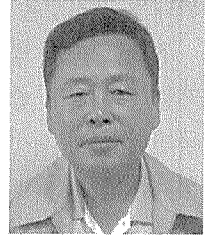


오리업계가 나아가야 할 방향에 대하여 생각한다.

장규호 | 고문



지금 사회는 웰빙(Well being)바람에 이어 로하스 (Lifestyles Of Health And Sustainability)가 화두로 등장하고 있다. 로하스란 건강과 환경을 중시하는 소비자들의 생활패턴을 말하는 것으로서, 인간의 생활전반에 걸쳐 환경친화적인 소비활동을 벌이며 점차 확산될 조짐이다. 이쯤 되면 소비자의 의식 수준이 생산자의 그것보다 한참 앞서 있는 것은 분명하다.

그러면 급변하는 세태 속에서 우리 오리업계 종사자들은 어떻게 대처해야 할 것인가하는 문제에 봉착하게 된다. 예전에는 그냥 오리만 잘 키워 팔면 되었고, 오리가 체화될 기미가 있으면 알을 감축하던가를 잘 하면 되었는데, 이제는 아예 일 자체를 업그레이드하지 않으면 구형 컴퓨터가 1-2년 사이에 무용지물로 전락되듯이 경쟁사회에서 낙오될 수가 있는 것이다.

요즘 업무관계로 양계관련 인사들을 자주 만나게 되면서 하게 되는 소리가 있다. 오리업계는 양계산업에 비해서 역사나 유통되는 물량은 작지만 브랜드에 관한한 양계업계보다는 훨씬

앞서 있다고 말이다. 곧 이어 닥칠 얼굴 있는 축산물 시대에 있는 우리로서는 조금이나마 다행이지만 역시 시급하게 해결해야할 문제이다.

지금까지 우리는 축산업계의 관행(?)에 젖어 있지는 않은가 하는 의문을 가져볼 필요가 있다. 지금까지 해왔던 방법대로 하길 바라는, 그러면서 변화를 두려워하는, 그리고 자신이 못하는 것을 하는 사람에게 격려보다는 질시의 눈길을 보내지는 않았는가?

이러한 것을 버려야 한다.

지난 7월20일 무항생제로 키운 오리고기, 닭고기 시식회 및 발표회를 가졌었다. 업계에서 많은 회원들이 참석하리라는 예상과는 달리, 거의가 참석을 안했고 전 수의과학연구소장 박근식 박사를 비롯한 축산연구소 관련인사와 수의과학검역원등에서 참석해 주셔서 조출한(?) 발표회를 가졌었다.

오리협회는 물론 모 축산관련 단체에서도 주최의사를 밝혔다가 이 무항생제 축산물을 홍보하면 결국 그 외는 항생제를 먹여 키웠다는 것

을 자인하는 것이 된다 해서 주최의사를 철회하였다. 중국에선 녹색식품(친환경식품)을 대량생산하여 우리의 식탁을 점령하려는 프로젝트를 추진하고 있는 마당에 여기에 대처하여 대책을 세우지는 못할망정 하는 일이라니, 한숨만 나오는 것은 웬일일까?

지나친 자신감에서일까? 아니면 무지에서일까? 머릿속이 혼란스러워진다. 폐일언하고, 우선 잘 팔리는 물건을 만들어야 한다. 잘 팔려야 거기에 맞추어 생산도 하고 업계의 톱니바퀴가 돌기 시작하는 것이다.

“아니 당연한 얘기를 쓸데없이 하고 있네.” 하는 소리가 나올 것은 뻔한 소리인데, 최근 2~3년간 업계를 보면 모두가 열심히 제품개발을 하는데 심혈을 기울였다는 것을 면면에서 느낄 수가 있다. 그러나 소비자가 무엇을 원하는지 알려고 하는 자세에서 조금 문제가 있다고 생각한다. 소비자가 원하는 상품을 생산해야 Best seller가 될 수 있는 것이다.

易地思之(역지사지)란 고상한 인품을 가진 선비타입의 사람들만 해야 할 德目(덕목)이 아니다. 생산자가 습관적으로 자기의 입장을 소비자의 입장으로 바꿔 놓고 생각해 봐야 그래야 잘 팔리는 상품을 만들 수 있다. 서두에 이야기 했지만 소비자의 의식이 점점 더 안전한 축산물을 원하고 있는데 그것에 부응해서 우리가 하고 있는 일이 무엇인가 생각해보자.

현재 전 세계 유기농산물의 유통량이 270억 달러(30조원)이며 해마다 10~25%가량 성장하고 있으며, 국제유기농업운동연맹 가이어 사무

총장에 의하면 독일산 이유식은 이미 100%유기농산물로만 만들어지며 미래농업이 갈 길은 유기농임이 분명하다는 메시지라고 말한바 있다. 금년에 농협에서는 유기농 계란을 일반란 보다 3배정도 비싼 값에 출시하였고, 곧이어 유기농 돼지고기도 내놓았다.

문제는 이 비싼 유기농 계란이 잘 팔리고 있다는 것이다. 8월31일 대전에서 열린 축산박람회에서도 퓨리나에서 무항생제 사료를 출시하는 등 무항생제를 표방하는 업체가 상당수 늘어났으며 R사에서 무항생제 돼지고기를 출시하여 호평을 받은바 있다. 유기농 전문매장들이 고소득층을 상대로 서울 강남에 유기농산물 매장을 속속 문을 열고 있으며 축산물은 거의 없는 상태이다.

참고로 유황청등오리로소 500g에 11,800원에 한겨레 초록마을에서, Orgar에선 550g짜리 닭이 4,200원에 판매되고 있다. 유기축산물을 생산하기 위해서는 농약을 치지 않은 Non GMO(유전자 조작을 하지 않은)로 만든 비싼 유기사료를 써야하고 무항생제는 기본으로 하는 등, 원가가 비쌀 요인이 많지만 금년도 정기 국회에서 무항생제 축산물이 신설될 예정이므로 법이 시행되면 품질인증을 거쳐 출하 될 예정이다.

오리는 다른 가축에 비해서 강건하고 질병이 돌 때를 제외하고는 항생제를 안 쓰고서도 사육이 가능한 가축이다. 이렇게 유리한 위치에 있음에도 불구하고 무항생제 사육을 강 건너 불 보듯이 하는 것은 참으로 애석한 일이다.

토종닭은 브랜드를 만들어 무항생제로 키우는 영농조합이 2군데 있는 것으로 알고 있다.

(8월25일자 애니피아 유종철)에 따르면 제주 육계조합에서 일반닭의 두배인 kg당 4,000원에 판매를 하고 있다는 기사가 나왔다.

닭은 질병의 가지수가 50여 가지가 되지만 오리는 5가지 정도이다. 이렇게 닭도 하는데 오리를 못 한다는 것은 말이 안 되지 않는가? 충청북도에선 도사업으로 무항생제 양돈, 양계에 20억원(자부담 50%)을 책정하여 58개 양돈농가와 43개 양계농가가 사업에 참여하고 있다.

필자가 무항생제 오리사육에 관심을 보이면서 느낀 소감은 많은 오리 관련산업 인사들이 오리를 판매할 때 주로 써먹는 것이 항생제를 안(적게)먹인다는 것인데, 이것도 9월 정기국회에 유기농산물 분야에서 무항생제 축산물이 신설될 예정인데 법이 시행되면 무항생제 인증 없이는 그런 말을 못하게 되는 것이다. 차제에 업계에서는 유기축산물 내지는 무항생제 축산물에

관심을 가져야 할 것이다.

최근에 굴지의 프랜차이즈 회사들이 무항생제 축산물에 관심을 보이면서 무항생제로 키운 오리, 닭의 필요성이 증대되고 있다. 요즘 지상에 블루오션이란 말이 떠오르고 있다. 기업에서는 누구나 경쟁이 없는 자신들만의 세상을 꿈꾸지만 결국 대개는 꿈으로 끝나고 만다. 이렇듯이 블루오션을 만나게 되기란 어려운 것이다.

그런데 앞으로 유기축산(무항생제축산) 분야가 블루오션이 될 것이다. 이 분야는 향후 많은 축산인들의 화두가 될 것이 분명하다.

이와 같이 되면 무항생제 축산물 하면 떠오르는 대표적인 축종이 오리가 되지 않을까? 하는 생각을 해보며 이에 맞물려 매년 폭발적인 신장을 보이던 협회 초창기의 모습을 되새겨 본다. 아울러 오리가 친환경 농업의 대표적인 주자로 자리매김한 오리농법과 버금갈 정도로 무항생제 오리가 자리 잡을 것을 믿어 의심치 않는 바이다.

그린 사료

- * 조단백 21%의 0.5mm 펠릿사료
- * 농장 도착가(벌크) kg당 200원
- * 육성오리 OEM사료 주문
- * 각종 기능성 오리사료 상담

H.P : 016-343-5292

대표 장규호