

축산·사료산업 발전 위해 우리 모두가 지혜를 모아야 할 때



강 신 우
(주)한탐 대표이사

■ 변화에 대한 고민

추운 겨울을 지나 봄인가 싶더니 올해는 일찍 무더위가 찾아왔습니다.

뒤돌아보니 계절의 변화만큼 축산업도 참 빠르게 발전 변화해 온 것 같습니다. 이렇게 발전된 상황 속에서도 지난 몇 년 전부터 축산물 수입증가, 곡물가격 폭등, 경기침체, 구제역, AI 등 질병 발생 등 축산업 환경은 매년 위기의 순간순간들로 어느 한해도 맘 편하게 보낸 적이 없었던 것 같습니다.

지난 80년대부터 경제발전과 더불어 축산업은 배합사료에 의존하는 산업으로 탈바꿈과 급속한 사육두수의 증가로 사료산업은 한때 수요보다는 공급이 원활지 못해 현금을 들고 가도 사료를 구입하지 못했던 상황까지 벌어질 정도로 사료업계는 호황을 누리며 고도성장을 구가하였지만 지금은 축산업 성장 정체, 축산 농가수가 감소되면서 외형적으로 급팽창했던 사료산업은 최근 '살아남기'를 고심해야 할 만큼 어려움

에 처해져 있지 않나 생각됩니다.

금년도 사료업계는 원료시세가 안정되고 축산물 시세가 좋아 호황을 누리고 있는 축산업계와는 달리 분위기가 그리 밝지 않은 않습니다.

축산업의 호황이 축산관련 산업들로 퍼져 동반 호황을 느껴야 하는데 뚜렷한 사육두수의 증가 없이 단지 축산물 가격상승에 따른 호황인지라 전반적인 과잉생산 설비로 인한 어려움에 처한 사료업계는 축산 호황을 함께 체감하기 어려운 상황입니다.

농장의 대군화, 단체화로 독자적으로 전용사료를 OEM 생산 요청이 늘어남에 따라 사료공장은 단순히 임가공 형태로 공급하게 되면서 사료시장의 판매 폭이 점차 줄어들어가고 있고 과잉경쟁에 따른 가격 결정력도 농장 쪽으로 기울고 있어 점점 저 수익 구조에서 탈피하기 어려워져 가는 실정입니다.

이러한 업계 어려움을 극복하기 위해 일부 업체에서는 해외진출, M&A를 통한 규모화, 수직계열화 등 다양한 방법을 모색하

여 안정적인 매출과 수익 창출 구조를 가져갈 방안을 마련하고 있지만 대부분 지역적, 사료 단일 업체의 경우 별다른 대안이 없어 수익성은 계속 악화되어 가고 있습니다.

이젠 더 늦기 전에 변화된 축산시장 환경에 적응하고 생존할 수 있는 방안에 대해 깊은 고민이 필요한 시점이라고 생각합니다.

■ 변화는 진행형

20세기에 들어서면서 산업화가 급 진전됨에 따라 경영의 가장 큰 특징 중의 하나는 규모화, 대량생산에 의한 효율성을 극대화 하는 것입니다.

이미 주요 축산 선진국인 미국과 유럽의 경우에도 계열화 진행을 통해 가축의 생산성 및 효율성을 높여 사료업계의 수익성뿐 아니라 농가의 수익성도 향상되어 축산 경쟁력을 갖춰가고 있습니다.

향후 국내 사육두수는 큰 감소 없이 지속 되겠지만 농가수 감소 추세는 당분간 지속 될 것으로 예상됩니다. 이는 지속적으로 축산업의 대형화·기업화와 자영농가가 계열 농가로 편입되고 있음을 의미합니다.

지난 과거 사료 전문회사들이 가축 생산성 향상을 위한 전문사료, 사양기술 교육, 농장경영 개선 등에 큰 역할을 담당하며 축산업 발전을 이끌어 왔습니다.

하지만 지금은 사양기술의 발달과 축산업이 전업화 되고 대군화 되면서 가축 생산성뿐 아니라 출하, 유통, 판매 등 여러 부문 까지도 사료회사에 요구하는 상황에서는

이젠 사료만의 전문회사에서 이를 충족해 주기가 어려워지고 있는 현실입니다.

따라서 과거와는 다른 수익구조를 창출할 필요성으로 국내 업체에서도 육계뿐 아니라 다른 축종들도 계열화가 진행되어가고 있고 업체간 인수합병을 통해 규모화, 대형화로 시장 점유율을 높여가며 경쟁력을 갖춰가고 있습니다.

향후에도 사료시장에 있어서 이와 같은 상황을 반영하여 배합사료만을 생산, 판매하는 단일 업체보다는 계열화돼 있는 배합사료 업체를 중심으로, 중소 규모 보다는 대규모 업체를 중심으로 시장이 계속 재편될 것으로 전망됩니다.

상대적으로 시장지배력을 확보하지 못한 지역적, 개별 사료업체의 경우 오히려 사료 시장이 점차 줄어들어 수익구조는 더욱 악화될 수 밖에 없어 근본적인 변화를 시도하지 않으면 안 되는 상황으로 돌파구를 찾아야 한다는 것입니다.

배합사료시장은 무차별 제품에 따른 낮은 가격 협상력과 높은 원재료 비중이 저수익성의 근본 원인입니다. 대부분 원료를 수입하여 사용하는 특성상 내부 자체적 원가절감 개선에는 어느 정도 한계가 있습니다.

이젠 중소규모의 사료업체도 저수익 개선을 위해서는 새롭고 비용 효율적인 방안을 고민하고 찾아야 할 시기입니다. 그 방안 중 ‘공동 브랜드’ 사업 방안도 한 방법일 거라 생각합니다.

쌀의 경우 사료처럼 수많은 개별 브랜드가

존재하지만 충청도는 ‘청풍명월’이라는 공동 광역 브랜드로 생산 판매를 합니다. 각 개별 농협에서 생산을 하여도 이 공동 광역 브랜드 명칭으로 판매가 되어 개별 브랜드 보다는 소비자에게 쉽게 접근과 널리 인식시킬 수 있으며 신뢰를 얻을 수 있습니다.

하지만 단순히 제품명 브랜드만 공동화 함으로써 근본적인 수익개선을 해결할 수는 없을 것입니다. 제조와 물류, 판매, 연구 등으로 확대하여 보다 넓게 다양한 분야에서의 공동화와 협력체제도 함께 고려해 볼 필요가 있지 않나 생각 해봅니다.

예를 들어 규모와 지역에 관계없이 물류비 측면에서 원거리 수·배송보다 생산기지 주변에 소비할 수 있는 생산 교환방식 시스템 도입, 또한 국내원료 공동구매를 통한 협력 업체의 원가절감 기회 제공 등 많은 부문에서 터 놓고 협의하는 것이 필요할 것입니다.

당장은 전반적으로 공동 운영하는 방안은 해결해야 할 부분이 많아 현실적 어려움이 있을 것이라 생각 됩니다. 우선 비교적 쉬운 부분인 지역적 공동브랜드와 공급 망

파트너십으로 인한 비용 분담을 통해 이익을 높여 가는 방안부터 시작 해가면서 차츰 공동영역을 늘려가는 방법을 찾을 수도 있을 것이라 생각합니다.

이러한 공동 협력을 통해 인지도, 유통망 확보, 계열화 등 지역적, 개별 업체에서 단독적으로 실행하기 어려운 부분에 대한 해결을 기대할 수 있을 것입니다.

■ 문제 해결에 머리 맞대야

지역적, 개별 사료업체에 있어 축산의 대형화와 계열화에 따른 양축가 감소로 인한 치열한 경쟁이 불가피하고 이런 경쟁 현상은 더욱더 가속화될 것으로 보여 향후에도 경영의 어려움이 지속될 것이라 생각합니다.

내실 있는 사료산업으로의 발전을 위해 이제는 각 지역, 개별업체들이 모여 서로 머리를 맞대고 살아 남기 위한 고민을 논의해 볼 필요한 시기가 바로 지금이지 않나 생각합니다. ☞