



# FTA시대 한국 양돈산업 경쟁력 확보 위한 준비사항

## 1. 경쟁력은 소비자가 결정한다



노 경 상 원장  
축산경제연구원

양돈산업은 꾸준히 성장하여 2003년에 그 생산액이 2조 7천억원이었고 지난해에는 3조 8천억원으로 쌀 다음 생산액이 많은 품목으로서 농업 발전에 크게 기여해 왔다. 우리 양돈인은 자존심을 가지고 지역사회 발전과 국가경제 발전에 나름대로의 몫을 다해 왔다고 본다. 국제화라는 물결이 밀어 닥치기 시작한 후 농산물 중에서 제일 먼저 축산물이 '97년부터 개방되기 시작하여 그간에 상당한 대응력을 키워온 것도 사실이다. 그러나 이번 미국과의 FTA타결은 상대가 너무 어려워 과연 잘 이겨낼지 걱정이 된다.

미국이 노동, 환경 문제에 대해 추가협상을 제기하면 우리 정부는 긍정적으로 검토한다는 입장이고 미국 의회는 쇠고기 완전개방을 주장하는가 하면 대선후보인 힐러리는 의회 비준 동의를 거부하겠다는 보도도 있다. 우리 국회는 한나라당은 비준 동의에 긍정적이며 여권은 여러 가지 견해가 있는 것으로 알려져 있는데 앞으로 외교통상부 장관서명, 국무회의의결, 대통령재가를 받아 국회에 가면 비준을 동의할 가능성이 높다.

이번 협상은 농업시장을 내어주고 제조업시장에서 이익을 얻게 되는 협상이었으며 이는 농업부분 중에서도 축산부분의 생산액 감소가 70%로 대부분 축산시장을 내어준 결과로 추정된다. 연평균 축산생산액 감소를 보면 쇠고기 1,811억원, 돼지고기 1,526억원의 생산 감소를 정부는 추정하였다. 바이오에너지 개발로 인한 사료원료곡인 옥수수과 대두 가격의 인상으로 양돈산업이 더욱 어려움에 봉착하고 있다. 미국뿐만 아니라 EU, 캐나다 등 수많은 나라와 FTA협상이 추진되고 있다. 그렇다고 앉아서 시름시름 앓다가 사라져야 할 것인가? 아니면 온 힘을 다해 박차고 일어서야 할 것인가 하는 것은 우리 양돈인

양돈산업의 운명은 우리 양돈인 스스로의 의지에 달려있다. 문제는 경쟁력이다. 문제는 경쟁력이다. 경쟁력은 어디서 나오는가? 그것은 우리 소비자가 우리가 만든 돼지고기를 먹어주면 생기는 것이다. 소비자가 원하는 우리 돼지고기를 선택할 수 있도록 해야 한다. 이를 위해서는 생산비 절감을 통한 가격경쟁력 확보와 함께 고품질 안전돼지고기를 통해 절대적인 소비자 신뢰를 확보해야 한다.

의 의지에 달려 있다. 양돈산업의 운명은 우리 양돈인 스스로에 달려있다. 정부만 쳐다볼 수도 없고 밀려오는 개방 압력을 밀어낼 수도 없다.

문제는 경쟁력이다. 경쟁력은 어디서 나오는가? 그것은 우리 소비자가 우리가 만든 돼지고기를 먹어주면 생기는 것이다. 즉 소비자가 우리 돼지고기를 얼마나 선택하느냐에 달려 있다.

그러면 우리 소비자는 어떤 돼지고기를 원하는가? 소비자들은 국산육과 수입육의 차별이 가능한가? 식당에서 수입삼겹살과 국산삼겹살을 구별할 수 있는가? 불가능하다. 특히 구워서 상추에 마늘, 양념장하고 같이 먹는 우리의 식습관으로 불가능하다. 정육점에서 주부들이 살 때 원산지 표시를 안 하고 팔면 구별하여 구매할 수 있는가? 불가능하다. 그러나 소비자들은 가격의 차이는 확실히 구별할 수 있다.

## 2. 문제는 가격인하다

그러면 미국산 돼지고기와 국내산 돼지고기의 가격은 어느 정도 차이가 나는가? '06 미국의 냉장삼겹살은 도매가격이 6,720원/kg인데 국내산은 10,910원/kg으로 1.6배인데 냉동육과 비교하면 그 이상이 될 것으로 보인다.

현행관세가 냉장육은 22.5%, 냉동육은 25%인데 무관세가 되면 가격이 관세만큼 떨어진다고는

볼 수 없지만 크게 봐서 30%인하 된다고 보면 현재 국내산 가격이 30%떨어지면 현재와 같은 수준을 유지할 수 있을 것으로 보고 '06년도 지육 kg당 가격이 3,650원이었으니까 2,555원이면 현재 수준을 유지할 수 있다고 볼 수 있다. 그래서 양돈협회에서는 2012년까지 2,500원을 목표가격으로 삼고 해보자는 것이었다. 매년 조금씩 가격인하를 시도해 보자는 제의를 하였다. 일리 있는 주장이라 할 수 있다. 미국산도 처음에는 타국산을 대체하다가 점점 가격인하로 국산육을 잠식하게 될 것이다.

가격을 이만큼 떨어뜨리려면 우선 우리 양돈농가의 각오와 경영능력의 향상, 양돈협회와 협동조합의 응집력, 관련업체와의 긴밀한 협조, 그리고 정부의 정책지원이 수반되어야 한다. 우리 양돈인은 소모성질병, 열병 등 돼지 질병과 항생제 사용 문제를 해결해야 하고 이를 위해서는 대개의 경우 축사시설문제를 해결해야 한다. 개보수를 하든지 아니면 아주 친환경 축사를 신축하거나 해야 할 것이다. 또한 분뇨처리를 제대로 해야 할 것이다. 분뇨처리 문제를 해결하지 않고서는 우리 양돈산업이 앞으로 나아갈 수 없다.

화학비료 과다사용으로 토양이 산성화되고 유기물이 부족하고 질소와 인 함유량이 많아져 작물의 내병성이 저하되었기 때문에 농약을 많이 칠 수 밖에 없고 그 결과 식품의 안정성 문제가 심각



하게 대두되었다. 이를 해결하기 위해서는 유기질 비료로 가장 좋은 돈분을 퇴·액비로 만들어 토지에 환원시켜야 한다. 정부가 많은 노력을 하고 있지만 먼저 우리 양돈인이 이에 대한 확신을 갖고 스스로 그렇게 하도록 해야 한다. 이것은 우리 경종농업과 축산이 동시에 살 수 있는 그야말로 자연 순환 친환경농업이다.

다음은 생산비 중 가장 비중이 큰 사료비 절감 노력이다. 수입에 의존하고 있는 우리로서는 민간 사료업체와 농협이 옥수수, 대두 가격인상에 대안을 찾아야 한다. 세계 곡물 시장을 장악하고 있는 곡물 메이저의 통제를 벗어나 새로운 지역에서의 다양한 형태의 개발수입을 시도해 볼 필요가 있다. 이는 사료업체가 살기 위해서는 축산업이 살아야 하기 때문에 상호공존을 위한 적극적인 노력이 필요하다. 이와 더불어 사료가격안정제도의 도입, 원료곡물 수입에 관련된 관세 등 제비용을 줄여줘서 미국과 같은 입장에서 경쟁할 수 있도록 정부와 업계의 노력이 수반되어야 할 것이다.

사료를 수입에 의존할 뿐만 아니라 종돈도 수입에 의존하고 있으므로 이것도 우리 입맛에 맞고 우리 기후 풍토에 맞는 종돈개발에 정부와 양돈인의 끈질긴 노력이 있어야 하고, 종돈생산에 효율적인 요소를 제거해야 한다.

### 3. 돈육 생산매뉴얼 작성

이와 같은 가격으로 소비자가 원하는 돼지고기를 생산하려고 하면 돼지고기를 하나의 제품으로 생각하고 제품의 「스펙」을 구체적으로 정하여 이를 생산하기 위한 「생산매뉴얼」을 만들고 제품생산 관련된 업계의 공동노력이 필요하다. 즉 아무리 잘 생산된 돼지라 하더라도 도축장과 가공공장에서 위생적으로 상품가치가 있는 고기로 만들지

못하면 헛일이다. 또한 유통과정에서 역시 위생적이고 안전하게 수입육과 구별되게 소비자에게 팔려야 한다. 따라서 도축장과 가공업자, 유통업자의 협력이 필수적이다.

특히 국내산 돈육이 수입육과 구별되기 위해서는 위생안전면에서 생산이력제와 음식점까지 원산지표시제가 확실하게 실현되어야 한다. 이 경우 소비자와 음식점 경영자들의 협력이 필요하다. 그러기 위해서는 음식점 원산지 표시제를 돼지고기도 포함하여 전음식점에서 실시하여야 하고 현재의 솜방망이 처벌을 하한제로 변경하여 한번 위반하면 다시는 위반하지 못하도록 강화해야 한다. 품관원의 원산지위반단속건수 중에서 지난해 돼지고기 건수가 830건으로 제일 많다. 생산이력제도 현재 정부가 쇠고기만 법제화를 추진하고 있는데 돼지고기도 포함시켜 특별조치법을 제정해야 할 것이다.

### 4. 광역브랜드의 계열화

이와 같은 개별농가의 노력만으로 양돈산업이 현재와 같은 산업적 위치를 지켜 갈 수 있겠는가? 만두 이상의 미국 양돈농가를 중심으로 국제적인 도축업자들이 계열화하여 국제적인 브랜드 파워로 우리를 공약해오고 있는데 개별농가 단위로 대적할 수 있겠는가? 어렵다. 그러면 어떻게 해야 하는가? 두 가지가 필요하다.

첫 번째는 우리도 생산농가, 도축장 및 가공공장, 사료업, 유통을 하나로 연결하는 계열화가 되어야 한다. 현재는 10% 미만의 수준이지만 이것을 확대하여 할 수 있는 만큼 규모를 키워야 한다. 예를 들자면 농협 목우촌은 지역축협 중심으로, 도드람은 양돈조합 중심으로 광역화하여 계열화를 추진하고, 선진, 대상 등 민간 기업은 그 범위 내

우리 양돈산업의 생존과 발전을 위해서는 소비자가 원하는 돼지고기 생산을 위한 개별농가의 노력과 함께 첫째로 우리도 생산농가, 도축장 및 가공공장, 사료업체, 유통을 하나로 연결하는 광역브랜드의 계열화를 통해 브랜드 파워를 길러야 하며, 둘째로 생산자단체, 사료, 도축, 가공업체, 동물약품, 기자재, 유통, 요식업체가 상호협력할 수 있는 협의체를 구성하여 공존의 길을 모색해야 할 것이다. 양돈산업이 사라지면 혼자 존재할 수 없다는 공동운명체 의식만이 유기적인 경쟁력을 확보할 수 있기 때문이다.

에서 브랜드 파워를 키워나가야 할 것이다. 그렇다고 소규모 지역브랜드는 다 없어져야 한다는 것은 아니다. 지역적 특성을 갖고 특별한 이미지를 소비자에게 전달할 수 있는 특정 브랜드는 그 나름대로 가능한 범위 내에서 계열화를 확대하면 될 것이다.

## 5. 돈육업계를 하나로 묶는 협의체

두 번째는 그렇게 대형브랜드 계열화가 이루어지더라도 미국의 규모에 대응할 수는 없을 것이다. 따라서 우리 양돈관련업계가 하나로 뭉쳐야 산다. 즉 사료, 생산자 단체, 도축, 가공업체, 동물약품, 기자재업체, 유통업체, 요식업체가 하나로 뭉쳐, 소비자를 우리 편으로 만들어야 한다. 그러기 위해서는 소비자복지, 즉 소비자에게 득이 되게 할 수 있어야 한다. 눈으로 보는 맛, 코로 맞는 맛, 입으로 즐기는 맛을 충족시키고 우리 식문화에 맞는 형태의 제품과 요리를 소비자에게 제공해야 하며, 삼겹살뿐만 아니라 앞다리, 뒷다리로 맛있게 먹을 수 있는 요리가 나와야 한다. 반드시 같은 가격 또는 낮은 가격이라야 경쟁력이 있는 것만은 아니라는 것이다.

이렇게 하기 위해서는 돈육관련업계가 하나로

뭉치는 협의체가 필요하다. 이 협의체를 통하여 상호공존의 길을 모색하고 가능한 일부터 실천해 나가야 할 것이다. 내 산업만 생각하면 다 죽는다는 공존의식이 필요하다. 양돈산업이 사라지면 사료업체, 동물약품, 기자재산업, 도축·가공업이 혼자 존재할 수 없다는 확실한 공동 운명체 의식이 있어야 한다.

이제 우리 모두는 각자의 회계장부를 면밀히 검토해 봐야 한다. 그리고 우리 마음을 정리해봐야 할 것이다. 내가 할 수 있겠는가? 아니면 포기하고 다른 일을 찾아야 하는가? 우리는 협력할 수 있는가? 내식으로 살다가 슬슬 자취를 감출 것인가?

역사는 뜻이 있는 자가 만들어 간다. 행복은 추구하는 자에게 오는 것이다. 위생적이고 안전하게 더 나아가 행복하게 돼지를 키워 소비자가 원하는 돼지고기, 소비자가 즐기는 돼지고기요리를 만들어 우리 소비자들을 즐겁게 해주고 그 결과 우리 양돈인의 삶의 질이 더 한층 좋아지는 멋진 미래를 우리 손으로 만들어 가도록 합시다. **양돈**

