

하동솔잎한우

- 소재지 : 경남 하동군 하동을 읍내리 208-3
- 상표권자 : 하동축협(Tel : 055-882-8802)

취재 | 부산경남지소 과장 김 영 환

솔잎생균제가 함유된 건강한 한우, 쇠고기이력추적시스템의 안심한우 전담수의사 관리로 항생제 제로에 도전

“두류산 양단수를 에누리 이제보니 도화튼 맑은 물에산영조차어엿구나아회야무릉이어디메노 나는 엔가하노라” 조선중기의 대표적인 학자 남명조식 선생이 하동을 돌아보고 노래하였던 시라 한다. 무릉도원에 비교될 만큼 하동은 지리적으로 산수가 빼어나다. 천산인지리산과 깨끗한선진강그리고남해바다가 감싸안고 있는 육지의 제주도라 할만큼 하동은 아름답다. 또한 하동은 산수의 아름다움에 비해 개발되지 않고 자연 그대로의 모습이 잘 간직되어있는 곳이 많다. 청학동이 그렇고 화계장터가 그렇고 대하소설 토지의 부대가 하동이다. 그러다보니 하동에는 자연에서 주는 선물이 우리나라에서 두 번째 가라면 시러울 정도로 많이 나는곳이기도 하다. 이른봄 지리산 고르쇠 약수에서 야생낙차 배설 취나물 채취와 대몽갑 배 밤 진이와 송이 쉼수 없이 풍성한 먹거리가 계절마다나오는곳이하동이다

하동솔잎한우도 이러한 자연의 선물을 포장한것이라 생각하면 거의 정답이다. 2차3차산업이없다보니1차 농산물이 많이 상품화 되고 한우도 개량을 통해 좋은 등급의 한우가 많이 나온다. 하동솔잎한우의 시작은 다른 브랜드에 미하여 늦지는 않다. 1995년도부터 하동영농조합법인에서 친환경한우 브랜드 생산을 목표로 잡고 자연에서 얻은 솔잎생균제를 급여한 한우를 만들어 왔었다. 그러나 사업이 확장되고 커지다 보니 자체 내의 관리분제가 발생하고 일반 농업영농법인에서 감당하기는 어려운 상황에 이르러

2002년 하동군과 축협 한우협회가 공동으로 브랜드 사업에 뛰어 들었다. 작은 민단위에서 시작한 브랜드가 하동군 전체를 대상으로 사업을 확장하였고 각 조직간 역할분담을 통해서 브랜드 사업을 추진하기 위하여 2002년 11월 28일 솔잎한우 연구회가 출범하는 제2의 탄생은 시작하였던 것이다.

솔잎한우에서는 브랜드를 위한 차별화를 크게 3가지로 나눈다

첫번째솔잎생균제를솔잎한우전담제에급여한다는 것이다. 솔잎생균제는 지리산 야생 소나무 밑에 자생하는 솔잎 미생물 균을 채취하여 자가 배양공장에서 배양하여 생산된 생균제이다. 친환경 농법으로 생산되어 2000년 전국 친환경 축산물 대전에서 최우수상을 수상하고 배양방법에 대하여 특허 획득(특허번호 020678호)까지 알 정도로 제품의 우수성이 인정되었다. 솔잎생균제의 특징은 사람이 매일같이 요구르트를 먹는 것처럼 한우가 매일같이 생균제를 섭취하여 장이 튼튼하다는 것이다. 사진에서 보는 것처럼 건강한 장에서 생산된 변이 발효가 될 정도로 소화효율이 매우 우수하다. 건강한 한우에서 생산된 건강한쇠고기 그래서 솔잎한우가 건강한 한우라는 것이다

두 번째로 쇠고기 이력추적시스템을 적용한다는 것이다. 솔잎한우는 전국에서 최초로 쇠고기 이력제로 롯데백화점에 납품한 경험이 있다. 이 경험을 바탕으로

2004년 농림부 선정 쇠고기 이력추적시스템 시범사업자로 선정되어 브랜드 한우의 이력을 소비자에게 제공하고 있는데 이력추적시스템은 소의 개체를 체계적으로 관리하여 혹시 모를 질병이나 특히 광우병 발생시 추적·소급하여 조치할 수 있는 정보를 제공함으로써 소비자가 신뢰하며 한우고기를 구입할 수 있다는 장점이 있다. 이러한 이력추적시스템은 앞으로 우리나라 한우 전체에 적용될 예정인데 하동솔잎한우가 시범사업자로 선정되어 관리함으로써 다른 한우보다 앞서 안전한 정보를 제공할 수 있다.

세 번째로 수의사와 전문 컨설턴터에 의한 전담 관리를 말할 수 있다. 항생제 오남용이 사회문제로 대두되고 있고 소비자가 친환경적으로 사육되고 항생제 부작용이 없는 고기를 원하고 있는데 이러한 소비자 요구에 의해 솔잎한우 농가는 전남 수의사 3명으로부터 집중적으로 관리되고 있다. 항생제가 부여된 솔잎한우는 즉각 축협으로 보고되고 보고된 한우는 특별 관리하고 있는데 궁극적으로는 부항생제 한우를 공급하기 위함이 목적이고 최대한 위생적이고 친환경적으로 사육하고자 함이다.

그 외 솔잎한우는 지정종모우를 통해 하동군 한우 전체의 개량을 이루어 가고 있으며 출하시 초유짜진단으로 고급육 생산을 하는 등 브랜드 차별화를 위한 노력을 많이 기울이고 있다.

하동솔잎한우는 철저한 회원농가 관리를 통하여 브랜드를 생산하고 있다. 60명의 회원농가에서 생산된 거세한우를 28개월령 이상 사육후 초유짜 진단으로 우수한 등급이 확정된 소에 한하여 솔잎한우로 출하하고 있는데 농협시육축산물공판장 최고가 시세 1.6@로 가격산정을 하는데 일반 소에 비하여 40~50만원의 소득이 더 발생되고 있다. 그렇기 때문에 농가가 브랜드를 만들기 위해 스스로 규약을 지키며 열심히 만들어 가고 있다. 브랜드와 농가의 관리는 전적으로 하동축협에서 하고 있다. 지정종모우로 생산된 송아지가 정매농가에 입식되면 시부터 기세우와 육성기 한소 마무리까지 체계적인 관리를 하고 있으며 출하전 초유짜 진단과 유통까지 전적으로 축협에서 전담하고 있다. 솔잎한우 브랜드를 통한 가장 큰 효과는 무엇인가 묻었을 때 크게 세 가지 이야기를 하고 있다.

첫째로 한우에 대한 자긍심이다. 이제까지는 기세한우로 계속 출하해왔지만 이제이것이 생산자 실명인 줄을 솔잎한우 브랜드로 출하된다는 게 농가는 매우 만족해하고 있다.

두 번째로 등급향상이 많이 높아졌다는 것이다. 브랜드화를 하기 전인 2001년과 2002년도 하동의 기세우 등급출현은 33.7% 43.5%였었다. 그러나

브랜드화를 하고난 2003년도는 76%(168) 2004년도 77%(전체 537두중)로 등급출현율이 확연하게 차이난다는 것이다. 77%는 전국 거세우 등급출현율 60%보다 부러 17%나 높은 결과인 것이다. 등급이 높다보니 자연농가의 소득도 높아지는 것은 당연하다.

세 번째로 자신감이다. 소를 키워도 된다는 자신감 한우가 경쟁력이 있다는 자신감이다. 이러한 자신감으로 농가는 소값의 변동에도 아랑곳하지 않고 솔잎한우를 오늘도 입식하고 기세를 하고 있다.

이러한 노력으로 솔잎한우는 2003년도 우수농축산물 대전에서 마이어가 뽑은 브랜드 대상과 2004년 전국축산물 브랜드 경진대회에서 우수상을 수상하는 등 짧은 기간을 통하여 가장 빠른 성장을 이루고 있는 전국적인 브랜드가 되어 가고 있다. 현재 부산 농협하나로클럽과 하동의 전문판매점, 창원과 진주의 솔잎한우명가등차츠평매처를 확장해 나가고 있고, 전자상거래를 통한 솔잎한우 판매 개점을 준비하고 있고, 안정적인 인고 브랜드를 품직있게 판매할 수 있는 안정적인 거래처를 확보하고 있는 중이다.

솔잎한우관계자ანი제시작이라고 이야기 한다. 브랜드를 위한 10개의 계단이 있으면 이제 첫 번째 단계를 넘어시고 있다고 말한다. 이제 짓헤운 것보다 훨씬 더 많은 일을 해야 할 것이고 늦게 시작한 것 만큼 더 많은 발품을 팔아야 한다고 의지를 밝히고 있다. 그리고 이것은 축협이나 하동군 농가의 개별적인 노력이 아닌 모두가 공동으로 노력해야 할 일이라 단언하며 말한다.

목표는 GAP (Good Agriculture Practice 우수농산물 관리기준)

우리나라 자체 기준이 아닌 국제적인 농산물 관리기준으로 솔잎한우를 생산하여 명실상부한 대표 브랜드를 향한 꿈... 누구나 꾸는 그 꿈을 하동솔잎한우도 꾸면서 오늘도 열심히 달려가고 있다.

