

**유제품 수입증가 여전... 전년보다 20%↑**

올해 4월까지 유제품 수입량이 지난해 동기대비 20% 가까이 증가한 것으로 조사됐다.

낙농진흥회에 따르면 4월 유제품 수입량은 치즈는 6천460톤으로 전월대비 16.4% 감소, 혼합분유는 2천359톤으로 전월대비 23.4% 감소했다. 전지분유도 189톤으로 전월대비 8.3% 감소했다. 하지만 탈지분유와 버터는 각각 25.6%, 46.4%씩 증가했다.

누적수입량을 살펴보면 올해 4월까지 치즈는 2만 8천171톤으로 전년보다 3천872톤, 혼합분유는 9천 756톤으로 1천56톤, 전지분유는 921톤으로 418톤, 탈지분유는 4천852톤으로 720톤씩 각각 증가했다. 버터는 1천206톤으로 전년 동기대비 1천600톤 정도가 줄었다. 전체적으로 보면 4월 누적 유제품 수입량은 전년보다 20% 정도 증가한 것으로 나타났다.

유제품 수입량의 증가는 국내 유제품 소비가 얼마나 빠르게 증가하고 있는지를 반영하고 있다는 측면에서 매우 중요한 의미를 가진다. 아울러 국내 소비 증가가 국내 낙농산업 발전과 연계되지 못하고 있다는 문제점은 이미 수차례 지적된 바 있다.

**유제품업계 제2 초코파이 꿈꾼다**

국내 유제품 업계가 중국에서 제2의 초코파이 신화를 꿈꾸며 매출이 급증하고 있는 것으로 나타났다. 지난해부터 인기를 끌고 있는 바나나우유뿐만 아니라 분유와 신선우유도 최근 한국산(産)을 찾는 현지 수요가 크게 늘고 있다. 중국 소비자들이 자국 유제품을 믿지 못하고 한국 유제품이 영양이 풍부하고 맛도 좋다는 인식이 확산되고 있기 때문이다.

이에 따라 출산을 저하로 국내 성장에 한계를 느끼고 있는 관련업계는 중국 내 유통망과 판매처를 대폭 확대하는 등 현지 공략을 강화하고 나섰다. 지난 6월 9일 유제품 업계에 따르면 중국에 진출해

있는 국내 신선·가공우유, 분유업체는 올해 매출이 전년 대비 최대 2배 이상 급증할 것으로 내다봤다.

빙그레는 중국 내 바나나우유 붐을 이끌면서 2011년 10억원대였던 수출이 지난해에는 100억원으로 급증했다. 올해는 250억원을 웃돌 것으로 회사는 예상하고 있다. 회사 관계자는 "젊은 여성들 사이에 바나나우유의 인기가 높아지고 있다"며 "특히 지난해부터 식품전문 쇼핑몰에 입점하면서 매출이 크게 늘었다"고 설명했다. 올해 들어 5월까지 바나나우유 수출액만 80억원을 넘어서 이미 지난해 수준에 육박했다. 빙그레 우유가 인기를 끌자 현지 식품업체들도 유사 바나나우유 제품들을 쏟아내고 있는 것으로 알려졌다.

신선우유(흰 우유) 중에는 연세우유가 가장 두각을 나타내고 있다. 연세우유는 2011년 5월 구제역 파동으로 국내 수요가 줄자 국내 업체 가운데 가장 먼저 중국에 진출했다. 지난해 29억원의 매출을 기록했으며 올해는 50억원을 웃돌 것으로 예상하고 있다. 올해 들어 5월 말 현재 45억원의 매출을 기록해 목표를 무난히 달성할 것으로 보인다.

연세우유 관계자는 "현재 베이징과 상하이·칭다오 등 3개 대도시에 공급하고 있으나, 한국 흰우유 수요가 늘어 연말까지 남쪽의 광저우와 북쪽의 옌지까지 판매처를 확대할 계획"이라고 밝혔다. 연세우유는 중국 내 113개 파리바게뜨 매장에도 신선우유를 독점 납품해 비교적 안정적인 판로를 구축하고 있다.

유통기한이 짧은 신선우유의 경우 지리적 여건 덕분에 전 세계에서 한국만 중국시장에 진출하고 있는 것으로 전해졌다. 이 때문에 연세에 이어 다른 신선우유 업체들도 잇따라 중국시장 진출을 확대하고 있다. 분유는 자국산에 대한 중국인들 불신감이 극에 달하며 호주·뉴질랜드 등 해외에서 사재기를 하는 진풍경이 벌어지기도 했다. 최근에는 중국 내에서 한국산 분유 수요가 급증하고 있다.

**정부, 사료안정기금 도입 않기로**

축산농가의 경영 안정을 위해 정치권과 생산자단체를 중심으로 제기돼 온 사료가격안정기금 도입은 사실상 어려울 것으로 보인다. 농림축산식품부는 최근 국회 농림축산식품해양수산위원회 소속 새누리당 의원들과 당정협의를 열고 주요 농정 현안을 논의하는 자리에서 사료가격안정기금을 도입하기 어렵다는 입장을 밝혔다.

농식품부는 이 자리에서 “사료가격안정기금은 안정적인 재원확보가 어렵고, 기금을 도입할 경우 사료업체들이 사료가격에 기금을 전가할 우려가 있으며 농가의 참여 여부도 불확실해 실제 도입효과는 미미할 것으로 보인다”며 기금 도입에 부정적인 입장을 분명히 했다. 농식품부는 특히 기금 도입에 막대한 재정이 투입되고 재원의 안정적인 확보도 곤란하다고 밝혔다. 농식품부에 따르면 과거 5개년(2007~2011년) 사료가격을 기준으로 추산한 결과 최대 2조5263억원의 기금보전이 필요하며, 그중 정부부담(40%)은 1조15억원에 달한다.

더욱이 기금이 고갈될 경우 차입경영이 불가피하고 이 경우 가입자 탈퇴 등으로 기금이 부실화될 가능성도 있는 것으로 나타났다. 이와 함께 사료가격이 높은 현재의 상황에서 기금 적립금까지 납부하면 농가부담이 가중됨에 따라 참여율이 저조할 것이라는 우려도 제기됐다. 농식품부는 이에 따라 사료안정기금 도입보다는 사료구매자금 지원이나 사료작물에 대한 직불금 지급 등을 통한 조사료 공급확대로 축산농가의 경영안정을 도모해 나가겠다고 밝혔다.

**가공원료유 지원사업, 유업체 ‘촉각’**

정부의 낙농산업 선진화 대책에 따른 ‘2013년 가공원료유 지원사업 지침’이 발표돼 유업체의 이목

이 집중되고 있다. 농림축산식품부와 낙농진흥회는 지난 6월 13일 서울 양재동 일동제약 빌딩 지하 대강당에서 기자와 유업체 관계자들을 대상으로 ‘낙농산업 선진화 대책’ 설명회를 개최했다. 특히 이 자리에선 조재준 낙농진흥회 사업부장이 ‘2013년 가공원료유 지원사업 지침’을 발표, 유업체들의 질문공세를 받았다.

가공원료유 지원사업은 국산유제품의 지급률 향상을 위해 수급 계절 편차에 의해 발생하는 잉여원유를 가공유제품 생산에 사용한 집유주체에 지원한다는 것이 기본 목표다. 더불어 원유생산량이 부족한 시기에 생산량 증대 유도를 위해 낙농가에게 일정 부분 생산비를 지원함으로써 낙농가 경영안정 및 수급 계절편차 완화까지 도모할 수 있다는 것이다.

사업대상은 진흥회 ‘낙농 통계 시스템’에 매월 기준원유량 변동사항을 등록한 낙농가에 한하며, 집유주체는 진흥회와 ‘원유수급안정 협약서’를 체결하고 적정 생산량 유지 및 사후관리 점검자료 제공 의무를 성실히 이행할 것을 약속한 집유주체가 포함된다. 가공유제품 임가공 또는 생산실적이 없는 집유주체, 목장형 유가공업체는 지원대상에서 제외된다.

지원내용을 살펴보면 6~12월 사이 기준원유량을 초과해 생산한 농가에 대해 기준원유량의 10% 이내에서 우유생산비와 가공원료유 공급가격과의 차액인 리터당 175원을 지원하고 집유주체에 대해서는 1~5월 사이 소속 낙농가로부터 구입한 기준원유량 이내 물량과 타 집유주체로부터 구입한 정상 가격 물량 중 가공유제품 생산에 사용한 물량에 대해 낙농가와 동일한 리터당 175원을 지원한다.

**우유자금률 10년간 20%p ‘뚝’**

우리나라의 우유자금률이 지난 10년간 20%p 낮아진 것으로 나타났다. 낙농진흥회의 자료에 따라

면 2002년 우리나라 우유자급률은 82.9%였다. 이후 우유자급률은 매년 낮아져 2012년의 우유자급률은 62.8%까지 떨어졌다. 이 같은 우리나라 우유 자급률이 낮아진 원인은 유제품 수입량의 증가에 따른 영향이 큰 것으로 분석된다.

시유에 대한 소비는 줄어드는 반면 치즈를 중심으로 한 가공유제품의 소비량이 급격히 증가하는 상황에서 우유의 자급률이 낮아지고 있는 것이다. 국산유제품 가운데 시유가 차지하는 비중은 2012년 기준 74.8%다. 이웃 일본은 54.5%, 중국은 39.3%이고, 캐나다는 37.9%, 미국은 32% 수준이다.

전체 유제품 소비량은 증가했지만 가공유제품의 수요가 증가한 반면 시유소비는 감소했기 때문에 우유의 자급률이 낮아질 수 밖에 없었던 것으로 풀이된다. 국내 유업체의 가공능력(제품기준)은 9천 919톤/일이며, 특히 치즈시설의 경우 일 생산능력이 약 1천톤 수준이지만 가동률은 10%에 그치고 있다. 국산유제품 가운데 시유의 비중이 이처럼 높은 것은 수입산 가공유제품에 비해 가격이 높기 때문. 이 때문에 유업체들은 국내산 가공유제품을 만들어내 기보다는 값싼 외국산 유제품을 수입해 판매하는 것을 선호하고 있다.

### 한국인의 '고기사랑'... 3년새 소비 20% 늘어

한국의 1인당 육류 소비량이 최근 3년 동안 20% 가까이 늘어난 것으로 나타났다.

식품의약품안전처가 6월 23일 분석해 발표한 2009~2012년 국내 육류 소비량 통계자료를 보면, 지난해 국민 1인당 육류 소비량은 43.7kg으로 2009년의 36.8kg보다 18.7% 증가했다. 2010년과 2011년 1인당 육류 소비량도 각각 38.7kg과 40.4kg으로 계속 증가세를 보이고 있다. 국내에서 소비된 육류 총소비량은 지난해 217만명으로 2009년 178만에 견줘 22%가량 증가했다.

육류의 종류별로 보면, 우리나라 사람들이 가장 많이 먹는 고기는 2012년 기준 소비량이 108만 1900t에 이르는 돼지고기로 나타났다. 이어 닭고기(60만8000t), 쇠고기(48만8000t) 순으로 나타났다. 가장 큰 특징은 최근 오리고기 소비량이 크게 늘고 있다는 점이다.

### 면세유·농자재 부가세 영세율마저 위태

정부가 공약가계부 이행을 위한 세입확충 방안으로 올해부터 2017년까지 비과세·감면제도를 정비해 총 18조원의 세수를 확충하기로 예고한 가운데 재정당국이 현재 농업분야에 적용하는 53개 비과세·감면제도 중 23개 항목의 정비를 검토하는 것으로 확인됐다.

앞서 정부는 공약가계부 이행을 위해 농림수산분야의 유사사업 통폐합, 부진사업 정리 등을 통해 4년간 5조2000억원의 예산을 삭감하는 방안을 발표한 바 있어 비과세·감면 지원까지 축소되면 농업분야에 큰 충격이 우려된다.

관련자료에 의하면 기획재정부는 '2013년 조세지출 기본계획안'에 따라 3월 말 부처별 비과세·감면 정비 대상을 선정해 통보했다. 농업분야에서는 비과세·감면 대상 53개 항목 가운데 조합원 배당소득 비과세와 자경농지 양도소득세 면제, 농어업용 기자재 부가가치세 영세율 적용, 농업용 면세유 등 주요 비과세 및 감면제도 23개 항목이 정비 대상으로 예고됐다.

특히 농업분야 정비 대상 항목에는 한·미 자유무역협정(FTA) 이행에 따른 농업분야 피해보전을 위한 추가 보완대책으로 2011년 말 여·야·정 합의한 면세유 공급 및 영농자재 부가세 영세율 제도 10년간 유지와 축산소득 비과세 방안도 포함돼 논란이 예상된다.

정부는 2011년 말 한·미 FTA 국회 비준동의안 처리에 앞서 농어업인의 경영·소득 안정을 뒷받침할 수 있도록 29조8000억원 규모의 세제지원방안을 마련해 면세유 공급기간 연장 등 관련 세법을 개정·시행중이다.

**농축산부 우만수 사무관**  
“합의된 원칙은 꼭 지켜야” 강조



▲낙농진흥회 이사들이 원유가연동제와 관련된 사항들을 논의하고 있다. 원유가격이 8월1일부터 106원 인상된다.

낙농진흥회 이사들이 원유가연동제와 관련된 사항들을 논의하고 있다. 낙농진흥회(회장 이근성)는 지난달 27일 제2차 임시이사회를 개최하고 ‘원유의 생산 및 공급규정’에 따라 산출된 2013년 원유기본가격을 현재 834원/ℓ에서 106원 인상한 940원/ℓ로 조정해 적용한다고 밝혔다.

원유가격 연동제의 시행과 관련해 이날 이사회는 그 어느 때보다 업계의 관심을 집중시켰다. 사실상 이날 이사회를 통해 2013년 원유기본가격 산출결과 보고를 마침에 따라 연동제의 시행을 위한 모든 요건이 갖춰졌다. 2011년 12월 정부와 유업체, 생산자, 소비자의 합의로 원유가격연동제가 마련됐지만 올해 처음 시행되는 과정에서 만만치 않은 마찰이 예상되기도 했지만 큰 충돌이나 무리 없이 가격연동제가 시행되게 됐다.

이날 이사회에서는 합의사항에 대한 이행인 만큼 원칙을 지켜야 한다는 분위기가 이어지면서 원만한 결과를 이끌어냈다. 농림축산식품부의 우만수 사무관은 “연동제는 합의된 원칙이다. 이 자리에서 합의 내용을 부정하는 것은 ‘자기얼굴에 침을 뱉는 것’이라며, 원칙을 지켜야 한다”고 말했다.

유가공협회 김시환 전무는 시행 후 발생하는 문제를 해결하기 위한 소위원회 설립을 건의했고, 소비자단체를 대표한 김천주 주부클럽연합회장은 원유가 인상으로 인한 소비감소에 대한 대응방안마련이 시급하다고 강조했다. 낙농진흥회는 유가공협회의 소위원회 구성 요청에 대해 차기 이사회 안건으로 상정해 논의키로 했다. ☺

[단신]

**국내 유제품 홍보, 이제는 국회의사당에서도**  
- 국회에서 만난 낙농가

지난 6월 19일~20일 국회의사당 후생관에서서는 국산 유제품 홍보가 한창이었다. 흥성지역 축산농가들로 구성된 흥성군 내포천 유통사업단을 통해 홍보를 하게 된 크로바목장 방승태 대표는 국내산 우유의 우수성과 그 가치를 알릴 수 있다는데 매우 자부심이 대단하다.

“목장을 시작한지 20년이에요. 우리 우유가 얼마나 위생적이고 영양이 높은지 일반시민들에게 알리도록 목장에서 체험교실도 운영하고 있는데 국회의사당에서 직접 홍보할 수 있어서 뿌듯합니다.”

이날 크로바목장 홍보 부스에서는 목장우유로 직접만든 스트링 치즈, 요구르트를 내놓아 국회 후생관을 찾은 이들로 붐볐다.

방승태 대표는 오는 7월 10~11일에도 국회 내에서 우유소비홍보 활동을 가질 계획이며, 앞으로도 서울에서 정기적인 홍보를 벌여나갈 예정이라고 밝혔다.

