

한우

한우자조금, '추석 교통안전 특별 캠페인' 전개



한우자조금관리위원회(위원장 강성기)는 지난 9월 5일 오후 2시 서해안고속도로 서서울 톨게이트에서 추석연휴 귀성객들을 대상으로 한우육포와 교통안전물품을 나눠주고 안전운행을 당부하는 '추석 교통안전 특별 캠페인'을 벌였다.

이날 행사에는 한우자조금관리위원회 강성기 위원장, 한우협회 이강우 회장, 교통안전공단 정병현 도로안전본부장, 강순봉 경인지역본부장과 한국도로공사 오만수 시흥지사장 등 주요 인사들이 참여해 한우육포와 교통안전용품을 귀성객들에게 전했다.

캠페인을 접한 귀성객들은 부드럽고 식감이 좋은 한우육포에 대한 높은 관심을 기울였다. 또한 육포를 씹으면서 운전길의 지루함을 달래고 졸음운전을 방지하는 데에도 효과적이라며 한우육포에 긍

정적인 반응을 보였다.

한편 한우자조금은 지난 8월 교통안전공단과 2014년 추석 교통안전 특별 캠페인을 공동 추진해 교통안전의식 고취 및 교통사고 예방과 한우 브랜드 이미지 구축을 위해 업무협약을 맺은 바 있다.

한우자조금관리위원회 홍보마케팅부 서정훈 팀장은 "명절에는 민족 대이동이라고 할 만큼 교통량이 급격히 늘어나는데, 한우육포 드시며 졸음운전 등 사고 없이 안전하고 즐거운 귀경길이 되었으면 좋겠다"며 "앞으로도 한우소비 촉진을 위해 다양한 캠페인을 진행할 것"이라고 말했다.

라이브뉴스 곽동신 기자 [2014. 09. 11]

한돈

한돈자조금, KBS 2TV 드라마 '참 좋은 시절' 간접광고 효과 거둬



한돈자조금관리위원회(위원장 이병규)는 지난 8월 10일 종용한 KBS 2TV 주말드라마 '참 좋은 시절'을 통한 한돈(한돈판매인증점) 간접광고(PPL)효과 조사결과를 발표했다. 한돈자조금은 한돈과 한돈판매인증점 홍보를 위해 실시된 이번 간

접광고를 통해 한돈(한돈판매인증점)에 대한 인지도 및 호감도, 신뢰도가 증가하여 추후 한돈 구매에도 긍정적인 효과를 가져올 것으로 평가했다.

이번 조사에 따르면, '참 좋은 시절'에 노출된 브랜드와 제품 중 '한돈'을 기억하는 응답자는 전체의 10.5%, '한돈'을 제시했을 때 인지하는 응답자는 34.3%로 간접광고임에도 불구하고 시청자의 인지도가 높은 것으로 조사됐다. 또한 응답자의 63.3%가 드라마 시청 전과 비교해 한돈에 대한 호감이 높아졌으며, 66.3%는 더욱 신뢰하게 됐다고 답했다. 특히 한돈에 대한 호감도는 돼지고기 소비가 많은 층에서 74.2%로 가장 높게 증가했으며, 신뢰도는 50대 이상이 73.0%로 가장 높게 증가했다.

한돈자조금은 '한돈(한돈판매인증점)' 간접광고가 한돈 소비 및 한돈판매인증점 방문 의향에도 긍정적인 효과를 낳은 것으로 분석했다. 5점 척도 기준으로 '한돈(한돈판매인증점)' 간접광고의 속성을 조사한 결과, 드라마 시청 후 '한돈 제품을 구매 또는 먹고 싶다는 마음이 든다'는 3.62점으로 가장 높게 나타났다. 또한 전체 응답자의 83.1%는 일반 돼지고기 음식점과 한돈판매인증점 중 '한돈판매인증점'을 먼저 방문하겠다고 답해 상대적으로 높은 방문 의향을 보였으며, 가족이나 주변 사람들에게 한돈(한돈판매인증점)을 추천하겠다는 응답자도 63.7%로 나타났다.

한돈자조금은 8월 10일에 방영된 마지막회를 기준으로 간접광고 TV노출효과를 분석한 결과, '참 좋은 시절'을 통해 총 1억 700여 만원의 PPL 노출효과를 거둔 것으로 분석했다. 이는 한돈판매인증점이 배경으로 등장하거나 한돈자막이 노출된 시간을 기준으로 측정한 결과로 마지막회 방영 분 외에 다른 방영 회차에 삽입된 간접광고에 대한 노출효과를 합산하면 전체 노출효과는 간접광고에 소요된 비용 대비 더욱 클 것으로 평가했다. 마지막회 기준으로 한돈(한돈판매인증점) 등장 시 순간시청률은 30.8%로 전체 평균시청률인 27.7%보다 높게 나타났다.

이번 결과에 대해 한돈자조금 이병규 위원장은 “참 좋은 시절을 통해 높아진 한돈과 한돈판매

인증점에 대해 긍정적인 이미지가 한돈 소비와 인증점 방문으로도 이어지기를 바란다”라고 밝혔다.

이번 한돈 간접광고 효과조사는 KBS 2TV 주말드라마 ‘참 좋은 시절’을 정기적으로 시청한 20세 이상 성인남녀를 대상으로 2014년 8월 11일~8월 13일까지 사흘간 On-Line 설문조사로 진행되었다.

낙농 육우

육우자조금, 장동민·조정치와 함께 ‘우리육우’ 홍보 캠페인 진행



‘우리땅에서 자란 우리 소, 우리육우’ 육우자조금 관리위원회(위원장 최현주, 이하 육우자조금)가 9월 2일 구이데이를 맞아 육우페스티벌 구이데이 행사를 실시했다.

여의도 KBS본관 앞에서 진행된 이번 캠페인은 우리육우가 합리적인 가격에 고단백, 저지방을 섭취할 수 있는 웰빙 소고기임에도 불구하고 아직까지

육우의 강점을 잘 모르는 사람들이 많아, 이들에게 육우의 다양한 요리를 선보이고 알리기 위한 취지로 마련됐다.

이를 위해 누구나 좋아하면서 간편하게 먹을 수 있는 음식인 우리육우 핫도그 4,000개를 셰프가 즉석에서 직접 요리해 시식행사를 가지고, 우리육우의 특징점이 적힌 브로셔도 함께 전달했다.

특히 셰프 복장을 한 인기 DJ 장동민씨와 조정치씨가 함께 깜짝 등장해 육우핫도그를 나눠주며 육우를 맛있게 먹을 수 있는 코믹한 퍼포먼스를 취해 직장인들의 뜨거운 환호를 받았다.

이와 함께 ‘우리육우와 함께하는 알뜰 추석 보내기 캠페인’의 일환으로 얼마 남지 않은 대명절 추석을 앞두고 경기불황으로 가벼워진 주머니 사정으로 고민중인 주부들에게 실속형 추석 상차림을 공개했다.

육우자조금 최현주 위원장은 "육우는 연한 식감과 높은 영양성분으로 남녀노소 누구나 먹기 좋은 소고기임에도 아직 많은 사람들에게 이런 장점이 전달되지 않아 안타까운 마음에 이번 페스

티벌을 진행하게 됐다"며 "앞으로도 우리육우의 긍정적인 면을 대중에게 널리 알려 육우 소비 촉진에 기여할 수 있도록 노력하겠다"고 말했다.

한편 이날 행사에서는 육우자조금 위원장을 비롯해 30여명의 육우자조금 농가대표들이 우리 육우에 대한 관심을 바라는 마음을 담아 육우핫도그 300개를 국회에 직접 전달했다.

라이브뉴스 광동신 기자 [2014. 09. 02]

양계

‘2014 구구데이 페스티벌’ 개최



농협중앙회와 계란자조금, 닭고기자조금은 올해 열두 번째 구구데이를 맞아 동대문 굿모닝시티 광장에서 ‘2014 구구데이 페스티벌’을 개최했다.

‘구구데이’는 예부터 닭을 불러 모을 때 ‘구구’라고 부르던 것에 착안해 2003년 처음 시작된 것으로 이날 행사에는 이기수 농협 축산경제대표이사과 오세를 양계협회장, 정병학 육계협회장, 이창호

축산관련단체협의회회장, 권재한 농림축산식품부 축산정책국장, 주이석 농림축산검역본부장, 안영기 계란자조금관리위원장, 이홍재 닭고기자조금관리위원장, 김자혜 소비자시민모임회장, 이강우 한우협회장, 이병규 한돈협회장 등 생산자 및 소비자단체 대표들이 참석해 기념했다. 구구데이 12주년 기념 초대형 닭·계란 조형물 출현 퍼포먼스로 시작된 이날 행사는 우중에도 불구하고 많은 소비자들이 참여한 가운데 △닭고기·계란으로 만든 한가위 명절음식 전시 △한가위 전통상차림 체험 △구구데이 홍보관 △우수브랜드 톡큰 할인 행사 등이 진행됐다.

또 KBS 개그콘서트 ‘닭치고’ 코너의 인기 개그우먼 안소미양을 ‘구구데이 홍보 대사’로 위촉해 닭고기와 계란 우수성을 알리는 홍보대사로 활약해줄 것을 당부했다.

이밖에도 SNS 매체를 이용한 구구데이 이벤트로 ‘치킨 299마리(999원), 구운계란 999세트(99원)’ 폭탄할인행사를 9월 1일부터 5일까지 실시했으며 추석 귀성길에 맞춰 9월 6일 서울역에서도 홍보를 진행했다.

이기수 농협 축산경제대표이사는 “계란과 닭고기는 저지방·고단백 저칼로리 영양식임에도

국내 소비는 연간 각각 12kg, 242개로 선진국에 비해 매우 저조한 편”이라면서 “구구데이 행사가 계란과 닭고기 소비활성화의 계기가 되길 바란다”고 말했다.

권재한 축산정책국장은 “계란과 닭고기는 기원전부터 우리민족과 역사를 함께해온 산업으로 지난해 33조 8000억원 수준까지 팽창했다”면서 “앞으로도 고품질 안전한 닭고기, 계란 생산으로 한층 성장하는 산업으로 도약하길 기대한다”고 말했다.

축산경제신문 옥미영 기자 [2014. 09. 12]

양봉

전국 양봉협 회원들 “예천 양봉 배우자” 벤치마킹 러시



곤충산업에 많은 노력을 기울이고 있는 예천군에 요즘 휴한기를 맞은 양봉인들이 예천군곤충연구소와 꿀벌육종센터 양봉장을 찾아 여왕벌 양성 방법, 가을철 사양관리 및 질병처리 등 한 가지라도 더 보고 배우기 위한 교육 열기로 후끈하다.

예천군 꿀벌육종센터를 찾는 양봉인은 연 2천여명에 이른다. 전국 각 지역양봉협회에서 50~70명씩 곤충연구소를 찾아 교육을 받고 있는데 지난 8

월 성남시 양봉협회 60명, 평택시 양봉협회 70명, 칠곡군 90명 방문에 이어 9월 20일에도 도시지역에서 꿀벌을 사양하고 양봉산물을 연구하는 ‘어반비즈’ 회원 40여명이 꿀벌육종센터를 방문했다.

이날 방문객들은 꿀벌육종센터 양봉사, 인공수정실, 이충실, 월동저장실 등을 견학한 후 꿀벌 사양관리, 꿀벌 여왕벌 양성을 위한 이충기술, 인공수정기술 방법 등에 대해 꿀벌 육종연구원에게 교육을 받았다.

한편, 예천곤충연구소는 경북도립대학 곤충산업 전문가양성 과정의 양봉 현장실습 교육을 꿀벌육종센터에서 실시하고 있으며, 내년에는 ‘꿀벌대학’을 설립해 양봉전문기술 교육과정을 확대 개설할 계획이다.

또 5개 도 농업기술원에서 능력평가중인 꿀 다수확 신품종에 대한 경북지역 신품종 지역적응

시험 현장평가회를 10월 말경 예천군에서 실시하고 이 평가 자료를 바탕으로 신품종을 정부장려 품목으로 등록하고 곤충연구소를 꿀벌유전자원보존소로 지정 신청할 계획이다.

곤충연구소 관계자는 “곤충산업의 선도기관인 예천군에 곤충산업의 연구와 전문 인력 양성, 유용곤충 개발 등을 배우기 위해 많은 양봉인들이 찾고 있다”며 “앞으로도 체계적인 연구와 투자로 곤충산업 육성 발전에 힘쓸 계획”이라고 밝혔다.

대구신문 권중신 기자 [2014. 09. 22]

사슴

사슴협회, 청계산 등산로에서 녹용 소비홍보 행사 개최



정유환 회장(사진 오른쪽)을 비롯한 사슴협회 산행홍보단이 청계산 입구에서 적극적인 국산녹용 홍보활동을 전개했다.

이날 행사에서는 정유환 회장을 비롯해 사슴협회 산행홍보요원 10여명이 참석해 등산객에게 녹용제품 시음 행사와 홍보물을 나눠주면서 우리 녹용에 대한 관심을 호소했다.

정유환 회장은 “요즘에는 등산으로 건강을 지키는 중장년층이 많다. 건강에 관심이 많은 이들에게 국산 녹용을 홍보하는 것은 기대 이상의 높은 효과를 보고 있다”며 “사슴협회는 지난해 6월부터 산행 홍보단을 조직해 월 1회씩 홍보활동을 전개하고 있다”고 말했다.

산행홍보단은 등산로 입구에서 홍보물을 나눠주고, ‘우리 몸엔 우리녹용’이라고 쓰여진 조끼를 함께 입고 산행을 하면서 자연스럽게 등산객들에게 우리 녹용을 홍보했다.

이날 행사에도 일부 등산객들이 녹용과 관련한 궁금증을 물어오거나, 나눠준 녹용탕 잘 마셨다며, 고마움을 표시하기도 했다.

신대복 사슴협회 사무총장은 “비교적 작은 비용으로 높은 홍보효과를 거두고 있는 만큼 이런 홍보활동이 전국적으로 확대 될 수 있는 방안을 각 지역 회원농가들과 적극 논의할 계획”이라고 말했다.

축산신문 이동일 기자 [2014. 09. 17]