조국한 농민신문사 〈월간축산〉 편집장

백조된 오리, 이젠 이미지 관리 시작할 때

조 국 한
농민신문사 〈월간축산〉 편집장

음식문화, 특히 육류 소비에 대해서는 시대와 장소를 불문하고 무척 보수적인 편이다. 쉬운 예로 이슬람인들에게 돼지고기를, 힌두교인에게 쇠고기를 거리낌 없이 먹도록 하는 일은 어려운 정도를 넘어 아예 불가능할지도 모른다. 국내에도 한때 육용으로 뉴트리아나 타조 등을 수입한 적이 있었지만 대중의 식탁에 올리기에는 역부족이었다.

일단은 익숙한 식품이어야 사람들은 거부감을 느끼지 않는다. 하지만 전통적으로 먹어 왔던 육류이면서도 소비 확대에 어려움을 겪고 있는 사슴이나 토끼, 꿩 등을 생각한다면 현재 오리산업의 성장은 분명 남다르다고 말할 수 있다. 사육농가는 물론 관련업계, 협회 등 각 분야에서의 힘겨운 노력이 있었기 때문이라 생각된다.

기억을 더듬어 볼 때, 오리 산업이 축산업의 주류로 등장한지 그리 오래이지 않다. 10여 년 전만해도 오리는 그저 가능성 있는 틈새축산으로 다뤄졌을 정도였다. 관계기관에서 볼 때도 소, 젖소, 돼지, 닭으로 통칭되는 4대축종의 관리만으로도 벅찬 형편이라 성의 있는 관심을 기대하기 어려웠다. 결국 정책적으로도 소외된 축종이었던 것이다. 그러나 어느새 오리는 1인당 연간 소비량이 4kg을 넘나들 만큼 훌쩍 자란 백조의 풍채를 갖추고 우리 앞에 나타났다. 이에 월간축산 2010년 6월호에 '오리산업이 뜬다' 라는 제목의 기획특집을 구성, 오리산업의 현황과 과제, 다양한 유통방식과 요리법 등을 다각도로 분석하는 기회를 마련하기도 했다.

하지만 급격한 성장에는 무리가 따르기 마련이다. 마치 너무 빨리 자란 병아리에서 복수증이나 뇌연화증이 다발하는 것과 같다고나 할까. 좀 늦게 가더라도 일단 쉼표를 찍고 한숨을 돌리는 것도 앞으로의 보상성장을 위해 필요하다. 그 방안의 하나로 '오리산업의 이미지관리'를 들고 싶다.

오리고기의 장점이나 맛에 대해서는 그간의 적극적인 홍보 노력으로 이제는 잘 인식돼 있는 편이다. 그러나 AI 발병에 소비가 큰 영향을 받았듯이 소비자들은 안전성에 대해 극성스럽다. 그간 제법 규모 있다는 몇몇 농장을 방문하며 느낀 점은 아직 열악한 환경에서 오리를 키운다는 점이었다. 영세한 농가의 사정이라고 나을리 없다. 최근 들어 갑자기 늘어난 수요를 맞추기 위해서는 어쩔 수 없는 선택일 수 있다. 그러나 이런 모습을 보이다가는 어렵게 쌓아온 오리고기에 대한 신뢰를 떨어뜨리지 않을까 우려된다.

이미 여러 축종에서 안전마케팅이 지지를 받아가듯 오리 역시 친환경적이고 위생적인 환경에서 생산하는 한편 이를 잘 포장해 어필하는 일이 중요하다. 그래서 사람들이 '오리고기는 깔끔하게 키운 축산물' 이라는 인식을 갖도록 함께 노력해야 한다.

외형적인 성장에 만족하기보다는 이러한 노력이 다해진다면 빠른 시일 내에 우리 오리산업이 지속가능한 미래형 축산으로 굳건히 자리 잡을 수 있으리라 생각한다.