

타축종 의무자조금 활용실태와 양계의무자조금 필요성



한우자조금

“한우자조금 4년, 많은 것 얻었다”

- 최근 공급 과잉에도 불구하고 가격유지의 버팀목 -
- 소비자 인식 높이고 한우농가에 자신감 심어 -

누구나 어렵다고 생각했지만, 한우농가들은 해냈다.

한우자조금 시행 1년 전부터 이미 양돈에서도 의무자조금 제도를 시행하고 있었지만 한우산업은 50두 미만의 부업농이 전체 사육두수의 76% 이상을 차지하고 있고, 약 19만호에 이르는 많은 농가수로 인하여 관계자들은 한우자조금 출범이 어렵다고 말했다.

그러나 한우협회와 농협이 중심이 되어 자조금에 대한 필요성과 당위성을 알리는 교육을 통해 농가의 자조금 동참을 유도하였다. 아울러 한우 지도자분들의 지역농가 설득 노력과 자조금에 대한 열정으로 누구나 어렵다고만 생각했던 한우자조금을 탄생 시켰다.



황 협

한우자조금관리위원회 사무국장

전체의 노력만이 조속한 정착의 지름길

2005년 5월 1일 도축장을 통한 자조금 거출은 첫 달 약 52%의 거출률을 보이며 2005년 평균 67%의 거출률로 마감하였다. 빠른 자조금 사업의 정착을 위해서 한우 유통상인들에 대한 홍보와 거출기관인 도축장 및 관리감독 기관인 시·도청에 대한 협조요청 등 전방위적 노력을 기울인 결과 그 다음해인 2006년 약 90% 조속한 정착을 이루게 되었다. 자조금의 성공적인 운영을 위해서는 생산농가만의 힘으로는 어렵다. 이렇듯 산업에 관계된 모든 분들의 애정 어린 관심이 함께할 때 자조금 사업은 성공할 수 있는 것이다. 작년

도 한우자조금이 97%의 높은 거출률을 보이고 있는 것은 한우자조금에 대한 축산농가의 참여 및 기대가 크다는 것을 단적으로 보여주고 있다.

한우자조금, 무슨 사업을 했는가?

어려운 여건 속에서도 한우산업 발전을 위해 농가에서 납부한 소중한 자조금은 소비홍보사업, 교육 및 정보제공 사업, 조사연구 사업 등을 통한 소비촉진을 유도하여 산업의 기반을 확고히 하며 생산농가의 권익보호를 위해 운영되고 있다. 한우소비 활성화를 통한 소값 안정의 실현, 한우만이 한우로 팔리는 투명한 유통환경 조성, 한우의 우수성과 차별성 홍보로 한우시장 확보를 사업방향으로 정하고 있다.

지난 2008년 한우자조금 사업은 총 180억5천만원의 사업을 집행하였고 TV, PPL협찬, 신문 등 다양한 매체를 통한 광고에 87억2천만원, 지역축제 소비홍보, 한우부산물 소비촉진, 대한민국 한우 먹는날 행사 등 소비촉진 및 개발에 41억1천만원, 유통감시단 운영, 한우전문점·원산지표시제 지원 등 유통개선에 17억4천만원, 한우농장경영관리교육, 한우후계자교육, 한우농가HACCP교육 등 생산농가 자질향상에 3억3천만원, 지역공헌 및 정보교류에 1억3천만원, 소비자 한우체험 교육, 한우자조금 소식지 발행 등 생산자 및 소비자 정보제공에 15억8천만원, 거출홍보에 2억9천만원, 한우자조금 효율성분석, 근출혈 발생원인과 경감방안 연구 등 조사연구 사업에 2억8천만원을 집행하였다.



한우자조금, 한우농가의 든든한 버팀목이 됐다

자조금의 다양한 사업을 통하여 한우는 외국산과의 차별화된 품질, 국내산 육우와 한우는 다르다는 정보전달, “명품한우”의 이미지, 단순한 먹거리가 아닌 “이 땅위에 자존심 한우”라는 자긍심, 100대 민족문화 선정 등 한우소비층 확보를 위해 노력했다. 아울러, 자조금 설치 후 직간접적인 영향으로 음식점 원산지 표시제 법제화, 유통감시제 도입, 생산이력제 구비, 한우판매인증점 시행, 송아지 생산안정제 기준가격 현실화, 브루셀라 살처분 보상금 인상 등 한우산업 발전을 위한 변화를 가져왔다. 많은 한우농가들이 최근 공급과잉에도 불구하고 한우자조금의 꾸준한 소비증가 노력으로 한우가격을 유지하는 든든한 버팀목이 되었다고 평가하여 주고 있다.

어려울 때일수록 원칙을 지켜 미래를 대비해야 합니다

쇠고기, 돼지고기, 닭고기, 계란 등 우리 주변에는 많은 축산물이 있다. 여러분이라면 무엇을 선택 하시겠습니까? 우선 선택을 받지 못한 나머지 축산물은 어떻게 될까요?

우리나라 1차 산업의 대표주자는 쌀이었다. 우리의 주식이 쌀이었기 때문에 쌀의 소비량이 줄지 않을 것이라는 믿음으로 쌀산업은 쌀의 증산에만 노력을 기울이고 소비기반의 구축에는 많은 노력을 하지 않았다. 그러나 최근 다양한 소비패턴의 변화로 쌀의 소비량이 줄어들게 되었다. 아무도 쌀산업이 지금의 어려운 현실에 처할 것을 예상하지 못했다.

사료값 급등, 생산환경 악화, 타축종과의 경쟁,

웰빙문화 확산 등 우리를 둘러싼 국내외 환경은 날로 어려워지고 있다. 이러한 어려운 환경을 헤쳐나가기 위해서는 우수성 홍보를 통한 굳건한 소비기반 구축만이 산업을 안정화 시킬 수 있다. 무엇보다 중요한 것은 소비기반의 확충입니다. 이제는 생산자의 관점이 아닌 소비자의 관점으로 시장을 봐야 한다.

생산은 개별농가의 몫이지만 소비확충은 전체 농가가 공동으로 운영해야 한다. 그 중심에는 자조금이 있다.

양계 자조금! 출발 늦었지만, 서둘러야 한다

2월중 산란계 의무자조금 설치를 위한 대의원 선거가 전국적으로 실시될 예정이다. 자조금의 설치를 위해서는 해당 지역 농가의 과반수 또는 사육두수의 3분의 2 이상이 투표에 참여해야 성공할 수 있다. 결코 쉬운 일은 아니다. 그러나 이미 다른 축종에서는 법령에 맞추어 대의원을 선출해 자조금 제도를 운영하고 있다.

이미 운영 중인 한우, 양돈, 낙농자조금의 TV광고를 보았을 것이다. TV광고를 보면서 “우리도 광고가 나왔으면 좋겠다”라는 생각을 했을 것이다. 아직 늦지 않았다. 자조금 제도를 시행한다고 해서 사료나 약품 등의 직접적인 지원이 있는 것은 아니다. 그러나 홍보를 통해 소비자의 관심과 소비촉진을 유발하여 산업의 기반을 확충할 수 있고 나아가 굳건한 산업의 소비기반이 마련된다면 그 산업의 미래는 밝을 것이다.

자조금의 성공적인 출범과 시행을 위해서는 적극적인 농가의 동참과 관련업계의 전폭적인 지지가 중요하다. 산란계자조금의 성공적인 출범을 기원 드리며 양계산업의 번창을 기원한다. **양계**