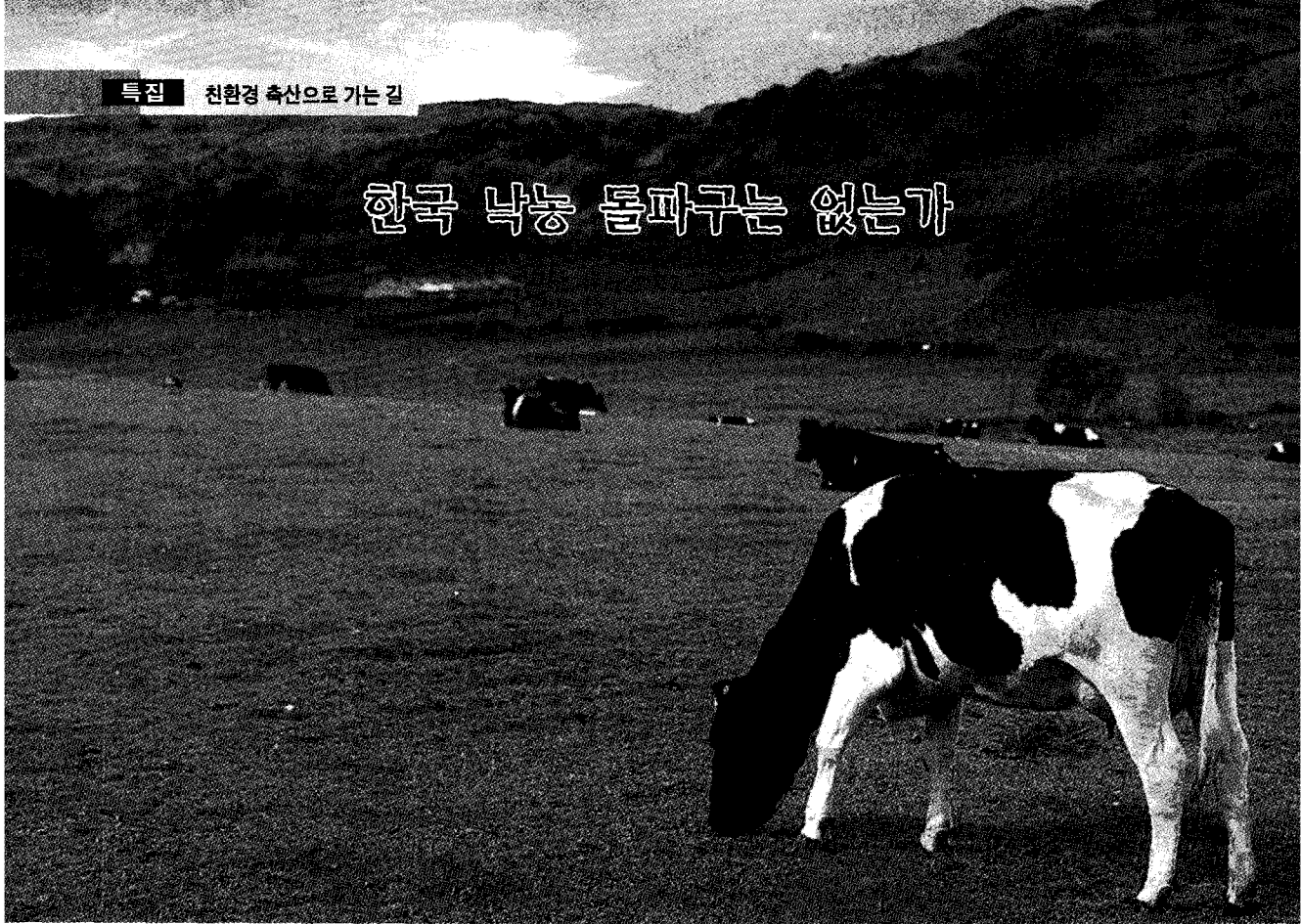


한국 낙농 돌파구는 없는가



이 광 응
협회 부회장

I. 머리말

소비자는 눈으로 선택하고 눈으로 평가한다. 우유소비 전년대비 2.6% 둔화라는 전문지의 통계 발표는 우유소비 감소에 대한 특단의 대책이 필요하다는 의미를 암시해

주는 대목이다. 매년 우리나라 우유홍보에 쏟아 부는 금액은 연간 약 1500억을 상회 하면서도 정작 우유소비는 매년 하향 추세에 있다면 소비자라는 고객 관리를 위해서라도 다른 원인은 없는 가 찾아 보는데 인색해서 안 될 것이다.

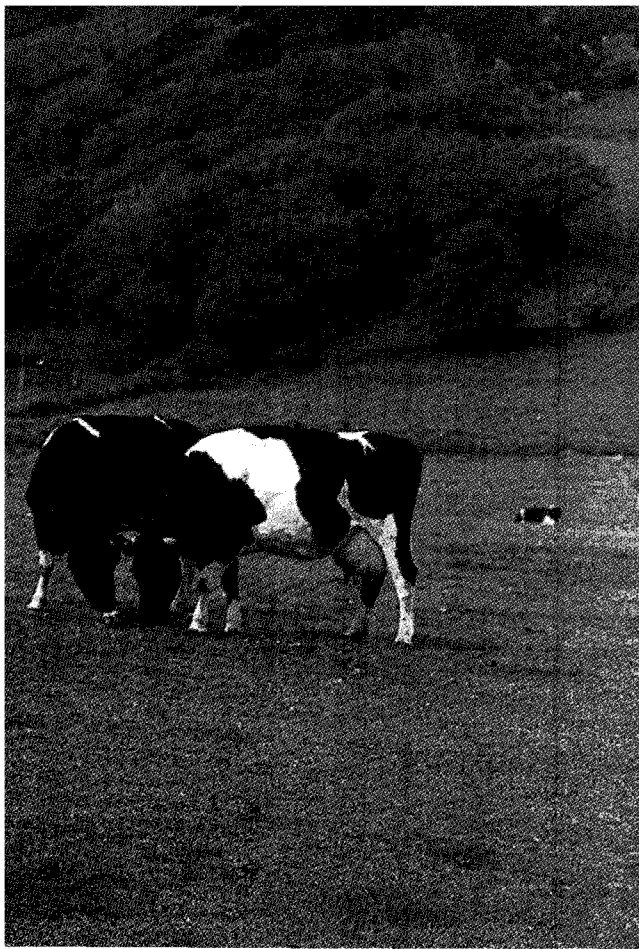
그동안 우리 낙농가 들은 켄터량의 문제와 사정은 조금씩 다르지만 직결 체제로의 전환 문제로 몹시 혼란할 뿐만 아니라 여러 가지 법률, 제도 등 정

신적 여유가 없었던 것이 사실이다.

그러나 충분한 이유가 있다 하더라도 한국낙농의 거시적 관점에서 볼 때 환경에 대한 시대적 변화와 요구를 거역 할 수 없으며 소비자라는 고객의 이탈을 막기 위해서 목장의 외적 환경에 대하여 고민할 수밖에 없다.

과거 한산했던 농촌이 도시인의 진입과 주거지역의 확산으로 축산업은 마을의 미관과 정서를 해친다는 주장이 우리만이 갖는 한국낙농의 열악한 구조적 고민을 모르는 일방적 주장이고 그것이 비록 농촌이 갖고 내려온 예부터의 정서라 하더라도 우리는 이를 부정할 수 없게 되어버린데 심각한 고민이 있다.

보고 느끼는 목장 전경은 소비자의 잘못된 인식과 불신이 고착화 할 수 있어 아름다운 목장으로의



주5일 근무제가 도입되면서 도시인은 농촌의 현장을 더 많이 찾게 되면서 보여선 안 되는 구석이 노출 되어 좋은 이미지 재고를 위한 농촌의 미관 혁신 운동은 어느 때 보다 중요하다.

D. B. G 운동을 전개하자는 제안을 하면서 이 운동은 Dairy Beautiful Green 의 첫머리 약자를 딴 아름다운 목장의 조화된 녹색 공간 만들기 운동이다. 목장과 집 주위를 공원화 하자는 뜻이 된다. 이러한 운동은 단시간에 이룩될 수 없으므로 연차적 계획이 필요하다. 목장 공원화 운동은 농촌정서 순화로 이어지며 소비자 이미지 쇄신을 위한 농촌 문화 개발의 첫 발 디딤이 될 것이다.

II. 낙농현안의 핵심적 과제와 문제의 파악

낙농현안의 외적 핵심적 과제는 환경 불량에 대한 민원이며 사회적인 인식이다. 그러나 환경 불량을 모두가 지적하고 걱정하면서 제도적, 법적 규제 조치로 문제를 풀어 보려는 착안에서 이유 없는 저항이 있는 것 같다.

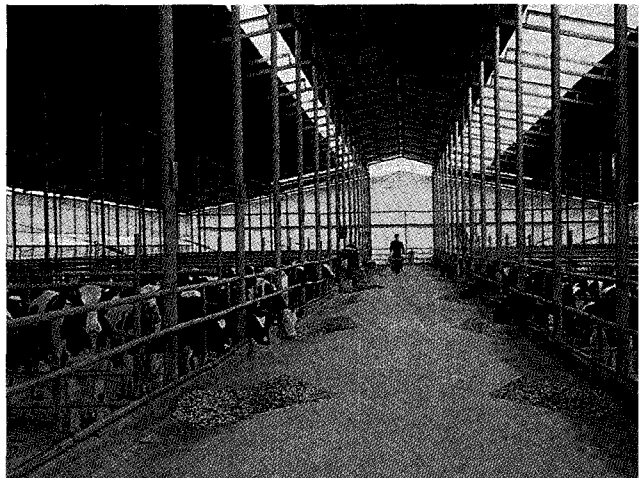
첫 번째는 환경과 연계하여 위생 안전성에 대한 소비자의 불신이다. 서울우유의 놀랄만한 고품질의 통계자료에도 불구하고 외적 환경(포장)에 의해 일

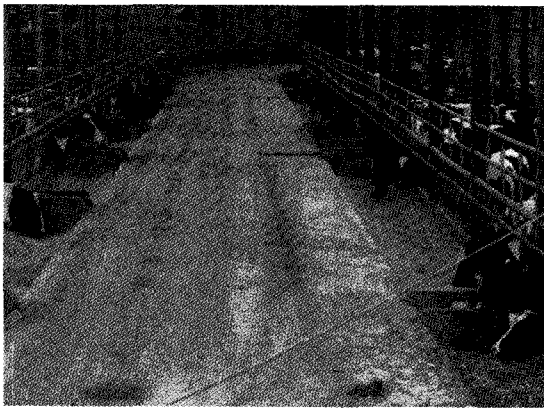
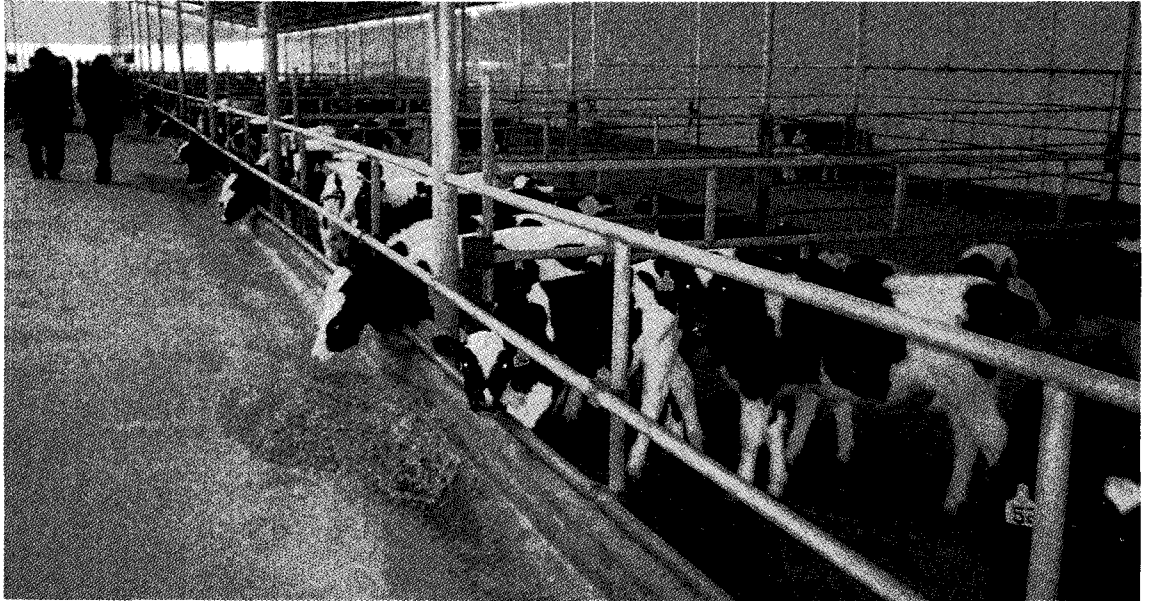
전환은 감성과 이미지 관리 측면에서 미래 한국 낙농의 발전 여부를 가름 할 수 있는 중요하고도 시급한 문제로 볼 수 있다.

우리나라의 2004. 12월 서울우유 통계 자료에 의하면 전체목장의 평균이 세균 1.6 체세포 24.5라는 세계적 고품질의 우유를 생산하고 있는데도 뉴질랜드의 분유로 만든 아기분유를 소비자가 선호하는 것은 푸른 초지위의 목장전경 그림을 보면서 우유의 질을 평가 해버리기 때문이다.

뉴질랜드는 착유 시 유두세척 없이 착유 한다는 것과, 위생 기준이 우리보다 까다롭지 않아 질이 떨어진다는 사실도, 아름다운 외부 환경에 관대해지기 때문이다.

따라서 포장을 아름답게 하고 독특한 문양을 개발하는 것은 부가 가치를 높이는 전략중 하나이다.





방적으로 인정하려 하지 않고 있다.

두 번째는 혐오시설이라는 낙인이다. 축사 신축을 주민들이 반대하거나 축사 이전의 거부로 주민과의 마찰과 불화가 빈번하게 발생한다.

이러한 모든 문제와 민원이 1차적인 외부 시각적 판단에서 비롯된다는 사실이며 이러한 낙농 현안의 핵심적 과제에 대하여 아름다운 목장 녹색화 운동은 그 대안이 될 수 있다고 생각한다.

이외에 생산비를 절약하여 경쟁력을 키우는 과제와 잉여 원유의 처리 방안 등이 핵심 과제로 있다.

1. D. B. G 운동은 자발적 운동이며 관의 지원이 필요하다.

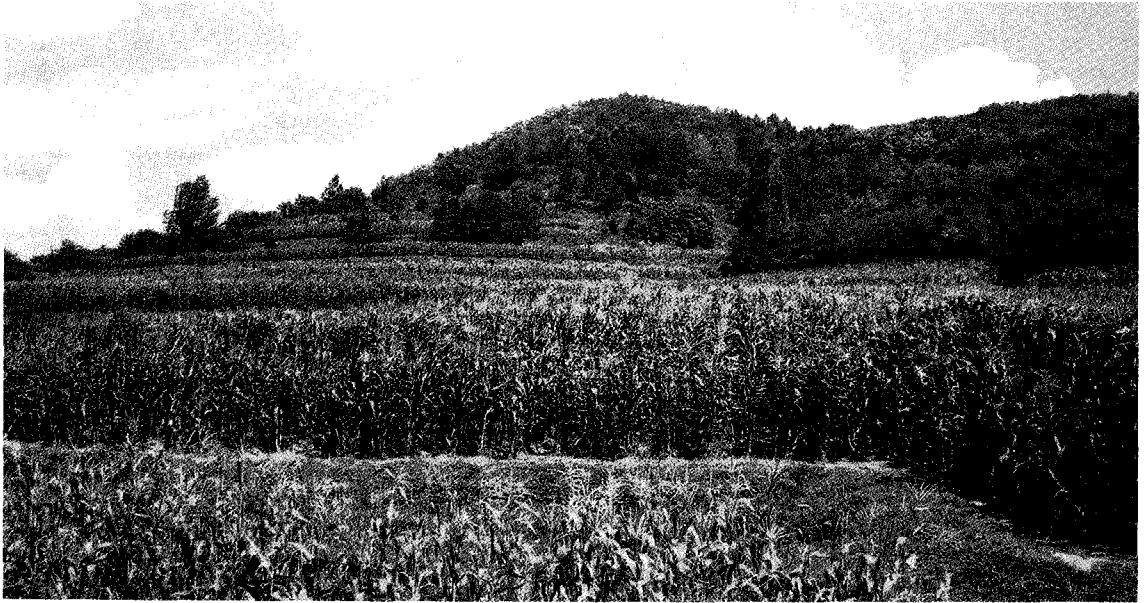
꽃과 나무가 있는 녹색화 운동은 낙농가 스스로 시간과 최소한의 자금을 투입하여 취향에 따라 성취해야 한다.

꽃과 나무에 정성을 쏟아 심고 잔디를 심어 조그만 공원이 조성된다면 그것은 또 하나의 자산이며 관리상 집에 있는 시간이 늘어나 화목한 가정의 분위기 조성 실현의 방안이기도 하다.

이상의 실현은 전문가의 조언과 자문이 필요하지만 관의 강요가 있어서는 안 된다. 강요는 자기개발의 침해이기 때문이다. 관은 공감대 형성과 동참 하고자 생각 있는 농가에 컨설팅과 필요한 부분을 지원해야 할 것이다.

2. 전문가의 조언

조화를 이루는 데에는 적당한 배열이 필요하다. 돌 하나도 아무 곳에 있으면 거추장스러운 걸림돌이지만 적절한 장소에 두면 조경이 된다. 가능하다면 전문가의 조언을 들어 설계 할 필요가 있다.



여기저기 뒹굴어 있는 돌을 모아 정렬하고 적당한 나무와 꽃을 심은 후 잔디로 포장하면 보기 좋은 정원이 되는 것이며 나무는 사철 푸른 나무로 선택하는 것이 좋다.

3. 목장공원화의 개념

공원(公園)이란 나무나 화초 등을 심어 만든 휴식 장소 또는 자연 그대로의 상태를 보존하며 관광이나 휴식장소로 제공되는 장소를 말한다.

한국의 목장형태는 가정과 목장이 함께 있는 것이 특징이므로 전자의 경우 정원을 조성하고 벤치 한 두 개쯤 준비 한다면 훌륭한 휴식이 있는 자기만의 소공원이라 할 수 있을 것이다. 초지를 소유하고 있는 경우는 훌륭한 자연 그대로를 보존 유지 하면서 초지와 쉼소를 소재로 한 관광 자원으로서 이용가치가 있다.

정부는 자연을 소재로 한 그린 투어리즘, 지역농업 클러스터 활성화 지원 계획을 발표하여 지원하고 있다. 테마기획 관광 체형 소재가 제한되어 있지 않는데도 그동안 축산을 소재로 한 테마기획은 없다는 것이 연구할 과제이다.

포상 제도를 두어 생산자와 관이 우수 농가에 대하여 포상과 인센티브를 부여하는 제도를 두어 활성화 할 수 있는 계획 또한 연구 대상이다.

III. 맺음말

우리나라 수출 공산품이 포장이 뒤 떨어져 재 값을 못 받는다는 지적이 있었다. 목장을 하나의 상품으로 가꾸고 우수한 양질의 우수생산품의 정당한 평가를 받기 위해서 포장이 뒤 따라 주어야 한다는 논리이다. 우리는 흔히 꽃 몇 송이 나무 몇 그루 심는다고 달라질게 있겠느냐는 부정적 정서가 있다.

외부 도시인의 좋은 평가와 이미지를 위해 예산을 투입하여 도로에 꽃과 나무를 심는 것은 도시 계획의 첫 번째 일이다.

포천시는 향후 5년간 희망생산자와 관이 아름다운 목장 가꾸기 꽃과 나무 100만주 심기 운동을 전개할 계획이다. ☺