

(需要)의 창조라는 것이구나.” 그리고 우리나라 시장을 생각해 보니 돼지고기, 쇠고기는 따로 정육점을 가야만 살 수 있고, 닭고기를 사려면 이구석 저구석 찾아서 그것도 한마리 전부 사야되니 나와같은 세식구 살림은 아예 포기해 버리게 되는 것을 알았다.

지·피센타? 어감(語感)이 생소하여 처음에는 무엇하는 곳인가 했는데, 계란을 일괄구입해서 세란(洗卵), 선란(選卵)

생산 자 출하 가격을 고수하자! 도계법을 무효화 하라! 악덕상인을 축출하라! 덤핑행위를 근절하자! 등등 때만 되면 생산자들은 으레껏 목이 터져라 외치기 마련이고 한편으로는 생산조절이다. 난가안정대책협의회다, ○○○○위원회다 등등의 대책기구 모색에 부심하기 마련이다. 심지어 유관단체 지원하에 계란의 외국나들이(수출)까지 비상수단으로 등장하기까지 했을 정도다. 그러나 위기의 순간만 넘기고 나면 배짱방이에 무엇 빠지듯 슬슬 제풀에 꺾이기 마련이니 몹시 안타까울 뿐이다. 그래서 오히려 가당찮을 案을 내놓을 용기가 낡는지도 모른다.

대량 소비를 위해서는 누가 뭐라 해도 홍보를 통해 대량 소비를 유도 내지는 소비를 창출해 내는 길밖에 없다고 생각한다. 현재 축협중앙회에서 실시하고 있는 TV 광고 덕분에

분류, 포장(비닐백)하여 각 시장이나 슈퍼에 판매하는 주식회사이었으며 1일 20만개의 알을 처리하여 그곳 미도(水戸)라는 조그만 시(市) 전체에 공급한다고 설명해 주었다. 브로일러처리장도 우리나라 도계장 생각만하고 하필이면 처리장이라는 이름을 붙였을까 했으나 그곳에서는 닭고기를 각 부분별로 절단육(cut-meat)을 생산 포장하여 냉장보관하였다가 계란과 같이 시장이나 슈퍼에

출하하고 있었다.

우리나라에도 상기(上記)와 같은 포장계란이나 절단육이 일부 판매되고 있으나, 앞을 내다본 업계의 이 분야에 대한 보다 활발한 투자와 국민전체의 보건을 생각한 정부의 보다 적극적인 지원으로 깨끗하고, 신선하고 구입이 편리한 포장계란이나 절단육을 어디에서나 살 수 있다면 더욱 많은 소비를 유도할 수 있지 않을까? ■



양계산물의 이미지 광고로 부터

송 재 은
한국바이오텔화학(주) 학술부대리/서울대졸/
전 현대양계사

사뭇 좋은 반응을 얻고 있음은 그 좋은 본보기라고 하겠다. 흔히들 생산조절, 출하조절 등의 교과서식 방안에 대해 언급하고 있지만 통제가 가능한 기구 하나없는 현실에선 곤란한 얘기일 것 같다. 그러므로 양계인들이 모인 단체가 주축이 되어 이윤의 몇%를 홍보기금으로 돌리는 운동을 보다 구체적이고 적극적으로 전개해 나가야만 될 것으로 보인다. 물론 이 경우 부족되는 것은 유관단체나 기타 정부의 지원도 받으면 좋겠다고는 생각되지만

생산자 스스로의 노력이 더욱 중요하다고 판단된다. 또한 홍보의 내용도 지금까지와는 다른 차원의 보다 조직적인 홍보 방식을 채택해야 된다고 생각한다.

현재처럼 돈 1,000원 어치로 영양가를 비교하는 식이거나 등수를 매기는 식의 추상적인 광고방식보다는 보다 학술적이며 영양학적인 자료와 새로운 맛을 느낄 수 있는 음식을 개발하여 보여준다거나, 한국민의 쇠고기 선호적인 입맛이 계란 또는 닭고기로 바뀌어지도록

록은연중에 이미지 광고부터 시작해야 된다고 본다. 다만 이미지 광고부터 시작할 경우 경제해야 되는 사고방식은 「광고 = 소비」라는 성급한 방식이다. 이미지 광고에 대해 그 결과를 성급히 논하려면 아예 광고를 읽는 편이 나올 것이다. 낙숫물이 바위를 뚫고, 솔솔 내리는 눈송이가 소나무 가지를 뿌려 드리듯 국민 개개인의 뇌리 속에 양계산물에 대한 이미지가 차근차근히 녹아 들어가도록 기획된 C.F가 제작되어 방송되어야 된다고 생각된다. 그

렇게 될 때 자연 쇠고기 선호가 양계산물 선호로 바뀌면서 부수적으로 양계산물의 대량소비가 뒤따르게 될 것으로 확신된다. 확실히 새 술은 새 부대에 담아야만 된다. 이제야말로 구태의연한 계란이나 닭고기 맛에서 탈피해 새로운 형태의 맛으로 일반 소비자에게 성큼 접근해 가야 되리라고 본다. 그러기 위해 끝으로 다시 한번 강조하고 싶은 것은 양계산물에 대한 이미지 광고부터 한시바삐 착수해야 된다는 주장이다. ■

품이라도 외양이 소비자의 관심을 끌지 못한다면 상품가치가 떨어지게 된다. 농장으로부터 난좌에 담겨져 나온 상태 그대로 판매되는 방식은 지양되어야 한다. 육계의 경우도 부분육포장을 한다거나 하여 냉동 쇼우케이스에 진열해서 판매할 수 있도록 하자. 계란과 닭고기도 다른 식품과 경쟁되어 판매되어야만 되는 하나의 경쟁상품이라는 사실을 절대로 잊지 말아야겠다. 그 동안 적당히 처리된 우리 양계산물을 군소리없이 구매해 준 소비자들에게 감사하는 마음을 가져야 될 줄 안다.

셋째, 식생활구조가 개선되어야 한다.

우리 국민의 식생활을 개선하여 매일 한개씩의 계란과 한덩어리의 닭고기를 먹게 할 수만 있다면... 이는 하기에 따라서는 꼭 불가능하지만은 않은 일이라고 생각한다.

국과 밥과 김치의 세끼식사 중 한 끼만이라도 계란과 닭고기가 올라갈 수 있는 식탁이 된다면... 이를 위해서는 다양한 요리법의 개발은 물론 타 축산물에 비해 저렴한 가격에 의한 양계산물의 안정적 공급, 홍보 등의 사업이 선행되어야 할 것이다.

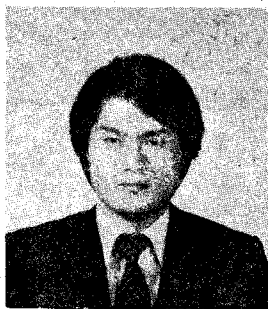
양계산물의 안정적 공급을 위해서는 제열화체계가 반드시 구축되거나 제통출하의 방법등이 도입되어야만 될 것이다.

결국 유통구조의 개선을 통하여 위생적이며 상품가치가 배

계열화 체제로 상품가치 배가해야

이 순 실

엘리코 한국지사 동물약품 마케팅부장/
서울농대 축산과졸/전 전호부회장 기획실



양계 산물의 소비증대를위한 방안을 찾기위한 노력은 그간 수없이 논의되었고 또 실제로 시도되었었다. 이제 새삼스럽게 줄필을 늘려 과거 선배제현의 말씀을 그대로 되풀이하거나 손상시키지 않을 까 염려되는 바 있으나 기회에 몇 가지만 다시 한번 강조하고자 한다.

첫째, 위생적인 처리를 하자. 현재의 양계산물 유통과정을 보면 매우 비위생적인 처리방법에 놀라게 된다. 양축가, 상

인, 처리시설의 종사원 모두 "위생"이라는 단어를 잊고 있는 것 같다. 앞으로 소비자를 생각치 않고 생산된 상품은 제대로 팔릴 수 없는 시대가 곧 닥쳐올 것이다. 앞으로 양계산물은 "매우 위생적"으로 처리되어야만 할 것이며 소비자들로 하여금 양계산물은 "매우 위생적인" 식품이라는 인식을 갖도록 해야 할 것이다.

둘째, 구매심리를 유발할 수 있는 포장을 하자.

아무리 위생적으로 처리된 상