

## 오리산업 불황타개 위해서는 체질개선 시급



축산신문 이희영 기자

### 대장금 10년, 오리산업 10년

최근 케이블TV에서 대장금 방영 10주년을 기념해 재방송을 하고 있다. 국내는 물론 해외에서도 큰 인기를 끌면서 현재도 해외에서 인기드라마로 방영되고 있다는 것이다. 드라마 대장금은 오리산업에 있어서 특별한 의미를 가지고 있다. 대장금 방영 이후 오리산업이 폭발적으로 성장했기 때문이다. 드라마에서 오리관련 소재를 다루면서 오리고기가 건강에 좋다는 점이 알려져 오리고기 소비가 크게 늘어나는 계기가 됐던 것이다.

지난 10년간 오리산업을 되돌아보면 2003년과 2008년 HPAI로 인해 다소 주춤하기는 했지만 매년 급성장했다. 2003년 3천만수대였던 도압수수가 2012년에는 9천만수대로 10년 만에 딱 3배가 늘어났다. 소, 돼지 등 다른 축종들은 성장세를 멈추거나 후퇴했던 것에 비해 오리산업은 비약적인 도약을 했다.

산업의 외형은 커졌지만 10여년 가까이 성장만 해오면서 불황에 대한 준비가 부족했던 것도 사실이다. 무조건 키우

면 얼마든지 판매됐기 때문에 오리업계가 특별히 불황을 대비할 필요성을 못 느꼈던 것은 아닐까? 이로 인해 지난해부터 이어지고 있는 불황이 더 춥고 더 길게 느껴질 수밖에 없는 실정이다. 산이 높으면 골이 깊다는 말을 다시 한 번 되새겨 볼 시기이다. 특히 불황이 장기화되면서 오리산업은 혹독한 구조조정이 예상되고 있다. 실제로 한 때 국내 오리산업을 호령했던 업체가 대기업 자본에 넘어갔으며 몇몇 업체들은 부도가 나고 인수 합병되는 등의 현상이 이미 현장에서 일어나고 있는 실정이다. 현재 어느 업체가 언제 어떻게 될지는 아무도 장담할 수 없는 것이 오리업계가 처한 현실이다. 이와 함께 장기간 불황으로 체력이 바닥나 허덕이고 있는 업체들이 대규모 자본들과의 경쟁에서도 살아남아야만 하는 처지에 놓이게 됐다. 육계계열업체들이 하나 둘 오리사업에 진출하고 있기 때문이다. 육계 계열화업체 중 상위 5대 기업들이 이미 오리업계에 발을 내딛었다. 이제 막 터를 잡고 자수성가한 오리 계열업체들이 10여년을 앞서가고 있는 육계계열화업체들과의 경쟁이 불가피해진 것이다. 자금력이나 유통노하우 등에서 육계계열화업체들과 경쟁에서 살아남을 수 있는 오리계열업체들이 얼마나 될지는 좀 더 두고 볼 수밖에 없다. 과거 수많은 육계계열화업체들이 있었지만 결국 상위업체들에게 인수 합병되면서 중소규모 육계계열업체들이 사라졌다는 점을 명심해야 할 것이다. 오리업계도 이 같은 전처를 밟을 수 있다는 점이다.

### **불황타개를 위해서는 신성장동력 절실**

오리산업이 고성장을 할 수 있었던 가장 큰 요인 중의 하나가 '훈제오리'시장의 급성장이었다고 해도 과언이 아니다. 이러한 훈제오리시장이 이제 포화상태에 이르러 정체 현상을 보이면서 오리산업의 성장도 멈추게 됐다.

훈제오리는 간편한 조리법 등으로 인해 소비자들에게 큰 인기를 끌었다. 훈제오리를 사용하는 식당들이 많이 늘어난 것도 훈제시장을 키운 요인이었다. 하지만 훈제오리 이후 마땅히 오리고기 소비를 늘릴 수 있는 대박상품이 나오지 않고 있어 훈제오리를 대체할 만한 시장개척이 절실한 실정이다.

과거 닭고기 산업이 성장했던 배경에는 1988년 서울올림픽 이후 양념치킨으로 대변되는 치킨 시장이 커졌다는 것이다. 이후에도 ‘안동찜닭’을 비롯해 ‘불닭’이 시장을 주도했으며 최근에는 ‘닭강정’이 인기를 끌면서 닭고기 소비를 뒷받침해주고 있다. 하지만 오리산업은 ‘훈제오리’ 이후 오리고기 소비를 늘릴 수 있는 마땅한 재료가 없었다. 일부에서 오리고기 배달전문점이 간간히 나오기는 했지만 시장에 적응하지 못하고 퇴출됐다. 때문에 오리산업이 한 단계 더 도약하기 위해서는 반드시 신제품 개발이 필요하다.

## 경쟁관계가 아닌 동업자 정신 필요

두 대의 자동차가 서로 마주보고 달리면서 누가 먼저 상대를 피하느냐로 승부를 보는 게임을 ‘치킨게임’이라고 한다. 산업계에서 가격이 하락하더라도 물량으로 승부하는 것을 ‘치킨게임’으로 비유하고 있다. 지금 오리업계가 바로 이 ‘치킨게임’을 하고 있는 형국이다. 소비시장이 확대될 시기에는 아무리 물량을 늘려도 상관없지만 지금과 같이 정체내지는 후퇴하고 있는 상황에서는 공멸할 수밖에 없는 구조다.

나 먼저 우리를 생각하고 조금씩 양보하면 서로가 ‘윈윈’할 수 있다. 치킨게임으로 하나둘 탈락하는 사이에 그 틈을 비집고 육계계열업체들이 속속 세를 확장하고 있다.

오리산업은 누가 뭐라고 해도 현재 오리업계에 종사하고 있는 농가나 계열업체들이 주인이다. 결국 시장을 키워냈고 정작 열매를 딸 때가 됐지만 엉뚱한 주인이 나타나서 달콤한 열매를 수확하게 해주는 꼴이 될 수밖에 없다.

더욱이 최근 가장 심각하게 우려되는 부분이 과거와 같은 단합된 모습이 없어졌다는 점이다. 오리업계와 오리협회가 성장할 수 있었던 배경에는 협회를 중심으로 움직였기 때문이다. 내가 조금 손해 보는 것 같더라도 오리산업 전체를 위해 희생하는 모습을 보여줄 시기이다.

## 저 성장 대비 체질개선 절실

앞으로 지난 10년간 이뤄졌던 고 성장은 기대하기 힘들 것으로 보인다. 현재의 규모에서 조금씩 성장하는 구조가 될 수밖에 없다. 왜냐하면 그 동안 오리고기의 경쟁자가 오리고기였다면 이제는 쇠고기, 돼지고기, 닭고기가 경쟁상대다. 국내 소비자들의 육류 소비량이 정체되고 있는 상황에서 다른 육류의 소비시장을 뺏어 와야 한다는 점이다. 이를 위해서는 소비홍보가 절실하다. 한우는 연간 300억이라는 자조금을 통해 소비촉진을 위한 홍보활동을 벌이고 있다. 임의자조금으로 운영되고 있는 오리자조금은 경쟁자체가 불가능하다. 다행히 의무자조금이 출범하기는 했지만 아직 갈 길이 먼 것도 사실이다.

이와 함께 그나마 다행인 것은 지난 10년간 오리산업이 성장하면서 탄탄한 소비기반을 구축했다는 점이다. 과거와 같이 자그마한 사건사고로 인해 오리산업 전체가 휘청거리지 않을 정도의 체력을 갖추게 됐다는 점이다. 대형유통매장은 물론 음식점, TV 홈쇼핑 등 다양한 소비채널이 있기 때문에 한 순간에 무너질 일은 없을 것으로 보인다. 하지만 근본적으로 오리산업이 한 발 더 발전하기 위해서는 소비확대가 절실하다. 과거와 같이 급성장하는 산업이 아니라 안정적인 소비기반을 바탕으로 저성장에 맞춰 오리업계의 체질개선이 필요한 시기이다.

