

**'93한국양계박람회,
국산기자재 수준 향상 돋보였다**



'93 한국양계박람회가 3일간에 걸쳐 총10만여명에 가까운 관람객을 동원하여 명실공히 범국민적인 행사로 발전하였음을 보여 주었다.

'91년에 이어 금년에 두번째로 개최한 양계박람회는 세계가금학회 국제학술대회와 병행하여 실시한 결과로 인하여 참석자를 불때도 국제행사에 전혀 손색이 없을 만큼 다양하였다.

타 박람회와는 좀 색다르게 소비를 유도하기 위해 소비자 유치에 역점을 두어 치러진 이벤트 행사가 주효하였으며, 닭을 주제로한 홍보관을 마련하여 어린이에게는 자연학습의 장으로 제공되어 양계박람회는 단순한 양계인들만의 행사가 아님을 실감케 하였다.

무엇보다 시설부분에서 특징을 찾는다면 국산기자재의 수준이 '91년 전시회 보다 괄목할 만큼 발전이 이루어 졌다는 평가를 할 수 있다. 이 중에서도 계분발효·건조시스템과 선별기가 더욱 질적인 발전을 하여 외국 업체의 관심을 샀는가 하면 수출상담까지 받는 결과를 통해서 불때 국산이라하여 뒷전에만 밀려 있던 기술수준이 모방단계를 벗어나 창작 수준에 진

입해 가고 있다는 증거를 제시해 주었다.

앞으로 양계산업은 지금 보다 더 어려움이 따를 것으로 보이고 있으나 이번에 개최된 박람회 관심도라면 어려움 극복은 생각 보다 쉽게 풀릴 수도 있다고 본다.

사실 기자재의 신제품출현은 매년 획기적일 수는 없다. 점차 발전이 거듭되면서 완벽에 가까운 기종이 탄생된다는 점을 인식하고 새로워진 모습을 찾을 수 있어야 한다. 그것이 곧 정보요 교육이다. 이번 박람회에서 양계인들이 이 점에 있어 다소 미흡한 참관자세를 보였다는게 전시업체의 상담 결과로 나타났다.

전시행사에 최종소비자까지 흡수한다는 것은 매우 모험에 가까운 일이다. 양쪽이 다 시시해질 수 있기 때문이다. 어느 한쪽을 부각시켜서는 참관자의 마음이 고정될 수 없어 중립을 지켜나가기 어려운 점이 있다.

'93한국양계박람회는 일단 이같은 우려를 잘 소화해 냈으나 다음에 행사가 또 개최된다면 매사를 잘 고려해서 있는 그대로를 보여줄 수 있는 박람회 본래의 취지를 살릴 수 있도록 만전을 기해야 할 것이다.

계분관리, 퇴비 우수성 홍보가 필요하다.

계분관리에 또 구멍이 뚫리고 있다. 축분이 폐기물로 간주되면서 퇴비로 재활용된다기 보다 환경공해를 일으키기 때문에 무단방류내지 생분유통을 규제하기 시작하면서 계분은 사실상 우수한 퇴비자원으로 활용되지 못하여 왔다.

이를 개선하기 위해 농림수산부와 환경처에



올라간 건의서만 하여도 수를 헤아리기 어려울 정도라 생각된다. 근자에 경우 계분은 완전 발효시켜 건조만 시키면 더없이 우수한 퇴비로 사용될 수 있는 유기질비료 자원으로 손꼽히고 있으나 일부 부도덕한 업자들이 계분대신 공업용 피혁부산물이나, 부패한 음식 찌꺼기를 몇 일간 처리하면 색깔이 발효된 계분과 똑같이 계분을 사용하는 유기농업장이나 채소, 화훼단지에 잔값에 마구 공급하고 있어 피해가 발생하고 있으며 이를 잘 알지 못하는 사용자들이 계분 전체를 오인하여 끝내 불신을 하는 경우까지 나타나고 있다.

그렇잖아도 양계농가에서 계분을 완벽하게 발효시켜 건조까지 하여 상품화 할 수 있게 시설을 갖춘 곳은 10% 정도에 머물러 있다는 점을 고려한다면 그대로 관과해서는 안될 일이다. 이제는 대부분의 농산물이 유기농법에 의한 품질 고급화 쪽으로 눈을 돌리고 있는데 계분의 활용가치는 더할나위 없이 높아지고 있어 퇴비로 사용될 수 있는 계분의 관리는 농장경영의 한 항목으로 자리를 잡아가야 할 것이다.

양계인들은 골치거리로만 생각했던 계분을 잘 관리만 하면 짝잘한 수입원으로 될 수 있다는 생각만 하여서는 안된다. 모든 이치가 그렇듯이 일이 잘 되면 꼭 유사품이 난무하여 진품을 골탕먹이는 수가 다반사다. 계분이 잘 활용이 되어야 처리시설에도 계속 투자가 이루어져

환경공해도 막을 수 있고 자원으로 재활용이 가능해져 국가경제에도 도움이 된다.

양계인과 정부는 합심해서 제대로 처리된 계분의 우수성을 홍보해야 하며 사용방법도 세분화 해서 보급할 수 있는 처방이 뒤따라야 할 것이다. 계분과 모양새가 아무리 같더라도 퇴비로써 가치가 없는 물질이라면 결국 토양에 해롭고 작물에도 해를 끼쳐 계분인줄 알고 사용했기 때문에 계분만 이미지가 나빠져 판로에 애로를 먹게 되지 않을까 우려가 된다.

앞으로는 양계인들도 계분에 대한 관리도 보다 효율적으로 해서 시장확대를 도모해 나가야 할 책임이 하나더 생긴 셈이다. 앞으로 계분에 대한 철저한 관리가 요망된다.

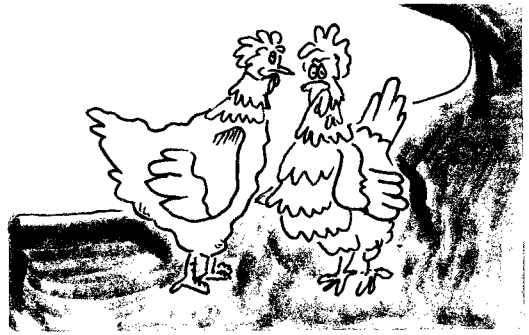
양계 산물 소비 변화, 국내업체가 시장을 지켜야 한다.

지난 7월에 한국부인회총본부가 국민학생과 중학생을 대상으로 좋아하는 음식을 조사한 결과가 발표되어 관심이 되었다.

이 조사 내용을 보면 10대 초반이 좋아하는 음식으로는 햄버거, 치킨, 피자 순이었는데 치킨과 피자를 좋아하는 학생은 64%, 62%로 나타나 닭고기의 소비가 향후 대폭 증가할 수 있다는 잠재력을 입증해 주고 있다.

이들중 패스트푸드점에서 40%가 햄버거와 콜라를, 28%가 치킨을, 14%가 피자를 즐겨 먹는다고 한 것으로 보아서 닭고기가 단순한 간식으로만 먹는다는 고정관념을 깨뜨리는 결과가 아니었나 보여진다.

또한 선진국형 식품소비 경향에서 나타났듯이 52% 정도가 패스트푸드점을 편리해서 찾는



다고 하였고, 18%가 맛이 좋아서, 10%가 분위기 때문에, 7%가 외국식품은 무조건 좋아서라고 응답하여 편리성과 맛으로 인하여 패스트푸드점을 이용하고 있다는 경향을 그대로 보여주고 있다.

현재 우리 시장에 패스트푸드점은 외국 브랜드가 판을치고 있다. 햄버거 패티도 닭고기를 그대로 사용하기까지 한다. 외국식품이면 무조건 좋아한다는 응답이 낮은 것으로 보아서 국내 브랜드들은 외국브랜드 보다 젊은 세대들이 좋아하는 편리성과 맛 또는 분위기 면에서 소극적으로 투자를 하지 않았는가 생각된다.

아직은 닭고기가 전면 수입개방이 되지 않았기 때문에 외국브랜드라도 로열티만 지불하고 닭은 국내산을 사용하여 문제가 없었지만 수입이 전면 개방되면 원료육을 수입할 가능성이 높다는 것이 문제가 아닐 수 없다.

속히 국내 브랜드도 편리성, 맛, 분위기, 주차시설 등을 짜임새 있게 조화시켜 변화해가는 소비자를 끌어들어야 함은 재론의 여지가 없다. 서비스를 투자재원으로 생각해야지 거저주는 낭비적 요인으로 생각해서는 소비자를 만족시킬 수 없어 자칫 서비스를 생명처럼 생각하는 외국 브랜드에게 우리의 시장을 내주는 결과를 빚어서는 안될 것이다. **양계**