

국산 돼지고기 소비촉진을 위한 양돈자조금 소비홍보사업 현황 및 방향



고진각 사무국장
양돈자조금관리위원회

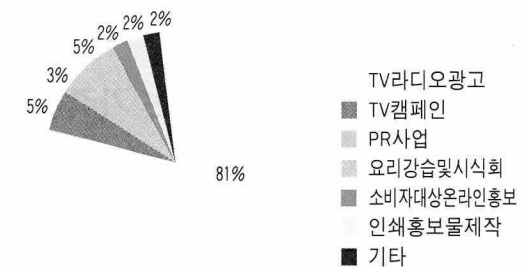
1. 개요

2004년도 4월 우리나라 최초로 양돈농가가 자조금사업을 시작하게 되었다. '축산물의 소비촉진 등에 관한 법률'에 근거해 시작된 양돈자조금사업은 이미 그 이전부터 양돈협회 회원을 중심으로 '임의자조금' 형식으로 추진되고 있었다.

현재 법 제명이 '축산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률'로 개정되긴 했지만, 당초 법이 만들어진 의도대로 아직까지 양돈자조금 예산의 가장 많은 부분이 소비홍보사업에 쓰여지고 있다. 2007년도 예산의 경우 소비홍보사업의 예산 비중은 전체 예산 115억원의 63.9%인 74억원 정도이다.

한편 소비홍보사업은 사업 성격에 따라 크게 광고와 소비자교육으로 나눌 수 있다. 광고와 소비자교육의 비율은 대략 78.1: 1의 비율이다. 소비홍보사업에서 가장 많은 비중을 차지하고 있는 부분이 TV·라디오광고로 총 사업비의 51.8%, 소비홍보 예산의 81%에 달하며, 그 다음이 각 지역별로 추진되는 국산 돼지고기 시식회로 전체 예산의 3.3%, 소비홍보 예산의 5.2%에 해당한다. 3순위를 차지한 것은 YTN TV캠페인으로 총 예산의 3.1%, 소비홍보 예산의 4.9%를 차지하고 있다.

<표 1> 2007년도 소비홍보사업내 사업별 예산배정비율



2. 추진 현황

지난 2004년도부터 시작한 양돈자조금사업은 TV광고 및 라디오광고, 온라인 홍보, PR사업 등을 통해 국내 소비자의 양돈산업에 대한 인식 변화와 삼겹살 위주의 편중된 소비 패턴을 인식하는 계기를 마련하였으며, 그 결과 우리나라 양돈농가의 위상 제고와 양돈산업에 대한 인식 변화, 저지방 부위 소비에 대한 관심을 불러 일으켰다.

각 사업별로 매체의 특성에 따른 차이점은 있으나, 기본적으로 TV광고를 중심으로 TV광고 컨셉과 모델을 활용한 연계 홍보를 통해 홍보 효과를 확대하는 방향으로 추진하고 있다.

2007년도에 추진하고 있는 소비홍보사업의 내용은 아래 표와 같다.

<표 2> 2007년도 소비홍보사업별 예산 내역

구 분	사업비 (백만원)	소비홍보예산 내비중(%)	전체예산대비 비중(%)
2007 사업예산 총계	11,500	-	100.0
소비홍보예산 계	7,351	100.0	63.9
TV라디오광고	5,957	81.0	51.8
요리강습및시식회	380	5.2	3.3
TV캠페인	360	4.9	3.1
PR사업	200	2.7	1.7
인쇄홍보물제작	150	2.0	1.3
소비자대상온라인홍보	148	2.0	1.3
홍보판촉물제작	70	1.0	0.6
양돈산업견학	50	0.7	0.4
돼지사진콘테스트	20	0.3	0.2
브랜드전 등 참가	16	0.2	0.1

가. TV·라디오 광고

가장 많은 예산을 차지하고 있는 만큼 TV·라디오광고의 효율성은 매년 실시하는 양돈자조금 사업 성과 평가에 가장 큰 영향을 미치는 항목이



다. 우리위원회는 매년 사업효과측정을 위한 연구 사업을 외부기관에 위탁·시행하고 있는데, 지난 5월 한국자조금연구원에서 발표한 ‘2006년도 양돈자조금사업 성과 분석’ 연구 결과에 따르면 지난 2006년도에 양돈자조금에서 지출한 광고비 1원당 추가 순수익이 7.23원에 달하는 것으로 나타났다. 이는 2006년도 TV·라디오광고 지출액 68억원에 해당하는 경제적 효과가 490억원에 달한다는 것을 의미한다.

수치로 나타나는 성과 외에도 TV·라디오광고로 인한 소비자의 인식 변화는 경제적 가치보다 더 값진 성과로 생각된다. 2004년도 ‘웰빙삼총사’로 시작된 TV광고는 많은 소비자가 갖고 있던 양돈산업에 대한 왜곡된 인식을 바로잡아 선진 농업 이미지로 새롭게 하고, 서민적인 육류로 인식된 돼지고기를 ‘웰빙’이라는 시대적 흐름에 맞춰 고급스러운 건강식품으로 끌어 올렸다.

또한 TV·라디오광고는 미디어에 노출된 많은 소비자를 한꺼번에 접촉할 수 있는 매체라는 점에서 매우 중요한 매체이다. 게다가 파급력이 매우 커서 홍보물이나 소비홍보행사에서 TV광고를 연상시키는 방향으로 추진하는 것은 사업의 효과를 높이는데 유리할 뿐만 아니라, TV광고 효과를 배가시키는 이중의 효과가 있다.

나. 국산 돼지고기 요리 시식회



주5일제가 정착되면서 각 지방자치단체를 중심으로 다양한 지역 행사가 활성화 되고 있다. 현재 전국의 양돈협회 지부와 농협 지역본부를 통해 연 100회 정도 시식회 행사가 진행되고 있는데, 거의 이러한 지방 축제와 연계되어 진행되고 있다.

최근에는 지방자치단체의 지원 속에 독립된 지역축제로 자리잡는 행사도 생기고 있는데, 그 하나가 매년 5월에 개최되는 제주 도새기 축제와 매년 10월 개최되는 충북 증평 홍삼 돼지 축제 등이다. 그 외에도 포천, 보성, 천안 등 돼지고기를 특산물로 하는 지역 축제에서 돼지고기 시식 행사가 연례화 되고 있다.

다. YTN TV 캠페인

2005년에 이어 2007년에도 추진되는 YTN-TV 캠페인은 TV광고와는 별도로 진행되는데, 2005년도에는 '우리 돼지고기 바로알기 캠페인', 2007년도에는 '우리 돼지 사랑 캠페인'을 주제로 잘못 알려지거나 왜곡된 소비정보를 바로 잡고, 바른 식문화를 전달하는데 주력하고 있다. 연말까지 매일 3회 13:30, 19:55, 21:55 주요 시간대에



방송된다.

라. PR사업 · 온라인홍보

신문, 방송 등을 통해 소비자에게 국산 돼지고기 홍보 자료 등을 우수성 등을 전달해온 PR사업과 소비자를 대상으로 한 인터넷사이트 웰빙포크닷컴 운영을 통해, 선진화된 양돈산업과 국산 돼지고기의 우수성, 국산 돼지고기 소비정보를 전달하고 선진화된 양돈산업을 알리는 창구 역할을 하고 있다.

지난 2006년도 PR사업에 쓰여진 1억7천만원으로 얻어진 경제적 효과는 광고비로 환산하면 7억5천만원에 달한다. 또한 인터넷사이트 웰빙포크닷컴을 통해 TV광고에서 전달하지 못한 국산 돼지고기의 우수성이나 요리법 등 상세한 소비정보를 전달하고, 새로운 소비정보를 개발하여 보급하고 있다. 최근에는 언론 등에서 웰빙포크닷컴을 인용한 2차 정보 전달의 사례가 많아져 웰빙포크닷컴이 국산 돼지고기 대표 홍보사이트로 자리를 잡아가는 것으로 보인다.

간단히 예산 비중이 큰 사업 위주로 사업 현황을 살펴보았다. 위에서 언급되지는 않았지만, 매년 실시하는 돼지 사진 콘테스트도 양돈산업에 대

한 일반인의 편견을 없애고 선진화된 양돈산업을 알리는데 직간접적으로 공헌을 한 사업으로 좋은 평가를 받고 있으며, 올해 처음 시작하는 양돈산업 견학도 소비자에게 국내 양돈산업과 국산 돼지고기에 대한 신뢰와 믿음을 줄 수 있는 사업으로 앞으로의 성과가 기대되고 있다.

3. 향후 계획

지난 7월 13일, 한 대형할인점의 미국산 쇠고기 판매 첫날, 한 쪽에서는 판매 저지 시위가, 한 쪽에서는 미국산 쇠고기를 사기 위한 인파로 북적였다. 단 사흘만에 미국산 쇠고기 20톤이 팔려 나갔다. 눈치만 보던 다른 유통업체들도 미국산 쇠고기 판매에 뛰어들기 시작했다. 미국산 쇠고기로 인한 시장 변화는 예측했지만, 소비자들의 반응은 생각보다 훨씬 우려되는 수준이다. 그동안 실시한 설문조사에서 보여준 소비자의 태도는 미국산 쇠고기의 안전성을 우려해 구매를 보류하겠다는 입장이었지만, 시장에서의 반응은 적극적인 구매로 나타났다. 이렇다가 우리 양돈농가들이 안전하고 위생적인 돼지고기 생산을 위해 투자해온 노력들이 시장에서 제 값을 받을 수 있을지 걱정이 앞선다.

우선 국산 돼지고기가 우수한 품질로 소비자의 신뢰를 확보할 수 있도록 하는 것이 홍보사업의 큰 과제가 될 것이다. 때문에 앞으로 소비자를 직



접 대면하는 홍보의 비중을 크게 늘려야 할 것으로 생각된다. 특히 대형유통할인점에서 육류를 구매하는 소비자가 많은 만큼 수입육 유통업체들의 홍보전이 치열할 것으로 예상되므로, TV광고 뿐만 아니라 할인점 등 유통업체를 통한 직접 홍보 비중을 늘려, 소비자에게 국산 돼지고기의 우수성을 확실히 인지시켜야 할 것이다. 또한 저지방 부위를 중심으로 다양한 돼지고기 요리법을 보급할 수 있는 요리강습회를 지속적으로 실시하는 것도 장기적 관점에서 매우 효과적인 홍보 전략이 될 것이라 본다.

어려운 상황일수록 양돈자조금이 제 역할을 다 할 수 있도록 많은 성원과 응원을 부탁드립니다. **양돈**

양돈농가 계도 슬로건 공모 입상작

돈육으로 국민건강, 양돈으로 농촌건강