

몽골 축산식품의 현황과 한국축산식품의 수출전략

Export Strategy of Korea and Current Situation of Mongolia in Animal Foods

김완섭* · 최일신

Woan Sub Kim and Il Shin Choe

한경대학교 동물생명환경과학과

Department of Animal Life and Environmental Science, Hankyong National University

I. 서론

몽골(Mongolia)은 지금 전 세계의 주목을 받고 있는 나라 중의 하나이다. 단순히 맑고 푸른 하늘과 넓은 땅을 가진 나라가 아니라, 풍부한 지하자원을 가지고 있기 때문이다. 주요 지하자원은 석탄, 철, 구리, 몰리브덴, 납, 아연, 알루미늄, 주석, 금, 은, 그리고 건축자재 등이 있다(Uranbileg and Amarbilig, 2013). 몽골의 지하자원을 세계 각 국가들에게 개발권을 부여함으로써 얻어지는 수익으로 몽골의 사회가 급격히 변화하고 있다. 따라서 현재 몽골의 수도는 대자연 속에서 가축을 키우는 모습과 계루에서 생활을 하는 그런 그림과는 사뭇 다르다.

몽골은 중앙아시아에 자리잡고 있으며, 인접 국가로는 중국, 러시아 그리고 카자흐스탄이 자리잡고 있다. 영토의 총 면적은 1,566,500 km²으로, 동서의 길이가 2,392 km이며, 남북의 길이는 1,259 km이다. 인구는 약 2,867,700명이며, 총인구의 90%가 몽골인이

고, 8%는 터키민족, 나머지 2%는 기타 민족으로 구성되어 있다(몽골통계청, 2013). 행정상 21개지역으로 분할되어 있으며, 수도는 울란바타아르(Ulaanbaatar) 시이다. 울란바타아르의 시민수는 약 1,227,000인이다. 몽골의 인구밀도는 1.8 인/km²인 반면, 울란바타아르시는 300 인/km²으로, 약 절반의 인구가 울란바타아르시에 집중되어 있다.

몽골은 1990년대부터 시장경제체제로 전환함으로써, 축산업의 사유화로 전환되어 가축의 수가 늘어났으며, 광산업이 활발히 개발되었다. 따라서 외래 문물을 받아들여 사회 또는 경제적으로 많은 변화를 가지고 왔다. 그러한 변화는 인구의 도시 집중화를 더욱 촉진하게 되었고, 주거의 변화와 식습관의 변화를 가져왔다. 주거의 변화로는 그림 1과 같이 예전에는 계루에서 생활하는 가정이 많았는데, 현재는 고층의 아파트가 건축되어 도시화를 이루고 있다. 그리고 식습관의 변화는 과거 단순 고기만을 식용으로 섭취하던 패턴이 보다 다양한 육제품과 유제품을

Corresponding author: Woan Sub Kim
Department of Animal Life and Environmental Science, Hankyong National University,
Jungang-ro, Anseong-si, Gyeonggi-do, 456-749, Korea
Tel: 82-31-670-5122
Fax: 82-31-678-4791
E-mail: kimws@hknu.ac.kr



그림 1. 변화하는 몽골의 울란바타아르시(2013년)

선호하고 있는 추세이다.

II. 본론

1. 동물의 사육과 도축

예전부터 몽골인들은 농업보다는 축산업을 위주로 생활하여 왔다. 그것은 농업을 하기에는 척박한 땅이 대부분이기 때문에 자연스럽게 목축업이 발전하게 되었다. 또한 가축은 자연환경에 맞는 품종을 사육하여 왔다. 많은 고기를 생산하기 위해서 그들 나름대로의 사육방식과 교배를 통해 품질을 개량하여 왔다. 또한 양질의 털을 얻기 위해서 가축의 육성에 노력하여 왔다. 따라서 몽골의 축산업은 고기의 생산뿐만 아니라, 캐시미어(cashmere)로 만든 의류제품의 발전과 고기 중심의 음식을 섭취하게 되었다. 여름과 가을에는 주로 우유와 유제품을 식용하였으며, 겨울과 봄에는 고기를 식용하여 왔다. 고기의 식용방법은 주로 통고기에 다양한 허브를 넣어 삶아 먹는 것이 전통 방법이다. 그 중 버덕은 염소의 고기를 통째로 넣고, 불에 달군 돌을 넣어 익혀 먹는 방법이다. 한편, 포유류의 젖은 주로 단백질, 지방, 탄수화물, 무기질 및 기타 미량물질 등이 많이 함유되어 있는데, 몽골인들은 옛날부터 다양한 품종으로부터 얻어진 젖을 유용하게 이용하여 왔다. 특히 아이락(말의 젖을 발효시킨 것)은 유음료의 기능뿐만 아니라, 건강기능성이 있기 때문에 몽골인들에게 인기가 많다.

현재 몽골에서 사육되는 가축의 두수는 표 1에 나타내었다. 총 가축의 수는 40,920,900두로 몽골 전체 인구수보다 많다(몽골통계청, 2013). 표 1에서 보는 바와 같이 낙타를 제외하고는 모든 가축에서 높은 사육두수를 보여주고 있다. 년도 별 가축의 사육두수를 비교하면 2010년을 제외하고, 모든 가축에서 사육 두수의 뚜렷한 증가를 보여주고 있다. 1990년도 이후, 목장의 사유화 정책으로 2009년도까지 모든 가축의 사육두수는 빠르게 증가하였다(Uranbileg and Amarbilig, 2013). 그러나 표 1에서 보는 바와 같이 2010년 가축의 수가 급격히 감소한 것을 보여주고 있는데, 그 이유는 당해 년도 여름의 추운 날씨와 겨울의 혹한 때문이다. 갑작스런 한파로 많은 가축이 얼어 죽었으며, 또한 여름철 낮은 온도의 이상기후로 인한 가축의 사료로 이용할 수 있는 작물이 자라지 않아 사료의 부족으로 감소되었다. 따라서 몽골

표 1. 몽골의 연도별 축종별 사육두수

(단위: 마리)

품종 \ 연도	2009	2010	2011	2012
양	19,274,700	14,480,400	15,668,500	18,141,400
산 양	19,651,500	13,883,200	15,934,600	17,558,700
소	2,599,300	2,176,000	2,339,700	2,584,600
말	2,221,300	1,920,300	2,112,900	2,330,400
가 금	399,400	425,800	596,800	469,400
낙 타	277,100	269,600	280,100	305,800
돼 지	25,808	24,842	30,397	40,421

표 2. 몽골의 주요 축종 도체 생산량

(단위: 천 톤)

년도	2009	2010	2011	2012
양고기/산양고기	168.9	127.5	123.1	123.6
소고기	58.6	45.2	54.8	59.7
말고기	35.6	23.0	23.7	N.D.*
낙타고기	5.7	5.8	6.2	N.D.*
돼지고기	0.3	0.2	0.4	0.4

*No Data

은 자연환경에 따라 가축의 수가 급격히 변동하는 것으로 사료된다.

가축의 사육 품종 중 가장 많이 기르는 짐승은 양이며, 그 다음 순서는 산양 > 소 > 말 > 가금류 > 낙타 순이다. 2012년도 기준, 양의 사육두수 18,141천두, 산양 17,559천두, 소 2,585천두, 말 2,330천두, 가금류 469천두, 낙타 306천두, 그리고 돼지 40,421두를 나타내고 있다. 최근에는 돼지의 사육이 뚜렷하게 증가하는 경향을 나타내고 있으며, 소비 또한 증가하고 있다. 이러한 경향은 몽골인들의 음식섭취 문화가 서서히 변화한다는 증거이다.

2. 고기와 육제품

몽골의 주요 축종별 도체 생산량은 표 2에서 보는 바와 같다. 표 1에서 나타난 바와 같이 양과 산양의 사육두수가 많기 때문에 고기의 생산량 역시 주로 이들 품종이 대부분을 차지하고 있다(표 2). 소고기의 생산량은 2009년 수준으로 회복하였고, 점차 증



그림 2. 몽골 도축장 및 축산물판매장 전경

표 3. 몽골의 주요 축산물 생산형태

(단위: 톤)

년도	2009	2010	2011	2012
식육	18,300	12,000	13,200	13,200
통조림	343.3	178.4	114.6	130
소시지류	1,651.6	1,734.8	2,204.4	2,222.7

가하고 있다. 말고기는 2009년까지 증가하였으나, 2010년 이후로는 생산량이 일정하였다. 그 이유는 말고기의 이용보다는 다른 용도(예, 경주마)로 이용된 것으로 사료된다. 낙타고기의 생산량은 매년 일정한 생산량을 보여주고 있다. 한편 흥미로운 점은 돼지고기의 소비가 표 2에서 보는 바와 같이 점차 증가하고 있는 점이다. 이것은 몽골인들의 축산물 소비 패턴이 변화하고 있다는 증거이다.

축산물의 생산형태는 표 3에 나타내었다. 2012년도 기준, 식육이 13,200톤으로 전체 생산형태의 85%를 차지하고 있다. 통조림류는 130톤으로 전체 생산에 0.8%를 차지하고 있으며, 육제품인 소시지류는 2,222.7톤으로, 전체 생산 형태의 14%를 차지하고 있다. 흥미로운 점은 2009년 식육의 생산이 90%, 통조림 1.7%, 그리고 소시지류가 8.1% 차지하던 것이, 3년 후 식육과 통조림의 생산 형태는 감소한 반면, 소시지류의 생산 형태는 현저히 증가하였다. 이것은 아마도 몽골인들의 식육 소비 형태가 변화된 것으로 판단된다.

축산물의 판매 형태는 그림 2에서 보는 바와 같이 도체, 뼈 또는 내장, 지육, 그리고 정육의 형태로 판매되고 있다. 각각의 판매 형태에 따라 판매자의 복장색을 달리하여, 소비자가 쉽게 어떤 형태의 축산물을 취급하고 판매하는지 식별하기 쉽게 구별하였다.

육제품의 종류 및 판매는 그림 3에서 보여주는 바와 같다. 표 1과 2에서 나타난 바와 같이 몽골은 자국에서 사육되는 가축두수와 식육의 생산량이 많으며, 표 3에 나타난 바와 같이 소시지류의 생산량이 증가하고 있다. 따라서 몽골에서도 육제품 회사가 많이 설립되어 있으며, 생산기술의 습득은 독일에서 직접 배우거나 독일 마이스터를 직접 자국에 초대하여 익히고, 육제품을 생산하고 있다. 육제품의 주 재료는 소고기와 돼지고기이다. 육제품 생산 기기는 중국제



그림 3. 몽골 육제품의 종류, 진열 및 판매

의 비율이 높았고, 최근에는 한국기기도 많이 이용되고 있다.

3. 시유와 유제품

몽골에 있어서 원유(raw milk)의 생산량은 2010년을 제외하고, 연간 약 50만 톤 정도이다(표 4). 2011년 축종별 원유의 생산량은 소 30만 톤(65%), 산양유 7.1만 톤(16%), 마유 5.1만 톤(11%), 양유 3.4만 톤(7.3%), 그리고 낙타유 0.5만 톤(1%)을 나타내고 있다. 원유의 생산량은 식육에 비하여 매우 낮은 수준이다. 원유의 생산량이 적은 것은 몽골의 추운 날씨로 인한 사료작물의 생산 부족에 기인하는 것으로 사료된다.

시유와 유제품의 년도별 생산량은 표 5에 나타내었다. 시유와 유제품의 생산량은 매년 현저히 증가하고 있는 추세이다. 특히 2010년 많은 가축이 동사하였음에도 불구하고 생산량이 전년도 대비 증가한

표 4. 몽골의 주요 축종별 원유 생산량

(단위: 천 톤)

년도 품종	2009	2010	2011	2012
총생산량	493.8	338.5	458.6	511
우유	325.5	242.8	298.8	N.D.*
산양유	76.6	37.2	70.9	N.D.*
마유	50.1	32.1	50.9	N.D.*
양유	37.1	22.4	33.4	N.D.*
낙타유	4.4	4.0	4.6	N.D.*

*No Data



그림 4. 몽골의 시유와 유제품의 종류, 진열 및 판매

것은 놀라운 일이다. 그것은 아마도 시유의 수입 영향인 것으로 사료된다. 2011년도 시유와 유제품의 생산은 시유 2,085만 리터, 발효유 879만 리터, 아이스크림 2,491만개, 크림과 버터 1,079톤, 그리고 치즈류 71톤으로 나타내었다. 시유를 비롯한 대부분의 유제품이 매년 증가하는 경향을 보여주고 있으나, 치즈류의 생산량은 점차 감소하는 경향을 보여주고 있다.

시유와 유제품의 종류 및 판매는 그림 4에서 보여주고 있다. 몽골은 원유의 생산량이 적기 때문에 시유와 유제품은 대부분 중국으로부터 수입하여 판매하고 있는 실정이다. 수입의 영향으로 몽골 내 영세 유가공업체수는 점점 감소되고 있다. 울란바타아르시의 시유 가격 변동은 그림 5에 보여주는 바와 같이 월별 차이가 심하다. 그 이유는 2가지로 설명할 수 있다. 첫째는 여름철 원유의 생산증가로 인한 가격의 하락과 겨울철 원유 생산의 감소로 인한 가격상승이다. 두 번째는 여름철 가격이 하락하는 이유는 인구의 이동이다. 즉, 울란바타아르시내에 거주하는 대부분의 시민이 긴 여름 휴가를 시골로 가기 때문에 시유의 수요가 감소하기 때문이다. 따라서 몽골

표 5. 몽골의 시유와 유제품 생산량

년도 품명(단위)	2009	2010	2011	2012
총생산량(천L)	24,800	33,800	42,700	53,200
시유(천L)	10,351.6	17,493.5	20,845.5	N.D.*
발효유(천L)	4,131.2	6,049.1	8,786.9	N.D.*
아이스크림(천개)	16,638.7	26,450.1	24,904.5	N.D.*
크림/버터(톤)	812	731.7	1,078.8	N.D.*
치즈류(톤)	143.2	114.8	70.4	N.D.*

*No Data

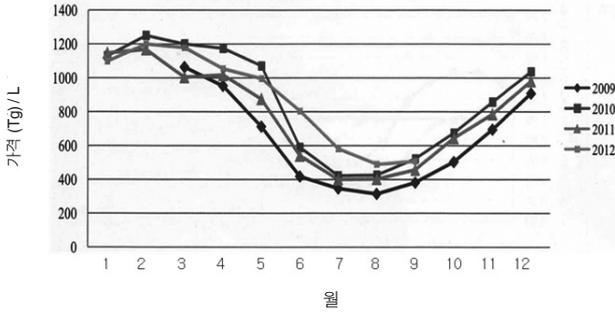


그림 5. 몽골 울란바타아르시의 월별 우유가격변동(Tugrug/L). (출처: 축산가를 위한 축산물경제 가이드, 2012)

의 영세 유업체는 여름에 생산된 원유의 대부분을 분유로 만들어 저장하고, 겨울에 환원유로 판매하고 있다.

4. 축산식품의 수출과 수입

몽골의 식품류 수출·입 현황은 표 6에 나타내었다. 수출은 2009년 0.3%, 그리고 2010년부터 현재까지 약 0.2%를 차지하고 있다. 반면 수입은 수출보다 현저한 증가 차이를 나타내고 있다. 2009년 8.3%, 2010년 7.5%, 2011년 5%, 그리고 2012년 5.9%를 나타내고 있다. 식품류 중 식육, 시유 및 유제품의 수출·입 현황은 표 7에 나타내었다. 표 1과 2에서 나타낸 바와 같이 가축의 사육두수와 생산량이 많기 때문에 식육은 수입이 거의 없고, 수출만 하고 있다. 식육의 수출은 2009년 18,000톤, 2010년 26,800톤, 2011년 10,200톤, 그리고 2012년 3,100톤으로 점점 감소하고 있는 추세이다. 축종별 생육 수출로는 말고기 > 산양고기 > 양고기 순으로 수출을 하고 있다.

한편 시유와 유제품의 수출은 거의 이루어지지 않고 있으며, 시유와 버터를 수입하고 있다(표 7). 시유는 2009년 1,760만 리터, 2010년 2,890만 리터, 그리고 2011년 3,690만 리터를 수입하였다. 시유의 수입량은

표 6. 몽골 전체 무역규모에서 식품류의 수출·입 현황(%)

항목	년도			
	2009	2010	2011	2012
수출	0.3	0.2	0.2	0.2
수입	8.3	7.5	5.0	5.9

매년 현저히 증가하고 있다. 버터는 2009년 83.2톤, 2010년 106.1톤, 2011년 101.4톤, 그리고 2012년 108.3톤으로 조금씩 증가하고 있는 추세이다. 시유와 버터의 수입 증가는 몽골국내 원유의 공급 불균형이 가져온 결과라고 사료된다.

III. 결론

목축업이 국유화에서 사유화로 바뀌면서 가축의 사육 두수가 증가하였고, 젊은이들의 국외 유학과 취업이 증가함으로써 자연스럽게 자유주의 문명이 몽골의 사회, 경제 및 문화를 바꾸어 가고 있다. 특히 식습관의 변화는 가장 뚜렷하게 변화하고 있다. 육식이 대부분이었던 민족이 채소와 과일을 병행해서 섭취하게 되었고, 대부분의 축산물을 단순 식육으로 섭취하던 것이 육제품으로 바뀌고 있으며, 원유와 일부 발효유에 한정 되었던 것이 다양한 유제품을 만들어 소비하고 있다.

현재 몽골은 한창 발전하고 있는 국가이다. 산업화에 중점을 두고 있어 친환경 축산물의 생산에 대한 의식을 인지하지 못하여, 환경 파괴에 의한 축산물의 오염이 우려되고 있다.

변해가는 몽골인들의 식생활에 발맞춰 한국 축산식품을 몽골로 수출하기 위해서는 무엇이 필요하고, 몽골에서 한국 축산식품이 일반화되기 위해서는 무엇이 필요한가를 생각해 볼 필요성이 있다. 우리는 몽골이란 나라에 대해서 잘 모른다. 그 나라를 잘 모르기 때문에 그들의 식습관과 식문화도 잘 모른다. 더욱이 몽골 축산식품에 대한 현황조차 알 수 있는

표 7. 몽골의 식육, 시유 및 유제품 수출·입 현황

품명(단위)	년도				
	2009	2010	2011	2012	
수출	식육(천톤)	18	26.8	10.2	3.1
	냉동육(천톤)	8.8	3.8	5.8	1.0
	양고기(천톤)	0.3	1.7	0.1	0.1
	산양고기(천톤)	0.3	10.4	0.4	0.5
	말고기(천톤)	8.6	10.9	3.9	1.5
수입	시유(천L)	17,600	28,900	36,900	N.D.*
	버터(톤)	83.2	106.1	101.4	108.3

*No Data

정보도 매우 부족하다. 따라서 한국 축산식품을 몽골로 수출하기 위해선 다음과 같은 것들이 고려되어야 한다고 판단된다. 첫째, 우리 축산분야 연구자들이 먼저 몽골의 축산과 축산식품에 대한 많은 정보와 자료를 수집하여 국내에 소개하여야 한다. 많은 정보야 말로 한국 축산식품이 몽골로 수출하는데 시간을 단축할 수 있으며, 현지의 정확한 요구를 판단할 수 있다. 둘째, 축산물가공업 관련자는 몽골시장에서 다양하고 철저한 현장조사를 실시하여야 한다. 즉, 몽골인들이 어떠한 식육을 선호하고, 어떤 형태의 제품을 좋아하는지, 그리고 그들 식문화는 어떠한지 등에 대해서 철저히 조사하여야 한다. 셋째, 몽골 현지 축산물을 이용한 육제품의 생산과 생산된 육제품의 제 3국으로의 판매정책도 고려해 볼만하다. 넷째, 몽골 유학생 및 기술자 확대를 통한 한국의 식생활 정착 및 한국문화의 전파이다. 다섯째, KOICA 지원사업 확대를 통한 한국의 축산기술과 축산식품의 전파 및 교육이 필요하다. 따라서 한국 축산식품의 몽골 수출 확대 성공 전략은 정부 3.0 정책과 같이 개방, 공유, 소통과 협력을 통해서 가능하다고 판단된다. 즉 몽골에 대한 축산 및 축산식품에 대한 모든 자료를 대학의 연구자, 식품회사, 유통업자 및 정부가 모두 공개하여, 자료수집에 시간을 절약하고, 이중투자를 방지하며, 실패요인을 최소화 할 수 있도록 해야 한다.

본고는 몽골의 축산과 축산식품에 대해서 설명하기에는 매우 미약한 자료라고 생각하지만, 이 자료를 씨앗으로 많은 연구자들이 몽골에 대한 보다 많은 정보와 자료를 교류하시어 싹을 틔워주시길 바랍니다. 그리고 한국축산식품이 세계화되는 그날을 기원합니다.

감사의 글

본고는 KOICA “몽골 친환경 농업생산성 향상 지원사업”의 지원에 의해 이루어짐. 자료 수집에 도움을 주신 몽골주재 KOICA 직원분들, 몽골농업국립대학의 Ganbat 교수와 Myagmarsuren 선생님께 감사드립니다.

참고문헌

1. Kawai, A. (2013) World walker Mongolia, Vol. 2 Adline LLC. Ulaanbaatar, Mongolia.
2. Taranenko, Y., and Baterdene, A. (2012) 축산가를 위한 축산물 경제 가이드, 몽골 농산업부. (in Mongolian)
3. MFALI (2012) Statistical Data of Food, Agriculture and Light Industry Sector. Ministry of Food, Agriculture and Light Industry, Ulaanbaatar, Mongolia.
4. NSOM (2013) Mongolian Statistical Yearbook 2012. National Statistical Office of Mongolia. Ulaanbaatar, Mongolia.
5. Uranbileg, S., Amarbilig, E., and Gantulga, Ch. (2013) Genghis Khan's Mongolia. Ulaanbaatar, Mongolia. (in Mongolian, in Korean)