전국한우협회, 농식품부 예산 증액·여야 협력 촉구

농식품부 2027년 예산안, 상임위 증액 없이 예결위로 넘어가

전국한우협회가 2027년도 농림축산식품부 예산안에 한우산업의 경영안정과 유통구조 개선을 위한 핵심 사업 예산을 반영해 달라며 여야 정치권의 초당적 협력을 촉구했다.

협회는 17일 성명을 통해 지난 11일 농림축산식품부 소관 2027년도 예산안과 기금운용계획안이 국회 농림축산식품해양수산위원회에서 추가 증액 없이 예산결산특별위원회로 넘어간 데 대해 우려를 표명했다.

협회는 정부 예산안에 누락된 주요 사업의 증액이 상임위 심사 과정에서 이뤄져야 하지만, 농축산 현장의 요구가 반영되지 못했다며 예결위 심사에서 실질적인 예산 확대가 필요하다고 강조했다. 특히 내년도 예산안에 포함된 축산발전기금 채무상환과 농업발전기금 통합안에 대해서는 축산 분야 재정 기반을 강화하고 정책 추진의 안정성을 높일 수 있다는 점에서 긍정적으로 평가했다.

다만 기금 통합의 절차적 정당성과 재정 운용의 적정성을 둘러싼 야당의 우려가 남아 있는 만큼, 정치적 대립으로 농축산 분야에 필요한 예산 확보가 지연돼서는 안 된다고 지적했다. 협회가 예결위 반영을 요구한 핵심 사업은 '자조금 예산 증액'과 '축산물 직거래판매장 조성사업' 등 두 가지다.

자조금 예산 확대는 한우 소비촉진과 할인행사를 통해 소비자 물가 부담을 완화하고, 수급 불안과 가격 변동에 선제적으로 대응하기 위한 조치라는 설명이다.

축산물 직거래판매장 조성사업은 유통단계를 줄여 농가 수취가격을 높이는 동시에 소비자에게 합리적인 가격으로 한우를 공급할 수 있도록 유통구조를 개선하는 사업이다.

협회는 한·메르코수르 무역협정 협상 재개 추진과 포괄적·점진적 환태평양경제동반자협정(CPTPP) 가입 논의 등 시장 개방 가능성이 확대되는 상황에서 한우농가의 판로 확보와 유통 경쟁력 강화를 위한 정부 지원이 필요하다고 주장했다.

전국한우협회는 "지금 시급한 것은 여야의 대립이 아닌 농업 예산 증액을 위한 초당적 협력"이라며 "정치권이 현장의 목소리에 귀 기울이고 농가 경영 안정과 한우산업 경쟁력 확보에 필요한 예산을 국회 심사 과정에서 반드시 반영해야 한다"고 촉구했다.

김경수 기자
kyungsuk@nonguptimes.com

닭 몸무게·달걀 무게 차이, 단서 찾았다

농진청, 성장 시기별 몸무게 관련 유전마커 발굴

농촌진흥청 국립축산과학원은 닭의 몸무게와 관련된 유전마커 10종을 발굴하고, 이 가운데 일부는 달걀 무게와도 관련이 있음을 확인했다고 밝혔다.

닭을 개량할 때는 몸무게와 달걀 무게 등 원하는 특성을 고려해 다음 세대의 아비·어미가 될 닭을 고른다.

이러한 특성과 관련된 유전정보를 알면 몸무게나 산란 기록과 함께 선발에 필요한 참고 자료로 활용할 수 있다. 유전마커는 개체마다 다른 디엔에이(DNA) 특징을 구분하는 표지다.

연구진은 오계와 백색레그혼을 교배해 얻은 2세대 닭 집단을 대상으로 유전정보와 몸무게·달걀 무게의 관계를 분석했다. 또한, 성장에 따른 차이를 살펴보기 위해 생후 8·16·24·32주의 몸무게와 생후 20~40주에 낳은 달걀의 평균 무게를 비교했다.

이를 바탕으로 여러 성장 시기의 몸무게에서 반복적으로 연관성이 확인되고, 주변 유전자의 기능을 추가로 연구할 수 있는 유전마커 10종을 선정했다.

이 중에는 생후 8주부터 32주까지 모든 측정 시기의 몸무게와 관련된 유전마커가 있었다. 일부는 몸무게뿐 아니라 달걀 무게와도 관련이 있는 것으로 나타났다.

이번 연구는 닭의 성장 과정에서 나타나는 몸무게 차이와 달걀 무게를 이해하는 데 필요한 유전정보를 확보했다는 데 의미가 있다. 특히 두 특성에 공통으로 관련된 마커는 몸무게와 달걀 무게를 함께 고려하는 개량 연구의 기초 자료가 될 것으로 기대된다.

이번 연구에서 발굴한 유전마커 10종과 관련된 기술은 특허 출원됐다. (출원명: 닭 주령별 체중 및 난중 형질 분석용 SNP 마커 및 이의 용도, 출원번호: 10-2026-0218200).

연구진은 앞으로 가금연구센터가 보유한 다른 닭 집단에서도 같은 연관성이 나타나는지 확인할 계획이다.

이를 통해 이번에 찾은 유전마커를 원하는 특성을 가진 닭을 선발하는 데 활용할 수 있는지 평가할 예정이다.

농촌진흥청 국립축산과학원 가축개량평가과 박병호 과장은 "닭을 개량하려면 몸무게와 달걀 무게 등 주요 특성에 어떤 유전정보가 관련되는지 파악하는 것이 중요하다."라며, "이번에 찾은 유전마커를 다른 닭 집단에서도 검증해 개량에 활용할 수 있는 기초를 다지겠다."라고 밝혔다.

한명덕 기자
press582@nonguptimes.com



▲우리맛닭 실용계

농협사료 군산바이오, 홈페이지 전면 개편

12월 3일까지 회원가입·리뷰 이벤트 진행

농협사료 군산바이오(장장 정민석)가 기존 유선 중심의 주문·응대 방식에서 벗어나 온라인 고객 접점을 확대하기 위해 홈페이지를 새롭게 단장하고, 이를 기념해 오는 12월 3일(목)까지 고객 참여 이벤트를 실시한다.

이번 리뉴얼은 고객들이 보다 편리하게 제품을 확인하고 주문할 수 있도록 온라인 쇼핑몰 기능을 강화하고 디지털 소통 환경을 구축하는 데 초점을 맞췄다.

군산바이오는 새 단장한 홈페이지를 통해 단순 제품 안내를 넘어 판촉과 소통이 어우러지는 온라인 마케팅 채널로 도약한다는 방침이다. 리뉴얼 오픈을 맞아 진행되는 이번 이벤트는 개편된 홈페이지의 이용을 활성화하고, 현장의 생생한 제품 사용 후기를 수렴하기 위해 마련됐다.



▲농협사료 제공

참여를 원하는 고객은 군산바이오 홈페이지에 회원가입을 한 뒤, 제품 구매 후기나 응원 메시지를 작성하면 자동으로 응모된다.

군산바이오는 고객들의 참여 접근성을 높이기 위해 절차를 간소화했으며, 응모자 중 추첨을 통해 ▲1등 스마트TV(1명) ▲2등 무선 이어폰(3명) ▲3등 농촌사랑상품권 5만 원권(10명) 등 푸짐한 경품을 증정할 예정이다.

정민석 군산바이오 장장은 "이번 홈페이지 개편은 고객들에게 더욱 편리한 디지털 주문 환경과 소통 창구를 제공하기 위한 변화"라며 "새롭게 단장한 홈페이지에서 많은 고객이 제품 사용 경험을 나누고 다양한 혜택도 받아 가시길 바란다"고 밝혔다.

정영란 기자
yungran528@hanmail.net

가축위생방역지원본부, 하반기 가축방역사 양성교육 추진

가축위생방역지원본부(본부장 김정희, 이하 위생방역본부)는 국가 가축방역 업무의 효율적인 수행에 필요한 현장 전문 인력 양성을 위해, 지난 11월 10일부터 13일까지 3박 4일간 홍익대학교 국제연수원에서 '2026년 하반기 가축방역사 양성교육'을 실시했다.

가축방역사는 전염병의 발생과 확산을 예방하고, 축산농가의 방역수준을 향상시키기 위해 현장에서 예찰, 시료채취, 방역점검, 위생지도 등의 업무를 수행하는 가축방역 전문인력으로, 현장에서 중요한 역할을 추진하고 있다.

특히, '25년도 부터 지방정부 소속 인력까지 대상을 확대함으로써 가축 방역관의 업무 부담을 완화하고, 지역 단위의 방역인력 확충을 통해 방역대응 역량을 강화하는데 중점을 두었다.

이번 교육은 3박 4일간 진행되었으며, ▲가축방역 사업 및 관련 법령 ▲가축방역사의 임무와 역할 ▲가축질병 초동방역 ▲전화예찰 및 농장정보 관리 ▲축종별 시료채취 ▲현장 안전관리 등 실무 중심의 총 20개 과목으로 구성됐다.

위생방역본부는 이번 교육이 고병원성 조류인플루엔자(HPAI), 아프리카돼지열병(ASF), 구제역(FMD), 럼피스킨(LSD) 등 주요 가축전염병의 발생 동향과 방역대책을 공유하고, 농장 차단방역 및 축산농가 민원대응 요령 등 현장 대응능력과 직무 전문성을 강화하는데 중점을 두었다고 밝혔다.

김정희 가축위생방역지원본부장은 "앞으로도 현장 수요를 반영한 체계적인 교육과 전문인력 양성을 통해 가축방역 업무의 효율성을 높이고 국가 가축방역체계 강화에 기여하겠다"고 말했다.

한우자조금, '제34회 한국PR대상' 우수상 수상

맞춤형 체험·나눔활동까지 다각적 활동 전개

한우자조금관리위원회(위원장 민경천, 이하 한우자조금)는 올해 추진한 한우 소비촉진 캠페인 '한우가 답하다'가 지난 13일 서울 소피텔 앰배서더에서 열린 '제34회 한국PR대상'에서 기업·마케팅 PR 기타 부문 우수상을 수상했다고 밝혔다.

이로써 한우자조금은 지난해 PR우수상에 이어 2년 연속 수상 행진을 이어가며 차별화된 홍보 역량을 입증했다.

한국PR대상은 한국PR협회가 주관하는 국내 대표 PR 시상식으로, 매년 우수한 PR 활동 성과를 심사해 수상작을 선정한다.

이번 수상은 고물가 속에서 단순히 한우의 맛과 영양에 대한 홍보를 넘어, 소비자 맞춤형 소통과 사회공헌 활동을 유기적으로 연계해 한우의 다채로운 가치를 전달했다는 점에서 의미가 있다.

'한우가 답하다' 캠페인은 한우자조금이 종합PR컨설팅 기업 ㈜피알와이드와 협력해 추진한 소비촉진 캠페인으로, 소비자가 한우를 선택하는 이유를 다각적인 관점에서 제시하고, 한우의 본질적 가치를 알리는 데 중점을 뒀다.

특히 한우의 가치를 헤리티지·영양·미식·문화·상생의 관점으로 확장하고, 다양한 소비자층 라이프스타일에 맞춘 프로그램을 통해 한우에 대한 긍정적 인식과 소비 접점 확대에 기여했다.

대표 프로그램인 '한우가 답하다 토크콘서트'는 전문가 시각에서 한우에 대한 궁금증을 풀어내며 캠페인 메시지 신뢰도와 전문성을 높였다.

미디어 관계자와 푸드·라이프스타일 인플루언서 등 30명을 초청한 가운데, 한우 명예홍보대사인 황인철 전문의와 식육전문가 김태경 박사가 패널로 참여해 한우의 역사적 의미부터 마블링과 적색육에 대한 오해와 진실까지 의학·식육학적 관점에서 설명했다.

한명덕 기자
press582@nonguptimes.com

