

2조원 시대, 오리산업의 벤치마킹 대상은?



이 제 영 부장
농협사료 가금PM

지난 2월23일 한국오리협회에서 비전선포식을 갖고 오리 생산액을 2조원으로 하는 원년으로 2010년을 정한 것은 오리산업의 위상에 걸맞는 시기적절한 행사로 받아들여진다. 되돌아보면 오리산업은 꾸준히 성장하면서도 2003년에 AI 직격탄을 맞았다. 그 이후 수차례 AI가 더 발생되어 깊은 좌절감을 맞보면서도 위기를 기회로 살릴 수 있도록 산업을 추스른 것은 그나마 오리인들의 끊임없는 노력의 결실이라 하겠다. 그간의 오리산업 발전과정을 돌아보면서 향후 내실 있는 산업으로서의 재도약을 구체화하고

실현하기 위해 어떤 목표를 갖고 가야 할 것인가 알아보자.

1. 벤치마킹 모델은 어떻게 설정할 것인가?

한자 오리 압(鴨=甲+鳥)을 풀어보면 새 중에서 첫째가 되는 으뜸 새를 뜻한다. 새 중에서 으뜸이면 새들과 겨루는 것이 어불성설이기에 결국 땅이나 물에서 노니는 포유동물 중에 으뜸과 자웅을 가려야 한다. 즉, 오리는 그 태생적으로도 하늘과 물을 지배하고 있기에 땅에서 노니는 동물과 비교함이 마땅하다. 그러면 그 대상으로 압축되는 것이 소, 돼지 정도. 어떤 가축이 마땅할까? 아무래도 생산액이 가장 큰 돼지가 현실적으로 다가온다.

화두가 되고 있는 생산액을 보자. 2009년 실적이 발표되지 않아 아쉽지만 2008년 기준으로 오리는 1조 1천5백4십억원으로 농축산업 품목별 생산액 중에서 7위를 기록하고 있다. 비슷한 수준으로 닭이나 계란 품목도 있지만 돼지는 4조원을 돌파했다. 그래서 땅에서 으뜸인 돼지를 그 대상으로 해야 하는 것이 명확해진다.

단순히 돼지 생산액과의 격차를 따라 잡기 위해서는 3.5배의 신장이 필요하다. 그만큼 3.5배 이상의 노력이 따라야 한다. 그러면 어떤 노력이 필요할까? 양돈산업에서 배워야 할 점은 사육시설 현대화, 방역 등 청정화에 대한 노력, 종돈개량, 조사연구, 소비홍

【표 1】 농축산업 생산액

(2008년 기준, 10억원)

품목별	오리	돼지	한우	과일	우유	닭	계란
생산액	1,154	4,085	3,282	2,998	1,604	1,429	1,159

※자료: 농림수산식품부

【표 2】 1인당 육류소비량

(2009년 기준추정, kg)

품목별	오리고기	돼지고기	쇠고기	닭고기
소비량	2.0	18.5	8.0	9.6

※자료: 농촌경제연구원, 2010축산전망

보 등에 있어 열정적인 면이다. 하지만 양돈도 생산성에는 문제가 있는 것이 사실이다.

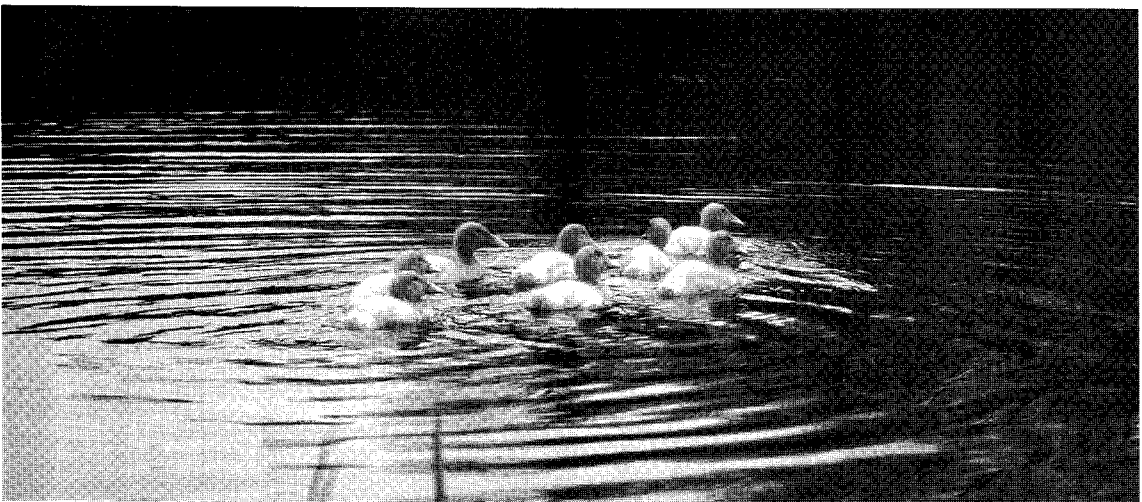
2 소비확대를 위해서 필요한 것은 무엇인가?

오리고기는 AI 발생으로 소비자들의 관심을 받게 된 2003년까지만 하더라도 어르신들이나 드시는 보양식에 머물러 있었던 것이 사실이다. 당시 소비촉진을 계획하면서도 거리홍보를 하면 젊은이들이나 학생들이 기꺼이 먹어줄까 하는 의구심이 있었으니 말이다. 하지만 시기적으로도 절묘한 시점에 웰빙(Well-Being, 참살이)이라는 개념들이 본격화 되면서 오리고기가 더 각광을 받은 것으로 볼 수 있다. 국내에 웰빙이라는 개념이 시작된 것은 2001년부터 2002년 말까지라고 한다. 그 사이에 AI가 발생하여, 특히 TV 프로그램을 활용한 홍보에 치중하다보니 오리고기는 보양식뿐만 아니라 건강식이라는 인식을 심고자한 노력이 적중하였다. 더구나 2004년 7월부터 단계적으로 주5일근무제 실시가 확산된데다 온 도로변의 음식점들이 모두 오리탕집, 오리구이집으로 즐비하게 들어서 있고, 특히 통 큰 음식점들도 적잖이 볼 수 있게 되었다. 서울이나 큰 도심에서 오리고기 집을 찾기 어려운 적도 있었지만 2007~2008년 들



▲일본 오리남비 요리

어 서울 도심에도 체인점들이 우후죽순 격으로 확산되고 있어 이제 오리고기는 남녀노소 모두가 즐겨 찾는 가족건강식으로서 보편화된 먹거리로 정착하였다고 장담할 수 있겠다. 그러면 실제 오리고기의 소비량은 얼마인가. 2009년 추정으로 약 2kg이다. 이는 돼지고기의 1/9 수준으로 아직도 갈 길이 멀다. 무엇보다 소비확대를 위해 필요한 것은 개방시대에 있어 오리고기의 지속적인 수출을 견지하는 것과 우수성 홍보를 위한 자조금의 조성이다. 현재 협회의 노력으로 임의자조금을 거출하여 TV프로그램을 통한 오리고기 홍보가 실시되고 있지만 더 큰 틀에서 본다면 앞으로 돼지고기 소비를 따라잡기 위해서 9배 이상의 전체적인 단합된 힘이 한층 더 모여져야 하겠다.





▲중국 베이징 덕

3. 오리산업의 위상에 걸맞으려면?

현재 오리업계를 보면 차근차근 내실을 기해가고 있는 도약기이다. 단순한 생오리 중심의 유통에서 부분육, 가공육으로의 전환이 확대되고 있고, 위생면에서도 충분히 자신할 수 있다. 다만 아쉬운 하나를 지적한다면, 최근에도 보도가 있었지만 다른 축종에서는 보기 어려워진 **불법 도축**이 있다는 것으로 이에 대해 **업계 스스로 적결의지를 보여야 할 때**다. 또 하나는 그간 질병문제와 결부되어 생산성이 저하하는 큰 요인으로 지적되어온 오리사육시설의 현대화 정도가 아닐까 한다.

한편으로는 기타가축이나 특수가축의 범주에서 탈피하여 **당당한 오리로서** 걸어야 한다. 통계청의 가축조사에서나 축산관측에서도 오리를 별도로 다루게 되었듯 그간의 노력이 결실을 맺고 있어 흐뭇하다. 농식품부 사료 통계에서는 아직 오리사료가 기타로 구분되어 아쉽지만 농협사료 입장에서도 보다 고품질의 정직한 가격으로 오리사료를 공급함으로써 사명을 다하여 오리사료로 구분되도록 앞장 서고자 한다.

2조원대 산업은 무엇이 있는가? 재미있게도 농협사료 2009년 매출액이 1조2100억원이 조금 넘는 수

준으로 2008년 오리생산액과 견줄 만하다. 또 광주 무등산의 자산가치를 한국환경생태학회에서 2조3천억원으로 평가하였다. 벤쿠버의 퀸 김연아 효과는 2조원에서 8조원까지 다양하게 평가되었고, 특히 미국경제전문지 포브스는 박지성이 뛰고 있는 맨유 구단의 가치를 2조1억원으로 평가하였다. 그 중에서도 2조원의 산업에 목표를 둔 오리산업은 맨유와 같이 훌륭한 선수들의 열정적인 페어플레이로 항상 사랑받고 재미와 행복을 주는 팀, 그러한 산업이 되었으면 한다.

4. 맺은말

21세기 한국사회의 가치는 **재미와 행복**이라고 한다. 이에 **오리산업도 부합하기 위해서는 재미있고 감동을 주는 산업**이 되어야 하며, 소비자들이 오리 고기를 맛있게 먹고 행복을 느낄 수 있도록 해주는 것이 오리인들의 소명이 되어야 하겠다. 이제 오리산업은 큰 자부심을 가질 만하다. 축산물뿐만 아니라 그 어느 농축산물의 먹거리와 비교하더라도 그 우위성을 확인되었고, 앞으로도 무궁무진한 가능성을 가지고 있는 지속성장이 가능한 산업이다. 2010년이 오리산업 2조 비전원년이지만 앞으로는 3조원, 더 나아가 4조원의 비전을 갖고 돼지 생산액과 견주는 그런 날을 그려본다. 국민건강의 참병인 오리고기, 우리나라 오리산업의 발전을 통해 바람이 현실로 이루어지기를 기대한다.

