

한우와 「특산」

한우개발부
파장이중원

1. 특산물이 무엇인가?

우리나라에서는 옛날부터 어느 특정한 지역에서 나오는 이름있는 것들이 많다. 이들을 「특산물」 또는 「명산품」이라고 부르는데 귀한 약재나 과일, 어류 등 여러종류에서 나타나고 있다.

예를 들어보면 「금산인삼」 「대구능금」 「한산모시」 「상주곶감」 「지리산 토종꿀」 「울릉도 오징어」 「여주쌀」 「목포세발나지」 등 수없이 많이 있다.

지금은 우체국이나 농협등을 통하여 손쉽게 구할 수 있기도 한데 모두들 귀한 먹거리이다. 이름을 자세히 살펴보면 반드시 생산지가 들어 있으며 그것은 그곳에서 생산되는 것들이 다른 어느곳에서 생산되는 것보다도 맛이 있거나 약용으로 따지면 약효가 뛰어나다는 것이다.

이는 지역적으로 기후나 풍토가 그곳에 알맞거나 토양성분이 환경에 적합하도록 적응이 되어 있을 것이다. 또한 소비자는 그곳에서 생산된 것이 확실하다고 판단되면 값이 비싸도 기분 좋게 살 수가 있을 것이며, 이것은 바로 「믿음」 그자체인 것이다.

여기서 이야기 하자고 하는 것은 이런 것들이 아니라 우리나라에서만 생산되는 한우를 이야기 하고자 함이다. 한우도 따지고 보면 한국의 특산품이 되는 것이다.

'91년도에 우리나라에서 소비된 쇠고기는 약 140만두분(한우 400kg기준)으로 추정되며 이중에 순수한 한우고기는 약 34만두로 전체의 24%수준밖에 되지 않는다.

소비자는 아무래도 한우고기를 좋아하고 있

으며 따라서 정말로 맛있고 질이 좋은 한우고기를 먹게할 수 있는 방법을 빨리 찾아야 한다.

요즘과 같은 유통체제 아래에서는 애써 키운 한우고기를 제대로 소비자의 요구나 바람대로 공급을 할 수가 없다. 소비자도 정말 한우고기를 사먹기가 어렵게 되어있다.

예를들어 공판장에서 지육가격으로 한우고기는 1kg당 8,000원을 하고 젓소 노페우는 4,000원을 한다고 하자. 그러면 정육점에서 판매하는 사람은 4,000원짜리를 사다가 8,000원에 파는 것이 이득이 남는 것은 당연한 이치이다. 고기가격을 통제하면 한우고기는 팔아도 이익이 없다는 이야기와 같다.

인삼이니 곶감이니 하는 것도 전국 각지에서 생산되고 있다. 한우도 전국 방방곡곡에서 생산되고 있다.

그러면 한우고기도 제대로 소비자에게 인식시켜야 한다. 수입고기 보다는 시냇가에서 풀을 뜯고 있는 맛있는 우리 누렁이를 제대로 공급하여야 될 것이다. 생산자가 정성을 들여 키워온 쇠고기에 물도 넣지 못하게 해야 한다.

이는 소비자 뿐만 아니라 생산자도 꿀탕을 먹는다는 것을 인식해야 한다. 그래서 한우고기도 신뢰도를 높여서 믿고 사먹을 수 있는 방법을 알아보도록 하자.

2. 한우직판「안동황우촌」

한우를 키우는 양축농가에서 직판장을 개설하여 소비자로 부터 인기를 모으고 있는 곳이다.

경북 안동한우사육농가의 친목모임인「안동황우비육회」에서는 1991년 8월부터 서울 강남구 대치동에 한우 직판장을 개설하였으며 9월

에는 안동시 옥야동에도 직판장을 개설 하였다.

간판은 역시 「안동황우촌」으로 내걸었다.

이들은 지난 82년부터 한우를 10두이상 키우는 양축가 20명이 모여서 조직을 했다.

이 회원들이 직판장 개설을 생각한 것은 진짜 한우맛을 보여주자는 생각이었다. 수입쇠고기가 판을 치기 때문에 진짜로 한우맛을 보기가 힘들겠다고 생각하였으며, 자기가 생산한 한우를 직접 판매하기 때문에 안심하고 생산 할 수가 있는 것이다.

회원들에 의하면 안동한우가 옛부터 맛이 좋기로 이름이 나 있었으며 사육방법이나 송아지 구입이 약간 다르다고 설명하고 있다.

우선 비육용 송아지 구입은 안동축협 「한우개량단지」에서 혈통 등록을 마친 우량한 송아지를 구입한 뒤 오염되지 않은 지하수와 암모니아 처리한 양질의 볏짚을 먹이고 있다.

보통의 사육농가가 430kg 정도에서 출하하고 있지만 이곳에서는 550kg이상이 되어야 출하를 하고 있다. 이렇게 해야 고기사이에 가느다란 지방(근내지방)이 많아서 맛이 있고 육질이 좋은 고기를 생산할 수 있다는 것이다.

이것은 후대검정용 비육우에서 나타난 예를 보아도 잘 알수가 있다. 근내지방도가 「5」이상되는 1등급의 생체중 평균이 497kg이었고, 「근내지방도」가 1이되는 3등급의 생체중 평균은 419.3kg으로서 체중이 낮으면 육질 등급이 낮았으며 등심 단면적도 높은 체중의 것이 80.6cm², 낮은쪽은 73.8cm²으로 1등급의 것이 6.8cm² 넓었다.

지육(도체중)으로 보아도 330kg 이상의 것은 생체중이 559.9kg이며 등심의 단면적은 88.0cm²이었고 근내지방도의 평균도 3.5이었으며 220kg이하의 것은 생체중이 379.7kg이며 등심의 단면적은 68.9cm²이었고 근내지방도도 2.1로 차이를 보여주고 있다.

모든소가 다 같은 경향을 나타내고 있지는 않지만 대체로 체중이 높으면 육질등급이 좋아짐과 동시에 고급육 부위인 등심의 면적도 넓어짐을 알 수가 있는 것을 보아서도 안동황우촌의 설명을 밑바침 할만한 자료가 된다

고 볼 수가 있을 것이다.

이들은 서울을 비롯한 일부 도시지역의 갈비집, 백화점, 호텔등에서 판매 요청이 쇄도하고 있으며, 이곳에서 한우고기를 사려면 며칠씩 기다리거나 전화로 미리 예약을 해야 된다 ●고 한다.

장기적으로는 전국적인 판매망의 조직과 함께 부분육 가공공장도 세울 계획이라고 한다. 또한 일본에도 우리 한우를 수출할 계획이라고 말하였다.

발족한지 얼마 되지는 않았지만 한우고기 전문판매점 「안동황우촌」은 오직 믿음뿐이라는 것을 강조하고 싶다. 믿음과 신뢰성만 가지고 있다면 소비자는 얼마든지 있을 것이고 수입개방에 대비하는 중요한 무기가 될 것이다. 이들의 무궁한 발전을 기원한다.

표1 근내지방도와 체중

구분 근내지방	생체중 (kg)	도체중 (kg)	등심단면적 (cm ²)	비 고
① 5 (19두평균)	497	294	80.6	경락가격 8.880
② 1 (14두평균)	419.3	241.4	73.8	8.855
차이 ①-②	+77.7	+52.6	6.8	

자료 : 1991년 추계분 후대검정우 결과보고중

표2 도체중과 근내지방도

구분 도체중	생체중 (kg)	등심단면적 (cm ²)	근내지방도
① 330kg이상 (10두)	559.9	88.0	3.5
② 230kg이하 (10두)	379.7	68.9	2.1
차이 ①-②	180.2	19.1	1.4

자료 : 1991년 추계분 후대검정 결과보고서중

3. 맛좋은 강진맥우(麥牛)

이곳에서 생산되는 한우고기는 「알콜사료」를 급여하여 육질을 좋게 한 고부가가치 쇠고기이다.

이곳 축산농가들이 개발한 맥우 쇠고기는 일반 한우고기에 비하여 육질이 부드러우며 등심, 안심에 서리가 내린듯 지방이 고루 퍼져 있는 것이 특색이다. 이곳 농가들이 맥우 쇠고기를 개발한 것은 1990년 9월부터이다.

원래 한우를 사육하여 오고 있었지만 수입 개방의 타격을 피하여 더 높은 소득이 없을 까? 해서 착안한 것이 일본의 「화우(和牛)」 사육법을 참고하고 농촌지도소의 도움으로 시험사육을 시작했다.

맥우는 사육방법이 달라서 우선 우량 송아지를 「한우개량단지」에서 구입하여 1년동안 사육한 뒤 일반우와 같이 시장 출하하지 않고 4개월간 연장비육 시키는데 특수하게 개발한 「알콜사료」를 급여한다.

알콜사료는 맥주보리에 한약재와 주정을 섞어 10일정도 발효시킨 것으로 알콜농도가 3~4도인 고열량 사료인데 이를 소에게 물대신 하루 15ℓ씩 급여 하여 고급육을 생산하고 있다.

이들 농가는 유통회사와 다섯차례 시험도축을 거쳐 사육계약을 체결하고 1991년 4월부터 백화점에 시판중이다.

한편 국내의 유명 백화점도 앞을 다투어 한우고기를 판매하고 있으며 이들이 안정적으로 구입할 수만 있으면 얼마든지 판매할 수 있다고 하며 이와같은 현상은 수입개방에 대응한 농민들의 고부가가치 쇠고기사육은 점차 확대될 것으로 보여진다.

위와 같은 일들이 특산우의 기초를 다지는 것이며 앞으로 더욱 이의 기반을 확대한다면 생산에서 소비까지 직접 연결하고 믿고 거래할 수 있는 유통거래의 확립도 이루어지리라 보고 있으며 수입개방에 대처한 사육방법이 아닐까? 생각한다.

4. 일본의 특산우 현황

가. 특산우의 발생요인

일본 특산우의 대표로 잘 알려져있는 것은 마쓰사카우(松阪牛), 고베(神戸) 등이 있다. 이들의 특산우는 품질에 중점을 두고 특산화를 추구했던 것이다.

현재, 그특산명은 고급쇠고기의 대명사로 되어 있으며, 이러한 특산 쇠고기는 다른 쇠고기와 비교하여 값이 비싸게 거래되고 있다.

최근에는 소비자의 취향변화(다양화, 고급지향), 지역진흥활동의 고조와 수입자유화에 대응하여 그 지역이나 품종등의 특성을 살렸다.

말하자면 산지특산 쇠고기의 생산추진 활동이 활발해지고 있다. 이렇게 산지중심의 활동이 활발한 것은 생산자 자신이 생산한 쇠고기를 마쓰사카(松阪) 쇠고기등과 같은 지명도를 확립하고 시장거래등에 있어서는 다른 생산지의 쇠고기 보다 유리하게 판매하도록 하는 의도나 수입쇠고기와 질(質)적인 경합을 피하는 등의 쇠고기 자유화에 살아남을 수 있는 대책이나 지방자치체가 주체로된 지역경제의 활성화 운동등이다.

또한, 생산자를 중심으로한 산지요인과 산지식육센타의 경영안전 대책의 일환으로서 센타와 지역내의 쇠고기 생산량의 확대를 도모하기 위하여 생산자에게 접근하는 일과 식육도매시장의 집하대책의 일환으로서의 접근등, 유통업계의 요인, 생활협동조합등의 소비자 단체의 상품에 대한 「안전성의 확보」 「신선도의 확보」 「독자성」 등의 요구에 산지 요인을 확보하여 나가면서 산지에서 직접추진등 다양한 요인이 많이 있는 것이다.

나. 산지와 특산쇠고기의 특징

특산우에는 마쓰사카(松阪) 고베(神戸) 등에 대표되어 있는 것과 같이 품질에 중점을 두고 생산, 유통, 판매의 조직이 어느정도 확립된 특산우(여기서는 이들의 특산우를 확립

특산군이라함)와 최근 일본의 쇠고기 생산환경 변화에 대응하여 맞붙고 있는 신흥특산우(여기서는 신흥특산우군이라함)로 나누고 있다.

확립 특산군의 특징은 품질중점의 생산이 이루어지고 있기 때문에 그 품종은 「흑모화종」이고 특산우=고급쇠고기라는 의미가 강하며 생산자, 유통업자, 판매업자에서 구성하는 임의 조직이 그 특산우의 생산판매활동의 모체로 되어 있다.

한편, 신흥특산우군은 그 많은 특산품이 「각 생산지의 지역진흥을 꾀하는 관점에서 생산성의 향상을 계속하여 가며 지역이나 품종 등의 특성을 이용하였다.」는 것이기 때문에 품종에 대해서는 그 지역에 한하는 품종을 특산화의 대상으로 하는 경우가 많고 따라서 흑모화종 이외에 갈모화우나 젃소 외국종을 특산화의 대상으로 하고 있는 것이다.

또한, 품종의 특성을 살리는 관점에서 반드시 고급쇠고기로서의 특산확립을 추구하고 있는 것은 아니다.

추진활동의 모체로서는 지역내의 생산쇠고기를 특산화 하는 것에서 부터 지역산업의 진흥, 지역경제 활성화의 일부분등을 지역농업의 지도자인 농협이나 경제련 등이 있다.

특산명에 대해서는 그 지역의 지역이름이나 역사적인 지역이름을 붙이는 것으로 되어 있다.

현재, 각생산지에서 대결하고 있는 특산 쇠고기의 추진 활동에 대해서는 확실히 모든 것을 파악하지는 못하고 있는데 지역적으로 분류하여 보면 북해도, 동북, 북관동(北關東), 근기(近畿) 및 구주(九州) 그룹으로 크게 나눌 수가 있다. 북해도, 동북, 북관동구-룹의 특징으로서 추진활동의 모체는 농협이 많고 농협관내에 한정된 범위로 되어있다.

또한 특산화의 대상은 반드시 흑모화우에 한정짓지 않고 일본단각, 젃소, 앵거스 및 헤어포드등의 품종을 대상으로 단가가 낮은 쇠고기를 특산화의 대상으로 하는 등의 특징도 있다.

근기(近畿) 구-룹은 쇠고기 특산화 추진활동의 선진지역이며 이 지역에서 생산된 특산 쇠고기는 그 지명도도 높고 특산 쇠고기로서는 거의 확립되어져 있는 것이다.

이 지역의 특산 쇠고기는 흑모화우를 대상으로 좋은 쇠고기를 생산하고 있으며 국산 특선 쇠고기의 대표적인 것으로 되어 있다.

이 지역의 특징은 특산화 추진활동의 단체가 생산자, 유통업자, 판매업자로 구성된 추진협의회가 되어 있으며 생산, 유통, 판매단계에 있어서도 생산자의 등록이나 지정제도가 되어 있어 소비자의 믿음확보에 대한 노력이 이루어지고 있다.

구주(九州) 구-룹은 추진활동의 모체가 경제련등 전현단위의 생산자 단체가 중심이고 특산화의 대상도 현재 생산육우 전체의 경우가 많고 같은 특산우중에도 화우, 젃소가 같이 포함되어 있는 예도 있으며 ○○현(현)생산우라는 산지현의 이름표시의 지향이 강하다.

그 밖의 예로서는 전국단위의 생산자 단체가 특산화 추진활동의 모체로 되고 해당단체 취급 쇠고기를 특산화하는 활동도 있는데 이러한 경우는 해당 특산우의 생산지역은 전국적인 것으로 되어 있으며 산지특산 쇠고기의 뉘앙스보다 취급단체 고유상표의 상품적 요소가 강하다.

다. 산지와 특산쇠고기를 둘러싼 문제점

확립 특산군으로 분류할 수 있는 쇠고기에 대해서는 그 생산, 유통 및 소비확대에 따른 활동의 역사가 얼마나 오래 되었는가에서 생산기준, 유통과정 또는 판매단계에 있어서 해당 특산쇠고기 인것의 보증방법등이 어느정도 확립되어 있는 특산우가 많고 소비자가 산지나 품질등을 충분히 파악할 수 있다.

쇠고기 구입시에 있어서도 정확한 선택이 이루어질 수 있는 것으로 생각된다. 이들의 특산쇠고기는 고품질 쇠고기의 대명사로 되어 있을 뿐만 아니라 일반소비자는 가격적으로 보아도 손을 미칠 수가 없게 되어있다.

신항특산우군에 있어서는 일부 생활협동조합과 소비자 단체와의 제휴를 근거로 산지직통으로 유통되고 있는 특산우가 있는데 이들의 특산에 대해서는 그 생산, 처리, 유통등 생산에서 소비에 이르기까지 가격을 포함한 여러가지 내용이 생산자와 소비자 상호간의 이해하에 성립되어 있기 때문에 커다란 문제점이 없는 것으로 생각된다.

그러나 신항 특산군중 일부 유통조직에 의하여 공급되고 있는 특산우에 대해서는 생산수법, 처리, 유통방법이 확실하게 성립되어 있지 않는 경우가 많고 일반 소비자는 특산 쇠고기를 구입하는데 따른 특선명이 가지고 있는 개념적인 특성(고품질등)이 소비자에게 확실하게 구입하는 선택을 저해 할 염려가 있다.

라. 식육산지 표시기준의 책정

특선 쇠고기 생산추진이 활발해짐에 따라서 여러 종류가 출현되고 있다. 한편으로는 소비자의 고급지향과 식품에 대한 안정성에의 관심이 높으며 수입자 유향에 따른 유통량의 확대등에 따라서 국산 특선우에 대한 사회적 관심이 높아지고 있다.

이에따라 1989년 「(사) 중앙축산회」가 사업 실시 주체로 되어 쇠고기, 돼지고기, 닭고기를 대상으로 산지특산 식육에 관한 각종조사 및 기준등을 책정한 「식육산지 등 표시기준 책정 보급사업」을 실시하고 있다.

1) 사업의 특색

쇠고기 수입의 자유화, 소비자 요구의 변화(다양화, 고급지향)에 대응하여 각 생산지에 있어서는 지역진흥을 도모하는 관점에서도 생산성의 향상을 꾀하여 가면서 지역이나 품종의 특성을 살렸다. 말하자면 산지등의 축산식육이 많이 나타나고 있는 것이다.

한편, 산지식육의 표시판매에 대해서는 그 표시내용이나 기준이 불확실한 것이 많기 때문에 소비자의 불신감을 초래하고 있는 사례가 있다.

이래서 본 사업은 산지등의 표시에 관한 기준을 만들어 적정표시 판매를 통하여 국산식육의 생산및 소비를 촉진하는 것을 목적으로 한다.

2) 사업의 조직

○ 산지등 표시의 적정화를 기하기 위하여 생산자, 유통관계자 및 학식경험자 등에서 구성하여 「산지등 표시기준 검토회」를 설치한다.

○ 「산지등 표시기준 검토회」는 검토회 밑에 쇠고기부회, 돼지고기·닭고기 부회를 세우고 이들의 특산생산 현황및 산지등 표시판매의 실태를 조사하고 그 결과를 정리한다.

○ 생산및 표시판매 실태조사 결과에 기초하여 산지등 축산식육의 생산 및 적정표시 기준을 정리한다.

○ 특산식육에 대하여는 산지, 특징, 출하자 이름, 연간 출하가능 두수, 표시마크등을 모아 서 소비자에 대한 정보제공 자료로 정리한다.

3) 사업의 구체적인 실시

사업의 구체적 실시는 실시주체인 「중앙축산회」가 산지등 특산식육에 관한 총합적인 지식을 가진 사람을 대상으로 위원을 위촉 「산지등 표시기준 검토회」를 개최하고 산지등 특산식육의 개념, 산지등 표시의 기준, 산지등 특산식육에 관한 제반문제를 총합적으로 검토한다.

산지및 판매실태 조사는 전문부회 조사사항의 검토결과를 기초로 중앙축산회가 실시하고 조사결과를 부회에 제출하는 것으로 한다.

단, 소비지의 판매실태 조사에 대해서는 소비자 조사에 정통한 「재단법인 일본식육소비총합센터」에 위탁하며 실시한다.

5. 맺음말

이상과 같이 한우와 특산에 관하여 알아보고 일본의 현황도 살펴 보았다.

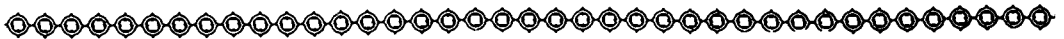
우리의 상품도 「믿음」의 바탕위에 튼튼하게

자리 잡아야 될 것이다. 외국에서는 우리나라의 상품 신뢰도가 낮다고 아우성이고 국내에서 판매되는 쇠고기마저 한우고기가 진짜가 아닐지 모른다는 이유때문에 한우고기가 참값을 받지 못한다면 어떻게 될 것인가?

이제 우리는 한우특산화의 걸음마를 시작하고 있는 형편이기 때문에 처음부터 착실하게 이 사업을 전개해야 할 것이다. 그리고 아무래도 한우특산화의 시작은 유전적 개량부터 시작하여 비육방법의 개선, 유통체계의 확립에 이르기 까지 여러분야가 협력하고 투자할 분야가 많음을 인식해야 한다. 유전적개량의 촉진을 위해서는 전 사육두수에 전자감응장치를 이식하여 분만에서 부터 도살에 이르는 모든 과정의 정보가 컴퓨터에 입력되도록 해야

하며 비육방법의 개선을 위해서는 연구기관에서 한우의 생리에 관한 기초연구위에 비육기술을 개발해야 하며 유통분야에 있어서는 안심하고 한우고기를 살수 있는 점포를 만들어야 한다. 한우특산고기를 판매하는 점포에도 이익이 있어야지 그렇지 않으면 수입쇠고기를 더 팔려고 할 것이며 이러한 현상이 일어나고 있음은 심히 안타까운 것이다.

이제 우리는 확실하게 한우의 살아남는 길을 알고 있다. 문제는 실천이다. 실천에는 자금이 소요된다. 스위스의 산악지대에 부러운 스위스가 사육되게 하기 위해서 정부가 87%나 보조를 하고 있는 사실에서 우리는 많은 교훈을 얻게 되는 것이다.



肉類部位別區分

