

>>>기획특집

'05 Issue
&
People

Planning special 8

TMR사료에 대한 관심과 우려



김 광 수 소장(농학 박사)
(주)바이오 사료 연구소

낙농 TMR 생산능력의 과잉에 대한 우려

낙농에서부터 시작한 TMR 시스템이 과거 10년 동안 한국낙농에 혁명을 일으켰다. 이는 모든 통계자료에서 보듯이 이 기간동안 두당 산유량은 연간 5,800KG에서 7,300KG (2004년 기준)으로 늘어났고, 사육두수는 55만두에서 50만두로 감소하였으며 농가 수는 23,500가구에서 9,600가구로 줄어들어 농가 평균 착유두수 25.4두 사육두수 52.8두로 증가하였다(2005년 6월 기준). 또한 같은 기간 배합사료 생산량은 월 168,000톤에서 64,976톤으로 61% 감소하였으며 섬유질배합사료와 섬유질가공사료는 월 10,000여톤에서 90,000톤으로 증가 하였다. 또한 섬유질

관련 TMR 생산 공장숫자는 150여개로 증가하였는데 이를 혁명이라 생각해야 되지 않을까?

이제 TMR 공장이 많이 생기게 되면서 사료의 질적인 저하는 물론 치열한 경쟁관계에 놓이게 된 것이다. 배합사료업체 TMR과 자가배합 TMR을 시도하는 목장을 모두 계산하면 영세한 제조업체 1개 공장에서 20~30농가를 상대로 영업을 해야 하는 극한 경쟁의 시대가 되었다. 이는 앞으로 몇 년 내로 수많은 업체의 도산이 이루어질 것이고 생산설비의 과잉으로 국가 경제적 손실은 물론이고 국가사료자원의 영양적 손실을 가져올 것이 분명하다.

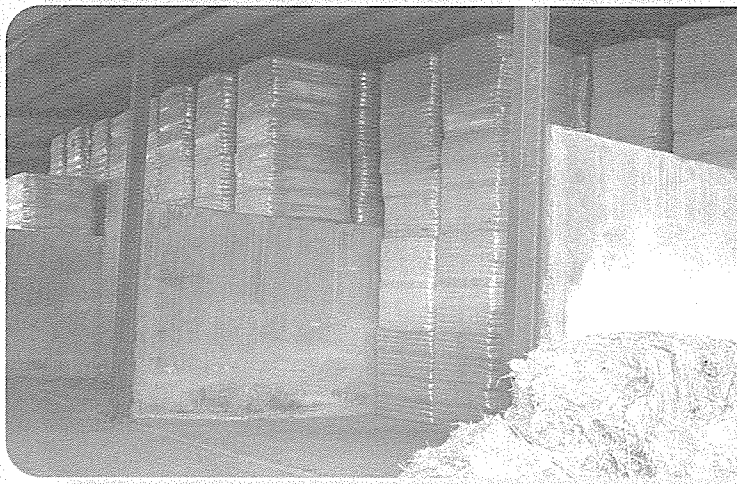
이런 상황에서 아직도 농림부에서 보조사업은 없다하나, TMR시설자금지원이 이루어지고 있고 각 지자체 들은 군단위, 도단위 할 것 없이 수억씩 보조사업으로 농민들을 지원한다는 명목 아래 공장이 지속적으로 증가하고 있다. 현재도 농민들이 주체가 되어 운영되는 TMR공장이 일부 생산 설비의 과다로 인해 곤욕을 치루고 있으며 일부 축협들은 일산 60~80톤 규모로 공장을 지어놓고 20~30톤 밖에 생산하지 못하는 시설 과잉 상태가 심각해지고 있다.

한우, 육우 TMR에 대한 관심

아직까지 한우 및 육우사료는 농협사료나 배합사료 업체 중심으로 농후사료가 공급되는 경우가 많으나, 최근엔 군단위 지역 축산농협을 중심으로 한우 브랜드 사업과 경제사업이라는 명분아래 한우 TMR 생산업체가 지속적으로 증가하고 있다. 이 추세로 간다면 대한민국 농협사료와 일반 배합 사료 공장은 앞으로 10년 후, 축우 사료생산은 농가의 TMR생산을 위한 1차 가공원료인 농축사료 공급업체로 전락할 것이다. 또한 각 농장마다 사료공장이 생겨나는 기막힌 국가자원의 낭비가 올 것으로 확신하고 있다.

각 지역 한우 작목반은 물론이고 중규모 농장까지 직접 사료생산설비를 갖추는 일들이 계속될 것이고 사료의 질적인 저하로 인한 손실은 물론 도산하는 영농조합법인이나 영세 섬유질사료 제조업체가 속출하게 될 것이다. 이런 점에서 축우사료 생산비용이 높은 농협사료나 배합사료 업체들은 긴장해야 할 것이다.

이미 국내에도 일부 축협 등에서 자가생산한 TMR급여의 계통출하 결과가 보여 주듯이



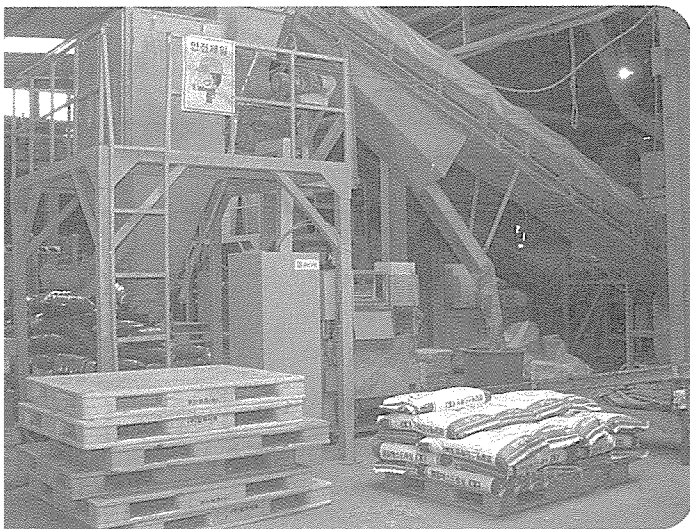
TMR의 장점으로 1) 1등급의 고급육 출현을 상승 2) TMR 사양 방식으로 사육기간의 조절을 통한 시장상황에의 접근 3) 노동력의 절감과 함께 조사료 이용의 편리성 등이 거론 되는데 이런 여러 가지 이유 때문에 소규모 농가들 뿐 아니라 대규모 육우나 한우를 생산하는 농가들이 TMR 사양 방식을 시행하고 있고 그 관심은 계속 확대되고 있는 실정이다. 특히 한우 브랜드 사업은 동일한 사료가 급여된 동일한 육질을 추구하는 경향으로 인해 전국의 수많은 브랜드육 사업에 관심있는 업체들이 속속 참여하고 있다.

고급육 생산은 한우 사육농가의 최대의 관심사이고, 이미 몇몇 한우 TMR 사료 공장을 운영하는 영농조합법인 및 축산농협, TMR 제조업체들이 TMR 사양 방식이 고급육 생산에 있어 획기적인 사양 방식이 될 수 있음을 증명하여 왔다. 이제 한우 사육농가를 중심으로 또다시 새로운 혁명이 시작될 것이다. 이는 전문가들의 자문을 통하지 않으면 반드시 국가 경제적 손실과 자원의 낭비, 사료 품질의 저하, 단백질 자원의 과잉에 따른 환경적 오염 등 많은 부수적 문제들이 따를 것이다. 고급육 생산을 위한 사양 프로그램들이 일부 농가에서 시행되고 있고, 일부 농가에서는 90% 이상 1등급 한우를 출현시키는 결과를 보여주고 있다. 지면관계상 많은 부분을 토론할 수는 없다 하더라도 정부나 지방자치단체들의 표를 의식한 인기위주의 지원이 계속 된다고 하면 우리나라 사료산업의 미래는 심각한 공황에 빠지고 말 것이다.

TMR의 미래에 대한 우려와 대책

2004년 6월에 비해 2005년 6월에 한육우 사육농가는 3000 농가가 증가한 반면 유우 사육농가는 800 농가가 감소하였는데(월간 낙농 2005.9월호), 이는 한,육우 가격의 상승으로 지속적으로 사육농가와 사육두수가 증가하는데 그 원인이 있다. 앞으로 2~3년 후 한,육우 사육 농가들의 몰락을 예견하는 것 같아 걱정이 앞선다.

낙농 TMR 생산업체의 생산능력 과잉을 한우나 육우로 전환하는 것이 바람직한데, 이는 현실적으로 한,육우 사육 농가의 인식 부족으로 시간이 필요할 것이고, 강력한 영업력의 배합사료 제조업체와 경쟁해야 하며 축협이나 농협사료의 조합원 전이용 권장으로 인해 더더욱 어려워질 것이다. 결국 현재의 축산농협 사료나 배합사료 생산업체들까지 포함해 생산설비의 과잉은 물론 심각한 사료 전쟁이 시작될 것이다.



이러한 대책으로 첫째, 우선 섬유질 사료공장 신설에 대해 농협 자체에서 적당한 교통정리가 필요하다. 전국의 모든 축산농협이 TMR공장을 짓겠다고 하는 실정이다. 자유주의 시장경제원리에 따라 개인사업자는 차치하더라도 농협과 축산농협은 국가적 관점에서 정리가 필요하다. 현재도 생산시설이 과잉되어 있는 상태에서 무조건 지원되는 돈에 매력을 느껴 대규모 공장을 자꾸 지어놓고 생산능력의 20~30%만 생산하는 것은 농민들에게 심각한 경제적 손실을 가져올 것이고 이는 국가적 손해일 뿐 아니라 국제 경쟁력 제고에도 전혀 도움이 되지 않는다는 것을 명심할 필요가 있다.

둘째로 농협사료의 생산 시스템을 지역축협이나 브랜드육 생산자 단체와 머리를 맞 대고 TMR 생산 시스템으로 조속히 전환해야 한다. 모두들 TMR 사양방식으로 이동하고 있는데 사료공장들이 이 시스템을 따라가지 않으면 농협사료는 물론이고 배합사료 공장의 몰락은 명약관화하다. 이미 15년 전부터 낙농사료의 70%가 TMR로 이동하고 있는데도 적당히 배합사료만 고집하다 된서리를 맞은 경험이 있지 않은가?

셋째로 육우 브랜드사업자도 지역축협이나 작목반, 한우회 등에서 시도하되, 독립 공장을 지을 것이 아니라 농협사료 등 기존사료 업체와 협력방안을 강구해야 할 것이다. 기존 과잉 설비를 이용하는 것이 보다 경제적이며 주문자 생산 방식을 통해 특유의 차별화된 사료를 만들어 공급할 수 있는 것이다. 한우 브랜드사업을 하는 단체는 사료공장 신축에 신중을 기할 필요가 있고, 또한 모든 축협 TMR 업체나 대형 TMR 생산업체, 또는 한우, 낙농 단체의 TMR 역시 마찬가지로 보다 과학적이고 경제적인 사료공장을 지어 예산의 절감뿐 아니라 저렴하고 양질의 사료를 공급하려는 노력이 필요하다.

네번째로 축우 컨설턴트의 적극적 지원이 필요하다. 현재 국내에서 전문가의 컨설팅을 제대로 받아서 사료를 생산하는 업체는 10%도 안 되고 축우 사료 생산 TMR 제조업체에서 사료분석이나 원료분석을 통해 과학적 품질관리를 하는 업체도 소수에 지나지 않는다. 섬유질 사료 제조업체들은 사료 관리법 상 원료나 제품 분석을 의무적으로 해야 하기 때문에 분석을 시행하고 있으나 이는 아무런 의미가 없다는 것을 17년간 TMR 컨설팅을 해오고 있는 당연구소에서 확인하고 있다. 또한 농림부가 지원하는 사양 컨설팅을 개인이나 연구기관 등만 가능하게 돼 있어 당연구소 같은 법인은 사양 전문가들을 다수 확보하고 있음에도 불구하고 정부가 지원하는 컨설팅 사업을 할 수 없는 실정이다.

이제 TMR 생산 시스템은 국가적인 차원의 고려가 필요하고 지금이 기회라고 할 수 있다. 실기하게 되면 국가 경쟁력의 저하, 사료생산업자의 공황과 파국, 국가 자원의 낭비는 물론 심각한 경제적 손실을 가져오는 주범이 될 것이다. ㉟