

2017 - 5호

‘한우산업 경쟁력 개선대책(안)’ 검토

2017. 7.

 한우지조금관리위원회
교육조사부

본 자료는 '17.6월 농림축산식품부 축산정책국에서 발표한 「한우산업 경쟁력 개선대책(안)」에 대하여 자체적으로 검토한 내용임

1. 생산요소의 효율적 관리로 생산비절감

□ 등급제 개편에 따른 출하기간 단축

- 사육기간 단축을 통해 생산비가 절감되더라도, 단기적으로 소비자가격 인하를 기대하기는 어려움
 - 생산비 절감이 농가판매가격(농가수취가격), 유통가격, 소비자 가격에 전가되어 생산자·소비자 모두에게 이익이 되기까지는 장시간이 소요될 것으로 예상됨
 - 단기적으로는 유통마진만 증가될 소지가 있으므로 이에 대한 억제방안이 필요함
- 사육기간 단축으로 인해 고유의 한우고기 맛이 변질되어서는 안될 것임
 - ‘한우 사육기간과 한우 맛간의 연관성 연구(최창본, 2010)’ 결과, 30개월령 한우고기가 연도, 다즙성 등 맛과 관련된 평가항목에서 가장 높은 점수를 받음(실험 대상 : 27개월령, 30개월령, 33개월령)
 - 일본의 경우, 화우 평균 출하월령은 29개월이며, 국가 단위의 출하월령 단축이 화우고기 맛을 유지하는 조건하에서 이루어지고 있음
 - 사육기간 단축을 통해 고급육(1+이상)을 생산하더라도 수요가

뒷받침되지 않는다면(가격 하락 동반) 농가는 다시 출하기간을 늘리게 될 것임

- 일반농가와 선도농가를 구분하여 생산비 절감에 따른(등급제 개편을 통한 사육기간 단축) 수익성 분석 조사가 필요함
 - 대책(안)대로라면 일반농가와 선도농가 즉, 두가지 전략(Two Strategy)으로 기본방향을 설정하였음
 - 따라서, 각 전략에 속하는 농가별로 한우고기 생산을 통한 시장에서의 수익성(각 전략별 비용절감 등)에 대해 분석 후, 등급제 개편에 대한 정확한 실익을 따져봐야 함
 - 마블링 기준 하향으로 인한 경영비 절감(1,258억원) 및 소비자 부담액 인하(860억원) 추정에 대한 **정확한 근거** 제시가 필요함

2. 유통구조 개선

□ 유통단계 · 비용 축소

- 안심축산에 편중된 계열화 체계 육성('16: 38% → '22: 80%)은 독점시장을 형성할 가능성이 높음
 - 안심한우의 산지 조달 비율을 80%까지 확대시킬 경우, 농협이 초과이윤을 취득할 가능성이 높으며, 농협뿐만 아니라 민간패커, 영농조합법인도 동등한 비율을 목표로 설정하는 것이 옳음
 - ※ 산지 조달 비율 : 농협 40%, 민간패커 30%, 영농조합법인 30%
 - 직거래 활성화를 위한 농협 정육점 및 정육식당의 개소수 확대 ('16: 1,475개소→ '22: 1,996개소)의 경우에도 농협뿐만 아니라

영농조합법인도 같이 확대시킬 필요가 있음

○ 특정 주체를 육성하기 보다는 경쟁(시장)을 통하여 유통비용을 절감하는 방법이 필요함

- 독점시장이 형성될 경우, 시장 불균형으로 인해 사회적 순손실(Deadweight Loss)이 발생함

※ 사회적 순손실(Deadweight Loss) : 독점가격, 외부효과, 초과부담 등으로 인하여 발생하는 경제적 효용의 순손실

□ 新 유통방식(인터넷·모바일) 활성화

○ 축산물의 온라인 거래시장이 매년 확대되고 있으나, 대형할인 유통업체, 소셜커머스, 홈쇼핑에 한정된 현상임

※ 한우고기 구매 장소 순위(2016년 한우고기 소비·유통 모니터링, 한우 자조금) : 1) 대형할인점(36.3%) 2) 일반정육점(26.2%) 3) 축산물 브랜드 직영점(15.6%) 4) 슈퍼마켓(12.3%)

○ 2014년 5월부터 한우자조금에서 「한우114」 홈페이지에 한우쇼핑몰을 구축하여 한우고기 온라인 구매활성화를 위해 노력해 오고 있음. 그러나 판매금액 증가율은 매년 하락하고 있는 상황임

- 부정청탁금지법 시행 이후 판매금액이 급격히 감소하였음

< 한우114 한우쇼핑몰 판매현황 >

	판매금액 (천원)	월 평균	
		판매 금액 (천원)	증감율 (%)
2014년 (5월~12월)	104,879	13,110	-
2015년 (1월~12월)	237,858	19,821	51.2
2016년 (1월~12월)	250,241	20,853	5.2
2017년 (1월~5월)	69,190	13,838	△33.6

- 기본적으로 소비자들은 아직까지 온라인 축산물 구매(품질 신뢰도)에 대한 의구심을 가지고 있음
 - 소비자는 공산품과 달리 축산물 구매 시, 눈으로 보고 살 수 없는데 대한 불안감을 느낌(품질 신뢰도 저하)
 - 또한, 대형할인 유통업체 온라인 쇼핑물에서는 타 품목(공산품 등)과 연계하여 장보기가 가능하나, 축산물 온라인 시스템은 그렇지 못하기에 소비자들의 관심이나 방문이 떨어질 것으로 예상됨
 - 이에, 소비자의 구매요인을 확대할 수 있는 구체적인 유인책을 마련할 필요가 있음

3. **수급안정관리시스템 정비**

□ 관리매뉴얼 및 사전수급조절 기능 마련

- 생산자의 자율적 수급조절이 가능하기 위해서는 정책의 실행·관리를 위한 예산이 수반되어야 함
 - 예산이 수반되지 않은 상황에서 자율적 수급 조절은 사실상 불가능함
- 한우 번식용 무상임대 시, 송아지 생산 후 회수된 암소에 대하여 재번식과 비육의 명확한 기준이 필요함
 - 비육의 경우, 자칫 비육장으로 변질될 가능성이 있으므로 명확한 한우암소 비육기준(ex.5산 이상)을 설정해야 함

□ 송아지안정제 보완

- 송아지생산안정제의 근간이 되는 생산비·경영비조사에 있어 표본농가 설정을 개선할 필요가 있음
 - 영세한 번식농가와 대규모 번식농가의 송아지생산비는 상당한 차이가 존재함
 - 조사 표본설정이 지나치게 소규모 농가에 편중되지 않도록 해야함
 - ※ 소규모 농가일수록 생산비 수준이 낮으며, 규모별 가중평균치를 적용하는 것도 방법임
 - ※ 농림축산식품부와 통계청간의 긴밀한 협조 필요
- 안정기준가격의 결정(축산발전심의위원회의)이 정책적 요인 등의 개입 없이 시장상황에 의해 결정될 수 있도록 일관된 기준 설정이 필요함
 - 일본의 경우, 기준가격 산출을 위한 계산식에 의해 결정되어짐
 - 기준가격 산출을 위한 계산식 마련이 필요함
 - 수급에 예기치 못한 상황에 신속하게 대처하기 위해 연중 1회 정도 안정기준가격을 탄력적으로 조정할 수 있도록 해야함
- 안정기준가격과 보전한도에 대한 명확한 기준 설정이 필요함
 - 송아지생산비중 경영비 수준(90% 이상)을 안정기준가격으로 설정할 필요가 있음

□ 축협 생축장 번식우 생산 기지화

- 「송아지의 안정적인 공급」을 하나의 목표로 설정하여 각 세

- 부추진과제를 묶어서 실현가능하도록 구체화된 계획이 필요함
- 번식률 향상, 우량송아지 생산·공급, 한우번식용 무상임대, 생축장 생산기지화, 번식우 사육후계농 지원 등을 세부과제로 하여 ‘한우송아지의 안정적인 공급’을 하나의 목표로 설정할 필요가 있음
 - 축협 생축장 순기능(번식우 사육 및 우량송아지 생산)에 맞게 명칭을 ‘○○축협 한우 번식기지’ 등으로 바꿀 필요가 있음
 - 비육우 중심 운영을 근절하기 위한 하나의 방안으로 명칭 변경 필요
 - 축협 생축장 운영을 통해 발생하는 수익이 농가에 배분될 수 있도록 하는 방안(법, 규제 등)이 마련되어야 함
 - 생축장 운영을 통해 발생하는 수익이 무조건 참여농가에 환원될 수 있도록 하는 방안 필요
 - 수입을 공동분배할 경우, 명확한 분배 비율 설정 필요

4. 농가 생산지원

□ 무허가 사육시설 적법화 지원

- 무허가 사육시설 문제는 전체 축산업 존재의 문제로 정부 차원(지자체 포함)에서 주도적으로 적법화를 추진을 해야 되는 사안임
- 이에, 현장컨설팅을 위한 축산자조금의 활용은 무허가 사육시설 문제를 농가에 책임을 전가시키는 형태로 해석할 수 있음
 - 한우산업 발전을 위한 예산임은 분명하나, 자조금의 활용·용

도에 맞지 않음

- 무허가 사육시설 적법화에 소요되는 예산은 일체 정부에서 부담하는 것이 옳음