국한우협회 및 범농축산업계 농민단체 “CPTPP 가입 결사반대” 공동대응

14 한우 컨설팅
이유체중 증가를 위한 입불이기 사료 급여방안(1)

16 방송에서 만난 한우
민족대명절 설에는 역시 한우!

18 牛라차차 한우농가
2021년 제24회 전국한우능력평가대회
한국종축개량협회장상 수상
전북 진안 수덕농장 성희수 대표

22 우리는 한우인
상지대학교 축산환경학과 교수·환경분석센터장
이명규 교수



24 트렌드 살펴보기
코로나19로 바뀐 소비시장의 패러다임 퀵커머스&로코노미

25 정보 플러스
한우 사육에 도움을 주는 애플리케이션

26 한우시황 관측
2022년 1월 한우가격 및 출하 사육 동향

→ 한우자조금이 민족 최대의 명절 설을 앞두고 다양한 채널을 통해 한우 할인판매를 진행하며 소비자들에게 큰 사랑을 받았다. 올해는 코로나19로 인해 청계광장 한우직거래장터는 열리지 못했으나 코로나 상황에 대응하여 개최한 ‘2022년 설맞이 온라인 명절한우장터’와 전국 오프라인 매장에서 진행한 ‘한우 할인판매행사’는 “역시 민족대명절에는 한우”라는 인식을 공고히 했다.

특히 2022년 설맞이 온라인 명절한우장터가 열린 첫 날 단 하루 만에 매출 6억 원을 기록하며 전년도 설행사 총 매출인 5억 2천만 원을 훌쩍 뛰어넘으며 역대급 흥행의 시작을 알렸다.



2022년 설맞이 온라인 명절한우장터

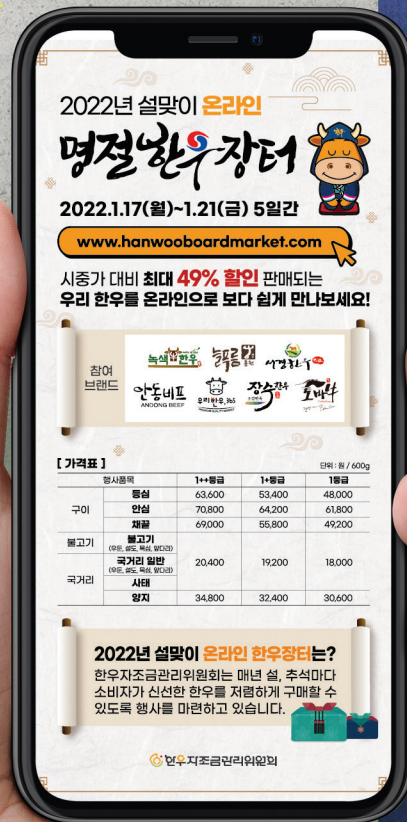
전국 7개 업체 참여 및 인기 품목 공급량 확보

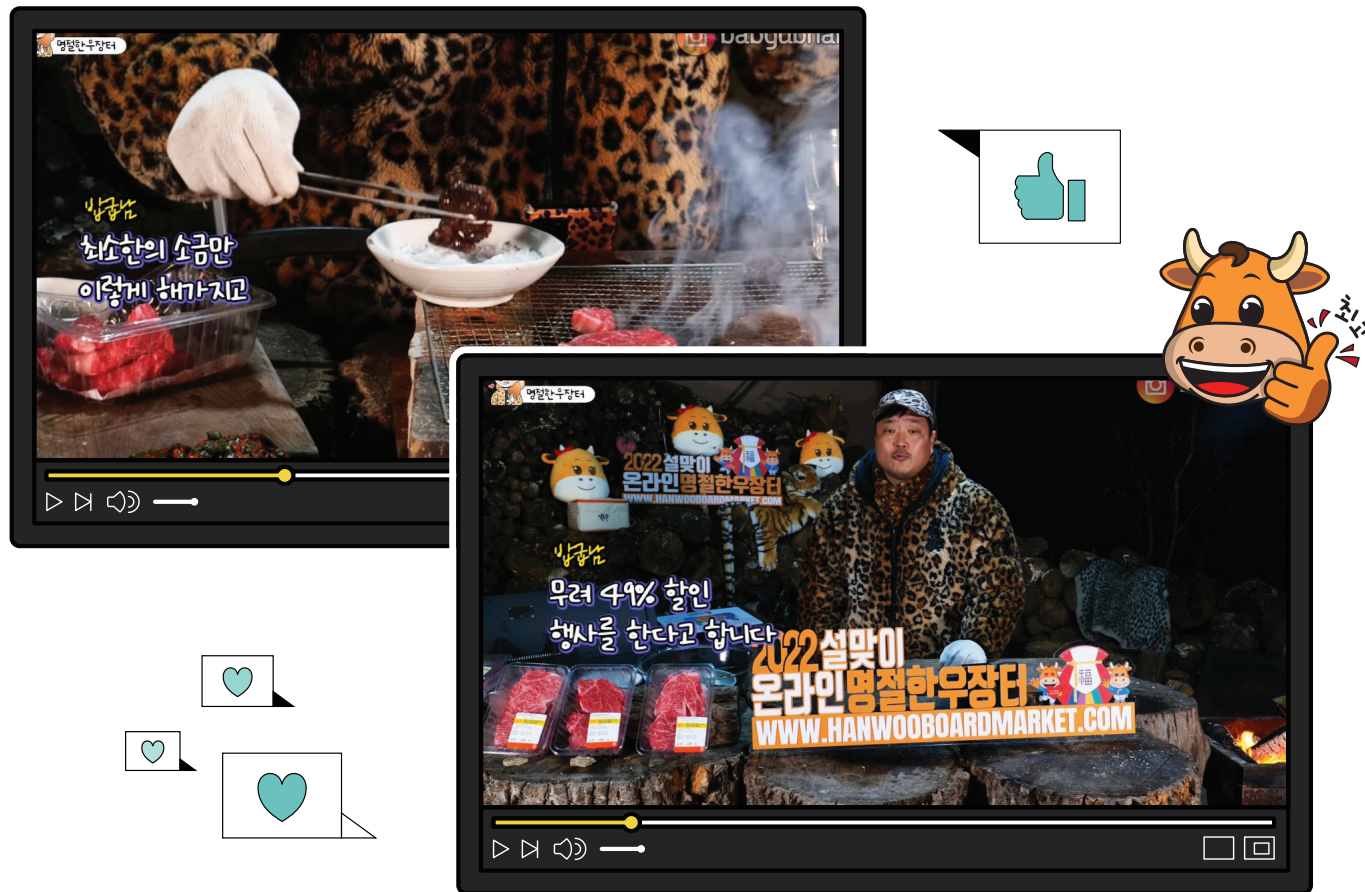
‘2022년 설맞이 온라인 명절한우장터’가 1월 17일부터 21일까지 5일에 걸쳐 진행됐다. 한우자조금이 명절 한우고기 소비 확대와 한우 가격 안정을 위해 2014년부터 서울 청계광장에서 개최해온 ‘한우직거래장터’를 방역수칙에 맞춰 비대면 온라인 방식으로 모습을 바꿔 진행하였다. 올해에는 녹색한우(전남), 늘푸름한우(강원), 서경한우(경기), 안동비프(경북), 우리한우(경북), 장수한우(전북), 토바우(충남) 등 전국의 총 7개 업체가 참가했으며, 등심, 안심, 채끝 등 구이류와 양지, 사태 등 국거리, 불고기를 최대 49%까지 할인해 1등급 한우를 100g 기준 등심 8,000원, 안심 10,300원, 채끝 8,200원, 국거리와 불고기는 각 3,000원의 저렴한 가격에 판매했다. 명절한우장터만을 위한 홈페이지를 구축해 포털 검색창에 ‘명절한우장터’를 검색하면 간단하게 구입할 수 있도록 해 소비자들의 접근성을



2022년 설맞이 온라인 명절한우장터 & 전국 오프라인 한우 할인판매행사

소비자 신뢰도와 매출 모두 잡으며 역대급 흥행





높였으며, 온라인 주문이 어려운 장년층을 위해 전화 주문이 가능한 콜센터도 운영했다.

작년 대비 167% ↑ 역대 최고 매출 약 13억 9,000만 원 기록
‘2022년 설맞이 온라인 명절한우장터’는 13억 9,000만 원의 매출을 올리며 성황리에 종료됐다. 지난해 설 5억 2,000만 원 매출 대비 167% 증가한 역대 최고 매출이다.

한우자조금 관계자는 “행사 첫날 작년 설 행사의 총 매출을 뛰어넘었다”며 이번 흥행의 비결로 “2014년부터 명절마다 행사를 진행하다 보니 소비자들에게 확실하게 각인된 것 같다. TV·라디오, 유튜브 등 트렌드에 맞는 다양한 홍보 전략과 인기 품목 공급량 확보를 위해 업체를 7개로 늘린 것도 매출에 영향을 끼친 것으로 보인다”고 전했다.

또한 “13억 원이 넘게 팔릴 정도로 많은 소비자들이 우리 한우를 찾게 되어 기쁘고 동시에 명절한우장터의 인기와 신뢰도를 인정받은 것 같아 고무적으로 생각한다”며 “꾸준한 명

절한우장터 개최와 트렌드에 맞는 홍보활동으로 한우 소비 촉진에 앞장서겠다”고 말했다.

“육즈비로서 고기의 왕, 한우를 먹어야죠?”

한우자조금은 올해 온라인 장터 구매를 활성화하기 위해 구독자 137만명을 보유한 유명 유튜버 밥굽남과 함께 홍보에 나섰다. 고기 전문 유튜버인 밥굽남은 “한우산업은 이 땅 위에 자존심이다. 한우산업이 발전해야한다”는 말을 시작으로 숯불 위에 명절한우장터에서 실제로 판매 중인 등심, 안심, 채끝을 차례로 구워 먹으며 “한우 맛있는 거 모르는 사람이 어디 있겠나. 비싸서 못 먹는 사람들은 이번 기회에 꼭 구입하라”며 소비를 독려했다. 이어서 “국거리도 만만치 않게 좋다”며 목심을 넣은 소고기뭇국과 초간단 언양불고기 레시피를 선보이기도 했다.

산적TV 밥굽남의 해당 콘텐츠는 조회수 15만회를 기록하며 한우를 향한 뜨거운 관심을 불러일으켰다.

2022년 설맞이 전국 한우 할인판매행사 전국 소비자 마음 사로잡으며 설 장바구니 물가안정에 기여



전국 652개 매장에서 최대 30% 할인

한우자조금은 설 명절을 앞두고 한우 소비촉진과 한우 가격 안정을 도모하기 위해 1월 13일부터 1월 31일까지 전국 오프라인 매장에서 대대적인 한우고기 할인행사를 열었다.

이번 할인행사에서는 전국 농축협 매장, 대형마트, 한우영농조합법인 등 652개 매장에서 한우 등심, 안심, 채끝, 불고기, 국거리 등 한우 인기 부위를 할인 판매했다. 1++등급부터 2등급까지의 한우 등심, 안심, 채끝 부위는 시중가 대비 20%, 불고기와 국거리는 30%까지 할인 판매했다.

할인판매장을 찾은 소비자들의 반응은 뜨거웠다. 쇼핑카트에 한우고기를 가득 담은 한 주부 소비자는 “평소에도 가격과 품질을 꼼꼼하게 따지는 편이다. 명절 전에 한우 할인행사를 크게 한다는 걸 알고 있어서 명절 장보기는 매번 여기에서 한다”고 말해 소비자들에게 명절 한우고기 할인판매행사가 자연스럽게 각인 되어가고 있음을 느낄 수 있었다.

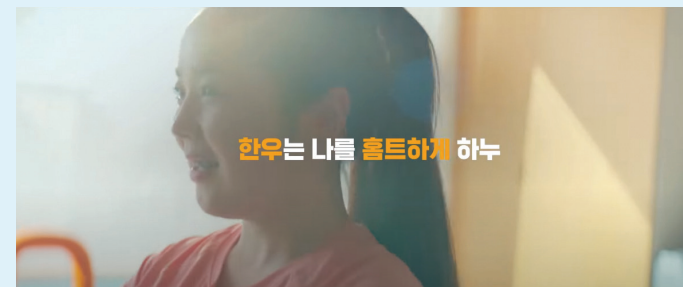
지난 1월 20일 서울 서초구 농협유통 하나로마트 양재점에서 홍보 행사를 진행했다. 민경천 한우자조금위원장 및 김삼주 전국한우협회 회장, 안병우 농협경제지주 축산경제 대표이사, 정연태 농협유통 대표이사 등이 함께한 홍보 행사에 많은 기자들이 참석하며 설맞이 한우 할인판매행사를 향한 소비자와 언론의 관심을 확인하기도 했다.

청탁금지법 개정 첫째, 소비자 반응도 “좋아요~!”

특히 올해는 청탁금지법 개정으로 농축수산물 선물 가액 한도가 10만 원에서 20만 원까지 한시적으로 상향되었다. 할인 판매장 곳곳에는 농축수산물 선물 가액 한도가 상향되었다는 문구가 부착되어 있었다. 소비자들은 다채로운 선물 구성이 가능해졌다며 환영이라는 반응이다.

한우자조금 관계자는 “코로나 19로 힘든 시기에 한우자조금이 마련한 한우 할인판매 행사가 제사용품과 감사의 선물을 준비하는 소비자들에게 큰 힘이 되었으면 좋겠다”며, “가족과 떨어져 있거나 가까이 있어도 품질 좋은 우리 한우와 함께 건강한 명절 보내시길 바란다”고 밝혔다. 🍀





2022년 한우자조금 광고 캠페인 온에어

별걸 다 하게 하누~ 이것이 '한우의 기술'!

→ 일상 속 '한우의 기술'을 콘셉트로 하는 2022년 한우자조금의 광고 캠페인이 지난 1월 21일부터 온에어했다. '요리하게 한우 편', '홈트하게 한우 편', '플렉스하게 한우 편' 등 총 3편으로 제작된 올해 광고는 '별걸 다 하게 하누, 이것이 한우의 기술'이라는 키 메시지를 통해 최고의 만찬인 '한우'만 있으면 대한민국 국민의 일상이 드라마처럼 특별해진다는 의미를 담고 있다.



“한우는 요리 못하는 우리를 요리하게 하고,
다이어트에 지친 나를 다시 홈트하게 하고,
무뚝뚝한 아빠도 플렉스하게 만듭니다.”



보통의 하루를 각별하게 만드는 3편의 한우 드라마 요리하게 한우 편

“이번 설날은 며느리들은 여행 중, 우리 삼형제는 요리 중!”
아내들을 대신해 명절준비에 나선 의좋은 삼형제. 요리에 서툰 삼형제가 우왕좌왕하면서도 사이 좋게 한우 육전을 부치는 상황을 따뜻하게 담아낸다.

홈트하게 한우 편

“다이어트로 저기압일 땐, 고기 앞으로! 한우 앞으로!”
평생의 숙제인 다이어트. 매일매일 홈트레이닝과 똑같은 식단으로 지쳐 포기하고 싶을 때 단백질 가득한 한우가 답이다. 맛있고 다이어트에도 좋은 한우고기를 먹으며 다시 다이어트에 박차를 가하는 다이어터의 희망찬 모습을 담았다.

플렉스하게 한우 편

“항상 괜찮다, 괜찮다 하시는 우리 아빠. 오늘은 맛있다, 맛있다 하신다!”
결혼을 앞둔 딸과 둘이 한우를 먹는다. 평소에 말이 없던 아버지는 플렉스하듯 멋지게 한우를 주문하고 직접 고기를 구워 딸에게 건네주기도 한다. 딸이 건네준 한우 한 점에 행복한 표정을 감추지 못하는 아빠. 한우는 무뚝뚝한 아빠도 플렉스하게 한다

일상 소재를 활용한 시리즈로 소비자 공감 유도

한우자조금은 한우 소비촉진 활성화를 위해 이번 시즌 TV광고와 함께 라디오에서도 '한우의 기술'을 콘셉트로 한 캠페인 광고를 동시에 진행한다.

한우자조금 관계자는 “2022년 누구나 쉽게 공감할 수 있는 스토리를 담아 한우와 함께 일상이 더욱 특별해지는 경험을 전하고자 기획하게 됐다”며 “한우자조금은 올해에도 TV광고뿐 아니라 한우의 우수성을 알리는 다양한 활동을 통해 한우 소비촉진 활성화와 한우산업의 발전을 도모하기 위해 노력할 것”이라고 말했다. 한편 이번 공개된 다양한 버전의 영상은 한우자조금 공식 유튜브 채널에서도 만날 수 있다. 📺

한우는 우리를 모이게 하누
축하하게 하누
인싸되게 하누
우리의 하누하누
사랑하게 하누
이것이 한우의 기술
별걸 다 하게 한우
한우자조금



02



‘한우분뇨가 환경오염에 미치는 영향 연구’ 결과 발표

한우산업이 직면한 환경 관련 현안 진단 및 중장기적 지원책 제안

한우자조금이 발주하고 (사)한국축산환경학회(연구책임자 이명규 교수)에서 연구된 ‘한우분뇨가 환경오염에 미치는 영향 연구’결과가 발표되었다.

이번 연구는 한우산업이 직면한 축산냄새, 수질오염, 퇴비 부족 등 환경문제에 초점을 두고 관행적인 한우분뇨 관리(처리) 등 자원화 관련 현안 진단 및 기후위기 시대에서 한우산업의 지속가능한 발전을 위한 전략과 정책지원 방안을 마련하기 위해 추진되었다.

한우농가 분뇨관리를 위해서는 농장 내 신속한 분뇨처리뿐만 아니라 분뇨의 소비자인 경종농가의 퇴비 품질요구 대응, 지역 내 양분관리 정책, 잉여양분의 관리대책, 지자체의 경축순환 정책 연계, 냄새에 대한 광역적 관리 등이 통합적으로 구축된 “지역단위 경축순환농업 활성화”가 향후 지속가능한 한우산업을 위해 반드시 필요하다고 강조하였다.

2015년 기준 한우사육으로부터 발생하는 암모니아 배출량은 38,912톤이며, 전체 축종에서 약 18% 수준이다. 한편, 한우 퇴비사에서는 퇴비화 운영에 따른 황화수소가 검출되지 않으므로 우분뇨 퇴비화 시설에서의 황산염 등으로 인한 2차 미세먼지 생성 가능성은 높지 않은 것으로 조사되었다.

2018년 기준 장내발효와 가축분뇨처리 부문을 모두 포함한

온실가스 배출량은 총 9,407 천톤 CO₂eq. (100%) 이다. 그 중 한·육우는 전체 52.3%에 달하며, 돼지 18.7%, 닭 17.5%, 가금 8.8% 순으로 배출되는 실정이다. 타 축종에 비해 한·육우의 탄소 배출량이 가장 높기때문에 한우산업 현실에 맞는 정책·기술적 대책 마련이 시급하다고 주장하였다.

기후위기 시대에 향후 우리나라 한우산업은 축분 자원화에 있어서 새로운 개념의 대전환이 필요하다고, 한우분뇨 유래 환경문제를 한우농가만의 문제가 아닌 지역과 연계하는 지역단위 경축순환형 사회 구축과 함께해야 한다고 강조했다.

축산분야의 탄소중립 이행 방안은 축산분야의 전 과정과 전후방 산업까지 복합적으로 연계되어 있다. 탄소중립 축산 개념인 수의방역·환경관리·자원화·경제적 측면을 고려하였을 때 경축순환 이외에도 핵심이 되는 요소는 축산냄새, 양분관리, 바이오에너지가 있으며, 상기 4가지 요소와 직접적으로 관련된 법률인 「가축분뇨법」을 중심에 두고 각각의 요소별로 관계된 법률과 상호 보완되어 접근할 필요가 있다며 각 요소의 범위에서는 주민거버넌스 기반으로 해당되는 이행 방안이 제시되어야 한다고 밝혔다.

이번 연구 결과보고서에 대한 자세한 내용은 한우자조금 홈페이지 정보마당에서 확인할 수 있다. 🌈

01

‘한우고기 소비시장분석을 통한 마케팅 전략 수립 연구’ 결과 발표

고객 맞춤형 마이크로 마케팅, 빅데이터를 이용한 타겟 마케팅 전략 필요

한우자조금이 발주하고 건국대학교(연구책임자 정경수 교수)에서 연구된 ‘한우고기 소비시장분석을 통한 마케팅 전략 수립 연구’결과가 발표되었다.

이번 연구는 한우고기 소비자 소비행태와 소비시장 변화를 실제 한우고기 구매자료를 이용하여 과학적인 통계분석을 진행하고, 이 결과를 바탕으로 한우산업의 중장기 소비홍보 및 마케팅 전략 수립을 위해 추진되었다.

소비자들은 시장에서 한우고기, 미국산, 호주산 쇠고기를 구입할 때 세 가지 쇠고기의 구입여부 결정은 함께 고려되며 서로 연관되어 있는 것으로 나타났다. 그러나 다른 쇠고기의 구입빈도가 구입여부에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타나, 구입 횟수와는 상관없이 구입 시에는 원산지별 쇠고기 가운데 구입 목적, 상황에 따라 대안을 선택하는 것으로 판단되었다.

한우고기 구입 의향과 횟수를 결정하는 요인들을 파악한 결과, 20~30대 및 가구소득이 낮을수록 구매를 줄일 확률이 높은 것으로 나타났고, 안전성보다는 영양과 맛이 더 크게 구매의향에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 구입 횟수에 대해서는 대도시 거주 소비자일수록, 기혼가구일수록, 연령대가 높을수록, 가구소득이 높을수록, 가구원수가 많을수록, 육류에 대한 외식빈도가 높을수록, 호주산 쇠고기나 돼지고기를 자주 구입하는 가구일수록 한우고기를 자주 구입하는 것으로 나타났다.

상기 분석내용을 바탕으로 연구에서는 (1)소득과 세대별, (2)교육수준과 직종, (3)한우고기 대체육과 구매요인을 기준으로 구분하여 우호 목표그룹과 확보 목표그룹을 나누어 마케팅 전략을 수립을 제안하였다. 한우고기 수요 확대를 위해서는 고객충성도가 상대적으로 낮고 수입쇠고기를 선호하는 특정 소비자 그룹에 대해 상품의 포지셔닝이 필요하다는 것이다. 목표시장별 마케팅 전략으로는 한우고기 품질 향상과 신뢰 회복, 가격경쟁력 향상, 세대별로 다른 식품소비 문화의 이해와 마케팅 그리고 어우러짐, 고객 맞춤형 마이크로 마케팅 및 밸류 마케팅, 빅데이터를 이용한 마이크로 타겟 마케팅, 수입쇠고기와 차별되는 한우고기의 이미지 정립을 제시하였다.

이번 보고서에 대한 자세한 내용은 한우자조금 홈페이지 정보마당에서 확인할 수 있다. 🌈



TV광고 온에어 기념 온라인 이벤트 진행

“한우는 00를 00하게 하누” 빈칸 채우기 이벤트

한우자조금은 2022년 새롭게 선보인 신규 TV광고 ‘한우의 기술’ 온에어를 기념해 소비자들을 대상으로 SNS이벤트를 진행했다.

“한우는 우리를 플렉스하게 하누”, “한우는 우리를 홈트하게 하누”, “한우는 우리를 요리하게 하누” 등과 같이 “한우는 00를 00하게 하누” 캠페인 슬로건 형식에 맞춰 우리의 일상을 특별하게 만들어주는 한우의 기술을 공유하는 이벤트로 약 800명의 소비자들이 참여해 SNS에 한우와 관련된 에피소드를 공유하고 각자의 빈칸을 채워주었다.

신규TV광고 온에어 기념 이벤트는 지난 1월 26일부터 2월 4일에 걸쳐 2주간 한우자조금 공식 페이스북(www.facebook.com/hanwoo114)과 공식 인스타그램(www.instagram.com/hanwoo_official)을 통해 진행되었으며, 참신하고 감동적인 에피소드로 빈칸을 채워준 당첨자 20명에게 한우 굿즈세트를 선물했다.



소비자들이 직접 채워준 “한우는 00를 00하게 하누”

한우는 **우리 가족을** **건강하게** 하누

코로나로 늘 가족 건강 걱정인 주부입니다. 오늘도 한우로 가족 건강 챙깁니다. 한우 잘 먹고 면역력 쑥쑥 키워보아요!

한우는 **내 삶을** **윤택하게** 하누

매달 월급날이 저에게는 한우데이입니다. 세상에서 제일 맛있는 한우를 치이익 구워서 입에 넣으면 제 삶이 윤택해지고, 한 달간 열심히 일한 보상을 받는 기분이예요.

한우는 **우리 집 밥상을** **고급지게** 하누

싫은 것 투성이인 사춘기 아들이 한우를 굽는 날만큼은 엄지손가락을 치켜들며 “우리 집 밥상 오늘 좀 고급진데?”라고 한답니다. 참~나! 맛있는 건 알아가지고!

한우는 **한국을** **빛나게** 하누

이 땅 위에 자존심! 한우가 있어 행복한 이곳, 한국입니다~!



“CPTPP 가입 결사반대”

전국한우협회 및 범농축산업계 농민단체, 공동대응 나서

정부가 포괄적·점진적 환태평양경제동반자협정(CPTPP) 가입을 추진하고 있어 전국한우협회를 비롯한 범농축산업계 연대체가 강력 반발에 나섰다.

한국농축산연합회는 농민의길 등과 연대하여 지난 12일 서울 aT센터에서 예정된 CPTPP 설명회를 저지했다. 이후 청와대 앞에서 가진 기자회견에서 김삼주 전국한우협회장은 “CPTPP 체결 시 농축산업 분야의 피해가 면밀히 검토되지 않았고, 국내 농업을 보호할 대책이 우선 수립되지 않았다”고 지적하며 “아무런 대책도 내놓지 않고, 지금처럼 일방적으로 가입을 추진하려 한다면 더 강력하게 투쟁할 수밖에 없다”고 강변했다. 농수축산단체 대표자들은 “CPTPP의 농산물 자유화율은 96.1%로 우리나라 농업과 어업, 임업에 미치는 영향을 거의 말살 수준”이라면서 “당장 CPTPP 가입 절차를 중단하라”고 한 목소리로 촉구했다.

CPTPP에 후발주자로 가입하는 우리나라는 회원국의 전체 동의를 받아야 하기에 비싼 입장료를 낼 수밖에 없고, 그 대가는 수입 농축수산물 및 목재의 추가 관세철폐로 농업계 큰 피해가 된다는 주장이다.

김삼주 회장은 또 “가장 큰 문제는 위생과 검역분야의 ‘구획화(SPS)’로 현재는 해당 국가에서 가축질병이나 식물병해충이 발생할 경우 나라 전체나 지역단위로 수입을 제한할 수 있었지만, 가입시 농장단위로 국한해야 한다”면서 “이러한 SPS 규정 악화는 외래 질병과 병해충이 무분별하게 한국을 오염시키는 결과로 이어질 것”이라고 우려했다.

그러면서 “방사능에 오염된 일본산 농축산물을 국민에게 먹여려는 것이나 다름 없다”며 정부의 식량안보관을 질타했다.



이유체중 증가를 위한 입물이기 사료 급여방안(1)



- ✓ 생후 3일 이후부터 신선하고 깨끗한 물을 충분히 공급받아야 입물이기 사료 빨리 적응 가능한 한 빨리 액상에서 건조 사료로 바뀌어야 반추위 발달

갓 태어난 송아지는 모체 유래 항체의 부족, 면역계의 제한성, 소화기관 발달 저하 등에 의해 한 달 내에 질병에 걸려 사망하기 쉽다.

‘포유기 송아지의 영양소 요구량=모유 영양소+보조사료 영양소’로 결정된다고 말할 수 있는데 포유 초기 송아지 발육의 80% 이상이 모 유 섭취량에 의해 결정된다. 어미소의 비유량은 산차, 분만계절, 포유일수, 영양상태 등에 따라 차이 발생한다. 산차에 따라서는 초산이 2산차 이상보다 약 30% 이상 적고, 3산차에서 가장 높게 나타나며, 계절에 따라서는 봄 분만우가 가을 분만우보다 많다.

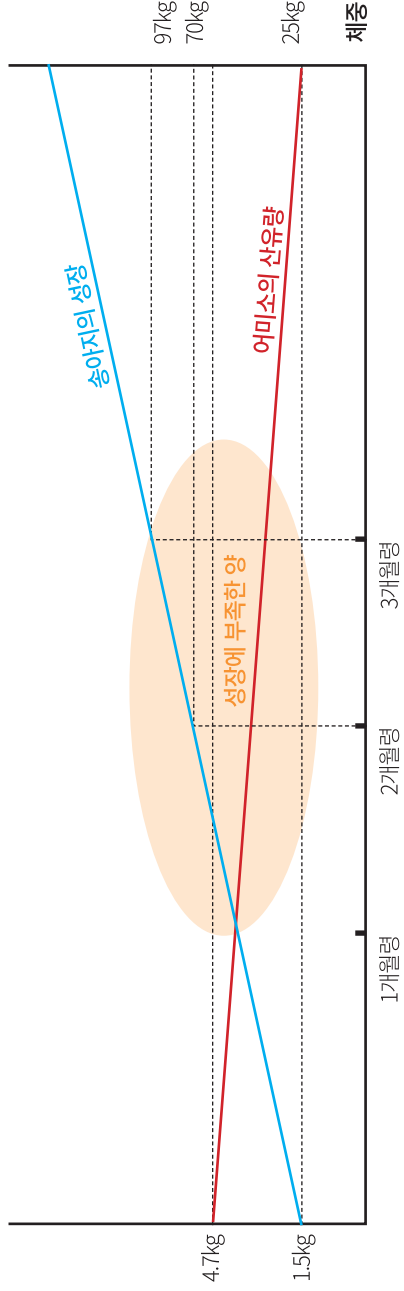
GMD컨설팅 김종하 상무

생후 3개월령까지 입물이기 사료 급여 필요

태어나고 한 달 전후 시기의 어미 산유량의 경우, 어미젖만으로 일당 600 g 증체시 생후 1개월령에 조단백질 24 g과 가소화양분 총량(TDN) 140 g, 2개월령에는 조단백질 59 g과 가소화양분총량(TDN) 410 g, 3개월령에는 조단백질 109 g과 가소화양분총량 (TDN) 720 g 이 부족하게 되므로 **이 시기의 입물이기 사료의 급여는 건강하고 생산적인 송아지를 위해 필수불가결하다.**

또한 소는 다른 동물과 달리 반추동물이기 때문에 소화기관과 소화생리에 커다란 차이를 갖고 있으므로 이에 대한 올바른 이해를 바탕으로 한 관리가 중요하다. **송아지의 효율적 육성을 위해서는 이 시기에 적절한 사료 혼합 급여로 반추위가 잘 발달하게 해야 한다.**

| 표 1 | 한우 암소의 평균 산유량



반추위의 특성 이해해야

어린 송아지를 잘 키우기 위해서는 갓 태어난 송아지의 독특한 생리, 송아지 성장 중 생리 변화, 시기별 소화 작용이 어떠한지에 대해 이해해야 한다. 송아지는 출생할 때 4개의 위장을 가지고 있지만, 1, 2, 3위는 덜 발달된 상태여서 기능하지 못하고 **4위가 주로 소화를 담당한다.** 송아지가 다양한 사료들을 섭취하면서부터 각 위가 변하기 시작하면 **송아지 위장의 60%이던 4위가 성숙한 소가 되면 8%까지로 감소하게 된다.**

반추위의 발달은 **생후 2개월 이내의 건조사료의 공급시기와 급여량에 따라 반추위 발달이 영향을 받는다.** 갓 태어난 송아지의 4위 (진위)는 단위 동물이 소화하는 방식과 비슷하게, 산과 효소에 의해 사료를 퇴화시키는 반면, 반추위는 반추동물 특이적인 소화를 담당하는 발효기반의 소화기관이다. 갓 태어난 송아지의 반추위 안쪽은 진한 핑크색 근육이고, 벽은 매우 얇다. 그들은 액상사료만을 소비하고 또한 반추위를 그냥 지나쳐 버리므로 반추위는 거의 발달하지 않는다. 그래서 **송아지 사육의 중요 목표는 가능한 한 빨리 액상에서 건조 사료로 바꾸는 것이다. 1위와 2위가 빨리 제 기능을 할수록, 송아지는 더 빨리 건조 사료만으로도 기를 수 있게 되는 것이다.**

2위는 별집 구조가 체의 기능을 하여 이물질들이 허부 소화관에 유입되는 것을 막는다. **송아지가 성숙하게 되면 사료가 2위로 들어 가서 나중에 역류되어 되새김질하게 되는데, 이러한 현상은 송아지가 액상 사료를 섭취할 때에는 발생하지 않는다.** 그리고 1위는 크고 속이 빈 근육으로 된 기관이다. 송아지의 사료가 액상에서 건조 사료로 바뀌면서 반추위의 크기와 구조 및 반추위내 미생물의 성상과 발효양상이 변한다. 1위는 기본적으로 발효 탱크이므로 미생물 활동에 의해 사료가 분해된다. 반추 미생물은 단위 동물이 소화시킬 수 없는 조사료와 곡물을 반추동물이 이용할 수 있도록 해준다.

곡물 소비해야 반추위벽과 혈관 발달

유유만 공급한 송아지와 곡물과 풀 사료를 함께 급여한 송아지의 반추위 발달 정도는 상당히 차이가 있게 되는데, 곡물을 소비한 송아지는 훨씬 더 두터운 반추위벽과 혈관의 발달을 보인다. 혈관의 발달은 영양소들의 반추위 벽을 통한 흡수와 전달을 쉽고 빠르게 해준다. 반추위 안쪽에 있는 작은 돌출부는 반추위 유두(Papillae)인데, 이들은 송아지가 사료로부터 영양소를 흡수하도록 해준다. 일 단 소화된 사료의 일부는 반추위를 떠나 3위로 들어간다. 이 부위는 많은 근육층으로 이루어져서 ‘겹주름위(Many Piles)’로 불린다. 4위로 들어가기 전에 이곳에서는 소화물 입자 크기가 감소되고 여분의 물이 모두 제거된다. 갓 태어난 송아지의 4위는 성우의 4위에 비해 더욱 중요한 역할을 한다.

입물이기 사료 급여방안

- 이러한 원리로 인해 입물이기 사료를 적극적으로 적용시켜야 한다.
- 입을 대지 않으려 해도 적극적으로 입을 붙여야 한다.
- 신선한 물과 함께 급여, 어린 송아지 사료 위에 분유를 탑드레싱해서 준다.
- 세절건초를 사료 위에 살짝 얹어 주거나, 굵게 빻아서 송아지 입과 혀에 묻혀준다.
- 송아지 군사 시에는 모방심리에 의해 입물이기가 빨라진다(송아지용 전용공간 필요).
- 갓 태어난 송아지의 위는 완전 멸균 상태이긴 하지만, 어미소의 젖, 타액, 조사료, 물 등을 섭취하면서 반추위 내 미생물이 형성된다. 따라서 송아지는 생후 3일 이후부터는 신선하고 깨끗한 물을 충분히 공급받아야 입물이기가 빨리 적응된다.



민족대명절 설에는 역시 한우! 함께하는 설, 나누는 기쁨은 한우와 함께

→ 1월 방송에서 만난 한우는 설 명절을 준비하는 소비자들의 마음을 사로잡고 설 한우고기 소비촉진에 기여하기 위해 고군분투했다. 품질 좋고 맛 좋은 한우를 저렴하게 살 수 있는 온라인 명절한우장터와 한우 할인판매행사 등을 다양한 방식으로 널리 알렸으며, 1월 20일부터 2주에 걸쳐 SBS라디오를 통해 “‘함께하는 설, 나누는 기쁨’은 ‘한우로 특별하게! 이것이 한우의 기술’, 한우자조금과 함께합니다.”라는 슬로건을 지속적으로 노출하기도 했다.

구워도 찌도 볶아도 맛있는 한우로 명절 상차림

SBS <생방송투데이> 1월 17일

이날 방송에서는 ‘요알못(요리 못하는 사람)’도 쉽게 만들 수 있는 초간단 레시피로 설 음식 한상 차림을 만드는 방법을 소개해 시청자들의 관심을 받았다. 40분 완성 초간단 한우갈비찜, 육수 낼 필요 없는 한우불고기 떡국, 입맛 살리는 한우 육회까지 명절을 맞아 온 가족이 다양하게 즐길 수 있도록 3가지 요리법이 공개되었다. 송태희 식품영양학과 교수의 인터뷰를 통해 “한우는 양질의 단백질이 풍부해 맛과 영양 모두를 잡을 수 있다”고 한우의 우수성을 알리고, 방송 말미에는 설 명절 한우를 저렴하게 구매할 수 있는 방법으로 온라인 명절한우장터를 자막으로 고지했다.



8090 원년스타를 위한 선물은 한우!

TV조선 <화요일은 밤이 좋아> 1월 25일 / 2월 1일

‘80~90년대를 주름잡은 스타 특집’이라는 주제로 미스트롯2 출연진들과 8090 슈퍼스타인 박남정, 원미연 등이 함께 출연해 녹슬지 않은 실력을 선보였다. 우승팀에게 특별히 주어진 선물은 바로 ‘한우선물세트’. 박남정에게 “한우 드시고 건강하세요”, “한우와 함께 든든한 명절 보내세요”라는 멘트와 함께 ‘한우자조금관리위원회’ 제작지원바를 노출했다. 이날 방송은 큰 화제를 모으며 동시간대 시청률 1위를 차지했다.



청탁금지법이 개정되었어요!

KBS2 <생생정보> 1월 25일

명절에 가장 받고 싶은 선물 부동의 1위 한우선물세트. 이날 방송에서는 설 명절을 맞아 은사님과 부모님께 드리는 한우선물세트 구성을 추천했다. 은사님께는 안심, 등심, 치마살로 이루어진 구이류 세트를, 설 음식을 준비하시는 부모님께는 부채살, 보첩살, 양지로 이루어진 실속 한우선물세트를 추천했다. 또 이번 명절부터는 청탁금지법이 개정되어 한우 선물 가액 10만 원에서 20만 원으로 상향되었음을 알리고 모바일 기프트콘으로도 한우 선물이 가능하다고 홍보했다. 한우로 만드는 초간단 설 음식으로 한우 불고기와 부채살 한우 육전 레시피를 소개하기도 했다.



마라토너 이봉주가 선택한 처갓댁 선물은?

TV조선 <스타다큐 마이웨이> 1월 30일

마라토너 이봉주가 설 명절을 맞이해 강원도 삼척에 계신 처갓댁에 방문했다. 언제 봐도 반가운 백년손님인 사위가 두 손 무겁게 준비한 선물을 바로 한우. 이봉주는 “아버님 드리려고 한우 사왔어요”, “드시고 건강하게 지내시라고 한우 가져왔어요”라고 말하며 선물을 전했고, 한우선물세트를 받은 장인어른은 “명품이구나”라며 기뻐하는 모습이 전파를 탔다.





개량을 위해서
윗대의 성적을
꼼꼼히 살피고,
공부를 많이 하고
있어요.
원하는 형질에
맞춰서 정액을
선택합니다.

5대째 한 곳에 터를 잡고 농장 일귀

전북 진안의 성희수 대표는 태어났을 때부터 늘 한우와 함께였다. 5대째 같은 지역에서 터를 잡고 밭농사, 벼농사 등을 하며 대부분의 먹거리를 자급자족했다. 일소 1~2두를 시작으로 80년대에는 비육우를 사육하다가 본격적으로 평생 한우랑 함께 하겠다고 결심한 것은 1992년도 무렵이다.

“80년대까지 거세우 위주로 사육하다가 90년대에 들어오면서 번식우 사육을 시작했어요. 1993년 우리나라에 등급제가 도입되면서 한우의 양보다 질이 중요해졌고, 개량의 필요성도 높아졌습니다. 육질 위주의 개량을 해야 하는 거구나 깨닫고, 집에 있던 암소 몇 마리로 개량을 시작했습니다. 93년도에 안산으로 가서 인공수정도 배웠으니 개량에 대한 인식이 좀 빨랐던 편이지요. 그 뒤로 쉽지만은 않지만 아내와 함께 차곡차곡 경험을 쌓

으면서 지금까지 해오고 있습니다.”

개량은 하면 할수록 어렵지만 가장 중요해

성희수 대표는 개량하면 할수록 어렵지만, 하면 할수록 중요성을 더욱 크게 깨닫고 있다고 말한다. 성 대표가 90년대부터 본격적으로 개량을 시작한 지 30년이 넘는 지금, 수덕농장에는 오로지 수덕농장 태생의 한우로만 약 220두가 채워졌다.

“한우 개량을 시작한 이래로 30년 넘게 소를 산 적도 없고, 달라는 사람들에게 판 적도 없습니다. 오로지 우리 농장에서 태어난 소만 키우고, 출하합니다. 처음에는 브루셀라같은 전염병이 겁나서였는데, 개량을 시작하고 나니 윗대의 형질이나 성적을 아는 게 굉장히 중요하더라고요. 우리 농장의 개량 과정을 제가 다 안다는 것이 즐겁습니다. 윗대의 소들이 어떤 식으로 개량되어 가는지를 눈으로

“태어났을 때부터
지금까지 인생 전부를

한우와 함께 했으니깐요.”

2021년 제24회 전국한우능력평가대회
한국종축개량협회장상 수상
전북 진안 수덕농장 성희수 대표

——→ “우리 부부는 우리 밥보다 소 밥이 항상 먼저예요. 하루에 몇 번 소를 들여다보는지 셀 수가 없지요.” 성희수 대표 부부는 매일 아침 6시 눈을 뜨자마자 현관문을 열고 나선다. 현관문을 열면 바로 번식우 축사가 보인다. 집 마당 바로 앞에 번식우 축사가 있고, 그 아래에 비육우 축사가 있다. 겨울에는 송아지가 걱정되어 자다기도 일어나서 한 바퀴씩 돌아봐야 잠이 온다는 성 대표는 태어나서 지금까지 한우가 곁에 없던 적이 없었다고 말한다.





지켜보는 재미가 있어요.”

성 대표는 이런 마음으로 지치지 않고 착실하게 윗대의 형질이나 성적을 확인하며 개량하고자 하는 형질에 대해 가중치를 설정해 선발지수가 높으면서도 근친 정도는 낮은 정액을 선택하고 있다.

“개량을 위해서 윗대의 성적을 꼼꼼히 살피고, 공부를 많이 하고 있어요. 원하는 형질에 맞춰서 정액을 선택합니다. 가중치를 설정해서 등지방두께를 줄이고 싶으면, 등급이 한 등급 낮더라도 등지방두께가 얇은 소를 선택합니다.”

하지만 정액을 마음대로 선택할 수 없다 보니 아쉬움이 남는다. “귀한 딸내미에게 최고로 좋은 신랑을 붙여주고 싶은데, 기대치보다 조금 아쉬운 신랑을 소개해주는 기분일까요? 그만큼 부족한 점은 제가 공부해서 채워야 하는 것이지요.”

7년 만의 첫 입상, 앞으로도 더 보강해서 정진할 것

번식우 축사를 둘러보던 성 대표는 “우리 집 복덩이”라며 한 암소를 매만진다. 벌써 10산을 했다는 우량암소는 수덕농장의 1세대 아님 1세대다. 기록을 꼼꼼히 하기 시작한 것이 2000년부터이다 보니 이전 기록이 없어서 수덕농장의 기준이 되었다. 이번 출품우의 어미소이기도 하다.

성희수 대표는 제24회 전국한우능력평가대회에서 도체중 512kg, 등심단면적 129㎢, 등지방 두께 6mm, 육량지수 64.60점으로 한국종축개량협회장상을 수상했다. 2015년부터 전국한우능력평가대회에 출품을 하기 시작해서 7년 만의 입상이다.

“이루 말할 수 없이 기뻐합니다. 7년째 출품하면서 출품우들 수준이 매년 높아지는걸 체감하고 있었기 때문에 큰 기대를 하지 않고 있었으니까요. 기쁜 것과는 별개로 개인적으로는 아쉬운 점도 많아요. 특히 등심단면적이 심사기준에 130㎢ 이상이어야 하는데 129㎢가 나와서 1㎢가 모자라 점수가 깎여서 아쉽지요. 향후 5년간 출품우가 다 정해져 있으니 더 정진할 생각입니다.”

성적 중 눈에 띄는 것은 등지방두께가 6mm로 이번에 수상한 한우

중 가장 얇은 것. 지난해 수덕농장에서 출하한 거세우 중에서 C등급은 한 마리도 없었다. 성대표는 이러한 비결로 소를 크게 키우기 위해서 사료를 많이 급여하지 않는다며 “먹기 싫은 밥을 먹으면 사람도 탈이 나듯 소도 마찬가지”라며 소 밥을 주고 한 시간 후에 다시 가서 남아있는 사료를 치우고, 그 다음부터 남은 양만큼을 줄여서 급여하는 ‘제한급여’가 효과적이라고 밝혔다.

“앞으로도 한우와 인생을 함께 해야죠”

성희수 대표 부부의 하루일과는 아침 6시에 일어나서 아내와 함께 축사를 한 바퀴를 돌며 시작한다. 비육우 축사는 아내가 맡고, 송

아지 설사나 인공수정 등 신경 쓸 것이 많은 번식우 축사는 성 대표가 맡는다. 오후 밥은 겨울에는 3시, 여름에는 5시에 준다. “우리는 소 밥을 주기 전엔 먼저 밥을 안 먹어요. 무조건 소 밥이 먼저예요.” 1997년도에 지은 축사는 통로가 좁아 부부가 일일이 사료를 줘야 하는데 그래서 더 한우의 상태를 더 잘 파악할 수 있다고 말한다. 평생을 한우와 함께 했고, 본격적으로 한우를 사육한 것은 30년이 넘었지만, 성 대표는 아직도 한우에 대해서 알아가는 중이다. 다 알 것 같다가도 모르겠고, 모를 것 같다가도 알 것 같아서 앞으로도 즐겁게 한우를 키울 수 있을 것 같다고 말한다.

성희수 대표가 평생을 한우와 함께 자랐듯이 성 대표의 자식들도, 손주들도 마찬가지다.

“우리 손주들은 매주 농장으로 와요. 손주들에게 축사는 놀이터고, 체험학습장이예요. 제게 그랬듯이 녀석들에게 한우가 삶의 일부분이 되겠죠. 앞으로도 우리 가족이 한우와 함께 행복했으면 합니다.” ☺

수덕농장 성희수 대표가 말하는 한우 사육



한우 교배계획 길라잡이를 적극 활용합니다.

한우 교배계획 길라잡이는 책자로 신청해서 받아 볼 수도 있고, 요즘은 인터넷으로 프로그램을 바로 받아서 볼 수도 있습니다. 활용법은 유튜브에 설명도 잘 되어 있고요, 주의할 점은 가장 최근에 나온 자료를 활용해야 한다는 것입니다!



사료를 많이 주지 않습니다.

밥을 주고 한 시간 정도 있다가 나와봐서 남아있는 사료를 싹 치웁니다. 다음에 줄 때는 그 양만큼 줄여서 급여합니다. 이번 출품축의 등지방두께가 6mm로 점수가 높았는데, 이 방법이 효과가 있었던 것 같습니다.



우량암소의 분만 시기를 조정합니다.

이왕 전국한우능력평가대회에 출품하기로 결심했다면, 출품우를 미리 정할 수 있다면 좋겠지요. 우량암소가 4~5월에 분만하도록 시기를 맞춰서 수정을 해보세요.



한우분뇨가 지역을 살리는 밑거름이라는

긍정적인 존재가 될 수 있도록

상지대학교
축산환경학과 교수·환경분석센터장
이명규 교수



→ 상지대학교 이명규 교수는 한우자조금 연구과제로 ‘한우분뇨가 환경오염에 미치는 영향 연구’ 결과를 발표하였다. 이명규 교수는 이번 연구를 통해 축산환경 문제를 개선하고, 더 나아가서는 한우분뇨에 대한 부정적 인식이 바뀌어 지역사회를 살리는 공공재라는 긍정적인 존재로 자리 잡을 것을 기대한다고 전했다.



“환경문제가 축산업 발전에 가장 큰 장애물이 될 것이라는 건 예측이 됐고 미리 준비하지 않으면 안될 것 같습니다.”

우리나라 축산환경 1호 박사

이명규 교수가 축산환경에 처음 관심을 가진 것은 1980년대다. GDP 2,500달러이던 시절, 그저 잘 먹고 잘사는 것과 경제발전 외에는 눈을 돌리지 못하던 때다.

“경제발전에 따른 진화가 있고, 진화에 따른 특성이 있는데 보통 GDP 5,000달러가 넘어 가면 환경에 대한 고민이 시작됩니다. 우리나라는 이제 막 달리던 시점이니 환경에 관련된 문제는 보이지가 않던 때죠. 대학생 때 일본으로 견학을 갔는데 그곳은 이미 축산환경에 대한 연구가 시작된 시점이었어요. 환경문제가 축산업 발전에 가장 큰 장애물이 될 것이라는 건 예측이 됐고 미리 준비하지 않으면 안될 것 같습니다.”

일본 교토대학교으로 유학을 떠난 이명규 교수는 토양 가축분뇨를 이용한 고품질 자원화와 이를 활용한 지역의 자연순환을 테마로 잡고 연구했고, 박사를 마치고 돌아오니 1992년. 축산환경 관련 우리나라 1호 박사가 되었다.

“축산과학원에 축산환경과도 없던 시절이었습니다. 1995년에 축산환경 관련된 정책과 제도가 필요하다고 생각해서 한국축산환경학회를 만들었어요. 그 뒤로 축산과학원과 농림축산부에 축산환경자원 관련 부서가 생겼습니다.”

이교수는 축산업으로 대한민국을 우뚝 세우고 대한민국 축산이 세계 넘버원이 되기 위해서는 환경문제를 간과해서는 안된다고 생각했다고 말한다.

지역단위 경축순환 거버넌스 구축해야

이명규 교수는 이번 ‘한우분뇨가 환경오염에 미치는 영향 연구’를 통해 △한우 분뇨와 타축종 분뇨 간 성상 차이점, 한우 퇴비의 부숙도 및 품질 조사 △한우 분뇨 및 퇴비가 환경에 미치는 영향 △한우농가 축분 처리 중점

관리요소 △한우농가 실정에 적합한 축산환경 지원책 제안에 대해 연구했다.

이 교수는 한우농가 분뇨관리를 위해서는 농장 내 신속한 분뇨처리뿐만 아니라 소비자인 경종농가의 퇴비 품질요구 대응, 지역 내 양분관리 정책, 잉여양분의 관리대책, 지자체의 경축순환 정책 연계, 냄새에 대한 광역적 관리 등이 통합적으로 구축된 ‘지역단위 경축순환농업 활성화’가 향후 지속가능한 한우산업을 위해 반드시 필요하다고 강조하였다. 경축순환 분야에 핵심적으로 연계된 「가축분뇨법」, 「친환경농업육성법」, 「지방자치법」, 「비료관리법」은 소위 경축순환 관련 ‘환경 4법’이다. 지역단위 경축순환 거버넌스 구축의 중심이 되는 4가지 관련 법은 지역 자원의 친환경적 관리와 이용 활성화를 위한 정책적 지원 사업 개념을 의미한다. 이에 기반으로 지역 단위 경축순환 거버넌스 모델이 확립되어야 할 필요성 있다고 말한다.

한우분뇨 공공재화해서 부가가치 높여야

이명규 교수는 ‘한우농가-경종(耕種)농가-공무원-그 지역 기업’이 모여서 하나의 거버넌스 커뮤니티를 만들어서 상생할 수 있는 시스템을 지역별로 만들어야 한다고 말한다.

“한우분뇨가 지역에 도움이 되어야 합니다. 한우분뇨를 통해 사람들이 돈을 벌 수 있도록 만들어주는 것이지요. 우리나라 전국을 친환경 경축순환형으로 개조하는 것을 목표로, 현재 강원도 횡성군을 첫 시범모델로 진행 중입니다. 한우분뇨를 가지고 작물을 재배해봤을 때 화학비료를 대체할 수 있는지 실험했을 때 대체가 가능했습니다. 온실가스를 줄이는데 한우분뇨가 공을 세울 수도 있는 것이지요. 앞으로도 가축분뇨에 대한 긍정의 철학을 추진하고, 그걸 통해서 네트워크를 구축하고, 그에 대한 비전을 공유할 수 있도록 해나갈 것입니다.”

이명규 교수 주요 경력

2022.01~ 현재
환경분석센터 소장

2019.07~2019.12
대통령 직속 농업특별위원회
농어업분과 축산TF 전문위원

2019.01~2019.02
(재) 축산환경관리원 이사

2018.04~2018.12
농림축산식품부
가축분뇨처리 기술평가위원장

2018.01~ 현재
(사) 한국축산환경학회 회장

2017.04~2019.12
농림축산식품부
축산환경협의회위원

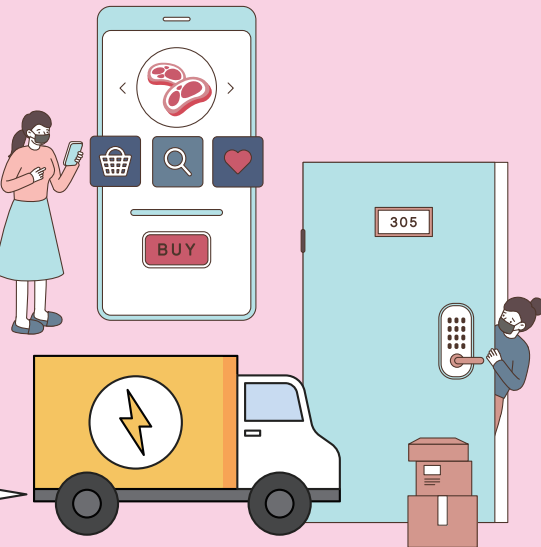
트렌드 살펴보기

코로나19로 바뀐 소비시장의 패러다임 퀵커머스&로코노미

→ 코로나19로 인해 많은 소비 풍토가 변했다. 코로나는 언택트(Untact), 온택트(Ontact), 뉴노멀(New Normal) 등의 신조어를 내뿜으며 소비 시장의 패러다임을 바꿔나가고 있다. 특히 신선식품, 새벽 배송, 새벽 배송 등의 인터넷 쇼핑몰이 소비 트렌드를 주도하는 가운데 오프라인 거래가 주를 이루었던 축산업계도 마찬가지다. “좋은 고기는 직접 보고 사야한다”는 말은 이제 곧 옛말이 될지도 모른다.

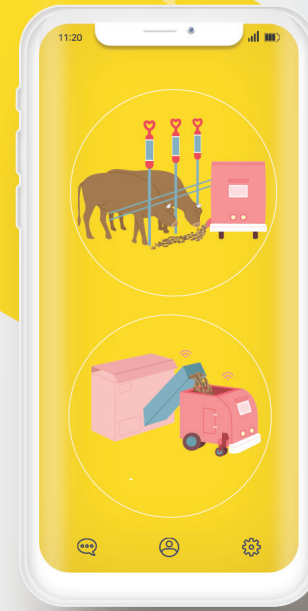
#빠르게, 더 빠르게! 배달의 전쟁 #퀵커머스 Quick Commerce

퀵커머스는 생필품과 식품 등 단시간 내 문 앞까지 배송해주는 서비스로, 배송 시간이 매우 짧다는 것이 특징이다. 퀵커머스 시장은 코로나19 대유행과 비대면 소비가 맞물려 급속도로 성장하고 있는데 글로벌 퀵커머스 시장은 2030년까지 약 600조 원으로 성장할 것으로 전망되고 있다. 한우도 1시간 내 배달해준다는 축산 퀵커머스 서비스도 등장하며 오직 고기만을 빠르게 배달해 주는 정육 배송 시장도 최근 뜨거워지고 있다. 신선하고 다양한 부위의 고기를 빠르게 전달해 주는 것을 무기로 소비자들의 밥상을 공략하고 나선 기업들이 속속 등장하며 ‘온라인 정육점’ 시대가 성큼 다가왔다.



#우리 동네의 재발견 #로코노미 Loconomy

‘로코노미’란 슬리퍼를 신고 여가 및 편의시설을 이용할 수 있는 주거권역을 일컫는 일명 슬세권(슬리퍼+세권) 소비 트렌드를 말한다. 코로나19로 사람들이 북적이는 번화가 방문을 지양하면서도 집 근처의 가까운 가게에서 서비스 욕구를 채우고자 하는 사람들로 인해 동네상권이 활성화되고 있다. 새로운 비즈니스 모델도 등장했다. 지역 소매점 소비가 증가하며 생활반경 내의 맛집을 추천해주는 로컬 기반형 앱이 등장했고, 일정 생활 반경 이내에 중고물품을 사고팔 수 있는 서비스 앱은 이미 대중화되었다. 지역에서 자체 발행해 그 지역 내에서만 소비되는 ‘지역화폐’는 지역 소상공인과 소비자가 상생하는 소비 트렌드를 이끌고 있다. 🍷



스마트하고 편리하게
한우 사육하세요!

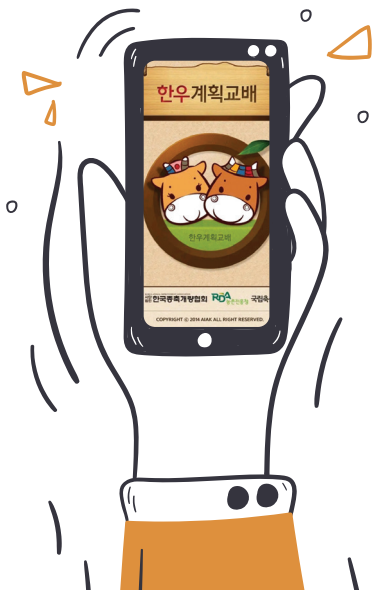
한우 사육에 도움을 주는 애플리케이션

→ 스마트폰으로 많은 정보를 확인하고 관리하는 요즘, 한우 사육 및 농장 관리를 위한 애플리케이션도 어렵지 않게 찾아볼 수 있는데요, 국립축산과학원, 농촌진흥청, 한국종축개량협회 등에서도 관련 애플리케이션을 개발해 한우 사육과 개량 등의 편의성과 생산성을 높이며 한우농가에 도움을 주고 있습니다.

한우계획교배

개발: 한국종축개량협회/농촌진흥청/
국립축산과학원

국립축산과학원에서 출시되었던 <한우신랑찾기> 애플리케이션을 기술이 전받아 업그레이드하였습니다. 암소의 혈통을 이용해 농가 개량목표에 맞는 최적의 정액을 추천하는 프로그램입니다. 빠른 한우계획교배가 가능하고 암소관리 기능, 후대추 추정능력 조회, 근교계수 조회, 보유정액/사용정액 관리, 선형심사를 고려한 계획교배가 가능합니다.



농장경영기장관리

개발: 농촌진흥청

경영하는데 필요한 일정, 인력관리를 쉽게 할 수 있도록 도와주는 애플리케이션입니다. 농장경영 계획을 일일이 수기로 작성해 관리가 어려웠던 농가 경영주를 대상으로 특화된 앱으로 스마트폰에서 작업일지와 가계부를 작성해 농가 경영주의 불편함을 해소해줍니다. 주요기능은 표준임금 기준으로 자가노력, 고용노력비 자동관리, QR코드를 활용한 작업단계 자동인식, 지출 거래 발생시 금융문자 자동입력 기능 등이 있습니다.



축산유통정보

개발: 축산물품질평가원

축산물품질평가원에서 제공하는 우리나라 축산유통과 관련된 모든 정보를 확인 가능합니다. 한우·육우·한돈 등의 대표가격과 매일매일 최신 축산 뉴스를 제공하고 전국도매시장의 실시간 경락가격을 확인할 수 있으며 우리나라뿐 아니라 외국 축산의 생산·유통·소비·정책 관련 정보를 확인할 수 있습니다. 2,000개의 축산지식 정보, 6,200개의 축산용어 등을 확인할 수 있습니다.





2022년 도매가격 전년 대비 하락 전망

2022년 1월 한우 현황

한우가격 및 출하 동향

구분		2019년	2020년	2021년	2020년	2021년		2022년
					1월	1월	12월	1월
도축두수(두)		765,328	762,746	794,234	88,077	97,034	79,865	101,122
경매두수(두)		403,449	410,849	429,890	45,823	52,848	46,003	55,942
도매시장 경락가격 (원/kg)	평균	17,965	17,772	21,169	19,434	20,403	20,639	19,972
	거세	19,116	21,241	22,667	20,575	21,485	21,758	21,129
	비거세	13,439	13,386	13,939	13,823	13,820	13,968	14,499
가축시장 거래가격 (천 원/두)	암소		5,645	6,103	6,455	5,895	6,372	6,534
	송아지	암	2,830	3,415	3,629	3,239	3,402	3,328
		수	3,434	4,268	4,550	3,959	4,196	4,239
소매가격 (1등급/kg)	등심		83,250	97,830	102,980	92,600	101,340	108,780
	양지		55,820	60,140	62,980	58,210	59,470	61,720
	설도		43,420	47,330	49,500	44,520	48,310	49,950

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

* 기준일: 2021년 12월 1일~12월 31일

한우 사육현황 및 한우농장 현황

총 한우 두수	총 암소 두수	총 가임암소 두수(15개월령 이상)	총 한우농장 수
3,367,972 두	2,158,374 두	1,626,476 두	89,559 호

* 기준일: 2021년 12월 말일

<출처: 농림축산식품부 이력지원실>

한우가격 및 출하 동향

구분	25개월령 이하	개월령						32개월령 이상
		26	27	28	29	30	31	
수소(두)	1,020,408	21,968	24,634	25,574	28,020	25,616	21,888	41,490

* 기준일: 2021년 12월 말일

<출처: 축산물품질평가원 축산유통종합정보센터>

한우 도매가격 전망

(단위: 원/kg)

- 2022년 한우 수요는 코로나19 여파가 지속되어 가정 소비가 천천히 하락하는 경우와 단계적 일상 회복 안착에 따른 한우 수요 코로나19 이전 수준으로 하락 가능성 상존
→ 도축 가능 개체 수 증가로 도축 마릿수 증가 전망

- 2022년 도매가격(전체 평균)은 코로나19 상황이 지속되어 한우 수요가 전년과 같이 유지되는 경우와 단계적 일상회복으로 수요가 줄어든 경우로 구분

- 코로나19 상황 지속 시: 19,000~20,000원대

- 단계적 일상회복 안착 시: 17,000~19,000원대

구분		한우 도매가격			
		1분기	2분기	3분기	4분기
2022년	수요 지속	19,000 ~ 20,000원대			
	수요 감소	17,000 ~ 19,000원대			
과거 불황기	2011	14,261	12,066	12,517	12,671
	2012	13,534	13,305	13,116	12,620
	2013	12,560	11,682	12,919	13,938

<출처: 통계청, 축산물품질평가원, 농업관측본부 전망치>



한우자조금 소식지 이벤트에 응모하세요!



소식지 주소를 스마트폰
또는 PC 주소창에 입력
hanwoonews.com



스마트폰 카메라로
큐알코드 촬영하기



네이버 검색창에서
‘한우자조금 웹진’ 검색



한우자조금 홈페이지에서
소식지 배너 클릭
www.hanwooboard.or.kr

독자 Review

<한우자조금>에 보내 주신 독자의 소리

<누라차차 한우농가> 귀농해서 한우사육을 한지 3년차인 아이가 일곱 명인 다둥이네 집입니다. 주변에 마땅히 물어보거나 도움받을 곳이 없을 때 한우자조금 소식지 농가 인터뷰를 보며 많은 도움을 받고 있습니다. 열심히 노력해서 저희 농장만에 노하우가 소식지에 실릴 그날까지 화이팅하겠습니다!

정세영(전북 익산)

<한우 컨설팅> 20대 청년 후계농입니다. 임신우 때문에 걱정거리가 있었는데 임신우 관련 컨설팅을 보고 많이 나아지고 있습니다. 사람도 어릴 때가 중요하듯 소도 어릴 때 많이 행거 먹여야 겠네요. 요즘 송아지 사료 줄 때 미생물영양제를 첨여주고 있습니다. 덕분에 많이 배워 갑니다.

장은주(강원 횡성)

<트렌드 살펴보기> 메타버스는 말, 방송이나 언론에 자주 나오고 여기저기에서 자주 접하긴 했는데 타는 버스인 줄만 알았어요. 가상세계와 현실의 결합이란 사실은 이번에 처음 알았습니다. 4차산업혁명 시대, 한우와 메타버스의 만남도 한번 기대해 보겠습니다.

이두한(대전 유성)

참여 방법

<한우자조금>을 읽고 가장 인상 깊었던 기사의 리뷰를 남겨 주세요. 한우자조금 소식지 웹진에 접속해 응원 댓글을 남겨주시면 추첨을 통해 선물을 보내드립니다.



한우 선물세트
1명



안마기
1명



한우 기념품 세트
3명



온누리상품권 2만 원
3명

응 모 기 간 2022년 2월 28일(월)까지

당첨자 발표 2022년 3월 초 소식지에 발표합니다.

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

지난호 당첨자

한우 선물세트

정세영

안마기

장은주

한우 기념품 세트

이두한

조민성

김예성

온누리상품권 2만 원

김혜지

김다영

조영미



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.

