



• 세미나 요약 •

수입쇠고기 시장동향과 전망

브래드 박 / 미국육류수출협회 한국지사장

1. 미국의 쇠고기 생산, 공급 및 수출

1999년도의 미국 쇠고기 시장을 중심으로 이 주제에 접근해 보도록 한다.

1) 사육 환경 전망

- 동절기의 전반적 기후조건 양호 - 목초량 및 건초 생산증가 예상
- 98년 12월 초 건초 재고량 전년대비 9% 증가 (98년 가뭄피해로 인한 일부 남부지역을 제외한 대부분 지역의 hay 생산량 역시 증가)
- 건초가격 하락 - 전년대비 약 17% 하락 (98년 1월 기준)/알파파 및 기타 건초가격도 하락
- Cattle 두수 재고 감소세 감안, 98년 봄철의 사육환경은 양호할 것으로 전망

2) 곡물 가격 동향

- 전체 곡물 생산량 94년 이래 최대 - 전년대비 약 4% 증가 예측
- 옥수수(Corn) 생산량 증가 - 전년대비

6% 증가

1999/2000년 재고량 최근 6년간 대비 최대치 기록 예상(향후 사료 소비량 감소 전제시)

- 옥수수 농장 출고가(Farm price) 하락 예상 - 평균 \$1.80 ~ 2.10 수준 예상 (96년 평균 \$2.43→97년 \$2.71)
- 수출시장 약화로 재고 증가 및 전반적 가격 안정 또는 하락세 전망

3) 생육두수 재고 동향

- 96년 이래 지속적으로 감소세
96년 말 대비 5% 감소/97년 말 대비 1% 감소(현재 약 98.5백만두)
- 번식우 두수(Cows/Heifers) 감소세 - 97년 말 대비 약 3% 감소 ; 97/98년 대량 도축으로 2000년 상반기 이후에나 증가 예상
- 생산주기(Cattle Cycle)상의 최저치는 예상보다 많은 97년 백만두 수준 기대 - 2000년부터 보유두수 점차 증가, 2001년에 생산량 확대 예상

4) 비육우 공급 및 재고 추이 전망

- 비육우 공급 현황 - 전년대비 1 % 미만 감소
- 송아지 생산 감소세 지속 예상 - 압소 도축 98년 8% 감소, 99년도 5~8% 추가 감소
- 99년 비육우 수 및 비육상황 - 올 봄부터 본격적으로 감소세로 전환 전망 - 2000년까지
- 비육우(Fed Cattle) 재고 역시 감소 예상 - 현 재고는 사료가격 하락 등으로 기대치 보다 높은 수준 - 도체중량 증가 초래 - 2000년 가을까지 지속적으로 감소 전망

5) 쇠고기 생산량 전망

- 2001년까지 쇠고기 생산량 감소
- 압소 도축 : 전체 도축량의 16% 예상 (98년 대비 7% 감소)
- 노폐우 : 약 2~3% 감소
- 99년의 생산량도 약 3% 감소 전망 - 도체중량의 증가로 1/4분기 생산량은 전년 수준 예상/ 하반기에는 전년대비 4~5% 감소 전망
- 99년의 평균 도체중량은 작년 수준 예상 - 98년 및 99년 상반기 누적 체중에 기인

6) 쇠고기 가격 전망

- 비육우 가격 상승 전망- 99년 평균가격 \$ 64-66/cwt 예상 (98년 평균 \$ 61.50/cwt)
- 전년 말 재고 누적분 및 도체중의 증가

등이 추가적인 가격 상승에 압박을 가할 것으로 전망 - 러시아 원조 및 공급량 추가 감소시 \$ 70/cwt 까지의 추가 상승 가능성 내포

- 쇠고기 가격 형성의 추가적인 변수 - 돼지고기 및 육계 등의 경쟁 품목의 공급현황 및 가격 (유통 시장에서의 경쟁 가능성이 가격에 영향)

7) 쇠고기 수출 시장

- 미국 등의 쇠고기 생산국가의 생산량은 전반적으로 감소될 것으로 예상
- 미국의 전체 수출량 일부 증가 예상 - 약 8% 증가(러시아 원조 물량이 대부분 차지)
- 사료 가격의 하락으로 곡물비육우 선호, 목초사육 경쟁국가보다 수출시장에서 유리한 위치 선점 예상
- 아시아 시장 수출 예상 - 일본, 한국 및 대만 등 물량 증가 예상 : 곡물비육우 시장점유율 증가(98년)

8) 1999년도의 미국 쇠고기 시장의 전망

- 쇠고기 外 Pork 및 Poultry 공급 증가 - 전년대비, 증가세는 다소 주춤 예상
- 세계적인 육류 생산 및 공급도 감소 전망
- 미국의 1인당 육류 소비량 하락 - 타 육류의 과다 공급으로 특히 쇠고기 소비 감소 예상
- 99년의 쇠고기 재고 및 공급 - 작년 말 예상보다 소폭 하락 예상

○ 향후 쇠고기 공급 감소 - 가격 인상 예상

2. 국내 수입 쇠고기 시장의 동향

지난 수년간의 수입 쇠고기 시장은 많은 변화와 함께 성장하여 왔다.

1988년 - 서울 올림픽, 식육 수입 재개

1991년 - SBS 도입

1994년 - WTO 출범, SBS 제도 재정립

1997년 - 닭고기, 돼지고기 시장 개방,

E-coli:O157-H7 발견

1998년 - IMF하에 수입량 격감

1999년 - 회복세 돌입, 미·호·뉴·캐나다

WTO 제소

2001년 - 쇠고기 시장 개방

위와 같은 정책적인 변화도 있었지만, 소비자들의 선호도도 급격한 변화를 보여 왔다. 동향을 이야기하기 전에 시장 동향에 영향을 미치는 요인들을 짚어 보도록 하자.

1) 한우 및 국내 축산물 가격의 변화

예를 들면, 1998년도 국내 축산물 가격은 급격한 하락세를 보였으며, 수입 쇠고기의 소비가 50% 이하로 급감한 것에 반해 국내 생산된 쇠고기는 6%의 증가를 보였다. 낮은 국내산 가격이 가장 큰 요인으로 보인다.

2) 소비자 선호도의 차이에 따른 변화

앞에서 설명한 바와 같이, 1998년도의 소비자 선호도의 급변은 많은 의미를 시사하고 있

다. 일반적으로 소비자들은 세 가지 관점에서 육류 구매를 결정하는데 (1.가격 2.품질 3.식품 안전) 지난 수년간 소비자 선호도의 차이를 명확히 볼 수 있었다.

○ 1997년 9월 26일, “미국산 육류에서 E.coli:O157-H7 검출”기사가 발표된 이후, 소비자들은 수입육, 그 중에서도 미국산 쇠고기에 대한 불신을 강하게 드러내었다.

○ 1998년 초반, 극심한 소비 부진으로 인한 시장 침체가 장기화되는 조짐을 보이자, 축협과 미 육류수출협회에서는 소비자들의 관심을 끌기 위한 가격인하 정책을 썼고, 그것은 적중하여 하반기의 세일을 높이는 데 지대한 공헌을 하였다.

○ 위축되어 있던 소비 심리가 살아나면서부터 미국산 냉장육은 소비자들의 관심을 끌었다. 보다 고급의 품질, 즉 좋은 육질을 보장하는 냉장육은 소비자들 사이에 조용한, 그러나 확실한 파장을 일으켰고, 이제는 삼십여 곳의 매장에서 특별 상품이 아닌 정규 상품으로 자리잡아 가고 있다.

그러나, 소비자들은 그 이외의 이유들에 의해서도 구매 결정에 영향을 받는다. 애국심, 환경보호 등이 그것이라 하겠다.

3) 식품안전 등에 따른 변화

미국의 육류업계뿐만 아니라, 전세계는 ‘식품 안전’ ‘환경보호’ ‘자연으로 돌아가자’ 등 많은 구호들이 많은 부분의 공통 관심사를 가지고

이 문제를 다루고 있다.

미국과 EU간의 호르몬 분쟁, 영국의 광우병 사건, 호주산 쇠고기의 농약 잔류물질 발견 여부, 또 미국산 쇠고기에서 검출된 대장균군 등 많은 식품, 특히 육류 관련 뉴스들이 소비자들을 위협하고 있다.

이러한 공포에서 벗어나자는 노력이 '자연으로의 귀화' 혹은 극우 성향을 띤 환경 보호론자들의 의견대로 끌려간다면 우리의 식생활은 나아지기는 커녕 더욱더 큰 혼란에 직면하게 될 것이다. 의사, 영양학자, 환경 관련 연구자들은 전문적인 지식을 토대로, 건강한 삶을 추구하는 소비자 단체들의 운동과 이와 같이 식품을 둘러싸고 일어나는 많은 문제들을 해결하여야 하겠다.

과학적으로 증명이 되고, 그 실용성이 입증된 한도내에서 방사선 처리법이라든지 GMO의 긍정적 역할 등을 사용하는 것은 좋은 방향 설정이라 보인다.

4) 정책적인 변화

우리는 그동안 많은 정책적인 변화를 겪어왔고, 앞으로도 많은 변화를 보게 될 것이다. 격변하는 육류 시장은 이제 국가라는 개념을 뛰어 넘어 소비자의 이익을 만족시키기 위하여 하루가 다르게 변화하고 있다. 어느 정부, 어느 경제단체라고 하더라도 이러한 변화를 빠르게 예측하고, 변화에 앞서 그에 합당한 정책을 수립한다는 것은 거의 불가능해 보인다. 그러나 그것은 정부 및 경제 단체가 하여야만 할 몫이다.

정책 입안자들은 세부적이고 지엽적인 부분에 초점을 맞추기보다는 기본적으로 중심이 되는 원칙을 확립하고, 그것을 정부와 경제 단체들이 따르려는 의지를 분명히 할 필요가 있다. 예를 들면, 축산물의 수급은 결국 자유로운 시장이 가장 잘 결정할 일이며, 국가 및 경제 단위의 정책은 자유 시장 제도를 선호하는 방향으로 확립되어야 한다. 어느 일정 그룹이 국가의 정책 결정에 의해 크게 이익을 보거나 손해를 본다면 그 정책은 다시 한번 검토되어야 할 것이다.

5) 수출·수입 업자의 Marketing 전략에 의한 변화

○ 식육 제품의 Brand화

국내외를 막론하고 이제 식육을 포함한 식품들은 Brand화해 가고 있다. 그 영향은 우리가 수년 전 기대했던 것보다도 훨씬 큼을 이미 알고 있다.

한국 경제가 \$5,000~6,000/capita를 넘어서면서 Brand preference는 의류, 신발, 전자제품 및 잡화를 넘어서서 물이나 채소 같은, 극히 일상적인 상품에까지 나타나고 있다. 그런 측면에서 '목우촌 한우'나 '도드람 포크' 등은 자사 상품의 홍보 이상의 의미를 가지고 있다고 보인다. 앞으로의 브랜드 차별은 더욱더 두드러진 것이며, 소비자들은 브랜드 이미지에 의한 선택을 강요당할 것이다.

○ Brand-like Marketing

이것은 특히 수입 쇠고기 시장에서 두드러지는데, 호주의 '자연의 선택 (Natural Choice)' 미국의 '고급육(High Quality)' 등에서 볼 수 있다. 국가의 이미지와 함께 제품의 특성도 평가받는 데에서 기인하는 이 신종의 marketing 기법은 더욱이 Block화해 가는 세계 경제체제에서 더욱 극명해질 것으로 보인다.

국내의 경우 '신토불이'가 이에 해당한다고 할 수 있으나, 한국 내의 소비자에게만 해당된다는 의미에서는 새로운 세계화된 Brand-like Marketing image가 필요한 시점이다.

3. 가까운 미래에 나타날 수 있는 변화들

1) 식생활의 세계화

○ 새로운 식문화의 유입

잡은 해외 여행에 의한 새로운 식생활의 수입, 김치와 쌀에 의존하던 우리의 식생활은 80년대 후반에 들어서면서부터 급격히 변하기 시작하였다. 경제 발전과 아울러 찾아진 해외 출장 및 관광은 우리에게 새로운 식문화를 접할 기회를 제공하였고, 앞으로 더욱더 손쉽게 값싸게 여행을 즐기게 되는 미래에는 거의 세계 모든 음식이 우리의 식탁에 오르리라 기대된다.

그와 아울러, 서울에서도 세계 각국의 음식이 모습을 보이기 시작하고, 한국을 방문하는 외국인들에게는 그네들의 음식은 물론 우리의 고유 식품을 제공하고 알리는 기회도 찾아졌다. 기본적으로 서구 사회에 비해 육류 소비량이 낮은 우리의 경우, 전반적인 육류 소비의

상승을 기대할 수 있다.

○ Home Meal Replacement (HMR)

부부가 모두 직장에 나가거나(DINK), 혹은 혼자 사는 미혼 직장인(SHOH)들인 경우, 간편하면서도 구색이 갖춰진 식단을 선호하게 되는데, 그것이 바로 HMR을 부추기는 원인이다.

미국 및 여러 선진국들에서 유행하는 이 분야는 곧 한국에도 상륙하게 될 것이며, 많은 유통업체가 다양하고도 경제적인 상품 개발에 열을 올리리라 예상된다.

2) 환경 문제

이것이야말로 21세기의 우리의 생활 중 가장 큰 변수로 나타날 것이다. 여기에서는 앞으로 대두되는 육류 소비 및 공급이라는 측면에서의 환경 문제만을 다루기로 하겠다.

○ 환경 비용

세계 각국에서 마치 경쟁이라도 하듯이 대두되는 환경 비용의 문제는 국내 및 해외 축산물의 경제적인 경쟁력을 결정짓는 역할을 하게 된다.

생산국의 입장에서는 생산 원가의 증가로, 수입국에서는 수입단가의 상승으로 나타나며, 우리와 같이 생산과 수입을 모두 하는 나라에서는 수입가의 상승과 국내생산비의 증가를 비교, 검토하게 될 것이다. 새로운 시설의 설비 및 운영 비용이 발생되고, 대 국민 홍보 등의 비용이 이에 포함된다.

○ 소비자 홍보 및 인지도

냉장, 냉동을 필요로 하고, 오염 방지 및 소비자 선호도를 높이기 위한 포장재 등은 소비자들의 부담으로 남게 된다. 지속적이고 확실한 대 소비자 홍보를 통해 가능한 한 새로운 쓰레기의 발생을 줄이고, 쓰레기의 자원화 등이 연구되어야 한다.

3) 경제 문제

21세기에는 전자 상거래가 지금보다 훨씬 큰 역할을 담당하게 될 것이며, 그로 인한 초고속 정보망, 국경을 넘나드는 온갖 생활 정보, 생산지와 소비지의 수요, 공급을 기초로 한 선물 시장 형성 등 많은 변화가 기대된다.

대형화해 가는 유통망의 발전으로 세계 어느 곳의 축산물든지 빠르고 신선하게 공급될 것이며, 상대적으로 가격 및 상품의 질이 평준화 될 것이다

4) 새로운 세계 무역 구도의 탄생

진부하게 느껴지리만큼 많이 듣게 되는 이야기가 이것인데, 세계는 새로운 모습의 무역 구도를 향해 달음질치고 있다. 지난 1993년에 타결된 WTO에 이어 곧 시작될 Millenium round에서는 WTO의 기능을 더욱 확대해 나갈 것이며, 그 당시에 포함되지 않았던 문제들도 다뤄질 것으로 보인다.

전반적인 관세의 인하, 중국 등 미 참가국들에 대한 문호 개방, 환경 문제에 대한 전반적인 합의, 동식물 검역(SPS)에 대한 규정의 확대 등 세계가 단일 시장화해 나아가리라 보인

다. 신기술의 도입 또한 무역 상대국간의 쟁점으로 나타날 텐데, 유전자 조작 및 변형(GMO), 방사선 처리에 의한 식품 보관 기술 등이 그것이다.

4. 결 론

그저 막연하게 느껴지던 21세기가 드디어 코앞에 다가왔다. 많은 사람들의 예측과는 달리, 더욱더 생산적이고 살기 좋은 세상이 될 것이라는 긍정적인 예측이 맞아들여가고 있다고 여기며, 앞으로 우리에게 펼쳐질 세계는 Fair Play, 즉 누구에게나 적용되는 공정한 규칙(자유 시장제도)에 의해서만 조정이 가능하며, 많은 신세대(New Generation)의 생산, 무역, 유통업자들이 신세대의 소비자를 만족시킬 것이다. 더욱 안전하고, 값싸고, 간편하고, 보기 좋고, 맛도 좋은 식육 제품을 누가 공급하느냐가(Brand Awareness) 관건이 될 것이다.

Cold Chain의 확대와 아울러 효과적인 marketing 기법이 시장 변화에 큰 기여를 할 것이다.