

역사인식 가지고 가치 증진에 주력해 주길...



김 영 옥
천후제일사료 총괄사장
본지 초대편집장

1969년 11월에 창간된 월간양계가 1999년 11월로 창간 30주년을 맞이한다. -통권 361호가 나온다.-

해방이후 겨우 50년 남짓한 세월을 감안하면 「월간양계」 창간 30주년은 정말 대단한 역사인 셈이다. 그 동안 이를 위해 애써주신 역대 회장님, 편집진 그리고 후원해주신 광고주들께 깊은 감사의 말씀을 전하고 싶다.

1. 창간 당시를 되돌아보면-「헝그리, 정신으로 출발한 월간양계」

1967년 7월 군에서 전역 후 대학은사 오봉국 선생님께 인사를 드리러 갔더니, 한국가금협회(양계협회 前身)에서 양계잡지를 창간해 볼 계획을 가지고 있으니, 거기서 일해 볼 것을 권유하셨다. 잡지의 수준과 규모를 일본의 「鶏의 研究」 정도로 생각하고 계시며, 잡지 발행 경비는 업체의 후원광고 찬조로 하고, 후원금의 30% 정도는 잡지로 되돌려 드려서 그 업체

의 고객들에게 홍보용으로 쓸 수 있도록 하자는 취지였다. 편집인원은 혼자서 해 보다가, 사업확장이 되면 그때부터 늘리라는 것 이였다.

사업을 계획하면서, 아이디어와 목표만 제시 받고 그날부터 잡지 창간을 위한 작업을 시작하였다. 10월 창간을 목표로 조직(편집위원), 제호, 경비조달, 편집방향, 잡지등록, 원고모집, 인쇄소 선정 등 등 축산학을 전공한 나에게는 생소한 분야를 이리저리 뛰어다니며, 배우며 시행착오를 겪으며 11월 창간호를 내놓게 되었다. 다행히 군 특수부대 소대장(편의공작대) 출신이었기 때문에, 당연히 경제 사업도 군의 침투 작전처럼 목표만 제시해주고 작전명령이나 정보수집을 다 알아서 하는 것쯤으로 생각하고, 준비했기 때문에 당연하게 생각하고 별로 불만은 없었다. 당시 앞에서 이끌어 주시던 분들은 협회장이시던 오봉국 박사님, 박도현 사장님, 최창해 교수님,故오세정 교수님, 강금노 사장님,故김영희 사장님, 이필용 사장님 등이 협회 이사님들로서 적극 도와주셨고, 편집위원으로서는 한인규 교수님, 임병규 사장님(당시 동신 부회장 전무), 신정재 사장님(당시 한국비타민 헤드쿼터 영업부장), 김영환 사장님(당시 천후 부회장 상무) 등이 편집내용 검토, 광고코멘트 등 전체 잡지의 방향과 모양새에 대해 개인 시간을 할애해 주시며 도와주셨다. 또한 빼놓을 수 없는 것은 이 잡지의 발행이 가능토록 해주신 광고 후원업체들이다. 원래 업체광고란 자사 제품홍보를 위한 것이지만, 월간양계의 광고후

원업체들은 홍보보다 잡지 발행을 더 먼저 생각해 주셨던 고마운 분들이다. 당시 표4를 장기계약 해주었던 제일사료, 인산농원, 영육농장, 유한양행, 삼우화학, 흥성사료, 한일사료, 천일곡산 등은 월간양계가 두고두고 기억해야 할 업체들이다. 30년전, 당시 제일 큰 후원업체였던 제일사료에 현재 몸담고 있는 것을 생각하면, 참으로 인연이란 이상한 것이다 하고 늘 생각하고 있다. 창간당시 협회의 살림이 워낙 가난하여 직원 3명(이재식씨, 차묘순씨, 본인)이 꾸려가는데, 이재식씨는 광고 접수와 수금, 책배달 등 험한 일을 도맡아 하면서도 항상 웃는 얼굴이었고, 차묘순씨는 협회 살림을 마치 자기집 살림처럼 알뜰하게 꾸리면서도 협회 분위기를 항상 밝게 유지하려고 애써 주었다. 이때의 「형그리 정신」은 바로 1960년대 우리나라 기업들의 「형그리 정신」과 상통하는 것이어서, 그 후 30년을 살아오면서 검소하고 검소한 생활을 할 수 있도록 해 준 소금역할을 했던 것 같다.

2. 새로운 천년 새로운 30년—도전정신의 중심에 있는 「월간양계」

월간양계 창간 30주년이 되는 해에 계란값이 유례없이 폭락을 하여 양계인들이 큰 고생을 하며, 관련산업체 모두가 큰 걱정을 하고 있다. 지난 30년간 우리나라 양계산업은 외부(정부)의 도움없이 견실하게 발전해오다가, IMF 직전 규모화 과정에서 정부의 시설자금과 외부시설업체의 외환리스에 의해 규모화를 시도하면서, 외환위기와 맞물려 많은 업체들의 도산과 구조조정 과정을 겪고 있다. 즉 자동화된 사육규모는 수요가 감당할 수 없을 정도의 과잉생산을 유발하였고, 소비촉진 등 신 수요를 개발하지

못한 상태에서의 과잉생산은 필연적으로 생산물 가격하락을 유발시키고 있다. 현재의 상태에서는 장기적으로 보이는 생산원가 이하의 난가하락은 30년전과 별로 다르지 않는 유통구조와 유통가격 형성 과정을 거치며 고시가와 농장 수취가의 차이가 30~40% 차이를 보이는 전 근대적인 형태를 보이고 있으며, 고시가와 소비자 가격 역시 큰 폭의 마진차이를 나타내고 있다. 여기에서 느껴지는 점은, 이대로는 안된다는 것이다. 무엇인가 이를 개선시키기 위한 노력이 양계인들이 양계협회(월간양계) 중심으로 대안을 제시하여야 될 것이다. 여태까지의 양계장 운영 방법이나 계란가격 결정 등, 양계사업 전체를 지배하고 있는 중심 경영체제가 코스트다운(원가절감)이 주축이었다면, 이제는 벨류업(가치증진-Value-up)으로 전환이 필요한 때다. 그 역할을 양계협회(월간양계)가 맡아주어야 한다. 그 부분은 양계협회(월간양계)만이 할 수 있는 소명으로 보아야 할 것이다.

3. 월간양계에 당부—역사인식을 가지고 방향제시

마지막으로 월간양계에 당부하고 싶은 것이 있다면 이제 30이면 청년중에서도 가장 팔팔한 나이이다. 이때 잊기 쉬운게 바로 역사인식이다. 어디서 어떻게 왔고, 현재 어디에서 있는가—앞으로 가야될 방향이 어디인가를 제시할 수 있어야 한다.

향후 우리나라는 경제회복과 남북경협 등 급격한 대·내외적인 변화과정을 거치게 될 것이며, 이러한 중심에서 향후 한국의 양계산업 방향을 제시할 수 있는 유일한 정론지(正論誌)로서의 월간양계의 장래에 축복있으라. **양계**