

금년 산란계 자조금 이렇게 쓰인다

- 자조금 납부에 적극 동참을 -

■ 현황

현재 국회에 계류 중인 『축산물의소비촉진등에관한법률』 일부개정 안에는 산란계 자조금 거출기관이 구체적으로 명시되어 있지 않다. 다시 말하면 타 축종과 같이 도축장(도계장)에서 거출해야 한다는 뜻이다. 하지만 산란노계 도계장에서의 거출이 거의 불가능하다는데 의견이 모아진다.

지난 2002년 5월 13일자로 동 법률이 제정될 당시부터 산란계 의무자조금 거출기관의 문제점 해결을 위한 여러 가지 방안이 모색되었다.

이중 산란계가 반드시 섭취해야 하는 산란계사료의 제조업체와 산란실용계 병아리를 생산하는 부화장에서 자조금을 거출하지는 의견이 거론되었다. 그러나 이들 방안에도 많은 문제점이 나타남에 따라 산란계 의무자조금 사업을 위한 진행절차는 아직까지 첫발도 내딛지 못한 채 표류하고 있다.

따라서 본회는 임시국회가 개의회 『축산물의 소비촉진등에관한법률』 일부개정 안이 상정된 후 산란계 자조금사업의 진행방향에 대한 구체적인 협조사항을 국회에 직접 요청할 계획이다.

KBS비타민과 이마트가 함께하는
비타민 위대한 밥상 대공개

한국인이 꼭 먹어야 할
비타민 10대 밥상

KBS 한국방송 2TV - 비타민 매주 일요일 오후 10시 5분 ~ 11시 15분

마늘, 콩, 고등어, 호두, 버섯, 보리, 부추, 김, 달걀, 풋고추



■ 2005년 산란계 자조금 사용내역

(단위 : 천원)

관	항	목	금 액
자 조 금 사 업	소비홍보사업	○ TV광고 (PPL) - 1차 광고: SBS 비범대공개, KBS 상상플러스 - 2차 광고: SBS 웰빙맛사냥, SBS 솔로몬의선택 - 3차 광고: MBC 아주특별한아침, 달콤한 스파이 SBS 마이걸, KBS 비타민 10대 밥상, 스펀지	112,420 (29,040) (18,700) (64,680)
		○ 『50g 완전식품, 달걀 그 신비를 밝힌다』 1,500부 출간 및 배포 ※ 배포처 - 전국 138개 대학 식품영양학과 - 대한영양사협회, 한국영양학회 회원 - 각 언론사, 관계기관 및 연구소 등 - 협회 도지회, 지부, 채란분과위원회 등	35,451
		○ 소비촉진 및 달걀관련 전시행사 개최 - 05. 8. 31~9. 2 한국국제축산박람회(대전 KOTREX) - 05.10.28~10.29 축산물브랜드전(서울 COEX) - 05.11. 3~11. 6 국제외식산업박람회(서울 COEX) - 05.11. 9~11.11 농업인의날맞이 행사(서울 서대문)	3,993 (3,009) (984)
	생산자계도	○ 산란계자조금홍보 및 참여 독려 광고 게재 - 축산관련 전문지에 9회 게재(회당 30만원)	2,970
	운영비	○ 관리위원회운영, 인건비 및 문구대 등	7,146
	이월금	다음년도 이월	951
합 계			162,931

■ 2006년 산란계 자조금 사업계획

(단위 : 천원)

관	항	목	금 액
자 조 금 사 업	소비홍보사업	○ TV 광고(PPL 등) : 15회	170,500
		○ 라디오 광고(캠페인 광고) : 3개 방송/30회	77,500
		○ 홍보물 제작배포 : 요리책자 제작 배포 등	43,000
○ 소비촉진행사 : 관련 전시회 및 박람회 등		11,200	
○ 요리강습 및 시식회 : 지역별 요리강습		30,000	
교육 및 정보제공	○ 전국 채란인 심포지엄 등	14,500	
	○ 전국 순회 질병세미나 ○ 채란인 해외연수	4,800 30,000	
운영비	○ 관리위원회, 인건비, 사무용품 등 기타 운영비	17,867	
합 계			399,367

■ 2006년 산란계 자조금 납입의 필요성

산란계 의무자조금 시행을 위한 절차가 예상보다 지연되고 있어 본회는 2006년에도 임의자조금 사업계획을 수립하여 정부의 승인을 받았다.

상기 표에 나타났듯이 2006년도 산란계 임의자조금 예산은 지난해보다 236,436천원이 증가한 399,367천원으로 TV 광고 등의 사업계획을 세웠다. 이중 정부 보조금이 196,533천원이므로 농가에서 거출해야 할 금액은 202,834천원이다. 농가별 거출방법은 이미 알려드린 바와 같이 본회 도지회 및 산란계지부 소속 회원농가에서 사육중인 산란계를 기준으로 수당 10원씩 거출키로 했다.

산란계 자조금사업은 지난 1992년부터 시행되어 15년째 지속되고 있다. 그러나 임의자조금 특성상 자금거출에 어려움을 겪어 해마다 넉넉치 못한 예산으로 소비홍보를 실시하였다.

2005년에는 162,931천원의 사업비중 TV 광고(PPL 등)에 112,420천원을 사용했다. 또한 달걀에 대한 소비자들의 잘못 알고 있는 오해를 불식시키기 위해 그동안 알려지지 않았던 달걀의 우수성에 한 모든 자료를 집대성하여 350쪽 분량의 책자를 발간, 전국 영양사 및 언론, 방송사 등에 배포했다. 같은 해 국민 1인당 달걀소비량은 202개로 예년의 170~180개보다 약 20여개 이상 증가한 것으로 집계됐다.

본회에서 조사한 자료에 따르면 소비자들은 달걀 소비를 기피하는 첫째 이유로 콜레스테롤 문제를 꼽았다. 따라서 달걀 소비홍보는 이처럼 잘못된 인식된 소비자들의 생각을 바꾸는데 역점을 두고 있지만 대중을 상대로 하는 홍보에는 많은 비용이 소요된다.

본회는 지난해에 이어 TV등 대중 매체를 통한 광고에 자조금의 많은 부분을 할애할 계획이다. 짧은 시일 내에 소비자들의 인식을 100% 전환시킬 수는 없겠지만 지속적인 홍보가 실시된다면 가능할 것으로 본다. 특히 외국의 경우 1인당 소비량이 300개를 넘는 나라가 많다. 우리나라도 전혀 불가능한 일이 아니라고 판단되어 장기적으로 100개 이상의 소비층가를 기대할 수도 있을 것이다.

금년도 산란계 자조금사업이 진행되고 있으나 아직까지 자금 거출 실적이 저조하다. 따라서 각 농장의 적극적인 협조가 필요한 가운데 금년도 사업계획도 차질 없이 진행될 수 있기를 기대해 본다.(자조금사업팀)

