

본 소식지는 한우자조금으로 제작되었습니다

한우자조금

January 2023 Vol.207



선도농가 탐방

“어릴 적 꿈 현실로 만들어가는 **배움·열정 가득한 한우인**”

방송에서 만난 한우

선물같은 맛 선사하는 우리 ‘한우’

농장관리 체크포인트

추운 겨울철 어린송아지 **설사병 예방이 중요하다**





표지이야기

고등학교 때부터 한우사육이 꿈이었던 서우농장 정왕용 대표는 자신의 삶에서 한우를 떼어놓고 생각할 수 없을 정도로 온통 한우 생각뿐이다. 정 대표는 농수산대학교를 졸업하고, 2008년 건국대학교 3학년으로 편입학해 지난해 2월 박사학위까지 취득할 정도로 학구열이 높은 한우인이다.

2023년 1월호 통권 제207호

발행일 2023년 1월 17일

발행인 민경천

발행처 한우자조금관리위원회

서울시 서초구 서리풀 3길 20-1(서초동) 커피아회관 3층 유통부

전화 02-522-3606 팩스 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 신년사

김삼주 전국한우협회장

민경천 한우자조금관리위원장

정인철 한우자조금 대의원회 의장

05 포커스

이젠 대형급식에서도 한우먹는다

06 기획

위기의 한우산업...해결책은?

10 선도농가 탐방

“어릴 적 꿈 현실로 만들어가는
배움·열정 가득한 한우인”
전북 정읍 ‘서우농장’

14 방송에서 만난 한우

선물같은 맛 선사하는 우리 ‘한우’

16 이달의 소식

- 1 조사연구사업 중간·최종보고회 개최
- 2 크리스마스 소원 트리 & 하누랑 가방
대공개 이벤트 진행
- 3 2022년 한우자조금 사업 결산
- 4 ‘소비자에게 사랑받는 한우의 차별화
전략 토론회’ 개최

22 한우자조금이 만난 사람

“농가와 소통하며 한우산업 발전에
기여하는 것이 목표”
농협 음성축공 김형규 중도매인조합장

24 농장관리 체크포인트

추운 겨울철 어린송아지
설사병 예방이 중요하다

26 한우시황

2022년 12월 한우가격 및 출하 동향

27 독자마당



산지가격 연동위한 한우유통플랫폼 구축



김삼주
전국한우협회장

안녕하십니까. 전국한우협회장 김삼주입니다.
2023년 계묘년 흑토끼의 지혜로운 기운으로 고물
가 시대, 한우산업에 닥친 위기를 힘차게 ‘경중’ 뛰
어넘을 수 있기를 기원해 봅니다.

2023년 한우협회는 한우산업 안정화에 주력하면
서 위기에 정면돌파하고자 합니다. 이를 위해 산지
가격이 연동되는 한우유통플랫폼을 구축하고, 한
우의 순기능을 적극 홍보하여 ‘한우 먹는 날’이 곧
‘지구를 살리는 날’이라는 가치소비를 확산시키겠
습니다.

이러한 인식을 바탕으로 국내 소비뿐만 아니라 한
우수출 품목 및 수출국 다변화에도 최선을 다하겠
습니다. 희망찬 새해, 가정에 평화가 넘치기를 소
망합니다. 감사합니다.

소비확대·수급안정 통한 가격안정에 최선을



민경천
한우자조금관리위원장

안녕하십니까. 한우자조금관리위원장 민경천입니다.
다사다난했던 임인년을 보내고, 2023년 희망찬 계
묘년 새해가 밝았습니다.
2022년을 돌이켜보면 불안한 국제정세와 경기침
체 속에서 수입육 무관세 조치까지 더해지며 국내

축산업은 더욱 힘든 한 해를 보냈던 것 같습니다.
올해도 사육두수 증가와 가격하락 위기의 경고음
이 커지고 있어 선제적 수급조절을 위해 모든 역
량을 쏟아부어야 할 것으로 보입니다.

2023년 한우자조금은 소비확대 및 수급 안정에 역
점을 두고 변화하는 소비 트렌드에 맞는 한우 소
비촉진 행사와 수급조절을 위한 암소 비육지원 사
업, 수입육을 한우로 대체하는 급식 차액지원 사
업, 온라인 판매 활성화, 한우 수출 확대 등 모든
역량을 집중해 한우가격 안정에 최선을 다하겠습
니다. 감사합니다.

화합·단합된 모습으로 새로운 지혜 모을 때



정인철
한우자조금 대의원회 의장

계묘년 새해 복 많이 받으십시오. 한우자조금 대의
원회 의장 정인철입니다.
올해는 한우산업의 어려운 시기가 시작되어 한우

인의 마음이 무거운 줄 압니다.
그러나 예부터 어려운 역경을 잘 견디어 나간 민
족인 만큼 한우인도 그 정신을 계승해 화합과 단
합된 모습으로 역경을 이겨내는 새로운 지혜를 모
을 때라 생각합니다.
전국의 한우인 여러분, 나 혼자를 위해서가 아닌
한우인 전체를 위해 한우산업 안정에 동참해 주실
것을 부탁드립니다. 계묘년 한해도 건강과 행복이 가
득한 한해 되길 기원합니다.

삼성웰스토리와의 협업을 통해 수급·가격 안정 도모 이젠 대형급식에서도 한우먹는다



▲ 지난해 12월 28일 열린 ‘한우소비 촉진 ESG 활동 공유
회’에 참석한 한우자조금 및 삼성웰스토리 관계자들이 ‘
한우산업 파이팅’이라고 외치고 있다.

한우자조금이 삼성웰스토리(주)와 손잡고 한우 소
비촉진을 통한 한우농가돕기 ESG 활동에 나섰다.
해당 사업은 대형급식에 수입쇠고기 대신 한우고
기를 납품함으로써 적체된 정육 물량을 해소하고,
나아가 새로운 시장을 창출해 한우의 시장점유율
을 높이기 위해 추진됐다.

한우자조금은 수입육을 한우로 대체하기 위해 총
2억원의 예산을 투입하여 수입육과의 차액 일부를
지원해 약 50만명 분의 양인 총 40톤의 물량을 소
진할 예정이다.

삼성웰스토리는 ESG경영의 일환으로 한우농가가
어려운 시기를 극복하고 지속가능한 성장을 이어
갈 수 있도록 도움을 주고자 한우 프로모션 상품
을 개발했으며, 급식 메뉴에 다방면으로 활용할 수
있는 한우 불고기, 국거리 등으로 가공해 판촉활동
을 펼칠 계획이다.

또 삼성웰스토리는 성공적인 프로모션을 위해 당
사 식자재 주문 시스템 ‘도래미’를 활용해 배너 홍
보를 진행하는 한편, 당사 유튜브 채널을 통해서도
프로모션 상품을 소개할 예정이다. 특히 유튜브 영
상에서는 행사의 취지와 할인 품목을 소개하고, 정
육 부위를 활용한 신년 맞이 한우 특식 메뉴를 추
천한다.

민경천 위원장은 “최근 한우가격 하락으로 모두가
힘든 시기에 농가와 소비자가 상생하는 방안을 모
색하고자 삼성웰스토리와 협업을 기획하게 됐다”
며 “이번 행사가 성공적으로 진행되어 지속적으로
대형급식이나 음식점 등에서 수입육 대신 한우를
사용하는 곳이 늘어났으면 좋겠다”고 했다.
한편, 한우자조금은 향후 예산을 더 확대하고 삼성
웰스토리와 지속적으로 협업하여 수급 및 가격 안
정에 주력할 예정이다.



위기의 한우산업...해결책은?

공급물량 과잉...경기 침체 등 한우소비는 급감
'22년 경락가격 연초대비 연말 kg당 3천582원 하락
자조금, 산업 안정화 최우선 목표로 사업 펼쳐
업계에서도 소비 활성화 위한 활동 적극 추진



2023 한우산업 전망

한우산업 불황국면 한동안 지속

다사다난했던 한 해가 가고, 새해가 밝았다.

전문가들은 지난해에 이어 올해도 사육두수 증가에 따른 공급과잉 및 경기 침체 등으로 한우가격 하락세가 지속되고, 생산비의 절대적인 비중을 차지하고 있는 사료비도 안정화되기까지 시간이 필요할 것으로 진단하고 있어 농가들은 불안감을 안고 하루하루를 버티고 있는 실정이다.

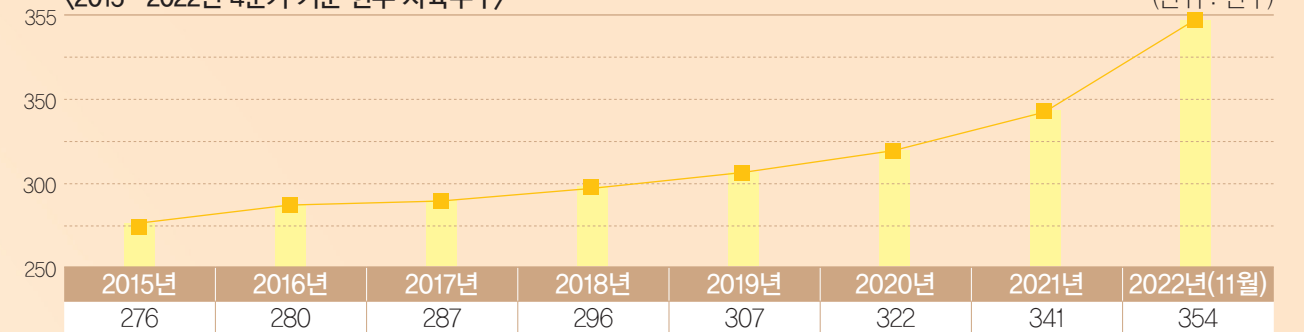
실제로 한우산업 현황을 진단해보면, 먼저 매년 4분기 기준 한우 사육두수는 최근 10년 중 최저점을 찍은 2015년 276만두에서 서서히 증가하기 시작해 2021년에 341만두를 기록했으며, 지난해에는 3분기 기준 354만두를 넘어섰다.

또 지난해 한우 kg당 평균 경락가격을 보면 1월부터 8월까지 1만9천원대를 유지하다가 9월에 2만31원을 기록한 이후, 급락하여 12월에는 1월 가격보다 무려 3천582원 낮은 1만6천384원을 기록했다.

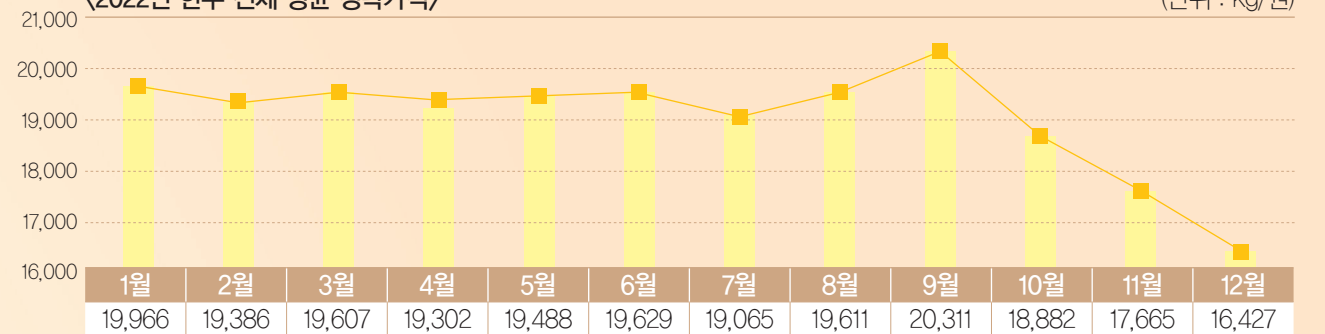
한우가격이 하락함에 따라 송아지 가격도 크게 떨어진 것으로 나타났다. 지난해 6~7개월령 암·수송아



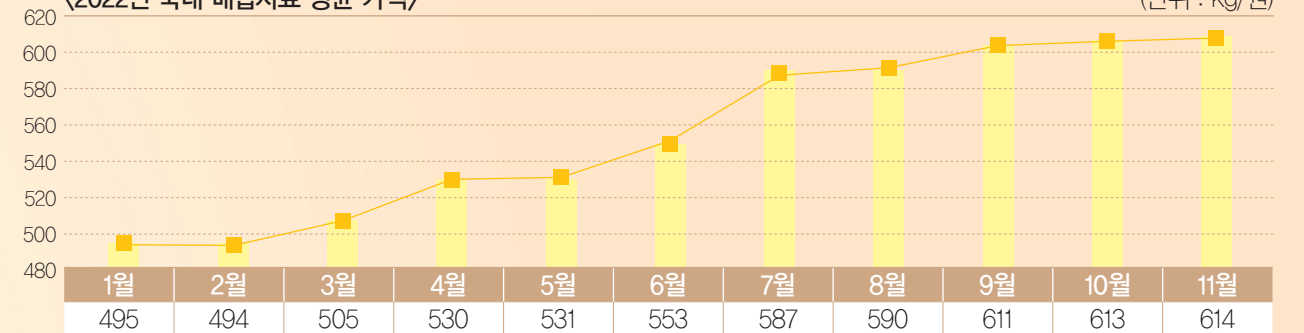
〈2015~2022년 4분기 기준 한우 사육두수〉



〈2022년 한우 전체 평균 경락가격〉



〈2022년 국내 배합사료 평균 가격〉



지 가격을 살펴보면, 9월 이후 급락을 거듭하여 12월에는 각각 198만원과 303만원을 기록했다. 이처럼 한우 및 송아지 가격이 크게 하락한 상황에 사료원료 수출국의 이상기후와 러-우 전쟁 등이 곡물 생산량에 큰 악영향을 끼쳐 배합사료·조사료 가격이 급등해 한우농가들은 이중고를 겪고 있다. 농림축산식품부의 월별 배합사료 가격 동향에 따르면, 2020년만 하더라도 1kg당 약 400원 내외였던 배합사료 가격이 급등하여 지난해 11월에는 614원을 기록하는 등 가파른 상승폭을 보이고 있다. 여기에 국내외에서 생산하는 조사료 가격도 급등해 농가 경영 부담을 더욱 가중시키고 있다. 더욱 큰 문제는 공급과잉 및 소비둔화로 인한 한우산업 불황국면이 한동안 지속될 것으로 전망되고 있다는 것이다.

자조금 및 한우업계 대응방안

이처럼 한우산업 불황국면이 한동안 지속될 것으로 전망됨에 따라 한우자조금과 한우협회, 정부, 농협 등은 한우산업이 안정적으로 나아갈 수 있도록 다양한 대응방안을 강구하는 한편, 소비 활성화를 위한 사업도 적극 추진하고 있다.

한우협회-한우 유통플랫폼 구축

전국한우협회는 소값 안정화를 위해 소비 활성화는 물론이고, 늘어난 공급물량만큼 시장격리가 이뤄져야 한다고 했다. 특히 한우가격 하락이 소비자까지 연동되지 않는다고 판단해 가격연동 체계에 영향을 줄 수 있는 한우 유통플랫폼을 구축할 수 있는 방안을 모색키로 했다.

또 올해 도축두수는 2021년 79만4천두 대비 15만두가 증가한 94만두까지 늘어날 것으로 전망되고 있어 도축초과분(15만두, 정육환산 2만7천톤)의 시장격리를 위한 유통업체의 지원 방안 모색을 정부에 적극 건의키로 했다.

한우소비 활성화를 위해서는 암소 1만두를 군급식으로 공급할 수 있는 방안을 도출해 나가는 한편, 정부에서 세운 신선 농축산물 할인쿠폰 1천80억원 예산 내에 한우 쿠폰도 지원받을 수 있도록 건의하고 있다. 아울러 대·중소기업, 농어업협력재단을 통한 한우고기 할인판매 추진, '나부터 1kg 소비촉진 운동' 등 기업과 범국민 차원의 한우소비 촉진활동도 적극 펼치고 있다.

이밖에도 농림축산식품부에 건의해 전락작물 직불에 하계조사료를 포함시키며 401억원의 예산을 증액시켜 총 1천21억원의 예산을 확정지었다. 또 사료구매자금 지원규모 확정(1조원, 1.8%), 조사료 생산기반 확충을 위한 사일리지 제조비 단가 상향(6만원→6만3천380원) 등을 확정시켰다.

정부·농협-한우가격 안정화사업 역점

농협경제지주 축산경제도 지난 1월 6일 긴급 축산발전협의회를 개최하고 한우 도·소매가격 연동제를 강화하는 것은 물론, 소비촉진 할인행사를 적극 추진해 소비자 가격 인하에 기여할 것을 결의했다. 이에 따라 농협은 전국 1천500여개 농·축협 하나로마트에 권장 판매가격을 주기적으로 제시하며 도·소매가격 연동제 참여를 적극 요청하고 있다.

정부 또한 한우가격 연착륙을 위해 생산자단체와 대형유통업체 등과 협력해 한우 소비촉진, 도·소매가격 간 연동성을 강화하고, 한우농가들의 경영 부담을 완화하기 위해 사료구매자금 지원, 조사료 생산과 제조비 지원 확대 등도 강구하겠다는 입장이다.

한우자조금-한우소비 확대 위해 다양한 사업 추진

한우자조금관리위원회는 올해 수급조절 및 소비촉진을 통한 한우가격 안정화를 최우선 목표로 하여 역량을 집중한다는 계획이다. 또 한우산업 기반 유지 및 환경 규제에 대한 대응력 강화와 코로나19 엔데믹 시대를 맞아 사회·경제적 환경 변화 등에도 발 빠르게 대응한다는 방침이다.

● 온라인 한우장터 연 6회 확대·추진

특히 설·추석 명절 생산자와 소비자의 직거래로 소비자에게 큰 사랑을 받던 한우직거래장터(명절한우장터)를 설·추석뿐만 아니라 시즌 및 고객 특성에 맞는 행사로 개편하여 소비자들이 한우를 안심하고 저렴하게 구입할 수 있도록 연 6회로 확대·추진해 운영한다. 또 수입육을 한우로 전환하기 위한 기업체 대형급식 차액지원 사업도 진행한다. 대형급식에 한우를 납품함으로써 적체된 정육 물량을 해소하고 새로운 시장을 창출하여 한우의 시장 점유율을 높이는 것이 목적이다.

● 소비 확대 위한 유통사 판매 지원

아울러 한우 1~2등급 소비 확대를 위한 다양한 유통사 판매를 지원할 방침이다. 대형마트 및 농·축협을 대상으로 할인판매 행사 진행시 적체부위를 우선하여 사업을 추진하고, 한우할인행사를 소비자에게 인식시킬 수 있도록 한우를 대표하는 캐치프레이즈를 만들어 홍보할 예정이다.

● MZ세대 홍보 통해 한우 소비층 확대 힘써

특히 한우자조금은 올해 한우에 대한 소비 충성도가 비교적 낮은 청소년 및 MZ세대에 어필할 수 있는 다양한 홍보를 통해 한우의 소비층 확대에도 힘쓸 예정이다. 세대간 육류 소비 격차가 크기 때문에 한우 소비 확대를 위한 온·오프라인 접점 매체를 활용하고, MZ세대 및 청소년들에게 가치소비, 육류소비에 대한 올바른 정보를 제공할 계획이다.

농가 스스로의 역량 강화 및 수급조절 사업에 동참

위기감이 높아짐에 따라 출하월령에 도달하지 않은 거세우나 암소를 출하하는 농가가 많아지고 있다. 이는 공급량 증가와 품질 저하에 따른 가격 하락 현상을 더욱 가속화시킬 수 있다. 어려운 상황이지만 불황기를 이겨내기 위해서는 한우농가 스스로도 생산비를 줄이는 방법을 모색하고 저능력 암소 도태와 계획출하 등을 통해 장기적으로 농가 경영 수익을 높일 수 있도록 노력해야 한다.

전북 정읍 '서우농장'

“어릴 적 꿈 현실로 만들어가는 배움·열정 가득한 한우인”

지난해 201두 거세우 출하해
1++ 85.2%·도체중 491.7kg
송아지 폐사율 매년 3% 내외

습니다. 제가 고등학생일 당시 실습을 위해 농장을 찾은 농수산대학교 형들의 이야기를 들으며 한우산업의 비전을 확신하게 됐고, 결국 저 또한 2003년 농수산대학교에 입학하며 전국에서 최고의 한우농장을 만들어야겠다는 목표를 갖게 됐습니다.”

▼ 정왕용 대표.



고등학교 때부터 한우 사육이 꿈이었던 정왕용 서우농장 대표(40)의 삶은 한우를 떼어놓고는 생각할 수 없다. 한우농장에 있을 때는 물론 모처럼 집을 떠나 여행을 가더라도 온통 한우 생각뿐이다. “우리 농장은 한국농수산대학교 실습농장이었



▲ 정 대표가 체계적인 사양관리를 통해 사육하고 있는 암소.

2006년 2월 대학교를 졸업한 정왕용 대표는 학교에서 배운 이론과 아버지의 한우사육 경험을 토대로 ‘2007 정읍 한우능력평가대회’를 야심차게 도전해 특별상을 받는 성과를 이뤘다.

정 대표는 “상을 수상했을 때 아버지의 경험 및 노하우와 나의 이론을 적절하게 겸비할 수만 있다면 농장 경쟁력이 극대화될 수 있을 것이라고 생각했다”며 “이에 2008년 건국대학교 동물자원학과에 3학년으로 편입학하게 됐다”고 말했다.

이후 정 대표는 2010년 건국대학교를 졸업하자마자 동대학 동물영양자원을 전공으로 석사학위를 밟았으며 지난해 2월 박사학위까지 취득할 정도로 학구열이 높은 한우인이다.

초유 대신 IgG 성분 분말 파우더 급여

현재 전북 정읍에서 거세우 550두, 번식우 350두, 육성우 100두 등 총 1천두의 한우를 일관사육하고 있는 정 대표는 이처럼 자신의 이론과 아버지의 노하우를 바탕으로 체계적인 한우사육을 통해 높은 고급육 성적을 기록하고 있다.

실제로 정 대표는 지난해 201두의 거세우를 출하해 1++ 출현율 85.2%, 1+이상 99%, 평균 도체중 491.7kg, 등심단면적 111.3cm²를 기록했다.

정 대표가 이와 같은 성적을 기록할 수 있었던 사양관리 비결을 살펴보면, 먼저 송아지 관리의 첫 태어나면 어미 소의 초유 대신 IgG(면역글로불린G) 성분이 함유된 분말 파우더를 약 2~2.5L 급여하고 있다. 정 대표는 “한 논문을 보니 충분한 면역력을 갖추기 위해 신생송아지가 필요로 하는 초유의 양은 약



▲ 정 대표는 송아지가 태어나자마자 별도의 송아지 전용 우사에서 대용유를 급여하며 송아지를 세심하게 관리하고 있다.

2~2.5L인데, 한우의 경우 암소가 생산하는 초유의 양은 최대 1L 정도”라며 “즉, 충분한 양의 초유를 섭취하지 못했기 때문에 면역력 부족 현상이 나타나 설사 등 질병 발생의 원인으로 작용하고 있다고 생각한다. 이에 송아지가 태어나면 어미 소와 분리시킨 다음 IgG 성분이 함유된 분말 파우더를 급여한 후 별도의 송아지 전용 우사에서 대용유를 급여하며 사육하고 있다”고 설명했다.

이러한 정 대표의 신생송아지 관리 노하우로 서우농장은 연간 320여두의 송아지를 생산해 폐사율이 3% 내외다.

이후 생후 60일령까지는 대용유를 급여하고 있으며, 3개월령부터 5개월령까지는 소량의 입불이기 사료와 티모시, 블루그라스, 알팔파를 혼합한 건초를 3~4cm로 세절해 자유채식으로 급여하고 있다.

6개월령부터는 거세우의 경우 14개월령까지 육성 TMF사료를 하루 동안 개월령에 따라 6kg에서 최대 13kg까지, 15개월령부터 21개월령은 비육전기 TMF사료를 하루 13kg, 22개월령부터 출하(32개월령 내외)할 때까지는 비육후기 TMF사료를 일 13~14kg정도 급여하고 있다.

암송아지는 6개월령부터 11개월령까지 하루 동안 육성우 사료 2.5kg, 혼합건초 4~5kg을, 12개월령부터는 번식우 사료 2kg, 조사료는 벣짚과 이탈리아 라이그라스를 무제한 급여하고 있다.

기록지 활용하는 것이 중요

암소개량도 체계적으로 하고 있는 정 대표는 기록관리를 가장 중요시 여기고 있다.

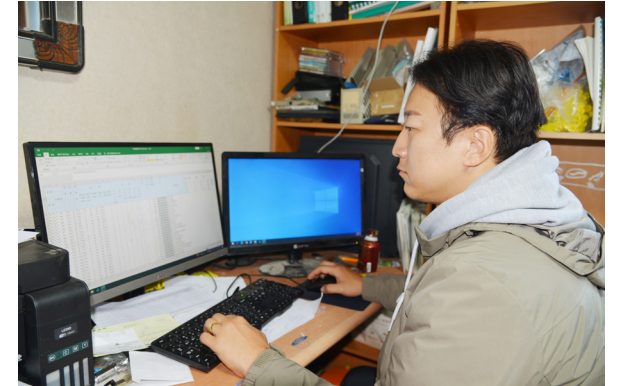
“농가에서 직접 할 수 있는 암소개량이란, 암소의 유전능력에 맞는 정액을 선정해 수정시켜 후대축의 유전능력을 향상시키는 작업과 저능력 암소를 도태시키고 우량 암소를 선발해가는 과정이라고 할 수 있습니다. 따라서 개량을 위해서는 합리적인 도태기준을 마련해 운용하는 것이 필수인데, 이를 효율적으로 하기 위해선 기록을 통한 데이터 수집이 가장 중요합니다.”

정 대표는 발정 발견시각, 수정시각, 재발정 여부, KPN, 기타 특이사항 등을 빠짐없이 기록하고 있다. 거세우는 출하 후 도축성적을 검색해 그 어미 소의 선발과 도태에 매우 중요한 근거로 삼고 있다.

그는 “소를 관찰해 기록하는 것은 누구나 할 수 있지만 현장에서 그 기록지를 항상 들여다보면서 농장



▲ 정 대표가 각 우방마다 설치한 미니 화이트보드를 보며 기록 내용을 확인하고 있다.



▲ 기록관리를 가장 중요시 여기고 있는 정 대표.

의 문제점을 파악하고, 이를 개선하기 위한 작업은 쉽지 않다”며 “기록에서 끝나는 것이 아니라 기록지를 활용하는 것이 중요하다”고 강조했다.

끝으로 “다두사육농가에서도 전국축산물품질평가대상에서 대통령상을 받을 수 있다는 것을 보여주는 것이 목표”라는 정 대표는 4-H 전북도 자문위원, 농촌진흥청 현장 명예연구관 등을 맡아 한우농가 소득향상을 위한 사양관리 노하우 전파에도 앞장서고 있다.

■ 신생송아지 및 육성우 관리

- 갓 태어난 송아지 어미 소와 분리 후 IgG 성분의 분말 파우더 2~2.5L 급여.
- 별도의 송아지 우사서 생후 60일령까지 대용유 급여.
- 3개월령부터 5개월령까지 입불이기 사료와 혼합건초(티모시·블루그라스·알팔파)를 3~4cm로 세절해 자유채식으로 급여.

■ 거세우 관리

- 6개월령부터 14개월령까지 하루 동안 육성 TMF사료를 개월령에 따라 6kg에서 최대 13kg까지 급여.
- 15개월령부터 21개월령은 비육전기 TMF사료를 하루 13kg 급여.
- 22개월령부터 출하할 때까지는 비육후기 TMF사료를 일 13~14kg정도 급여.

■ 번식우 관리

- 6개월령부터 11개월령까지 하루 동안 육성우 사료 2.5kg, 혼합건초 4~5kg 급여.
- 12개월령부터는 번식우 사료 2kg, 조사료는 벣짚과 이탈리아 라이그라스를 무제한 급여.



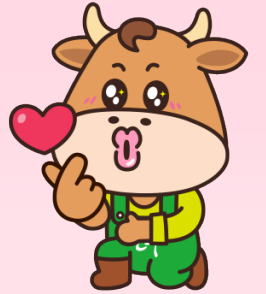
서우농장
사양관리
‘꿀팁’



감탄이 절로 나오는 최고급 한우구이부터
신선함의 끝판왕 한우 생고기까지!

선물같은 맛
선사하는 우리 '한우'

12월 방송 협찬을 통해 한우는 면역력 증진과 기력 보충을 위한 보양식
이자 좋은 양질의 단백질 공급원에 제격이라는 메시지를 전했다. 특히
영향력 있는 인플루언서를 통해 쫄깃하고 부드러운 식감을 가진 '한우
생고기', 씹을수록 고소한 맛이 나는 '차돌박이', 육향이 진한 '아롱사태'
등을 자연스럽게 노출시키며 시청자에게 한우를 좀 더 친근하게 다가갈
수 있도록 했다.



채널A<천하제일장사> 12월 5일~26일

12월 12일 씨름대회 우승을 목표로 체력증진을 위해 한우식당을 찾아 한우 회식을 즐기는 개그맨팀이 소개됐다. 천하제일 씨름대회 우승을 목표로 지옥훈련을 하던 개그맨팀은 훈련 마지막 단계인 증량을 위해 한우 식당을 찾았다. 생고기가 담겨있는 접시를 직접 뒤집어보며 당일 도축하여 신선하고 찰기 있는 한우 생고기의 장점을 소개하며, 다양한 부위의 한우구이 먹방을 선보여 시청자들의 침샘을 자극했다.

또한, 12월 26일 100일간의 씨름 대장정 대망의 결승전에서 야구팀이 '제대 천하제일장사'로 등극했으며, 우승상품으로 기력 보충을 위한 한우선물세트를 증정했다. 이밖에도 방송 시작 전 가상광고와 방송 말미에 예고편에서 한우자조금 제작지원 자막을 송출하고, 씨름 경기장 내 A보드를 활용하여 한우자조금 및 한우유명한곳 홈페이지 인지도 제고를 위해 힘썼다.



TV조선<허영만의 백반기행> 12월 23일

이번 방송에서는 허영만과 자칭 한우 마스터 고주원이 함께 떠나는 전라도와 경상도 백반기행 모습이 전파를 탔다.

첫 번째 지역은 전남 해남에서 한우만 판매하는 식당을 찾았다. 한우 생고기 우둔살뿐만 아니라 차돌박이, 아롱사태와 함께 한우 특수 부위 3종 업진살, 토시살, 제비추리까지 즐기며 육즙과 육향이 살아있는 모습을 선보였다. 해남에서 두 번째로 찾아간 식당은 한우 샤브샤브 식당으로, 구이용으로 잘 알려진 부채살을 된장육수에 익혀 먹는 색다른 조리 방법이 소개됐다.

다음으로 찾아간 지역은 한우하면 빼놓을 수 없는 대구다. 이곳에서는 한우 특생갈비 구이와 당일 도축한 우둔살을 얇게 저며 썰어내고 경상도식 볶은 양념에 찍어 먹는게 포인트인 대구 생고기, 3일 숙성한 우둔살에 최소한의 양념만을 더해 본연의 맛을 살려낸 육회, 마지막으로 특별한 한우 물회로 마무리하며 한우 기행을 완료했다.

조사연구사업 **중간·최종보고회** 개최

지속가능한 한우산업 위한 연구
최종보고회 4건·중간보고회 1건



▲ 서울 서초동 소재 한우자조금 회의실에서 지난해 11월 22일 열린 한우농가 유형 구분 설정 연구 최종보고회(왼쪽) 및 30일 진행된 쇠고기 완전개방시대 대응 정책방안 마련 연구 최종보고회.

구분	일자	연구명	연구기관	연구책임
최종 보고회	'22.11.22	한우농가 유형 구분 설정 연구	경상대학교	전상곤 교수
	'22.11.30	쇠고기 완전개방시대 대응 한우산업 정책방안 마련 연구	건국대학교	정경수 교수
	'22.12.2	축산환경 규제에 한우 생산성 및 연관 파급 효과 분석 연구	고려대학교	안병일 교수
	'22.12.12	한우분뇨가 환경오염에 미치는 영향 연구	한국축산환경학회	이명규 교수(상지대)
중간 보고회	'22.12.20	한우농가 생산성 향상을 위한 방문형 OPU 수정란 생산체계 확립 및 산업화 연구	경북 축산기술 연구소	이준구 박사

한우자조금은 지난해 한우산업의 안정과 지속적인 발전을 위해 총 5건의 조사연구를 진행했으며, 이에 대한 중간·최종보고회를 개최했다.

이번 조사연구는 ▲한우농가 맞춤형 정책 대안 제시 ▲시장개방에 대응한 한우정책 검토 및 농가 생산 기반 유지와 경영안정 대책 등을 모색하고, ▲축산환경규제가 한우농가 생산성과 국가 경제에 미치는 효과 분석 ▲한우산업이 직면한 환경문제에 대한 대응방안 ▲수정란 생산성·동결률 향상 방법 개발 등 OPU수정란 산업화 및 활성화 등을 위해 진행됐다. 한편, 해당 연구들은 향후 검토·보완을 거쳐 순차적으로 발표될 예정이다.

크리스마스 소원 트리 & 하누랑 가방 대공개 이벤트 진행

소비자에게 친근하게 다가가기 위해 '하누랑' 캐릭터 활용



한우자조금은 크리스마스를 앞두고, 한 해 동안 한우를 사랑해 준 소비자에게 감사한 마음을 전달하기 위해 다양한 이벤트를 진행했다.

먼저 지난해 12월 15일부터 22일까지 진행된 '크리스마스 소원 트리' 이벤트는 하누랑 산타에게 소원을 들려준 소비자를 대상으로 진행됐다. 이번 이벤트는 5천900여명이 참여했으며, 추첨을 통해 크리스마스 선물로 한우 럭키박스과 한우 불고기버거 기프티콘 등을 증정했다.

‘(WHAT’S IN MY BAG)네가 왜 여기서 나와...? 크리스마스 맞이 하누랑 가방 대공개!’ 이벤트는 지난해 12월 19일부터 25일까지 진행됐으며, 한우자조금 유튜브 구독자와 소통하기 위해 마련됐다.

이번 이벤트는 한우자조금 유튜브 영상을 끝까지 시청한 후 댓글을 달아준 구독자 중 추첨을 통해 50명에게 한우 럭키박스를 증정했다.

2022년 한우자조금 사업 결산

“한우가격 회복·수급 안정에 역점”



지난해 한우산업은 물가상승 및 사육두수 증가, 경기침체 등 대내외 환경으로 한우가격이 하락한 상황에서 사료값은 폭등해 농가 경영난이 그 어느 때보다 심화됐다.

이에 따라 한우자조금은 한우가격 회복 및 수급 안정을 최우선 과제로 두고, 한우의 우수성과 한우산업의 환경적 가치 등을 재조명하는 등 한우산업 안정화를 꾀하기 위한 다양한 사업을 진행했다.

◆ 수급안정 및 소비촉진 주력

■ 암소 비육지원·자율감축 사업

한우자조금은 지난해 한우가격과 수급 안정에 역점을 두고 암소 비육지원, 유통사 판매 지원, 명절 한우장터 온라인 판매, 도별 수급안정, 저지방 한우 소비촉진 등의 사업을 진행했다. 특히 선제적 수급조절을 위해 암소 비육지원 및 자율감축 사업

을 진행해 지난해 12월 기준 6만1천851두의 신청실적을 기록하는 성과를 거뒀다.

■ 대규모 한우 할인판매 행사

한우자조금은 한우고기 소비 확대 및 가격 안정화를 위해 대형 유통점·농협 계통 축산물판매장·한우영농조합법인 등과 함께 대규모 한우 할인판매 행사를 실시하고, 설과 추석 명절맞이 온라인 명절

한우장터를 운영해 소비자로부터 큰 호응을 얻었다.

아울러 광역 단위별 대규모 한우 할인행사 등을 통해 한우소비 활성화에 기여하는 한편, 1등급 이하의 적체부위 해소를 위한 다양한 소비촉진 사업도 진행했다.

◆ 유통구조 개선

■ 한우 신규 소비처 발굴 및 수출 확대 지원

한우의 신규 소비처 발굴 및 한우 수출 확대 지원을 위한 유통구조 개선 사업에도 힘쓴 한우자조금은 한우 수출 활성화 및 한우의 글로벌 명품 이미지 유지를 위해 온·오프라인 홍보 활동을 추진했다. 또 한우의 글로벌 경쟁력 확보를 위해 수출업체의 물류비 및 현지 홍보 프로모션 활동을 지원했으며, 이를 통해 지난해 12월 기준 전년 동기 대비 14.4% 증가한 44.4톤의 수출 실적을 기록했다.

■ 우리한우판매점 선정

한우의 신뢰도 제고 및 유통 투명화 실현을 위해 정육점 등 유통업소와 음식점을 점검해 원산지 표시 위반, 거짓표시 여부 등을 홍보·계도하고 있으며 지난해 14개소의 우리한우판매점을 신규로 선정하는 등 소비자와의 신뢰 구축을 위해 노력했다.

◆ 교육 및 정보 제공 힘써

■ 농가-종합경영 컨설팅·심포지엄 등 실시

한우자조금은 한우농가의 경영능력 및 생산성 향상을 위해 한우협회 시·군지부, 지역축협, 한우협동조합 연합회를 중심으로 생산성 전문교육 및 역량 강화 교육, 인공지능 교육, 종합경영 컨설팅 등을 실시했다.

한우산업 현안에 대한 대책 논의를 위해 심포지엄 및 세미나도 개최해 농가 간 정보 교류를 활성화



▲ 한우자조금에서 지난해 진행한 TV광고 영상.

했으며, 사양·환경·질병·경영관리 등 온라인 동영상 제작해 모바일로도 손쉽게 찾아볼 수 있도록 정보 제공에도 힘썼다.

■ 소비자-우수성·긍정적 이미지 제고

소비자를 대상으로 한우의 우수성을 알리기 위한 교육 및 정보 제공 사업도 진행하였다. 한우유명한곳 및 자조금 홈페이지를 중심으로 페이스북, 인스타그램 등 주요 SNS 플랫폼을 통한 홍보활동을 펼치며 소비자와의 커뮤니케이션을 강화했다. 특히 각계 전문가로 구성된 한우 명예홍보대사 운영을 통해 소비자에게 한우의 우수성과 가치를 신뢰감 있게 전했다. 또 한우의 우수성과 영양학적 가치, 연구결과 등을 알기 쉬운 콘텐츠로 배포해 한우산업에 대한 이해와 긍정적 이미지 제고에 기여했다.

◆ 한우산업 이슈 대응 및 객관적인 기틀 마련

■ 조사·연구 사업 지속 지원·모니터링제 운영

한우자조금은 한우의 우수성과 효용성을 과학적·이론적으로 뒷받침하기 위한 조사 및 연구 사업도 지속적으로 지원했다.

특히 최근 한우산업을 둘러싼 부정적 인식을 해소



▲ 한우자조금은 지난해 11월 29일 대전 KT인재개발원에서 '2022년 제2차 한우자조금 대의원회'를 개최했다.

하고 한우의 환경적 가치를 알리기 위해 △전과정 측면에서 한우의 환경적·산업적 특징 연구 △한우 분뇨가 환경에 미치는 영향에 대한 연구 등을 발주한 것은 물론, △쇠고기 시장 완전 개방시대 대응 한우산업 정책방안 마련 연구 △한우농가 유형 구분 설정 연구 △축산환경규제의 한우 생산성 및 연관 파급효과 분석 연구 △한우농가 생산성 향상을 위한 방문형 OPU 수정란 생산체계 확립 및 산업화 연구 등 다양한 연구 사업도 추진했다. 연구 결과는 한우자조금 홈페이지에서 확인 가능하다. 아울러 한우 모니터링제 운영을 통해 한우 소비와 유통 트렌드를 과학적으로 분석할 수 있는 기반을 마련했으며, 온·오프라인 매체, 행사, 이벤트 등을 통해 소비자들에게 연구결과를 알리는 홍보활동도 진행했다.

◆ 범국민 대상 한우산업 가치 제고 및 소비촉진 홍보

■ 건강하고 긍정적인 한우 이미지 확립

한우의 가치를 높이고 소비를 촉진하기 위해 '별달다하게 하는 한우의 기술'이라는 키 메시지를 바탕으로 2022년 신규 광고를 제작해 TV와 라디오 광



▲ 지난해 10월 27일 서울 강동구 성내동 소재 농협사로 본사에서 '한우 생고기 소비활성화를 위한 전문가 세미나'가 개최됐다.

고를 진행하고, 교양과 예능, 드라마 등 방송과 라디오, 유튜브 프로그램에 제작지원 및 협찬을 통해 한우산업 이미지 제고에도 힘썼다.

또 한우자조금은 야구장, 골프장, 택시 등 유동인구가 많은 장소에서 옥외광고를 진행하고, 한우 생축차량에 랩핑광고를 통해 '지속가능한 축산을 위해 한우농가가 함께 노력합니다'는 메시지를 전달했다.

새로운 소비 계층으로 떠오른 MZ세대의 니즈에 부응하고 다양한 매체를 통한 한우소비 유도 및 우수성 홍보를 위해 다양한 형태의 디지털 광고도 진행했으며, 한우소비 활성화 대국민 아이디어 공모전을 통해 소비자와 함께 하는 한우의 이미지를 높이기 위해서도 노력했다.

이밖에도 한우의 대표적인 명절인 11월 1일 '대한민국이 한우 먹는 날'을 맞이하여 기념식과 숯불구이 축제 등 다양한 행사를 진행하였다. 지역단위에서도 다채로운 한우소비 홍보 행사를 진행하여 소비자의 관심과 소비촉진을 유도했다. 아울러 한우 이육식 지원 등 지역사회 공헌 활동을 통해 우리 한우의 건강하고 긍정적인 이미지를 확립하고 홍보하는데 많은 노력을 기울였다.

‘소비자에게 사랑받는 한우의 차별화 전략 토론회’ 개최

정부·학계·언론·소비자단체 모여 발전 방향 논의
한우의 긍정적 가치·안전 먹거리 인식 확산에 최선
‘안티축산’ 대응 필요...소비자 신뢰 구축 역량 집중



▲ 민경천 위원장(왼쪽에서 다섯번째)과 토론회 참석자들이 기념촬영을 하고 있다.

한우자조금관리위원회(위원장 민경천·이하 한우자조금)가 주최하고 (사)소비자공익네트워크가 주관한 ‘소비자에게 사랑받는 한우의 차별화 전략 토론회’가 12월 9일 서울 aT센터에서 개최됐다.

이번 토론회는 정부, 학계, 유관단체, 언론 등 전문가와 소비자 리더들 총 1백여 명이 참여한 가운데 한우의 가치를 재조명하여 긍정적 가치를 확산하고 소비자의 신뢰 구축을 위한 방안을 모색하고자 마련됐다.

이날 토론회는 서울대학교 최윤재 명예교수가 좌장을 맡은 가운데 ▲건국대학교 동물자원학과 이흥구 교수 ▲강원대학교 동물산업융합학과 박규현 교수의 주제 발표에 이어 종합토론 순으로 진행됐다. 토론자로는 ▲(사)소비자공익네트워크 김연화 회장 ▲농림축산식품부 이정삼 축산정책과

장 ▲한우 명예홍보대사 황인철 전문의(서울의료원 산부인과 과장) ▲축산신문 김영란 편집국장 등 각계 전문가가 참여했다.

‘건강한 한우, 미래의 한우 차별화 전략’이라는 주제로 발표를 한 건국대 이흥구 교수는 건강적 측면에서 △한우의 유사 축산물 대응 연구 △저탄고지 식단의 한우육 활용 연구 △마블링 논란 대응 연구를 후속 연구로 제안한다. 또 미래적 측면에서는 △저탄소 한우 생산 및 활성화 연구 △저스트레스 동물복지 한우를 통한 수입육과의 차별화 연구 △한우산업에서의 스마트팜 활용 극대화 연구가 행해져야 한다고 강조했다.

두 번째 주제인 ‘축산과 환경’의 발표자로 나선 강원대 박규현 교수는 “MZ세대 소비 트렌드로 자리 잡은 가치소비(미닝아웃)를 예로 들며 소비자와 생산자가 바라보는 축산의 가치가 점점 변화하고 있다는 점에 주목해야 한다”며 “특히 안티 축산의 원인을 △환경에 대한 우려 △건강에 대한 우려 △동물의 권리를 옹호하는 측면으로 구분하여 각각의 우려에 대한 원인들을 규명하고 한우산업에서 행하고 있는 노력들을 적극적으로 알릴 필요가 있다”고 주장했다.

한우자조금 사무국은 이날 토론회에서 나온 의견을 반영하여 한우가 소비자에게 사랑받을 수 있도록 홍보에 최선을 다하겠다고 말했다.

농협 음성축산물공판장 김형규 중도매인조합장

“농가와 소통하며 한우산업 발전에 기여하는 것이 목표”

중도매인·한우농가 소통의 장 수시로 마련돼야

“한우농가와 소통하며 한우산업 발전에 이바지하는 것이 중도매인으로서의 목표입니다.”

지난 2021년 5월 취임해 63명의 중도매인을 대표하고 있는 농협 음성축산물공판장 김형규 중도매인조합장은 “적정한 경락가격 형성을 위해서는 중도매인들의 역할이 중요하다”며 “소비자에게 고품질 한우고기가 합리적인 가격에 공급될 수 있도록 노력하겠다”고 말했다.



김형규 조합장은 “농협 음성축산물공판장은 국내에서 소 도축과 경매가 가장 많이 이뤄지는 전국을 대표하는 곳인 만큼 도매시장 활성화를 위해서도 최선을 다하겠다”며 “다만 최근 한우시장을 보면 대형마트에서는 꾸준히 소비되고 있지만 지역 내 정육점이나 작은 유통업체들은 한우고기 물량이 지속 적체되고 있는 상황”이라고 유통업계 분위기를 전했다.

한우가격 하락 가장 큰 원인 ‘소비 둔화’

한우가격이 크게 하락하고 있는 것은 소비둔화가 가장 큰 원인이라는 김 조합장은 “지금과 같은 공급과잉은 많은 전문가들이 3~4년 전부터 전망했던 상황”이라며 “다만 그동안 아파트값 상승이나 코로나19로 인한 반사이익으로 소값이 매우 좋았던 것이 사실”이라고 설명했다.

그는 “하지만 코로나19 거리두기가 전면 해제된 가운데, 금리인상 등 경기침체가 지속됨에 따라 소비자들의 주머니 사정이 극도로 나빠져 한우소비가 크게 둔화되고 있다”며 “한우는 이력제를 통해 사육두수와 사육개월령을 파악할 수 있어 공급량을 어느 정도 예측할 수 있는 반면 수요량은 코로나19나 금리인상 등 시장변수가 많기 때문에 한우가격이 안정적으로 흘러갈 수 있도록 하려면 생산자와 유통업체간의 소통의 장을 지속적으로 마련해야 한다”고 덧붙였다.

부가가치 높은 부위 키우는 것이 고수의 비결

김 조합장은 2001년부터 음성축산물공판장 35번 중도매인으로서 매일 25두 내외의 한우를 구입해 한우전문식당, 유통업체, 정육점 등에 유통하고 있다.

그는 “현재 소비자들은 육색과 마블링이 뛰어난 것을 선호하고 있다. 여기에 구이용, 특히 특수부위 양이 많이 나올만한 개체는 중도매인들이 알아서 높은 가격에 응찰한다. 즉 단순히 소를 크게만 키우는 것이 아니라, 소비자가 원하는 등심·안심·채끝 부위를 키워야 마리당 수익성을 극대화시킬 수 있다”면서 농가에서 도체중도 중요하지만 부가가치가 높은 일부 부위를 크게 키울 수 있도록 개량과 사양관리를 하는 것이 높은 경락가격을 받을 수 있는 비결이라는 조언도 내놔다.

끝으로 김 조합장은 “중도매인들은 농가를 이해하고, 농가는 중도매인을 이해할 수 있는 소통의 자리가 주기적으로 마련될 수 있도록 노력할 것”이라면서 “생산자단체나 정부에서도 유통 현장에 있는 우리의 이야기에 귀를 기울여줬으면 하는 바람”이라고 했다.



추운 겨울철 어린송아지 설사병 예방이 중요하다



류 일 선 수의학박사
(아시아동물의학연구소 소장)

설사병 바이러스 종류

- 대장균** 갓 태어난 송아지에서 **생명을 위협하는 감염과 설사**를 일으킬 수 있는 세균.
- 로타바이러스** 어린 송아지에서 **설사 및 탈수를 유발**할 수 있는 바이러스.
- 코로나바이러스** 로타바이러스와 마찬가지로 어린 송아지에서 **설사 및 탈수를 유발**하는 바이러스.
- 크립토스포리디움증** **생후 2~10일 정도의 송아지에서 발생하는 설사의 흔한 원인** 중 하나.

주요 증상 쉽게 발견하는 요령

- 수양성 변** 더러운 꼬리.
- 탈수** 눈이 침침하고 피부 텐트가 느려진다(2초 이상).
- 침울** 머리와 귀가 아래로 향하고 오래 서 있기를 꺼린다.
- 허약** 걸리기 쉽고 걸을 때 불안정하거나 열이 난다.
- 차가운 사지(귀와 다리) 및 포유력 약함** 질병에 걸려 심각한 상태를 나타낸다.
- 빠르거나 느린 호흡** 대사성 산성증이 있는 동물은 혈액 내 이산화탄소를 줄이기 위해 빠르게 호흡하는데, 부분적으로 산성증을 교정 즉 보충하며, 빠른 호흡은 폐렴의 증상과 혼동될 수 있다. 질병의 말기 단계인 폐사에 가까워질수록 송아지는 더 천천히 더 깊게 숨을 쉴 것이다.

최근 우리나라는 지난해 연말과 올해 연초까지 하루종일 영하권에 머무르는 날이 많았고, 앞으로도 강한 한기가 내려오면서 영하 10도 내외의 한파가 지속된다는 기상청의 날씨 전망에 따라 추위와 체온 조절기능이 취약한 신생 송아지는 보온 등에 각별히 신경 써야 한다.



예방관리 요령

- 대장균** (분만 6~4주 전 접종) 보통 임신한 암소에 투여하는 백신에는 'E.coli'(대장균)이 포함되어 있다. 이에 어미 소의 초유를 통해 송아지의 대장균에 대한 항체 수치를 높여 주고, 이 항체는 생후 처음 몇 주와 몇 달 동안 송아지에게 면역력을 부여한다.
- 로타바이러스** (분만 6~4주 전 접종) 임신한 어미 소에게 투여되는 일부 백신에는 로타바이러스가 포함되어 있으며, 예방 접종을 하면 초유에서 로타바이러스에 대한 항체 수치가 높아진다.
- 코로나바이러스** (분만 6~4주 전 접종) 임신한 어미 소에게 백신을 예방 접종하면 초유에서 코로나바이러스에 대한 항체 수치가 높아져 송아지의 면역력을 향상시킨다.
- 크립토스포리디움증** 철저한 송아지 위생관리가 매우 중요하다. 송아지는 깨끗하고 건조한 환경에서 사육해야 하며 이상적으로는 개별 우방에서 사육하는 것이 좋다. 가벼운 탈수증상을 보일 경우에는 경구용 전해질을 급여하는 것도 도움이 된다.



2022년 12월 한우시황

2023년 한우 전체 평균 도매가격 전년 대비 하락 전망

■ 한우가격 및 출하 동향

구분		2019년	2020년	2021년	2020년	2021년	2022년	
					12월	12월	11월	12월
도축두수(두)		765,328	762,746	794,234	58,399	66,344	62,964	72,171
경매두수(두)		403,449	410,849	429,890	29,545	34,626	38,306	42,520
도매시장 경락가격 (원/kg)	평균	17,965	17,772	21,169	19,992	21,224	18,898	17,665
	거세	19,116	21,241	22,667	20,779	22,126	20,626	22,461
	비거세	13,439	13,386	13,939	13,578	13,780	12,140	11,210
가축시장 거래가격 (천원/두)	암소	5,645	6,103	6,455	6,430	6,602	5,538	5,391
	송아지	암	2,830	3,415	3,629	3,552	2,686	2,329
		수	3,434	4,268	4,550	4,286	3,904	3,429
소매가격 (1등급/kg)	등심	83,250	97,830	102,980	103,800	107,210	105,080	103,220
	양지	55,820	60,140	62,980	62,490	61,480	59,760	57,460
	설도	43,420	47,330	49,500	48,710	49,860	44,450	44,130

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

* 기준일 : 2022년 12월 1일~12월 31일

■ 한우 사육현황 및 한우농장 현황

총 한우 두수	총 암수 두수	총 가임암수 두수(15개월령 이상)	총 한우농장 수
3,527,940	2,237,685	1,696,240	87,784

* 기준일 : 2022년 12월 말일

〈출처 : 농림축산식품부 이력자원실〉

■ 수소(거세 포함) 출하대기 두수

구분	10월		11월
	출하대기 두수	실제출하 두수	출하대기 두수
두수(도축비율)	207,599	28,132(13.5%)	208,029

* 출하대기두수 : 전월 기준 27개월령 이상 수소

* 실제출하두수 : 전월 출하대기두수와 해당월 28개월령 이상 수소 두수의 차이

■ 한우 도축 마릿수 전망

사육 마릿수 증가세 지속으로 2023년 한우도축 마릿수는 전년 대비 11%, 평년 대비 22% 증가 전망

- 2022년 4분기 : 21만6천 마리(전년 대비 6.0% 증가)
- 2023년 1분기 : 23만3천 마리(전년 대비 14.0% 증가)

→ 도축 가능 개체수 및 암소 도축 늘어 도축 마릿수 증가 전망

*사료가격 및 암소 감축 사업에 따라 도축 물량 변경 가능성

(단위 : 천마리, %)						
구분	1분기	2분기	3분기	4분기	합계	
2023년(A)	232.5	219.6	257.0	234.6	943.7	
2022년(B)	204.0	200.2	232.9	215.8	852.9	
과거 불황기	2011	141.6	166.8	213.9	196.0	718.3
	2012	210.8	177.4	250.8	203.9	842.9
	2013	243.3	211.0	262.1	243.4	959.8
증감률(A/B)	14.0	9.7	10.3	8.7	10.6	

〈자료 : 축산물품질평가원, 농업관측센터 전망치〉

한우자조금 소식지 이벤트에 응모하세요!



소식지 주소를 스마트폰
또는 PC주소창에 입력
hanwoonews.com



스마트폰 카메라로
QR코드 촬영하기



네이버 검색창에서
'한우자조금 웹진' 검색



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

독자 Review

〈한우자조금〉에 보내주신 독자의 소리

【우라차차 한우농가】
안○자 (강원 횡성)

대통령상을 받으셨다가에 궁금해서 읽다보니 감동을 받게 됐습니다. 예술가가 과연 분야가 완전히 다른 축산에서 성공할수 있을까 의아했거든요. 그런데 김태호대표의 의지와 노력엔 그 무엇도 어려울것이 없다는 것을 배웠습니다. 이런 분이 많이 늘어날수록 우리 한우의 품질도 점점 좋아지리라 생각합니다. 항상 기분에 충실하려 한다는 말에 공감하면서 비록 축산이 아니지만, 제가 일하는 분야에서 두려워 말고 더 공부하는 자세로 일하려 마음먹게 되었습니다.

【우라차차 한우농가】
임○인 (전북 정읍)

어느덧 남평을 따라 한우를 키운지 1년이 되어가네요. 한우사육을 하다보면 힘든일도 많지만 때론 기쁜일도 있습니다. 요즘 자조금소식지로 조연과 한우소식을 기다리며 지내고있습니다.

【관측동향】
박○영 (경북 상주)

22년 12월 한우 수급동향과 23년도 전망을 한눈에 보기 쉽게 표와 그림 글로 설명을 쉽게 잘 해주셔서 이해하기가 쉬웠습니다. 앞으로 한우사육을 어떻게 할지 목표를 세우는데 많은 도움이 되었습니다. 특히 연도별 한우 수급 단계 시물레이션에 10년도 부터 25년도까지 보여줘서 더 이해하기 쉬웠습니다.

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



한우 육포(50g) 10개 / 1명



한우 육포(15g) 10개 / 3명



농산물상품권(2만원) / 3명

응모기간 : 2023년 1월 31일(화) 까지
당첨자발표 : 2023년 2월호 소식지에 발표합니다.

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

지난호 당첨자

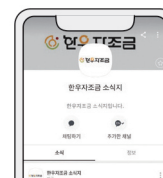
한우 선물세트 안○자 (4033)	한우 기념품세트 정○중 (0509) 최○경 (2103) 박○영 (0617) 박○영 (0048)	온누리상품권 전○미 (5890) 석○호 (9182)
-----------------------	--	------------------------------------



카카오톡 플러스 친구를 맺어주세요!



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



20
23

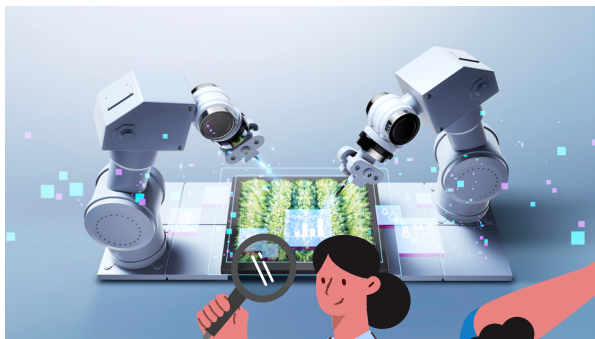
정부 핵심 축산분야 추진과제



튼튼한 농가경영안전망 구축

농가 경영위기 극복 지원

- 농자재 가격상승 등에 따른 경영비 부담 완화
 - 시설농가 유가보조금 지원('22.10~12월 사용분, 151억원) 및 에너지절감 시설 국고 보조율 상향 (20% → 25%)
 - 국내산 조사료 생산 확대 지원
 - (사료) 1조원 규모 저리(1.8%) 융자
 - 정책자금 원금 상환유예('23.1월~, 9,800억원) 등 금융부담 완화



유통 선진화 및 수급 안정

- 산지부터 소비지까지 농산물 유통의 디지털 전환
 - 소비지 요구에 맞는 농산물을 안정적으로 공급할 수 있도록 주요 품목 주산지에 스마트 산지유통센터(APC)* 구축('23년 15개소 → '27년 100개소)
 - *①산지 상품화 과정 자동화 ②상품·거래 정보 디지털화 ③전·후방 산업과 정보 공동 활용
 - 전국단위 농산물 온라인 거래소 출범('23.12월), 거래 품목 단계적 확대
 - 소비지 직거래 활성화를 위한 온라인 지원센터 구축('23년 20개소)
- 품목 특성 반영한 맞춤형 수급 조절 정책 추진
 - 자조금 활용 한우 할인행사 확대('22년 43억원 → '23년 100억원), 암소 14만 마리 선제적 감축, 한우 도·소매가격 연동성 제고

