

# 고품질 브랜드한우 생산과 유통 전략 (하)



이명현

하이마블 동우회장 · 한우영농조합

## 5. 하이마블 동우회 및 한우영농조합의 차별화 노력

(1) 생산과 유통의 전문화 시도

하이마블 동우회(생산전담)

하이마블 한우 영농조합(유통전담)

※ 하이마블 조직도

◆ 유통

◆ 생산



## (2) 하이마블육의 차별화 노력

- ① 품종제한 : 한우숫소거세우
- ② 규격제한 : 밀소·출하우·안전성규격
- ③ 품질제한 : 육질 1등급(BMS No. 5<sup>++</sup>이상)
- ④ 사료·시스템 제한 : 하이마블 1, 2호 하이마블 시스템
- ⑤ 월례회의, 분석회의를 통한 사양기술 배양 및 활용
- ⑥ 시스템의 철저한 준수 및 통일(계량급여, 체중 측정) “머리보다는 손·발을 많이 쓰자”
- ⑦ 교육 및 하이마블 홍보 강화(시식회, 요리강좌)

### ※하이마블 육 생산의 4대 사양목표 고급육·규격화·균일화·안전성

목 표	고급화(A-1,B-1)	균일성, 규격화	안전성
세 부 지 표	출하체중(kg) 650 등지방두께(mm) 9 배최장근단면적(cm <sup>2</sup> ) 85 근내지방 No. 5 <sup>+++</sup> 이상 육색지수 5.0이하 지방색지수 2.5이하 조직감지수 1.5	육질1등급 90%이상 육량B등급 90%이상 조직감 지수 1.0代 60%↑  육질1등급 中 근내지방 No.5 90%↑	휴약기간 준수 출하 1개월전 투약 금지

이들 목표를 위해 하이마블 동우회원들은 전국 회원모두 하이마블 시스템 적용을 통일화 하고 규격 및 제한조건을 엄격히 강화해 가고 있다.

### ※예상지육 및 정육량 (생체 628Kg, 지육량 364Kg, 지육율 57.96%, 정육율 62.79%)

구분	부위	정 육											감량	지방	뼈					총계	
		안심	채끝	등심	목심	갈비	제비추리 토시살	전각	양지	우둔	설도	사태			소계	꼬리	사골	잡뼈	도가니		소계
비율(%)		1.74	2.24	10.11	2.2	12.53	0.39	6.38	9.06	5.38	8.56	4.2	62.79	0.36	24.96	2.67	4.56	4.16	0.5	11.89	100.0
(지방제거%)		(1.50)	(19.94)	(9.49)	(2.2)	(7.52)	(0.39)	(6.02)	(6.58)	(4.99)	(8.03)	(3.81)	(52.52)		(35.23)						
정육량(Kg)	지방부착	6.33	8.15	36.8	8.01	45.61	1.42	23.22	32.98	19.58	31.16	15.29	228.55	1.31	90.85	9.72	16.6	15.14	1.82	43.28	364
	지방제거(%)	(86.0)	(89.0)	(93.9)	(100.0)	(60.0)	(100.0)	(94.3)	(72.6)	(92.7)	(93.8)	(90.8)	(83.64)	1.31	128.26	9.72	16.6	15.14	1.82	43.28	364
	(%)	5.44	7.25	34.56	8.01	27.37	1.47	21.9	23.94	18.15	29.23	13.88	191.15								
개	%	1.75	2.24	9.48	2.38	12.88	0.41	6.42	9.56	5.56	9.02	4.14	63.83	0.09	22.58	3.18	5.2	4.71	0.42	13.5	100
군	량(Kg)	6.17	7.9	33.43	8.4	45.43	1.43	22.63	33.7	19.6	31.8	14.6	225.1	0.33	79.63	11.2	18.33	16.6	1.47	47.6	352.86

※한우거세우 일반지육의 연도, 함매, 맛의 우수성

### ▽ 급여사료·급여방법

- 하이마블 1호·하이마블 2호·벧짚·큐브
- 하이마블 사양시스템

### ▽ 비육기간·출하체중

- 구입 22개월 이상(생후 25~27개월)
- 650kg±30kg(620~680kg)

### ▽ 우사구조·환경

- 소의 입장에서 쾌적한 환경

#### ① 스트레스 최소화

② 우군 전체 소의 균등한 사료 섭취

③ 질병의 최소화(영양, 예방, 조기치료)

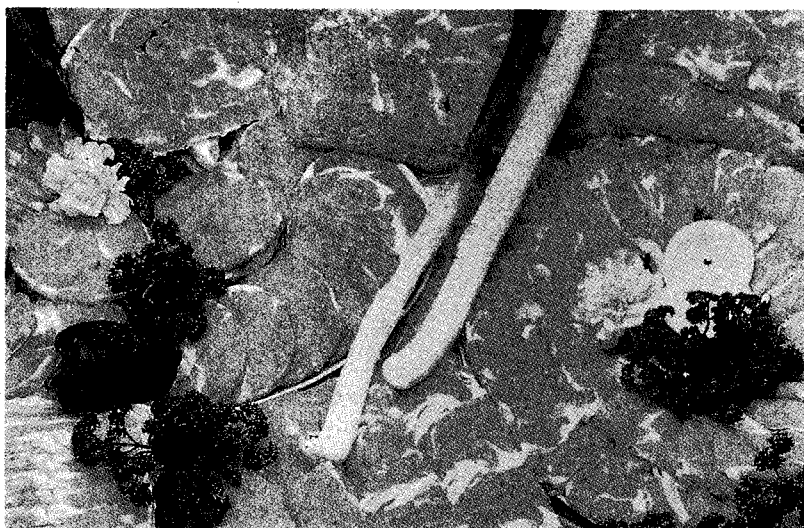
④ 급격한 환경변화 억제

### ▽ 밀소

- 한우 숫송아지 100~120kg
- 거세

## (3) 2000년대를 대비한 유통시장의 개척 및 차별화

- ① 한우 거세우 고급육만의 유통
- ② 생산과 유통의 전문화(동우회, 영농조합 법인)
- ③ 2000년대 우육유통방향의 실천 (도매시장, 등 급판정, 부분지육, 냉장육, 진공포장육)
- ④ 공격적 마케팅의 시도(해외 수출)
- ⑤ 일반부위와 고급부위간의 균형판매를 위한 유통사업 추진(전문매장, 식당의 직영 및 체인화)



※ 고급부위(등심, 안심, 채끝) → 22.4%/228kg, 24.7%/191kg

⑥ 단계별 유통목표의 시도

1단계 : 하이마블 국내유통확대, 사업 Item 선정

2단계 : 마블러동우회와 공동투자 사업(한우거세우 전문매장, 관광지정식당)

3단계 : (유통·육가공 통합 사업개시 단계 즉 생산 → 도축 → 유통 자체의 일관시스템을 완비한 종합유통의 사업진개)

· 하이마블 육의 국내직판물량 확대

· 국내 투자 사업 확대

(한우거세우 전문매장의 Chain화, 거세우 전문 관광지정식당)

· 일본의 지육수출물량 확대

(규격품 : 한우거세우, BMS No. 8이상)

6. 결론

쇠고기의 전면수입개방이 되는 2001년까지는 불과 4년밖에 남지 않은 국제경쟁 우위력을 충분히 갖추기에는 어려울지 모르지만, 지금부터라도 생산자, 정부, 관련업체 모두 각 분야에서 실제적이고 전문화된 일을 시작하여야 한다. 국내·외 경쟁에서 우위를 지키기 위해서는 경쟁요소인 가격, 품질, 안전성 측면에서 우리의 현 경쟁력 수준은 어

디에 있는가 하는 정확한 현실인식에 바탕을 둔 전략을 수립하여 지속적이고 철저한 실천을 해야 할 것으로 본다

즉 확실한 경쟁우위 전략을 3가지로 요약해 보면,

- ① 값싸고, 품질 좋고, 안전성이 뛰어난 한우 고급육의 생산 및 유통
- ② 규격화되고 균일화된 한우육 생산 및 유통
- ③ 생산-도축-가공-유통의 현대화·시스템화·위

생화로 볼 수 있다.

끝으로 한우 비육산업이 활성화되고 국제경쟁에서 반드시 이기기 위해서는,

(1) 소비자 위주 시대 인식 및 Mind 전환

身土不二, 都農不二, 생산자위주 사고 → 소비자 요구, 육구충족

(2) 소비자불신에 대한 신뢰회복 및 한우고급육의 홍보

낮은 1등급 한우육 생산 및 냉동육유통 → 높은 1등급 한우육생산 및 냉장육 유통, 일반부위의 요리법 개발 및 요리강좌, 시식회 활동

(3) 공격적 마케팅 전략 구사

수입육에 대한 방어전략 → 한우 고급육의 해외 수출 상기 주요한 핵심 전략에 대한 정부, 생산자, 유통업체 및 모든 관련업체의 확고한 의지 및 지속적인 총체적 대응노력을 통해서 만이 위기적 상황을 훌륭히 극복하고 산업으로서 굳건한 기반을 갖을 수 있다고 봅니다 ㉞

(필자연락처: (0331)285-1497~8)