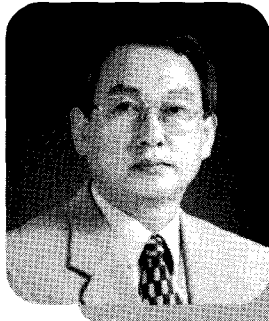


한우산업의 현황과 전망



이 문 연
농약박사 · 안우개량부 부장

1. 개 황

한우사육두수의 감소는 '96년도를 정점으로 당분간 지속 될 것으로 예측된다. '74년도의 최고두수 경신 이후 한우사육두수 동향과 '85년도 최고두수 돌파 후 사육두수 증가양상으로 볼 때 향후 2~3년까지 사육두수는 꾸준히 감소되어 180~200여만두 수준에서 다시 회복 될 것으로 보인다.

그러나 우리가 당면한 문제는 두수의 감소로 국내산 쇠고기의 공급물량의 감소가 아니라, 수입개방에 의한 한우산업의 생존에 있다. 이대로의 한우산업방향은 종전과 같은 한우사육두수의 회복을 기대 할 수 없다. 2년후 쇠고기 산업의 완전개방은 한우산업에게는 또 하나의 IMF를 맞이하게 될 것이다. 얼마 남지 않았지만 지금이라도 한우고기의 차별화에 총력을 기울여야 할 것이다.

우유값파동이 일고 가격인상에 대한 투쟁이 격

렬할 때 진정 낙농업을 아끼고 경쟁력 있는 사업으로 발전시키려는 낙농인등은 무차별적인 유가인상보다는 유질 개선에 의한 유가보상이었고, 현실화되고 있다. 진정 펼치고 있는 대책이 장기적으로 누구를 위한 것인지 심사숙고해야 할 때이다. 한우산업에 대한 지원이 현실적인 한우고기의 차별화 생산방향에 초점을 맞추어야 할 것이다.

한우쇠고기의 차별화를 위한 가장 기본적인 것은 한우쇠고기 생산의 원료인 번식농가들이 생산하는 송아지의 질이다. 우시장에서 거래되는 송아지의 가격은 암수나 크기에 따라 다소 차이가 날 뿐이다. 거의 비슷한 가격에 구입한 송아지들이 비육되어 출하된 도체경락가격은 천차만별이다. 동일한 환경 조건, 예를 들면 동일한 우사, 사료 및 사양조건하에서도 최종산물인 도체경락가격은 몇십 만원에서 몇백 만원까지 차이 난다. 송아지

능력에 따른 차별화가 이루어질 때가 되었다. 벌써에도 종자가 있듯이 한우도 고급육의 소재가 되는 송아지 즉 밀소의 자질에 따라 한우고기 생산 등급이 결정되기 때문이다.

즉 동일한 환경조건에서 생산되는 한우쇠고기도 밀소의 고급육생산능력에 따라 등급이 결정된다는 것이다. 이제는 두수만 많이 가지고 있으면 소득을 높일 수 있다는 한우사육경영 방식을 탈피하여야 한다. 번식농가는 고급육을 생산할 수 있는 자질이 좋은 혈통의 송아지를 생산하고, 비육농가는 혈통에 기준하여 우수한 송아지를 구매하여 고급육을 생산하는 품질위주의 체제가 수립되어야 한다.

고급육을 생산한 비육우 생산자에게만 지불하던 장려금을 우수한 송아지를 생산한 번식농가도 적절한 보상을 받도록 하는 데에 역점을 두어야 할 것이다. 이를 위해서는 우수한 종모우로 생산된 혈통등록우를 매매할 수 있는 우시장의 개설과 활성화가 요구된다. 번식기만 없는 한우산업은 존재할 수 없다. 최근의 일본 화우산업이 직면한 문제이다.

아직도 한우산업은 영세하다. 이것은 우리가 가까운 장래에 풀기는 어려운 구조적인 문제점이다. 따라서, 한우번식농가의 전업화가 불가능한 우리의 현실에서, 한우 영세 번식농가를 보호할 수 있는 송아지 생산 장려금지급을 위한 자금의 확보와 아울러 송아지 생산 안정 가격제도를 전국적으로 시행하고 현실화된 지원책을 도입하여 경쟁력이 무한한 1~3두 규모의 부업번식농가의 의욕을 북돋아 주어야 한다.

이러한 제도적 장치 하에서 현재 추구하고 있는 한우개량 방향에 알맞은 밀소를 생산하도록 유도

하고 좋은 밀소를 생산 비육하여 판매하는 농가는 좋은 육질등급으로 소득을 보장받는 제도적 장치 또한 필요한 시점이다.

한우가격의 하락에도 불구하고, 어려운 여건 하에서도 일부에서는 느긋한 자세로 관망하는 한우 사육농가들이 있다. 일찍이 고급육생산만이 앞으로의 한우과동을 극복할 수 있다는 자세로 고급육을 생산하고 있는 얼마되지 않는 농가들이다. 얼마 전까지만 하더라도 한우고기만 살 수 있다면 다소 거리가 멀더라도 믿을 수 있는 한우고기 취급점을 이용하였다.

그러나 소비자의 입맛은 같은 한우쇠고기임에도 불구하고 맛의 차이가 있다는 사실을 인정하기에 이르렀다. 이런 현상은 곧바로 비육우시장의 시장판도를 바꿔 놓았다. 즉, 한우암소의 비육우가격이 비육수소의 가격을 추월하였다. 물론 고급육 생산만이 한우경쟁력을 높일 수는 없다. 그러나 한우산업의 살길은 고급육생산에 의한 쇠고기 품질 차별화에 있음을 부정할 수 없는 현실이다. 따라서, 품질차별화에 근거한 생산비 절감이 이루어져야 한다.

앞서 언급한 내용을 해결하기 위해서는 품질차별화와 원산지 구분에 의한 냉장유통체계의 확립으로, 밀소인 송아지의 차별화거래를 정착시키고, 아울러 영세한 번식기반의 안정적 발전을 위한 송아지가격안정제도의 전국확대가 조속히 이루어져야 한다. 따라서, 계속되는 장에서는 한우산업의 현황과 앞으로의 문제점 및 해결방안을 알아보기로 한다.

〈표1〉 연도별 한우마리수 및 농가호수

				(단위: 호, 마리수)			
연도	농가호수	마리수	호당마리수	연도	농가호수	마리수	호당마리수
1960	-	1,010,235	-	1982	895,827	1,525,644	1.7
1963	-	1,363,323	-	1983	971,152	1,940,142	2.0
1967	1,098,521	1,244,780	1.1	1984	1,036,806	2,317,692	2.2
1968	1,031,088	1,196,758	1.2	1985	1,047,573	2,553,449	2.4
1969	1,025,026	1,206,283	1.2	1986	990,720	2,370,011	2.4
1970	1,102,286	1,286,384	1.2	1987	854,269	1,923,121	2.3
1971	1,049,061	1,249,926	1.2	1988	701,755	1,558,952	2.2
1972	1,107,460	1,338,221	1.2	1989	654,040	1,536,040	2.3
1973	1,191,460	1,487,673	1.2	1990	620,266	1,621,654	2.6
1974	1,359,307	1,785,160	1.3	1991	600,779	1,772,957	3.0
1975	1,276,735	1,555,811	1.2	1992	585,172	2,018,954	3.4
1976	1,195,708	1,463,593	1.2	1993	569,957	2,260,472	4.0
1977	1,173,280	1,508,760	1.3	1994	540,404	2,392,560	4.4
1978	1,175,865	1,651,355	1.4	1995	518,952	2,594,027	5.0
1979	1,092,467	1,598,780	1.5	1996	513,319	2,843,535	5.5
1980	997,192	1,427,200	1.4	1997	464,785	2,735,432	5.9
1981	858,250	1,311,725	1.5	1998	427,005	2,383,133	5.6

* 자료: 농림수산부

2. 한우사육마리수 및 사육농가 호수 증감 추이

한우두수는 일정기간을 두고 증감추세를 보여 준다. 〈표1〉에서 보는 바와 같이 1963년도에는 136만두, 1974년 178만두, 1985년도 255만두, 1996년도 284만두로 매11년마다 최고두수가 갱신되는데 '98년 238만두로 감소추세에 있다.

이러한 한우사육두수의 증감은 한우의 번식주기를 기축으로, 쇠고기 수요공급, 소값, 특히 송아지의 밀소값과 밀접한 관계를 맺고 있기 때문에 이의 적정수준을 유지하기 위하여 많은 정책을 사용한다. 특히 감소기에는 도축연령의 제한, 각종 지원책의 한시적 운영 등 다각적인 정책을 펴다가 일정수준 이상으로 증가하여 수요공급이 문제가

없을 것으로 보이면, 각종 제도가 다시 환원되는 양상이 되풀이되는 것을 우리는 많이 보아왔고 체험하였다. 그러나 이러한 두수의 증감현상은 계속적인 밀소가격의 지속적인 안정화 추세에 따라 한우사육농가가 스스로 암소사육이 비육보다는 유리하다는 판단 아래 이루어지는 것이기 때문에 너무 인위적인 정책수립은 정상적인 한우사육의 흐름을 왜곡시키고 한우사육농가에 큰 피해를 줄 수 있다. 오히려 이러한 한우지원정책은 불황을 장기화시켜 송아지번식기반을 붕괴시킬 수도 있다. 따라서, 정부는 인위적인 단기 대책보다는 한우산업의 발전방향에 따라 정책을 수립하여야 한다는 것이다. '96~'97년도에 걸친 소값의 급락에 대한 대책으로 생체중대비의 일정가격기준 무제한수매와

같은 정책은 단기적인 대책으로는 효과적일지 모르나 장기적인 안목에서는 한우산업발전의 근간인 지육의 육질등급에 따른 수매정책으로 전환되어야 한다는 것이다. 덧붙여, 부득이한 상황하에서의 소두수의 과잉에 따른 암소의 수매시에는 번식에 공용되고 있는 노령우와 저능력우를 대상으로 수매하고 개량된 젊은 암소의 수매는 자제하여야 한다.

주기적으로 보아 한우두수의 감소추세는 몇 년 더 지속되어 180~200만두선까지 이어질 것으로 보이나, 종전과 같이 한우사육두수만으로 쇠고기

생산량을 예측할 수 없다. 한우고기의 고급화에 따라 사육기간이 연장되어 출하체중이 두당 100kg 까지 증가했기 때문이다. 이에 덧붙여 수입 쿼터량의 증가가 국내쇠고기 생산량의 소비에 악영향을 미칠 것으로 예측되기 때문이다. 이에 대한 결과로 한우가격하락에 대한 피해를 줄이기 위해서는 품질에 따른 가격차별화로 한우육의 경쟁력을 키워 수입고급육과 경쟁을 유도하고, 송아지 생산자에게 적정 이윤을 보장할 수 있는 송아지생산가격안정기준을 정하여 번식기반의 붕괴를 막도록 최선을 다하여야 할 것이다.

〈표2〉 사육규모별 마리수 및 가구수

(단위 : 천두, 천가구, %)

	마리 수					가 구 수				
	계	20두 미만	20~50	50~100	100두 이상	계	20두 미만	20~50	50~100	100두 이상
'96. 3	2,635	1,915 (72.7)	517 (19.6)	125 (4.7)	78 (3.0)	518	497 (95.9)	18.5 (3.6)	2.0 (0.4)	0.42 (0.1)
6	2,814	2,041 (72.5)	558 (19.8)	132 (4.7)	83 (3.0)	518	496 (95.7)	20.0 (3.8)	2.1 (0.4)	0.44 (0.1)
9	2,891	2,061 (71.3)	592 (20.5)	147 (5.1)	91 (3.1)	518	494 (95.4)	21.2 (4.1)	2.3 (0.4)	0.50 (0.1)
12	2,844	1,999 (70.3)	605 (21.3)	145 (5.1)	95 (3.3)	513	488 (95.1)	22.2 (4.4)	2.3 (0.4)	0.52 (0.1)
'97. 3	2,827	1,971 (69.7)	604 (21.4)	155 (5.5)	97 (3.4)	509	484 (95.1)	21.6 (4.3)	2.5 (0.5)	0.53 (0.1)
6	2,927	1,994 (68.1)	643 (22.0)	169 (5.8)	121 (4.1)	501	475 (94.8)	22.7 (4.5)	2.6 (0.5)	0.68 (0.2)
9	2,880	1,884 (65.4)	644 (22.4)	203 (7.0)	149 (5.2)	482	455 (94.5)	22.4 (4.7)	3.2 (0.6)	0.85 (0.2)
12	2,735	1,739 (63.6)	638 (23.3)	201 (7.3)	157 (5.8)	465	439 (94.4)	22.0 (4.7)	3.2 (0.7)	0.90 (0.2)
'98. 3	2,762	1,698 (61.5)	625 (22.6)	272 (9.9)	167 (6.0)	475	447.7 (94.3)	21.6 (4.6)	4.2 (0.9)	1.00 (0.2)
6	2,750	1,693 (61.6)	617 (22.4)	261 (9.5)	179 (6.5)	466	440.2 (94.4)	21.1 (4.5)	4.0 (0.9)	1.09 (0.2)
9	2,633	1,588 (60.3)	592 (22.5)	256 (9.7)	197 (7.5)	450	424.0 (94.2)	20.9 (4.7)	3.9 (0.9)	1.18 (0.2)
12	2,383	1,404 (58.9)	532 (22.3)	254 (10.7)	193 (8.1)	427	403.8 (94.5)	18.2 (4.3)	3.9 (0.9)	1.13 (0.3)
'99. 3	2,198	1,332 (60.6)	466 (21.2)	232 (10.6)	168 (7.6)	413	392.4 (95.0)	15.9 (3.9)	3.5 (0.8)	0.95 (0.2)

	마 리 수					가 구 수					
	'99. 3	계	20두 미만	20~50	50~100	100두 이상	계	20두 미만	20~50	50~100	100두 이상
전 분 기		△185 (△7.8)	△72 (△5.1)	△66 (△12.4)	△22 (△8.7)	△25 (△13.0)	△14 (△3.2)	△11.4 (△2.8)	△2.3 (△12.6)	△0.4 (△10.3)	△0.2 (△15.9)
증 △ 감											
전 년 동 기		△564 (△20.4)	△366 (△21.6)	△159 (△25.4)	△40 (△14.7)	1 (0.6)	△62 (△13.1)	△55.3 (△12.4)	△5.7 (△26.4)	△0.7 (△16.7)	0.1 (△5.0)

* 자료 : 농림부, 국립농산물검사소 1999. 3. 1.

〈표2〉에는 최근 3년간의 사육규모별 마리수와 가구수가 제시 되었다. 지난 3년동안 한우사육농가는 21%정도 감소한 반면에, 한우사육두수는 17%정도 감소로 한우농가의 규모화는 꾸준히 진전되고 있음을 볼 수 있다. 이처럼, '96년말 기준 20두미만의 사육농가의 보유한우두수가 70.3%에서 '98년말 58.9%로 한우사육규모화가 진전되고 있으나 아직도 전업보다는 겸업이나 부업규모의 영세성을 벗어나지 못하고 있다.

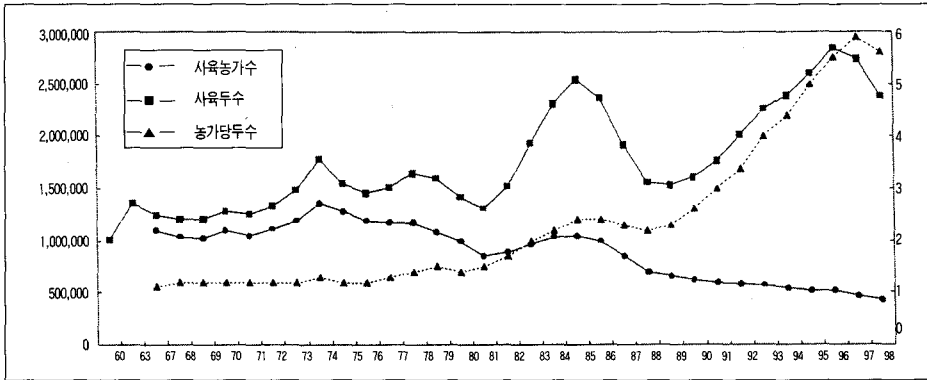
그러나 이들 다두사육농가의 증가는 대부분 비육우 규모의 확대에서 비롯된 것으로, 생산기반의 확충을 위한 번식암소 사육규모의 정확한 통계수치의 확보로 생산기반의 안정적 유지가 요구되는 시점이다. 소규모 사육농가 호수의 감소는 머지않아 경쟁력과는 무관한 부존자원 활용에 의한 번식농가의 암소 보유두수의 감소가 예상되기 때문이다.

〈그림1〉에서 보는 바와 같이 사육두수 및 사육호수의 변화추세에서 농가호수는 '74년을 정점으로 계속 감소추세에 있으나 사육규모는 꾸준히 증가하여 '97년말 호당 5.6두로 늘어났다. 이러한 현상은 앞으로 더욱 가속화되어 다두사육으로 호당 사육규모는 증가하여, 호당소득은 증가될 것으로 예상되나 두당 생산성은 오히려 낮아 질 수 있기

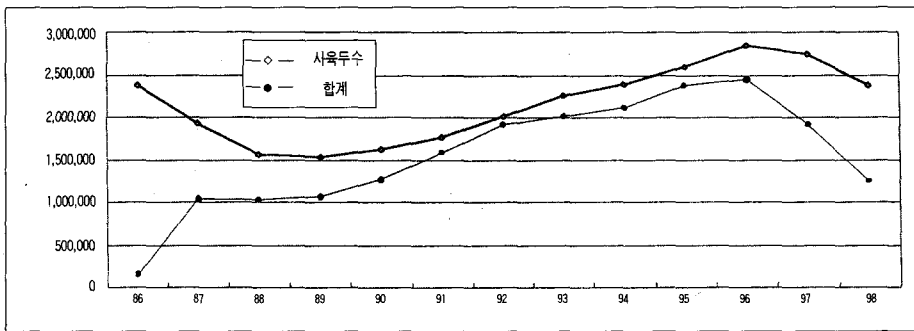
때문에 이에 따른 대책이 강구되어야 한다. 즉 규모의 증가에 따른 경영개선이 요구된다.

〈표3〉에는 최소 1~2년 후의 송아지 생산두수를 예측할 수 있는 정액혈통확인에 따른 정액공급량의 수치를 제시하였다. 〈표1〉에서 살펴본 한우사육두수의 증가는 〈표3〉의 정액공급량과 일치하고 있음을 알 수 있다. 특히 〈표3〉에서 보는 바와 같이 '90년과 '91년 사이 약 30만스트로의 정액공급의 증가와 더불어 한우두수는 91~92년 사이에 24만6천두가 증가되어 이의 현상을 뒷받침하고 있다. '96년도에 접어들어서도 이의 현상은 계속되어지고 있다. '94년대비 '95년도의 정액공급량은 26만스트로가 증가되어 전술한 바와 같이 '96년도 하반기에 290여만두에 이르렀다. 정액혈통확인두수는 '96년도에 도 계속증가하여 송아지 생산두수는 당분간 지속적으로 증가 될 것으로 보여졌으나, 송아지 가격하락에 따른 자연종부의 성행과 암소 사육 기피 현상으로 '96년을 정점으로 감소하고 있으며, 2~3년후에나 회복 될 것으로 전망된다. 이런 현상은 정액혈통확인두수로 알아 볼 수 있는데, 이 현상을 〈그림2〉로 알기 쉽게 표시하였다. 그림에서 보는 바와 같이 정액공급과 소 사육두수는 번식주기의 간격으로 그 두수의 증감 효과가 나타나고 있음을 알 수 있다.

〈그림1〉 연도별 한우사육두수 및 사육농가변화추이



〈그림2〉 한우 사육두수와 정액공급량과의 관계



3. 지역별 사육현황

지난 '98년말 6대도시를 제외한 도별 한우사육 분포는 〈그림3〉에서 보는 바와 같이 경북이 18.8%, 전남 17.8%, 충남 14.5%, 경남 14.3%, 경기

9.3% 순으로 대부분의 도에서 사육규모가 감소하였다. 〈표4〉와 〈그림4〉에는 연도별 지역별 사육두수 변동추세가 제시되었다.

〈표3〉한우 정액혈통확인에 따른 정액공급량

년 \ 월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
1986										59,000	73,600	27,300	159,900
1987	43,600	50,600	54,300	64,100	77,800	95,500	157,000	169,950	110,500	116,800	79,500	23,150	1,042,800
1988	58,100	52,500	47,000	64,200	62,890	81,800	144,500	152,500	133,000	98,000	81,600	56,700	1,032,790
1989	33,500	52,700	53,500	56,500	83,000	105,000	156,000	149,000	140,000	103,000	93,000	42,100	1,067,300
1990	46,000	66,500	66,000	92,170	102,600	142,000	146,500	167,100	163,300	122,000	96,000	67,000	1,277,170
1991	64,000	88,200	98,500	104,000	135,000	157,000	220,000	201,000	176,000	128,500	114,000	97,000	1,583,200
1992	94,600	116,500	132,000	127,500	142,000	226,677	274,200	207,400	211,350	163,150	131,040	84,650	1,911,067
1993	59,400	118,080	124,240	156,650	185,600	221,050	315,850	216,650	243,430	164,190	112,300	102,280	2,019,720
1994	114,050	68,960	123,905	181,320	211,406	219,880	257,030	270,830	225,530	192,240	143,600	101,725	2,110,476
1995	118,200	136,190	164,630	186,004	218,600	255,520	348,100	233,300	228,500	200,460	154,350	128,280	2,372,134

년월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	합계
1996	125,800	171,000	173,600	223,590	256,160	244,680	305,250	273,710	197,540	191,000	184,300	106,150	2,452,780
1997	84,590	118,090	181,950	149,900	178,700	192,950	218,200	195,000	154,500	160,250	125,820	154,000	1,913,950
1998	68,600	76,000	121,000	121,500	132,000	93,700	123,000	111,000	101,000	131,790	85,500	79,000	1,244,150

* '96,'97,'98자료는 한육우 포함된 수치임.

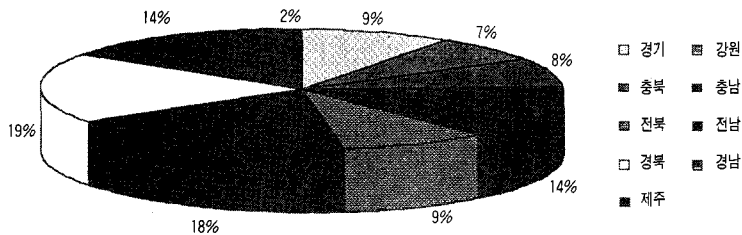
〈표4〉 연도별.지역별 사육두수 추이

(단위:천두)

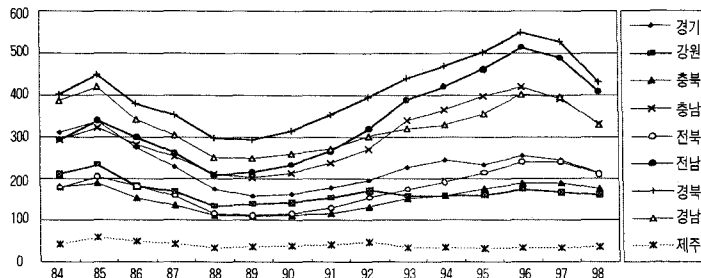
연도	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
경기	311	338	275	230	175	158	162	177	195	227	245	234	256	244	213
강원	212	233	183	168	134	138	142	154	172	157	158	160	174	166	159
충북	179	188	154	136	112	108	112	116	132	152	158	175	189	188	175
충남	294	322	282	253	211	202	214	237	271	340	365	397	421	391	332
전북	178	205	183	158	116	112	116	129	154	173	191	213	239	240	211
전남	294	339	300	262	209	215	234	266	319	389	419	462	514	490	408
경북	403	449	379	353	297	293	316	354	396	441	470	503	548	526	431
경남	387	421	343	305	251	249	259	271	303	321	329	356	403	396	328
제주	42	57	49	42	33	35	38	40	46	34	33	32	34	33	35
계	2,300	2,552	2,148	1,907	1,538	1,510	1,593	1,744	1,988	2,234	2,368	2,532	2,776	2,674	2,292

* 6대도시는 제외

〈그림 3〉 95년도 지역별 한우사육 분포



〈그림 4〉 지역별 한우사육두수의 변동추세



4. 생산

국내 쇠고기 생산부문에 많은 변화가 일고 있다. 도체등급제의 전국적인 확산과 더불어, 생산농가에서는 자발적으로 한우산업의 활로를 찾기 위하여 사육농가 중심의 '한우능력평가대회'는 물론 '한우쇠고기 브랜드화를 통한 한우쇠고기의 차별화'를 시도하고 있다.

이러한 움직임은 한마디로 한우산업을 활성화 하기 위한 핵심적인 사업으로 이의 정착 여부는 앞으로 한우산업의 사활과 직결될 것이다. 이에 덧붙여 정부에서는 한우번식기반의 안정적 확보를 위하여 '송아지가격 안정제도'를 도입하여 부분적으로 시행하고 있다. 따라서, 여기에서는 최근 한우생산부문에 일어나고

있는 사항들을 전술한 내용을 통하여 살펴보기로 한다.

1) 소 정보화 사업

이 사업의 중점적인 사항은 소의 개체식별을 통하여 한우산업을 합리적으로 발전시킨다는데 그 목적이 있다.

사육되고 있는 모든 소를 일목요연하게 관리할 수 있는 체계를 구축한다는 것이 궁극적인 목표이다.

이것은 쇠고기 수급상의 통계자료, 질병조절 등 각종제도의 기초자료로서 필요하지만 특히 이 사업은 고급육생산을 위한 개량사업과 송아지가격 안정제도 도입 측면에서 필히 이루어져야 한다. 생산비를 낮추는데 가장 중요한 사료까지도 수입에 의존하는 처지에 종자마저 외국에서 들여와야 한다면 경쟁의 승패는 이미 판가름난 것이나 마찬가지다.

다행히 한우는 우리만이 가지고 있는 고유의 육용우종의 한 품종으로 고기의 품질이 우수하고 다른 축산 선진국에 비하여 인공수정율이 아주 높다.

대가축의 개량은 대부분 수소의 개량 즉 우수종모우의 선발과 이에 의한 개량에 중점을 두어 왔다.

이러한 인공수정의 높은 보급율은 광활한 초지나 방목장을 이용하여 자연증부를 시키는 외국과는 달리 우리나라는 집약적으로 사육하여 인공수정에 적합한 적은 두수를 관리할 수밖에 없는 우리의 특성에 기인한 것으로 영세한 한우농가의 한우 한 마리 합마리의 개체식별은 앞으로 고급육을 생산할 수 있는 우수유전인자의 발굴과 암소의 개량자료 확보와 더불어 한우고기 차별화에 크게 기여할 것으로 보인다.

한우고기의 차별화를 위한 우수한 실용축인 우수한 송아지의 생산은 대가축의 경우 수소인 종모우의 개량만으로는 소기의 목적을 기대할 수 없다. 암소의 개량이 개량속도를 가속화시키는데 아주 중요하다.

송아지의 생산성을 좌우하는 능력은 암수 부모의 공통의 책임이기 때문에 수소의 능력뿐만 아니라 암소의 능력도 개량해야 하기 때문이다.

이 개체식별 사업은 도체등급제와 연관하여 발전시키지 않으면 안된다. 앞으로 모든 소는 농가 스스로 개체식별이 되어 고유의 번호를 부여받도록 해야한다.

이 번호에 따라 소는 자기일생동안의 모든 정보가 관리된다. 한우의 고급육생산을 위한 정보인 등급판정 정보라든지 자기생애를 통한 발육능력 등이 기록되면 이들을 기록내용에 따라 평가할 수

있다. 즉 가축은 경제성 동물이기 때문에 평가에 따라 한우산업에 알맞은 개체만 골라 사육할 수 있다는 것이다.

이사업은 앞으로 한우의 경쟁력을 기르는데 있어서 중요한 송아지가격안정제도 도입에 필수조건인 동시에, 개량등 한우산업을 발전시키는데 아주 중요한 역할을 할 수 있을 것으로 기대되지만 앞으로 확대 정착되기에는 많은 어려움이 뒤따를 것으로 보인다.

따라서, 이 사업이야말로 한우산업발전의 마지막 기회로 인식하고 모든 관련기관에서의 적극적인 협조가 요구된다.

2) 소 도체등급제

생산자가 한우를 사고 팔 때는 그 기준이 있어야 한다. 아무리 좋은 송아지를 생산하였다 하여도 제값을 받고 팔지 못하면 아무 소용이 없다.

- 어느 것이 좋은 송아지인지?
- 어떤 송아지를 생산하는 것이 소득을 높여 주는 것인지?
- 객관적이고 확실한 지표로 줄 수 있는 제도는 없는것인지?

생산자에게는 송아지 생산의 지표로서, 비육농가에는 송아지 구매의 지표로서, 나아가서는 소비자가 객관적으로 쇠고기의 품질을 평가할 수 있는 제도의 확립은 한우산업을 안정적이고 과학적으로 발전시키는데 크게 기여할 것이다. 이러한 욕구를 충족시켜 주기 위하여 생겨난 것이 바로 도체등급제로서 생산자와 소비자를 고려한 아주 합리적인 제도이다.

앞서 말한 한우의 객관적 거래기준은 최종적으로 생산자가 받는 가격에 결정되게 되는데 바로 이 등급에 적용된 자료가 한우 거래의 결정적 요인이 된다.

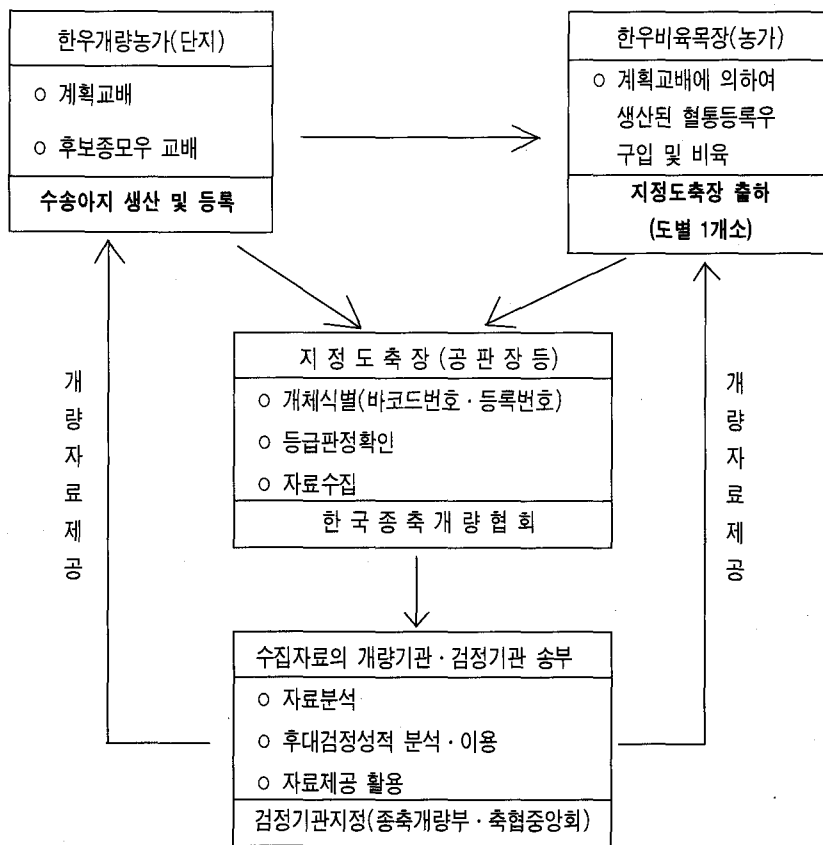
육질등급을 결정하는 근내지방도, 육량을 결정하는 등지방 두께 등은 유전적 소질이 아주 크기 때문에 밀소의 생산이 도체등급하에서는 중요한 작용을 하게 된다.

따라서 자연히 높은 가격의 송아지를 생산하려는 번식 농가들은 육질과 육량이 우수한 종모우를 선발하고 이 등급 하에서 얻은 암소의 유전능력을 평가 우수한 종자인 암소를 선발 사육하는 것이 보다 높은 소득을 올리게 됨을 알게 될 것이다.

그러나 안타까운 현실은 이제도의 시행과 더불어 한우에 대한 개체식별에 대한 인식 부족으로 많은 자료가 한우의 개량에 쓰여지지 못한 게 사실이다. 가축의 개량에서 무엇보다도 중요한 것은 확실한 기록이 생명이기 때문에 이 혈통의 정확성을 기하기 위해서는 혈액형제도나 친자감별제도를 도입 활용하는 것 또한 이제도의 조기 정착을 위하여 매우 중요하다.

한우산업은 어느 한 분야의 발전으로 이루어지지 않는다. 한우산업에 관련된 모든 조직이 한우산업의 방향에 따라 유기적으로 연결되어 움직여야 한다. <그림5>에는 개체식별사업과 도체등급제와의 관계를 개량사업과 연관시켜 간략하게 설명하였다. 아울러, 도체등급자료가 개량에 이용될 수 있도록 자료의 표준화와 근내지방도 우수종축을 선발 할 수 있는 기준의 재정립이 이루어져야 한다.

〈그림 5〉 한우개량사업과 개체식별 및 등급제와의 관계



3) 한우능력 평가대회의 활성화

한우능력 평가대회는 전국에서 모인 한우사육 농가들이 쇠고기수입개방에 자발적으로 대응하기 위하여 1993년 3월 축산회관에서 모임을 갖고 태어난 대회로, 배경은 UR협상의 타결과 쇠고기시장의 전면개방, 한우고기와 외국산쇠고기와 가격 및 품질경쟁시대의 도래등에 대비하기 위하여 태어난 순수민간에 의한 자발적 모임으로, 이대회의 기대효과는 다음과 같다.

- 유전적 능력에 의한 한우고급육 생산 가능성 확인
- 거세한우의 현장후대검정의 가능성 타진

- 거세한우의 월령별 성장능력
 - 한우사육농가의 고급육생산 지도지침 작성가능
 - 한우의 적정 출하시 체중 설정 및 경제성 파악
 - 축산물 등급제도의 구체적인 방향제시
 - 한우사육농가의 생산성 향상과 소득증대
 - 한우사육농가의 사기양양 및 단결심 배양등이다
- 이 대회는 해를 거듭할 수록 그 규모가 늘어나, '95년에 개최된 제2회 대회에는 39개조(1조 3두)에서 117두, 3회 대회에서는 56개농가에서 168두의 24개월령 거세한우를 출품하여 거세한우 품평회를 마무리 지었으며, 이미 제2회대회의 고급육생산실적은 정부목표를 상회하였다. '99년도 개최예정인

제4회 대회는 74농가가 참여 예정으로 있다. 표5에는 제 4회전국한우능력평가대회 참가예정인 한우 사육농가의 목록이 제시되었다.

표6에는 전술한바와 같이 2001년 정부목표 A1, B1 출현율 60%이상을 제2회 대회에서 이미 달성하였는데 여기에서 간과할 수 없는 것은 여기에 출품된 밀소는 혈통을 알고 있는 등록우이고 거세한 수송아지를 24개월간 사육하여 얻은 수치라는

것이다. 결국 거세는 개량은 아니지만 육질등급을 한 단계 올리는 강력한 수단임을 알 수 있다.

따라서, 정부와 농가는 한우최고기 품질 차별화를 효과적으로 수행하기 위해서는 1차적으로 수소의 거세와 이의 사육방법이 있음을 알고 이에 적극적으로 대처하여야 할 것이다. 그러나 이것은 고급육생산에 있어서 하나의 수단이지 개량이라는 궁극적인 목표가 아님을 간과하여서는 않된다.

〈표 5〉 제4회 한우능력 평가대회 출품자 명단

출품농가	주 소	농 장 명	전화번호
최 오 범	경기 광주군 도척면 방도리 607-4	울봄농장	761-8475
홍 재 경	경기 양주군 광적면 석우리 332	불곡산한우	847-3752
임 종 선	경기 광주군 도척면 유전리 382	가나안농장	762-4717
이 치 갑	경기 파주시 문산을 마정리 734	통일농장	952-4173
김 길 현	인천 강화군 선원면 냉정리 886	오성농장	933-1088
김 동 수	경기 양평군 개군면 부리	개군한우	418-9009
홍 석 철	경기 화성군 정남면 귀래리	수원목장	501-2062
명 인 구	경기 고양시 일산구 주엽동 강선A 607-1301	명농장	911-6050
이 경 구	경기 양평군 개군면 부리	칠읍산한우	772-8560
이 달 형	강원 양양군 강현면 강선리	-	671-5435
양양축협	강원 양양군 양양읍 남문리 44-1	생축사업장	671-8868
평창축협	강원 평창군 평창읍 하리 131-1	평창대관령한우	334-2303
이 계 영	강원 홍천군 홍천읍 와동리 973	농현축산	435-1653
조 남 웅	강원 홍천군 남면 화전리 149	화우축산	432-3531
최 부 규	강원 홍천군 서석면 중암리 226-5	부하목장	433-4372
임 병 희	강원 양구군 남면 청리	양구목장	481-4422
조 건 준	충북 청원군 오창면 두릉리 106-1	조은목장	211-0731
황 성 환	충북 청원군 오창면 두릉리 351	구릉목장	212-9627
양 인 석	충북 청원군 오창면 모정리 306	성암목장	250-3380
천 대 수	충북 청원군 오창면 가좌리 443	-	211-0527
조 규 증	충북 청원군 오창면 두릉리 412-1	푸른목장	212-9932
안 병 호	충북 음성군 삼성면 양덕리 453	튼튼목장	878-5014
오창영농조합	충북 청원군 오창면 두릉리 106-1	-	211-0731
홍성축협	충남 홍성군 홍성읍 오관리 435-8	생축사업장	632-6611
조 윤 형	충남 홍성군 금마면 덕정리 466-3	금음농장	633-6781
김 동 우	충남 홍성군 갈산면 내갈리 151	-	632-6614
이 병 국	충남 보령시 청라면 상천리	오륜농장	932-8852
황 치 봉	충남 보령시 남포면 달산리 584	-	933-0906
박 정 규	충남 보령시 주교면 은포리 653-1	창조농장	-
임 진 영	충남 보령시 명천동 809-3	독림목장	935-4683
장 천 기	충남 연기군 서면 와촌리 728-2	샘물농장	863-4366
장수축협	전북 장수군 장수읍 장수리 483-7	한우계열화사업소	351-1600
이 근 수	전북 익산시 여산면 여산리 산17	이반농장	858-5146
샘골농장	전북 정읍시 산외면 평사리 213	한우샘골영농조합	533-7296

출품농가	주 소			농 장 명	전화번호
강 병 무	전북	남원시	사매면 서도리 산6-1	삼천리목장	634-8131
박 경 무	전북	남원시	수지면 호곡리 283	경영농장	626-8020
임실축협	전북	임실군	임실읍 이도리 182-4	생축사업장	643-3601
임 우 기	전북	임실군	삼계면 화정리 482	화정한우농장	642-2301
함평축협	전남	함평군	함평읍 기각리 893	생축사업장	322-0061
유 중 원	전남	고흥군	두원면 용산리 813	두원농장	835-4423
김 영 자	전남	나주시	노안면 유곡리 산29	상록수목장	335-8329
송 영 석	전남	고흥군	대서면 안남리 6	영금농장	833-3384
고흥축협	전남	고흥군	고흥읍 서문리 219-53	생축사업장	835-8602
함평천지우	전남	함평군	함평읍 옥산리 7-1	함평천지영농조합	322-0077
이 재 석	전남	함평군	함평읍 옥산리 7-1	-	322-0077
김 화 섭	경북	김천시	지례면 신평리	화성농장	432-2078
고령축협	경북	고령군	고령읍 지산리	생축사업장	954-0701
이 왕 조	경북	고령군	운수면 신간리 720	의봉목장	955-5210
이 규 석	대구	북구	연경동 612-1	청암농장	982-0267
이 영 하	대구	북구	연경동 675-1	연경농장	982-0258
이 재 학	대구	달성군	하빈면 봉촌리 575	봉촌한우목장	581-0874
황 화 섭	경북	안동시	남후면 광음리 647	안동황우촌	859-6465
서 재 명	경북	안동시	일직면 명진리 456	호암농장	852-9212
구 진 모	경북	성주군	금수면 명천리	-	983-2375
박 시 근	경북	안동시	일직면 명진리 212	-	852-9579
최 삼 호	경북	경주시	천북면 모아리 133	대지농장	745-4309
고 준 희	경북	예천군	풍양면 낙상리 543	풍양축산	653-8000
구미축협	경북	구미시	원평동 1037-6	생축사업장	652-3420
북 인 규	울산	울주군	두서면 북안리 242-1	-	262-7205
이 선 동	울산	울주군	두동면 월평리	-	262-7246
심 태 량	울산	울주군	삼남면 상천리	-	263-8606
박 우 철	경남	산청군	단성면 강루리 656-1	-	972-0530
남해축협	경남	남해군	남해읍 남변리 422-5	생축사업장	862-2115
이 석 인	경남	남해군	고현면 청동리	-	862-3206
박 명 철	경남	남해군	삼동면 봉하리 459-6	-	867-4433
진주축협	경남	진주시	상대동 303-45	생축사업장	758-9111
최 인 갑	경남	사천시	정동면 화촌리	사천화우회	854-1736
서 인 석	경남	하동군	황천면 월평리 653	-	883-8287
거창축협	경남	거창군	거창읍 상림리 137-2	생축사업장	943-9581
최 중 훈	경남	거창군	가조면 도리	남훈축산	943-3997
김 흥 옥	경남	거창군	마리면 울리	크는농장	943-8774
이 강 우	경남	거창군	거창읍 가지리 43-25	-	943-9581
정 영 민	경남	남해군	고현면 중앙리 900-21	-	864-6906
김 용 진	제주	남제주군	안덕면 창천리 27	현아축산	794-9881

〈표 6〉 전국 한우능력 평가대회별 등급별 출현율과 평균

구 분	회 수	제1회(1993)		제2회(1995)		제3회(1997)		전 국 평 균*	
		두 수	비 율	두 수	비 율	두 수	비 율	두 수	비 율
국 질	1	77	30.55	87	74.36	109	64.88	8,681	60.74
	2	7	19.44	28	23.93	37	22.02	4,439	31.06
	3	18	50.00	2	1.70	22	13.10	1,173	8.20
	소 계	36	100.00	117	100.00	168	100.00	14,293	100.00

구분	회수	제1회(1993)		제2회(1995)		제3회(1997)		전국평균*	
		두수	비율	두수	비율	두수	비율	두수	비율
육량	A	12	33.33	5	5.27	22	13.10	1,661	11.62
	B	17	47.22	96	82.05	109	64.88	10,247	71.69
	C	7	19.44	6	13.68	37	22.02	2,385	16.69
	소계	36	100.00	117	100.00	168	100.00	14,293	100.00

* 전국평균은 '97년도 자료임.

4) 한우쇠고기 생산 방법이 달라지고 있다.

최근 한우출하체중이 달라지고 있다. 통계표시 방법도 성우기준이 400kg에서 500kg으로 바뀌었다. 이 체중은 몇년 전만 하여도 우시장에서 제값을 받지 못하던 가격대의 체중이다. '96년초에는 820kg의 거세우가 B1등급을 받아 사상유례 없는 최고 경매가격을 받았다.

이러한 일련의 상황은 한우시장이 급격히 변하고 있다는 조짐으로 볼 수 있다. 수입개방에 대처할 수 있는 방안으로 나온 것은 가격 경쟁력보다는 고급육의 생산으로 한우고기를 차별화 하는 것이었다.

이에 따라 한우 사육농가는 고급육의 생산에 참여하게 되었고, 이들이 생산한 고급육을 소비자에게 곧바로 전달할 수 있는 판매장이 필요하게 되었다. 이러한 필요성을 감안하여 앞서가는 일부 한우사육농가들은 스스로 한우고기 판매장을 개설하여 운영하기에 이르렀고, 정부에서도 한우고기만을 취급하는 한우전문점을 개설 운영할 수 있도록 각종 지원책을 강구하였다.

이러한 정책과 더불어 한우고기를 찾는 소비자는 한우전문점을 찾게 되었고 서서히 한우전문점에서 취급하는 고급한우고기에 맛을 들이게 되었다. 전문가들도 한우고기인지 아닌지 분간하기조차 어려운 시점에서 양심 있는 한우전문점의 운영은 소비자의 좋은 호응을 얻게 되었다.

그러나 이러한 한우전문점이 확산되면서 나타난 것은 종래 전문점에서 취급하던 고급육의 구입이 어려워졌다는 사실이다. 현재 한우전문점에서 취급하고 있는 1~2등급의 쇠고기는 대부분 한우 암소로 공급되었고 일부분만이 거세우소에서 비롯되었으나 한우전문점의 확산으로 이 현상은 곧바로 암소가격의 양등으로 나타났고, 한편에서는 고급육확보가 쉬운 개량된 암소의 비육이 성행하고, 최근 송아지 가격의 하락으로 이러한 암소비육은 더욱 성행하게 되어 한우번식기반을 위협하고 있다.

한편으로 고급육 도체의 경매가격은 등락을 거듭하면서도 경쟁력 확보를 위해서는 이길밖에 없다는 거세우 비육농가들에 의해 꾸준히 고급육생산을 시도되었고, 고급육생산에 따른 비육기간등의 연장은 자연스럽게 출하 체중을 증가시켰다. 이러한 현상은 우시장 중개인에게도 파급되어 중개인들도 비육기간이 연장되고 상당히 비육이 잘된 비육우에서 고급육이 생산된다는 사실을

알게 되어 체중에 따른 가격 왜곡현상은 거의 사라졌다.

그러나 이러한 고급육생산을 지속적으로 뒷받침 해주기 위해서는 이들이 생산한 고급육이 제값을 받고 팔 수 있도록하는 제반의 제도적 장치는 물론 각종지원도 강구 되어야 할 것이다.

5) 쇠고기 생산과 한우가격의 변동추세

국내산 쇠고기는 주로 한우와 젓소로부터 생산되지만 사육현황 및 도축실적은 알 수 있으나 실제로 도축된 지육의 생산량 및 정육에 대한 한우 통계치는 찾아보기 힘들다. 품종별 생체 검사두수에 의한 도축실적은 <표7>와 같다.

연도별로 살펴보면 가장 많은 도축두수를 보여준 연도는 '98년으로 1백28만두가 도축되었다. 한우사육두수와 도축두수의 관계가 <그림6>에 제시되었다. 그림에서 보는 바와 같이 도축두수는 한우사육두수의 증감에 1년 정도 간격을 두는 곡선형태를 보여주고 있는 것을 볼 수 있다. 그러나 그 곡선의 기울기로 보아 사육두수의 증가보다는 도축두수의 증가 또는 감소경향이 큰 것을 알 수 있어 이 시기에 양축농가의 급격한 불안심리를 읽을 수 있다. '98년도 도축실태를 보면 전체도축두

수 128만 2천 290두중 한우가 102만3천1백50두로 78.8%, 젓소가 23만3천 6백67두로 18.2%, 육우 및 교잡우가 2만5천473두로 3.0%를 점유하고 있어 국내산의 고기는 97.0%가 한우와 젓소에 의하여 공급되고 있음을 알 수 있다. 특히 이 표에서 보는 것처럼 도축두수의 증가는 '85년 가격폭락후, '86-'87년의 폭발적인 도축두수가 '97년과 '98년에 재현되고 있음을 알 수 있다.

<표8>에서 보는 바와 같이 쇠고기 총수요량은 '65년 2만7천3백톤에서 '97년말 36만2천톤으로 32년동안 13.3배가 증가한 반면 국내생산은 약 8.3배로 소비증가량을 수입에 의존하고 있음을 알 수 있다. 앞으로 이러한 추세는 UR타결에 따라 더욱 심화될 것으로 보인다. <표9>은 UR타결에 따라 향후 수입해야 할 수입할당량이 제시되어 있다.

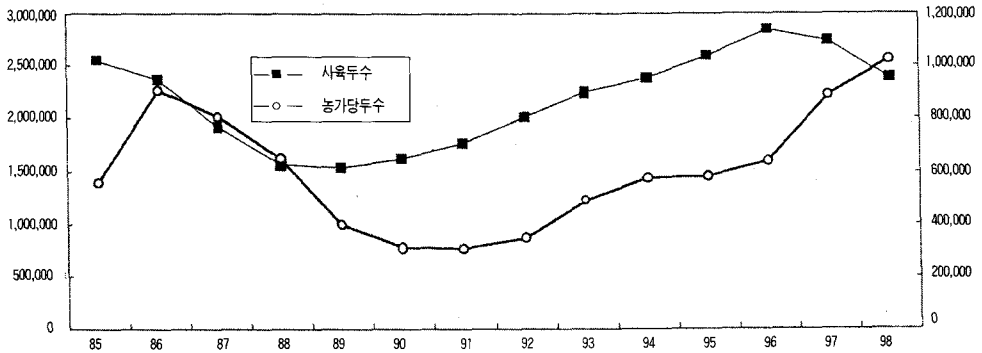
<표7> 품종별생체 검사두수에 의한 도축실적

(단위:마리)

연도	구분				
	계	한우	유우	육우	교잡우
1985	743,135	558,258	122,636	41,862	25,379
1986	1,088,967	905,116	143,692	18,813	21,346
1987	1,009,005	806,137	171,727	12,387	18,754
1988	854,034	652,067	179,545	8,357	14,065
1989	568,961	398,439	158,167	5,366	6,989
1990	554,727	311,097	233,759	2,787	7,084
1991	545,174	302,463	232,817	3,073	6,821
1992	537,455	345,097	182,155	3,308	6,621
1993	686,760	487,871	182,002	5,851	11,036
1994	777,618	575,717	186,623	3,224	12,054
1995	779,787	579,773	189,034	2,083	8,897
1996	849,708	639,948	193,039	8,365	8,356
1997	1,125,415	887,399	213,419	12,692	11,905
1998	1,282,290	1,023,150	233,667	14,226	11,247

*자료: 농림부

〈그림6〉 한우도축두수와 한우사육두수 추이



〈표8〉 쇠고기 수급실적

(단위:천만/톤)

년도	수요	공 급		1인당소비량 (kg)	자 급 도 %
		생산	수입		
1965	27.3	27.3	-	1.0	100.0
1970	37.3	37.3	-	1.2	100.0
1975	70.3	70.3	-	2.0	100.0
1976	75.5	74.8	0.7	2.1	99.1
1977	81.6	77.4	4.2	2.2	94.9
1978	114.7	74.3	40.4	3.1	64.8
1979	113.8	86.5	27.3	3.0	76.0
1980	100.0	93.1	6.9	2.6	93.1
1981	93.2	69.3	23.9	2.4	74.2
1982	106.5	61.5	45.0	2.7	57.7
1983	115.5	66.1	49.4	2.9	57.7
1984	106.5	90.0	16.5	2.6	84.5
1985	120.4	115.7	4.7	2.9	96.1
1986	147.9	144.4	3.6	3.5	97.6
1987	152.0	152.0	-	3.6	100.0
1988	141.5	132.2	9.3	3.4	93.4
1989	144.5	90.0	54.5	3.4	62.3
1990	180.6	94.8	85.8	4.1	52.5
1991	226.8	98.5	128.3	5.1	44.1
1992	235.1	99.6	135.5	5.2	42.4
1993	236.8	129.6	107.2	5.3	54.7
1994	269.3	147.3	129.8	6.1	54.7
1995	301.0	155.0	146.0	6.7	51.2
1996	322.9	173.7	149.2	7.1	53.8
1997	362.0	227.7	134.2	7.9	62.9

* 자료 : 농림부, 농림업주요통계 (정육기준)

〈표9〉 UR협상결과에 따른 수입량 SBS 및 관세율

구분	년도	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
수입량(t)		99,000	106,000	123,000	147,000	167,000	187,000	206,000	225,000	자유화		
SBS(t)			21,200	36,900	58,000	83,500	112,200	123,600	157,000			
관세율(%)				43.6	43.2	42.8	42.4	42.0	41.6	41.2	40.8	40.4
Mark-up(%) (수입부과금)		100	95	70	60	40	20	10	0			

* 주 : 수입부과금 93년수입가격이 100이면 수입가격에 100%의 수입부과금을 붙여서 판매가격은 200이 되지만 2000년에는 수입가격이 100이면 부과금을 붙이지 않기 때문에 국제시장이 변동이 없는 한 공급및 판매가격은 점점 낮아지게 됨.

UR협상의 타결로 생산량이 과잉되어 수요를 초과하여도 이제부터는 수입쿼터량은 들여와야 하고 2000년에는 91년말 총수요량과 맞먹는 22만5천톤을 전량 수입해야 한다는 것으로 한우산업에 치명적인 손상을 줄 수 있다. '97년말 수입 쿼터량 14만 7천톤에 비하여 12천8백톤이 덜 수입되었으나 쿼터량수입 불이행에대한 압력이 계속되고 있고, 한편에서는 냉장육도입과 함께 붙어닥친 IMF 한파는 어려운 한우산업을 더욱 불안에 떨게 하고 있다.

결국 한우를 한우산업으로서 살아남게 하기 위해서는 한우쇠고기에 대한 수요를 창출하지 않으면 값싼 수입쇠고기에 그 자리를 내 줄 수밖에 없다는 것이다. 결국 생산자 측면에서는 한우산업의 생산성을 향상시킬 수 있는 방안과 아울러 고부가가치육을 생산하여 소비자에게 공급하지 않

으면 안될 운명에 처해 있다.

미국,호주,일본의 비육우 및 송아지 kg당 가격을 우리한우와 살펴보았다.〈표10〉 환율이 올라 예전보다는 가격경쟁력이 다소 높아졌지만, 여전히 미국과 호주등에 비하여 2~3배 비싸고, 일본에 비해서는 3배정도가 싼 실정이다. 호주와 미국에 비해서는 한우 쇠고기가 너무 비싸다. 일본이 우리보다 다소 비싸다고 하지만 역시 일본 쇠고기의 품질과 비교해 보면 그 차이는 오히려 뒤떨어지고 있음을 알 수 있다. 밀소가 되는 송아지는 그 가격차가 오히려 더 벌어지고 있음을 알 수 있다.

이러한 입장에서 본 한우산업의 발전방향은 가격 경쟁력보다 한우고기의 품질과 부가가치를 높이는 데 더욱더 노력을 하여야 할 것으로 보인다. 품질이 똑같은 쇠고기를 3배나 더주고 사먹을 소비자는 존재하지 않는다.

〈표10〉 한국, 미국, 호주, 일본의 비육우 및 송아지 1kg당 산지 가격

구분		한국	미국	호주	일본	비고
비육우	1 kg	4,260	1,690	1,580	12,100	500kg/두/98년
	1마리	2,130,000	845,000	790,000	6,050,000	
송아지	1 kg	5,300	1,960	1,500	14,000	140kg/두/98년
	1마리	742,000	274,400	210,000	1,960,000	

* 자료: 축협중앙회 축협조사월보(1999. 2월호)

일본송아지 280kg/두 ₩380,000 기준

\$ 1 = 1,233.07('99.12.31)

환율 : ₩100 = 1,034.21, AU \$ 1=750.71, US

〈표 11〉 년도별 송아지 및 성우가격 변동추이

년 도	송 아 지		성 우 (400kg 기준)		비 율 (%)	
	암	수	암	수	송아지	성 우
1975	54,000	54,000	-	-		
1976	81,800	81,800	-	-		
1977	145,300	145,300	474,900	506,100	100.0	106.6
1978	210,650	291,691	637,300	684,700	138.5	107.4
1979	145,000	231,700	597,400	668,400	159.8	111.9
1980	158,608	283,058	687,000	785,100	178.5	114.3
1981	341,725	544,658	1,061,500	1,161,000	159.4	109.4
1982	655,383	804,550	1,360,800	1,415,400	122.8	104.0
1983	999,700	909,000	1,663,500	1,520,400	90.9	91.4
1984	650,000	651,400	1,326,100	1,430,900	100.2	107.9
1985	354,500	433,600	972,500	1,105,100	122.3	113.6
1986	224,000	376,000	827,000	994,800	167.9	120.3
1987	285,000	464,000	856,800	1,014,400	162.8	118.4
1988	445,000	652,000	1,524,000	1,756,000	146.5	115.2
1989	727,000	1,022,000	1,975,000	2,168,000	140.6	109.8
1990	867,000	1,217,000	2,147,000	2,406,000	140.4	112.1
1991	1,250,000	1,542,000	2,525,500	2,740,000	123.4	108.5
1992	1,361,000	1,667,000	2,691,000	3,004,000	122.5	111.6
1993	1,034,000	1,375,000	2,429,000	2,693,000	133.0	110.9
1994	1,117,000	1,592,000	2,619,000	2,918,000	142.5	111.4
1995	1,617,000	1,887,000	3,087,000	3,173,000	116.7	102.8
1996	1,506,000	1,567,000	2,853,000	2,848,000	104.1	99.7
1997	733,000	1,046,000	2,159,000	2,426,000	142.7	112.4
1998	535,000	658,000	1,887,000	2,007,000	123.0	106.3

자 료: 농림부

※비율은 암소기준이고, 1988년부터의 비육우가격은 500kg 기준가격임.

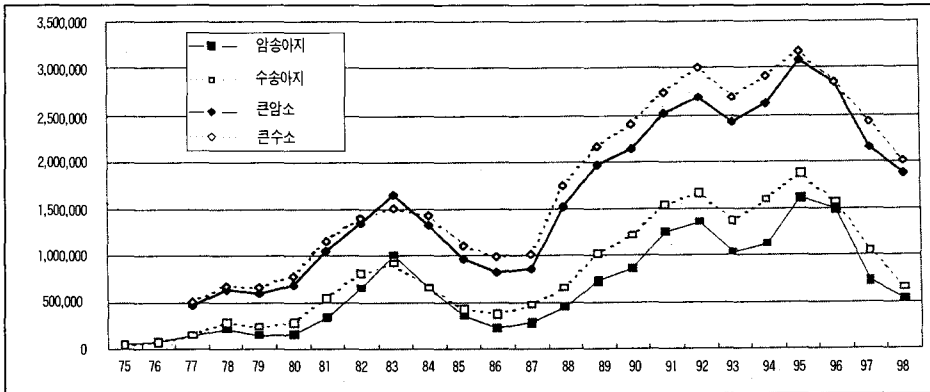
'98년말 송아지와 비육우의 가격이 폭락하였다. <표11>에서 보는 바와 같이 '95년도 송아지와 성우가격의 암수의 차가 급격히 좁혀지고 있음을 볼 수 있는데, 일부지역에서는 '95년 10월부터 송아지와 성우에서 kg당 암소의 생체가격이 수소보다 비싸게 거래되고 있고 '96년말 암수가격은 암소가격 쪽으로 계속 이동하고 있음을 보여주고 있다. 이와 같은 현상은 '83년도에서 찾아 볼 수 있었는데, '86년도에 한우가격의 대폭락을 야기하

였다. 암소가격이 수소가격을 앞지르는 것은 번식용으로의 활용은 물론 고품질의 암소고기의 이용목적에서 비롯되고 있는 것으로 보이나, 이런 현상은 송아지 가격의 앙등에 의한 암소구입 과열현상으로 결국은 송아지 생산두수의 증가로 송아지 가격을 떨어트린다. 결국 표11에서 보는 것처럼 '98년도에 송아지가격의 폭락으로 한우파동 현상을 재현시키고 있음을 볼 수 있다. 생산자나 정부

당국은 예측가능한 이러한 상황에 능동대처하는 능력을 길러야 한다. 머지않아 송아지가격의 폭락 여파는 송아지가격 양등을 초래 할 것이다.

〈그림7〉에는 년도별 암수별 송아지 및 성우가격의 변동 추세를 제시하였다.

〈그림7〉 년도별 암수별 송아지와 성우가격의 변동추세



5. 유통

생산자 편에서 보는 한우의 유통유형은 생축과 지육유통으로 볼 수 있다. 여기에서는 비육밀소인 송아지, 비육우의 생축거래와 한우전문점 및 한우 브랜드현황을 도체등급제와 더불어 알아본다.

1) 생축유통

생축유통이라 함은 쇠고기를 생산하기 이전의 살아 있는 상태로 거래를 말하는 것으로 대부분 우시장에서 거래되는 송아지, 비육우, 암소 등의 매매를 말한다. 송아지라 하면 암송아지와 수송아지로 구별되는데 대부분 수송아지는 비육밀소로 거래되고, 나머지는 역시 비육용으로 사용하게 된다.

그러나 우리가 보는 송아지는 거의 비슷하게 보이지만 시장출하시에는 동일한 사육환경에서 사육하였음에도 발육능력 또는 육질의 능력이 차이가 남을 알 수 있다. 이러한 차이는 대부분 유전이라는 양식을 통하여 부모로부터 물려받게 되는

데 그 부모의 능력에 따라 자식의 능력이 달라진다는 것이다.

우리나라는 송아지 시장에서 송아지의 혈통에 따라 송아지가 거래되지 않고 있지만 앞으로 쇠고기 품질 및 가격차등에 따른 등급제에 의한 경락제도가 정착되고, 종축등록과 전두수의 개체식별 작업이 본격도에 올라서, 어느 부모에 의해 태어난 송아지가 고급육을 많이 생산한다는 것이 입증되어 고급육의 등급간에 상당한 가격차이가 난다면 좋은 혈통을 가진 소를 선호하게 될 것이다.

이것은 어느 송아지가 우수한 혈통의 송아지라는 것을 유통시장에서 입증하고 거래할 수 있는 객관적인 지표가 있을 때 가능하다. 외모만 보고 어떻게 그 송아지가 장래 고급육을 생산 할수 있다는 것을 증명할 수 있을까? 특히 고급육을 생산할 송아지를 외모만 보고 정확히 판별할 수 있는 방법은 없다. 신용있는 혈통과 그 혈통에 따른 그 부모의 능력을 알 수 있는 능력증명서야말로 앞으

로 고급육생산에 필요한 유통관행의 객관적 지표로서 활용되어야 한다.

또하나의 중요한 생축유통에는 비육우의 유통이 있다. 비육이 완료된 생축이 우시장에서 거래될 때 마찬가지로 외모에 의한 판단에 따라 생축가격이 형성된다. 그러나 외모만으로 보아서 생축의 고급육생산 정도를 정확히 알 수 있을까? 그리고 정육생산량을 정확히 알 수 있을까? 이제는 비육우의 거래는 우시장에서의 생체거래 보다는 지육으로서 거래할 수 있는 제도가 정착되어야 할 것이다.

생산자가 공을 들여 생산한 비육우가 고급육이라고 판단할 수 없는 중간상인에 의하여 몇대로 거래되어서는 안될 것이다. 생산자가 생산한 비육우를 객관적인 기준에 의하여 정확히 평가하여 좋은 고기를 생산한 사람에게는 높은 가격을 지불할 수 있는 등급에 의한 거래 제도가 정착되어야 한다는 것이다.

지육상태의 도체등급제에 의한 경매가격은 생

체기준 동일가격이라도, 50~100만원이상 차이가 난다(예, B1 등급과 C1등급간 경락가격) 이 차이가 존재한다면 송아지 생산자가 보상을 받을 수 있는 제도적 장치가 필요하다.

궁극적으로 비육우의 유통은 생체보다는 지육(도체)으로 거래되어 우수한 육질의 소를 출하하도록 유도하는데 최선을 다하고, 겉으로 보아서는 동일하였던 송아지도 비육하여 출하하였을 경우 도체등급이 상이하게 나온다는 지극히 상식적인 한우종자의 개념을 생산자에게 인식 시켜야 한다.

2) 도체유통

<표12>에서 보는 바와 같이 한우의 도체등급별 출현빈도는 1등급이상인 15.3%로 <표13>의 일본성과 비교하여 보면 상당히 낮음을 알 수 있다. 한우거세우의 1등급이상 출현율 50.5%로 볼 때 한우고기의 차별화를 위한 거세실시는 아무리 강조하여도 지나치지 않을 것이다.

<표12> 전체대비 한우의 도체등급별 출현두수

판정기간 : 1998. 1. 1 - 12. 31

구분	한 우						전 체				
	성별	암	수	거세	계	출현율	암	수	거세	계	출현율
등급별 출현두수	A1+	3,488	369	2,123	5,980	0.6	3,491	377	2,123	5,991	0.5
	A 1	10,606	4,600	4,421	19,627	2.1	10,632	4,636	4,422	19,690	1.6
	A 2	22,006	53,003	5,101	80,110	8.5	22,167	53,538	5,129	80,834	6.7
	A 3	18,101	278,588	2,233	298,922	31.5	19,057	307,794	2,434	329,285	27.3
	B1+	20,002	288	3,522	23,812	2.5	20,042	294	3,536	23,872	2.0
	B 1	74,674	2,983	8,069	85,726	9.0	75,184	3,013	8,215	86,412	7.2
	B 2	142,840	20,429	8,281	171,550	18.1	146,514	21,162	9,160	176,836	14.7
	B 3	122,680	67,979	2,945	193,604	20.4	154,505	149,177	6,392	310,074	25.7
	C1+	1,934	46	868	2,848	0.3	1,954	48	876	2,878	0.2
	C 1	5,497	317	1,698	7,512	0.8	5,653	323	1,729	7,705	0.6
	C 2	12,925	794	1,408	15,127	1.6	13,858	820	1,484	16,162	1.3
	C 3	15,716	3,348	279	19,343	2.0	26,482	5,819	383	32,684	2.7
	D	20,296	3,034	19	23,349	2.5	106,067	6,283	35	112,385	9.3
	계	470,765	435,778	40,967	947,510	100.0	605,606	553,284	45,918	1,204,808	100.0

구분	한 우						전 체				
	암	수	거 세	계	출현율	암	수	거 세	계	출현율	
육 질 별	1+	25,424	703	6,513	32,640	3.4	25,487	719	6,535	32,741	2.7
	1	90,777	7,900	14,188	112,865	11.9	91,469	7,972	14,366	113,807	9.4
	2	177,771	74,226	14,790	266,787	28.2	182,539	75,520	15,773	273,832	22.7
	3	156,497	349,915	5,457	511,869	54.0	200,044	462,790	9,209	672,043	55.8
육 량 별	A	54,201	336,560	13,878	404,639	42.7	55,347	366,345	14,108	435,800	36.2
	B	360,196	91,679	22,817	474,692	50.1	396,245	173,646	27,303	597,194	49.6
	C	36,072	4,505	4,253	44,830	4.7	47,947	7,010	4,472	59,429	4.9

〈표13〉에는 최근의 일본거세우의 품종별 도체등급별 출현율을 제시하였다. 일본화우쇠고기의 차별화에 성공한 육질 4등급이상의 출현율은 '95, '96, '97, '98년에 각각 46.6%, 49.3%, 49.2%, 47.6%, F1에서는 15.6%, 17.2%, 16.9%, 14.8%, 젓소는 15%, 12%, 0.9%, 0.6%로 화우, F1, 젓소순으로 나타났다.

한우의 1등급 출현율로 비교하여 볼 때 한우의 고급육 생산수준은 일본의 F1수준에 불과한 실정이다. 특히 일본의 경우 수입쇠고기와의 경쟁을 목표로하는 젓소에 있어서도 우리 2등급수준에 해당하는 육질 2등급이상의 출현율이 거의 97%수준으로 우리에게 시사하는바가 크다.

〈표13〉 일본의 연도별 거세우 품종에 따른 도체등급별 출현율

(오사카식육시장)

년 도	화 우				F 1				젓 소				
	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	1995	1996	1997	1998	
두 수	275,072	272,093	281,339	275,233	56,023	46,855	62,455	79,302	303,336	286,146	246,614	230,161	
	육 질 등 급 비 율												
육 질 등 급	5	18.2	18.4	17.6	17.0	2.5	2.4	2.0	1.6	0.1	-	-	-
	4	28.4	30.9	31.6	30.6	13.1	14.8	14.9	13.2	1.4	1.2	0.9	0.6
	3	32.3	33.9	33.1	32.3	43.2	46.4	46.7	45.4	29.4	28.8	26.6	22.1
	2	20.2	16.2	17.1	19.5	39.9	35.2	35.2	38.6	67.3	67.3	69.7	74.0
	1	0.9	0.6	0.6	0.6	1.3	1.1	1.1	1.1	2.8	2.7	2.8	3.3

* 자료 : 일본 '격부협회' . 1999. 4. 1

3) 한우전문점과 브랜드현황

최근 봄이 일고 있는 한우전문점의 설치는 한우고기 소비촉진과 한우고기 소비자에게 많은 긍정적 효과를 불러일으킨 것으로 평가된다. 그러나 그 작용은 모두 긍정적인 것으로만 귀결되지 않는 것 같다. 한우전문점의 확장으로 예측하지 못한 일들이 일어나고 있는 것도 사실이기 때문이다. 특히 한우전문점의 확대설치로 한우고급육의 대

명사인 암소고기의 확보와 더불어 송아지가격의 지속적인 앙등으로 번식암소의 확보경쟁으로 인한 암소값의 폭등을 불러일으켰다. 한편으로는 한우전문점의 쇠고기의 차별화에 따른 부위별 차등가격제의 도입에 따른 상등육 이외의 하등육 처리가 문제되었다. 이러한 것들을 하나의 고급육, 차별화과정에서 오는 과도기적현상이라고 보여 줄 수도 있으나 후자의 하등육 처리는 한우전문점이 앞

으로 안고 있는 골치거리로 등장되고 있는 것이 현실이다. 즉 한우전문점의 장기적 발전을 위해서는 지역별, 경제권역별로 차이에서 오는 한우고기 소비층을 분류 공략할 수 있는 부분육 분할가공공장이 도축장의 위생처리와 함께 고려되어야 한다는 것이다.

또다른 문제점은 한우전문점에서 취급되고 있는 한우고기의 품질균일화는 이루어지고 있는가이다. 공신력 있는 시·도지사의 지정고기전문점이라는 강력한 정책이 지속되려면 많은 점에서 보완되어야 할 점이 있을 것 같다. 지적된 바와 같이 등급제에 따른 균일한 품질의 한우고기를 제대로 공급하고 있는지의 여부와 부정육거래는 없는지의 여부 등이 그 관건이 될 수 있다.

한우전문점은 전국적으로 계속하여 확대할 방침이다. 이들은 주로 생산자인 한우협업체 즉 영농조합법인, 축협,슈퍼체인, 일반식육점, 한국냉장 등에서 운영하는 것으로 오히려 생산자직영의 점포는 그 숫자가 적다. 현실적으로 생산자들로 구성된 협업체들이 모두 식육판매점을 운영한다는 것은 무리인 것은 틀림없으나 생산자들도 적극적으로 유통에 참여하지는 못할지라도 유통업자와 집단사육계약을 통해 주기적으로 야기되는 생산비 이하의 판매과동은 앞으로 없도록 노력하여야 할 것이다.

생산자조직 스스로 운영되는 한우전문점은 전문성이 요구되는 마케팅 개념을 도입 우수한 상품을 생산한 것에만 고집하지 말고 소비자에게 적극 접근할 수 있는 경영개념을 도입하도록 노력하여야 한다. 가만히 앉아 있어서는 아무리 좋은 쇠고기를 생산하여도 제값 받고 팔 수 없다는 것이다. 이제 생산자도 손님을 끌어들이 수 있는 전문경영

인으로서의 자질을 닦아야 하며 가능한 한 한우전문점끼리의 유대강화도 필요한 시점인 것 같다. 한우전문점의 발달은 한우쇠고기의 브랜드화로 이어진다. 얼굴있는 상품 바로 이것이 브랜드의 개념을 도입한 한우쇠고기의 차별화정책 완성단계이기 때문이다.

4) 한우고기브랜드 현황

한우고기의 브랜드화는 생산자와 소비자간의 신뢰의 구축에서만 살아 남을 수 있다. 신뢰의 구축은 브랜드육의 품질과 가격에서 결정되어진다. 한우고기의 브랜드화는 금융실명제와도 같은 것으로 얼굴을 갖고 있는 상품이다.

이처럼 브랜드화된 한우고기는 생산자가 생산하는 비육우의 밀소, 급여하는 사료성분 및 사양방법, 사육형태, 사육규모, 사육시설, 출하방법, 위생상태등이 모두 포함되어 있는 것으로 소비자에게 생산자의 실체를 알리고 브랜드화된 한우고기의 품질을 보증하는 의미가 포함되어 있다. 특히 생산자가 한우고기의 육질의 객관적 지표로 근내지방도를 간과하여서는 안된다.

그러므로 여기에서는 현재 한우쇠고기의 브랜드현황과 우리와 유사한 입장의 일본 쇠고기브랜드현황을 서로 비교하여 우리의 실태를 파악하고 앞으로의 과제를 알아보기로 한다.

현재 한우쇠고기의 판매목적으로 브랜드를 등록하여 판매장을 운영하는 곳은 <표15>에서 보는 바와 같이 총53개소로 참여농가수 1,903호 및 사육두수 56,347두가 제시되었다. 이외에도 강원도의 '애우(艾牛)', '홍성한우', '홍천 청정우' 등 많은 농가들이 상표를 등록중에 있다.

〈표14〉 한우고기 브랜드현황

시도	브랜드명	참여 농가수	사육두수	시도	브랜드명	참여 농가수	사육두수
서울	목우촌			대구	팔공상강육	40	3,000
	코젠	1	100		황토우	53	2,300
경기	흙촌한우	9	250	전북	장안산청정한우	47	500
	안성맞춤한우	14	400		정수청정한우	1	1,000
	한우방	1	800		함평천지한우	25	1,270
	개군한우	23	915	전남	보성녹우	11	700
	가평한우	196	1,124		백아산한우	1	120
	수원목장	1	2,000		땅끝 으뜸한우	24	300
	하이마블	160	2,000		죽향한우	8	500
강원	삼척한우	12	310		장흥영지한우	10	650
	화학산한우	1	450		천관한우	4	190
	지경고급육	23	400		강진맥우	25	1,500
	양양한우	36	540	경북	안동한우촌	21	1,500
	한우의 집	21	500		참누렁이	7	200
	대관령한우	1	340		제비원축산	15	450
	정선황기한우	99	997		갑장육	13	350
연풍청정한우	17	850	농우마실		7	400	
충북	동해암소	16	740		참우	255	8,560
	속살초정한우				PIS한우촌	11	150
	속리산 한우	102	600	봉화 한약우	30	526	
	보은 보우한우	12	430	황우	25	1,600	
	박달재 한우	19	600	예천한우	21	720	
충남	장군한우고기	30	5,100	경남	가야산 한우	120	1,000
	홍동한우	5	100		남해화전한우	46	2,000
	와촌한우	17	900		인양한우고급육	118	3,000
	고향한우	108	1,500		사천정동학우	12	600
	한우약소	9	310		고성청초한우	20	1,000
브랜드총수 : 53개소				총 계			
						1,903	56,347

〈표15〉에서 보는 바와 같이 일본에는 전국브랜드 3개를 포함하여 전국에 216개의 브랜드를 가지고 있다. 이 중에서도 일본내에서 가장 유명한 브랜드가 세 가지가 있는데 이는 고베, 마스사카, 오미비프로, 모두 밀소는 다지마우시이다. 따라서 여기서는 다지마소 브랜드화의 실태와 금후의 방향 및 과제를 알아보기로 한다.

전술한 바와 같이 다지마소를 비육밀소로 쇠고기를 생산하는 것으로 유명한 쇠고기 브랜드는 고베비프, 마쯔사카비프, 오미비프가 알려져 있으나 그 외도 산다비프, 아와지비프, 시노야마비프, 구

로다쇼비프, 타지마비프 등이 있다. 대부분의 브랜드육 생산지는 효고현에서 생산된 송아지를 도입하고 있으며 비육밀소로 타지마소를 사용하는 것은 틀림없으나 판매하는 모든 쇠고기가 타지마소의 지육이라는 보장은 없는 것이 현실이다. 효고현내에서는 지육거래의 단계에서 타지마소라고 증명하는 자우등기서를 붙여서 매매하는 것으로 약정되어 있으나 다른 현에서의 거래상황은 불투명하다.

최근에 들어 일본의 경우 쇠고기유통이 크게 변하여 쇠고기의 선물이 전화한통으로 간단히 이루

어지게 되어 고급육의 수요가 급증하였으나 재작년부터의 경제불황에 덧붙여 작년의 영국의 광우병 소동으로 쇠고기의 선물용수요가 감소, 미식 기호 여행자의 감소, 공공소비의 감소, 값싼 부위 쇠고기의 현장소비의 감소 등으로 비육농가, 정육점이 함께 찬바람을 맞고 있다. 효고현의 타지마소 쇠고기는 고-베 비-프라는 이름의 브랜드상품으로 세계적으로 알려져 있으나 현내에서 생산되는 쇠고기는 거의 소비되기 때문에 전국적으로 소비자가 퍼져 있는 것은 아니다. 불과 일부동경에 정기적으로 보내고 있으나 그 물량은 얼마되지 않으며 고베비프의 증산이 이루어지지 않으면 전국적으로 소비되는 브랜드는 될 수가 없다. 브랜드명을 높이기 위해서는 일반소비자에게 직접 맛을 보이는 것도 중요하며 그렇게 하기 위해서는 생산에서 유통 소비까지의 일괄처리가 어렵다. 현내에서도 대형 식육점이 비육경영을 시작한 곳이 많이 있고 브랜드 강화에 이어지기를 기대한다.

‘화우의 고품질 쇠고기는 너무 연해서 씹는 맛이 없다.’는 소리도 있다. 수입 쇠고기에 익숙해진 젊은이들은 양념 맛으로 먹고 있으며 맛보다도 양을 원하는 사람이 많다. 이들의 요구에 응하기 위해서는 값싼 젓소고기, F1쇠고기의 생산으로 대응하는 수밖에 없다. 생산비용이 높은 화우고기는 타지마소를 포함하여 ‘가격은 비싸더라도 맛있는

쇠고기’를 찾는 사람을 대상으로 생산을 할 수밖에 없는 상황이다.

전국적으로도 효고현에 있어서도 번식농가 경영자의 고령화, 수익성의 불안정에 의한 경영파탄 등으로 농가 호수가 감소하고 있다. 흑모화종의 생산 두수 감소가 우려되므로, 간단한 사양 관리 시스템을 개발하여 기업적인 대형 번식경영체의 창조가 요구되고 있다. 비육 농가도 같은 경향에 있다. 앞으로 더욱 대규모 비육 단지의 조성 and 비육 두수의 확대가 요망된다. 그러나 공해에 대한 지역 주민의 동의가 얻기 힘들고 일본내에서의 단지 개발은 대단히 곤란한 상황에 있다. 일본의 식육 소비에 대응하는 일본국내산 쇠고기 생산은 앞으로 더욱 줄어들 것이고 수입 쇠고기의 비율이 증가할 것으로 사료된다. 1995년도의 수입 쇠고기가 국내산 쇠고기를 능가하여 유통되고 있다. 이런 추세는 더욱 확대될 것으로 예상된다. 장래의 쇠고기 공급을 가산하여 햄, 소시지의 각 회사는 땅값이 싼 해외로 축산물 생산 기반을 옮길 움직임이 보이고 있으나, 근년의 경기침체하에서는 투자에 대한 위험도가 커서 이와 같은 움직임도 중단상태에 있다. 어쨌든 국내에서 일정한 자금을 지향하는 축산 경영에 대한 지역 주민의 이해를 얻을 수 있는 정책이 최대의 과제가 될 것이다.

〈표15〉일본의 브랜드 현황

도도부현	브랜드수	도도부현	브랜드수	도도부현	브랜드수
北海道	21	兵庫	7	宮崎	3
青森	16	榜木	9	愛媛	3
岩手	20	群馬	3	奈良	3
秋田	12	次城	6	静岡	3
山形	9	鳥取	4	神奈川	4
宮城	6	廣島	3	千葉	4
福島	12	福岡	5	全國銘柄	3
新潟	14	佐賀	3	기타	31
長野	7	沖繩	5	총계	2167

일본의 쇠고기산지에는, 내외간 산지경쟁에서 살아남기 위하여 각종의 방안을 구상하고 있다. 이러한 방안중에 중요한 한가지는 쇠고기브랜드 확립이다. 브랜드확립의 방법은 산지의 상황, 생산된 쇠고기의 품질, 목표로 하고 있는 소비자층의 각가지 접근방법 등으로 각 산지의 전략방안 또한 각양각색이다.

〈고베우〉라는 명칭은 명치시대 이전에 정착된 것으로, 현재에서도 고급화우의 대명사로서 일반에게 폭넓게 알려진 브랜드이다. 이렇게 알려져 있다고는 하나, 이런 고베육이 과연 어떠한 쇠고기를 목표로 하는가 하는 것은 명확하게 설명되어 있지 않다. 일반적으로는 다지마우시의 밀소를 효고현에서 비육한 쇠고기로서 이해되어지고 있다. 그러나 많은 산지에서 다지마우시의 계통이 도입되어 고베우 고유의 육질이 확장되어서 소비자에 대한 지금까지의 고베육에 관한 충분한 설명을 할 수 없는 입장이었다. 이처럼 소매단계에서 타산지의 화우를 〈고베우〉 〈고베비프〉의 이름으로 점포에 자주 진열하는 사태도 자주 생겨, 생산자나 소매점으로부터 고베육의 정의를 명확하게 할 필요가 있다는 소리가 드높게 일고 있다.

효고현의 쇠고기진흥책의 최대의 특징은 〈폐쇄육종〉이다. 이것은 다지마계 이외의 계통을 배제하고, 효고현 독특한 쇠고기 생산을 유지하려는 것으로 현내 육용우 생산을 장려하려는 것이다. 생산기반의 장기적락 경향 중에 폐쇄육종을 견지하고, 타산지에 대하여 이겨낼 수 있는 기존의 고베육을 강화하는데 비상의 관심이 되어지고 있다.

이상의 배경으로부터 1983년에 〈고베육유통추진협의회〉(이하 협의회)가 설립되었다. 조직의 모체는 현식육사업협동조합, 현경제농업협동조합연합

회, 현 및 소비자협회, 현식육도매조합연합회, 현내 운송회사, 현식육환경위생동업조합, 현육용우비육 협의회, 현축산회, 고프고우베, 일출농협, 효고현의 생산, 유통, 소비의 각관련단체로 구성되어진다.

이 협의회는 회원조직은 생산자와 식육판매점, 레스토랑은 지정등록제로 하여 다음의 요건을 만족하는 회원에게 회원증과 지정증명서가 교부되어진다.

- 생산자 : 우수한 비육기술을 소유하고, 연간 3두이상의 고베육우를 출하할 수 있을 것.
- 식육판매점 : 고베육을 연간 12두이상 판매할 수 있을 것.
- 레스토랑 : 우수한 요리기술을 보유하고, 고베육을 연간 720kg이상 판매할 수 있을 것.

이러한 기준을 만족시키는 지정회원은 1995년에 생산자 306농가, 식육판매점 291개소, 레스토랑 33개소였다.

그러면 고베육은 어떠한 쇠고기를 지향하는가? 협의회에서 정한 고베육은 본현생산의 밀소로서 현내에서 비육되어 현내식육센터에 출하된 것으로서 도체등급은 육질등급의 근내지방도에서 No.7 이상으로서, 육량등급이 A, B등급일 것으로 정의되어지고 있다. 이 정의의 특징은 밀소의 조달방법과 도체등급에 아주 엄격하게 제한되어 있음을 알 수 있다. 도체등급에 대한 똑같은 제한이 송판우(마쓰사카비프), 전택우등에 있으나, 밀소의 조달에 대한 제한은 효고현에 한정되어 있다.

〈그림8〉에는 고베육의 취급요령과 인정에 대한 흐름도가 표시되어 있다. 개략적인 것을 조목별로 살펴보면 다음과 같다.

① 회원생산자의 밀소의 도입 시는 농협직원의 임피하에 효고현산의 화우라는 것을 확인하여 이

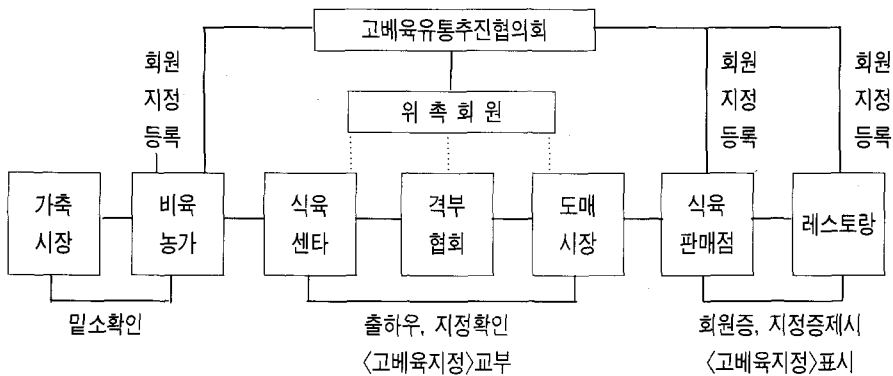
표를 장차.

- ② 회원생산자는 출하1개월 전에 협의회에 출하 신청.
- ③ 협의회는 생산자에 대하여 출하일, 출하장소 (현내 지정도매시장)을 지정.
- ④ 식육센터에 협의회로부터 위촉된 운송회사 사원(위촉위원)이 등기서와 이표를 확인.
- ⑤ 도체등급에 대하여 위촉받은 위촉회원이 고베육의 압인을 날인.
- ⑥ 매매는 입찰방식.
- ⑦ 위촉위원의 보고에 기준하여 협의회는 고베육 구매자에게 <고베육증>을 교부.
- ⑧ 회원의 식육판매점은 상점앞에 지육에 교부된 고베육증을 게시.

이러한 고베육의 취급에 대하여, 모니터 제도가 별도로 제정되어 있다. 모니터 제도는 생산자 단체, 식육취급단체, 소비자단체 회원이 월 1회 모니터를 행하여 협의회에 보고되어진다. 따라서 위반 사항이 발견되어질 경우 벌칙규정을 협의회에서 마련하고 있지만, 대부분 판매점의 양심에 기대고 있는 실정이다.

고베육의 특징은 엄격히 제한되는 생산단계, 도축단계, 판매단계에 특별한 추적가능성(Traceability)이 확립되어 있다. 각 단계에 협의회 의 점검으로 품질보증이 되어지고 있다. 판매점에 게시되어지는 <고베육증>에는 출하자, 비육우등록번호, 취급운수회사가 표시되어 소비자는 안심하고 고베육을 구입할 수 있다.

<그림8>고베육인정의 유통 조직도



注)고베육유통추진협의회자료

고베육의 고부가가치화는 효고현의 쇠고기생산 행정에 따른 생산유치발전과 고베쇠고기를 취급하는 점포의 소비자에 대한 신뢰확보의 유지등에 기초하고 있다. 현실적으로는 1994년의 고베육교부지육이 1,246두, 지정식육판매점 291개로 고려할 때 한 점포당 4두분의 공급으로 공급력이 절대부

족 상태이다. 게다가 공급두수는 1,300두 전후로 한계점에 도달한 상태이다. 품질을 추구하면서도 이 품질에 맞는 공급체계를 갖추지 못한 것이 효고현의 최대 과제이다.

<고베육>은 종래의 <고베우> <고베비프>로 불려지는 것처럼 쇠고기에 품질보증을 부여하는데는 성공한 것으로 보여진다. EU가 모색하고 있는 품

질보증은 EU가 직면하고 있는 광우병, 호르몬, 약물사용으로부터 소비자의 신뢰를 회복하는 수단으로서, 원산지, 사양관리, 안전성, 위생 등 유통효율을 보증하기 위한 traceability에 있다.

효고현의 경우 이 traceability는 효고현에서 생산된 밀소를 효고현에서 비육한 고급육이라는 측면이 강하여, 품질보증의 목적은 EU와는 서로 다르게 구별된다.

Traceability의 전략은 산지나 생산자표시로서 보는 것이 일반화되고 있다. 이러한 효고현의 전략은 타산지에서는 아직 찾아 볼 수 없으나, 금후 각 산지에서 효고현의 행태가 나타날 것으로 보이나, 이 경우 각 산지에서는 안전성, 사양관리, 위생 등, 소비자에 홍보할 수 있는 점을 고려한 형태의 품질보증제도가 생길 것으로 보여진다.

결과적으로 한우최고기를 브랜드화하기 위해서는 첫째, 생산서부터 소비까지의 전국단위 '한우육품질관리시스템'이 운용되어야 한다. 이러한 시스템은 Traceability가 적용될 수 있어야 한다. 둘째, 브랜드를 위한 최소두수의 확보가 뒤따라야 하고, 육질을 보장할 수 있는 밀소의 육성이 필요하다.

셋째, 생산자의 산지나 생산자표시는 물론 소비자의 신뢰를 얻을 수 있는 안전성, 사양관리, 위생 등에 관심을 가져야 한다.

넷째, 한우육브랜드의 정착을 위해서 생산자는 제품이 생산되는 각 단계와 긴밀한 유대관계를 유지하여야 한다. 비육농가, 우시장, 도축장, 정육점, 한우고기취급 요식업소는 소비자에게 취급브랜드의 품질유지에 공동의 책임을 져야 한다.

마지막으로 소비자가 품질을 객관적으로 판단할 수 있는 기준을 제공하여야 한다.

예)고베비프의 경우 근내지방도가 no7이상이고, 육량등급 B등급이상의 고품질의 쇠고기만을 공급함으로써 소비자로부터 객관적으로 쇠고기의 품질을 인정받는다.

6. 경영

한우우산업에서의 경영은 크게 번식경영과 비육우경영으로 나눌 수 있다.

전술한 바와 같은 유통체제하에서는 번식만을 위한 경영이나 비육만을 위한 경영으로서 앞으로 닥쳐올 국내외의 거센 영향을 거뜰히 해결할 수 있을 것인가는 상당히 의문스럽다. <표16>과 <표17>에는 번식우와 비육우의 두당 표준소득에 따른 비용을 산출비교하였다.

경영비중에서 밀소비용을 빼고는 사료비가 가장 차지하는 비중이 크므로 이의 절감은 번식 및 비육우경영에서 가장 중요한 항목이다. 이러한 사료비의 절감을 위하여 최근 유행하고 있는 농후사료와 조사료의 혼합급여에 따른 사료비 절감연구는 크게 기대되어지고 있다.

특히 번식우의 경우는 송아지생산간격을 줄여 1년1산을 할 수 있는 경영기법이 요구되고 있다. 최근 송아지가격으로 환산하여 볼 때, 한 달간 지연될 때 어미소의 사료비, 어미소의 상각비 및 자본이자 등을 합하여 대략 20~30만원정도가 손해가 나고 있는 것으로 보고되고 있는데 대부분의 번식농가들은 송아지번식보다는 사양관리에만 비중을 하여 이를 소홀히 하고 있는 경향이 있는데 이의 주의가 절실히 요구된다.

〈표16〉 번식농가의 두당 표준소득(1997년기준)

비 목 별		수 량	단 가(원)	금 액(원)	비 고	
조수입	주산물가액	0.9두	835,194	751,675	번식회수 0.8회	
	부산물가액			71,840		
계				823,515		
경영비	중 간 재 비	가축상각비	0.9두	76,387	68,749	배합사료: 1,604.0kg 인공유: 64.6kg 강류: 34.0kg 벧짚: 1,348.0kg 건초: 40.0kg 생초: 346.0kg 사일리지: 20.0kg 야초: 189.0kg 전기: 88.0kw 유류: 16.1l 비닐: 6.0m 갈짚: 57.0kg 가마니: 1.0장 왕겨: 193.0kg 톱밥: 186.0kg
		농후사료비	1,169.6kg	262,191		
		조사료비	1,955.0kg	147,945		
		진료위생비		20,356		
		수도광열비		23,402		
		제재료비		24,860		
		소농구비		1,719		
		대농구상각비		22,534		
		영농시설상각비		14,521		
		수리비		9,434		
		종부료		24,527		
		기타요금		1,888		
		계				
임차료			남 4,420	670	남 1.3시간	
고용노력비		1.5시간	여 2,995	6,345	여 0.2시간	
계				629,141		
자가노력비		104.0시간	남 4,762 여 3,267	447,707	남 72.2시간 여 31.8시간	
소득				194,374		
부가가치				201,389		
소득율%				23.6		

* 자료 : 농촌진흥청, 농축산물 표준소득, 1999. 4. 1.

〈표17〉 비육농가의 두당 표준소득(1997년기준)

비 목 별		수 량	단 가(원)	금 액(원)	비 고
조 수 입	주산물가액	481.5kg	4,757	2,290,496	연간 증체량 363kg 비육회수 : 0.9회
	부산물가액			54,123	
	계			2,344,619	
경 영 비	중 간 재 비	종축비	1.0두	1,113,383	배합사료: 2,357.0kg 인 공 유: 39.9kg 강 류: 13.0kg 식품부산물: 4.0kg 벧 짚: 864.0kg 생 초: 19.0kg 야 초: 78.0kg 전 기: 102.0kw 유 류: 14.9 l 비 날: 7.0m 갈 짚: 36.0kg 왕 겨: 221.0kg 톱 밥: 224.0kg
		농후사료비	2,414.9kg	660,604	
		조사료비	1,140.0kg	95,055	
		진료위생비		20,063	
		수도광열비		9,999	
		제재료비		33,162	
		소농구비		1,087	
		대농구상각비		18,904	
		영농시설상각비		32,836	
		수리비		8,575	
		종부로		0	
	기타요금		1,329		
계			1,994,997		
임 차 료			1,412	남 0.8 시간 여 0.3 시간	
고 용 노 력 비	1.1 시간	남 4,510 여 2,822	4,454		
계			2,000,863		
자 가 노 력 비	77.8 시간	남 5,269 여 3,433	366,415	남 54.1 시간 여 23.7 시간	
소 득 부 가 가 치			343,756		
소 득 율%			349,622		
			14.7		

* 자료 : 농촌진흥청, 농축산물 표준소득, 1999. 4. 1.

그러나, 앞으로의 번식우의 경영은 현상태로서 만족할 수 없을 것 같다. 고급육생산을 위한 밀소의 효율적인 생산을 염두에 두지 않으면 안된다는 것이다. 고급육을 생산할 밀소의 종자가 존재한다면, 그리고 그러한 밀소의 거래가 차별화되어 거래된다면 고급육생산을 위한 밀소의 생산으로 고가의 밀소를 생산하여야 하기 때문이다.

마찬가지로 비육우 경영에서는 생체위주의 비육경영에서 탈피하고, 고급지육을 생산하여 차별화된 고가의 지육가격을 획득하여 경영개선을 꾀

하도록 하는 기법을 도입하는데 최선을 다하여야 한다는 것이다.

결국은 지금과 같은 번식우,비육우 경영 방식은 근본적으로 차별화하는 한우쇠고기 산업에 동참할 수 있는 방향으로의 전환이 필요하다는 것이다.

〈표18〉에는 서울공판장에 출하된 한우의 성별 경락 가격을 제시하였다. 한우의 성별 경락가격의 가중평균은 암소, 수소, 거세우가 각각 6,714원, 6,518원, 7,774원으로 거세우가 가장 높았다. 이 표에서 알 수 있듯이 거세가 불리하다는 일반농가의

견해는 사실과 다르다. 문제는 상위등급의 출현율을 얼마나 높이는가가 중요한 것으로 보여진다.

〈표19〉에는 제3회 한우능력 평가대회 출품농가별 출품우의 등급별에 따른 소득계산을 간략히 산출하여 제시하였다. 표에서 보는 바와 같이 등급이 낮을 경우 상대적으로 소득차이가 크게 남은 물론 C등급이하의 경우는 생축의 거래가 오히려

유리함을 볼 수 있다. 즉, 고급육의 생산에도 최소한 B1등급을 생산하여야 한다는 것을 보여주고 있다. 이 자료에는 장려금이 포함되어 있지 않다. 이러한 맥락에서 번식 및 비육우의 경영에서도 고급육 생산의 개념을 도입하는 것이 앞으로 번식 및 비육경영의 개선에 큰 도움이 될 것으로 기대된다.

〈표18〉 한우의 성별·등급별 경락가격에 따른 수익성비교

(판정장소 : 축협서울공판장 판정기간: 1998년 1~12월 단위: 원)

구 분	경 락 가 격				출 현 두 수			
	암	수	거세	가중평균	암	수	거세	계
A-1+	8,717	9,067	8,827	8,821	95	9	1,207	1,311
A-1	8,277	8,566	8,481	8,469	225	180	2,257	2,662
A-2	7,438	7,933	7,874	7,842	531	1,444	2,674	4,649
A-3	6,457	6,394	6,564	6,408	494	17,255	1,475	19,224
B-1+	8,298	8,830	8,569	8,505	707	20	2,190	2,917
B-1	7,872	8,382	8,262	8,139	2,114	138	4,307	6,559
B-2	7,194	7,849	7,812	7,520	4,727	708	4,467	9,902
B-3	6,226	6,205	6,403	6,250	5,945	3,603	1,947	11,495
C-1+	7,311	7,700	7,180	7,212	166	2	540	708
C-1	6,952	7,110	6,875	6,899	365	20	1,008	1,393
C-2	6,713	6,835	6,505	6,626	1,081	43	855	1,979
C-3	5,830	5,511	5,917	5,815	1,034	116	196	1,346
D	4,803	3,728	5,389	4,729	1,571	117	-	7,016
가중평균 및 계	6,714	6,518	7,774	7,016	19,055	23,655	23,124	65,834

* 가중평균 : 경락가격 * 출현비율의 총계

〈표19〉 제3회전국한우능력평가대회 참여농가의 출품우 소득 비교

농가명	개체명	생 체 중	도 체 중	도체가격	소 득		차 이
					생 체	도 체	
A	1	542	309	11,111	2,384,800	3,433,299	A1
	2	594	337	11,111	2,613,600	3,744,407	B1
	3	553	323	11,200	2,433,200	3,617,600	B1
	계				7,431,600	10,795,306	3,363,706
B	1	655	387	10,239	2,882,000	3,962,493	B1
	2	600	351	11,000	2,640,000	3,861,000	B1
	3	670	394	10,155	2,948,000	4,001,070	B1
	계				8,470,000	11,824,563	3,354,563
C	1	592	352	8,600	2,604,800	3,027,200	C1
	2	576	331	8,689	2,534,400	2,876,059	C1
	3	585	361	8,600	2,574,000	3,104,600	C1
	계				7,713,200	9,007,859	1,294,569

* 생체가격은 '98수매가격기준 4,400원/kg

7. 문제점과 대책

결국 한우개량방향을 고급육차별화 정책에 근간을 두고 모든 정책이 수립되어야 한다. 한우산업을 산업으로서 발전시키기 위해서는 생산기반이 우선적으로 안정되어야 한다. 한우사육두수는 11년을 주기로 그 증감 폭이 엄청나다. 어느 산업이 안정적으로 발전하기 위해서는 급격한 등락 폭이 발생해서는 안된다. 즉, 안정된 생산기반을 이룰 수 있는 제도적 장치가 가격지지정책에 의하여 이루어져야 할 것으로 본다.

첫째, 생산기반인 번식 기반을 안정시켜야 한다. 번식기반의 붕괴는 한우산업의 붕괴를 초래한다. 경쟁력을 기르기 위한 번식농가의 다두화도 중요하지만, 경쟁력이 무한한 소규모의 부업번식 농가에서 생산되는 송아지를 보호 육성해야 한다.

따라서 소규모 송아지 생산농가에도 골고루 혜택을 줄 수 있는 송아지 생산 장려금 및 송아지 생산가격안정대의 도입으로 번식 기반을 안정시켜야 하며 고급육생산에 알맞은 송아지 생산에 주력하여야 한다.

둘째는 산업으로서 살아남기 위해서는 경쟁력이 떨어져서는 안된다. 비육우 가격이 경쟁국에 비하여 2~3배 가까이 높고 고기의 품질마저 좋지 않다면 어떻게 경쟁력을 키울 수 있는가. 고기량에 의한 생산성이 뒤진다면 고기의 품질로서 대처해야 한다.

그리고, 수입육의 어떤 것보다도 질이 좋고 안정성이 높은 고기를 생산하고 한우고기의 우수성을 홍보하여야 한다. 소비자는 값싸고 질이 좋은 상품을 원한다. 그러나 품질이 좋을 경우 어느 제품에도 가격에 구애받지 않는 계층이 항상 존재한다.

셋째, 도체등급에 따른 판매제도의 정착이 뒤따

라야 한다. 즉, 한우고기의 우수성을 인정받을 수 있도록 등급별차별화 판매가격을 정착시켜 품질이 상대적으로 열등한 육우(젓소)나 수입고기와 차별화 하여야 한다.

넷째는 좋은 제품을 생산한 생산자에게는 그에 상응하는 가격보장을 해주어야 한다. 자질이 우수한 송아지를 생산하는 농가에게 보다 많은 수익을 보장하고, 고품질의 도체가 고가로 경매되는 시장 조건이 형성되어야 한다.

따라서 번식농가에는 송아지 생산기준을, 비육업자에게는 송아지 구입방법을, 도체의 거래 시에는 고급육의 기준을 객관적으로 제시하여야 한다는 것이다. 따라서 송아지나 비육우 거래시는 혈통증명서를 제시하는 등록우시장을 개설하고, 도체등급에 의한 거래를 정착시킨다.

다섯째는 양심있는 농민 스스로가 운영하여 직관할 수 있는, 즉 농민이 주체가 되는 자발적인 유통체제가 제대로 정착되도록 모든 제도적 장치들을 마련해 주어야 한다. 이 정책의 일환으로 양축가 직영의 한우전문점의 확대와 동시에 이의 정착을 위한 각종 지원과 대책을 수립하여 소비자가 안심하고 구입할 수 있는 한우전문점을 육성하여야 할 것이다.

한우전문점의 최대 걸림돌로 나타나고 있는 저급육 처리는 물론 지역별, 경제권역별로 서로 다른 소비형태를 위하여 숙성과 부분육 분할 경매제도를 할 수 있는 유통체계의 도입이 필요하다.

여섯째 한우전문점의 확대로 질 좋은 한우고기의 수요확대를 야기하여 한우고기의 대명사인 암소고기의 선호로 암소의 도축이 확대되어 번식기반 붕괴우려가 있으므로 암소고기를 대체할 수 있는 수송아지의 거세를 적극 장려하여 고급육생산

을 앞당기고, 이제는 개량과 연계된 합리적인 암 소비육방법도 제시해야 할 때가 되었다.

일곱째는 한우전문점의 확대와 더불어 한우고기 차별화정책에 따른 한우고기브랜드를 정착시켜 나가야 한다. 브랜드의 정의를 명확히 하여 비싸더라도 맛있는 고기라는 소비자의 반응을 얻고 식품으로서의 안정성과 위생을 철저히 지켜 소비자의 신뢰를 획득하여야 한다.

여덟째는 한우산업 발전에 최대 관심사인 한우쇠고기 고품질화 고부가가치화를 통한 한우고기 차별화를 위해서는 하루속히 수송아지의 거세가 요구된다. 현상태의 한우고기가 차별화된 것으로 생각한다면 크나큰 오류를 범할 수 있다. 일본화우의 차별화 전략에 성공한 육질등급은 우리 육질등급보다 우수한 4·5등급이라는 사실을 염두에 두어야 한다.

마지막으로 무릇 모든 산업은 기술과 품질경쟁이다. 축산업에서의 기술과 품질이라는 것은 우수한 종자를 확보하여야 한다는 것이다. 우리가 가지고 있는 한우가 세계적으로 우수한 종자라고 입증되었다 하여도 지속적으로 우수한 품질의 한우고기를 생산하고 발전시키기 위해서는 우수종자를 발굴할 수 있는 개량체계가 우선되지 않으면 안된다.

이러한 기능을 수행하기 위해서는 개량에 많은 투자가 필요하다. 모든 한우를 식별하고 그에 따른 경제형질의 기록을 수집하여 우수축을 선발한다면 머지않아 고기생산 능력은 물론 고기의 품질 자체까지도 수출국을 능가할 수 있는 능력을 확보할 수 있다.

종축등록과 개체식별사업이 정착되면 개량에 의한 효과는 상상을 초월하는 막강한 경쟁력을 한

우사육 농가에 제공하여 줄 것으로 기대된다. 고유의 유리한 환경조건, 영세하지만 대신 집약적으로 행할 수 있는 산업으로의 발전 가능성은 있다.

그러나, 이것이 시기를 놓치면 영원히 이 산업도 닭, 돼지산업과 같은 외국 의존도의 산업으로 전락할 것이다. 생산성의 향상은 아무리 강조하여도 지나치지 않는 유전능력의 향상에서 가능한 것임을 간과하지 말아야 한다.

우리가 한우 산업을 발전시키지 못한 가장 근본적인 것은 소비자에게 제대로 된 한우고기를 전달하지 못한 데에 그 원인이 있으며 고품질의 맛있는 한우고기를 소비자에게 전달하여 주는 신용 체계를 하루 속히 수립하여야 한다.

8. 향후 전망

신용이 전제되지 않는 산업은 일정기간은 발전이 가능할지 모르나 지속적인 산업으로서의 발전은 될 수 없다. 현재와 같은 유통체제하에서의 한우산업 발전은 많은 문제점이 도사리고 있고 향후 전망이 불투명하다.

매번 주기적으로 겪는 사육두수의 증가와 가격 하락에 따른 한우파동은 결국 신용의 문제로도 귀결된다. 사육두수의 증가에 따른 경고성 홍보가 오히려 반대의 효과를 불러오고, 사육두수의 감소에 따른 입식독려가 오히려 두수의 감소를 불러일으켰다면 너무 독설적일지도 모르나 대부분의 농가는 그러한 흐름에 익숙해 있는 것이 사실이다. 모두가 이런 현상은 과도기적 현상이라고 넘어가지만 그런 것만은 아닌 것 같다.

한우는 고부가가치육을 생산하는 능력을 가지고 있음은 두말할 나위가 없다. 대부분의 농민은 이것을 믿으려 하지 않고 고부가가치육이 도대체

무엇인지 그리고 그것을 어떻게 왜 생산하여야 하는지조차 모르고 있다. 아직까지도 한우산업 살리기 방안에만 매달려야 하는가? 이제는 농민과 더불어 경쟁력있는 산업으로서 한우를 사육할 수 있는 세부적인 방법을 전달하여야 한다.

일본과 같은 고급육 소비시장을 옆에 두고 있으면서도 수출산업으로서 정착하지 못한 이유는 무엇인가? 한우가 건너가 일본소가 되었다고 한다. 똑같은 재료의 음식이라고 해서 맛이 같지 않은 것은 누구나 아는 일이 아닌가?

이제 우리가 할 일은 우리의 우수한 자원인 한우를 좀더 좋은 방법으로 사양할 수 있는 방법과 기술을 우리 농민에게 전수하고 그렇게 하여 생산된 쇠고기를 소비자에게 정확히 전달하고 이웃의 거래시장을 개척한다면 한우는 어떤 축산업보다도 빨리 그리고 안정적으로 발전할 것이다.

한우산업에 대한 정부시책도 정부의 주도하는 대로 따를 것이 아니고, 농민 스스로 객관적인 판단이 필요할 때이다. 한우산업에 긍정적인 효과를 가져다줄 일련의 정책들이 수입개방이전에 하루 빨리 이루어져야 한다.

또한 수입개방의 파고가 밀어닥치기 이전까지 어떠한 일이 있더라도 한우고기가 소비자에게 정확히 전달되어 소비자가 한우고기에 익숙해지도록 하지 않으면 안된다. 충분히 숙성된 진짜 고품질의 한우고기를 냉장상태에서 구입하여 소비할 수 있는 제도의 정착과 더불어 등급제의 등급 단계별 고급화의 상향조정으로 우리 한우만이 생산할 수 있는 우수 고급육으로 생산경쟁력을 키운다면 한우는 한우산업으로 차별화 되어 살아남을 것이나 현재와 같은 유통체제하에서의 소비자 불신이 계속된다면 결국 한우도 산업으로서의 존재가

치를 잃어버릴 것이다.

최근 확산되고 있는 한우전문점은 어떠한 장애가 있어도 신용을 토대로 하는 유통체제의 확립이 요구된다. 등급제에 따른 부분육의 판매로 부위별, 등급별에 따라 한우고기도 그 맛이 다르다는 것을 소비자에게 인식시켜야 한다. 모처럼 열기가 일고 있는 한우전문점이 소비자가 불신하는 정육점 정도로 전락하여 버린다면 한우전문점의 신용은 물론이고 한우산업에도 치명적인 상처를 입게 될 것이다.

소비자는 냉정하다. 생산자는 늘 소비자의 입장에서 값싸고, 질 좋고, 안정성 있는 쇠고기를 생산 소비자에게 공급하여야 한다. 일시적으로 또는 주기적으로 오는 두수의 증식에 따른 한우가격의 파동은 누구나가 예측한 일이다.

우리가 해결하여야 할 문제는 앞으로 한우를 산업으로서 어떻게 이끌어 나가야 할까 하는 것이 무엇보다도 중요하다. 쇠고기의 전면개방을 얼마 놔두지 않은 시점에서 생산은 품질이 높은 한우고기의 생산여부에 달려 있다. 너무 단편적인 안목에서의 한우산업을 바라보지 말고 장기적인 안목으로 바라보는 지혜가 필요한 시점이다.

한우고기의 진정한 차별화가 이루어질 때야만 한우산업의 전망이 있다. 그러나, 밝은 전망만큼 해야 할 일이 많은 것을 명심하여야 한다. 정책 입안자는 적은 소리라도 진정 그 산업을 위한 소리라면 귀를 기울여 들어 줘야 하고, 이제는 농가도 부정적인 시각보다는 긍정적인 시각에서 살펴볼 때다.

마지막으로 전국 한우능력평가대회의 성적을 통하여 볼 때 한우고기의 객관적 차별화를 위해서는 종축개량의 기반에서 우수송아지를 생산하고,

생산된 수송아지를 거세하여 유전능력을 최대한 발휘할 수 있는 비육생리에 따라 사육하는 것만이 지름길임이 판명되었다.

따라서 쇠고기 전면개방에 대비하여 한우산업 종사자들은 개량과 고급육생산의 차별화 수단인 거세에 적극적이어야 한다. 한우능력 평가대회에 출품된 상당수의 한우고기는 일본의 대표적 브랜드인 고베비프, 마스사까비프에 결코 뒤지지 않았다는 사실은 한우가 국내산업에서 수출산업으로서도 가능하다는 것을 보여준 사례였다.

한우산업의 장래는 밝다 그런 만큼 할 일이 많음을 명심하여야 한다. 한우산업을 미래지향적인 산업으로 발전시키기 위해서는 무엇보다도 개관적인 한우고기의 차별화가 이루어져야 하며 한우고기도 브랜드화로 부가가치를 창조하여 소비자에게 신뢰를 획득하여 비싸더라도 맛있다는 소리를 들을 때 한우산업은 산업으로 살아남을 것이다. 얼마든지 한우산업은 전망이 밝다. 전망이 밝은 만큼 해야 할 일도 많다. 중요
사항

노력이는 축산인, 축산부국 이룰 수 있습니다

고기는 반드시 잘 익어 먹도록 합시다

적극적이며 긍정적인 사고방식을 갖도록 합시다