

한국낙농의 새로운 패러다임(어메니티)



황 병 익

한국낙농경영인 회장/
농도원목장 대표

1. 서론

어떤 산업이든 그 사회의 요구와 필요성 없이 존재할 수 있는 산업이란 없다. 낙농산업도 예외는 아니다. 낙농산업이 이 땅에 처음으로 뿌리를 내린 지난 70년 동안 낙농산업도 소득 증대와 더불어 국민건강을 위한 동물성단백질공급원으로서 꾸준히 성장하고 발전해 왔다. 그 결과 이제 낙농가들의 생산성은 착유우 두당 9,000kg을 넘어(검정우 기준) 세계 4위 수준에 이르게 되었다. 우리 농업분야에서 낙농산업 만큼이나 모범적인 성장과 안정적인 생산 및 유통시스템을 갖춘 분야는 없을 것이다. 그것은 국민들의 소득

증대에 따라 식생활이 서구화되면서 유제품의 수요가 꾸준히 늘어났기 때문이다. 그런데 몇 년 전부터 끝없이 증가할 것만 같던 우유 소비가 둔화되고 잉여원유가 늘기 시작했다. 이제 세계적인 높은 생산성을 구축한 국내 낙농가들은 우유소비 정체라는 새로운 장벽 앞에서 사료 값 인상까지 겹치는 절대 절명의 위기를 맞게 된 것이다. 이제 한국낙농은 절대생산추구에서 벗어나 미래가 요구하는 새로운 산업형태로 변해야 할 시기가 온 것이다.

2. 생산으로 본 국내 낙농산업의 발전

(표1)을 보면 우유소비가 본격적으로 정체

〈표 1〉 1995-2005년 10년간 낙농산업 변화 수

구 분	1995년	2005년	비 고
낙농가 수	23,500농가	8,900농가	62% 감소
전국 젖소 두수	55만두	48만두	13% 감소
호당사육두수	23.5두	53.8두	129% 증가
두당 산유량	5,800kg	7,400kg	28% 증가
원유생산량	5,475톤/일	6,106톤/일	12% 증가
세균 1등급	66.1%	96.8%	
체세포 1등급	23.3%	42.9%	
원유가격	500.74원/L	693.45원/L	
유제품 소비량	47.5kg/인	62.7kg/인	

되기 시작한 지난 2005년까지 한국낙농은 지난 10년 간 규모화, 전업화와 꾸준한 생산성 증대로 발전하여 왔음을 알 수 있다. 80년대 부터 90년 중반까지 오랫동안 두당 산유량 5천kg대에 머물고 있던 생산성이 이 시기에 급증 할 수 있었던 것은 UR협상 이후 자동화, 전산화 시설의 보급, 수입조사료와 TMR의 활용 그리고 종축개량의 효과라고 할 수 있다.

그리고 무엇보다 고무적인 것은 원유의 품질인데, 세균 1등급이 96.8%에 이른 것은 세계적으로도 드문 경우이다. 한국낙농가의 근면성과 청결도는 정말 높이 평가 할 만 하다.

그러나 이를 좀 더 관찰해 보면 속칭 고름우유 파동을 겪고 난 후 이 시기부터 원유 위생등급에 따라 유대산정이 되었음을 알 수 있다. 이는 시대의 요구에 따른 과감한 유대산정방법의 변화로 위기를 극복할 수 있었던 좋은 사례이다. 지난 10년간 낙농가 수가 거의 1/3로 격감 되었다고 해서 이 비율로 국내 낙농가의 수가 지속적으로 줄어들 것이라고 단정할 수는 없다. 오히려 쓸데없는 군살을 빼는 과정이라고 바라볼 수도 있다. 단지 중요한 것은 우리가 과거 고름우유파동 같은 위기에서도 낙농가들이 뼈를 깎는 심정으로 용기 있게 원유위생등급제 같은 제도를 받아들여서 위기를 극복했듯이 지금은 시대의 요구에 따라 능동적으로 변화 할 줄 아는 지혜와 용기가 필요한 것이다.

3. 과거와 다른 현재

최근에 벌어지고 있는 사료값 인상 사태와

유사한 시기가 과거 IMF 때도 있었다. 당시에는 환율 급등으로 단기간에 사료비가 30% 이상이나 급등하여 많은 낙농가들이 도산 위기에 처한 적이 있다. 실제 IMF 기간 동안 가장 많은 낙농가의 수가 줄어들었으나 그래도 낙농가들이 살아남을 수 있었던 것은 목장마다 사육두수를 늘리고 생산성을 높여서 매출을 늘리고 전업화 하였기 때문이다.

그런데 현재의 낙농 상황은 IMF 때와는 근본적으로 다르다. 그것은 과거엔 없었던 원유생산량을 제한하는 쿼타제가 시행되고 있기 때문이다. 지속되는 사료비 인상과 경영압박에도 더 이상 생산량을 늘릴 수 없다는 것이 현실이고 딜레마 인 것이다.

혹자는 한정된 생산량 체제에서 수익성을 극대화하기 위해선 높은 생산성을 가진 고효율우 위주의 사양으로 효율적인 목장경영을 강조하지만 그러기엔 이미 우리 낙농가들의 생산성이 너무 높다.

현재 생산자 단체에서 유업체나 정부를 상대로 유대인상을 논의하고 있지만 쉽게 결론 낼 수 없는 것은 우유소비 감소를 우려로 생산자와 유업체 간에 큰 이견 차가 있을 수밖에 없기 때문이다. 2008년 한국낙농은 탈출구가 보이지 않는 어두운 터널 속에 깊이 빠져들고 있다.

4. 새 정부의 농업정책과 한국낙농

새 정부는 농업정책의 최종 목표를 돈버는 농업으로 정하고 있다. 새 정부의 정책방향을 보면 품목별로 국가대표 조직을 구성하고

매출 1천억이 넘는 유통회사 100개를 시, 군 단위에 육성해서 CEO 100명에게 핵심경영을 맡기겠다는 것이다.

결국 이렇게 되면 시장경쟁이 촉진돼서 기존의 농업을 1차 산업에서 2,3차 산업인 농식품 산업으로 발전시키고 유통혁신으로 인해 돈버는 농업으로 만들 수 있다는 것이다. 이 정책의 핵심요소는 생산보다 유통에 중점을 두고 품목마다 광역브랜드를 만들어 과거의 지역중심으로 유통되던 수평계열화 방식을 품목별 마케팅 중심인 수직계열화로 전환하는 것이다.

이런 수직계열화는 철저한 시장지향으로 조직되는 것이며 이는 세계 최대 협동조합인 120년 전통의 'Sunkist'사를 모델로 삼고 있다. 이렇듯 새 정부의 농업정책기조는 자본주의의 뿌리인 시장경제원리를 근간으로 하고 있다.

새 정부의 이런 농업정책에 대해서 많은 학자들이 현실성 부재를 이유로 우려를 표하고 있으나, 경영의 주체를 기존 생산자 대표인 조합장체제에서 CEO로 바꾼 점과 효율적인 유통에 중점을 둔 점들은 주목할 만 하다.

새 정부의 정책기조로 한국낙농을 바라본다면 이미 한국낙농업은 새 정부의 정책목표에 가장 근접해 있거나, 오히려 앞서있는지도 모른다. 낙농분야에는 이미 '서울우유'라는 연 매출 1조원이 넘는 협동조합이 있고 유통과 판매는 물론 단일브랜드로는 타의 추종을 불허할 정도로 소비자에게 높은 인지도를 가지고 있다.

그럼에도 불구하고 '서울우유'가 적자경

영에 허덕이는 것을 보면 새 정부의 농업정책이 꼭 이상적인 것만은 아닌 것 같다. 타산지석으로 삼는다면 새 정부가 모델로 하는 'Sunkist'사는 의사결정구조가 출하량 1000박스 당 1표로 조합원 간에도 차별을 준 반면 '서울우유'는 조합원의 생산규모와는 상관없이 의결권이 동등하다는 것이다. 협동조합의 근본이념과 경제논리에서 적절한 조화를 이루어내는 것이 새 정부정책 성패의 관건인지도 모른다.

5. 한국낙농의 새로운 패러다임 (어메니티)

거론하였듯이 새 정부의 농업정책으로는 한국낙농산업에 큰 변화를 줄 것 같지는 않다. 그렇다면 좁은 땅에서 세계최고의 생산비로 지탱하는 한국낙농은 과연 어떻게 살아남아야 할까?

우선 한국의 낙농업을 경쟁력지상주의나 능률지상주의 농정으로 접근하는 것은 이 어려운 딜레마를 푸는 열쇠가 아니다. 이제 낙농산업도 산업화와 도시화 과정에서 요구되는 다원적이고 공익적인 역할로 거듭 다시 태어나야 한다.

목장은 더 이상 우유만 생산하는 공간이 아니다. 오늘날 선진국 국민경제에서 차지하는 농업의 비중은 점차 줄고 있지만 그 가치와 역할은 점차 커지고 있다.

그 이유는 국민소득 증대와 더불어 삶의 질에 대한 관심이 높아지면서 소비자의 요구가 단순히 값싼 농산물의 공급이 아니라, 안

전하고 건강한 식품의 안정적 공급, 국토 및 환경보전이라는 공익적 기능의 유지, 아름다운 경관과 도시민의 휴식처 역할로 확대되고 있기 때문이다.

이런 시각에서 본다면 낙농목장은 이런 소비자의 욕구를 충족시키기에 가장 유리한 조건을 갖추고 있다. 최근 전국적으로 낙농체험목장이 확산되고 있다. 체험목장은 소비자들이 평소에 접하기 어려운 목장을 방문해서 우유가 생산되는 과정을 견학하고, 송아지를 만져보고 젖도 짜며 목장의 일상을 체험하는 것이다.

이런 체험활동은 목장의 수입을 다각화하고 소비자들에게 목장의 역할을 이해시켜 줄 뿐 아니라 우유와 더 친근하게 해서 국산 유제품에 대한 신뢰를 갖도록 해준다.

따라서 전국적으로 체험목장이 활성화되면 될 수록 폭 넓은 우유소비계층을 확보할 수 있는 것이다. 지금 한국낙농이 겪고 있는 이 난국을 확실히 풀 수 있는 가장 확실한 방법은 두말할 것도 없이 우유소비의 확대이다.

일부 학자들은 동양인인 한국인의 우유소비가 이제 한계에 달했다고 말 하지만 그것은 선진국의 우유소비량과 비교해 볼 때 너무 성급한 판단 일 수도 있다. 이제 우리는

과거의 우유소비 패턴에서 벗어나 과감히 새로운 소비전략을 세울 필요가 있다.

그런 취지에서 목장에서 직접 생산한 우유로 대형 유통업체에서 생산하지 못하는 유제품(치즈, 요쿠르트, 버터, 아이스크림 등)을 만들어 판매하는 목장형 유가공업의 활성화도 바람직하다.

목장형 유가공업의 활성화는 소비자들에게 차별화된 다양한 유제품을 접할 수 있게 함으로써 유제품시장을 확대하고 우유소비 증대에 크게 기여 할 것으로 기대한다.

6. 맺는말

우유라는 식품은 모든 농산품 중에 유일하게 가격을 보장받는 식품이다. 전 세계적으로 우유를 시장가격에 떠맡기는 나라는 없다. 그것은 우유의 보관성에 따른 낙농가의 거래교섭력 부재와 우유라는 식품의 중요성 때문이다.

이는 다시 말해 낙농산업에 대한 이 사회의 요구와 수요는 지속될 수밖에 없다는 것이다. 중요한 것은 한국의 낙농산업이 높은 지가와 고 생산비를 등에 업고 어떻게 생존을 위한 새로운 패러다임을 짜느냐이다. ☐