

육우자조금 도입은 육우산업을 지키는 유일한 수단이다!



곽근원
협회 육우분과위원회 안성시지부장

며칠 전 뉴스 매체에서는 국산쇠고기의 시장점유율이 50% 선을 회복했다고 발표했다.

지난 2000년 최고의 점유율인 52.7%에서 2001년 쇠고기 수입 자유화 이후 2003년 36.3%를 최저점으로 2005년 48.1%까지 회복하다 2007년에 다시 46.3%로 하락했고 이후 품질 고급화, 원산지표시제 강화, 사육단계 이력제 실시 등의 유통 차별화로 2009년 6월에 49.9%를 기록했다는 것이다.

그 간에 북미에서의 광우병 발생, 그로 인한 국내에서의 촛불 집회, 달리화의 강세 등 여러 원인이 작용을 했을 것이다.

결코 작지 않은 물량

2008년에 도축된 소 737,671두 중 육우는 116,046두로써 약 16%에 달한다. (한우 558,003두 - 75%, 육우 116,046두 - 16%, 젖소 63,622두 - 9%) 이와 같이 총 국내산 쇠고기 공급의 16%정도를 차지한다는 것은 결코 작은 물량이 아닌 것이다.

그럼에도 오랫동안 육우는 독자적인 축종의 인정을 받지 못했으며 정책 배려에서도 제외되어 왔다.

2006년 12월 28일이 되어서야 축산자조금법이 개정되어 쇠고기로 불



리던 축종이 한우와 육우가 분리 되는 결실을 맺고 합법적인 육우자조금의 근거를 마련하기에 이르렀다.

자조금의 성과

「축산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」에서는 “축산물”이라 함은 소, 돼지, 닭 등에서 생산된 식육, 젖, 알 그 밖에 농

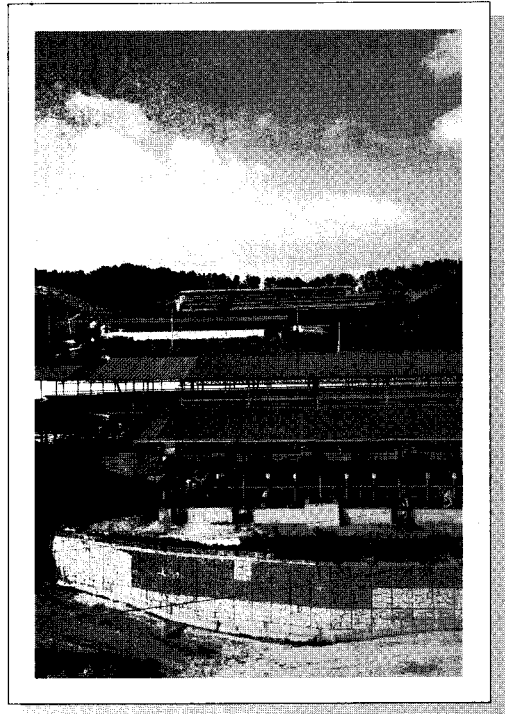
림수산식품부령이 정하는 가축의 생산물을 말한다.”고 되어 있으며, 이를 근거로 자조금을 시행 중이거나 추진 중인 축종별 진행 사항은 아래와 같다.

- ▷ 시행 중인 축종별 의무자조금 : 양돈(2004년), 한우(2005년), 낙농(2006년)
 - ▷ 최근 확정된 의무자조금 : 산란계(2009년 4월), 육계(2009년 6월)
 - ▷ 시행 중인 임의자조금 : 오리, 양봉, 양록
- 이러한 의무자조금을 시행한 결과 그 효과를 아래와 같이 발표하고 있다.
- ▷ 양돈 자조금 사업 : 다각적이고 지속적인 홍보활동으로 비선호부위(저지방부위)의 소비 증가에 크게 기여
 농가거출금 1원당 농가의 추가 순수익은 20원
 (TV, 라디오 광고지출액 - 7.28원,
 PR 및 TV 캠페인 - 4.06원, 요리강좌, 시식회 등 소비촉진행사 - 8.66원)
 - ▷ 한우 자조금 사업 : 1만원 투자 대비 53,700원의 추가소득 발생
 - ▷ 낙농 자조금 사업 : 자조금 1원 당 17.2원의 성과 달성
 사업별 성과 - 공익이벤트 41.3%,
 TV/CATV 39.3%,
 우유홍보기사 12.6%,
 온라인이벤트 4.2%,
 PPL 2.6% 의 순으로 평가했다.

상대적인 육우의 취약성

육우는 생리적 특성상 고기소를 목적으로 꾸준히 개량되어 온 한우와 달리 암소의 산유량 증대를 목적으로 개량 되었으므로 육질 면에서 한우를 따를 수 없기 때문에 조속히 살을 찌우는 단기비육에 많이 의존해 왔다. 이는 한우의 사양이 30% 정도의 조사료 의존에 비해 90% 이상을 농후사료에 의존하여 상대적으로 생산비가 수입사료 가격 상승에 크게 연동되는 취약성이 있다.

쇠고기의 수입량이 증가하면서 육우의 도매시장 경락가격은 하락하기 시작하여 2007년 7월 이후 젓소 수송아지 가격이 계속 하락하였고 2009년 들어서는 10만원 이하로 폭락하였다. 이는 광우병으로 수입이 중단되었던 미국산 수입쇠고기가 2006년 10월 재개되기 시작하면서 육우소비의 감소와 더불어 자우 입식을 꺼린 결과이다. 도매시장 경락가격에서 1등급 이상의 고급육은 수입재개에 큰 영향을 받지 않았지만 2등급 이하의 가격은 큰 영향을 받으며 등급간 가격 차이는 더욱 벌어져 수입쇠고기와 대체적 위치에 있는 육우는 고급육인 한우보다 상대적으로 심한 타격을 받고 있다.

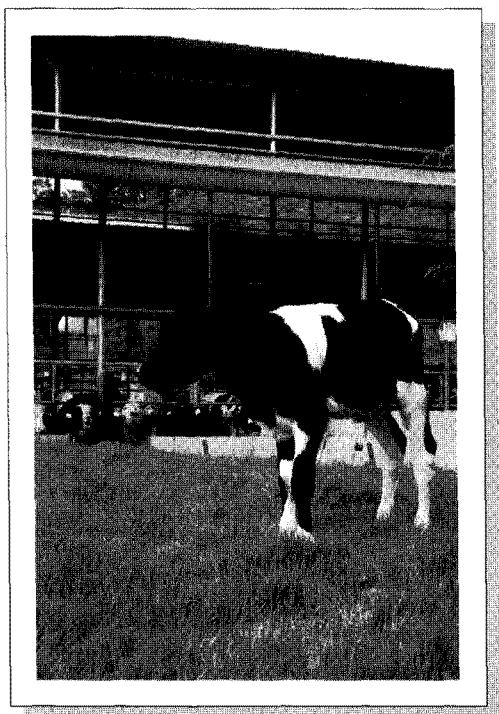


육우가 경쟁력을 확보하려면.....

여러 매체를 통해 실시된 소비자의 설문에서는 다양한 육우의 가능성을 발견할 수 있는데 많은 종류의 설문 중 "한우보다 30~40% 저렴하고 품질이 좋으며, 이력추적이 가능해 안전성이 확보되고 도축 즉시 냉장 유통되는 국내산 쇠고기의 구매의사를 묻는 항목에는 93%가 구매의사를 밝혔다.

육우는 한우보다 30~40% 저렴하고, 수입쇠고기보다 30~40% 비싼 선에서 가격이 형성되고 있다.

수입쇠고기는 육우보다 저렴하지만 대부분 냉동육으로 도입되어 해동



되는 과정에서 발생하는 육즙의 손실로 질기고, 냉장육으로 수입된다 하더라도 도축 후 수출국에서의 검역, 운송, 유통까지의 시일이 최소 한달 이상 소요되기 때문에 도축 즉시 냉장 유통되는 육우의 신선도를 따를 수는 절대 없다.

일반적인 소비자의 선택에서 값 비싼 한우에 부담을 느끼는 경우에 신선하고 맛도 좋고 안전성까지 확보되었으며 거기에 가격까지 저렴하다면 분명히 육우고기는 경쟁력이 있는 것이다.

아울러, 소비자가 육우에 대해 인지도가 많이 확보되었다 하더라도 육우고기를 쉽게 구매할 수 있어야 한다는 점은 아주 중요하다. 즉, 소비자들이 접근하기 쉬운 유통망의 확보가 절실하다는 것이다.

또한 수백개의 브랜드가 있는 한우에 비해 육우 브랜드는 2~3개의 브랜드에

국한된 형편이다. 소비자가 육우를 찾더라도 그냥 육우고기가 아닌 “OOO육우고기 주세요” 할 수 있다면 더욱 좋을 것이다. 아니 매장에 육우 브랜드 전문매장이 있어 믿고 구입할 수 있다면 더더욱 좋을 것이다.

자조금의 필요성

육우의 소비 저하는 소비자들의 인식이 부족한 데 가장 큰 이유가 있다.

한우는 그동안 자조금사업을 통해 지속적으로 한우에 대하여 홍보사업을 시행하여 안전성을 바탕으로 인지도와 신뢰도가 높아졌다고 볼 수 있다.

반면, 육우는 소비자들에게 정보가 부족하고 홍보 부재로 인한 편견과 오해로 시장에서 가치를 인정받지 못하고 있는 상황이다. 늘상 매스컴에서 듣게 되는 젓소고기로의 오해, 한우로의 둔갑 등은 소비자에게 육우에 대한 부정적인 느낌만을 부각시켜온 것이 사실이다.

육우는 늙거나 병든 젓소고기가 아닌, 고기 생산을 목적으로 송아지에

서부터 건강하게 사육된 고기임을 다양한 매체를 통해 소비자에게 지속적으로 홍보해야 한다.

이를 위해서는 기 시행되고 있는 타 축종 자조금과 같이 육우인 스스로의 자조금 실행이 필수적인 것이다. 그리고 이의 추진은 많이 늦은 면이 있다.

개인이나 단체 모두는 현실에 안주하려는 성격이 누구에게나 있는 것이다. 하지만 앞을 예측하고 예상되는 어려움에 대비하여 제도를 마련하고 준비하는 것은 지혜로운 개인이나 단체의 바람직한 조치인 것이다.

「축산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률」 제13조 자조금의 용도에는

1. 축산물 소비홍보
2. 축산업자 및 소비자에 대한 교육 및 정보제공
3. 축산물의 자율적 수급 안정을 위하여 필요한 사항
4. 축산물의 소비촉진 등을 위한 조사·연구사업
5. 그 밖에 자조금의 설치목적을 달성하기 위하여 관리위원회가 필요하다고 인정하는 사업 등으로 기록되어 있다.

육우자조금 실행을 위한 노력들은.....

기 실행되고 있는 타축종의 자조금에 비해 가시적인 성적을 나타내고 있지는 못하지만 육우 분야에서도 이의 실현을 위해 2004년부터 낙농육우협회 육우분과위원회를 주축으로 계속되는 노력이 있어 지난 2007년 10월 24일에 육우자조금추진위원회가 구성되기에 이르렀다. 금년(2009년) 하반기부터는 경기 안성과 충북 청원지역에서 임의자조금을 일괄 거출하여 자조금관리위원회에 납부기로 합의했다.

의무자조금 실행의 어려움은.....

육우에 있어 법에 규정된 의무자조금의 실행은 많은 어려움을 지니고 있다.

80인의 대의원 선출에 따른 선출구별 대의원수 배분기준을 보면 지금의 육우농가의 조직 구성으로는 너무 큰 어려움이 있다. 그렇다고 자조금 사업의 실행을 외면하면 할 수록 우리의 권익을 지키고 육우산업 발전을 가능케 하는 것은 어렵게 될 것이 분명하다.

생각이 앞선 지도자들의 노력으로 육우라는 산업도 법에서 보장 받았고, 이를 바탕으로 정부로부터 육우의 홍보비도 지원받는 이 때에 우리 육우인



들은 늦었지만 개인적인 이익 보다는 단체의 공익을 실현키 위해 약간의 희생을 감수하고 자조금 사업에 적극 협조하여야만 한다.

이제껏 얼굴도 없이, 애매한 위치에 있던 유우가 TV에도 나오고 당당히 품질 좋고 경쟁력 있는 쇠고기 시장의 한 분야를 차지하고자 하는 지금, 우

리 유우농가가 구경꾼이 아닌 주역으로서 역할을 하려면 지역적으로 조직을 결성하여 힘을 모아야 하고 단결된 힘을 바탕으로 의무자조금을 실현해야 할 것이다.

어려워도 노력하도록 하자.

유우는 근본이 낙농산업에서 발생하는 필수적 부가 산업이다. 낙농이 지속되는 한 수송아지의 자원은 계속 확보되기 때문에 이땅에서 지속될 수 밖에 없기도 하다.

사육 형태는 소규모 비육농가, 대규모 전업비육목장, 그리고 낙농목장에서 겸해지는 비육의 형태가 있을 수 있다.

어떤 형태로 유우를 사육하던 모두가 유우의 입지를 격상시키고 안정된 한 분야로 발전시키려면 한마음으로 협력하는 자세가 필요한 시기이다.

정확한 사육현황의 파악은 가능한 자조금의 규모를 알 수 있게 해 보다 구체적인 사업계획이 가능하다.

주변에서 추진되는 자조금사업에 관한 토론에는 긍정적인 협조가 있어야 하고, 결성된 사항에는 적극적인 참여가 요구되는 것이다. 그것이 이 나라의 쇠고기 시장에서 유우가 안정된 한 자리를 마련할 수 있게 하는 큰 역할인 것이다.

아울러 수입쇠고기와 경쟁할 수 있는 유일한 상대가 유우인 것을 다시 상기해야 한다. ㉞