

## 한우산업의 발전전략

김진석

경상대학교 농과대학 농업경제학과 조교수

### Development Strategies of The Hanwoo [Korean Native Cattle] Industry

Kim, Jin Suk

Dept. of Agricultural Economics, Gyeongsang National University

**ABSTRACT** : The structure of the Hanwoo [Korean Native Cattle] Industry remains very weak and vulnerable to the WTO/IMF system. Considering that the majority of cattle farmers are small sized, and that marketing systems are outdated and inefficient, rapid expansion of lower priced beef imports by WTO system and rapid increasing of production costs by IMF system would lead to the deprivation of a regular source of farm income and threaten the stability of rural life. Accordingly, the Hanwoo industry should be expanded in accordance with progress in the implementation of (1) programs for the structural adjustment and (2) measures to compensate for the loss.

Efforts for lowering major production factor costs needs to continue. In order to increase the supply of calves at low cost, the programs of collective cow-calf farms should be expanded, thereby reducing the cost of calf purchase, which constitutes the largest share of Hanwoo production cost. Also, feedlot operations should be encouraged for small herd farms in order to achieve a substantial saving in beef production costs by integrated operations from calf production to cattle fattening. A substantial saving would also be made by collective purchase and distribution of various inputs through the cooperatives' channels. Extension services should be strengthened for cattle farm management, cattle care and feeding, prevention of cattle disease, etc. In order to minimize cash outlays for commercial mixed feeds, utilization of far by-products as feeds should be enhanced and production of forage crops

of far by-products as feeds should be enhanced and production of forage crops productive of resources, such as land and rural labor, during the farm off-season, needs to be encouraged. Also, technological development for enhancing the nutritional value of farm by-products should be encouraged.

Measures for successful segregation of the Hanwoo beef market should be implemented, thereby enhancing incentive for quality beef producers and protecting consumers willing to pay higher price for quality beef.

For development of the Hanwoo industry, a considerable time frame would be required in order for (1) small livestock farmers to make a successful adjustment by staying in the enterprise and achieving increased price efficiency (2) livestock farmers to acquire know-how for producing quality Hanwoo beef, (3) the ongoing Government policy of enhancing price-quality competitiveness, and for improving the quality Hanwoo beef marketing to take root. (4) consumers to increase their ability to distinguish meat quality, and others.

**Key words** : Production cost, Integrated operation, Cooperatives' channel, Market segregation, Price-quality competitiveness

## I. 서론

우리 나라 경제는 지난 1995년 WTO체제의 출범에 따른 시장개방이 본격화된 지 불과 2년만에 설상가상으로 외환 및 금융위기로 불리는 IMF관리체제에 들어감으로써 국민 경제 전반에 엄청난 혼란을 초래하고 있다. 이같은 혼란은 한우축산부문에 도 예외가 아니어서 한우축산의 생산기반마저 뿌리 채 흔들여 놓고 있다.

1997년 하반기만해도 1달러당 900원대이던 환율이 2배이상 폭등하더니 최근에는 1,300원대로 진정기미를 보이고 있으나 외환위기의 여파로 사료가격 인상에 따른 한우농가의 어려움이 지속되고 있다. 더욱이 가격인상과 함께 환율상승에 따른 환차손을 줄이려는 배합사료업체의 현금거래요구로 인하여 한우농가는 더 큰 경영압박을 받고 있다.

한편으로 수요측면에서도 실업의 증가와 실질소득의 감소로 인하여 쇠고기 가격하락에도 불구하고 쇠고기 소비가 크게 위축되고 있다.

이에 따라 한우사육의 전망이 극히 불투명해짐에 따라 한우사육의 기피현상이 확산되

되고 있다. 이러한 현상이 지속될 경우 한우산업의 생산기반마저 붕괴될 우려가 있으며, 이에 대한 대책마련이 시급한 실정이다. 정부에서도 지난해의 「한우산업발전종합대책」에 이어 올해 2월에는 다시 「한우경영안정대책」을 발표함과 아울러 수매사업을 지속하고 있으나 가격은 좀처럼 회복되지 않고 있다.

이와 같이 우리의 한우축산이 WTO/IMF체제의 충격에 견디지 못하고 여지없이 무너질 정도로 생산기반이 취약하게 된 것은 지금까지의 한우정책이 물가관리차원에서의 구조적 특성을 무시한 채 지나치게 수입에 의존하는 단기적인 가격정책에 치우쳐 온 것에 기인한다고 하겠다. 더욱이 이러한 정책자체가 시장을 왜곡시켜 생산기반을 위협하고 있으며, 장기적인 비전을 제시하지 못하고 있다.

대부분의 농산물에 대한 수요가 정체되고 있는 가운데 소득 탄력적인 성장농산물의 하나인 한우산물의 안정적 생산기반확대를 위해서는 종합적인 한우관련 수급정책이 절실한 시점에 와 있다. 정책이 현상의 인식을 바탕으로 하는 미래에 대한 선택임을 감안할 때 바람직한 정책수립을 위해서는 무엇보다도 축산현장의 밑바닥에 내재되어 있는 한우농가의 경영실태를 정확하게 파악하고 문제점을 인식하는 것이 중요하다고 하겠다.

특히 한우농가는 매우 어려운 상황에 처해 있다. 대내적으로는 수급조절과 가격변동에 탄력적으로 대처하면서 생산성향상과 부가가치제고에 노력하여야 하며, 대외적으로는 환율 및 사료곡물시세의 변동을 주시하면서 외국의 값싼 쇠고기와 가격경쟁을 해나가야 한다. 이러한 어려운 상황에서 무엇보다도 중요한 것은 경영의 내실을 기하는 것이며, 이를 위해 경영주는 자신의 경영실태를 정확히 진단함으로써 경영합리화계획을 세워서 실행해 나가야 할 것이다.

따라서 본 연구에서는 이러한 문제의식을 가지고 기존의 통계자료와 진주지역 한우농가의 사례조사를 통해 한우농가의 경영실태와 그 문제점을 파악하고, 앞으로 더욱 심화될 것으로 보이는 국내외 여건변화에 대응하여 한우산업이 경쟁력 있는 산업으로 살아남기 위한 개선대책을 모색해 보고자 한다.

## II. 한우산업의 경제적 위치

농업부문은 그 동안의 경제개발과정에서 상대적으로 소외됨으로써 국민경제에서 차지하는 비중이 크게 감소하여 국민총생산에 대한 농업부가가치의 비중이 1970년에 23.6%

이던 것이 1997년에는 5.0%로 낮아졌다<표 II-1>.

그러나 농업부가가치에서 차지하는 축산업부가가치의 비중은 꾸준히 증가추세를 보여 1970년에 9.0%수준이던 것이 1995년에 이르러서는 12.1%까지 높아졌으나 1997현재 축산 여건이 좋지 않아 6.9%로 다시 낮아졌다. 1996년 축산물 생산액(부가가치+중간투입물)은 6조 9천 3백 4십억원으로 농산물 생산액 28조 1천 2백 9십억원의 24.7%를 차지하고 있다. 축산물 생산액의 품목별 비중을 보면 한우가 30.4%로 가장 큰 비중을 차지하고 있고, 돼지가 27.4%, 우유 13.6%, 닭 11.1%, 계란 9.2%, 젖소3.1% 등의 순으로 되어 있다<표 II-2>. 따라서 한우축산은 축산부문에서 가장 중요한 위치를 차지하고 있으며, 농업 부문의 중심작목으로 발전해 왔다.

반면에 소비부문에 있어서도 한우육은 중요한 위치를 차지하고 있는데 그 자급율은 62.9%에 불과한 실정이다. 1996년 현재 1인당 연간 육류 소비량은 34.0kg이며, 이 중 쇠 고기가 6.9kg, 돼지고기가 14.7kg, 닭고기가 4.4kg이다<표 II-3>. 특히 최근 10년간 쇠고기 소비량의 증가율은 연평균 7.8%에 달하는 것으로 나타났다.

이에 따라 1996년 현재 전체 육류소비량 1,550천톤중에서 쇠고기소비량은 313천톤으로 전체의 20.2%를 차지하고 있다. 이러한 쇠고기 소비량은 소득 탄력적인 식품으로서 1인당소비량이 꾸준히 증가해 왔으며, 앞으로도 식품소비패턴의 고급화 및 다양화 추세에 따라 지속적으로 증가할 전망이다.

<표 II-1> 농업부문에서 차지하는 축산업의 위치 (단위 : 10억원)

	국민총생산액(A)	농업부가가치(B)	축산업부가가치(C)	B/A(%)	C/B(%)
1970	2,736	646	58	23.6	9.0
1975	10,129	2,259	149	22.3	6.0
1980	36,857	4,773	402	13.0	8.4
1985	79,301	8,691	918	11.0	10.6
1990	178,262	13,262	1,324	7.4	10.0
1995	348,979	19,678	2,383	5.6	12.1
1996	386,438	21,094	2,252	5.5	10.7
1997	416,018	20,661	1,422	5.0	6.9

자료 : 농림부, 농림업 주요통계, 각년도

&lt;표 II-2&gt; 축산물 생산액의 품목별 비중

(단위 : 10억원, %)

	한우육	젓소	돼지	닭	계란	우유	기타	계
1990	922 (23.5)	136 (3.5)	1,174 (29.9)	446 (11.4)	408 (10.4)	638 (16.3)	197 (5.0)	3,921 (100.0)
1995	1,776 (29.8)	247 (4.2)	1,407 (23.6)	773 (13.0)	563 (9.4)	856 (14.4)	336 (5.6)	5,958 (100.0)
1996	2,105 (30.4)	217 (3.1)	1,901 (27.4)	769 (11.1)	636 (9.2)	945 (13.6)	361 (5.2)	6,934 (100.0)

자료 : 농림부, 농림수산통계 연보, 1997.

&lt;표 II-3&gt; 주요 육류의 소비량 비교, 1996

	쇠고기	돼지고기	닭고기	기타	육류전체
총 식용 소비량(천톤)	313.4 (20.2)	667.9 (43.1)	199.9 (12.9)	369.1 (23.8)	1,550.0 (100.0)
1인당 연간 소비량(kg)	6.9	14.7	4.4	8.0	34.0
1인당 하루소비량(g)	18.9	40.2	12.0	22.1	93.2

자료 : 한국농촌경제연구원, 식품수급표, 1997

이와 같이 한우축산은 농가의 중요한 소득원인 동시에 소비자가계의 필수식품을 공급하는 산업으로서 농가경제의 발전과 국민식생활의 개선에 크게 기여해 왔다. 그 동안 한우는 동력경운기의 보급확대에 따라 사육목적이 점차 역용에서 육용으로 전환되면서 최근에는 번식과 비육이 분화되는 경향을 보이고 있다. 그러나 시장개방과 함께 쇠고기 수입이 급증함으로써 생산농가의 심리적 불안이 가중되고 있을 뿐만 아니라 번식농가의 소득이 지속적으로 보장되지 않음으로써 생산기반마저도 위협받고 있다. 더욱이 대외적으로 WTO체제의 출범에 따른 시장개방과 국제화과정에서 한우축산은 하나의 산업으로 정착되기도 전에 무한경쟁의 국제화를 강요당하고 있으며, 이것은 이미 피할 수 없는 현실이 되고 있다. WTO협정에 따라 2001년까지 쇠고기 수입이 완전 자유화될 경우 한우축산은 심각한 시련에 직면하게 될 것으로 예상된다. 한편 대내적으로는 1990년을 전후하여 급격한 노임상승 및 축산공해문제가 대두되면서 한우축산을 둘러싼 여건이 크게 악화되고 있어 한우생산의 위축을 더욱 부채질할 가능성이 높다.

그러나 한우산물이 이미 국민식생활의 필수식품으로 자리잡아 가고 있을 뿐만 아니라 소득 탄력적인 식품으로서 그 수요가 지속적으로 증가하고 있음을 감안할 때 한우축산의 안정적 성장을 위한 대책마련이 시급한 실정이다.

### III. WTO/IMF체제의 파급영향

#### 1. WTO체제의 영향

WTO체제의 출범과 함께 국내 한우축산부문은 급속한 국제화 시대를 맞고 있다. 그동안 국내축산 보호를 위해 수입제한, 가격지지 등을 실시해 왔으나 쇠고기 수입에 있어서 예외 없는 관세화 및 관세감축, 각종보조금 감축, 검역제도 개편 등의 형태로 외국산 쇠고기의 수입자유화가 이루어짐으로써 대외 수출경쟁력이 취약한 한우고기는 수출에 앞서 국내시장에서 외국산 쇠고기와 무한경쟁을 하지 않으면 안되게 되었다.

이러한 국제환경의 변화는 소득수준 향상에 따른 소비여건의 변화와 정보통신기술의 발달에 의한 정보화추세와 더불어 한우축산부문에 여러 측면에서 지대한 영향을 미치고 있다.

첫째, UR협상 결과에 의한 수입개방일정이 확정됨으로써 외국산 쇠고기 등 축산물수입으로 국내 한우축산이 크게 위축될 것으로 우려되고 있다. 쇠고기의 경우 수입쿼터를 연차적으로 확대한 후 2001년까지 쇠고기 및 생우 모두 완전 개방될 예정으로 있다. 이에 따라 축산물 가공업체들은 저렴한 외국산 원료확보가 가능해 짐에 따라 비싼 국내산 원료사용을 기피하는 현상이 나타나고 있으며, 아울러 경쟁력이 취약한 양축농가는 탈락하는 현상이 나타날 것으로 예상되고 있다.

둘째, 소비자들의 소득수준이 향상됨에 따라 소비패턴이 고급화, 다양화, 편의화 되면서 양보다 질을 중시하는 경향이 두드러지게 나타나고 있다. 이에 따라 냉장육의 유통 및 소비가 증가하고 있으며, 가공축산물에 대한 소비도 증가함에 따라 쇠고기의 브랜드화 및 포장육 유통이 일반화될 것으로 전망된다.

셋째, 전자통신기술을 바탕으로 한 유통정보망의 발달로 정보통신망을 활용한 새로운 경영기법이 도입됨으로써 정보교환 및 생산비용을 대폭적으로 절감할 수 있는 경영체제가 필요하게 될 것이다. 이에 따라 표준규격화된 축산물의 생산이 불가피하게 될 것이며, 표준규격화 및 브랜드화된 상품의 거래방법도 통명거래, 주문예약거래 등을 통해 물류비용과 거래시간을 획기적으로 단축할 전망이다.

네째, 환경문제에 대한 관심이 증대되고 축산분뇨에 대한 규제가 강화되고 있다. 시민들의 쾌적한 생활환경에 대한 관심이 증대됨에 따라 지역주민의 집단적 반대로 축산단지 및 가축분뇨처리 시설부지의 확보가 어려워 효과적인 폐기물처리가 지연되는 사태가 빈번하게 나타나고 있다. 또한 상수원 수질보호를 위한 규제가 강화되고 있다.

다섯째, 한우축산 종사인력의 확보가 어려움에 처해 있다. 작업환경이 상대적으로 열악한 축산농사의 기피현상이 두드러지게 확산되고 있다. 이에 따라 축산종사자 인건비가 타 작목에 비해 상승하고 있으며, 시설자동화 보급이 시급한 실정에 있다.

여섯째, 축산물 수입자유화로 해외의 가축전염병 유입이 우려되고 있으며 이로 인한 가축질병피해가능성이 높아지고 있다. 외국 축산물의 수입증가에 따라 외래 질병의 유입가능성이 증대되고 있으며, 한우축산의 규모화 및 단지화가 진전되고 있는 상황에서 질병감염의 기회가 증대되고 있다고 하겠다.

일곱째, 축산물 위생에 대한 국민의 관심이 증대됨에 따라 식품의 안전성에 대한 선호가 높아지고 있다. 수입개방이 확대되면서 외국산과 국내산의 위생 및 안전성에 대한 소비자들의 비교선택이 확대되고 있다. 소득수준향상에 따라 건강에 대한 국민의 관심이 증대됨으로써 축산물의 위생수준을 높이는 것이 시급한 실정이다.

특히 최근에도 미국 등 쇠고기 수출국들이 올해 수입쿼터이행과 추가시장개방을 요구하고 있다. 미국, 오스트레일리아, 뉴질랜드 등 세나라는 한국이 UR협정에서 합의한 올해 쇠고기 수입쿼터 187천톤을 제때 수입하지 않고 있다며 별도의 협상을 갖자고 요구해 오고 있다. 이들의 요구내용을 보면 올해 수입쿼터를 채울 수 없으면 2001년으로 되어 있는 시장개방일정 단축, 수입관세 대폭인하, 쇠고기 국내외가격차 보상제도 폐지, 수입 쇠고기 판매장소 제한규정 철폐 등을 받아 들이라는 것이다.

이러한 요구사항들은 지금의 우리 현실로서는 받아들이기 어렵다. 1998년 7월 현재 국내 산지소값은 500kg짜리 큰소 한마리가 170만원, 송아지는 35만원, 젖소 송아지는 5~7만원 수준이다. 1997년말과 비교해 보면 30%정도 하락한 것이다. 그뿐만 아니라 IMF체제의 영향으로 소득이 줄면서 쇠고기소비량이 크게 감소하였다. 수입쇠고기 소비량도 55.6%나 감소했다. 한우값은 폭락한 반면 수입쇠고기값은 환율 상승으로 값이 인상되어 소비자가격 자체가 역전되고 있다.

정부는 이러한 소값의 안정을 위해 울타리만 한우 180천마리를 수매했다. 또 사육마리수를 줄이려고 그동안 금지해 왔던 농가 의뢰도축까지 허용했다. 그러나 아직도 500천마리정도가 과잉상태이다. 올해 쇠고기수급전망도 작년도 이월재고가 과다한데다가 소비마저 부진해 12~13만톤정도의 공급과잉이 예상되고 있다.

이러한 상황에서 수입쿼터를 지킨다는 것은 무리인 것으로 판단된다. 수입쿼터는 최소수입물량을 의미하는 것이 아니라 수입허용량이다. 수입과정에서 제도적인 규제만 하지 않으면 되는 것이지 반드시 이를 지켜야 할 의무가 있는 것은 아니다. 쇠고기 소비량이 급격히 줄어 산지 소값이 계속 떨어지고 있고, 이미 수입한 쇠고기도 처분할 길이 없는

데도 불구하고 쇠고기를 더 수입하기는 어려운 실정이며, 수입주체가 민간기업인데 정부가 대신 수입할 수도 없다. 따라서 정부에서는 이러한 통상 압력에 대해 타당하고 일관된 논리로 대처하지 않으면 안될 것이다.

## 2. IMF 체제의 영향

### 가. 사료가격인상 및 소값하락

1997년 중반까지만 해도 900원대를 유지하던 대미달러 환율이 11월이후 외환 및 금융 위기로 인한 IMF관리체제에 들어감에 따라 2배이상으로 상승하더니 1998년 7월 현재 1,300원대를 유지하고 있다. 이같은 환율상승은 우선 수입배합사료에 크게 의존하고 있는 국내 한우축산에 지대한 영향을 미치고 있다.

첫째, 배합사료업체의 환차손 확대에 의해 IMF관리체제이후 2차에 걸친 가격인상 및 1998년 4월의 환율 및 국제곡물가격안정에 따른 5.0%정도의 인하분을 포함해 IMF사태 이전보다 약 40%정도 인상되었다.

둘째, IMF체제이후 급속한 환율 및 금리상승의 방향으로 배합사료업체의 현금거래요구가 많아 한우농가의 현금수요가 늘고 있어 한우축산농가의 자금난이 심화되고 있다.

셋째, 한우축산의 장래가 불투명해지면서 한우사육을 포기하거나 현금수요를 충당하기 위한 투매행위가 증가함에 따라 가격하락이 지속되고 있다. 이에 따라 한우농가의 경영 압박은 물론 번식농가의 암소도살이 증가하고 있다.

네째, 불황에 따른 소비자들의 실질소득감소로 인하여 쇠고기 소비가 크게 위축되어 수매육의 저가판매에도 불구하고 가격하락을 부채질하고 있다.

다섯째, 1998년도 수입할당량(187천톤), 이월물량(약 46천톤) 및 금년도 생산량(212천톤) 등 총 445천톤의 공급예상량에 비해 소비량은 지난해보다 약 12.4%가 감소한 317천톤에 그칠 것으로 전망된다(조석진, 1998 : 55). 이에 따라 금년도에 128천톤정도의 공급과잉이 발생할 것으로 예상됨에 따라 가격의 회복이 늦어질 것으로 보인다.

### 나. 생산비 상승과 경영악화

한우축산에 있어서 수입배합사료를 많이 사용하고 있기 때문에 환율의 상승은 직접적으로 생산비의 상승을 초래하게 된다. 특히 비육경영의 생산비 상승이 상대적으로 크게 나타나는 것은 번식경영의 경우 생산비의 33.7%가 자가노력비로 구성되어 있고 사료비의 많은 부분을 자급조사료로 대체할 수 있으나 비육경영은 농후사료의 의존도가 높고 사육규모가 비교적 커서 사료구조를 바꾸기가 어려울 뿐만 아니라 번식경영의 송아지생산비 상승분이 그대로 비육경영의 생산비에 영향을 미치기 때문으로 보인다.



수입사료곡물의 원가가 환율변동에 따라 상승할 때 생산비에 미치는 영향을 개략적으로 산출해 보면 환율이 1997년 9월의 914.8원에서 1,100원, 1,300원, 1,500원으로 오르면 그 상승율이 각각 20.2%, 42.1%, 64.0%가 된다. 여기서 1996년도 축산물생산비조사에 따르면 한우송아지의 두당생산비는 1,389천원인데 이중 농후사료비가 338천원이다. 사료원료의 75%가 수입에 의존하고 있으므로 수입사료비는 253천원이 된다. 만약에 환율이 914.8원에서 1,100원으로 20.2%오르면 수입사료비는 253천원에서 304천원으로 51천원 올라 결국 생산비를 3.7%올리게 된다. 이와 같은 방식으로 계산하면 1998년 7월 현재와 같이 환율이 1,300원대를 유지하게 되면 생산비는 7.7% 오르게 된다는 것이다<표 III-1>.

한편 한우 비육경영 농가에서 육성장기비육을 실시할 경우 10kg당 생산비는 61,130원이며 이중 수입사료비는 9,466원이 된다. 비육경영의 생산비는 환율이 각각 1,100원, 1,300원, 1,500원으로 오를 때 3.1%, 6.5%, 9.9% 오르게 된다.

여기서 유의해야 할 점은 비육경영의 생산비 상승폭이 다소 적다고 해서 부담이 적은 것은 아니라는 사실이다. 비육경영에서 송아지 구입비는 생산비의 52.7%를 차지할 정도로 중요한 항목이기 때문에 번식경영의 생산비상승으로 인해 송아지가격이 오르면 비육경영의 가축비가 상승하게 되어 결국 비육경영의 생산비 상승폭은 더욱 커지게 된다.

<표 III-1> 환율변동에 따른 한우 생산비 상승률 추정

항 목	생산비 (비용합계)	수입사료비 (75%가정)	환율(1달러당 원)					
			1,000	1,100	1,200	1,300	1,400	1,500
송아지 (두당)	1,389천원	253천원	3.0%	3.7%	7.2%	7.7%	11.4%	11.7%
육성장기비육 (10kg당)	61,130천원	9,466천원	2.5% (4.1)	3.1% (5.1)	6.1% (9.9)	6.5% (10.6)	9.7% (15.7)	9.9% (16.1)

주 : 1) 환율변동은 1997년 9월의 914.8원을 기준으로 했음.

2) 생산비는 축협중앙회, 「1996년도 축산물생산비 조사보고」, 1997에 의함.

3) 비육경영의 팔호 안은 환율상승으로 가축비와 사료비가 함께 올랐을 경우의 생산비 상승률임.

자료 : 이병오, “신정부의 축산정책과제와 발전방향”, 「1998년 여름 학술발표회 및 심포지엄 논문집」, 한국농업정책학회, 1998. 6.

다시 말하면 환율이 1,300원을 유지하더라도 비육경영의 생산비는 사료비상승과 송아지가격을 포함하여 10.6%가 오르게 된다는 것이다.

따라서 수입배합사료가격인상에 따른 생산비의 상승은 한우사육농가의 경영을 더욱 어

렵게 하고 있으며 배합사료를 제외한 조사료비, 수도광열비, 방역치료비 및 기타비용의 상승분까지 고려하면 생산비의 상승폭은 더욱 클 것으로 예상된다.

#### 다. 가격체계의 혼란과 생산기반 위축

육류시장구조의 왜곡으로 인하여 단계별 시장가격이 연동되지 못하고 있어 산지생축가격의 하락이나 도매단계의 가격하락이 소매단계의 가격하락으로 연결되지 못하는 이른바 육류가격의 하방경직성 현상이 심화되고 있다. 이러한 현상은 시장구조가 왜곡되어 있을 뿐만 아니라 소비지의 영세한 식육업소가 난립해 있고 정부의 수매정책이 실효를 거두지 못하고 있기 때문이다. 특히 정부수매의 일차적인 목적은 시장으로부터 물량을 격리시켜 단기적인 가격안정을 실현하기 위한 것이다. 이를 위해서는 수매육의 방출을 당분간 중단하여 수매물량을 시장에서 격리시켜야 하는데도 불구하고 수매와 방출을 병행하고 있어 수매를 통한 가격지지효과가 나타나지 않고 있다. 또한 정부수매의 제한실시에 따라 수매에 응하지 못한 거세우의 판매가격이 수매를 통해 거래된 비거세우에 비해 가격이 낮게 형성됨에 따라 거세비육이 급감하고 있다.

그리고 급격한 환율인상에 따라 한우고기의 수입쇠고기에 대한 “경쟁가능예상가격”이 높아져 다소 유리한 측면이 없지 않으나 단기적인 가격체계의 혼란으로 한우산업의 미래에 대한 불안이 증폭되면서 고급육 생산기피현상이 나타나고 더 나아가 투매하거나 폐업하는 농가가 속출하고 있어 한우산업의 생산기반마저 위협받고 있는 실정이다.

## IV. 한우와 쇠고기의 수급 및 가격변동

### 1. 한우의 사육동향

한우사육은 지난 오랜기간동안 농경 및 운반을 위한 축력의 이용이나 구비생산 또는 목돈마련을 위한 저축의 수단으로 사육되어 왔기 때문에 한우가격의 폭락으로 인한 사육비의 증감에 관계없이 일정두수의 한우를 확보하여 이용해 왔다. 그러나 지금은 축력에 주로 의존하던 농경과 운반이 기계화되고, 국민소득수준이 향상되어 동물성 단백질식품의 수요가 증가됨에 따라 한우사육의 목적이 쇠고기 등 한우산물을 생산하여 판매함으로써 농가소득을 증대시키는 것으로 변화되었다. 그렇기 때문에 한우 및 쇠고기가격과 생산요소비용의 변동에 따라 결정되는 수익성에 대한 관심이 높아지게 되었으며, 아울러 국민경제적으로는 쇠고기 수요증대에 대한 안정적 공급확보와 국내 부존자원의 효율적

이용이라는 측면이 강조되고 있다.

지난 30년동안의 한우 사육두수는 1970년 1,286천두이던 것이 1975년에는 1,556천두로 증가하였고, 1980년에는 다시 1,361천두로 감소하였다. 1982년부터는 수입쇠고기와 도입 육우의 영향으로 다시 증가하기 시작하였고, 1997년도에는 2,735천두에 이르렀다<표 IV-1>. 이 기간동안에는 경기침체로 인한 쇠고기 소비량이 크게 감소함으로써 한우사육의 증가에 따른 공급량의 과잉과 더불어 가격하락요인으로 작용하기도 했다. 이와 함께 호당 사육두수는 사육농가수의 감소에 따라 1970년에 평균 1.15두에서 1997년에는 5.9두로 꾸준히 증가되어 왔다. 그러나 최근에는 IMF사태로 인한 소비위축과 생산비 상승으로 사육두수가 상당히 줄어든 것으로 보인다.

이와 같이 한우사육두수는 연도별로 증감의 기복이 심한 것으로 나타나고 있는데 그 주요원인은 첫째 한우사육에 있어서 송아지 생산의 수익성이 낮아 송아지 생산을 기피하는 현상이 나타나고 있기 때문이며, 둘째는 국민소득수준의 향상으로 쇠고기 수요가 급증함에 따라 이를 충족하기 위해 도살두수가 늘어났기 때문이고, 셋째는 쇠고기와 육우의 무분별한 수입정책때문이며, 넷째는 IMF사태와 같은 예기치 않은 여건변화에 따른것이라고 하겠다. 특히 한우사육의 증산기반을 구축하면서 쇠고기의 안정적 공급을 유도한다는 목적하에 추진되어온 수입정책이 한우사육두수의 단기증식과잉으로 가격하락을 초래하여 그동안 구축된 증식기반마저 무너뜨리는 결과를 초래했다고 볼 수 있다.

<표 IV-1> 한우의 사육동향, 1970-1997

	1970	1975	1980	1985	1990	1995	1996	1997
사육농가수(천호)	1,120	1,277	948	1,048	620	519	513	465
사육두수(천두)	1,286	1,556	1,361	2,553	1,622	2,594	2,844	2,735
호당사육두수(두)	1.15	1.22	1.44	2.44	2.62	5.00	5.54	5.88

자료 : 농림부, 농림업주요통계, 1998.

최근 한우사육두수의 증감과 관련하여 농경에 필수적인 기본 두수 이외에 쇠고기생산을 위주로 하여 소득증대를 목적으로 사육하는 농가가 증가하고 있다는데 주목할 필요가 있다. 다시 말하면 최소한 1두 이상을 쇠고기생산을 통한 소득 증대목적으로 사육한다고 볼 수 있는 3두이상 사육농가의 수가 1996년에는 1970년에 비해 무려 15배 이상으로 증가한 290천호에 달하고 있으며, 한우사육 전체 농가에 대한 이들 농가의 비율도 1970년

렵게 하고 있으며 배합사료를 제외한 조사료비, 수도광열비, 방역치료비 및 기타비용의 상승분까지 고려하면 생산비의 상승폭은 더욱 클 것으로 예상된다.

#### 다. 가격체계의 혼란과 생산기반 위축

육류시장구조의 왜곡으로 인하여 단계별 시장가격이 연동되지 못하고 있어 산지생축가격의 하락이나 도매단계의 가격하락이 소매단계의 가격하락으로 연결되지 못하는 이른바 육류가격의 하방경직성 현상이 심화되고 있다. 이러한 현상은 시장구조가 왜곡되어 있을 뿐만 아니라 소비자의 영세한 식육업소가 난립해 있고 정부의 수매정책이 실효를 거두지 못하고 있기 때문이다. 특히 정부수매의 일차적인 목적은 시장으로부터 물량을 격리시켜 단기적인 가격안정을 실현하기 위한 것이다. 이를 위해서는 수매육의 방출을 당분간 중단하여 수매물량을 시장에서 격리시켜야 하는데도 불구하고 수매와 방출을 병행하고 있어 수매를 통한 가격지지효과가 나타나지 않고 있다. 또한 정부수매의 제한실시에 따라 수매에 응하지 못한 거세우의 판매가격이 수매를 통해 거래된 비거세우에 비해 가격이 낮게 형성됨에 따라 거세비육이 급감하고 있다.

그리고 급격한 환율인상에 따라 한우고기의 수입쇠고기에 대한 “경쟁가능예상가격”이 높아져 다소 유리한 측면이 없지 않으나 단기적인 가격체계의 혼란으로 한우산업의 미래에 대한 불안이 증폭되면서 고급육 생산기피현상이 나타나고 더 나아가 투매하거나 폐업하는 농가가 속출하고 있어 한우산업의 생산기반마저 위협받고 있는 실정이다.

## IV. 한우와 쇠고기의 수급 및 가격변동

### 1. 한우의 사육동향

한우사육은 지난 오랜기간동안 농경 및 운반을 위한 축력의 이용이나 구비생산 또는 목돈마련을 위한 저축의 수단으로 사육되어 왔기 때문에 한우가격의 폭락으로 인한 사육비의 증감에 관계없이 일정두수의 한우를 확보하여 이용해 왔다. 그러나 지금은 축력에 주로 의존하던 농경과 운반이 기계화되고, 국민소득수준이 향상되어 동물성 단백질식품의 수요가 증가됨에 따라 한우사육의 목적이 쇠고기 등 한우산물을 생산하여 판매함으로써 농가소득을 증대시키는 것으로 변화되었다. 그렇기 때문에 한우 및 쇠고기가격과 생산요소비용의 변동에 따라 결정되는 수익성에 대한 관심이 높아지게 되었으며, 아울러 국민경제적으로는 쇠고기 수요증대에 대한 안정적 공급확보와 국내 부존자원의 효율적

내용없음

내용없음

### 3. 한우 및 쇠고기의 가격변동

한우의 사육목적이 영농기계화의 진전과 소득수준의 향상으로 역용에서 육용으로 바뀌에 따라 한우의 사육두수는 가격이 높으면 증가하고 가격이 하락하여 소득이 낮아지면 감소되는 등 1970년부터 지금까지 거의 4~5년을 주기로 사육두수의 증감현상이 반복되고 있으며, 한우가격은 3년계속 상승했다가 2~3년 계속 하락하는 현상이 주기적으로 반복되고 있다.

지난 10년간 한우가격의 변화를 보면 1990년 대비 1997까지의 한우가격상승은 500kg 솟소는 2,426천원으로 0.8%상승했으며, 솟송아지는 1,046천원으로 14%가 하락하였는데 비해 500kg 암소는 0.6%상승했으며, 암송아지는 15.5%하락하였다<표 IV-7>.

<표 IV-7> 한육우 가격 동향, 1970-1997

(단위 : 천원/두)

	암 송 아 지		솟 송 아 지		암 소		솟 소	
	가격	지수	가격	지수	가격	지수	가격	지수
1970	28.4	3.3	28.4	2.3	140.8	6.6	151.6	6.3
1975	54.0	6.2	54.0	4.4	279.3	13.0	291.1	12.1
1980	158.6	18.3	283.1	23.3	858.8	40.0	981.4	40.8
1985	354.5	40.9	443.6	36.5	1,215.6	56.6	1,381.4	57.4
1990	867.0	100.0	1,217.0	100.0	2,147.0	100.0	2,405.5	100.0
1991	1,256.0	144.9	1,540.0	126.5	2,525.5	117.6	2,740.1	113.9
1992	1,361.0	157.0	1,677.0	137.8	2,691.0	125.3	3,003.6	124.9
1993	1,034.0	119.3	1,375.0	113.0	2,429.0	113.1	2,692.6	111.9
1994	1,117.0	128.8	1,592.0	130.8	2,619.0	122.0	2,917.9	121.3
1995	1,617.0	186.5	1,887.0	155.1	3,087.0	143.8	3,173.0	131.9
1996	1,506.0	173.7	1,567.0	128.8	2,850.0	132.7	2,848.0	118.4
1997	733.0	84.5	1,046.0	85.9	2,159.0	100.6	2,426.0	100.9

- 1) 1970, 1975년도의 송아지 가격은 암수 평균가격임
  - 2) 큰 소는 500kg 산지가격이며, 송아지는 3개월령 산지가격임
  - 3) 지수는 1990년을 100으로 한 것임
- 자료 : 축협중앙회, 축산물가격 및 수급자료, 각년도.

이러한 가격변화는 첫째 한우가격의 변동에 있어서 큰 소보다는 송아지의 가격변동폭이 크다는 것을 알 수 있고, 둘째, 동일체중에서 수소보다는 암소의 가격변동폭이 크다는

것을 알 수 있다. 이러한 현상은 한우사육의 주요 목적인 비육우를 생산하기 위한 밀소(비육원우) 생산용 암소가격이 수소에 비하여 가격변동폭이 높다는 것을 말해 주고 있다.

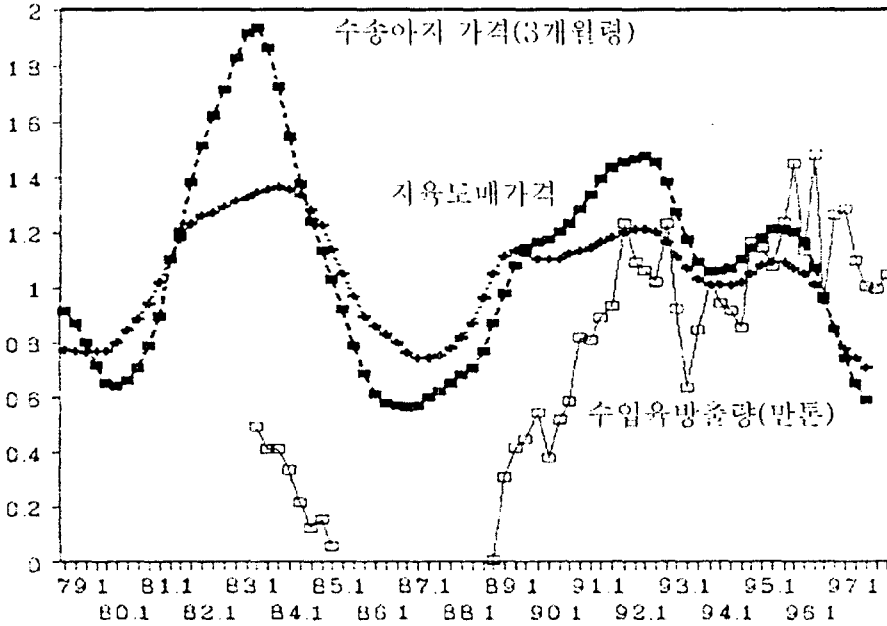
송아지가격이 높아지면 번식우 사육농가는 높은 소득을 얻기 때문에 사육의욕이 증가하게 된다. 그러나 송아지 가격이 높아지면 높은 가격으로 밀소를 구입하여 비육하는 비육우 사육농가의 입장에서는 구입한 밀소를 비육하여 출하할 때의 큰소가격이 그만큼 상승하지 않는다면 밀소구입비를 포함하는 사육비의 일부를 회수하지 못함으로써 막대한 손실이 발생할 수 있다. 이와 같이 번식우 사육농가와 비육우 사육농가는 송아지가격이 변동함에 따라 상반된 이해관계에 있다. 따라서 큰소가격과 송아지 가격간에 적절한 가격차를 유지하는 것은 번식우 사육농가와 비육우 사육농가간에 공평한 수익을 얻도록 하는 것은 물론이고 한우의 전체적인 수급조절과 가격안정을 위해서도 중요한 과제가 되는 것이다.

또한 국내 쇠고기 가격은 약 4-5년의 주기를 가지고 증감이 반복되고 있으며, 수입육의 방출량은 단기적으로는 가격을 안정시키고 있으나 장기적으로는 수급불균형을 초래해 한우가격의 불안정을 야기시키고 있다. 왜냐하면 수입쇠고기가 한우쇠고기를 대체하는 것이 아니라 가격면에서 젓소고기 및 돼지고기와 경합되어 오히려 젓소고기 및 돼지고기의 가격을 하락시키는 결과를 초래하고 있기 때문이다.

수입쇠고기의 방출을 통한 한우도매가격을 안정시키고, 비육우농가에 집중적인 자금 지원을 확대함으로써 한우경쟁력을 향상시키려는 정부의 노력은 한우 산업전반에 걸쳐 많은 문제점을 야기시키고 있다. 수입육 방출량을 늘리면 1-2개월의 시차를 두고 도매시장 가격이 하락하고 도매시장가격의 하락에 따라 약 10여개월의 시차를 두고 수송아지가격이 하락하는 것이 정상적인 현상으로 기대하고 있으나, 현실적인 사정은 그렇지 않다. 그동안 수입육방출량을 늘려왔으나 그때마다 약 18개월의 시차로 도매시장가격이 하락하는 현상을 보이므로써 가격안정효과가 극히 적었다<그림 IV-1>. 또한 한우경쟁력 제고사업의 투자가 비육농가에 치중됨으로써 송아지수요가 증가하였으며, 그에 따라 송아지가격이 상승하고 그 변동폭이 매우 크게 나타나고 있다. 이러한 현상은 쇠고기 생산비를 상승시킴으로써 한우경쟁력을 오히려 저하시키는 결과를 가져오고 있다.

한편 수입쇠고기 방출량을 늘려 온 결과 한우고기 가격이 거의 시차없이 상승하고 있는데 그 원인은 우선 냉동육위주의 현행 수입할당제하에서 한우고기 도매가격은 수입쇠고기 방출량에 직접적으로 영향을 받지 않고 있기 때문이다. 즉 쇠고기 소비패턴이 소득



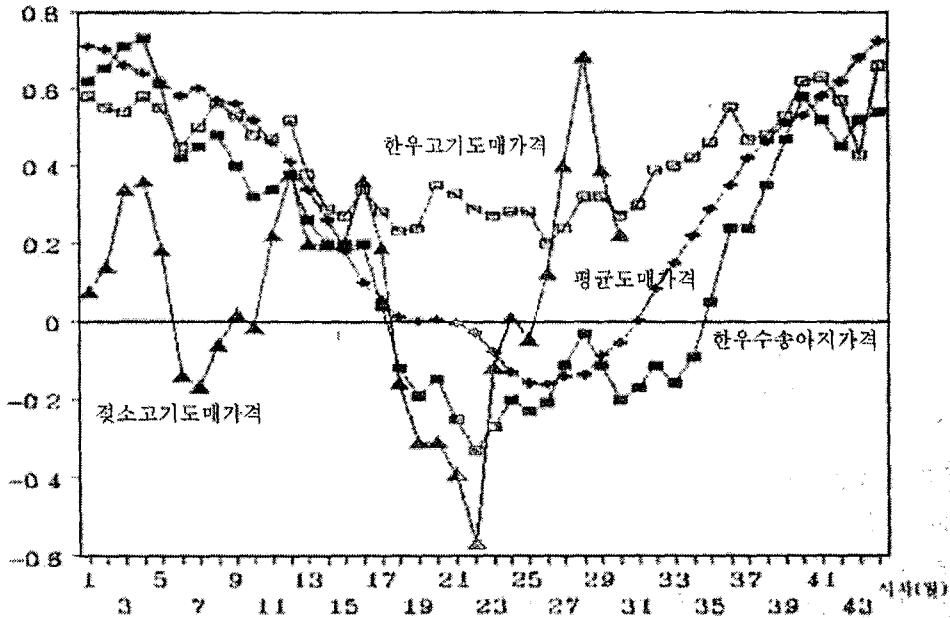


<그림 IV-1> 수입육방출의 파급효과

자료 : 조석진, “수입할당제하에서의 우육가격정책의 문제점 및 개선방안” 「농업경제연구」 제37집, 한국농업경제학회, 1996.12.

수준의 증대와 함께 양에서 질을 추구하는 쪽으로 바뀔에 따라 수입쇠고기와 한우고기간의 대체관계가 더욱더 미약해졌기 때문으로 보인다. 그리고 한우고기의 심리적인 차별적 수요가 상대적으로 증가하고 있는 것도 그 원인의 하나가 되고 있다. 즉 수입쇠고기 방출량이 증가하면 한우고기의 상대적 희소 가치가 높아져 한우고기를 찾는 사람이 많아지고 그에 따라 한우고기 가격이 올라가는 현상을 나타내게 된다는 것이다. 반면에 수입쇠고기 방출량의 증가에 따른 영향이 젓소고기 도매가격을 빠른 속도로 하락시키는 현상으로 나타나고 있다<그림 IV-2>. 그것은 수입쇠고기와 젓소고기의 대체관계가 높기 때문이며, 수입쇠고기 방출에 따른 가격인하효과가 젓소고기 도매가격의 하락으로 가장 빨리 나타나고 있다.

이와 같은 현상에 비추어 볼 때 수입쇠고기 방출을 통해 한우가격인하를 유도하려는 현행 정부정책은 수입육 방출량의 증대가 젓소고기 가격을 인하시키고 젓소고기 수요를



<그림 IV-2> 한우 및 쇠고기가격의 시차변동

자료 : 조석진, "수입할당제하에서의 우육가격정책의 문제점 및 개선방안" 「농업경제연구」 제37집, 한국농업경제학회, 1996.12.

유발함으로써 한우고기수요를 상대적으로 줄이게 되어 한우고기 가격을 인하시키는 소위 간접효과에 의존할 수 밖에 없는 실정이다. 그러나 수입쇠고기의 무제한 방출은 자칫 소비량만 늘리면서 단기적인 가격안정효과를 거둘 수 없는 결과를 초래할 수도 있다. 그 주된 이유는 소매단계에서 젓소고기의 한우고기로의 둔갑판매에 기인하는 바가 크기 때문이다.

도매단계에서 비록 수입쇠고기와 젓소고기간의 대체관계가 크다고 하더라도 젓소고기의 한우고기로의 둔갑판매가 성행하는 상황에서는 도매단계에서의 젓소고기가격의 하락이 소매단계까지 이어지지 못하게 된다. 그 결과 수입육 방출량을 늘리면 젓소고기가격이 하락하고 그에 따라 젓소고기수요가 증가하면 상대적으로 한우고기 수요가 줄어들고 나중에는 한우고기 가격이 하락하는 현상이 나타나게 된다. 이렇게 되면 결국 젓소고기는 도매시장에서의 가격하락폭만큼 유통마진만 커지는 결과를 초래하게 되는 것이다.

이러한 현상을 방지하기 위해서는 젓소고기와 한우고기의 구분판매가 필수적이며, 한우고기의 품질차별화를 강화시키기 위해서도 필요한 것이다. 그러나 문제는 소비자가 한우고기와 젓소고기를 구분하는데 어려움이 있다는 것이다. 이러한 둔갑판매는 현재도 상존하고 있으며, 이는 품질에 따른 가격체계의 혼란을 야기시키고 있다.

따라서 정책적인 면에서 수입쇠고기의 방출을 통해 한우고기가격의 하락을 유도하기 위해서는 현재 국내산으로 구분되고 있는 젓소고기의 구분판매제도가 선행되어야 한다. 아울러 한우고기의 가격인하를 유도하기 위한 단기적인 정책목표의 효율성 제고를 위해서는 선별적인 쇠고기 수입이 바람직하다고 하겠다.

#### 4. 시장구조의 왜곡에 따른 가격체계의 혼란

육류시장구조의 왜곡으로 인하여 유통단계별 시장가격이 연동되지 못하고 있다. 육류시장을 교란하는 불법사례의 하나로 도매업자들의 거래형태를 들 수 있는데 도매업자들은 영세식육점을 상대로 쇠고기를 판매하면서 산지에서 구입한 소값보다 두배이상의 폭리를 취하는 등의 가격체계의 교란은 물론 탈세까지 하고 있는 것으로 나타났다. 소매식육점들도 축협 및 낙협판매점, 대형수퍼마켓, 영세식육점 등으로 나눌 수 있는데 이들 가운데 하루 판매량이 비교적 많은 축협이나 낙협판매점과 대형수퍼마켓 등은 산지에서 직접 소를 구입하여 도살해 판매하고 있기 때문에 당국과 협의한 소비자 가격을 준수하거나 오히려 책정가격보다 낮은 가격에 판매하고 있다. 그러나 나머지 대부분을 차지하는 영세식육점의 경우 하루 판매량이 적기 때문에 산지소를 직접 구입해 판매하기가 어려워 도매업자들로부터 납품받아 판매하고 있다. 이에 따라 도매업자들은 산지에서 싼 가격에 소를 구입해 도살한 뒤 영세식육점 등에 판매하고 있는데 이들은 지난해 1997년부터 실시된 쇠고기의 등급별 판매제도를 철저히 악용하고 있다. 이들은 영세식육점이 직접 소를 구입해서 도살할 능력이 없다는 것을 노려 등심이나 갈비 등 일부 부위의 공급량을 조절하면서 웃돈을 받는 등 폭리를 취하고 있다. 또한 이들은 등심이나 갈비 등 특등품 쇠고기를 취급하는 식당 등에 쇠고기를 판매하면서 책정한 가격에 웃돈을 요구하는가 하면 이를 거부하면 쇠고기가 없다며 판매를 거절함으로써 영업을 방해하는 수법도 쓰고 있는 것으로 알려지고 있다.

아울러 1996년말 현재 53,000개에 달하는 영세한 식육업소의 난립으로 생축의 산지가 격하락이 소비자가격에 연동되지 않는 「하방경직성현상」이 심화되고 있다. 이것은 도

매시장의 경매에 의한 지육가격형성과 수많은 영세소매점에서의 판매가격결정은 서로 연동되기 어려우며 영세소매점입장에서 볼 때 도매가격이 내렸다고 하여 소매가격을 바로 내릴 수 있는 경영상태가 되어 있지 못할 뿐만 아니라 소비자들도 가격을 비교하여 소매점을 선택할 수 있을만큼 유통정보를 갖고 있지 못하기 때문이다. 다시 말하면 한우 및 쇠고기 유통구조가 매우 취약하기 때문에 나타나는 필연적인 현상인 것이다. 이에 따라 수급불균형이 장기화되면서 정부수매가 불가피하게 되어 막대한 재정적자를 유발시키고 있다.

그리고 정부에서는 가격안정을 위한 단기정책의 하나로 한우수매정책을 실시하고 있으나 그 시행상의 오류 때문에 가격하락은 지속되고 있다. 1997년 1월 25일 이후 1998년 5월 중순까지 4,470억원을 투입하여 총 154,000두의 한(육)우를 수매한 바 있다. 그 과정에서 수매자금의 고갈로 농·축협에서 1,870억원을 연리 16~18%의 고금리로 차입하여 운영하고 있다. 그럼에도 불구하고 현재까지 가격안정이 달성되지 못하고 있다. 수매정책의 가장 중요한 목적은 시장으로부터 물량을 격리시킴으로써 단기적인 가격안정을 실현하기 위한 것이다. 이를 위해서는 수매육을 일정기간 비축함으로써 수매물량을 시장에서 격리시켜 가격안정을 유도해야 하는데도 불구하고 수매자금이 부족하다는 이유로 수매와 방출을 동시에 병행하고 있어 수매를 통한 가격지지효과를 거두지 못하고 있으며, 수매자금의 고갈만을 초래하고 있는 실정이다.

더욱이 최근에는 정부의 소수매방식이 정액수매에서 시가수매로 전환된 이후 소값하락에 따라 수매가가 낮아지고, 그 여파로 소값이 또다시 떨어지는 등 악순환의 양상을 보이면서 한우사육기반을 위협하고 있다.

## V. 한우산업의 경영실태와 문제점

### 1. 한우경영의 특성과 경영형태

한우경영은 한우축산의 여건변화와 함께 한우자체가 역우로서의 역할이 감소되고 식육공급원으로 전환하여 오는 과정에서 많은 변화를 수반하였으며, 이러한 변화는 사육농가와 쇠고기 수급 및 가격안정에 많은 혼란을 초래한 것도 사실이다.

이러한 경영여건의 변화과정에서 두드러지게 나타나고 있는 현상을 보면 첫째, 한우의 경제적 가치에 대한 인식이 변화되었다. 한우가 역우로서의 역할이 감소함에 따라 사육

농가의 입장에서는 주요 소득원으로 자리잡게 되었으며, 경제운영측면에서는 소득탄력성이 높은 식육공급원으로서의 수급 및 가격안정과 사육농가 소득보호를 함께 다루어야 하는 주요 정책대상으로 자리잡게 되었다.

둘째, 한우의 사육방식과 사육시설의 변화이다. 한우는 국내 사육가축들중에서 혈통이 가장 잘 보전된 전통적인 가축으로서 농업인들에게 사양방법이 잘 익혀져 있으며, 곡류를 주사료로 하고, 질병에도 강하여, 우리의 입맛에 맞는 양질의 고기를 제공하여 왔다. 그러나 사육목적이 바뀌면서 사육형태, 사육방식, 사육시설 등이 전통적인 방식과 전혀 다르게 변화되고 있으며, 새로운 사육 및 비육방식의 개발이 요구되고 있다.

세째, 한우사육 및 비육에 대한 노동여건의 변화이다. 경제발전과 더불어 나타난 농촌 노동력의 이농현상과 소득수준의 향상에 따른 축산분야 노동취업의 기피현상으로 인하여 노동력 부족현상이 심화되고 노임상승이 초래되었다. 따라서 생산비에서 차지하는 노력비의 비중이 급속히 증가하고 있어 시설, 사양 비육 등 경영전반에 걸쳐 노동능률을 향상시킬 수 있는 방안이 모색되어야 한다.

이러한 여건변화에도 불구하고 한우는 다른 가축에 비해 농가에서 많이 사육되고 있으며, 농가경제에서 중요한 위치를 차지하고 있다. 그 이유는 첫째, 한우는 현금지출이 비교적 적게 소요되는 방식으로 사육할 수 있으며, 둘째, 사양관리가 용이하고, 세째, 시설 및 시설관리비가 적게 들며, 네째, 사양기술의 차이에 의한 수익/적자 폭이 비교적 적으며, 다섯째, 농가의 안정된 소득원으로 인식되고 있기 때문이다.

따라서 한우경영의 형태도 경영목적에 따라 크게 두 가지로 구분하여 한우를 사육하게 되었다. 그것은 송아지를 생산하는 번식경영과 비육을 위주로 하고 비육경영이다. 번식경영은 비육용 송아지(밀소)의 생산에 목적이 있으므로 번식율을 높이고 번식우 사육비를 절감하는 것이 경영의 주요 관건이 된다. 반면에 비육경영은 우수한 밀소를 선택하여 양질의 식육을 공급하기 위한 식육공급원을 육성하여 판매하는 것이 경영의 주요 관건이 된다.

## 2. 번식경영과 비육경영의 경제적 파급효과

한우경영에 있어서 송아지를 생산하는 번식경영과 비육을 위주로 하는 비육경영은 상호 밀접한 관계가 있으며, 그 경제적 파급효과도 복합되어 있다. 쇠고기의 국내 수요에 대처하여 안정적인 공급기반을 구축하기 위해서는 무엇보다도 번식경영이 선행되어야 한다. 그런데 최근의 한우사육동향을 보면 비육경영에 비하여 번식경영의 수익성이 상대적

으로 낮기 때문에 번식경영이 점차 감소하는 현상을 나타내고 있어 장기적인 한우생산체계 확립에 대한 전망을 어둡게 하고 있다.

번식경영은 비육용 송아지(밀소)의 생산을 위해 분만간격이 단축되도록 번식관리를 하는 것이 중요하며, 임신기간 중 가장 저렴한 경영비로서 번식우를 사육하여야 한다. 즉 번식율을 높이고 번식우 사육비를 절감하는 것이 중요하게 된다. 그러나 생리적인 번식율을 인위적으로 높인다는 것은 많은 제약이 따를 수 있기 때문에 우리나라 한우사육에 있어서 번식경영이 점차 감소되고 있는 것도 이러한 번식우 사육이 경제적으로 불리하다는데 근본원인이 있다.

번식경영의 감소현상은 암소에 대한 수요감소를 의미하는 동시에 방매되는 암소의 공급증가를 의미하는 것이기 때문에 암소의 상대가격은 하락하게 된다. 만약에 정부가 암소의 도살연령을 제한하는 조치를 취한다고 하더라도 상대적으로 불리한 암소의 환금기회를 제약하는 결과가 되기 때문에 암소의 가격하락을 부채질하게 된다. 이러한 암소가격의 상대적 하락은 암소에 대한 밀도살을 성행케 함으로써 번식우 사육두수의 감소와 더불어 송아지의 생산 및 공급도 감소하게 되어 전체적인 한우사육두수가 감소하게 되는 것이다.

한편 비육경영의 측면에서 보면 비육우 사육의 상대적 유리성은 비육우 사육농가를 증가시키는 요인으로서 숫송아지에 대한 수요는 증가되지만, 다른 한편으로 번식우 사육두수의 감소로 인하여 송아지의 공급은 오히려 감소하기 때문에 숫송아지 가격은 폭등하게 되어 숫송아지와 암송아지와 가격차를 가져오게 되고, 이러한 가격차가 번식우의 사육두수 또는 한우의 사육두수를 감소시켜 결국 쇠고기 공급량을 감소시키고 쇠고기의 가격불안정을 초래하게 되는 것이다. 특히 정부가 비육경영의 국제 경쟁력을 향상시키기 위해서 비육농가를 집중적으로 지원하는 조치는 현실적으로 번식농가의 경영을 상대적으로 악화시킴으로써 송아지 공급의 감소를 부채질하여 숫송아지 가격의 폭등을 유발하고, 비육우 생산비 상승을 초래하게 되어 결국 국제 경쟁력을 저하시키는 결과를 가져올 수 있다.

### 3. 한우경영의 실태와 문제점

한우경영은 국내외적인 여건변화에 직면하여 많은 문제점을 알고 있다. 특히 시장개방에 따른 영향이 농업부문중에서도 가장 심각할 것으로 지적되고 있어 한우경영의 국제경쟁력 향상이 시급한 과제가 되고 있다.

한우고기의 가격경쟁력을 쇠고기의 주요 수출국인 미국과 비교해보면 생산비 면에서

3.8배, 소비자 가격면에서 4.0배의 차이가 나고 있다(송만경 외, 1995:45). 특히 생산비의 차이가 큰 원인은 한우의 사육규모가 영세하고 시설이 미비하여 발생하는 노력비의 격차가 크기 때문이다. 1997년도 한우 생산비의 구성을 보면 송아지의 경우 사료비의 비중이 35.8%로 가장 크고, 다음이 노력비 32.7%, 자본이자 21.3% 등인 것으로 나타났으며 사육규모가 작을수록 그 비중이 현저히 큰 것으로 나타났다<표 V-1>.

&lt;표 V-1&gt; 한우송아지 두당 생산비, 1997.

(단위 : 원)

사육규모 비 목	3두 미만	3~9	10두이상	평균	구성비 (%)
사 료 비	475,319	490,891	528,141	514,105	35.8
(농 후 사 료)	(323,125)	(350,596)	(399,131)	(380,486)	(26.5)
(조 사 료)	(152,192)	(140,295)	(129,010)	(133,619)	(9.3)
수 도 광 열 비	11,063	10,058	8,853	9,332	0.6
방 역 처 료 비	14,040	14,121	17,143	16,068	1.1
수 선 비	5,177	5,538	5,585	5,549	0.4
소 농 구 비	5,508	2,408	1,487	1,874	0.1
제 재 료 비	6,468	4,449	3,593	4,000	0.3
고 용 노 임	917	2,360	4,929	3,943	0.3
중 부 료	18,741	6,620	16,653	16,756	1.2
차 입 금 이 자	18,323	22,919	24,626	23,781	1.6
기 타 잡 비	7,352	6,507	5,799	6,093	0.4
상 각 비	81,503	75,028	50,827	59,736	4.2
(건 물)	(29,794)	(29,458)	(23,078)	(25,355)	(1.8)
(대 농 구)	(51,709)	(45,570)	(27,749)	(34,381)	(2.4)
소 계	644,409	650,899	667,636	661,337	46.0
자 가 노 력 비	746,691	576,827	397,357	469,429	32.7
고정자본이자	300,827	283,947	267,116	273,901	19.1
유동자본이자	28,293	28,233	29,820	29,272	2.0
토지자본이자	3,827	3,791	3,364	3,506	0.2
비용합계(A)	1,724,047	1,543,697	1,365,293	1,437,445	100.0
부산물수입(B)	11,939	12,456	13,358	13,011	
생산비(A-B)	1,712,108	1,531,241	1,351,935	1,424,434	
번식률(%)	79.3	81.0	81.6	81.3	

자료 : 축협중앙회, 축산물생산비조사보고, 1998.

비육우의 경우는 가축비 비중이 61.5%로 가장 크고, 다음이 사료비 20.6%, 노력비 8.1%등으로 나타났으며, 이 경우도 사육규모에 따라서 그 비중이 현저하게 차이가 나타나고 있다<표V-2>. 여기서 볼 수 있듯이 번식경영은 규모의 영세성과 조사료 생산기반의 부족이 문제이고, 비육경영은 번식경영의 생산비가 높아 송아지 가격이 큰 부담으로 작용하고 있다는 것을 알 수 있다. 한편 한우경영의 수익성추이를 보면 번식경영보다는 비육경영의 수익성이 비교적 양호했던 것으로 나타났다. 번식경영의 수익성이 비육경영보다 좋았던 해는 주로 송아지가격의 변동에 크게 기인하였는데 이것은 송아지 가격이 비쌀 때는 번식경영의 수익성은 좋으나 비육경영의 수익성이 나빠진다는 것을 나타내고 있다<표V-3>.

&lt;표V-2&gt; 한우 비육우 생체 10kg당 생산비(중소비육), 1997.

(단위 : 원)

사육규모 비 목	5두 미만	5두 이상	평균	구성비 (%)
가 축 비	35,834	38,264	37,598	61.5
사 료 비	13,762	12,238	12,619	20.6
(농 후 사 료)	(11,762)	(10,772)	(11,028)	(18.0)
(조 사 료)	(2,000)	(1,466)	(1,591)	(2.6)
수 도 광 열 비	168	128	138	0.6
방 역 치 료 비	222	172	184	0.3
수 선 비	146	106	115	0.2
소 농 구 비	16	16	16	0.0
제 재 료 비	81	75	77	0.1
고 용 노 임	-	-	-	-
차 입 금 이 자	428	419	422	0.7
기 타 잡 비	107	107	107	0.2
상 각 비	961	616	696	1.1
(건 물)	(327)	(243)	(263)	(0.4)
(대 농 구)	(634)	(373)	(433)	(0.7)
소 계	51,725	52,141	51,972	84.9
자 가 노 력 비	7,651	4,121	4,936	8.1
고정자본이자	745	603	637	1.0
유동자본이자	3,747	3,558	3,608	5.9
토지자본이자	31	24	25	0.1
비용합계(A)	63,899	60,447	61,178	100.0
부산물수입(B)	152	142	145	
생산비(A-B)	63,747	60,305	61,033	

자료 : 축협중앙회, 축산물생산비조사보고, 1998.



&lt;표 V-3&gt; 번식경영과 비육경영의 수익성 비교, 1983~1997. (단위 : 천원/마리)

구 분	번 식 우			비 육 우		
	조수입	소득	순수익	조수입	소득	순수익
1983	847	542	212	1,697	229	65
1984	588	282	8	1,715	322	154
1985	384	103	△139	1,343	139	△32
1986	282	11	△231	1,132	123	△47
1987	320	63	△197	1,146	179	△12
1988	384	115	△223	1,400	507	157
1989	725	441	36	1,920	803	397
1990	873	561	91	2,111	611	123
1991	1,168	826	244	2,534	687	132
1992	1,359	1,003	403	3,017	867	243
1993	1,084	663	93	2,856	422	△143
1994	1,103	655	107	3,131	818	276
1995	1,351	884	285	3,408	1,018	431
1996	1,384	881	237	3,242	572	△75
1997	823	286	△345	2,815	74	△576

자료 : 축협중앙회, 축산물 생산비 조사 보고, 각년도.

그러나 번식경영의 경우 송아지 가격이 하락할 때 성우 가격보다 큰 폭으로 떨어지기 때문에 수익성이 크게 악화된다. 그 좋은 예가 1985년부터 1988년까지의 소값 폭락 때에 나타난 현상에서 볼 수 있었다. 반면에 비육경영은 번식경영보다는 수익성의 진폭이 작게 나타난다. 한우경영의 수익성의 진폭을 축소하기 위해서는 송아지 가격 등의 가격안정대책이 필요하게 되는데 이러한 제도적 장치가 없기 때문에 소값의 주기적 변동과 아울러 수익성이 크게 영향을 받게 된다.

#### 4. 진주지역 한우농가의 경영실태와 문제점

##### 가. 한우번식경영

진주지역 한우번식농가의 경우 사레농가의 두당 수익성을 보면 조수입이 전국 표준농가보다는 1.6%정도 높고, 경남표준농가의 98.5% 수준인 907천원이고, 경영비는 618천원으로 소득이 전국 표준농가보다는 6.9%정도 높고, 경남표준농가의 96.2%수준인 296천원으로 비교적 낮은 실정이다<표 V-4>.

&lt;표 V-4&gt; 한우 번식경영의 성과분석표, 1997.

(기준 : 원/두/연)

구 분		전국표준농가 <sup>1)</sup>	경남표준농가 <sup>2)</sup>	진주사례농가 <sup>3)</sup>	
조수입	주산물가액	745,634	823,219	810,068	
	부산물가액	147,616	97,805	97,397	
	계	893,250	921,024	907,381	
경 영 비	중	종 축 비	74,875	54,689	57,214
		농후사료비	260,078	227,046	228,176
	간	조 사 료 비	147,945	195,412	193,687
		진료위생비	20,356	14,764	15,665
		수도광열비	9,251	12,520	13,824
		제 재 료 비	24,860	30,059	31,353
	재	소 농 구 비	1,719	1,986	2,169
		대농구상각비	22,573	28,614	28,569
		영농시설상각비	15,180	17,390	16,914
	비	수리(修理)비	6,767	4,939	6,669
		종 부 료	23,547	23,627	24,722
		기 타 요 금	1,888	967	980
		계	609,039	612,015	617,150
		임 차 료	670	0	0
	고용노력비	6,345	726	765	
	계	616,054	612,741	618,059	
자 가 노 력 비		456,782	644,707	649,135	
소 득		277,196	308,283	296,442	
소 득 율(%)		31.0	33.5	32.7	

1), 2) 농축산물 표준소득 분석결과(농촌진흥청, 1998)

3) 진주지역 사례농가 조사결과

사양관리에 있어서도 분만전후의 관리미숙으로 번식률이 낮아 적정사료급여 및 충분한 운동, 양질의 조사료 공급, 철저한 방역관리, 호르몬제의 남용금지, 적기수정 등을 통해 번식률을 향상시키는 것이 중요할 것으로 보인다. 또한 시설이 낙후되어 있고, 경영규모가 영세하여 두당 사양관리시간이 많이 소요되고 있으며, 시간당 노동생산성도 낮은 수준에 있다.

진주지역 한우 번식농가의 대부분이 경영규모의 영세성으로 인하여 생산비가 비교적 높은 편

이고, 이에 따라 자율적인 수급조절에 곤란을 겪고 있을 뿐만 아니라 신기술의 도입에도 어려움을 가지고 있어 축사시설의 개선과 경영규모의 적정화로 생산비를 절감해야 하는 과제를 안고 있다.

아울러 판매시에는 개별출하보다는 공동출하를 하고, 유통정보를 입수하여 충분히 활용하여 적정시기에 적정물량을 제값 받고 판매할 수 있도록 해야 한다.

그리고 각 농가는 경영주로서의 자기 경영체가 합리적으로 운영되고 있는지를 정확하게 분석하고 진단하기 위해 경영전체에 대한 자산의 흐름, 가축의 변동상황, 자본재 및 노동력의 투입현황, 생산물의 판매 등에 대한 구체적이고 정확한 내용을 꾸준히 기록하여 향후의 여건변화에 대응토록 해야 할 것이다.

#### 나. 한우비육경영

전주지역 한우비육농가의 경우 사육농가의 두당 수익성을 보면 조수익이 전국 표준농가의 94.2% 수준인 2,242천원이고, 경영비는 2,019천원으로 소득이 전국 표준농가의 42.4%, 경남 표준농가의 97.9%로 비교적 낮은 실정이다<표V-5>. 이는 주산물 판매가격이 비교적 낮은 것으로 보아 판로에 문제가 있으며, 노력비 및 고정자본이 과다 투자되어 생산비가 높아진 것이 주요 원인인 것으로 보인다. 이에 따라 증체량 및 적정판매시기의 결정에 유의하여 조수입을 증대시키고 각종 시설의 개선과 생력화로 생산비를 절감하는 것이 중요한 과제가 되고 있다.

특히 사료 급여량에 비하여 일단 증체량이 0.88kg으로 낮은 수준이고, 출하체중에 있어서도 475kg에서 조기출하하는 경우가 많아 비효율적인 경영의 한 요인이 되고 있다. 비육단계별 적정사료급여와 출하체중의 연장이 필요할 것이다.

사양관리에 있어서도 두당 사양관리시간이 157시간이나 소요되고 있어 시간당 노동생산성이 비교적 낮은 편이며, 경영규모 확대에 의한 적정 노동력투입으로 노동생산성을 향상시킬 필요가 있다.

따라서 경영규모의 영세성으로 인한 생산비의 상승, 자급적 수급조절 애로, 신기술도입의 어려움, 품질고급화의 인식결여 등이 비육 경영전반에 내재되어 있기 때문에 축사시설의 개선과 경영규모의 적정화 그리고 기술의 개선을 통해 생산비를 절감하는 것이 중요한 과제가 되고 있다.

한우 비육우의 생산비 중에서 가장 큰 비목을 차지하고 있는 항목이 가축비로서 55~65%를 차지하고 있다. 이러한 가축비를 절감하기 위해서는 비육밑소를 자기 농장에서

생산하거나 이웃농장과 협업하여 송아지를 생산함으로써 경영의 안정화와 가축비의 절감을 도모해야 할 것이다. 노동생산성면에 있어서도 사육규모의 영세성과 시설의 낙후성으로 인하여 두당 연간 노동투하량이 5두 미만의 경우 217시간으로 20두 이상의 69시간에 비해 3배정도가 많은 노동력을 투입하고 있는 점을 감안하여 경영규모의 확대와 축사시설의 개선을 통해 생산성을 향상시키는 것도 중요한 과제가 아닐 수 없다.

<표 V-5> 한우 비육경영의 성과분석표, 1997.

(기준 : 원/두/연)

구 분		전국표준농가 <sup>1)</sup>	경남표준농가 <sup>2)</sup>	진주사례농가 <sup>3)</sup>
조수입	주산물가액	2,327,084	2,139,971	2,140,175
	부산물가액	52,845	106,451	101,797
	계	2,379,929	2,246,422	2,242,256
경 간 영 재 비	중 축 비	1,027,286	1,191,944	1,197,020
	농후사료비	618,417	581,901	582,467
	조사료비	89,734	140,157	140,162
	진료위생비	19,278	17,272	17,261
	수도광열비	8,949	6,377	6,472
	제재료비	32,177	34,460	33,694
	소농구비	1,029	1,170	1,174
	대농구상각비	13,310	11,534	11,715
	영농시설상각비	17,098	16,897	17,013
	수리(修理)비	6,185	3,891	3,882
	기타요금	1,899	480	481
계	1,835,362	2,006,083	2,011,413	
비	임차료	1,412	2,556	2,699
	고용노력비	4,454	4,530	4,559
	계	1,841,228	2,013,169	2,018,627
자가노력비		334,417	285,959	289,286
소득		538,701	233,253	228,264
소득율(%)		22.6	10.4	10.2

1), 2) 농축산물 표준소득 분석결과(농촌진흥청, 1998)

3) 진주지역 사례농가 조사결과

아울러 비육우의 판매에 있어서 출하시기에 대한 유통정보자료를 면밀히 검토분석하여 사육시기와 출하시기를 결정하여 농가수취가격을 높이는데 활용해야 한다. 그리고 경영

주는 항상 자기의 경영전체에 대한 자산의 흐름, 가축의 변동상황, 자본재 및 노동력의 투입현황, 생산물의 판매상황 등에 대한 구체적이고 정확한 내용을 꾸준히 기록하여 분석하는 습관을 가지므로써 어떠한 여건변화에도 능동적으로 대응할 수 있는 능력을 길러 나가야 할 것이다.

## VI. 한우산업의 발전을 위한 대응전략

### 1. 한우생산 및 유통기반의 조성

한우축산의 성격과 형태는 앞에서 본 바와 같이 한우육의 생산공급을 위한 비육경영과 이를 뒷받침하는 번식경영으로 크게 구분되고 있다. 이에 따라 한우육 생산을 위한 비육경영의 수익성이 확보되고 한우육의 경쟁력을 높이기 위해서는 한우육 생산비의 구성항목으로 그 비중이 가장 큰 밀소(송아지)구입비용과 사료구입비용의 절감이 무엇보다도 중요하며, 이들 비용의 절감을 위해서는 번식농가의 육성과 조사료 생산기반의 확충이 전제조건이 된다.

왜냐하면 비육농가의 생산비용 중에서 55~65%에 달하는 송아지 구입비용의 절감을 위해서는 번식농가의 육성을 통한 송아지 생산의 비용절감이 가능해야 하며, 번식농가를 육성하기 위해서는 조사료 생산기반의 확충이 선결과제이기 때문이다. 동일한 한우경영이라도 비육경영은 전업화나 기업화가 비교적 용이하지만 국내 여건상 초지를 필요로 하는 번식경영은 기업화의 유인이 적고 복합경영의 형태를 벗어나기 어렵다. 그래서 장기적으로 한우번식은 초지를 바탕으로 하는 토지이용형 축산으로 정착시켜 나가는 것이 바람직하며, 이것은 번식이 비육과는 달리 양질의 조사료만으로도 사육이 가능하기 때문이다.

조사료 생산을 확대하기 위해서는 산간지역이나 유휴농지를 활용하여 초지 및 사료작물 재배지를 단지화하고 조사료 생산을 기계화하는 것이 중요한 과제의 하나이다.

또한 한우경영의 생산성향상을 위해서는 사육규모확대와 아울러 기술수준의 향상이 병행되어야 한다. 특히 고급육 생산을 위한 육종개량은 오랜 시간이 소요되므로 이 분야에 대한 획기적인 투자와 정책배려가 필요하다. 이와 같이 한우경영의 기반을 조성하고 생산성을 향상시키기 위해서는 많은 투자가 요청되지만 농가 자체에서 해결하기는 어렵다. 그렇다고 정부가 적극적으로 지원하는 것도 WTO체제하에서는 허용가능한 국내 보조정

책에 한계가 있어 그렇게 용이한 문제는 아니다. 앞으로 정부의 지원은 WTO체제하에서 허용되고 있는 부문에 집중시켜 나가야 하는 어려움을 안고 있다. 이러한 상황을 감안할 때 정부지원의 허용대상에 속하면서 한우의 생산기반을 획기적으로 조성할 수 있는 대안으로 고려할 수 있는 것이 지역개발 및 대단위 농업개발사업의 일환으로 실시할 수 있는 산출지역의 초지개발과 조건불리지역이나 유희지 및 한계농지 등에 축산단지를 조성하는 것이다. 그 구체적인 방안의 하나로 검토될 수 있는 것이 한우특성화지역에 한우 계열화 사업과 연계하여 「한우 공동육성목장」과 축산물 종합처리장을 건설하여 한우경영의 규모화, 기계화, 현대화를 도모하고, 번식-육성-비육을 연계시켜 한우경영의 생산성을 높일 뿐만 아니라 시장구조와 유통체계를 개선함으로써 한우축산의 경영을 개선하고 가격을 안정시키며 국제 경쟁력을 확보하는 것이다.

한우계열화사업은 사료공장, 번식농가, 비육농가, 축산물종합처리장 등을 연결하는 수직적 계열화(Vertical integration)를 추진함으로써 생산가공판매를 일괄해서 수행하게 된다. 이러한 계열화 형태는 농가입장에서 보면 경영에 따른 대부분의 위험을 계열주체가 부담함으로써 계열농가의 입장에서는 안정적인 소득이 보장되고 생산능력에 따라 위탁사육 수수료를 지급받게 되는 이점이 있으나 경영의 주도권을 계열주체가 완전히 장악함으로써 사육농가의 위치가 상대적으로 약화되어 소유의식이 상실되고 임금노동자로 전락하게 되는 단점을 가지고 있기 때문에 우리의 정서에 맞지 않는 점이 있다. 이러한 문제점을 감안하여 한우산업의 계열화 형태는 계열주체를 생산자단체인 축협이 맡고, 사육부문에 일반사육을 도입하는 유사 계열화 또는 부분 계열화 형태가 바람직할 것이다. 축협이 계열주체가 됨으로써 생산자조합원들이 경영에 직간접적으로 참여할 수 있고 그 경영성과에 따른 부가가치를 생산자조합원들에게 환원할 수 있게 될 것이다. 또한 사육부문에 사육농가의 의사에 따라 일반사육과 위탁사육을 병행함으로써 소유의식을 고취시키고 경영의욕을 증진시켜 생산성을 높일 수 있을 것이다. 이에 따라 계열주체인 축협이 번식농가나 한우개량단지과 송아지 생산계약을 체결하여 3~4개월령 숫송아지를 납품받아 자체 육성목장에서 12개월령까지 초지위주로 육성시킨후 비육농가에게 계약에 의해 밀소를 공급하는 방식이 될 것이다. 이와 같이 지역에서 계약출하된 한우는 도축 후 자체브랜드로 판매해야 할 것이다.

지역농협의 계열화사업이 성공을 거두기 위해서는 일차적으로 번식기반의 조성을 통한 우량밀소의 원활한 공급이 전제되어야 한다. 그러나 산촌지역에 입지한 번식농가들은 대

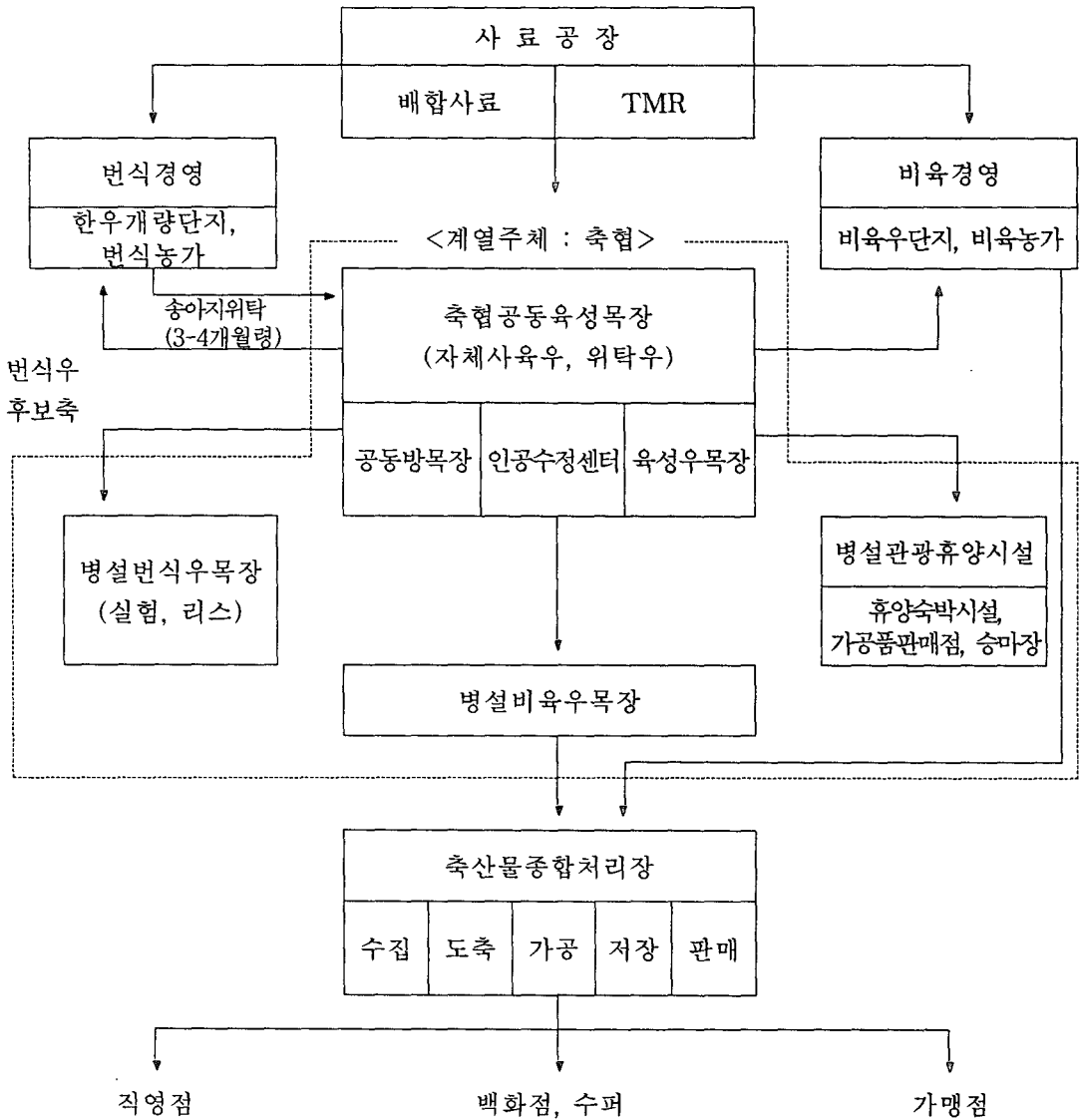
부분이 영세하고 경영주의 노령화로 인해 사실상 규모확대요인이 없다. 그래서 한우 계열화사업의 일환으로 한우 공동육성목장을 설치하여 연계시키는 것이 바람직할 것이다. 한우공동육성목장은 소규모 한우사육농가들이 막대한 자금이 소요되는 초지개발을 할 수 없기 때문에 정부와 지방자치단체에서 한계지역의 국공유림을 초지로 개발할 수 있도록 지원하고 생산자단체인 축협이 계열화주체로서 계열화 공동육성목장을 운영함으로써 비육용 한우송아지를 수매 또는 위탁받아 단기간 초지육성시킨 후 비육농가에 판매하거나 위탁비육시키는 것이다.

구체적인 경영형태는 축협에서 번식농가가 생산한 송아지를 3~4개월령때 위탁받아 육성시켜주면 번식농가는 번식우를 1~2두라도 더 사육할 수 있게 되며, 번식우사육에만 주력함으로써 번식효율을 높일 수 있게 된다. 축협의 육성목장에서 초지육성된 송아지는 10~12개월령에 비육밀소로서 판매되며, 번식농가는 사육수수료를 공제한 판매대금을 축협으로부터 받으면 된다. 위탁 송아지 중 형질이 우수한 암송아지는 번식적령기까지 사육하여 번식우 후보축으로서 번식농가에 되돌려 주거나 육성목장에서 인공수정시킨 후 출산 1~2개월전에 번식농가에 되돌려 줄 수 있다<그림 VI-1>

이러한 송아지위탁사육방식이 확산되면 그 지역에서 생산된 송아지가 지역내에서 비육 밀소나 번식후보우로 사육되는 이른바 지역별 일괄 경영체제(integrated production system)가 확립되어 브랜드화의 필수조건인 우수한 유전형질의 한우자원을 지역내에서 폐쇄적으로 관리할 수 있게 됨으로써 브랜드화를 촉진할 수 있고 비육농가는 균일한 밀소를 구입하게 되므로 비육효율을 높일 수 있게 된다. 계열주체인 축협은 육성목장에서 자체 사육우와 위탁우를 함께 비육함으로써 가격변동시에 수급조절기능을 발휘하여 생산농가의 손실을 줄일 수 있는 등 여러 가지 장점이 있게 된다.

공동육성목장을 가격안정대체도와 연계하여 운영하게 되면 공동육성목장을 주축으로 한 수매방출방식을 통해 송아지가격의 적정화를 유도화 할 수 있어 소값 전체의 안정을 도모하는데도 기여하게 될 것이다.

또한 번식농가의 자금사정을 고려하여 공동육성목장에서 송아지현물입식을 실시함으로써 번식경영의 가장 큰 취약점인 경영규모의 영세성을 해소하는데도 도움이 될 것이다. 송아지 현물입식은 공동육성목장에서 형질이 우수한 암송아지를 번식농가(한우개량단지)에 입식시킨 후에 장기저리로 계산하여 일정기간 후 이자와 함께 시세에 관계없이 송아지를 현물로 반환하도록 하는 방식이 된다.



<그림 VI-1> 한우계열화 공동육성목장 운영체계

공동육성목장에서 초지에 방목하여 육성한 비육기 밀소를 비육농가에 위탁비육 (custom feeding) 시킨다면 한우비육단지 등 비육농가의 규모확대 및 생산비 절감에도 기여할 것이다. 비육농가는 위탁된 밀소를 단기비육시켜 시세대로 판매한 뒤 판매금액을 공동육성목장에 납입하고 사료비와 비육수수료를 받게 된다. 이렇게 함으로써 밀소구입에 따른 막대한 자금부담과 가격변동에 따른 위험부담을 경감시키면서 규모확대에 따른



규모의 경제를 확보할 수 있고 시설이용의 효율화를 추구할 수 있게 된다.

비육기간에 있어서도 현행의 중기비육 9개월과 장기비육 13개월은 자본회전기간이 길고 사료곡물의 다량 급식으로 생산비상승의 원인이 되고 있는데 육성단계에서의 비육기간이 현재보다 3~5개월 단축되면 전체적으로 한우육의 생산비를 크게 절감할 수 있게 된다

공동육성목장에 공동방목장을 설치해 놓고 농번기에 희망농가의 소(송아지)를 위탁사육해주거나 또는 방목지가 없거나 부족한 번식농가들의 소를 공동 방목케 할 수도 있다. 또한 중축개량협회나 한우개량사업소 등 관련기관과 연계하여 공동육성목장내에 있는 인공수정센터가 번식농가에 우수한 정액을 인공수정시켜주고, 자체생산한 우량형질의 암송아지를 입식시키며, 균일한 비육기 밀소를 비육농가에 공급함으로써 고급육생산의 기반 조성에 기여하게 된다. 그뿐만 아니라 육성기의 조사료 다량급식은 비육기의 증체효율을 높여주므로 생산성 향상에도 기여하게 된다. 아울러 낙농가의 부산물인 젖소 수송아지를 육성하여 비육농가에 판매할 수도 있다.

또한 공동육성목장의 경영합리화를 위해 도시민의 휴식공간 및 Green Tourism과 연계한 관광휴양기능 및 각종 관련시설을 도입하는 것도 검토해 볼 수 있다.

이와 같이 한우 특성화지역 한우공동육성목장을 설치하여 운영하게 되면 <사료공장(배합사료, TMR) - 한우개량단지(번식경영) - 공동육성목장(공동방목장, 인공수정센터, 육성우목장) - 한우비육단지(비육경영) - 축산물종합처리장> 이라는 생산자단체중심의 계열화(수직적 통합 : Vertical integration)가 형성되어 한우 생산자의 경영안정과 한우육의 경쟁력 향상을 위한 기반이 조성될 것이다.

공동육성목장사업과 아울러 비육경영의 기반이 되는 한우개량단지사업도 적극 추진할 필요가 있다. 현재 추진중인 한우개량단지사업은 첫째, 번식우 등록 마리수가 적고, 둘째, 상위등급출현율이 적을뿐만아니라 한우개량단지에서 생산된 수송아지가 고급육 생산의 밀소로 연결되는 유기적인 시스템이 정비되어 있지 않아 고급육 생산과의 연계가 미흡하다. 셋째, 생후 13~16개월 교배가 적절하나 12개월령 이전에 수정하는 조기 교배 사례가 많고, 넷째, 자금부족으로 중도판매하는 경우가 많다. 다섯째, 사료보조비의 지급이 현실 여건에 비추어 미흡하고, 여섯째, 규모가 영세하며 종래의 사육방식을 벗어나지 못하고 농산부산물과 벗짚에 크게 의존하고 있는 등의 문제점을 안고 있다. 이러한 문제점을 개선하기 위해서는 공동육성목장과 연계하여 경영규모를 확대하고 부분적인 시설공동이용을 통한 공동사육을 유도하며, 고급육 생산에 맞는 표준사양체계를 정착시켜나가야 할

것이다.

이상과 같이 생산경영체계가 계열화되면 산지유통단계인 축산물종합처리장과 연결하여 도축, 가공, 판매까지 연계됨으로써 가격체계의 혼란을 막고 유통단계별 가격체계의 연관성을 확보함으로써 가격안정과 농가소득증대에 기여하게 될 것이다. 특히 주산지에 도축, 가공시설이 입지함으로써 농장과 대규모 직거래를 유도하고, 부위별로 포장된 부분육을 냉장유통체제를 통해 대도시 소비지의 소매처(백화점, 슈퍼체인 등)에 직접공급하는 유통물량이 많아지면 육류소매시장의 중심축이 지금과 같은 다수의 영세정육점이 아니라 슈퍼체인과 같은 대량판매처로 바뀌게 되어 시장구조의 왜곡을 개선할 수 있게 되고 육류가격의 하방경직성도 해소될 수 있을 것이다.

## 2. 한우의 생산성향상과 비용절감

한우축산의 경쟁력향상을 위해서는 생산비절감이 중요한 과제의 하나이다. 이를 위해서는 생산요소의 생산성향상과 요소가격의 인하가 필수적이다. 생산요소의 생산성향상에 있어서는 노동생산성의 향상이 절실하며, 이를 위해서는 경영규모의 확대와 동시에 노동생산성을 높일 수 있는 기술집약적 생산체계의 확립이 요구된다. 요소가격의 인하에 있어서도 앞에서 살펴본 송아지 구입가격 및 조사료문제를 비롯하여 축산기자재에 대한 수입관세의 철폐, 사료곡물의 수입관세 및 유통사료에 대한 부가세 철폐 등 불합리한 제도의 개선과 Bulk사료의 공급확대 및 사료의 자가배합, 농기계의 공동이용, 공동방목장운영 등을 통한 다각적인 노력이 필요하다.

한우사육의 생산비를 절감하기 위한 주요 고려사항을 요약해 보면 첫째, 가축비의 절감이다. 한우사육에 있어서 생산비 중 가장 큰 비목은 가축비로서 이를 줄이기 위해서는 비육밀소를 자기농장에서 생산하거나 이웃농가와 협업으로 공동육성목장을 이용함으로써 경영의 안정화와 가축비의 절감을 도모하도록 해야 한다.

둘째, 비육시기의 합리적 결정이다. 비육경영에 있어서는 가축비가 생산비의 55~65%를 차지하고 있기 때문에 비육밀소의 구입시기를 결정할 때 큰소와 수송아지의 가격차가 크면서 비육밀소인 송아지가격이 저렴할 때 비육우를 구입하여 사육하는 것이 소득증대면에서 유리할 것이다. 이와 같이 밀소와 생산요소의 구입시기를 합리적으로 결정하는 것이 중요하다.

세째, 육성비육의 생산비를 절감해야 한다. 비육경영의 경우 경영규모확대에 의한 생산

비절감 가능성에 대한 농촌진흥청의 분석결과를 보면 50두 이상 규모로 확대할 때 비로소 20%정도의 비용절감이 가능한 것으로 추정되고 있으며, 규모확대와 더불어 출하체중을 500kg에서 600kg으로 늘릴 때 추가적인 비용절감에 의하여 약 27%정도의 생산비절감이 가능한 것으로 보고 있다(농촌진흥청, 1994:59).

네째, 사료비의 절감이다. 한우비육경영에 있어서 조사료 종류별 수익성의 평가결과(농촌진흥청, 1994:60)를 보면 배합사료+벧짚급여의 경우보다 배합사료+목건초급여의 경우가 증체효과에 의한 조수익의 증대로 인하여 보다 많은 소득을 얻을 수 있는 것으로 분석하고 있다. 한우사육에 있어서 조사료원이 벧짚임을 감안할 때 보통벧짚을 그대로 이용하는 것보다는 암모니아 처리 벧짚을 이용하는 것이 증체효과가 크기 때문에 암모니아 처리 벧짚을 이용하는 것이 바람직한 것으로 보인다. 결국 사료비 절감을 통해 소득을 제고시키기 위해서는 양질조사료의 재배이용을 확대하는 것이 필연적이라고 볼 때 논 뒷그루 답리작 사료작물재배와 지역실정에 알맞은 조사료 다모작 작부체계가 도입되어야 한다. 또한 사료비 절감을 위해서는 농후사료와 조사료의 가격비를 고려하여 급여량비를 적당히 조절하는 것도 경제적인 사료급여 방법이 되겠다.

다섯째, 고급육생산과 적기출하이다. 소득수준의 향상으로 한우고급육에 대한 수요가 증대하고 선호도가 더욱 높아지고 있으나 고급육 생산은 거기에 부응하지 못하고 있는 실정이다. 한우 도체등급판정의 결과를 보더라도 고급육으로 판정되는 비율이 극히 낮다. 이것은 고급육에 대한 육류등급화를 시행한 기간이 짧고 등급제가 전국적으로 잘 지켜지지 않고 있어 판매시 가격에 대한 보장이 불확실하기 때문인 것으로 보인다. 이와 함께 적기출하를 통해서도 이윤을 극대화할 수 있는데 이론적 적기출하시기는 총수입(TR)과 총비용(TC)의 차액이 최대일 때( $TR - TC = \text{Max}$ )와 한계수입(MR)과 한계비용(MC)이 일치하는 시기( $MC=MR$ ), 그리고 생산요소와 생산물간의 가격비가 한계생산과 일치할 때( $MPP=P_x/P_y$ )이다. 그리고 농촌진흥청 조사결과(농촌진흥청, 1994:62)에 의하면 조사료 급여체계에 따라 벧짚 급여의 경우는 525kg, 목건초 급여의 경우는 577kg정도에서 출하하는 것이 경제적인 것으로 분석되고 있다.

### 3. 한우육의 품질개선과 차별화

국제화에 직면하고 있는 한우축산이 살아남기 위해서는 무엇보다도 한우육의 품질개선과 차별화가 불가피한 상황에 와 있다. 이것은 한우육의 품질개선과 안전성의 확보를 통

해 수입쇠고기와의 경쟁을 피할 수 있을 만큼 우수한 육질의 한우육을 생산함으로써 고품질과 안전성이라는 무형의 부가가치를 창출하고자 하는 것이다. 그러나 차별화는 소비자가격의 상승을 초래할 수 있기 때문에 한우축산의 축소균형을 의미할 수도 있다. 그렇기 때문에 차별화는 그 자체만으로는 한계성을 가지고 있으므로 효율(efficiency)과 경쟁(competition)의 추구를 통한 비용절감이 수반될 때 그 효과를 극대화할 수 있게 된다.

특히 한우육은 소비자가격의 자율화와 도매시장의 도체등급제 실시로 제도적인 면에서 여건조성이 성숙되고 있는 시점에서 이를 효율적으로 활용할 수 있는 농가단계에서의 새로운 기술체계의 확립이 절실한 실정이다.

한우육의 품질개선과 차별화를 위해서는 비육기간의 연장과 함께 철저한 사양관리를 통한 육질향상은 물론 지육을 향상을 위한 우수품종의 선발 및 혈통보존노력 등 한우개량사업의 적극적 추진이 요구된다. 아울러 쇠고기의 수입자유화에 따른 가격하락에 대응하기 위해서는 무엇보다도 한우육의 생산비에 결정적인 영향을 미치는 송아지 비용의 절감을 위한 노력이 병행되어야 한다. 이를 위해서는 앞에서 언급한 바와 같이 한우특성화 지역을 중심으로 한 공동육성목장사업의 적극적인 추진과 함께 번식농가의 규모확대를 위한 유인을 제공할 수 있는 제도적 장치가 필요하다. 또한 비육농가에 있어서도 소규모 비육농가의 경우에는 공동육성목장을 이용하는 육성체제로 나가는 한편 대규모 비육농가의 경우에는 번식과 비육을 포함하는 일반경영체제로 유도하는 것이 장기적으로 바람직할 것이다.

이러한 생산단계에서의 품질개선과 차별화는 생산후 유통단계에서의 차별화와 비용절감노력이 수반될 때 그 효과는 더욱 클 것이다. 다시 말하면 한우육의 유통개선이 병행되지 않는 한 농가에서 생산된 차별화된 한우육이 최종 소비자에게 차별화된 상품으로 전달될 수 없기 때문에 생산단계의 차별화에 못지 않게 유통단계의 차별화도 중요하다고 하겠다. 이러한 관점에서 한우육 유통체계의 개선이 시급하게 요청되고 있다.

첫째, 가축시장의 역할이 축소되는 추세에도 불구하고 송아지나 육성우의 거래시장으로서의 그 기능이 계속 필요한 실정에 있기 때문에 기능활성화가 필요하다. 이를 위해서는 인근 영세가축시장의 통폐합 및 현대화를 통해 권역별로 도당 2~3개소씩 대규모 상설시장화하여 적어도 2~3일 간격으로 경매거래를 실시토록 해야 할 것이다.

둘째, 도축장시설의 근대화를 통한 위생수준의 강화와 유통비용의 절감을 도모해야 한다. 이를 위해서는 개인 운영의 영세한 지방도축장을 통폐합하는 것이 불가피하다. 이와 관련하여 주목되는 사실은 각 지방자치단체가 지방세 수입의 감소를 우려하여 영세도축

장의 통폐합을 반대하고 있다는 점이다. 어쨌든 도축시설은 그 자체의 공익성을 고려하여 개인이 운영하는 것보다는 생산자단체, 지방정부 및 유통업자가 공동으로 참여하는 운영체를 구성하는 것이 바람직할 것이다. 또한 도축장의 경영개선을 위해서는 도축뿐만 아니라 부분육가공 및 제품개발까지를 담당함으로써 부가가치를 창출하는 노력도 병행되어야 할 것이며, 장기적으로 축산물종합처리장으로 발전시켜 나가야 할 것이다.

세제, 산지유통체계의 일관화를 통한 유통개선을 위해서는 축산물종합처리장을 중심으로 한우육 유통체계의 혁신을 도모해야 한다. 정부에서도 그동안 추진해온 도축장 통폐합이 큰 성과를 거두지 못함에 따라 종합처리장을 중심으로 부분육, 냉장육, 브랜드육 유통체계를 조기에 정착시켜 한우육의 경쟁력을 확보하려고 하고 있다. 축산물종합처리장은 권역내의 기존도축장, 부분육가공공장, 양축농가 및 협동조합 등의 출자에 의한 지역의 축산물 유통중심체로 육성해야 한다. 이를 위해 기존 도축장과 부분육가공공장은 종합처리장에 흡수·통합하는 것을 원칙으로 하고, 합병에 따른 업자간 지역간 마찰을 최소화하기 위해 사업계획을 공표한 후 공모에 의한 타당성분석과 심사로 사업자를 선정하여 실시해야 한다. 기존 도축시설능력이 이미 과잉상태에 있기 때문에 신규시설의 경우 기존 도축장의 흡수·통합을 원칙으로 하여 도축시설능력의 유희화를 최소화할 필요가 있다. 따라서 도축장의 통폐합과 시설확대방안으로 축산물종합처리장을 설치하기 위해서는 권역별로 도축장, 도계장, 부분육가공공장, 육가공시설 등을 모두 통합하는 시설로 추진하고, 축산물유통에 있어서 상품의 물리적 가공기능은 이 단계에서 완료된 후에 소비지로 유통되도록 해야 할 것이다. 그리고 축산물종합처리장에 의한 부가가치의 농가환원과 생산자의 시장교섭력 약화를 방지하기 위하여는 생산농가의 자본참여와 계열생산체계를 확보할 수 있는 방안이 마련되어야 한다.

네제, 소비지도매시장은 도축기능을 배제하고 가격형성기능을 강화하며, 산지도매시장 및 공판장은 축산물종합처리장에 병설하여 신속한 가격형성과 거래의 편리성을 높일 수 있도록 해야 한다. 신규도매시장의 경우 도축시설을 배제하고 지육 및 부분육을 상장하여 거래토록하며, 이에 대비하여 냉동 및 냉장창고와 전산경매시설 등을 확보해야 한다. 기존 소비지 도매시장의 도축시설은 소비지 대량수요처의 부위별 구매요구에 신속히 대응할 수 있도록 부분육 처리시설로 대체하는 것이 좋다. 장기적으로는 거래규모의 확대를 위해 축산물종합처리장이나 도축장의 처리 물량은 원격지 거래와 선물거래가 가능할 수 있도록 전산경매시설과 공동전산망을 설치운영해야 한다. 공동전산망에는 양축농가, 산지 가축시장, 도축장 종합처리장, 그리고 각종 소매기구에게까지 모든 거래당사자가 필

요한 정보를 수시로 조회할 수 있고, 거래 기준가격으로 활용할 수 있는 정보체계가 구비되어야 한다.

다섯째, 소매시장에서 한우전문점은 반드시 등급판정을 받은 한우육을 등급별로 판매함과 아울러 철저한 차등가격제를 실시하여 소비자측에서의 한우육에 대한 제품차별화를 유도해야 한다. 육류는 냉동 또는 냉장상태에서 관리되어야 하므로 유통경로상의 모든 설비가 이에 적합한 시설기준을 갖추어야 한다. 이런 시설기준을 갖춘 모든 판매점은 육류를 취급할 수 있도록 개방함으로써 소매업체간의 경쟁을 유도해야 한다. 다만 부분육 또는 지육을 준비하여 소비자가 원하는 부위와 양을 잘라서 판매하는 소매점은 정육점으로 지정하고, 포장육을 구비하여 판매하는 소매점은 일반식품점으로 분류하여 가능한 한 많은 소매점에서 육류를 판매함으로써 경쟁적인 소매시장이 형성되도록 해야 한다. 이와 같이 경쟁에 의한 시장의 효율화를 통해 유통마진을 축소함으로써 국내 육류의 수요확대와 농가소득증대에 기여토록 해야 한다.

여섯째, 표준규격화를 위한 상품평가제도의 도입이 필요하다. 모든 도축장과 축산물종합처리장에서는 자체의 등급평가사를 두어 도축 및 판매되는 상품에 대해 품질등급을 평가하고 등급을 표시하여 도매시장에 출하하도록 해야 한다. 모든 도매시장에서는 경매참가자(구매자)들이 각 도축장 및 축산물종합처리장 등급사의 등급판정결과를 재평가하고 그 결과를 정기적으로 제시하여 품질평가의 전국적인 평준화를 도모하여 통명거래의 기반을 마련해야 한다. 이에 따라 거래의 전산화를 통해 거래결과를 즉시 공표하면 거래의 투명성을 확보하게 되어 신속하고 공정한 가격형성으로 시장의 가격기능이 활성화될 수 있고, 장기적으로는 선물거래가 가능하게 되므로 가격의 등락에 따른 위험을 분산시킬 수 있으며 수급안정에도 기여할 수 있게 될 것이다.

일곱째, 국내산육류의 포장판매와 외부가격표시를 통한 상품정보제공을 의무화해야 한다. 현재 수입육은 수입육전문점에서 비포장한 상태로 판매하거나 소매점에서 포장육형태로 판매되도록 제도화되어 있다. 그러나 국내산 육류 특히 쇠고기는 대부분 포장되지 않은 지육을 가지고 필요한 양만큼 정육점에서 잘라서 판매하고 있다. 이에 따라 수입육이 국내산으로 쉽게 둔갑하고 있다. 왜냐하면 소비자의 품질식별능력이 부족하고, 포장된 수입육의 포장만을 제거하면 쉽게 국내산으로 둔갑시킬 수 있어 상인들은 큰 부당이윤을 얻을 수 있기 때문이다. 또한 수입육전문점의 고기도 한우전문점으로 옮기면서 쉽게 한우로 속일 수 있다. 이러한 부당행위는 소비자의 상품식별능력이 없는 상태에서 행정력만으로 규제하는데에는 한계가 있다. 수입육이 쉽게 국내산 쇠고기로 둔갑할 수 있는 것

은 가격이 비싼 국내산은 포장을 하지 않는데 비해 값싼 수입육은 포장판매를 제도화했기 때문이다. 따라서 국내산 육류에 대해서도 원칙적으로 포장을 하고 원산지를 포함한 각종 외부표시를 철저히 함으로써 쇠고기의 둔갑판매를 어느 정도 방지할 수 있을 것이다. 왜냐하면 수입육을 국내산으로 위장하기 위해서는 별도의 포장을 해야되기 때문에 포장시설이 필요하게 되며, 단속에 적발되었을 경우에는 투자손실에 대한 위험이 크기 때문이다. 이 때문에 정부는 유통과정에서 허위 외부표시에 대한 감시와 처벌을 강화할 필요가 있다. 그리고 각 상품에 관한 구체적인 정보가 최종 소비자에게 까지 전달될 수 있도록 상품정보의 제공을 의무화해야 한다. 상품에 표시되어야 할 정보의 내용에는 원산지, 도축장명, 도체등급, 품종, 성별, 도축일자, 유통기한, 부위명, 용도, 중량, 가격, 보관방법 등이 기본적으로 포함되어야 하고, 사정에 따라서는 부위별 요리방법, 냉동육의 해동방법 등의 정보가 포함될 수 있을 것이다.

여덟째, 냉장육 유통체제의 도입이 촉진되어야 한다. 냉장육 유통체제를 확립하는 것은 국내산 육류가 품질경쟁력을 확보하여 수입육에 대한 경쟁력을 확보할 수 있는 중요한 방안의 하나가 될 수 있다. 국민소득의 증가와 더불어 소비자는 더욱 더 고품질의 식품을 요구하고 있으며, 국내산 육류는 냉장육 유통을 통해 품질의 차별성이 확인될 수 있기 때문에 수입육에 대응하여 경쟁력을 확보할 수 있는 대응방안으로 거론되고 있으나 현실적인 유통구조는 이에 대응하지 못하고 있다. 따라서 신규로 설립되는 도축장과 종합처리장에서 최종 소매단계에까지 모든 유통단계에 걸쳐 냉장육유통에 적합한 시설을 갖추도록 유도할 필요가 있다. 이를 위해서는 도축에서 소비단계에 이르기까지 저장 및 냉장수송시설에 필요한 자금을 유리한 조건으로 지원할 필요가 있다. 이와 함께 냉장육의 처리과정과 품질의 우수성을 소비자에게 홍보하여 냉장육이 보다 높은 가격으로 거래될 수 있는 기반을 조성해야 한다. 또한 냉장육과 고급육의 판매가격에 대한 정부간섭을 배제하여 가격을 완전히 자유화시킴으로써 품질간의 가격격차가 확대되도록 유도하여 고급육 생산과 냉장유통에 대한 경제적 유인을 제공해야 한다. 냉동유통이 활성화되기 위해서는 도축과정에서부터 처리방법이나 위생수준이 냉동육과는 차별적으로 적용되어야 한다. 또한 품질이 우수하거나 고급부위인 원료지육을 냉장육으로 판매하기 위해서는 냉장육의 포장도 차별화하여 쉽게 구별할 수 있도록 다른 포장의 색깔이나 두께 또는 포장재를 사용하는 것이 좋을 것이다.

아홉째, 유통정보체제를 강화해야 한다. 한우육 유통정보의 효율적인 수집, 가공 및 분산을 위해 상품별 표준규격설정, 거래의 전산화, 보고의 의무화 등 유통단계에 게재된 모

든 업무를 표준화하고 관련정보제공을 의무화함으로써 경쟁적 시장구조를 형성토록 해야 한다. 이를 위해 각 유통단계별로 모든 업무를 전산화하고 각종 정보는 즉시 전달하며, 정부주도하에 지역별로 정보가 신속하게 집계분산될 수 있는 정보전달체계를 구축하고, 생산자 - 가축시장 - 종합처리장 - 도매시장 - 소매점 - 소비자 등을 연결하는 전산망을 구축하여 정보활용을 통한 업무의 효율화를 도모해야 한다. 이를 위한 업무전산화 설비 및 각종 소프트웨어의 개발과 보급에 필요한 자금은 정부지원이 필요하나 전국의 가축시장, 종합처리장, 도매시장 등의 관련유통기구를 연결하는 전산정보망이 구축되면 전산망을 통해 거래 가능한 시장권역이 전국으로 확대되고, 이를 기반으로 하는 원격지 거래가 가능하게 되고 나아가서는 통명거래, 예약거래 등이 가능해 질 것이다.

#### 4. 한우육의 브랜드화와 판매전략

한우육 브랜드(brand)화의 의미는 품질에 대한 보증, 상품명, 생산자명 및 심볼마크 등을 명시하여 다른 경쟁품과의 차별화를 꾀하고 나아가서 우위성을 확보함을 말한다. 이러한 측면에서 볼 때 한우육의 브랜드화는 다른 농산가공품에 비해 극히 초보적인 단계에 있다고 하겠다. 왜냐하면 한우육의 브랜드화란 아직 단순히 이름만을 붙이는 수준을 크게 넘지 못하고 있으며 품질에 대한 보편적인 평가나 인증이 뒤따르지 않고 있기 때문이다. 현재 국내에는 60여개의 한우 브랜드가 있으나 이들은 거의 모두가 진정한 의미에서 브랜드육이라 할 수 없다. 브랜드를 확립하기 위해서는 송아지 생산차별화, 유전형질의 폐쇄적관리 및 거세비육체계확립 등이 선행되어야 한다(조석진, 1998:13). 아울러 육질의 균질성유지와 함께 일정수준이상의 공급능력을 갖출 때 비로소 브랜드로서의 위상을 확립할 수 있게 된다. 이러한 점에서 현재 국내에는 진정한 의미에서의 한우 브랜드육은 존재하지 않는다. 일본의 경우 가장 널리 알려진 마쯔자카(松坂)우의 경우 일반 브랜드에 비해 등심 100kg당 천엔정도 비싸다(조석진, 1998:14). 이는 다름 아닌 브랜드의 가치이며, 아울러 브랜드를 지키기 위한 끈질긴 노력이 병행되어야만 이같은 프리미엄이 유지될 수 있는 것이다. 더욱이 앞으로 외국산 쇠고기의 수입이 급증한다면 한우 고급육에 대한 수요 또한 꾸준히 증가할 것으로 예상되어 고품질 한우육의 브랜드화는 한우농가의 경쟁력을 제고하고 부가가치를 창출하는데 중요한 역할을 하게 될 것이다. 아울러 이러한 한우육 차별화와 브랜드화는 도체등급제 및 부위별 차등가격제의 정착과 함께 더욱 촉진시켜 나가야 할 것이다.



최근 일부지역에서 몇몇 농가가 공동으로 출자하여 한우비육우를 공동 사육한 후 고급육으로 브랜드화하여 공동판매 하는 경우가 증가하고 있다. 예를 들면, 경기도 양평의 개군한우(개군초우회), 전남강진의 강진맥우(강진맥우회), 경북안동의 황우(안동비육우), 충남금산의 금산인삼우(금산축협), 울산언양의 언양한우(울산육우회), 충북제천의 박달한우(제천축협), 전북장수의 장수우(장계농협) 등이다. 한우육의 브랜드화가 늘어나는 이유는 정성 들여 키운 소를 중간상인에 넘기는 것보다는 생산자들이 자생적으로 모여 생산된 쇠고기의 품질을 인정받는 동시에 소득을 증진시킬 수 있는 방법이 되기 때문이다.

아직까지는 유명한 한우육 브랜드가 많지 않아 이름을 붙이는 것만으로도 소비자의 관심을 끌고 있지만 지역 브랜드가 계속적으로 증가할 가능성이 높기 때문에 지역별 브랜드 상품간의 경쟁이 치열해질 것으로 보인다. 또한 육질에 따른 판매관행이 브랜드화를 통해 신뢰성을 확보하게 되면 브랜드화를 위한 추가적인 비용이 증가하게 될 것이며 이에 대한 치밀한 전략이 필요할 것이다.

농가단위나 지역축협단위의 한우육 브랜드화에는 막대한 비용이 드는 방송매체를 이용하기는 어렵기 때문에 지역 특산물전시회와 같은 이벤트행사를 이용하거나 초기의 판매망확보와 매출액증대를 위해 대도시 유명백화점과의 계약에 의한 스토어 브랜드(store brand)로 판매하는 것도 하나의 방법이 될 수 있다.

한우육의 브랜드화가 지역별로 다양하게 전개되면 브랜드화된 한우육의 판매전략은 경우에 따라서 다양한 전략이 있을 수 있겠으나 특히 제품전략, 가격전략, 판매망전략, 단축전략 등을 어떻게 계획적으로 수립하고 실행할 것인가가 중요한 과제가 될 것이다.

첫째 제품전략의 경우 이름을 통한 차별화도 중요하지만 우리지역의 한우는 사육방법 등이 다르기 때문에 맛이 좋고 안전성 면에서도 타지역 상품보다는 우월하다는 점을 부각시켜야 한다. 그래서 브랜드화의 성공을 위해 고품질에 대한 공공기관의 보증과 소비자에 대한 지속적 신뢰구축이 중요하게 된다.

둘째, 가격전략은 무조건 높은 가격을 설정하는 것보다는 품질에 맞춰서 가격설정을 하되 고품질의 제품을 생산성 향상을 통해 가급적 저렴하게 공급한다는 기본적인 생각을 가지고 소비자에게 접근하는 것이 좋다. 가격설정은 항상 시간과 장소에 따라 적절하게 책정해야 한다. 대도시 고급백화점의 식품코너에 진열될 때는 높은 가격을 지향하면서 용량단위를 크게 하고 포장에 신경을 써야 하겠지만, 지역 직판장에서 주부들에게 판매할 때는 소포장 저가격으로 판매하는 것이 유리하다. 또는 추석이나 설 등 명절 때는 선물세트로서의 용량과 가격에 배달서비스를 추가하는 등의 배려도 필요할 것이다.

세제, 판매망전략에 있어서 백화점이나 직판장 등 상설판매코너를 가지는 것도 중요하지만 주문판매, 우편판매(택배), 직거래, 호텔 등 대량수요처 개발, 관광지 판매, 수출 등 다양한 판매망을 확보하여 생산자에게 선택의 폭을 넓혀 주는 것이 바람직할 것이다. 충분한 생산량을 확보하고 운영의 묘를 살려 유지경비가 적게 소요되는 무점포 판매를 활용할 수도 있을 것이다.

네째, 판매촉진전략은 가능한 적은 비용으로 홍보효과가 큰 기회를 활용하도록 해야 한다. 도단위의 브랜드라면 지역축제때 대도시의 대형매장을 돌면서 그 지역 쇠고기의 우수성을 홍보하거나 새로운 요리법을 알려주는 것도 하나의 전략이 될 수 있다. 전국 천하장사의 씨름대회 우승자에게 부상으로 그 지역 우량한우를 수여할 수도 있을 것이고 진주의 경우 개천예술제 때 전국 소싸움대회의 부상으로 진주 한우를 수여할 수도 있을 것이다. 또는 한 달에 한번정도 일정 날자를 정해놓고 쇠고기를 싸게 팔거나 고급부위 쇠고기를 구매하는 사람에게 꼬리나 사골 또는 저급부위 쇠고기를 덤으로 제공하는 방법도 있을 것이다. 시군이나 면단위의 소지역 브랜드화도 가능하겠지만 경우에 따라서는 도단위로 일관성 있는 브랜드화를 추진하여 집단적 이미지를 구축하여 한우의 육종개량이나 철저한 품질관리를 통해 품질인증서를 부착한 포장육을 멋있는 이름으로 판매촉진활동을 하는 것도 하나의 방법이 될 수 있다.

## 5. 한우 및 한우육 관련제도의 보완

한우농가의 생산의욕을 고취시키고 한우경영에 대한 장기적인 비전을 제시하며 무엇보다도 급격히 변화하는 현실을 능동적으로 수용할 수 있기 위해서는 이와 관련된 각종 제도의 보완 및 개선이 선행되어야 한다.

첫째, 현행의 유명무실한 육류가격안정제도는 도매시장에서의 공개조작을 통해 궁극적으로 반드시 높은 가격이 아니더라도 일정범위내에서 안정될 수 있는 확고한 제도로 정착시켜야 한다. 그렇지 않을 경우 사육농가와 소비자의 불이익을 유발하는 악순환을 막을 수 없으며, 궁극적으로는 안정된 생산기반의 확립도 기대할 수 없다.

둘째, 도매시장에서의 육류가격안정제도와 더불어 송아지가격의 안정을 위한 제도적 장치가 별도로 마련되어야 한다. 이는 생산요소인 송아지가격의 안정이 소비재인 생체시장 또는 도매시장가격의 안정만으로는 보장될 수 없다는 한우육 경제의 특성 때문에 필요한 것이다. 즉 송아지가격은 큰소가격뿐만 아니라 송아지시장자체의 시차(time lag)를 동반하는 수급관계에 의해 영향을 받기 때문이다. 따라서 송아지가격이 일정수준이하로

하락하여 번식농가의 자가노임이 지나치게 과소평가될 경우 암소도축을 통한 생산기반의 파괴를 막을 수 없는 현행의 육류가격제도는 재고되어야 한다. 과거의 경험에 비추어 볼 때 큰소가격이 하락할 경우 비육농가는 가격하락에 따른 손실의 상당부분을 번식농가에 전가시켜 왔다. 번식농가와 비육농가의 구분이 점차 뚜렷해지고 있는 상황에서 이 같은 불리한 입장에 놓여 있는 번식농가의 생산비 보상을 위해서는 시급히 송아지 가격의 안정을 위한 제도적 장치가 마련되어야 한다.

세째, 육류등급제도가 개선되어야 한다. 육류의 등급에 있어서 등급별 가격차이가 소매 단계에 반영되지 않기 때문에 등급간 경락가격 격차가 크게 확대되지 않고 있어 생산자에 대한 유인효과가 적다. 같은 등급 내에서도 품종간의 가격격차가 등급간의 가격격차보다 훨씬 크게 나타나고 있는데 이러한 가격격차는 품종에 따라 그만큼의 품질차이가 있다는 것을 반영하는 것이다. 등급기준이 육량뿐만 아니라 육질도 대상이 된다고 하면 이러한 품질차이는 어떤 방법에 의해서든 등급에 반영되어야 할 것이다. 따라서 등급내의 가격편차를 최소화하기 위해 품종간의 육질차이를 등급판정기준에 포함시킬 필요가 있다. 또한 등급내 가격차이가 고르지 않고 등급간 가격차이가 불규칙하게 나타나는 것은 현행 등급기준이 소비자나 중간상인의 평가와는 다르다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 등급제도가 유통의 공정성과 효율성을 도모하기 위해 마련된 것이라면 등급판정기준도 실정에 알맞고 현실적인 가격평가를 반영할 수 있도록 세분화되고 객관적이어야 한다. 따라서 사양관리기술의 발달과 경제적 출하체중의 변화에 따라서 등급기준을 조정하고 맛, 품미, 부드러움 등의 계량화가 어려운 부분에 대한 등급반영을 위해서는 품종과 성별에 따른 등급반영방법을 도입할 필요가 있다. 그리고 등급판정결과가 소매점의 가격에도 적절하게 반영될 수 있는 소매등급의 반영방법도 등급기준설정에 고려되어야 한다. 소매점에서 나타나는 가격차이가 육질과 품종에 기준을 두고 있기 때문에 육질등급과 품종 및 성별을 포함하는 등급기준을 마련하는 것이 바람직할 것이다.

## 참 고 문 헌

1. 김명환·김진석. 1991. 7. 「축산물 도매시장과 도축장의 적정입지와 운영개선」. 한국농촌경제연구원.

2. \_\_\_\_\_ . 1991. 8. “도축장의 적정입지와 발전방향”. 「농촌경제」 제14권, 제3호. 한국농촌경제연구원.
3. 김진석. 1998. 3. “한우농가의 경영개선방안”. 산업경제연구 제11권 제2호. 한국산업경제학회.
4. \_\_\_\_\_. 1998. 4. “한우농가의 경영실태와 개선방안”. 진주시 한우특성화사업추진결과보고서(1997년도 사업). 경상대학교 한우특성화사업추진위원회.
5. 남성우. 1998. 4. “IMF시대의 축산업환경변화와 정책과제”. 농정연구포럼.
6. 성배영·김명환·김진석·유철호·허덕. 1990. 12. 「부분육 가공 및 유통에 관한 연구」. 한국농촌경제연구원.
7. 송만강·이문연·이병오·최양일·조종호·김인식. 1991. 6. 「한우 새롭게 도전하는 경영」. 농민신문사.
8. 이병오. 1998. 6. “신정부의 축산정책과제와 발전방향”. 「1998년도 여름 학술발표회 및 심포지엄자료집」. 한국농업정책학회.
9. 조석진. 1996. 12. “수입할당제도 하에서의 우육가격정책의 문제점 및 개선방안”. 「농업경제연구」 제37집. 한국농업경제학회.
10. \_\_\_\_\_. 1994. 12. “한우문제의 본질과 정책대응”. 「농업경제연구」 제35집. 한국농업경제학회.
11. \_\_\_\_\_. 1995. 10. “WTO출범에 따른 국제 축산물시장의 전망과 한국축산의 과제”. 「농촌경제」 제18권 제13호. 한국농촌경제연구원.
12. \_\_\_\_\_. 1998. 6. “IMF시대의 한우산업의 전망과 과제”. 「한우연구회 1998년도 제1차 발표회 자료집」. 한우연구회.
13. 허길행·유남식·이철현·전창곤. 1997. 6. 「21세기에 대응한 농수산물 유통개선 대책연구(축산부문)」. 한국농촌경제연구원.
14. Bessler, D. A. , and J. A. Brandt. 1982. 2. "Causality Tests in Livestock Markets" 「American Journal of Agricultural Economics」 64(1). American Agricultural Economics Association.
15. Bicola, Steven T. 1985. 11. "Pricing Efficiency in Centralized and Noncentralized Markets". 「American Journal of Agricultural Economics」 67(4). American Agricultural Economics Association.
16. Richard L. Kohls and Joseph N. Uhl. 1990. 「Marketing of Agricultural Products」. Macmillan Publishing Company.