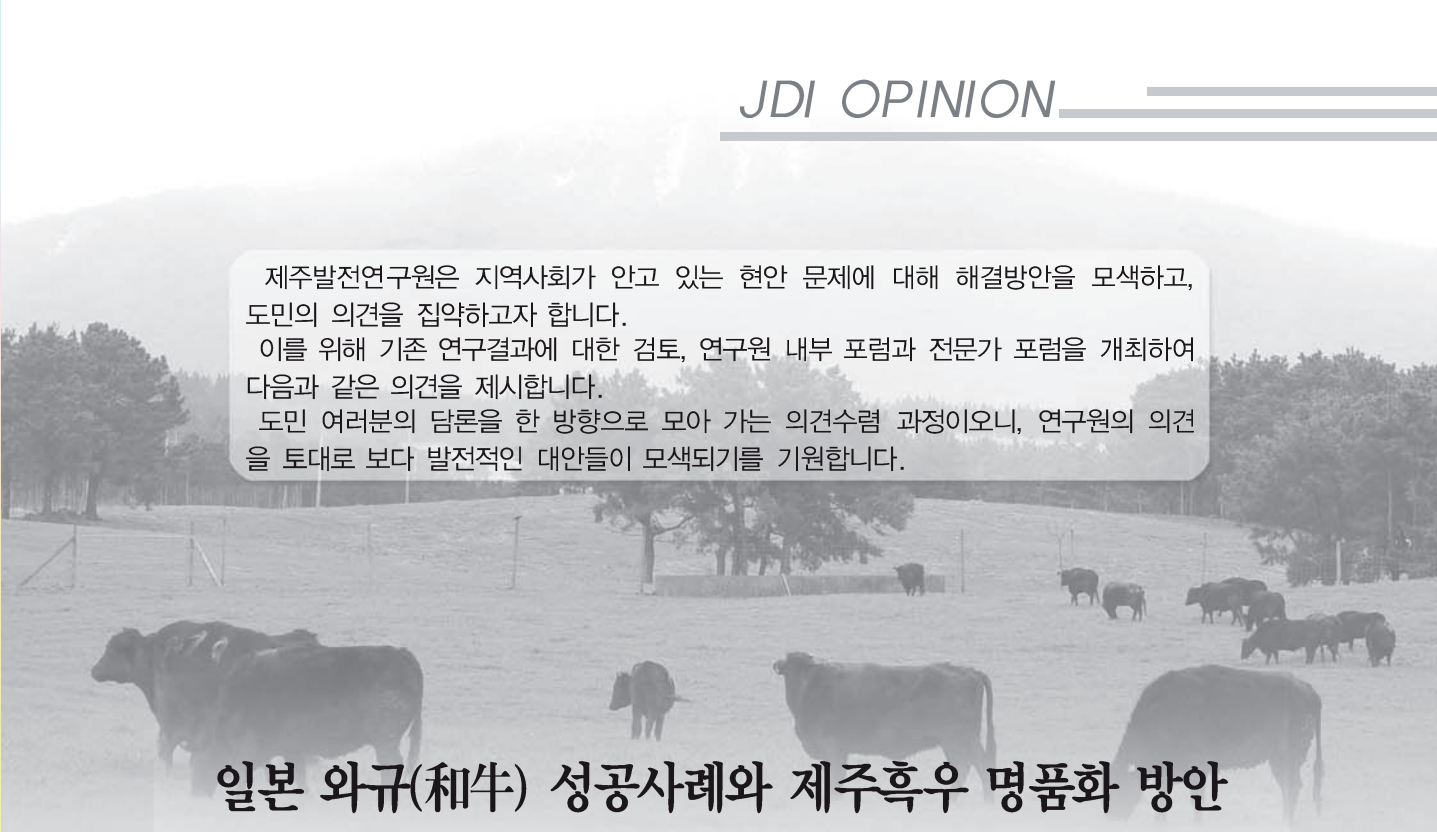
제주발전연구원은 지역사회가 안고 있는 현안 문제에 대해 해결방안을 모색하고, 도민의 의견을 집약하고자 합니다.
이를 위해 기존 연구결과에 대한 검토, 연구원 내부 포럼과 전문가 포럼을 개최하여 다음과 같은 의견을 제시합니다.
도민 여러분의 담론을 한 방향으로 모아 가는 의견수렴 과정이오니, 연구원의 의견을 토대로 보다 발전적인 대안들이 모색되기를 기원합니다.



일본 와규(和牛) 성공사례와 제주흑우 명품화 방안

Ⅰ. 문제 제기

○ 최근 미국산 쇠고기 수입 개방과 본격적인 FTA로의 진전에 따라 제주축산업도 급변하는 시장상황에 대응해 나갈 수 있는 차별적이고 미래지향적인 전략 마련이 필요한 시점임.

○ 이러한 관점에서 조선시대 진상품으로서 명성을 간직하고 있는 제주흑우의 대량증식과 브랜드화는 기존 한우보다 더 경쟁력을 갖춤으로써 확실하게 수입개방의 위기를 타개할 수 있는 적절한 대응전략이 될 수 있다고 판단되어지고 있음.

○ 제주흑우는 갈색한우와는 달리 육질이 아주 뛰어나 단백하고 특별한 맛을 가지고 있어 세계적인 고급육인 일본 와규(和牛)와도 경쟁할 수 있는 제주지역의 토종 한우임. 그러나 일제시기의 멸종정책과 산업화시대로 접어들면서 자취를 감추다가, 현재 겨우 제주에만 470여 마리가 그 명맥을 유지하고 있는 실정임.

○ 2003년부터 제주흑우 명품화 사업이 본격 추진되면서 두수가 점차 늘어나는 등 진전이 있긴 하지만 아직까지도 공감대 부족으로 대량증식이 제대로 이뤄지지 않고 있어 명품브랜드로의 확고한 위치에 오르지 못하고 있음.

○ 일본 센다이(仙台), 고베(神戶) 등 와규(和牛)명품 지역에서는 1960년대부터 검은 색의 흑우를 이용한 고급육 사업을 전개하여 지역의 특산품이자 세계적인 쇠고기 명품브랜드로 키워냄으로써 호주산 쇠고기가 수입되는 와중에서도 고급육을 선호하는 소비자층의 지속적인 구매에 힘입어 세계적인 명품으로서의 명성을 자랑하고 있음.

○ 따라서, 제주지역의 경우 제주흑우 하나만이라도 조기에 국내 최고의 고급육으로 명품브랜드화하는 전략이 절실히 요구되고 있으며, 이를 위해서는 1960년대 일본 지역에서 재래 흑우를 이용한 와규(和牛)명품화 추진사례를 거울삼아 민 · 관이 적극적으로

명품화사업을 전개해나갈 필요가 있음.

○ 울릉군이 지역 내 토종한우인 칡소 브랜드화 사업에 매진하고 있는 것을 반면교사로 삼을 필요가 있으며, 농가들도 흑우 명품화 성공 사례가 많은 일본 센다이, 고베 등 와규(和牛)명품 지역사례를 벤치마킹하여 제주흑우 명품브랜드화에 활용해봄 직하다고 할 수 있음.

- 차제에 우리 축산업계도 국제적으로 급변하고 있는 세계 축산업의 동향을 예의 주시하면서 발 빠른 대응이 필요함. 거친 개방화의 파고를 잘 헤쳐 나가기 위해서는 스스로의 자구노력이 있어야 함은 물론 과학축산을 적극 도입하여 경영합리화를 기하고 고품질 축산물 생산에 진력해야 할 때임.

○ 더욱이 제주지역 농가들이 영세할 뿐만 아니라 유통물류비 과다, 낙후된 축산시설, 사료값 급등으로 경쟁력이 저하되고 있어 제주축산업이 나아갈 방향 정립 및 특단의 대책이 무엇보다 절실해지고 있음.

Ⅱ. 제주축산의 현실과 제주흑우

1. 제주축산의 현실

○ 2007년 12월 기준, 제주지역 축산 농가는 한우 769농가(1만8,990마리), 육우 252농가(6,707두), 젖소 66농가(4,907두), 양돈 3백47농가(43만6,771두) 등 1,434농가에 이르고 있음.

○ 제주는 예로부터 '말의 고장'이라 하여 축산업의 본고장이라고 할 수 있음. 그동안 제주마, 제주흑돼지 등의 브랜드화와 청정축산의 명성을 얻어왔으며, 매년 5천억원대(2006년 조수입 5천3백37억원)의 조수입을 올리고 있고, 향후 1조원시대의 축산업 발전전략을 강구하고 있음.

○ 하지만, 한미 FTA 체결 등의 개방화의 진전과 미국 쇠고기 전면 개방으로 말미암아 제주축산업은 통째로 흔들리고 있고, 농가들은 축산영농이 미래에도 가능한 것인지에 대한 의문을 제기할 정도로 고민을 하고 있는 실정임.

○ 이에 따라 지금의 위기를 극복하고 이를 기회로 삼는 지혜가 필요한 시점이라고 할 수 있으며, 고급화 · 차별화 등을 통해 수입개방 등 어떠한 상황에서도 흔들리지 않는 차별화된 제주축산 발전전략이 필요한 시점임.

○ 기본적으로는 행정과 농가가 합심하여 종별 강화대책의 보완, 대(對)중앙 절충 강화, 조사료 생산기반 확대, 학교급식과 대도시 제주산 쇠고기 공급 확대 등 제주축산업 경쟁력 강화를 위한 노력을 경주할 필요가 있으며, 무엇보다 농가의 고품질 육우생산을 위한 자구노력이 절대 필요함.

○ 제주축산업의 새로운 전기를 마련하는 구체적인 대안 중 하나는, 제주흑우의 명품화사업의 가속도를 부쳐 고소득 소비층을 겨냥한 고품질, 고소득의 소 산업을 육성하는 것이 첩경이 될 수 있음.

○ 한 예로 지난 2007년 미국산 쇠고기가 일시 수입 허용됐을 당시에도 고급 한우 판매에는 크게 변동이 없었다는 사실을 상기하면, 제주흑우를 통한 고급육 생산은 제주미래 축산의 키워드가 될 수 있음.

2. 제주흑우가 왜 대안인가?

○ 제주흑우는 일명 '검은쇠'로 예로부터 고기맛이 황색우보다 좋다고 전래되어 왔으며 세종실록을 보면 고려시대 이래 삼명일(임금 생일, 정월 초하루, 동지)에 정규 진상품이었다는 기록이 나와 있음.

○ 특히 육질에 지방성분이 골고루 퍼져있는 상강육(서리가 내린 것처럼 흰 지방이 고루 퍼져있는 고기)이 뛰어나 고기를 구울 때 지방성분이 배어나오면서 고기가 타지 않고, 고소하고 부드러운 맛으로 유명함.

- 왕실에서는 이를 제사용으로 이용할 만큼 귀하게 취급하고, 제주지역에서는 노인을 공양할 때는 흑우를 잡았다고 함(강민수, 2000).

○ 제주흑우가 미국산 소고기 수입개방이후 대안이 되는 이유는 고급육생산만이 제주축산의 살길이기 때문. 미국산 쇠고기의 경우 한우가격보다 저렴하기 때문에 고급육인 아닌 한우는 가뜩이나 사료값 급등 등 악조건 속에서 설 땅이 없어진다고 해도 과언이 아님.

○ 이에 따라 기존 갈색한우에서 고급육 생산 및 다양한 브랜드 전략을 구사한다 할지라도, 기존 한우는 국내 한우와도 경쟁을 벌여야 하는 상황인 반면에, 제주흑우는 색깔면에서는 경쟁상대가 없는 유리한 위치를 점유하고 있다고 할 수 있음. 2004년 국가보고서에 따르면 한국에는 한우, 제주흑우, 칡소 3가지 품종이 있다고 보고되었음.

○ 더욱이 임금에게 진상될 정도로 고기맛이 좋은 것으로 알려지고 있는데 최근 시식행사에서도 좋은 평가를 받았으며, 제주축산진흥원(2007)의 제주흑우 도체성적을 보면 1등급 출현율이 제주흑우는 84.6%로, 기존 한우 거세비육우 66.2%보다 8.4%P 높은 것으로 나타남.

○ 또한 한국축산과학원에 의뢰하여 분석한 자료(2007)에 의하면 제주흑우 고기에는 불포화지방산이 많은 것으로 나타나고 있는데 한우거세우 55.94%, 제주흑우는 59.17%로 높음. 이와는 반대로 포화지방산은 한우거세우 44.06%, 제주흑우 40.84%로 나타남.

○ 재래흑돼지가 국민소득향상과 더불어 고급육을 선호하는 소비층 확산으로 자연스럽게 명품이 되었고, 일본에서도 검은 색깔의 재래 흑우를 이용하여 세계적인 명품 쇠고기가 만들어진 것처럼 제주흑우도 미국산 쇠고기 개방이 이뤄지는 시점에서는 국내에서 최고의 고급육으로 육성할 수 있을 것으로 판단됨.

○ 2003년부터 추진되고 있는 제주흑우 명품화사업의 목표는 웰빙 시대에 차별화된 새로운 고급육, 제주흑우를 대량 번식기술 및 사양기술을 활용하여, 국내 최고의 고급육으로 명품화시켜 농가 소득 증대를 도모하는 것이라고 할 수 있음.

– 즉, 제주흑우를 제주에서만 종 보전과 동시에 대량 증식 · 생산하여 수입개방시대에 세계 수준의 경쟁력을 갖춘 브랜드를 창출함으로써 우리나라 한우산업의 새로운 이정표를 세움과 동시에 지역특산품으로서 시장 차별화를 이뤄내 소득 증대를 도모하고 제주의 새로운 명품을 만들어 내는 공익적 효과를 거두는 것임.

3. 제주흑우 명품화사업 연혁

1) 사업 착수 이전 초창기

○ 멸종위기에 몰렸던 흑우가 제주에 남아있는 것은 15년 전, 재래가축 보존이 절실하다는 아이디어로 거슬러 올라감(당시 김추영 제주축산사업소장이 사업 아이템을 발굴).

○ 제주도는 제주흑우 유전자원 수집(1992년~1993년) 활동을 펼쳐 도내 농가에서 노령화된 씨암소 10마리 구입한 뒤 증식사업을 벌여왔으며, 그 결과 제주흑우는 제주에서만 종보전될 수 있었음.

○ 1995년 4월 1일부터 도외 반출제한을 고시했으며, 2002년 8월 한국종축개량협회 흑우 등록규정 개정(혈통보존과 유전적 개량을 위한 등록대상우 등록 제정).

〈표1〉 제주흑우 사육현황 제주도축산진흥원(2007년 6월 30일 현재)

구 분	계	성 우	육성우	송아지
계	378(232)	251(186)	68(19)	59(27)
축산진흥원	101(62)	76(50)	8(4)	17(8)
난지농업연구소	72(44)	59(39)	13(5)	–
농 가(44농가)	205(126)	116(97)	47(10)	42(19)

○ 또한, 도외 반출 제한(축산법 제9조 및 제10조「보호종축 및 보호지역 지정」) 규정에 의거하여 시장 · 군수가 고시하여 제주흑우 도외 반출을 제한하여 왔으며, 제한기간은 1995. 4. 1~2006. 12. 31이었음. 그리고 2007년부터는 제주특별자치도의 설치 및 국제자유도시조성을 위한 특별법 시행조례로 도외 반출을 막고 있음.

○ 2002년 8월 19일 한국종축개량협회의 흑우 등록 규정안 통과되어 현재 제주흑우 96두가 등록되어 있음.

2) 시험연구사업 추진 내용

○ 재래 흑우 계통 육성 시험(1993~1997)

○ 유전자 분석에 의한 한우와 흑우의 모색 유전연구(1997~)

○ 제주 흑우의 번식 특성 및 증식연구(1997~)

○ 흑우 생식세포 동결 및 이식연구(2000~)

○ 흑우 판별을 위한 모색 유전자형 설정(1999)

○ 흑우 유전자원 보존은행 설치(2000)
○ 생명공학기법을 이용한 흑우 증식기술 확립(2001)

3) 사업 착수 이후

○ 2003년 8월부터 행정이 중심이 되어 제주흑우를 명품브랜드화하기 위해 명품화단지 조성 등 본격적으로 명품화사업을 추진하고 있음.
○ 2007년 6월 현재는 도내 6개소에 이르고 있는데<표 2>, 지금까지의 지원내역을 보면 시범사육농가 동결정액 무상공급, 흑우명품화단지에 체내수정란 무상공급 이식, 2003년부터 고급육 생산을 위한 기술지도가 이뤄져 왔음.

〈그림 1〉 2003년에 제작된 제주흑우 캐릭터

〈그림 2〉 제주흑우 응용캐릭터

○ 특히 서귀포시축협은 30여 회원이 흑우 명품화사업에 주도적으로 나서고 있음. 2000년초부터 제주흑우 명품화 성공 가능성에 눈을 뜬 남원지역 흑우농가들이 주축이 되고 있는데, 지금까지 어려운 난제들을 풀어나가면서 흑우 명품화에 심혈을 기울이고 있으며, 일 년 중 추석 등 명절 특별 선물로 제주흑우가 서울등지의 고급백화점에서 고가에 판매하는 성과를 보이고 있음.

〈표 2〉 제주흑우 명품화단지 지정내역

단 지 명	대 표 자	소 사 육 현 황				흑우 두 수
		계	번식우	비육우	송아지	
합 계		1,405	807	410	188	170
상명공동목장	양 만 수	71	32	20	19	10
신례공동목장	양 경 대	204	90	90	24	66
신흥공동목장	김 권 호	350	170	120	60	51
수망공동목장	김 재 일	130	105	-	25	15
의귀공동목장	오 영 준	270	160	80	30	19
남원공동목장	장 대 선	380	250	100	30	9

○ 산남지역은 선진 농가를 주축으로 흑우 명품화단지 조성에 적극 참여하는 등 명품화사업 추진이 상대적으로 활성화되고 있음.

○ 또한 발육 성적 저조 및 특성 규명이 미흡하고, 소규모 집단에 의한 증식으로 근친피해 우려가 있어 흑우 개량성과 조기 기대가 어려웠던 점도 있었음.

4. 문제점

○ 2003년부터 제주흑우 명품화 사업이 본격 추진되면서 두수가 점차 늘어나는 등 진전이 있긴 하지만 5년이 지난 지금까지도 대량증식이 제대로 이뤄지지 않아 실질적인 명품브랜드로의 확고한 위치에 오르지 못하고 있음.

○ 더욱이 제주흑우 명품화사업의 속도가 더디다 보니, 일찍이 흑우사육에 뛰어든 농가들이 공동출하 물량이 제한된 이유로 명품브랜드의 이점을 누리지도 못하고 있음.

○ 무엇보다 미국 쇠고기 수입개방 이후 대안 찾기의 일환에서라도 일본 선진축산 벤치마킹을 통해 민 · 관이 도전정신을 발휘하는 인식변화가 요구됨.

Ⅲ. 일본 흑우 명품화 성공 사례

1. 센다이규(仙台牛)의 성공사례

○ 센다이시가 있는 미야기(宮城)현의 인구는 195만명. 소 사육은 7천7백여 농가에 10만4천5백마리임. 농가당 사육두수는 13.5마리로 농가별 소규모축산이 전형을 이루고 있음.

- 전업농은 거의 없고, 농가에서 복합영농방식으로 부가소득을 거두는 겸업형태가 대부분임. 가격은 1마리당 3천4백90만원에 달함.

○ 미야기현의 흑우축산의 시작은 1960년대 초. 센다이규(仙台牛)명품화사업이 성공을 거둔 지금, 센다이 등 중심지 상가지역에 '규탕' 이라고 하는 소혀 요리집이 줄줄이 들어서 있음.

- 소 혀로 만든 '규탕' 이라는 요리는 처음에는 버리는 것이었지만 아이디어 상품으로 내

놓은 뒤 인기가 높아 일본 전국에 유명해져 있음.

○ 마츠모토(松本 忠)미야기현 축산시험장 장장과 다카다(高田 直和)주임 연구원(2005)은 "사실 수입개방이 되면 축산농가들이 다 죽는 줄 알았지만 고급육 흑우의 사양기술 발전에 힘 기울인 결과, 호주산 수입소와 흑우 소비 비율이 일정해 농가들이 흔들림 없이 경영하고 있음. 고급육 브랜드화에 여러 어려움이 있겠지만 무한경쟁시대에서는 고급육에 만들어서 차별화시키는 방법밖에 없다"고 설명함.

○ 일본 와규도 제주흑우와 마찬가지로 육질은 가장 뛰어나나 성장기간이 긴 것이 약점이었으나 지금은 최첨단기술로 생육기간을 줄어들고 있으며, 연구과제 역시 육질을 더욱 좋게 하거나 사료효율을 높이는 등 다양한 면에서 연구해 나간다는 계획임.

– 매년 육용우 품평회가 국가적인 행사, 지역적인 행사로 열리며, 수시로 흑우품평회가 개최됨.

〈그림 3〉 센다이 명품 규탕 홍보물

〈그림 4〉 센다이규 유전자의 원조인 씨숫소 동상

2. 일본 와규(和牛)의 명성

○ 원래 일본에도 여러 색깔의 소가 있었으나, 각 지자체들은 일본인의 입맛에 맞는 고품질의 육우를 만들어내기 위해 재래 흑우을 한우 등과 교배해 흑모화종(黒毛和種)을 만들어 지역 특산품으로 개발해냈음.

○ 일본의 흑우 원산지는 서북부 해안 미시마(見島)섬이며 미시마규(見島牛)는 옛날에 밭갈기용으로 쓰이다가 급격히 두수가 감소한 품종으로 지금은 천연기념물로 지정보호되고 있음. 일본 내에서의 흑우축산은 고베(神戸), 센다이(仙台), 홋카이도(北海島), 가고시마(鹿兒島), 미야자키(宮崎) 등이 가장 발달해 있으며, 동북지방에서는 이와테(岩手)현과 미야기(宮城)현이 대표적임. 이외에 교토(京都), 돗토리(鳥取)현 등의 와규가 유명.

○ 일본 와규의 명성은 상상을 뛰어넘을 정도임. 중국 신흥 부자들이 '쇠고기의 캐비어'라는 일본산 와규(和牛)에 맛을 들이면서 중국이 2001년 일본 쇠고기 수입을 금지한 이래 와규 밀반입이 성행하고 있고, 2006년 일본의 대북 수출 금지 품목에도 오름 (조선일보 2006년 4월 29일자 만물상 중에서).

○ 일본 와규등록협회는 50년 전부터 와규의 '호적'을 만들어 관리함. 새끼가 태어나면 직원이 현장 확인을 거쳐 생년월일, 출생 농가, 2대 부계 · 모계 혈통을 기록해 증명서를 떼주는데, 협회가 보관하는 '자우(子牛 · 새끼소) 등기'엔 지문(指紋)아닌 비문(鼻紋, 콧등 무늬에 먹을 칠해 탁본처럼 떠놓음)이 찍혀 있음.

○ 최고급 와규라는 고베산 흑우(黑牛) 사육 농가는 262곳밖에 안 되며 대개 5마리 미만, 많아야 15마리씩 키워 한 해 30마리만 도축함. 농가들은 소에게 마사지를 해주고 음악을 틀어주는 것이 보통인데, 마사지는 근육을 골고루 움직여줘 근내(筋內) 지방, 이른바 마블링이 고루 박히게 한다고 함. 여름엔 입맛을 살리려고 맥주를 먹이고 최종 살찌우는 단계엔 매일 청주와 맥주로 죽을 쑤어 주기도 함.

○ 일본 현지의 와규 값은 상상 이상으로 비싼 편임. 한우의 최상급인 1++의 등심이 1kg당 8만5천원선인 반면, 화우 등심 부위는 보통 20만~25만원 정도임. 우리나라에서 제일 비싼 한우가 한 마리에 3,500만원 정도인 반면에 와규는 1억원을 호가함.

3. 시사점

○ 일본 축산업 역시 WTO개방 이후 험한 파고를 겪으면서 어려움에 봉착하고 있는 가운데서도 와규만큼은 호주산 쇠고기가 수입되는 와중에서도 일정한 소비시장을 확보하여 농가소득의 든든한 버팀목이 되고 있음.

○ 최고 등급을 받는 와규는 세계 최고의 고급육이라는 명성을 얻어 농가에게 고소득을 안겨주고 있는데 매일 마사지를 해주고, 맥주를 먹이는 등 정성스럽게 소를 키우는 농가의 프로의식은 지역 한우농가들에게 귀감이 아닐 수 없음.

○ 특히 일본 축산농가들이 수입개방 이후 대부분 재래 흑우를 이용한 와규인 흑모화종을 기르고 있는 점을 감안할 때, 미국산 쇠고기가 수입될 경우에는 기존 한우를 키우는 농가로서는 특단의 결정이 필요한 시점임.

○ 소득수준이 증가하면서 고소득층에서는 질 좋고 비싼 것을 찾는 소비패턴이 자리 잡고 있음을 감안하면, 소 산업의 활로는 차별화된 육우 생산이 키워드가 될 것임.

○ 미국쇠고기 수입에도 흔들리지 않는 차별화된 축산정책으로서 고급육 생산 선진지역인 일본의 와규 대량증식과 명품화 사업을 벤치마킹하고, 국가 내지 지방행정에서 보다 전략적인 제주흑우 명품화사업을 과감히 추진할 필요가 있음.

○ 도내 농가들도 일본 축산농가들처럼 최고의 사양기술로 무장하거나, 사육품종을 차별화된 품종으로 변경하는 등 자구책이 필요함.

Ⅳ. 제주흑우 SWOT분석 및 과제

1. 제주흑우 SWOT분석

○ 제주흑우의 강점과 약점 기회와 위협요인을 살펴보면 <표 3>과 같음.

〈표 3〉 제주흑우 SWOT분석

강점(Strengths)	약점(Weaknesses)
• 국내 유일의 품종으로 도외 반출이 제한되어 차별화 전략 가능 • 조선시대 진상품으로 스토리텔링 마케팅 가능 • Black color 먹을거리 선호 추세 • 일본 와규에 버금가는 고급육으로서의 가치 충분 • 제주의 청정 육우에 대한 선호 • 고급육 선호 소비자층 형성	• 개체 수의 부족으로 출하물량 한계 • 대량증식 계획상의 예산 및 인력 부족 • 인지도 홍보 부족으로 존재감 미약 • 행정 및 농가 명품화 공감대 미흡 • 농가 자본 영세성으로 명품화 사업에 소극적 • 유통 판매 마케팅 노하우 부족
기회(Opportunities)	**위협(Threats)**
• 미국 쇠고기 수입의 위기를 극복하면서 제주축산업의 경쟁력 제고 기회 • 수입산 저가 쇠고기에 맞서 고소득 보장 축산 가능 • 행정 및 농가 흑우 관심도 점차 높아짐 • 고급육 명품화를 통해 고소득 실현 • 중국의 고소득층 고급육 선호현상 확산 • 대중국 수출 성공 가능성 충분	• 출하물량 한계로 대중적 상품 한계 • 미국 쇠고기 수입 등 농가 사기 저하 • 지정학적 한계로 인한 물류비용 부담

○ SWOT 분석결과 강점에서 나타난 바와 같이 제주흑우가 청정제주에서만 종보전되는 축종이기 때문에 어떤 품종과의 경쟁할 수 있고, 조선시대 임금에게 정기적으로 진상됐던 명품 스토리텔링 마케팅이 가능하며, 같은 등급이면 마블링이 뛰어나 고기맛이 좋은 것으로 판정되고 있어 무한한 경쟁력을 갖추고 있다고 할 수 있음.

○ 그러나 제주흑우의 명품화사업이 성공을 거두기 위해서는 구체적인 대량증식 로드맵 및 예산 확보, 기관과 민간의 공감대 및 의지, 사양기술 향상 및 마케팅 전략 등이 필수적임.

2. SWOT에 따른 추진과제

가. 조기 대량증식을 위한 문제점과 전략

○ 제주대학교가 중심이 되고, 제주특별자치도 축산진흥원, 농촌진흥청 난지농업연구소, 충북대학교, (사)미래생명공학연구소가 공동 참여하는 연구개발 프로젝트에 따른 제주흑우 산업화 실용화 방안을 보면 올해(2008년)부터 2012년까지 5년간 체내수정란

이식 1,050두, 체외수정란 이식 200두, 수정란의 동결 및 보급 판매 100두 등 모두 1,350두에 해당하고 있음.

○ 예산상의 어려움을 겪고 있는 이 프로젝트의 사업규모는 2008년부터 2012까지 5년간 고작 645두를 증식하는데 머물고 있어, 이와 다른 프로젝트가 추가되지 않는다고 하면, 대량생산과 적정출하를 통한 제주흑우 명품브랜드화 기대치에 훨씬 미달할 것으로 예상됨.

○ 제주흑우의 대량증식이 성공을 거두기 위한 조건은 미국산 쇠고기 수입개방의 위기를 기회로 전환하는 새로운 성공모델로서 지방비가 아닌 국비확보를 통해 차별화된 지역특화사업으로 전개해 나가기 위해 20억원 이상의 국비 확보가 필수적임.

- 울릉군이 지역 내 토종한우인 칡소를 브랜드화하기 위해 매년 20억원씩 2010년까지 60억원의 예산을 투입하여 추진하고 있는 것을 반면교사로 삼을 필요가 있음.

나. 고급육생산을 위한 연구

○ 흑우육의 품질 개선을 위해서는 육질평가패널을 구성하여 흑우육의 육질 및 향미의 분석 등 흑우육의 장단점에 대한 분석이 필요함. 아직까지 다른 재래가축과 마찬가지로 흑우육의 상품성에 대한 객관적 분석 자료는 나오지 않고 있음.

○ 지육의 특성을 조사하여 부족한 부분에 대한 보완이 필요하며 이를 위해서는 체중증가, 등심면적 상향 방안 등이 연구되어야 함. 특히 근내 지방도, 육색, 지방색, 연도, 풍미, 다즙성 등 다양한 연구를 통해 명실상부한 고급육의 육질의 특성을 구현하는 연구가 절실히 요구되고 있음.

○ 육성기 때 방목에 의한 영양 밸런스 불균형 등을 예방하기 위해 사양관리에 대한 철저한 규명이 필요.

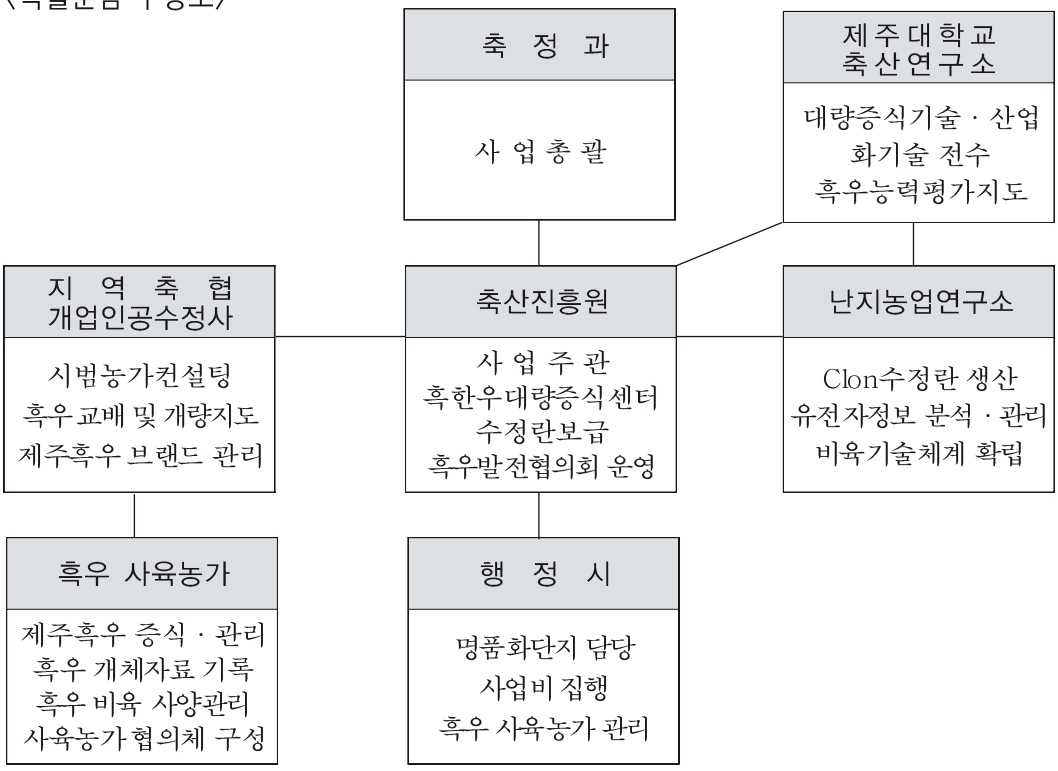
○ 여름철에 소에게 시원한 맥주를 마시게 하거나 마블링이 근육 내에 고루 박히게 하기 위해 마사지까지 해주는 일본 선진농가의 열정을 벤치마킹할 필요가 있음.

○ 소는 유전능력 개량속도가 매우 느린 축종이기 때문에 제주흑우를 이용한 고급육생산을 위해서는 제주흑우에 특화된 사양기술 개발이 필수적임. 동시에 장기적인 측면에서 흑우의 유전능력 개량 또한 염두에 두어야 함.

다. 기관과 민간 등의 역할분담

○ 제주흑우 명품화 사업에는 행정과 농가의 의지 및 공감대 형성이 필요하며, 기관과 민간 등의 역할분담이 설정되어야 함. 또한 역할분담에 의거하여 구체적이고 치밀한 명품화사업 로드맵을 차질 없이 추진하는 것이 절실하다고 할 수 있음.

〈역할분담 구상도〉



라. 제주흑우 브랜드 생산 · 유통체계 확립

1) 제주흑우 브랜드 대도시 유통

○ 축협 및 흑우 생산농가가 주축이 되어 비육우 사양관리 지도 및 비육우 도축 유통을 담당하는데, 비육우 도축 시 예냉 보관이 가능토록 함과 동시에 대도시 전문매장에 반출함.

○ 소매판매 단계 시 반드시 생산 이력제 도입 및 출하 대상축의 이력정보를 공개할 필요가 있음.

2) 제주흑우 고급육 생산현지 판매(地産地消)

○ 도 및 행정시가 주축이 되어 축협 및 생산자 협의체와 협의하여 전문 판매장 및 음식점을 지정운영하고, 흑우 품질기준 설정 및 품질관리 실태 점검 관리를 철저히 함.

○ 제주흑우 먹거리촌을 조성하여 제주를 찾는 관광객에게 특별한 먹을거리를 제공함으로써 고부가 관광상품으로 육성할 필요가 있음.

3) 제주흑우 문화적 가치 확산 및 홍보

○ 제주는 제주흑우의 본고장이었음. 조선시대 제주목사로 부임한 이형상에 의해 제작

된 탐라순력도에 의하면 제주도내 흑우의 사유두수가 기록돼 있음. 별방조점 247두, 정의 조점 22두, 대정조점 228두, 명월조점 185두, 서귀조점 39두, 애월조점 81두, 조천조점 87두, 우도점마 23두 등으로 공출용 흑우 두수가 표기되어 있는데 그 외 점검되지 않은 민간 사육두수를 포함하면 제주도전역에서 많은 수의 흑우사육이 이뤄졌음을 추정할 수 있음.

○ 제주흑우는 지난 1964년까지만 해도 1,000여두 이상 사육되었으나, 산업화를 거치면서 급격하게 감소하여 멸종위기에 다다랐는데 1980년대 후반에 제주도축산진흥원이 종보전 업무를 추진하면서 멸종위기를 넘기고, 이제 도 전역에 4백70여두를 보유하고 있음.

○ 제주에는 말 목장과 함께 소 목장도 발달하였음. 조선 정조 17년 무렵「제주삼읍지」목장 조에는 소 목장이 잘 나타나 있는데, 1소장 내 설치된 황태장, 10소장 내 천미장, 대정현 소재 모동장, 가파도 별둔장 등 4개의 소 목장이 설치되었음.

- 황태장의 경우 1소장 내에 설치되어 고려 이래 황우는 물론 흑우를 많이 길러 흑우둔이라고 불렀고, 모동장의 경우 대정현에 소재하여 목양방식은 청초절에 곡초를 베어 눈비를 피하도록 짚을 쌓아두었다가 겨울철에 먹이고, 봄이 되어 풀이 무성하게 되면 목장에 방목하였다고 함.
- 가파도 별둔장은 대정현 소재 가파도에 설치된 소목장으로 흑우가 생산되고 1년마다 점낙(소를 점검하여 우적부에 올리는 것)하여 관리하였고, 당시 정의현 소재 10소장 내에 설치된 천미장은 황우, 흑우를 사육했음.

○ 또한, 진상품으로 반출 직전의 흑우를 전문적으로 임시 사육하는 소 목장이 제주마를 키우는 국영목장 2소장 내 웃바매기와 알바매기오름 사이에 있었던 것을 알려지고 있음.

○ 제주에서 생산됐던 제주흑우의 용도는 다양했다고 할 수 있음. 과거 제주 목장에서 생산된 소는 농경과 운반에 이용되었고, 쇠고기와 기름 우유는 식용으로 쓰여졌고, 소가죽과 털은 가죽신, 장신구 등에, 우담 우황은 약용에, 우각은 활을 만드는 데 사용되었으며, 우뇨는 비료로 이용되었음(강민수, 2000).

○ 이처럼 제주흑우는 제주의 특산종으로의 가치, 예로부터 고기맛이 좋기로 유명하여 임금께 진상되었던 귀중한 쇠고기라는 강력한 스토리텔링 마케팅이 가능하기 때문에 이를 제대로 활용할 경우, 제주흑돼지가 자연스럽게 제주의 명품이 되었듯이 제주흑우 역시 대량증식이 이뤄진다면 머지않아 제주의 명품이자 우리나라 한우를 대표하는 세계적인 명품 고급육으로 브랜드화할 수 있는 가능성이 높다고 평가할 수 있음.

Ⅴ. 결론

○ 본 글은 4년 가까이 제주흑우 명품화사업을 지켜보면서 2회에 걸쳐 일본 센다이 도호큐대학과 미야기현축산시험장 등을 방문 · 벤치마킹하여 제주흑우의 조기 명품브

랜드화 방안을 모색해본 결과물임.

○ 사실, 제주흑우 명품화단지 조성사업이 2003년부터 시행되어 왔지만 아직까지도 진척이 제대로 되지 않아 농가소득으로 연계되지 못하고 있으며, 명품브랜드화 추진 발표만 되풀이되고 있는 실정임.

- 현재 보들결 제주한우 공동브랜드의 경우 한우 90농가 7천여마리가 참여하고 있는데 제주흑우 증식과는 관련이 없는 아닌 기존 한우 브랜드 사업임.

○ 현 상황에서 제주흑우 명품화 사업의 성공전략을 제시하면, 첫째 농림식품부 등의 예산절충을 통해 지역특화사업비로 20억원 이상의 국비를 확보할 필요가 있음. 이를 위해서는 면밀한 사업추진계획서와 일본 등 선진지의 대량번식기술과 사양기술을 도입하는 핵심적인 내용이 포함되어야 할 것임.

- 현재 대량번식에 있어서 가장 큰 문제점은 인력과 예산이 부족하기 때문인데, 수정란 이식 등을 관여하는 실질적인 인력은 도축산진흥원 직원 1명에 그치고 고유 업무를 수행하느라, 수정란 이식 등 번식기술을 제대로 구사하지 못하고 있음.

○ 둘째, 대량번식 및 사양기술을 도입하기 위한 자세가 필요함. 일본의 대량번식 기술은 70~80년대 이미 보편화된 테크놀로지로서 지역대학 간 연계를 통해 충분히 기술지원을 받을 수 있는 상황임. 사양기술 역시 국내 우수 기술자 1명 정도만 확보하면, 국내 최고의 고급육이 제주에서 생산될 수 있는 계기가 마련될 수 있다고 판단됨.

○ 셋째, 제주흑우 전문 음식점 지정 및 특허 출연 등을 통한 명품브랜드의 효과를 주목해야 함.

○ 결론적으로 제주흑우 명품화사업은 농가 소득향상에 크게 기여할 것으로 예상됨은 물론 제주 토종자원 가운데 멸종위기에 놓인 귀중한 자원을 보존하고 제주의 명품으로 되살리는 값진 작업이 될 것임. 이미 명품브랜드가 된 제주흑돼지와 마찬가지로 제주흑우 명품화사업은 역사적 · 문화적으로나, 종다양성 보전 면에서 상당한 명분을 갖추고 있다고 하겠음.

▶참고문헌

1) 제주도축산진흥원(2002), 「제주 재래가축 편람」.
2) 제주대 동물과학연구소(2002), “재래가축 실용화 방안 연구”.
3) 강만익(2001), “조선시대 제주도 관설목장의 경관 연구”.
4) 강민수(2000), “탐라순력도에 나타난 축산”, 탐라순력도연구논총, pp.140-159.
5) 박세필(2008), “제주흑우 대량증식기술 개발 및 산업화”.