

양계산물 소비홍보 자문회

김 미 옥

〈월간양계 편집국〉

본회 '86년도 중점 사업인 닭고기·달걀 소비홍보 사업을 효율적으로 수행키 위하여 홍보협의회 회장 초청으로 각 분야의 전문가를 초청해 홍보사업에 대한 자문회를 본회 회의실에서 4월 23일 오후 2시에 개최하였다.

이날 자문회에서는 앞으로의 홍보방향에 관해 좋은 의견들을 교환하였다.

홍보협의회 회장 오봉국교수(서울대 농대)의 진행으로 활기를 띤 이날 자문회는 “양계산물 소비촉진으로써 어떤 광고나 홍보가 바람직 하겠는가?”라는 주제하에 양계산물 소비의 저해요인 해결과 양계산물의 영양학적 우수성을 국민들에게 널리 인식시킬 방법에 관한 의견들을 모았다.

우선 양계관련자가 아닌 참

석자들을 위해 오봉국 교수의 설명이 있었다.

커피 한잔에 계란 10개

현재의 수요공급으로 보아 계란이 생산 과잉이라 해도 과언이 아니다. 계란 10개에 620원인데 커피 한잔에 600원이니 커피 한잔 가격이면 계란 10개를 구입할 수 있다. 적극소비촉진을 시켜서 안정산업으로 발전하도록 움직여야 하고 소비자들을 깨우쳐 올바른 정보 제공으로 소비를 촉진시키고 그를 위해서는 새로운 상품을 개발하는 것이 바람직하다고 말했다.

이어 본회 홍보담당자의 사업경과보고와 금후 사업계획의 보고가 있었다.

콩과 견들이면 콜레스테롤 문제 안돼

영양분야의 김해리교수(서울대 식품영양학과)는 양계산물의 영양학적인 면에서 다음과 같이 말했다.

계란을 콜레스테롤성분 때문에 기피하고 있으나 역으로 우리들 대부분은 콜레스테롤의 기능과 작용에 관해 잘모르고 무조건 피하는 경향이 있다. 콜레스테롤은 우리에게 없어서는 안될 중요한 성분으로 인체의 정상적 생명현상과 종족번식을 위한 필수 성분으로 너무 많은 과잉섭취를 하지않는 범위에서 적절한 섭취를 해야하며, 우리 국민들처럼 식물성위주의 식단구성에서는 걱정할 필요가 없다.

또한 달걀이나 닭고기를 콩과 관련지어 음식을 만들면 영양학적으로 아주 우수한 식품이며 콜레스테롤도 문제되지 않

는다. 콩의 단백질 성분은 혈중 콜레스테롤 농도를 낮추기 때문에 대두를 취급하는 회사와 공동으로 소비홍보를 하는 방법 등 이러한식의 관련식품을 개발해서 소비자혜요인을 없애야겠다고 했다.

지속적으로 양계산물 우수성 자료 개발 보급

홍보분야의 이동규실장(KBS-TV 심의위원)은 다음과 같은 제시를 했다.

첫째 단기적인 방법으로 소비사이클(cycle)이 내려갔을때 끌어올릴 수 있는 방법을 모색해야 한다. 그러기 위해서는 경기전망을 예측하여 시기별 대책을 세우미 중요하다.

둘째, 달걀과 닭고기를 인스턴트 식품으로 개발하자.

셋째, 너무 장황하게 홍보하는게 아닌 일시적이고 집중적인 홍보로 강력한 효과를 얻도록 하자.

네째, 홍보자료(우수성, 정보 등)를 매스컴, 학교 급식관계자, 유관기관 기고가에게 지속적으로 제공하여 스크립터들이 이용할 수 있도록 조치하자.

다섯째, 양계산물의 우수성만을 강조하지 말고 소비자들이 갖고있는 부정적 견해를 파악해서 끄집어내어 그에 대한 과학적자료 제시로 인식을 바꾸도록 하자고 말했다.

구체적이고 실질적인

내용 소비자에게 알려야

홍보분야의 원우현교수(고려대 신문방송학과)는 홍보의 대상별 계층에 관해 주역점을 두고 설명했는데 다음과 같다.

△소비결정권자는 주부들이니 주부대상으로 홍보의 역점을 두자. △프로그램을 보는 계층에 따라 분류해서 수준에 맞춰 홍보해야 한다. △달걀·닭고기의 체계적인 장·단점을세우지 않고 추상적인 내용들로 알리는 것이 아닌 실제적인 문제점을 제시하여 해결할 수 있도록 충분한 조사를 하자. △달걀·닭고기와 연계식품에 관한 소비를 찾도록 하자고 했다.

조직적으로 소비자들에게 이미지개선 작업 실시

마케팅분야의 박영인회장(미국사료곡물협회)은 조직적인 홍보를 실시해야 한다고 밝히고 △소비자들에게 이미지 개선작

업을 실시해야 한다 △소비 감소의 저해요인이 무엇인지 포인트(point)를 잡아해결방법을 모색하자 △부분적인 홍보 보다는 조직적인 홍보를 위해 본격적인 소비자 지향적인 일을 하자고 말했다.

디자인분야의 이인자회장(여류시각디자인협회)은 본회가 제공한 홍보자료를 보고 다음과 같이 조언을 했다.

카피(copy, 광고문구)가 추상적인 인상을 주고있다. 헤드카피(head copy)는 본문의 내용중에서 실제적인 문구를 사용해서 직접적인 느낌을 살리자.

계란·닭고기의 가격이 싸다는 말은 구태의연한 말이다. 새로운 활로를 찾자.

자료로 제시한 광고 자료는 추상적이다. 전반적인 내용의 광고보다는 특징적인 집중광고를 이용하면 좋겠다고 밝혔다.

광고에 대해서는 달걀, 닭고기에 대한 자료를 충분히 알고



△ 양계산물 소비홍보 자문회



(김해리 교수)

(이동규 실장)

(원우현 교수)

(박영인 회장)

(이인자 교수)

난 후에 효과적인 홍보가 되도록 만들고 광고디자인은 매체에 따라 종류가 다르므로 수준에 맞는 디자인으로 촛점을 맞춰야 한다고 했다.

소비홍보 자문회에서 논의된 내용을 간추려 보면 다음과 같다.

i, 단기적인 계획으로 단편적인 홍보 보다는 장기적이고 체계적인 안목으로 기초조사부터

하자.

ii, 달걀·닭고기의 영양학적 우수성을 깊고, 넓게 연구·파악하여 소비자들의 기호성을 조사하자.

iii, 직접적인 광고를 하면 소비자들에게 신용을 얻지 못한다. 소요경비를 감안, 기자들을 통해 뉴스화해서 나가는 간접적이고 우회적인 방법일 때 효과를 얻을 수 있고 달걀·닭고

기의 좋은 특성을 부각시키는 방법을 쓰자.

좋은 의견과 많이 내놓은 이날의 자문회는 소비자의 인식을 서서히 바꿔 나가기 위해 양계산물이 있는한 계속해야 할 사업이라고 결론을 지으며 국민건강 증진과 양계산업발전에 도움이 될 수 있는 홍보가 되길 바라며 끝을 맺었다. ■

신속하고 정확한 대한양계협회 발행

□ 시 세 속 보

□ 육계사료 생산업서

*구독문의 752 - 3571 ~ 2 (양계협회 지도조사부)