

세계화속의 한국낙농, 무엇이 문제인가! - FTA시대를 맞이하는 한국낙농의 위치와 과제 -



제 1주제

일본의 낙농정책 및 우유수급 현황

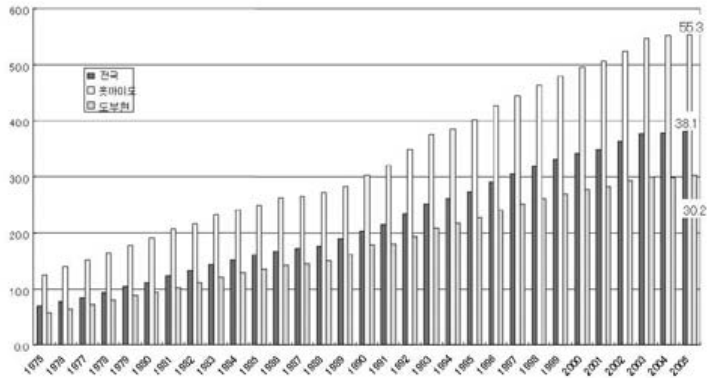


마에다히로후미
일본중앙낙농회의 사무국장

일본낙농의 현황

일본의 낙농정책 제도 현황에 대한 일반적 설명입니다. 일본에는 현재 28,000여 낙농가가 존재합니다. 크게 북해도와 혼슈로 나뉘는데 북해도는 혼슈와는 달리 낙농환경이 유럽에 가깝기 때문에 혼슈와 달리 설명됩니다. 북해도와는 달리 혼슈는 좁은 토지에서 영위되는 낙농환경으로 한국의 낙농과 유사합니다. 1975년 16만호에 가까운 낙농가가 지금 2만 8천호로 급감하였는데 이중 대부분이 일본 혼슈의 낙농가들이 감소한 반면 북해도의 낙농가구 수는 그다지 줄지 않았습니다.

표1 일본의 우유 사양 규모(경산우 두수/호)



유사합니다. 북해도 경산우 사육평균인 55.3두의 사육규모는 덴마크의 평균 수준정도 혹은 영국이나 미국의 중간수준으로 보면 되겠습니다.

표1은 호당 경산우 사육규모입니다. 일본 전국 평균을 보면 38.1두이고 북해도가 55.3두, 혼슈가 30.2두입니다. 일본 전국평균 경산우 사육규모인 38.1두는 네덜란드의 사육규모와

2005년도 일본 전체 원유생산량은 820만톤정도입니다. 도부현의 원유생산량은 94년을 정점으로 해서 줄고 있는데 반해, 북해도의 생산량은 계속 늘어나고 있습니다. 연간 820만톤이라는 원유생산량 규모는 캐나다의 전체 생산량과 비슷합니다. 표2에

서 보듯이 혼슈는 2000년대에 들어 생산감소 추세로 전향된 반면 북해도는 생산정체가 나타났습니다. 이와 같은 현상은 이미 일본 중앙낙농회의에서 예측한 바 있다. 혼슈의 생산량 감소 원인은 적은 생산규모와 환경문제의 대두 등 생산여건이 북해도보다 떨어지기 때문입니다. 이같은 현상은 일본 중앙낙농회의에서 이미 예측했던 것에 비하면 혼슈의 생산감소폭은 지연되고 있습니다.

지금부터 그 원인에 대해 설명하겠습니다.

그 이유 중 하나가 표3에서 보는 것과 같이 2004년 현재 경산우의 두당 연간 산유능력이 7,700kg (덴마크의 수준)으로 향상된 점입니다. 이같이 종축개량을 통한 현상은 10년 정도 지속될 것으로 봅니다.

표4는 규모계층별 낙농가 분포도를 나타내는 표입니다. 전체 사육두수에 있어서 북해도에는 이미 80두 이상의 사육규모를 갖는 낙농가가 20%를 넘고 있습니다. 그리고 혼슈에서도 40두~79두의 사육규모를 지닌 낙농가가 30%를 넘습니다. 북해도나 혼슈 모두 두당 산유량은 증가되었습니다. 전술하였듯이 2가지 이유 외에 또 한가지 중요한 이유로는 현재 일본에는 2차 세계대전 이후 3대째 A급 낙농후계자가 등장하고 있는 시점입니다. 일본에서의 후계자 확보율을

표2 최근 일본 원유 생산량 추이

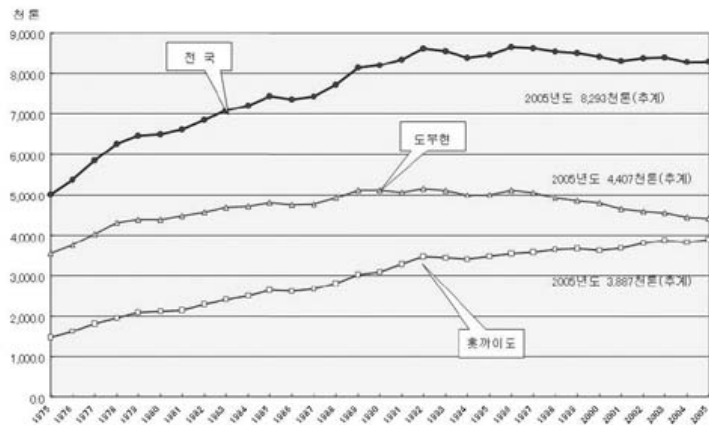


표3 일본의 경산우 두 당 산유량

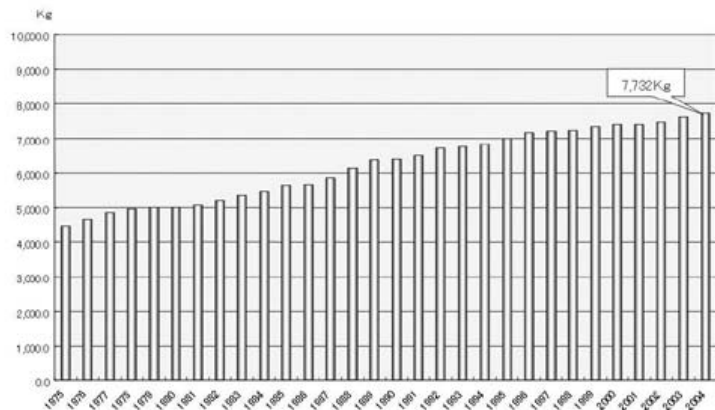
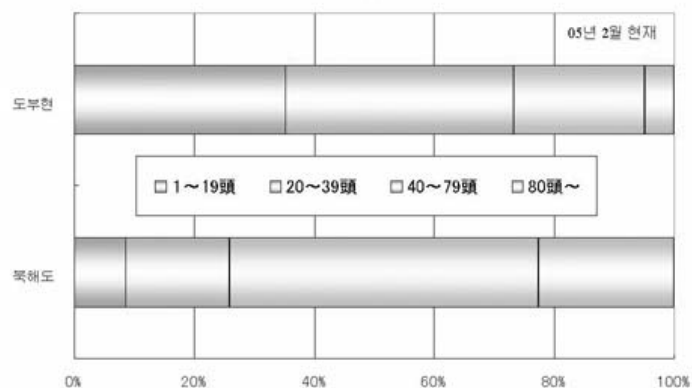


표4 경산우 사육두수 규모의 계층별 분포



보면 북해도가 60% 이상, 혼슈가 50% 이상입니다. 젊은 후계자의 확보는 신기술의 도입은 물론, 지속적인 경영규모의 확대를 의미합니다. 이런 과정에서 규모확대를 지원하기 위해서 새로운 시설의 도입이 따랐습니다. 그 대표적인 것이 '밀킹 파라'라는 시설입니다. 그리고 특히 일본 혼슈의 낙농에 있어서 중요한 과제가 환경문제이긴 하나, 이미 1999년 마련된 축산분뇨 처리에 관한 법률로 인해서 여기에 적합한 시설을 거의 모든 농가들이 완비하고 있기 때문에 환경문제를 걱정하지 않고도 안정적으로 규모확대를 이끌어 내고 있습니다. 최근 일본에서는 미국 캘리포니아 주의 대규모 목장규모에 필적할 만한 3,000두 규모의 낙농가들이 등장하기 시작할 정도입니다.

또 한가지는 최근 일본에서는 낙농산업이 갖는 다원적 가치에 대한 인식이 상당히 사회적으로 수용되고 있다는 것입니다. 민박시설 등을 갖춘 체험목장 운영, 고부가가치의 유제품을 자가생산하는 등의 노력을 추구해 나가고 있는 결과라 할 수 있겠습니다. 낙농을 통해서 낙농의 가치를 구현하고 자신의 보람을 찾는 경영자로서의 기본적인 자세확립을 바탕으로 해서 금후 일본의 낙농은 새롭게 발전해 나갈 것으로 기대합니다.

일본의 원유 유통구조

표5는 일본의 원유 유통에 대한 전반적인 설명을 나타내고 있습니다. 원유유통이란 생산자의 원유를

가공해서 최종소비자에게 전하는 과정을 말합니다. 일본의 원유유통은 전국의 9개 지정단체를 통해 일원집유하여 전달하는 체계입니다. 지정생산자단체는 생산자가 생산한 원유를 다양한 용도별로 유업체에 전달합니다. 그 용도는 음용유, 발효유, 생크림, 특정유제품, 치즈이며, 이같은 용도로 팔고 남은 나머지 잉여유는 유업체에 위탁가공을 맡깁니다. 용도별로 원유를 판매하는 이유는 유업체가 생산한 제품이 소비자 시장에서 서로 다른 가격으로 팔리기 때문으로 수입품과 경쟁이 불가피한 버터, 탈지분유 등은 가격이 낮아질 수밖에 없고 위탁가공용 원유는

표5 원료유의 용도별 판매내역

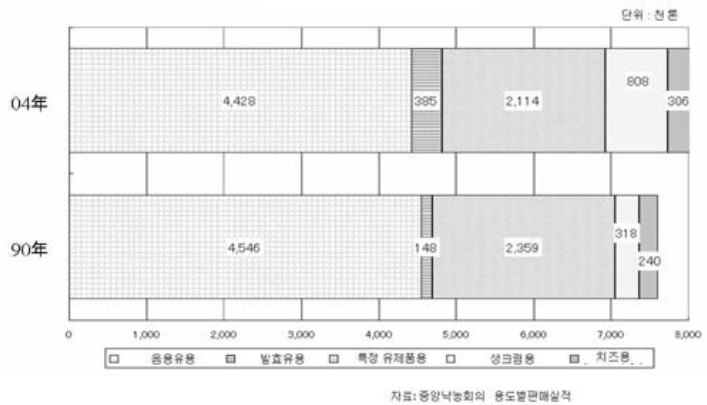
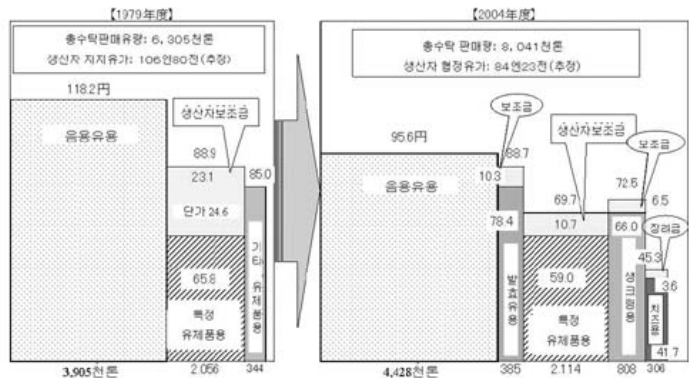


표6 원유 유통 구조



더 말할 나위가 없습니다.

소비시장에서 소비자가 유제품을 어떻게 평가하느냐는 각 제품에 이용되는 원유가격에 반영됩니다. 그 과정에서 다양하게 판매되는 원유의 가격을 종합적으로 계산하여 종합유가를 산출하는 것이 매우 중요합니다. 어느 생산자든 음용유 가격을 원하기 마련일텐데, 경쟁이 과열되면 음용유 가격마저 떨어지기 마련이므로 가장 합리적으로 생산자 유가를 유지하기 위해서는 종합유가제를 채택하고 있습니다. 즉, 종합유가제는 시장안정을 위해 수요를 생산단계까지 정확히 반영하기 위한 수단입니다. 1990년과 2004년의 원료유의 용도별 판매내역 비교표를 살펴보면 유감스럽게도 음용유 유대가 낮아지고 있지만 발효유용이나 생크림용 유대는 높아지고 있습니다.

용도별 유가제 하에 가능한 생산자가 생산한 원유가 원활하게 유통되게 하기 위해서 유업체에는 적정가격으로 공급하고 생산자 유대를 안정적으로 유지하기 위한 시책으로 운영되고 있습니다. 쿼터제가 시작된 1979년에는 가공원료유에 대해 부족지불제도를 적용했었는데 2004년도에는 전체적인 수요를 늘려나가기 위해 다양한 용도로 사용되는 원유에 대해 시장에서 유업체가 탄력적으로 대응할 수 있게끔 낮은 가격에 원유를 공급하고 부족분을 정부보조금 지원을 통해 해결하고 있습니다. 1979년에는 630만톤이었던 총 원유판매량이 2004년도에는 800만톤으로 증가하였는데 이 과정에서 음용유용이 52만톤 늘어나고 나머지는 시장의 수요에 따라 용도별 제품생산에 소요되는 물량

이 늘어난 것으로 나타나 있습니다. 특정유제품인 버터, 탈지분유는 수입품과의 경쟁이 치열한 품목으로 그 물량이 크게 증가하지 않았습니다. 반면 수입유제품과의 경쟁력이 있는 발효유나 생크림, 치즈와 같은 용도의 물량은 많이 증가되었습니다. 생산자의 종합유가는 79년에 106엔이던 것이 2004년에는 20% 이상이 떨어진 84엔입니다. 그러나 그동안 생산비가 그 이하로 떨어졌기 때문에 낙농가의 소득에는 큰 차가 없었습니다.

가공원료유 생산자 보급금 제도의 개정(02년도)

가공원료유에 대한 부족분지불제가 2001년 폐지된 이후로 시장에 맡기게 되었습니다. 생산자끼리 서로 다른 유업체에 서로 다른 가격에 판매하는 그런 시스템이 되었습니다.

과거 부족분지불제도 하에서는 가공원료유의 생산비를 기준으로 재생산이 가능한 수준에서 보증가격을 결정하고, 안정지표가격으로부터 산출된 유업체 지불가능 가격을 기준가격으로 했습니다. 따라서 유업체가 지불가능한 가격이 정부가 결정하는

표7 가공원료유 생산자 보급금 제도의 개정

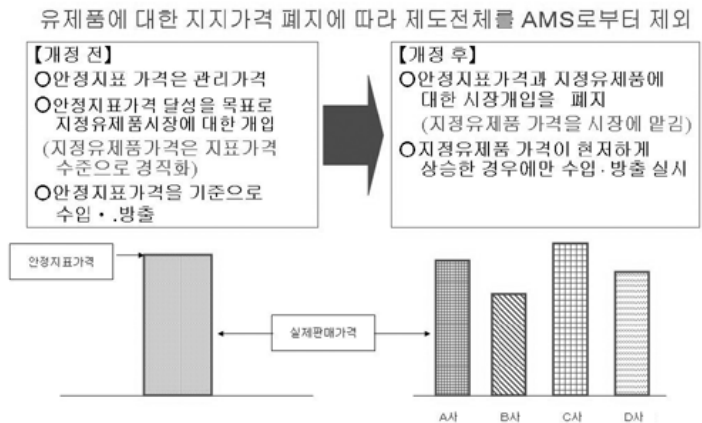


표8 가공원료유 생산자 보급금 제도의 개정(02년도)

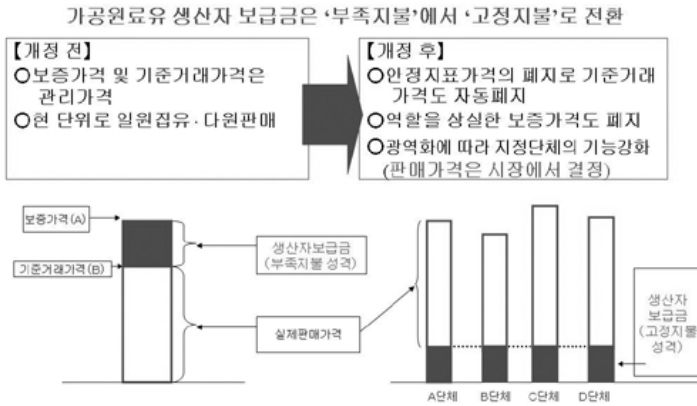


표9 가공원료유 생산자 보급금 제도의 개정(02년도)

가공원료유 가격형성이 시장에 맡겨짐에 따라 가격변동에 의한 리스크를 완화하기 위한 새로운 '생산자 경영안정대책'을 도입

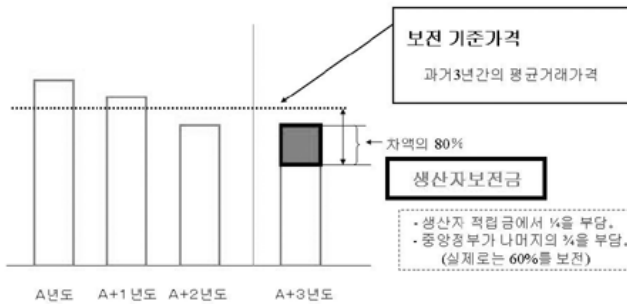
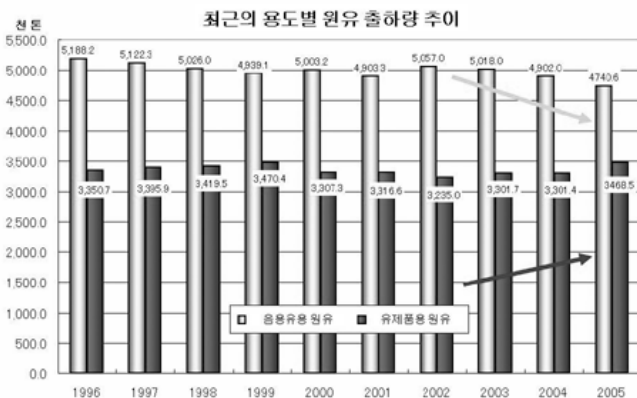


표10 가공원료유 생산자 보급금 제도의 개정(02년도)



보증가격에 못미치는 차액부분만을 생산자 보급금의 형태로 지불해왔습니다. 안정지표가격을 기준으로 하여 기준거래가격을 산출하게 되는데 행정가격인 안정지표가격 자체가 폐지되었기 때문에 이제는 기준거래가격을 산출할 수 없게 되었습니다. 따라서 보증가격 차액을 지불하는 가공원료유 생산자 보급금 제도도 원칙적으로 폐지된 것입니다. 기준거래가격, 즉 유업체가 생산자 단체에게 지불하는 가격이 폐지되었기 때문에 현재는 생산자단체가 각 유업체에 서로다른 가격에 가공원료유를 판매하고 있습니다.

과거의 부족분지불제도 하에서 정부가 보전해 주는 부분은 일종의 소득지지 성격이 있었습니다. 그러나 이 제도가 폐지됨으로 인해서 낙농가의 경영이 불안해지기 때문에 부족분지불제를 대체할 수 있도록 일정한 금액을 정부가 고정적으로 지원할 수 있도록(고정지불제) 바뀌었습니다. 부족분지불제가 폐지됨에 따른 고정지불제의 대체 외에 또다시 가공원료유를 생산하는 낙농가들의 경영을 안정키 위해 생산자 보급금제도가 도입되어 과거 3년간의 가공원료유의 평균가격과 현재 가격의 차이의 80%를 생산자 보전금으로 지불합니다. 그 재원은 전체의 25%를 생산자 적립금으로부터 충당되고 나머지는 정부가 부담하는데 실질적으로 정부가

표11 주요 유제품의 민간재고 추이

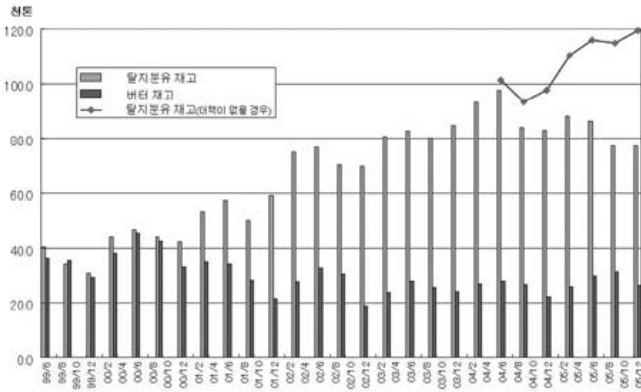
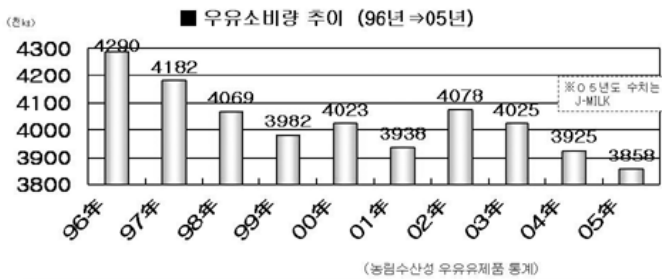
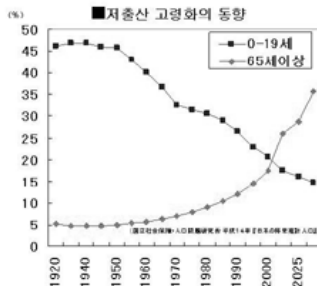
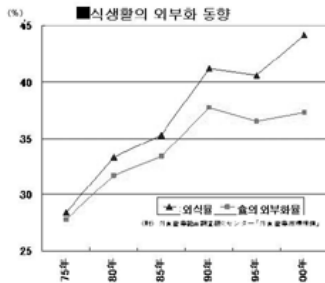


표12 최근의 원유수급 현황(우유소비량 감소의 배경)



POINT

우유소비는 최근10년간 점진적인 감소추세에 있으며, 특히 03년도 이후 감소가 두드러짐.



POINT

낮은 출생률과 고령화 사회에 따른 응용구조의 변화도 큰 영향을 미쳤음. 단국세대의 증가와 여성취업을 향상에 의한 외식을 증가에 따라 「가정용 음료」로서의 우유의 한계가 나타나기 시작했음.

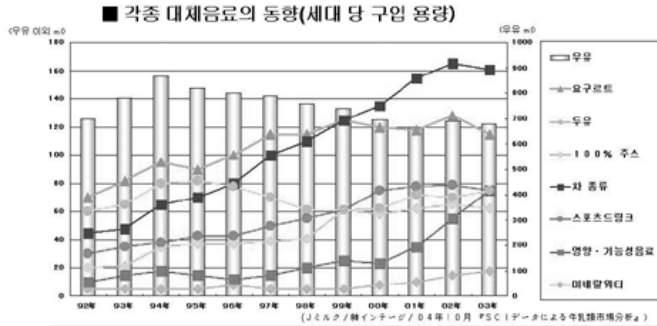
60%를 보전하는 것으로 보시면 됩니다. 전술한 부족분지불제를 대체하기 위해 도입된 고정보급금제란 것은 낙농가의 소득을 보전하기 위한 것이고 시장에서의 유제품 가격이 불안정하게 변동하는데 대한 안정장치로서 도입된 제도입니다.

최근 일본내 원유수급 현황

최근 일본의 용도별 원유수급은 음용유용 사용량이 이와같이 급속히 감소하고 있는 반면 유제품용으로 사용되는 원유는 증가하는 추세입니다. 한때(2004. 4) 탈지분유의 재고가 10만톤 가까이 이른 경우가 있었고 최근 버터의 재고도 2~3만톤 정도로 증가하고 있는 실정입니다. 탈지분유의 재고수준은 2차 세계대전 이후 최고수준입니다만 버터 재고 역시 업계 입장에서는 매우 부담스런 지경입니다. 그러나 생산자 스스로가 탈지분유의 상당량을 사료용 등으로 활용하는 특별대책을 선택하지 않았더라면 재고상태는 더욱 심각했을 것입니다.

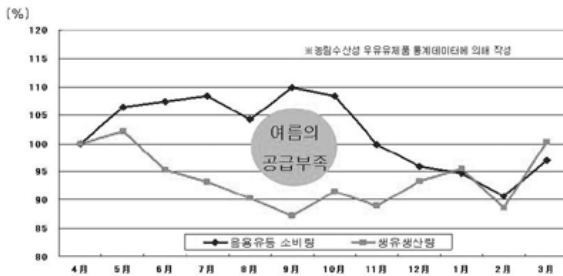
앞에서 우유의 소비량이 매년 감소한다고 밝혔습니다. 우유 소비량은 1996년에 429만톤으로 최고수준을 기록한 이후, 최근(05년)에는 385만톤까지 줄었습니다. 2002년에 일시적으로 우유소비량이 늘었습니다. 이 원인은 2001년 발생한 설인유업의 가공유 사건을 통해 가

표13 최근의 원유수급 현황(우유소비량 감소의 배경)



POINT 그 외에, 「건강음료」 시장, 「식사와 함께 먹는 음료」 시장에 있어서 야채주스, 녹차음료, 두유 등과의 경쟁이 심화됨에 따라 우유소비 감소를 가져옴.

■ 도부현에 있어서 음용우유 등 소비량과 원유생산량 (1999년-2003년도 산의 평균치를 4월을 100으로 지수화하였음)



POINT 도부현에 있어서 음용원료의 공급이 불안정해짐. 그 결과 특히 여름에 '소매점에서 우유를 판매할 수 없는 사태가 발생함에 따라 유통업체와 소매점 모두 상품전략의 변화가 불가피함.'

공유 수요가 줄은 대신 음용우유 수요가 증가한 결과입니다.

우유소비량 감소의 배경에 대해 설명하겠습니다.

첫번째 원인은 고령층이 늘어난데 비해 낮은 출생율로 신생아가 줄고 있다는 점입니다. 즉 노년층의 2배 이상의 우유를 소비할 수 있는 어린 인구들이 줄어들므로 해서 우유소비량도 감소하고 있는 것입니다. 고령층의 비중이 증가함에 따라 건강에 대한 관심이 증대되는 것이 사실이지만 고령층이 마시는 **생선**체가 많지 않아 전체소비량이 줄어들고 있습니다.

다. 또 한가지의 중요한 요인으로 식생활의 외부화, 즉 외식이 늘어나고 있다는 점을 지적할 수 있습니다. 여성의 취업률이 증가함에 따라 가정에서의 취식보다는 외식을 선호하는 경향이 반영된 결과입니다. 이 외에도 독신자 세대의 증가로 인한 외식의 증가가 우유소비에도 영향을 미치게 됩니다. 우유는 보통 가정에서 마시는 음료로 인식되어왔었습니다만 가정에서의 식사횟수가 줄어 외식이 증가되는 현상은 우유소비의 감소를 초래하였습니다. 따라서 앞으로는 외식을 통한 우유소비의 회복이 관건이 됩니다. 가령 스타벅스와 같은 커피 전문점에서 우유사용을 늘리도록 하는 것이 있을 수 있겠습니다.

또 한가지 우유소비 감소의 원인으로 우유와 경쟁관계에 있는 음료가 늘어나고 있다는 점입니다. 대체제로 인한 문제에 대해서는 2가지를 인식해볼 필요가 있습니다.

우유는 보통 건강음료라는 점과 식사와 함께 섭취한다는 고정관념을 갖고 있는 것이 바로 그것입니다. 본래 일본에는 야채주스나 두유 음료가 소비되고 있었지만 최근 관련업계에서 소비자의 기호에 맞는 제품을 출시함에 따라 우유와의 경쟁이 심화되고 있습니다. 우유를 식사와 함께 마시는 음료로 인식되고 있는 가운데 이 우유에 대한 새로운 경쟁음료로 떠오르는 것이 녹차 계통의 음료입니다.

10년 전 조사에 의하면 약 90% 이상의 가정에서 우유는 냉장고 안에 상비해 두는 음료로 되던 것이

최근에는 80%대로 떨어진 것으로 나타났습니다. 반면에 3% 정도밖에 안되는 녹차음료가 최근에는 13%대로 증가한 것으로 조사되었습니다. 우유가 원래 건강음료이고 식사와 함께 섭취하는 음료라는 기본인식은 변한 것이 없지만 이에 도전하는 새로운 음료가 속속 등장함으로 인해서 우유의 중요성에 대한 인식이 소비자 입장에서 한계에 직면한 것이 아닌가 생각됩니다. 일본의 유업계는 소비자의 인식변화에 부응하지 못하여 음료시장에서의 가치 경쟁에서 패배했다는 것이 본인의 소견입니다.

우유소비확대활동(「우유에게 문자」캠페인)

아래 사진은 2005년부터 중고생을 대상으로 본격 추진하고 있는 우유소비홍보 화면입니다. 연간 약 10억엔을 투입하여 이 홍보활동을 전개해나가고 있는데 앞으로 5년간 지속해서 실시할 예정입니다. 미국이 우유소비홍보비용으로 연간 400억엔을 투입하고 있는 상황이고보면 10억엔이라는 홍보비용은 그다지 큰 액수는 아닙니다. 그러나 홍보의 타겟을 중고생으로 집중하고 있다는 점에서 매우 의미가 있습니다. 보통 중고생이 우유를 많이 마시는 하지만 이들은 졸업과 동시에 우유섭취를 중단하는 경향이 있습니다. 따라서 이들의 지속적인 소비가 이뤄질 수 있도록 하는 것이 소비확대의 관건이라 사료됩니다. 고령층에 대한 홍보도 중요하나



앞으로 우유를 더 소비할 수 있는 청소년층을 대상으로 한 홍보효과가 크기 때문에 이 캠페인을 전개하고 있습니다.

광역지정단체 제도

과거 일본에는 도도부현마다 47개의 지역 생산자 단체가 있었습니다. 이를 최근에 북해도를 비롯한 10개 지정단체로 통합하였습니다. 그 주된 이유는 북해도에서 규슈까지 수송할 수 있을 정도로 원유이송기술이 향상되었기 때문입니다. 또 한가지 이유는 용도별거래제도 하에서 각 생산자단체가 보다 높은 원유가격의 실현을 위해 높은 가격에 거래가 가능한 유업체로의 경쟁출하하기 마련이고, 이 같은 경쟁심화 현상은 공급과잉을 유발해 전체적인 원유가격의 저하를 초래하기 때문에 지정생산자단체를 줄일 수 밖에 없었습니다. 지정생산자단체로의 광역통합은 생산자단체간의 경쟁을 완화함으로써 일종의 안정장치 역할을 하고 있는 것입니다.

원유유통과 관련한 당면과제

첫 번째, 가격은 내려도 경영규모를 확대하고 싶다는 농가와 가격은 유지되어야 한다는 농가가 공존하는 상황에서, 앞으로 계획생산을 어떻게 원활히 운영해 나갈 것인가 하는 문제입니다.

두 번째는 우유소비가 계속 줄어들고 있는 상황에서 어떻게 감소추세를 멈추게 할 것인가 하는 문제입니다. 원유 거래상에서 여러가지 방안을 모색하고 우유소비확대 활동을 통해 실현될 수 있기를 기대하고 있습니다.

세 번째는 2006년 5월 29일부터 일본에서 도입하는 Positive List 제도입니다. 이는 국내제품과

표14 광역지정단체 제도

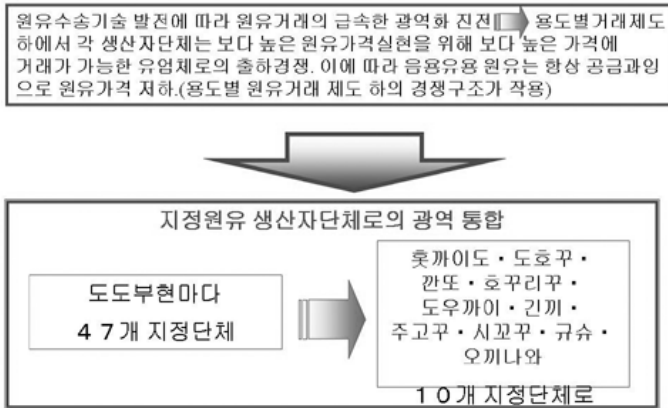
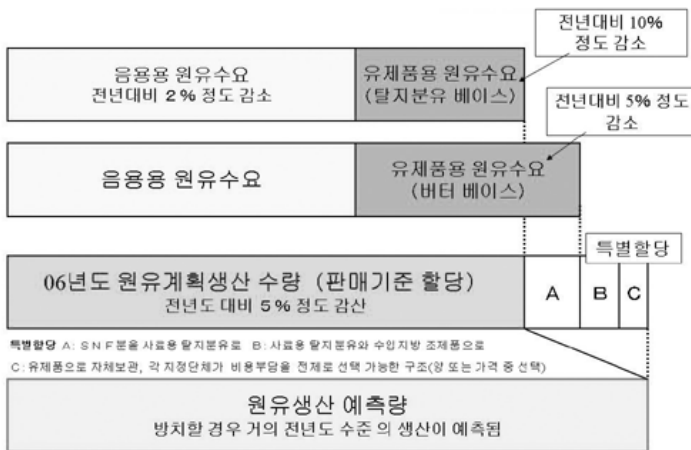


표15 생유계획생산(06년 구조)



수입품 모두 농약이나 수의약품 등에 대한 잔류물 질기준을 정해서 기준을 초과하는 것들은 유통될 수 없도록 하는 것입니다. 이 제도를 어떻게 효율적으로 추진해 나가느냐 하는 것이 당면과제입니다. 이 제도는 이미 선진국에서 보편화된 것으로 조만간 한국에서도 직면할 문제라 봅니다. 가급적 빨리 이 제도를 정착시키는 것이 바람직합니다.

네 번째로 지역생산자단체의 기능을 강화하여 어

떻게 하면 유통비용을 줄일 수 있는가 하는 과제가 있습니다. 대외적으로는 경쟁력을 높이기 위해 유제품 제조비용을 어떻게 줄이느냐와 시장구조를 어떻게 하면 경쟁력 있게 개선시킬 수 있는가, 즉 어떻게 액상유제품의 비중을 높일 것인가이며, 마지막으로 낙농·유업 정책의 방향전환으로 국제화시대에 적용할 수 있도록 제도화하는 것에 있습니다.

낙농산업의 구조를 강화하기 위한 방안으로 두 가지가 있겠습니다. 첫 번째 키워드는 강한 낙농도 좋지만 국민에게 사랑받는 낙농을 위해 어떻게 노력할 것인가 하는 것입니다. 지금까지는 경쟁력 향상에만 초점을 두었지만 각 농가의 개성있는 낙농경영에는 관심을 두지 못했던 것이 사실입니다. 낙농업은 중노동이라 하루하루가 어렵겠지만, 낙농의 가치를 소비자에게 인식시킴으로서 낙농산업을 유지·발전시켜 나가느냐 하는 문제가 매우 중요하다고 생각합니다.

두 번째 키워드는 일본낙농 100년 구성이란 것입니다. 그 근본적 목표는 말 그대로 100년 후 낙농을 위해 어떻게 유지해 나가느냐는 것입니다. 지금까지 언급한 두가지를 실현하기 위한 것이 '관계마케팅'입니다. 관계마케팅은 소비자, 유업체, 농가 중 어느 누구도 패자가 없는 미래지향적인 윈윈(win-win) 마케팅으로 위기 속의 현 한국낙농도 추구해야 할 방향으로 생각합니다. ☺