



## “육우고기, 일단 소비자가 판단할 수 있도록 기회 줘야...”

국민소득의 증가로 식생활이 변화함에 따라 축산물 소비경향이 양에서 질 위주로 전환되어 고급육의 선호도가 높아졌다. 또한, 외국산 축산물의 수입개방에 대응하기 위해 축산물품질평가원에서는 ‘축산물등급제도’를 도입, 쇠고기의 등급을 매기기 시작했다. 하지만 한우를 기준으로 등급이 책정되다 보니 육우는 비육을 잘 시켜도 2등급에 그치는 경우가 많아, 일선에서는 육우 중심의 등급제도가 실행되어야 한다는 말이 나오고 있다. 이에 우리나라에서 손꼽히는 육우 집산지인 안성시에서 지도자로 활동 중인 하충호 안성시 육우지부장에게 육우 시장 활성화 방안을 들어봤다.

## 안성시 육우 농가들이 모여 육우고기 전문 판매점 설립

“안성에 우리나라 최초 낙농목장인 한독목장이 들어오면서 농가들에게 젖소를 분양하기 시작했어요. 그때 많은 농가들이 낙농업에 뛰어들었습니다. 암소와 수소를 구분해서 키우려다 보니 자연스럽게 육우농가들이 생겨나기 시작했고 지금에 이르게 된 것이죠.”

하충호 안성시육우지부장도 1980년대에 낙농가로 시작, 1992년 육우사육으로 업종을 변경했다. 하충호 지부장은 “13년 정도 착유를 했는데 당시에는 헬퍼 제도도 없다 보니까 목장에 매여서 아무 데도 가지 못하는 것이 힘들었다”며, “밥 먹고 살려면 낙농, 목돈을 벌려면 비육을 하라는 말들이 있어서 육우비육을 시작했다”고 말했다.

통계청의 자료에 따르면 2010년도 안성에는 약 농가 420호가 육우 3만 7,000여 두를 사

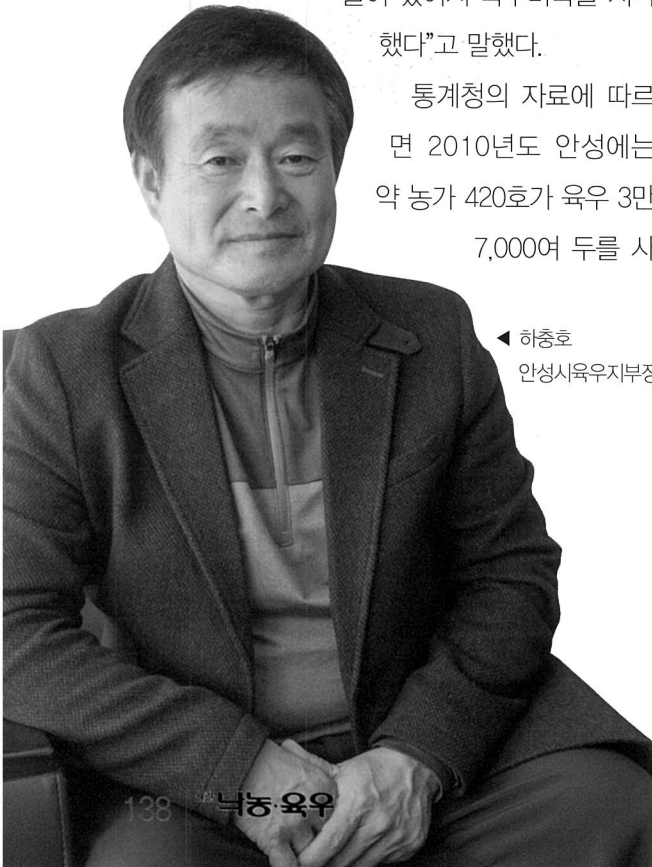


▲ 안성시 육우농가들이 직접 운영 중인 육우고기 전문점

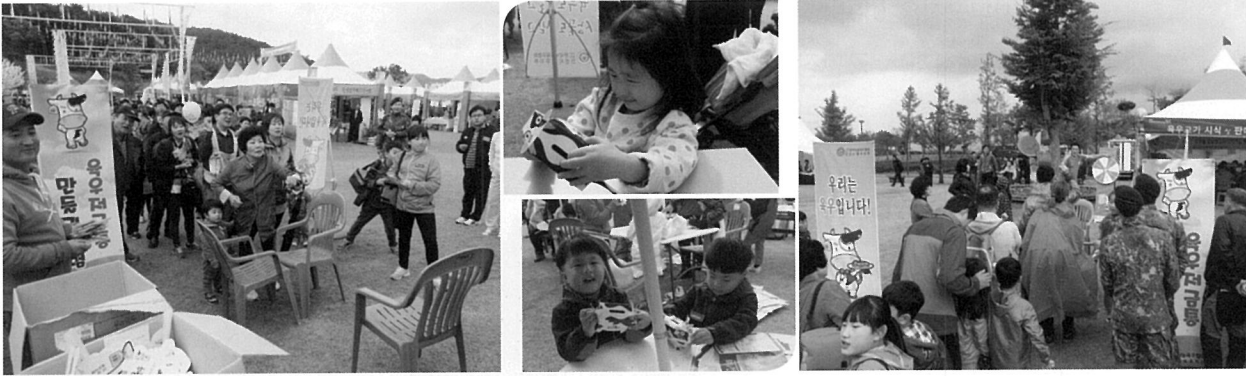
육하고 있었다. 현재 농가 수는 많이 줄어 약 240호가 3만 2,000여 두를 사육하고 있지만, 여전히 안성은 전국에서 육우농가가 가장 많은 지역이다. 그럼에도 불구하고 실상 안성에서 육우고기를 전문적으로 판매하는 곳은 단 하나뿐이다. 바로 몇몇 육우농가들이 육우마을 사업단을 만들어서 운영하는 ‘보리네 생 고깃간’이다.

하충호 지부장은 “판매처가 많지 않은 대신 지부회원들 자체적으로 육우 시장 활성화를 위해서 공동구매를 진행하고 있다”며 “지난해 회원들의 신청을 받아서 육우고기를 원가에 제공하는 등 총 8차례에 걸친 공동구매가 이뤄졌다”고 말했다. 회원들이 공동구매하는 가격은 600g 등심 한 팩에 21,000원 선. 특히 안성시육우지부 회원농가에게는 개수 제한이 없이 필요한 만큼 구매할 수 있게 하고 있다.

안성시육우지부의 육우 소비 활성화 노력은 축제장에서도 이어진다. 바로 안성지역의 명물축제 ‘안성맞춤남사당 바우덕이축제’다. 특히 지난해 열린 축제장에서는 5일간 600g씩 포장한 육우등심



◀ 하충호  
안성시육우지부장



▲ 2015년 안성맞춤남사당 바우덕이축제장에서 펼쳐진 육우고기 홍보행사

을 1,440팩(844kg) 판매하는 쾌거를 올리기도 했다. 하충호 지부장은 “육우를 알리기 위한 가장 큰 방법은 시식행사를 하는 것”이라며, “축제기간 동안 시식이 진행되면 주변 요식업체가 민원을 넣을 정도로 성황을 이룬다”고 전했다.

이어 하 지부장은 “시식행사를 하면 좋긴 해도, 인건비와 시식용 등심의 가격을 따져보면 남는 것이 없다”며 “지금은 안성시의 지원을 받아 적자를 간신히 면하고 있지만, 여러 방면에서 더 많은 도움이 필요하다”고 말했다.

## 공산품화 되어버린 육우시장, 제도 개선 시급

과거만 해도 소를 실은 차가 길에 줄지어 도축을 기다리는 모습은 명절 성수기 축산물공판장 앞 마당의 익숙한 풍경이었다. 특히 명절을 앞두고 전국에서 가장 높은 가격을 형성하는 농협음성축산물공판장과 부천축산물공판장으로 출하하기 위한 수송 차량 확보를 놓고 농가 간 경쟁이 매우 치열했다. 또한, 공판장 도착순으로 진행되다 보니

2~3일간 그 앞에서 대기하는 일 또한 허다했다. 하지만 2011년 ‘소 출하예약제’가 전격 도입, 실행되면서 이런 풍경은 역사 속으로 사라졌다. 유종현 사무국장은 예약제 도입 전만 해도 출하대기 등의 수고로움은 있었지만, 가격 만큼은 훨씬 높았다고 회상했다.

“소 출하예약제가 시행되기 전에는 소 가격이 떨어졌다고 하면 아무도 공판장에 가지 않았죠. 그러면 자연스럽게 물량이 딸리니 다음날이 되면 저절로 가격이 회복되곤 했습니다. 하지만 소 출하예약제가 실행되면서 공산품처럼 연중 비슷한 가격이 유지되고 있습니다. 이는 곧 가격등락에 따라 육우농가 전체가 한꺼번에 어려움을 겪게 될 수 있다는 걸 의미합니다.”

▶ 유종현 사무국장



유종현 사무국장은 이어 “소출하에약제의 취지는 공판장 앞에서 몇 날 며칠을 기다리는 농가들의 수고를 덜어주는 명목으로 시작됐지만, 농가 입장에서는 조금 기다리더라도 좋은 값에 파는 게 좋는데 공무원들이 이 점을 잘 몰랐던 것 같다”며 제도개선이 시급하다고 강조했다.



▲ 하충호 지부장과 유종현 사무국장이 대화를 나누고 있다.

“현재 등급제는 한우와 육우 동일한 기준으로 등급판정이 이루어지고 있습니다. 농가마다 차이는 있으나 육우는 20개월 전후에, 한우는 30~36개월에 출하를 하는데 지방침착(육질개선)에 중점을 두고 개량한 한우와 비교해 육우는 어미소의 산유량 증가에 맞춰 개량을 해왔기에 한우보다는 등급 출현율이 많이 떨어집니다. 그러나 소비자들의 입맛이 다양해지고 있고 마블링에 대한 인식 변화에 힘입어 저지방 영양식 육우가 사랑받는 날이 오기를 기대해 봅니다.”

### 인식개선, 그리고 직접 맛을 보고 판단할 수 있도록 해야

하충호 지부장은 “전국에 있는 농협 하나로마트 중에 육우고기를 취급하는 곳은 양재, 수원, 용인 식자재 매장, 대구 달성 유통센터 4개점에 불과하지만, 이중에서 육우매출이 한우매출을 넘어선 곳도 있다. 맛을 본 소비자들은 육우의 매력에 빠질 수밖에 없다”고 말했다.

“판매처를 제한하는 것은 소비자들이 직접 육우고기를 맛보고 선택할 기회 자체를 박탈하는 것이라고 생각합니다. 육우고기가 하나의 독립된 쇠고기 시장이 되려면 판매처가 더 많이 확대되어야만 합니다.”

유종현 사무국장은 “소비자들은 아직도 암놈, 수놈의 구분 없이 ‘얼룩소는 젓소’라고 인식을 하는 경우가 많다”며, “젓소와 육우의 차이를 제대로 알 수 있도록 더 많은 홍보가 필요하다”고 덧붙였다.

하충호 지부장은 “현재 안성시 관내에는 240여 농가가 있지만 축종전환, 신규창업농가 등 육우지부의 존재를 모르는 농가들에게 지부홍보를 할 예정”이라고 말했다. 이어 그는 “회원이 많아진다면 그만큼 육우활성화를 위한 목소리가 커지는 것”이라며 “육우 판매처 확대와 인식개선을 위해 최선을 다하겠다”고 포부를 밝혔다. ㉮