

전문신문협회보

제418호 1989년 5월 1일 창간

www.kosna.or.kr

대 (02)334-7251

2024년 10월 29일

협회, 2024 전문신문 기자연수 개최



한국언론진흥재단 미디어교육원 가온에서 진행된 2024 전문신문 기자연수에 참석한 기자들이 기념촬영을 하고 있다.

한국전문신문협회(회장 김광탁)가 한국언론진흥재단(이사장 김효재)과 공동으로 '2024 전문신문 기자연수'를

지난 10월 7일부터 8일까지 2일간 한국언론진흥재단 미디어교육원 가온에서 개최했다. 이날 자리에는 전문신

문 취재 및 편집기자 20여 명이 참석했다.

이번 연수는 김광탁 회장의 인사말을 시작으로 오프라인 강의 6개로 진행됐다.

1일차에는 △온라인 기사 제작과 콘셉트 뽑아내기(김형진 중앙일보 편집부 부장) △글로벌 커뮤니티 시대, 전문신문의 나아갈 방향(천현진 한국 신문협회 연구원, 건국대 언론홍보대학원 겸임교수) △언론인을 위한 저작권 가이드(한광수 한국저작권위원회 강사) 등을 주제로 강의했다.

이어 2일차에는 △생성형 인공지능을 활용한 똑똑한 기사 작성기법(이희대 경희대학교 겸임교수) △전문신문의 특종기사 발굴과 작성(최은수

인텔리비스 대표) △사례로 알아보는 팩트체크(송영훈 뉴스톱 기자) 등을 주제로 강의했다. 이후 참석자들은 이번 연수에서 배운 강의에 대해 평가했다. 강의는 이론과 실습을 병행하며 취재 및 편집기자들이 실무에서 바로 적용시킬 수 있는 것에 중점을 두며 진행됐다.

먼저 한국언론진흥재단 언론인연수팀 이상기 팀장이 연수 일정을 안내하며 “이번 기자연수를 통해 유익한 정보를 얻어갈 수 있는 시간이 될 수 있길 바란다”며 전문신문 기자들을 맞이했다.

본 강의에 앞서 김광탁 회장은 “올해 한국전문신문협회는 창립 60주년을 맞는 뜻깊은 해로 이번 연수를 통

해 전문신문의 미래를 책임질 여러분들은 만나 더욱 반가울 때이다”라며 “우리의 미래는 이 자리에 함께한 언론인들의 창조적인 생각과 의욕적인 패기 그리고 도전이 만났을 때 더 큰 힘을 얻을 수 있다고 생각한다”고 말했다.

이어 “모두 아시는 바와 같이 오늘 날 미디어 업계는 변화의 소용돌이 속에서 생존을 위한 각자의 방법을 찾아가고 있다”며 “전문신문 또한 예외가 될 수 없으며 신뢰할 수 있는 정보로 국가산업 발전을 이끄는 사명감이 더 막중해 질 수밖에 없다”고 덧붙였다.

한편, 협회는 매년 전문신문 언론인의 자긍심을 높이고 전문기자로서의 소양과 자질을 향상시키기 위해 전문신문 기자연수를 실시하고 있다.

이진숙 기자 kosna1964@naver.com

김광탁 회장, 제77회 일본전문신문대회 참석

한국전문신문협회(회장 김광탁) 대표단이 지난 10월 17일 일본전문신문협회가 주최하는 '제77회 일본전문신문대회' 참석했다. 일본 도쿄 제국호텔에서 열린 이날 행사에는 협회 김광탁 회장과 박두환 명예회장, 김시중 고문, 이덕수 고문, 윤봉한 사무총장 등이 참석해 자리를 빛냈다.

내빈대표로 축사를 맡은 김광탁 회장은 축하인사와 함께 “코로나를 이겨내고 한국 협회의 초청으로 진행된 2024 한일합동세미나를 통해 양국은 전문신문의 새로운 비전을 모색하

고 현 사회에 직면해 있는 현안에 대한 의견을 교류하는 뜻깊은 시간을 가졌다”며 “비쁘신 가운데 세미나에 참석하기 위해 한국을 방문한 모든 분들에게 다시 한 번 감사 인사를 전한다”고 말했다. 이어 “뉴미디어시대 그리고 4차 산업혁명시대가 빠르게 전개되고 있는 만큼, 전문신문도 새로운 혁신을 이끌기 위한 기본적인 역량 제고와 소통 기술을 모색하는 것이 중요한 과제로 떠오르고 있다”며 “양국의 전문신문 발전을 위해 모든 전문언론인이 함께 머리를 맞대고 고민해야 할 때”라

고 강조했다.

이날 행사는 세미나를 시작으로 일본전문신문 발전에 공헌한 언론인을 위한 시상식이 진행됐다. 본식이 끝난 후, 일본전문신문협회 이사장을 비롯한 임원진들과의 간담회에서 김광탁 회장은 “협회 창립 60주년을 기념하는 ‘2024 전문신문의 날 기념식’에 이리사와 토오루 이사장을 비롯한 협회 임원들이 자리를 빛내주었으면 좋겠다”라고 초청 의사를 밝혔다.

한편 협회는 일본전문신문협회와 1991년부터 지금까지 양국의 전문신



제국호텔에서 열린 제77회 일본전문신문대회에 참석한 한국전문신문협회 대표단이 일본전문신문협회 임원진과 기념촬영을 하고 있다.

문에 대한 한일정보 교류와 친목을 다져오고 있다. 양국 협회는 매년 10월 일본전문신문협회에서 주최하는 ‘일본전문신문대회’, 11월 한국전문신문

협회에서 주최하는 ‘전문신문의 날 기념식’에 임원진을 초청해 자리를 빛내며 국제적 위상을 도모하고 있다.

이진숙 기자 kosna1964@naver.com

2024 전문신문의 날 기념식

사단법인 한국전문신문협회(회장 김광탁)가 올해로 창립 60주년을 맞이합니다.

창립 60주년을 기념하여 2024년 전문신문의 날에는 국가사회 발전과 전문언론 창달에 기여한 공로자에 대한 ‘정부포상·한국전문신문상 시상식’과 축하 강연회를 진행합니다. 바쁘시더라도 참석하시여 자리를 빛내주시면 대단히 감사하겠습니다.

◆2024 전문신문의 기념식◆

■전문신문의 날

일 시 : 2024년 11월 19일(화) 오후 4시
장 소 : 한국언론진흥재단 19층 기자회견장
행사내용 : 전문신문의 날 기념식 및 정부 포상 시상식 등

■주최 : 사단법인 한국전문신문협회 ■문의 : 02-334-7251~2



‘전문신문의 날’ 기념식 11월 19일 개최 확정

제253차 정기이사회

한국전문신문협회(회장 김광탁)는 지난 9월 10일 협회 회의실에서 제253차 정기이사회를 개최했다. 이날 회의는 △제2회 ‘우수기사 선정 및 심사의 건 △전문신문 기자연수’ 참가자 선정 △전문신문 편집·제작 협조의 건 △전문신문상’ 심의 기준 및 심사위 구성 △전문신문의 날’ 기념행사 내용 확정 등이 안건으로 상정, 의결됐다.

이어 △홈페이지(www.kopma.kr) 구축 상황 보고 △2024 우수기사상 및 정부포상 심사 상황 △일본전문신문협회 제77회 창립기념행사 참석 △사무국 조직 정비 보고 △협회비 납부상황 및 재정상황 개선 보고 등 업무보고도 이뤄졌다.

본 회의에서는 안건으로 상정된 제2회 우수기사상’ 선정에 대한 의견을 나눴다. 이날 전문기자 발굴과 양질의 기사 독려 차원에서 상금 30만원으로 조정하고 ‘선정작을 기준 2건에서 3건으로 증가’ 시키자는 의견에 참석한 임원들이 동의했다. 이에 총 13건의 기사 중 농촌여성신문, 중소기업뉴스, 정보통신신문 등 3건의 기사를 우수기사로 선정했다.

이어 ‘전문신문상 및 동암언론상’ 후



정기이사회에 참석한 임원진이 전문신문의 날 기념식 개최에 관한 의견을 나누고 있다.

보자 추천 및 심사위원회 구성에 대한 의견을 이어갔다. 이날 이사회 심의사항인 ‘동암언론상’ 후보자로 협회 오경섭 감사(일요저널 발행인)가 추천됐다. 이에 참석한 임원들은 오경섭 감사를 수상자로 결정하는데 만장일치 동의 했다. 오경섭 감사는 전문신문의 날, 경영인 세미나, 기자연수 등 협회 행사에 적극적으로 참여하며 전문언론 창달과 협회 발전에 크게 기여해 온 공로를 인정받아 수상자로 선정됐다.

올해로 26회를 맞이하는 동암언론상은 우리나라 전문신문의 새 지평을 열고 협회 발전에 공로가 큰 약업신문의 창시자 故 함승기 회장의 업적을 기리기 위해 1998년 제정된 상으로, 약업신문이 후원하며, 협회 발전과 전문언론 창달에 공로가 큰 언론인에게 주어 진다. 더불어 ‘한국전문신문상’ 후보자

접수 및 심사위원회 구성에 관한 권한을 회장에게 위임키로 의결했다. 이에 협회 사무국은 지난 10월 초 회원사를 대상으로 후보자 접수 공문을 발송했으며, 공정한 심사를 통해 수상자를 선정할 계획이다.

올해로 47회를 맞이하는 ‘한국전문신문상’은 1977년 전문언론인의 자긍심을 고취시키기 위해 제정된 상으로, 전문언론의 발전에 기여한 공로가 있는 언론인을 대상으로 수상하고 있다. 시상부문은 △경영상 △편집상 △취재상 △업무상 △광고상 등이다.

이후 ‘2024 전문신문의 날 기념식’ 개최 안건을 통해 행사 일정을 확정했다. 창립 60주년을 맞아 열리는 이번 행사는 오는 11월 19일 한국프레스센터 19층 기자회견장에서 개최한다.

이진숙 기자 kosna1964@naver.com

협회 ‘제2회 우수기사상’ 시상식 11월 개최

한국전문신문협회(회장 김광탁)가 ‘제2회 우수기사상’ 최종 수상작을 선정했다고 밝혔다.

협회 사무국은 ‘제2회 우수기사상 시상식’을 오는 11월 중에 개최할 예정이다.

지난해 처음으로 실시한 ‘우수기사상’은 전문신문 매체에서 보도하는 우수기사를 선발하고 포상함으로써 자긍심을 높이고 전문신문의 질을 제고하고자 재정했다.

앞서 협회는 회원사를 대상으로 지난 7월 29일부터 8월 28일까지 우수기사 추천서를 접수받았다. 총 14개 분야(농수축산, 의약, 종교, 교육, 건설, 식품, 뷰티·패션, 교통·에너지, 금융·세무, 라이프·경제)의 추천 결과 총 13건의 기사가 접수됐다.

이후 협회는 제253차 이사회를 통해 심사위원회를 구성하고 심사를 진행했다. 그 결과 △여성농업인 디지털 정보화 활동도 76.5%(농촌여성신문 이금미 취재부장) △미래차 발 구조 조정 시작, 1년내 1차 협력 中企 8.4% 사라졌다(중소기업뉴스 이권진 기자) △중대재해처벌법 전면 시행, 중소기업 ‘한숨’(정보통신신문 서유덕 기자) 등 3건을 우수기사상으로 선정 했다.

이번 우수기사상 후보 기사는 다



지난해 열린 ‘제1회 우수기사상 시상식’에 참석한 주병국 기자(사진 오른쪽)와 이승덕 기자(사진 왼쪽)가 박두환 회장과 기념촬영을 하고 있다.

음과 같다. △농촌여성신문: 여성농업인, 디지털 정보화 활동도 76.5% 이금미 취재부장) / 배차간격만 12시간…대중교통 노동 양극화(이희동 취재부장) △타임즈코어(틴타임즈): Is Eco-Vandalism Effective at Driving Climate Action?, Discover Colombia’s Hidden Gem, Puerto Narino(강예슬 기자) △한국가스신문: 가스보일러 불법시공 사례 - 반지하 가구의 보일러 연동 주차장 바닥에 설치 ‘위험천만’(양인범 기자) △중소기업뉴스: 조리서빙 로봇활용하고 싶지만…영세요식업체엔 그림의 떡, 미래차발 구조조정 시작, 1년내 1차 협력 中企 8.4% 사라졌다(이권진 기자)

△정보통신신문: 중대재해처벌법 전면 시행, 중소기업 ‘한숨’-사업주 안전보건 확보의무 이행 서둘러야(서유

덕 기자) △철도경제신문: 정차역 지나친 황당사고 되풀이 ‘이대로 괜찮나’, “터널 출구서 토사 밀려와 차량 전복”…경부선 열차탈선 현장, 철도공단 조직개편안에 ‘우려’ 목소리…“시스템 본부 폐지 수순”, “4호선 전기공급 장애원인은 기관사 과실”(장병국 기자) △한국농업신문: ‘2024년 농업전문지 나아갈 방향을 묻는다’(연승우 부국장, 박현욱 기자).

한편 협회는 ‘제1회 우수기사상 시상식’을 지난해 7월 11일 개최한 바 있다. 당시 △30년 이상 장기사용공급설비 교체사업 해법은(가스신문 주병국 기자) △코로나 속 등장 스마트병원 환자 중심으로 확산(의학신문 이승덕 기자) 등 2건의 기사가 첫 수상의 영광을 안았다.

이진숙 기자 kosna1964@naver.com

대한민국 제42대 병원계 수장 ‘이성규’

병원신문

병원신문을 발행하는 대한병원협회 제42대 수장에 이성규 대한중소병원협회 회장이 당선됐다. 감사에는 정영진 강남병원장과 서유성 순천향 대의료원장이 선출됐다. 임기는 5월 1일부터 2년이다.

대한병원협회는 지난 4월 12일 그랜드인터컨티넨탈 서울파크나스에서 열린 ‘제65차 병협 정기총회’를 통해 제42대 회장 선거를 진행했다.

제42대 병협 회장 선거는 이상덕 후보(기호 1번, 대한전문병원협회 회장)와 이성규(기호 2번, 대한중소병원협회 회장) 후보의 2파전으로 치러졌다. 지역별·직능별 총 40명의 임원 선출위원 투표 결과 이성규 후보가 과반수 이상의 지지를 받아 제42대 병협 회장으로 당선됐다.

당시 이성규 당선인은 병원계가 어려운 국면을 맞고 있어 무거운 책임감을 느끼고 복잡한 현안들과 많은



료계를 대변하고 대표하는 기관으로 우뚝 설 수 있도록 노력하겠다”고 밝혔다.

그는 이어 “의료 생태계가 바람직 한 방향으로 가기 위해서는 무한경쟁보다는 각자 주어진 역할과 의무를 다해 존중받는 의료환경을 만들어야 한다”며 “의료인력 문제를 해결하고 각자의 역할에 대해 미래지향적이고 지속 가능한 새로운 패러다임을 제시하겠다”고 덧붙였다.

앞서 이성규 당선인은 다섯 가지 공약으로 △선제적 정책 제시 위한 전문가 자문단 구성 △직능단체 회무와 운영 지원 마련 △의료산업을 국가 성장 동력으로 육성 △국민 건강 최우선으로 하는 책임 있는 기관 정립 △병원협회 직원 전문성 및 민족도 제고 등을 강조한 바 있다.

윤성찬號 출범 “변화와 혁신으로 힘찬 도약”

한의신문

한의신문을 발행하는 대한한의사협회의 제45대 회장·수석부회장에 기호 2번 윤성찬 회장·정유옹 수석부회장 후보가 당선됐다. 임기는 2024년 4월 1일부터 2027년 3월 31일 까지다.

대한한의사협회 중앙선거관리위원회는 지난 2월에 열린 ‘제45대 회장·수석부회장 선거’ 결과를 발표했다. 이에 따르면 총선거인 2만 278명 중 1만 3962명이 투표해 68.85%의 투표율을 보인 가운데 기호 2번 윤성찬 회장·정유옹 수석부회장 후보가 총 6567표(47.03%)를 획득해 당선됐다.

이후 지난 4월 한의사회관 대강당에서 취임식을 갖고 변화와 혁신을 바탕으로 한의약의 힘찬 도약에 나설 것을 다짐했다.

이날 윤성찬 회장은 취임사를 통해 “현재 한의계가 겪는 어려움은 치료효과의 부족함 때문이 아니며, 양방 중심의 의료시스템 안에서 한의사가 현대 진단기기를 쓰지 못하여 환자를 제대로 관찰조차 할 수 없어서 생긴 문제”라고 지적했다.



건강을 위해 마땅히 해야 하고, 할 수 있는 행위들이 건강보험에서 보장받지 못하고 있으며, 제2의 건강보험이라고 할 수 있는 실손보험에서도 치료 목적의 비급여 한의진료까지 보장받을 수 없어 한의 치료를 원하는 국민들의 의료 선택권을 제한하고 있는 현실이 한의계가 겪는 가장 큰 어려움”이라고 밝혔다.

윤 회장은 또 “앞으로 3년간 더욱 건강하고 지속 가능한 대한민국 보건 의료시스템을 구축하는데 할 수 있는 모든 역할을 다하겠다”고 밝힌 뒤 “한의사가 의료개혁과 건강한 보건 의료체계를 만드는 과정에서 일자리의 핵심적 역할을 수행하여 국민 여러분께 한 발 더 다가갈 수 있도록 노력하는 대한한의사협회가 되겠다”고 강조했다.

■ 협회보 칼럼



AI 시대에도 변하지 않는 독서의 가치

월간독서 10월호에 실린 성남시 구미도서관 박대철 관장은 독서신문과의 인터뷰에서 “독서는 AI 시대를 살아가는 데 필요한 역량을 제공해준다”고 말했다. 급변하는 디지털 환경 속에서 우리는 AI와 디지털에 공존하며 어떻게 살아야 할까. AI가 점점 일상으로 파고드는 지금, 그 속에서 살아남기 위해 처절한 몸부림을 한 세대가 아닌 다양한 세대가 함께 열어가는 빌드업의 정신이 그 어느 때보다 필요한 시기다. 그리고 인공지능 시대에 지속가능성을 풀어줄 ‘독서’는 대체 불가능한 연결선상에 있다고 할 수 있다.

기술의 발전은 다양한 디지털 콘텐츠 확산으로 우리 일상에 편리함을 가져왔다. 정보는 손끝에서 바로 얻을 수 있고, 언제 어디서든 즐길 수 있는 영상으로 가상현실 세계를 만들

었다. 그리고 이러한 변화 속에서 독서 인구는 점점 줄어들어 책을 읽지 않는 사회라는 오명을 벗어날 수 없었다. 이로 인하여 문해력 및 의사소통능력의 부재로 인해 학교현장에서도 어려움이 직면한 현실이다. 지금이야말로 독서의 중요성을 더욱 깊게 인식하고 개선할 시점에 와있다. 디지털 매체가 아무리 좋아지더라도 독서의 가치는 변하지 않는다는 말은 언제나 옳으니 말이다.

디지털 매체는 즉각적인 정보를 제공하는 반면, 독서는 깊이 있는 사고와 긴 집중력을 요구한다. 책을 읽는 과정에서 우리는 정보를 분석하고, 비판적으로 사고하며, 창의적 벌상을 펼칠수록 된다. 이러한 과정은 우리의 문해력이 향상되고, 해결되지 못한 사회문제를 심도 있게 해결하는데 상당히 도움을 준다.

뿐만 아니라 책은 상상력을 자극하고 창의력을 키우는 데 중요한 역할을 한다. 다양한 인물과 이야기, 배경을 통해 우리는 새로운 시

각을 얻고, 창의적인 사고를 기를 수 있다. 창의적 사고는 결국 양질의 대화 및 질문으로 인공지능을 대하는 능력을 키울 수 있고, 나아가 더 나은 소통의 도구로 활용할 수 있기 때문이다.

물론 AI 시대에 더 쉽고 빠르게 정보를 접하는 환경에서 책이 가진 콘텐츠의 경쟁력이 점점 약해지고 있다는 건 부정할 수 없는 사실이다. 하지만 그럴수록 독서가 주는 가치는 더 크게 작용한다. 디지털 매체를 통한 다양한 독서방법을 선보이는 유명인의 독서행위가 일시적으로 보일지도 책을 향한 관심은 더욱 높이는 계기가 될 수 있다.

책을 읽는다는 것은 단순히 읽는 행위에 그치지 않는다. 타인과의 대화, 업무, 토론, 메일 등 다양한 삶으로 연결되는 중요한 메타인지의 도구다. 세상은 아는 만큼 보인다라는 말처럼, 알기 위해서는 정보를 검색하거나 책을 읽어야 하는데, 이때 책은 단순한 지식을 얻는

것을 넘어 생활의 지혜를 만들어가는데 중요한 행위가 된다.

AI는 질문이 좋아야 원하는 답을 얻을 수 있다. 그렇다면 질문의 질이 떨어지면 어떨까? 단순한 답을 얻는 데에 그치고 말 것이다. 그리고 질문의 질을 향상할 수 있는 방법에 독서만큼 좋은 행위가 없다는 건 책을 한 번쯤 읽은 사람이라면 누구나 다 공감하는 부분이다.

황석영 작가는 “AI는 질문이 좋아야 답이 제대로 나온다. 자기 콘텐츠가 있어야 AI도 잘 활용할 수 있으니 책을 많이 읽어야 한다”고 말했다.

책을 읽고 자기만의 콘텐츠를 만들어가는 것은 결국 빌드업을 만들어가는 힘이 될 것이고, 디지털 시대에 마주하는 콘텐츠를 잘 이용하는 역량을 가질 수 있다. 그리고 이런 역량을 가진 사람은 AI와 공존하며 자기만의 콘텐츠를 다양하게 잘 활용할 수 있을 것이다.

방재홍 상임고문(독서신문 발행인)

신 규 회 원 사



◆ 제호 : 라이브팜뉴스 ◆ 등록번호 : 서울 아00266
◆ 발행인 : 곽동신(사진) ◆ 편집인 : 곽동신
◆ 회사명 : 에이원축산
◆ 등록일 : 2006년 10월 9일
◆ 주소 : 서울특별시 강남구 도곡로1길 14, 삼일프라자 829호
◆ 대표전화 : 02-3471-7887 ◆ 팩스 : 02-3471-9229
◆ 홈페이지 : www.livesnews.com

NKBS 뉴스통신사

◆ 제호 : NKBS 뉴스통신사 ◆ 등록번호 : 서울 아05333
◆ 사장 : 김성진(사진) ◆ 발행인 : 양우진
◆ 회사명 : KBNS 뉴스통신사(한국방송뉴스통신사)
◆ 등록일 : 2018년 07월 31일
◆ 주소 : 서울특별시 영등포구 국회대로74길 20,
曼하탄21빌딩 620호
◆ 대표전화 : 02-744-1213 ◆ 팩스 : 02-2678-1213
◆ 홈페이지 : <http://kbs12.co.kr/>

THE BIO

◆ 제호 : 더바이오(THE BIO) ◆ 등록번호 : 서울 아54987
◆ 발행인 : 이영성(사진) ◆ 편집인 : 이영성
◆ 회사명 : 주식회사 더바이오
◆ 등록일 : 2023년 07월 31일
◆ 주소 : 서울특별시 송파구 송파대로 167, 문정역테라타워 B동 419호
◆ 대표전화 : 02-2054-3583 ◆ 팩스 : 02-2054-3584
◆ 홈페이지 : www.thebionews.net

한국전문신문협회 회원가입 안내

■ 회원가입 자격 및 절차

- 가. 가입자격 : 전문신문(인터넷) 발행인·대표이사 또는 발행법인
나. 가입절차 : 입회원서, 발행인 카드, 회원사 카드(양식 홈페이지
다운로드) 및 신문사업·인터넷신문사업 등록증 사본,
사업자등록증 사본 1부를 첨부하여 입회비와 함께
본 협회 사무국에 신청.
다. 회비내역 : 입회비 - 700,000원
월회비 - 90,000원 *연회비로 선납시 5% 할인
라. 입금계좌 : 국민은행 009-01-1135-182
(예금주 : 한국전문신문협회)
신한은행 : 100-003-283205
(예금주 : 한국전문신문협회)
■ 문의 : 한국전문신문협회 사무국 ☎ 02-334-7251~2

■ 협회 주요사업

- 가. 협력업체를 통한 신문 제작, 편집, 인쇄, 발송,
홈페이지 관리 경비 절감
나. 전문신문 육성 진흥에 관한 법률 입법 추진
다. 전문신문협회 발행, 배부를 통한 홍보
라. 전문신문편람 제작, 배부를 통한 홍보
마. 정부공익광고·기업광고 수주 및 회원사 배정
바. 기자증 발급 및 취재편의 지원
사. 정기간행물 납본 대행 - 국립중앙도서관
아. 각종 캠페인 및 광고주/유관단체장과의 좌담회 개최
자. 경영인 세미나, 기자연수교육, 강연회 개최
차. 한국전문신문상 및 정부포상 시상식 개최
카. 정기간행물 신규 및 변경등록 대행
타. 전문신문의 이행증진을 위한 대국민 홍보사업



“농어민 대변하는 정론지로 올곧게 갈 것”

한국농어민신문

한국농어민신문(발행인 최흥식)은 '창간 44주년 기념행사'를 지난 6월 26일 서울 양재동 aT센터 창조룸에서 개최했다.

기념행사에는 송미령 농림축산식품부 장관과 서규용 전 농림수산식품부 장관, 전 농림수산식품부 장관을 역임했던 장태평 대통령 소속 농어업·농어촌특별위원회(이하 농어업위) 위원장 등을 비롯해 이승호 한국농축산연합회장과 손세희 축산관련단체 협의회장 등 농업계 인사 및 한농연 회원 등 200여명이 참석했다.

최흥식 한국농어민신문 대표이사 회장은 기념사에서 "1980년 용산도 매시장에서 시작된 '농축산유통정보'가 이제 농업 정론직필의 언론이자 최고의 권위를 인정받는 농어민 독자의 등불로 성장했다"며 "농업·농촌과 함께 갈 수밖에 없는 한국농어민신문은 농어민을 대변하는 정론지로서 올곧은 길을 지키며 생산자와 소비자의



가교 역할을 충실히 수행해내겠다"고 강조했다. 최 회장은 "농어업·농어촌의 가치와 그 중요성을 국민들에게 적극 알리고, 국민 모두가 함께 지켜나가는 농어업·농어촌을 만들어내겠다"고 덧붙였다.

송미령 농림축산식품부 장관은 격려사에서 "한국농어민신문은 독자에게는 현장의 생생한 목소리를 담아내는 소통 창구 역할을, 정부에게는 농업 현실을 대변하고, 우리 농업·농촌이 나아갈 방향을 제시하는 나침반 역할을 해왔다"며 "그간 보여준 전문성과 역량을 바탕으로 정부 정책에

아낌없는 조언과 대안을 제시해 주길 당부한다"고 말했다.

이날 기념식에서 장태평 농어업위 위원장은 농정특강을 진행했다. '농업 대전환 시대, 한농연과 농업지도자의 역할'이란 주제로, 장태평 위원장은 "지금 농업·농촌의 가장 어려운 문제는 인구문제와 소득문제, 삶의 질 문제 등이며, 이런 문제를 해결하기 위해선 우리나라 농업·농촌의 현실을 직시하고, 이를 토대로 농업지도자인 한국후계농업경영인중앙연합회가 주도해 농업의 대전환을 추진해야 한다"고 강조했다.

‘제12회 DMZ평화둘레길 대장정’ 성료

KFF뉴스

KFF뉴스(발행인 강석호)를 발행하는 한국자유총연맹이 '제12회 DMZ평화둘레길 대장정 완주식 및 해단식'을 지난 7월 18일 서울 남산에 위치한 자유센터 미래홀에서 개최했다.

이번 대장정은 지난 7월 9일 출정식을 시작으로 강원도 고성에서 출발해 인제·양구·화천·철원·연천 등을 거쳐 파주 임진각까지 총 350km 구간을 횡단하는 9박 10일의 일정 끝에 100명의 대원이 모두 완주했다.

참여한 대원들은 '자유의 역사 70년, 국민과 함께 미래로' 슬로건 아래 6·25전쟁 당시의 전적지와 DMZ 접경 기지를 횡단하며, 한반도 분단의 체험을 통해 호국영광과 순국선열의 뜻을 기리는 시간을 가졌다.

또한 그분들의 숭고한 희생이 헛되지 않도록 한반도의 분단 상황을 종식 시킬 수 있는 근회해와 협력방안에 대해서 고민해 보는 시간을 가졌으며, 우리 리가 앞으로 지켜나가야 할 우리 강산의 아름다운 모습을 간직하는 뜻깊은 시간을 보냈다.

강석호 한국자유총연맹 총재는 완주식에서 "대원 모두가 대장장을 무사히 마치고 건강하고 밝은 모습으로 우리 강산의 아름다움을 간직하고 돌아 오게 되어 너무 기쁘다"며 대원들에게 박수를 보냈다.

대장정에 참여한 김성은 대원은 "긴 시간 동안 350km 행군을 무사히 완주 했다는 사실이 너무 자랑스럽고 6·25



전쟁 당시 전적지와 DMZ 접경지역을 횡단하면서 우리나라의 분단 현실과 안보 상황에 대해 경각심을 가지고 다시 생각해보게 되었다"고 화답했다.

미래 물산업의 먹거리는 ‘관리&운영체계 개선’에 있다

환경타임즈

환경타임즈(발행인 유철)가 '제15회 물산업미래비전포럼 및 전시회'를 지난 10일부터 11일까지 부산항국제컨벤션센터에서 개최했다.

이번 행사는 환경타임즈와 부산시상수도사업본부가 공동으로 주최했다.

매년 하반기 물산업의 현황 및 앞으로 시장전개에 대한 정부정책 방향 및 공공기관의 지원제도를 소개함은 물론, 기업 간 기술 공유를 통해 지자체 사업에 보다 나은

신기술들이 적용될 수 있도록 기회제공 및 정보 교류가 활발히 이루어졌다.

환경타임즈를 비롯해 한국수자원공사와 한국환경공단, 한국물기술인증원, 부산시상수도사업본부(수질연구소), 한국물산업협의회가 각각의 전문기관 특성에 맞는 주제를 가지고 발표를 진행했다.

환경타임즈는 물의 가치실현을 위한 정책 및 기술 소개를 통해 환경부의 노후상수도정비사업의 현재와 미래에 대한 내용으로 이재덕 환경부 수도기획과 사무관이 발표를 하며 지난 지방상수도현대화 사업의 성과와 앞으로 개선사업의 나아갈 방향에 대한 내용을 중점으로 설명했다.

이밖에도 AI정수장 에너지관리 시스템(EMS) 쇠신 트랜드에 대한 차회원 마인드원 대표의 발표, 상



수도시설 수명연장을 위한 사전진단 관리기술에 대한 내용으로 이용수 한양대학교 건설환경공학과 교수의 발표, 현대화 이후 지방상수도 전문유지관리 현황에 대한 내용으로 김보성 서용엔지니어링 이사가 발표가 이어졌다.

또한 노후관을 직접교체하지 않고 비굴착 개량기술에 대해 박상봉 티엘티 대표의 발표, 광역상수도사업본부 급수관리팀 담당자가 발표했다.

‘불교언론인상’에 불교신문 수불스님 수상



불교신문

불교신문(발행인 진우스님)을 발행하는 대한불교조계종에서 불교언론문화상 시상식을 지난 24일 한국불교역사문화기념관 전통문화예술공연장에서 개최했다. 이날 시상식은 '2024년 불교문화대전 폐막식'에서 함께 열렸다.

'제32회 불교언론문화상' 공모에서 불교신문 사장 수불스님이 '불교언론인상' 수상자로 선정됐다. 대상은 KBS1 부처님오신날 특집 다큐 '우리들의 힙hip한 출가'가 차지했다.

조계종 총무원은 "제32회 불교언론문화상 공모를 통해 총 64건이 접수됐으며 심사를 통해 11건을 수상작(수상자)으로 선정했다"고 지난 8일 발표했다. 불교언론문화상 대상에는 KBS1의 부처님오신날특집 다큐 '우리들의 힙hip한 출가'가 선정됐다. 최우수상은 방송부문에서 KBS1의 6·25 특집 다큐 '산사의 전우들', 라디오부문에서 BBS제주불교방송의 '요즘 스님', 언론보도부문에서 불교신문의 '명상, 공교육을 만나다', 뉴미디어부문에서 BBS 유튜브의 오리지널 콘텐츠 '키워드 인터뷰'가 각각 수상작으로 뽑혔다.

불교언론문화상 운영위원장 혜공스님(총무원 문화부장)은 "올해 불교언론문화상에는 역대 가장 많은 작품이 출품된 것에 대해 감사함을 표하며, 새로운 포교콘텐츠로 뉴미디어 분야가 더욱 확산하기 기대해 본다"고 밝혔다.

[약사공론 창간 56주년 특집] 위기의 약국

올바른 약국 환경에 대해 고민하는 계기가 되길

약사 약국을 둘러싼 대내외적 환경이 빠르게 변하고 있다. 이 변화 속에서 약국의 입장이 갈수록 위태하다는 우려가 커지고 있다. 의약품 거래관계에서 약국이 제약사로부터 한참 뒷전이 되어버리고 있는 것이다.

특히 중소형 제약사들을 중심으로 CSO영업이 일반화되면서 약국은 더욱 훌대받고 있다. 심지어 처방 변경과 함께 영업사원의 약국의 처방조제 정보를 요구하는 사례가 최근 또 도마위에 오르기도 했다.

영업사원들이 약국 문턱이 낮도록 드나들던 과거와 비교하면 격세지감을

느끼지 않을 수 없다. 이에 약사공론은 이번 창간특집의 주제를 '위기의 약국'으로 정했다.

우선 CSO에 휘둘리는 약국의 현실을 짚어본다. 대형 제약사들은 자체적인 영업 조직을 운영하며 관리를 하고 있지만, 영업사원 교육과 관리 부담으로 인해 중소제약사들을 중심으로 CSO 이용은 점점 증가하는 추세이다. 제약사의 매출 경쟁은 더욱 심화되면서 CSO의 수요도 빠르게 늘어나고 있다. 그러나 CSO 영업사원들이 높은 수수료를 챙기기 위해 무리한 영업전을 벌이는 것이 문제다. 심지어 성과를 위

해 의사들에게 리베이트에 대한 의혹이 커질 정도다.

이같은 도를 넘는 영업으로 약국에서는 의약품 수급불안과 함께 처방 조제 변경이라는 이중고를 겪으며 피해와 피로도가 누적되고 있는 상황이다.

심지어 약국 개국까지 손을 대고 있는 CSO도 목격될 정도니 약국은 의료 기관과 업체 사이에서 이도저도 못하고 휘둘리기 일쑤다.

그뿐이라. 제약사에 외면받는 현실은 더 침답해 이 부분도 함께 살펴보려 한다.

우선 팔만한 OTC를 찾기 힘들다. 몇



몇 제약사를 제외하면 대다수 제약사들은 이제 OTC는 개발하지도 않는다. 신제품 개발에 대한 의지는 전혀 없다.

더 문제는 제약사의 이중적인 마케팅이다. 이제 제약사들은 온라인몰을 확대하며 사실상 약국 영업을 접고 있는 현실이 보편화되고 있다.

이번 특집에서는 이같은 실태를 살펴보고 약국의 어려움에 공감하는 한편 약국 스스로가 변화해야 할 부분은 없는지도 함께 조망하려 한다.

부디 이번 특집을 통해 올바른 약국 경영 환경에 대해 고민하는 계기가 마련됐으면 하는 바람이다.

제약사는 왜 약국을 떠나려 하는가

일반약과 약국 건기식의 활성화를 위해 보건당국의 제도적 개선책 마련과 약국을 중심으로 한 제약사의 마케팅 전략 마련은 기본적인 대책의 하나로 여겨진다.

특히 앞선 연재에서 언급한 수많은 자료제출과 광고와 마케팅 제한 등 OTC에 부과되는 과도한 규제정책은 제약사 입장에서는 부담을 넘어 굳이 일반약을 개발할 이유를 찾지 못하는 상황이다. 그러나 정부와 제약사에 부여되어야 할 역할과 아울러 약국도 분명히 바꿔어야 하는 부분이 있다고 전문가들은 입을 모으고 있다.

△제약사는 왜 약국시장을 떠나나

가장 우선되어야 할 전제가 가격질서의 정상화다. 제약사의 이중 마케팅 등도 물론 문제지만 제약사와 약국 관련 업체들이 왜 약국을 떠나는지도 냉정히 돌아봐야 한다.

기본적으로 OTC는 유명 브랜드의 약품에 대한 약사와 제약사의 입장 차가 크다. 제약사는 광고판촉비가 투입된 자사 유명약에 대해 환자가 지명구매를 해야 좋지만, 약사 입장에서 유명 브랜드 의약품은 광고판촉비 등으로 이미 높아진 사업가 대비 마진이 적어 덜 유명한 역제품 판매를 선호하기 때문이다.

심지어 제약사가 신제품을 개발하고 엄청난 광고를 통해 시장을 키워 놓으면, 당장 동일성분 카피약들이 저가로 출시를 하고, 약국에서는 이를 후발 저가 비유명 경쟁약을 권매하니 업체 입장에서는 속앓이를 해야 한다.

약국에서는 판매량을 내걸고 대신 마진을 보장하는 가격 조건을 회사에 요구하기도 한다. 결국 제약사의 일관성 없는 가격정책은 인근 약국 간의 다양한 사업가, 판매자를 발생시켜 결국은 난매로 인한 시장질서 교란, 판매 부진, 담당자 차액(일명 야끼)의 약

순환을 유발하게 된다. 업계 한 관계자는 "결국 이런저런 문제들로 골치 아파진 제약사가 OTC 대신 다른 활로를 모색하는 원인이 된다"고 토로했다.

△비쉬도 올리브영도 약국 떠나 승승장구

그럼 실제 약국 현장에서 발생한 갈등 사례를 통해 약국이 무엇을 놓치고 있는지 살펴보자.

최근 한 약국전용품목 공급업체는 자사품목을 취급하는 약국과 법정공방 직전에 있다.

거래 약국이 온라인스토어를 통해 저가판매를 진행하고 있기 때문이었다. 이 업체는 수차례 권고에도 약국이 가격을 지키지 않자 해당 품목을 대량 주문한 후 반품 취소하는 방법까지 사용하며 갈등이 커지고 있는 상황이다.

대다수 약국의 적정 마진을 보장하고 제품의 이미지를 유지하기 위한 자구책이라는 것이 업체의 향변이다.

대부분 약국 유통 업체들의 고민도 바로 이 지점이다. 오프라인과 온라인에서 적정 가격을 지키기 위해 유통주체 시스템을 포함한 갖가지 방법을 동원하지만 특히나 최근 활성화된 온라인을 이용한 난매는 관리가 쉽지 않다.

의약분업 초기 약국 한 켠을 차지했던 약국 화장품도 마찬가지 이유로 이제는 더 이상 약국에서 찾기 힘든 품목군이 되어버렸다.

복잡하고 권위적인 거래관행과 지켜지지 않는 가격 질서 구조는, 당시 주로 다국적기업이었던 화장품 회사들을 아연실색케 했다.

이 뿐만이 아니다. 지금은 대리점 체제를 구축하며 국내 건기식 시장의 독보적 선두를 달리는 KT&G가 홍삼사업을 처음 시작할 때 거점으로 생각했던 곳이 약국이었다. 하지만 KT&G는 채 1년도 되지 않아 약국을 통한 사업 확장을 포기하고 지금의 대리점 체제

를 통해 성공가도를 달리게 됐다.

올리브영도 마찬가지다. 도입 초기 약국과 결합된 형태의 H&B스토어를 꿈꿨던 올리브영은 결국 10여년간의 실험 끝에 약국과의 동행이 어렵다고 판단하고 지금의 시스템을 갖춘 후 급속히 승승장구하기 시작했다.

GS가 들여온 와슨도, 롯데의 롭스도, 코오롱의 더블유스토어도 모두 마찬가지였다. 약국과 약사의 전문성을 높이 평가해 그 사회적 이미지를 마케팅에 활용, 상생을 모색하려던 이들 업체들은 결국 앞서 언급한 대동소이한 이유로 약국을 떠났다.

만약 그 사업들이 모두 성공해 정관장을 약국에서만 취급하고 있다면, 수많은 H&B품목이 약국에서 자리잡았다면 지금 약국의 모습은 어떨까.

△성지약국은 여전히 득세하고...

그런 과정을 거쳤음에도 지금 약사 사회는 난매(?)로 인한 여전한 몸살을 앓고 있다. 지역 곳곳에서 일반의약품 마저 지나친 저가판매로 인한 논란이 사그라들지 않고 있다.

일례로 서울 A약국은 일반 약국보다 저렴한 가격으로 일반의약품 등을 판매하며 논란이 됐다.

적립 형태의 할인 쿠폰을 발행해 소비자들을 유인하는 행위로 보건소로부터 주의를 받기도 했지만 '전품목 착한가격'을 전면에 내세워 여전히 저가공세를 이어가고 있다.

이에 지역약사회에는 국내 제약사 OTC 담당자에게 저가·난매 약국에 특가 정책을 제한하는 내용의 협조를 구하는 상황까지 이르렀다.

사실 제약사도 저가로 많은 제품이 팔리는 것을 원하지 않는다.

그럼에도 최근 온라인을 통한 몇몇 성지약국의 마케팅과 저가공세는 여전히 바로잡기 힘든 경지이다.

지역 한 약사는 "의약품이 갖는 공

위기의 '약국'...미래 서비스 어떻게 변화해야 할까

제약사는 약국을 떠나고 있고, 난매·저가 문제와 거래 관행이라는 고질적인 내부 문제를 겪고 있는 약사사회는 그 어느 때보다 위기의식을 느끼고 있다.

약국도 변화의 필요성을 강하게 인지하고 있다. 그렇게 찾은 해결책은 약사 고유의 전문성을 바탕으로 한 '환자 중심'의 정책 변화에 대응하는 것이다.

최근에는 국내 헬스케어 시장이 급격히 확장되면서 소비자들은 더욱 건강하고 더욱 편리한 삶을 요구하고 있고, 보건의료의 한 축인 약사의 중요성은 나날이 높아지고 있다.

이에 약국은 시대 변화에 빠르게 대응하는 직능을 요구받게 될 것이다.

약국은 접근성과 편의성이 높아 질병을 조기에 발견 및 예방하고, 건강에 해로운 생활습관을 교정하는 등의 건강증진 서비스를 효과적으로 제공할 수 있다. 또 부적절한 투여나 이상반응 등의 약물 오류를 스크리닝해 최소화하는 역할을 할 수 있다.

그 일환으로 정부와 지자체 및 약사회 주도로 시행되는 다제약

물관리사업, 방문약료 등의 지역 약국 기반 고도서비스이다.

이를 통해 지역약국은 디제약 물관리사업, 방문약료 등의 확장된 약료 서비스부터 OTC에 대한 상담과 복약지도 등까지 약물에 대한 적정사용을 위한 활동경계를 넓히고 있다.

소비자가 건강과 관련한 제품 및 상담을 받기 위해 상호작용하는 창구 역할을 하며 소비자가 처방의약품을 받거나 일반의약품을 구입할 수 있는 편리하고 신뢰할 수 있는 공간을 제공하는 전문성을 갖춰야 한다는 것이다.

A약사는 "어느새 약사사회가 주 수입원을 처방조제 수수료에만 의존하는 환경이 됐다. 하지만 약사는 '약의 전문가'라는 점을

잊지 말아야 하고, 환자 중심 치료 변화에 맞춰 약사의 미래 직능도 변화해야 한다는 이것이 약사의 미래 직능을 키울 수 있는 부분일 것이다"고 설명했다.

이어 "해외에서는 일찌감치 환자 중심 약료 서비스가 이뤄졌다. 우리나라로 약사가 환자 중심 서비스에서 핵심 역할을 위해 노력해야 한다"고 말했다.

적인 이미지가 있고, 의약품 판매에 대해 약사가 전문성을 통해 책임져야 하는 영역이 분명히 있는데 의약품이 마치 공산품처럼 가격만을 강조해 팔리는 것은 약사 스스로 직능의 자존심을 내려놓는 행위"라고 꾼집었다.

이어 "소위 성지약국들이 대량 구매한 후 박리다매 형식으로 일반약을 판매하게 되면 동네약국은 방법이 없다"

며 "건기식은 대형 유통채널에 밀리고, 몇 안되는 인기 OTC품목은 성지약국이 독점해 버리면 약국의 영역은 처방조제에만 더욱 매몰되고, 약국 위치 역시 특정 지역에 집중할 수 밖에 없게 되어, 결국 이는 약국시장 전체의 불황을 가져오고 약사직능의 추락으로 이어지지 않을까 우려된다"고 토로 했다.

[축산신문 창간 39주년 특집] 지속가능을 위한 친환경 축산정책

환경·사회적 비용 줄이고 부정적 인식 개선… 스마트축산에 방점

국민의 유통 소비량 증가 등에 힘입어 최근 축산업은 지속적으로 성장하고 있다. 하지만, 가축질병관리, 냄새저감 등 사회적 책임과 관련된 비용이 높아지는 가운데, 축산물 생산비의 40~60%를 차지하는 사료비의 가격 상승은



농가 경영에 큰 부담으로 작용하고 있다. 또한, 기후변화와 이에 따른 탄소중립의 부각, 디지털 전환 등 환경이 급변하고 있는 상황에서 축산업도 중대한 전환기를 맞게 될 것으로 보인다. 이 같은 시대 상황을 반영, 지속가능한 친환경 축산을 만들고자 정부가 현재 펼치고 있는 정책들을 살펴봤다.

정부의 친환경 축산정책은 크게 △저탄소 생산(사육) △친환경 축산직불 △환경친화·깨끗한 축산농장 확대 △스마트축산 등이다.

특히, 농림축산식품부는 지속가능한 축산업 성장을 확충하고자 최근 관련 예산이 증액된 예산안을 발표기도 했다. 2025년 축산분야 선택형공익직불 예산안이 올해(65억원) 대비 두 배 이상 증액된 142억원(친환경축산직불 41억원, 축산분야 저탄소 농업프로그램 101억원) 규모로 편성됐다.

저탄소 생산 기반 조성

농림축산식품부는 축산분야에 '저탄소 농업 프로그램 시범사업(축산)'을 운영하고 있다. 이는 저탄소 축산활동 이행에 따른 보조금 지원으로 농가 지원을 위함이다.

축산부문에 해당되는 '2030 온실가스 감축목표'의 대부분(약 70%)을 차지하는 저탄소 영농 활동(분뇨처리 등)을 위해서는 우선 지원이 필요하다고 분석했기 때문이다. 축산농가의 탄소 저감 활동을 지원함으로써 온실가스 감축목표(2030년까지 773만톤)를 달성한다는 것이다. 관련 시범사업을 확대해 2025년에는 온실가스를 16만5천톤 수준까지 감축하는 것이 목표다. 이를 위해 내년부터는 지원 항목을 다각화, 절대적인 농가 지원량을 늘릴 준비를 하고 있다.

먼저 현재 농가에 저메탄사료 및 질소저감사료 급여 시에만 지원했던 것에 더해 분뇨 처리방식 개선 활동을 추가(34억원)해 신규로 지원한다. 다시 말해, 재래식 퇴비화 시설에 강제 송풍 및 기계교반 설비를 추가해 처리하는 경우도 가축분뇨 퇴비 처리량 당 이행비용과 탄소저감 인센티브(비용증가분의 50%에 감축량 평당 2만원 씩)를 지원토록 했고, 기존 질소저감사료 보급을 더 활성화하기 위해 대상 축종을 기존 돼지(38만5천두)에서 한우(10만두), 산란계(100만수) 까지 확대한다.

농식품부는 국가 온실가스 배출량 보고서에 감축 실적 반영이 가능한 활동(저메탄사료 급여, 분뇨처리 등)을 중심으로 지원 후 확대를 해나간다는 방침으로, 저감활동으로 인한 '비용증가 + 인센티브'를 지원하게 된다. 이에 소요될 예

산은 약 49억원 수준(직불금 포함)이다.

농식품부는 이를 통해 저탄소 영농활동 이행으로 온실가스 감축량이 증가할 것으로 기대하고 있으며, 연구용역(2024년) 등을 통해 중장기적으로 저탄소 영농활동을 추가 발굴하여 저탄소 농업 프로그램을 확대할 계획에 있다.

친환경 축산직불 제도 활용성 증대

최근 발표된 2025년 친환경 축산직불 예산안에는 지난 2009년에도 시행 이후 한 차례도 인상된 적이 없었던 지금단가를 평균 3배 수준으로 인상했다. 지속가능한 축산업 성장 기반을 마련하려는 농식품부의 의지를 엿볼 수 있는 부분.

한우는 두당 17만원에서 37만원으로, 육계는 수당 200원에서 490원, 산양우는 리터당 34원에서 261원으로 각각 인상됐다.

농가당 지원 한도도 3천만원에서 5천만원으로 상향했다. 이와 같은 지원 확대로 친환경축산 농가의 직불금 실질 수령액이 애초에는 일반적으로 농가당 2천200만원에서 2천500만원 수준이었으나, 4천만원 수준으로 늘어났다. 이에 친환경축산 참여 농가의 소득 안정에 기여할 것으로 기대된다.

또 종전 직불금을 최초 5년(총 5회)만 지급함에 따라 직불금 수급기간 경과 후 인증농가의 약 1/3이 친환경축산에서 이탈하던 현상을 개선하기 위해 '지속직불'을 신규로 도입했다. 이에 따라 애초의 수급기간이 경과하더라도 유기축산 인증 등 자격을 유지하는 농가는 기존 직불금의 50% 수준에서 계속해서 직불금을 받을 수 있게 됐다.

환경친화·깨끗한 축산농장 모델 확산

농식품부는 축사의 친환경적 관리와 가축분뇨의 적정한 관리·이용을 위해 '환경친화 축산농장' 및 '깨끗한 축산농장' 지정제도도 운영하고 있다.

환경친화 축산농장의 경우 가축분뇨 자원화, 사육밀도기준 준수 등 축사를 친환경적으로 관리하기 위해 환경친화 축산농장 지정제도를 추진하고 있고, 깨끗한 축산농장의 경우, 축산환경 개선대책의 일환으로 깨끗한 축산농장 중 우수 농가를 발굴·지원(컨설팅 등)하여 환경친화 축산농장으로 도약을 유도하기 위해 지난 2017년부터 축산농가 캠페인 사업으로 추진 중이다.

이같은 사업 시행의 성과로 현재 환경친화 축산농장은 지난 2009년 6호, 2011년 2호, 2023년 10호, 2024년 현재 7호가 각각 지정됐으며, 깨끗한 축산농장은 지난 2017년 사업 시작 이후 매년

[축산신문 창간 39주년 기념사]

진심으로 지속가능한 축산을 원한다면



언제부터인가 한국 축산업의 현안이나 미래를 논할 때마다 마치 숙어처럼 따라다니는 단어가 있다. '지속 가능한'이란 단어가 그것이다.

축산을 곁에 두기 꺼려하는 사회적 분위기와 함께 어느새 성장 한계점에 도달하고 있는 구조적인 문제점이 그 배경이 되고 있음을 물론이다.

실제로 우리 국민들의 1인당 유통 소비량은 연간 60kg을 상회하고 있다. 쇠고기와 돼지고기, 닭고기만으로도 쌀 소비량을 훌쩍 넘어서는 것이기에 식량산업으로서 축산의 가치를 입증하는 더 없이 확실한 지표로 부족함이 없다는 생각이다.

그러나 다른 한편으로는 한국 축산이 양적 성장의 여지가 많지 않음을 뒷받침 하는 지표가 될 수 있다는 점도 와연할 수 없다. 더구나 전 세계 꽂찌라는 우리나라의 출산율은 '인구절벽'이라는 표현이 나올 정도로 급격한 인구감소로 이어지고 있다. 축종마다 정도의 차이가 있긴 하나 한국 축산업의 절대적인 시장 규모 자체가 줄어든다는 의미다.

최근 다각적인 측면에서 한계 상황에 내몰리고 있는 시장 확대 방안이 그 어느 때 보다 활발히 논의되기 시작한 것도 이 때문일 것이다. 이에 반해 한국 축산의 또 다른 위기 요인으로 지목되고 있는 축산농가 감소 추세에 대해서는 정부나 축산업계 모두 이상하지만큼 조용한 느낌이다.

축산신문이 창간된 1985년만 해도 170만호에 육박했던 전국의 축산농가(가구)는 2024년 10만호를 간신히 넘기는 수준까지 감소했다. 약 3만호에 달하는 양봉농가를 포함한다고 해도 39년전의 1/10이 채 되지 않는다. 올해 10만개소를 돌파했다는 전국의 커피전문점과 우리 국민의 식단을 책임지는 축산농가 숫자를 비교하는 모습이 더 이상 어색하지 않은 시대가 된 것이다.

물론 일부의 기대대로 끊임없는 규모화를

통해 지금 수준의 공급기반을 유지할 수도 있다. 하지만 축산농가의 감소가 필연적으로 불러올 후폭풍을 생각해 본다면 마치 손을 놓고 있는 듯한 정부와 축산업계의 대응은 어떤 이유로도 쉽게 설명이 되지 않는다.

이대로라면 축산현장의 생산 주체는 커피전문점 숫자보다 적어질 게 불 보듯 뻔한 일이다. 생산 현장의 경영체, 그것도 보호 대상 농가수가 급감한 상황에서도 입법과 행정 차원의 관심을 붙잡아둘 수 있을지 의문이 아닐수 없는 것이다.

그 영향은 비단 축산업에 국한되지 않는다는 건 명약관화하다. 소수의 규모화 된 축산농가들로 한국 축산업의 구조 조정이 이뤄진 상태에서는 몇몇의 이탈만으로도 식량기반에 큰 공백이 발생할 수 있다. 게다가 획일적인 규모화는 그 어느 나라 보다 다양성을 보여 온 우리 국민들의 소비 성향을 감안하더라도 결코 바람직하지 않다는 생각이다.

규모가 작더라도 충분히 생존할 수 있는 '강소농' 육성을 통해 축산농가 숫자가 유지될 수 있도록 정부와 범 축산업계가 머리를 맞대야 할 이유가 충분하다는 생각이다.

그런 점에서 최근 방목이나 새로운 품종 도입 등을 통해 기존 축산물과 차별화되면서도, 부가가치를 높일 '특화 시장을' 향한 도전은 한국 축산의 구조적 문제점에 접근할 수 있는 또 다른 해법이 될 수 있는 만큼 남다른 의미로 다가온다.

축산의 규모화 과정에서 번식과 비육을 분리, 중소 규모 농장이 한 부분을 전담함으로써 생산성 향상과 방역이라는 두 마리 토끼를 모두 잡는 방법 또한 같은 맥락으로 평가받을 수 있을 것이다.

다만 전제가 있다. 어떤 방법이든 규모에 따라 가장 잘할 수 있는 역할을 분담하고 '고유 영역'으로서 확실히 인정받을 수 있는 분위기가 조성돼야 한다는 것이다.

창간 39주년을 맞이한 축산신문도 한국 축산업의 새로운 비상을 적극 뒷받침할 수 있도록 전문 언론으로서의 역할에 최선을 다할 것임을 다짐한다.

이를 통해 가장 눈 여겨지는 성과는 바로 노동력, 생산비 절감이다. 업계에 따르면 스마트 축산이 적용된 농가들은 축사에 설치된 각종 센서를 통해 온·습도와 암모니아 등의 농도 등을 실시간으로 감지해 환풍기·쿨링패드 등 축사환경 제어장치를 활용할 수 있어 노동력을 획기적으로 줄일 수 있었다. 아울러 축사환경의 과학적·정밀한 관리가 가능해져 전기·냉난방 등의 투입 에너지를 절감할 수 있어 생산비 절감에도 일조하는 것으로 분석됐다.

농식품부 관계자는 "친환경축산 및 축산분야 탄소 저감에 대한 지원 강화로 축산업의 지속가능성이 한층 공고해질 것"이라면서, "가축질병, 분뇨, 냄새 등으로 인한 환경적·사회적 비용을 줄이고 축산에 대한 국민의 부정적 인식 개선에 도 크게 기여할 것으로 기대한다"고 말했다.

[축산경제신문 창간 34주년 창간사]

국민을 위한 정치



김기윤 회장

9월 1일로 축산경제신문이 창간 34주년을 맞았다. 그동안 축산경제신문이 34년을 이어 올 수 있도록 관심을 갖고 많은 협조와 지도편 달을 해준 여러분께 심

심한 감사를 드린다. 처서가 지났지만 식을 줄 모르는 무더위에 1차 산업에 종사하는 여러분들의 고생이 이만저만이 아니다.

천직으로 알고 묵묵히 농축산업을 위해 고군분투하는 여러분들이 고마울 뿐이고 현재

지변과 싸우는 백성들이 안타까울 뿐이다. 지금의 현실은 대내외적으로 어려움이 너무 많고 국가의 도움은 적은 반면 불필요한 규제가 난무하고 정치권에서도 도움은커녕 1차 산업 종사자들을 불필요한 존재로 취급하는 물지각한 행태에 분노를 느낀다.

얼마 전에 지나간 대한민국 최대의 국경일인 8.15 광복절에 사상 초유 두 갈래로 찢어져 기념식을 따로 하는 웃지 못할 추태까지 벌였으니 더욱 할 말을 잊었다.

광복절은 대한민국 해방 기념일, 우리의 지도자나 국민의 노력으로 이루어진 게 아닌 전

쟁을 일으킨 나라들이 패전하며 얻어진 결과물인바. 지도층에선 대오각성하여 다시는 이러한 일이 발생하지 않도록 노력해야 하거늘, 보수와 진보로 나뉘어 김정싸움에 진흙밭의 개싸움이나 하는 꼴이 이게 정녕 나라인가 싶다.

어느 지인이 내게 우스갯소리라고 한 이야기가 있었다. 현재 정치권에서 행세하거나 한다는 자들 중 한 100명만 둑어 없어지면 우리나라가 세계 최강의 국가가 되는 건 시간문제라고, 과거에 집착하여 미래를 내다보지 못하는 어리석음을 그들은 모르는가?

좋은 학교 나와 엘리트를 자처하는 자들이 하는 꼴이 나라를 위하고 국민을 위하는 것이 아니라 나라는 뒷전이고 자기편의 이익을 위

하는 일에만 혈안이 되어있는 현실이 안타깝다. 보수와 진보, 한술 더 떠서 공산당을 동경하고 주체사상을 선봉하는 못된 무리를 척결할 시간이 되었다고 본다.

대한민국의 위정자들이여 제발 나라를 위하고 백성을 위하는 길이 무엇인가를 판가름하여 당신들 집에서 기르는 반려동물 만큼만 백성을 위해 힘을 쏟아주길 부탁한다.

미래는 식량 또한 무기임을 명심하고 1차 산업 발전에 힘을 보태어 국가 발전에 일익을 담당하는 사람들도 마음 편히 농사짓도록 최선을 다해주었으면 고맙겠다.

우리 1차 산업 종사자 모든분들 건강하고 신의 가호가 있기를 빈다.

[축산경제신문 창간 34주년 특집] 농촌 고령화 대책은

60세 정도면 '청년'…향후 10년 새 소멸 우려

농촌은 이미 초고령사회

통계청에 따르면, 2023년 기준 농가 인구 비율은 전체의 4%인 208만 9000명이다. 이 중 65세 이상 비중은 52.6%를 차지한다. 농가 인구의 절반이 65세 이상인 상황이다. 특단의 대책이 없이 10년이 지난 대한민국 농축산업은 어떤 모습일까?

젊은 인구의 유입 없는 상황 지속은 한국 축산업의 존립을 위협하게 될 것이다. 고령화에 따른 생산성 저하, 인력 및 후계자 부족 문제를 비롯해 각종 규제를 극복하지 못한 수많은 농가들이 폐업의 수순을 밟을 것이 자명하다. 경쟁력을 확보하지 못한 소규모 농장이 소멸되면서 국내 농축산업 전반이 위축될 수밖에 없다.

고령 농업인 연금제도

정부는 고령 농업인의 은퇴와 노후 보장을 위해 관련 연금 및 복지제도를 강화해 나가고 있다. 농지를 소유하고 있는 고령 농업인을 위해 은퇴직불형 상품을 출시했다. 은퇴를 희망하는 고령 농업인이 소유농지를 일정 기간 농지은행에 임대 후 매도하는 조건의 상품이다. 농지 연금뿐만 아니라 직불금과 임대료를 함께 수령할 수 있는 구조다.

감정가 3억 5000만원의 농지로 10년형에 은퇴직불형에 가입하는 경우, 매월 최대 300만원의 농지연금과 ha당 40만원의 농지이양은 퇴금, 농지임대료를 받는다. 농지연금 지급 기간이 끝나면 농지연금 채무액을 변제하고 농지매도 대금을 지급받을 수 있다.

충청남도는 자체적으로 고령 은퇴 농업인 연금제도를 추진하고 있다. 70~84세 은퇴 농업인이 토지를 청년 농업인에게 매도 또는 임대하면 85세까지 연금을 받는 제도다.

70세에 지원 대상에 선정되면 농지은행에 본인 농지를 위탁하고 최대 15년간 연금을 받을 수 있다. 이는 고령 농업인의 안정적인 노후 생활을 보장하고 미래를 이끌어갈 청년 농업인에게 성장 기회를 제공하게 될 것으로 기대된다.

이러한 고령 농업인 연금제도는 경종농가를

위한 것으로, 축산농가만을 위한 제도는 아직 전무한 실정이다. 쌀뿐만 아니라 축산물도 식량 안보에 있어 매우 중요하다.

지속 가능한 축산과 축산농가의 노후 생활 보장을 위해서도 고령 은퇴 축산인 연금제도와 함께 축사를 청년에게 매도·임대하면 연금을 받을 수 있도록 하는 제도가 반드시 필요하다.

안정적인 수의 보장

정부는 최신 첨단 기술 도입이 고령화 문제를 해결하고 농가 소득을 증가시키는 데 중요한 역할을 할 것으로 기대한다. 방향성은 좋으나 현장 적용은 녹록지 않다.

AI 등 최신 기술 도입 시 고령 농업인에게는 관련 교육 및 컨설팅 서비스 제공을 전제해야 한다. 전문가들이 직접 농가를 방문해 교육하고 정기적으로 컨설팅하는 서비스를 통해 최신 기술을 이용해 농장 관리의 편의성과 생산성을 높이도록 도울 수 있다. 농장의 현대화와 첨단 기술 적용으로 노동력이 덜 필요하고 생산성이 안정적으로 유지된다면 자연스러운 승계에도 도움이 된다.

국내 축산업의 미래를 위해, 무엇보다 후계 농 육성 지원 정책 강화와 청년농의 진입장벽을 낮추는 제도적 장치 마련이 시급하다.

비단 가업을 잇는 후계자가 아니더라도 축산에 뜻을 둔 청년들이 적은 자본으로 농장을 시작할 수 있도록 지원하는 제도적 장치를 마련해야 한다. 정보와 자본의 전방위적인 지원을 통해, 자칫 청년농들이 몇억 원의 빚 때문에 신용 불량자로 내몰리는 일이 없도록 해야 한다.

축산농가의 고령화 문제는 한국 축산업의 지속 가능성에 위협한다. 고령 및 청년 축산인들이 적정 수익을 창출할 수 있는 시스템을 완성해야 한다.

국내 축산업을 지켜야 한다는 절실한 마음으로 이러한 종합적인 노력을 이어갈 때, 초고령화 사회의 위기 속에서도 한국 축산업이 생명을 이어가며 제3, 제4의 부흥기를 맞이할 수 있으리라 기대한다.

촘촘한 인프라 구축…떠난 청년 다시 돌아오게

기회를 찾아 농촌으로

과거 농촌은 은퇴 후 여유로운 삶을 위해 돌아오는 곳이란 인식이 깊었다. 그러나 최근에는 청년들이 도시를 떠나 농촌으로 돌아오는 사례가 늘고 있다. 이들은 도시의 경쟁적인 환경에서 벗어나 자연과 함께하는 여유로운 삶을 꿈꾸거나, 농업의 가능성을 보고 새로운 사업 모델을 구축하려는 의지를 갖고 새로운 기회의 땅으로 귀농을 선택하고 있다.

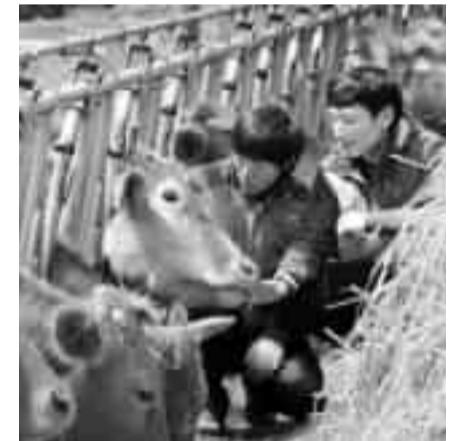
농촌에서 자립적인 삶과 자연 속 생활에 대한 관심이 높아지면서, 지속 가능한 농업이나 친환경 농업에 도전하는 청년들도 증가 추세다. 정부의 창업 지원금, 귀농 지원 프로그램, 주택 및 생활 인프라 지원 등 다양한 정책도 새로운 도전을 꿈꾸는 청년들을 농촌으로 이끄는 주요 요인이다.

물론 도시 생활에 익숙한 청년들에게 농촌에서의 삶이 쉽지만은 않다. 초기 자본과 기술 부족, 농지 확보의 어려움 등 다양한 장애물들이 성공적인 정착에 걸림돌이 되고 있다. 그러나 국가의 균형 발전과 농업의 미래를 위해서는 이러한 다양한 악재에도 불구하고 농촌에서 새로운 기회를 찾으려는 청년들의 발걸음을 놓쳐서는 안 된다. 이들의 정착을 돋울 세밀한 지원을 통해 농촌의 재활성화에 박차를 가해야 할 때다.

청년 중심 3대 정책 방향 수립

농식품부는 농업과 농촌의 위기를 극복하고 새로운 도약을 위해 디지털, 세대, 농촌공간 등 3대 전환을 추진하고 있다. 특히 청년을 핵심 주체로 삼아 농업·농촌의 혁신을 강화할 방침이다. 이를 위해 △청년정책 범위 확대 △창업 규제 혁파 △청년의 주도적 역할 강화 등 3대 정책 방향을 설정했다.

청년 농업인과 농식품 창업가들을 지원하고, 현장 애로를 정부와 공유하는 거버넌스를 구축하며, 중앙·지방 및 민·관 협업을 통해 청년 창업 생태계를 조성할 계획이다. 또 농지 지원, 세제 혜택 등 다양한 정책적 지원을 마련해 청년들의 안정적인 정착을 도울 예정이다. 농식품부는 축산업의 매력을 알리기 위한 사회적 캠페인



인도 전개할 방침이다.

한편, 농식품부는 2009년부터 세무상담을 지원하는 농업인 교류센터를 운영하고 있으며, 영농정착지원사업 선정자를 대상으로 세무교육을 필수로 실시하고 있다. 이 외에도 청년농업인이 안정적으로 정착할 수 있도록 지원 정책을 지속적으로 확대·보완할 계획이다.

청년농이 미래다

청년은 혁신적인 기술 도입과 창의적인 아이디어로 축산업과 농업의 발전을 이끌어갈 중요한 자산이다. 국내 축산업의 지속 가능성과 경쟁력 강화를 위해서는 청년들의 적극적인 참여가 필수다.

이를 위해 교육·훈련, 기술 지원, 멘토링, 정책·재정적 지원, 사회적 인식 개선 등 다양한 지원 방안을 실시해야 한다. 촘촘하고 종합적인 지원을 통해 청년들이 축산업에 적극 참여하고, 지속 가능한 발전을 이끌어 나갈 수 있도록 해야 한다. 청년들의 열정이 축산업의 미래를 밝히는 큰 동력이 될 것이다.

청년농의 성공적인 정착은 개인의 성공을 넘어 한국 농업의 미래를 좌우하는 중요한 요소다.

청년농의 성공은 곧 한국 농업의 미래를 밝히는 열쇠다. 이들이 축산업과 농업에 적극적으로 참여해 지속 가능한 발전을 이끌어 나갈 때, 한국 농업은 더욱 밝은 미래를 향해 나갈 수 있다. 청년들의 도전과 열정이 농업의 새로운 희망이 되기를 기대한다.

주간전문신문 Focus In 기획 2024 국정감사

22대 첫 국감, 각 산업별 이슈 두고 여야 대격돌

제22대 국회 첫 번째 정기국회가 9월 2일 막이 올랐다. 이 가운데 정기국회의 꽃으로 불리는 2024년도 국정감사는 지난 7일부터 오는 11월 1일까지 26일간 진행되고 있다. 국정감사 첫날부터 여야의 날선 공방이 이어졌으며, 각종 이슈와 의혹들을 놓고 충돌하는 모습을 보이고 있다. 각 상임위별 전문언론이 바라본 국감 현장을 정리해본다. / 정리 이진숙 기자 kosna1964@naver.com

■ 가스신문

산업부 국정감사…동해 심해 가스전·체코 원전 질의 빛발쳐

가스신문(발행인 양영근)은 지난 10월 11일 기사를 통해 국회 산업통상자원중소벤처기업위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

국회 산자위 국정감사에서는 야당을 중심으로 동해 심해 가스전 사업인 대왕고래 프로젝트 와 체코 원전 수주와 관련한 질문 공세가 이어졌다. 이에 대해 안덕근 산업통상자원부 장관은 “시추는 완전히 새로운 사업이고 조광권을 새로 설정할 계획이며 여기에 투입되는 예산 등을 고려해 예타 여부를 협의할 계획”이라고 밝혔다.

또한 안 장관은 체코 신규 원전 사업과 관련해 “체코 정부는 지난 7월 17일 신규원전 건설 우선협상대상자 발표 시 원전건설 재원은 자체 조달할 계획이라는 취지로 언급한 바 있으며 체코는 현재까지 금융지원을 요청한 바 없다”고 강조했다.

■ 국세신문

국세청 방통위 ‘감사업무 지원’ 파견… 김태년 의원 “방송장악 지원?”

국세신문(발행인 이한구)은 지난 10월 16일 기사를 통해 국회 기획재정위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

국세청의 방송통신위원회 파견과 관련해서 대통령 비서실 지시로 방송장악하려는 의도가 아닌가 하는 지적이 제기됐다.

지난 16일 국회 기획재정위원회의 국세청 국정감사에서 김태년 의원(더불어민주당)은 “국세청이 방통위에 파견 요청을 받은 적도 없고, 파견을 한 적도 없었는데 이번에 처음으로 파견했다”며 “대통령실의 지시가 없으면 이뤄지지 않았을 일”이라고 말했다. 그러면서 “국세청 파견 직원이 참여한 방통위 감사 이후 정연주 전 위원장, 정민영 전 방심위원이 사퇴하고 한국방송광고진흥공사 사장이 사임했다”며 “방송 장악에 국세청도 동원된 것 아니냐”고 주장했다.

이에 대해 강민수 국세청장은 “앞으로 파견 절차에서 조금 더 신중하게 협의하겠다”고 답변 했다.

■ 내외뉴스통신

법사위, 김건희·최은순 모녀 동행명령장 발부

내외뉴스통신(발행인 김광탁)은 지난 10월 21일 기사를 통해 국회 법제사법위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

국회 법제사법위원회가 김건희 여사와 김 여사의 모친 최은순 씨에 대해 동행명령장을 발부

했다. 국제 법사위는 지난 21일 오전 전체회의를 열고, 대검찰청 국정감자 증인으로 채택됐지만 불출석한 김 여사와 최 씨에 대해 동행명령장 발부 건을 상정해 더불어민주당 등 야당 주도로 의결했다. 동행명령장 발부는 재석 17명 중 찬성이 11명, 반대가 6명으로 가결됐다.

여당 의원들은 이에 대해 특정 증인에게만 동행명령장을 발부하는 것은 형평에 맞지 않는다 고 반발했다.

■ 농업인신문

“쌀값 폭락·친환경인증 감소·농산물수입 일색·농사용전기세 인상”

농업인신문(발행인 노만호)은 지난 10월 11일 기사를 통해 국회 농림축산식품해양수산위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

벼멸구 대책에 대한 질의가 쏟아졌고, 수확기 기준 쌀값을 설정해서 밖히라는 녹록이 이어졌다. 윤석열 정부의 후반부 핵심농정인 소득경영 안전망, 특히 수입안정보험에 대해 설득력 있게 논리를 대라는 요구도 빛발쳤다. 야권이 내세우는 양곡관리법 등 농산물가격안정제도를 수용 하라는 목소리도 컸다.

할당관세·TRQ 확대 등 수입 일변도 관세지원 정책의 비효율성은 유통단계별로 집요하게 추궁됐다. 농업용 전기세 문제를 직접 다루지 못하고 ‘폐싱’ 당하는 농식품부에 대한 질책은 여야 가리지 않고 나왔다.

다른 상임위와 달리 이날 농해수위 국감은 여야 모두 ‘정책 국감’에 매진했다는 평이 나왔다.

■ 농촌여성신문

농협유통·하나로유통 통합은 ‘잘못된 만남’

농촌여성신문(발행인 강현옥)은 지난 10월 18일 기사를 통해 국회 농림축산식품해양수산위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

강호동 농협중앙회장이 연간 적자규모가 600 억원에 달하는 농협유통과 하나로유통을 다시 분리시키겠다고 밝혔다.

지난 18일 국회 농림축산식품해양수산위원회의 국정감사에서 이만희 국민의힘 의원은 “2021년 하나로유통과 농협유통 통합은 경제지주가 구매권을 갖고 판매권은 자회사에 주는 미완성 이었다. 개선의지가 있니”라고 물었다. 같은 당 정희용 의원도 “농협유통과 적자 상태가 계속되면 경제지주에 손익이 반영되고 중앙회에도 악영향을 미칠 것”이라면서 횡기적인 대책을 요구했다.

강호동 회장은 “본연의 업무를 못하면 두 회사 도 과감하게 수술대에 올리겠다”고 언급해 향후 행보가 주목된다.

■ 라이브팜뉴스

여수 고수온 피해 현장방문과 피해복구 관련 간담회 실시

라이브팜뉴스(발행인 곽동신)은 지난 10월 21일 기사를 통해 국회 농림축산식품해양수산위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

국회 농림축산식품해양수산위원회 소속 여야 위원들은 국정감사 기간인 지난 21일 고수온 피해 현장의 목소리를 듣기 위해 전라남도 여수시 돌산읍 소재 활어위판장과 고수온 피해 현장을 방문해 어류 양식장 피해상황과 어가 경영안정 및 피해복구를 위한 현안을 논의했다.

농해수위 위원들은 가두리 양식장의 피해 현장을 살펴보고 근심하는 어민들을 위로했다.

여기구 위원장은 “이번 정기국회에서 현장방문을 통해 청취한 현장의 목소리를 제도와 예산에 잘 반영함으로써, 농해수위가 주축이 돼 어민들의 생계 안정에 기여하고 지속 가능한 어업환경을 조성할 수 있기를 기대하며 국회 차원의 지원 방안을 적극적으로 모색해 나가겠다”고 말했다.

■ 보건신문

복지위 국감 ‘의료대란’ 책임 공방 치열

보건신문(발행인 유태우)은 지난 10월 8일 기사를 통해 국회 보건복지위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

지난 7일 열린 가운데 보건복지위원회 국감에서 의료대란을 둘러싼 책임을 두고 치열한 공방이 벌어졌다. 특히 야당 의원들은 조규홍 장관을 향해 무리한 의대증원에 따른 의료대란에 책임을 물으며 사퇴할 것을 주장했다.

김선민 의원(조국혁신당)은 “무리한 의대증원 추진으로 인해 의료대란이 초래됐다”고 지적하며 “정부의 준비되지 않은 의대증원 추진으로 국 민생명에 막대한 위협을 안겨주고 있다. 조규홍 장관은 책임지고 사퇴해야하는 것 아니냐”고 요구했다.

이수진 의원(더불어민주당)도 “응급실 뺑뺑이로 인한 사망자가 발생하고 있는데도 정부는 비상진료체계가 원활히 가동되고 있다고 말하고 있다. 무책임하고 뺑뺑하다. 장관은 책임지고 사퇴해야 한다”고 강하게 질책했다.

■ 세무사신문

“세무플랫폼 환급수수료 없는 환급시스템 도입해야”

세무사신문(발행인 구재이)은 지난 10월 17일 기사를 통해 국회 기획재정위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

과다납부한 원천징수 세금을 돌려받기 위해

세무플랫폼에 지급하는 높은 수수료로 인해 영세납세자의 부담이 눈덩이처럼 커지고 있는 상황에서 영세납세자들에게 낮은 원천징수율을 적용하고 세금이 없는 경우 직권환급을 하게 될 전망이다.

국회 기획재정위 임광현 의원(민주당)은 지난 16일 국회 기획재정위원회 국세청 국감에서 국세청장에 대한 국감질의를 통해 “인적용역 납세자가 세무플랫폼에 수수료를 내지 않도록 국세청이 직접 모두 환급할 수 있는 시스템으로 개선해 줄 것”을 당부했다.

이러한 임 의원의 지적과 대안제시에 대하여 강민수 국세청장은 “기재부와 협의를 통해 조정하겠다”고 답변했다.

■ 식품저널

남인순 의원, GMO 완전 표시제 도입 지연 질타

식품저널(발행인 강대일)은 지난 10월 10일 기사를 통해 국회 보건복지위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

더불어민주당 남인순 의원이 지난 10일 열린 국회 보건복지위원회의 식품의약품안전처에 대한 국정감사에서 유전자변형식품(GMO) 완전 표시제 도입이 지연되고 있는데 대해 강하게 지적했다.

남 의원은 “한국은 세계 2위 GMO 농산물 수입국”라며, “유해성을 떠나서 국민의 알 권리를 보장하기 위해 GMO에 대한 완전 표시제를 해야 한다고 꾸준하게 제기해 왔다”고 말했다.

이에 대해 오유경 식약처장은 “법제화가 다소 늦어지고 있다”며 유감의 뜻을 밝혔으나, 남 의원은 “10년 이상 논의한 사안인데, 이런 답변은 무책임하다”며 강한 실망감을 나타냈다.

■ 아시아뉴스통신

“민심 걷어찬 尹, 추락할 길만 남아… 韓 이제 결단해야”

아시아뉴스통신(발행인 이미내)은 지난 10월 23일 기사를 통해 국정감사대책회의에서 더불어민주당 박찬대 원내대표의 발언을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

박찬대 더불어민주당 원내대표가 김건희 특검법 수용을 촉구했다.

박 원내대표는 지난 23일 국정감사대책회의에서 “윤 대통령은 국민적 지탄과 국정농단 의혹이 날로 커지고 있는데도 불구하고, 김건희 방탄 의지를 굽히지 않겠다는 뜻을 비쳤다.”라며 “변화와 쇄신, 특검을 바라는 민심을 걷어찬 대통령은 이제 추락할 길만 남았다.”라고 밝혔다.

이어 “한 대표도 이제 결단해야 한다. 국민 10명 중 6~7명이 김건희 특검에 찬성하고 있다. 심

지어 보수층의 절반도 김건희 특검에 찬성하고 있다. 국민의 눈높이에 맞게, '김건희 특검'으로 민심을 따르라"고 덧붙였다.

■ 약사신문

무색 무취 '국감' 현장 속 돋보인 '의사 출신 의원들'

약사신문(발행인 이석훈)은 지난 10월 17일 기사를 통해 국회 보건복지위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

지난 16일 열린 심평원 국정감사 현장은 그야 말로 무색 무취 모습이었다. 전문성을 토대로 현안을 파고든 의원을 찾아보기 힘들었다. 야당 의원들은 윤석열 정권을 향한 자극적인 비판에만 골몰했다. 여당 의원들은 심평원의 기본적인 역할을 제대로 이해하지 못한 질의로 일관했다. 하지만 일부 의원들은 달랐다.

먼저 한지아 국민의힘 의원은 뛰어난 균형 감각을 토대로 때론 환자의 입장에서, 때론 의사의 입장에 대변하면서 심평원의 정곡을 짚었다. 아주영 개혁신당 의원도 다르지 않았다. 이 의원은 신약을 원하는 환자의 처지와, 동시에 건보 재정 고려하는 질의로 폭넓은 공감을 이끌어냈다.

■ 의학신문

건보공단·심평원 국감 '사무장병원'- '자생한방병원' 관심집중

의학신문(발행인 박연준)은 지난 10월 17일 기사를 통해 국회 보건복지위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

건보공단·심사평가원 국감에서 공단은 '사무장병원·면대약국'에, 심평원은 '자생한방병원'에 이슈가 집중됐다.

지난 16일 국회 보건복지위원회가 국민건강보험공단·건강보험심사평가원을 대상으로 진행한 국정감사에서는 다양한 현안들이 지적된 가운데서도 공단과 심평원에 질의가 각각 반복적으로 제기된 질의들이 있었다.

건보공단은 건강보험 재정 누수의 원인이 되는 불법개설 요양기관(사무장병원, 면허대여약국)에 대해 의원들의 질의와 제안들이 이어졌다.

심평원의 경우, 야당으로부터 미인증 원외탕전 약침 수가 청구를 인정하지 않겠다는 내용을 골자로 한 가이드라인에 대해 자생한방병원에 특혜를 준 것이 아니냐는 의혹을 받았다.

■ 의협신문

조규홍 장관, 2천명 증원 "적정" 답변… 물러나라는 말에는

의협신문(발행인 임현택)은 지난 10월 23일 기사를 통해 국회 보건복지위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

조규홍 보건복지부 장관은 지난 23일 국회 보건복지위원회 종합 국정감사에서 공식사과와 사리를 내려놓음으로써 의료계 신뢰를 회복해야 한다는 질타에도 "제가 말씀드릴 문제가 아니다"라며 물러나지 않을 것이란 입장을 고수했다.

야당 의원들은 8개월째 지속되고 있는 의료사태에 대한 책임을 대통령과 정부에 돌리면서, 사과와 사퇴를 거듭 촉구했다.

조규홍 보건복지부 장관은 사퇴 의향을 묻는

질의에 "제가 말씀드릴 문제가 아니다"라고 답했고, 여야 합의안에 대해서도 "제가 가정을 해서 말씀드리기 어렵다"면서 물러날 생각이 없음을 분명히 했다.

의대 증원 2000명 증원이 '최소'라고 했던 장상윤 사회수석의 발언에는 동의한다는 입장을 공개, 또 다른 논란을 예고했다.

■ 정보통신신문

"산업 진흥·규제 균형 잡힌 AI 법안 마련 시급"

정보통신신문(발행인 함정기)은 지난 10월 8일 기사를 통해 국회 과학기술정보방송통신위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

국회 과학기술정보방송통신위원회 소속 더불어민주당 이정현 의원이 지난 8일 국정감사에서 AI 기본법 제정 논의가 장기화되고 있는 상황을 우려하며 "산업 진흥과 규제가 조화롭게 균형 잡힌 AI 법안의 마련이 시급하다"고 지적했다. 현재 22대 국회에 발의되어 계류 중인 AI 관련 법안은 총 11건(10/7 기준)이다.

이 의원은 "해외의 법 제도를 수동적이고 선택적으로 변용하는 전략을 넘어 선제적인 AI 법제화를 기반으로 AI 기술 혁신을 유도하는 환경을 만드는 것이 'AI 선도국가' 도약이라는 목표 달성을 위한 길"이라고 강조했다.

이에 유상임 과학기술정보통신부 장관은 "안전과 혁신이 균형을 이루는 AI 기본법을 만들어야 하는데 동의한다"고 답변했다.

■ 중소기업뉴스

대폭 확장된 인건비 지원금·지지부진한 티메프 해법 집중 추궁

중소기업뉴스(발행인 김기문)는 지난 10월 14일 기사를 통해 국회 산업통상자원중소벤처기업위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

지난 8일 국감에서는 티메프 사태 관련 피해 소상공인과 중소기업을 위한 정부 지원 대책에 질타가 나왔다. 티메프 사태가 터진 지 세달이 지났지만 정부 대책인 저금리 대출 신청도 제대로 받지 못하는 실정이기 때문이다.

지난 8일 여야 의원들은 배달 플랫폼들이 우월적 지위를 남용해 약관을 일방적으로 변경하거나 광고료를 받아가는 점을 집중 지적했다.

한편 8일 국감에서 오영주 중기부 장관은 "소상공인과 배달플랫폼 간의 합리적인 상생 방안을 마련하고 납품 대금 연동제의 현장 안착을 통해 공정한 수·위탁거래 질서를 확립할 수 있도록 노력하겠다"고 말했다. 아울러 오 장관은 "전기 요금 지원뿐 아니라 영세소상공인의 배달·택배비 지원을 추진하겠다"고 밝혔다.

■ 코리아슈핑가제트

해수부 국감, "예산 확대·승선근무 예비역 개선" 지적

코리아슈핑가제트(발행인 이우근)는 지난 10월 23일 기사를 통해 국회 농림축산식품해양수산위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

올해 해양수산부 국정감사는 일본의 후쿠시



마원전 오염수 방류 논란에 매몰됐다. 야당 의원들은 해수부가 일본의 원전 오염수 방류에 대응해 일본산 수산물 수입 금지 정책을 강화하고 방사능 검사도 확대해야 한다고 주문했다.

한국해양수산개발원(KMI) 주도로 작성된 '원전 오염수 대응 전략 수립을 위한 기초연구' 보고서 비공개를 두고도 여야가 공방을 벌였다.

이런 가운데 해운항만 분야에선 항만공사의 중국산 드론 사용, 승선근무예비역 이탈 증가, 전기차에 의한 자동차선 화재 등의 현안 문제가 제기됐다.

대학교수 출신의 김민전 국민의힘 의원은 농산어촌 소규학교의 상치교사 문제를 지적하며 이에 대한 해법을 주문했다.

또 대학총장 출신인 김대식 국민의힘은 대학의 자율성을 보장하고 대학이 환경 변화에 선제적으로 대응하면서 성과를 창출할 수 있도록 고등교육법 전면개정해야 한다며 대학에 대한 교육부장관의 포괄적 지도 권한을 대폭 축소해야 한다고 주장해 눈길을 끌었다.

■ 한국대학신문

올해도 '김건희 국감'…정책 논의는 어디로

한국대학신문(발행인 흥준)은 지난 10월 8일 기사를 통해 국회 교육위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

22대 국회 교육위원회 첫 국정감사가 2년 연속 김건희 여사 석·박사학위 논문 표절 논쟁으로 뒤덮이면서 정책 논의는 뒷전으로 밀렸다. 되려 여당은 이재명 더불어민주당 대표 석사논문 표절, 조국 조국혁신당 대표 석사논문 인용 부적절 등으로 맞불을 놓았다.

교육위는 이날 오전부터 국회에서 교육부·국가교육위원회·국사편찬위원회·국립특수교육원 등 8개 기관을 대상으로 국정감사를 열고 치열한 논쟁을 벌였다. 여야는 감사 시작부터 증인으로 채택된 설민신 한경국립대 교수의 국정감사 불출석을 놓고 목소리를 높였다.

이날 국정감사에서는 김 여사 논문 표절 의혹과 의대 5년제 외에도 고등교육법 전면 개정, 한국학력평가원 한국사 교과서 등에 대해서도 언급이 이뤄졌다.

■ 한국임업신문

"재선충 박멸 수준으로 강력방제 최선의 노력 다할 것"

한국임업신문(발행인 김종철)은 지난 10월 21일 기사를 통해 국회 농림축산식품해양수산위원회 국정감사 현장을 보도했다. 기사 내용은 다음과 같다.

국회 농림축산식품해양수산위원회의 산림청, 산림조합중앙회 등 산하기관 단체에 대한 국정감사가 지난 16일 정부대전청사(산림청)에서 실시되어 의원들의 다양한 질의가 쏟아졌다.

산림 정책의 현안 문제점과 개선 필요성, 향후 대책 마련 방향 제시 등의 질의가 이어졌다. 아울러 산불 확산 예측 시스템이 필요한 지자체와 정보 공유를 활성화할 것을 주문했다. 지자체와 공유하지 않았던 사례를 지적하며 원활한 공유의 필요성을 강조했다.

[화광신문 창간 33주년 특집]

발 밑에서 시작되는 ‘평화’

스승의 평화 철학을 발밑에서부터 실천한 사람들의 이야기를 전해 온 ‘화광신문’. 창간 33주년을 맞아 각자의 자리에서 ‘평화’의 행동을 실천해 가는 이들의 이야기를 소개한다.

‘좋은 이웃’ 되기

한사람 한사람에게 평화 철학을 전하다

‘좋은 이웃’이 돼야 한다는 이케다 다이사쿠(池田大作) 선생님 지침을 누구보다도 성실히 실천하고 있는 정현식(광양권 지구부장) 씨. 주변 마을에 ‘정 씨네 동네는 뭔가 다르다고 소문 날 만큼 살기 좋은 마을을 만들고 있는 그는 12년째 ‘이장’으로 활동하고 있다. 그가 오랜 시간 한결같이 모두를 위한 마을을 만들 수 있었던 것은 스승의 평화 철학을 한사람 한사람에게 전했기 때문이다.

지금 거주하는 마을에서 나고 자라 도시로 떠났던 정 씨. 타지에서 갑작스러운 경제고로 지쳐 있을 때, 어느 창가학회원의 권유로 신심(信心)을 시작했다. 이후 고향으로 돌아와 경제고 해결을 위해 노력하던 중 지인의 권유로 시작한 사업이 잘 풀리며 점차 경제고가 해결됐다.

그즈음 마을 주민들 사이에 갈등이 깊어지는 상황이 발생했고 이를 해결할 새로운 이장이 필요했다. 주민들은 평소 마을을 위해 노고를 아끼지 않던 정 씨를 추천했고, 마을에 어떻게든 보답하고 싶다는 마음으로 이장으로서 도전을 시작했다.

그가 가장 먼저 한 일은 ‘대화’였다. ‘대화로 모든 분쟁과 갈등을 해결할 수 있다고 믿었던 스승처럼, 마을 주민들과 대화를 거듭했다.

그 속에서 문제의 원인을 찾고, 의견을 들으며 모두와 마음을 나눴다. 그 과정에서 대화만큼 중요한 역할을 한 것은 ‘화광신문’이었다. 화광신문 전달활동을 하며, 더 나은 사회를 만들고자 노력하는 학회원들의 모습을 소개할 수 있었고, 주민들은 화광신문으로 희망과 용기를 얻었다.

“세계평화를 위해 도전한 선생님을 생각하면서, 우리 마을의 평화를 위해 힘썼습니다. 그러자 좋은 마을을 만들기 위한 힘을 모을 수 있었고 지금은 마을에 새로운 사람들이 늘어나고 어디서든 웃음이 넘치는 마을이 됐습니다.”

자신에게 ‘평화란’ 모두가 행복하게 머무를 수 있는 마을을 만드는 일이라는 정 씨. 자신이 정한 평화를 실현하기 위해 지역 곳곳을 누비는 정 씨야말로 진정한 황금기둥이 아닐까.

갈등 해결하는 ‘수평적 소통’ ‘대화’에서 시작

이케다 선생님은 “‘대화’야말로 평화의 무기”라고 말했다. 스승의 지침과 같이 임효빈(종로권 지부 부부인부장) 씨는 사회 속에서 대화로 평화를 넓히고 있다.

그에게 스승의 평화 사상이 처음 와닿은 순간은 1·26 ‘SGI의 날’ 기념제언을 읽고, 소설 ‘인간혁명’ 신·인간혁명을 연찬하면서부터다. 전쟁을 겪지 않은 세대로서 글로나마 전쟁을 간접적으로 접하며 평화가 왜 중요한지 느꼈다.

그래서 대학생 시절, 전쟁이라는 비참을 반복하지 않도록, 다른 사람도 평화를 생각하도록 캠페스에서 대화활동을 펼쳤고 이 행동은 직장에서도 이어지고 있다.

회사는 많은 이해관계로 갈등이 생길 수밖에 없는 조직이기도 하다. 이 같은 갈등들을 해결하기 위해서 임 씨는 임원과 직원의 사이에서 서로의 견해를 듣고 이견을 조율하며 소통하는 역할을 한다.

“모든 일의 출발은 대화라고 생각해요. 대화는 제가 어느 곳에 있어도 할 수 있는 행동입니다. 그렇기에 사람과 사람 사이에 일어나는 갈등을 해결하는 일이 평화로가는 길이라는 신념으로 회사에서의 위치에 관계없이 제 역할이 미미하더라도 용기 내 대화에 도전하고 있어요.”

지난해 11월에 개최한 창가학회 본부간부회에서 이케다 선생님은 ‘세계의 벗’ ‘세계평화’ ‘우리는 행복성(城)의 동지’라는 휘호를 제자들에게 선사했다.

그는 ‘세계평화’의 휘호가 스승의 유훈처럼 여겨진다고 하며 이렇게 말한다. “사회 속에서, 직장 안에서, 스승이 펼친 평화의 행동을 실천한다면 스승이 바란 ‘세계평화’ ‘입정안국(立正安國)’을 실현할 수 있지 않을까요”라고.

스승이 언제나 도다 조세이(戸田城聖) 선생님의 꿈을 자신의 꿈으로 해 모든 것을 실현했듯, 임효빈 씨도 스승의 평화 사상을 “제가 실현하겠습니다” 하고 외치며 한 사람 또 한 사람의 발밑에 평화를 넓혀간다.

지식 이상의 가치 나누다 한 사람을 소중히

해 질 녘, 불을 밝히는 조금 특별한 학교가 있다. 머리가 희끗희끗한 학생, 지팡이를 짚는 학생, 돋보기를 든 학생이 있는 곳, 청주시에 위치한 한 야간학교(이하 야학)다. 배움의 때를 놓친 늦깎이 학생들을 위해 운영되는 이곳에서 신유빈(서청주권 女그룹장) 씨는 국어 교사를 맡고 있다.

신 씨가 교육 봉사에 발을 디딘 건 지난해 봄, 국어교육학과에 진학하면서다. 의무 봉사 시간을 채우고자 시작했지만, 배움의 열정이 넘치는 학생들에게 금방 마음을 빼앗겼다. 그 덕분에 1년 임기를 마무리하고, 올해도 야학 교사를 자처했다. 대학에서 얻는 지식 이상의 ‘가치’를 배움과 동시에 나눌 수 있다는 마음에서다.

“처음에 한글반을 맡았어요. 스무 살의 어린 교사를 우습게 보지 않을까 걱정했는데, 모두 저를 존중하고 반겨주더라고요. 또 한글을 알려주면서 누군가에게는 당연하지만, 누군가에게는 당연하지 않을 수 있다는 것을 배웠습니다. 이후



그들의 입장에서 고민하며, ‘한 사람을 소중히’ 하는 법을 연구했죠.”

이렇듯 신 씨는 야학에서 교사이자, 학생이다. 나이를 초월해 존중하는 모습, 자신만의 속도에 맞춰 배움에 임하는 모습, 서로 돋고 격려하며 함께 나아가는 모습 등 인생관, 교육관 등 많은 것을 배우고 있다고 나아가 그 과정에서 자신만의 평화관도 찾았다.

“예전에는 ‘평화’라는 단어가 무겁고 어려웠어요. 하지만 전쟁을 멈추게 하고 분쟁을 막지 않더라도, 평화를 실천하는 방법을 이제는 알죠. 평화란 ‘자타(自他) 행복한 사회를 향해 지금 있는 곳에서 자신만이 할 수 있는 행동을 하는 거’라고 생각해요. 따라서 지금 저에게 평화란 ‘다름을 인정하고 존중하는 것’이고요.”

상대를 있는 그대로 바라볼 때 대화가 가능해지고, 그 소통 안에서 서로의 행복을 바라는 연대 의식도 넓혀진다고 확신한다는 신 씨. 이러한 신념을 관철하고자 오늘도 그만의 방법으로 ‘한 사람을 소중히’ 하는 평화를 실천하는 중이다.

생활 속 ‘SDGs’ 실천 작은 행동으로 세계 바꾸는 혁신을

“여기서 왜 걸어서 와? 덤지 않아?”

요즘 전영빈(금정권 지부 남자부장) 씨가 친구들에게 자주 듣는 말이다.

버스 타고 5분 걸리는 거리를 걸어 다니는 전 씨. 그러다 보면 30분이 훌쩍 지나간다. 게다가 오르막길을 올라갈 때면 이마에서 땀방울이 뚝뚝 떨어진다. 그렇게 걷다 보면 하루 1만 보를 웃돈다고. ‘지속가능개발목표(SDGs)’ 열일곱 가지 항목 중 ‘가까운 거리 걸어가기’를 실천하기 위

해서다.

누군가 그를 보면 “사서 고생한다”고 말하지만, 전 씨는 되레 ‘내가 해내겠다’는 오기가 생긴다고.

“한 사람의 위대한 인간혁명은 이루고 한 나라의 숙명도 전환하고 나아가 전 인류의 숙명전환도 가능케 한다”라는 이케다 선생님 지침대로, 한 사람의 작은 실천에 한 나라뿐 아니라 세계를 바꾸는 힘이 있다고 생각합니다.”

전 씨가 이러한 신념을 품고 SDGs를 실천하기 시작한 것은 지난해부터다. ‘SDGs 항목’을 보면서 평소 쉽게 할 수 있던 행동을 놓치고 있었다는 걸 깨달았다. 그때부터 실생활에서 실천할 수 있는 ‘가까운 거리 걸어가기’ ‘음식물 남기지 않기’ ‘분리수거’ 등을 꾸준히 이행하고 있다.

SDGs를 지속적으로 실천하면서 얻은 이점도 많다.

“제가 성격이 급해서 인간혁명을 하고 싶었는데요. 대중교통을 이용할 때보다 더 일찍 출발하기 위해 미리 준비하는 습관을 들였습니다. SDGs를 실천한 덕분에 차분하고 여유로운 사람이 됐습니다.”

또 계속 걷다 보면 소화도 잘 돼서 속도 편해지고 몸도 가벼워진다고. 이러한 변화를 실감한 전 씨는 주위 친구들에게도 SDGs를 실천해 볼 것을 권유한다.

“한사람 한사람이 행복한 사회를 이뤄가는 것이 결국 ‘평화’라고 생각해요. 이를 달성하는 과정이 쉽지 않지만, SDGs를 실천하는 한 사람의 노력으로 해낼 수 있다고 믿습니다.”

한 걸음 또 한 걸음, 평화를 향한 발걸음을 바지런히 옮기는 전영빈 씨. 작열하는 태양의 계절인 여름처럼, 청년의 열정을 품고 나아가는 그의 발걸음이 그 어느 때보다 가볍다.

[화장품신문 창간 32주년 특집]

“뷰티는 예측 가능하다”



화장품신문은 창간 32주년을 맞아 글로벌 소비자 리서치 기관 민텔과 함께 큰 흐름을 이어가고 있는 뷰티 키워드들을 살펴보고, 앞으로의 트렌드 발전 방향에 대해 짚어봤다. 앞으로도 불확실성이란 변수는 끊임 없이 업계에 영향을 주겠지만, 소비자들의 요구에 초점을 맞춰 보면 시장을 예측할 수 있을 것이다.

♥‘워터리스’ 뷰티

기후 위기로 폭풍과 폭우가 늘어났지만, 육지에선 물이 증발하고 건조 현상이 가속화되고 있다. 지난해 10월 세계자원연구소(WRI)의 발표에 따르면 세계 인구의 4분의 1이 거주하는 25개국이 매년 물 부족 현상을 겪는 것으로 나타났다.

2017년 처음 무수(無水, Waterless)성 제품이 미래의 트렌드가 될 것이라 예측했던 민텔은 뷰티 업계에 제품 혁신이 필요하다고 주장하고 있다.

조금씩 고체 및 분말 형태의 퍼스널케어 제품이 늘어나고 있지만, 도입 속도는 여전히 느린다.

앞서가는 기업들은 이미 행동에 옮기고 있다.

로레알은 스위스의 수자원 기술 스타트업 GIOSA사를 지난 1월 인수했다. 앞서 로레알과 물 소비를 69% 줄이는 샤워 헤드 개발을 함께 했던 기업이다. 로레알 CEO 니콜라 이에로니무스는 “GIOSA를 인수함으로써 지속 가능성 제 품과 서비스에 직접 구축하는 능력이 강화돼, 물 절약 기술을 새로운 제형과 뷰티 기술 혁신에 활용할 수 있게 됐다”고 밝혔다.

일본의 뷰티 브랜드 FAS는 흑미를 2번 발효해 만든 저분자 흑미 발효액으로 화장품에 들어가는 물을 대체했다. ‘더 블랙 에센스(The Black Essence)’는 화장수의 738종 성분을 포함한 저분자 흑미 발효액으로 물을 아끼면서도 강력한 앤티에이징 효과를 선사하는 제품이라고 회사 측은 설명한다.

everist라는 브랜드는 자칭 ‘생태적 낙관주의자’들이 만든 미국 헤어케어 브랜드로, 플라스틱과 물을 최소한 적게 포함하는 육실 제품을 만든다. 이들이 만든 ‘더 샴푸 컨센트레이트(The Shampoo Concentrate)’는 물 대신 스킨케어 성분으로 가득 채웠다. 샴푸 전후 물을 사용하는 루틴은 같지만, 제조 과정에서 소모되는 물을 아꼈다.

민텔은 “점점 더 많은 소비자들이 물 부족으로 인해 일상을 바꾸고 대체 신제품을 찾고 있다”며 “생산 과정 그리고 제품을 사용하는 과정에서의 물과 관련한 ‘지속가능성’ 주장은 뷰티 및 퍼스널케어 산업에서의 성공에 필수적인 요소가 될 것”이라고 말했다.

♥‘웰빙’ 뷰티

포스트 코로나 시대의 뷰티 업계를 대표하는 몇 가지 단어가 있다면 친환경, 성분, 안전성 정도일 것이다. 건강에 대한 이점을 중시하는 소비자들은 예전처럼 브랜드와 광고만 보고 소비하지 않는다.

건강하고 안전한 성분을 찾아 보는 트렌드는 쉽게 증명될 수 있다. 당장 미국 아마존 사이트에서 뷰티&퍼스널케어 카테고리를 들어가면 대부분 제품들이 제품명에 성분 이름을 넣어 병기하고 있는 모습을 볼 수 있다. 클린뷰티, 에코 프렌들리 등의 용어도 아주 쉽게 관찰할 수 있다. 미국의 가장 큰 이커머스 플랫폼인 아마존은 브랜드 입점을 받으면 브랜드들에게 ‘잘 파는 비법’으로 이러한 ‘웰빙’ 강조 전략을 추천한다고 한다.

한국에서 찾아볼 수 있는 웰빙 뷰티의 대표적인 키워드는 ‘업사이클링’일 것이다. 지난해부터 이어지는 뷰티 관련 전시회에서 상당수의 업체들이 ‘업사이클링’ 원료와 제품을 다양하게 선보이고 있다. 화장품신문이 선정한 제3회 라이징 스타 ‘플렌티플랜트’를 비롯해 LG생활건강의 ‘어글리러블리’, 잇츠한불의 ‘채이싱래빗’ 등 아예 업사이클링을 정체성으로 내세우고 있는 브랜드도 늘어났다.

해외에서도 재료와 용기를 다각화해 기회를 잡은 브랜드들이 있다.

일본 브랜드 Kruhi는 농업 폐기물을 없애고 지역 농기를 지원하기 위해 농가에서 구입한 패션프루츠를 증류수로 만들어 샴푸에 담았다. Everest의 ‘윤리적 커피 밤(Ethical Coffee Balm)’은 쌀 누룩으로 발효시킨 업사이클링 커피 주정으로 탈취 효과와 자외선 예방 효과를 추가했다. 프랑스 브랜드 Fôme은 ‘핸드워시 트리트먼트(Handwash Treatment)’의 리필 파우치를 업사이클링 시과 껍질로 만들어 눈길을 끌었다.

‘웰빙’ 뷰티에 대한 관심은 앞으로도 업계를 지배하는 ‘핵’이 될 전망이다. 민텔은 “소비자들의 근본적인 관심사는 개인의 건강과 안전 그리고 환경의 웰빙”이라며 “다른 산업에서 발생하는 원료 폐기물을 재활용하고, 건강 중심의 소비자 요구를 충족하며 탄소발자국을 크게 줄이는 브랜드가 높은 관심을 받을 것”이라고 내다봤다.

♥‘에너지’ 뷰티

지난 몇년은 팬데믹을 비롯해 경제적 불확실성, 고용 불안, 전쟁 등 불안한 이슈들이 가득한 시기였다. 소비자들은 이에 대한 피로함과 에너지 고갈을 호소했고, 이를 극복할 수 있는 방법을 찾아 나섰다. 비타민, 미네랄 등 보충제를 섭

‘K-뷰티’ 글로벌 메인스트림이 되다

K-뷰티가 전 세계로 확산되고 있다. 문화적 콘텐츠와 제도적 지원, 기업들의 글로벌화 노력이 더해진 결과다.

K-뷰티는 이제 고유명사 아니라 일반명사가 됐다. 요즘 뜨고 있는 클린뷰티 비건뷰티 등을 모두 아우르는 개념으로 21세기 뷰티 트렌드의 ‘메인 스트림’이다.

시장 규모로는 세계 9위에 그치는 한국의 뷰티 산업이 어떻게 세계 1, 2위 시장에 도전해 ‘K-뷰티’를 메인 스트림으로 자리매김 할 수 있었을까.

대한화장품협회 장준기 전무는 2일 “모든 소비자는 문화가 전파된 후 힘을 얻는다”며 “K-뷰티의 기틀을 만들어 준 것은 ‘한류’라고 설명했다.

국내 뷰티 기업들은 1990년대 후반부터 글로벌 시장 진출을 위한 노력을 거듭하며 혁신적인 제형, 소재 개발에 힘써왔다. 달팽이 점액, 쌀, 한국산 허브, 마유 등의 소재와 쿠션, 비비크림 등 K-뷰티만의 결과물들이 차곡차곡 쌓여왔다. 처음부터 성공을 거두진 못했지만, 지금은 그 혁신들이 빛을 보고 있다.

정부도 제도적으로 이를 뒷받침하며 지원을 이어왔다. 장 전무는 “2010년대부터 정부는 화장품 R&D에 투자하기 시작했고, 제도 개선을 통해 화장품 소재 개발의 길을 열어

줬다”며 “지금의 K-뷰티는 문화와 제도, 기업들의 피나는 노력이 더해진 노력의 결정체”라고 정의했다.

최근 미국에선 K-뷰티 타이틀을 건 현지 브랜드들이 생겨나고 있다. 이들은 모두 K-뷰티의 장점과 한국적 원료, K-뷰티의 적용 루틴을 따르며, ‘K-뷰티 브랜드가 맞느냐’는 소비자들의 질문에 ‘한국에서 만들어지는 것 만이 K-뷰티는 아니다’라고 설득한다. 글로우 레서피, 서울슈티커스 등 성공 사례도 늘었다. K-뷰티의 영광은 더 이상 한국만의 것이 아니게 됐다.

장 전무는 “지금의 K-뷰티는 ‘메이드 인 코리아’와는 구분되는 개념”이라며 “글로벌 시장에선 혁신적인 소재와 제형, 건강하면서도 순하고 한국적 아름다움을 담은 뷰티를 K-뷰티라 칭한다”고 설명했다.

국내기업들에겐 K-뷰티의 흐름을 유지하고 발전시키면서, 오리지널리티를 지켜야 한다는 과제가 생겼다. 그 해답은 ‘소비자’에 있다. 국내기업들이 매출 올리기에 열중할 때 중국 현지 브랜드들은 소비자들의 소구 점을 파악해 퀄리티를 높이고 마케팅에 신경 썼다. 장 전무는 “K-뷰티가 지속 가능한 성장을 이룰 수 있도록 중국에서의 경험을 반면교사 삼아야 한다”고 강조했다.

취하거나 이를 함유한 화장품이나 퍼스널케어 제품을 구매하는 소비자가 늘어났다. 향을 통해 심리적 안정을 추구하는 행위도 마찬가지다.

지친 소비자들에게 활력을 주는 제품은 오래 전부터 인기를 끌고 있었지만, 최근엔 그 효능이 가장 중요한 핵심이 됐다. 민텔은 브랜드들이 제품이 갖는 장점과 효과에 대한 근거를 제시하고, 아름다움에 대한 신체적, 정신적인 접근 방식을 만들기 위해 노력해야 한다고 제언했다.

이를 수행하고 있는 대표적인 제품들 중에 Magnista의 헤어 마스크 제품이 있다. 중동의 카티라, 페루 마카, 하와이 스피룰리나와 같은 천연 미네랄 및 채집 식물 추출물을 배합해 만든 식물 성 생리 활성 성분이 두피의 균형을 회복해 준다고 소비자들에게 어필하고 있다.

SAKARA Beauty의 ‘워터 드롭(Water Drop)’도 흥미롭다. 흡사 애센스처럼 생긴 이 제품은 물에 한두 방울을 섞어 마시는 제품으로, 천연 이온성 미량 미네랄이 신체의 건강한 pH 균형을 유지할 수 있도록 돋는다. 회사의 설명에 따르면 몸 속 독소를 제거하고, 피부 머리카락 손톱 등을 탄력 있게 유지하게 하는 효능도 있다.

Time-line의 ‘토퓨어 소프트젤(Mitopure Softgels)’은 석류에서 추출하는 유로리틴A를 담은 보충제로, 임상시험을 거쳐 세포 에너지 개선, 균육 강화 등의 효력을 입증해 선보였다.

♥‘증강’ 뷰티

최근엔 모든 산업에서 AI가 핵심 화두다. 기업들은 발전된 기술을 제품과 서비스에 도입해 아직은 낯선 이 시장을 선점하려 노력한다. 뷰티도

마찬가지다. 기술과 이커머스의 발전으로 소비자들의 취향과 트렌드가 파편화됐고, 획일적 접근 방식은 더 이상 통하지 않는다. 업계는 이제 분석과 결합된 디바이스를 통해 소비자와 그들의 니즈를 심층적으로 이해할 수 있게 됐고, 소비자들도 각자의 니즈에 맞는 제품을 사용하는 데 익숙해지고 있다.

영국의 페미닌 케어 브랜드 Daye는 여성의 질 건강을 관리하기 위한 비침습적 가정용 검사 키트를 내놨다. ‘가정용 질 미생물군 검사 탐폰’으로 가정에서 개별적으로 샘플을 채취해 다시 회사 측으로 보내면 결과를 온라인으로 확인할 수 있다. 병원에 가지 않고도 세균성 질염, 성병 및 기타 부인과 건강 합병증 등을 파악하는 데 도움이 된다.

HIGHERDOSE라는 브랜드도 재미있는 개인화 기기를 내놨다. 일반 볼캡 모자처럼 생긴 레드 라이트 캡(Red Light Cap)을 머리에 쓰면 모자 속 램프가 적생광을 내뿜어 두피의 혈액 순환을 촉진하고 모낭을 건강하게 만들어 준다. FDA 인증 적색광 다이오드를 탑재했고 임상시험도 마쳤다.

아모레퍼시픽이 지난 2월 ‘CES 2024’에서 선보였던 ‘립큐어 빙’도 전문가 수준의 치료 및 진단이 가능하게 한 개인화 기기다. 립큐어 빙은 진단 관리 메이크업 기능을 하나의 기기에 결합했다. 캡의 정밀 센서가 입술의 수분량을 측정하고, 브러시 모양의 어플리케이터가 맞춤형 가시광선을 방출해 입술 건강을 증진할 수 있게 했다.

민텔은 “대중 브랜드와 프레스티지 브랜드 모두 제품과 서비스 내에서 통합 기술의 잠재력을 극대화할 책임이 있다”고 말했다.

[식품음료신문 창간 28주년 특집]

‘불황은 없다’…식품업계 위기 극복 전략은?

원자료비 부담, 이익률에 영향…리스크 최소화 강구

품목별 시장 지배력 강화 ‘글로벌 넘버원’ 비전 추진

R&D로 제품 차별화에 대형 유통망 입점 확대

실제 식품업계는 올 들어 해외에 집중한 성과가 결실을 보고 있다. 금융감독원 전자공시시스템에 등록된 식품기업 CJ제일제당, 대상, 동원F&B, 롯데월푸드, 롯데칠성음료, 오뚜기, 농심, 풀무원, 오리온, 삼양식품 10개사의 올 1분기 실적을 분석한 결과 평균 51.3%의 영업이익이 증가한 것으로 나타났다. 특히 해외 비중이 높은 삼양식품은 200%가 넘는 이익을 봤고, 롯데월푸드와 대상도 각각 90~100%의 실적을 내 주목을 끌었다. 이 추세는 2분기에도 이어졌다.

위기를 슬기롭게 대처해 기회로 만든 것이다. 원료난 극복을 위해서는 ‘스마트팜’에 공을 들이고 있다. 이상기후와 인력 부족 등으로 과채 가격의 널뛰기와 수급 불안이 이어지자 직접 나서 위험 요인을 사전에 예방하겠다는 것이다.

스마트팜은 ICT(정보통신기술)을 이용해 농작물 재배 시설의 온도와 습도·일조량·도양상태 등을 분석·제어해 작물이 자라는 최적의 환경을 유지하는 것인데, 품질 관리나 수확량도 예측이 가능해 큰 주목을 받고 있는 기술이다.

업계 한 관계자는 “매년 장마, 태풍 등으로 주요 식재료들의 피해가 커지며 업계에서도 수급에 어려움을 겪고 있다. 스마트팜은 기후 영향을 받지 않아 작물 품질이 균등하고, 수확 물량의 예측이 가능해 가격 변동 폭도 줍다”고 말했다.

사내 창의적 인재들과 자원을 모은 사내벤처 스타트업 육성에 도 힘을 신고 있다. 새로운 기술개발과 신사업 추진을 위해 내부인력을 효율적으로 활용하는 방안으로 주목받고 있어서다.

CJ제일제당은 지난 2022년 식품 사내벤처 ‘이노백(INNO 100)’ 프로그램을 론칭하며 현재 푸드업사이클링 스낵 ‘의사이클’ 바삭칩, 식물성 음료 브랜드 ‘얼티브’를 비롯한 사내벤처 프로젝트 10여 개가 전개되고 있다. 이 중 얼티브를 통해 선보인 단백질 음료 ‘얼티브 프로틴’ 2종(쌀밥맛·밤맛)의 경우 지난 4월 출시 후 3개월 만에 누적 매출 30억 원, 판매량 100만개를 돌파하기도.

농심도 2018년부터 사내 스타트업 육성 프로그램 ‘N-Start’(엔스타트)를 운영, 2018년부터 작년 3기까지 총 7개 팀이 엔스타트 제도로 신사업에 도전했다. 이 중 스마트팜, 건강기능식품, 자사몰 3개 팀은 사업성을 인정받아 사내 정식 부서로 편성돼 사업을 이어가고 있다.

롯데월푸드 역시 2021년부터 매년 사내벤처 프로그램 ‘롯데 크리에이티브 밸리’를 통해 검증된 시장성을 바탕으로 별도 회사로 분사하는 등 활발한 움직임을 보이고 있다. 현재까지 스텐드애그·애뉴얼리브 등 사내벤처 1·2호가 독립 분사했다.

스마트 팜 조성에 사내 스타트업 육성…기술 개발·신사업 CJ ‘이노백’ 단백질 음료 히트…롯데월푸드 벤처 기업 분사

ESG 경영 병행 MZ세대와 소통 강화 위해 SNS 마케팅

전문가들은 현재의 위기 극복을 위해서는 비용에 민감한 소비자들의 관심을 끌 수 있도록 프로모션, 할인, 대량 구매 옵션 등을 제공해 제품의 비용 효율성을 강조하고 있다. 유통가의 PB제품이 최근 주목을 받는 것도 이러한 이유에서다.

PB제품 매출은 최근 1년 동안 일반 제품의 여섯 배 성장세를 보이며 큰 폭으로 늘어났다. 특히 국·탕·찌개류 매출의 절반이 PB제품에서 발생했다. 특히 편의점은 가성비가 높은 가격 소구형 PB 간편식 제품을 내걸고 소비자들의 발길을 끌고 있다.

민텔은 가성비를 갖춘 PB제품의 성장 발판을 마련했고, NB제품이 지금과 같이 도태되고 있을 경우 2025년 이후에는 이러한 추세는 더욱 가속화될 것이라고 분석했다.

제품 혁신 및 다양화도 중요하다. 제품 개발 시 소비 니즈를 고려해야 한다는 것인데, 이 중 웰니스 트렌드 맞춤형 제품은 앞으로도 성장 가능성이 높다고 전문가들은 전망했다.

디지털 마케팅 역시 필요하다. 핵심 소비층인 MZ세대와의 소통

강화를 위한 SNS 마케팅은 이제 선택이 아닌 필수다. 또 자사몰을 운영하며 축적된 고객 데이터 분석을 통해 충성 고객을 잡기 위한 다양한 혜택을 제공하고 원료 조달 및 제조 프로세스를 투명하게 공개해 소비자와의 신뢰를 구축하는 것도 방법이 될 수 있다.

아울러 공급망 운영을 간소화해 비용을 절감하고, 효율성을 향상시켜 안정적인 가격을 보장하며, ESG 경영 강화로 소비자들의 참여를 이끌어 내는 것이 중요하다.

각 식품기업들도 위기에 대처하는 맞춤형 경영 전략으로 극복하고자 하는 움직임이 활발하다. CJ제일제당은 국내의 경우 외식

대비 경쟁력 있는 제품 등을 개발하고 유통채널과의 협업을 강화하는데 집중하고, 해외는 소비침체 추세이지만 K-컬처 인기는 지속되고 있는 만큼 이에 따라 미진입 국가, 대형 유통채널 입점 등 신시장 개척에 주력한다는 계획이다.

압도적 R&D 및 제조역량을 앞세운 제품 개발도 한창이다. 차별화된 냉동·상온 HMR 제품을 지속적으로 선보인다는 것인데, 한 예로 지난 4월 ‘고메 소바비치킨’을 출시해 8개월 만에 500억 원 매출을 달성하며 치킨 시장 판도를 뒤바꿨다. 지난 3월에는 신제품인 ‘고메 소바비치킨 양념’ 2종(순살·봉)도 선보였다.

‘헬스 앤 웰니스(Health&Wellness)’ 트렌드도 적극 반영한다. 독자적으로 개발한 식물성 단백질인 ‘TVP(Textured Vegetable Protein)’를 활용해 선보인 플랜테이블 브랜드는 고기 맛과 탄력 있는 식감을 구현한 것이 특징이다. 현재 국물요리, 캠햄, 너겟 3종의 신제품을 선보여 현재 만두·떡갈비·미트볼·함박스테이크·주먹밥·김치·국물요리·캠햄·너겟 총 아홉 가지 제품을 판매하고 있다.

소비자 신뢰 확보 역시 빼놓을 수 없다. 소비자 목소리의 중요성을 인식하고 소비자의 권리 증진을 위해 2020년 기준 ‘고객행복 센터’에서 ‘소비자기치혁신센터’로 내부 조직명을 변경했으며, 최근에는 VOC혁신팀을 신설했다. 소비자 목소리에 더욱 귀 기울이며, VOC 분석 기반 제품 품질개선/서비스 혁신으로 ‘소비자 가치’ 창출하겠다는 취지에서다.

특히 CJ제일제당은 고객 불만 요인 감축을 위한 프로세스를 정립하고 이를 제품에 적용하고 있다. 기존 법적 기본 표기 외에 자체적으로 ‘소비자관점 표시표준’을 정립해 신제품을 출시하기 전 필수점검 사항으로 확인한다. VOC의 분석 정보를 단순 제품 개선에만 활용하지 않고, VOC를 사전에 예방할 수 있는 프로세스를 도입한 셈이다.

아울러 소비자 눈높이에 맞춰 월별 개선해야 할 과제를 선정하고 실행 진척율과 완료 여부를 공유하는 노력을 기울이고 있다.

롯데월푸드는 헬스&웰니스 강화 및 글로벌 시장 공략을 통해 인구 감소 및 인구구조 변화에 따른 내수시장의 한계를 극복한다는 전략이다. 특히 합병 이후 계속 진행 중인 경영 효율화 작업을 지속한다.

내국에서는 헬스&웰니스 영역에 지속 투자 및 경쟁력 제고를 통해 성장을 이루는데 집중한다. 국내 매출 중 헬스&웰니스 카테고리의 매출 비중은 작년 9%였고, 올해는 약 10% 이상으로 늘어날 것으로 예측했다.

장기적으로 2028년까지 20% 이상의 국내 매출 비중을 달성하고 이를 바탕으로 해외시장 진출 경쟁력도 제고한다는 방침이다.

헬스 앤 웰니스 반영…K-푸드 인기 업고 신시장 개척 나서

동원 참치·농심 라면 등 브랜드 확장 글로벌 매출 확대

국내외 생산 시설 늘리고 해외 기업 인수합병도 검토

글로벌 사업에서는 해외 자회사 매출과 수출을 모두 늘려 현재 전체 매출 4분의 1 정도를 차지하는 글로벌 비중을 지속 확대할 방침이다.

또 소비자 신뢰 문제와 관련 공장별 필요에 따라 유기농 인증,



무형생제 인증, 할랄인증 등을 획득해 운영하고 있으며, 품질안전 부문 이하 본사와 각 공장에 품질안전부서를 운영, 식품 관련 법규 모니터링 및 현장 적용도 하고 있다. 이와 함께 롯데중앙연구소 식품안전센터를 운영하며 롯데그룹 차원에서 다각도로 식품안전 관리를 하고 있다.

동원F&B는 ‘고객 중심 경영’에 집중한다. 고객에게 최우선으로 집중해 고객을 더 깊이 이해하고 더 나은 가치와 경험을 제공하는 것을 목표로 하면 제품과 서비스를 혁신해갈 수 있다는 의미다.

또 ‘인류건강에 기여하는 글로벌 식품기업’이라는 비전을 설정하고 이를 달성하기 위해 대형 브랜드 육성, 글로벌 사업 확대 등의 전략 방향을 수립했다.

이와 함께 동원F&B는 지난 1982년부터 40여 년간 참치캔 시장에서 독보적인 1위를 기록하고 있는 ‘동원참치’의 수요 확대를 위해 제품 포트폴리오를 지속적으로 강화하고 있다.

대표 제품으로 ‘동원 불참치’가 있다. 이 제품은 동원참치 역사상 가장 매운 제품으로, 스코빌지수가 약 3886SHU에 달한다. 최근 MZ세대를 중심으로 매운 음식이 많은 관심을 얻으며 해외에서 매운맛의 K푸드 제품들이 큰 인기를 얻고 있는 만큼 동원F&B는 ‘동원 불참치’를 미국, 일본, 동남아시아 등 해외로 적극 수출하며 대표 K푸드로 육성해나간다는 계획이다.

또 동원F&B는 지난 4월 경상남도 창원시에 위치한 동원참치캔 생산 공장에 참치액을 자체 생산하는 설비를 도입하는 등 적극적인 투자에 나서고 있다. 동원F&B는 올해 동원참치액 매출액 350억 원, 시장 1등을 목표로 하고 있다.

동원F&B는 앞으로도 국가별 맞춤 K-푸드를 발굴·론칭해 글로벌 역량을 키워나갈 계획이며 미국, 유럽, 동남아시아를 타깃으로 수출이 어려웠던 제품을 해외 현지에서 생산·유통하기 위해 해외 현지법인의 M&A를 검토하고 있다. 이를 통해 2027년까지 글로벌 매출 비중을 20% 이상으로 끌어올리는 것이 목표다.

농심도 올해 경영지침을 ‘전심전력’으로 정하고, 글로벌 No.1 도약을 위한 미래 준비에 힘쓰고 있다. 우선 신라면 더레드, 짜파게티 더블랙 등 신제품 출시를 통해 브랜드 확장에 나서며 국내 시장을 선도하는 한편 성숙기에 머물고 있는 국내 라면 시장의 수요 한계 극복을 위해 해외사업 추진에도 적극 나서고 있다.

농심은 2030년까지 미국에서 연매출 15억 달러를 달성해 현지 라면시장 1위 업체로 거듭나자는 목표다. 시장조사업체 유로모니터에 따르면 2021년 기준 농심의 미국 시장 점유율은 25.2%로 일본 토요스이산에 이어 2위다.

동시에 유럽 공략에도 힘을 싣는다. 농심의 유럽 지역 매출액은 작년 6010만 달러로 전년 동기 대비 24.4% 성장했다. 농심은 지난 6월 프랑스 Top2 유통업체인 르끌레르와 끼르푸에 주요 라면과 스낵 제품을 입점한 데 이어 하반기 내로 독일 Lidl(리들), 덴마크 Salling group(샐링 그룹) 등 현지 대형 유통업체에 신라면 등 주요 제품 입점을 확대할 예정이다.

아울러 건강기능식품과 스마트팜을 비롯한 신사업을 적극적으로 추진하며 사업영역 다각화에도 적극 나서고 있다. 미래 먹거리 를 발굴하고 신성장 동력을 찾거나 선다는 것이다.

[메디칼업저버 창간 23주년 특집]

‘엑’소리 청구서 불은 초고가약…갈림길 선 건보재정

메디칼업저버는 창간 23주년을 맞아 초고가약 시대를 맞은 한국의 과제와 앞으로의 해결 방안을 모색했다.

블루오션 초고가약, 그리고 달라진 스케일 김리아는 예고편…초고가약 시대의 시작

희귀질환과 항암 분야가 신약개발의 블루오션이라는 것은 누구도 부정하지 못한다.

희귀질환은 소수 환자에게 영향을 미치는 만큼 의학적 수요도가 높다. 게다가 시장 독점권을 부여하거나 개발 과정에 필요한 비용 지원 등 미국을 비롯한 선진국 규제 기관의 혜택 역시 희귀질환 치료제 개발에 초점을 맞춰져 있다.

이 같은 신약개발 기조는 희귀질환 뿐 아니라 항암 분야에도 이어진다. 실제 이 같은 분위기는 미국식품의약국(FDA) 신약 허가 현황에서도 드러난다. 2023년 FDA 약물평가연구센터(CDER) 신약 및 신규 생물학적 제제 허가 현황 자료에 따르면 지난 한 해 동안 전년 대비 48.6% 늘어난 55개 제품이 허가됐다.

치료 영역별로 보면 알파-만노사이드 축적증 치료제 릴제드(엘마나제알파)를 필두로 17개 희귀질환 치료제가 허가되면서 최다 건수를 기록했다.

항암제는 릴리 외투세포림프종 치료제 제이퍼카(파르토브루타닙)를 비롯해 14개가 허가되면서 희귀질환 치료제의 뒤를 이었다. 2023년 한 해 동안 허가된 55개 의약품 가운데 희귀질환 치료제와 항암제가 절반 이상(56.3%)을 차지한 것이다.

제약업체가 주목하는 희귀질환 치료제와 항암제는 환자에게 장밋빛 미래를 제시할 수 있다. 하지만 반대로 보면 비싼 약값은 건강보험 재정에 부담으로 다가온다.

이는 불과 5년 여 전으로 돌아가면 생생하게 되짚어 볼 수 있다. MSD 키트루다(펨브롤리주맙)와 BMS 옵디보(니볼루맙) 등 면역항암제가 국내에 처음 도입됐을 당시, 건강보험 급여권으로 진입하기까지 상당한 고초를 겪었다.

2021년 우리나라는 전환점을 맞이했다. 2020년 품목허기를 신청한 김리아는 2021년 식품의약품안전처로부터 허가를 획득했고, 개인 맞춤형 원샷치료제이자, 1호 첨단바이오법 치료제 타이틀을 얻게 됐다.

글로벌 제약업체에서는 100조원 규모에 달하는 세포·유전자 치료제에 주목하고 있다. 세포·유전자 치료제는 환자에게 인간 세포를 이식해 효과를 내는 세포치료제와 환자의 유전물질을 수정해 치료하는 유전자치료제를 말한다.

환자 개인의 면역세포를 기반으로 치료제가 만들어지는 만큼 개인 맞춤형 치료가 가능하고 한 번의 치료로 장기간 치료 효과를 기대할 수 있다.

세포·유전자 치료제는 주로 유전질환, 암, 특정 만성질환 등 기존 치료법으로 해결하기 어려운 질환을 대상으로 개발 중이며 최근에

는 자가면역질환, 근골격계질환, 심혈관계 질환 등 다양한 영역으로 확대되고 있다.

글로벌 시장조사기관 프리시던스리서치에 따르면 세포·유전자 치료제 시장 규모는 2032년 822억 4000만달러(한화 약 113조원)까지 가파르게 성장할 것으로 전망된다. 또 국가생명공학정책연구센터에서도 세포·유전자 치료제 시장 규모를 2027년 417억 7000만달러(한화 약 57조 4000억원)로 예측했다.

특히 세포·유전자 치료제는 대량 생산이 어렵고 제조 비용이 높지만, 고수의 창출이 가능한 만큼 글로벌 제약업체에서는 세포·유전자 치료제 개발 비중을 높이고 있다.

지난해 미국에서는 동종이형 줄기세포 치료제 오미서지(오미두비셀), 당뇨병 세포치료제 란티드라(도니슬레셀) 등 세포치료제 2종이 허가됐다.

또 희귀 피부질환용 국소 유전자 치료제 비주백(베레마겐 페르파베), 필수베즈(버치 트리테르펜), 뒤판근이영양증 유전자 치료제 엘리비디스(델란디스트로겐 목세파보베), 혈우병 치료제 록타비안(발록토코진 록시파보베), 초승달 모양을 특징으로 하는 낫적혈구병 유전자 치료제 캐스제비(엑사감글로진 오토템셀) 등 유전자 치료제 5개도 허가받았다. 유럽에서는 혈우병 B형 유전자 치료제 험제닉스(에트라나코제네 데자파르보베)가 조건부 허가됐다.

지출구조 개선 기로에 선 정부

주목할 부분은 김리아는 국내 출시 당시 약값이 5억원에 달함에도 통상적 신약 등재 기간과 비교하면 빠르게 급여권에 진입했다는 점이다. 앞으로 억대 치료제 급여 이슈가 계속될 것이라는 방증이다.

국민건강보험공단에 따르면 건강보험진료비 중 약품비가 차지하는 비중은 유지 중이지만, 절대금액으로 보면 매년 1조원 이상 꾸준히 증가하고 있다.

건강보험 총 진료비 대비 약품비 비중은 매년 23~24% 수준을 유지하고 있다. 최근 들어 미세하게 증가세가 꺾였지만, 절대금액으로 보면 매년 1조원 이상 꾸준히 늘어나는 추세다.

건보공단 정해민 약제관리실장은 “건강보험 지출액에서 약품비가 증가하는 이유는 인구 고령화에 따른 만성질환의 증가와 함께 고가 신약의 진입 등 다양한 요인이 작용한 결과”라고 말했다.

우리나라는 다양한 방식으로 건강보험 내 약품비 지출 비중을 줄이려 노력하지만, 이제는 지출구조 방식을 바꿔야 할 때라는 지적이 나온다.

길병원 이재훈 교수(혈액내과)는 “지출 구조 개선은 초고가 의약품 개발과 상용화가 이뤄지면서 전 세계의 고민거리가 됐고, 우리나라도 해당한다”고 밝혔다.

일례로 발작성 야간혈색소뇨증(PNH) 치료제인 아스트리제네카 솔리리스(에콜리주맙)는



1년 치료비용이 5억원에 달하지만 진료비 상한제를 통해 환자 부담액은 약 500만원이고, 나머지는 정부가 부담하고 있다.

이 때문에 정부는 사전심사를 통해 솔리리스를 처방할 수 있는 환자를 까다로운 기준을 적용, 엄격하게 통제하고 있다. 이 교수는 “초고가 의약품은 환자를 살리기 위해 개발됐지만, 비싼 약값으로 인해 전 세계적으로 고민이 깊어지고 있다”며 “이를 해결하기 위해 제약사와 정부가 균형점을 찾는 게 필요한 시점이 됐다”고 말했다.

김리아를 시작으로 단 한 번의 약물 투여로 완치까지 기대할 수 있는 패러다임 전환이 이뤄지면서 차세대 초고가 신약 유입에 대응하기 위한 건강보험 제도 개선은 불가피해 보인다.

계속 유입될 혁신 의약품을 건강보험 제도권으로 수용 가능할지 의문이 제기되는 시점이 왔기 때문이다. 현재 우리나라의 △위험분담제 △경제성평가 면제 △사전승인 등을 통해 고가 의약품을 관리하고 있다.

하지만 최근 건강보험 급여권에 등재된 김리아와 졸겐스마를 비롯한 초고가약은 이제 까지 제약업체와 정부가 적정 선에서 분담해 왔던 비용-효과성 평가의 불확실성과 재정 투입 규모, 사후관리 시스템에 전례없는 부담으로 작용할 것으로 예상된다. 건강보험 재원 사용, 재원 조달 방안 등 보다 구체적인 영역에서 검토가 필요한 상황인 것이다.

이 같은 초고가약의 유입은 우리나라 만의 문제는 아니다. 글로벌 주요 7개 국가에서도 초고가약 관련 제도를 운영 중이다.

영국은 초고가약의 재정적 영향력과 환자 접근성 향상에 초점을 두고 6개의 제도를 운영 중이며, 프랑스는 허가 전 희귀난치성질환 치료제를 급여하는 제도가 있다.

독일은 법적 환급을 통해 질병 기금 및 제약사 환급 비율을 규정하고 있으며, 캐나다도 초고가약과 관련한 다양한 제도를 운영 중이다.

건강보험심사평가원은 “단기적 관점에서는 허가-평가 연계 제도의 내실화를 다지는 한편, 초고가 의약품의 효과 평가, 성과 기반 위험분담제 확대가 필요하다”며 “향후 경제성평가 유예 제도로 운영하고 기존 경제성평가 면제 트래픽을 통해 도입된 초고가 의약품을 재평가해야 한다”고 제안했다.

심평원은 “중장기적으로는 외국의 조기 접

근 제도나 혁신 지불 모형 등을 검토해 도입하는 것도 하나의 방법”이라며 “건강보험 외별도 기금을 통해 희귀질환 치료제나 항암제의 조기 접근성을 높이고 근거를 생산해 초고가약의 효과와 안전성을 확인해야 한다”고 전했다.

실제 영국은 항암제와 비항암제를 나눠 별도 기금으로 관리하고 있다. 별도기금을 통해 계약하고 효과 입증 여부에 따라 급여 혹은 퇴출을 결정한다.

이탈리아도 다양한 별도 기금을 운영 중이고, 캐나다는 정맥주사 항암제 총 비용 중 75%를 지원하는 별도 기금을 운영 중이며, 온타리오 암 관리기관에서 관리하고 있다.

이와 함께 호주는 임상적 효과는 입증됐지만 비용효과성이 낮은 의약품을 대상으로 보조금을 지원하는 제도를 운영하고 있다. 등재 후 2년이 지나면 재평가를 통해 지속 여부를 결정하며, 2023년 기준 총 18종 의약품에 적용 중이다.

정부의 대안 ‘사후관리’…현장은 ‘논의’

올해 2월 발표된 2024~2028년 제2차 건강보험종합계획에 따르면 보건복지부는 환자의료비 및 건강보험 재정 부담 완화를 위해 신규 등재 시 성과기반급형 등 다양한 위험분담제를 적용할 방침이다.

성과기반급형이란, 의약품 투여 후 일정 기간이 경과했으나 목표한 효과를 달성하지 못한 경우 제약사가 약값의 일부를 환급하는 것을 말한다.

아울러 초고가 의약품은 등재 이후 의료기관과 심평원 간 자료수집 체계를 구축하고 주기적으로 효과 평가를 실시해 그 결과를 반영, 재계약 시 급여 여부를 정하고 환급률 조정 및 급여기준을 개선할 계획이다.

고비용이면서 오남용 위험 등으로 신중한 사용이 필요한 의약품은 사전승인으로 지정하고 임상적 유효성, 부작용 발생 여부 등을 고려해 투여 중단 기준도 설정한다.

정부가 고가 의약품 관리에 나섰지만, 진료현장의 불만은 여전하다.

사후관리를 통해 급여 등재 여부를 결정하겠다고 발표했지만, 급여 등재의 우선순위와 형평성 문제는 여전하다는 지적이다. 현장과 원활하게 소통하는 노력이 필요하다는 주장이 나오는 이유다.



회원사 인사

불교신문

한국기독공보(사장 안홍철)는 지난 10월 1일자로 다음과 같이 인사를 단행했다.

- ▲ 이우택 총무국 부국장대우
- ▲ 이호정 편집국 부장
- ▲ 서영훈 총무국 부장
- ▲ 임성국 편집국 부장대우
- ▲ 고재홍 광고국 부장대우
- ▲ 최생찬 편집국 차장
- ▲ 김재은 총무국 대리



회원사 동정

불교신문

'2025 불교신문 신춘문예' 공모



불교신문(발행인 진우스님)은 오는 11월 1일부터 22일 오후 6시까지 '2025 불교신문 신춘문예'를 공모한다.

공모 부문은 단편소설과 시·시조, 동화, 평론이다. △단편소설은 200자

원고지 70매 또는 A4용지아래한글, 11포인트) 10매 내외 △동화는 30매 또는 A4용지아래한글, 11포인트) 4매 내외 △평론은 60매 또는 A4용지아래한글, 11포인트) 8매 내외 △시·시조는 개인당 5편 이내로 작성하면 된다.

단편소설 당선자는 상금 500만원, 시·시조 및 동화 평론은 상금 300만원이 각각 수여된다. 당선작은 2025년 1월 1일 불교신문 신년특집호와 인터넷 불교신문을 통해 발표하며, 당선자에 한해 개별 통보된다.

접수는 서울시 종로구 우정국로 67(견자동) 전법회관 2층 불교신문 신춘문예 담당자 앞으로 직접 방문하거나 우편으로 보내면 된다. 다만 해외에서 응모하는 경우에 한해 국내 연락 가능한 연락처를 반드시 게재한 가운데 이메일(chisan@ibulgyo.com)로 접수한다.

문의: 02-3273-1114

식품음료신문

'2025 K-푸드 해외시장 진출 전략' 세미나

식품음료신문(발행인 이군호)이 '2025 K-푸드 해외시장 진출 전략'을 주제로 세미나를 오는 30일 aT센터 창조룸에서 개최한다.

이날 세미나는 하상도 중앙대학교 식품공학부 교수가 전체 진행을 맡고

전문신문협회보

1989년 5월 1일 창간

www.kosna.or.kr

회장·발행인 김광탁 명예회장·편집인 박두환 편집고문 김시중

부회장 함정기·김관홍·정재환·김종철
이사 이군호·박연준·강현옥·김중규
총무·방두환

07217 서울시 영등포구 당산로41길 11(당산동4가) 당산 SK V1 센터 E동 407호
대표전화 (02)334-7251 팩스 (02)334-7279

구독신청·광고문의 (02)334-7252 메일 kosna1964@naver.com

발행처 한국전문신문협회 | 인쇄처 한국씨티에스



이 것은 본 협회 회원사임을 나타내는 표시



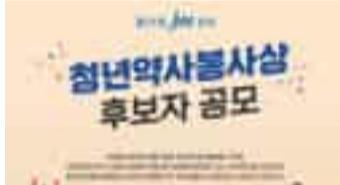
△민텔코리아 황태영 박사가 '2025 글로벌 식품 트렌드 및 유럽 시장 확대 전략'을 주제로 발표에 나선다. 또 △이종찬 J&B Food consulting 대표가 '2025 미국 식품시장 트렌드 및 규제 동향'을 △김상훈 왕글로벌넷 이사가 '2025 미국 식품유통 시장 진출 전략'을 △안지정 트레이드파트너스 대표가 '2025 아세안 식품유통 시장 진출 전략'에 대해 각각 발표한다.

접수는 서울시 종로구 우정국로 67(견자동) 전법회관 2층 불교신문 신춘문예 담당자 앞으로 직접 방문하거나 우편으로 보내면 된다. 다만 해외에서 응모하는 경우에 한해 국내 연락 가능한 연락처를 반드시 게재한 가운데 이메일(chisan@ibulgyo.com)로 접수한다.

문의: 02-3273-1114

약시공론

'제11회 청년약사봉사상' 공모



약사공론(발행인 최광훈)이 오는 12월 1일 24시까지 '제11회 청년약사봉사상' 후보자를 공모한다.

청년약사봉사상은 약사공론과 JW 중외제약이 2014년 공동 제정한 상이다. 대내외 봉사활동, 학술모임, 약사회 무 등의 다방면의 활동을 통해 약사 직능을 높이고, 미래 약사상의 모범이 된 청년 약사를 격려하기 위해 만들어졌다.

공모 대상은 만 40세 이하 또는 청년약사라고 생각되는 신상신고를 한 약사이다. 접수는 약사공론 홈페이지 (www.kpanews.co.kr)에서 양식을 다운로드 받아 작성한 후 파일을 업로드하면 된다.

문의: 02-2182-9626

이뉴스투데이

방재홍 서울미디어그룹 회장 '명예군민' 위촉



독서신문과 이뉴스투데이를 발행하는 서울미디어그룹 방재홍 회장이 강원특별자치도 고성군으로부터 명예군민패를 지난 7월 26일 받았다.

방재홍 회장은 군민 복지증진과 지역사회 발전·홍보 등에 기여한 공로가 인정돼 '명예군민'으로 선정됐다.

방재홍 회장은 "고성군의 발전을 위해 불철주야 노력해 주시는 함명준 군수님에게 감사드린다"라며 "도서 기증, 순댓국 무료 나눔 행사 등을 통해 고성 군민과 가까이 소통하고자 많이 노력했는데 앞으로도 교류와 협력을 중요하게 여기고 명예군민이 된 만큼 선한 영향을 끼칠 수 있도록 노력하겠다"라고 말했다.

원한다.

이날 세미나는 성경일 강원대 교수 가 전체 진행을 맡고 △최윤재 서울대 명예교수가 '세포배양 인조축산물' △박규현 강원대 교수가 '탄소중립 이슈' △김연화 소비자공익네트워크 회장이 'ESG 축산'을 주제로 각각 발표에 나선다. 이후 이홍구 건국대 교수가 좌장을 맡아 토론은 진행한다. 토론자로는 △이연섭 농림축산식품부 축산 경영과장 △김태웅 한국동물보건의료정책 연구원장 △박철진 농협축산경제 상무 △김영란 축산신문 국장 △김희겸 가야바이오 대표가 참석한다.

문의: 010-4047-2028

화장품신문

김혜림 편집국장, 대한화장품협회 감사패 수상



화장품신문(발행인 함태원) 김혜림 편집국장이 대한화장품협회로부터 감사패를 수여 받았다. 시상식은 대한화장품협회가 주최한 제6회 '화장품의 날' 기념행사에서 진행됐다.

이날 행사에서는 화장품 산업 발전에 기여한 유공자에게 정부 표창과 협회장 감사패가 수여됐다.

국회의장 공로상엔 서울여대학교 박수남 석좌교수, 보건복지부장관 표장은 LG 생활건강 김태환 팀장 등 9명, 중소벤처기업부 장관 표창은 코스 매랩 박진영 대표이사 등 2명이 수상했다. 식품의약품안전처장 표창은 한국콜마 김용우 팀장 등 30명, 대한화장품협회 감사패는 본지 김혜림 국장 등 21명이 받았다.

34th 전문신문 인쇄의 역사
SINCE 1989한국전문신문협회 와 한국씨티에스는
전문신문의 역사를 함께 합니다.

34년 전통의 기술력과 최신 설비(HAMADA / TKS 윤전기 (4색도) ; 35,000부/H)를 갖춘 경쟁력 있는 기업, 200여개 신문제작 대행으로 실력이 검증된 기업, 고품질 인쇄와 안정적 프로세스를 자랑하는 (주)한국씨티에스는 모든 공정을 원스톱으로 진행할 수 있는 전문 인쇄소입니다. 고객과의 약속을 중시하고 최고의 만족으로 보답하기 위해 오늘도 최선을 다하겠습니다.

본사

서울시 종로구 종로로 50-1, 2층
1층 관리부 02) 362-1199 / 양업부 02) 362-6677 / 전산실 02) 362-5311

제작센터

서울시 부일로 815번길 56-67 (온수동)
Tel. 02) 2684-3377



• 200여종 신문제작 대행



• 34년 전통 인쇄 기술력



• 차별화된 시스템

2024년 6~9월 정기간행물 신규 등록 현황

(출처: 문화체육관광부 기간: 2024.06.01.~2024.09.30.)

등록번호	제호	회사명(법인명)
서울 다50819	메가포커스	메가포커스사
서울 다50818	경제뉴스TV	(주)한국인증지원센터
서울 다50815	한국이주민동포신문	(사)한국동포지원센터중앙회
서울 다50814	서울아파트신문	서울아파트신문사
서울 다50813	칸중국코리아 (한국미디어)	칸중국코리아사
경기 다50789	친환경매거진	친환경매거진사
경기 다50786	에이스 신문사	에이스신문사
경기 다50785	상촌신보	(주)상촌신보
경기 다50784	소비자타임즈	(주)소비자타임즈
경기 다50783	경기시니어신문	경기시니어신문사
인천 다06151	강화 k-뉴스	더뉴스룸(주)
인천 다06150	강화일보	강화일보(주)
대전 다01340	더플러스대전	더플러스대전사
부산 다04521	부산기장평생교육원	부산기장평생교육원
세종 다10300	더플러스 세종	더플러스세종사
경북 다01550	경북뉴스	(주)경북뉴스
경북 다01549	매일영남신문	(주)영남미디어그룹
전남 다00453	목포경제신문	목포경제신문사
전남 다00452	뉴퍼블릭	(유)그린
전남 다00451	강진투데이	(유)강진투데이
전북 다01327	e-뉴스레이더	(주)뉴스레이더
전북 다01326	김제뉴스1신문사	김제뉴스1신문사
충남 다01396	서해환경신문	(주)서해환경신문

협회보 칼럼모집

◆ 원고내용 : 각 산업별 이슈에 맞는 주제로 자유롭게 작성

◆ 대상 : 한국전문신문협회 회원사

◆ 접수방법 : 웹하드 www.webhard.co.kr
아이디 kosna, 비밀번호 kosna
[GUEST] 폴더 내 등록
메일 kosna1964@naver.com

◆ 문의 : 02-334-7251~2

언론조정중재 사례집: 정정보도 게재 사례

2023 서울조정276·277/278·279 각 정정·손배청구

신청인이 원하는 보도문을 모두 지면에 게재하기에는 물리적 한계가 있음을 고려, 지면에는 정정보도만 게재하고 인터넷에 정정 및 반론보도를 게재하는 것으로 합의를 도출한 사례

□ 보도내용

피신청인 언론사는 신청인이 ○○신문 소속이던 때에 회사의 승인 없이 인터넷 기사를 출고하여 정직 처분을 받았고, 회사가 외압에 의해 보도를 막고 있다고 주장하면서 출근하지 않다가 해고되었다고 보도했다. 또 신청인이 해고 몇 년 전부터 유튜브 채널을 개설하여 회사와 무관한 취재활동을 해왔고, 편집국장보다 연차가 높아 신청인의 기사를 게이트키핑 할 사람도 없었다고 보도했다. 한편, 신청인은 유튜브에서 주장한 의혹과 관련해 취재원이 거짓이라고 밝혔음에도 이를 인정하지 않는 등 선정적이고 정파적 활동을 해왔다고 덧붙였다.

□ 신청이유

신청인은 ○○신문의 인터넷 기사 '선 출고 후 보고' 시스템으로 운영되었으므로 회사의 승인 없이 기사를 출고한 사실이 없고, 결론과 관련해서도 보도 관련 외압을 주장한 것이 아니라 내근부서 발령에 반발해 평소대로 외부 취재활동을 한 것이라고 했다. 유튜브 개설 등과 관련에서도 신청인은 회사에 외부 활동 신고 후 해당 유튜브에 출연한 것이지 직접 유튜브를 개설한 바 없으며, 퇴직 시까지 편집국장 직속 기사로서 국장의 데스킹을 받아 기사를 출고했다고 했다.

신청인 운영 유튜브는 신문법상 언론사이며, 단독 보도와 관련해 취재원이 거짓말을 했다고 밝힌 사실이 없음에도 피신청인 언론사가 선정적이고 정파적이라고 주장해 명예가 심각하게 훼손되었다고 정정보도와 5백만 원의 손해배상을 구하는 조정을 신청했다.

□ 조정결과

피신청인 언론사는 신청인의 주장 중 일부 내용에 대한 정정 및 반론보도를 인터넷에 게재하는 것으로 협의할 의사가 있음을 밝혔다. 그러나 신청인은 피해 회복을 위해서는 지면 게재가 필수적이라는 입장을 유지했다.

중재부는 지면의 한계를 고려하여 지면에는 정정보도를, 인터넷에는 정정 및 반론보도를 모두 게재하는 합의안을 제시했고, 이를 양 당사자가 수용하여 조정이 성립됐다.

자료: 언론중재위원회

회원사 개편

회장품신문

해외정보·기업 경영분석 강화

회장품신문(발행인 함태원)이 창간 32주년을 맞아 한층 강화된 정보로 독자들을 찾아간다.

이에 현재 주 2개면인 'World News'를 최대 5개면으로 확장한다. 글로벌 소비자 리서치 기관 '민텔', 인공지능(AI) 기반의 헬스&뷰티 트렌드 분석 플랫폼 '트렌디어'와 손잡고 K-뷰티가 꼭 필요로 하는 정보를 제공할 예정이다. 또한 다양한 해외 뉴스와 정보들을 누구나 찾기 쉽게 지면과 홈페이지를 통해 지역별로 분류, 게재할 계획이다.

이와 함께 회장품신문은 내수시장도 꼼꼼히 챙길 계획이다. 우선 10년 동안 한 분기도 빠짐없이 진행한 기업분석을 통해 그 기업의 현재를 파악하고 미래를 엿볼 수 있는 자료를 축적해나갈 예정이다.

회장품과 소비자들이 만나는 현장도 되짚어보고자 한다. 회장품신문은 장업신문, 주간코스메틱, CMN과 함께 회장품 전문점인 '뉴트로 스토어'를 제안하고자 한다.

한의신문

홈페이지 개편으로 독자 반겨

한의신문(발행인 윤성찬)이 독자들의 가독성을 향상을 위해 홈페이지를 전면 개편했다.



초기화면은 이용자의 관심 분야에 맞춰 콘텐츠를 추천하는 △TODAY'S HOT(舊 헤드라인 뉴스) △ON WORKING △최신기사 △인터뷰 △기고 △포토뉴스 등으로 메뉴를 분류했다.

특히 한의신문은 맨 상단에는 'TODAY'S HOT' 페이지를 위치해 한의신문 기자들이 추천하는 기사를 독자들이 쉽게 볼 수 있도록 했다.

아울러 한의신문은 대한한의사협회 중앙회의 활동 내용을 소개하는 'ON WORKING' 페이지를 신설해 중앙회의 주요 업무를 한눈에 볼 수 있도록 했다.

자세한 사항은 한의신문 홈페이지(www.akomnews.com)를 통해 확인할 수 있다.

한국전문신문협회는 국립중앙도서관으로 주간전문신문 납본을 대행해 드립니다

누구나 자료를 발행 또는 제작한 때에는 「도서관법 제20조」와 「동법 시행령 제13조」 규정에 따라 그 자료를 국립중앙도서관에 제출하여야 합니다. 제출된 자료는 국가의 지적문화유산으로 영구 보전하여, 정보 제공에 활용하고 있습니다.

- ◆ 납본대상자료 : 도서, 연속간행물(잡지, 신문, 대학 및 학회지, 정부간행물) 등
- ◆ 제출시기 및 부수 : 발행일 또는 제작일로부터 30일 이내 각 2부씩
- ◆ 제출처 : 한국전문신문협회 납본센터, 국립중앙도서관 자료수집과

한국전문신문협회는 문화체육관광부의 위임을 받아 납본업무를 대행하고 있으니 국립중앙도서관에 직접 납본이 어려우신 신문사에서는 자료를 보내주시면 국립중앙도서관 납본을 대행해 드립니다.

우편 및 방문주소 : 서울시 영등포구 당산로41길 11 SK V1센터 E동 407호
문의 ☎ 02-334-7251~2

왜? 전문신문에 광고해야 하는가?

정보 홍수시대에 전문신문은 광고매체로서 장점이 많기 때문입니다.

전문신문은 일반신문과
같이 계절이나 요일에
의한 부수의 변동이나
신문구독자의 변동에
따른 불안정이 없다.

전문신문의 광고는
광고주가 원하는 광고
시장이 명확하다.
광고목표에 도달하기
쉽기 때문에 메시지를
효율적으로 전달할 수
있다.

독자의 관심이 높은 기사와
병행해서 게재되는 전문신문
광고는 광고의 충격이 높다.
따라서 광고주가 자사 상품이나
기업 이미지에 알맞은 전문신
문을 선택하면 매우 효과적인
광고가 가능하다.

전문신문은 지면 허비가
적기 때문에 타 매체와의
비교해서 광고비용이 싼
효율적인 매체이다.

전문신문은 독자의 목적
의식과 강하게 밀착되어,
전문사항에 대하여 높은
안목을 갖고 편집되기
때문에 광고에 대한 관심
도도 높다.

일반신문, 뉴미디어의 정
보량 범람의 시대에
독자는 정보에 대해 방어적,
선택적 경향이 강해져
전문신문을 더 신뢰하게
된다.

전문신문의 기사면은
비교적 시각효과가
강하지 않기 때문에
광고면이 상대적으로
주의집중효과를 크게
받을 수 있다.

전문신문 광고시점에
이벤트, 기획행사 등을
동시에 진행한다면
유동경로에 쉽게 접근
하면서 광고효과를
극대화시킬 수 있다.

특히 한국전문신문협회에
가입된 전문신문은
그 품격이 검증된 만큼,
안심하고 광고를 의뢰할
수 있는 좋은 매체이다.