



기획특집 | 한우 수급불균형, 신유통으로 풀자
 리포트 | 미경산우 브랜드화 방안 연구
 현장르포 | 철저한 혈통관리로 위기 대응
 이슈 | 구제역 백신 접종 청정국 획득 예정

04



10



13



17



02 명사초청 메시지

김연화 (사)한국소비생활연구원장

04-07 기획특집

한우 수급 불균형, 신유통으로 풀자

08-09 리포트

미경산우 브랜드화 방안 연구

10-11 현장르포

우수 한우육종농장-강원 홍천 '삼포농장'

12-13 이슈

구제역 백신 접종 청정국 획득 예정

14-17 Information

한우자조금 이렇게 쓰입니다

18-19 관측&통계

5월 한우 수급동향과 전망

20-21 무엇이든 물어보세요

황사 · 미세먼지

22 Bravo! Life!

가정의 달, 주고싶고 받고싶은 선물은?

23 애독자코너

독자코너 신설 안내



‘한우의 가치’ 성공적 포지셔닝

소비자 지향적 자세와 노력으로

‘먹거리 문화 중심’ 기대



자유무역협정(FTA)의 확대 및 가속화에 따라 시장에 쏟아져 나오는 각종 수입 축산물로 인해 소비자들은 보다 저렴한 제품을 구입할 수 있게 됐지만, 동시에 먹거리 안전에 대한 강한 불안을 느끼고 있는 실정이다.



이런 가운데 사실 한우산업의 경우 수입개방화에 따른 값싼 수입육과의 경쟁에도 불구하고, 양질의 상품과 소비자 입맛에 딱 맞는 양질의 상품제공을 통해 ‘한우의 가치’를 성공적으로 포지셔닝해 다른 축산물 산업의 롤모델이 되어 왔다.

앞으로도 이처럼 우리의 한우산업이 축산물 시장에서 강력한 경쟁우위를 지키기 위해서는 그 무엇보다도 혁신을 향한 지속적인 노력이 요구된다.

끊임없이 변화하는 시장 환경 속에서 살아남기 위해서는 기존의 관습과 체계에서 벗어나, 소비자와 생산자 모두가 윈-윈할 수 있는 공유의 가치를 새롭게 만들어 나가야 한다. 그리고 이를 위해 한우농가와 관련 산업자는 ‘창조적 파괴’의 키워드를 기억해야 할 것이다. 창조와 혁신을 바탕으로 한 소비자지향적 경영자세와 노력이 이루어진다면, 우리 한우산업은 소비자만족과 국민의 건강권을 보장하고, 선진화된 소비시장을 새롭게 만드는 ‘먹거리 문화의 중심’이 될 수 있을 것이라 기대한다. ☺

부산물, 급격한 가격 하락... '천덕꾸러기' 전략

한우부산물 가격 경쟁력 회복 급선무 온·오프라인 유통변화... 소비·활성화 필요

‘소 한마리를 잡으면 방귀밖에 버릴 것이 없다’고 했지만 최근 3년 사이 한우 부산물의 가격이 급격히 하락함에 따라 사육농가는 물론 한우 유통시장의 천덕꾸러기로 전락했다. 2011년 도축비용을 충당하고도 남던 부산물 가격이 터무니없이 하락하면서 사육농가의 불만이 고조되고 있는 것이다. 이에 부산물을 비롯한 한우 소비확대를 위해 유통시장에 불고 있는 새바람을 살펴봤다.



한우 부산물 3년 사이 '반토막'

전국한우협회에 따르면 지난 1월 음성, 부천, 고령, 나주 등 농협축산물 공판장별 한우부산물 평균가격은 2011년 대비 각각 44.8%, 41.9%, 35.7%, 46.0% 하락했다.

부산물 가격이 가장 크게 하락한 음성공판장의 경우 지난 1월 암소 16만 2,630원(2011년 대비 하락률 41.4%), 수소 23만6,230원(48.7%), 거세우 21만 5,090원(44.4%)으로 하락한 것으로 집계됐다. 부천공판장도 암소 14만6,850원(44.6%), 수소 22만560원(41.9%), 거세우 19만9,170원(39.4%)으로 하락했으며, 고령공판장은 암소 17만1,100원(30.7%), 수소 23만3,300원(40.8%), 거세우 21만6,300원(35.6%)으로 하락했다. 나주공판장 역시 암소 13만1,920원(48.6%), 수소 18만9,030원(45.3%), 거세우 16만5,610원(44.1%)으로 하락한 것으로 파악됐다.



부위별로 우피를 제외하고 내장, 우족, 소머리 등 모든 부위의 가격이 하락했는데 특히 우족과 소머리의 하락폭이 커 도축장별로 최대 82.7%까지 폭락한 것으로 조사됐다.

반면 값싼 수입 부산물 유통량은 크게 늘어 2009년 통관기준 소

부산물 수입량은 4만3,000여톤이었으나 2012년에는 7만톤까지 늘어났다. 특히 소머리(불살), 창자, 우족 등의 수입 증가가 두드러졌는데 2009년 7,900톤이 수입되던 우족은 2012년 2만7,900톤이 수입된 것으로 나타났다.

이 같은 수입량 증가로 한우 부산물의 가격 경쟁력이 낮아져 외식업체의 수요가 줄어들어 결국 한우 부산물 가격이 폭락하는 결과를 빚어냈다는 게 관계 전문가들의 분석이다.

하지만 농가의 도축비용은 여전히 높은 수준에 머물고 있어 부산물 가격을 보다 현실화해야 한다는 주장과 함께 1.5%에 달하는 상장수수료를 1.0% 수준으로 인하해야 한다는 목소리가 높아지고 있다. 농가에서 출하 시 부담하는 도축비용은 공판장별로 차이가 있지만 평균 해체수수료 12만5,000원, 검사수수료 2,000~3,000원, 상장수수료 9만7,500원(도체중의 1.5%), 등급판정수수료 2,000원, 자조금 2만원 등 24만6,500~24만7,500원에 달한다.

나주공판장에 한우 암소 한 마리를 출하해 부산물 가격 13만1,920원을 받는다고 가정했을 경우 도축비용은 부산물 가격을 포함해도 10만원 이상 웃돌게 되는 것이다.

식육, 부산물 구분 없앤 판매방안 강구해야

이러한 고민으로 한국육류유통수출협회는 지난 달 23일 '식육부산물 부가가치 제고와 유통구조 선진화방안 세미나'를 개최했다. 이날 소부산물에 대해 발표한 장영수 농협 목우촌 부장은 부산물에 대해 소비자 인식과 유통구조 개선을 강조했다.

장 부장에 따르면 우리나라에서는 살코기에 딸린 고기라는 의미로 부산물이라 칭하지만 외국의 경우

버라이어티 미트 (Variety meat), 팬시 미트 (Fancy meat) 등의 용어를 사용, 일반인들이 친근감을 가질 수 있도록 하고 있다. 거부감없는 명칭을 통해 맛과 영양이

우수한 부산물이 제대로 가치를 인정받을 수 있어야 한다는 것이다. 이어 T-본 스테이크처럼 뼈를 제거하지 않고 고기와 함께 판매하는 부가가치화 방안과 이를 활용한 각종 선물세트 제작이 필요하다고 강조했다. 또한 애국심에 기댄 호소가 아닌 제대로 된 부산물 소비촉진 교육과 홍보, 판매를 용이하게 할 수 있는 제도개선이 검토돼야 한다고 지적했다.

장 부장은 "식육과 부산물을 분리하지 않고 합쳐 판매가 이뤄지도록 해야 한다"고 강조하며 "국내산 부산물 사용업체의 한시적 부가가치세 면제, 박스 유통을 위한 위생시스템 구축, 부산물 유통구조 선진화 대책이 시급하다"고 덧붙였다.

온라인시장 급신장, 한우 소비확대 기대

부산물뿐 아니라 제값을 받아야 하는 한우 등심 등의 구이용 부위 재고 적체로 유통업체의 부담이 가중되고 있다. 장기화되고 있는 경기 침체로 한우 소비가 좀처럼 회복되지 않고 있는 것이다. 이에 따라 한우 소비확대를 위한 유통구조 개선 방안도 절실히 요구된다.

최근에는 IT기술의 발전과 더불어 양질의 제품을





보다 저렴한 가격에 구매하려는 합리적인 소비자들이 늘고 있다. 이들은 다양한 채널을 활용해 가격 정보의 투명성을 요구하고 있으며 유통업계 역시 소비자의 욕구를 충족시키고자 발빠르게 변화하고 있다.

유통업계의 변화 중 하나는 온라인 매장의 활성화다. 대한상공회의소에 따르면 지난해 온라인 쇼핑 거래액은 42조원을 기록, 대형마트의 거래규모인 약 38조원을 앞질렀다. 여기에 매년 100% 넘는 성장세를 보이는 모바일 쇼핑의 활약은 이미 온라인 쇼핑 전성시대가 도래했음을 반증하고 있다.

이에 발맞춰 한우산업도 개별 브랜드를 중심으로 온라인 쇼핑몰이 늘고 있는 추세다. 이들 쇼핑몰은 생산자 단체가 주축이 된 브랜드가 대부분으로 생산자에게는 적정 수익을, 소비자에게는 저렴한 가격의 한우고기 제공을 목적으로 하고 있다. 다만 개별 브랜드로 시장에 접근하다보니 인지도와 브랜드 파워가 약해 어려움을 겪고 있는 경우가 많다.

이 같은 문제점으로 11번가, G마켓 등 유명 쇼핑몰 및 대형유통업체의 온라인 판매에 의존하는 사례가 늘었지만 이들의 경우 중개수수료가 가격인상 요인으로 작용해 생산자의 부담으로 전가될 수밖에 없는 악순환으로 이어진다.

이에 최근 한우자조금관리위원회는 중개수수료를 없애고 중개수수료만큼 가격을 할인하는 온라인 쇼핑몰인 ‘한우몰’을 오픈했다. 한우자조금이 업체를 엄격하게 선정해 품질에 대한 신뢰를 확보하고, 20%가량 되는 중개수수료 대신 가격을 낮춰 소비자의 부담도 덜었다.

농협 축산경제도 한우 부분육 도매유통 활성화를 꾀할 목적으로 B2B(기업과 기업간의 거래)방식의

축산물 전문 쇼핑몰을 구축해 이달 온라인판매장인 ‘농협안심 e-고기장터’를 준비중이다. ‘농협안심 e-고기장터’는 인터넷을 활용한 새로운 형태의 유통채널로 인터넷 쇼핑몰과 TV 홈쇼핑의 장점을 접목한 IT융합형 판매 채널로 초기에는 B2B 부분육 유통 중심으로 운영 후 B2C(기업과 소비자간 거래)로 확대할 계획이다.

가격연동제·직판장·칼없는 정육점 등 오프라인 변화도

한우 유통의 변화는 온라인 시장에만 국한되지 않는다. 오프라인 매장에서조차 산지와 소비지 연계에 초점을 둔 주목할 만한 변화가 눈에 띄고 있는 추세다.

한우가격과 관련해 소비자들의 가장 큰 불만은 산지가격이 폭락했다는데도 요지부동인 소비지가격이다. 산지가격이 하락했으면 소비지에서도 가격이 하락해야 할 텐데 가격은 예전 그대로이며 산지에서 가격이 조금만 올라도 소비자 가격은 금세 된다는 것이다.

이 같은 불만에 따라 가격연동제의 확대 실시가 생산자단체와 농축협을 중심으로 확대되고 있다. 특히 한우조합 등에서는 산지가격과 소비지 판매가격을 연동시킨 가격연동제를 실시해 소비자의 부담과 불만을 덜고 있어 관심이 모아지고 있다.

이와 함께 로컬푸드 개념의 확산과 더불어 광역 소비지를 중심으로 한 생산자 직영 판매점도 늘고 있는 추세다. 생산자가 직접 생산해 유통하는 만큼 비용이 절감되고, 절감된 비용만큼 소비자에게 저렴한 가격에 공급할 수 있다는 것이다.

‘축산물 유통혁신 선도’를 기치로 내걸은 농협 축

산경제도 새로운 한우 유통채널을 확보하는데 열을 올리고 있다. 대표적인 예가 지난해 시장진출을 선언한 ‘칼 없는 정육점’과 ‘즉석육가공판매점’이다. 최근 소비 경향을 감안할 때 소포장 위생·안전 제품에 대한 요구가 높아질 것이고 즉석 가공품의 수요 확대 예상되기 때문이다.

인지도 제고·소비자 홍보 등 과제

다만 이러한 새로운 유통시장의 변화가 효과를 거두기 위해서는 인지도 제고와 소비자 홍보는 반드시 수반돼야 할 과제로 지목된다.

소비자들의 온라인 구매가 증가한 이유 중 하나는 제품의 가격을 쉽게 확인해 비교할 수 있다는 장점이 있기 때문이다. 구매코자 하는 제품에 대한 가격을 일목요연하게 비교해 구매할 수 있기 때문에 소비자는 품질에 대한 만족 이 외에 ‘보다 저렴하게 구매했다’는 기쁨도 덩어리로 누릴 수 있는 것이다.

하지만 이는 공산품과 같이 제품의 규격과 품질이 일정할 경우에 큰 의미를 지닌다. 농·축산물과 같이 규격화되기 어려운 제품군의 경우 오프라인 매장을 찾는 수고스러움을 감수하거나 브랜드에 대한 믿음에 의존할 수밖에 없다.

이에 따라 브랜드의 파워를 제고시키기 위한 움직임이 활발히 진행되고 있는데 브랜드 홈페이지를 통한 배송과 더불어 선도를 유지하기 위한 포장관리와 유통과정의 유의사항 등을

소상히 안내하고 있다.

특히 온라인을 통해 구매하는 소비자의 경우 제품 사진에 의존해 품질을 가늠해야 하는 만큼 사진을 통해 생각했던 이미지와 다른 경우 반품을 요구하는 사례가 많아 이에 대한 보완노력도 이뤄지고 있지만 아직 어려움이 많은 실정이다.

온라인 쇼핑몰을 통해 판매하는 업계 관계자는 “있는 그대로의 모습을 전달해 판매하고자 제품 사진을 매번 교체하고 있지만 ‘생각했던 것과 다르다’며 반품을 요구하는 사례가 많아 고민이다”며 “등급 등 객관적인 기준으로 품질을 보장하고 있음에도 소비자의 직관에 의존한 소비가 이뤄지고 있어 이를 보완할 수 있는 방안이 마련됐으면 한다”고 말했다.㉞



1



2



3

- ① 농협 축산경제는 지난해 칼 없는 정육점을 출범했다.
- ② 한우자조금은 저렴한 한우 고기판매를 위해 지속적으로 직거래장터를 진행하고 있다.
- ③ 한우자조금은 최근 온라인 쇼핑몰 ‘한우몰’을 오픈했다.

사육마릿수 조절...미경산우 브랜드화 절실

목표 경락가격 설정 등 정책적 지원방안 모색해야

한우자조금 연구용역 결과 발표

소 값의 안정화를 위해서는 사육마릿수 조절이 필요하다. 사육마릿수 조절을 위해 미경산우의 브랜드화가 절실한 만큼 한우자조금은 '미경산우 브랜드개발 지원 연구'를 진행해 미경산우의 성공적인 브랜드화를 위한 전략은 무엇이며, 정책적 지원방안이 무엇인지 모색했다.



일본, 1980년대 비육기술 도입 산지별 특성화 도모

일본은 이미 1980년대 중반에 번식농가에 대한 경영 개선 및 외규암 소 비육기술을 개발해 품질고급화를 통한 수입산과의 차별화를 추구했다. 일본의 육용우산업 경영정책은 기존의 가격정책에서 산지 및 소비시장의 변화에 대처하기 위해 다양한 경영형태를 발전시켰는데, 특징적인 것은 미경산우 비육과 1~2산 암소 비육 프로그램의 개발 및 도입을 통해 경영 다각화를 추구했다는 점이다. 번식우와 비육우를 각각 지역산 지별로 특성화를 도모하기 위해 가축품종의 표준화, 육량품질의 균일화, 육질의 부가가치 향상, 품질인증의 제도화 등 정책적 노력을 기울여 왔다.



미경산우 비육의 관건은 고급육 출현율

우리나라의 미경산우 비육은 고급육 출현 비율에 의해 좌우된다. 현재 미경산우의 1등급 이상 출현율은 거세우와 비슷하지만 1⁺⁺등급 출현율은 전국평균보다 높다. 비용경쟁력은 매우 낮고, 가격경쟁력은 매우 높으므로 고도의 사양기술이 필요하며, 고능력 우수 암소 품종을 확보해야하는 것이 관건이다. 미경산우 비육의

등급별 · 종축별 경제성 비교(2013년)

분류	조사농가									전국평균 거세우 (100두 이상)		
	번식실패 미경산우 (TMR사료 위주)			순수 미경산우 (TMR사료 위주)			거세우 (TMR사료 위주, 100두 이상)					
	경락가격 (원/kg)	소득 (천원)	순수익 (천원)	경락가격 (원/kg)	소득 (천원)	순수익 (천원)	경락가격 (원/kg)	소득 (천원)	순수익 (천원)	경락가격 (원/kg)	소득 (천원)	순수익 (천원)
1**	20,481	1,550	248	20,997	2,493	1,192	17,332	1,253	472	16,715	1,155	375
1*	15,851	-423	-1,724	16,350	934	-367	14,822	205	-576	14,644	423	-358
1	14,454	-669	-1,970	14,173	-113	-1,414	13,284	-494	-1,275	13,206	-86	-866
2	11,622	-1,767	-3,068	10,994	-1,213	-2,514	11,283	-1,391	-2,172	11,430	-714	-1,495
3	7,290	-3,248	-4,550	10,690	-1,486	-2,787	9,155	-2,496	-3,277	9,295	-1,469	-2,250

※ 조사농가: 정읍, 무주의 미경산우 사육농가 50호

※ 조사기간: 2013.11월~2014.1월

경제성은 고급육 출현율이 핵심이므로 조사료기반이 풍부한 지역의 소규모 번식경영체에게 적합한 경영전략이라 볼 수 있다. 또한 미경산우는 도체성

적이 우수하지만 육량지수가 매우 낮으므로 앞으로 정육을 개선을 위한 품종 및 사양기술의 개발과 미경산 비육전용 사료개발이 필요하다.㉞

미경산우 브랜드화 전략 방안은?

상위 10% 소득층 타겟... 거세우와 차별성 부각



미경산우의 소비시장 목표는 상위 10%의 최고 소득층을 타겟으로 삼아야 하며, 구성원 전체의 이익을 극대화할 수 있는 브랜드를 개발해야 한다. 또한 거세우와의 차별성을 부각한 소비자 관점의 브랜드를 개발해야 한다. 이를 목표로 세계 최상위 등급의 브랜드 품질기준을 중심으로 개량목표를 설정하고, 사양 및 유통기술 개발에 역점을 뒤야 한다. 또한 근내지방도 5번 이상, 육량 등급 A, B, 올레인산 47% 이상, 불포화 지방산 56%이상 등의 기준을 설정해야 한다.

미경산우 브랜드의 정책 지원방안은?

육성장려금 제도 ·품질인증제도 적극 도입



번식농가가 암소사육마릿수 조절을 목적으로 자가생산 암소를 비육전환하려면 최소한의 경제성이 보장되는 목표 경락가격(거세우 대비 약 10% 이상)을 설정해 지원하는 정책의 도입이 필요하다. 또한 축산물품질평가 시 미경산한우 성별표시제도를 도입해 공정한 가격결정 체제를 도입해야 하며, 거세장려금 혹은 도태장려금과 같은 형태의 '미경산우 고품질(고품종) 육성장려금 제도'와 정부차원의 품질인증제도를 적극적으로 도입해야 한다. 한편 지자체 또는 농·축협 단위별로 '우량 미경산암소 생산·혈통관리 기지화 사업'을 정책적으로 개발·보급할 필요가 있다.

철저한 혈통관리로 위기 대응 우수 한우육종농장 '메카' 농가 스스로 개량 힘쓰고 노하우 가져야

최근 암소 도축 증가, 암송아지 입식의향 저하 등으로 한우 번식농가의 어려움이 커져만 가고 있는 가운데 철저한 혈통관리로 위기에 대응해 나가고 있는 농장이 있다. 우수 한우육종농장으로 정평이 자자한 강원도 홍천군 화촌면에 위치한 이진영 대표의 삼포농장이 바로 그곳이다.

경쟁력의 관건은 우수형질 개체 확보·관리

이진영 대표는 “한우 번식에서 가장 중요한 것은 혈통관리다”며 “자질이 뛰어난 우수 형질의 개체군을 확보해 지속적으로 관리하고, 자질이 부족한 개체는 선별해 빨리 도태해야 좋은 등급을 받을 수 있는 송아지를 출하해 경쟁력을 높일 수 있다”고 말했다.

개체 및 혈통관리가 제대로 정착되기 전인 1990년대에 이 대표는 수기로 관리일지를 작성하는가하면 첫 송아지의 등급 판정 결과를 토대로 선별 도태를 시작했다. 당대검정뿐 아니라 후대검정까지 신경을 쓰며 관리를 지속해 현재는 한국종축 개량협회에서 인정하는 ‘엘리트 카우(고능력 우량 암소)’도 다수 보유하고 있다.

꾸준한 기록관리를 강조하는 이 대표는 지금도 매일 밤이면 전산을 통해 180여마리에 달하는 암소와 송아지의 개체 정보 및 혈통, 출하, 번식정보, 질병 등을 관리하고 있다. 그 결과 지난해 20마리의 송아지를 출하해 1⁺⁺등급 16마리, 1⁺등급 4마리의



삼포농장 이진영 대표

실적을 기록, 출하한 송아지의 80%가 1⁺⁺ 등급을 받는 성과를 거양기도 했다.

개체관리일지 습관화, 노력 결실 맺어

“개체 및 혈통관리를 철저히 하지 않으면 형질이 나빠질 수밖에 없고, 형질이 나빠지면 농가 소득이 줄어드는 것은 당연한 결과입니다. 이를 방지하기 위해서는 개체관리일지 작성을 습관화해 꾸준히 관리하고, 근친 등이 발생하지 않도록 주의해야 합니다.”

일찍부터 육종의 중요성을 깨달은 그는 1990년대부터 이미 이력관리를 시작해왔으며 2005년 농림수산물부와 농협중앙회로부터 한우육종농가로 선정되면서 명성을 높여갔다. 그는 2차례에 연이어 대통령상인 산업포장을 수여받았을 뿐만 아니라 농림수산물부 장관 및 강원도지사 표창 등을 수상했다. 육종의 중요성을 강조하며 주변 농가들과 함께 한우산업 발전을 위해 노력한 결과다.



이진영 대표가 전산 프로그램을 통해 개체관리를 하고있다.

예방위주 관리로 가축위생·질병 만전

질병관리차원에서도 이 대표의 꼼꼼한 성격이 드러난다. 삼포농장은 일주일에 2번씩 소독을 실시하고 있으며 설사백신, 감기백신 등을 비롯한 각종 백신을 모두 접종한다고 한다. 백신비용이 부담이 되지만 질병이 발생했을 때 피해를 생각하면 예방보다 중요한 것은 없다는 것이다.

이 대표는 “최근에는 전산을 통해서 모든 관리가 이뤄지니 수월한 편이다”며 “모든 관리를 당연히 해야 하는 일이라고 생각하고, 지속하다보면 자연스럽게 내 일이 되고 이러한 노력이 쌓여 결과로 돌아 온다”고 말했다.

이어 그는 “한우산업의 발전과 지속을 위해서는 농가 스스로 개량에 힘쓰고, 이를 위한 자체 노하우를 가져야 한다”며 “누군가의 정답이 나에게서는 정답이 아닐 수 있는 만큼 개인에 꾸준한 노력으로 개인에게 맞는 개량을 이뤄야 한다”고 강조했다.㉞





구제역 백신 접종 청정국 획득 예정

농가 철저한 소독·차단방역 준수

전국이 지금 축산질병으로 시름을 앓고 있다.

좀처럼 종식될 기미가 보이지 않는 시를 비롯해 돼지유행성설사병(PED)가 창궐했고, 북한에서 발생한 구제역으로 인해 휴전선 접경지역 농가들은 초비상에 걸렸다. 공기를 타고 50km 이상 전파된다고 알려진 구제역 바이러스를 사전에 차단하고자 정부와 농가는 예방접종과 차단방역에 혼신을 다하고 있다.

한편 지난 2년간 구제역 예방을 위한 모든 이들의 헌신적인 노력으로 인해 이달 OIE(세계동물보건기구)총회에서 우리나라의 구제역 백신 접종 청정국 지위 획득이 결정된다. 사상 최악의 구제역으로 산업의 근간이 흔들렸던 만큼 다시는 이 악몽을 되풀이 하지 말아야 한다는 목소리가 높다. 청정화를 계속 유지하기 위해 무엇이 필요한지 알아본다.



사상최악 구제역, 대한민국 축산을 흔들다

2010년 말부터 2011년까지 발생한 구제역으로 6,691농가의 353만6,000여 마리의 소, 돼지가 살처분 당했다. 막대한 수준의 살처분 보상금은 차치하고서라도 구제역 재앙이라는 말이 나돌 정도로 피해는 심각했다. 수년간 개량한 밀소가 살처분 당하면서 생산기반이 흔들리는 것은 물론 농가는 경제적·정신적 피해에 시달려야 했다.

우리나라는 이전에도 2000년 3월 경기도 파주에서 구제역이 발생해 이미 182농가 2,216마리의 가축을 매몰시킨바 있다. 이후 2002년 5월에도 구제역이 발생한 바 있으며 2010년 연초 발생한 구제역 이후 같은 해 6월 구제역 종식선언을 하며 OIE로부터 9월 구제역 청정국 지위를 획득했다. 그러나 청

정국 지위를 획득한지 불과 두달여만인 2010년 11월 말 구제역이 창궐해 이듬해인 2011년 4월 21일까지 무려 144일 동안 전국은 구제역 재앙에 시달렸다.

이후 정부는 전국적인 구제역 백신 접종 및 방역 사업을 통해 구제역 청정국 지위회복에 총력을 기울이고 있다. 우리나라는 2011년 구제역이 마지막으로 발생한 뒤로 2년간 발생하지 않아 OIE 구제역 백신 접종 청정국 지위 기본 조건을 충족했으며, 정기적인 백신 접종 프로그램 및 미접종 농가 패널티 부여 등의 운영을 통해 구제역 백신접종 등의 요구 조건 등을 모두 충족했다. 이에 따라 이달 OIE에서의 구제역 백신 접종 청정국 지위 회복은 거의 확실시 되고 있지만 중국을 비롯한 베트남, 북한 등에서

구제역 발생 소식이 계속 들려오는 만큼 주의를 소홀히 해서는 안된다는 게 전문가들의 의견이다.

올바른 예방백신 접종만이 최선 구제역 안전지대는 더 이상 없다

백신 접종이라는 강수가 띄워진 상황이지만 일부 농가는 구제역 백신 접종으로 인해 식욕부진, 수태율 감소 및 유·사산 등의 문제가 발생하고 있어 이에 대한 불안해소를 요구하고 있다. 춘천의 한 한우농가는 “철저한 소독 등을 통해 차단방역에 열을 올리고 있지만 구제역 백신 접종 뒤 소들이 침을 흘리고 급여량이 줄어든 때가 있다”고 토로했다.

그럼에도 방역당국을 포함해 수의사들은 구제역 백신 접종에 대한 이해와 함께 올바른 예방접종을 통해 하루 빨리 우리나라를 구제역 안전지대로 만들어야 한다고 강조한다.

구제역 백신금지 청정지역이 최종 목표

정부는 백신접종 청정국 지위를 획득한 후 최종적으로 내년도 이후 백신금지 청정국 전환을 추진할 계획이다. 현재 백신금지 청정국 지위를 유지하고 있는 나라는 미국, 일본, 유럽 등으로 우리나라 축산물을 일본으로 수출할 시 구제역 백신금지 청

정국 요건이 필요하다.

정부는 사전 위험도 평가결과에 따라 단계적으로 축종별, 지역별 백신접종 중단안을 검토하고 추진하겠다는 계획이다. 우선 1단계로 이동이 적고 단기간 사육·도축되는 비육돼지, 염소를 우선으로 백신접종을 중단하고 위험도 평가를 통해 시·도 단위별로 OIE 요건 충족 시 백신금지 청정지역을 선포하겠다는 계획이다.㉔



참고

OIE 백신금지 청정지역 인증 주요 요건

- ① 12개월간 구제역 비발생, 바이러스 감염부재, 백신접종금지(중단)
- ② 백신중단 후 예방접종 가축의 반입금지 (도축용 제외)
- ③ 비발생지역의 경계 관리, 감수성 가축의 이동통제 등

세월호 참사, 애도물결 이어져

지역 축제·행사 연기...구호 현장에 한우곰탕 전달



최근 세월호 대참사와 관련 4~5월 계획 중이던 행사를 전면 취소하는 한편 희생자의 추모와 유가족 격려를 위한 지원 등 애도의 손길을 이어가고 있다.

한우자조금과 전국한우협회는 전남 함평나비축제, 자라섬 불꽃축제 등과 관련 소비촉진행사를 연기했으며 부여 어린이날 행사와 제주도 한우소비촉진 행사 등도 연이어 취소했다. 특히 5월 가정의 달을 맞아 계획 중이던 핑택 꽃나들이 행사, 이천 도

자기축제 등 지역축제와 관련해 예정됐던 각종 소비촉진행사 등도 미뤄졌다.

또한 재난 구호 현장에서 숙식을 해결하며 분투하고 있는 가족들과 자원봉사자, 구조인력들을 위해 지난 18일 한우자조금과 전국한우협회 전남도지회는 진도읍 재난구호 현장에 한우사골곰탕 4,000인분(1,000만원 상당)과 함께 애통한 마음을 전했다.㉞

한우협회, 피해보전직불금 청구소송 제기

사료값 견제코자 배합사료 공동구매사업 진행

전국한우협회 소속 한우농가는 정부가 지급한 피해보전직불금이 수입기여도를 적용시켜 미지급했기에 피해보전직불금 청구소송을 제기했다고 밝혔다. 원고인 한우농가 갑, 을, 병은 정부가 FTA지원특별법 상 근거가 없는 수입기여도를 적용시켜 직불금을 축소해 지급했다며 미지급분 전액을 지급하라고 소송을 제기했다.

이번 소송을 담당한 법무법인측은 “FTA지원특별법 상 FTA피해보전직불금은 마라케쉬 협정을 통해 허용되는 범위내에서만 지급하도록 규정했다”며 “이번 직불금 총액은 허용 범위였으므로 임의로 수입기여도를 설정해 감액할 수 없다”고 말했다. 따라서 정부가 일방적으로 수입기여도를 적용해 직불금을 조정하는 것은 FTA지원특별법에 위반되는 행위

라는 것이다.

한편 협회는 배합사료가격을 견제하고자 공동구매사업을 진행한다. 지난 4월 9일 회장단 연석회의를 통해 농협사료에서 가격인하를 하지 않을 경우 공동구매 할 것을 결의했고, 가격인하 요구가 관철되지 않자 본격적으로 공동구매사업을 시작한 것이다. 4월까지 공동구매사업의 입찰공고를 진행한 뒤 7일 우선협상대상자를 선정한다. 한우협회 이강우 회장은 “생산비 절감을 위해 사료값 인하에 동참해 줄 것을 수차례 요구했으며, 국제곡물가 하락 등의 이유로 가격을 내릴 수 있었음에도 사료값은 요지부동이었다”며 “한우농가의 생산비 절감에 도움이 될 수 있도록 사료공동구매 및 OEM사료 활성화 등의 방안을 추진할 것이다”고 말했다.㉞

사랑 愛! 우리한우 할인 대축제

농협·대형마트서 오는 11일까지 최대 50% 할인



한우자조금은 지난 23일부터 11일까지 '사랑 愛! 우리한우 할인 대축제'를 실시했다. 위축된 소비심리 회복과 한우가격 안정에 기여코자 진행하는 이

번 할인행사에는 전국 약 300소의 농·축협 축산물판장과 이마트, 롯데마트, 홈플러스 등의 대형마트, 한우작목반, 한우영농조합법인 등이 참여했다.

각 업체별로 최소 5일 이상, 한우 전 부위는 정상판매가 대비 25% 이상, 부산물은 50% 이상 할인판매를 진행했다. 한우자조금은 행사에 참여한 업체를 대상으로 행사 매출액의 5%를 지원할 예정이다.㉮



FTA시대, 한우산업발전을 모색하다

9개 시·도 순차적으로 한우산업 정책설명회·토론회 실시



한우자조금과 전국한우협회, 농림축산식품부는 FTA에 따른 한우산업 정책설명 및 토론회를 지난 22일 충북을 시작으로 도별로 진행했다.

설명회의 주된 내용으로는 작년부터 진행한 수급조절협의회 및 각계각층의 의견을 취합해 만든 한우산업 발전대책(안)으로써 수입육과 차별성 강화

방안, 생산요소 효율적 관리를 통한 생산비 절감방안, 한우 유통구조 개선 방안, 수급관리시스템 기반구축안, 미래성장동력 발굴 등의 내용을 담겨져 있다. 한편 한우협회도 FTA추진에 따른 대책 요구 및 규제·제도개선 건의사항을 밝혀 피해보전직불금의 현실화 및 무역이득공유제 법제화 추진, 정육점형 식당 부가가치세 면세적용 등의 내용을 피력했다.

이번 설명회는 한우농가의 애로사항을 청취하고 건의사항을 수렴하는 순서로 진행하며, 취합된 여론을 중심으로 한우산업 발전대책을 개선하여, 추진할 예정이다.㉮

기가막힌 한우 CF 패러디열전

한우자조금, 5천만이 즐기는 한우송 만들기



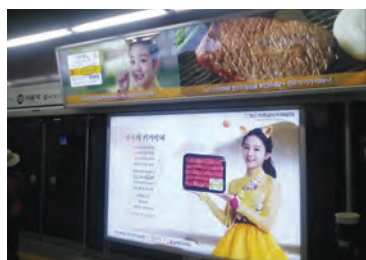
한우자조금은 '한우가 기가 막혀'라는 한우 CF 송을 자연스럽게 전파하기 위해 '기가막힌 한

우CF 패러디열전'이란 이벤트를 진행한다. 현재 방영되는 한우CF와 한우송을 패러디 또는 나만의 한우CF, 나만의 한우송으로 각색해 촬영장으로 셋팅된 행사장에서 직접 구현해 영상으로 제작할 예정이다.

참가신청은 오는 11일까지이며, 사전 온라인 심사를 거쳐 오는 23일 홍익대 행사장에서 개최할 예정이다. 1등(1팀)에게는 3백만원, 2등(1팀) 2백만원, 3등(2팀) 1백만원, 참가상 등에게는 한우선물세트 및 육포세트 등이 시상되며 자세한 내용은 한우자조금 홈페이지 또는 한우114에 게재돼 있다.

오프라인속 다양한 한우광고

* 대형마트, 지하철, 극장에서도 한우 홍보 진행



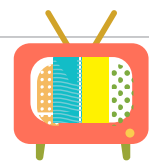
한우 소비촉진을 위한 다양하고, 공격적인 한우홍보가 시작됐다. 우선 한우고기의 구

매점점인 롯데마트, 탑마트 등 대형마트에서 지난 4월 11일부터 오는 10월 10일까지 총 6개월간 '한우송' 음성광고를 1시간마다 4회이상 송출한다.

또한 한우CF광고의 시너지 효과를 극대화 시키고자 유동인구가 많은 수도권 5개역사(서울역, 홍대입구역, 삼성역, 충무로역, 남부터미널역)에서 4월 15일부터 8월 14일까지 총 4개월간 지하철광고를 진행한다. 한편 롯데시네마 90개관 209개 스크린을 통해 4월25일부터 5월 24일까지 1개월간 극장광고를 송출해 한우의 우수성을 전달한다.

TV속 한우이야기

4월 PPL 진행, 한우의 다양한 정보 소개



* 4월 10일

KBS2 밥상의 신 : 한우의 최고급 부위 꽃등심! 한우꽃등심을 맛있게 먹는 방법부터 최상의 맛을 내는 요리비법을 소개했다.



* 4월 13일

MBC 고향이 좋다 : 전국 1호 한우 협동조합인 전남 완주 한우의 생산부터 판매까지 모든 것을 소개했다.



우리 아이들에게 필요한 한우요리 ‘매일매일 우리 한우’ 출간

한우자조금과 전국한우협회는 한우에 대한 소비자 인식변화 및 소비촉진을 위해 성장기 아이가 먹어야 할 요리 레시피가 담긴 ‘매일매일 우리한우’를 제작지원하고, 지난 4월 17일 신사동 소재 카페에서 출판 기념 한우요리 시연행사를 진행했다.

푸드스타일리스트 박정윤 실장이 집필한 ‘매일매일 우리한우’는 아이의 먹을거리에 대해 고민하는 엄마들이 읽어야 하는 책으로 성장하는 아이의 영양과 입맛까지 고려한 70가지의 한우요리를 소개하고 있다. 책에 소개된 요리는 아이의 키가 쑥쑥크는 한우요리, 입맛 없는 아이를 위한 한우요리, 머리가 좋아지는 한우요리, 감기 예방에 좋은 한우

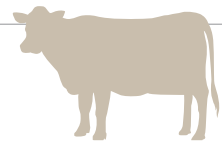


요리, 원기보충에 좋은 한우요리, 눈이 좋아지는 한우요리 등 60가지의 레시피와 나들이를 위한 한우 도시락 10가지도 함께 소개되어 있다. 또

한 엄마라면 꼭 알아야 할 한우의 영양, 안전하게 구입하는 방법, 냉장고 보관법 등 기본적인 체크 사항부터 한우 부위 소개, 육질을 부드럽게 하는 방법, 조리 방법 등 요리를 할 때 생길 수 있는 궁금증을 책 한 권에 모두 담았다.📖

광주 롯데백화점에서 ‘한우직거래장터’

부위별 최대 40% 할인



한우자조금은 광주 롯데백화점에서 지난 4월 18일부터 20일까지 직거래장터를 개최했다.

이번 행사는 고향 ‘유자골한우’와 나주 ‘녹색한우’ 브랜드가 참여해 산지 직송으로 한우를 공급해 안심, 등심, 불고기, 양지, 사골 등 다양한 부위의 한우를 시중가 대비 최대 40% 저렴하게 판매했다.

그리고 한우 직거래 장터를 찾은 소비자들에게 좀 더 친근한 한우 이미지를 심어 주기 위해 불고기 시

식행사는 물론, 한우 부위별 다트 게임을 통해 맞춘 부위에 따른 기념품을 증정하는 이벤트도 진행했다.

한우자조금 강성기 위원장은 “한우에 많은 성원을 보내준 분들께 꾸준히 보답하고자 광주에서도 한우 직거래 장터를 개최했다. 행사 기간 동안 저렴하게 명품한우를 구매하시고 가족, 친지 등 모든 분들과 한우 먹으며 즐거운 시간을 보냈으면 좋겠다”고 말했다.📖

6월 한·육우 사육마릿수 전년대비 감소 전망

한국농촌경제연구원 축산관측-5월호 인용

[사육 전망]

6월 한·육우 사육마릿수 전년대비 감소 예상

- ◆ 3월 한·육우 사육마릿수 전년대비 5% 감소한 281만마리
- ◆ 6월 사육마릿수 작년(306만마리)보다 감소한 285~287만마리 전망(통계청 기준)

[수급 전망]

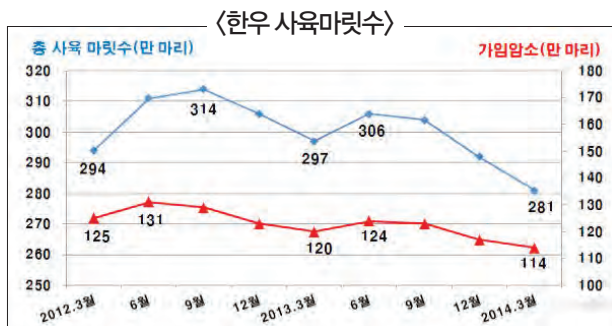
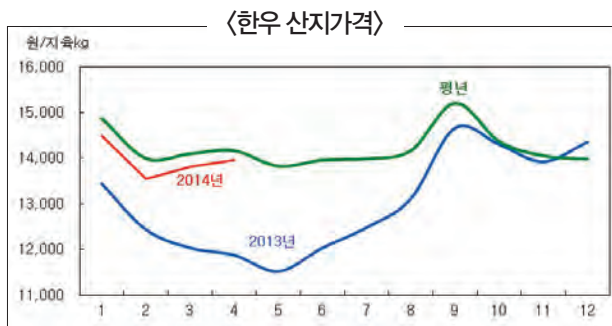
5~6월 국내산 쇠고기 공급 전년보다 감소 전망

- ◆ 암소 감소로 1~3월 한우 도축마릿수 전년대비 1.4% 감소한 23만9,000마리
- ◆ 국내가격 상승으로 1~3월 쇠고기 수입량 전년대비 5.6% 증가한 7만1,000톤
- ◆ 암소 감소로 5~6월 도축마릿수는 전년보다 2~5% 감소 전망
- ◆ 국내 가격 상승으로 수입량 전년보다 7~10% 증가 전망

[가격 전망]

5월 이후 한우 도매가격 전년대비 강세 전망

- ◆ 송아지 감소로 4월 송아지 가격 전년 동월보다 35~60% 상승
- ◆ 4월 한우도매가격 또한 전년보다 15.1% 상승한 13,774원
- ◆ 한우고기 공급 감소와 할인행사로 5월 한우 1등급 도매가격 전년 동월보다 상승한 13,500~14,500원/kg(지육) 전망
- ◆ 6월에도 14,000~15,000원으로 전년과 평년대비 강세 전망



한우 1등급 도매가격 전망치

(단위 : 원/지육kg)

	5월	6월
2014년	13,500~14,500	14,00~15,000
2013년	11,515	12,031
평년	13,821	13,956

4월 한우가격 및 출하동향

구분			평년 (’09~’13)	2013년		2014년		대비(%)	
				3월(A)	4월(B)	3월(C)	4월(D)	C/A	D/B
도축마릿수(마리)			654,734	60,209	58,167	66,456	63,599	10.4	9.3
경매마릿수(마리)			246,000	31,630	30,199	35,030	34,014	10.7	12.6
도매시장 경락가격(원/kg) (수취가격, 천원/마리)	평균		14,167	11,921	11,946	13,796	13,779	15.7	15.3
	거세우		15,256	12,941	13,023	14,561	14,727	12.5	13.1
	비거세우		10,913	10,236	9,671	11,594	11,059	13.3	14.4
가축시장 거래가격 (천원/마리)	암소		4,442	3,492	3,425	4,151	4,117	18.9	20.2
	송아지	암	1,983	1,007	994	1,443	1,587	43.9	59.7
		수	2,124	1,676	1,754	2,193	2,391	30.8	36.3
불고기(1등급/kg)			33,287	33,030	32,519	31,760	32,088	△3.8	△1.3
등심(1등급/kg)			64,477	58,220	58,442	61,020	60,409	4.8	3.4

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

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

* 4월은 1~24일까지 기준임

한우농가 소득 추정('14. 3월 한우평균 도매가격 기준)

등급	도매가격 (원/kg)	가격(A) (천원/600kg)	경영비(B) (천원/600kg)	소득(A-B) (천원/600kg)
1++	17,995	6,446	4,470	1,976
1+	15,828	5,670		1,200
1	13,964	5,002		532
2	11,750	4,209		△261
3	10,199	3,653		△817

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

무엇이든
물어보세요!

황사·미세먼지

황사·미세먼지, 예방만이 살길이다!

중금속 포함한 미세먼지가 더 위험
면역력 떨어뜨려 각별히 주의해야

〈출처 : 동아일보, 베스트베이비〉

지금 대한민국은 중국에서부터 불어오는 황사와 미세먼지 때문에 골머리를 앓고 있다. 우리가 흔히 알고 있는 황사는 중국 사막의 모래먼지가 제트기류를 타고 날아와 생기는 것. 반면에 미세먼지는 중국 상하이와 칭타오 지역에서 발생한 고농도의 대기오염 물질이 편서풍을 타고 날아와 생긴다.

미세먼지 입자 머리카락 굵기 1/8

황사는 대부분 모래바람이기 때문에 그 자체로는 오염물질이 그리 많이 함유돼 있지 않지만 미세먼지는 각종 오염물질을 품은 스모그를 타고 우리나라로 유입되기 때문에 황사에 비해 황산염, 질산염, 암모니아 등의 이온성분과 금속화합물, 탄소화합물 등 더 많은 중금속이 포함되어있다. 무엇보다 큰 문제는 미세먼지의 입자가 머리카락 굵기의 1/8크기로 눈에 보이지도 않을 만큼 미세해 기도에서 걸리지 않고 폐포 깊숙이 침투한다는 것. 인체에 들어와 쌓이기 때문에 각종 호흡기질환을 일으키고 면역력을 떨어뜨리며, 피부에 달라붙어 각종 트러블을 일으킬 수 있다. 게다가 황사와 미세먼지 모두 코 점막을 건조하게 만들므로 천식, 기관지염 아토피, 알레르기 비염을 앓고 있다면 더욱 주의해야 한다.

주의보 발령시 외출자제 청결에 신경

황사나 미세먼지의 피해를 최소로 줄이기 위해서는 아침 저녁으로 방송이나 기상청(전화 131, 홈페이지 www.kma.go.kr)의 예보를 미리 확인하고 대처하는 것이 중요하다. 주의보나 경보가 있는 날은 최대한 외출을 자제하고 집 안 청결과 적정습도 유지에 신경을 쓰도록 하자.

대기 중 초미세먼지 농도가 시간당 평균 $120\mu\text{g}/\text{m}^3$ 이상인 상태가 2시간 지속되면 외출을 자제하고 실내에 머물도록 한다. 공기 중의 미세먼지가 도로나 나무, 건물 등에 내려앉기 때문에 주의보가 해제된 뒤에도 하루 이틀 정도는 외출을 삼가는 것이 좋다. 부득이하게 외출할 때는 식약처에서 인증한 미세먼지 마스크를 꼭 착용할 것. 시중에서 판매하는 천 마스크와 황사 마스크는 $10\mu\text{m}$ 이하의 미세먼지는 걸러낼 수 없기 때문이다. 외출 후 집에 돌아오면 반드시 양치질을 하고 손발과 눈, 코를 비롯한 얼굴을 깨끗이 씻어야 한다.㉞



황사와 미세먼지 예방 생활수칙

1 외출해야 하는 상황이라면 일반 마스크가 아닌, 의약외품
혹은 황사방지용 표시가 붙은 마스크를 착용하라



3 마실 물을 준비
해 수시로 물을
마셔라. 기관지 점막
이 습도를 유지해야
미세먼지가 달라붙지
않는다.



4 공기 청정기를 사용
하라. 구매 시 헤파필
터 등급이 높은(pH13이
상) 제품을 구매하는 게
좋다.



5 배, 해초류, 브로콜
리와 같은 녹황색
채소, 도라지와 녹차 등
은 황사 및 미세먼지 배
출에 도움이
된다.



8 실내습도를 유지하면 공기 중 먼
지가 가라앉아 미세먼지를 줄이는
효과가 있다. 화초와 숲을 이용하여 습
도를 높여주는 것도 방법이다.



9 외출 후 실내에 들어올 때는
옷을 잘 털고 손, 발, 코, 입안
을 깨끗이 씻고 양치한다. 특히 손
의 경우 비누(50% 차단)보다 손소
독제를 사용해야 미세먼지 99%
차단이 가능하다.



2 미세먼지와 황사가 심해 창문을 활
짝여는 환기가 어렵다면, 실내 공중
에 분무기로 물을 뿌리고 바닥의 물기
를 닦는 방식으로 청소를 자주해준다.



6 의류 세탁시 섬유
유연제를 사용한
다. 정전기 방지 기
능이 옷에 먼지가 달
라붙는 것을 방지해
준다.



7 가능하면 도로변 쪽
으로 걷는 건 피한다.
도로변 쪽이 미세먼지
농도가 특히 심하다.



부모님이 진짜 원하는 선물은? '효도여행'

어린이가 받고 싶은 선물은? '스마트폰'

〈출처 : 스포츠동아, 베타뉴스〉

어버이날 부모님들이 가장 받고 싶은 선물 1위로 효도여행인 것으로 나타났다.

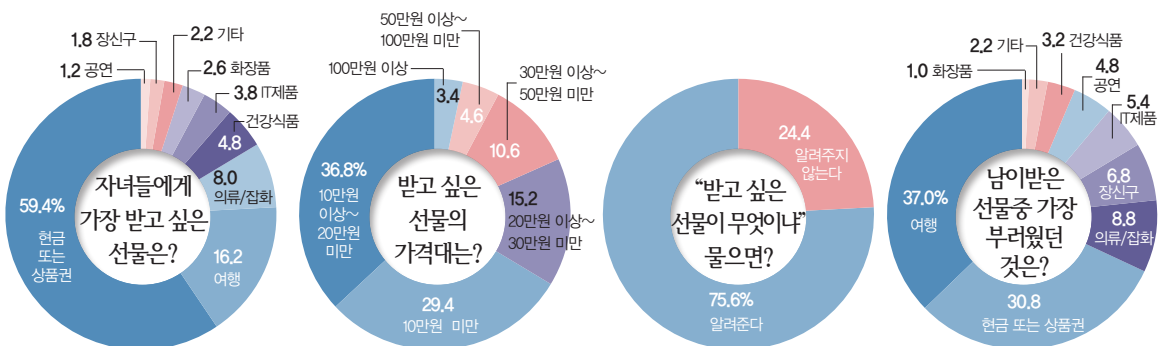
인터파크가 지난 최근 '5월 가정의 달 소비계획'이라는 주제로 설문조사를 한 결과 '자녀에게 받고 싶은 선물' 1위로 효도여행이 뽑혔다.

뒤이어 현금 또는 상품권, 공연티켓, 뷰티상품, 카네이션 꽃바구니, 건강 기기 및 식품 순으로 나타났다.

반면 자녀들은 어버이날 부모님께 드릴 선물로 10만~20만원대의 건강기기 및 식품을 가장 많이 선호하는 것으로 조사됐으며, 이어 효도여행, 화장품 및 뷰티 상품이 각각 2위, 3위를 차지했다. 또 공연 티켓과 카네이션 등 꽃바구니가 뒤를 이었다.

또 이번 조사에서 전체 응답자의 51.1%가 가정의 달 선물금액으로 10~20만원이 가장 적당하다고 응답했으며 작년과의 지출비용을 비교하는 질문에는 작년과 비슷 한 수준이라고 대답한 응답자가 가장 많았다.

이에 반해 와이즈캠프가 회원 600여명을 대상으로 진행한 설문조사에서 초등학교생들은 어린이날 선물로 스마트폰을 가장 선호한다고 응답했다. 뒤이어 유명메이커 의류&신발, 가족과 함께하는 여행, 게임기나 자전거 등 장난감, 나만의 PC 순으로 나타났다. 전체 학생 중 절반이 받고싶은 선물로 스마트폰을 선택했다.㉞



무허가 축사대상 포상금 목적 고발 대규모 발생

지자체 정보공개 요청시 비공개해야

최근 포항, 영천, 청원 등지에서 무허가 축사에 대해 포상금을 목적으로 고발사례(일명 축파라치)가 대규모로 발생해 이에 따른 주의가 요구되고 있다. 이른바 ‘축파라치’라고 불리는 고발자들은 ‘정보공개법’을 이용해 시·군에 무허가 축사 현황(배출시설 허가증)을 요구 후 ‘환경범죄 등의 단속 및 가중처벌에 관한 법률’에 따른 ‘환경법위반행위’로 신고하여 건당 20만원의 포상금을 받는다. 이를 예방하려면 ‘정보공개법’에 따라 시·군은 고발자가 무허가 현황을 요구 시 농가에게 정보공개 요청을 알리게 되어

있어 이 때 정보공개법 제9조에 따라 ‘정보 비공개’를 요청해야 한다. ㉞



비공개 요청 절차

축파라치가 지자체에 무허가 축사 보유현황 정보공개를 요청 ⇨ 지자체는 해당 정보를 축산농가에게 제3자 공개 여부를 통보 ⇨ 축산농가는 제3자 의견서(비공개요청서)를 3일 이내 지자체에 제출 ⇨ 지자체는 의견서 확인 후 비공개 여부 결정

애독자 코너

올해부터 한우농가의 많은 소식과 의견을 전하기 위해 독자코너를 신설하고자 합니다. 주제와 분야는 제한이 없으며 분량은 글(A4 용지로 10포인트로 2/3)이나 사진, 그림 등은 1개로 제한됩니다. 게재를 요청하시는 분은 아래 주소나 이메일로 보내주시기 바라며, 소식지에 게재될 경우 10만원 상당의 농산물 상품권을 드리오니 한우농가의 많은 참여 부탁드립니다.

* 이번달 애독자 퀴즈입니다. *

한우자조금은 성장기 아이가 먹어야 할 요리 레시피가 담긴 ‘○○○○○○○○’이란 책을 출간했는데 책 제목은 무엇일까요?

한우자조금 소식지 17페이지를 참고해주시기 바라며, 정답을 아시는 분은 한우협회, 한우자조금 홈페이지에 올려주세요.

우편접수도 가능하오니 아래 접수처를 참고하시기 바라며 반드시 전화번호를 같이 적어주시기 바랍니다.

정답을 게재하시는 분 중 추첨을 통해 5만원 상당의 농산물 상품권을 드립니다.

우편접수처 : 서울시 서초구 중앙로 6길 9 제2축산회관 2층 전국한우협회 한우자조금소식지 담당자 앞
우편번호 137-878 (독자코너 투고용 이메일 : 025251053@hanmail.net)

4월호 애독자퀴즈 당첨자

박명규(경북 포항시), 김장석(충남 아산시), 류우권(전북 고창군),
고경임(전북 군산시), 안종배(충남 예산군), 차상례(대구 서구),



2014 한우홍보대사 송소희

신뢰를 위한 선택 우리한우판매점 모집

우리한우판매점은 한우에 대한 소비자의 신뢰와 안정적인 소비기반 확보를 위하여 생산자 단체가 **한우를 100% 판매하는 전문점**을 선정하는 제도입니다.

모집기간 2014. 5. 7(수) ~ 5. 30(금)

신청대상 한우를 100% 판매하는 음식점 및 정육점

문의전화 전국한우협회 사업관리국(02-525-1053 / 내선 109, 110)

*안내자료와 신청서식은 전국한우협회 홈페이지(www.ihanwoo.org) 공지사항 참조