서 옥 석 농학박사
농촌진흥청 국립축산과학원
가금과장

무엇을 준비할 것인가?

'빠르게 변하는 사회' 란 표현을 자주 듣는데, 필자는 여기에다 '심오하게 변하고 있다' 는 말을 덧붙이고 싶다. 빠르기도 할 뿐더러 그 깊이와 폭까지 만만치 않아서 따라잡기가 버거워서 써본 말이다. 내 경쟁력을 유지하기 위한 최선의 수단은 '차별화' 를 통해 남들보다 멀리 앞서 하는 것이라고 믿고 있었는데, 이제는 지식과 정보의 공유, 개방, 상생이 생존의 수단이라 한다.

축산업을 포함한 농업을 일컬어 '1차 산업' 이라고 하더니, 언제 누가 시작했는지 이제는 '복합 6차 산업' 이라 하면서, 이는 생산, 가공, 판매, 관광산업을 포함하는 의미라고 설명한다. 생산량 증가, 품질 개선 생산비 절감에 겨우 익숙해 있는데 이제는 자본, 경영, 마케팅에 관한 문제까지 나온다. 뜻이 다르고 처음 듣는 말들이 섞여 자주 사람을 헷갈리게 만든다. 우리를 에워싼 모든 것들의 태도에서 사회현상과 시대의 징표(Signs of Times)를 읽어내고 준비해야 한다는 다급함을 느낀다. 지식보다는 지혜가 간절하게 그리워지는 때이다.

당장의 걱정이 자유무역협정(FTA)이다. 정부는 FTA가 궁극적으로 우리나라의 성장에 도움이 된다는 판단을 가지고 추진하는 것이지만 우리 닭고기산업분야는 근심이 있을 뿐이다. 현재 칠레, 미국, 유럽연합 등과 FTA를 체결한 상태이다. 그러나 여기에 그치지 않고 진행단계는 다르지만 호주, 뉴질랜드, 콜럼비아, 터키, 중국 등과의 FTA를 추진하고 있다.

이러한 대세를 양계산업의 피해논리만을 가지고 뒤집는 것은 불가능한 일이다. 냉철하고 분명한 근거를 가지고 실사구시적 대책을 마련해야 한다.

최우선이 되는 근거는 FTA 때문에 발생하는 피해액이다. 얼마 전 주요 국책연구기관에서 내놓은 축산분야의 피해액을 보면 돼지고기 1천214억원, 낙농품 805억원, 쇠고기 526억원, 닭고기 331억원이다. 그러나 각 협회에서 주장하는 피해액은 이것보다 훨씬 많다. 돼지의 경우 국책연구기관에서 내놓은 액수보다 4배가 많다.

분야별 협회는 자신이 이끄는 산업의 가치창출에 대해 세세한 부분까지 짚어낼 수 있는 단체이다. 혹 국책연구기관이 FTA 피해규모를 추산하는 과정에서 빠뜨린 것은 없는지 따져보고, 가금 관련 협회별로 FTA 피해액을 정확히 산출해봤으면 한다. 피해규모가 적게 잡히면 대책의 규모도 작아지기 때문이다.

사료값 인상이 걱정된다. 사료비는 닭고기 생산비 가운데 60% 정도까지 차지한다. 조사료를 활용할 수 있는 소는 경우와는 받는 충격이 다르다. 이 분야 전문가들의 설명에 따르면 가뭄으로 생산량이 줄어든 러시아 및 우크라이나 등 흑해 연안국가의 밀 값이 상승하면서 다른 곡물까지 동반상승을 부추겼고, 설상가상 미국이 경기 부양을 위해 화폐를 발행해 시중에 푸는 정책을 펴면서 달러의 화폐가치가 떨어졌기 때문이라 한다.

11월 중순 수입산 옥수수의 국내 도착가격은 톤당 318달러로서 불과 4개월 전인 7월초의 225달러에 비해서 71% 수준으로 말 그대로 숨이 찰만큼 가파르게 올랐다. 곡물가격 상승은 옥수수에 국한된 것이 아니다. 옥수수 가격이 오르는 같은 기간동안 밀은 197달러에서 313달러로 63%가, 콩은 368달러에서 483달러로 76%가 올랐다.

이러한 배경에서 사료업체들은 "특별한 조치가 없는 한 20~30%의 배합사료가격 인상이 불가피하다"고 말한다.

현재 우리나라 식량자급률은 27%이다. 쌀을 제외하면 실상 5%에 불과하다. 그렇게 볼 때 사료문제는 참으로 심각하다. 관세제도를 통해 사료가격인상을 어느 정도 완화한다 하더라도 그것은 미봉책일 뿐이다. 해외식량기지를 확보하는 등 보다 근본적인 대책은 정부에 맡길 수밖에 없다. 가금생산자 입장에서 할 수 있는 일은 기술의 개선을 통해 사료효율을 향상시키는 당장의 노력과 함께 최악의 경우에도 우리가 가진 것만으로도 육계산업이 존속할 수 있는 수단을 마련해야 한다.

세계적인 관심사인 온실가스 배출을 줄이려는 노력에 육계산업도 동참해야 한다.

각국이 지구온난화를 막기 위한 국제조약 이행에 성의를 보이고 있는 것은 환경보존이라는 순수한 의도보다는 국제사회에서의 명분과 위상을 잃지 않겠다는 전략적 측면이 크다. 우리나라도 2020년까지 온실가스배출량을 2005년도 대비 4% 이상 줄인다는 목표 아래 환경친화 저탄소형으로의 산업활동을 독려하고 있다. 환경에 부담을 주지 않는 생산활동은 강력한 시대적 요구로서 선택이 아니

라 생존을 위한 필수 항목이라는 사실을 명심해야 한다. 온실가스배출을 감축하는 노력이 없는 국가가 국제사회에서의 비난을 받는다면, 이 부분에 감각도 노력도 없는 산업 역시 이 사회에서 미운 존재가 될 수밖에 없다.

현재 육계농장은 막대한 양의 연료와 점등 전력을 소비하고 있다. 농업분야에서 가장 에너지소모가 큰 산업이다. 면세유와 값싼 전기료 혜택을 우리 국민들이 언제까지 봐줄지 아무도 장담할 수 없다. 환경친화적 저탄소형 생산방식을 명분으로 지열과 LED 점등에 대한 보다 적극적인 정부지원을 요구하는 등 구체적인 활동이 산업계 내부에서 일어나기를 기대한다. 가금생산방식이 환경에 부담을 주지 않은 방향으로 바뀌지 않는다면 산업의 명분을 쌓기도 어렵고 지속성장도 어려울 것이라는 생각 때문이다.

닭고기 수출을 준비해야 한다. 우리나라에서 수출은 곧 애국(愛國)이라는 등식이 만들어져 있을 만큼 명분을 얻는데 있어 최선의 수단이다. 한반도 주변 러시아, 일본, 중국은 각각 세계 1위, 2위, 4위의 닭고기 수입국이다. 이들의 수입량은 연간 240만톤 규모로서 우리나라 총생산량의 4배에 달하는 엄청난 물량이다. 우리나라는 이들에게 냉장닭고기를 보낼 수 있는 유일한 국가이기도 하다. 이 시장을 미국, 브리질 등 먼 나라에서 생산한 냉동닭고기가 차지하고 있다. 수출이 안 되는 원인이 무엇일까?

흔히 조류인플루엔자(AI)를 지목하지만 보다 근본적인 문제는 우리나라에서 생산되는 닭고기 규격이 수입국들이 원하는 것보다 작다는 점으로 생각한다.

자주 거론되는 대형닭 생산의 필요성이다.

농림수산식품부는 육계의 경영비 절감방안으로 대형닭 생산을 확대할 생각이나 아직 소비시장에서 대형닭을 찾기란 쉬운 일이 아니다.

대형닭은 보통 2.5kg 이상으로 키워낸 닭을 말한다. 현재 우리나라에서 소비되고 있는 닭은 보통 1.6kg 정도로서 일본이 3.0kg, 미국이 2.5kg 이상으로 육계를 키워내는데 비해 작다. 이는 한 마리 통닭을 선호하는 국내소비자의 선호도를 반영하기 때문이다. 대형닭을 생산하면 좋은 부분육을 만들어낼 수 있고 생산비도 크게 줄어든다. 일부에서는 아직도 국내 육계생산기반이 대형닭을 만들기에는 힘들다고 하지만 국립축산과학원은 장기간의 실험과 현장실증까지 마친 상태이다. 이제는 계열업체에서 기술을 이전받아 현장에서 활용해야 한다. 기업 입장에서 혹 "지금도 충분한 이윤을 얻고 있는데 신기술 도입에 따른 부담을 감수할 필요가 없다"는 생각을 가질 수 있을 것이므로 적절한 수준의 정책지원이 필요할 것이다.

한 언론사에서 'Green4' 운동을 주창하고 나섰다. 녹색농장(Green Farm), 녹색먹을거리(Green Food), 녹색마을(Green Vill), 녹색

문화(Green Culture)의 의미라고 설명을 들었다. 가슴에 따뜻하게 안겨드는 말들이다.

지난 11월 11일~12일 우리나라에서 열린 G20 정상회의에 제공된 우리 농축산물에 대한 신문기사를 유심히 살펴봤다. 하얗게 핀 이팝나무 꽃을 닮았다는 '이팝쌀'은 친환경 우렁이 농법으로 거둔 것이라 한다. 이밖에도 상주 곶감을 먹여 키운 '명실상감한우', 넙치, 한라봉, 강원도 고랭지에서 생산한 야채와 허브 등이 있는데, 국민 1인당 최대 단백질 식품 공급자인 가금산물은 여기에 끼질 못했다.

이들 농축산물은 풍요, 행운, 건강 등 나름대로 의미를 가지고 먹는 사람의 감성을 자극할 수 있는 것들이라 한다. 필자는 이러한 감성이 우리나라 가금산업 전반에 스며들어 산업의 이미지를 개선하고 생산물의 브랜드화에 기여하며 수많은 충성고객을 만들어낼 수 있기를 소망한다.

최근 공공부문이나 민간부문 모두에서 '소통과 상생'이 강조되고 있다. 앞서 말한 친환경 녹색성장은 자연과 산업간의 소통과 상생을 의미한다. 경영전문가들은 농업인과 상업인, 공업인간의 협력을 강조한다.

최우선으로 우리끼리의 소통과 상생, 다시 말해서 가금분야를 이끌고 있는 협회간, 업체간의 관계부터 시작해야 한다. 투쟁과 비판은 가장 손쉽게 택할 수 있는 수단이지만 투입한 에너지에 비해 얻을 수 있는 것은 그리 많지 않다는 사실을 대부분의 사람들은 잘 알고 있다.

다음은 소비자와의 소통이다. 소비를 고려하지 않은 일방적인 생산은 소비자에게 거부감을 줄 수 있다. 식품으로서의 강점이 많은 양계산물이 소비자에게 최우선으로 선택되는 축산물이 되기 위해서는 소통이 필요하고 구체적 전략도 필요하다.

식품업체, 학교급식, 산업체 단체급식을 포함해 급성장하고 있는 외식업체와의 소통이 필요하다. 식재료 선택의 결정권자인 영양사 등을 상대로 첨단화되어 있는 닭고기 생산 라인과 다양한 제품을 소개하고 그들이 원하는 내용도 파악하여 생산에 반영해야 한다.

앨빈 토플러의 저서 '제3의 물결'에 프로슈머(prosumer)라는 단어가 등장한다. 생산자(producer)와 소비자(consumer) 역할을 동시에 수행하는 것을 말한다. 각자가 프로슈머로서의 역할을 해내야 한다.

우리나라 육계산업은 지난 1997년 닭고기의 수입이 전면 개방에 대응하는 학습경험을 지니고 있다. 그 과정에서 농가는 규모화를 이뤘고 자본기술집약적 기업이 성장했다. 당시 붕괴를 우려했던 생계형 육계산업은 소득극대화를 추구하는 산업으로 탈바꿈했다. 그로부터 십수년이 지난 지금의 상황을 정리해 본 것이 열거한 '다국간 FTA체결' '사료가격 인상' '환경친화적인 방법으로 품질과 생산성을 개선하는 문제' '감성경영' '소통과 상생의 문제' 등이다.

앞으로의 10년, 육계산업에서 부족한 부분은 타 분야와의 소통을 통해 보완하여 체질이 강한 산업으로 변화되고, 국내에 한정된 소비시장은 세계 닭고기 시장을 향해 커져 나가는 의미있는 기간이 되기를 기대한다.