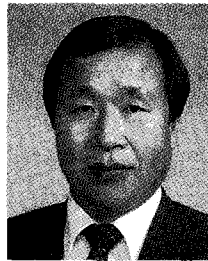




낙농산업의 현안과 미래지향적 해결방안

지난 1980년에는 원유의 연간 총 생산량이 458천톤으로 그 생산액이 1,200억원에 불과했으나, 2002년에는 원유의 생산량이 2,537천톤으로 증가되었으며 생산액도 1조 5000억원을 상회하였다. 젖소의 두당 산유량도 1980년에 4,546kg에 불과했으나, 2000년에는 6,600kg으로 증가되는 등 실로 괄목할만한 양적 성장을 거듭해 왔다. 우유의 소비 또한 마찬가지이다. 1980년에는 1인당 10.8kg에 불과했던 우유의 소비량은 2002년에는 64.2kg으로 증가하였다. 1962년 경제개발 5개년 계획과 더불어 사실상 시작되었던 우리나라 낙농



박종수
충남대학교 농과대학 교수

산업은 지난 2000년까지 비록 단기적인 수급불균형 현상이 없지 않았으나, 큰 장애 없이 원유가 생산된 만큼 소비되는 안정된 수급균형을 유지해 오면서 고속 성장을 거듭해 온 것이다. 그러나 지난해 3월이후 지금까지 분유의 재고가 매월 15,000톤을 상회하는 현상이 보이면서 우리나라 낙농산업은 역사 이래 최대의 위기와 시련을 맞고 있는 것이다.

작년 한해동안만도 1,500억원이 넘는 막대한 정부의 재정지원이 분유의 재고처리에 투입되었음에도 불구하고 원유수급안정의 실마리가 풀리지 않고 있다. 지난해 10월부터 지속되는 원유재

고의 부담에 견디다 못해 급기야 낙농진흥회는 잉여우유차등가격제를 도입하게 되었고, 서울우유협동조합은 낙농진흥회를 탈퇴하는 극약처방과 함께 자체적인 차등가격제를 실시하고 있으며, 여타 유업체는 유업체대로 자체적인 차등가격제를 도입하고 있다. 서울우유협동조합의 낙농진흥회 탈퇴로 인해 낙농진흥회의 수급조절업무는 차지(遮止)하더라도 진흥회의 존폐여부까지 회자되고 있는 실정이다. 이러한 진통에도 불구하고 분유의 재고가 줄어들 기미를 보이고 있지 않다. 일부 농가는 차등가격제로 인해 감소된 소득을 물량으로 보전하기 위해 오히려 생산을 늘리는 경우마저 있는 것으로 알려지고 있다.

작금에 나타나는 이러한 수급불균형의 근본적인 원인은 원유가 과잉 생산된 데에서 기인된 것이라기 보다는 값싼 혼합분유의 수입증대와 우유의 소비정체가 더 큰 비중이 있다고 판단된다. 혼합분유의 수입증대는 우리 낙농산업의 취약한 경쟁력 때문이다. 원천적으로 불리할 수밖에 없는 우리의 낙농여건에서 개방경제의 여파가 본격적으로 나타나고 있는 것이다. 개방경제의 분위기에 편승하여 식품제조업체는 값싼 수입분유를 자사의 수요에 따라 거리낌없이 수입하고 있다. WTO 뉴라운드의 DDA협상결과의 여하에 따라 2004년부터 탈지 및 전지분유마저 낮은 관세율로 수입이 풀리게 된다면, 우유의 수급문제는 더욱 어려워질 것이 틀림없을 듯 보인다. 그렇다고 도도히 흐르는 개방경제의 파고를 거역할 수도 없는 것이 우리 경제와 낙농산업이 안고 있는 불가피한 현실이다.

특히 지난해에는 국내의 경제현상이 과거에 비해 크게 나빠지 않았음에도 불구하고 100% 국내산 원유로 제조되는 백색시유의 소비량이 전년도에 비해 7.1%나 감소되는 현상을 보였다. 급격히 감소된 시유소비는 원유의 재고를 누적시키는 가장 큰 요인이 된 것이다. 그렇다면 백색시유는 그 소비가 이미 한계에 달한 것인가? 급속한 소비감

소의 원인이 어디에 있는 것이며, 이 같은 현상이 금후에도 지속될 것인가? 그리고 이의 해결을 위해 우리의 낙농산업이 지향해야 할 과제는 어디에 있는 것인가? 이를 본고에서는 차례로 검토하기로 한다.

1. 우유의 소비정체 요인

국민 1인당 소득이 5,000불 미만이던 1980년대까지는 우유·유제품의 소비가 급속히 신장되었으나, 5,000불을 넘어서기 시작한 1990년대에 들어서는 전년대비 미미한 증가나 감소를 반복하면서 낮은 신장을 보이고 있다. 특히 국내산 원유를 이용하여 제조되는 백색시유의 소비는 1990년 이후 2002년까지 12년간에 걸쳐 연평균 0.8%의 증가에 그치고 있음을 간과해서는 아니 된다. 이 같이 우유소비가 감소 내지 정체되는 이유를 요약하면 다음과 같다.

1) 식생활 구조에 따른 소비의 한계성

쌀을 주식으로 하는 식문화를 갖고 있는 아시아 지역의 국가는 빵을 주식으로 하는 서구에 비해 우유의 소비가 저조하기 마련이다. 특히 쌀을 주식으로 하고 국물을 주요 부식으로 섭취하고 있는 우리나라와 일본에서는 식생활 패턴을 서구식으로 바꾸지 않는 한, 우유와 유제품이 그 식단구조에서 간식의 한계를 벗어나기란 쉽지 않다.

〈표 1〉은 우리나라와 일본의 우유·유제품에 대한 국민 1인당 소비추이를 나타내고 있다. 〈표 1〉에서 살펴보면 우리와 유사한 일본의 2000년 현재 음용우유(우리나라의 백색시유는 순수한 우유와 원유에 특정 영양소를 강화시킨 우유를 포함한 모든 백색우유를, 그리고 음용우유는 백색시유와 과즙 등을 혼합한 가공시유를 합한 양으로 표현되며, 일본에서 백색시유는 원유 그대로 또는 지방만을 조절한 순수우유를, 그리고 음용우유는 백색시유와 원유에 특정 영양소를 강화시킨 강화우유를

포함시킨 우유로 표현된다. 그러므로 우리나라의 백색시유는 일본에서의 음용우유와 동일한 개념으로 분류되며, 가공우유는 일본에서는 유음료로 분류되고 있다.)의 소비량은 39.0kg이다. 1996년에 41.5kg에 달한 후부터 미미하지만 지속적인 감소 추이를 보이고 있다. 우리나라의 경우 아직까지 백색우유의 소비량이 일본의 소비수준인 40.0kg의 수준에는 미치지 못하고 있다. 따라서 일본의 우유 소비량과 비교하여 우리나라의 우유소비가 소비촉진 활동의 여하에 따라 당분간은 어느 정도 증대될 수 있으리라는 기대를 할 수도 있다. 그러나 일본의 1인당 국민소득의 수준이 한국의 4배 이상이라는 점과 일본에서는 우리와 다른 간편지향적인 도시락 식문화가 특히 발전되어 있음을 고려할 때, 우리나라의 우유소비수준이 현재보다 획기적으로 늘어나거나 일본과 동일 수준으로 늘어날 수 있으리라는 기대는 어려울 것으로 판단된다.

그렇다면 우리나라의 음용우유 소비량 30kg대는 특단의 소비촉진 조치가 전제되지 않는 한 어느 정도 자연발생적인 한계에 도달했을 것이라는 추정을 가능케 한다.

2) 대체재의 소비 증가

〈표 2〉는 음용우유에 대한 가장 강력한 대체음료로 판단되는 두유와 혼합음료 대한 최근 4년 동안의 소비량추이를 나타내고 있다.

〈표 2〉에서 살펴보면 지난 4년 동안 음용우유와 백색시유의 전년대비 평균 증가율은 각각 5.3%와 3.4%에 불과하나, 두유와 혼합음료의 소비 증가율은 각각 9.9%와 10.7%로서 매우 높게 나타나고 있다. 이는 급변하는 소비자의 다양한 식품소비욕구에 의해 경쟁음료로부터 음용우

〈표 1〉 한국과 일본의 국민 1인당 우유 및 유제품 소비량 추이

구분	구분 한국의 소비량 (kg)				일본의 소비량 (l)		
	우유 유제품 ¹⁾	유제품 ²⁾	음용우유	백색시유	우유 유제품 ³⁾	음용우유	백색우유
1990	43.8	12.6	31.2	29.0	80.6	-	31.8
1991	43.2	12.0	31.2	28.8	84.8	-	-
1992	43.9	11.7	32.2	23.6	-	-	-
1993	44.9	12.7	32.2	29.2	83.5	38.1	32.4
1994	46.6	11.8	34.8	30.9	89.8	40.6	34.2
1995	47.6	12.8	34.8	29.4	91.2	40.1	33.8
1996	54.2	18.3	35.9	28.9	93.3	41.5	34.7
1997	53.1	16.1	37.0	31.5	93.2	41.3	34.3
1998	49.4	19.2	30.2	26.6	92.3	40.4	33.7
1999	58.9	31.2	27.7	24.6	-	39.8	33.2
2000	59.7	24.1	35.6	30.8	-	39.0	-
2001	64.3	27.8	36.5	31.0	-	-	-
2002	64.2	29.3	34.9	28.6	-	-	-

주1) 1) 2) 3)은 원유환산량임.

자료 : 한국 : 농림부, 낙농진흥회, '낙농편람', 2001.

일본 : 일본농업연감간행회, '일본농업연감 2001, 2000, 12

유의 시장이 끊임없이 잠식당하고 있음을 의미한다. 특히 백색시유의 소비가 전년 대비 7.1%나 감소되었던 2002년의 경우 두유의 소비량은 26.0%, 그리고 혼합음료의 소비량은 11.5%가 증가되는 엄청난 신장세를 보였다. 이는 지난해 1월 국내의 모 방송국에서 신년 특집기획으로 방영된 “잘먹고 잘사는 법”의 프로그램을 통해 많은 소비자에게 전달된 우유를 포함한 동물성 식품에 대한 부정적인 인식으로 인해, 식물성 단백질원으로 알려진 두유와 혼합음료 등의 소비는 크게 증가한 반면, 상대적으로 동물성 단백질원으로 알려진 우유 소비는 크게 감소된 데에서 기인된 원인도 없지 않다고 추정되지만, 근본적으로 소비자의 생활 패턴이 영양보다는 건강위주로 변화되는 양상을 반영한 결과로 판단된다. 따라서 대체식품으로부터 우유시장을 보호하기 위해서는 소비자의 식품소비욕구 변화에 부응할 수 있는 우유와 유제품의 개발·보급과 더불어 우유의 건강적 효과에 대한 소비자의 인식변화를 위한 홍보전략이 시급한 과제이다.

3) 주 소비계층 인구의 지속적 감소

우리나라에서 우유·유제품의 주 소비계층은 19세 이하의 유아 및 청소년들이다. 그런데 <표 3>에서 살펴보면 이러한 19세 이하의 인구가 1990년 이후 연평균 1.1%의 감소추이를 보이고 있다. 이는 현재의 우유소비인구가 더 많은 양의 우유를 소비하지 않는 한, 감소되는 소비 인구에 의해 1.1%의 우유소비가 감소될 수 있는 요인이 상존하고 있음을 의미한다. 따라서 우유·유제품의 목표시장이 청소년에 집중되어 있는 현재의 우유시장체계에서는 동 계층의 인구감소는 소비증대의 한계와 연계될 수밖에 없음을 간과해서는 아니 된다.

총인구 성장률도 이미 1.0% 미만에 달했고 2004년에는 0.5%대 이하, 그리고 2024년부터는 마이너스(-) 성장을 추계하고 있음을 고려 할 때, 금후 해를 거듭할수록 절대 인구의 감소는 우유소비의 중요한 변수로 작용할 것으로 추정된다.

<표 2> 우유와 대체음료의 소비량 추이

구분	음용우유		백색시유		두유		혼합음료	
	소비량(톤)	증감율	소비량(톤)	증감율	소비량(kl)	증감율	소비량(kl)	증감율
1998	1,400,801	-	1,230,657	-	128,705	-	376,443	-
1999	1,292,392	92.3	1,145,451	93.1	122,854	95.5	465,818	123.7
2000	1,671,498	129.3	1,447,376	126.4	129,563	105.5	519,194	111.5
2001	1,729,331	103.5	1,465,793	101.3	145,824	112.6	498,938	96.1
2002	1,664,329	96.2	1,362,107	92.9	183,729	126.0	556,465	111.5
4년 평균 증가율	-	105.3	-	103.4	-	109.9	-	110.7

자료 : 낙농진흥회, 낙농편람, 2003. 통계청(www.nso.go.kr), 품목별 생산·출하·재고·내수·수출, 광공업통계조사, 2003.

<표 3> 19세 이하 연령층의 인구 변화 추이

연도	1990년	1995년	2000년	2001년	2002년
19세이하인구(천명)	15,415	14,433	13,735	13,482	13,199

자료 : 통계청, 인구추계, 2003년.

4) 수입유제품을 원료로 제조되는 유제품시장의 급신장

〈표 4〉는 국내에서 생산·판매되는 주요 유제품의 소비량 추이를 나타내고 있다. 〈표 4〉에서 1990년도 2002년도의 유제품소비량을 비교해보면, 지난 12년 동안에 가공치즈는 639.4%, 호상발효유는 479.2%, 가공우유는 320.4%가 증가되었으며, 특히 1995년 혼합분유를 비롯한 유장분말 등의 수입이 낮은 관세율로 개방되면서, 이들 제품을 원료로 이용하는 호상발효유와 가공우유 등의 생산·소비가 크게 늘어나고 있다. 수입원료 유제품을 많이 사용하는 조제분유의 경우에 있어서도 출산율저하로 인한 소아인구의 지속적인 감소에도 불구하고 그 생산·소비량은 감소되지 않고 있다. 이와 같은 수입제품을 원료로 이용하여 생산된 유제품의 소비증가는 이윤추구에 목표를 두고 있는 유업체들의 원가절감의 경영전략에 기인된 것으로 판단되며, 이는 곧 국내산 원유시장의 위축으로 연계되고 있는 것이다. 국내산 분유가 수입분유와 경쟁력을 갖지 못하는 한, 유업체는 이 같은 경영전략을 금후에도 지속할 수밖에 없을 것이다. 이러한 문제를 해소하기 위해서는 적어도 유제품의 가공용 원료로 이용되는 원유에 대해서 차별가격의 도입이 불가피하다.

2 우유의 수요 전망

한국농촌경제연구원은 2003년 농업전망에서 2003년 농업전망에서 2003년 경제가 5%대로 성장할 경우 2003년 시유소비는 2002년에 비해 1.1% 증가하고, 가공우유는 5.3% 증가하여 원유의 소비량은 3.7%증가한 314만톤으로 전망하고 있다. 그러나 소득향상에 따라 유제품 소비는 증가하지만 국내산 유제품이 수입유제품원료로 제조됨으로써 원유의 자급율은 상대적으로 하락할 것으로 전망하고 있다. 2002년 83%로 추정되는 원유의 자급율은 2003년에는 79%, 2005년에는 75%로 하락할 것으로 전망하고 있다. 소득은 증가하지만 시유소비는 크게 증가하지 않음으로써 원유 소비량 가운데 시유의 비중은 2003년에 51%에서 2005년에는 49%로 감소할 것이라는 것이다.

본 연구자의 우유·유제품 소비추정 연구결과¹⁾에서도 〈그림 1〉에서 볼 수 있는 바와 같이 유제품을 포함한 총 우유에 대한 1인당 소비량은 2010년까지는 소득증가(연평균 전년 대비 3% 증가 가정)의 영향으로 지속적인 증가를 하다가 2010년 이후부터는 소득의 지속적인 증가에도 불구하고 수요가 오히려 감소할 것으로 추정되었다.

〈표 4〉 유제품별 소비량

구분 \ 연도	1990년(A)	1995년(B)	2000년	2001년	2002년(C)	C/A(%)	C/B(%)
가공치즈(톤)	3,500	5,317	21,991	24,973	22,378	639.4	420.9
조제분유(톤)	25,535	25,932	25,290	25,291	-	-	-
호상발효유(톤)	35,048	114,906	124,336	156,020	167,965	479.2	146.2
가공우유(톤)	94,312	242,064	224,132	263,538	302,222	320.4	124.8

자료 : 농림부, 낙농진흥회, "낙농편람", 2001. 낙농진흥회, 2003.

1) 1980년에서 2001년까지의 국민 1인당 우유·유제품 소비량을 종속변수, 국민 1인당 소득과 19세 이하의 인구, 추세치(t) 등을 독립변수로 채택하여 통계적으로 유의하며 가장 적합한 추정식을 구한 후, 2001년 이후의 소득은 연평균 3%의 성장을 그리고 인구변화는 통계청에서 발표한 추세치를 적용하여 1인당 우유·유제품의 수요를 전망하였음.

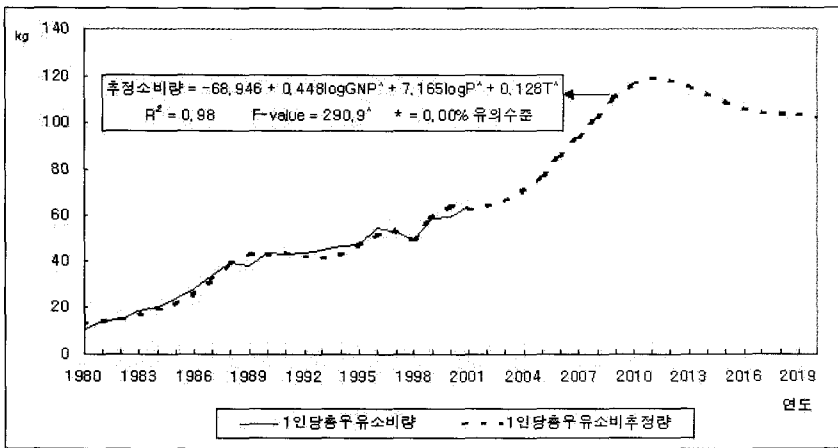
한편 <그림 2>를 통해서 살펴보면 현재와 같은 음용우유 소비여건이 지속되는 한, 음용시유의 1인당 소비량은 35kg 수준을 정점으로 해서, 상당 기간 소비의 한계를 보이면서 2007년 이후부터는 전체 소비량도 점차 감소될 것으로 전망되었다. 물론 추정이라는 것이 앞으로도 현재와 같은 소비여건이 지속되는 것으로 전제로 하지만, 이 같은 추정에 근거한다면, 백색시유의 소비량은 이미 어느 정도 한계점에 오지 않았나 하는 의구심을 갖게 한다.

전체적으로 볼 때, 우리 나라 우유·유제품의

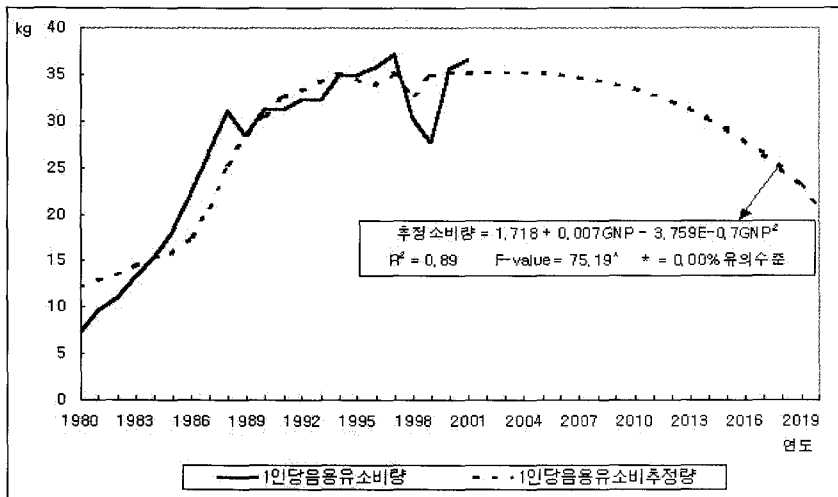
수요가 성장의 여지는 어느 정도 남아 있다고 하겠으나, 과거 고도성장시대와 같은 고율의 증가세는 기대하기 어려울 것이라는 전망이다. 이와는 별도로 IMF 구제금융사태로 인해 거품경제가 붕괴된 이후에 지속적으로 나타나는 음용우유의 소비정체 내지 보합세 현상은 우리 나라에서도 특단의 소비촉진 조치가 강구되지 않는 한, 음용우유 소비증가의 한계를 극복하기가 어려울 수 있다는 예측을 가능하게 하고 있다는 것도 간과해서는 아니 될 것으로 판단된다.

따라서 백색우유를 비롯한 국내산 원유로 제조

되는 신선유제품의 획기적인 소비촉진이 전제되지 아니하고, 국제 유제품가격이 크게 상승되지 않는 한, 2002년 이후 지속되어온 수급불균형현상은 금후에도 계속해서 이어질 것으로 전망된다. 경우에 따라서는 오히려 더욱 심화될 수도 있음을 간과해서는 아니 된다. 국경조치가 이미 해제된 상태에서 우유시장이 다양한 기능성 음료에 의해 꾸준히 도전 받고 있으며, 양질의 조사료 수입이 지속되고 사양기술이 날로 개선되는 데에 따른 두당 산유량의 증가도 지속될 것이기 때문이다.



<그림 1> 국민 1인당 총우유 추정 소비량



<그림 2> 국민 1인당 음용우유 추정소비량

3. 미래지향적 낙농산업의 과제와 방향

이상에서 오늘 우리 낙농업이 안고 있는 수급불균형의 근본적 원인을 제공한다고 판단되는 소비정책의 원인과 급후 소비전망을 살펴보았는 바, 이를 극복하기 위해서는 다양한 장단기적 조치가 요구된다. 우리의 낙농업이 안정적으로 성장해 나가기 위해서는 해결해야 할 과제가 수없이 산적해 있다는 것이다. 그러나 여기서는 필자가 보기에 가장 시급하며, 중요하다고 생각되는 몇 가지 과제를 제시함으로써 그것이 미래지향적인 우리나라 낙농산업 발전의 시금석이 되기를 바라는 바이다.

첫째, 국내산 원유로 제조되는 우유와 유제품 소비촉진을 위한 홍보 및 광고체계를 합리적으로 수립·시행하는 일이다.

현재 우유·유제품의 소비촉진을 위한 홍보 및 광고는 유업체가 자사 우유의 상표촉진을 위해 각기 독립적으로 실시하고 있는 상표광고와 낙농가와 정부가 자발적으로 부담하는 낙농자조금에 의한 기초광고가 있다. 이러한 광고들이 지금까지 우유·유제품의 소비를 어느 정도는 촉진시켜 왔다는 사실은 부인할 수가 없다. 그러나 상표광고는 엄청난 비용을 투입하면서도 오히려 소비자의 선택수요에 혼란을 야기시키는 등 그 효과가 크지 않다는 사실이 여러 선진 연구와 경험을 통해서 입증되고 있다.

특히 상표간에 숨은 이점이 크게 존재하지 않은 백색시유에 대해 경쟁적인 상표광고를 통해 지나치게 자사우유에 대한 선택수요만을 강조함으로써 소비자들의 우유에 대한 인식이 바르게 정립되지 못하고 있다. 우유광고가 최근의 급변하는 소비자의 식품소비성향에 부응하는 충분한 정보를 제공하지 못하고 있음으로써 우유시장이 새롭게 등장하고 있는 건강 및 기능성음료에 급속도로 점유 당하고 있는 것이다. 이에 따라 소비자에게 우유에 대한 건강·영양성에 대한 정보를 소비계층에 따라 구체적

으로 전달함으로써 우유자체의 제품구매동기를 유발시킬 수 있는 정보제공적인 소비촉진활동과 체계적인 소비자교육이 요구되고 있는 것이다.

한편 자조금에 의한 광고 또한 극소의 적은 비용으로 인해 소비자의 감성에 호소하는 단발적인 캠페인성 공익광고의 한계를 벗어나지 못하고 있는 실정이다.

또한 우유의 공급과잉 시마다 산발적으로 실시하는 각종 이벤트행사나 소비캠페인 등은 소비자의 감정적 구매동기를 일시적으로 유발시켜 단기적인 소비촉진에는 어느 정도 영향을 미칠 수 있다. 그러나 지금과 같이 수급불균형이 장기화되고 있는 경우에는 단기적인 캠페인성 소비촉진활동만으로는 그 효과를 크게 달성하기에 한계가 있음을 간파해서는 안된다.

따라서 유업체의 경쟁적인 상표광고를 지양하고, 100% 국내산 원유로 제조되는 백색시유에 대해서는 모든 유업체가 함께 참여하는 협동소비촉진체계를 조속히 정립해야 한다. 더불어 소비촉진활동은 광고뿐만 아니라 소비자의 영양교육과 각종 판촉활동까지를 포함해야 하며, 광고의 내용도 우유·유제품에 대한 정보를 바르게 제공하는 교육적인 광고에 큰 비중을 두어야 한다. 또한 낙농가가 부담하는 자조금 광고도 모든 낙농가가 함께 참여하여 충분한 자금을 확보하고, 유업체의 협동광고와 유기적으로 연계시켜 우유·유제품의 목표시장을 세분화하고, 세분화된 목표시장에 적합한 소비촉진활동을 부단히 전개해야 한다.

둘째, 소비자의 식품소비욕구에 부응하는 다양한 유제품을 생산·공급하는 일이다.

소비자의 식품소비와 관련된 다양한 요구에 부응하기 위해서는 국내산 원유를 원료로 이용하는 고부가가치의 신선한 기능성 우유와 유제품의 생산·공급이 필연적이다. 또한 지금까지 우유의 주 소비계층으로 인식되어온 19세 이하 연령층의 인구가 매년 감소되고 있는 것을 고려하여, 청소년을

대상으로 하는 우유·유제품시장의 한계를 극복하기 위해서는 소비계층(유아, 어린이, 청소년, 성인, 주부, 노인, 다이어트용 등)별로 시장세분화를 통해 세분화된 목표시장을 공략할 수 있는 유업체의 다양한 제품생산 및 공급이 요구되고 있다.

이를 위해서는 새로운 제품개발을 위한 업체의 적극적인 노력과 생산기반 구축을 위한 정부의 유업체에 대한 유가공 시설자금의 지원이 필요하며, 가공우유를 비롯한 신선 우유·유제품 포장에 “국내산” 표기 조치를 강구하여 수입원료를 이용하는 유제품과의 차별화를 강조함으로써 소비자의 국내산 우유·유제품에 대한 선택적 수요를 유도해야 한다.

셋째, 국내의 원유 수요량에 부응하는 공급체계의 도입에 관한 일이다.

원유의 수급안정을 위해서는 공급안정이 선행되어야 하며, 공급안정을 위한 대표적인 하나의 방법이 생산할당제를 통한 계획생산이다. 원유수급불균형을 경험한 대부분의 나라가 생산할당제를 도입하고 있는 것은 생산할당제가 비교적 적은 재정지출을 통해 원유수급안정을 달성할 수 있는 장점을 지니고 있기 때문이다. 또한 감산량의 예측을 비교적 정확하게 할 수 있다는 점에서 정책운영자의 입장에서 효율적인 생산조절방안이라 할 수 있다.

생산자 입장에서 보면, 생산할당제에 의해 생산량이 규제됨에 따라 일정 수준 이상의 원유가격유지가 가능하다는 장점이 있다. 그뿐 아니라 기존 낙농가입장에서 보면 생산할당을 통해 기득권을 인정받음으로써 그 자체가 상당한 자산가치를 지니게 된다. 그러나 규모확대를 통해 ‘규모의 경제’를 추구하려는 낙농가나 신규로 낙농업에 참여하려는 농가에 대해서는 경영발전을 위한 의사결정의 자유를 구속함으로써 시장을 왜곡시키는 부정적인 측면도 함께 지니고 있다. 그럼에도 불구하고 많은 나라가 이 제도를 도입하고 있는 것은 이 제도의 운영과정에서 나타날 수 있는 문제점에도 불구하고 장기적으로 원유의 수급균형유지를 위해 가장 효율적인

방법이라는 점 때문일 것이다.

그러나 생산할당제를 실시하기 위해서는 집유일 원화가 선행되어야 하며, 설령 계획생산제를 도입한다고 하더라도 많은 농가에서 생산되고 있는 원유의 공급량을 수시로 변동하는 수요량에 일치시킨다는 것이 쉬운 과제가 아니다. 특히 합리적인 소비촉진제도가 전제되지 않을 경우 유업체의 의도적인 국내산 원유사용의 기피로 유제품 수입증가와 더불어 음용우유시장이 점진적으로 위축되어 그에 따른 원유생산량의 점진적 축소로 인해 국내 낙농업이 크게 위축될 우려가 있다. 따라서 계획생산제는 합리적인 소비촉진 정책과 더불어 미래지향적인 낙농산업의 발전계획과 유기적으로 연계하여 추진하여야 할 것이다.

넷째, 환경친화적 낙농업을 영위하는 문제이다.

환경친화적 낙농업을 영위하는 일은 소비자를 지향하는 안전한 원유의 생산을 위한 필연적 과제이다. 환경에 대한 국민적 관심이 날로 높아지면서, 축산분뇨로 인한 환경오염의 문제와 안전한 축산물의 생산에 대한 소비자들의 요구가 날로 높아지고 있다. 이 경우 축산분뇨, 특히 젖소사육으로부터 발생된 분뇨처리의 문제가 더욱 큰 관심사로 대두될 전망이다. 따라서 신선하고 안전한 원유생산을 위한 환경친화적인 토지이용형의 낙농업을 영위하기 위한 낙농가들의 사전적인 대비가 필요하다. 조사료까지도 수입에 의존하고 가축의 분뇨마저 활용할 수 없는 도시근교의 운동장 낙농은 이제 더 이상 보호의 대상이 될 수 없음을 간파해서는 안된다.

이 같은 과제를 추진하기 위해서는 낙농가와 생산자 단체는 물론 유업체, 정부와 낙농진흥회 등 어느 한 낙농산업관련자의 협조와 의지가 필요하다. 이해당사자 모두가 함께 풀어나간다는 이해와 노력이 필요함을 강조하지 않을 수 없다. 낙농산업관련자들 모두가 나 혼자만을 위한 눈앞의 이익에만 집착하지 말고 우리 모두가 함께 살아가야 한다는 자세의 전환이 필요하다. ㉞