

“사양가 여러분 힘내십시오,  
뒤에는 소비자가 있습니다.”



(사)소비자시민모임(회장 김재욱)이 주관하고, 농림부가 후원하는 ‘2006 우수축산물브랜드 인증발표회’가 지난 1월 18일 서울 프레스센터 국제회의장에서 개최됐다. (사)소비자시민모임이 정부 위탁사업 형태로 추진하는 ‘우수축산물브랜드인증’은 축산물 최종소비자가 생산부터 판매단계에 걸쳐 우수 브랜드 요건을 철저히 준수하는 브랜드를 선정하여 인증하는 것으로, 소비자에겐 품질·위생·안전성이 우수한 축산물을 선택할 수 있는 기준을 제공하고, 브랜드 경영체에게는 스스로 책임지고 브랜드의 관리와 운영을 지속시켜 축산업 발전에 기여할 수 있도록 하는 사업으로 지난 05년에 걸쳐 이번이 두번째였다.

이날 발표회에는 박홍수 농림부 장관을 비롯한 여러 축산관련 인사들이 참여해 열기를 더했고, 소비자단체로부터 품질인증을 받는다는 것에 해당 업체들도 연신 싱글벙글하며, 카메라 플래시를 터뜨려 행사장에 흥겨운 기운을 불어넣었다.

## 2006 우수축산물 브랜드인증발표회

김재욱 회장을 대신하여 인사말을 한 (사)소비자시민모임의 송보경 이사는 소시모의 우수축산물품질인증 사업에 대해 “결코 싼 고기를 먹고자 함이 아니다”며 분명하게 말하고, “생명사랑의 마음으로, 최고의 고기를 생산해낸 경영체에게, 생명을 사랑하는 징표를 수여하는 것”이라며, 그 의미를 설명했다. 송보경 이사는 이날 특별히 박홍수 장관을 비롯한 농정에 관계자와, 우수축산물을 생산해낸 사육가 및 브랜드 경영체, 그리고 홈쇼핑 등의 축산물 유통을 담당하는 업체들에게 힘내라고 말하고, 그 뒤에는 소비자가 있음을 잊지 말고 기억 하라고 덧붙였다.

격려사에 나선 박홍수 장관도 “저 역시 장관직을 마치면 현장으로 돌아가 여러분과 같이 축산업에 종사할 사람”이라고 운을 뚫 뒤, “이제 소비자 선택을 받지 못하는 농축산물은 존재할 수가 없는데 이렇게 농업을 사랑하고, 농촌을 이해하며, 농민을 걱정하는 소비자가 있다는 일은 힘이 되는 일”이라며, “쉽지 않은 길, 끝이 없는 길이지만 결코 포기하지 말고, 함께 노력하자”고 말했다.

이날 소시모로부터 우수축산물품질인증을 받은 경영체는 모두 25개(한우부문 13개, 돼지부문 12개)로, 신청을 한 41개의 경영체 절반에 해당하는 숫자였다. (사)소비자시민모임은 2005년 3월부터 시·도의 지방자치체가 추천한 41개의 브랜드경영체 가운데 엄격한 서류심사 및 현장실사를 통해 2006 우수축산물브랜드인증 경영체를 선정했다고 밝혔으며, 이날 품질인증을 받은 업체는 다음과 같다. ㉞

한우부문			돼지부문		
브랜드명	경영체명	대표자	브랜드명	경영체명	대표자
남해화전한우	남해한우영농조합법인	박주숙	도드람포크	도드람양돈농협	진길부
대관령한우	평창영월정선축협	이석래	동설맥포크	진왕영농조합법인	정인호
물맑은양평개군한우	양평축협	남길우	문경약돌돼지	(주)문경약돌돼지	김상준
상주감먹는한우	상주축협	이정백	보성희천녹돈	보성그린티 영농조합법인	박일도
섬진강뜨레한우	(주)한예들	임정만	실리리안소백산속돈	소백산속돈 영농조합법인	권영흠
순한한우	순한한우브랜드사업단	신강식	의성마늘포크	의성축협	이상문
안성마춤한우	안성지역농협사업연합	김상후	제주유채꽃도새기	진양식품(주)	하재관
장수한우	장수축협	최병욱	포크밸리	부경양돈농협	이재식
팔공상강우	대구축협	우효열	프로포크	농협중앙회 목우촌분사	이정호
함평천지한우	합천축협	안병호	크린포크	(주)선진	이법권
합천횡토한우	합천축협	박중무	하이포크	대상팜스코(주)	조광수
홍천한우늘푸름	홍천축협	홍병천	한라산도야지	영농조합 탐라유통	김세훈
횡성한우	횡성축협	고명재			



품질인증을 담당한다는 것은 권위를 갖는 매우 명예로운 일이 아닐 수 없다. 하지만 이는 다른 한편으로는 매우 부담스러운 일이기도 하다. 왜냐 하면, 인증에 대한 책임도 일정정도 가져야 하기 때문이다. 만약 (사)소비자시민모임이 품질 인증한 브랜드 가운데 일부에서 향후 품질에 어떤 하자가 발생하거나, 또는 품질인증을 받고도 해당 경영체의 이미지나 경영면에서 별다른 플러스 알파의 효과가 없다면, 그 인증은 품위를 잃고, 기어코 소시모의 품질인증을 받고자 노력하는 업체들도 줄어들 것이기 때문이다. 다행스럽게도 소시모 강광과 이사는 “지난해에 품질 인증을 받은 업체들은 계열농가수가 늘어나 전체적으로 물량이 늘어나는 효과를 보였다”며, 성과를 들려주었지만, 애석하게도 지난해 품질인증을 받은 경영체 가운데는 더 이상 경영체를 이끌고 갈 수 없어, 자진 포기한 사례도 있었다고 했다. 이날 발표회를 지켜보면서, 신청한 업체의 50%가 넘는 경영체가 품질인증을 받았다는 사실이 뿌듯하기도 하면서 다른 한편으로 조심스런 기우가 일었던 것이 사실이다. (사)소비자시민모임의 송보경 이사는 소시모의 브랜드 인증이 어느 품질인증과 다른 이유를 “단순히 일정한 기준(Standard)의 통과 여부를 따지는 것이 아니라, 수월성(秀越性·excellency)을 중시하는 데 있다”고 했다. 부디 수월성 묻어나는 소시모만의 ‘인증’이 계속해서 빛을 발하기를 바란다.