

뉴 밀레니엄 시대의

돼지고기 수출전략

1. 2000년 이전까지 돼지고기 수출추진 시책과 평가

'68년도에 최초로 돼지고기 27톤(28천\$)을 일본으로 시험수출한 이래, '71년도 일본의 돼지고기 수입자유화에 의해 민간업체 중심으로 수출이 추진되었고, 제3차 경제개발 계획에 의한 수출 증대시책에 따라 정부 주도하에 수출계획이 수립되었다. 당초 양돈산업을 소득증대 품목으로 선정하여 수출을 추진하였으나, '78년 돼지가격 폭등으로 돼지고기 수출증단 조치를 취함에 따라 이로 인한 수출신용 저하 및 수출기반이 붕괴되는 위기감을 느끼기도 하였다. '80년대에 들어 용인자연농원 등 대기업이 양돈업에 참여하였으나 영세농가 및 관련 단체 등에서 대기업 양돈참여 반대로 축산법을 개

정, 양돈업의 등록·허가제를 실시하게 되었고, '89년에는 돼지가격 폭락으로 양돈업 허가등록업체에 대해서는 사육조절 시책이 추진됨과 동시에 둔가 상승을 위한 지원 차원에서 돼지고기 수출업체에 대해서 처음으로 수출 잔여육 처리자금(30억원)이 지원되기도 하였다.

'80년대 부터 소량 수출이 이루어져 왔으나, '90년대에 이르러 돼지 경쟁력 강화사업·양돈단지 및 계열화 사업·수출단지(품질개선단지) 시설지원·규격돈 출하 장려금·수출잔여육 및 규격돈구매자금·수출가공장 시설개선자금 등 수출과 관련된 돼지 사육기반조성 및 수출촉진을 위한 종합지원이 본격화되었다.

'90년대 초 두차례에 걸친 정부의 수출촉진 종합 정책에 힘입어 '96년부터 수출물량이 급신장하게 되었고, 특히 대만



김일석 박사
한국육류수출입협회

의 규제역 발생으로 '97년 말부터 수출물량이 크게 늘었다. 일본시장 점유율도 '96년 5.7%에서 '97년도에는 10%대에 진입하였고, '98년도에는 전년보다 무려 71%증가한 88.3천톤을 수출하여 전 농축산물 수출액 6720백만\$ 중 46.8%에 해당하는 312.7백만\$을 수출하여 농축산물 수출과 무역역조 개선에 크게 기여하였다고 높이 평가를 받기도 하였다.

어쨌든 '90년대 들어 UR협상 결과에 따라, 농산물 수입제한 406개 품목을 연차적으로 수입 개방을 예시하였고, '95년부터 새로 발족된 세계무역기구(WTO) 발족과 동시에 농업에 관한 협정·위생 및 식물위생 조치에 관한 협정 등에 서명함에 따라, 돼지고기는 '97년 7월 1일부터 완전 개방하게 되어 지금까지 새로운 도전의 시기를 맞이하고 있다.

'90년대에 이르러 수입개방에 대비한 그간 정부의 시책추진 성과로는 '94 돼지고기 수출 종합대책수립과 지속적인 정책시책 추진결과로서 대일 돼지고기 수출량이 급격히 신장함으로써 국내 돼지에 대한 신규 수요 창출을 통한 국내 돼지가격 지지 및 농가소득보장 효과가 있었으며, 이 외에도 수입조건 및 소비자 기호가 까다로운 일본시장에 선진 외국과의 수출경쟁을 통해 국내 돼지고기 품질개선 및 위생수준을 향상

시키는 계기가 마련되었다. 또한 시설의 자동화와 전업화로 양돈업의 구조개선을 촉진하였으며, 환경오염 방지를 위한 분뇨처리시설지원 확대 및 제도개선 등 수입개방에 대비한 양돈산업의 기틀을 다지는데 기여한 긍정적인 면이 많다고 평가되고 있다. 그러나 아직까지도 국내 양돈산업이 불안정하여 원료육 가격 불안정 및 안정적 수출물량 확보가 어렵고, 수출시장이 일본에 편중되어 있어 일본의 돼지고기 수급상황에 따라 수출이 큰 영향을 받는 등 구조적인 면에서는 아직도 개선하여야 할 여지가 많이 있다고 본다.

정책적인 측면에서도 그간의 미흡한 사업을 종합분석하여 지원방법상의 문제점 등을 재점검하고 비효율, 비능률적인 부분은 지금부터라도 과감히 수정, 보완하여 투자에 대한 효과를 극대화할 수 있도록 종합적인 수출 대책을 마련하여야 할 것으로 본다.

지금까지의 수출 추진성과가 정부의 지속적인 시책 추진을 비롯한 양돈농가, 관련 업체간에 유기적인 협력체계가 있었기에 가능하였듯이, 뉴 밀레니엄 시대에도 우리 양돈 및 돈육산업이 지속적으로 발전해 나가기 위해서는 정부를 비롯한 양돈농가, 관련업체간에 유기적이고 세부적인 전략수립이 있어야 하겠다.

2. 뉴밀레니엄 시대의 돼지고기 수출전략과 과제

가. 양돈 및 돈육산업 발전을 위한 수출 전략 수립

뉴 밀레니엄 시대를 맞이하여 보다 적극적인 국제시장 우위를 점하기 위해서는 국제시장의 돼지고기 수급여건의 변화와 일본의 수급상황 및 무역제도 변경 가능성 검토에 따른 한국 양돈산업 발전과 대일 돼지고기 수출전략에 대한 재검토가 필요하다.

이를 위해 우선 ①경영목표 및 경영유형별 생산기술 지표 설정, ②경영유형별 경영설계 및 투자분석, ③수출촉진대책에 대한 세부전략, ④수출주도형 양돈산업 정착을 위한 중장기적 지원대책 방안 제시가 있어야 겠으며, 이를 토대로 ①일본의 돈육 수급계획, ②돼지고기 국제 교역량과 한국 돈육수출 전망, ③수출 돈육생산 가공장의 운영 및 관리현황과 대책, ④대일 수출돈육의 품질 및 안전성 관리 등에 대한 심도있는 산·학·관·연 공동의 현장중심 연구가 필요하다고 본다. 우리나라는 다 알고있는 바와 같이 국내 돈가의 변동폭이 세계 어느 나라보다도 커서 수출에 커다란 장애요인으로 작용하고 있다.

국내 돈가의 등락폭에 의해 수출물량이 결정되는 악순환은

시급히 해결하여야 할 과제인 셈이다.

국내 돈가 상승시 수출채산성이 악화되어 수출물량 축소 또는 중단으로 이어지고, 그 결과 일본 바이어로부터 신뢰도가 저하되어 결국 거래선을 잃게 되고, 국내 돈가가 하락할 경우에도 수출채가가 어렵고 수출 가격면에서도 불리한 수출계약을 하게 되어 장기적인 수출계획을 수립할수가 없어 가장 경쟁력이 있다고 평가하고 있는 일본시장에서 한국산 돼지고기의 위치를 상실할 우려가 크기 때문이다.

따라서 양돈 및 돈육산업 발전을 위한 수출전략 수립에는 생산자와 가공업체가 상호 협력하여 적정가격 기준대를 설정하여 상호이익을 보장할 수 있는 가격제도가 설정되어야 할 것이다. 실질적으로 생산자와 가공자를 동시에 만족시키는 것은 매우 어려우므로 지육 단

가별 두당 수익 등의 분석 항목을 통하여 상호간 이익을 산출할 수 있는 가이드라인 설정이 매우 중요할 것으로 생각된다. 이를 위해 서울공판장 및 수출업체 출하시의 적정가격 지급률, 성별 지육가격차에 의한 농가 및 가공업체 수익성, 내수 및 수출 부위별 가격, 지급률 및 유통가격 형성에 따른 수익성을 종합적으로 검토하여야 할 것이다. 수출전략 세부전략 수립에는 앞서 언급한 바와 같은 보다 현장과 밀접한 문제점들에 대한 대안이 종합적으로 포함되어 수출전략이 마련되어야 할 것이다.

나. 수출환경 변화에 대응하는 수출추진과 전략수립

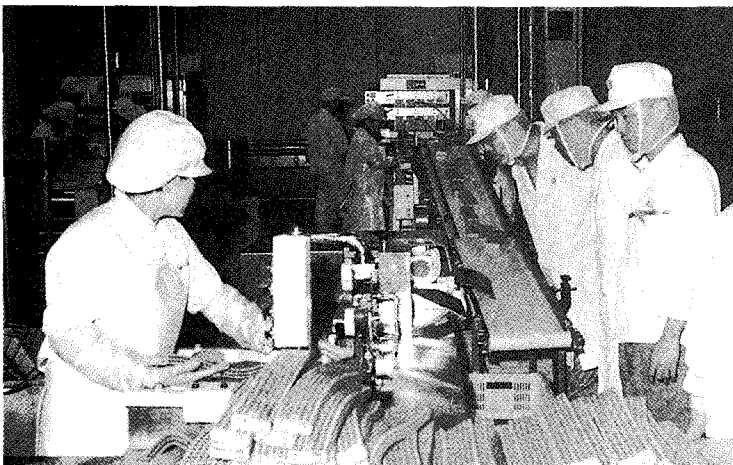
(1) 돼지 콜레라 문제와 대책
일본은 WTO체제하에서 농가의 축산 경영안정 및 국제경쟁력 강화를 위하여 '94년부터

돼지 콜레라 예방주사를 사용하고 있지 않으며 이러한 자신감을 바탕으로 2000년 10월까지 나머지 현에도 예방주사 중지를 준비하고 있다.

이제부터 우리가 취해야 할 문제는 수출가공업체에 출하, 사육하는 돼지이거나 국내 도매시장에 출하하기 위하여 사육하는 돼지이거나 할 것 없이 돼지콜레라 예방주사를 100% 접종하여 돼지콜레라 발생이 없도록 해야 한다는 것이다.

돼지콜레라 예방접종 실시명령 고시에 의해 미접종 또는 의심이 있는 돼지에 대해서는 도축제한과 아울러 현장점검 확인체계를 강화하여 예방주사를 맞지 않은 돼지에 대해서는 해당 돼지를 키운 농가에 300만원 이하의 과태료 처분을 하는 등 일본 수출에 걸림돌로 작용하고 있는 돼지 콜레라 발생을 근절하기 위한 강력한 정부정책과 돼지콜레라 박멸 비상대책본부의 활동이 강화되고 있지만 현장에서 실질적으로 적용·운영되지 않으면 아무런 소용이 없을 것이다.

양돈농가에서 수출을 통해서만 양돈산업의 지속적인 발전이 가능하다는 당위성을 인정한다면 콜레라 발생 근절의 긴박성을 고려하여 예방접종 100% 실천을 위한 자발적 참여가 이루어져야 할 것이다. 돼지콜레라 박멸은 양돈농가의 실천적 의지와 현장적용이 가장



일본은 2001년부터 HACCP시스템을 적용하여 생산된 식육에 대해서만 수입을 할 계획에 있다.

필요하지만 이러한 노력과 아울러 정부에서도 만에 하나 수출중단이라는 사태가 발생하지 않도록 대일 외교채널을 통한 다양한 전략들을 사전 모색하여 업계와 함께 이에 대비할 필요가 있다고 생각한다.

(2) 원산지(국) 표시 문제와 대책

식육 원산지 표시에 대해 일반 소비자들은 이를 크게 희망하고 있는 것으로 조사되고 있다. 일본은 '96년 4월 원산지(국) 표시 판매를 권장사항으로 추진해 왔으나, 지난 7월 15일 일본 중의원 통과로 성립된 "농림물자 규격화 및 품질표시 적정화에 관한 법률(JAS법)"을 개정하여 일반 소비자용의 모든 음식료품을 품질표시기준의 대상으로 함과 동시에 모든 신선 식료품에 대해 원산지(국) 표시를 하도록 의무화하고 있다. 원산지(국) 표시 의무 법률은 농림산물에 관한 품질표시의 기준인 "일본농림규격제도"를 규정하고 있으며, 특히 필요하다고 판단되는 항목에 대해서는 "품질기준제도"를 규정하여 제조업자 및 판매업자에 대하여 의무를 부과하게 된다.

상기제도 시행시 공통 표시 사항은 가공식품의 경우 명칭, 원재료명, 내용량, 상미기간, 보존방법 및 제조업자명(수입품의 경우 수입업자 및 원산국명)을 표기하여야 하며, 신선식품

의 경우 명칭, 내용량, 판매업자 및 원산지 등을 표기하여야 한다.

이번에 원산지 표시 의무가 부과되는 대상식품 중 축산식품은 식육류, 식육조란 등으로 원산지 표시 등은 포장용기 또는 포장 외면에 소비자가 쉽게 찾을 수 있는 장소에 표기하여야 한다. 한편, 상기 법률은 지난 7월 22일 공포되었고, 공포 후 1년 이내에 시행될 예정이다. 이를 계기로 일본은 식육 원산지(국) 표시 법적 의무화를 더욱 강화할 것으로 있기 때문에 수출업체에서는 수입 바이어와 보다 긴밀한 협의과정을 거쳐 이에 사전에 대비할 필요성이 있고, 실질적으로 한국산 표시 시 판매량에 문제가 발생할 소지가 있다고 대부분 바이어들이 생각하고 있기 때문에 이에 대한 가공장 나름의 전략을 사전 강구해야 할 것이다. 원산지(국) 표시 의무화시 지금까지 일부 문제시 되고 있는 일본의 차액관세 회피를 위한 우회수출 등에 대한 무역제재 조치도 가시화될 수 있기 때문에 이에 대한 대응전략을 수립하여 수출에 지장이 없도록 철저한 준비가 있어야 하겠다.

(3) 종합적 위생관리 프로그램(HACCP)적용과 대책

일본은 HACCP 방식에 의한 위생관리 대책도입 과정을 통하여 전면 시행예정인 2001년을

기점으로 모든 수출국에 대해 HACCP를 적용하여 생산되는 식육에 대해서만 수입할 예정으로 있으며 세계에서 어느 국가보다도 수출국에 대해 식품으로서의 안전성 확보를 엄격하게 요구하고 있다. 2000년까지 전국 단계로 지도원료와 동시에 전국적으로 시행한 후 2001년부터 자국민 보건안전 차원에서 모든 수입국에 대해 생산에서부터 유통에 이르는 전 공정에 HACCP시스템 적용을 요구할 가능성이 매우 높기 때문에 금번 콜레라 문제와 같은 비상사태를 벗어나기 위해서는 지금부터라도 산업현장에서는 이에 대응할 철저한 사전 준비가 있어야 될 것이다. 어쨌든 일본은 2001년부터 HACCP시스템을 적용하여 생산된 식육에 대해서만 수입을 할 계획에 있으므로 우리로서는 2001년을 대비한 수출가공업체의 HACCP 등 종합적 위생관리 시스템의 구축과 이에 대한 가공장 나름의 실질적으로 적용가능한 기준설정과 이의 시행이 시급하다고 생각된다. 현재 1,000두 이상 또는 정부지원 축산물종합처리장은 2000년 7월 1일부터, 500~1,000두 미만은 2001년 7월 1일부터, 300~500두 미만은 2002년 7월 1일부터, 300두 미만은 2003년 7월 1일부터 시행기로 시기가 정해져 있다. 다만, 특별조항으로 수출용 작업장은 수출상대국 정부나 수입자로

부터 HACCP 적용 요구가 있을 경우에는 HACCP 적용 의무화가 가능한 것으로 되어 있기 때문에 정부의 의무적 시행 시기와 관계없이 업계에서도 각 도축·가공장에 적합한 현장에서 실천가능한 기준을 마련하고 이를 실행시키는 노력

고수하고 있다. 국경없는 무역 전쟁이 치열하게 전개되고 있고 이러한 현상은 앞으로도 더욱 더 심해질 것으로 보고 있다.

다른 산업과 마찬가지로 우리 양돈산업도 세계 각국의 돼지 사육두수가 증가함에 따라 생산과잉 물량은 필연적으로

생검사에 합격한 업체의 경우 수출의 길이 열려 있기 때문에 보다 적극적인 우리의 후속 대책마련이 필요하다고 생각한다. 한편 지난 11월 15일 중국과 미국의 세계무역기구(WTO) 협상 타결을 계기로 13년 동안 끌어오던 중국의 WTO가입이 결

정되었다. 따라서 중국의 WTO가입에 따른 중장기적 관점에서 수출 가능성 현지 조사 연구도 필요하다. 중국이나 경제위기를 겪고 있는 러시아에 대한 수출추진은 지금 당장은 실효가 없을

『뉴 밀레니엄 시대라고 해서 특별한 수출전략은 없다고 본다. 결국은 우리 내부의 문제점과 이의 해결을 통한 고품질의 위생적인 돈육생산이 우선이라고 보기 때문이다. 생산현장에서 기본을 준수하여 상품성이 있는 상품(식육)이 생산되어 기본적으로 국제시장에서 인정을 받을 수 있도록 개선시키고자 하는 노력이 바로 수출전략이라는 의미로 보아도 무방할 것이다.』

이 있어야 할 것이다.

(4) 해외시장 개척을 통한 수출시장 다변화 전략

지난 12월 초 미국 시애틀에서의 WTO 뉴라운드는 수출국과 수입간의 협상 의제 견해차로 큰 마찰을 빚고 있다. 미국과 호주 등 15개 농업수출국으로 구성된 케언즈그룹은 농산물시장의 추가개방을 위해 농산물에 대한 보조금을 축소하고 농산물관세를 공산품 수준으로 내리자는 주장을 하고 있는 반면, 우리 나라와 일본은 물론 유럽연합(EU)은 환경보전과 농업의 특수한 다원적 기능을 인정해야 한다며 점진적인 개방이 불가피하다는 입장을

국제 식육 시장에서 교역이 이루어질 수 밖에 없을 것이기 때문에 국제시장에서 치열한 수출물량 쟁탈전에서 승리하여야만 살아남을 수 있을 것이다. 따라서 현재 일본시장에 편중됨으로서의 일어날 수 있는 여러 가지 문제점을 극복하기 위한 차원에서 해외시장 개척을 통한 수출시장 다변화 정책을 적극적으로 추진할 필요성이 대두되고 있고, 이러한 노력이 결국 WTO무역체제하에서 우리 산업이 살아 남을 수 있는 한 방안이 될 수 있을 것이다. 이러한 의미에서 이미 '98년에 한국과 러시아 양국간 수의증명서 합의에 의해 러시아 수출시장은 현장실사를 통하여 위

지 몰라도 향후 국내시장의 침체국면을 벗어나는 계기가 될 수도 있고, 또한 급변하는 수출시장의 상황변화에 능동적으로 대처할 수 있는 계기가 될 수도 있기 때문에 장기적으로 수출 다변화측면에서 수출 전략수립이 필요할 것으로 판단된다.

다. 품질개선에 기초한 수출전략 수립과 대응

앞서 언급한 원산지국 표시 의무 강화에 따라 한국산은 신선도면에서의 메리트와 함께 식품으로서의 안전성과 위생성이 양호하며 관능적 품질특성(맛)도 사계절이 비슷한 일본산과 동일하다는 말단 소비자 중

심의 홍보사업을 보다 강화함과 동시에 품질보증을 위한 가공장 실태·위생성·육질·안전성 등을 종합적으로 평가하여 이를 적극 추진해 나가야 할 것이다. 일본 수입업체 또는 소비자들 스스로가 한국산에 대한 품질을 인정해 줄때까지 농가와 가공업체에서는 품질을 향상시키는 노력을 게을리 하지 말아야 한다. 근본적으로 식육의 품질이 떨어져 고객에게 그 가치를 인정받지 못한다면 국제 식육 시장에서 한국산 돈육은 더 이상 설 자리가 없게 될 것이기 때문이다.

품질개선과 관련하여 우선 수출육에 대한 평가와 이에 대한 개선대책이 있었으면 한다. 일본시장에서 한국산 냉장육이 육색, 지방색, 탄력도가 떨어진다고 평가받고 있는 것은 가공단계에서의 선도·위생·온도관리 등의 처리기술 미숙도 관계가 있지만, 생산단계에서의 사육방법(사료급여 방법, 사육일수 등) 등의 요인도 많기 때문에 명실상부한 육질이 확보된 국제 규격돈이 생산되어 부가가치가 높은 냉장육으로 수출될 수 있도록 기본적인 사양 매뉴얼에 의해 돼지를 키워주어야 한다.

양돈농가나 가공업체 모두 일본시장에 꾸준히 수출을 하기 위해서는 일본시장의 요구조건에 적합한 제품을 생산해 주어야 하고, 그러기 위해서 끝

없이 선진 기술을 도입하여 현장에 접목시키는 보다 많은 노력을 기울여야 할 것으로 생각된다. 한편, 우리 나라에서 수출하고 있는 거의 모든 냉동육은 육가공 원료용으로 사용되고 있으나 원료육의 기능적 품질 특성(보수력, 유허능력 등)저하 등에 의해 일본 수입 바이어들로부터 클레임 제기가 끊임없이 많이 발생하고 있어 이에 대한 원인 구명이 시급하다고 판단된다. 따라서 이에 대한 정확한 문제점 파악을 위해 일본 현지 육가공장에서 일본산, 덴마크산, 미국산 및 한국산 등심(상등급·중등급·하등급 세종류)을 대상으로 육가공 제품(로스햄과 돈가스 2종)을 제조한 후, 이화학적 검사(pH, TBA, VBN)·물리화학적 검사(드립감량, 조리감량, 조직감, 보수력, 열처리 수율)·관능검사를 실시해 볼 것을 제안하고 싶다. 각국산 원료육의 기능성과 제품의 상품성을 상호 비교하여 일본 바이어들의 불만요인을 정확하게 파악하고 이를 해결하기 위한 우리 업계의 공동연구와 수출전략 마련이 시급히 이루어져야 할 것으로 판단된다.

원료육 품질개선과 동시에 뉴 밀레니엄 시대에는 과연 한국산이라고 하는 국가차원의 브랜드 돈육이 개발되어 국제시장에 당당히 수출될 수 있는 전략수립이 있었으면 한다. 품

질과 위생이 뒷받침되면서 차별화된 상품이라야만 경쟁이 치열한 국제시장에서 살아 남을 수 있을 것이다. 과연 한국산이라고 하는 차별화 요인을 부각시키기 위해 연구소와 학계에서는 생산현장과 보다 밀접한 브랜드 돈육 생산체계에 대한 기술을 개발하여 이러한 기술이 양돈농가에 더 많이 보급될 수 있도록 해 주었으면 한다.

3. 맺는말

뉴 밀레니엄 시대라고 해서 특별한 수출전략은 없다고 본다. 결국은 우리 내부의 문제점과 이의 해결을 통한 고품질의 위생적인 돈육생산이 우선이라고 보기 때문이다. 생산현장에서 기본을 준수하여 상품성이 있는 상품(식육)이 생산되어 기본적으로 국제시장에서 인정을 받을 수 있도록 개선시키고자 하는 노력이 바로 수출전략이라는 의미로 보아도 무방할 것이다. 누구를 탓하기 이전에 누가 수출전략을 수립해 주기 이전에 각자 주어진 위치에서 무엇을 어떻게 개선시켜야만 우리 양돈 및 돈육산업이 살아 남을 수 있는지에 대한 깊은 성찰이 우선되어야 한다. 이것이 새로운 천년을 맞는 우리 양돈 및 돈육업계 관계자들의 마음가짐이 되었으면 한다. 양돈