

오리고기 소비형태의 다양성 방안



김연화

(사)한국소비생활연구원 원장

성장 잠재력이 가장 큰 축산식품, 오리고기

2010년도 통계에 따르면 돼지고기(19.2kg), 닭고기(10.7kg), 쇠고기(8.8kg) 다음으로 우리 국민이 즐겨 먹는 축산식품은 바로 오리고기(2.45kg)로, 성장 잠재력이 큰 축산식품으로 나타났다.

영양학적으로도 우수한 오리고기

오리고기는 한반도에서는 신라와 고려시대에 오리를 길러 임금에게 진상을 올렸다는 기록도 남아 있으며, 백색육의 영양성과 적색육의 맛을 겸비하고 있어 미식가들이 선호하는 육류라고 한다.

영양학적으로도 오리고기는 전체 지방 중에서 60%가 혈관 및 건강에 이로운 불포화 지방이 차지

하는 고단백 식품으로 널리 알려져 있으며, 이 뿐만 아니라 콜라겐과 비타민 B군과 철이 풍부하여 소비자들의 선택을 증가시키는 요인이 되고 있다고 한다.

오리고기의 현재

최근 소비자들의 식생활에 대한 소비 트렌드는 매우 실용적이면서도 합리적 가치 기준에 의한 소비 패턴으로 매우 급진적인 변화를 보이고 있다.

아울러 고령화 사회의 빠른 속도와 더불어 건강 및 웰빙에 대한 소비자 관심도가 높아지면서 기존의 식문화를 뛰어넘는 식품의 선택 기준도 한몫을 더하고 있다.

그동안 오리고기를 이용한 메뉴가 다양하지 못하

고, 가격이 비싸다는 선입견으로 오리고기를 쉽게 식탁에 올리지 못하는 현실적인 문제가 지적되어 왔다.

그러나 최근 가공업의 발달로 일반 슈퍼에서도 구입할 수 있는 여러 가지 가공식품들이 나와 있으나, 아직도 가정에서 손쉽게 조리를 할 수 있는 다양화된 조리법에 대한 개발 여건이 좋지 않은 편이다.

오리고기의 나아갈 길은 바로 ‘대중 소비 확대’

지난 2012년 (사)한국소비생활연구원에서 서울 시내 주부를 대상으로 설문조사를 진행한 결과, 어린이와 청소년들이 어려서부터 오리고기에 대한 입맛에 길들일 필요가 있으며, 이를 위해서는 학교 단체 급식에서 쇠고기, 돼지고기, 닭고기 못지않게 오리고기 사용을 권장하여 오리 요리를 어릴 적부터 입맛에 익숙해지도록 하는 대중 소비 확대를 꼽았다.

또한 같은 시기에 서울 및 수도권 지역의 영양사 500명을 대상으로 한 설문조사에서, ‘오리고기가 학교 급식으로 사용된다.’는 응답이 타 육종 대비 전체의 1% 수준에 불과한 점을 통해 앞으로 맛있는 오리 요리 개발과 영양성 등을 제대로 알릴 수 있도록 해야 하며, 이를 위해서는 오리 요리 개발 및 홍보 시식회 등을 통해 오리고기가 자연스럽게 소비자 입맛에 스며들 수 있도록 지속적인 소비 홍보 전략이 중요할 것이다.

원산지 및 안전성 등 소비자 신뢰도 중요해

그리고 안전성 측면에서도 우리나라 오리 육종에 대하여 안심하고 안전하게 먹을 수 있도록 사료, 생

산, 도압, 가공, 유통에 이르기까지 소비자 신뢰를 구축할 수 있는 정책 지원과 대안이 이루어져야 할 것이다.

특히 원산지 표시에 있어서도 오리고기는 다른 축산물에 비해 원산지 표시가 미약하기 때문에 소비자 신뢰도 제고를 위해서는 원산지 표시 확대 및 원산지 둔갑에 대한 단속을 강화할 필요가 있다고 본다.

또한 한·중 FTA 등을 앞두고 있는 현실에서 우리나라 오리 산업의 탄력적인 대응을 위해서는 차별화 및 경쟁력을 높일 수 있는 적극적인 대안이 필요할 것이다.

오리의 가치, 현 세대의 소비자 니즈와 부합돼

이제는 소비자들이 식품 자체의 품질 안전성 및 맛과 더불어 식품이 가지는 가치에 대한 소비자 의식이 강해서 오리가 갖고 있는 본연의 가치와 함께 조리법의 다양성과 문화를 간직하도록 하는 콘텐츠 개발이 필요하다고 본다. 요즘 소비 트렌드의 미각 변화를 비추어 볼 때, 분명 우리나라 오리 산업에 긍정적으로 작용하여 획기적 돌풍을 끌어올릴 수 있는 여지가 있음이라고 판단된다.

다시 말해, 오리가 갖고 있는 가치는 현 세대의 소비자 니즈에 걸맞은 강점을 갖고 있기 때문에, 우리나라 오리 산업의 라이프 사이클이 친환경적인 여건과 신뢰의 바탕을 전제로 한 특화된 우리나라 오리고기의 맛과 문화적 가치를 발휘 한다면 세계적 축산식품으로서의 자리매김도 가능할 것으로 본다. 또한 이제는 외식 및 가공식품 외에 가정 소비를 위한 부분육이나 가공육의 다양한 상품 개발과 조리법, 판로 확대와 함께 적극적이고 진정성 있는 홍보가 절실히 요구된다.