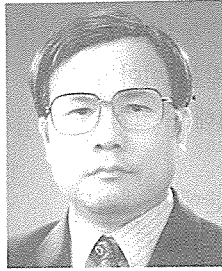


한국 유가공업의 WTO 극복전략



배 인 후
(순천대 축산학과 교수)

1. 머릿말

WTO 출범이후 우리나라 유가공업계와 낙농 분야 곳곳에서 우려와 걱정 소리 높인다.

앞으로 WTO 산업환경에서는 적자생존의 경쟁논리만 있을 뿐 경쟁 낙오자에 대한 한치의 자비심이나 여유는 허용되지 않을 것이 분명기 때문이다. 이러한 미래의 어두운 전망을 앞둔 우리 유가공 분야는 미처 경쟁의 준비가 안되어 있는 처지여서 이렇다 할 대책 한번 써 보지도 못하고 그만 좌절해 버리는 건 아닌가하는 또 다른 염려가 깊다. 인류역사에서 달나라에 가장 먼저 갔다 온 사람이 누구냐고 물으면 대부분의 사람들은 닐·암스트롱을 떠올리지만 사실은 만화가들이 그 보다 훨씬 앞서 다녀 왔다고 하는 이색적인 주장을 퍼뜨리면 사람들은 조금은 당혹해도 금방 그 의미를 알아 채린다. 인간은 다른 동물과는 달리 그들앞에 가로놓인 고난과 역경을 극복하는데 매우 슬기롭고 또한 적응하는 능력이 있어서 오늘 날과 같은 역사와 문명을 이루어 낸 것이라 할

수 있다.

이러한 문명의 원동력은 어디서 나오는 것일까? 사람이 하는 일들의 시초에는 온갖 상상력과 추리력이 동원되고 일을 구체화하고 기획하여 계획적인 행동방침을 마련 한 다음 그에 따라 일을 시행하는것이 일반적인 경향이라 할 때 역시 인류 문명발달의 근원은 인간의 상상력에 연결하고 있음을 알 수 있다.

WTO 체제하에서 유가공업이 취할 수 있는 생존 논리는 무엇인가?

WTO 체제를 뛰어넘어 우리 고유의 유가공업을 발전시켜 향유해 나갈 방안은 무엇인가? 아직까지 우리는 구체적이고-명확한 대안을 제시하여 이렇게 하면 될것이라는 대답을 그 누구로 부터도 듣지 못한다.

따라서 그 누구든 어떤 대안과 방책을 내놓았다 해도 그것은 그 사람의 개인적인 경험에 바탕을 둔 상상력과 추리력이 대답하는 “예상방안” 수준을 벗어 날 수 없을 것이다. 그렇다고 그 사람 개인의 상상력과 추리력 그리고 앞을 내다보

는 안목에 의해 제기된 것을 묵살한다거나 무시해 버리는건 위험한 생각이 될 것이다. 오히려 그러한 제안과 정책들을 무수히 받아들여 이를 정리하고 체계화하느로서 WTO 극복방안으로 정립해 나가는 것이 더 바람직스러운 일이 될 것이다.

이제 필자는 얼핏보면 만화가의 상상력에 의해 그려지는 그림같은 이야기, 현실을 등지고 이상만을 향해 줄달음 치려는 철부지 같은 이야기의 유가공분야 WTO 극복방안을 제시해 두고자 한다.

우리 유가공업계 인사들은 이 소론에서 제기되는 방안중에서 취할 것만 취해서 WTO 극복방안으로 사용하면 될 것이고 쓸모가 없다면 그냥 지나쳐도 무방할 일이다.

먼저 WTO 체제하에서의 우리나라 유가공업이 맞이하게 될 새로운 환경을 전망해 보자.

WTO가 가져오게 될 기본적인 환경은 3무현상(무한개방, 무한경쟁, <국가의 무한방치> 또는 무 보호주의)이 예상된다. 엄밀히 말하면 이것은 용어로서의 환경일 뿐 온전히 현실화 될 것이라고만 단정지을 수는 없다.

오히려 유가공분야에서는 적극적인 대처만 잘 한다면 무한 개방이나 무한경쟁이 이루어지지 않을 여지는 얼마든지 있으며 역으로 우리에게 유리한 분야가 있을 수 있다는 것이다. 그러나 WTO 체제의 출현에 따라 다음과 같은 몇가지 상황들이 유가공업계에서 특징적으로 나타날 것이고 이들의 상당 부분은 WTO극복을 가로막는 걸림돌로 작용할 것이라는 점을 간과해서는 안 될 것이다.

첫째, 수입 유제품중 저장성 유제품(분유, 치즈)의 시장잠식으로 그 동안 이들 제품생산을 위해 투자하고 운용해 왔던 가공 시설 장비 가동률은 현저히 낮아져 유가공장마다의 차이가 있겠지만 그 손실액이 엄청난 경영압박으로 나타날 것

이다.

둘째, 유제품중 우리나라민이 가장 많이 소비하는 시유는 유제품중 마진율이 가장 낮아서 상당수의 유업체들이 시유가공을 포기하게 되며 결국은 생산자 단체들이 이 일을 이어나가지 않으면 안 될 것이다.

셋째, 낙농가의 폐업이 늘어나 원유 생산량은 감소될 것이며(외국으로 부터의 유가공품 원료 도입으로 처음 얼마간은 생산과잉이 되어 잉여 원유 발생이 예상 됨) 앞으로의 국내 원유가격은 국제시세보다 더욱 높아질 것이어서 유업체들은 대부분의 유가공품 원료를 수입 의존하게 될 것이고 우리나라 유가공업은 단순히 외국원료를 사다가 제품을 제조하는 임가공업 형태로 바뀔 것이다.

넷째, 대부분의 유업체가 종합식품회사로 탈바꿈하게 될 것이며, 유가공분야는 겨우 흔적만을 유지하는 기현상이 일어날 것이다. 왜냐하면 유제품은 타 식품보다 마진율이 낮고 수입 유제품과의 경쟁에서 밀려나 시장의 대부분을 수입유제품에 의해 잠식 당하게 될것이기 때문이다.

마지막으로 WTO 체제하에서 살아남는 유업체는 Shelf life가 짧은 신선한 시유공급업체, 값싼 유제품원료 확보가 가능한 종합 무역상사계열의 업체 그리고 신속히 한국적인 전통기호성에 맞는 고유 브랜드의 제품을 생산공급하여 수입유제품과 상관없는 소비시장을 확보한 업체뿐일 것이다.

이제 우리 앞에 놓인 이런 난제와 장애물을 어떻게 극복하여 오히려 유리한 국면으로 이용하느냐에 의해 한국 유가공업의 장래는 달려 있다고 봐야 할 것이다. 위기는 오히려 기회이며 산업으로서의 유가공업은 난국과 역경을 극복하느로서만이 정상적인 위치를 잡아 성장발전할 수 있다는 사실을 확인하고 유가공관련인사 모두는 지혜와 담력을 모아 나가야 할 것이다.

〈표 1〉 연도별 우유 및 유제품 소비실적

구 분	'83	'84	'85	'86	'87	'88	'89	'90	'91	'92	'93	'94
백 색 우 유	448	531	648	837	1,020	1,213	1,123	1,242	1,247	1,302	1,286	1,376
가 공 우 유	77	85	93	88	87	992	82	94	103	108	122	175
조 제 분 유	18,881	18,525	18,750	17,377	19,534	20,758	22,412	25,535	26,276	30,116	26,737	25,472
전 지 분 유	8,034	7,630	11,030	9,223	12,557	10,086	9,125	15,177	8,578	6,059	4,205	3,544
탈 지 분 유	3,715	5,287	6,046	5,996	8,939	10,591	13,371	18,302	19,091	19,120	21,686	19,433
연 유	1,332	1,882	2,438	2,338	2,806	2,035	2,317	3,448	3,982	3,069	2,855	3,301
버터	1,635	1,990	2,844	3,688	3,793	3,893	4,905	7,254	4,805	3,772	4,067	3,074
치즈	183	295	478	679	1,432	3,410	3,188	4,744	5,778	9,320	11,938	13,182
액상요구르트	116,156	126,952	146,869	168,067	191,710	222,785	272,202	317,848	342,633	377,633	339,752	357,122*
호상요구르트	-	-	-	-	885	3,441	11,754	35,048	59,571	82,895	125,343	167,285*

참고자료 : 낙농관계자료(1992), 농림수산부, 1) 유가공협회 통계자료('95), * 추정치임.

2. 세계 낙농업과 한국 낙농업의 현황

최근들어 유럽연합(EU)지역의 경우 젖소두 수는 2% 감소하였고 상당기간의 생산 쿼터제 시행으로 우유재고량이 감소하고 전반적인 우유 생산량도 감소추세를 띠고 있다. WTO 출범과 더불어 종전의 각종 보조금의 삭감과 우리나라 유업체에 관련 깊은 유제품의 수출보조금 삭감이 이루어져 활발한 수출이 이루어 질것 같지는 않다. 다만, 세계 최대 유제품 수출지역의 하나인 오세아니아 지역의 호주, 뉴질랜드는 계속 생산량 증가가 이루어져 수출증대가 예상되고 있다.

세계의 유제품 교역량은 전체 생산량의 5% 이내에서 이루어지고 있다는 점에서 세계 각국이 생산하고 있는 유제품은 자국민의 기본 식량자원이지 주요 교역품이 아니며 수출국은 매우 제한되어 있다는 것을 확인할 수 있다. 따라서 어느 나라든 경쟁력만 갖춘다면 오히려 수출의 가능성이 얼마든지 열려 있다는 낙관도 가능하다.

한국의 낙농업은 1985년을 고비로 국면을 달리하여 진행해 오고 있다.

1985년도에 4만 4천호였던 낙농가는 1995년에 2만 5천호로 감소되었고 호당 30두이상 사육농가는 '85년에 전체 농가의 3.4%였던 것이 '95년도에는 21.6%가 되어 전업화현상을 나타내고 있다.

국민들의 우유소비량은 꾸준히 증가하는 추세를 보여 왔는데 가장 뚜렷한 증가현상을 보인 유제품은 치즈와 호상 요구르트였다.(〈표 1〉 참조)

치즈의 경우는 '84년을 기점으로 지난 10년동안 무려 44.7배의 증가세를 나타내었고 1981년에 처음 발매되었던 호상 요구르트는 그 동안 미미한 소비수준이던 것이 1987년에 비해 1995년에는 189배의 증가폭을 나타냈다.

유제품의 소비의 증가추세는 완만한 경향을 보였는데 앞으로의 전망과 자급도는 다음 〈표 2〉에서와 같이 예상되고 있다.

우리나라 유제품의 2001년 이후의 수요 전망은 1994년에 비해 152% 이상 증가하는데 비해 자급율은 79% 이하로 낮아질 것으로 예측되고 있다.

이러한 예측은 더 좋아질 수도 있고 악화될 수도 있다는 점에서 낙농업 관계자들의 대응책의 여하에 따라 국면을 달리해서 전개될 수 있을 것이다.

3. WTO 체제하의 유제품 소비전망

우리나라 유제품 시장규모는 1992년 현재 연간 2조 2천억원 규모였는데 2001년대에 이르렀다 소 확대될 수 있을 것으로 보지만 불과 6~7년 이내에 그 시장의 절반이상을 외국의 유제품에게 내 주어야 한다는 예측이 나오고 있어서 사태의 심각성을 인식하지 않을 수 없다. WTO 출범 원년부터 유제품과 유제품 원료성분에 대한 수입규모는 전년도에 비해 10배 이상 증가하였다는 데서 수입유제품의 시장 잠식속도를 가늠해 볼 수 있을 것이다.

지금은 우리나라 생산원유의 70% 가량이 액상유제품으로 소비되고 나머지 30%가 유가공품

으로 소비되고 있으나 그 간격은 점차 줄어들면서 유제품의 소비 다변화가 예상된다. 시유소비는 줄어들고 타 유제품으로의 소비 전이가 이루어진다 할 때 우리 유가공업체가 이에 신속하고도 적절히 대응하지 못하면 외국산 유제품의 시장잠식의 확장속도는 더욱 빠르게 진행될 것이다.

<표 4>에서 보는 바와 같이 2001년 경이 되면 분유 90%, 발효유 70%, 치즈 90%, 버터 60% 이상이 수입유제품으로 대체되어 이를 금액으로 환산하면 1조 4천9백억원이 될 것으로 보인다.

여기서 가공시유원료인 탈지분유가 전량 수입분유로 대체되어 제조 판매된다 할 때 그 규모는 더 늘어날 것이다. 따라서 2001년 이후부터의 우리나라 국민들은 사먹는 유제품의 절반이상을 수입유제품으로 소비하게 되면서 유제품의 외국종속화, 나아가 국민의 중요한 먹거리를 외국제품에 의존하는 식량안보상의 중대한 위기를 맞이하게 될 것으로 보인다.

<표 1>에서 살펴본 바이지만 지난 10년 동안 우리 국민이 가장 많이 소비한 유제품은 호상 요

<표 2> 유제품 소비와 자급도 전망

구 분	1994 (A)	1997	2001 (B)	B / A
1인당 소비량	46.8Kg	58.9	71.3	152%
총소비량	2,078천톤	2,687	3,372	162
- 국내생산	1,917	2,326	2,655	138
- 수 입	161	361	717	445
자 급 율	92.2%	87	79	
인 구	44,110천명	45,648	46,871	106
국민 1인당 소득	6,226천원 (7,685 \$)	7,100 (8,864)	8,242 (10,270)	132

〈표 3〉 우유 및 유가공품의 시장규모

(단위 : M/T, 억원, %)

구분	음용우유		전지분유	탈지분유	조제분유	치즈		버터	연유	발효유		계
	현색우유	가공우유				가공치즈	자연치즈			액상	호상	
소비량	1,302,000	107,000	6,059	19,120	30,116	4,753	4,567	3,772	3,069	372,830	87,454	1,920,000
매출액	11,669	963	315	1,089	1,273	330	377	195	79	3,700	2,186	22,176
매출구성	52.62	4.34	1.42	4.91	5.74	1.5	1.7	0.9	0.4	16.7	9.9	100

참고 : 서울우유 유업통계자료, 1992

구르트와 치즈 그리고 버터였으며 시유소비는 상대적으로 크게 늘어나지 않은 점으로 봐서 WTO 체제하에서 유제품이 무제한 수입되는 작금의 상황에서는 이러한 소비추세가 더욱 확대 될 것으로 전망된다.

결국 우리 유업계가 가장 낙관하여 경쟁력이 있고 소비안정성이 있다고 보아온 시유시장은 오히려 규모가 줄어들거나 크게 증가하지 않는 한계를 갖는 반면에 우리로서는 경쟁이 되지 않고 가장 힘겹게 생각되는 유가공품족, 치즈,버터에 대한 소비는 계속 증가하게 될 전망이다. 데 우리는 심각한 우려를 갖지 않을 수 없다. 우리나라 유가공업계는 이러한 전망을 놓고서 WTO체제하에서의 극복방안을 다각적으로 강구하고 슬기를 모아야 할 것으로 본다.

4. WTO 극복을 위한 몇가지 방안

필자는 글의 서두에서 만화가들이 제일 먼저 달나라에 갔다왔다는 이야기며 인류문명의 원동력은 인간만이 가진 상상력과 추리력에 근원을 두고 있다는 전제를 펴서 본 소론의 터전을 삼고자 하였다. 따라서 여기 내놓는 제안들은 현실성이 없거나 우리 실정과는 동떨어진 이상론적인 것으로 비칠 수 있고 결국 우리로서는 받아들이기 곤란한 공론(空論)에 지나지 않는다고 가법

게 치부 해버릴 위험성이 있기 때문에 그러한 전제를 먼저 비껴두고서 이 글을 전개하는 것이다. 다시말하면 본인의 소론은 조금만 생각을 바꾸고 현재의 시각을 5~6년 뒤쯤의 상황으로 옮겨서 바라보면 반드시 현실성이 있고 실현가능성이 얼마든지 있는 제안이지만 현재를 시점 삼는 안목 하에서는 만화가의 공상으로서나 치부되고 말것이라는 것이다.

우선 WTO극복 방안을 생각 할 때 수입유제품과의 경쟁 가능품목을 찾아 이를 개발하고 소비를 촉진시켜 나가는 점에 착안점을 두어야 할것이다.

일단 시유는 그 신선도 유지나 짧은 Shelf life에 의해서 수입 환원유와의 경쟁력은 충분히 있으나 이를 더욱 발전시켜 살균처리를 최소화하고 신선도가 보장되는 고급시유로의 다양한 독창성을 결부시켜 수입환원유와의 경쟁에서 우위와 차별성을 확보하여야 한다.

향후 우리나라 유제품의 소비경향으로 보아 치즈와 요구르트의 소비량은 계속 증대할 것이므로 외제품과의 경쟁 가능한 여지를 찾아내어 우리나라대로의 제품 시장을 구축해 나가야 할 것이다.

먼저 치즈의 경우 한국적 미각과 기호성이 연계된 고유치즈를 개발해야 한다. 아직은 우리 국민들의 치즈 소비경향이 가공치즈 수준을 벗어나

지 못하고 있어서 수입 자연치즈의 독특한 향미 때문에 시장형성이 쉽게 이루어지지 않을 것으로 보고 우리 식성에 맞는 치즈 개발과 확산에 총력을 기울여야 할 것이다. 최근에 전통 음료로 성공한 식혜와 수정과 그리고 과자로 성공한 쌀과자, 누룽지와 같이 치즈에 한국전통식품과의 접목을 통해 국민들이 치즈에 대한 접근을 용이하게 할 수 있도록 유도해야 한다.

치즈 부문의 경쟁성은 저장성이 오랜 치즈(에멘탈, 체다, 고다, 애담치즈 등)를 갖고 싸우려 하지 말고 저장성이 낮고, Shelf life 가 짧은 치즈, 경질치즈보다 연질치즈(까맹바르치즈)와 생치즈(카티지 치즈)로 경쟁에 나선다면 우리가 오히려 쉽게 경쟁에서 우위를 점할 수 있다는 점이다.

버터의 소비증대는 신세대 맛벌이 부부들의 아

침식사가 빵위주로 이루어지고 있다는 점을 나타내 주는 것으로 여기에 생치즈나 연질치즈를 빵에 발라먹도록 유도하면 쉽게 시장을 형성할 수 있을 것이라는 점이다.

대신 이런 Shelf life가 짧은 제품시장에는 운송거리나 신선도때문에 외국제품이 쉽게 파고들 수 없고 유업체로서는 숙성을 짧게 하거나(까맹바르의 경우 7-10일정도) 전혀 하지 않고도 유통이 가능하여 제품의 소비 순환속도가 빠르므로 어느 제품보다 자금회전면에서도 유리하다고 본다.

치즈의 경쟁력확보면에서 또 하나 고려할 것은 다품목 소량생산을 추구해 보자는 것이다. 이것은 치즈 품목의 한국화와 연계될 수 있어서 고유 한국형치즈 개발을 촉진할 수 있고 유업체들이 지역별로 소규모 치즈 공장을 설립하여 지역 특성에 따른 치즈 제조를 유도하면 될 것이다.

〈표 4〉 유제품별 시장잠식 및 생산과잉여부

구 분		연 도		1997		1999		2001		
		잠식률(%)	원유환산(톤)	금액(백만원)	잠식률(%)	원유환산(톤)	금액(백만원)	잠식률(%)	원유환산(톤)	금액(백만원)
분 유	잠식률(%)	20	40	60	60	90	60	90		
	원유환산(톤)	101,242	249,142	373,712	461,221	691,832				
	금액(백만원)	50,014	129,304	193,957	251,366	377,048				
치즈	잠식률(%)	70	60	90						
	원유환산(톤)	98,535	171,692	232,685						
	금액(백만원)	48,676	89,108	126,813						
버터	잠식률(%)	20	40	60						
	원유환산(톤)	4,899	10,932	18,297						
	금액(백만원)	2,420	5,674	9,972						
합 계	원유환산(톤)	204,676	431,766	556,336	712,203	942,814				
	금액(백만원)	101,110	224,087	288,738	388,151	513,834				
총수요량(톤)		2,598,000	2,945,000		3,372,000					
원유 생산량(톤)		2,227,000	2,363,000		2,486,000					
원유과잉생산(톤) 여부		166,324 부족	150,234 부족	25,664 부족	173,797 부족	56,814 과잉생산				

참고 : 서울유유 관계자료, 1993

즉 지리산 지역의 더덕치즈, 설악산 지역의 머루 치즈, 순천의 고들빼기 치즈 등등 지역특산물과 연계한 치즈의 개발은 무궁무진할 것이다.

일본에서는 매년 100여종 이상의 유제품이 새로이 출현하여 소비자들의 감증을 거쳐 대부분은 사라지지만 일부는 남아서 일본식 유제품으로 정착되어가고 있다고 한다. 북해도의 후라노(富良野)시에서 개발한 와인치즈(Furano Wine Cheddar Cheese)는 일본의 「一村一品」운동 지역특산물 콩쿠르에서 수상한 유제품인데 이런 지역특산물인 포도주와 결합시킨 유제품이 여러가지 있다고 한다.

요구르트의 경우는 정말 한번 경쟁해 볼만한 분야라고 본다. 요즘 시판되고 있는 요구르트의 대부분이 서양사람들 취향의 향미나 첨가물이 사용된 것들로도 별 거부감없이 소비가 계속 증대되고 있는 점은 매우 바람직한 현상이라고 본다. 여기에 식품의 기능성(식이섬유첨가, 끼니를 대신할 수 있는 곡류가공품 첨가)을 강화하는 한편 우리 전통적인 향미나 첨가물을 사용한다면 더욱 소비가 촉진 될 것이고 우리 고유의 식품으로 자리잡는 변화도 기대해 볼 수 있을 것이다.

예를 들면 썩, 생강, 박하, 계피향을 쓰고 감, 밤, 호박 그리고 밤고구마같은 첨가물을 응용한다면 전통적인 유제품으로 자리잡을 수도 있다는 것이다.

치즈와 같은 제품은 원유소비에 있어서 스펀지와 같은 제품이다.

향후 유업체들이 외국으로부터 유제품원료를 들여다 쓰게되면 우리 낙농가가 생산한 원유는 생산과잉이 되어 상당량의 잉여원유가 발생할 것이 예상된다. 이때 원유의 가격 차등제를 실시하여 시유용과 치즈용으로 구분해서 치즈제조에 우리 원유를 사용하도록 하는 장치를 마련한다면 원유가 남는 일도 없을 터이고 치즈 가격도 인하여 유제품의 소비촉진이 되는 一石二鳥가 달성

될 것이다.

마지막으로 유가공업의 제품생산에 있어서 업체간 역할분담을 하자는 것이다. 스위스의 경우 UHT우유와 분유와 같은 공업적 생산품은 대규모 유업체 2~3개가 전국을 카바하고 요구르트, 치즈, 아이스크림같은 소규모 제품은 전국 각 지역의 소규모 유가공장들이 생산하여 판매또는 납품을 하고 있다.

일본의 경우는 「손으로 만든 치즈」, 「손으로 만든 버터」라는 식의 소규모 유가공장들이 수작업에 의해 만든 치즈와 버터를 특산품화해서 관광상품으로 판매하고 있는데 우리의 경우도 대규모 유업체와 소규모 유업체의 제품생산의 역할을 분담시켜 나갈 필요가 있다고 본다.

5. 결론 및 제언

필자는 최근 일본 낙농업의 본거지라 할 수 있는 북해도지역 유가공업체들을 돌아보고 왔다. 크게는 雪印乳業이나 요즈바유업, 작게는 마을단위 중업원 다섯명의 소형유가공장 夢民舎까지의 다양한 유가공장들을 둘러 볼 기회를 가졌다. 그들의 WTO체제에 대한 고민은 우리와 거의 같은 것이었다. 수입 유제품과의 가격경쟁, 품질경쟁 그리고 다양성의 경쟁에서 자신들이 위축될 수밖에 없다는 것이다. 그러나 그들은 1954년부터 이미 치즈 수입을 개방하였고 각종 유제품의 수입에 의한 충격을 완화 시킬수 있는 대책들을 대비하고 있는 듯 하였다. 3차에 걸친 자연치즈 진흥지원대책이 정부에 의해 진행된 바 있고 「一村一品」운동을 유제품과 연계시켜 발전시킨 결과 전국에 자연치즈 공장이 72개나 설립되어 있어서 이제는 국산 치즈가 국민들에게 익숙한 지역 특산품의 하나로 자리잡고 있었다.

WTO체제가 한없이 모든 분야에서 위세를 떨치고 불가사리처럼 먹어치워 버릴 것이라는 지레

짐작은 금물이다. 우리 스스로가 미리 좌절하고 포기해 버릴 경우 WTO 체제의 3무현상에 의해 모든 분야가 자연스레 붕괴될 것은 분명하지만 우리에게 주어지는 바늘 구멍 만큼의 가능성이라도 있다면 이를 잘 활용하고 지혜를 모아 극복해 나간다면 오히려 전혀 다른 국면으로 WTO체제 극복이 가능해 질 수 있다는 점을 잊어서는 안될 것이다.

스위스는 EU지역에서 유제품을 수출하는 유수의 낙농국가인데 그들에게서 우리가 배울점은 역시 전국에 걸친 지역별 특화 치즈 생산을 하면서 유업체간, 지역간 역할 분담이 잘 되어 있다는 점이다. 일본의 북해도지역 역시 낙농업이 주요산업의 하나가 되어 있는데 그들은 유제품을 지역특산물로서의 지위를 확보하고 국민들로부터 안정적인 소비탄력을 얻는데 성공했다는 점이 우리로서는 유념해야 할 점이라고 본다. 그리고 이 자리를 빌어 유업체들이 해서는 안되는 건 열심히하고 꼭 해야 하는 일에는 매우 등한시 하고 있다는 점을 지적해 두지 않을 수 없다.

해서는 안되는 일이란 이제 「시유」에 대한 홍보전은 회사마다 경쟁적으로 펼칠 일이 아니라는 점이다. 시유시장은 어느정도 자리가 잡혀 있고 사실상 마진도 낮은 품목이다. 그런데 너나 없이 「시유」선전에 매달리다 보면 기업은 기업대로, 소비자는 소비자대로 소모전에 시달리게 된다는 점이다.

차라리 시유는 공동홍보로 횡수를 낮추고 기업끼리의 과장홍보 경쟁을 자제하는 것이 바람직하다. 어떤 의미에서는 시유광고보다 치즈, 요구르트 분야에 광고비 배분을 늘려보는 것도 생각해 볼 필요가 있다. 이들 제품의 소비증가는 모든 유제품소비를 촉진시키는 견인차 역할을 해 줄 것이기 때문이다. 그리고 오히려 시유광고에 쓰는 돈의 상당부분은 WTO극복을 위한 경쟁력 강화분야에 투자하는것이 지금 상황으로는 순서가 될것이라고 본다. 유업체들로서 꼭해야 할 일이

란 WTO극복을 위한 연구투자인데 유업체들이 이 부분에 너무 인색하며 게을리하고 있다는 인상을 떨쳐 버릴 수 없다. 기껏 신제품이라고 내놓는 것은 외국기술 도입 제품이거나 외국기술의 모방에 지나지 않고 유제품의 한국화, 유제품의 전통식품과의 접목 그리고 독창성이 있는 신제품의 출현은 기대해 볼 수 없기 때문이다.

그 만큼 연구 분야 투자가 없다는 것이고, 연구인력의 확보가 든든하지 못하다는 것이다. 자동차 회사가 신제품 하나를 내놓는데는 수년에 걸쳐 수백억~1천억을 투자하고 그것도 제품수명이 길어야 5년이라는데도 그들은 기를 쓰고 신제품개발에 투자를 하는 것이다. 투자가 계속 되어 신제품 개발 횟수가 거듭될수록 그 회사는 더욱 많은 노 하우를 축적보유하게 되므로 어느 기간이 지나면 그리 많은 돈을 투자하지 않고도 신기술 확보가 용이해 진다는 점을 그들은 알고 있기 때문일 것이다.

제품홍보와 기술개발은 수레의 양 바퀴와 같이 서로가 함께 굴러야 하는것으로 홍보의 진실은 언제나 기술력으로 뒷받침된 우수한 제품으로만 입증된다는 것을 유념해야 할 것이다.

이제 부터라도 유업체들은 연구투자에 관심을 돌려 진정한 WTO극복 전선에 뛰어들어야 할 것이다.

WTO 극복전략은 꼭 멀리 있지만은 않다. 가까이 우리의 전통적 삶과 시시각각 변화하는 생활의 흐름을 잘 활용하면 의외의 극복방안들이 얻어질 수 있을 것이다. 필자가 늘 쓰는 말이지만 호랑이나 사자가 무서운 것이로되 그것을 잡아다 우리안에 잘 간수하면 구경꾼이 몰려와 돈을 벌게 해 주듯이 WTO를 무작정 겁내고 미리 좌절할 것이 아니라 오히려 이 기회를 잘 활용한다면 우리의 유가공업은 한 차원 올라서는 도약의 발판을 얻게 되고 명실상부한 고급 국민식량 공급분야로서 든든히 자리잡을 수 있을 것이다.