

14년은 축산물 · 축산업 인식 개선을 위한 초석 마련의 기회



이병규

축산자조금연합 위원장
(대한한돈협회 회장)

지난 한해는 축산업계가 함께 모여 참으로 의미 있는 사업을 진행했다. 바로 9개의 축산자조금(한돈 · 한우 · 우유 · 닭고기 · 계란 · 오리 · 육우 · 양봉 · 사슴)이 합심하여 ‘축산물 및 축산업 인식개선 캠페인’을 발대한 것이다.

축산업은 국민들의 주요 단백질 공급원으로서 건강의 중추적 역할을 해옴과 동시에 16조원에 달하는 축산업 생산액과 32만명 이상의 신규 고용을 창출해 내고 있는 우리 사회에서 없어서는 안 될 매우 중요한 산업이다. 그럼에도 불구하고 언제부터인가 우리 축산에 대한 잘못된 정보들이 점점 증가되면서, 축산에 대한 부정적 인식이 확대되어 왔다.

지난 8월 발대한 축산자조금연합은 이러한 축산에 대한 막연한 오해를 해소하고 축산물의 영양적 가치와 경제적 가치에 대한 강조를 통해 국민들에게 축산의 중요성을 알리는 역할과 함께 바른 먹거리를 통해 건강한 대한민국을 만들어 가는데 목적을 두고 첫 발을 내딛었다.

5개월간의 짧은 기간이지만 축산자조금연합은 축산의 중요성과 가치를 알리고 육류와 채소의 균형 잡힌 식습관에 관한 올바른 정보를 제공하기 위해, 방송 다큐멘터리 제작, 교양방송 PPL, 언론 기획기사 및 지하철 광고 등을 통해 대국민 인식개선을 추

진했다.

방송 프로그램과 언론 기획을 통해 축산물에 대한 오인지를 해소하고, 개별 축종이 갖는 건강학적 가치에 대해 전문가들의 입을 통해 입증하는 홍보 활동을 지속해 왔다. 특히, 다양한 다큐멘터리를 기획하여 선진국의 축산 환경과 함께 국내 축산의 발전해 가는 모습을 함께 조명함으로써 축산의 가치와 경쟁력을 보여주려고 노력했다.

지난해는 캠페인 기반 조성 및 오인지 해소를 위한 활동에 초점을 맞추었다면, 올해는 축산에 대한 긍정적인 인식을 확대할 수 있는 다양한 캠페인을 좀 더 규모 있게 추진하고자 한다. 이 캠페인 안에는 단순히 국민에게 축산에 대해 긍정 인식을 갖게 하는 형태에 그치는 것이 아닌, 축산업계 종사자 스스로가 자정 노력을 통해 축산환경을 개선하는 캠페인도 포함되어야 할 것이다.

이는 지난 연말부터 이슈화되고 있는 FMD(구제역), AI 발생을 계기로 가축질병과 가축분뇨 처리 등 축산업의 문제점이 크게 부각됨에 따라 축산업이 변화되어야 한다는 목소리가 언론을 통해 확산되고 있는 상황을 고려할 때 매우 시급한 문제가 아닐 수 없다. 따라서 올해는 대국민 대상의 인식 변화 캠페인 뿐 아니라, 축산업계 스스로의 자정 노력을 통해 축산 환경의 변화까지 이끌어낼 수 있는 캠페인을 계획하고 있다.

축산에 대한 인식은 하루아침에, 한 순간에 바뀌기는 쉽지 않다. 하지만 축산업계 스스로 우리가 가진 한계점들을 인지하고 극복하고자 하는 노력이 축산 인식 캠페인과 함께 추진되면서 소비자들과 지속적으로 소통을 시도한다면, 분명 우리 축산은 더 밝은 미래와 마주할 것이라고 확신한다.

국민들과 함께 소통하는 경쟁력 있는 축산업으로의 발전을 위해 올해도 축산자조금연합은 더욱 의미 있는 캠페인들을 추진할 계획이다. 캠페인은 우리 축산업 종사자들이 얼마나 적극적으로 참여하고, 소통하느냐가 성패를 결정할 것이다. 모두의 관심과 참여를 통해 의미 있는 캠페인으로 발전시켜 보자.