

한우농가 교육영상제작
횡성축협한우 브랜드
직거래 매장 및 식당 우수사례



소속 : 횡성축협
강사 : 양현석

1. 횡성축협한우 브랜드 관리

- 횡성축협한우 브랜드의 정의

Major Brand

- 지리적 표시제를 바탕으로 횡성 산 숫송아지를 **7개월** 이내 거세 후 고급육매뉴얼에 의해 비육되어진 후 생후 30개월령 전후에 출하되는 **1등급이상** 거세우

Sub Brand

- Major Brand 밑 소 생산 번식암소(경산우, 자체인증암소) 중 Sub Brand 매뉴얼에 의해 비육되어진 후 생후 64개월령 이내에 출하되는 **암소 및 1등급미만** 거세우

Prime Brand

- 암송아지 **선형심사 및 유전적 육종가 평가결과 저능력 판정**받은 개체 및 농협 한우종합시스템에 생후 13개월령 이후부터 3회이상 수정기록은 있으나 수태가 되지 않은 생후14개월 이상 18개월이하의 불임우, 프리마틴등 Prime Brand매뉴얼에 의해 비육된 **생후33~36개월**에 출하되는 **암소**

1. 횡성축협한우 브랜드 관리

- 횡성축협한우 브랜드 사육현황 (기준 2014. 6월말)

농가수	암소	수소	거세	소계	비고
전체 1,624호	29,770	5,310	13,680	48,760	
브랜드농가 1,204호	23,249	5,129	12,066	40,444	82.9%

- 횡성축협한우 브랜드 년도별 도축현황

년도별	2010	2011	2012		2013		비고
	거세	거세	거세	암소	거세	암소	
도축두수	4,166	4,435	3,972	2,196	4,806	2,889	

- ✓ 2012년부터 서브브랜드(경산우) 출하 실시로 사육농가의 번식암소의 부가가치 상승에 따른 농가 소득증대 향상

2. 횡성축협한우 유통

- 횡성축협한우 유통체계도

조합원은 생산에 전념, 조합은 전량 직거래 유통



2. 횡성축협한우 유통

- 횡성축협한우 하나로 마트 현황
 - ▶ 횡성축협하나로 마트를 이용한 조합원 농산물 직거래 장터 운영



본점 하나로마트



둔내점 하나로마트

2. 횡성축협한우 유통

- 전문 한우프라자 매장 운영

매출 현황

(2013년 말) (단위 : 백만원)

구분	계	식당	정육	기타
본점	4,118	4,012	105	
우천점	3,886	2,223	1,663	
새말점	5,971	3,582	2,387	
인천점	3,446	2,414	1,032	
둔내점	7,557	1,420	3,299	2,836(주유)

프라자사업효과

249억원

- 횡성축협 조합원이 생산한 축산물을 100% 전량 직접 소비자에게 중간유통 없이 전량 판매할 수 있는 발판을 마련
- 구매중심에서 외식중심으로의 소비패턴에 적응함으로써 판매확대
- 소비자가 직접 볼 수 있고 맛볼 수 있는 공간을 제공함으로써 **횡성축협한우**의 브랜드 가치를 제고하고 소비 확대를 추진하여 농가소득 증대 기여



3. 체험프로그램 및 팜랜드 '인목원' 운영

- 소비자와 함께 하는 고구마 심기 체험프로그램 운영
- 횡성축협한우 관광목장인 인목원 운영



4. 우수사례의 시사점

**판매를 넘어 소비자와 교류를 통한
상생 노력**



매출증대, 판로확대



경제사업 활성화