

육우산업의 안정화, 이렇게 생각한다

몇해 전 육우산업과 관련한 특집기사 취재차 경기도 소도시의 하나로 마트를 찾았다. 육우코너를 따로 마련해 육우고기를 소매로 취급한다는 소문을 듣고 찾아간 그 곳에서 뜻밖의 이야기를 들었다.

판매장에서 육우고기를 판매했던 판매원은 “이제는 더 이상 육우고기를 팔지 않는다”고 말했다. 허탕을 치나 싶었던 차에 판매원이 들려준 이야기는 더욱 충격적이었다.

육우고기가 판매고가 높았음에도 내부적으로 육우판매대를 철수기로 해 육우고기 판매를 중단했다는 것이었다. 판매원은 육우고기의 인기가 높았고 구매했던 고객들이 다시 찾을 만큼 만족도가 높았다고 말했다.

그렇다면 왜 육우고기 판매를 중단했을까. 이유를 들으러 찾아간 상위기관에서는 더욱 황당한 이유를 늘어놓았다. 지역 농협 이사의 대부분이 한우 농가들인데, 육우고기의 판매고가 높아지자 항의를 했다는 것이다. 눈치를 보지 않을 수 없다는 담당 관리자의 말에 육우산업의 현주소가 그대로 드러났다.

그렇다. 현재 육우산업은 이러한 위치에 있다. 판로를 찾아야 한다는 외침 뒤에는 보이지 않는 이권다툼이 있는 것이다. 육우고기를 둘러싼 이 배경적 태생까지 당장 어떻게 할 수 있는 문제는 아니다. 지속적인 노력과 산업적인 지원이 육우산업을 살릴 수 있는 것이다. 그렇다면 어떤 노력들이 더해져야 할까.



안 희 경
농수축산신문 기자



정책적 지원으로 산업기반 마련해야

위에서 언급한 바와 같이 육우고기의 시장성은 매우 훌륭하다. 육우고기를 경험한 소비자들의 재구매율은 매우 높은 편이다. 그러나 중요한 것은 구매할 곳이 없다는 것이다. 심지어 육우산업 육성을 외치는 농협조차도 직영 판매장인 하나로 마트에 육우고기 판매를 하지 않는다. 이러저러한 정치적 이유가 있다 하더라도 이는 어불성설이다. 매년 군급식에서 육우고기 비율을 늘리는 형태로 산업 육성책이라고 자부한다면 곤란하다.

육우산업은 한우와 달리 산업적 필연성이 존재하는 산업이다. 이땅에서 우유가 생산되기 위해서는 육우산업은 반드시 존재할 수 밖에 없다. 그렇다면 이 육우산업을 육성하는 것이 숨어있는 부가가치를 창출하는 방법일 수도 있다. 이미 있는, 또 반드시 앞으로라도 있어야 하는 산업에 대한 투자를 통해 부가가치를 창출한다면 이는 더 큰 가치가 있지 않겠는가. 육우산업에 대한 정책적 지원은 그렇기 때문에 반드시 필요하다.

우선적으로 육우고기를 쉽게 접할 수 있는 판매처를 확보해야 한다. 이를 통해 일반

소비자들에게 육우의 우수성을 알려야 한다. 매년 ‘육우 얼굴 알리기’를 위한 각고의 노력이 펼쳐지지만 육우의 얼굴을 제대로 알더라도 구입조차 할 수 없는 현실은 개탄스럽기만 하다.

주요 판매장을 중심으로 육우 판매를 늘리고 한우와 완전히 차별화된 마케팅을 펼쳐 구매 타깃을 달리해야 한다. 한우의 수요를 뺏어오는 개념이 아닌 수입육 판매를 줄일 수 있는 대안으로 생각해야 한다. 이를 위한 판매처 확보가 시급한 시점이다. 판매처가 늘어나고 수요가 명확해지면 산업적 기반은 시장경제가 마련한다. 몇 해전 야심차게 시작됐던 몇몇 육우 브랜드나, 육우농가들의 영농조합이 힘을 잃은 것은 판매처가 없기 때문이지 수요가 없기 때문이 아니었다는 것을 명심해야 한다.

육우, 명확한 포지셔닝 찾아야

얼마 전 지인들과 육우고기 전문점을 찾았다. 육우고기와 돼지고기를 판매한다는 이 식당에서 지인들은 육우 등심을 주문했다. 큰 기대를 하며 구운 육우 등심의 맛은 실망스러웠다. 동석한 사람들의 대부분이 한우고기의 등심 맛을 기대했기 때문인지 몰라도, 하나같이 맛이 없다는 평가가 주를 이뤘다.

주인을 찾아 고기의 이력을 물어보자 주인은 정확한 정보도 파악하지 못하고 국내산 쇠고기라는 말만 되풀이 했다. 결국 알고 보니 그 고기는 2등급 짜리 육우고기였다.

싼 가격에 등심을 먹으면서 등급까지 기대하기 어렵다고 한다면 그것은 오산이다. 대부분의 소비자는 이 고기가 육우인지 한우인지 분간하지 못한다. 다만싼 가격에 등심을 맛 볼 수 있다고 기대한다. 그렇다면 육우의 등급을 높일 수 있도록 노력해야 하는 것일까. 물론 철저한 사양관리와 노력이 더해진다면 육우의 등급도 높아질 수 있다. 그러나 한우에 비해 부가가치가 크지 않고 활로가 넓지 않은 육우의 경우 등급을 높이려는 노력은 많지 않은 것이 사실이다.

일부 영농조합 법인의 육우고기 등을 제외하면 ‘고깃소’로 키워지는 대부분의 육우가 2등급을 받는다. 이를 뜯어 고쳐 등급출현율을 높이려는 노력을 제고한다면 이것은



부질없는 짓이 될 수 있다는 것이 개인적 견해다. 그것보다는 시장에서의 명확한 포지셔닝이 필요하다고 생각한다.

육우의 벤치마킹 대상은 한우가 아니어야 한다. 육우는 수입육시장과의 명확한 포지셔닝을 통해 자리매김을 해야 한다. 불편한 진실이지만 원산지 표시제가 의무화되고 쇠고기 이력추적제가 정착되면서 육우고기의 소비는 크게 줄었다. 사실 식당에서 한우로 둔갑판매되는 육우고기의 수요가 꽤 많았기 때문이다. 이는 많은 것을 시사한다. 육우고기의 질이 한우로 둔갑판매될 만큼 높을 수 있다는 것이고 외식시장에서 육우고기의 새로운 포지셔닝이 필요하다는 것이다.

한편, 육우 전문점에서의 맛 본 육우차돌박이는 매우 훌륭했다. 테이블마다 추가 주문을 할 만큼 큰 인기가 있었다. 한우 차돌박이의 맛과 큰 차이가 없었다. 수입육보다 믿고 먹을 수 있다는 점과 육우라는 것을 알고 좀 더 저렴한 가격에 고기를 주문했다는 생각에 기분이 좋아지기까지 했다.

일부 부위인 등심에 주력할 필요가 있을까. 물론 부가가치를 내고 인기가 있는 것은 등심이다. 그러나 다른 부위의 판매를 늘리고 이를 통한 전문 육우식당을 만들어 보는 것도 좋을 것이다. 한동안 수입육의 갈비살을 전문으로 하는 식당이 인기를 끈 적이 있었다. 쫄깃한 식감에 많은 사람이 식당을 찾았고 여전히 인기가 많은 편이다.

육우 고기에 대한 인식은 '육우' 라는 것보다는 '국내산' 이라는 것에 초점이 집중된다. 이는 소비자의 대부분이 고기의 종류보다는 고기의 원산지에 집중한다는 의미이기도 하다. 실제로 한우 최상등급을 제외하면 일반인들이 맛으로 구분을 하기는 어려운 것이 사실이다. 그렇다면 육우는 '국내산' 에 집중해야 한다.

국내에서 키운다는 것, 안전하고 신선하다는 점을 강조하며 한우와 비슷하게 분류되기 보다는 한우보다 싸다는 것을 강조하고 수입육과의 싸움에 나서야 한다. 어쩌면 육우산업 스스로가 한우와 분리되기를 두려워 하고 있는 것은 아닐까. 육우산업이 진정한 독립을 선언하고 제대로 얼굴찾기에 나서야 한다. 이를 위해 산·관·학·연을 망라한 노력을 주문해 본다. 싸기 때문에 육우를 먹는 것이 아니라 '맛있고 싸기' 때문에 육우를 먹는 소비자들이 늘어나길 기대해 본다. ☺

