

# 포천백운한우(한창목장)



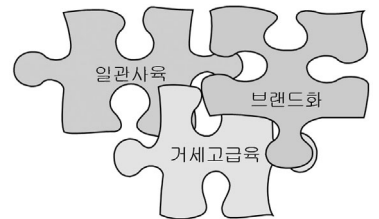
글 권순성  
한우개량부

## 백운한우 김인필 대표(한창목장)의 한우사육 동기

김인필 대표(경기북부한우협동조합장, 경기도한우개량동우회장)는 한우를 시작하기 전 낙농가로서 1996년 젖소검정회를 설립하여 활동하면서 1997·98년에 17,600농가 중에 종합평가 1위와 2위에 랭크되는 농장을 경영하기도 하였다. 이와 같이 김인필 대표는 낙농가로서의 경영도 열심히 하였으나 우연한 계기로 한우에 관심을 가지게 되면서 본격적으로 한우에 입문하게 되었다. 김인필 대표는 한우에 입문하게 된 동기에 대해 “한우야말로 연령제한이 없는 사업으로 공산품과 달리 수익이 2~3배나 되며 외상장사가 아니고 정부의 정책적인 지원 하에 있는 유망한 사업일 뿐만 아니라 대물림 사업으로도 훌륭하다”고 강조하여 말한다. 또한 우리 민족 고유 유전자원인 한우를 지키는 일 또한 보람된 일이라 말한다.

## 백운한우의 기본방향

- 일관된 사육시스템으로 안정된 고급육 생산
- 브랜드화로 판로확보 및 인지도 재고



정부의 기본정책



포천백운한우



• 거세를 철저히 하여 고급 육 생산



### 백운한우 추진 및 배경

2001년 쇠고기 수입 자유화를 앞두고 한우의 살길은 브랜드화 밖에 없다는 판단아래 포천의 한우농가들은 2000년 3월에 백운한우 영농조합법인을 설립하고 특허청에 상표등록을 하였다. 밀려오는 수입 쇠고기



의 파고 속에서 소비자의 신뢰를 바탕으로 하지 않고는 한우의 설자리가 없다고 판단한 것이다.

산업과 협약을 체결하여 2004년 도곡동 타워팰리스(TP)점을 오픈하게 되고 이듬해인 2005년 10월6일에는 송파구 방이동 현대마트 및 2006

백운한우는 경기도 고품질한우경진대회에서 브랜드 개인부문 3년 연속 입상하였고, 제1회 및 제2회 우리 축산물 브랜드전에 참가하는 등 활발한 브랜드 홍보활동도 열심히 하였다.

백운한우는 소비자의 신뢰를 얻기 위해 첫째로는 개량을 통한 우수한 품질 둘째로는 믿고 먹을 수 있는 안전한 고기 셋째로는 체계적이고 효율적인 유통체계를 갖추는 것이 급선무란 생각을 하게 되었다.

백운한우는 이러한 과제를 풀기 위하여 개량사업에 참여하고 친환경적인 축사 및 조사료 생산기반을 조성하였으며 판로를 위한 유통에도 관심을 가지면서 C&C FOOD라는 쇠고기 전문 유통업체와 제휴하였고 2003년 벽제외식



년 3월 도곡동 대농마트에 각각 입점하면서 판로확보에 성공하게 되었다.

### 일관사육을 위한 준비

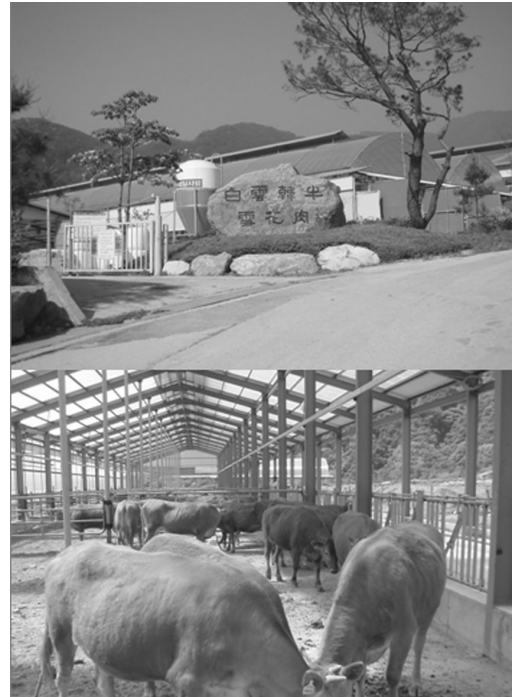
김인필 대표는 일관사육이야말로 개량과 우수한 밀소를 생산하는데 있어서 밑거름이라고 말한다. 또한 전염병을 미연에 방지하는 데에도 큰 몫을 한다고 강조하였다.

백운한우회 설립초기에 혈통있는 우수한 능력의 한우 생산기반을 조성하기 위해 등록사업에 참여하여 기초등록우 956두를 확보하게 되었다. 하지만 기초등록우를 조성하는 과정이 그리 순탄치 않아 결국 전국 최초로 한우협회 지부에서 자체 등록사업을 획득하였다.

백운한우회에서는 지속적인 교육으로 사양 기술을 높여 브랜드 경쟁력을 높였고 자가인공 수정교육을 실시하여(총7회, 175명) 자가 인공 수정 비율을 높이면서 콘테이너(질소통)와 주입기를 보급하였다. 또한 각 농가의 시설과 환경 개선(스탄촌, 송아지방, 멀티팬, 지붕개량)등을 위해 지역특화사업을 현실성 있게 책정하였다.

### 경영방침

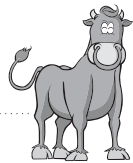
김인필 대표는 경영방침의 첫 번째는 깨끗한 환경을 꼽는다. 깨끗한 환경이야말로 경영방침에서 선행되어야 할 가장 기본이며 중요하다고 말하면서 농장에 오면 깨끗하다는 인식을 심어 한우산업이 결코 공해산업이 아님을 증명하여



야 한다고 강조하였다. 경영방침의 두 번째는 고급육 생산이라고 말한다. 고급육 생산을 위해서는 전 두수의 등록은 필수이고 초음파 진단을 통해 능력이 우수한 밀소를 확보해 나가며 비육우는 반드시 거세를 하고 사료급여시스템 또한 철저히 지켜 고급육 출현 비율을 높여 나간다는 방침을 세워 놓고 노력하고 있었다.

### 시장과 환경의 변화

앞으로 있을 FTA 체결 등으로 수입쇠고기에 비해 가격경쟁력에서 뒤진 한우는 양보다 질로서 승부를 걸어야 한다고 김인필 대표는 거듭 강조하여 말한다. 물론 좋은 육질을 생산하는 것도 중요하지만 브랜드화로 인지도를 높



이면서 대규모화된 사육규모로 경쟁을 하여야 한다고 말한다. 특히 위생적인 제품과 규격화된 제품생산이 이루어 질 수 있도록 노력해야 한다면서 앞으로는 정육점이 사라지고 대형마트, 백화점으로 유통구조가 바뀌어 브랜드화, 대규모화, 규격화만이 앞으로 한우산업이 살아 나갈 길이라 말한다.

### 환경변화에 따른 준비

앞으로 백운한우 단독으로는 시장변화에 대처하기 힘들어 광역브랜드를 출범을 준비 중이다. 2005년11월, 경기북부 9개시군의 대표모임을 결성하였으며 2006년 2월에는 산지축산물생

산유통지원사업신청을 하여 2006년 5월에 산지축산물생산유통지원사업을 승인 받았다. 또한 2006년 3월에는 경기북부한우조합 사무실을 개소하고 2006년 4월에 경기북부한우협동조합 창립총회를 개최하여 조합을 설립하였다.

### 브랜드의 차별화 전략

김인필 대표는 브랜드 차별화를 위해 다음과 같은 일을 끊임없이 추구하면서 노력해야 한다고 말한다.

- 환경과 시설  
우리나라 지형상 산악지대를 제외하면 실제





로 주거할 수 있는 면적이 그리 많지 않기 때문에 목장주위의 주민이 있을 수밖에 없으며 이로 인해 많은 민원이 생길 수 있고 축사를 원하지 않는 곳으로 이동해야 하는 일이 벌어질 수 있다. 이를 막기 위해서는 파리, 악취, 하천오염 등을 없애야 하고 이를 위해서는 두당 사육면적이 10m<sup>2</sup>~17m<sup>2</sup> 되어야 하며 우사구조(환기팬, 지붕재, 이동통로, 좌우여단이분), 계체, 급여시설을 개선해야 한다. 또한 우사주변을 정원화하여 환경개선을 하여야 한다.

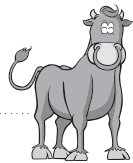
• 급여형태

광우병의 시초는 영국이며 이는 소에게 양

의 육골분 사료를 급여함으로써 발생하였다. 구제역 또한 수입사료원료로부터 들어왔다는 설이 가장 설득력 있다. 이처럼 사료야말로 가장 치명적인 문제를 일으킬 수 있다. 위와 같은 질병을 막기 위해서는 국내산조사료를 생산하는 방법을 강구해야 할 것이다. 김인필 대표는 2002년 뒷그루작물(호맥)을 재배하는데 성공하였으며 사료화 하는데 성공을 거두었다. 또한 TMR 형태의 사료를 급여함으로써 생산성을 높이고 편리성을 높였다.

• 한우개량

고급육생산의 기본은 철저한 종축개량이며 이



를 위해서는 전두수를 등록하여 개체에 대한 정보를 전산화하는 작업을 통해 철저한 개체관리를 하고 이를 바탕으로 후대검정과 밀소의 생체단층 촬영 등을 이용해 증빈우를 선발해 개량해 나가야 한다. 또한 한우개량동우회 등에 가입을 하여 농가간에 정보공유를 하면서 선진화된 사양기술을 습득해 나가는 방법을 추구해야 한다.



벽제갈비 김영환 사장(좌)과 백운한우 김인필 대표(우)



#### • 유통의 혁신

백운한우는 이미 육류전문 유통회사인 C&C와 제휴를 하였으며 전문레스토랑인 벽제갈비 외의 제휴로 방이본점, 타워팰리스점 외 8개소에 한우고기를 공급하고 있다고 하였다. 특히 벽제갈비는 WSJ선정 아시아의 5대 레스토랑에 선정되었을 만큼 그 인지도가 높다고 하였다. 또한 송파구 방이동에 있는 현대마트에 입점을 하였고 농수산홍소평을 통해서 전국 어디에서나 백운한우를 구입할 수 있도록 하였다.

#### VISION

백운한우의 김인필 대표는 우수한 육질의 한우를 국내에서 뿐만 아니라 해외로 진출할 수 있다는 믿음을 가지고 있었다. 앞으로 체계적이고 청결하고 대규모사육의 한우브랜드를 만들어 세계로 진출해 우리 한우의 우수성을 널리 알려야 한다고 말한다.



김인필 대표와 후계자

연락처 : 김인필 ☎ 011-225-1472

E-mail : kip45@paran.com