

첫째, 도업 후 당일 바로 공급되는 극신선 냉장육에 있다. 앞서 언급한 바와 같이 본사에서 엄격한 관리 하에 사육한 오리를 HACCP 기준 절차에 따라 도업·가공하여 cold chain system으로 납품, 최상의 상태에 있는 오리를 소비자에게 공급하고 있으니 품질면에서 월등하다고 할 수 있다.

두 번째, 다양한 메뉴와 뛰어난 맛이다. 위생처리되어 진공포장된 채 업소에 공급된 오리는 와인, 홍삼, 고추장 등 여러 가지 소스로 구이, 한방백숙, 훈제, 감자탕, 용암탕, 코스요리 등 기존 오리고기와는 다른 다양한 조리법을 선보여 소비자들로 하여금 기존 오리고기에 대한 선입견을 깨뜨리고 있다는 점이다.

세 번째, 친절함 서비스. 본사에서 주기적인 친절교육을 통해 점주와 종업원들에게 서비스의 필요성을 인지시킴으로서 고객이 불쾌감을 갖지 않고 편안하고 즐거운 마음으로 요리를 즐길 수 있도록 최선을 다하고 있다.

네 번째, 가족 및 회식단위 전부가 어울리는 모임의 명소이다. 인테리어를 깔끔하면서도 토속적인 분위기를 살려 연출하고 단체좌석과 소단위 좌석을 구비, 어느 모임이든 적합하도록 꾸몄다. 이런 여러 가지 요소들은 주원산오리의 체인점이 점차 입소문을 타고 매출이 상승하는 결과를 낳고 있다.

## 아~주원산오리?

“여기 주원 것은 없나요?”

이렇게 오리시식회를 다녀보면 어느 곳이나 주원산 오리를 찾는 사람들이 있다. 그런 사람들의 경우 심중팔구는 수년간 오리고기를 즐겼던 오리매니아들이다. 그들이 주원산오리의 오리고기를 선호하는 이유는 주원산오리의 오리고기는 맛있기 때문이란 다. 주원산오리이기 때문에 찾는 것, 바로 이것이 곧 경쟁력이자 브랜드파워가 아닐까?



도전하는  
인생을 산다

(주)주원산오리 대표 **이우진**

(주)주원산오리 이우진 대표는 사실 육계업체인 (주)하림의 창업멤버로서 하림이 첫 걸음을 땀 때부터 현재까지 약 27년간 업계 최고의 자리로 올라설 수 있도록 뒷받침한 인물이다.

사실, 2002년 주원농산을 인수할 당시만 해도 브랜드 자체의 명성은 있었지만 오리가공 시설이 제대로 갖춰지지 않은 상태라 그 누구도 먼저 대표자리를 맡겠다고 나선 사람이 없었다고 한다.

그러나 처음 (주)하림을 시작해 키워가던 노하우와 자신감으로 이우진 대표가 자신해 대표자리를 맡아 큰 도전과제를 떠안게 되었다.

## 끊임없이 배우는 CEO

가능성을 믿고 주원산오리에서 새로운 출발을 하면서 (주)하림을 창업할 당시보다도 더 큰 열의와 노력을 기울였지만, 지금과 같이 성장하기까지는 많은 굴곡이 있었다. 당시 대장금 방영 이후 극중에 등장한 유향오리, 청둥오리로 요리에 대한 인식이 많이 바뀌었으나 '냄새난다, 질기다, 약용식품이다, 비싸다' 등의 부정적인 선입견이 아직 남아 있었다. 이를 개선하기 위해 이우진 대표가 고려대학교 식품 및 건강기능식품 최고경영자 과정을 이수하며 발견한 것이 바로 Astaxanthin이었다.

이대표는 이 신개념 물질을 오리에 접목하기 위해 각종 임상실험과 데이터를 수집하며 연구에 매진, 항산화 효과가 뛰어나 더욱 신선하고 쫄깃한 육질의 아스타 오리를 출시하였다. 그 결과, 처음 주원농산 인수 당시 2.5%에 불과하던 시장점유율이 현재 약 25%를 상회하는 성과가 나타났다. 또한 지난해 11월부터 발생한 시로 수출이 잠정중단된 상황이지만, 2005년부터 검역조건이 까다로운 일본에 타 국가보다 약 20% 높은 가격에 수출이 이루어져 일본에서의 국내 가금류 수입제한조치가 풀리는 대로 수출에 박차를 가하기 위해 준비중이라고 한다.

## 이우진 대표가 생각하는 오리고기 소비 확대방안은?

- 1. 잠정 고객층을 늘린다.** 아직까지 오리고기의 주 소비층은 아직도 중장년층에 집중되어 있다. 이는 인식의 차이도 있지만, 무엇보다 유통형태에 달려있다. 오리사업장에 HACCP 인증을 받아 학교 및 단체 급식물량을 늘린다면 10대 청소년에게까지 저변확대되는 결과를 가져올 수 있다.
- 2. 소분업 다품종을 만든다.** 오리고기의 경우 대부분이 식당 등에 1kg 등의 대포장 단위로 공급된다. 이를 200~300 단위의 소포장에 훈제, 로스, 불고기, 주물럭 등 다양한 종류의 상품으로 소매시장에 출시하게 되면 소비자들이 더욱 친숙하게 오리고기를 접할 수 있을 것이다.
- 3. 오리고기 홍보사업** 현대는 바야흐로 매스미디어의 세상이다. 소비를 확대시키기 위해서는 언론홍보가 뒷받침되지 않고는 힘들다. 양돈이나 한우사업의 경우 전문 방송모텔을 기용, 캠페인 형식의 광고를 황금시간대에 배치하여 전 반적인 소비시장을 키우는 데 일조하였다. 오리사업도 이러한 홍보사업을 펼치기 위해서는 업계 스스로 자조금을 활성화 시키는 것이 선행되어야 한다.
- 4. 프랜차이즈 활성화** 현재 오리업계에서 많은 프랜차이즈가 생겨나고 있다. 이는 업계에 좋은 현상이라고 볼 수 있는데, 프랜차이즈 오리전문점이 많이 생길수록 소비자들이 오리고기를 더 쉽게, 자주 접할 수 있고 자연스런 경쟁 속에서 맛있고 질 좋은 요리를 선보일 수 있기 때문이다.

## 현미경의 안목과 망원경의 사고

세계 곡물시장 판도에 따라 오리시장도 그와 흡사한 주기로 변동하고 있다. 이는 오리시장이 외부요인의 영향에 굉장히 민감하다는 사실을 말해준다. 결국, 원가를 어떻게 맞춰 사육해야 하는가를 모색하는 것이 외부요인에 큰 영향을 받지 않고 국내 오리산업이 안정될 수 있는 유일한 방법인 것이다. 최근 오리가격이 상승세에 있고 산업자체가 호황기를 맞고 있지만, 이 현상이 결코 오래간다고 장담할 수 없다. 그러므로 이런 시기일수록 국내 오리 육종사업이나 자조금사업, 새로운 매뉴 개발과 육질 개선 등으로 오리산업 자체를 한 단계 더 끌어올려야 한다.

이우진 대표는 이렇게 기업을 이끄는 CEO라면 세심하게 관찰하고 먼 미래까지 폭넓게 바라보는 "현미경의 안목과 망원경의 사고"를 지니는 것만이 기업과 더 나아가서 산업의 발전을 바라볼 수 있는 유일한 길임을 잊어서는 안될 것이라고 강조했다.

사무실 한쪽 벽면에는 (주)주원산오리가 취득한 특허증이 백백하게 걸려있다.