

# 임의육우자조금사업 추진방향

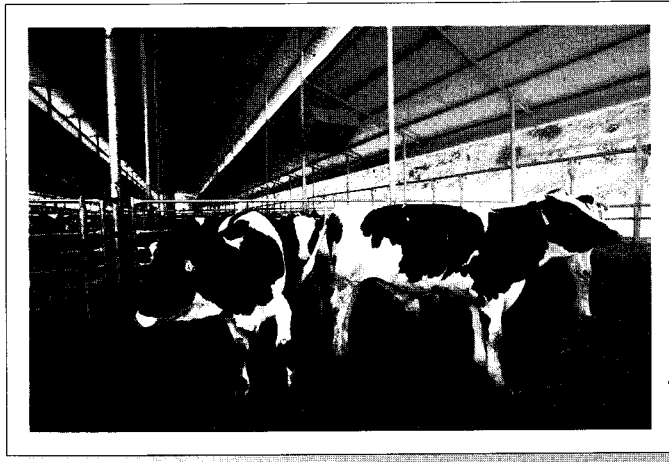
정 희 윤  
본회 지도부 과장

지난 2007년 미국산쇠고기 수입재개와 광우병 파동, 음식점 원산지표시제 등의 여파로 육우가격은 20% 이상 떨어진데 반해 사료값은 지속적으로 올라, 육우농가들은 두당 100만원 이상의 막대한 손실을 보게 되었고, 송아지값은 무려 90% 이상 폭락해 2~3만원에도 팔리지 않는 지경에 이르렀다.

다행히 협회에서 지난 수년간 노력해 온 육우 균급식이 전체 육우 도축물량의 8% 수준으로 개시(2008) 및 증량(2009)되었고, 농협목우촌육우출시, 환율인상 등 요인으로 육우가격이 예년 수준을 되찾아 가고 있다. 하지만 육우에 대한 소비자 인식이 여전히 저조하고 유통기반 또한 워낙 취약해서 가격 변동폭이 유동적인 위험요소가 항상 잠재되어 있다. 때문에 소비자에게 우리 육우를 제대로 알리고, 따라서 소비자와 유통이 육우를 찾도록 하여 근본적인 유통기반 조성을 갖추기 위한 노력이 절실한 상황이다.

본격적인 육우홍보는 지난 2004년 협회에서 선포한 육우데이를 기점으로 꾸준히 진행되어 왔지만, 소비자의 뇌리에 우리 육우를 정확히 각인 시키기에는 무리가 있었던 것이 사실이다. 이에 따라 보다 체계적인 육우

고기 소비홍보를 위해 협회 이사회('04.5.21)와 육우분과위원회 임원회의('07.8.3)를 거쳐 임의 육우자조금 사업추진을 결의하였다. 이후 육우자조금추진위원회를 구성하고 2년여의 준비기간을 거쳐, 지난 7월 31일 육우자조금관리위원회를 개최하여 2009년도 사업계획을 승인받으면서 본격적인 육우자조금 사업의 첫 발을 내딛게 되었다.



우리를 지킬 수 있는 건 오로지 우리 육우농가들 자신뿐 이라는 것은 주지의 사실이다. 우리 스스로가 노력하지 않는데 어느 누가 우리를 도와 주겠는가. 때문에 우리 자생력을 키우고 우리 목소리를 키우기 위해서는 협회로의 농가결집과 성공적인 자조금 참여가 최우선 과제이다. 육우농가 수가 적고 임의자조금으로 출발하게 되어 자조금 조성금액은 타축종에 비해 현저히 적을 것이다. 그러나 일단 우리 산업을 지키기 위한 자발적 노력의 첫발을 내딛었다는 데 큰 의의가 있는 것이며, 활동을 지속하면서 협회 육우농가 조직구성 확대와 향후 의무자조금으로의 전환을 통해 보다 발전적인 육우산업의 모습이 될 수 있길 기대해 본다.

어려운 여건 속에서도 육우자조금이 출범된 만큼, 모두가 힘을 모아 우리 육우를 알리고 우리 산업을 지키는데 최선의 노력을 기울이자는 것을 다시 한 번 말씀드리면서, 그간의 육우자조금사업 추진경과와 사업 추진 방향을 아래와 같이 소개한다.

## I. 육우자조금사업 도입 추진경과

### 1. 육우자조금사업 추진 결의

- 수입개방에 대응, 소비자에게 육우고기의 얼굴을 알리기 위한 체계적인 홍보사업 추진을 위해 육우자조금사업 추진을 결의, 그간 지속

#### 논의해음

- 2004년도 제3회 이사회 의결('04.5.21)
- 2005년도 제1회 임원회의 및 육우산업발전대책협의회('05.4.8)
  - ; 육우산업발전대책협의회를 육우자조금추진위원회로 전환
- 2007년도 육우분과위원회 제3회 임원회의('07.8.3)
  - ; 임의육우자조금사업 추진 결의
  - ; 임의자조금사업 추진을 위한 준비단계로 '육우자조금추진위원회'를 재구성하여, 자조금사업 추진 세부방안에 대해 협의기로 함
  - ※ 추진위원회 구성 : 육우분과위원장, 총무, 육우이사, 지부추천, 개별농가 등

## 2. 육우자조금 법적근거 마련

- 협회가 공문발송, 방문활동을 통해 육우자조금사업 시행의 법적 근거 마련을 요청한 결과,
  - '축산물의소비촉진등에관한법률' 개정안이 공포됨('06.12.28)으로써 육우자조금 설치를 위한 법적 근거가 마련됨
  - \* 제3조 3항 ②하나의 축산물에는 하나의 자조금을 설치한다.
  - 다만, 쇠고기의 경우에는 한우와 육우를 구분하여 설치할 수 있다.
  - \* 육우대의원수 80명 규정

## 3. 제1차 육우자조금 추진위원회

- 의안 제1호 '위원장 선출의 건'을 상정하여, 김진황 위원장을 만장일치 선출함
- 의안 제2호 '육우자조금사업 추진의 건'을 상정하여, 다음 내용으로 중점 검토기로 함
  - 거출기준 : 사육규모별 정액제(6구간)
  - 거출방식 : 연1회, 지로납부
- 의안 제3호 '육우자조금 추진기금 조성의 건'을 상정하여, 추진위원 1인당 30만원씩, 총 1천만원 이상을 목표로 추진기금을 조성기로 함
  - 사용용도 : 육우농가 현황파악 및 자조금 거출홍보 안내문 발송
  - 관리·운영주체 : 안성시육우지부

## 4. 육우농가 현황조사

- 관련업체 등을 통해, 전국 육우농가 명단을 일부 확보하여 유선연락으로 농가 현황조사를 실시함('07년 말~'08년 초)
- '09.4~5월 추가조사 결과, 최종 1,214농가 / 99,297두



#### 5. 제2차 육우자조금 추진위원회

- 의안 제1호 '육우자조금사업 추진의 건'을 상정하여, 사업 추진 세부방안을 논의함
  - 거출기준은 사육규모별 정액제(6구간),
  - 거출수단은 지로발송과 지부별 거출·납입 검토
  - ※ 차기 회의시, 세부운영방안 잠정 확정

#### 6. 제3차 육우자조금 추진위원회

- 의안 제1호 '육우자조금사업 추진일정의 건'을 상정하여, 원안대로 의결함
  - 2009년 하반기부터 임의육우자조금 거출
  - 육우농가 추가 현황조사(4월 중) → 관리위원회 개최 → 농식품부로부터 사업계획서 승인 → 육우자조금 거출 조성
- 의안 제2호 '육우자조금 거출방안(안)의 건'을 상정하여, 원안대로 의결함
  - 거출기준 : 사육규모별 정액제
    - \* 추진위 '육우농가 현황 조사자료'에 근거
  - (50두이하)10만원, (51~100두)20만원, (101두~200두)30만원, (201~500두)50만원, (501~1,000두)100만원, (1,001두이상)2백만원
  - 거출수단 : 지로영수증 발행, 납부
    - ; 농가 사육두수별 해당 거출금을 산출, 지로영수증 발송하여 개별 납입
- 의안 제3호 '육우자조금관리위원회 구성의 건'을 상정하여, 다음과 같이 의결함

- 축산업자 11인 : 이승호 협회장(당연직), 강병권 협회이사, 광근원 안성시육우지부장, 박종희 육우분과충북도위원장, 이채연 청원군육우지부장, 윤원 화성육우회장, 남원 1인(지역선출후 통보) / \* 총 7인
- ※ 나머지 4인은 추후선임
- 외부인사 4인(관계공무원/유통전문가/학계/소비자)은 집행부 위임

## 7. 육우자조금 관리위원회 구성

### ■ 관련근거

- 축산자조금의 조성 및 운용에 관한 법률 시행규칙
  - 제13조(위원회의 구성) 법 제16조제1항에 따른 위원회는 15인 이하의 위원으로 구성하되, 위원은 축산단체의 장이 위촉하는 다음 각 호의 자로 한다.

1. 축산업자 11인 이하
2. 학계인사·소비자·관계공무원 및 유통전문가 각 1인

### ■ 관리위원 위촉[한농육 09-1-45호(09.7.23)]

- 축산업자 11인 중 8인 : 이승호(협회장), 강병권(이사), 광근원(안성시육우지부장), 이채연(청원군육우지부장), 박종희(육우분과 충북도위원장), 박영조(남원), 윤 원(화성 육우정감육우회 고문), 김홍원(농협 축산유통부 부부장)
- 외부인사 4인 : 박홍식(농식품부 육우담당계장), 김연화(한국소비생활연구원장), 한수현(축산기업중앙회 전무), 김완영(한국농업대학 교수)
- 감사 2인 : 나기혁 육우분과위원장, 김진황(안성)

## II. 육우자조금사업 추진방향

### 1. 사업추진 목표

#### ■ 육우에 대한 소비자 인식 전환·제고를 통한 육우고기 소비촉진

- 국내산 육우에 대해 잘못된 인식을 가진 소비자에게 올바른 정보와 우수성을 홍보하여 육우고기 소비 촉진에 기여
- 육우고기를 한우, 수입쇠고기와 차별화하여 육우 유통시장 투명성 제고 및 활성화

#### ■ 육우고기 소비촉진을 통한 육우산업 기반안정

- 육우자조금 소비촉진을 통한 육우산업 기반안정

○ 육우농가의 자조금사업 참여를 통한 육우농가 단합, 조직력 강화

## 2. 사업추진 방향

### 1) 사업추진 형태 ; 임의 자조금

#### ■ 의무자조금도입 여건 미성숙

○ 의무자조금 실시를 위해서는 전국단위 대의원(육우농가)을 직접 선  
거방식으로 80명을 선출해야 함

- 선출구별 투표율 50% 이상 또는 선출구내 사육두수의 2/3 이상  
생산하는 농가 참여

○ 농가수가 적고 산재되어 있는 육우농가 특성과 현재의 조직구성으  
로는 대의원 입후보· 선출과 투표율 충족이 현실적으로 불가능함

#### ■ 임의자조금사업 전개를 통한 공감대 형성

○ 우선은 임의자조금사업 전개를 통해 자조금사업 필요성에 대한 농  
가 여론 및 공감대 형성

○ 동시에 협회지부 설립과 회원가입 확대로 향후 의무자조금사업 추  
진을 위한 체계적인 기반 마련

### 2) (농가)자조금 조성방법

#### ■ 거출기준 ; 사육규모별(6구간) 정액제

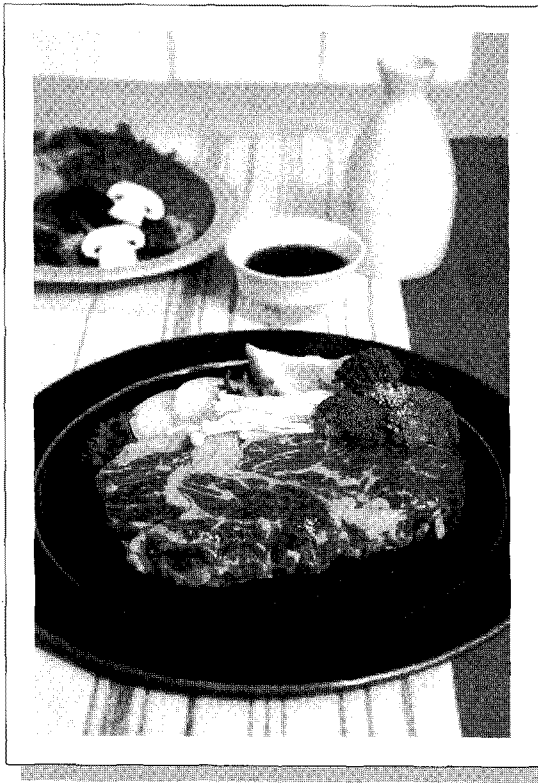
(50두이하)10만원, (51~100두)20만원, (101두~200두)30만원  
(201~500두)50만원, (501~1,000두)100만원, (1,001두이상)2백만원

구 분	육우농가 현황				호당 납부액(원)
	인 원	비 율	두 수	비 율	
50두이하	730	53.0%	19,633	20%	100,000
51~100두	268	19.4%	21,111	21%	200,000
101~200두	124	9.0%	19,134	19%	300,000
201~500두	78	5.7%	25,365	25%	500,000
501~1000두	10	0.7%	7,900	8%	1,000,000
1001두 이상	4	0.3%	6,154	6%	2,000,000
합계/평균	1,214	100%	99,297	100%	-

\*육우자조금추진위 '육우농가 현황 조사자료' 에 근거

#### ■ 거출수단

○ 사육두수별 해당 거출액 산출, 지로영수증 발행, 개별납입



○ 안성 및 청원지역은 협회 해당 지부에서 일괄거출, 본위원회로 납입

※ 현황조사에 파악되지 않아 지로통지서를 받지 못한 육우농가라 하더라도, 인적사항 및 사유두수를 협회로 알려주면 지로통지서 발행 및 자조금 납부 가능

### 3) 홍보방향

■ 국내산 육우고기의 기본적 개념을 정확히 전달하여 소비자 신뢰확보와 구매욕구 향상에 초점

○ 먹거리 안전에 대한 관심 고조와 어려운 경제여건 속에서 국내산 육우는 한우와 같이 믿고 먹을 수 있는 국내산이면서 가격한 경제적이라는 실용성을 강조

○ “주부”를 주타겟으로 하되, 회사원, 학생 등 전국민을 대상으로도 정보제공 사업 추진

■ [정부지원]하반기 육우고기 소비홍보사업과 연계 진행

○ 방송광고, PPL(방송프로그램 제작지원), 온라인홍보 등 실시 예정

■ 육우브랜드 홍보지원을 통한 실질적 효과 발생 도모

○ 육우농가의 수가 적고 산재되어 있어 지자체나 지역축협에서 관심을 보이지 않아, 육우브랜드는 한우처럼 지역단위가 아닌 극소수 전국단위 브랜드로 성장해 옴

○ 향후에도 육우브랜드가 다양하게 늘어나지는 않을 것으로 예상되는 가운데, 현재 활동 중인 육우전문브랜드의 홍보사업을 지원하는 것이 보다 효과적인 육우홍보와 직결될 것으로 판단

- 육우가 소비자에게 어필이 안 된 상황에서 전체 육우이미지 상승 효과과 더불어 육우브랜드 육성 지원 효과까지 발생 ㉠