

한우자조금은 올해에도 **한우가격 회복**에 더욱 힘쓰겠습니다

-  소값 회복을 위한 지속적인 한우 소비촉진 활동
-  축산물(한우)에 대한 부정적 인식 제고
-  조사연구를 통한 생산비 절감방안 및 한우 정책방향 제시
-  온라인 직거래장터 마련 및 농장관리 개발 보급



기획특집 | 위기의 한우산업, 소비활성화가 해법이다 리포트 | 한우고기 목표마케팅 전략

파워인터뷰 | 2014 한우광고 모델-국악소녀 송소희를 만나다 이슈 | 한우농가 외면한 친환경축산 종합대책

06



11



16



17



- 02 **명사초청 메시지**
이동필 농림축산식품부 장관
- 04-07 **기획특집**
위기의 한우산업, 소비활성화가 해법이다
- 08-09 **리포트**
한우고기 목표마케팅 전략
- 10-11 **파워인터뷰**
2014 한우광고모델
— 국악소녀 송소희를 만나다
- 12-14 **이슈**
한우농가 외면한 친환경축산 종합대책
- 15-17 **Information**
한우자조금 이렇게 쓰입니다
- 18-19 **관측&통계**
3월 한우 수급동향과 전망
- 20-21 **Bravo! Life**
2014년 올해 당신의 운세는?
- 22 **설문조사**
12만 한우농가에게 듣는다
- 23 **알려드립니다**

자율공급 감축, 소비촉진 동참 감사 고병원성 AI 발생 조기종식 협조 부탁드립니다

안녕하십니까. 한우자조금소식지를 통해서나마 올 한해에도 소망하시는 모든 것이 이루어지기를 기원합니다.

지난해에는 함께 염려하고 도와주신 덕분에 한우산업은 안정 되었으나, 그 과정에서 정부 정책을 믿고 따라주시고

자율적인 공급 감축, 소비촉진 등에 적극적으로 힘써 주신 한우농가 여러분의 노고에 특별한 감사를 드립니다.



최근 고병원성 AI 발생으로 정부, 지자체 및 생산자단체는 혼연일체가 되어 방역에 혼신의 힘을 다하고 있으며, 조기 종식을 위해 최선의 노력을 다하고 있습니다. 한우농가 여러분께서도 닭·오리 사육농가 방문 및 농가 접촉을 자제하는 등 조기종식에 적극적인 협조를 부탁드립니다.

올해는 우선 FTA(자유무역협정) 국내보완대책 준비에 만전을 기하겠습니다. 기존 FTA 대책을 점검·보완하고, 축종별 비용절감 및 품질제고 등 추가적인 경쟁력 제고방안을 강구하겠습니다.

더불어 축산물 수급안정과 유통개선을 적극 추진하겠습니다. 또한, 축산업 경쟁력 강화에 더욱 박차를 가하겠습니다. ICT 융복합 시설 등 축사시설 현대화를 지원하고, 지난해 마련한 무허가축사 개선방안에 따라 올해부터 실제로 무허가축사가 적법화될 수 있도록 하는 등 생산기반을 선진화하겠습니다.

관세화와 FTA 등 어느 때 보다 많은 어려움이 예상되는 새해를 맞이하여 농축산식품업계에 종사하는 우리 모두가 비장한 각오로 굳게 손잡고 서로 협력해서 희망찬 농업 활기찬 농촌의 새 역사를 만들어 나갑시다.㉸





‘한우=비싸다’ 인식… 가격할인 통한 소비촉진행사 ‘가장 효과적’

통계청이 최근 발표한 가축동향조사 결과에 따르면 지난해 말 기준 한우사육농가는 11만9,000농가로 전년 동기(14만1,000농가) 대비 15.6%나 감소한 것으로 나타났다. 폐업의 주된 원인으로는 소규모 영세농가의 경영난이 극심했던 것으로 보이며, 특히 생산비 수준에도 미치지 못했던 출하 가격과 이에 따른 농가 소득감소가 한우산업의 위기를 불러온 주된 이유로 전문가들은 분석했다.

지난해 말부터 한우가격이 소폭 회복세를 보이면서 암송아지 가격과 한우번식 의향이 차츰 안정세를 찾아가고 있는 듯 보이지만 여전히 불안감은 잔존하고 있다는 게 현장 농가들의 전언이다. 농가에서 판매에 신경 쓰지 않는 가운데 안심하고 생산에 전념할 수 있을 정도의 시장 상황과 소비활성화가 진행되지 못했다는 것이다.



소비자, “한우는 맛있지만 비싸”

한우자조금 연구용역으로 최근 실시한 한우고기에 대한 소비자 인식 조사에서 한우 이미지와 관련해 소비자는 ‘가격이 비싸다’(30.8%), ‘맛있다’(26.5%), ‘믿을 수 있다’(14.8%) 순으로 응답했다. 이 같은 결과를 토대로 소비자들이 실제 체감하고 있는 한우 가격은 아직도 높은 장벽을 보이고 있어 가격인하에 따른 실제 소비자의 체감 증가에 대한 요구가 매우 강하게 나타나고 있다고 분석했다. 한우가 맛있고, 믿을 수 있지만 여전히 가격이 높다고 인식해 쉽게 구매를 결정하지 못하고 있다는 것이다.

최근 실시한 ‘한우자조금효율성 분석’ 보고서에서도 대다수의 소비자는 자조금을 통한 소비촉진행사를 희망하는 것으로 나타났다. 특히 이를 통한 가격인하에 대한 지지도는 가장 높게 조사돼 지속적인 한우 홍보행사의 필요성이 확인됐다.

보고서 따르면 소비자의 76.4%가 ‘자조금을 활용한 소비촉진활동에 대해 지지한다’고 응답했으며 ‘한우소비촉진 광고를 통해 한우와 국내산 쇠고기를 구분해 구

입할 수 있게 됐다'(70.1%)고 밝혔다. 특히 소비촉진과 관련해서는 가격인하(37.3%), 소비촉진홍보(20.7%), 위생적인 유통 및 처리(16.5%) 순으로 나타났으며 소비촉진활동을 지지하지 않는 소비자의 40.5%가 광고 등의 활동이 한우가격 상승에 영향을 미칠까 우려되기 때문이라 답하는 등 가격인하와 관련한 행사가 확대된다면 소비가 보다 활성화될 수 있을 것으로 분석됐다.

할인행사 지속하고 직거래 늘려야

올해 설에는 일본발 방사능 여파 등으로 한우고기 판매가 증가될 것이라고 예상했으나 기대이하의 성적을 거둬 고전했다. 축산물품질평가원이 발표한 한우가격 동향에 따르면 1월 2일부터 29일까지 설 명절을 한 달 앞둔 전국 한우고기 도매시장 평균가격은 14,342원(12월 14,135원), 농협음성공판장 평균 거래가격은 14,967원으로 지난 12월 평균거래가격 14,756원 대비 약 200원 오르는 데 그쳤다. 특히 대형 유통업체의 선물세트 작업이 끝난 마지막 주 작업 기간에는 전국 도매시장 평균가격이 13,969원, 음성공판장 평균가격이 13,913원을 기록하면서 이례적으로 소비가 주춤했던 지난해 설 명절 대목 기간과 비슷한 수준까지 하락했다.

이에 유통업체들은 최근 한우산업의 어려움과 관련해 소비활성화에서 해법을 모색하고자 노력 중이다. 대형유통업체들은 지난해 한우자조금, 한우협회와 함께 전국 단위의 소비촉진 할인행사를 지속했다. 지자체나 지역축제와 연계한 행사까지 감안하면 거의 매일 할인행사가 진행됐다고 해도 과언이 아닐 정도였다. 유통업체 관계자는 “지난해 거의 모든 대형유통업체가 한우할인행사에 참여했다”며 “한우는 비싸다는 소비자 인식이 있는 만큼 가격할인을 통한 소비촉진행





사가 가장 효과적”이라고 말했다. 소비활성화를 위한 생산농가의 노력도 눈에 띄게 늘고 있다. 유통마진을 최소화해 소비자의 부담을 덜고자 직거래에 나서고 있는 것이다. 유통업체의 마진율이 45~50%선인 반면 농가 직거래의 경우 인건비와 행사진행비 수준인 30~35%로 유지되고 있어 소비자가 느끼는 가격 차이는 클 수 밖에 없다. 소비자의 부담을 줄이고, 직거래를 활성화시키기 위해 한우자조금은 지난 1월 27일부터 29일 3일간 청계광장에서 한우직거래장터를 열어 가격 할인행사를 진행해 3억5,000만원(약 70마리)의 판매고를 올리며 선전했다.

농협도 이러한 흐름에 맞춰 지난해 농·축협 하나로마트에 축산물 코너를 전년 1,069개소에서 1,144개소로, 직영코너는 전년 942개에서 1,069개소로 늘렸으며 직거래 장터 활성화를 축산업 주요 대책으로 내세웠다. 직영코너 운영과 직거래 장터 활성화로 가격을 낮춰 소비를 진작시키겠다는 것이다.

안정적인 소비 수요 확보 우선

설 성수기 이후 구이용 소비가 부진해지면서 한우가격이 약세를 보이고 있다. 김 육 농협음성축산물공판장 경매실장은 “한우고기 소비의 경우 국내 내수 경기와 밀접한 연관관계에 있는 가운데 경기 불황 여파로 설 명절을 앞둔 대목 소비가 크게 증가하지 않으면서 가격이 보험세를 유지하는 데 그쳤다”면서 “제수용과 탕국용 정육 물량은 대거 소진된 반면 등심과 채끝 등 구이용 부위가 대거 적체돼 설 명절 이후 가격이 더욱

우려되는 상황”이라고 말했다. 이러한 현상에 한우가격 하락을 최소화시키고자 한우자조금은 전국적으로 대규모 할인행사를 기획해 2월말 부터 3월 초까지 봄맞이 한우할인행사를 진행했다. 전국 246개소의 농·축협 축산물판매장에서는 지난 13일부터 3월 2일까지 18일동안 ‘봄맞이 한우고기 할인행사’를 열어 전품목을 부위별로 20~50%까지 할인해 판매했다. 이를 비롯해 이마트(전점), 홈플러스(전점), 롯데



마트(전점), 롯데슈퍼(전점), GS리테일(전점), 롯데백화점(전점), 현대백화점(전점) 등 대형유통업체와 초원육가공, 원주한우협동조합, 소야영농조합, 화산한우영농조합, 전북한우협동조합 총체보리한우직판장, 여수한우협회 직판장, 대숲포크, 의성서부한우회 마늘소영농조합 등 지역 협동조합의 직판장까지 대대적으로 할인행사에 가세했다.

이와 더불어 **한우의 안정적인 소비확대 방안도 강구중이다.** 한우자조금은 원활한 한우의 학교급식을 추진하고자 그동안 청소년맛체험 사업을 통해 전국 학교를 대상으로 한우급식을 진행했다. 올해는 축산물품질평가원과 함께 학교급식에 한우고기를 더 활용할 수 있도록 한우고기 학교급식 우수학교 선정사업을 진행해 한우고기 납품을 더 하도록 유도할 예정이다. 한편 군 급식 쇠고기 또한 100% 국내산으로 공급하게 돼 연간 1만마리의 추가소비 창출을 기대하고 있다. 농협 축산경제는 지난 1월 2일 올해 군 급식 쇠고기를 100% 국내산으로 공급하는데 소요되는 예산 147억원을 국회 예산심의 과정에서 확보했다고 밝혔다. 그동안 장병당 1일 쇠고기 급식기준량이 9g(연간 1,500톤)이 소요되는 점을 감안하면 연간 1만마리 분의 소비시장을 추가로 창출, 소값 안정과 농가소득증대에 기여할 것으로 기대되고 있다.

소비자의 인식변화가 중요하다

최근에는 가격할인 외에도 한우고기 소비 활성화를 위한 다양한 노력이 진행되고 있다. 한우자조금과 건국대학교는 '소비자 계층별 한우고기 대체성 분석과 목표마케팅 방안 연구(참고자료 8~9p)'를



통해 한우고기 소비활성화를 위해 시장을 세분화해 한우고기의 부위별, 가격대별 주요 소비연령대를 나누고, 이들에 대한 집중 마케팅을 위한 홍보활동을 연구했다. 맞춤형 홍보활동으로 소비촉진의 효율성을 높인다는 것이다.

또한 가격연동제에 대한 필요성도 지속적으로 제기되고 있다. 산지 가격은 하락해 한우농가가 어려움을 호소하고 있는 상황에서도 소비자는 여전히 한우는 비싸다라는 인식을 지우지 못하고 있는 이유가 산지 가격이 소비자 가격에 즉각적으로 반영되지 못하고 있기 때문이다. 따라서 산지 가격과 소비자 가격의 연동성을 높여 산지 가격이 하락해도 소비자 가격이 제자리에 머물면서 산지 가격이 오를 때만 소비자 가격이 오르는 상황을 막는 것이다. 이는 생산농가와 소비자 모두를 보호할 수 있는 대책으로 평가되고 있다. 한우자조금은 지난해부터 한우가격연동제 캠페인을 전개하고 있으며, 이를 더욱 활성화시키고자 올해 알뜰 판매장을 개설·운영할 계획이며, 온라인 직거래장터도 활성화할 방침이다.

한편 올해 한우자조금은 지속적인 한우소비촉진 뿐만 아니라 축산물에 대한 부정적 인식을 개선하고자 주력할 방침이다. 한우를 비롯해 타 축산업계와 함께 축산물에 대한 소비자의 편견을 해소시키고자 미디어를 통한 다큐멘터리 및 캠페인을 추진할 예정이다.㉞

한우고기 대체성 분석·목표마케팅방안 연구

한우 마케팅, 가격과 이미지 변화 필요

한우자조금 연구용역 결과, 포섭대상고객 확보해야

한우고기 수요확대를 위해서는 특정 소비자 그룹에 대한 포지셔닝이 필요한 것으로 나타났다. 한우자조금은 '소비자 계층별 한우고기 대체성 분석과 목표마케팅방안 연구'에 대한 연구용역을 실시한 결과, 한우고기시장에 대한 마케팅을 세분화할 필요가 있다고 밝혔다.

수입쇠고기와의 대체성 비교

이번 연구결과 한우고기의 대체재로 수입쇠고기를 선호하는 응답비율이 30~40대 연령층에서 높았으며, 소득수준에 비해 한우가격이 비싸다고 생각하는 응답비율은 여성에서 더 높게 나타났다. 한우고기보다 수입쇠고기를 선호하는 소비자그룹은 자영업자, 주부였으며, 고학력자와 공무원을 포함한 전문직은 수입쇠고기 보다 한우를 선호하는 것으로 나타났다. 또한 서울, 부산 등 농업과 관련없는 대도시 지역 소비자일수록 향후 수입쇠고기를 구입할 의향이 타지역에 비해 상대적으로 높게 나타났다.

한우고기 시장의 세분화

한우고기 수요확대를 위해서는 고객충성도가 상대적으로 낮고 수입쇠고기를 선호하는 특정 소비자 그룹에 대한 한우고기의 포지셔닝*이 필요하다. 즉 수입쇠고기 소비성향이 증가할 가능성이 있는 포섭대상고객이 형성하는 시장에 대해서는 별도의 시장 포지셔닝이 필요한 것으로 밝혀

졌다.

우호적 고객은 한우고기에 대한 충성도가 높은 한우고기 선호그룹이며 지속적으로 우호적인 고객이 되도록 관리해야 하며, 포섭대상 고객은 한우고기의 소비가 적고 수입쇠고기의 소비를 증대시킬 수 있는 소비자들이므로 이들에 대한 공격적인 마케팅이 필요하다. <표 참고>



한우고기 마케팅 전략은 ?

1. 가격별로 공급을 이원화하라

무조건 할인판매를 실시하기 보다는 한우고기 가격을 기준으로 공급을 이원화해야 한다. 등급이 낮고, 저렴한 한우고기는 서구식 요리를 결합한 요리메뉴 등을 개발해 젊은 연령층이 자주 가는 외식업체 등을 통해 소비·판매하는 등 새로운 방법이 필요하다. 또한 1**등급과 같이 높은 등급은 고급화 이미지가 부각되어야 하므로 할인을 지양하고, 등급이 낮은 고기를 중심으로 주기적인 할인행사를 실시해야 한다.

고객별 소비성향 분석

세분화 변수		우호적 고객	포섭대상 고객
인구 통계학적	성별	남성	여성
	연령	50대 이후	20~30대
	교육배경	고학력	고학력
	직업	전문직, 공무원	주부, 학생, 회사원
	소득계층	고소득 (400만원 이상)	저소득 (200만원 미만)
	혼인여부	기혼	미혼
지역적	서울, 광역시	서울, 경기도	서울, 경기도
행동적	가격체감도	비쌈	비쌈
	쇠고기 구입처	대형할인마켓	대형할인마켓
	쇠고기 구매요인	품질과 맛	저렴한 가격
심리 분석적	수입쇠고기 미래 구매의향	없음	있음
	한우고기 대체품	국내산 육우	호주산 쇠고기
	식품안전성	관심 높음	관심 높음



2. 젊은 연령층을 확보하라

아무리 시장이 불황이라도 젊은 연령층의 소비는 식지 않는다. 식지않는 소비열정을 가진 10~20대의 젊은 연령층은 화려하고 도시적인 분위기를 우선으로 삼고 있다. 이러한 소비패턴을 무시하고, 단순히 건강 및 위생·안전 위주의 일관된 홍보는 이들에게 효과가 적다. 따라서 젊은 연령층의 소비패턴을 충분히 적용시켜 ‘고급스러우며 청정’을 주제로 하는 한우고기의 이미지 변화가 필요하다. 이를 위해 소비자가 많은 수도권을 중심으로 한우 이미지를 각인시키기 위한 홍보활동이 필요하며, 10~20대 젊은 연령층에게 매력적으로 느껴지게 하기위한 홍보활동을 진행해야 한다. 이러한 홍보활동의 일환으로 여성잡지에 주기적으로 한우고기를 이용한 요리방법 및 광고를 공격적으로 실시하는 것이 좋다.



3. 소비자계층별로 맞춤형 전략 구성

한우고기의 소비자 계층은 앞서 밝혔듯이 우호적 고객과 포섭대상 고객으로 크게 2가지 분류로 나뉜다. 우선 한우고기를 선호하는 우호적 고객의 소비자계층은 연령이 높은 고학력, 고소득층이므로 한우고기의 고객충성도가 높은 소비자층이다. 이 계층의 유지·확보를 위해서는 계속 고급육으로써의 이미지를 유지할 수 있는 마케팅 전략을 구성해야 한다. 반면 상대적으로 소득이 낮고, 연령이 젊은 소비자 그룹이 중심인 포섭대상 고객을 확충하기 위해서는 한우 중급육을 사용하는 요리 개발이 필요하고, 젊은이들이 많이 모이는 지역을 중심으로 체인스토어를 구축해야 한다.㉞

*포지셔닝(positioning) : 소비자의 인식 속에 상품을 위치시키는 것. 즉 소비자에게 어떻게 인식시키느냐가 중요함.

‘한우 사랑’ 외치는 국악소녀 송소희

2014년도 한우 홍보대사로 발탁



최근 통신사 CF로 스타덤에 오르며 ‘국악 소녀’로 이름을 알린 송소희 양이 2014년도 한우 홍보대사로 발탁됐다. 지난 2월 24일 TV CF촬영을 시작으로 한우홍보대사로서의 활동을 시작한 송소희 양을 만나 그 포부를 들었다.

한우가 기가 막혀~

지난 2월 24일 남양주에 위치한 광고 촬영장에서는 “관리가 기가 막혀, 품질이 기가 막혀, 한우가 기가 막혀~~”라는 노랫말을 송소희 양이 구성진 목소리로 뽑아냈다. 1995년 MBC 강변가요제에서 금상을 수상한 육각수의 노래 ‘홍보가 기가 막혀’를 송소희 양 특유의 국악 가락으로 편곡해 맛깔스러운 음색으로 표현하며 국악 신동다운 면모를 뽐냈다.

최근 통신사 CF를 통해 ‘국악 소녀’라는 별명을 얻은 송소희 양은 CF 하나로 하루아침에 반짝 떠오른 스타가 아니다. 2008년 KBS ‘전국노래자랑’ 예산군 편에서 초등학교 5학년이었던 그녀는 앳된 외모로 구성된 우리 가락으로 ‘청춘가’를 불러 대상을 수상했다. 이 방송에 이어 연말 결산에서도 대상을 수상하며 ‘최연소 대상 수상자’라는 타이틀까지 얻었다. 이 방송을 본 SBS ‘스타킹’ 작가가 연락을 해와 방송에 출연한 이후 ‘국악 신동’이란 별명을 얻으며 유명세를 타게 됐다. 이 후 그녀의 재능과 가능성을 알아본 팬들의 후원도 이어져 중학교 1학년 때부터 지금까지 그녀의 한복을 협찬해주는 한복 디자이너가 있는가 하면, 한 한의사는 때마다 그녀의 건강을 책임지는 보약을 지어오고 있으며,

지금은 그녀의 팬클럽 회장으로 활동 중이다.

대중의 많은 관심과 사랑을 받는 그녀는 자신이 ‘연예인’이 아닌 ‘예술가’라고 선을 긋는다. 다양한 TV프로그램에 출연해 활동 영역을 넓혀가고 있지만 그녀의 궁극적인 목표는 ‘국악 알리기’라고 한다. 국악인이 먼저 대중에게 친근하게 다가가면, 국악이라는 전통예술 역시 대중에게 친근하게 자리 잡을 수 있을 거라는 것이 그녀의 생각이다.

우리 국악, 우리 한우 많이 사랑해 주세요

한우를 좋아한다는 질문에 “한우 정말 좋아해요. 어릴때부터 가까운 친척이 한우 유통 분야의 일을 하셔서 남들보다 한우를 더 많이 먹을 수 있었어요. 한우는 그대로가 맛있어서 양념을 한 것 보단 직접 구워먹는 것을 좋아해요”라며 좋아하는 음식 이야기에 여고생 그대로의 모습이 베어 있었다.

한우 홍보대사로 위촉된 소감을 묻자 “영광이며 정말 기뻐요. 국악과 한우는 우리의 자존심이라는 점에서 닮아 있잖아요. 제가 우리의 전통예술을 지키고 알리듯 한우 역시 그렇게 해야 한다고 생각해요”라며 한우 홍보대사로의 당찬 포부를 밝혔다. 끝으로 그녀는 “국악이 대중에게 친근하게 다가설 수 있는 다양한 방법을 찾고 있어요. 한우 홍보대사로 위촉되었으니 국악과 한우 둘다 대중에게 더욱 친근하게 다가갈 수 있도록 노력할게요. 한우 농가 여러분, 요즘 많이 어렵다고 하는데 우리 민족의 자존심 한우를 위해 힘내시기 바랄게요”라며 힘찬 응원을 남겼다.☺





친환경축산종합대책 발표, 생산자단체 강경대응 현실성있는 대책마련 농가의견 반영해야

지속가능한 친환경 축산업으로 전환하고자 지난 1월 16일 농림축산식품부는 '친환경축산 종합대책'을 발표했다. 이번대책을 발표하며 농식품부는 '국민에게 신뢰받는 축산업' 육성을 비전으로 친환경 축산물(유기·동물복지)을 2012년 0.7%에서 2017년 5%로 늘리고, 가축분뇨 공동자원화율을 9%에서 17%까지 확대한다는 목표 아래 5대 중점과제를 선정했다. 친환경축산 종합대책의 골자는 다음과 같다.



1. 환경 생산기반 조성...지역 양분총량제 도입 검토

향후 지역별로 분뇨 발생 및 이용현황에 대한 정보시스템을 구축하는 등 분뇨를 체계적으로 관리한다. 또한 중장기적으로 지역단위 양분총량제 도입도 검토된다.

[지역단위 양분총량제 : 지역내 양분 투입(비료, 가축분뇨 등)과 처리(작물재배, 분뇨 자원화 등)를 종합관리해 양분균형을 달성하여 농업부문 환경 부담을 효율적으로 관리하고자 하는 제도]
또한 암모니아 등 악취요인에 대해 발생량 기준을 정하고, 축사 등 시설별 악취 저감지침을 마련하며, 가축분뇨자원 연구사업단을 구성·운영할 예정이다.

2. 친환경 축산물 공급 활성화...친환경 인증 재정비

현행 5가지 종류의 인증이 4단계로 체계화되고(HACCP→무항생제→동물복지→유기)실천기준이 정비되며 실효성이 부족한 환경친화축산농장은 폐지된다. 또한 민간인증기관 지정기준이 강화되고 지정취소 규정도 신설된다. 친환경 전환 시 일정기간 농가소득감소를 고려해 직불금 지급단가 및 지원한도 상향 조정을 검토



하는 등 친환경 축산 직불제도 내실화할 예정이다. 또한 안정적소비를 위해 친환경축산물 유통채널을 구축한다.

3. 환경부담 최소화...무허가축사 적법화

가축분뇨법 등 관련 법령 개정을 통해 올해부터 약 45%에 이르는 무허가축사가 적법화될 예정이다. 또한 농가의 자율방역 체계 확립을 위해 '농가방역기준'을 설정해 세부 방역 실시요령을 보급하며, 농장별 질병관리등급제가 단계적으로 도입될 계획이다. 한편 국유림 등을 활용한 산지생태축산 농장 조성 및 지자체 군유지 등을 활용한 친환경축산단지 시범 사업을 통해 친환경적 사육모델을 정립하고 확산시킬 방침이다.



4. 유통·소비기반 확립...거점도축장 육성

위생 및 수준 높은 도축장을 육성하기 위해 도축장구조조정법 유효기간이 만료되는 2016년부터는 평가를 거쳐 도축장 신설 허용, 난립 방지방안 수립 등 도축업 관리가 강화된다. 또한 직거래형 유통구조를 확립하기 위해 도축·가공·판매 일관유통체제의 전국단위 협동조합형 패커와 지역단위 거점도축장(13년 13개소→15년 20개소)을 육성할 방침이다. 한편 식육즉석판매가공업 조기 정착, 식육가공기사 신설 등 전문인력 양성 등을 통해 식육가공산업도 적극 육성할 계획이다.

5. 사료 및 축산자재의 안정적 공급...사료가격안정방안 모색

배합사료 가격 표시제를 올해 중 도입하고, 농가 사료비 부담 완화를 위한 자금 지원도 계속될 방침이며, 사료첨가제 인증제는 내년에 도입이 추진된다. 이모작 사료작물에 대한 발직불금을 지원하며, 농식품 부산물(쌀겨, 폐버섯 배지 등)을 사료로 활용하는 방안도 적극 추진된다. 한편 농가의 항생제 남용 방지를 위한 수의사처방제 적용을 확대코자 약 83개 성분의 동물약품에 대해 식품의약품안전처와 협의해 잔류허용기준을 설정할 예정이다.

축산농가 없이 만든 축산대책

이같은 내용의 종합대책에 대해 축산단체들은 농가 의견이 충분히 반영되지 않았다며 비난했다. 이와 관련 한우, 한돈, 낙농육우, 양계, 오리, 양봉, 사슴 등 7개 생산자단체는 지난 1월 24일 이번 대책에 대해 축산관련단체협의회 이름으로 반대 입장을 전했다.

장기적으로 지속가능한 축산업 기반을 마련한다는 취지에는 생산자단체도 공감했지만 대책을 수립하는 과정에서 생산자인 농가의 의견은 반영되지 않았다는 것이다. 실제로 친환경축산 종합대책 수립을 위한 TF팀 구성에서도 농협을 제외하고는 축산농가나 생산자단체가 포함되지 못했다.





업예산 비중 등도 함께 고려해야 하는 등 정책과 현장이 괴리되는 일이 없도록 해야 한다는 게 현장 농가의 목소리다.㉞

축종별 특성 반영한 세분화 대책 필요

또한 축종별 특성에 따른 세분화된 계획이 수립되지 못했다는 지적도 제기됐다. 이번 종합대책은 크게 한우, 젓소, 돼지, 닭으로 축종을 구분했지만 사육규모 등 일부 항목을 제외하고는 대동소이한 가이드라인을 제시해 각 축종이 처한 상황과 여건을 충분히 고려하지 못하고 있다는 것이다. 뿐만 아니라 지역단위 축산 단지조성의 경우 축종별 특성과 함께 지자체의 재정자립도, 축산농가 비율, 농

미니인터뷰

현실성 반영한 친환경축산정책 필요 소비자 요구 부응, 축산업 경쟁력 강화 수반돼야

친환경축산은 장기적인 안목에서 우리 축산업계가 나아갈 방향입니다. 소비자의 요구에 부응함과 동시에 축산업의 경쟁력 제고를 위해서 친환경축산으로의 전환은 반드시 필요합니다. 그렇기 때문에 친환경축산과 관련된 대책을 수립함에 있어서 생산농가의 의견이 가장 중요하며, 농가의 의견이 충분히 반영돼야 현장에서 만족할 수 있는 정책이 될 것입니다. 친환경인증도 등급제와 연동해 가격과 품질에서 가치를 소비자가 인식하고, 소비할 수 있도록 해야 할 것입니다. 또한 지역도축장을 활성화시키고, 농협 패커는 소비자 중심의 유통에 주력해야 합니다. 현재 농협에 의존하는 유통구조는 한계가 있을 수밖에 없는 만큼 민간업체의 참여를 확대해 농협과 서로 견제할 수 있도록 해야 합니다.

한편 가축질병공제제도 역시 일반보험사의 참여를 지원해 농가가 다양한 서비스를 제공받을 수 있도록 하는 동시에 농가의 부담은 최소화하는 가운데 확대될 수 있도록 해야 합니다.



황인식
한우자조금관리위원회 감사

2014년도 한우자조금 329억원 조성

소비둔화 대응, 한우가격 회복에 주력



2014년 한우자조금이 329억원으로 확정됐다. 한우자조금은 지난해 11월 28일 한우자조금 대의원회를 개최해 2014년도 한우자조금 사업계획 및 예산(안)을 의결, 농림축산식품부와 협의한 결과 이같이 최종 확정했다.

사육마릿수 감소에 따라 농가 거출금이 166억 6,000만원(예상도축마릿수 85만마리), 정부지원금이 60억6,000여만원으로 대동소이하나 이월금의 경우 101억7,000여만원으로 의결 시 46억원보다 56억원 가량 크게 늘었다. 이에 따라 올해 한우자조금은 [표]와 같이 사용될 예정이다.

한편 변경된 예산안을 보면 우선 수급안정 중 한

우수급조절협의회 운영비가 1억원으로 순증돼 2014년도에도 지속적인 수급안정 및 한우가격 안정화를 위한 정책방안을 모색할 예정이다. 또한 정보제공 중 축산업인식개선 공동사업 추진에 따른 증액(3억원)과 우결핵 박멸협의회 구성을 위한 운영비가 1억 7,100만원 신설됐다. 한편 학교급식 우수학교 선정 사업은 양돈자조금과 공동사업으로 하고자 검토 중이며, 축산업인식개선사업은 축산자조금과 공동사업으로 추진할 방침이다.㉔

2014년 한우자조금 세출안

(단위: 천원)

구분	2013년(A)		2014년		증감(B-A)
	비율(%)		비율(%)		
소비홍보사업	22.4	7,946,515	20.0	6,562,000	△1,384,515
수급안정	39.9	14,153,704	29.6	9,723,500	△4,430,204
유통구조개선	1.8	655,571	2.7	894,859	239,288
교육 및 정보제공	9.9	3,518,508	13.0	4,264,116	745,608
조사연구	3.5	1,228,530	3.2	1,045,300	△183,230
징수수수료	3.4	1,195,200	3.4	1,132,880	△62,320
운영비	3.6	1,290,610	4.0	1,323,320	32,710
예비비	15.5	5,488,362	24.1	7,939,617	2,451,255
합 계	100.0	35,477,000	100.0	32,885,592	△2,591,408

끝없이 쌓이는 눈...한우의 정으로 녹여요

강원 7개지역 한우나눔·국밥나눔 행사



▲ 강릉시청 전달식



▲ 강원도 재난캠프 전달식

최대 1m이상의 재앙급 폭설로 아비규환이 된 영동지방에 한우자조금이 발벗고 나섰다.

한우자조금과 전국한우협회 강원도지회는 폭설로 큰 피해를 입은 강원 영동지역에서 지난달 14일 한우국밥나눔 행사를 열어 추위와 제설로 힘든 지역주민을 위로했다.

이번 나눔 행사에는 총 3,500인분 1,400만원 상당의 한우사골국이 폭설피해가 큰 강릉시를 비롯해 동해, 태백, 삼척, 고성, 양양, 속초 등 7개 시군에 각각 전달했다.

변경현 전국한우협회 강원도지

회장은 “폭설로 인해 큰 피해를 입은 영동지역 주민들과 자원봉사자들의 노고에 조금이라도 도움이 될 수 있도록 한우농가들의 정성을 담은 한우사골국을 전달하게 됐다”며 “제설작업에 참여하고 있는 주민들에게 한우사골국이 힘이되길 기대한다”고 말했다.☺

한국축산경영인대상 수상 ‘영예’

이강우 한우협회장·강성기 한우자조금위원장 공동 수상

(사)한국축산경영학회는 2013년 한해 축산발전을 위해 공헌한 한국축산경영인으로 이강우 한우협회장과 강성기 한우자조금관리위원장을 공동으로 선정하고, 지난달 20일 한국축산경영학회 2013년 정기총회에서 수여식을 거행했다.

한국축산경영인 대상은 매년 한국 축산 발전을 위해 헌신한 축산경영인들을 심사하여 선정하는데, 이강우 회장과 강성기 위원장은 그간 구제역과 FTA, 쇠고기시장의 공급과잉 문제 등으로 어려웠던 국내 한우산업을 안정적으로 이끈 공로가 인정

되어 수상하게 됐다.

한국축산경영인대상 선정위원회에 의하면, 이강우 회장과 강성기 위원장은 국내 쇠고기시장의 수급불균형으로 야기된 문제해결을 위해 탁월한 지도력과 헌신적인 노력으로 정부, 학계와 협조하여 시장 안정을 도모하는데 크게 공헌했고, 전국을 누비며 각종 시식회와 할인판매 등을 시행하면서 한우 소비촉진에 기여한 역할이 높게 평가됐다고 했다.☺



안전한 한우로 만든 햄버거 맛보세요

신제품

롯데리아, '한우불고기 주니어버거' 출시



전국한우협회와 롯데리아는 한우 제품인 한우불고기에 이어 신제품 '한우불고기 주니어버거'를 출시했다.

지난달 20일 전국한우협회와 롯데리아는 100% 한우패티를 사용한 안전한 햄버거 신제품인 한우 주니어버거 신제품을 공개하는 포토행사를 서울 소재인 일민미술관 부근에서 진행했다.

한우불고기 주니어버거는 기존 한우불고기 본연의 맛은 그대로 유지하고 안전하고 맛있는 한우 제품을 모든 세대들이 즐길 수 있도록 가격과 양에 대한 부담을 줄인 컴팩트 사이즈의 제품이다. 한우불고기 주니어버거는 단품 4,600원, 세트 6,400원에 판매한다.

롯데리아에서 운영하는 한우 제품은 한우 유전자 추출 DNA 검사를 통해 매일 1회 한우 적합 판정 검사를 통과한 한우 정육을 사용한다. 롯데리아는 전국한우협회 인증마크를 획득하여 안전하고 우수한 한우사용을 증명받은 업계 유일 한우 제품이다.㉺

언제 어디서든 '한우가 최고'

부산직거래장터·순천향대 부천병원 등
한우소비촉진 활발



큰 인기를 끌었던 한우직거래 장터가 부산에서 개최됐다.

한우자조금은 부산 롯데백화점 광복점 앞 광장에서 봄맞이 한우직거래장터를 지난달 28일부터 3월 2일까지 3일간 열었다. 행사는 1등급 등심기준으로 58,000원/kg, 국거리와 불고기는 25,000원 이하에 판매하며 구이 및 정육부위는 30% 이상, 부산물은 50% 이상 할인 판매했다.

또한 지난달 13일 정월 대보름을 맞아 한우자조금은 순천향대 부천병원에서 한우불고기 시식행사를 진행했으며 지난 1월 20~21일에는 임직원을 대상으로 한우선물세트를 판매했다.

이번 행사는 지난해 2월 한우자조금과 순천향대 부천병원과의 '한우사랑 기업캠페인'을 진행하고 자 조인식을 체결한 바 부천병원 임직원들의 사기를 충전하고 한우소비를 촉진하자는 계기로 마련됐다.㉺

사육마릿수 전년보다 감소

한국농촌경제연구원 축산관측-3월호 인용

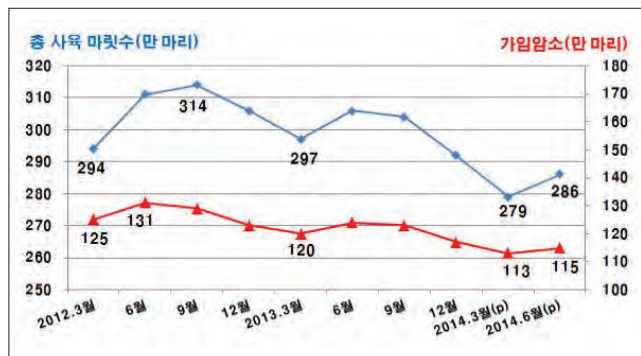
※ 북한 구제역 발생, 농가 예방백신 접종 철저

지난 1월 8일 북한 평양과 황해북도 등지의 돼지 농가에서 구제역 발생

[사육 전망]

송아지 생산 감소로 3월과 6월 사육 마릿수 전년보다 감소 전망

2013년 12월~2014년 2월 도축이 증가하고 송아지 생산이 전년보다 감소하여, 3월 한육우 사육 마릿수는 전년 동월보다 5.8% 감소한 279만 마리로 전망되며, 3~5월 송아지 생산 잠재력이 낮아 6월 한육우 사육 마릿수 또한 전년 동월 306만 마리보다 6.7% 감소한 286만마리로 추정된다.



[수급 전망]

국내 생산 감소 커 3~5월 공급량 전년보다 감소 전망

번식의향이 높아져 암소 출하량이 감소할 것으로 예상되어 3~5월 도축은 전년(22만4,000마리)보다 13.9% 감소한 19만3,000마리 전망된다. 국내 가격이 전년보다 상승할 것으로 예상되어 3~5월 쇠고기 수입량은 전년 동기간(5만9,000톤)보다 11.8% 증가한 6만6,000톤으로 예상된다.

[가격 동향 및 전망]

도축 감소로 3~5월 한우 가격 전년보다 강세 전망

도축 마릿수 감소로 3~5월 큰 소 1등급 평균 도매가격은 전년(11,806원/kg)보다 14~22% 상승한 kg당 13,500~14,500원으로 전망되며, 송아지가 부족하다는 인식이 확산되어 송아지 가격의 강세가 예상된다.



한우가격 동향 및 전망

한우		3~5월	
		2013년	2014년
큰 소(1등급)	산지(600kg)	423만원	485~503만원
	도매(지육kg)	11,806원	13,500~14,500원
수송아지(6~7개월)		175만원	220~250만원

2월 한우가격 및 출하 동향

구분			평년 (’09~’13)	2013년		2014년		대비(%)	
				’13.1월(A)	’13.2월(B)	’14.1월(C)	’14.2월(D)	C/A	D/B
도축마릿수(마리)			654,734	118,009	65,034	121,751	51,653	3.2	△20.6
경매마릿수(마리)			246,000	51,082	29,647	51,754	29,520	1.3	△0.4
도매시장 경락가격(원/kg) (수취가격, 천원/마리)	평균		14,167	13,158	12,207	14,376	13,584	9.3	11.3
	거세우		15,256	14,304	13,367	14,766	14,221	3.2	6.4
	비거세우		10,913	11,568	11,170	12,132	11,530	4.9	3.2
가축시장 거래가격 (천원/마리)	암소		4,442	3,533	3,487	4,161	4,197	17.8	20.4
	송아지	암	1,983	964	1,088	1,445	1,626	49.9	49.4
		수	2,124	1,664	1,845	2,248	2,207	35.1	19.6
불고기(1등급/kg)			33,287	32,940	32,880	31,480	31,380	△4.4	△4.6
등심(1등급/kg)			64,477	61,860	61,760	62,090	62,450	0.4	1.1

* '13년 한우 비육우 생산비(5,585천원/600kg, KRE추정치), 경영비(4,470천원/600kg, KRE추정치)

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

한우농가 소득 추정('14.2월 한우평균 도매가격 기준)

등급	도매가격 (원/kg)	가격(A) (천원/600kg)	경영비(B) (천원/600kg)	소득(A-B) (천원/600kg)
1++	16,778	6,010	4,470	1,540
1+	14,914	5,342		872
1	13,559	4,857		387
2	11,882	4,256		△214
3	10,422	3,733		△737

* 경영비 : 생산비 - (자가노력비 + 각종 가본이자)

* '13년 한우 비육우 경영비(4,470천원/600kg, KRE추정치)

* 자세한 사항은 한우자조금관리위원회 홈페이지(www.hanwooboard.or.kr)의 통계자료에서 확인할 수 있습니다.

띠별로 알아보는 4월의 운세

발행 : 문화일보, 자료제공 : 지윤철학원(www.askjiyun.com)



쥐띠 무리한 욕심 금물... 주관부터 세워

사업이나 투자에 무리한 욕심을 내지 말아야 한다. 계획에 차질이 생기고 예기치 않았던 문제가 발생할 수 있다. 무슨 일이든 시작하기 전에 꼼꼼히 살펴보아야 한다. 자신의 주관을 확실하게 세워야 하는 해. 남을 함부로 믿지 말고 중요한 일은 반드시 자신이 관리해야 한다.



소띠 이사·이직 가능... 돌다리도 두드려라

주변 환경의 변화가 많다. 이사나 직장의 이동이 있는 해이다. 인간관계에서는 양보를 하고 내적인 것을 더욱 견고히 다져야 하는 시기. 바쁜 나날이 기다리고 있다. 현재에 만족하고 어려움을 극복해 나가면 가을에는 기쁨과 결실을 맺는다. 돌다리도 두드리고 건너라.



범띠 에너지 총만... 하는 일마다 만사형통

에너지와 행운이 총만하게 넘치는 해이다. 즐거운 여행을 할 수 있는 기회가 생긴다. 핑크빛 무드가 감돌아 결혼의 시기로도 최상이다. 직장인은 승진하고 실력 발휘를 맘껏하게 된다. 지위가 향상되고 하는 일마다 만사형통. 한 우물을 파면 큰 결실을 얻게 된다.



토끼띠 가까운 사이일수록 금전관계 피해야

노력하거나 기대한 만큼 결과가 나오지 않아도 조급해할 필요가 없다. 초조해하지 말고 다음을 기약하라. 하고 있는 일에 전심전력을 다해야 한다. 투자 등 중요한 결정을 할 때에는 신중하게 처리하도록. 씹씹이를 자제하고 가까운 사이일수록 금전 관계는 피하는 게 좋다.



용띠 금전·명예 '한아름' ... 새 사업 해볼만

새로운 기획과 아이디어로 성공할 기회가 다가온다. 수입과 수익면에서 기대 이상의 결과를 얻을 수 있는 해. 그동안 노력한 것에 대한 열매를 수확하는 때이다. 새로운 것을 추진해 보는 것도 좋다. 금전과 명예가 한 아름 들어오는 운세. 투자로 이익을 얻을 수도 있다.

뱀띠 밝은 앞날 약속... 재능을 맘껏 발휘

모든 매듭이 풀린다. 애태우던 일이 깨끗이 해결되면서 궂도 수정이 있는 해이다. 밝은 앞날이 확실히 보이니 숨겨져 있었던 재능을 맘껏 발휘할 수 있다. 금전적인 이득도 따라 주고 여러 가지 면에서의 자신의 위치를 세울 수 있는 계기가 찾아온다. 환자에게는 회복의 시기이다.



말띠 뜻하지 않는 곳에서 도움을 받는다

극적인 사건이 많은 해이다. 눈에 띄지는 않지만 꾸준히 발전하게 된다. 뜻하지 않았던 곳에서 도움을 받을 수 있다. 사업이나 직장에서 커다란 수확이 기대된다. 개인적으로 하고 싶은 일에는 충분한 시간을 쓸 수 없다. 돈이 쉽게 들어오기도 하지만 쉽게 나가기도 하는 때.



양띠 최고의 해... 사랑 고백하면 이루어져

가정 내에 즐거움과 풍요로움이 가득 차는 최고의 해가 될 것이다. 훗날 큰 도움을 받게 될 영향력이 있는 사람과 인연을 맺게 된다. 마음속에 품고 있던 사랑을 상대방에게 전하면 사랑이 이루어진다. 심신이 편안해진다. 뜻하지 않았던 이득을 얻을 수도 있다.



원숭이띠 주변에 사람 모이고 지위·인기 얻어

모든 면에서 만족할 만한 성과를 거둔다. 획기적인 사업도 연결되고 자신의 야망을 펼칠 수 있는 때. 증권은 장기전이 유리하다. 모든 업무가 정상으로 가동되면 소망했던 일도 이루어진다. 주위에 사람들이 모여들고 힘과 지위와 인기를 다시 얻을 수 있는 좋은 해이다.



닭띠 이성 관계 문제... 건강 특히 조심

새로운 일을 벌이기보다 현재 진행 중인 일에 충실할 때, 일보전진을 위해 일보후퇴를 해야 하는 시기이다. 감정에 치우치거나 서두르지 말아야 한다. 이성문제가 생기기 쉬운 시기이므로 새로운 교제에는 더욱 조심하라. 건강관리에 특별히 관심을 가지는 게 좋다.



개띠 물 만난 물고기... 큰 뜻 이루고 활기 되찾아

큰 뜻을 이루니 웃음 속에 지내게 된다. 물을 만난 물고기처럼 활약하는 해. 기운이 회복되고 잃었던 것을 다시 찾는다. 음지가 양지가 되니 긴 방황이 끝난다. 어려웠던 일들이 해결되고 부진하던 사업도 활기를 찾아 가정도 평안해진다. 직장에서는 파격적인 승진이 기다린다.



돼지띠 지친 나그네가 황금마차를 탄다

지친 나그네가 황금 마차를 타는 것과 같은 행운이 따른다. 일에 환한 기운이 맴돈다. 전문적인 훈련 등 직업의 발전을 시도하면 이득이 생긴다. 미래를 새롭게 계획하고 다양한 기회를 개척하려고 애써야 한다.



한우자조금소식지 이렇게 생각합니다

한우자조금 소식지에 늘 많은 관심과 애정을 보내주셔서 진심으로 감사드립니다. 늘 발전하는 한우자조금 소식지가 되기 위해 아래와 같이 '만족도 설문조사'를 실시해 한우농가 여러분의 소중한 의견을 듣고자 합니다. 설문에 참여해주신 분들께는 감사한 마음을 전하고자 추첨을 통해 13분을 선정, 소정의 상품을 보내드립니다. 여러분의 의견은 한우자조금 소식지의 발전을 위해 참고자료로 활용할 예정이오니 많은 참여 부탁드립니다.



- 설문기간 : 2014년 3월 5일 ~ 3월 25일, 20일간 (25일 접수마감)
- 당첨자 발표 : 한우자조금 소식지 4월호 공지
- 당첨자 경품 : 한우라면 1박스(3만원 상당) 10명, 농산물상품권(10만원) 3명
- 설문지 작성자

이름 :	연락처 :
주소 :	

1. 귀하의 연령은?
①30대 이하 ②40대 ③50대 ④60대 ⑤70대 이상
2. 한우자조금 소식지의 전반적인 내용에 대한 만족도는 어느 정도입니까?
①매우만족 ②만족 ③보통 ④불만족 ⑤매우 불만족
3. 한우자조금 소식지가 한우산업 관련 정보와 지식을 높이는 데 도움이 되고 있습니까?
①매우 그렇다 ②그런 편이다 ③그저 그렇다 ④도움이 되지 않는 편이다 ⑤전혀 도움이 되지 않는다
4. 한우자조금 소식지를 평소 어떻게 읽고 계신가요?
①거의 모든 내용을 챙겨보는 편이다 ②관심있는 내용만 골라 본다 ③디자인과 사진만 훑어본다 ④거의 보지 않는다(본 적이 없다)
5. 한우자조금 소식지에서 가장 관심있게 보시는 내용을 순서대로 정렬해주세요.
①기획특집 ②리포트 ③이슈 ④한우자조금 이렇게 쓰입니다 ⑤관측 · 통계 ⑥Bravo! life ⑦무엇이든 물어보세요 ⑧애독자코너
예) 3-2-4-8-5-1-7-6
()
6. 한우자조금 소식지에 추가되었으면 하는 내용에는 어떤 것이 있습니까?
①경제 ②문화 및 예술 ③일반 상식, 교양 ④기타()
7. 2014년 한우자조금 소식지에 바라는 점이 있다면 간략하게 적어주세요.
()

지금까지 한우자조금 소식지 설문조사에 참여해주셔서 감사드립니다.

신청
방법

♣우편발송 : 137-878 서울시 서초구 중양로 6길 9 제2축산회관 2층 전국한우협회 / 한우자조금 소식지 담당자

♣홈페이지 작성 : 한우자조금관리위원회 홈페이지에서 설문조사 작성 / www.hanwooboard.or.kr



한우소식 이모저모



가축분뇨법 국회 통과 축산단체 적극 대응 방침

축산단체의 지속적인 반대입장을 표명한 가운데 가축분뇨의 관리 및 이용에 관한 법률 개정안이 지난달 28일 국회 본회의를 통과했다. 환경부는 축산농가의 어려움을 고려해 내년 3월 개정안이 시행되더라도 3~4년동안 행정처분 유예기간을 뒤서 농가가 충분히 대비할 수 있도록 할 계획이라고 밝혔지만 축산농가의 피해가 우려되는 바 축산단체에서는 시행령 시행규칙이 농가들에게 피해를 최소화시킬 수 있도록 적극적으로 대응할 방침이다. 특히 무허가 축사, 축사거리제한, 가축분뇨처리 문제 등에 대하여 축산농가의 주장을 강력하게 요구할 예정이다.



강원, 산천어축제에서 한우시식회 개최

세계 4대 겨울축제로 자리잡은 산천어축제가 올해 8년연속 100만명의 관광객을 돌파한 가운데 한우자조금과 한우협회 화천군지부는 지난 1월 11일 산천어축제를 찾은 방문객을 대상으로 한우불고기 시식회를 개최하고, 행사기간동안 한우할인판매를 진행했다.



서울, 청운노인복지센터 한우나눔행사 진행

지난 2월 12일 한우자조금과 한우협회 중앙회는 서울 청운노인복지센터를 방문해 5백만원 상당의 한우고기를 전달했다. 이강우 한우협회장은 “우리 주변의 소외된 이웃들에게 한우가 조금이나마 힘이 됐으면 하는 바람”이라고 전했다.



애독자 코너

올해부터 한우농가의 많은 소식과 의견을 전하기 위해 독자코너를 신설하고자 합니다. 에세이, 사진, 그림, 투고 등 분야는 제한이 없으며 분량은 글(A4용지, 글자 10포인트로 2/3), 사진이나 그림은 한 개로 분량이 제한됩니다. 소식지에 게재될 경우 소정의 상품을 드리오니 한우농가의 많은 참여 부탁드립니다.

이번 달 애독자 퀴즈는 본지 22페이지의 설문조사에 참여해주신 분에 한하여 진행합니다.

응모하신 분 중 추첨을 통해 소정의 선물을 드리오니 많은 참여 부탁드립니다.

우편접수처 : 서울시 서초구 중앙로 6길 9 제2축산회관 2층 전국한우협회
한우자조금소식지 담당자 앞 우편번호 137-878

1월호 정답자

오미영(경북 안동시), 홍은선(충남 보령시), 김근수(경기 이천시),
김영순(전북 고창군), 김두환(경북 군위군), 정진명(경북 봉화군)