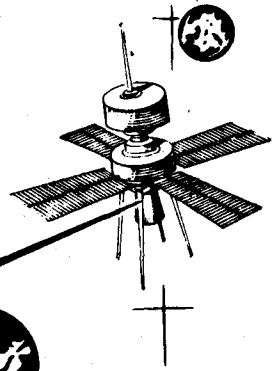


양
계

안테나



南斗熙

본지 편집부장

혹서기 닭질병 방역에 관심을

축산업이 급성장하는데 비해 대조적으로 심심치않게 여러가지 문제가 발생되고 있으며, 닭사양에 있어 질병관리에 관한 문제도 만만치는 않은 것 같다. 작년도 5월 이후 전국적으로 만연된 닭뉴캐슬병(ND)으로 농장에 많은 피해가 있었던 것이 사실이다.

작년말까지 전국 각지에서 피해가 심했던 뉴캐슬병에 대하여 많은 문제점이 제시된 바 있으나 예방약 접종을 기피한 것이 큰 문제로 대두된 바 있다. 일반적으로 브로일러 농장에서 백신접종을 전혀 하지 않고 발생징후가 나타나면 조기에 삼계나 세미로 출하, 처분해 버려 농장의 피해를 최소화했다. 대신 질병은 속수무책으로 전파돼 나가 전국이 ND로 인한 많은 피해를 입고 말았다.

최근 육계사육농장에서는 피해를 줄이기 위해

사육중에 예방약 사용을 1~2회 실시하는 농장이 늘고 있는 것(예방약 프로그램이 지역·농장사정에 따라 다소 차이가 있다)과 때를 맞추어 일부 지역을 제외하고는 질병발생이 줄어드는 양상을 보이고 있다.

연구기관 발표에 의하면 금년도 전반기 ND백신 소비량이 4억9천9백만수 분으로 작년도 1년간 소비된 예방약 1억4천2백여만수분에 비해 3.5배가 더 소비되었으며 작년도 전반기 소비량 6천6백만수분에 비해 무려 760% 정도가 소비된 것으로 집계되었다.

한편 전염성후두기관염(ILT) 백신도 금년도 전반기 6천1백만수분이 소비되어 작년도 연간 소비량 4천9백만수에 비해 125%가 소비되었으며 작년도 전반기 같은 기간의 소비량 2천6백만수에 비해 240%가 소비되어 금년도 주요 닭예방약 소비가 늘고 있는 것에 반비례해 질병의 발생이 상당히 줄고 있다.

닭의 전염성 질병들은 대체로 예방약 사용을 잘 하면 그 피해를 줄일 수 있는만큼 관심을 갖고 예방약 접종을 잘해나가면 가래로 막을 것을 호미로 충분히 막을 수 있을 것이다.

국가에서도 예방약만 잘 사용하면 농장에서 충분히 방역이 가능한 전염성 질병에 대한 방역관리

를 민간차원에서 축주 스스로 능동적으로 자율방역으로 해결토록 유도하는 추세로 닭질병은 물론 돼지콜레라(HC)도 8월부터는 살처분보상제도를 폐지한 바 있다.

작년도에 겨울이 대체로 따뜻한데다(남쪽지방 계사내 온도 15℃정도) 금년 장마이후 혹서로 농장에 닭겨모기 발생이 우려되고 있어 방역당국에서는 계사온도가 30℃를 오르내리는 8월 중순이후 닭류코싸이토증병 발생을 우려하고 있다. 앞으로 문제될 소지가 많다고 본다.

백신을 철저히 함으로써 육계의 뉴캐슬병 발생을 최소화시킨 것같이 양계농장은 질병예방관리에 만전을 기해야 하겠다.

질병을 당해서 보는 피해 보다는 예방약값이 훨씬 적게 드는 것도 경영상 중요한 문제이다.

농민이 잘 살아야 선진국

지난 7월24일 일본의 참의원선거에서 40여년 동안 일본정국을 이끌어 오던 자민당이 사회당에게 참패를 당해 전후 1955년 이래 최초로 일본정치구조에 변화가 일기 시작했다.

전통적인 일본정국은 그동안 보수성향을 나타내 1955년 이래 자유당과 민주당 연합 후 안정되게 자민당이 일본의 정치를 잡아왔다. 그러나 성숙된 국민의식은 그동안 수십번의 선거에서 자민당 압승의 결과에도 불구하고 최근의 리쿠르트 스캔들 등 정치인들의 윤리와 무리한 소비세의 강행, 농산물자유화 정책 등에 반기를 들어 선거결

과를 자민당을 반대하는 것으로 선택을 했다. 결과로 수상이 퇴진하는 등 큰 파문이 일고 있다.

여기서 우리가 간과할 수 없는 것은 자민당의 몇가지 패인중 하나인 농산물의 무분별한 수입개방을 들 수 있겠다. 국민들 특히 농산물을 생산하는 농민들과 약속도 하지 않은 것을 멋대로 도입하는 정부를 외면한 일본국민의식을 높이 살만하다 하겠다.

전문기관의 여론조사에 의하면 일본국민들은 소비세 불만 45%, 농산물수입자유화정책반대 32% 등의 이유로 자민당선택을 거부했는데 상당한 수준의 국민소득, 국가의 부(富)에 반하여 일본유권자들의 선택의 이유 등 배경을 주의깊게 연구할 가치가 있다고 본다.

최근 우리나라도 급속한 산업성장으로 수출이 증가하고 상대적으로 개발도상국에서 경제선진국으로 발돋움을 하고 있으며 국제통화기금(IMF) 8조국에 가입, 관세 및 무역에 관한 일반협정(GATT) 11조 의무국 등 경제선진국의 국제적 무가 늘어나고 있는 것이 사실이다. 수입개방압력으로 농축산인들의 설 땅이 좁아지고 있다.

우리가 국제사회에서 선진국대접을 받는 것에 대하여 자부심을 느끼지 않는 농축산인은 한사람도 없다고 본다. 다만 모든 농민들이 급속도로 치달는 선진화의 제물로 희생 될 수 없다는데는 재론의 여지가 없는 것이다.

단위당 수익성은 점차 떨어지는데 반해 양질의 노동력을 구하기가 힘들고 생산된 산물값은 계속 하향으로 치달아 양축농민들의 사기가 계속 떨어지는 현실에 정책의 방향이 실질적으로 농민의 생산의욕을 고취시킬 수 있는 보다 확고한 의지를 펴나가야 할 것이다.

최근 일련의 문제들 - 축사건축에 대한 각종 규제, 축산폐기물 처리, 대책없는 무분별한 농축산물 수입개방 등 제반 문제들이 무역·공업·서비스분야를 기준으로 접근하기 보다는 농민들을

보호하는 시각에서 접근해야 할 것이다.

많은 도시인들의 뿌리가 농촌에 있는 만큼 농업, 농민에 대한 지속적인 보호책을 펴지 않는다면 수입개방정책에 실패한 일본 정치판도와 같이 선량한 시민의 외면을 받을 수도 있을 것이다.

오늘날 국제적으로 선진국으로 대접을 받으며 국제 정치·경제를 선도하는 정상외 국가들치고 농민이 잘 살지 못하는 나라는 없다. 국가기간산업으로 낮은 성장율에 비해 농업에 대한 투자를 확대하고 보호정책을 꾸준히 펴고 있는 나라만이 선진국이 될 수 있다.

즉 농민의 잘살지 못하는 나라는 선진국이 될 수 없다. 최근 대책없이 속속 개방되는 농축산물 수입개방정책에 국가기간 산업인 농축산업 보호차원에서 다시 한번 깊게 생각해 볼 필요가 있다.

현대는 광고시대

사회가 다양화, 전문화되면서 소비자들은 자신의 취향에 따른 선택의 폭이 점차 늘어나고 있다. 맥주를 먹어도 수년전 2가지 뿐이었던 것이 요사이는 5~6가지중 선택해서 즐길 수가 있다.

이러한 소비자들의 기호가 다양화되면서 기업에서도 철저한 시장조사와 치밀한 판매전략에 의한 대소비자 마케팅에 열을 올리고 있다.

올 상반기 대부분 기업은 경영여건의 악화에도 불구하고 기업의 광고비 지출은 크게 성장하고 있다고 전문기관의 발표가 있었다.

신문 · TV · 라디오 · 잡지등 매체 광고료가

작년 동기간에 비해 27.5%가 증가한 5천9백32억 원에 달한다고 밝혔다.

업체별로는 태평양화학이 121억6천만원으로 1위이고, 삼성전자가 121억4천만원, 럭키 114억9천만원 순으로 랭크되어 있다. 이외에도 금성사, 롯데제과, 대웅제약, 해태제과, 대우전자, 롯데칠성, 제일제당이 10위권에 들어 있다.

각종 조건의 악화에도 불구하고 기업의 성장을 위해서는 광고가 필수적인 시대에 접어들게 되었다.

「생산만 하면 팔린다」는 시대는 이미 지나고 소비자가 즐겨 찾을 수 있도록 생산·유통서비스를 제공하고 간편하게 구할 수 있는 체제가 절실히 필요하다.

본회 중점사업인 닭고기·계란 소비촉진 홍보사업은 경쟁상품인 타축산물, 수산물 등에 대항해 양계산물에 대한 그릇된 편견을 불식시키고 올바른 지식을 알리며 식품으로의 우수성을 적극적으로 알리는 활동을 펴 양계산물 소비를 촉진시키기 위해 지난 85년부터 지속적으로 실시하고 있다.

금년도 사업은 양계산물 소비의 저변확대를 위해 요리강습회, 학교실습, 솜씨대회 개최, 계란급식 지원, 인쇄물제작·배포, 소비캠페인, 포스터현상공모, 매스컴활용 홍보 등을 실시중에 있다.

사업비가 아직 제도화되지 못해 양계인·업체협찬금에 의존하고 있는데 7월말 현재 5천9백만원 가량이 모금되었다. 현재까지 양계인들 참여는 30% 정도로 양계인 협찬실적이 저조한데 양계인은 주인의식을 갖고 십시일반으로 사업에 참가해야 한다. 내가 생산한 상품의 적극적인 홍보를 위해 모든 양계인이 능동적으로 홍보비 협찬에 참가해야 하겠다. **237**