

[특산·구제역 종식 여부를 준비하라]

한·옥우산업의 영향과 향후 대응방안



장기선
전국한우협회 사무국장

이번 구제역 사태는 한우산업이 안고 있던 모든 우려를 현실화시켰다. 100일여의 구제역 전쟁을 치루면서 소비심리가 크게 위축되었다. 이로 인한 설 특수가 실종됐으며, 그 여파는 가격 폭락이라는 결과물을 낳았다.

예방접종이라는 특단의 조치를 통해 구제역은 3월 이후 소강상태에 접어들었지만, 소비심리 위축과 가격 하락으로 인해 한우산업의 생존을 위한 또 다른 전쟁이 발생된 것이다.

한우산업은 2009년 하반기 이후 여러 악재와 불안 속에서도 일정 수준의 가격에서 큰 변화 없이 안정세를 이어 왔었다.

2010년 초 발생한 구제역은 포천을 시작으로 강화, 김포, 충주, 청양 등으로 확산되면서 한우산업의 위기에 초래했지만 농가와 정부 및 관계기관들의 적극적인 노력으로 조속히 진정되었다.

또한 천안함, 연평도 사태와 정육점형 식당의 과세로 인한 판매 부진 등의 악재와 한우 사육두수 증가에 따른 한우 가격 하락의 우려 속에서도 소비활성화 사업 등을 통해

한우산업은 가격 안정화에 연착륙할 수 있다는 자신감도 보여 왔다.

그러나 이 같은 기대는 지난해 11월29일 시작된 구제역 재앙으로 인해 한우산업의 불안정이 폭발하는 상황으로 전개됐다.

구제역 예방접종에 대한 우려가 소비자의 구매 심리를 위축시키고, 여기에 경기침체가 맞물리면서 한우 소비가 급감했다. 또한 구제역으로 인해 한우의 청정 이미지가 훼손되고, 매몰지 문제 등 축산환경 및 동물복지에 대해 소비자의 관심이 집중되면서 한우 소비가 이뤄지지 않고 있다.

그 결과 2월말 한우 도매시장 지육 경락가격은 kg당 12,000원대로 하락함으로써, 2년여 한우를 키워 출하해도 돈 한푼 남지 않는 경영비 수준의 매출을 기록하고 있다.

여기에 더해 사료가격은 국제 곡물가 폭등으로 인해 6%이상 인상되어 한우 사육의 경제성이 최악으로 나빠져 가고 있다.

한우산업은 구제역 사태를 겪으면서 소비침체와 산지가격 하락, 사료가격 상승 등 3중고에 빠진 것이다.



구제역 이후 한우산업은 어떻게 하면 소비를 회복시킬 것인가, 한우가격을 어느 선에서 안정화시킬 것인가, 사료가격 인상에 대응해 어떻게 하면 경영비를 줄일 것인가가 현안 과제로 대두된 것이다.

1. 구제역으로 인한 한우산업 피해 분석

소의 경우 2월21일 기준 전남도, 전북도와

제주도를 제외한 10개시도 71개 시군에서 발생되었다.

지역적으로 매몰 두수는 경기도와 경북도가 6만7천8백33두와 5만2천3백92두로 전체의 80%를 차지하였다. 경기도가 젓소 최대 피해지로 젓소 매몰비율이 높은 점을 감안하면, 한우의 최대 피해지는 경북도인 것으로 추정된다.

◇ 소 매몰 현황(2월21일 기준)

구분	경기도	강원도	충북	충남	경북	경남	인천	대구	계
시군	19	13	7	9	15	2	3	1	71
농장	1,206	465	167	51	1,797	3	50	1	3,740
두수	67,833	19,363	6,582	2,289	52,392	7	2,202	110	150,802

◇ 소 수매실적(2월24일 기준)

구분	경북	충북	충남	인천	경기	강원	합계
두수	1,174	3,036	345	481	4,755	3,602	9,791

품종별로는 한우가 11만9백90두였으며, 젓소가 3만6천3백51두, 육우가 3천4백61두를 차지했다. 2월21일 기준 돼지 매몰 두수는 3백23만4천4백55두를 기록했으며, 사슴이 3천71두, 염소가 6천6백87두였다.

이동제한 지역 한우 수매는 한우농가의 확대 요구에도 불구하고, 지자체의 도축장·가공장 미확보 등을 이유로 9천7백91두(2월24일 기준)만 이뤄졌다.

한우의 직접적 피해인 매몰(살처분) 보상금은 5천억원 정도 지급될 것으로 예상되며 경영안정자금, 가축입식자금, 생계안정자

금, 수매자금 등으로도 정부 예산이 4천억원 정도 추가 소요될 것으로 전망된다.

한우에 있어 간접적 피해는 추산할 수 없을 정도로 막대한 것으로 예상된다. 사료, 기자재, 인공수정, 동물약품 등 관련 산업의 피해는 차치하더라도, 번식농가는 구제역 기간 동안 가축시장 폐쇄로 송아지 판매를 하지 못했으며 인공수정도 이뤄지지 않아 공태 기간이 길어지는 직접적 손해를 입었다.

비육농가는 이동제한으로 인해 설 대목 판매를 하지 못함으로써 설 이후 혈값에 판매해야 하는 상황을 맞기도 했으며, 소비 위

축으로 인한 가격 하락으로 인해 경영을 걱정해야 하는 처지에 놓여 있다.

2. 한우산업의 최근 현황

일반 소비자들은 구제역 사태로 인해 한우가 엄청난 피해를 본 것으로 오해하고 있으나, 한우 사육두수는 구제역 사태에도 불구하고 지속적으로 증가하고 있다.

2010년 12월 한육우 사육두수는 2백92만 마리로 전년 동기대비 28만7천 마리(10.9%) 증가하였다. 그중 한우 두수는 2백76만2천 마리로 11.5%나 증가하였다.

한우 사육두수 증가는 가임 암소 두수가 많기 때문이다. 2010년 12월말 가임 암소두수는 1백20만3천 마리로 전년 동기에 비해 11만8천 마리(10.9%)나 증가하였다. 이 같은 가임암소 두수는 연간 송아지 생산 두수가

85만두에 이르는 규모이다.

그러나 2010년 도축두수는 60만2천16두에 불과해, 생산규모가 도축규모를 훨씬 초과함으로써 사육 두수의 증가세가 지속되고 있는 것이다.

이 같은 한우산업의 구조적 문제점들이 구제역 사태로 인한 소비 위축과 맞물리면서 한우 가격 폭락이라는 상황을 초래한 것이다.

한우 가격은 2009년 평균 지육 kg당 1만6천4백18원(서울축산물공판장 기준)을 유지했으며, 2010년 들어서도 소폭 하락하기는 하였으나 상반기까지는 안정적인 모습을 보였다. 2010년 하반기 들어 1만5천원대로 떨어지면서 위기 상황이 감지되었고, 구제역이 확산되면서 2010년12월 1만5천26원을 기록했다.

◇ 한육우 성별·연령별 사육마리수와 사육호수

(단위 : 천마리, 천호)

구 분		'08.12	'09.12	'10.3	6	9	12	'11.3	6	
사 육 호 수		181	175	176	175	175	172			
총 마 리 수		2,430	2,635	2,706	2,889	2,949	2,922	2,868	3,013	
품 종 별	한우	2,269	2,477	2,553	2,734	2,788	2,762			
	육우	161	158	153	154	161	160			
성 별 연 령 별 마 리 수	1세미만	암	350	376	370	404	417	411		
		수	447	467	463	494	514	499		
	1-2세	암	282	320	338	343	347	349		
		수	346	382	396	412	418	414		
	2세이상	암	882	925	967	1,024	1,034	1,029		
		수	123	165	173	211	220	220		

※자료: 통계청, 가축동향(2011년 3월과 6월은 농업관측센터 전망치)



◇ 한우 도축두수

단위: 두, %

구 분	판정두수		육 질					
	전 체	한 우	1 ⁺⁺	1 ⁺	1	소계	2	3
2004	576,785	324,306	1.3	16.3	18.3	35.9	27.4	35.8
2005	611,642	390,593	9.8	15.2	22.9	47.9	24.1	27.3
2006	630,380	425,515	8.0	15.2	21.3	44.5	23.5	31.4
2007	681,695	492,115	7.5	18.4	25.0	51.0	24.5	23.5
2008	767,671	588,003	7.5	19.5	27.0	54.0	25.2	19.9
2009	813,854	643,930	8.6	20.5	27.6	56.7	24.7	17.9
2010	750,673	602,016	9.7	22.7	30.7	63.1	25.2	11.0

◇ 한우 도체 연도별 등급별 kg당 경락가격 현황

구분	2006	2007	2008	2009	'09.12	'10.1	6	11	12
1 ⁺⁺	18,545	17,980	17,090	19,425	20,456	20,421	20,254	20,715	19,746
1 ⁺	16,587	15,938	15,618	17,863	18,765	18,954	18,028	17,304	17,029
1	15,347	14,590	14,252	16,636	17,716	17,730	16,100	14,746	15,122
2	13,672	13,375	12,311	14,453	16,268	16,343	13,173	11,735	12,209
3	10,503	11,384	9,388	11,219	13,936	13,584	10,087	9,469	9,630
등외	5,805	6,752	5,491	5,731	8,807	10,075	5,817	4,921	6,111
평균	14,729	14,688	13,999	16,418	17,947	17,859	16,042	14,507	15,026

※ 자료 : 축산물품질평가원(농협서울축산물공판장, 육량 B등급 기준)

2011년 1월에는 이동제한 시군 지역이 크게 늘어나면서 출하 물량이 줄어들고 설 대목으로 인해 수요가 발생함으로써 수급 균형이 이뤄지기도 했다.

그러나 설 이후 이동제한 시군지역이 일시에 해제되고, 설 이후 비수기와 겹쳐 소비

가 급락함으로써 수급상황이 심각한 불균형 상태를 나타냈다.

그 결과는 2월23, 24일 지육 kg당 가격이 1만2천원대까지 급락해, 구제역 이후 급등세를 나타낸 돼지고기 가격과 상반되는 양상이 지속되고 있다.

◇ 최근 출하량(두) 및 경락가격(원/kg)

축 종	'11.1월		2.23(수)		2.24(목)		전일대비(%)	
	도축두수	가격	도축두수	가격	도축두수	가격	도축두수	가격
한 우	73,121	15,285	2,084	12,652	1,772	12,785	△11.7	△3.6
돼 지	977,256	6,342	43,240	6,093	48,065	6,381	2.6	3.8

한우산업을 더 어렵게 하는 것은 이 같은 한우고기 가격 폭락 현상이 지속될 수 있다는 전망 때문이다.

농촌경제연구원 조사 결과에 따르면 구제역이 확산되었던 지난 12월 말 가정내 쇠고기 소비량은 전년보다 8.5% 감소했으며, 구제역이 확산될수록 쇠고기 수요 감소 응답 비율과 감소 폭 모두 증가한 것으로 나타났다.

특히 설 전후에 조사한 2011년 국내산 쇠고기 소비의향 조사에서는 소비자들이 평균 13.3%나 소비를 줄이겠다고 응답하였다. 이는 구제역이 장기화되면서 안전성에 대한 소비자의 불신이 수요 감소 폭을 더욱 확대한 것으로 해석된다.

결국 한우가격의 하락은 단기간에 해결될 수 없는 문제이며, 하반기 소비 회복이 이뤄져야 가능한 것으로 전망된다.

3. 한우산업의 현안 과제와 나아갈 길

이번 구제역 사태는 직접적 피해자가 매물농가 뿐 만 아니라 이동제한 시군지역 농가로 확대되는 결과를 보여주었다.

더 나아가 구제역 상황의 장기화는 전 한우농가의 피해로 나타났다. 도축장에 대한 도간 이동 뿐 만 아니라 시군 이동도 어려워

져 발생지역과 비발생지역의 갈등도 나타났으며, 가축시장의 폐쇄와 인공수정 지연 등으로 인해 한우산업 자체가 마비되는 상황을 연출하기도 했다.

구제역으로 인한 행사 모임 취소 분위기에다 예방접종으로 인해 소비자의 막연한 불안감이 더욱 커져 소비가 격감하는 사태를 초래했고, 쇠고기 수입 증대와 수입 쇠고기 점유율 확대 등으로 인해 그 여파가 한우농가의 경제적 불이익으로 이어졌다.

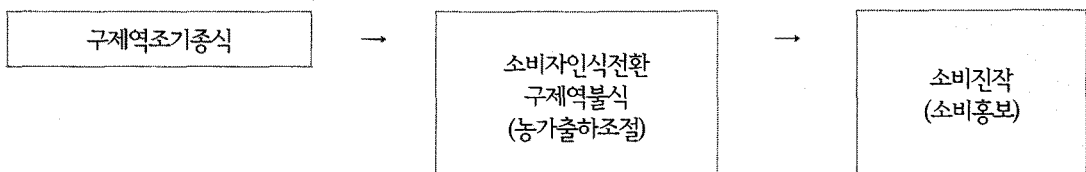
또한 막대한 정부 예산의 확보를 둘러싸고, 보상금과 각종 지원 비용의 지급이 지연됨으로써 정부에 대한 불신도 발생되었다.

한우산업은 이제 안정화를 위한 대책이 시급히 요청되고 있다. 소비자의 인식전환을 통해 소비를 진작시키는 소비홍보활동에 주력해야 하며 수급 불균형을 해소하기위한 출하조절 및 가임암소 축소 노력 등도 병행돼야 한다.

생산 부문에서는 구제역 피해 당사자에 대한 적절한 보상과 재건 지원이 이뤄져야 하며, 사료 가격 안정화 지원도 요구된다.

유통 소비부문에서는 소비자 신뢰 제고를 위해 민족산업으로서 한우산업을 정립시키고, 군납 확대 등을 통해 소비 확대가 이뤄지도록 해야 한다. 또한 한우자조금을 활용한

◇ 한우산업 안정화 방안





소비홍보활동 강화를 통해 소비자의 구매 욕구를 강화시켜나가야 할 것이다.

◇ 한우산업 안정화 단기대책

(생산 단계)

- 홍수출하 방지
 - 쇠고기이력제시스템을 통한 조절
- 자율 도태 추진
- 신규 진입 장벽 검토(허가제)
- 매몰 및 이동제한 농가 경영 지원
- 사료가격 상승 압박 해소·특별사료 자금의 상환 연장 등
- 소비 선도 캠페인
 - 한우농가 1인 1Kg 더 먹기 운동

(유통 · 소비 단계)

- 한우업체 공동 소비자 신뢰 제고
 - 민족한우로 소비자 접근
 - 구제역이미지 조기 차단
- 군납·학교 급식 확대
- 소비 홍보사업 강화(광고, 미디어 홍보 등)
- 봄철 소비촉진활동 강화
 - 가을철 실시 계획 조기 시행

구제역 종식 및 한우산업 안정화를 위한 장기 과제도 발굴 추진해야 한다.

생산부문에서 축산업 허가제에 대한 진지한 검토를 통해 한우 농가당 적정 규모의 문제를 해결하는 한편, 사육두수 상한제 등 적정 사육두수 설정 및 유지 방안에 대해서도 논의해 나가야 한다.

구제역 피해 농가에 대한 지원체계도 강화되어야 한다. 보상비 삭감이라는 일시적 방편을 지양하고 피해 당사자 모두에게 형평성이 있는 지원책이 마련되어야 한다. 농가간 갈등 요인이 된 이동제한으로 인한 도축장 문제 등도 해결되어야 하는 과제이다.

소비자 신뢰 제고를 위한 친환경적 축산과 경영비 절감을 위한 사료가격 안정화 대책 방안도 빠른 시일내 마련해야 한다.

유통부문에서는 도축장 정비와 물류시스템 확대를 추진해야 하며, 소비부문 홍보 활동의 체계화도 시급한 과제이다.

물론 구제역 재발 방지 및 피해 최소화를 위한 방역체계의 중앙통제 강화 및 국경방역, 농가방역의 체계화도 추진해야 한다. 방역 인원 확충도 시급히 이뤄져야 할 사안이다.

더 나아가 FTA에 대한 대응 방안 수립도 한우산업의 최대 과제이다. FTA 비준 전에 피해 당사자인 한우농가의 의견을 최대한 수렴해 FTA의 피해를 최소화 할 수 있는 항구적 한우산업 안정화 대책이 마련되어야 할 것이다. ☞