

쇠고기 수입개방 이후 쇠고기시장의 변화 분석 및 시사점

朴 芝 賢

대외경제정책연구원은 우리나라 경제의 국제적 발전과 능동적인 대외경제외교의 추구를 뒷받침할 政策研究 수행을 목적으로 1990년 1월 17일 정부출연 연구기관으로 발족하였으며, 1992년 1월 地域研究를 주요 업무로 추가하였습니다.

본 연구원은 현재 40여 명의 박사급 연구진을 포함하여 70여 명의 연구원이 국제거시금융, 무역투자정책, 대외경제관계 및 APEC발전대책, 새로운 시장지역여건, 동북아경제협력 및 통일 관련 국제협력 등에 걸쳐 다각적인 연구활동을 수행하고 있습니다.

이를 위해 본원은 國際巨視金融室, 貿易投資政策室(DDA연구팀, FTA연구팀, APEC연구팀), 세계지역연구센터(중국팀, 일본팀, 유럽팀, 미주팀, 동서남아팀), 東北亞경제협력센터, APEC 연구컨소시엄 사무국을 두고 있으며, 北京事務所와 워싱턴 소재 한국경제연구소(KEI)를 두고 있습니다.

본원의 연구결과는 다양한 형태로 정부의 유관부처에 제공되며, 장·단기 研究報告書, 월간 『KIEP세계경제』, 반년간 『對外經濟研究』 등의 형태로 발간되고 있습니다. 연구원의 새로운 발간물을 비롯한 각종 연구성과는 본 연구원 KIEP 인터넷 홈페이지 (<http://www.kiep.go.kr>)를 통해 소개되고 있습니다.

우리나라가 국제경제질서의 발전에 기여하고 세계무대에서의 위상을 강화해 나가기 위한 대외경제정책과 이를 뒷받침하는 국내정책과제를 연구함에 있어서 관심 있는 분들의 지도와 편달을 부탁드립니다.

院長 安 忠 榮

對外經濟政策研究院

**KOREA INSTITUTE FOR
INTERNATIONAL ECONOMIC POLICY**

137-747 서울시 서초구 압곡동 300-4

TEL : 02) 3460-1178, 1179 / FAX : 02) 3460-1144

URL : <http://www.kiep.go.kr>

쇠고기 수입개방 이후 쇠고기시장의 변화 분석 및 시사점

朴芝賢

UR협상결과에 따라 1994년부터 쿼터물량을 통해 수입이 이루어졌던 쇠고기는 2001년부터 관세에 의해서만 제한되는 수입개방이 이루어졌다. 2001년 쇠고기시장이 개방됨에 따라 당시 축산농가와 농민단체를 중심으로, 개방 이후 축산농가의 피해가 커지고 사육기반이 붕괴될 것이라는 우려가 제기되었다. 즉 쇠고기 수입개방으로 인해 1) 쇠고기가격이 하락하여 농가소득이 감소하고, 2) 생산(사육두수) 감소로 사육기반이 붕괴하며, 3) 수입이 증가하고 자급률이 하락할 것이라는 주장이다.

그러나 시간이 지남에 따라 축산농가의 시장개방에 대한 불안심리가 점차 완화되면서 쇠고기가격 하락 및 소득감소, 사육기반 붕괴의 결과는 나타나지 않았다. 즉 쇠고기가격은 상향 안정화되고 축산농가소득은 증가하였으며, 호당 사육두수가 증가함에 따라 규모화가 진전되는 등 우려되었던 사육기반의 붕괴는 일어나지 않았다. 그러나 국내 쇠고기 생산이 전체 쇠고기 수요에 미치지 못하자 이를 충당하기 위한 수입이 불가피했으며, 이에 따라 수입이 증가하고 자급률이 하락하였다.

2001년 쇠고기가 수입 개방된 이후 나타난 쇠고기시장은 개방으로 인해 어느 정도 피해가 있었던 것은 사실이지만 그리 우려할 만한 수준은 아니었던 것으로 판단된다. 일부에서 주장했던 쇠고기가격 하락으로 인한 소득감소나 축산농가의 붕괴는 일어나지 않았고, 오히려 품목 전환이나 규모화 진전을 통한 경쟁력 강화 등으로 향후 축산농가의 기반은 더욱 튼튼해질 수 있을 것으로 사료된다.

축산농가는 수입쇠고기와 경쟁함으로써 기술혁신이나 품질향상을

통해 고품질의 안전한 국산쇠고기 브랜드육을 개발하여 소득을 증대시킬 수 있으며, 소비자는 고소득층이 주로 소비하던 쇠고기를 저렴한 가격의 수입쇠고기를 통해 다양한 가격대에서 구입할 수 있게 되어 선택의 폭이 그만큼 넓어지게 되었고, 이는 국민 전체적으로 영양수준이 향상되는 데 기여하게 될 것이다. 특히 자급률을 회복하기 위해서는 국내산쇠고기의 생산 및 수요를 증가시키기 위한 노력이 필요한데, 이는 소비자기호에 맞는 고품질의 안전한 쇠고기를 생산하여 고정된 수요층을 확보하는 것이라 하겠다. 국내산쇠고기가 경쟁력을 유지하기 위해서는 수입쇠고기와 차별화가 되어야 한다. 국내산쇠고기와 수입쇠고기의 차별화를 위해서는 국내산쇠고기의 품질 우수성과 안전성을 부각시켜 국내 시장점유율을 높일 수 있는 ‘브랜드化’가 주요 방안이 될 수 있다.

범세계적인 시장개방 확대추세와 소비자선호의 변화는 이제 생산자에게 변화를 요구하고 있다. 소비자들은 품질, 위생, 안전성이 보장된 쇠고기를 요구한다. 이러한 소비자의 요구가 생산의 지표가 되어야 할 것이다. 일본의 경우 쇠고기 수입개방을 고급육 위주의 쇠고기산업으로 발전시키는 기회로 만들었다. 우리도 오히려 시장개방이 한우산업을 한 단계 발전시킬 수 있는 계기가 될 수 있도록 생산자와 정부의 노력이 필요하다.

국문요약	3
제1장 서론	9
제2장 한국 쇠고기 시장개방의 전개과정	11
제3장 쇠고기 수입개방에 따른 쇠고기시장의 변화 분석	14
1. 쇠고기가격이 하락하고 농가소득이 감소한다?	14
2. 생산감소로 사육기반이 붕괴된다?	20
3. 수입이 증가하고 자급률이 하락한다?	26
제4장 개방화시대에 축산농가가 나아갈 길	31
1. 한국의 쇠고기 브랜드化 현황 및 사례	32
2. 일본의 쇠고기 브랜드化 현황 및 사례	34
3. 한우브랜드 육성방안	37
제5장 시사점	41
참고문헌	44
부록	47
Executive Summary	53

표 차례

표 2-1. UR협상에서 합의된 쇠고기시장의 개방 내용	12
표 3-1. 연도별 쇠고기(수입산)가격	18
표 3-2. 한(육)우 사육두수 및 호수	23
표 3-3. 한(육)우 사육규모별 호수	23
표 3-4. 연도별 쇠고기 수입물량 추이	27
표 4-1. 연도별 한우브랜드 등록 현황	32
표 4-2. 한우브랜드 사육규모(2003년)	33
표 4-3. 쇠고기 수입개방 이후 쇠고기 판매동향	38

그림 차례

그림 3-1. 산지가격	16
그림 3-2. 쇠고기(국내산)가격	17
그림 3-3. 축산농가소득과 한(육)우 생산액 추이	18
그림 3-4. 한우 도축두수	22
그림 3-5. 쇠고기 자급률	28



부표 차례

부표 1. 쇠고기 수급 현황	49
부표 2. 산지가격	49
부표 3. 연도별 쇠고기(국내산)가격	50
부표 4. 쇠고기(국내산) 월별가격과 변동률	50
부표 5. 축산농가소득 추이	50
부표 6. 한(육)우 생산액 추이	51
부표 7. 한우 도축두수	51
부표 8. 국별 쇠고기 수입물량 추이	52
부표 9. 주요 한우브랜드 업체 현황	52

제1장 서론

UR협상결과에 따라 1994년부터 쿼터물량을 통해 수입이 이루어졌던 쇠고기는 2001년부터 관세에 의해서만 제한되는 수입개방¹⁾이 이루어졌다. 2001년 쇠고기시장이 개방됨에 따라 당시 축산농가와 농민단체를 중심으로, 개방 이후 축산농가의 피해가 커지고 사육기반이 붕괴될 것이라는 우려가 제기되었다. 즉 소값 및 쇠고기가격이 하락하여 농가소득이 감소하고, 암소도축 증가 및 생산(사육두수) 감소로 한우번식 및 사육 기반이 붕괴하며, 수입이 증가하고 자급률이 하락할 것이라는 주장이다.

1994~2003년의 기간 동안 한국 쇠고기시장의 현황을 살펴보면, 1998년 27만 톤으로 최고치를 기록하였던 쇠고기 생산은 수입개방 이후인 2003년 14만 톤으로 감소하였고, 1998년부터 꾸준히 증가해 오고 있는 수입은 개방 이후에도 지속적으로 증가하고 있다. 국내산 쇠고기²⁾의 수요는 2000년 21만 톤이던 것이 2003년 14만 톤으로 감소한 반면, 수입쇠고기에 대한 수요는 같은 기간 19만 톤에서 25만 톤으로 증가하였다. 이에 따라 쇠고기 자급률은 1998년 이후 지속적으로 감소하여 2000년 52.8%에서 2003년 36.3%로 떨어졌다(부표 1 참고). 2001년 수입개방 이전과 개방 초기에는 쇠고기 수입 개방에 대한 불안심리가 가중되어 축산농가와 농민단체가 우려했던 것과 같이 생산이 감소하고, 수입이 증가하며, 자급률이 하락하는

1) 본고에서 ‘쇠고기 수입개방’이라는 의미는 쿼터제가 철폐되고 관세에 의해서만 제한된 것을 의미한다. 이는 관세 이외의 모든 수입제한조치를 철폐하는 것이다.

2) 국내산쇠고기는 한우고기, 젓소고기, 육우고기로 구분한다. 한우고기는 한우에서 생산된 고기, 젓소고기는 송아지를 낳은 경험이 있는 젓소 암소에서 생산된 고기, 육우고기는 육용종, 교잡종, 젓소 수소 및 송아지를 낳은 경험이 없는 젓소 암소에서 생산된 고기를 말한다(농림부, 2001. 「식육의 부위별, 등급별 및 쇠고기 종류별 구분방법 개정」).

등 쇠고기시장이 불안정한 모습을 보였다.

그러나 시간이 지남에 따라 축산농가의 시장개방에 대한 불안심리가 점차 완화되면서 쇠고기가격이 상향 안정화되고 사육두수가 증가하면서 쇠고기시장이 안정을 되찾고 있다. 특히 수입쇠고기에 맞서 경쟁력을 강화하고자 하는 노력이 증가하고 있다.

수입쇠고기에 대처하기 위한 방안 중 하나로 ‘한우 브랜드化’를 적극 추진하는 것을 들 수 있는데, 이는 품질 및 안전성 면에서 수입쇠고기와 차별화하기 위한 노력인 것이다. 여기에는 소비자의 소득이 증가함에 따라 고품질과 식품안전에 대한 관심이 증대하고 있는 것도 하나의 요인이 되고 있다.

범세계적인 시장개방 확대추세와 소비자선호의 변화는 이제 생산자에게 변화를 요구하고 있다. 즉 소비자의 선호 변화에 부응하는 고품질, 식품안전이 확보된 한우로 수입쇠고기와 차별화를 통해 시장개방의 파고를 극복하는 한편, 소비자의 요구를 만족시켜야 하는 것이다. 우리보다 10년 먼저 쇠고기 수입개방이 이루어졌던 일본은 국내산쇠고기의 품질 차별화를 통해 국내 쇠고기시장을 지키고 소비자의 요구를 충족시키는 데 성공한 사례로 볼 수 있다.

본고에서는 쇠고기 수입개방으로 인해 1) 쇠고기가격이 하락하여 농가소득이 감소하고, 2) 생산(사육두수) 감소로 사육기반이 붕괴하며, 3) 수입이 증가하고 자급률이 하락할 것이라는 축산농가 및 농민단체의 우려가 2001년 수입개방 이후 어느 정도 시장에 반영되었는지 수입개방 전후의 통계자료를 통해 쇠고기시장의 변화를 분석해보기로 한다. 또한 일본의 쇠고기시장 개방사례와 비교하여 개방화 시대에 축산농가가 나아갈 길을 모색해보기로 한다.

제2장 한국 쇠고기시장 개방의 전개과정

한국의 쇠고기 수입은 국내수요가 증가하고 공급부족현상이 심화됨에 따라 1976년부터 시작되었다. 그러나 쇠고기 수입이 증가하고 소 사육두수가 증가하자 1985년 소값이 급격히 하락하기 시작하였다. 소값 파동으로 한국정부는 소값 안정을 위해 1985년부터 1987년까지 쇠고기 수입을 전면 금지하였는데 이에 대해 미국, 호주, 뉴질랜드가 한국의 쇠고기 수입금지조치를 GATT에 제소하였다. 그 결과 GATT 패널은 이러한 수입금지조치가 GATT 제11조(수량제한의 일반적 금지)에 위배된다고 판결하였고, 1988년 쇠고기 수입이 재개되었다.³⁾

UR협상이 1993년 12월 타결됨에 따라 한국의 쇠고기시장 개방계획이 확정되었다. UR협상결과에 따라 쇠고기는 1994년부터 2000년까지 쿼터물량을 설정하여 수입하고, 2001년 1월부터는 관세율 41.2%로 수입개방하도록 하였다. 즉 2000년까지는 쿼터방식으로 쇠고기 수입이 이루어졌지만, 2001년부터 수입쿼터물량이 아닌 관세로 쇠고기시장이 개방됨에 따라 2004년에는 관세율이 40%가 되고, 2004년 이후 관세율은 WTO협상결과에 따라 결정되게 된다.

UR협상에서 합의된 쇠고기시장 개방의 주요 내용(표 2-1 참고)은 △2000년까지 쿼터물량을 설정하여 수입, △관세는 1995년부터 매년 0.4%씩 인하하여 2001년 41.6%에서 2004년 40%까지 인하, △쿼터물량은 1994년의 10만 6천 톤에서 2000년의 22만 5천 톤으로 매년 약 2만 톤씩 확대, △업계간자율거래제도(SBS)⁴⁾에 의한 수

3) 허덕 외(2000), 『쇠고기 수입자유화와 한우산업 발전방안』, 한국농촌경제연구원.

4) 업계간자율거래제도(Simultaneous Buy and Sell: SBS)는 일정범위의 국내 수요자에게 기본쿼터의 일부분을 배정하여 정부나 축산물유통사업단(LPMO)의 개입 없이 국내수요

입물량비율을 1995년 30%, 2000년 70%로 확대, △수입부과금(Mark-up)⁵⁾은 1995년 70%에서 2000년에 완전철폐, △2001년부터는 수입쿼터, 수입부과금, 축산물유통사업단(Livestock Products Marketing Organization: LPMO)⁶⁾의 개입 등을 모두 철폐하는 것이다.

표 2-1. UR협상에서 합의된 쇠고기시장의 개방 내용

연도	관세(%)	쿼터(톤, 정육 기준)	수입부과금(%)	SBS(%)
1994	20.0	106,000	95	20
1995	43.6	123,000	70	30
1996	43.2	147,000	60	40
1997	42.8	167,000	40	50
1998	42.4	187,000	20	60
1999	42.0	206,000	10	70
2000	41.6	225,000	0	70
2001	41.2	-	-	-
2002	40.8	-	-	-
2003	40.4	-	-	-
2004	40.0	-	-	-

자가 직접 상담 및 수입할 수 있도록 허용하는 제도를 말한다. 1993년 이후 SBS 쿼터시스템이 운영되어왔는데 이는 관광호텔, 식당 등 쇠고기 실수요자들을 회원으로 하는 조직 및 단체가 회원을 대신하여 공급자 측과 가격을 협의하고 쇠고기 수입을 조정하는 형태였다. SBS 수입은 축산물유통사업단 시스템과는 별도로 운영되었다.

- 5) 수입물품의 판매가격에서 수입, 판매에 소요된 총비용을 공제한 수입이익금으로 국영무역회사의 구입과 판매를 통해 발생하는 가격마진, 즉 수입차익을 말한다. 수입이익금은 1994년 GATT에 규정된 바와 같이 국내 유통단계가 아닌 수입상품의 통관단계에서 부과된다. Mark-up 운영의 의미는 수입물품에 Mark-up을 부과하여 국내시장에 판매하므로 시장접근물량 수입품의 국내가격이 현행수준에서 유지되어 국내생산농가를 보호할 수 있고 수입이익금을 정부 관련 기금에 납입하여 생산자 지원이 가능하게 된다. 수입이익금을 통한 수입금은 축산발전기금에 납입된다. 이 기금은 구조조정, 기술개발, 유통개선, 축산물가격안정을 위한 투자 등 축산업 발전을 위해 사용된다.
- 6) 축산물유통사업단은 수입쿼터물량을 관리하기 위해 설립되었다. 쇠고기 수입독점권을 가지고 있는 국영무역기관으로 농림부에 의해 결정된 쿼터물량 범위내에서 쇠고기의 형태별, 부위별 수입량을 결정하였다.

한국은 1990년 이후 쇠고기 소비가 계속해서 증가하였으며, 이에 따라 쇠고기 수입도 매년 증가하여 1995~97년까지는 당초 쇠고기 수출국과 설정한 쿼터물량을 초과하여 수입하였다. 그러나 1997년 말 외환위기에 따른 쇠고기의 소비위축으로 인해 1998~99년에는 쇠고기 수입이 급감하여 쿼터를 충족시키지 못하게 되었다. 이에 대해 미국, 호주 등 쇠고기 수출국은 쿼터물량 수입, 구분판매제도⁷⁾ 폐지, 수입제도 개선, 축산물보조금 계산방식⁸⁾ 시정 등을 요구하였으며, 1999년 2월 미국은 WTO 분쟁해결기구에 한국을 공식 제소하였다.⁹⁾ WTO는 2000년 7월 한국의 수입쇠고기 구분판매제도, 축산물보조금 계산방식 등이 WTO협정에 위배된다고 판결하였다. 한국의 이의제기로 이루어진 상소심에서도 한국의 구분판매제도는 GATT 제3조 내국민대우 원칙에 위배된다고 판정하였고, 이에 따라 구분판매제도는 2001년 폐지되었다. 그러나 축산물보조금에 대해서는 패널 판정과 달리 한국이 보조금 감축약속을 위반하였다고 판단할 충분한 근거가 없다고 판정함으로써 한국의 승소를 결정하였다.

7) 구분판매제도(dual retail system)는 수입쇠고기와 국내산쇠고기를 각각 구분해서 취급하는 판매점으로 쇠고기 수출국은 수입쇠고기 구분판매제도에 대한 한국의 유통구조가 불공정한 무역장벽이며, 수입쇠고기를 차별한 것이라고 주장하였다. 패널은 한국의 구분판매제도가 △수입쇠고기를 구분해서 취급하는 것만으로도 GATT 제3조(내국민대우)에 위배, △수입쇠고기에 대한 경쟁기회 제한 등의 이유에 의해 GATT 제3조에 위배된다고 판결하였다.

8) 제소국들은 1997~98년의 한국의 총국내보조가 WTO 양허수준을 초과하였다고 주장하였고, 한국이 실제 이행한 국내보조에 대한 재산정을 요구하였다.

9) 미국은 쇠고기수입 수량제한, 수입쇠고기에 대한 구분판매제도, 수입쇠고기에 부과되는 수입부과금(Mark-up), 축산업에 대한 국내보조 등의 국내 쇠고기 수입 관련 조치가 GATT 3조(내국민대우), 11조(수량제한의 일반적 금지), 17조(국영무역기업) 등과 농업협정 3조(양허 및 감축약속의 법적 형태), 4조(시장접근), 6조(국내보조의 감축약속), 7조(국내보조에 관한 일반원칙) 및 수입허가절차협정의 1조(일반원칙), 3조(비자동 수입허가)에 위배된다고 주장하였다.

제3장 쇠고기 수입개방에 따른 쇠고기시장의 변화 분석

쇠고기시장이 2001년부터 쿼터제가 폐지되고 시장이 개방됨에 따라 축산농가 및 농민단체를 중심으로 축산농가의 피해가 커질 것이라는 우려와 불만이 증대되었다. 쇠고기 수입개방으로 인한 축산농가 및 농민단체의 우려가 어느 정도 시장에 반영되었는지 2001년 수입개방 전후의 통계자료를 통해 쇠고기시장의 변화를 분석해보기로 한다.¹⁰⁾

1. 쇠고기가격이 하락하고 농가소득이 감소한다?

한우농가의 67%가 소값 불안정을 한우사육의 최대 난관이라고 지적했다(『축산신문』 2000년 1월 17일자).

한우사육 농가들은 그동안 수입물량을 제한하던 쿼터제가 2001년부터 완전히 풀리게 되면 한우의 절반 값에 불과한 수입쇠고기에 밀려 한우 값이 폭락할 것이라고 걱정하고 있다(『축산신문』 2000년 2월 28일자).

농협은 “미국, 호주 등의 쇠고기수출국이 냉장육의 냉동유통 요구를 허용할 경우 수입냉장육과 국내산육류의 경합에 따른 육류가격 하락으로 인한 축산농가의 소득감소로 축산기반이 무너질 우려가 높다”고 강한 반대 의견을 폈다(『농민신문』 2001년 3월 26일자).

가. 쇠고기 수입개방 이후의 시장변화

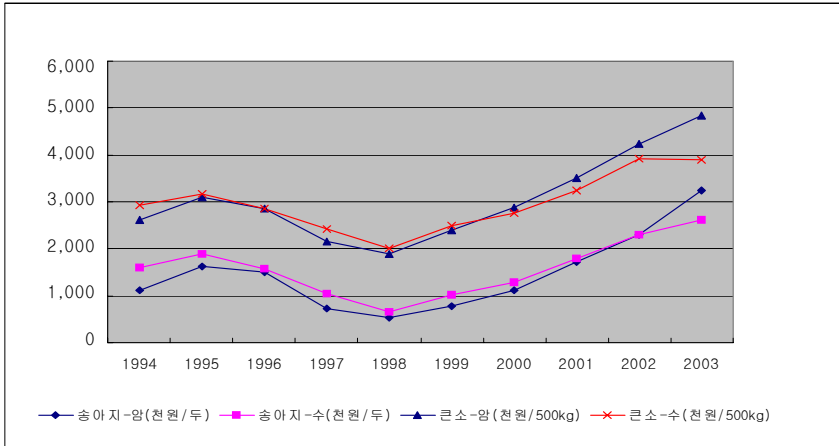
2001년 쇠고기시장이 개방됨에 따라 축산농가들은 소값 및 쇠고기가격이 하락하여 축산농가의 소득이 감소할 것이라는 우려를 제기

10) 그러나 통계자료에서 나타난 결과가 개방의 의한 영향뿐 아니라 그 시기마다의 다양한 환경이나 여건에 의해 복합적으로 나타난 결과임을 인지할 필요가 있다.

하였다. 먼저 축산농가의 가장 큰 관심은 쇠고기 수입개방 이후의 소값이었다. 수입개방 이후 소값은 분명히 떨어질 것으로 예상되었다. 그러나 외환위기 영향으로 사료가격이 급등하였고, 1999년부터 송아지두수 감소에 따른 공급부족으로 송아지가격이 상승하여 한우 수송아지가격은 2003년 260만 원대까지 상승하였다. 산지 송아지가격은 2002년 이후 암송아지가격이 수송아지가격을 추월하였고 암수 송아지간 가격차가 커지고 있다. 2003년 12월 송아지 산지가격은 수송아지가 260만 원대, 암송아지가 320만 원대로 가격차가 크게 벌어져 있다. 이는 사육농가의 번식의향이 높아지면서 암송아지 수요가 증가하고 있음을 보여준다. 즉 암송아지가 수송아지 보다 가격이 높다는 것은 번식의향이 높다는 것을 의미하며 사육두수가 증가한다는 것이다. 통계적으로도 2002년 이후 암수송아지의 가격차가 커지면서 2002년 이후 사육두수가 증가하는 결과를 보이고 있다(표 3-2 참고). 수입개방 이후인 2002년 암수송아지 산지가격은 2000년에 비해 2배 가까이 증가하였다(부표 2 참고). 이처럼 축산농가의 우려와는 달리 소값은 상승하였다.

그림 3-1. 산지가격

(단위: 천 원)



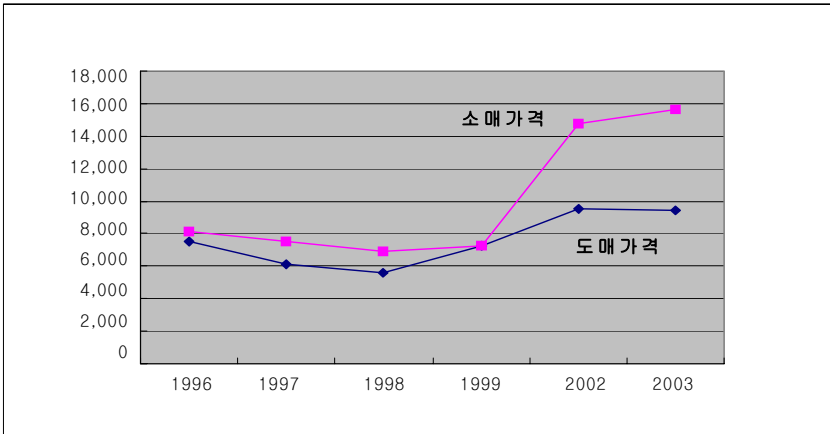
자료: 농림부(2004), 『농림업 주요 통계』.

국내산쇠고기가격을 살펴보면, 1998년 이후로 쇠고기가격(도·소매가격)은 모두 증가추세에 있는 것으로 나타났다. 2001년 국내산쇠고기(소매가격)가격은 9,617원으로 전년동기대비 10.4%, 2002년도에는 53.3% 증가하였다(부표 3 참고). 특히 2002년 국내산쇠고기 소매가격이 전년동기대비 53.3% 증가한 것은 2001년 유럽에서 발생한 광우병의 영향으로 수입이 급감하면서 쇠고기 공급량이 줄었기 때문으로 볼 수 있다.

한편 국내산쇠고기(소매가격)의 최고가격과 최저가격간의 가격변동률을 살펴보면, 수입개방된 2001년의 가격변동률은 45.7%로 높게 나타나 가격이 불안정한 모습을 보였다. 그러나 2002년과 2003년에는 각각 8.3%, 1.5%로 가격변동률이 비교적 낮게 나타나 2002년 이후 어느 정도 가격이 안정되게 움직이고 있는 것을 보여주고 있다(부표 4 참고).

그림 3-2. 쇠고기(국내산)가격¹⁾

(단위: 천 원)



주: 1) 전국 평균가격.

2) 도매가격(원/kg 지육), 소매가격(원/500g 정육).

자료: 농수산물유통공사

국내산쇠고기가격이 증가하고 있는 반면, 수입쇠고기가격(소매가격)은 2001년 이후로 하향 안정세를 보이고 있다(표 3-1 참고). 따라서 국내산쇠고기와 수입쇠고기와 가격격차는 수입개방 이전보다 더 커졌다.¹¹⁾ 즉 국내산쇠고기가격이 수입쇠고기에 비해 2000년 2.2배에서 2002년 4.1배, 2003년 4.5배로 상승하였다.¹²⁾

앞서 살펴본 바와 같이 소값 및 국내산쇠고기가격이 상승함에 따라 축산농가의 소득도 증가하고 있다. 2001년 전년동기대비 9.2% 감소한 소득이 2002년에 16.4%, 2003년에는 16.1% 증가하였다(부표 5 참고). 한(육)우 생산액도 2001년에는 전년동기대비 9.5% 감소

11) 송주호 외(2004)는 한우 등심가격과 수입쇠고기 등심가격이 수입개방된 2001년 이후 가격격차가 3~4배로 크게 벌어지고 있는데 이는 한우와 수입쇠고기간의 대체관계가 별로 없고 시장이 차별화되고 있는 반면, 육우고기 및 젓소고기와 수입쇠고기는 대체관계가 있다고 주장하였다.

12) 1997년과 1998년에 수입쇠고기가격이 상승한 것은 환율상승의 원인이 컸다.

하였지만 2003년에는 전년동기대비 15.3% 증가하였다(부표 6 참고).

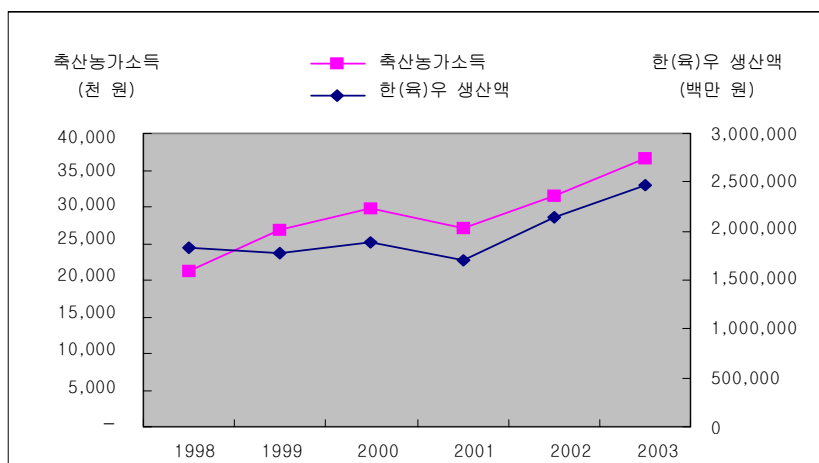
표 3-1. 연도별 쇠고기(수입산)가격¹⁾

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
소매가격(원/500g)	3,207	3,581	3,960	3,984	3,975	3,715	3,585	3,457
전년동기대비 증가율(%)	-	11.7	10.6	0.61	-0.2	-6.5	-3.5	-3.6

주: 1) 전국 평균가격.

자료: 농수산물유통공사

그림 3-3. 축산농가소득과 한(육)우 생산액 추이



주: 한(육)우 생산액은 경상가격임.

자료: 통계청, 『농가경제조사』; 농림부(2004), 『농림통계연보』.

나. 쇠고기 수입개방 이후 시장변화에 대한 원인 분석

쇠고기가 2001년 수입개방되기 이전, 축산농가 및 농민단체들은 쇠고기시장이 붕괴될 것이라고 주장하였다. 가장 큰 문제는 소값 및 쇠고기가격이 하락하고 이에 따라 축산농가소득이 감소한다는 것이

었다. 그러나 2001년 개방 이후 소값 및 쇠고기가격(국내산)은 하락하지 않았고 오히려 증가추세에 있는 것으로 나타났다. 그런데 쇠고기시장이 개방되어 쇠고기 수입물량이 증가하였는데 왜 쇠고기가격은 하락하지 않고 상승하였는가? 이는 수입개방에 대한 농가의 불안심리로 쇠고기 생산이 감소하고, 가축질병(광우병) 발생으로 수입쇠고기에 대한 국내소비자의 불신이 커져 안전한 국내산쇠고기를 찾는 수요가 늘어났기 때문으로 볼 수 있다.

쇠고기가격의 상승요인에 대해 구체적으로 쇠고기 공급 및 수요 측면에서 살펴보면, 먼저 쇠고기 공급 측면에서 국내산쇠고기의 경우, 1997년 외환위기로 인한 사료가격 상승과 수입개방에 대한 축산농가의 불안심리 확산은 가임암소두수 감소(송아지 번식기반 위축→송아지 생산 감소→송아지가격 상승)로 이어져 사육두수가 감소하여¹³⁾ 쇠고기 공급물량이 부족하게 되었다. 이는 가격상승요인으로 작용하였다. 수입쇠고기의 경우, 개방 이후 수입물량의 증가는 가격하락요인으로 작용할 것으로 예상되었지만, 가축질병 발생으로 급격한 수입증가는 나타나지 않았고 이는 가격하락요인을 어느 정도 상쇄한 것으로 보인다.

다음으로 쇠고기 수요 측면에서 살펴보면, 소득증대에 따른 소비량의 증가와 식품안전문제가 가격상승요인으로 작용한 것으로 보인다. 즉 가축질병 발생으로 수입쇠고기에 대한 안전성 문제가 제기되어 수입쇠고기에 대한 소비가 감소하면서, 국내산쇠고기에 대한 선호도가 증대되어 국내산쇠고기가격이 상승하는 결과를 초래하게 된 것으로 보인다. 이와 같이 쇠고기 수요·공급 측면에서 모두 가격하

13) 가임암소가 감소한다는 것은 송아지 번식에 이용할 수 있는 암소가 줄어들고 있다는 의미로 해석할 수 있다. 가임암소가 줄어들면 송아지 생산이 감소하여 총사육두수는 계속 감소할 수밖에 없다(황명철 2002, 「한우산업발전을 위한 한우정책 개선방향」, 농협중앙회).

락요인보다는 가격상승요인이 크게 작용함에 따라 소값 및 쇠고기가 격이 증가추세에 있게 된 것으로 사료된다.

이렇게 산지 소값 및 쇠고기가격이 증가함으로써 축산농가의 소득은 2001년 이후 증가하고 있다. 또한 수입개방 이후 가격변동 폭이 감소하여 안정된 가격추이를 보이고 있어 가격불안정으로 인한 소득불안정의 우려를 완화시키고 있다. 또한 쇠고기의 경우는 소득탄력성이 높게 나타나는 품목이지만, 수입쇠고기를 통해 소득이 낮은 소비자들도 저렴한 가격으로 소비할 수 있게 되었다.

2. 생산감소로 사육기반이 붕괴된다?

시장이 개방되면 수입쇠고기에 한우가 완전히 밀려날 것을 우려한 농가들이 한우 사육을 포기하고 암소도축까지 크게 성행하고 있다(『축산신문』 1999년 9월 29일자). 대다수 농가들은 개방이 가져올 파고를 우려, 한우사육을 서둘러 포기하고 있으며 암소도축도 성행, 사육기반까지 흔들리고 있다(『농민신문』 1999년 10월 9일자). 2001년 쇠고기 수입 전면개방을 앞두고 전국의 한우사육 농가와 한우두수, 가임암소 등이 급격히 감소해 한우사육기반이 붕괴되고 있는 것이 아니냐는 우려의 목소리가 높아지고 있다(『축산신문』 2000년 3월 14일자).

가. 쇠고기 수입개방 이후의 시장변화

2001년 쇠고기 수입개방 이후 축산농가는 첫째, 암소도축이 증가하여 한우번식기반이 흔들리고, 둘째, 생산(사육두수)이 감소하여 사육기반이 붕괴할 것이라고 우려하였다. 이에 대해 수입개방 이후 쇠고기시장의 변화를 살펴보기로 한다.

먼저, 우려했던 대로 2001년 쇠고기 수입개방으로 불안을 느낀 한우 사육농가들의 암소도축이 성행하였고 도축두수가 증가하였다.

이는 상당수 암소 사육농가가 쇠고기 수입개방 이후 송아지가격 하락을 우려했기 때문이다. 1996년 39.8%이던 암소도축비율(전체 한우 도축두수 중에서 암소가 차지하는 비율)은 외환위기로 인한 큰 소 산지가격 하락에 따른 송아지가격 하락으로 번식농가들의 채산성이 악화되자 1997년에 53.1%로 증가하였고, 1999년에는 57.6%까지 높아졌다. 특히 한우 사육두수 감소로 1999년의 전체 한우도축은 1998년보다 10.9%가 줄었음에도 암소도축은 52만 4천 마리로 1998년의 50만 6천 마리보다 오히려 3.5% 증가하였다. 2001년 수입개방에 대한 농가의 불안심리가 여전히 높아 2000년 암소도축비율은 56.9%를 나타냈다(부표 7 참고).

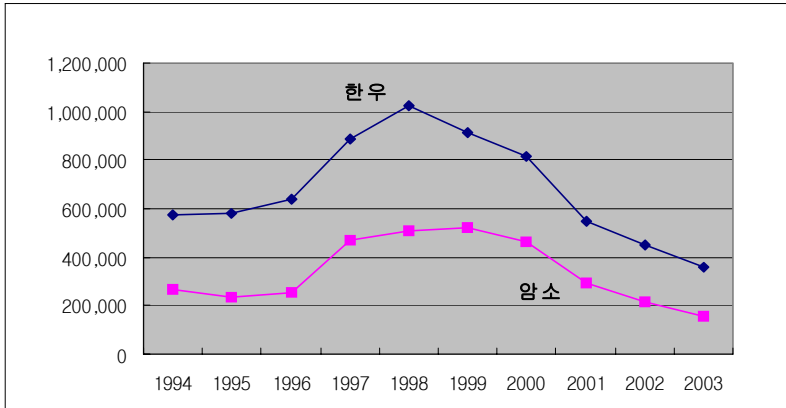
그러나 2001년 이후에는 다산장려금제¹⁴⁾와 송아지생산안정제¹⁵⁾ 사업이 강화됨에 따라 번식농가들의 암소도축이 점차 진정되었다. 또한 산지 송아지가격 상승으로 암소사육농가들의 번식심리는 전반적으로 회복되었으며, 암소도축비율은 1999년 57.6%에서 2003년 42.8%로 하락하였다. 이는 수입개방에 따른 불안감 완화와 산지가격 상승으로 사육농가들의 번식의향이 높아졌기 때문으로 볼 수 있다.

14) 한우 사육기반 유지를 위해 2000년도부터 송아지생산안정제를 전국으로 확대 시행키로 하였으나, 송아지생산유도로 사육두수 감소추세를 반전시키기에는 미흡하였다. 지속적인 한우산업발전을 도모하고 번식기반 유지를 위해 한시적으로 다산장려금을 지급하도록 하였는데, 연령 또는 송아지 생산 산차 확인이 가능한 암소를 대상으로 암소 비육시와 송아지 생산시의 농가소득 차이를 장려금으로 지급하였다(농림부 2000, 「한우 다산장려금제도」).

15) 송아지생산안정제는 2001년 쇠고기사장 개방에 대비하기 위하여 가축시장에서 거래되는 송아지 평균거래가격이 한우송아지의 재생산을 보장하는 수준의 안정기준가격보다 낮아질 경우 지역축협과 사업계약을 체결한 농가에 차액을 일정범위내에서 보전해줌으로써 번식농가에 개방에 따른 충격을 흡수할 수 있는 시간적 여유를 주고 적정규모의 한우번식기반을 유지하여 한우산업의 건전한 발전을 도모하기 위한 것이다(농림부 1999, 「2000년도 송아지생산안정제사업 안내」).

그림 3-4. 한우 도축두수

(단위: 마리)



자료: 농림부(2004), 『농림업 주요 통계』; 한국육가공협회(2004).

다음으로 쇠고기를 수입개방하면 사육두수가 감소하여 사육기반이 붕괴된다는 우려가 있었다. 2001년 쇠고기 수입개방에 대한 사육농가의 불안심리까지 겹쳐 암소도축이 급격히 늘어나고 출산율이 떨어져 1996년 12월 284만 두로 최고두수를 기록하였던 한(육)우 총 사육두수는 2000년 12월 159만 두까지 급격히 감소하였고, 2001년 12월 한(육)우 사육두수는 140만 6천 두로 전년에 비해 12% 감소하였다.

그러나 수입개방에 대한 불안감이 점차 감소되고, 산지가격 상승으로 농가들의 사육의향이 높아져 2003년 사육두수는 148만 두로 2002년에 비해 7만 두 증가한 것으로 나타났다. 2004년 3월 말 사육두수는 152만 1천 두에서 6월 말에는 162만 7천 두로 11만 두(7%) 정도 증가하였다.

표 3-2. 한(육)우 사육두수 및 호수

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
한(육)우										
두수(천 두)	2,393	2,594	2,844	2,735	2,383	1,952	1,590	1,406	1,410	1,480
호수(천 호)	540	519	513	465	427	350	290	235	212	188
호당 두수(두)	4.0	5.0	5.5	5.9	5.6	5.6	5.5	6.0	6.7	7.9

자료: 농림부(2004), 『농림업 주요 통계』.

한(육)우 사육호수는 1996년 12월에 51만 3천 호이던 것이 외환 위기에 따른 사료가격 상승과 수입개방의 영향으로 2001년 12월 23만 5천 호로 54% 감소하였다. 그러나 호당 사육두수는 증가하고 있다. 2003년 사육농가는 18만 8천 호로 2000년 29만 호보다 감소하였지만, 호당 사육두수는 2000년 5.5두에서 2003년 7.9두로 증가하였다(표 3-2 참고).

표 3-3. 한(육)우 사육규모별 호수

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
계 (천 호)	540	519	513	465	427	350	290	235	212	188
20두 미만 (천 호)	523	498	489	439	404	331	274	221	197	172
20~49두 (호)	15,175	18,224	21,833	22,016	18,239	14,700	11,380	10,558	10,795	11,420
50두 이상 (호)	2,003	2,458	2,796	4,053	5,015	4,810	4,061	3,882	4,189	5,040

자료: 농림부(2004), 『농림업 주요 통계』.

한(육)우 사육농가의 사육규모별 사육호수 비율을 보면, 20두 미만 규모의 사육호수 비율이 1996년 95.3%, 2000년 94.5%에서 2003년 91.5%로 감소하였고, 50두 이상 규모의 사육호수 비율은

1996년 0.5%, 2000년 1.4%에서 2003년 2.7%로 증가하였다. 50두 이상 규모의 사육호수 비중이 계속 증가하고 있어 한(육)우 사육은 점차 전업화되어가고 있다. 즉 20두 미만을 사육하는 농가수는 줄어든 반면 50두 이상 대규모 사육농가수는 계속 증가추세에 있는 것이다. 이처럼 소규모 사육농가수가 크게 줄어들고 대규모 사육농가수가 증가하면서 농가당 평균 사육두수도 증가추세를 보이고 있다. 이는 한(육)우 사육의 규모화가 진전되고 있음을 나타낸다.¹⁶⁾

나. 쇠고기 수입개방 이후 시장변화에 대한 원인 분석

수입개방 이후 불안을 느낀 사육농가들의 암소도축이 증가하여 한우번식기반이 크게 흔들릴 것이라는 우려의 목소리가 컸다. 암소도축이 증가한 원인을 구체적으로 살펴보면, 첫째 쇠고기 수입개방 이후 송아지가격의 하락을 우려했기 때문이다. 높게 형성되어 있는 송아지가격이 수입개방 이후 계속 유지될 것이라는 보장이 없으므로 송아지가격이 크게 하락할 것이라는 농가의 불안심리가 작용한 것이다. 즉 송아지 생산보다는 암소를 도축하여 출하하는 것이 더 수익성이 높다는 판단하에 암소도축비율이 증가한 것이다. 두 번째로 소비자들의 암소고기 선호로 암소고기가격이 높게 형성된 것에서 원인을 찾을 수 있다. 소비자가 암소고기를 선호한다는 것은 암소등급판정두수의 증가(암소고기의 소비비중 증가)가 이를 잘 반영해주고 있다.¹⁷⁾ 특히 암소가 수소에 비해 1등급 이상이 많이 나오는 등 고급육 출하율에서도 유리하기 때문이다.¹⁸⁾ 그러나 2001년 이후에는 송

16) 2003년 30두 이상의 사육농가가 전체 사육두수의 45.7%를 차지하고 있으며 많은 소득을 올리고 있는 것으로 나타났다. 한국농촌경제연구원, 『농업전망 2004』.

17) 허덕 외(2000), 『쇠고기 수입자유화와 한우산업 발전방안』, 한국농촌경제연구원.

18) 암소 1등급 이상 출현율은 1998년 12월 23.5%에서 2003년 12월 56.0%로 꾸준히 상승

아지의 산지가격 상승과 불안심리 완화로 암소도축이 점차 진정되면서 암소도축비율은 하락하였다. 암소도축이 점차 감소한 이유는 2001년 수입개방 이후에도 송아지가격이 높게 형성되면서 암소사육 심리가 회복되어 번식암소의 도축이 감소한 때문으로 볼 수 있다. 이는 송아지가격이 높아 사육농가에서 번식용으로 이용되는 암소의 출하를 기피했기 때문이다. 즉 수입개방 이후에도 송아지가격이 지속적으로 높게 형성되면서 번식암소의 도축 감소로 한우번식기반이 점차 회복되고 있는 것이다.

한편 쇠고기를 수입개방하면 사육두수가 감소하여 사육기반이 붕괴된다는 우려가 있었다. 이러한 우려대로 2000년, 2001년 한(육)우 사육두수는 크게 감소하였다. 그런데 지속적으로 송아지 및 쇠고기 가격(국내산)이 상승하고 있음에도 불구하고 왜 사육두수는 감소하였는가? 가격이 높으면 사육농가는 사육두수를 늘려 수익을 얻으려는 의지가 강한데, 이러한 현상이 나타난 이유¹⁹⁾는 소비자들의 암소고기 선호와 수입개방 이후에 대한 불안심리의 영향으로 번식농가의 송아지 생산 기피, 암소도축으로 인한 공급물량 부족에 기인한 것으로 볼 수 있다. 즉 고급 암소고기의 생산으로 암소고기에 대한 소비자의 선호도가 높아 암소도축이 성행하면서 송아지 생산이 어렵게 되고 공급부족으로 사육두수가 감소한 것이다. 또한 외환위기로 인한 소값 폭락을 경험한 사육농가들은 높게 형성된 송아지가격이 수입개방 이후 하락할 것이라는 불안감을 가지게 되었고, 이는 사육두수의 감소를 가져왔다.

그러나 점차 수입개방에 대한 불안감이 해소되고 암소도축두수

하고 있다(『농업전망 2004』).

19) 이는 암소도축 증가원인과 유사하다.

감소, 송아지의 산지가격 상승 등으로 농가들의 사육의향이 높아져 2002년 이후 사육두수는 증가하고 있다. 또한 호당 사육두수가 증가하고 있고, 50두 이상의 사육농가가 수입개방 이후 증가추세에 있어 한(육)우 사육의 규모화, 전업화가 진전되고 있다.

3. 수입이 증가하고 자급률이 하락한다?

쇠고기 국내 자급률은 갈수록 하락하고 있다. 외국산쇠고기가 계속 늘어가고 있는 상황에서 시장이 완전개방되면 자급률은 더 떨어질 가능성이 높다(『한국일보』 2001년 2월 28일자).

농림부는 쇠고기 수입 완전자유화로 지난해 53%였던 쇠고기 자급률이 앞으로 35%선까지 떨어질 것으로 예상하고 있다. 한우가 육질 면에서 수입육보다 우수하지만 값이 너무 비싸 수입쇠고기에 상당 부분 시장을 내줄 수밖에 없다는 것이다(『국민일보』 2001년 5월 8일자).

쇠고기 자급률은 국내 사육두수 감소와 쇠고기 수입증가로 1998년 75%에서 지난해 31%로 하락한 것으로 추정된다(『축산신문』 2003년 1월 2일자).

가. 쇠고기 수입개방 이후의 시장변화

쇠고기 수입(검역기준)은 수입개방 이전인 2000년 23만 7천 톤에서 수입개방 이후 2002년에는 29만 2천 톤으로 약 23% 증가한 것으로 나타났다. 냉장쇠고기의 수입은 수입개방 이전인 2000년 3,577톤에 비해 수입개방 이후 2002년에는 1만 3,923톤, 2003년에는 2만 2,777톤으로 증가하였다. 냉장쇠고기의 수입은 꾸준히 증가하는 추세로 2003년 냉장육 수입량은 전년동기대비 63.6% 증가하였고, 전체 수입량에서 차지하는 비중이 1996년 0.02%에서 2003년 7.76%까지 상승하였다. 2001년까지는 수입냉장육의 유통기한이 최

대 90일로 정해져 있고 냉장육의 냉동 전환 판매가 허용되지 않았기 때문에 냉장육의 수입은 미미했으나, 2002년 8월부터 관련 규정이 개정되어 냉장육의 냉동 전환 판매가 허용됨에 따라 냉장육의 수입이 앞으로 더욱 늘어날 전망이다.

표 3-4. 연도별 쇠고기 수입물량¹⁾ 추이

(단위: 톤, %)

	쇠	고	
		냉장육	냉동육
1995	147,995	7.6	147,987.4
1996	147,000 (-0.67)	32.0 (321.05)	146,968.0 (-0.69)
1997	166,986 (13.60)	49.2 (53.75)	166,936.8 (13.59)
1998	87,078 (-47.85)	158.7 (222.56)	86,919.3 (-47.93)
1999	197,489 (126.80)	1,837.2 (1057.66)	195,651.8 (125.10)
2000	237,841 (20.43)	3,577.0 (94.70)	234,264.0 (19.74)
2001	166,273 (-30.09)	5,336.0 (49.18)	160,937.0 (-31.30)
2002	292,246 (75.76)	13,923.0 (160.93)	278,323.0 (72.94)
2003	293,606 (0.47)	22,777.0 (63.59)	270,829.0 (-2.69)
2004(1~9월)	104,223 (-54.99)	8,378 (-50.30)	95,845 (-55.36)

주: 1) 검역 기준

2) () 안은 전년동기대비 증가율.

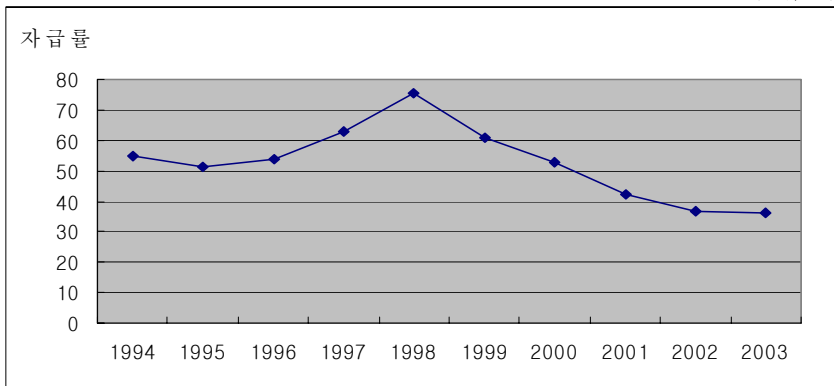
자료: 한국육류유통수출입협회의

2003년 쇠고기 수입은 전년동기대비 0.5% 증가한 29만 3천 톤으로 나타났으며, 2004년에는 전년동기대비 55% 수입이 감소하였다.

2001년 수입개방 이후 2002년도의 수입증가를 제외하고는 2003년, 2004년에 급격한 수입증가는 발생하지 않았다. 2002년 수입증가는 국내산쇠고기 공급부족으로 인한 가격상승의 원인이 컸다.²⁰⁾ 2001년 전년동기대비 30% 수입이 감소한 것은 같은 해 유럽의 광우병 발생이 원인이었으며, 2004년 수입이 55% 감소한 것도 2003년 5월 캐나다, 12월 미국에서의 광우병 발생에 의해 캐나다산과 미국산 쇠고기 수입이 금지되었기 때문이다(부표 8 참고).

그림 3-5. 쇠고기 자급률

(단위: %)



자료: 농림부(2004), 『농림업 주요 통계』.

한편 사육두수 감소에 따라 생산량이 감소해 늘어나는 쇠고기 소비를 수입쇠고기가 차지함으로써 쇠고기 자급률은 수입개방 이전인 2000년 52.8%에서 2001년 42.3%, 2003년 36.3%로 떨어졌다(그림 3-5 참고).^{21), 22)} 2000년 이후 국내 쇠고기 생산은 전체 쇠고기 수

20) 한국농촌경제연구원, 『농업전망 2003』.

21) 그러나 쇠고기 자급률의 전년동기대비 하락률은 2001년 19.9%에서 2002년 13.5%, 2003년 0.8%로 점차 둔화되고 있다.

요의 1/2~1/3 수준으로 나타나고 있는데, 이는 국내생산이 수요를 따라가지 못하고 있는 것으로 높은 쇠고기 수요를 충당하기 위해서는 수입이 불가피했다(부표 1 참고). 즉 국내산쇠고기의 공급부족이 저렴한 수입쇠고기의 수요증가로 이어진 것이다. 따라서 국내산쇠고기의 공급부족은 수입개방을 할 수밖에 없는 상황으로 이어졌고 이에 따른 수입증가는 자급률의 하락을 가져왔다.

나. 쇠고기 수입개방 이후 시장변화에 대한 원인 분석

쇠고기가 개방되면 수입이 급격히 증가하고 자급률이 하락한다는 우려가 많았다. 이러한 우려대로 2001년 쇠고기시장 개방 이후 수입은 증가하였다. 2000년에 비해 2002년 약 23% 수입이 증가하였는데 특히 냉장육의 수입이 크게 증가하였다. 그러나 2003년 쇠고기 수입은 전년동기대비 0.5% 증가한 데 그쳤으며, 2002년 수입증가를 제외하고는 2003년, 2004년도에 급격한 수입증가는 발생하지 않았다. 이미 2001년 수입개방 이전부터 꾸준히 쇠고기가 수입되어왔기 때문에 수입개방으로 인한 영향을 그리 많이 받지 않았던 것으로 보이며, 이외에 광우병 발생으로 인해 수입이 감소한 것에서도 그 원인을 찾을 수 있겠다.

한편 국내 사육두수 감소에 따른 생산감소와 이로 인한 가격상승으로 쇠고기 수입이 증가하여 쇠고기 자급률은 하락하였다. 쇠고기 자급률은 2000년 52.8%에서 2003년 36.3%까지 떨어졌다. 국내산 쇠고기의 생산이 높은 쇠고기 수요를 따라가지 못하자 이를 충당하

22) 한국농촌경제연구원은 2004년 쇠고기 자급률을 37.8%로 전망하고 있으며, 미국으로부터 수입이 재개되지 않고 재고가 소진되는 2006년에는 42.2%까지 상승할 것으로 전망하고 있다. 이후 수입량이 점차 증가하면서 자급률도 하락하여 2013년에는 36%대일 것으로 전망하고 있다(『농업전망 2004』).

기 위한 수입이 불가피했으며, 이러한 수입증가는 자급률의 하락을 가져온 것이다. 그러나 가축질병 발생으로 수입쇠고기의 급격한 수입 증가는 발생하지 않았고 이에 따라 자급률의 급격한 하락도 나타나지 않았다.

쇠고기 자급률을 회복하려면 국내산쇠고기에 대한 생산 및 수요를 증가시켜야 하는데, 이는 수입쇠고기와의 경쟁을 의미하는 것이기도 하다. 따라서 다음 장에서는 국내산쇠고기가 수입쇠고기와 차별화하기 위한 방안을 살펴보도록 한다.

제4장 개방화시대에 축산농가가 나아갈 길

앞서 살펴본 결과, 쇠고기시장이 개방됨에 따라 우려되었던 쇠고기 가격의 하락 및 소득감소의 결과는 나타나지 않았고, 암소도축비율이 점차 감소하고, 호당 사육두수가 증가함에 따라 규모화가 진전되는 등 우려되었던 사육기반의 붕괴는 일어나지 않았다. 그러나 쇠고기 수입은 개방 이후에도 꾸준히 증가하여 비교적 가격이 저렴한 고급냉장 수입쇠고기가 국내시장에 유통되고 있다. 따라서 향후 국내산쇠고기와 고급냉장 수입쇠고기와의 경쟁이 심화될 전망이다. 이처럼 세계적인 개방화 추세에 수입쇠고기와의 경쟁은 피할 수 없는 현실이다. 더욱이 쇠고기 수출국은 수입쇠고기의 이미지 개선과 판매확대를 위한 마케팅활동을 활발히 추진해오고 있다. 따라서 국내산쇠고기가 경쟁력을 유지하기 위해서는 수입쇠고기와 차별화가 되어야 한다. 국내산쇠고기와 수입쇠고기의 차별화를 위해서는 국내산 쇠고기의 품질우수성과 안전성을 부각시켜 국내 시장점유율을 높일 수 있는 ‘브랜드화’²³⁾가 주요 방안이 될 수 있다. 따라서 본 절에서는 국내산쇠고기의 브랜드화 현황을 일본의 사례와 비교하여 살펴보고, 향후 대응방안을 모색해보고자 한다.

23) 이병오(2000)는 ‘브랜드화’의 의미를 “상품명, 심벌마크, 생산자 또는 생산업체명, 품질에 대한 보증 등을 명시하여 다른 경쟁품과의 차별화를 꾀하고 나아가 우위성을 확보하는 유통행위”라고 정의하고 있다. 이종현(2004)은 브랜드의 기본개념을 “품질·위생·안전성을 보증할 수 있는 고유한 제품으로 사업주체가 명확하며 상표등록이 되어 있는 축산물로서 경쟁자의 것과 차별하기 위하여 명칭, 상징물 및 이들을 이용한 축산물의 결합체”로 정의하고 있다.

1. 한국의 쇠고기 브랜드화 현황 및 사례

2003년 4월 현재 축산물브랜드는 총 700개로 이 중 한우브랜드 업체는 전체 축산물브랜드의 25.3%인 177개로 파악되고 있다. 177개 업체 중 138개가 등록되어 있으며 이 중 72.9%인 129개 업체만이 활동 중이다. 생산자단체가 경영하고 있는 브랜드업체는 91개, 유통업체 28개, 지방자치단체 8개, 축산물종합처리장(LPC)이 2개 브랜드업체를 경영하고 있다. 연도별 브랜드 등록 현황을 살펴보면 한우브랜드에 대한 수요증가에 따라 브랜드 등록이 빠르게 증가하고 있는 것을 알 수 있다(표 4-1 참고).

표 4-1. 연도별 한우브랜드 등록 현황

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003.4
브랜드 수	1	2	5	10	21	28	57	69	91	117	138	138

주: 연도별 브랜드 수는 누계임.

자료: 농림부(2004)

2003년 전체 한우사육두수에서 브랜드사육두수가 차지하는 비중은 17.4%로 닭(60.8%), 돼지(41.4%)의 경우보다 저조한 수치를 보이고 있다.²⁴⁾ 2003년에 조사된 177개 한우브랜드업체의 사육규모를 살펴보면, 1천~2천 두의 사육규모를 가진 브랜드업체가 15.3%로 가장 많았으며, 2천 두 이상 사육규모를 가진 브랜드업체는 20%에도 이르지 못하고 있다. 이러한 사실은 한우브랜드업체가 대체로 영세하고 생산기반이 취약하다는 것을 보여주고 있는 것이다.

24) 농림부는 한우브랜드 사육두수를 2013년 50%까지 높이겠다는 목표를 가지고 있다. 농림부 2004, 「축산물브랜드육성 정책방안」.

표 4-2. 한우브랜드 사육규모(2003년)

50두 미만	50~100두	100~500두	500~1,000두	1,000~2,000두	2,000~3,000두	3,000두 이상	미 사육
1.7%	2.8%	11.9%	14.7%	15.3%	5.1%	14.7%	33.9%

자료: 농림부(2004)

최근 한우브랜드 참여업체는 지방자치단체뿐 아니라 기업체 등으로 다양해지고 있다. 지방자치단체나 농협이 중점적으로 추진하고 있는 광역브랜드는 ‘경기명품한우’, ‘강원하이룩한우’, ‘경북신나리한우’, ‘순한한우’ 등이 있으며,²⁵⁾ 지역브랜드 중심에서 점차 광역브랜드로 확산되고 있는 추세이다(연간 출하물량 1,500두 이상인 한우브랜드업체 현황은 부표 9 참고).

2004년 축산물브랜드경진대회 한우부문대상 수상(대관령한우)

대관령한우는 한우종합계열화사업을 통해 일관사육체계 및 안정적인 사육기반을 구축하고 농가에는 사양관리비 지급을 통한 소득안정화에 기여하고 있다. 1994년 전국 최초의 한우 고급육 계열화사업과 2001년 전국 최초의 한우 번식우 계열화사업 등을 지속적이고 효과적으로 수행해온 결과로 지역단위의 브랜드경영체를 조직하여 한우고기의 품질을 높이기 위해 노력하는 후발 브랜드에 벤치마킹 대상이 되고 있다. 대관령한우는 2,443개 브랜드 참여농가에서 암컷 1만 1,831두, 거세 5,707두, 총 1만 7,538두를 사육하고 있으며, 2003년 1,500여 두를 출하하였고 고급육 출현율이 73.8%로 높게 나타나고 있다. 향후 철저한 혈통관리로 번식기반을 확보하여 2010년 1만여 두의 출하와 1등급 이상 출현율 87%를 목표로 하고 있다.

현재 광우병 등 질병 발생에 대비하여 그동안 도입을 추진해왔던 「쇠고기이력추적시스템」²⁶⁾ 시범사업이 2004년 10월 1일부터 착수되

25) 이종현(2004), 「한우브랜드의 현황과 전망」, 한국축종개량협회.

어 우수브랜드²⁷⁾를 중심으로 단계적으로 확대되고 있으며, 축산물브랜드경진대회 등을 통해 우수브랜드에 대한 홍보도 강화되고 있다.

2. 일본의 최고기 브랜드化 현황 및 사례

일본은 1988년부터 3년간의 이행기간(1988~90년)을 거쳐 1991년에 최고기시장을 개방하였다. 1988년부터 1990년까지는 매년 쿼터 물량을 6만 톤씩 늘려 각각 274천 톤, 334천 톤, 394천 톤씩 수입하도록 하고, 이 기간 동안 SBS 물량을 각각 30%, 45%, 60%로 늘리도록 하였다. 관세율은 종전의 25%에서 1991년 70%, 1992년 60%, 1993년 50%, 2000년에는 38.5%로 인하하였다.²⁸⁾

이러한 최고기 수입개방은 일본의 최고기시장에 큰 영향을 미쳤다. 일본은 수입개방으로 인한 수입급증에 대처하기 위해 각 지방의 지방자치단체 및 농협, 생산단체 등이 협력하여 독자적인 고급브랜드를 개발, 수입최고기에 대한 경쟁력 확보 및 차별화를 위해 노력하였다. 특히 최고기 수입개방을 5년 앞두고 일본 농협(전농)의 주도하에 1986년부터 최고기생산시스템 개발에 착수하여 1998년에 퓨어 브랜드 최고기생산시스템을 개발하는 등 국산육 브랜드 개발 보

26) 최고기이력추적시스템(traceability)은 소의 생산에서 도축·가공·판매에 이르기까지 정보를 기록·관리하는 제도로 △문제발생시 추적하여 신속한 원인 규명 및 회수 등의 조치로 소비자 피해 및 경제적 손실을 최소화할 수 있으며, △유통경로의 투명성과 거래의 공정성을 높이고, 원산지 허위 표시 등 둔갑판매방지로 국내산최고기의 소비확대에 기여할 것으로 기대되고 있다.

27) 농림부는 팔공상강우(대구축협), 안성맞춤한우(안성지역농협사업연합), 양평개군한우(양평축협), 대관령한우(평창축협), 횡성한우(횡성축협), 장수한우(장수축협), 섬진강뜨레한우(한예들), 남해화전한우(남해한우영농조합법인), 하동솔잎한우(하동축협) 등 9개 우수브랜드를 「최고기이력추적시스템」의 참여브랜드로 선정하였다.

28) 2000년도 이후의 관세율은 WTO 농업협상 결과에 따르며, 협상타결 이전까지는 2000년도 관세율을 그대로 적용하도록 하였다.

급에 힘썼다. 이는 수입쇠고기와 품질격차를 가지는 쇠고기를 생산함으로써 경쟁력을 높이하고자 한 것이다.²⁹⁾

퓨어(PURE)브랜드 개발

퓨어브랜드는 순수하게 일본의 지역에서 생산한 국산쇠고기라는 이미지를 브랜드명으로 하였으며, 캐치프레이즈는 신선하고 맛있으며 안심할 수 있는 신뢰받는 쇠고기를 목표로 한다. 이를 위해서는 ① 생산자가 명확할 것, ② 생산체계가 명확할 것, ③ 고급육의 안정생산, 안정공급이 가능할 것, ④ 품질기준에 적합할 것, ⑤ 위생검사에 의한 안전성이 확보될 것 등의 조건을 내세우고 있다. 고급육 생산비용의 향상을 목표로 종전보다 단기간 사육을 실시하여 고급육 출현비율 70% 이상을 목표로 하였으며, 자체 브랜드를 전혀 가지고 있지 않던 지역농협에서는 이를 잘 활용함으로써 브랜드 확립의 기초를 다지기도 하였다.

또한 일본의 화우³⁰⁾산업은 수입개방의 성공적인 대처사례로 알려져 있다. 일본에는 화우 150여 개를 포함하여 쇠고기브랜드가 250여 개 존재하는 것으로 알려져 있다.³¹⁾ 일본의 쇠고기브랜드는 대부분 화우브랜드로서 생산자단체 또는 유통업자가 연계하여 오랜 기간을 거쳐 이루어졌고, 고급육의 출현비율이 높다. 일본의 오사카 식육시장에 출품된 일본 화우의 등급출현율은 3등급 이상(일본은 5

29) 퓨어브랜드사업은 비육기간 단축에 따른 효율성 제고라는 합리적 목표와 거대한 농협에 의해 추진되었음에도 불구하고 큰 성과를 거두지 못하였다. 그러나 수입개방에 대비하여 자국의 생산여건에 맞는 비육기술체계를 오랫동안 연구하고 보급하였다는 점에서 높이 평가되고 있다. 황형성 외(2000), 『일본의 쇠고기 수입개방과 대책』, 농협중앙회.

30) 화우는 1990년 전후에 일본재래종에 유럽의 품종을 교잡한 것이 기본으로 일본재래종의 특징인 좋은 육질을 확보해가면서 동시에 대형화를 꾀하고 품질제일의 방침으로 육중한 것이다. 흑모화중, 갈모화중, 일본단각종, 무각화중의 네 품종이 있다. 이종현(2003), 「일본 화우공진회 참관기(Ⅲ)」, 『월간 한우개량』, 한국축종개량협회.

31) 이종현(2004), 「한우브랜드의 현황과 전망」, 한국축종개량협회.

등급이 가장 좋은 등급임)이 1996년 83.2%, 1998년 79.9%, 2000년 75.4%, 2001년 76.2%로 거의 75% 이상을 나타내고 있어 이미 일본의 고급육 생산은 수입쇠고기와 차별화가 진전되었다.³²⁾

일본의 브랜드명칭은 현 또는 지역이름을 붙이거나 혼합형태로 명명한 경우가 많은데, 이는 일본의 쇠고기 브랜드化가 국가차원에서 또는 각 현단위에서 지역별로 독자적인 화우혈통을 보전, 유지하며 추진되어왔기 때문이다. 일본에서 가장 유명한 쇠고기브랜드는 고베비프, 마스사까비프, 오우미비프를 들 수 있는데 이 모두 밀소(수송아지)는 다지마소이다.³³⁾ 다지마소는 오랫동안 타 지역의 소와 교류 없이 개량을 거듭하면서 순수혈통을 유지하고 있으며, 일본 화우 개량의 기초 소로 공헌하고 있다.

일본의 대표 브랜드 ‘고베비프’

고베비프는 △효고현산 다지마소 중 송아지에서 고기소로 출하할 때까지 지정 생산농가에 의해 비육된 것, △송아지를 낳지 않은 소, 거세우일 것, △근내지방도가 No.6 이상일 것, △지육중량이 450kg 이하일 것 등에 해당되는 것을 말한다. 연간 고베비프의 지정생산농가는 357개 농가에 번식우는 1만 5천 두를 사육하고 있으며, 이 중 출하두수는 약 6천 두이다. 「고베비프 증명서」를 발급받는 것은 근내지방도가 No.6 이상의 것으로 공급량은 약 3천 두 정도이다. 고베비프의 브랜드化 전략 특징은 지정등록회원, 비육 밀소에 엄격한 제한이 부과되어 있으면서 생산·도축·판매단계에서 매우 높은 추적 가능성이 확립되어 있는 것이다. 각 단계에서 협회회의 검사가 시행되고 이것을 기준으로 품질보증이 이루어지고 있다. 그리고 판매점에 표시된 고베비프 증명서에는 출하자, 비육우 등록번호, 취급화물회사명이 표시되어 있어 소비자는 안심하고 고베비프를 구입할 수 있다.

32), 33) 이문연(2003), 「한우고기의 품질차별화와 번식기반 확충」, 한국종축개량협회.

일본의 경우, 쇠고기 수입개방 이후 ‘어디서 누가 키웠는지 알 수 있는 안전한 쇠고기’라는 목표 아래 고품질화와 브랜드화는 정육점에서 판매되는 쇠고기의 겉모습에 그대로 반영되어 소비자들에게 화우고기는 믿고 살 수 있다는 신뢰를 갖게 했다. 화우고기는 표면에 흰 지방부위가 둥근 나이트 모양으로 나타나며 고급육일수록 선명하다. 소비자들이 육안으로 화우와 수입쇠고기, 고급육과 저급육을 구별할 수 있는 것이다.³⁴⁾ 우수한 종자 확보, 고품질화를 통한 수입쇠고기와의 차별화, 값비싼 화우의 소비층을 목표로 한 브랜드화는 일본 화우산업과 고정적인 화우 소비층을 유지하는 기본 틀이 되고 있다.

3. 한우브랜드 육성방안

국내외적으로 위생 및 안전문제가 강조되면서 일반육보다는 브랜드육에 대한 소비자의 신뢰가 증가하고 있다. 이는 점차 브랜드육 시장이 일반육보다 확대되는 원인이 되고 있다. 수입개방 이후 한국 농촌경제연구원(2002)이 실시한 유통업체 및 소비자의 수입쇠고기 취급 및 소비행태를 조사한 결과를 살펴보면, 쇠고기 수입개방(2001년) 이후 브랜드 한우고기 취급물량이 증가한 업체는 50%로 나타났다(표 4-3 참고), 특히 브랜드 한우고기 취급에 대해서는 많은 업체가 증가시킬 계획을 가지고 있었다. 이에 대해 보고서는 브랜드 한우고기를 구입한 경험이 있는 소비자의 대부분이 브랜드 한우고기의 맛과 품질을 신뢰하고 있고, 한우산업 발전을 위해서 브랜드 한우고기의 필요성을 크게 인식하고 있기 때문이라고 분석하고 있다.

34) 『국민일보』 (2001년 4월 26일자), 「위기의 축산농가를 살리시다-일본편」.

표 4-3. 최고기 수입개방 이후 최고기 판매동향

(단위: %)

구분	취급물량			
	증가	감소	유지	계
한우고기	24.5	52.8	22.6	100.0
브랜드육	50.0	29.2	20.8	100.0
수입최고기	34.6	36.5	28.8	100.0
냉장육	91.8	2.0	6.1	100.0

자료: 한국농촌경제연구원(2002), 『최고기유통과 소비행태 분석』.

그러나 한우브랜드는 일본의 화우브랜드와 같이 소비자에게 깊은 신뢰를 주지 못하고 있다. 한우브랜드가 소비자로부터 큰 관심을 끌지 못하는 것은 소비자가 원하는 바를 정확하게 반영하지 못하고 있기 때문이다. 한우시장의 주고객은 소득수준이 높은 계층이다. 소비자는 품질이 좋고 위생적이며 안전한 것을 선호한다. 즉 품질, 위생 및 안전성이 보장된 것이라면 가격이 비싸더라도 구입하겠다는 의사가 강하다. 이러한 소비자의 요구를 충족시키고, 소비자가 신뢰할 수 있도록 하기 위해서 차별화된 브랜드가 필요한 것이다.

농림부는 우수 축산물브랜드의 기준을 다음 세 가지로 정의하고 있는데,³⁵⁾ 이는 한우브랜드를 육성하기 위한 지침이 될 수 있다.

첫째, 품질의 균일성이 확보되어야 한다. 즉 소비할 때마다 일정한 맛과 육질이 유지되어야 하는 것이다. 이를 위해서는 종축통일(한우의 혈통등록비율을 높여 우수 송아지 계획 생산), 사료통일(사료회사·규격의 통일 등), 사양관리통일(사료급여체계, 출하시기, 거세시기 등 통일된 관리)이 우선시되어야 한다. 일본의 경우 혈통관리체계 구축이 완성된 반면 한국은 이제 시작단계에 있다. 일본의

35) 농림부(2004), 「축산물브랜드육성 정책방향」.

쇠고기 브랜드화 사례에서 볼 수 있듯이 지역단위로 혈통의 폐쇄적 관리 및 기록체계를 통해 브랜드화가 진행될 필요가 있다.

둘째, 위생·안전성을 보증할 수 있어야 한다. 사육단계에서 농장 위생관리를 유지하고,³⁶⁾ 도축·가공단계에서의 위생관리를 강화해야 할 것이다. 특히 우수 한우브랜드로 인정받기 위해서는 위해요소중점관리기준(Hazard Analysis Critical Control Point; HACCP)³⁷⁾의 인증을 받아야 할 것이다. 현재 위생안전에 대해 인증받은 한우브랜드업체의 수는 미미한 실정이다.

셋째, 규모화³⁸⁾를 통한 안정적인 물량공급이 확보되어야 한다. 안정적으로 물량이 공급되어야만 소비자가 원할 때 언제든지 구매할 수 있는 것이다. 이를 위해서는 일정규모 이상의 충분한 사육두수를 확보하고, 유통업체와 안정적인 판매망을 구축하여 일정한 품질의 브랜드육을 공급할 수 있도록 해야 한다. 현재 한우브랜드 경영업체의 규모가 영세한 편이다. 소규모 생산조직이나 지역농협이 독자적으로 브랜드화를 추진하다보니 원하는 소비자에게 충분한 물량이 공급되지 못하는 경우가 많다.

우리보다 10년 먼저 쇠고기시장이 개방된 일본의 경우, 현재 화우가 안정된 수요를 유지하고 있듯이, 우리 한우사육농가도 수입쇠고기와 차별화할 수 있는 고급육 생산과 브랜드화를 위해 노력한다면 한우 소비를 유지, 발전시킬 수 있을 것이다. 일본의 경우 쇠고

36) 동물용 의약품 안전사용, 방역, 분뇨처리, 친환경 등

37) HACCP는 가축의 사육·도축·가공·유통의 전 과정에서 축산식품의 위생에 해로운 영향을 미칠 수 있는 위해요소를 분석하고, 이러한 위해요소를 방지·제거하거나 안전성을 확보할 수 있는 단계에 중요 관리점을 설정하여 중점관리하는 과학적·체계적 위생관리기법이다.

38) 규모화의 장점으로서는 브랜드화의 촉진과 대량 구입에 따른 사료구입비 절감, 사육시설 일부의 자동화 등을 통한 인건비 절약 등의 경영비용감소효과를 들 수 있다.

기 수입개방은 화우산업을 고급육 위주로 발전시키는 기회로 만들었다. 화우농가들은 화우가 쇠고기시장에서 경쟁함에 있어 가장 중요한 요인을 ‘소비자 신뢰’로 판단하여 품질이 우수하고 위생적이며 맛이 좋은 화우를 높은 가격에 공급하였고, 등급판정을 통하여 고급육 생산·유통에 힘써온 결과 10년이 지난 현재에도 화우의 생산·유통물량에 커다란 변화 없이 시장을 지킬 수가 있었다.³⁹⁾ 일본은 2001년 9월 광우병 발생으로 쇠고기 소비가 급감하고 가격이 많이 낮아졌으나 고베비프는 오히려 가격이 상승하였다. 이것은 일본의 화우브랜드가 소비자의 신뢰에 크게 영향을 받고 있다는 의미로 해석할 수 있다.⁴⁰⁾ 우리도 이와 같은 일본의 경험을 잘 활용해나갈 필요가 있다.

39) 한성일·최승철(2003), 「한우브랜드 생산 및 유통단계 협동통합 전략」, 영남대학교 한우연구소 국제심포지엄 발표자료.

40) 이길환(2004), 「일본 선진축산시찰 연수보고서」, 『월간 한우개량』, 한국종축개량협회.

제5장 시사점

이상과 같이 2001년 쇠고기가 수입개방된 이후 나타난 쇠고기시장의 변화를 살펴본 결과,⁴¹⁾ 개방으로 인해 어느 정도 피해가 있었던 것은 사실이지만 그리 우려할 만한 수준은 아니었던 것으로 판단된다. 일부에서 주장했던 쇠고기가격 하락으로 인한 소득감소나 축산농가의 붕괴는 일어나지 않았고, 오히려 품목 전환이나 규모화 진전을 통한 경쟁력 강화 등으로 향후 축산농가의 기반은 더욱 튼튼해질 수 있을 것으로 사료된다. 축산농가는 수입쇠고기와 경쟁함으로써 기술혁신이나 품질향상을 통해 고품질의 안전한 국내산쇠고기의 브랜드육을 개발하여 소득을 증대시킬 수 있으며, 소비자는 고소득층이 주로 소비하던 쇠고기를 저렴한 가격의 수입쇠고기를 통해 다양한 가격대에서 구입할 수 있게 되어 선택의 폭이 그만큼 넓어지게 되었고,⁴²⁾ 이는 국민 전체적으로 영양수준이 향상되는 데 기여하게 될 것이다.

한편 국내 쇠고기 생산이 전체 쇠고기 수요에 미치지 못하자 이를 충당하기 위한 수입이 불가피했으며, 이에 따라 수입이 증가하고 자급률이 하락하였다. 자급률을 회복하기 위해서는 국내산쇠고기의 생산 및 수요를 증가시키기 위한 노력이 필요한데, 이는 소비자기호에 맞는 고품질의 안전한 쇠고기를 생산하여 고정된 수요층을 확보하는 것이라 하겠다.

41) 제3장 참고.

42) 한국농촌경제연구원(2002)이 실시한 유통업체 및 소비자의 수입쇠고기 취급 및 소비행태를 조사한 결과 수입쇠고기를 구입한 경험이 있는 가구는 수입쇠고기를 다시 구입할 의향이 높게 나타났고, 이를 가구 특성별로 살펴보면 연령이 높고 소득수준이 낮을수록 수입쇠고기를 구입할 의향이 더 큰 것으로 조사되었다.

1991년 쇠고기시장을 개방한 일본의 경우, 우리와 같이 값싼 수입쇠고기가 급증하여 국내 쇠고기시장은 붕괴될 것이라는 우려가 있었다. 쇠고기 수입개방에 따른 일본 쇠고기시장의 변화에서 수입이 증가하고 자급률이 하락한 것은 우리와 동일한 결과를 보였으나, 가격, 소비, 생산에서는 다른 결과를 나타냈다. 즉 개방 이후 일본의 쇠고기가격은 하락하였고, 일본내 쇠고기 소비량은 증가하였으며, 쇠고기 생산량도 안정적으로 유지되었다. 이는 쇠고기 수입개방이 일본의 축산경제에 영향을 미치기는 하였으나 품질 면에서 국내산쇠고기는 수입쇠고기에 비해 더 높은 경쟁력을 가지고 있어 소비량 증가, 생산량 유지 등의 결과로 나타났으며,⁴³⁾ 수입개방에 의한 가격 하락의 영향도 고품질 쇠고기일수록 적게 나타났다. 이러한 일본의 고품질 쇠고기 생산은 화우의 ‘브랜드화’에 의한 것으로 이는 일본 소비자의 기호와 이를 반영한 쇠고기 생산 및 유통제도의 선진화가 구축되었기 때문에 가능한 것이라고 볼 수 있다.

따라서 수입쇠고기와 차별화될 수 있는 고품질의 한우를 ‘브랜드화’ 함으로써 한우의 품질경쟁력을 높이는 것이 수입개방의 파고를 극복하는 길이라 하겠다. 또한 이러한 한우 ‘브랜드화’ 추진에 있어 가장 시급한 과제는 유통질서를 확립하는 일이다. 수입쇠고기의 둔갑 판매 등으로 한우에 대한 신뢰가 떨어져 ‘진짜 한우’마저도 시장에서 제대로 평가받지 못하는 경우가 많다. 이러한 문제가 해결되어야 국내산쇠고기의 품질과 안전성을 높이 평가하는 소비자의 신뢰가 유지되어 한우가 수입쇠고기와 차별화될 수 있을 것이다. 특히 일반 음식점에서의 수입산 또는 국내산쇠고기에 대한 원산지표시는 GATT

43) 화우 등 고급육의 생산량이 거의 변하지 않았는데, 이는 고급육 소비시장의 기반이 튼튼했기 때문으로 볼 수 있다.

제3조 내국민대우에 위배되는 통상마찰의 소지가 있으므로 수입산, 국내산에 대한 원산지표시보다는 메뉴판에 브랜드명을 기입하는 것도 하나의 방법이라고 생각된다.

소비자들은 품질, 위생, 안전성이 보장된 쇠고기를 요구한다. 이러한 소비자의 요구가 생산의 지표가 되어야 할 것이다. 시장개방이 오히려 한우산업을 한 단계 발전시킬 수 있는 계기가 될 수 있도록 생산자와 정부의 노력이 필요하다.

참고문헌

[국문자료]

- 농림부. 2004a. 「축산물브랜드육성 정책방안」.
- . 2004b. 「쇠고기 이력 추적시스템 시범사업 실시」. 보도자료.
- 박지현. 2000. 「한국의 쇠고기수입 관련 WTO 패널판정 및 시사점」. 『KIEP 세계경제』 9월호. 대외경제정책연구원.
- 송주호 외. 2004. 『미국 BSE 발생 이후 국내쇠고기 소비변화 분석』. 한국농촌경제연구원.
- 이길환. 2004. 「일본 선진축산시찰 연수보고서」. 『월간 한우개량』, 한국종축개량협회.
- 이병오. 2000. 「한우 브랜드육 생산의 현황과 발전방향」. 영남대학교 한우연구소 심포지엄 발표자료.
- 이문연. 2003. 「한우고기의 품질차별화와 번식기반 확충」. 한국종축개량협회.
- 이종현. 2003. 「일본 화우공진회 참관기(Ⅲ)」. 『월간 한우개량』, 한국종축개량협회.
- . 2004. 「한우브랜드의 현황과 전망」. 한국종축개량협회.
- 정민국 외. 2002. 『쇠고기유통과 소비행태 분석』. 한국농촌경제연구원.
- 최낙균. 1999. 『시장개방 바로 알기』. 산업연구원.
- 한국농촌경제연구원. 1999. 『쇠고기 수입과 한우산업』. 연구보고 D139.
- . 『농업전망 2003, 2004』.
- 한성일. 2003. 「한우브랜드사업의 의의 및 성공조건」. 『월간 한우개량』, 한국종축개량협회.
- 한성일·최승철. 2003. 「한우브랜드 생산 및 유통단계 협동통합 전략」. 영남대학교 한우연구소 국제심포지엄 발표자료.
- 황명철. 2002. 「한우산업발전을 위한 한우정책 개선방향」. 농협중앙회.
- 황형성 외. 2000. 「일본의 쇠고기 수입개방과 대책」. 농협중앙회.
- 허덕 외. 2000. 『쇠고기 수입자유화와 한우산업 발전방안』. 한국농촌경제연구원.

- 『국민일보』, 『농민신문』, 『축산신문』, 『한국일보』 보도자료.
농림부. 2004. 「농림업 주요 통계」.
농수산물유통공사. 2004. 「가격통계자료」.
축산물등급판정소. 2003. 「브랜드업체현황 통계자료」.
통계청. 2004. 「농가경제조사」.
한국육가공협회. 2004. 「쇠고기통계자료」.
한국육류유통수출입협의회. 2004. 「수출입통계」.

[외국문자료]

- Masayoshi Honma. 2003. 'Japan: Product Differentiation-The Way Forward', *The Political Economy of Beef Liberalisation*. Magellan Project.
- WTO. Korea-Measures Affecting Imports of Fresh, Chilled, and Frozen Beef. WT/DS 161, WT/DS 169.
- Yoocheul Song. 2003. 'Korea: Shifting to Market-Oriented Principles', *The Political Economy of Beef Liberalisation*. Magellan Project.



과목명

부록

부표 1. 쇠고기 수급 현황

	수요(천 t)			공급(천 t)			1인당 소비량(kg)	자급률 (%)
	국내산	수입산		생산	수입 ¹⁾			
1994	269.8	147.3	122.5	273.9	147.3	126.6	6.1	54.6
1995	301.2	154.7	146.5	301.2	154.7	146.5	6.7	51.4
1996	323.0	173.8	149.2	323.0	174.0	149.0	7.1	53.9
1997	361.9	227.7	134.2	407.8	237.0	170.8	7.9	62.9
1998	345.4	260.0	85.4	379.6	271.8	107.8	7.4	75.4
1999	392.7	239.7	153.0	431.7	239.7	192.0	8.4	61.0
2000	402.4	212.4	190.0	475.9	214.1	261.8	8.5	52.8
2001	384.1	164.4	219.7	416.8	164.4	252.4	8.1	42.3
2002	402.7	147.4	255.3	457.7	147.4	310.2	8.5	36.6
2003	390.2	141.6	248.6	490.2	141.6	348.6	8.1	36.3

주: 1) 통관 기준

자료: 농림부(2004), 『농림업 주요 통계』.

부표 2. 산지가격

	송아지		큰 소	
	암(천 원/두)	수(천 원/두)	암(천 원/500kg)	수(천 원/500kg)
1994	1,120	1,592	2,619	2,918
1995	1,617	1,887	3,087	3,173
1996	1,506	1,567	2,853	2,848
1997	734	1,046	2,151	2,426
1998	535	658	1,887	2,007
1999	774	1,024	2,401	2,488
2000	1,103	1,294	2,872	2,752
2001	1,729	1,785	3,514	3,245
2002	2,306	2,288	4,236	3,927
2003	3,242	2,610	4,849	3,907

자료: 농림부(2004), 『농림업 주요 통계』.

부표 3. 연도별 쇠고기(국내산)가격¹⁾

연도	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
도매가격 (원/kg 지육)	7,524	6,078 (-19.2)	5,624 (-7.5)	7,274 (29.3)	7,687 (5.7)	8,842 (15.0)	9,510 (7.6)	9,446 (-0.7)
소매가격 (원/500g 정육)	8,118	7,537 (-7.2)	6,911 (-8.3)	7,235 (4.7)	8,709 (20.4)	9,617 (10.4)	14,739 (53.3)	15,650 (6.2)

주: 1) 전국 평균가격

2) () 안은 전년동기대비 증가율(%)

자료: 농수산물유통공사

부표 4. 쇠고기(국내산) 월별가격¹⁾과 변동률

(단위: 원/500g)

	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	변동률 ²⁾ (%)
1998	7,470	7,434	7,483	7,507	7,404	7,386	7,121	6,362	6,209	6,167	6,207	6,199	22.6
1999	6,412	6,527	6,527	6,527	6,545	6,564	6,871	7,793	8,103	8,188	8,286	8,446	31.7
2000	8,779	9,075	9,013	8,458	8,390	8,390	8,390	8,390	8,390	8,418	9,281	9,487	13.1
2001	9,430	9,420	9,078	8,922	8,908	8,920	8,920	8,920	8,921	9,941	11,008	12,979	45.7
2002	14,690	15,060	15,098	14,584	14,400	14,400	14,400	14,418	14,517	14,606	15,146	15,596	8.3
2003	15,814	15,833	15,712	15,600	15,600	15,600	15,600	15,600	15,600	15,600	15,606	15,600	1.5

주: 1) 소매가격

2) 최저가격과 최고가격간의 변동률

자료: 농수산물유통공사

부표 5. 축산농가소득 추이

(단위: 천 원, %)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003
축산농가소득	21,231	26,913 (26.8)	29,816 (10.8)	27,078 (-9.2)	31,512 (16.4)	36,600 (16.1)

주: () 안은 전년동기대비 증가율

자료: 통계청, 「농가경제조사」.

부표 6. 한(육)우 생산액 추이

(단위: 백만 원, %)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
한육우 생산액 ¹⁾	2,105,039 (18.6)	2,107,342 (0.1)	1,836,037 (-12.9)	1,778,327 (-3.1)	1,878,791 (5.6)	1,699,694 (-9.5)	2,136,299 (25.7)	2,463,258 (15.3)

주: 1) 경상가격

2) () 안은 전년동기대비 증가율

자료: 농림부(2004), 『농림통계연보』.

부표 7. 한우 도축두수

		한 우 (마리)	
		암	수
1994	575,717	268,710 (46.7)	307,007 (53.3)
1995	579,773	234,385 (40.4)	345,388 (59.6)
1996	639,948	254,470 (39.8)	385,478 (60.2)
1997	887,399	471,019 (53.1)	416,380 (46.9)
1998	1,023,150	506,900 (49.5)	516,250 (50.5)
1999	911,507	524,852 (57.6)	386,655 (42.4)
2000	816,895	464,771 (56.9)	352,124 (43.1)
2001	550,499	290,702 (52.8)	259,797 (47.2)
2002	448,594	216,715 (48.3)	231,879 (51.7)
2003	361,935	154,797 (42.8)	207,138 (57.2)

주: () 안은 전체 한우 도축마리수중에서 암, 수소가 차지하는 비율(%)

자료: 농림부(2004), 『농림업 주요 통계』; 한국육가공협회(2004).

부표 8. 국별 쇠고기 수입물량¹⁾ 추이

(단위: 톤)

	미국	호주	캐나다	뉴질랜드	기타	계
1998	48,955	30,166	3,995	3,939	23	87,077
1999	97,703	79,625	11,616	8,535	10	197,489
2000	131,505	70,271	18,615	11,170	6,280	237,841
2001	95,671	54,410	5,665	10,171	356	166,273
2002	186,630	76,758	11,595	17,248	15	292,246
2003	199,409	64,127	4,756	25,314	-	293,606
2004(1~9월)	-	62,778	-	41,183	262	104,223

주: 1) 검역 기준.

자료: 한국육류유통수출입협의회

부표 9. 주요 한우브랜드 업체 현황

지역 명	축종	브랜드 명	업체 명	등록구분	사업유무	연간 출하물량
서울	한우	생생한우	한국냉장(주)	상표등록	유	5,500
경기	한우	박달재	동양축산(주)	상표등록	유	1,800
경남	한우	농원참소	(주)농원식품	상표등록	유	1,500
경남	한우	생림한우	생림농협	상표등록	유	1,800
전남	한우	매력한우	영암매력한우작목반	상표등록	유	1,500
강원	한우	대관령한우	평창축협	상표등록	유	1,780
충북	한우	속리산대추한우	영농조합법인 속리산한우마을	상표등록	유	1,700
대구	한우	팔공상강우	대구축산농협	상표등록	유	3,400
전남	한우	장흥영지한우	장흥축협	상표등록	유	2,000
전남	한우	함평천지한우고기	함평군한우협회	상표등록	유	2,900
경남	한우	합천황토한우	합천군	상표등록	유	8,000
경북	한우	참우	예천군	상표등록	유	14,000
대구	한우	한우왕	대구경북한우협동조합	상표등록	유	1,900
경북	한우	프라임한우	(주)동아LPC	상표등록중	유	2,415
경기	한우	참미래	(주)건화육가공	상표등록중	유	4,500

자료: 축산물등급판정소(2003)



Executive Summary

Changes in the Beef Market after Import Liberalization: Analysis and Implication

Ji Hyun Park

The importing of beef was liberalized through imposing a tariff in 2001 which shifted from a quota since the conclusion of the UR in 1994. With the opening of a beef market, livestock farms and farmers' groups were concerned that damages from liberalization would grow serious and their breeding bases would eventually collapse. In other words, they argued that the liberalization of a beef market would result in: 1) the reduction of farmers' income due to the decreasing price of beef; 2) the collapse of a breeding base due to the reduction in production; and 3) the increase in imports and the decrease in the self-sufficiency rate.

However, as time went on, the uneasiness lessened, and it did not appear that the plummeting of beef prices, the decrease in income and the collapse of breeding bases would occur. Namely, the price of beef rose and stabilized, the income of stockbreeders and farmers increased, and the number of heads raised per house increased. However, the self-sufficiency rate was lowered, because the production of beef could not meet domestic needs and thus importing beef was inevitable.

Although the beef market was damaged at a certain degree due to imposed tariff, it was not so serious as it seemed. On the other hand, the basis of livestock farms would be strengthened by the enhancement of competitiveness through item diversion and economy of scale.

The comprehensive expansion of market liberalization and the change of consumers' preferences require change from producers. Consumers want beef whose quality, sanitation and safety are guaranteed. For Japan, liberalization should be an opportunity of upgrading its beef industry to quality-centered ones. In effect, our producers and government must strive to make this liberalization an opportunity for enhancing our own beef industry.

朴芝賢

동덕여자대학교 경제학과 졸업

중앙대학교 경제학 석사

대외경제정책연구원 전문연구원(現, E-mail: jhpark@kiep.go.kr)

著書 및 論文

『WTO/DDA 농업협상 모델리티 평가와 국내 대응방향』 (공저, 2003)

『농업의 비교역적 관심사항: DDA 농업협상 대응방안』 (공저, 2002) 외

정책자료 04-08

최고기 수입개방 이후
최고기시장의 변화 분석 및 시사점

2004년 12월 24일 인쇄

2004년 12월 30일 발행

발 행 인 安 忠 榮

對外經濟政策研究院

발 행 처 137-747 서울특별시 서초구 염곡동 300-4

전화: 3460-1178, 1179 FAX: 3460-1144

인 쇄 (주)예원기획 전화 745-8090 대표 강대원

등 록 1990년 11월 7일 제16-375호

【本書 內容의 無斷 轉載、複製를 금함】

ISBN 89-322-2083-2 94320

89-322-2068-9(세트)

정가 5,000원



UR협상결과에 따라 1994년부터 쿼터물량을 통해 수입이 이루어졌던 쇠고기는 2001년 관세에 의해 수입 개방이 이루어졌다. 쇠고기 수입개방으로 인해 축산농가와 농민단체를 중심으로, 쇠고기가격이 하락하여 농가소득이 감소하고, 생산감소로 사육기반이 붕괴하며, 수입이 증가하고 자급률이 하락할 것이라는 우려가 제기되었다. 본고에서는 이러한 우려가 2001년 수입개방 이후 어느 정도 시장에 반영되었는지 수입개방 전후의 통계자료를 통해 쇠고기시장의 변화를 분석하고, 일본의 쇠고기시장 개방사례와 비교하여 개방화시대에 축산농가가 나아갈 길을 모색하였다.



대외경제정책연구원

137-747 서울시 서초구 염곡동 300-4
TEL : 3060-1178 FAX : 3460-1144



정가 5,000원