

미래 안정적 원유수급 위해 풀어야 할 시급한 과제는?



박종수
충남대학교 농과대학 교수

2011년도 연간 원유생산량은 2010년에 비해 8.9%가 감소한 1,889천톤으로 집계되었다. 이는 2010년 말부터 2011년 초까지 발생되었던 구제역(FMD)으로 인해 36천여두의 젖소를 매몰시킨데 따른 사육두수의 감소와 FMD 백신접종 스트레스에 따른 생산성 저하 등으로 원유의 생산량이 절대적으로 감소한데 기인된 결과이다. 그러나 정부와 낙농업계는 FMD로 인해 위축된 원유의 생산기반을 조기에 회복시키기 위해 FMD 종식과 더불어 원유생산의 쿼터제유예와 함께 연간 총량제를 도입하고, 이어서 2011년 8월에는 원유가격의 인상과 더불어 체세포수 2등급 원유의 인센티브를 인상시키는 등 원유의 증산을 유인시킬 수 있는 조치를 감행함으로써 최근 들어 원유의 생산이 FMD 이전 수준으로 빠르게 회복하고 있는 것으로 파악되고 있다. 여기에 지난해 7월 1일과 금년 3월 15일부터 각각 발효된 한·EU FTA와 한·미(KORUS) FTA로 인해 치즈와 분유 등을 포함한 다양한 유제품에 대한 저율 및 무관세 수입물량이 지속적으로 증가될 전망임을 고려할 때, 현재와 같은 원유의 생산체계가 지속될 경우, 생산증가에 따른 수급불균형이 조기에 나타날 것이라는 사실을 배제할 수가 없다.

따라서 원유의 항구적인 수급안정을 위한 근본적인 방안을 서둘러 구축할 필요가 있다. 이에 필자는 본고에서 미래의 안정적 원유수급을 위해 가장 시급하다고 판단되는 대책을 우선적으로 두 가지만 제시하고자 한다.

첫째는 어느 경우라도 원유의 수급안정을 위한 1차적인 대책은 증가되는 공급량만큼 수요를 늘려나가는 일이다. 2011년도에는 국내 원유의 급격한 생산량 감소에도 불구하고 국내 총 소비량은 사상 최대인 3,520천톤(원유환산량)을 기록함으로써 국민 1인당 우유소비량도 70kg에 달하게 되었다. 그러나 이

같은 소비량 증가는 국내산 원유로 제조되는 시유(음용우유)나 신선유제품의 증가가 아닌 치즈를 비롯한 수입유제품을 원료로 제조되는 유제품의 소비증가에 기인된 것이다. 국내 원유사용량의 약 75%를 차지하고 있는 시유의 소비량은 전년도에 비해서도 오히려 줄어들었다. 국민 1인당 시유의 소비량은 1990년대 중반에 이미 35kg 수준에 달한 후 지금까지 소폭의 증감 내지 정체현상을 거듭하면서 지난해에는 33kg 수준까지 떨어졌다. 따라서 국내 원유시장의 수급안정을 위해서는 무엇보다도 국내산 원유를 사용하여 제조되는 시유와 신선유제품의 소비를 증대시킬 수 있는 대책이 최우선시 되어야 한다.

그렇다면 왜 이렇게 국내 시유의 소비가 정체 내지는 감소현상을 지속하고 있는 것일까? 시유의 소비가 한계에 달한 것일까?

한식의 식단구조상 서양처럼 소비를 늘리는 데는 한계가 있겠지만 그래도 지금보다는 상당히 늘릴 수 있다는 것이 필자의 생각이다. 국내 시유의 소비정체 내지 감소는 낙농업계가 기본적으로 출산율의 저하 및 청소년 인구의 감소, 다양한 대체음료의 출현, 가처분소득 증대에 따른 외식문화와 다이어트를 위한 소식지향적 식문화의 확산 등 소비자의 식품소비에 대한 환경과 패턴변화에 따른 필요와 욕구에 능동적으로 대응해오지 못했기 때문이다. 이를 극복하기 위해서는 이제라도 유지방 중심의 원유에 대한 성분가격제도를 단백질을 포함한 성분가격제도로 조속히 전환시켜야 한다. 원유의 성분가격제도에 대한 변화는 시유와 신선유제품의 다양화를 통한 소비자 지향적 시장을 확보해 나가는 전제조건이다. 우유의 핵심적인 영양 가치는 칼슘과 단백질이며, 따라서 소비자가 우유를 마시는 가장 중요한 이유는 칼슘과 단백질을 섭취하는 데 있다는 사실을 절대로 간과해서는 아니 된다. 2010년부터 시작된 원유의 성분가격산정체계 개선을 위한 논의가 낙농가와 유가공업체의 지나친 이해타산으로 인해 중단된 상태다. 새로운 제도를 도입하는 과정에서 공급자와 수요자 모두를 일거에 만족시킨다는 것은 사실상 쉽지 않다. 서로가 조금씩 양보해서 해결의 실마리를 찾아야 한다.

더불어 시유의 수요확대를 위한 국내의 현행 소비촉진체계가 대폭 개선 및 강화되어야 한다. 농가가 부담하여 조성하는 자조금의 거출액을 크게 늘리고, 이와는 별도로 시유를 생산하는 유가공업체도 자조금사업에 반드시 동참해야 한다. 한국은행의 기업경영분석 자료에 따르면 최근 수년간에 걸쳐서 우리나라 유가공업체가 자사 브랜드의 우유와 유제품에 대한 상표촉진(brand

“시유의 수요확대를 위한 현행 소비촉진체계의 개선 및 전국단위의 통합쿼터제 도입이 필요하다”

promotion)을 위해 매년 투입하고 있는 광고·선전비는 연 평균 2,500여억원에 달하고 있다. 이 같은 상표광고비의 10~20%만 시유와 신선 유제품의 공동 소비촉진(generic promotion)에 투입된다면, 상표 및 공동소비촉진의 시너지효과를 통해 시유와 신선유제품의 시장이 획기적으로 확대될 수 있을 것이다. 적어도 국내산 원유를 100% 사용하는 백색시유에 대해서는 자사 상표의 우유에만 국한하는 상표촉진체계를 대폭 개선하여, 백색시유의 총 시장을 확대할 수 있는 유가공업체 공동의 소비촉진체계로 전환시키는 패러다임의 변화에 유가공업체의 과감한 결단과 배려가 요구된다. 정부는 차제에 백색시유에 대한 유가공업체의 자조금사업 참여를 의무화하는 법적·제도적인 조치를 적극적으로 추진할 필요가 있다.

다음으로는 전국단위의 계획생산제(통합쿼터제)가 조속히 도입·시행되어야 한다. 이는 원유의 시장 수요량에 맞추어 그에 상응하는 만큼의 원유를 계획적으로 생산하자는 것이다. 정부는 시유와 신선유제품에 소요되는 원유의 자급률을 고려한 국내 원유의 목표생산량을 정하고, 그에 대한 합리적 공급관리를 위한 전국단위의 계획생산제를 조속히 확정·도입해야 한다. 이를 추진하는 과정에서 원유의 용도에 따른 시장수급현실을 인식하고 원유가 용도에 따라 합리적으로 거래될 수 있도록 가공원료유에 대한 일정한도를 설정하여 그에 대해서는 농가소득보전차원의 차액보전정책이 필요함도 간과해서는 아니된다. 전국단위의 통합쿼터제를 통한 계획생산은 농가의 거래교섭력 확보와 원유생산의 경직성과 상품 및 유통의 특성을 차치하고라도, 사료와 노동 등을 포함한 원유의 생산자원이 극도로 빈약하고 생산자원의 조달을 대부분 수입에 의존하고 있는 우리나라의 낙농여건에서 반드시 선택해야 할 필연적인 과제이다. 필요 이상의 많은 양을 생산하여 원가 이하로 거래하는 것은 가용자원의 낭비가기 때문이다. ㉞

