

# 육우 의무자조금 도입 통한 국내 육우산업에 대한 기대



강 병 권  
육우자조금 관리위원  
(본회 前 이사)

육우산업은 현재 큰 어려움에 처해있다. 물론 하루 이틀 된 문제가 아니다. 1999년 축산물 수입이 완전 자유화 된 이후 언젠가는 나타날 문제였지만, 미국산 광우병 쇠고기 파동과 음식점 원산지 표시제 시행, 구제역 파동을 거치면서 누적된 문제가 한꺼번에 현실로 나타나고 있으며, 그 동안 한우 사육두수가 지속적으로 늘어나면서 '장기불황'의 양상을 보이고 있다.

최근 몇 년 사이에 육우 사육 현황을 보면 사육두수의 지속적인 감소와 함께 사육 농가도 지속적으로 감소하는 양상을 보이고 있다. 이는 많은 농가들이 육우 산업에 대한 희망의 끈을 놓고 있다는 증거이기도 하며, 장기간의 경영악화로 더 이상 사업을 지속할 수 없는 현실을 반영한 결과이기도 하다.

근본적인 문제 해결을 위해서는 국내 산업 여건에 따라 수입물량을 제어할 수 있는 제도적인 장치를 마련하고, 국내 농축산물의 자급률 목표를 법제화하여 이에 근거한 농축산 정책을 세우는 것이 마땅하나 자유무역협정의 확대를 추진하고 있는 현 정부에게 이를 기대하기는 요원한 것이 현실이다.

현실적으로는 과도하게 늘어난 한우 사육두수를 빠른 시간 안에 조절하여 한육우 농가의 연쇄도산을 막는 길인데, 이를 위해서는 한우 암소 도태를 보다 적극적으로 추진하고, 폐업 보상 정책을 통해 단기간 안에 적극적인 구조 조정을 시행하는 방안이 있다. 이는 전적으로 정책 당국의 의지에 달려 있으므로 한육우 단체의 적극적인 요구가 필요한 시점이다.



자, 그럼 모든 상황을 다 인정하고 우리가 해야 할 일은 무엇일까? 정부와 협회에서 문제를 다 해결해 줄 때까지 기다리면 되는 것일까? 우리 자신들의 문제를 해결하기 위해서는 자구 노력을 하지 않을 수 없다.

가장 기본적이고 또 무엇보다 중요한 것이 바로 '자조금 사업'이다.

현재 자조금 사업은 거의 모든 축종에서 시행하고 있으며, 한우 자조금이 연간 약 330억원, 양돈이 175억원, 낙농이 약 80억원 등 주요 축종들은 이미 안정적인 자조금 사업 규모를 보유하고 있으며, 육계와 산란계의 자조금 규모도 합해서 약 27억원에 이르는 등 의무자조금 사업을 하는 축종들은 대부분 독자적인 사업을 추진 할 수 있는 규모로 자조금을 조성하고 있는 것이 현실이다.

하지만 의무자조금이 아닌 임의 자조금의 경우, 오리 6억원, 양봉 5억원, 사슴 2억원, 육우 2억원 등 그 사업 규모가 작아 독자적으로 자조금 사업을 추진하기 어려운 실정이며 정상적인 사업을 추진하기 위해서는 '의무자조금' 도입이 절실하다고 하겠다.

육우 의무자조금 사업은 전국의 육우 농가의 의지를 한데 모아 육우 산업을 지키고 육우산업의 자생력을 키워나가는 데 필수적인 사업이다. 하지만 의무자조금 사업을 추진하는 길은 참으로 멀고 험한 길이다. 한국낙농육우협회는 2004년 자조금 사업 추진을 결의 한 이후 우여곡절 끝에 2009년에서야 ‘임의 자조금’ 사업을 진행 할 수 있었고, ‘의무자조금’ 사업을 결의하였으나 2011년 구제역 사태로 또 다시 연기되고 보류되는 상황을 맞이하였다.

2012년 9월 충북 청원 포도원육우에서 개최된 ‘육우 의무자조금 추진위원회 결성식’을 시작으로 ‘의무자조금’을 위한 본격적인 행보가 시작되었다. 하지만 ‘의무자조금’을 추진하는 데 가장 큰 문제는 육우 농가들의 지역 조직이 결성되어 있지 못하다는 것이다. 안성과 청원을 제외하면 제대로 된 지부가 결성되어 있지 않고 그나마 전북 남원과 경기 화성, 충북 음성에 몇몇 농가들로 구성된 명목상의 지부가 있을 뿐이다.

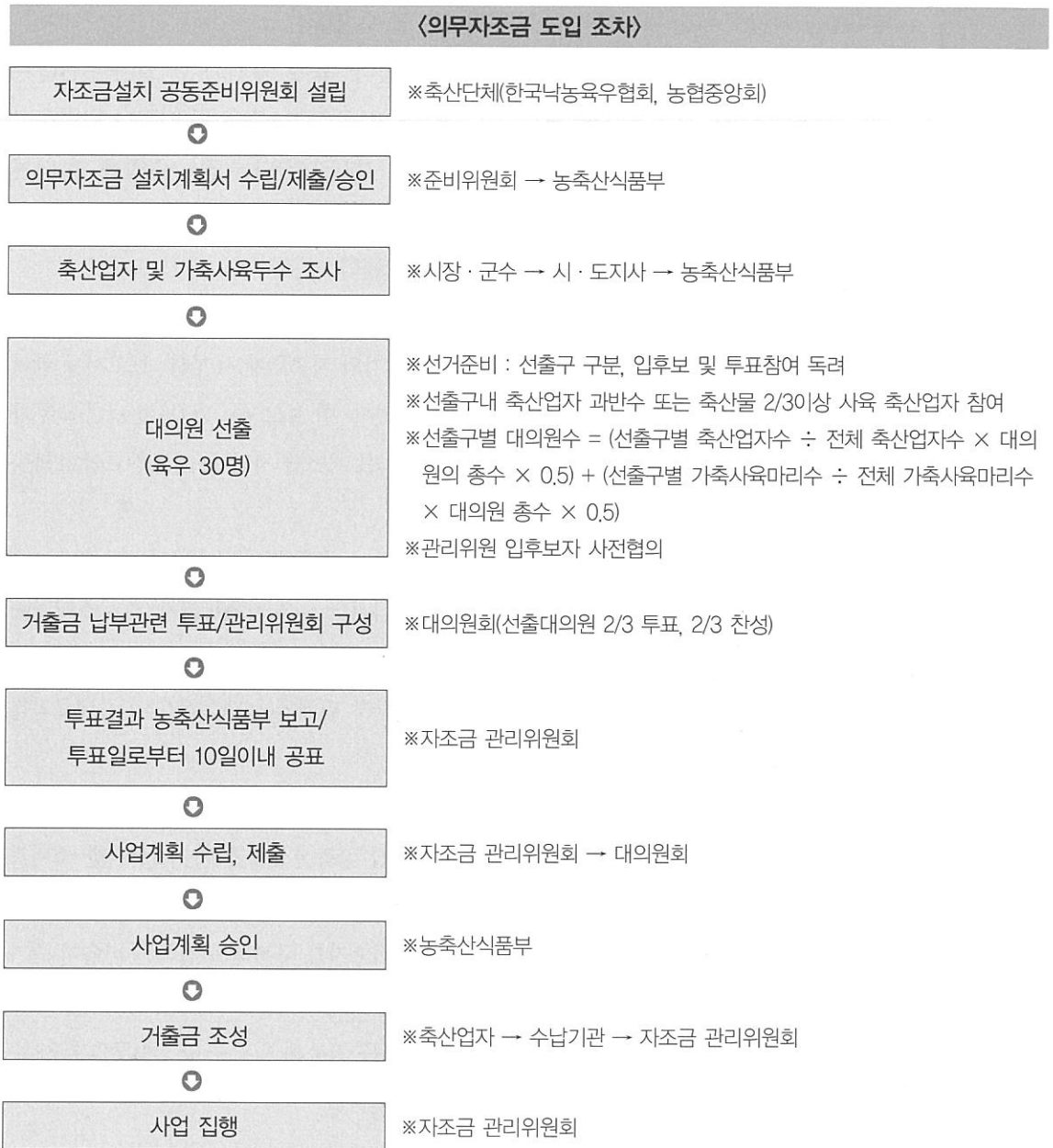
그래도 희망은 있었다.

그 동안 임의자조금 사업을 통해 구축되었던 농가 현황 자료와 전화 상담으로 파악된 지역별 협조자들이 있었고 이분들과 협력하여 ‘의무자조금 도별 추진위원회’ 결성을 진행하였는바 지난 4월부터 의무자조금 ‘경상북도 추진위원회’와 ‘충청북도 추진위원회’, 그리고 ‘경기도 추진위원회’ 결성에까지 이른 것이다. 도별 추진위원회는 협회의 지역 조직이 구성되지 못한 약점을 훌륭하게 보완해 줄 것으로 믿으며, 아직 결성되지 못한 지역도 9월까지는 모두 결성을 추진하여 ‘지역 대의원’ 선출을 차질 없이 진행할 계획이다.

‘하늘은 스스로 돕는 자를 돕는다.’는 말이 있다.

자조금 사업에 가장 잘 어울리는 말이고 위기에 처한 우리 육우 산업의 생존과 발전을 위해 반드시 실천해야 할 과제이다.

육우 의무자조금은 사업 추진주체 구성, 사업 계획 수립, 농가현황 조사, 대의원 선출, 관리위원회 구성의 순서로 진행되며 한국낙농육우협회와 농협중앙회, 농림부와 지방자치단체, 소비자단체와 도축장 등 거의 모든 관련 기관이 협력하여 추진해야 할 사



업이다. 의무자조금 도입 절차는 다음과 같다.

다행인 것은 2012년 8월, 의무자조금 추진에 필요한 관련법 개정이 이루어져, 육우자조금 대의원수를 80명에서 30명으로 줄인 것은 육우 산업의 현실을 반영한 결과로 의

무자조금 사업의 추진 가능성을 한층 높였다고 볼 수 있다.

육우 산업의 가장 큰 고민 중의 하나는 소비자들이 ‘육우’에 대해 잘 알지 못한다는 것이다. 타 축종의 경우 국내산 돼지고기, 한우고기, 닭고기, 우유 등 너무나 당연하고 쉽게 인지할 수 있는 내용인 반면, ‘육우’의 경우 ‘한우’와 다른 점, ‘수입육’과 다른 점, ‘젓소고기’와 다른 점을 설명해야 하기 때문에 다른 어느 축종보다도 ‘홍보를 위한 노력’이 절실하고 또 그 효과도 클 것으로 예상된다.

『한국자조금연구원이 발표한 ‘축산자조금사업 평가와 자조금제도 개선’ 보고서를 살펴 보면 의무자조금의 필요성에 대해 쉽게 인식할 수 있다. 이 보고서는 2005년 당시 의무자조금제도가 실시된 낙농자조금과 양돈자조금의 효과를 자조금 사업 중 기초광고의 효과를 통해 측정했다.

우유의 경우 1999년부터 2003년까지 5년간 실제 소비량이 추정 소비량보다 평균 7% 정도 높은 것으로 나타났는데, 이는 낙농자조금이 실시한 우유 기초광고가 우유 소비량에 긍정적인 영향을 미친 결과로 조사됐다. 양돈자조금이 실시한 기초광고 역시 소비촉진 활용 비용 1원당 14.14원의 소비증대 효과, 또는 생산자 판매액(농가수취가격) 증대효과를 가져온 것으로 나타났다.

한우자조금 사업의 경우도 마찬가지다. 2010년 한국축산경제연구원이 실시한 소비자 설문조사를 보면 한우소비 촉진광고에 대해 60.6%가 호감이 간다고 말했고, 한우 소비촉진 광고를 통해 그 효과를 접한 후 한우와 국내산 쇠고기를 구분해 구입하는 비율이 증가했다고 답한 소비자는 63%로 조사됐다. 또한 2005년 8월부터 2010년 6월까지 한우 소비촉진 광고효과를 분석한 결과 약 319억원의 광고비를 지출해 월평균 약 123톤의 추가 수요를 발생시킨 것으로 파악됐다.』(출처:한국농어민신문)

올해는 육우 얼굴 찾기와 소비촉진을 목적으로 개최된 ‘육우(6/9)데이’ 행사 10주년이 되는 해이다. 지난 10년간의 노력이 헛되지 않도록 하려면 올 해 반드시 ‘육우 의무자조금’ 사업의 결실을 맺어야 할 때이다. 이를 통해 육우 산업에 아직 희망이 있음을 확인시켜야 할 것이다. 이를 위해서는 모든 육우 농가가 ‘육우고기’를 알리고 홍보하



는 주체로 나서고 실제 소비 촉진을 위한 노력을 경주해야 한다.

뿐만 아니라, 육우 송아지를 생산하는 낙농가와와의 협력도 중요하다. 육우농가의 지역별 조직력이 약한데 반해, 낙농가는 전국적으로 도별, 시군별 조직이 갖추어져 있고 지역별로 낙우회, 낙농협동조합이 활동하고 있어 한우가 번식과 비육이 상호 연관되어 있듯이 낙농과 육우도 긴밀한 협력이 필요하다.

우리 축산업은 큰 위기에 봉착해 있다. 육우 산업도 예외는 아니다. 육우산업을 우리 축산업에서 경쟁력 있는 산업으로 키워내느냐, 그렇지 못하느냐는 우리 내부에서 '성장 동력'을 찾아내느냐, 그렇지 못하느냐에 달려있고 그 성장 동력의 중심에 '육우 의무자조금 사업'이 자리하고 있다. 심장과 같은 육우 산업의 성장 동력인 '의무자조금 사업'이 우리 육우 산업에 대한 희망의 불씨를 다시 살릴 수 있기를 기대해본다. ☺