

# 깨끗한목장가꾸기운동 10년 이래, 그간 성과와 나아가야 할 방향



성 경 일  
강원대 동물생명과학대학 교수(우수목장선정위원장)

## 그동안의 성과

지금으로부터 10년전 선구자적으로 시작한 “깨끗한 목장 가꾸기 운동”은 단기적으로는 소비자의 축산에 대한 이미지 개선이 당면 목표였다. 이 운동의 기본적인 시각은 생산자와 소비자, 축산과 환경 그리고 인간과 동물이 상호 공존하는 공생의 관계를 유지하는 것이라고 할 수 있다. 궁극적으로는 깨끗한 목장을 만들어 소비자에게 긍정적인 이미지를 심어 안정적인 축산업의 전개를 도모하며, 최종적으로는 지역의 활성화로 연계되도록 하는 것이 이 운동의 목적이며 나아가야 할 방향이라고 하였다.

그동안 우수목장선정위원을 하면서 느낀 커다란 변화는 첫째, 젓소목장의 사육환경이 현저히 개선되어 그 결과 소비자들이 목장을 방문하여 실제로 체험이 가능한 목장들이 현저히 늘어나고 있다는 것이다. 이것은 목장이 소비자들에게 보여줄 수 있는 정도의 사육환경이 아니면 불가능하다. 다시 말하면 소비자들에게 보여줄 수 있는 목장이라는 것을 의미한다. 둘째, 본 운동시작 초기보다 목장의 젊은 후계자들이 늘어나고 있다는 것이다. 이는 사육환경이 좋아졌거나 소득측면에서 충분히 경쟁력이 있다는 것을 의미하고 있다. 셋째, 목장마다 나름대로의 다양한 기술 및 경영 노하우가 있

어 다른 목장들에 실제로 보급할 수 있는 좋은 사례가 많다는 것이다.

정부는 농업분야에서의 6차산업화로 농촌의 새로운 가치를 창조하는 전략을 추진하고 있다. 6차산업화란 생산에서 가공·판매 등의 영역에 관광·교류 등도 포함하는 비즈니스 생태계를 형성, 지역에서 일자리와 부가가치를 창출하는 것이 주된 목적이다. 지역의 농산물이나 부산물, 자연자원, 경관·문화 등의 지역자원을 활용하여 1차(생산)·2차(가공)·3차(판매)산업을 통합하거나, 지역단위의 농축업과 식품제조업·소매업·외식업 등이 연대하는 사업을 말한다. 이를 통해 지역가치가 창출하고 농촌공동체의 회복에 기여하고자 하는 것이다. 10년전에 시작한 이 운동의 세부내용을 보면 농업의 6차산업에서의 개념이 고스란히 들어 있다고 할 수 있다. 이러한 성과를 바탕으로 이제는 보다 지속적이고 체계적인 접근이 필요한 시기라고 사료된다.

### 지속적인 자발적 노력이 중요

정부는 낙농의 경우 FTA 등 시장개방 확대 등에도 경쟁력을 갖추고 성장하는 산



업으로 발전하고, 국민들에게 품질 좋은 우유 및 유제품을 안정적으로 공급하는 산업이 되기를 기대하고 있다. 이를 위하여 고품질 우유의 안정적 공급을 위한 전국단위 수급조절 및 가격 안정체계 개선, 생산성 향상 및 소비기반 확대를 골자로 하는 낙농 산업 선진화 대책을 추진하고 있다. 그럼에도 불구하고 무엇보다도 우리 낙농업이 국민들로부터 사랑받는 산업으로 지속 성장하려면 당사자들의 자발적인 노력이 가장 중요하다. 낙농업을 위한 생산자의 자발적인 노력중 하나로 우유소비 촉진을 위하여 매년 엄청난 홍보비를 투자하고 있으나 우유 소비는 좀처럼 증가하지 않고 있다. 우유 소비가 증가하지 않는 중요한 원인은 급변하는 사회적 환경 속에서 식품소비자들의 축산물과 환경에 대한 인식도 급속히 변화

고 있으나, 다양한 노력에도 불구하고 아직도 축산농가가 충분히 대응하지 못하고 있다는 느낌을 받는다. 특히 축산물 생산에 있어서 사육환경, 위생과 안전성 등에 대한 부정적인 내용들이 마스크에 빈번히 거론되고 있어 낙농업을 더욱 어렵게 하고 있다. 따라서 우리나라 축산의 지속적 발전을 위해서는 여전히 낙농에 대한 소비자의 이미지, 사회적 인식을 바꿔주는 것이라고 할 수 있다.

현실적으로 많은 제도적·법적 규제와 빈번히 발생하는 등으로 낙농경영이 어렵지만 그래도 깨끗한 목장을 가꾸는데 시간과 노력을 투자해야 하는 이유는 소비자의 목장에 대한 부정적 시각과 인식을 바꾸지 않는 한 축산물의 소비 증가는 물론 존재 가치를 기대할 수 없으며 이것은 다시 축산문제의 악순환을 초래할 뿐이기 때문이다. 지난 10년동안 우리나라 낙농가들은 이 운동에 적극적인 참여하여 소비자의 축산에 대한 인식 개선에 현저한 기여를 하였으며 정부에서도 축산분야의 모범적인 사례로 평가받고 있다. 또한 현 정부의 농업 6차산업 정책과도 잘 일치하고 있다. 한 단계발전된 모습의 낙농을 위해서는 아직도 목장 외부

/사육 환경 개선을 통해 소비자에게 보여 줄 수 있는 찾아오는 목장을 만들고 축산분야의 효율적 처리 및 활용 등에서는 보다 많은 노력이 필요하다고 판단되다.

### 과제의 핵심

과제로는 1) 기술적 부분 2) 경제적 부분 3) 정책적 부분 4) 사회, 문화적 부분 5) 외형적·정신적 부분으로 나누어 생각할 수 있다. 1)부터 3)까지는 앞으로도 지속적으로 낙농가, 정부, 연구자 등이 해야 할 일이다. 이 운동에서는 여전히 4)사회·문화적인 부분과 5) 외형적·정신적 부분을 중점적으로 추진하는 것이 바람직하다고 사료된다. 외형적·정신적 부분에서는 여전히 낙농가는 지지분하고 불결하며 주위 환경과 조화를 이루지 못하고 있다는 것이 일반적인 소비자의 인식이다. 이러한 부정적인 인식은 대부분 외형적으로 보이는 것에 기인하는 경우가 많다. 낙농가의 이러한 외형적 모습은 소비자의 뇌리에 새겨져 정신적으로도 축산을 보는 시각이 여유롭거나 풍요로운 것이 아니라 피곤하고 지쳐 보이는 이미지로 보여지고 있다. 따라서 이러한 부정적인 모습을 극복하려는 지속적인 노력이 여전히 중요하다.



사회적, 문화적 부분에서는 축산분뇨가 환경오염원(악취, 수질 및 토양오염 등)아니라 중요한 자원이라는 인식이 요구된다. 친환경 농산물, 더 나아가서는 유기농산물은 유기질비료 자원인 축산분뇨 없이는 생산이 불가능하다. 따라서 축산분뇨는 공해물질이 아니라 적절한 처리와 토양으로의 환원을 통하여 유기질비료로 활용되는 물질 순환농업의 기본이 된다는 것을 소비자에게 인식시키는 것이 필요하다.

즉, 축산농가와 경종농가 또는 임업농가 등의 타산업과 상호연계를 통하여 친환경 농림축산물이 생산되는 시스템을 구축하여 축산에 대한 올바른 사회적 인식을 제고할 수 있다.

또한 축산은 먹거리를 제공하는 단순한 산업이 아니라 우리 인간의 의식과 문화를

바꾸는 관념적인 사고까지 영향을 준다. 그러므로 축산을 기술적인 관점(자연과학적 사고)에서만 보는 것이 아니라 인문·사회과학적인 관점을 접목시키므로써 소비자가 축산을 지켜주고 발전시켜주는 견인차 역할을 하도록 “축산을 문화로 인식” 하는 노력이 필요하다.

### 운동의 지향점과 전망

첫째는 이 운동은 자연스럽게 6차 산업의 일부인 농촌관광(green tourism)으로 전개될 것이며 이를 통하여 농업소득은 물론 농외소득의 효과를 발휘할 것이다. 실제로 이 운동에 참여한 낙농가들은 우유의 생산, 가공 및 판매 그리고 체험이 가능하여 낙농 중심의 6차산업화로 되고 있으며, 언제든지 가능한 목장이라고 할 수 있다. 둘째는 지역내 타산업과 연계되므로 지역사회와의 유대를 강화하는 기회가 될 것이다. 셋째는 농촌의 경관을 유지하고 보호하는 기능을 하게 되므로 어메니티가 향상되어 살기 좋은 농촌, 깨끗한 농촌을 유지하는데 기여한다. 넷째는 친환경축산직불제, 경관보전직불제 등 각종 직불제로 자연스럽게 연계되므로 소득창출의 효과를 얻게 될 것이다. ㉞