

“면역·행복·젊음·활력, 한돈에 다 있다!”

한돈의 가치와 매력 다각도로 전파

한돈자조금관리위원회(이하 한돈자조금)가 금일 8월 27일(수), 한돈 공식 유튜브 채널을 통해 '2025 한돈 명예홍보대사 디지털 광고'를 공개한다.

이번 명예홍보대사 디지털 광고는 국민 식재료인 한돈의 영양학적 가치와 매력을 친근하고 위트 있게 담아내며, 소비자와 한돈을 더욱 가깝게 잇는 것을 목표로 한다.

광고 영상은 올해 한돈 홍보 캠페인 슬로건인 “한계 없는 능력, 한돈”을 바탕으로 행복 호르몬 세로토닌을 만드는 트립토판, 면역력 향상과 피로회복에 도움을 주는 비타민B1, 영국 BBC선정 슈퍼푸드 돼지기름(라드) 등 한돈의 장점을 다채롭게 풀어낸다.

무엇보다 이번 광고에는 대중에게 친근하면서도 신뢰감을 주는 '2025년 한돈 명예홍보대사' 4인이 출연했다. 이들은 “끝이 없는 한돈의 능력을 전하는 방송”이라는 콘셉트에 맞춰 각자의 전문 분야를 살린 방송 포맷으로 시청자들의 눈길을 사로잡는다.

먼저, 개그맨 윤택은 교양 프로그램 형식으로 ‘행복 호르몬’을, 배우 이세창은 드라마 패러디로 ‘젊음과 항산화’를 강조하며 한돈의 영양학적 가치를 재미있고 신

선한 방식으로 전달한다.

또한, 방송인 이용식은 흡소빙 무대로 ‘활력과 항피로 효과’를, 한의학박사 한동하 원장은 의학 정보 방송으로 ‘면역력’을 강조하며 시청자들에게 신뢰감과 재미를 동시에 선사한다. 출연진들은 각각 다른 장르 속에서 한돈의 우수성을 유머러스하면서도 전문적으로 풀어내 한돈이 가진 가치를 더욱 설득력 있게 전달했다.

이처럼, 기존의 단순한 정보 전달형 광고에서 벗어나, 재미와 흥미, 그리고 실질적인 영양 정보를

동시에 전하는 멀티 포맷 광고로 차별화했다는 점이 눈에 띈다.

한돈자조금 손세희 위원장은 “한돈은 국민 누구나 즐길 수 있는 건강한 식재료”라며, “이번 광고는 한돈 명예홍보대사들이 익숙한 방송 포맷 속에서 위트 있게 메시지를 전하는 것이 특징이다. 소비자들이 영상 속 인물들과 함께 웃고 공감하며, 한돈의 무한한 매력을 생활 속에서 발견하길 바란다”고 말했다.

한돈자조금은 이번 디지털 광고를 시작으로 2025년 하반기에도 소비자와 한돈의 새로운 접점을 넓혀갈 계획이다. 특히, 다가오는 9월 21일(일) 경기 하남시

미사경정공원에서 러닝대회인 ‘2025 한돈런’을 개최한다. ‘2025 한돈런’은 ‘러닝 후 에너지 보충에는 한돈이 최고!’라는 콘셉트로, 단순한 달리기 대회를 넘어 건강한 먹거리로서 한돈의 가치를 알리고 소비자가 직접 체험할 수 있는 축제의 장이 될 것으로 기대를 모으고 있다.

한편, 올해로 14기를 맞은 ‘2025 한돈 명예홍보대사’는 총 15인으로 기고, 인터뷰 등 전문가 자문은 물론 한돈자조금 행사 참여, SNS 채널을 통한 홍보 활동에 적극 참여한다.

김경수 기자
kyungsuk@nonguetimes.com



▲2025 한돈 명예홍보대사 디지털 광고(한돈자조금 제공)

“맛으로 잇고, 마음으로 나누는 한우 캠페인”

2025 소비촉진 캠페인 ‘한우 잇다’ 전개

한우자조금관리위원회(위원장 민경천, 이하 한우자조금)는 한우의 다양한 맛과 가치를 전 세대와 전 세계에 알리는 데 국민 소비촉진 캠페인 ‘한우 잇(EAT)’다 : 모두를 잇다, 먹다, 즐기다를 본격 전개한다.

이번 캠페인은 다양한 한우 부위의 우수성과 활용 가치를 공감할 수 있도록 알리는 한편, 한국을 방문하는 외국인들이 반드시 경험해야 할 대표적인 미식으로 한우의 위상을 높이는 데 주력한다. 이를 통해 국내외 소비자 모두에게 한우만의 특별함을 적극 알릴 계획이다.

또한 경기침체와 물가 상승이라는 어려운 환경 속에서도 한우가 전하는 따뜻한 위로와 기쁨의 이미지를 널리 전파하며, 건강한 식문화 정착을 목표로 한다.

한우명예홍보대사, 미디어, 유관 기관과 협력해 한우의 매력을 직접 체험할 수 있는 다양한 프로그램으로 한식의 흥원과 협업한 외국인 대상 쿠킹클래스가 있다.

참가자들이 직접 한우 요리를 만들고 시식하는 체험형 구성으로, 외국인들에게 잊지 못할 경험을 선사하며, 한우의 품질과 품격을 생생하게 알린다. 이를 바탕으로 글로벌 시장에서 한우 소비 확대의 토대를 마련할 예정이다.

아울러 미디어 시사회에서는 평소 접하기 어려운 토종 품종 한우인 흑우, 청소, 황우를 한 자리에서 맛보고 비교하



▲한우자조금 제공)

는 기회를 제공한다. 품종별 한우의 특색과 품미를 직접 경험하면서 한우의 다양성과 미식 가치를 재조명하고, 소비자 관심을 높여 가치 확산을 도모할 계획이다.

광복 80주년의 의미를 되새기고, 독립운동의 희생과 헌신에 대한 감사하는 마음을 담아 세대를 잇는 한우 나눔 활동도 펼칠 계획이다.

한우자조금은 이번 캠페인 론칭을 시작으로 SNS 이벤트와 쿠킹클래스, 미디어 시사회, 기획보도, 방송·디지털 홍보까지 단계적으로 이어가며, 한우의 접근성과 친근감을 높이는 다양한 채널을 통해 국민과의 접점을 확대한다.

민경천 한우자조금관리위원장은 “올해 ‘한우 잇(EAT)’ 캠페인은 한우의 다양한 매력과 가치를 직접 체험하고 공감할 수 있도록 기획했다”며, “누구나 일상에서 한우를 친근하게 즐기고, 그 의미를 자연스럽게 나눌 수 있도록 다채로운 프로그램을 지속적으로 선보이겠다”고 말했다.

한명덕 기자
press582@nonguetimes.com

농협사료, 쌀·우유 소비촉진 운동 전개

건강한 식생활 확산 위해 전사적 캠페인 실시

농협사료(대표이사 정중태)는 쌀과 우유 소비 감소로 어려움을 겪는 농가를 지원하고 국민의 건강한 식생활 확산을 위해 ‘쌀·우유 소비촉진 운동’을 본사를 비롯한 전국 12개 사업장에서 본격적으로 전개한다.

최근 쌀 소비량은 꾸준히 감소

하고 있으며, 수입 유제품의 확산으로 국산 원유 납유량도 줄어들어 낙농가의 경영 악화와 폐업 위기가 심화되고 있다. 이에 농협사료는 임직원 실천을 통한 소비 확대와 사회적 공감대 형성을 목표로 이번 캠페인을 추진한다.

정중태 대표이사는 “농협사료

임직원부터 솔선수범해 소비문화를 확산하고, 농업·농촌과 상생하는 기업으로서의 역할을 다 하겠다”고 말했다.

농협사료는 앞으로도 유관기관과의 협력을 강화하고 다양한 사회공헌 활동을 통해 쌀·우유 소비 확대와 농가 소득 안정에 기여할 계획이다.

강태영 기자
ktya0712@daum.net

산란계 사육면적 확대 앞두고 농가 ‘한숨’

송옥주 “환경부와 TF 꾸려 현실적 대안 마련해야”

올 9월부터 산란계(알 낳는 닭) 마리당 사육면적이 기존 0.05㎡에서 0.075㎡로 확대된다. 동물복지지향 정책이지만, 현장 농가에서는 “규제 탓에 시설 개선을 해도 효과가 없다”며 깊은 한숨을 내쉬고 있다.

농립축산식품부는 건폐율을 40%에서 60%로, 계사 층고를 9단에서 12단으로 높여 사육면적을 확보할 수 있다는 대책을 내놨다.

하지만 현실은 다르다. 가축분뇨법상 축사 증·개축은 변경신고만으로 50%까지 가능하나, 시·군 지자체가 분뇨 총량 규제

를 이유로 20% 이내 증축만 허용하고 있기 때문이다.

이에 따라 농식품부가 밝힌 것처럼 사육면적을 50% 넓히는 것은 사실상 불가능하다. 실제로는 20% 늘리는 데 그쳐, 계란 생산량이 10% 이상 줄어들 수밖에 없다는 게 업계의 전망이다.

한국산란계협회 관계자는 “농식품부 대책대로라면 계란 공급 차질이 없겠지만, 현장에서는 규제에 막혀 시설 개선 효과가 반감된다”며 “계란값 불안정이 불가피하다”고 우려했다.

농가들의 고민은 투자 규모에서도 드러난다. 한 농가는 “수입

역 원을 들여 축사를 현대화해도 사육 밀도 규제와 분뇨 총량 규제에 막히면 실질적으로 늘어나는 면적은 미미하다”며 “정책은 발표됐는데 정작 농가가 따라갈 수 없는 상황”이라고 토로했다.

정지권에서도 문제 제기가 이어졌다. 더불어민주당 송옥주 의원은 “농가들이 사육면적 확대에 맞춰 시설 현대화를 준비하고 있지만, 현장 규제에 막혀 추진이 어렵다”며 “환경부와 농식품부

가 TF를 구성해 규제를 풀고 현실적인 대안을 마련해야 한다”고 촉구했다.

실제로 지난 26일 국회 농림축산식품해양수산위원회 회의에서 임미애 의원은 “환경부와 협의도 없이 농식품부가 대책을 발표했다”고 지적했고, 이에 송미령 농림축산식품부 장관은 “환경부와 협의체를 꾸려 규제 해소 방안을 마련하겠다”고 답했다.

현장 농가의 불만은 여전하다. 계란 생산이 줄면 결국 소비자 가격에도 직격탄이 될 수 있다는 이유에서다. 업계 한 관계자는 “산란계 사육면적 확대가 동물복지와 계란값 안정 등 마리 토끼를 다 잡는 정책이 되려면, 먼저 농가가 숨 쉴 수 있는 규제 개선이 선행돼야 한다”고 말했다.

김대경 기자
press@nonguetimes.com

아침밥 먹기 캠페인 우유 음용 활성화 야간근무자 지원

도매시장 거래, “선택의 폭”이 넓어졌습니다



경제·입찰
품목별로 정해진 시간에 공개적·경쟁적 거래를 통하여 수급사정을 반영한 가격에 낙찰



정가매매·수의매매
출하자와 구매자가 제시하는 다양한 조건(가격, 물량 등)을 기초로 도매시장법인(경매사)이 거래를 주관



전자거래(상·물 분리거래)
도매시장법인이 운영하는 ‘전자거래시스템’을 통해 거래하면 물건을 산지에서 구매처로 직송



예약거래
도매시장법인과 상의하여 미리 예약거래 (3일, 7일, 한달, 시즌별 등)