

‘깨끗한 목장’, 소비자에 대한 예우

지난 5월 협회 이사회에서 상반기 내로 축산업등록제에 등록키로 결의한 이후인 요즘 최고의 화두로 떠오르는 문제가 친환경축산이 아닐까 한다.

친환경 그리고, 소비자가 원하는 깨끗하고 믿을만한 축산물 생산만이 앞으로 우리 축산업자들이 지속적으로 소비자에게 사랑받는 최선의 방법일 것이다.

친환경·안전축산물생산을 위해서는 우리 농가들 스스로가 실천해야 될 여러 가지 문제들이 있다. 안전한 축산물생산을 위한 사육단계에서의 철저한 질병관리, 소비자에게 혐오감을 주지 않도록 축사 및 축사환경의 개선 등이 그것이다.

몇해 전 경기남부, 충남북부 등에 폭설피해가 있었다. 폭설로 인해 축사가 붕괴되고 그 눈들이 녹아 축사바닥이 질퍽질퍽하여 소 발목이 푹푹 빠지는 장면 등이 여과없이 TV화면에 비쳐진 일이 있었다. 그 장면들을 보고 본인 역시 낙농인이 아니었다면 어떻게 받아들였을까 생각해본 적이 있다.

물론 그런 경우는 재해였다. 여과없이 특종만을 중시여기는 언론매체도 문제는 있다. 최소한 처해질 수밖에 없었던 상황을 감안해서 적당히 여과를 했어야 하는 것 아닌가 하는 아쉬움을 갖는다. 하지만 소비자의 입장에서 보면 재해로 인한 것이었던 평상시 상황이든 관



이용우
본회 충남도지회장

심도 없을 뿐더러, 그런 열악한 환경에서 나온 우유를 마음놓고 사먹고 싶겠는가?

소비자는 왕이다.

우리는 조건을 소비자의 기호에 맞춰야 한다. 그러자면 도시 소비자들이 생각하듯 푸른 초원 위에 노니며 풀을 뜯는 얼룩소, 그 뒤로 보이는 그림 같은 집, 우뚝 솟은 사이로는 아니더라도 무언가 볼거리가 있어야 되지 않을까.

본인의 경우를 예로 들어 볼까한다. 처음 본인이 낙농을 시작할 당시 우리 목장은 처음에는 새소리, 물소리만 들리는 외진 곳이라 주위에 사람들의 왕래가 거의 없었다. 그러다보니 굳이 주위환경이나 외부인의 눈치를 볼 필요가 없었다. 그 당시에야 착유때만 좀 힘 들었으나, 우체나 축사에 쌓인 분노가 크게 문제될 것이 없던 시절 아니었는가.

그런데 어느 날 축사인근으로 공단이 조성되고 축사 바로 옆에 공단 외곽도로가 건설되어 운동하는 사람, 산책하는 사람 등으로 왕래가 잦아지게 되었다.

특히 어린아이를 동반한 부모들이 얼룩소를 배경으로 사진을 찍는 등의 일들이 빈번하게 되었고 종종 차량을 세워놓고 축사 옆에서 한참씩 정차하고 있는 차량들을 보면 가슴이 철렁해지곤 했다. 그래서 하는 수 없이 꽃을 심



기로 했다. 왜냐하면 그들이 보는 것은 우리목장이지만, 그들의 인식 속에는 우리나라 전체 목장의 이미지가 인식되기 때문에 위기의식을 느끼지 않을 수 없었다.

어찌보면 발등에 불 떨어진 후 수습하는 꼴이었지만, 개인적으로는 깨끗한 목장의 중요성을 일깨워 주는 계기였다. 일단



목장 주변환경 개선을 위해 영산홍, 꽃사과 등 400주를 심고, 1년생 꽃 묘목을 200여 포기를 심다보니 요즘은 꽃들이 만개해서 그 경관이 장관이다.

하지만 여기에서 그친다면 주변만 아름다운 목장이 되지 않겠냐는 생각에 분뇨도 퇴비사에 제때 옮겨놓고, 톱밥도 자주 교체해주는 등 단계별 실천에 들어갔다. 본인의 경우처럼 작은 것에서 출발한 것이 이제는 제법 깨끗하고 아름다운 목장이라고 자부할 정도로 변해가고 있는 목장을 보면 가슴 뿌듯하다.

지난 3월 우리협회에서는 깨끗한 목장 가꾸기 운동 선포식을 가진 바 있으나, 농가 스스로의 자발적인 참여는 부족한 실정으로 안다. 이런 문제를 감안하여 농림부, 우리협회 및 기타 여러 관련단체가 협력하여 농가 스스로 참여하는 농가 자율적인 운동을 전개해 나갈 예정으로 있다.

운동본부는 중앙 운동본부와 도 운동본부로 나누어진다. 중앙 운동본부는 협회 내 사무국을 설치하고 도(연합)지회장 등 지역별 농가

대표로 구성운영하며 지역별 교육 및 운동추진 상황을 점검하고 캠페인 전개, 우수목장 선정 및 낙우회 선정, 세미나 개최, 목장환경 표준메뉴얼 제작 및 배포등과 같은 일들을 추진하고 농가수시 교육, 자체교육 및 캠페인에 만전을 기하는 한편, 각시군단위에 지침을 하달, 특히 우수 낙우회, 농가 등을 선정하여 중앙본부에 추천하는 역할을 할 것이다.

이전에 언급 했듯이 소비자는 왕이고 그 왕을 만족시키기 위해 농가 스스로부터가 목장의 생산물인 우유를 소비자가 기쁜마음으로 찾을 수 있도록 조금이나마 목장 환경을 개선시켜 나가야 하겠다. 축사 주변에 꽃도 심고 축사 및 퇴비사 외부벽 등에 새로 페인트칠이라도 해서 최소한 소비자들이 혐오감만이라도 느끼지 않도록 해야 않겠는가!

이제 경제적으로 부담은 될지라도 우리 모두 깨끗한 목장 가꾸기에 동참하여 농가 스스로 깨끗하고 안전한 우유생산을 위해 노력하고 있다는 의지를 보여줄 수 있는 좋은 계기가 될 수 있도록 다 같이 노력했으면 한다. ☺