

글·사진 : 편집부

국내 대표 우수 축산물의 향연

「2011대한민국 우수축산물 페스티벌」성료 …11개 시군 64개 브랜드 경영체 참여



국내 대표 축산물 브랜드 한자리에… 요리전시· 나눔행사 풍성

「2011 대한민국 우수축산물 페스티벌」이 ‘고고고! 힘내라 대한민국 축산’이라는 슬로건아래 지난 8월 18일부터 3일간의 일정으로 서울 삼성동 코엑스에서 열렸다.

농림수산식품부가 주최하고 농협중앙회와 축산관련단체협의회가 주관하는 우수축산물페스티벌은 15개 축산관련협회와 11개 시,군 64개 경영체가 참여하여 각 브랜드별 우수한 축산물의 맛과 품질을 뽐냈다.

올해로 8회째를 맞은 ‘우수 축산물 페스티벌’은 첫 날 집계된 관람객이 2만6천여 명일 정도로 관심을 모았으며 축산업계 종사자들보다 소비자들의 관람비중에 눈에 띄는 정도로 늘어 우수축산물 페스티벌이 생산자와 소비자의 가교 역할로 탄탄히 성장했음을 입증했다. 페스티벌의 전체적인 분위기도 한층 차분해지고 잘 정돈됐다는 호평도 이어졌다.

특히 추석을 앞두고 우수 브랜드 축산물을 부위별로 최고 60%까지 저렴하게 판매하는 할인행사가 진행되어 우수한 우리 축산물을 미리 저렴하게 구입할 수 있는 기회도 마련했다.



① 2011 대한민국 우수축산물 페스티벌 테이프 커팅식 ② 축산정책홍보관에서 이창호회장과 강준수회장(한국양육협회) ③ 개회사를 하는 남성우농협축산경제대표 ④ 행사에 참여한 탤런트 유호정·이재룡 부부 ⑤ 오천만 국민요리 공모전 시상식 ⑥ 오리를 활용하여 만든 레시피 4선 ⑦ 축산정책홍보관

이날 개회사에서 남성우 농협축산경제대표는 “지난해 농림업 총 생산액 중 40.2%를 차지할 정도로 축산업이 성장했다. 앞으로도 소비자 신뢰를 계속 받기 위해서는 안전하고 위생적인 축산물을 생산하여 소비자들의 식탁에 올릴 수 있도록 노력해야 한다.”며, “자유무역협정 개방으로 수입산 축산물이 대량 들어와 있는 실정에 국내 축산물 소비가 높아진 것은 소비자의 신뢰가 있었기 때문이다. 소비자는 축산의 기둥”이라며 소비자에게 좋은 품질과 가격으로 신뢰에 보답하겠다고 말했다.

또한 이날 치사에서 오정규 농식품부 제2차관은 “2010년 농업생산액 상위품목에 축산물이 대거 포진해있다.

농업의 판도가 달라지고 있다는 것을 의미하기도 한다”라며, “소비자들이 국산 축산물이 싸면서 품질이 월등하다는 것을 인식할 수 있도록 생산자단체와 정부가 함께 노력해야 한다고” 고 밝혔다.

한편 이번 페스티벌에서는 부대행사로 탤런트 이재룡 유호정 부부가 참여한 가운데 오천만 한국 국민요리 공모전을 통해 선발된 요리의 전시와 나눔 행사가 열렸다. 오천만 국민요리 공모전은 축종 별 저지방육을 활용한 요리레시피가 소개되었는데 오리육 부분은 ‘오리 또띠야’를 개발한 박은영씨가 수상을 했다.



한국오리협회, 오리고기 할인권배포 이벤트로 오리고기 소비촉진 도와

우리 협회는 협회관에 생산자단체로 행사에 참여, 협회 회원사들의 다양한 브랜드육 제품을 전시하여 참관객들의 관심을 모았다. 협회는 이번행사가 축산물 브랜드 전인 만큼 그 취지를 살리고자 오리고기 시식 및 할인판매 행사는 페스티벌에 참가한 회원사들에게 맡기고, 국내산 오리고기 홍보와 협회 회원사들의 브랜드 알리기에 주력하였다.

먼저, 브랜드전에 참가한 4업체 (주)코리아더커드, (주)모란식품, (주)주원산오리, (주)하이덕과 회원사인 (주)화인코리아, (주)베틸농산, (주)정다운, (주)삼호유황오리, (주)매일건강의 오리고기 제품을 쇼케이스에 진열·전시하여 소

비자들의 호응을 얻었다. 참관객들은 브랜드별 다양한 오리고기 제품이 한자리에 모여 소비자 입장에서 관람하기가 편하다는 평을 했으며, 각 브랜드의 팸플릿을 꼼꼼히 챙겨보고 본사지역까지 문의할 정도로 관심이 높았다.

또한 브랜드전에 참가한 회원사들의 홍보 활성화를 위해 룰렛 이벤트를 통해 오리고기 할인권을 배포하였다. 각 2천원, 3천원, 5천원, 1만원권으로 구성된 할인권은 참관객들이 자율적으로 브랜드전에 참가한 4업체(주)코리아더커드, (주)모란식품, (주)주원산오리, (주)하이덕)에서 오리고기를 구매할 수 있도록 구성, 회원사들의 제품 구매율도 높이면서 소비자들의 지갑사정도 챙기는 일석이조의 이벤트였다. 또 부스를 찾은 참관객들에게 협회



① (사)한국오리협회 부스 전경 ② 회원사의 팸플릿 진열
 ③④ 오리고기 할인권 룰렛 이벤트를 참여하기 위해 모인
 참가객들 ⑤⑥ 국내산 오리고기 홍보대사 박준형 팬사인회
 ⑦ 오리고기 브랜드육이 전시된 쇼케이스 ⑧ 방송사 인터
 뷰를 하고 있는 박준형 홍보대사 ⑨ 오리고기 할인권 만월
 에 당첨된 시민과 함께 기념촬영 ⑩ 오리고기 홍보대사 박
 준형과 이창호협회장

에서 제작한 증정품(위생팩)과 함께 원산지 표시 전단지
 를 배포하여 국내산 오리고기 홍보에 앞장섰다. 부스 한
 편에 설치된 홍보영상물 및 오리요리책자는 참가객들
 의 발길을 멈추게 했을 뿐만 아니라 오리산업에 대한 소
 비자의 이해를 도왔다.

특히 이번 브랜드전에서는 생산자단체에서 우리 협회
 가 유일하게 국내산 오리고기 홍보대사 박준형 사인회
 를 열어 오리고기 소비촉진 활성화에 기여했다. 행사 개
 막식인 18일 오후 3시에 열린 사인회에는 참가객들의
 줄이 끊이지 않았으며, 각 언론사에서도 앞 다퉈 취재해
 가는 등 높은 인기를 끌었다. 박준형 홍보대사는 브랜드
 전에 참가한 우리협회 회원사들을 방문해 오리산업에
 대한 이야기를 나누고 홍보사진을 촬영하였다.



내년도 우수 축산물 브랜드전에서도 참가객들의 높은
 관심을 끌 수 있는 이벤트로 회원사들의 브랜드 홍보에
 더욱 주력할 것을 약속한다.

행사스케치



코리아더카드 ① 다향오리 독립부스 전경 ② 국내산 오리고기 홍보대사 박준형과 코리아더카드 ③ 10초를 잡아라 이벤트에 당첨된 시민의 파이팅



모란식품 ① 모란식품 부스 전경 ② 국내산오리 홍보대사 박준형과 모란식품 ③ 모란식품의 제품과 추석모듬선물세트 전시된 쇼케이스

충북관에 (주)모란식품, 독립부스로 참가한 (주)코리아더카드, (주)주원산오리, (주)하이덕

이번 우수 축산물 페스티벌에는 우리 협회 회원사 4개 업체가 참가, 과년도 행사보다 독립부스 참가 업체가 눈에 띄게 늘어 오리산업도 타 축종들과 어깨를 나란히 하고 있음을 내세워 축산업의 블루칩으로 성장했음을 보여줬다.

우리 협회 회원사는 그동안 공들여 생산한 우수한 품질의 우리 오리고기를 소비자들에게 시중보다 저렴하게 소개하였으며, 각 브랜드 별 다양한 이벤트로 소비자들의 관심을 유도했다.

먼저 (주)코리아더카드는 '10초를 잡아라' 라는 획기적인 이벤트를 통해 참관객들의 높은 관심을 끌었다. 이벤트는 참관객들이 전광판 숫자를 보며 반사적으로 누른 버튼이 10초와 맞으면 오리훈제 한 팩을, 1초 차이로 아쉽게 탈락된 참관객들에게는 머그컵을 증정하는 행사였는데, 참관객들이 독립부스를 줄지어 가득 메울 정도로 인기가 있었다. 또한 훈제오리와 오리떡갈비를 단돈 만원에 만날 수 있는 '만원의 행복' 이벤트도 진행하였는데 소가족이 주를 이루는 서울 전시회에 제격인 판매였다. (주)주원산오리는 롤렛이벤트를 통하여 자연록수 훈제오리슬라이스 1팩과 물티슈 증정으로 소비자들에게 즐거움을 선사했다. 참관객들은 이벤트에 참여하기 위해 줄



주원산오리 ① 국내산오리고기 홍보대사 박준형과 주원산오리 ② 주원산오리 독립부스 전경 ③ 주원산오리 룰렛이벤트



하이덕 ① 하이덕 부스 전경 ② 국내산오리고기 홍보대사 박준형과 하이덕 ③ 매실훈제오리를 시식하고 있는 참관객

을 서서 기다리는 등 높은 관심을 보였다. 특히 이번 전시회에서 주원산오리는 브랜드전인만큼 주원산오리만의 특화된 사료인 아스타잔틴을 소개, 다양한 브랜드육과 함께 전시하여 홍보했다. 또한 오리고기와 궁합이 좋은 오미자차를 시식코너에 함께 설치하여 참관객들의 호응을 얻었다.

(주)모란식품은 충북도관을 통해 참가, 충북도의 우수 브랜드임을 입증했다. 특히 모란식품은 시식코너를 양쪽 자리에 마련해 참관객들이 기다리지 않고 훈제오리고기를 맛볼 수 있게 배려하였으며, 또한 브랜드 제품을 부스 양면에 진열하여 참관객들이 어느 방향으로 발길을 멈추더라도 모란식품의 다양한 오리고기 브랜드육을

볼 수 있도록 전시했다. 또한 돌아오는 추석을 겨냥한 추석모듬선물세트 할인판매는 참관객들에게 우수한 우리 오리고기를 미리 준비할 수 있는 현명한 기회였다.

(주)하이덕은 매실오리훈제 브랜드 알리기에 총력을 기울이고 있었다. (주)하이덕 부스 한편에는 닭튀김을, 다른 한편에는 훈제오리고기 시식으로 참관객들에게 두 가지 맛을 선사했다.

특히 시간을 정해놓지 않고 계속 진행된 오리고기 시식회는 참관객들의 발길을 멈추기에 충분했으며, 그 맛에 반한 참관객들의 판매 또한 성황을 이루게 했다. 또한 오리모양의 목걸이 호루라기 증정품은 아이들의 높은 인기를 끌었다.