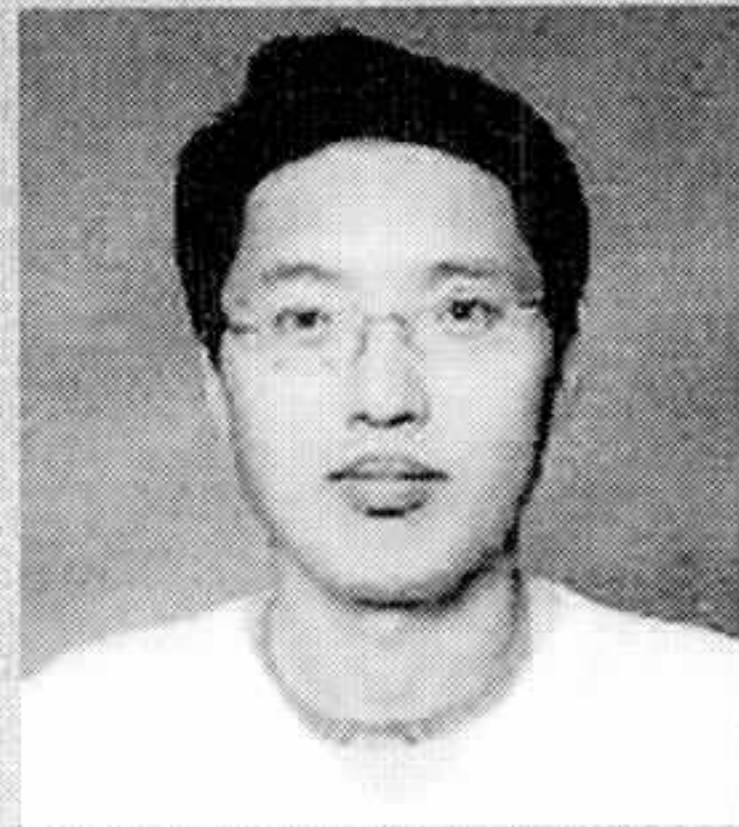


COLUMN

(주) 오스코fnf에서 AI를 넘기면서...



IIII 김승수
(주)오스코에프앤에프 대리

뒤늦은 만학도처럼 늦깎이로 오스코fnf와 인연이 닿아 오리업계에 종사한지 5개월이 지나가고 있습니다. 장기간 발을 담고 일선에서 뛰시는 선배분들이 보시면 햇병아리인 제가 감히 글을 쓴다는 것이 뭘 알고 쓰겠는가, 또는 주제넘게 보이지 않겠는가 나름 고심을 하다 오래된 묵은지도 맛있지만 새로운 영역에 뛰어 들어 걸절이처럼 싱싱한 눈으로 바라본 5개월간의 오리업계 경험 및 AI라는 숨가쁜 보릿고개를 넘기는 업계 종사자분들의 현장을 영업필드에서 직접 목격하고, 체험한 내용을 피력해 보는 것도 나쁘지 않겠다는 생각이 들었습니다.

동일한 업종은 아닐지라도 소매유통업 분야에 장기 근속을 하면서 영업, 업무, 총무, 인사파트를 두루 Location했기에 적응을 하는데 큰 애로사항 없이 쉽게 안착을 하는가 했더니 덜컥 AI라는 큰 파도를 만나 개인적으로도 무척 가슴앓이와 고심을 하며 힘겹게 넘어왔기에 계급장 하나는 더 달고 오리업계 일원으로서 공감대를 형성하며 보다 빠르게 적응하고 있다고 생각합니다.

우선 동종업계 종사자로서 금번 AI사태를 슬기롭게

극복하신 분들과 회사에 경외의 존경심을 표하며, AI를 겪으며 개인적으로 느꼈던 점과 (주)오스코의 극복 과정을 여과 없이 적어볼까 합니다.

☞ 오리업계의 AI 대처능력

우선 4월 초순경 AI가 남부지방에 발생했다는 비보를 접했을 때 협회 및 업계 당사자들간의 초동 대응능력에 개인적으로 무척 놀라지 않을 수 없었습니다.

첫째로 작은 가내중소기업도 불의에 예측하지 못한 천재지변 및 외적 타격에 대비하여 비상연락망 내지 대응 자구책을 매뉴얼로 만들어 신속히 대처하기 마련인데, 초기에 긴장감 또는 신속한 봉합을 위한 협회와 업계간 Communication 채널망과 체계적인 언론 대응력이 미비하고, 중장기로 접어들며 회사 운영에 큰 타격을 받고 흔들리는 상황임에도 정부기관 또는 언론에 대한 어필이 공격적이지 못하고 수동적으로 의지한다는 느낌을 지울 수 없었습니다.

그 원인을 제가 깊이 파고들어 분석할 만큼 경력이 일천하지 못하다 보니, '아~ 이쪽 업계는 농가, 생산회사, 유통회사, 협회 모두 따로따로 핸들을 각자 돌리며 산으로 올라가는구나!' 이런 단순한 생각을 하게 했습니다.

그 많은 오리전문가들이 업계에 종사하고 있을 텐데



어쩌면 이렇게 속수무책으로 당하기만 하는가 생각하니 아이러니하다는 느낌도 들었습니다.

협회차원에서 핸들링을 하셔서 각 회원사 대표들과 협회 고문을 대상으로 비상대책회의를 소집하고 그분들께 언론 플레이, 농가의 피해현황파악, 정부의 초기방제결함에 의한 확산책임을 묻는 Feed-Back, 각 회사의 실질적인 피해분석 데이터베이스 구축 등 업무분장을 하고, 국가간에도 Hot-Line을 설치하여 수시로 유선으로 업무를 공유하는 시대에 오리업계에서도 그 정도 네트워크는 구비하여 초기대응력을 강화해야 했다고 봅니다.

둘째로 역시나 어려운 처지에 놓여지니 노동계에서 춘투계절이면 흔히 쓰는 피켓 들고, 머리띠를 두른 채 길거리에 앉아 소리치는 데몬스트레이션 패러다임을 답습하는 것이었습니다.

이 정도 코너에 몰리면 보다 강력한 액션을 취해 사회적으로 이슈화시키고 정부나 언론플레이에 속절없이 세뇌 당하는 소비자들에게 눈길을 끌 수 있는 강력한 퍼포먼스로 신속히 맞대응 하여 화마가 장기간 퍼지지 않게 대응을 했으면 좋겠다는 생각이 들었습니다. 예를 들어 국회 앞 1인 시위 겸 삼시세끼 오리로 식사를 하는 퍼포먼스 같은 것이지요. 2~3개월 전에 화제를 불러일으킨 <페스트푸드네이션>이라는 영화가 그



일례입니다.

오리고기를 100℃로 가열하여 조리한 제품은 절대로 AI가 걸리지 않는다는 것을 수동적으로 홍보하는 차원에서 벗어나 적극적으로 공격적으로 홍보하여 난국을 정면돌파하는 전략이 필요하다고 봅니다. 그 정도 퍼포먼스라면 이슈화는 물론 언론 쪽에서 취재하지 말라고 해도 서로 취재해 가기 위해 북새통을 이루었을 것이라고 생각합니다.

셋째로 필드에 나가 요식업소 관계자분들을 모니터링 해보니 자구책이 없는 관계로 세 갈래 길 중에 무조건 한 갈래 길을 택하는 것을 보았습니다.

간판, 셔터를 내리던지, 오리고기 대신 돼지고기나 소고기로 메뉴를 변경하던지, 잠복기엔 숨죽이고 있는 게 상책이다 하고 손 놓고 있는 곳이 태반이었습니다. “매년 찾아오는 불청객이다”라는 멘트로도 감당할 수 있는 상황이 아니었지요.

전체적인 불황 탈출 프로그램 및 위기상황이 닥쳤을 때 대처할 포트폴리오 부재를 현장에서 절실히 느꼈습니다.

육류시장에서 오리고기가 차지하는 시장점유율이 극히 저조한 것은 메뉴의 대중화 기획의 부재 및 육류소비시장 선점을 놓쳐 오리고기 자체가 후발주자로서의 경쟁력이 미흡한 부분도 있지만 매년 되풀이되는 빈곤의 악순환의 고리를 슬기롭게 대처하고 봉합하





는 능력의 미흡도 한 요인으로 작용하고 있다는 것을 새삼 느꼈습니다.

물론 점포를 구워먹든 삶아먹든 점주의 고유영역이니 어찌겠느냐만은 가맹사업을 하는 본부차원에서 각 체인점의 불황을 돌파해 줄 만한 신속한 영업시스템이 풀가동되어 피해를 최소화시키는 적극적인 영업마인드로 이탈되는 가맹점 없도록 활발한 영업지원책이 절실함을 피부로 느끼는 계기였습니다.

⊗ 오스코fnf의 시위기 대응

(주)오스코fnf는 이번 어려운 환경 속에서도 오너의 강력한 의지를 바탕으로 공격적인 영업환경개선을 위한 투자 및 내·외부적인 Operation점검의 기회로 삼고 기존체인점의 영업 써포트, 신메뉴의 개발 및 투입, 영업루트의 다양화 사업, 자체 홍보마케팅 강화, 신규체인점의 오픈, 정읍 제3공장 준설, 전남광주 지역을 아우르는 광주사무소 개설 등 많은 외적 성장을

위해 게이지 충전을 이루었으며, 내부적으로도 직영 농장확보 강화, 효율적인 인력시스템 구축, 물류시스템의 재점검, 사원교육프로그램 보강 등에 주력하여 불황기임에도 회사 인지도를 한 단계 성장시키는데 성공함으로써 기존 체인점의 이탈율 제로 및 신규체인점(순천점/대구점)을 성공적으로 오픈시켰습니다. 또한 올해 안에 델리제품, 폭립형 레토르트 등 다양한 제품개발로 1차 상품을 공급하는 수준에서 벗어나 2, 3차 가공상품으로 마케팅을 강화하고, DC 스토아, 백화점, 쇼핑몰 등에 본격적으로 진출할 만반의 준비를 마련하는 계기를 확보했습니다.

성수기에 벌여놓고 비수기에 털어내던 기존 수익구조를 탈바꿈하여 4계절 비수기가 없는 진정한 육류시장의 강자가 되기 위한 전초기지 마련으로 다가오는 폭염과 장마가 극성을 부리는 하반기도 매우 분주한 나날을 보내고 있는 (주)오스코 임직원분들께 지면을 통해 감사의 말씀을 올리며, 또한 동종업계 종사자분들께도 다 함께 어려움이 닦쳤을 때 힘을 합쳐 육류시장에서의 오리업계의 점유율 신장 및 파워를 강화하기 위한 상호간 선의의 경쟁으로 업계의 동반활성화를 이룩할 것을 당부드립니다.

아울러 오리요리 대중화를 위해 일선에서 수고하시는 많은 동종업계 분들도 늘 건강하시고 하루하루 좋은 일만 있으시길 빌며 이 글을 마칩니다.

