

## 내년 관세율 조정내용 발표

지난 26일 내년도부터 시행될 관세율 조정내용이 발표되었다.

이번관세율조정에는 과거와 달리 업계대표들이 참여하는 공청회 등을 거쳐 이루어진 것이 큰 특징으로, 재무부의 행정능력이 크게 발전하고 있음을 보여 주었다.

쇠고기, 돼지고기, 닭고기 등이 현행 25%에서 30%로 상향 조정되었으나, 이들 축산물들은 수입제한품목으로 묶여 있고 계란 등은 감시품목으로 사실상 정부나 축협 등에서 정책적인 구매 이외에는 수입이 안되기 때문에 생산자들의 관심은 자연 생산비의 70%를 차지하는 배합사료원료의 관세율에 쏠리고 있다. 양계배합사료의 주종을 이루는 옥수수(수수포함)의 경우 20%에서 10%로 크게 인하된듯이 보이지만 실행세율은 5%에서 7%로 양축가들이 2%를 더 부담하게 되었다.

단백질사료의 주종인 대두박의 경우에도 기본세율은 20%에서 15%로 5% 인하되었지만, 실제는 10%에서 15%로 5% 인상되어(대두는 2% 인하) 그렇지 않아도 최근 사료곡물 및 대

두박가격의 상승과 환율의 강세로 내년부터는 배합사료가격이 크게 인상될 것으로 보이는데 관세율까지 인상요인으로 작용하면 양축가들의 부담이 지나치게 무거워질 것으로 예상된다.

어분을 제외한 대부분의 배합사료원료가 거의 국내 자급이 불가능한 품목들이며 이제는 안정된 물량확보가 문제인 지금 실행관세율을 다시 조정하여 충격을 완화해야 할 것이다. 이는



배합사료 원료용품 기본관세율 확정안

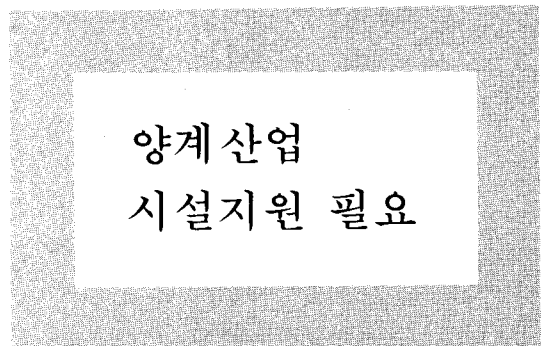
SITC	품 명	현 행		조 정 (안)				
		기본	실 행	'84	'85	'86	'87	'88
0402	유장분말, 탈지분유	25%	25%	20%	20%	20%	20%	20%
0505	어류의 웨이스트	20 "	20 "	10	10	10	10	10
0507	우 모 분	20 "	20 "	10	10	10	10	10
0508	골 분	20 "	20 "	10	10	10	10	10
0706	타피오카	40 "	10 (원)	20	20	20	20	20
1001	밀	5 "	3.5 (할)	5	5	5	5	5
1002	호 밀	20 "	20%	10 (7)	10 (7)	10 (7)	10 (7)	10 (7)
1003	보 리	5 "	5 "	5	5	5	5	5
1004	귀 리	20 "	20 "	10 (7)	10 (7)	10 (7)	10 (7)	10 (7)
1005	옥 수수	20 "	5 (원)	10 (7)	10 (7)	10 (7)	10 (7)	10 (7)
1007	수 수수	20 "	5 (원)	10 (7)	10 (7)	10 (7)	10 (7)	10 (7)
1207	대 두	20 "	12 (할)	10	10	10	10	10
1210	사료용 근채류	20 "	20%	20	20	20	20	20
1502	우 지	20 "	12 (할)	12	12	10	10	10
1703	땅 밀	20 "	20%	15	15	10	10	10
2301	어 분	20 "	10 (원)	15	15	10	10	10
2302	강 피 류	20 "	20%	10 (7)	10 (7)	10 (7)	10 (7)	10 (7)
2303	설탕, 양조박 등	20 "	20 "	15	15	10	10	10
2304	대두박 등	20 "	10 (원)	15	15	10	10	10
2306	기타의 사료용 식물성 생산품	20 "	20%	20	20	20	20	20
2307	조제사료 및 첨가제	20 "	20%	20	20	20	20	20

( )는 잠정세율임.

정부의 제자리물가안정 정책에도 부합되는 것이다.

국제 곡물, 대두박가격이 불투명하자 이웃 일본의 경우 지난 8월 1일부터 자동수입품목으로 실수요자가 아니라도 수입할 수 있게 수입을 개방하는가 하면 옥수수, 대두박 등의 수입관세율을 0%로 낮춰 놓고 있는 것은 주목해야 할 일이다.

나날이 급변하는 상황에서 특정 창구에 한하여 복잡한 수입절차를 거쳐 수입하는 제도상의 문제들도 서서히 개선해 나가야만 할 것이다.



농수산부 발표에 의하면 87년까지 평야지 농사를 완전기계화 한다는 목표를 세우고 84년도

에 새마을 기계화영농단 1천개소를 새로 설치  
키로 하였으며, 91년까지는 2만개소를 설치할  
계획이다.

새마을 기계화 영농사업은 81년에 612개소,  
82년에 1,010개소, 83년에 1,005개소 등 그동  
안 2,627개소가 설치되었다.

이들 영농단에는 농기계구입비의 40%를 보  
조하고 나머지 60%는 장기저리로 융자해 주기  
때문에 자금이 없어도 우선 기계를 도입할 수  
있고, 기계값도 60%를 매년 조금씩 지불하면  
되는 것이다.

양계산업도 이제는 기계화하지 않으면 더 이  
상 지탱할 수 없는 지경에 이르고 있다. 규모가  
커지고 인건비 비중이 커지는 것을 제외하고라  
도 생산효율을 높이기 위해서는 시설의 근대화  
가 이루어지지 않으면 안되게 된 것이다.

호당 사육수

연 도 별	호당 사육수
58	8.5수
68	20.6 "
78	34.7 "
80	58.0 "
82	75.3 "

경기도 일원에서 물의를 일으키고 있는 파이  
프하우스 철거문제도 철거에 따른 아무런 대책  
이 없기 때문이다. 앞으로 계분처리, 도제부산  
물 처리를 비롯해서 가축분뇨에 의한 공해문제  
도 불원한 사회문제가 될 것으로 보여져 이에  
대한 대비가 있어야 함은 물론이다.

이제 축산물이 국민식생활에서 차지하는 비  
중이 커져 주식으로서의 축산물 수급정책을 수  
립하지 않으면 안되도록 되어 있음에도 아직도  
중소가축의 경우 지나친 생산조절에만 신경을  
쓰는 느낌이다.

일본의 경우 농협을 비롯한 금융업의 발달로  
장기저리로 축산인들이 자금을 사용할 수 있고

특히 재단법인 축산환경정비리스협회의 운영을  
우리 현실에 맞도록 운용하는 방법이 연구되면  
축산기계기구 제조산업도 크게 발전할 수 있을  
것이다.

육계산업의 계열화시대가 다가오고 있으나 브  
로일러의 사육시설 등이 문제가 되고 있으며 이  
에 소요되는 자금을 장기저리로 효율적으로 지  
원하는 방안 등도 마련되어야 할 것이다.

쌀과 보리생산의 완전기계화도 시급하지만 축  
산산업의 기계화도 이에 못지 않게 시급하다고 본  
다.



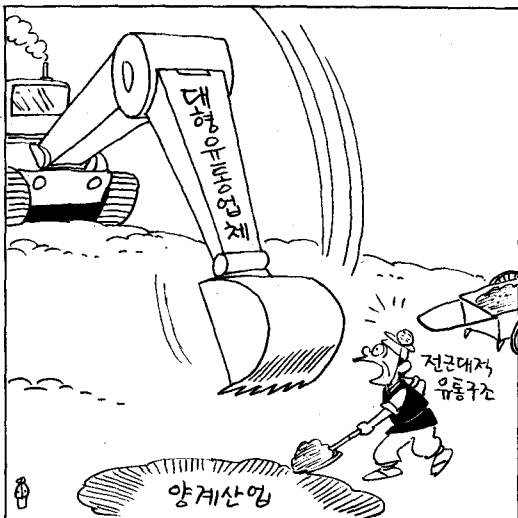
## 축산물 유통혁명이 일어나고 있다

79년 이후 3년간의 불황에도 오직 대형유통업체만은 매년 30~40%의 매출액 신장을 가져왔고 신규로 유통업체에 참여한 한양쇼핑센터나 뉴코아 등의 유통업체 진출 성공으로 재벌들이 유통업에 참여할 준비들을 서두르고 있다.

농축산물의 경우 항상 전근대적 유통구조가 문제점으로 부각되었으며, 축산업 발전의 암적 존재가 바로 유통구조의 전근대화라고 지적되어 있었다.

유통능률을 높이고 유통마진의 적정화가 당면한 가장 큰 문제점이었다.

우리 축산인들이 흔히 도계장이나 GP센터(집관센터)등이 닭고기나 계란의 유통구조를 개선하는 전부인 것으로 착각하기 쉬우나 대부분의 농



산물 처리가 그러한 것처럼 이들 처리장만으로는 현상유지도 어려운 것이 세계 모든 나라들의 실정이며, 최종소비를 누가 많이 하는가에 사업의 성패가 걸려 있음은 당연한 일이 아닐 수 없다.

일본의 경우에도 65년 슈퍼가 생기고 70년 슈퍼판매를 위해 GP 센터가 생기고 75년에이후 GP가 주류를 이루고 있으며, 슈퍼가 계열주체가 되거나 아니면 계열주체와 계약을 맺어 운영되고 있으며, 점차 슈퍼가 계열주체가 되어 가고 있다.

이제 이 최종판매단계에 국내 우수 재벌들이 대거 참여하였거나 하려고 준비 중에 있다.

신세계, 미도파, 롯데 이외에 한양쇼핑센터 뉴코아쇼핑센터 등이 크게 성공하였고, 현대그룹과 대우그룹이 대형백화점을 건설중이고, 농심그룹이 농심가를, 진영건설이 영동백화점, 창원 진흥기업이 유니버스백화점, 대한조선공사가 안양본백화점, 삼미그룹이 삼미유니백화점, 럭키금성그룹이 슈퍼체인 회성산업(주)을 가지고 일반상 외에 농수산물유통개선을 위해서 주력하고 있다.

그외에 아파트건설업체인 삼호, 우성, 경남, 한보등이 아파트내에 쇼핑센터를 운영하고 있다.

현재 백화점 등 유통업체의 30%가 크레디트카드를 이용한 판매라고 하며 1개점포의 하루 이용 고객수가 7만여명에 이른다고 한다.

전국이 일일생활권으로 농산물의 운반이 편리하여졌고 통신시설의 발달로 산지와 소비지의 형편을 빨리 파악할 수 있으며, 도시인구집중과 소비향상은 대량소비·대량유통이 가능하여졌으며 각종 사회간접자본투자가 유통혁명을 이루게 된 요인들이 되었다.

현재 대형유통업체 1개소에서 연간 15억 정도의 광고선전비를 사용하고 있는 것으로 알려지고 있다. 유통혁명과 이들 유통업체의 양계산업참여 여하에 따라 크게 변화될 것으로 보인다.