

일본 쇠고기 시장을 공략하자

윤 주 이 / 한국농어민신문 부장

일본은 세계에서 육류 최대 소비국가 중 한 곳이다. 축산물의 개방 이전까지만 해도 일본 정부가 축산업을 보호하겠다는 강한 의지를 갖고 있었지만 이제는 완전 개방시대를 맞아 많은 변화를 가져오고 있다.

육류의 최대수입 국가로 전략되면서 자국내 축산기반을 확충하는 것보다 대부분 수입에 의존하고 있다는 점에서 우리에게 시사하는 바가 크다. 이는 우리 축산업계가 일본 식육시장을 공략할 수 있는 가능성이 충분히 있다는 것을 보여주고 있다.

이런 의미에서 지난 3월 12일부터 15일(4일간)까지 일본 동경 마꾸하리 컨벤션센터에서 개최한 '96 FOODEX-JAPAN 박람회 행사는 우리 축산업은 물론 육가공산업을 한 단계 끌어올리는 중요한 계기를 만들었다는 평가를 받고 있다.

세계에서 육류 최대 소비국가 중 하나인 일본에서 우리의 식육수출 촉진을 위해 일본 수입업자는 물론 소비자들에게 한국산 식육의 품질 우수성과 식품 안전성을 직접 홍보함으로써 앞으로 국내업체들의 일본시장 진출을 가능케 해주

었기 때문이다.

특히 이러한 한국의 해외홍보활동은 긴급관세 조치 발동과 금년 9월부터 시행 예정인 원산지 국 표시 의무화에 따른 적절한 대응방안의 하나로써 시기 적절하였다는 것이 일본 현지 수입상사의 평가이다.

그러나 우리 축산업계는 이번 행사에 참여한 미국, 호주, 그리고 뉴질랜드 등 육류 수출국들의 활동과 비교해 볼 때 육류업계는 냉철히 반성하고 앞으로 이를 효율적으로 대응할 수 있는 중지를 모아야 할 것이다.

세계에서 가장 많은 육류를 수입하는 일본의 시장을 공략하기 위한 수출국들의 활동이 적극적이고 치밀하다는 분석이다.

이번 행사에 참가한 육류 수출국가들은 주 전시품목은 쇠고기이고 이외에 돼지고기, 닭고기 등 일부 육류도 출품돼 눈길을 끌었다. 반면 우리나라는 돼지고기, 삼계탕 등을 출품했고 쇠고기는 축협중앙회가 상징적인 의미에서 출품했다.

육류 수출국들이 쇠고기에 대해 홍보를 강화한 것은 일본의 쇠고기 시장을 공략할 수 있는 가능

성이 더 높다는 것을 입증해 주고 있다.

96 FOODEX-JAPAN 행사에 참가한 축협 중앙회 한 관계자는 “우리의 한우고기가 일본 소비자들에게 맛에서 큰 호평을 받았다”며 “가격면에서 경쟁력만 갖추면 충분히 일본시장을 공략할 수 있다”고 하면서 우리의 쇠고기 산업의 수출 가능성을 시사했다.

따라서 현재 우리가 일본시장의 주 수출품목으로 돼지고기에 초점을 두고 있지만 우리의 한우고기도 일본시장을 공략하기 위한 대응방안이 있어야 할 것으로 지적되고 있다. 물론 한우가격이 현재와 같이 비교적 높은 가격수준으로 거래되고 있는 상황에서는 불가능할 것으로 보인다. 하지만 가격 경쟁력 및 품질 경쟁력을 갖추기 위한 정부의 정책이 조기 정착되면 가능성이 있다고 본다.

그러기 위해 우선 우리 축산업계가 일본의 쇠고기 시장을 보다 철저히 분석, 대응방안을 마련해야 할 것이다.

지난해 일본에서 소비된 육류 중 쇠고기의 경우 1백만톤 이상으로 추정된다. 이들 물량은 시장유통 39.4%, 시장의 유통 60.6% 등을 통해 소비자들에게 공급하고 있다. 시장유통은 대부분 식육 도매장과 식육 유통센터를 통해 소비자들에게 공급하고 있으며 시장 외 유통은 무역상사나 유통판매상들을 통해 이루어지고 있다.

동경도내에 있는 동경도 중앙도매시장은 일본에서 육류유통에 큰 역할을 하고 있는 대표적인 곳이다. 동경도가 직접 운영하고 있는 이 시장은 1일 소의 경우 365두 정도 도축, 전국의 어느 도축장보다 많은 도축을 하고 있는 상태이다.

최근 이곳에서 거래된 가격은 쇠고기의 가격은 최고가 kg당 2,519₩(흑모화우), 최저가 297₩(홀스타인) 등으로 나왔다. 흑모화우 고기의 경우 지난 2년전보다 큰 가격변동이 없었지만 홀스타인의 경우 큰 폭으로 떨어졌다는 것이 시장측 관계자들의 이야기이다.

일본은 지난 91년 4월 쇠고기 수입이 완전자유화된 이후 이처럼 쇠고기 시장에 많은 변화를 가져오고 있다는 것을 반증해 주고 있다.

일본의 쇠고기 수입은 지난 87년 31만4천톤

수준이었으나 4년이 지난 91년 47만톤, 93년 81만1천톤, 94년 83만톤으로 계속 증가추세를 보이고 있다. 이러한 현상은 쇠고기 수입자유화 요인도 있지만 주로 품질보다 가격이 우선시되는 가공부이나 외식산업 부분의 수요증가에 힘입은 바가 큰 것으로 보인다.

특히 완전개방 이전까지만 해도 냉동육 형태의 수입이 주류를 이루었지만 품질 경쟁력면에서 우월하다고 보여지는 냉장육의 수입비중은 개방 이후에 많이 높아지고 있다는 것이다.

그러나 전반적으로 쇠고기 수입의 완전 개방과 함께 가공·외식 부분의 수입 쇠고기 수요가 포화상태에 이르게 되고 가정용 소비가 부진하게 되자, 재고불량으로 몸살을 앓고 있다.

이로 인해 일본의 쇠고기 수입 구조변화가 양적인 수입에서 점차 질적인 면으로 전환하게 됐다.

특히 품질면에서 서로 비슷한 젓소 고기와 수입 쇠고기가 자유화로 본격적인 경쟁상태에 돌입하게 되었고, 젓소의 수송아지를 비육한 낙농가에게 큰 타격을 주고 있는 실정이다.

그러나 일본의 식육시장은 우리보다 도체등급제를 먼저 도입, 육류시장 개장에 대비했다. 현재 쇠고기의 육류등급기준은 15등급으로 구분했는데 화우의 경우 대부분 농가들이 10개월령 송아지를 구입, 26개월 사육해 출하시키고 있어 국내 한우보다 마블링이 잘돼 있어 높은 등급을 받고 있는 것이 특징이다.

지난해 동경식육시장에서 가장 높은 등급을 받은 화우고기는 무려 9,999₩이라고 시장관계자는 설명한다. 결국 이는 육질이 좋은 화우고기 경우 아무리 수입 쇠고기가 많이 들어오더라도 경쟁력을 갖고 높은 가격을 받고 있다는 것을 보여주고 있다. 즉 육류도체등급제를 조기에 실시해 일본의 소사육농가들이 수입개방에 대응할 수 있는 경쟁력을 갖게 했다는 것이다.

또한 일본의 일부 축산농가들은 쇠고기의 완전개방을 극복하기 위한 독특한 방법을 도입, 성과를 얻고 있어 주목을 받고 있다. 일본의 화우고급육시장을 겨냥, 쇠고기를 생산할 뿐만 아니라 하류층을 대상으로 한 쇠고기를 생산, 판매하고

96 FOODEX - JAPAN 행사에 참가한 축협중앙회 한 관계자는

“우리의 한우고기가 일본 소비자들에게 맛에서 큰 호평을 받았다”며

“가격면에서 경쟁력만 갖추면 충분히 일본시장을 공략할 수 있다”고

하면서 우리의 쇠고기 산업의 수출 가능성을 시사했다.

있다.

카나가와현에 있는 신명목장의 경우 소사육의 생산비를 절감하기 위해 호주 등지에서 200~220kg짜리 송아지를 50~60만원 수준으로 수입, 수입 자유화로 인해 휴업중인 목장의 목초를 이용할 수 있게 하여 일본의 풍토에 맞게 방목하여 큰소로 사육한 후 휘드랏으로 비육해서 도축, 냉장육상태로 판매하고 있다.

시중 식육업소 및 식육 백화점에 냉장육 상태로 공급되고 있는 이곳 농장의 쇠고기는 대부분 일본 육류등급 기준으로 볼 때 B3 수준 정도로 높은 가격을 받지 못하지만 그런대로 냉장육으로 유통되기 때문에 소비자들에게 호응을 얻고 있다고 농장관계자는 말한다.

이 농장의 경영방식 특징은 일본 축산농가중 수입개방으로 인해 폐쇄한 농장을 싼 가격에 임대, 송아지와 사료 등을 공급해 주면서 소를 사육하는 것이다. 이는 소를 계열화 형태로 사육하는 방법 중 하나인 것으로 우리나라도 앞으로 수입개방으로 인하여 휴업하는 목장이 발생한다면 밀소값이 1/3가격으로 싸게 되고 유희목장의 활용차원에서 이같은 형태의 경영방식을 연구 검토할 필요가 있다.

한편 일본의 식육시설 중 큰 역할을 하고 있는 것은 재단법인으로 운영되고 있는 식육 유통센터이다. 이곳은 생축을 도축, 판매하는 곳이 아니라 지방 도축장에서 도축해 부분육으로 상장 판매하는 곳으로 우리 육가공업계가 앞으로 눈여겨볼 사업이다. 이 사업에 많은 가공소들이 참

여하고 있기 때문이다.

이 유통시설은 물류비를 절감하고 도시의 공해 문제를 해결하기 위해 분업화 차원에서 판매·배송 등 전문화로 가기 위한 목적으로 설립했으며 앞으로 이런 시설은 타 지역으로까지 확산될 것이라는 것이다.

또한 이곳에서 부분육의 가격결정은 가격공정 위원회가 시중에서 1~2주 기간 거래되고 있는 가격을 토대로 공정하게 결정하고 있으며 취급 품목은 국내산 돈육부분, 수입우, 계육 등으로 다양한 품목을 취급하고 있다.

특히 50개의 도매상들이 이 식육유통센터에 창고를 두고 부분육을 받아 그 중 식육전문소매점과 생협, 외식업체들에게 공급하고 있으며 부분육에 대한 가격정보를 신문, 라디오 등에서 제공받는 것이다.

어떻든 96 FOOD-JAPAN 박람회 행사가 정부의 적극적인 지원하에 해외개척사업의 일환으로 추진됨으로써 많은 성과를 얻었다. 그러나 우리가 앞으로 육류의 주수입국인 일본 쇠고기 시장을 공략하기 위해서는 다양한 방법을 모색해야 할 것이다.

이를 위해 일본에서 고급육을 생산하는 화우농가들은 쇠고기가 완전개방하더라도 경쟁력을 갖고 있는 만큼 우리 농가들도 이에 대한 철저한 준비를 해야 한다.

또한 육가공업체들은 앞으로 축산물이 완전 개방 되더라도 무리하게 수입하면 오히려 역효과를 가져올 수 있다는 것을 알아야 할 것이다.*