



김 병 조
식품경제 평론가

식량위기와 식품업체의 대응전략

국내 식품업체들의 사업전략은 대체로 시장논리에 근거하고 있다. 원료의 수급 상황에 따라 제품의 가격을 올리고, 국내 시장이 포화 상태에 이르자 해외 진출을 모색하는 정도가 전략의 전부라고 해도 과언이 아니다. 그러나 이러한 사업전략으로 국제적인 식량위기 상황에 대처할 수 있을지, 또 글로벌 경제위기에 따른 저성장 기조의 고착화에 제대로 대응할 수 있을지 의문을 갖지 않을 수 없다. 특히 식량자급률이 낮은 상황에서 원료 대부분을 수입에 의존해야 하는 식품제조업체 입장에서는 국제 곡물가격 상승에 따른 글로벌 식량위기를 어떻게 극복할 것인지 걱정이 앞선다. 이에 이번 호에서는 국내 식품업체들의 식량위기 대응전략을 제시하고자 한다.



▲ 출처: www.caritas.or.kr

역사는 돌고 돈다

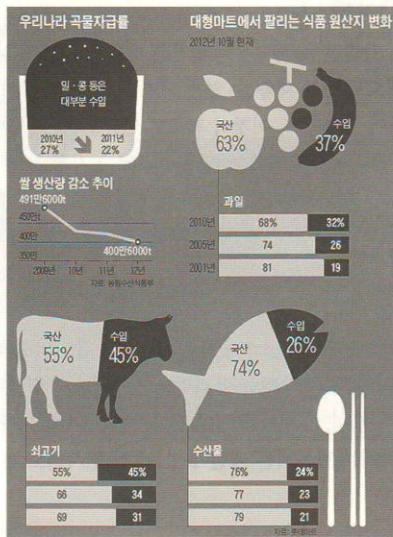
그리스가 망해가고 있다. 빵 때문이다. 기원전 7000년부터 인간은 티그리스 강과 유프라테스 강 사이에서 살았다. 수렵과 채집으로 배를 채울 수 없게 되자 두 강 사이의 기름진 땅에서 밀농사를 지어 빵을 만들어 먹기 시작했다. 이것이 최초로 인류문명을 발달시킨 메소포타미아(그리스어로 '두 강 사이'라는 뜻) 문명이다. 인류 최초로 농사를 지어 인간에게 빵이라는 먹거리를 제공해준 인류문명의 발상지 그리스도 망해가고 있다. 국민들은 빵 한 조각을 구입하기가 쉽지 않은 지경이 되었다. 빵으로 문명을 일으킨 나라가 빵을 먹을 수 없어 무너져가고 있다.

농경학자 에번 프레이저와 저널리스트 앤드루 리마스가 공동으로 지은 '음식의 제국'이라는 책이 있다. 이 책은 도시민의 식탁에 더 많은 빵을 올리려고 전속력으로 내달린 사회가 어떻게 무너져 갔는지 보여주고 있으며, 음식이 문명의 흥망성쇠를 지배한 사례를 보여준다. 또한 여러 식품 제국의 몰락에는 반복되는 패턴이 있고, 현대 사회도 불길한 징후를 보여주고 있음을 경고하고 있다.

역사는 돌고 돈다. 옛날에는 먹거리가 풍부했던 나라도 문명이 발달하면서 먹거리가 부족한 상황이 벌어지고 있는 것이다. 중국도 예외는 아니다. 중국은 세계 최대의 인구를 가지고 있으면서도 10여 년 전까지만 해도 먹거리 걱정을 하지 않는 식량수출국이었다. 그러나 공업화가 진전되면서 농사를 짓던 농민들이 도시로 몰리면서 2006년부터 식량수입국으로 전락했다. 경제성장에 따른 소득수준이 높아지면서 육류소비가 늘어났고, 이에 따라 가축을 먹여 살리는데도 엄청난 곡물이 필요해졌기 때문이다.

소련(현 러시아)은 미국과의 냉전체제에서 밀가루 포대에 무릎을 꿇었다. 미국이 밀가루 수출을 중단해버리자 당시 식량자급률이 5%에 불과했던 소련은 두 손을 들고 말았던 것이다. 식량이 무기가 된 셈이다. 이런 아픈 기억이 있는 러시아와 우크라이나 등은 지난 2007~08년 국제 곡물가격이 급등하자 자국의 밀가루 수출을 제한하는 조치를 내리기도 했다. 국내 식품가격을 안정시키기 위한 국수주의적 발상에서였다.

세계은행에 따르면 2005년 이후 주요 농산물 가격이 80%나 급등했다. 쌀값은 19년 만에,



▲ 출처: chosun.com

제조기술을 도입해 라면사업을 시작한 것이 50년 전의 일이다. 전중윤 회장은 어느 언론과의 인터뷰에서 “1963년, 국민을 위해 애국하는 마음으로 라면을 생산했다”며 “가격은 10원으로 시작했고 이후에도 회사의 수익성보다 국민의 편에서 저렴하게 라면을 공급해 왔다”고 밝혔다. 서민들이 한 끼 식사로 먹을 수밖에 없었던, 음식이라고 할 수 없는 5원 짜리 ‘꿀꿀이죽’을 먹는 것을 보고, 그는 과거 일본에 갔을 때 라면을 시식했던 걸 기억하고, 이게 식량문제 해결의 유일한 길이라고 판단해 모험과도 같은 일을 감행했다고 한다.

50년 전 출시 당시 삼양라면 한 개의 가격은 10원이었다. 지금 1,000원 안팎이니 100배 가량 오른 셈이다. 보릿고개 시절 국민의 배고픔을 채워주기 시작했던 라면은 50년이 지난 지금도 여전히 서민음식으로 사랑을 받고 있다. 식약청 통계에 따르면 봉지라면은 2011년 생산실적이 1조3,602억 원으로 가공식품 중에서 1위를 차지하고 있다. 그런데 과연 앞으로도 그럴까?

밀값은 28년 만에 최고치를 기록했다. 세계 인구는 계속 늘어나고 있는데 기후변화로 농업 생산성은 떨어지고 있고, 그나마 생산된 농산물도 공업용과 가축용 수요가 폭증해 사람의 입으로 들어갈 먹거리는 갈수록 줄어들고 있는 상황이다. 먹거리를 두고 한판 전쟁이 벌어지고 있는 상황에서 어떤 제국이 승자가 되고 패자가 될지 관심거리다.

여기에서 우리나라도 자유롭지 않다. 지금으로부터 50년 전인 1963년, 우리나라에 ‘라면’이 처음으로 등장했다. 우리나라 ‘라면의 대부’로 불리는 삼양식품 전중윤 회장이 일본으로부터 라면

식량위기와 식품위기

식량위기는 국제 곡물가격 급등에서 비롯되고, 국제 곡물가격이 오르면 곡물을 수입에 의존하고 있는 국가에서는 식품가격이 오를 수밖에 없다. 다시 말하면 식량위기는 곧 식품위기라는 뜻이다. 우리나라의 곡물 자급률은 2011년 기준으로 22% 수준에 불과하다. 국제 곡물가격의 폭등을 주도하고 있는 것은 밀과 옥수수, 콩이다. 밀과 옥수수의 자급률은 1%에도 미치지 못하고 있고, 콩도 10%가 되지 않는다.

그런데 문제는 우리의 먹거리 원료가 대부분 수입 곡물에 의존하고 있다는 것이다. 식약청이 발표한 국내 가공식품 생산실적(2011년)을 보면 1위에서 10위까지 품목 중에서 대부분이 자급률이 낮은 밀과 콩, 옥수수를 원료로 만들어진다. 그만큼 국내 식품가격이 국제 곡물가격의 변동에 민감할 수밖에 없는 이유다. 게다가 표에서 보는 바와 같이 밀과

2011 국내 가공식품 생산실적 (식약청)

| 구분 | 2009 | | 2010 | | 2011 | | 성장률 ('11/'10) |
|----------------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|---------------|
| | 매출액 | 점유율 | 매출액 | 점유율 | 매출액 | 점유율 | |
| 총액 | 331,816 | 100.0 | 358,241 | 100.0 | 408,772 | 100.0 | 14.1 |
| 1 유당면류(봉지라면) | 12,863 | 3.9 | 10,855 | 3.0 | 13,602 | 3.3 | 25.3 |
| 2 탄산음료 | 10,547 | 3.2 | 11,263 | 3.1 | 12,938 | 3.2 | 14.9 |
| 3 빵류(기타) | 7,096 | 2.1 | 7,534 | 2.1 | 11,652 | 2.9 | 54.7 |
| 4 밀가루 | 11,490 | 3.5 | 10,257 | 2.9 | 10,784 | 2.6 | 5.1 |
| 5 기타가공품 | 8,339 | 2.5 | 8,192 | 2.3 | 10,152 | 2.5 | 23.9 |
| 6 과자(스낵과자류) | 7,527 | 2.3 | 8,278 | 2.3 | 9,705 | 2.4 | 17.2 |
| 7 백설탕 | 7,158 | 2.2 | 7,202 | 2.0 | 9,063 | 2.2 | 25.8 |
| 8 빵류(케이크) | 4,029 | 1.2 | 4,255 | 1.2 | 8,678 | 2.1 | 104.0 |
| 9 복합조미식품(조미식품) | 6,748 | 2.0 | 7,119 | 2.0 | 8,396 | 2.1 | 17.9 |
| 10 혼합음료 | 6,182 | 1.9 | 7,057 | 2.0 | 8,394 | 2.1 | 18.9 |
| 누계(10품목) | 81,978 | 24.7 | 82,012 | 22.9 | 103,365 | 25.3 | 26.0 |
| 11 기타품목 | 249,838 | 75.3 | 276,229 | 77.1 | 305,407 | 74.7 | 10.6 |

옥수수를 주요 원료로 만들어지는 케이크와 빵 등은 전년 대비 각각 104.0%, 54.7%나 급성장했다. 특히 케이크의 생산실적은 2년 전인 2009년에 비해 무려 2배가 넘게 성장했다. 독신가가 늘고, 먹거리 문화가 서구화되었기 때문이다. 이런 영향으로 앞으로도 자급률이 낮은 밀, 옥수수, 콩 등의 곡물 수입은 더욱 늘어날 수밖에 없는 환경에 처해있다.

국제 곡물가격은 고공행진을 지속할 것이라는 것이 대체적인 분석이고, 먹거리의 주요 원료를 대부분 수입에 의존해야 하는 국내 식품시장의 현실은 그야말로 위기에 봉착하고 있다고 해도 과언이 아니다. 그러면 국제 곡물가격의 급등이 국내 소비자물가에는 어느 정도 영향을 미칠까? 삼성경제연구소 글로벌연구소 김화년 박사의 '식량쇼크'에 따르면 옥수수의 국제거래 가격이 30% 오르면 한국 소비자물가는 0.1% 상승하고, 가격이 50%와 100% 상승했을 때 소비자물가는 각각 0.2%와 0.4%가 상승하는 것으로 나타났다. 옥수수, 밀, 콩 등 세 가지 곡물가격이 동시에 30% 오르면, 한국 소비자물가는 0.2% 상승하고, 가격이 100% 오르면 소비자물가는 0.7% 이상 상승하는 것으로 분석됐다. 이 분석대로라면 옥수수, 밀, 콩 세 가지 곡물의 국제 시세가 10% 오를 때마다 한국의 소비자물가는 약 0.07% 상승하게 된다는 것이다.

한국은행과 골드만삭스도 국제 곡물가격 상승으로 인한 국내 물가 상승을 경고한 바 있다. 한국은행은 올해 물가 전망치를 지난해보다 0.2%포인트 올린 2.9%로 잡았다. 국제 곡물 시세는 6개월 정도 시차를 두고 국내 소비자물가에 반영되기 때문에 지난해 국제 곡물가격 상승이 올해 초 물가 상승 압력으로 작용할 것이라는데 근거를 두고 있다. 골드만삭스도 애그플레이션이 올해 초 한국의 소비자물가 상승률을 0.2~0.4%포인트까지 높일 수 있다고 내다봤었다. 한국은행과 골드만삭스의 예측대로 국내 식품업체들은 연초부터 줄줄이 제품가격을 올리기 시작했다.

이런 가운데 2011년 식품산업 무역수지 적자규모는 24% 늘어난 4조9,303억원으로 만성적자가 지속되고 있는 것으로 나타났다. 식품 수입은 전년(6조9,249억원) 대비 22.8% 늘어난 8조5,014억원인 것에 비해, 수출은 3조5,711억원으로 전년(2조9,668억원) 대비 20.4% 늘어난 결과이다. 만성적자가 지속되는 이유로는 최근 계속되는 국제 곡물가격 상승 등이 영향을 미친 것으로 분석된다. 국제적인 식량위기가 국내적으로는 식품위기로

이어지고 있다는 조짐이 곳곳에서 입증되고 있는 셈이다.

상생경영을 하라

새로 출범할 박근혜 정부는 민생안전을 최우선의 정책과제로 잡고 있다. 물가안정도 민생안전의 중요한 목표다. 원재료인 국제 곡물가격이 오른다고 해서 이를 무조건 제품가격에 반영할 수 없는 현실, 이것이 식품업체들이 처해 있는 현실이자 딜레마다. 그러면 어떻게 대응해야 할까?

세계적으로 유명한 식품업체들의 사례에서 그 해답을 찾을 수 있다. 비용을 줄이기보다는 멀리 내다보고 생산성 향상에 투자를 아끼지 않은 네슬레와 코카콜라가 좋은 사례다. 세계 1위 식품기업 네슬레는 지난 50년간 원유(原乳)를 공급하는 인도 모가 지역에 대한 투자를 아끼지 않았다. 네슬레가 처음 진출할 당시 이 지역의 관계시설은 미비했고, 송아지 사망률은 60%나 될 정도로 위생이 취약했다고 한다. 네슬레는 멀리 내다보고 이곳에 투자하기 시작했다. 전문가를 파견해 젖소 관리에 필요한 기술을 전수해 주었을 뿐만 아니라, 축산 농가에 대한 자금 지원과 교육에도 투자했다. 그 결과 첫 진출 당시 180곳에 불과하던 원유 공급 농가는 7만5,000곳으로 늘어났다. 젖소 농가의 우유 생산성도 50배로 증가했다. 덩달아 인도 전역에서 네슬레 제품 판매도 늘어났다. 비용을 줄이는 것이 아니라 오히려 비용을 더 투자해서 생산성을 높이는 전략이 주요한 것이다.



▲ 네슬레가 인도 모가 지역에 설립한 원유공장 / 출처: nestle.in/csv/rural-development/milk

캡슐커피를 만드는 네슬레의 네스프레소 사업부도 같은 맥락의 투자를 했다. 비용을 줄이기 위해 값싼 커피 원두를 찾아다니기 보다는 커피 재배 농가의 기술력 개선을 위해 투자했다. 네스프레소는 아프리카와 남미에 기반시설을 갖춘 클러스터를 조성하고 커피 소농가들을 입주시켰다. 입주한 소농가들에게는 고품질의 커피를 재배할 수 있도록 교육을 하고 필요한 자금도 지원했다. 결과는 어땠을까. 네스프레소는 2000년부터 매년 30%의 놀라운 성장률을 올렸다.

음료회사인 코카콜라는 물에 투자했다. 중국 양쯔강 살리기에 나선 것이다. 코카콜라는 수천만달러를 투자해 양쯔강 유역의 농가에서 배출되는 동물의 분뇨로 바이오가스를 만들고 있다. 미국 기업인 코카콜라가 중국 양쯔강 수질개선에 적극적으로 나서는 데는 몇 가지 이유가 있다. 양쯔강 유역에서 사업을 하기 위해 수자원을 확보하는 것이 가장 큰 이유다. 콜라 1를 생산하려면 깨끗한 물 3가 필요하기 때문이다. 코카콜라는 콜라 외에도 생수, 탄산음료, 주스 등 여러 음료사업을 전개하고 있기 때문에, 수자원 확보가 필수적이다. 양쯔강의 수질이 갈수록 나빠지고 있음에 따라 수자원 확보가 시급해지고 있다.

또한 코카콜라는 양쯔강 수질개선에 대한 투자를 통해 수자원 확보 외에도 중국 현지화



▲ 네스프레소가 지원하는 콜롬비아 커피 소농가 / 출처: nespresso.com/ecolaboration



▲ 코카콜라는 수자원 확보를 위해 양쯔강 수질개선에 적극적으로 나서고 있다 / 출처: savingwater.co.za

전략 차원에서 기업의 이미지 제고에도 기여할 것으로 기대하고 있다. 중국에서의 이미지 개선은 판매 확장을 위해서도 중요하다. 현재 중국 탄산음료 시장은 코카콜라가 50%, 펩시가 33%의 점유율을 기록하고 있다. 특히 중국에서의 매출 증가세가 뚜렷하다. 코카콜라의 북미 매출은 감소한 반면, 중국 매출은 급증하고 있다. 전 세계적으로 일인당 연평균 2,438ml의 콜라를 마시는 데 반해, 중국인들은 연평균 929ml의 콜라를 마신다. 중국에서의 콜라 소비량이 늘어날 여력이 충분해 잠재시장이 매우 크다는 점에서 코카콜라의 양쯔강 투자야말로 상생경영이자 미래에 대한 투자인 것이다.

농업에 투자하라

국내 식품기업들이 네슬레나 코카콜라 등 세계적인 대기업들처럼 대규모 해외투자를 하기는 쉽지 않다. 국내 기업 중에서 해외농업에 투자하고 있는 기업들은 현대중공업과 포스코 등 식품기업이 아닌 일부 대기업에 불과하다. 국내 식품기업들의 경우 기업규모가 크지 않은데다 수익성이 낮아 대규모 투자에 대한 엄두를 내기가 어렵기 때문이다. 그러나 쥐어짜기 식의 긴축경영이나 업체끼리의 출혈경쟁으로는 국내 식품산업의 미래는 없다고 해도 과언이 아닐 것이다. 굳이 대규모 투자비가 들어가는 해외투자가 아니라라도 국내 농업에 투자하는 것도 현실적인 대응전략이 될 것이다.

국내 농업은 한미FTA 발효에 이어 한중 FTA협상이 본격화되는 등 FTA체결 확대에 따른 농산물의 수입개방 확대로 위기에 처해있다. 국내 농업의 생산기반이 붕괴되고, 먹거리의 원료조달을 해외에만 의존할 경우 식품업체들이 살아남을 길은 없다. 식품기업들이 농업을 지원하기 위해서가 아니라 자신들의 생존을 위해서라도 국내 농업에 투자해야 하는 이유가 바로 여기에 있다.



▲ 밀가루 대신 사용 가능한 쌀가루 / 출처: homeplus.co.kr

식품기업이 국내 농업에 투자하는 방법은

여러 가지가 있을 수 있다. 직접 영농사업을 할 수도 있고, 직거래를 활성화해서 원료의 조달비용을 낮추면서 우수한 국산 농산물을 가공식품의 원료로 사용하는 비중을 높일 수도 있다. 뿐만 아니라 농산물을 이용한 가공사업에 투자할 수도 있다. 부가가치가 높은 가공식품을 만드는데 필요한 R&D에 투자하고, 개발된 제품을 유통하는데 마케팅 기술을 지원할 수도 있다. 그 어느 수단이든 식품기업들이 국내 농업에 투자하는 것이 농업과의 상생이며 중장기적인 생존전략이 될 것임은 분명하다.

밀가루 대신 쌀가루

다시 라면 이야기로 돌아가 보자. 50년 전 삼양식품 창업자가 처음 라면이라는 먹거리를 만들 때는 쌀이 부족했다. 그래서 박정희 정권은 1965년에 분식 장려정책을 폈다. 미국으로부터 지원되는 밀가루나 옥수수로 먹거리를 해결하도록 한 것이다. 삼양라면의 매출은 급신장했고, 유명한 요리 전문가들은 전국을 돌며 빵 만드는 기술을 전파했다.

그런데 지금은 어떤가? 1970년대만 해도 국민 1인당 연간 쌀 소비량이 140kg이나 되었지만, 지금은 절반으로 푹 떨어졌다. 대신 앞에서 살펴본 바와 같이 국민 먹거리의 대부분은 밀가루와 옥수수 등으로 만들어지고 있다. 원료는 거의 전량을 수입에 의존하고 있다. 대신 쌀은 남아돈다. 아이러니가 아닐 수 없다.



▲ 출처: blog.naver.com

일본의 한 저명한 교수는 몇 년 전 국내에서 개최된 심포지엄에서 “지금 세계는 대륙 간의 곡물전쟁을 벌이고 있다.”라고 역설한 바가 있다. 쌀은 아시아권에서 80%가 생산되고 70%가 소비되는데, 아시아권에서의 쌀 소비가 갈수록 줄어들고 있는 것이 심각한 상황이라고 지적한 바 있다. 그러면서 아시아권 각국이 쌀 소비를 늘릴 수 있는 방안을 찾아야 한다고 강조했다. 그것이 식량안보를 지키는 길이라는 의미였다.

만약 지금처럼 국제적인 식량위기가 지속되는 가운데 국내 식품기업들의 먹거리 원료의 대부분을 해외에 의존하는 상황이 계속된다면 어떻게 될까. 경제대국이니 돈으로 사오면 되지 않느냐 라고 생각할 수 있지만, 자원이 부족해지면 비싼 값을 주고도 없어서 구하지 못하는 사태가 벌어질 수 있게 된다. 상상만 해도 끔찍한 상황이다.

따라서 식품기업들은 지금부터라도 국내에서 넘쳐나는 쌀이라는 곡물을 이용한 제품개발에 적극적인 투자를 해야 할 것이다. 그리하여 5년, 10년 후에는 밀가루로 만든 라면이 아닌 쌀가루로 만든 라면, 밀가루나 옥수수로 만든 케이크나 빵, 과자가 아닌 쌀가루로 만든 가공식품을 맛볼 날이 오길 기대해본다. 🌾