

친환경 목장 조성을 위해 깨끗하고 아름다운 목장을 만들자!



임기준
서울유유농지원팀과장

최 근 친환경 농업, 친환경 농산물, 유기농산물, 웰빙이라는 용어는 우리 국민들 사이에서 자주 오르내리는 화제거리이다.

국민 대부분이 자신의 건강과 쾌적한 삶의 질 향상을 위하여 보다 맑고 푸른 자연친화형 환경개선을 요구하고 있으며, 농산물을 포함한 식품에 대한 안전·안심(Safety & Satisfaction) 니즈(Needs)도 나날이 증대하고 있다. 이는 전세계적인 추세이며 현재 진행중인 WTO협상의 주요과제인 점을 볼 때 친환경농업이 이 시대가 요구하는 모델인 것이다.

이에 정부에서는 환경오염을 줄이기 위하여 자연환경보전법, 수질환경보전법, 토양환경보전법,

해양오염방지법, 오수·분뇨 및 축산폐수의 처리에 관한 법, 악취방지법 등을 통해 각종의 환경규제를 강화하고 있다.

그 와중에 낙농을 포함한 축산업에 종사하는 생산자들은 법규제가 너무 강하다는 불만의 소리가 높지만, 소비자들은 소비자대로 가축분뇨와 미관상 깨끗하지 못한 가축사육시설 등을 보고 축산업에 대하여 환경오염의 범법자로, 혐오시설로 인식되는 등 좋지 않은 이미지를 갖고 있다.

친환경 축산은 시대적 요구사항이고 이를 거스리기에는 한계가 있다. 친환경에 대한 사회적 공감대를 형성하고 축산과 환경의 조화를 통해 안전하고 위생적인 축산물을 소비자가 원하고 있기 때문이다.

낙농산업은 국민에게 먹거리를 안정적으로 공급하고 환경보전을 위한 산업으로 거듭 태어나자

연그대로의 환경에 접하려는 소비자들의 욕구를 충족시키고 후손을 생각하는 사고의 전환이 절실하다.

친환경낙농을 위한 추진 현황

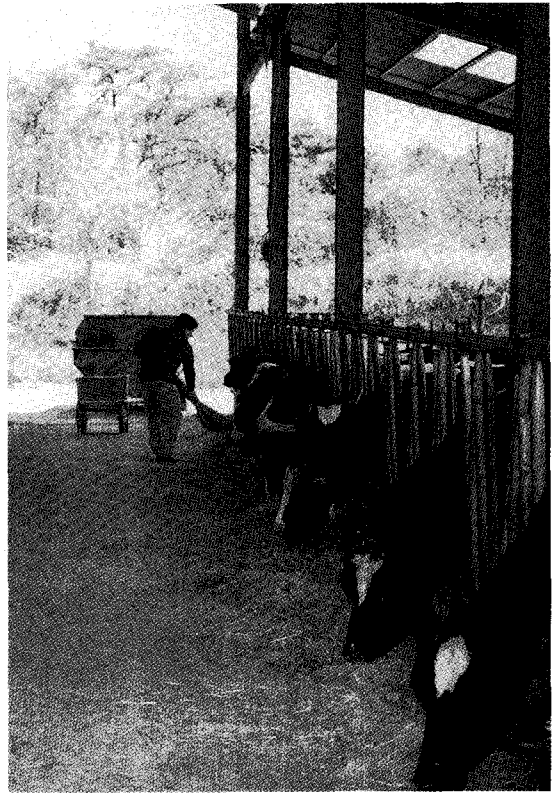
90년대 초반 일부 생산자 단체에서 친환경 농업을 추진하다가 97년 친환경농업육성법을 제정하고 99년부터 친환경농업직접직불제를 시행하면서 관 주도의 친환경농업을 중점적으로 추진하게 되었다.

농림부는 2001년도에 '유업체는 자율적으로 낙유 목장의 환경위생상태를 점검하고 개선하라'는 취지에서 '낙유목장 환경위생 등급제'의 실시를 위해 중앙 및 도단위 점검반까지 투입하여 실태조사를 실시한 바 있으나 큰 효과를 보지 못했다.

이는 '친환경 목장' 또는 '아름다운 목장'에 대해서 그 동안 젖소분뇨의 적정처리와 방역위생에 관한 사항 등이 강조되었을 뿐, 구체적으로 왜 해야 하는지?, 무엇을 갖추어야 하는지?, 누가 해야 하는지(역할 분담)?, 어떻게 유지 관리돼야 하는지?, 그렇게 해서 얻는 이익은 어떤 것인지?, 또 소비자에게는 어떻게 다가서야 하는지? 등에 대해 명확하게 정립된 개념이 없었기 때문이다.

그러나 최근 1~2년 사이에 매스컴과 언론을 통해 건강을 위해 유기농산물, 웰빙 등의 필요성이 부각되면서 친환경 농업에 대한 관심이 고조되었고 생산자나 생산자단체에서도 다양한 활동을 전개하고 있다. 서울우유협동조합도 2005년도는 '웰빙낙농 - 그린팜 실현'을 낙농지원방침 제1호로 설정하고, 우유와 젖소에 대한 소비자 이미지를 제고함으로써 우유소비 촉진에 기여하고자 노력하고 있다.

다만, 친환경은 가축방역 목장위생 축산분뇨의 자원화, 목장미관 등 너무 광범위하여 낙농가



에게 많은 부담을 줄 수 있다는 생각을 할 수 있으며, 시각적인 면이 지나치게 강조될 수 있기 때문에 적절한 지원과 홍보 그리고 안전하고 위생적 원유 생산을 병행하여 추진해야 할 것이다.

친환경 조성을 위한 깨끗하고 아름다운 목장 만들기

낙농선진국을 포함한 모든 국가들이 법적인 규제를 통해 친환경을 조성하고 있으나 단기간에 걸쳐 시행하기 보다는 단계를 거쳐 시행하고 있는 만큼 그 과정의 하나로 깨끗하고 아름다운 목장 만들기는 낙농가 스스로가 큰 부담없이 할 수 있는 일이라 생각한다.

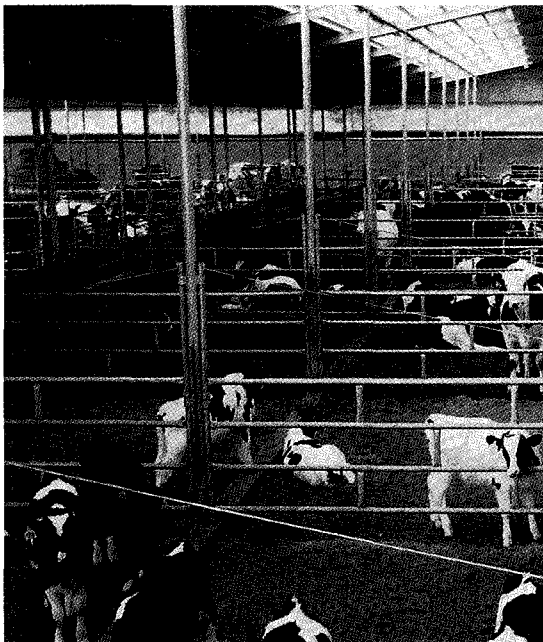
농림부는 친환경 축산만이 우리 축산업이 살길이라는 캐치프레이즈하에 각종의 시책을 추진하고 있으며, 특히 낙농업의 경우 낙농가들이 자발적으로 '깨끗한 목장 만들기 운동'에 적극 동참하

여 주기를 기대하고 있다.

농림부가 보는 '깨끗한 목장 만들기'의 개념은 『축사와 그 주변이 잘 정돈된 목장, 잘 건조된 축사바닥, 잘 손질된 젖소, 단정한 사람』으로 운영되는 목장으로 사료된다. 한마디로 '더러운 목장'은 우유소비 촉진에 도움은커녕 저해요인으로 작용하기 때문에 깨끗해야 한다는 의미이다. 또, 자기 목장은 자신이 청결하고 위생적으로 관리하지 않으면 누구도 대신해 줄 수 없기 때문에 스스로 깨끗하게 할 수밖에 없다는 것으로 이해된다.

그런데 '깨끗한 목장 만들기'가 어디 쉬운 일인가? 아직도 일부 목장에서는 여전히 민원을 일으키고 있고, 텔레비전 화면에 나오는 젖소는 아름다운 젖소 - 우유에 대한 좋은 이미지가 연상되는 젖소가 아닌 경우가 많다.

이렇게 사회적으로나 시대적으로 친환경 목장 조성에 대한 요구가 강하게 제기되고 있는 상황에서 우리 낙농가와 생산자단체는 어떻게 해 나가야 할것인지를 생각해 보아야 할 것이다.



낙농산업은 그 형태가 어떠한건 기본적으로 우유를 팔아 얻는 수익으로 낙농가의 소득을 보장하고 유업체가 운영되는 것이다. 때문에 소비자가 우유를 선택할 수 있도록 해야만 한다. 대부분의 공산품의 경우에 그 제조환경은 소비자들의 감시 대상이 되고 있다. 좋은 환경에서 만든 제품의 품질이 우수하다는 인식이 깔려 있기 때문이다.

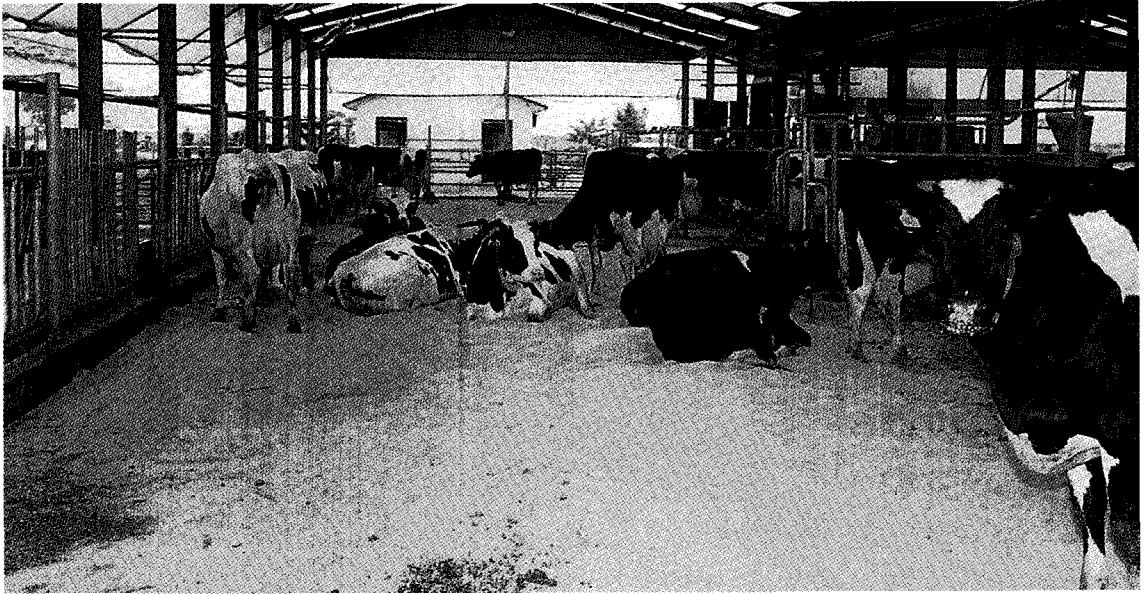
식품과 음료제품은 그 강도가 더하기 때문에 판촉을 위해 소비자들을 초청해 자기 공장의 우수한 제조공정과 함께 청결·위생 상태를 자랑한다. 축산물의 경우에도 예외없이 소비자들은 그 생산환경부터 따지고 있다.

특히 우유라는 상품은 젖소와 목장 환경과 깊은 연관을 갖고 있다. 우유라는 이미지는 대체로 넓고 푸른 초지에 깨끗한 젖소들이 한가로이 풀을 뜯고 있는 모습으로 연상된다. '그 곳에서 신선하고 위생적인 우유가 생산되고 있다'라고 믿고 있는 것이다. 왜! TV에서 그렇게 선전하니까!

그러나 우리의 젖소와 목장환경은 신선한 우유 이미지와는 상당한 갭이 있다. 현실적으로 그러한 목장은 별로 없다. 이런 이유 때문에 외삼촌 목장에 다녀온 서울 조카가 "젖소는 더럽다. 우유도 더럽다." 나는 "우유 안먹는다"라고 동네 친구하고 반 아이들한테 한참을 떠들고 다녀 그 애 어머니가 오빠네 목장도 다녀오고 애들 달래느라고 한동안 속이 많이 상했었다는 결코 웃을 수 없는 심각한 이야기가 실제하고 있는 것이다.

우리 목장들은 대체로 토지면적이 좁다. 넓으면 저절로 해결될 것들이 좁기 때문에 조금만 관리를 소홀히 하면 더럽고 지저분하게 보인다. 이러한 목장을 눈으로 본 소비자들은 우유를 기피하게 된다. 뿐만아니라 이웃에게도 우유는 안 좋다고 입소문내고 다니게 된다.

'입소문'이라는 것은 무서운 효과가 있다. 요즈



음은 인터넷이 있어서 수만금을 들여 신문·라디오·TV로 이뤄놓았던 광고효과를 삼시간에 무력화시킬 수도 있게 되었다.

따라서 우리 목장은 적어도 소비자들에게 깨끗한 젖소를 언제든지 보여줄 수 있어야 한다. 평상시 초코렛 색으로 잘 건조된 톱밥우상에서 여유있게 되새김질하고 있는 젖소로 관리하고 있어야 하며 축사와 그 주변이 잘 정리 정돈되어 있어야 한다. 소비자들이 목장에 방문해서 '우유 마시고 싶다. 우유 주세요' 라고 말할 수 있을 정도로 친환경 목장이 되어야 하는 것이다.

깨끗하고 아름다운 목장을 위한 구비조건

친환경 목장은 무엇을 갖추면 좋을 것인지, 대강의 모델을 설정해 보고 그 실현 방법을 모색해 보아야 할 것이다.

'친환경 목장' 또는 '아름다운 목장' 이라고 하면 넓은 목초지와 숲으로 둘러싸인 그림 같은 목장에 한가롭게 풀을 뜯는 깨끗한 젖소가 연상된다. 하지만 국토면적이 좁은 우리나라의 경우에는 다음 네 가지 정도만 구비하면 될 것으로 생각된다.

첫째, 목장 진입로 등에 꽃나무 20주이상 심기

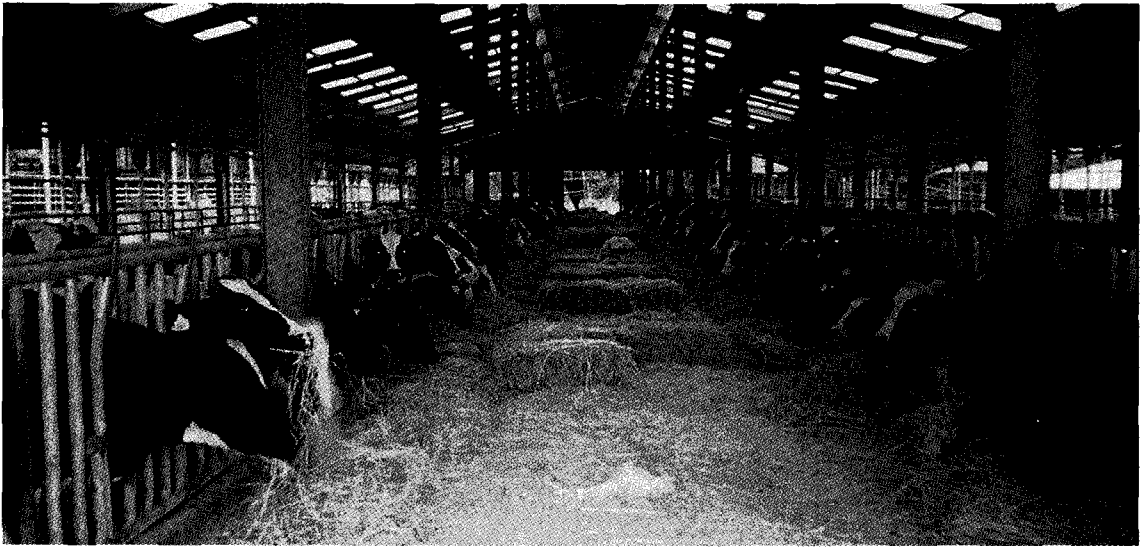
둘째, 목장 안뜰에 화단 10평이상 조성하기

셋째, 목장 주택 앞뜰에 잔디밭 20~30평이상 만들기

넷째, 목장 텃밭 100~200평에 목초(클로버류) 또는 야생화 가꾸기

물론 위에서 든 구비조건은 '이런 정도면 될 것이다' 라는 주관적인 견해일 뿐이다. 그러나 현실적으로 위 네가지를 다 갖춘 목장은 극히 일부에 지나지 않으며 아직 친환경 마인드도 부족한 실정이다.

더욱이 '우유소비 촉진을 위해 아름다운 목장으로 만들자' 는 총론에는 낙농가 모두가 찬성하겠지만 '나무를 심고, 화단을 조성하고, 잔디밭을 만들고, 목초를 가꾸자?'라고 하는 각론을 제시하면 오히려 반발에 부딪칠 것으로 생각된다. 좋은 것은 좋지만 그러나 지금까지 안 하던 일에 돈들이고 노력이 들어간다면 기피하게 되는 것이 인간사(人間事)이기 때문이다.



정부의 지원 및 교육체계확립

우유를 잘 팔려면 모든 목장이 깨끗하고 아름답게 조성될 수 있어야 하고 정부, 생산자, 단체 등에서 체계적으로 그 역할을 수행해야 한다.

특히, 정부에서는 깨끗한 환경 조성을 위하여 지원이 필요하고 농가 교육 및 홍보프로그램을 수립하여 추진할 필요가 있다.

몇 년간이나 그렇게 한 이후에 우유 파는데 장애가 되는 목장이 있다면 그 목장은 다른 목장들에게 폐를 끼치는 것이 되기 때문에 별도의 방법을 찾아야 할 것이다. 일부 목장의 잘못으로 전 목장이 '더럽다. 지저분하다'라는 소비자 인식이 나오지 않도록 하여야 한다. 한 걸음 더 나아가 '전 낙농가 목장의 아름다운 목장화' 대책을 세워 나가야 한다.

따라서 앞으로 이 분야에 대한 심도 있는 연구를 통하여 소비자와 낙농가가 함께 모범적인 친환경 목장이라고 할 만한 모델 목장을 발굴도 하고 체험할 수 있도록 하여 우리나라의 모든 목장이 다 같이 친환경 목장이 될 수 있도록 교육과 지원 사업에 중점을 둔다면 이상적일 것이다.

그러나 우리 낙농업의 여건은 그러한 연구결과만을 기다릴 만한 여유가 없다. 이미 소비자와 이웃 주민들은 더 이상 기다려주지 않으려고 하는 움직임을 보이고 있기 때문이다. 우리의 형편은 연구는 연구대로 진행하면서, 친환경 목장 조성사업은 친환경 사업대로 추진되어야 할 것으로 보인다.

친환경 목장의 조성을 위해서 우선은 낙농가에게 교육과 홍보가 필요하다. 교육을 통하여 친환경 목장 조성의 필요성에 대한 공감대를 형성하고 마인드를 강화하면서 '무엇을 어떻게 해야한다'는 친환경 의욕을 증진시켜야 한다.

동시에 이에 필요한 원예와 조경에 관한 기능적 기술을 습득시켜 스스로 꽃과 나무와 화단을 조성할 수 있는 능력을 배양시켜야 한다.

위 네가지 중에서 가장 먼저하는 것이 좋은 것을 골라야 한다고 하면 '꽃나무 심기'라고 생각된다. 왜냐하면 한번 심어 놓으면 그 뒤의 노력이 적게 들고, 나무 이미지가 좋으며, 시군단위의 산림조합에서는 매년 나무시장을 개설하여 묘목 공급을 하고, 임업지도원을 두어 상담에 응하고 있으

며 또한 대외적으로도 다소의 홍보효과도 있을 것으로 예상되기 때문이다. 더욱이 대내외적인 이미지가 항상 효과도 상당히 있을 것으로 예상된다.

예를들어 '친환경목장 조성을 위하여 식목일을 전후하여 낙농가 목장에 나무심기 운동을 벌이고 있다'고 하면 소비자들에게 좋은 이미지를 심어 줄 수 있지 않을까?

나무심기는 11월의 '육림의 날'을 전후로 심는 것이 좋다고 한다. 그렇지만 일반적으로 4월의 '식목일'을 전후로 심는 것이 관행화되어 있고, 정부차원에서도 이 시기에 식목행사를 전국적으로 실시하고 있으며, 산림조합중앙회를 비롯하여 시군단위 산림조합에서는 이 시기에 일제히 나무시장을 개장하여 좋은 묘목을 싼값에 분양하고 있다.

이와같은 생각에서 정부차원의 지원과 낙농가 교육을 대대적으로 전개하여 홍보하는 등 세부 추진계획을 수립하였으면 한다.

결언

친환경을 위하여 깨끗한 목장을 조성하고 안전하고 위생적인 우유를 생산하는 모습은 소비자 뿐

만아니라 생산자인 낙농가들도 요구하는 친환경목장의 모델이다.

환경을 위하여 법으로 규제하고 낙농가들은 불만을 제기하는 그 동안의 관습은 우리 낙농을 후퇴시키는 것이다. 물론, 낙농가들은 환경규제, 생산쿼터제, 축산업등록제 등으로 인해 목장을 더 이상 어렵게 한다는 불만도 있으나 우유가 소비자로부터 외면당한다면 우리는 더 이상 설 자리가 없게 될 것이다.

낙농산업은 국민들에게 안전한 먹거리를 제공하고 깨끗한 환경을 조성하여 충분한 휴식의 공간으로서 자리매김될 수 있도록 노력해야 한다. 그리고 우리 스스로 소비자가 우유를 마시도록 유도하기 위해서 아름다운 목장을 가꾸어 소비자들에게 보여주고 그들이 우유를 홍보할 수 있도록 해야 한다.

현재의 우리는 소비자, 생산자, 정부 모두가 깨끗한 목장을 만드는 주인공이며 미래의 낙농가와 국민들에게 물려주어야 할 유산인 점을 깊이 새겨야 할 것이다.☺

