

# 한국 오리 산업과 동고동락(同苦同樂), “월간 오리마을” 100호 발행을 축하 합니다.



한국오리협회 고문  
(제4대 회장역임)

안 희 복  
청산식품 대표

1996년 4월 오리협회 소식지로 창간호를 발행했던 “오리마을”이 대한민국 오리 산업과 함께 울고 웃으며 명실공히 오리업계를 대표하는 월간 잡지로 성장하여 100호 특집 발행을 진심으로 축하드립니다.

“월간 오리마을”은 오리업계 유일한 월간 잡지로 업계의 다양한 목소리를 대변하고 있으며 업계 종사자에겐 알찬 관련 정보를 제공하여 대한민국 오리고기의 저변 확대에 큰 기여를 하고 있습니다.

필자가 오리협회장으로 재임당시 협회 소식지로 “오리마을” 제1호를 발행하면서 “협회 소식지 발행에 즈음하여”란 제목으로 이제 막 걸음마 단계인 한국 오리업계의 어려움을 극복하고 발전하기 위해 업계 종사자 모두가 협회를 중심으로 일치단결 하자고 호소하던 생각을 하니 감회가 새롭습니다.

대한민국 오리 산업이 1960년대 태동기와 1990년대 과도기를 거쳐 2003년, 2007년 고병원성 AI 발생으로 오리업계에 닥친 위기를 슬기롭게 극복 하고 진정한 도약기를 맞이하였습니다.

그동안 정부의 통계에서도 제외됐던 오리 산업이 업계

종사자들의 노력으로 2010년 전체 농, 축산물 생산액 중 7위에 올라서게 되었고 이러한 놀라운 성과 뒤에는 오리업계 대변지로 동고동락을 하며 성장해온 “월간 오리마을”의 공로가 크다고 생각합니다.

오리업계의 영원한 숙제인 AI 억제, 법제화돼 추진 중인 원산지표시제 정착, 최근 비약적인 발전을 하고 있는 대한민국 오리고기가 안전하고 믿을 수 있는 먹을거리로 인식되고 남녀노소 누구나 손쉽게 즐길 수 있는 대중식품으로 자리 잡을 수 있도록 “월간 오리마을”의 알찬 정보 전달과 체계적인 여론주도가 절실한 시점입니다.

끝으로 “월간 오리마을”의 열렬한 애독자로서 그동안 알찬 내용의 잡지를 만들기 위해 노심초사 애쓴 관계자 여러분께 감사말씀을 드리며 좀 더 다양하고 전문적인 내용을 누구나 쉽게 접할 수 있는 지면 구성과 독자들이 참여하는 공간 배치로 업계종사자가 아닌 일반인들에게도 사랑받는 “월간 오리마을”이 되었으면 하는 바램입니다. 다시 한 번 “월간 오리마을” 100호 발행을 업계 종사자를 대표하여 진심으로 축하 하며 무궁한 발전을 기원합니다.

# 국내 유일무이한 오리산업의 대변지, 월간 오리마을



한국오리협회 고문  
(제5대 회장역임)  
**나 원 주**  
(주)화인코리아 대표이사

월간오리마을 제100호 발간을 진심으로 축하드립니다. 같은 생각을 가지고 같은 행동을 하는 사람들이 뜻을 같이 할 때처럼 보람된 일이 세상에 있을까 싶습니다.

시작은 “오리”라는 공통된 작은 매개체로부터, 그것으로 인해 좋은 점과 애로사항 등을 공유하고 좋은 점은 서로 소개하고 축하해주고 애로사항은 서로 머리 맞대고 해결점을 찾아가는 시도가 있다는 것을 월간오리마을 책자를 볼 때 마다 큰 기쁨을 느낍니다.

날이 갈수록 더욱더 치열해지는 먹거리 시장에서 국내 뿐만 아니라 이제는 수입산 오리고기로 부터 우리나라 국민의 건강을 지키고자 불철주야 애쓰고 노력하시는 우리 한국오리협회 회원님들, 그리고 그 가족분들. 항상 즐겁고 건강하시기를 기원합니다.

국내 오리산업은 그 시장규모가 날로 성장하여 축산업계의 블루칩으로 떠오르는 한편 오리고기 원산지 표시제 확대시행으로 소비자들이 원산지를 식별 할 수 있게 돼 국내산 수요가 점차 늘고 있습니다. 또한 금년부터 포장유통 의무화가 도축업자 및 오리고기를 보관 운반 판매하는 영업자에게까지 전면 확대 시행됨에 따라 소비

자에게 보다 위생적이고 안전한 먹거리를 생산 공급하게 됐습니다.

하지만 오리산업의 호황은 AI라는 최악의 질병발생이 없다는 전제하에 가능하다고 생각합니다. 모든 질병이 그러하듯이 질병은 치료가 아닌 예방에 중점을 두어야 할 것이며, 이에 차단방역은 현재 뿐만 아니라 앞으로도 계속 선행되어야 하는 가장 기본적이면서도 중요한 요소임을 인지하고 한국오리협회 회원님들의 관심과 협력이 필요하다고 생각합니다.

아울러 본인의 자리에서 본인의 역할을 충실히 이행하고 조금씩만 양보하고 서로 이해하는 마음이 보태진다면 더 나아가 우리 축산가족 모두에게 대내외적인 크나큰 발전이 있을 것으로 기대됩니다.

본인도 오리로 인해 나름대로 많은 어려움도 겪었고 또 한 그 이상의 기쁨도 얻은 것이 사실입니다. 이런 고통과 기쁨의 긴 시간을 지내오면서 느낀 것이지만 앞으로 ‘월간오리마을’을 통해 더 새로운 시도와 창의적인 생각들이 서로 공유되고 다 같이 발전해 갈수 있기를 진심으로 기원합니다.

## 오리업계의 으뜸정보는 월간 「오리마을」!



한국오리협회 고문  
(제8대 회장역임)  
**김만섭**  
(주)모란식품 대표이사

모든 농민은 논밭에서 농작물을 애지중지 키워서 식탁위에 올려놓을 수 있도록 하는 것을 업으로 하고 있다. 우리 축산물도 이와 다를 수는 없다. 우리 오리농가가 친환경적이며 안정적으로 키운 오리를, 위생적이며 고품질의 상품을 만들어 모든 사람의 밥상에 올리는 것이다. 이렇게 하는 과정은 단순하지 않고 매우 복잡하여, 여러 사람의 협력이 필요하며, 어떤 때는 사람의 힘만으로는 안 되는 경우도 발생한다. 즉 천재지변일 것이다.

이와같이 유구한 역사가 흘러서 우리는 2011년도 하반기에 있는 것이다. 이 시점에서 오리산업은 어느 위치에 있을까? 작년도의 농림업생산액은 43조5천억원인데, 여기에 기여한 품이 큰 7대 품목을 보면 미곡, 돼지, 한우, 닭, 우유, 계란, 오리의 순이다. 오리의 생산액은 1조3천억원으로서 3년전 보다 2배나 급성장하였다. 미곡을 제외하면 6개 품목 모두가 축산인 것이다. 이 만큼 축산업이 발전하였으며, 우리 농업, 농촌에서 축산을 제외하고서는 농업소득을 거론할 수가 없게 되었다. 우리 축산업이 농업의 중심축을 이루고 있으며, 여기에 우리 오리산업이 당연히 포함되었으니, 자부심과 긍지를 느끼며, 아울러 국민의 건강 증진에 대한 책임감도 느껴진다.

이렇게 성장발전하기까지는, 모든 산업발전도 그렇듯이 반드시 정보가 필요한 것은 주지의 사실이다. 급변하는

국내외 정세에서 다양한 정보를 정확하고 신속하게 입수 전파하여 사육, 생산, 가공, 유통, 판매 등의 경영관리에 활용하지 못하면, 국내는 물론 세계시장에서도 경쟁력이 떨어져, 자멸이나 퇴보할 수밖에 없을 것이다. 이와 같이 정보의 중요성은 몇 번이나 강조하여도 지나침이 없을 것이다.

한편, 오리협회 차원에서의 정보전달 매체인 「오리마을」지를 보면 2006년 이전까지는 정보제공 횟수나 내용 면에서 매우 빈약했음을 알 수 있다. 2002년~2005년까지는 간헐적이며, 불규칙하게 발간 배부되었다. 2006년 3월 협회장으로 취임한 필자는 「오리마을」지의 매월 발간이 필요하다는 것을 인식하여, 2006년 5월 이후부터는, 격월간 또는 간헐적으로 발행하던 「오리마을」지를 매월 정기적인 발간으로 전환하였다. 그리하여 오리사육과 유통판매에 필요한 다양한 정보를 보다 신속히 전달코자하였다. 한편 시급을 요하는 정보는 보다 더 신속하게 전파하기 위하여 인터넷 오리홈페이지를 2006년 7월 10일에 개설하여 「오리마을」지와 함께 관련된 모든 정보를 신속히 전달코자하였다. 이와 같은 정보매체는 AI가 발생하였던 2007년~2011년 4월에 자료의 수집, 집계, 전파에 지대한 역할을 하였으며, D/B사업에도 크게 일조하고 있다.

이러한 맥락에서 볼 때, 「오리마을」 지 100호 발간은 큰 의미를 갖는다고 본다. 이제 오리협회도 명실공이 하나의 단체로서 자리매김을 하고 안정화되어 간다는 것을 의미한 것이다. 이를 기점으로 더욱 발전하고 보다 다양하며 풍부한 정보를 수록하여 업계에서 애독하고 칭찬받는 「오리마을」 지가 되어야 한다고 본다. 그 동안 월간발

간을 위하여 어려운 환경에서도, 모든 직원들이 관련업체를 방문하여 취재활동, 광고협찬 섭외활동, 교정 및 편집 작업을 성실히 수행하는 모습이 아름다웠다. 매월 정기적으로 발간 배포하여 100호의 「오리마을」 지를 맞이함을 진심으로 축하하며, 보다 더 충실한 「오리마을」 지가 될 것을 기대한다.

## “월간 오리마을” 100호 축하



축산관련단체협의회 회장  
이 승 호

우리나라 오리산업 발전을 위해 부단히 노력하고 있는 “월간 오리마을”의 100호 발행을 축하드립니다.

현재 우리 축산업은 대내외적으로 많은 문제를 직면하고 있습니다. DDA, FTA로 인한 시장개방 가속화, 멈출 줄 모르는 사료값 폭등, 농가 부채증가 등 해결해야 할 문제들이 산적해 있습니다. 뿐만 아니라 전국적으로 확산되면서 사상 유래없는 큰 피해를 남긴 구제역과 AI는 우리 축산물의 소비위축으로 이어지면서 상황을 더욱 어렵게 만들고 있습니다. 특히 오리고기 수입증가, 공급과잉 등이 오리가격 하락을 불러오고 있는 상황에서 전세계 오리생산량의 60%를 차지하고 있는 중국과의 FTA협상까지 가시화됨에 따라 농가들의 우려가 매우 깊은 줄로 압니다.

하지만 우리 축산인들은 위기를 맞을 때마다 돌파구를 만들어 지혜롭게 대처해왔습니다. 개방에는 고품질 차별

화, 구제역과 AI에는 차단방역, 소비자와의 신뢰형성에는 원산지 표시제와 이력제 시행으로 난국을 잘 극복해 나가고 있습니다.

축산업이 2010년 기준으로 우리나라 농업생산액에서 40%를 차지하는 것으로 조사되었는데, 이를 통해 국민식생활에서 축산물이 쌀 소비를 대체하고 있음을 알 수 있습니다. 특히 그중에서도 2010년 오리산업 생산액이 1조3천 59억원에 달하여 2조원 시대를 눈앞에 두고 있고, 2010년부터 농촌경제연구원의 축산관측, 올해부터 통계청 가축동향 조사대상에 포함되는 등 비약적인 성장세를 보이고 있습니다. 결국 오리산업을 비롯한 축산업이 농촌경제를 이끄는 동력이라고 표현해도 과언이 아닐 것입니다.

잘 아시다시피, 지금 전세계에서는 식량위기를 우려해 식량자급률을 높이고 있습니다. 이는 곧 축산업을 단순

하게 1차산업으로 볼 것이 아니라 식량안보차원에서 중장기적인 정책을 마련하여 국가산업으로 보호·육성해야 한다는 점을 반증하는 것이라고 볼 수 있습니다. 그리고 국가정책도 매우 중요하지만, 농촌경제의 주역이자 국민의 안전한 식량공급원을 발전시키려는 우리 축산인들의 노력 또한 매우 중요하다고 생각합니다.

때문에 피와 땀으로 만들어낸 우리의 우수한 축산물이 국민들의 신뢰를 얻고, 지속가능성과 경쟁력을 갖춘 축

산업으로 거듭 발전하기 위해서는 모두 함께 지혜를 모아야 할 시점이 아닌가 사료됩니다. 그런 의미에서 지금까지 그래왔듯 월간 오리마을이 우리나라 오리산업과 축산업의 발전을 위해 생산자와 소비자 모두에게 꼭 필요한 정보를 전달하는 전문월간지로서의 역할을 훌륭하게 해주실 것이라 믿습니다.

다시 한 번 “월간 오리마을” 100호 발행을 축하드리며, 거듭 발전하시기를 기원합니다.

## “월간 오리마을” 100호 축하



한국농민연대 공동대표  
**이 준 동**  
(사)대한양계협회

오리업계에 종사하시는 농가 및 관련업계 종사자 여러분 안녕하십니까? 대한양계협회 회장 이준동입니다.

우선, 월간 오리마을 100호 특집을 진심으로 축하드립니다. 가금산업은 최근 괄목할 만한 성장을 해 오면서 우리 농업분야에 중요한 사업으로 자리잡고 있습니다. 특히나 오리산업은 지난해 이미 오리 생산액이 1조원대를 넘어 서면서 국민들로부터 꾸준한 사랑을 받고 있으며, 앞으로 성장 가능성이 무한하다고 여겨집니다.

하지만 우리 농업은 아시다시피 FTA 등 세계 무역 개방화 속에 상당한 어려움에 직면해 있습니다. 축산업은 이 중 가장 피해가 큰 산업으로 오리산업도 예외일 수 없을 것이라 생각합니다. 이러한 중요한 시점에서 오리업계가

한자리에 모여 새로운 중지를 모으는 것은 매우 시의적절하다고 생각합니다.

당부 드리고 싶은 사항은 금년에도 구제역과 AI 등 질병 발생으로 걱정이 앞서고 있습니다만, 추후 재발되지 않기를 기대하면서 가금업계에 AI 차단방역에 최선을 다해 주길 바랍니다. 오리를 포함한 가금업계에서 AI가 한번 발생하면 산업적으로 큰 피해가 발생하고 정부의 예산이 낭비되는 등 파장이 이루 말할 수 없기 때문에 모든 업계에서 함께 노력해야 하는 부분입니다.

어려운 시기 월간 오리마을의 100호 기념을 다시 한 번 축하드리며, 앞으로 다양한 소식을 통해 가금산업이 가일층 발전할 수 있도록 당부 드립니다.

## 환율급등에 사료가격 꿈틀 축산업계 수급조절 실패 가격 폭락 “축산업계 2008년 악몽 되풀이하나” 유럽 금융위기 장기화…원달러 환율 변동 커져



농축유통신문 편집부장  
김재민

한우를 비롯한 육우산업과 닭고기, 오리 등 축산업계 전반이 수급조절 실패로 어려움에 처해 있는 가운데 가축 생산비의 50% 이상을 점유하고 있는 사료비가 다시 상승할 것으로 전망되면서 축산업계가 난감한 상황에 빠졌다.

한우우의 경우 추석을 전후 한 소비증가가 평년의 50% 이상 늘어나면서 가격 하락에 몸살을 앓고 있다. 지난 추석이 평년 대비 1~2주 이른 영향과 대대적인 할인판매 등의 영향으로 한우고기의 소비는 평년 대비 50% 가까이 늘어나는 등 한우소비의 대중화 조짐까지 보이고 있지만 한우사육두수가 적정선을 넘어서면서 좀처럼 가격 반등은 이뤄지지 않아 생산비 이하에서 출하가 이뤄지고 있는 상황이다.

이러한 가운데 오리와 닭고기 가격도 공급과잉으로 생산비 이하에서 가격이 형성되고 있고 계란의 소비 또한 주춤하면서 생산비는 높고 축산물 가격은 하락하는 이중고에 연말 축산업계가 다시 술렁이고 있는 것이다.

현재 곡물가격은 최근 고점을 찍었던 2008년보다 높은 상황이다.

FAO가 매월 발표하는 국제식량가격지수에 따르면 2002~2004년 식량가격 평균을 100으로 보았을 때 2008년이 200으로 그 중 사료가격에 가장 영향을 많이

미치는 곡물의 지수는 225였으나 2011년 1월~8월까지 평균 식량가격 지수는 233, 곡물지수 평균은 255로 상당히 높은 수준에 와 있다.

그나마 다행인 것은 지난 8월까지 우리 축산업계는 높은 국제 곡물가격에도 불구하고 환율이 2007~2008년 당시보다 하향 안정되면서 상대적으로 사료비 부담에서 자유로울 수 있었다.

2008년의 경우 900원 ~ 1000원 초반대 있던 환율이 하반기 1500원대까지 치솟으면서 사료가격을 대폭 끌어 올리는 역할을 했다.

2011년 하반기 환율이 2008년을 답습하고 있다는 것이다. 그리스의 디폴트(채무불이행선언) 가능성이 높아지고 이탈리아 프랑스 등에 대한 신용등급 강등설이 확산되면서 원달러 환율이 추석 이후 급등하기 시작했다.

8월까지 1050 ~ 1080원대 박스권을 형성했던 환율은 유럽재정위기가 다시 불거진 8월부터 1100원대를 위협하더니 추석연휴가 끝난 지난 14일 1100원을 돌파하고 지난 23일 현재에는 1200원대 돌파를 눈앞에 두고 있다.

10여일 만에 환율 변동 폭이 100원을 넘어서면서 축산업계에 암울한 그림자가 밀려들고 있다.

이미 2008년 환율변동, 곡물가격 폭등에 따른 사료가격 급등으로 홍역을 치렀던 국내 축산업계는 이번 환율

급등으로 사료 값이 얼마나 치솟을지 고민이 깊어지고 있다.

구제역 여파로 사육두수가 줄어 있는 양돈업계는 비교적 높은 돈가로 인해 어느 정도 사료 값 인상에도 어려움이 없을 것으로 보이고 낙농업계도 지난 7·8월 원유가 현실화 투쟁을 통해 원유가를 어느 정도 인상해 두었기 때문에 상황이 나쁘지 않지만 사육두수가 적정선을 넘어서 한우 우와 오리, 최근 소비침체로 값이 떨어지고 있는 육계부분은 이번 사료 값 인상에 가장 큰 어려움이 예상된다.

특히 한우의 경우 수급조절이 현재로는 쉽지 않고 규모도 커서 사료가격이 인상될 경우 농가들이 크게 동요할 것으로 전망되고 한우 가격 변동에 민감한 영향을 받는 육우의 경우는 농가들이 완전히 고사할 수도 있다는 위기감이 번져가고 있다.

오리의 경우 1~2월 AI발병으로 종오리가 많이 줄어든 상황이지만 오리수급에 어려움을 예상한 일부 오리계열업체와 부화업자를 중심으로 실용오리를 F1 종오리로 대거 돌리면서 오히려 사육두수가 증가하며 가격 하락에 고통받고 있다.

오리업계는 그 동안 주요 종오리 수출국인 프랑스와 영

국의 종오리회사와 독점공급 계약을 맺고 국내 종오리 농장과 오리계열사에 종오리를 배분해 왔다.

이를 바탕으로 오리업계는 시장에 적정한 오리만 생산될 수 있도록 수급조절이 가능해 가격 및 공급의 변동성을 최소화 했는데 이 같은 업계의 노력을 비롯기라도 하듯 F1종오리를 대거 입식하는 업자들이 생겨나면서 산업의 기반을 흔들고 있는 상황이다.

이러한 상황에 국제곡물가격의 고공행진에 뒤이어 유럽발 재정위기가 현실화 될 경우 환율의 변동성은 더욱 커질 것으로 전망되고 있다. 더욱이 국내 배합사료업계의 주요 원료 곡물에 대한 결제시기가 하반기에 집중하는 관행 등으로 인해 자칫 하반기 사료가격이 농가들이 감내하기 힘든 수준까지 뛰어 오를 수도 있다는 전망까지 조심스럽게 나오고 있다.

이에 대해 축산생산자단체들은 사료안정화기금 등의 마련을 요구하고 있지만 현 정부의 재정상황을 고려할 때 힘든 상황이고 단기대책으로는 수급조절을 통해 축산물 가격을 끌어 올리는 수밖에 없다는 것이 중론이다.

김재민 기자



### FAO 식량가격지수(2005년~)

연도	식량가격지수	육류	유제품	곡물	유지류	설탕	
2005	117	120	135	103	104	140	
2006	127	119	128	121	112	210	
2007	159	125	212	167	169	143	
2008	200	153	220	238	225	182	
2009	157	133	142	174	150	257	
2010	185	152	200	183	193	302	
2010	6월	168	152	203	151	168	225
	7월	172	151	198	163	174	247
	8월	183	156	193	185	192	263
	9월	194	153	198	208	198	318
	10월	205	158	203	220	220	349
	11월	213	161	208	223	243	373
	12월	223	166	208	238	263	398
2011	1월	231	167	221	245	278	420
	2월	238	171	230	259	279	418
	3월	232	175	234	251	260	372
	4월	235	180	229	265	259	346
	5월	231	180	231	261	259	312
	6월	234	180	232	259	257	358
	7월	232	179	228	247	251	400
	8월	231	181	221	253	244	394

※ FAO 식량가격지수 : 1990년 이후 곡물, 유지류, 육류, 낙농품, 설탕 등 55개 주요 농산물의 국제가격동향을 모니터링하여 매월 작성·발표(2002-2004년 평균=100)

## 오리 산업 고성장에 따른 성장통에 대비해야



조선신문 기자  
이희영

사람이 성장하면서 갑자기 키가 크거나 하면 무릎이나 관절이 매우 아픈 경우가 발생한다. 이를 두고 '성장통'이라고 한다. 바로 오리 산업이 최근 '성장통'을 경험하고 있지 않나 싶다.

지난 10년간 농산물은 물론 전 산업에 걸쳐 살펴보더라도 오리산업 만큼 급 성장한 산업은 없을 것이다.

하지만 성장이 빠른 만큼 몸에 맞는 옷을 걸쳐야 하지만 입고 있는 옷은 옛날 그대로여서 새로운 옷을 맞추는 것이 시급하다.

예를 들어 지난해 발생한 AI로 인해 수많은 종오리가 살처분됨에 따라 물량 부족을 우려했지만 무분별한 F1오리 입식으로 이제 과잉으로 인한 수급불안을 겪고 있다.

뿐만 아니라 오리고기 소비가 늘면서 수입이 급증하고 있으며 오리가 돈이 된다는 인식이 퍼지면서 대형 닭고기 업체들이 호시탐탐 오리업계를 넘보고 있는 실정이다.

이러한 상황에서 오리업계 스스로 오리산업을 지켜낼 수 있는 힘을 키우고 산업의 규모를 더욱 키울 수 있는 노력이 절실히 요구되고 있는 시기다.

### ■ 오리산업 현황

오리고기는 이제 더 이상 특별한 음식이 아닌 우리 일상에서 흔히 접할 수 있는 식품으로 자리매김했다.

2010년 현재 오리산업의 생산규모는 1조3천59억원으로 전체 농산물 중 7위를 기록했다.

오리보다 앞선 품목은 쌀이 6조7874억원으로 가장 높고 다음으로는 돼지가 5조3천227억원, 한우 4조5천820억원, 닭 2조1천460억원, 우유 1조6천937억원 등이다.

계란은 1조3천409억원으로 오리와 불과 350억원 밖에 차이가 나지 않을 정도로 근소한 차이로 앞섰지만 오리산업의 성장 속도를 감안하면 곧 추월이 가능할 것으로 보인다.

### 농림업 생산액 순위

	생산액	비중	전년대비증감
	억원	%	%
쌀(미곡)	67,874	15.6	-21.8
돼지	53,227	12.2	-2.8
한우	45,820	10.5	20.4
닭	21,460	4.9	6.1
우유	16,934	3.9	-2.6
계란	13,409	3.1	-1.3
오리	13,059	3.0	6.0

특히 오리산업의 성장속도를 보면 더욱 놀랍다.

불과 10년전 까지만 해도 오리산업은 그저 부업축산에 머물러 있었지만 2000년대 들어서부터 비약적인 성장

을 해왔다.

지난 1999년 1만2천673농가에서 2010년 5천126농가로 절반 이상이 줄어들어 갈수록 전업화, 규모화가 진행 중에 있다.

사육규모별로 살펴보면 50수 미만 사육농가가 1만호에서 3천820호로 60%가 감소한 반면 500수 이상 사육농가는 743호에서 1천10호로 35%가 증가했다.

사육마리수 역시 1999년 478만7천207수에서 2010년 현재 1천439만7천301수로 3배나 증가했다.

사육마리수 증가로 인해 도압수수 역시 1999년 2천360만수에 불과하던 것이 2010년도에는 7천483만4천수로 317%나 늘어났다.

이처럼 오리산업은 지난 10년간 그 어떤 산업보다 비약적인 성장을 거듭해 왔으며 앞으로 성장 잠재력이 가장 높은 산업으로 인정받고 있다.

### ■ 안정된 소비기반 구축 성장 뒷받침

전통적으로 오리고기 소비는 가든 형 식당 위주의 건강

#### 오리산업 현황

연도	농가수	사육마리수	도축두수	소비량	1인당소비량
1999	12,673	4,787,207	23,600		
2000	12,986	5,133,511	26,637		
2001	12,845	6,715,554	30,866	48,281	1,020
2002	11,679	7,823,542	37,695	49,708	1,070
2003	9,987	9,017,280	30,889	38,912	850
2004	8,484	8,265,580	29,230	35,379	720
2005	8,921	8,388,747	20,717	45,879	970
2006	8,456	9,386,190	30,560	59,933	1,230
2007	7,184	10,513,308	42,187	76,818	1,520
2008	5,192	9,702,215	48,414	85,156	1,750
2009	5,283	12,733,275	54,471	102,597	2,110
2010	5,126	14,397,300	74,834		

식으로 특별한 음식으로서 대접받아왔다.

하지만 최근 오리고기 소비는 웰빙 바람이 불면서 다른 육류와 달리 불포화지방산이 많은 오리고기가 웰빙 식품으로 각광을 받으며 인기를 끌고 있다.

이로 인해 대형 오리전문점들과 다양한 오리 프랜차이즈 업체가 등장하는가 하면 일반음식점에서도 흔히 오리고기를 접할 수 있게 됐다.

다시 말해 과거에는 특별한 날, 특별한 장소에서만 먹을 수 있었던 오리고기가 삼겹살 전문점에 오리고기가 등장하는가 하면 오리고기 전문점에서 삼겹살 다른 메뉴를 판매하는 형태로 변화되고 있다.

이 같이 일반 식당에서도 오리고기를 쉽게 취급할 수 있게 된 것은 훈제오리가 가장 큰 공을 세웠다.

생오리의 경우 식당에서 취급하기가 쉽지 않고 다량의 지방으로 인해 소비자들이 꺼리는 경향이 있지만 훈제오리는 이러한 생오리의 단점을 보완해 누구나 쉽게 가공, 요리할 수 있으며 소비자들 역시 선호하는 메뉴로 자리 매김 하고 있다.

이와 함께 일반 소비자들을 대상으로 한 판매도 크게 늘어난 것으로 분석된다.

다시 말해 과거 일부 대형마트에서 냉동 오리고기를 소량으로 취급했던 것과 달리 최근 몇 년 사이 대형유통매장을 통한 판매기반이 크게 늘어나면서 신선식품 매대에 당당히 오리고기 코너가 자리잡고 있다.

이를 통해 오리전문점에서만 오리고기를 소비했던 소비자들이 가정에서도 손쉽게 오리고기를 요리해 먹을 수 있게 됐다.

이와 함께 TV홈쇼핑을 통한 판매도 오리고기 소비를 늘리는데 한몫했다는 평가다.

몇 년 전 한 오리업체가 TV홈쇼핑을 통해 판매하기 시작하며 개척한 TV홈쇼핑 시장이 이제 오리고기 주요 소비처 중 하나로 자리매김 하고 있을 정도로 성장했다.

### ■ 오리산업이 해결해야 할 과제

#### -생산기반 구축을 위한 지원 필요

2010년 현재 오리농가는 5천여호가 조금 넘는 규모이지만 실질적인 전업농가는 1천여호 남짓일 것으로 오리업계는 추정하고 있다.

더욱이 전업규모의 오리농가들이라도 하더라도 하우스 축사에서 오리를 키우고 있어 시설이나 규모면에서 아직도 영세성을 벗어나지 못하고 있다.

그 동안 정부에서는 축산업 진흥을 위해 한우, 양돈, 양계 등 주요 축종에 대해서는 많은 지원이 있었다.

하지만 오리농가들은 이러한 지원이 전혀 없이 성장해 왔기 때문에 아직도 영세성을 벗어나지 못하고 있다.

때문에 주요 축종으로 성장한 오리산업에 대해서도 산업 규모에 걸맞는 지원과 관심이 필요하다.

#### -성장 동력 발굴 절실

오리산업은 지난 10년간 양적으로나 질적으로 엄청난 성장을 해 왔다.

하지만 이러한 성장 속도가 언제까지 지속될지는 아무도 모르며 언젠가는 성장을 멈추고 안정 궤도로 접어들 날이 곧 닥칠 것이라는 전망이다.

과거 닭고기 산업이 걸어온 발자취를 살펴보면 오리산업 역시 비슷한 길을 걷지 않을까 하는 분석이다.

1980년도 우리나라 닭 사육마리수는 4천만수에 불과했다. 그러나 닭고기 산업 역시 80년대와 90년대에 비약적인 성장을 거듭하며 10년만인 1990년에는 7천446만3천수로 2배 가까이 성장했다.

90년대에도 성장을 거듭하며 2000년도는 1억수를 돌파했다.

하지만 2000년대 이후에는 성장세가 둔화돼 10여년간 1천700만수 늘어나는데 그치고 있다.

특히 80년대와 90년대 역시 고 성장을 거듭해 왔지만 몇 년 주기로 성장기와 정체기를 반복하며 거듭해 왔다.

이처럼 닭고기 산업의 성장 과정을 살펴보면 앞으로 오리산업도 마찬가지로 성장과 정체를 반복할 것으로 전망된다.

때문에 오리업계도 현재 상황에 안주해서는 안되며 오리산업이 더욱 발전할 수 있도록 새로운 성장동력을 적극적으로 발굴해 이를 육성해야 할 것이다.

#### -편중된 소비행태 다양성 확보 절실

이처럼 오리산업은 최근 10여년간 눈부신 발전을 해온 것은 사실이다.

하지만 산업의 급격한 성장은 언젠가 정체될 수 있다는 점은 오리업계가 다음을 준비해야 할 시기가 곧 올 수 있

## 닭고기 산업 현황



다는 점에서 이를 미리 준비해야 한다는 지적이다. 다른 축종은 물론 산업들 역시 급격한 성장 이후 정체 현상을 보이고 있다는 점을 주목해야 할 것이다.

이를 위한 준비과제로 안정적인 소비기반을 더욱 공고히 해야 할 것이다. 현재 오리고기 소비는 훈제육 중심으로 성장하고 있다.

또 오리를 이용한 대중적 음식이 그리 다양하지 못하다는 점이다. 훈제오리 또는 백숙, 로스 위주의 요리만으로는 소비를 확대하는데 한계가 있기 때문이다.

이를 극복하기 위해서는 보다 대중적이고 다양한 요리를 개발해 나가야 할 것이다.

**- 오리업계 내부 자구노력과 대외 여건에 적극 대처해야**  
 지난해 발생한 AI는 과거 발생했던 AI와 달리 오리 생산기반에 큰 피해를 가져다 줬다.

전국에서 사육되고 있던 종오리가 무더기로 살처분 조치되면서 새끼 오리 생산기반이 급격히 무너졌다. 이로 인해 올 한해는 극심한 수급 불균형을 가져 올 것이라는 전망이 나오기도 했다.

하지만 이 같은 전망은 여지없이 무너져 AI여파는 단 한 달 밖에 미치지 못했다. F1오리의 무분별한 입식 때문이

었다.

종오리 살처분으로 인해 5월까지 물량 부족 현상을 겪으면서 산지 오리가격은 1만원대를 넘어서면서 사상 최고가를 기록했다.

하지만 AI의 영향은 여기까지였다. F1오리에서 생산된 오리들이 6월부터 본격적으로 출하되면서 오리가격은 곤두박질 쳤으며 AI발생이 무색할 정도로 사육수수는 늘어나 하반기에는 오히려 지난해보다 생산량이 늘어날 것으로 전망했다.

이처럼 F1오리로 인한 부작용이 커지면서 오리업계 내부적으로 F1오리 근절을 위한 다양한 자구책을 내놓고 있지만 F1오리의 근절은 결코 쉽지만은 않을 것으로 보인다.

더욱이 올해와 같은 상황이 재현될 경우 한탕을 노린 업자들로 인해 F1오리는 언제든지 등장할 수 있기 때문에 근본적인 대안이 마련되지 않는 한 항상 오리산업의 아킬레스 건으로 작용될 우려가 높다.

이와 함께 호시탐탐 오리업계를 노리고 있는 외부업계에 대해서도 적극적인 대처가 필요하다는 지적이다.

이미 대부분의 대형 닭고기 업체들이 오리업계에 발을 들여놓는 상황으로 대규모 자본을 앞세워 언제 어느 업체가 기존의 오리업체들을 집어 삼킬지 모르는 처지에 놓여 있다.

이미 일부 업체는 이러한 시련을 겪고 있으며 어느 누구도 안심할 수 없는 상황이다.

때문에 오리업계 내부적으로 경쟁보다는 내부 결속과 서로간의 화합을 통해 오리산업을 이끌어온 장본인으로 앞으로 오리 산업을 지켜나간다는 각오를 다져야 할 시기가이다.