

군납, 학교급식 등 납품수요 꾸준한 가운데 공급량 부족으로 상승세

—육우 유통 동향—

우리나라를 대표하는 서울축산물공판장과 음성축산물공판장 일선에서 오랫동안 경매사로 경매를 주관하면서 항상 육우 경매가격이 “생산비에도 못치게 낮게 나왔다.” 는 육우농가의 항의를 수도 없이 받아 왔다. 하지만 올해 들어서 공급량은 감소하고 군납 급식 등 납품수요는 꾸준해서 큰 폭의 상승세를 타서인지 항의를 받는 일은 거의 없다. 올해 1~5월까지 육우거세우 평균가격은 10,517원으로 전년평균 8,440원 대비 2,077원이나 상승했다. 거세우의 평균 지육증량을 통상 420kg정도로 볼 때 80~90만원 정도 상승한 가격이다.

〈표1〉 연도별 육우 도축두수 및 가격 현황(등급판정 기준)

		2005	2011	2012	2013	2014	2015
암	두수	30,922	14,799	9,328	7,951	6,811	3,666
	가격	8,168	7,118	7,944	7,283	7,845	9,192
수	두수	36,376	6,628	4,972	3,749	4,947	1,801
	가격	7,344	5,949	6,973	6,242	7,050	8,333
거세	두수	71,544	72,901	65,152	52,423	55,000	17,620
	가격	9,203	7,348	8,865	7,981	8,440	10,517
도축두수 계		138,842	94,328	79,452	64,123	66,758	23,087



김욱 경매실장
(농협음성축산물공판장)

경기불황으로 인한 사회전반적인 소비침체 속에 육우값 상승은 의외라 볼 수 있는데 공급량 부족이 가장 큰 요인이다.

그간 공판장에서는 고정적으로 육우를 출하하던 농가들이 계속 되는 가격하락으로 한우로 전환하는 경우를 많이 볼 수 있었다.



〈표1〉을 보면 2005년 연간 육우 도축두수가 138,842두였는데 2014년도에는 52%나 감소한 66,758두로 공급량이 크게 감소한 것을 알 수 있다.

수요측면에서는 2013년부터 농협을 통한 군납확대와 육우 소비 확대를 위한 다양한 사업 등 납품수요가 꾸준한 것이 가격 안정의 든든한 버팀목 역할을 했다. 한우값 상승으로 인한 한우 하위등급 대체소비와 저가형 쇠고기 프랜차이즈 수요가 다소 늘어난 것도 한 요인이다.

육우 가격 강제는 경기침체 속에서도 공급량 부족으로 인해 적어도 올 연말까지 지속될 전망이다. 한우가격도 최근 급등세를 보이고 있는데 6월 1일부터 16일까지 평균 16,581원으로 2014년 14,961원 대비 1,620원이나 상승했다. 한우가격 상승도 소비에 의한 것이라기보다는 거의 전적으로 공급량 감소가 주원인이다. 2010년 이후 가격 하락으로 인한 중소농가들의 폐업과 정부주도의 사육두수 감축 정책으로 '13년, '14년 한우암소도태사업이 추진되면서 사육두수가 감소했기 때문이다.

농촌경제연구원의 금년 3월 축산관측에 따르면 한육우 사육두수는 266만 마리로 전년동월보다 15만 2천마리(5.4%) 감소했다. 이 가운데 육우는 9만 7천마리로 2.8% 감소했다.

육우 산업 발전 방향

한우와 수입육 사이에서 살아남기
단체납품 방식을 넘어 이제 소비자들에게 당당히 인정받아야

최근 육우값이 상승했지만 그 속을 들여다보면 육우산업은 위기는 계속되고 있다고 볼 수 있다. 즉 사육기반이 확대되고 수요도 증가하면서 가격이 안정되어야 진정한 육우산업 발전인데 최근 추세는 공급량 감소에 의한 가격안정이기 때문이다. 또한 소비도 군납물량 등 기관수요가 상당부분을 차지하며 소비자들에게는 아직도 얼굴없는 고기로 인식되고 있어, 거의 신앙심에 가까울 정도로 매우 높고 확실한 소비층을 가지고 있는 한우고기 소비 형태와는 대조를 이루고 있다.

낙농육우협회와 농협주도의 육우군납물량 확대는 육우값 안정과 육우농가 소득증대에 큰 기여를 했는데 지속적으로 군납과 식자재등 기존의 납품수요를 늘리기 위한 노력은 필요하다. 아울러 정육 등을 활용한 육우고기 육포제품 사업 등 다양한 제품생산에도 길을 열어볼 것을 제안하고 싶다.

쉽지 않지만 반드시 해야 하는 것은 일반 소비자들에게 육우를 당당하게 인정받는 것으로 이는 육우산업의 사활이 걸린 문제다. 지금은 등급제와 이력제, 원산지 표시제가 실시되고 있어 한우고기 소비 흐름에 편승하여 소비되기를 기대하기는 어려운 실정이다. 본인은 소비자들에게 인정받기 위해서는 한우처럼 장기비육을 통한 고급육 생산도 필요하다고 본다. 그래서 시식을 하더라도 가격대비해서 수입육보다는 좋고 한우고기에 못지않다는 평가를 받아 내고 지속적인 홍보를 강화해야 한다고 생각한다. 육우 고급육 생산을 위해서는 초지일관 대를 잇는 장인정신이 필요하다고 하겠다.

(초지일관 [初志一貫] ; 처음 계획한 뜻을 이루려고 끝까지 밀고 나감)

일본과 독일의 높은 국가 경쟁력은 전문적인 기술자를 우대하는 문화에서 나온다. 분야를 막론하고 전문기술을 가진 사람은 그만큼 대우를 받고 본인들의 자긍심과 사명감도 대단히 높다. 일본의 경우 우동집 아들이 공부를 잘 해서 관검사로 일하다가도 가업을 물려받기 위해 돌아오는 경우도 있다. 독일에는 마이스터 제도가 있어서 식육가공과 유통에 대한 기술자가 우대 받는다.

육우 사육도 마찬가지다. 한우산업 성공을 모델로 해서 순간의 가격에 연연하지 않고 대를 잇는 장인 정신을 가지고 장기비육을 통한 고급육을 생산해야 한다. 소비자들의 선호도가 반영되는 경매장에서는 등심 단면적이 크고 근내지방이 잘 형성된 높은 등급의 소는 구매를 원하는 사람들이 많아 경쟁이 치열하고 덩달아 가격도 높다.

뭉치면 산다. 개별농가가 할 수 없는 것을 단체를 통해서 하면 큰 위력을 발휘할 수 있다. 육우 군납 급식등 기관수요 확대, 언론홍보 강화 등 자조금사업을 통한 생산자들의 노력이 육우가격 안정으로 이어질 수 있다고 강조하고싶다. ☺

