

오리고기 유통의 문제점과 개선방안



1. 서언

국내 오리업은 지난 97년 중국산 오리고기 수입이 중지되면서 수입이 중지된 지난 2년 반 만에 국내에서 생산되는 오리고기 생산량과 소비량은 크게 증가한 반면 수입유통량은 크게 줄어드는 양상을 나타냈다.

그러나 지난 2천년 5월 중국산 오리고기 수입이 전면 재개되면서 새로운 국면을 맞이하고 있으며 올해들어 오리고기 수입량은 7월말 현재 5천6백51톤이 수입되어 전년동기에 비해 280% 증가하여 오리업계의 가장 큰 현안으로 떠오르고 있다.

따라서 국내 오리업은 수입오리고기와의 경쟁에서 어떻게 살아남는가에 전 업계의 사활이

걸렸다 해도 과언이 아닐만큼 중국산 오리고기의 수입에 촉각이 모아지고 있다.

특히 지난 6월초 중국으로부터 수입된 오리고기에서 고병원성 가금인플루엔자의 병원균이 검출되어 중국산 가금육 수입을 전면중단하는 조치가 발표되면서 국내 오리업계는 오리고기 소비위축에 따른 막대한 손해를 감수해야만 했다.

또 일부 몰지각한 유통업체에서 회수되어야 할 중국산 오리고기를 국산으로 속여 판매하다 입건되는 사례가 방송에 보도되면서 국내 오리업계는 또다시 소비량 감소에 의해 막대한 피해를 입어야 했다.

이같은 사례에서 알수 있는 것은 오리고기 소비량을 늘리기 위해서는 품질좋은 오리고기를 생산하는 문제도 중요하지만 소비자가 신뢰

할 수 있는 제품을 생산공급하는 유통 시스템이 구축돼야 한다는 점이다.

그런데 이같은 시스템을 구축하는데 주요한 축은 생산분야에서 위생적으로 생산된 오리고기를 소비자에게 공급하는데 중요한 역할을 하는 것이 유통업체 또는 유통구조라고 할 수 있다.

따라서 국내 오리업계의 오리고기 유통현황을 진단해 보고 개선방안을 모색하여 소비자에게 보다 신뢰할 수 있는 제품을 공급함으로써 향후 오리고기 소비 확대에 의한 오리업 발전방안에 대해 생각해 보고자 한다.

2. 오리고기 유통현황

국내 오리고기 소비량은 해마다 큰 폭으로 증가되고 있다. 지난해 국내 오리고기 생산량은 정육기준으로 약 3만 6천톤, 수입량이 3천9백톤 등 4만1천톤 내외로 국민1인당 약 0.9kg내외의 오리고기를 소비한 것으로 추정되고 있다. 이같은 오리고기 소비량은 전년도에 비해 20% 증가한 것이어서 향후 오리업 전망을 밝게하고 있다.

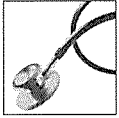
사육농가에서 생산된 오리가 소비자에게 전

달되기 까지의 오리고기 유통과정을 살펴보면 다음과 같이 생각해 볼 수 있다.

첫째, 사육농장에서 오리유통을 겸업하는 형태이다. 즉 사육농장에서 사육된 오리를 직접 도축하여 최종 소매단계인 요식업소나 일반 소비자에게 판매하는 형태이다. 시세의 변동에 구애됨이 없이 오리를 사육할 수 있고 유통에 따른 부가가치를 높일 수 있으나 사육 유통 모두 영세한 규모를 벗어나지 못하고 위생도축이 실현되는 2003년 이후 점차 줄어들 것으로 전망된다.

둘째, 사육농장에서 생체오리를 전문으로 구매하여 유통하는 형태이다. 흔히 나까마라고 불리우며 일부 자가 소규모 오리를 도축하여 요식업소 등에 오리고기를 유통하는 경우가 있고 소규모 자가도축업자에게 생체오리를 공급해 준다. 이 유통형태는 점차 오리고기 유통물량이 크게 증가되면서 점차 사라지고 있는 형태이다.

셋째, 사육농장에서 오리를 구매하여 자가도축이나 도축장에서 오리를 도축하여 최종 소비자인 요식업소에 오리고기를 공급해 주는 형태이다. 기존 오리고기 유통의 대부분이 이형태



집 중 진 단

에 속해 있었으나 소비량이 늘어나면서 위탁사육을 병행하거나 사육농가와 구두상 판매계약을 통한 구매와 지역을 중심으로 한 소규모 유통을 위주로 하는 오리업계에서 흔히 볼 수 있는 가장 일반적인 유통형태이다.

넷째, 오리를 대량으로 위탁사육하여 도축하고 도입된 오리를 소규모 지역 유통업자에게 도축된 오리나 가공된 오리를 도매유통하는 유통형태이다. 오리소비량이 크게 증가하면서 크게 늘어나고 있는 유통형태이며 2천3년 축산물 가공처리법에 의한 도축장에서 도축된 오리만을 유통하는 시기가 도래하면 오리고기 유통구조가 이 같은 형태로 정착될 것으로 보인다.

다섯째, 도매유통업체에서 오리를 대량 구매하거나 대리점 등의 형태로 영업을 하며 소규모 유통업자에게 오리를 대주거나 직접 소매하는 형태이다. 오리고기 소비가 늘어나면서 점차 늘어나고 있는 유통형태이다.

마지막으로 도매유통업체나 대리점 형식의 유통업체로부터 도입된 오리를 납품받아 요식업소에 판매하는 유통형태이다. 규모가 영세하나 향후 이같은 유통업체의 유통물량이 늘어날 것으로 전망된다.

3. 유통의 문제점 및 개선방안

1) 유통상의 문제점

국내 오리고기 유통물량은 크게 증가하고 있으나 구조상으로 보면 아직도 여러 가지 문제를 안고 있는 것이 사실이다.

우선 유통을 위한 육용오리 도축의 문제를 들 수 있다. 지금까지 오리도축은 축산물 가공처리법상 위생고시지역이 전남 광주, 목포지역에 국한돼 시행되어 왔다. 이에 따라 위생고시 지역이 아닌 지역의 경우 대부분의 오리가 자가도축되어 소비자에게 판매되고 있는 실정이다.

이같은 구조는 지역적으로 신선한 오리를 소비자에게 빠르게 전달하는 장점이 있는 반면에 소량위주의 고마진 유통형태와 과잉생산시 오리를 도축하여 비축하므로써 가격을 안정화시킬 수 있는 장치를 마련하지 못하게 하는 주요한 원인이 되고 있다.

그런가하면 오리고기의 비위생적인 원인을 제공하여 언제라도 소비자 불신으로 이어질 수 있는 문제를 안고 있다.

다음은 유통구조상의 문제이다. 오리고기의 대부분은 요식업소에서 판매되고 일부가 대형

백화점 및 할인점등에서 유통되고 있다. 요식업소에서 판매되는 대부분의 오리는 앞서 살펴본 바와같은 유통구조로 유통되고 있다. 그러다보니 일부 소규모 유통업체들은 유통단계는 비교적 단순화 되어 있는데 반하여 소량위주의 유통에 치우쳐 있고 대형 도매유통업체에서 공급되는 물량은 단계가 많아지면서 가격이 높아지는 문제를 안고 있다.

여하튼 이같은 유통구조는 오리고기의 다양한 제품개발이 원천적으로 어려운 구조를 가지게 되고 일반 소비자에게 공급되는 오리고기 소비량을 늘리는데 한계점을 드러내고 있다.

다음은 유통단위의 문제이다. 오리고기 유통단위는 농장출하시의 가격이 수당으로 책정되어 비합리적인 구조로 되어 있고 역시 유통단계의 유통단위 역시 통오리의 경우 수당으로 거래되고 일부 정육으로 단순가공된 오리가 kg으로 유통되고 있다.

이같은 구조는 생산자에게는 생산의욕을 저하시키고 산지오리가격이 소비자에게 반영되지 못하고 소비자는 언제나 불리한 상황에서 오리고기를 사먹는 결과를 초래하게된다. 또한 생산이 과잉되었을 때는 생산자에게 더욱 불리하

게 하고 생산이 부족한 경우는 이를 더욱 심화시키는 결과를 초래하게 된다.

이밖에 유통업체의 결제수단의 문제이다. 많은 유통업체들이 결제 수단으로 어음을 이용하고 있으며 이는 사육농가로 이어지게 된다. 이같은 결제 수단은 일반 축산물 거래에서 특히 사육농가의 출하 축산물 거래에서는 찾아 볼 수 없는 현상이다. 이같은 구조하에서 사육농가는 불황이 찾아오게되면 자금이 회전되지 않아 생산자체가 와해되는 결과를 가져와 전 업계로 이어지게 된다.

2) 개선방안

우선 오리고기 유통이 제대로 정착되기 위해서는 오리를 전문으로 도축하는 도축장이 지역적으로 건립돼야 한다. 이를 주축으로 사육농가에서 출하된 오리는 계근을 통해 kg단위로 가격이 정산되고 위생적으로 도축된 오리가 유통업자들에게 넘겨져 유통되는 시스템이 구축되어야 한다.

여기서 도축장으로 허가된 영업장은 자체 유통물량을 도축하는 이외에 일반 유통업체에서 도축하고자 하는 도축물량을 동시에 도축시켜



집 중 진 단

주는 시스템을 강구하여야 한다.

위생적으로 도축된 오리는 지역적으로 구성되어 있는 소매유통업자에게 전달되어 최종 소비 단계인 요식업소나 대형매장 등으로 납품되어 소량이라고 하더라도 오리를 구매하고자 하는 고객이 있으면 언제라도 신선한 오리를 구매할 수 있는 방안으로 유통이 개선되어야 한다.

또한 단순가공된 정육화된 오리는 가공업체를 통해 소비자가 쉽게 접할 수 있는 방안으로 포장단위를 정하여 소매유통업체에 전달되어 소비자에게 공급할 수 있는 방안 역시 강구되어야 한다.

한편 유통되는 오리는 반드시 포장에 원산지를 표시하여 유통하고 일반요식업소에 공급되는 오리고기는 수당거래가 아닌 kg으로 전환되어 납품되어야 한다.

요식업소 역시 오리고기 소비자 판매가격을 수당이 아닌 kg으로 정착하여 판매하고 탕이 아닌 불고기, 구이 등은 g단위로 1인분을 정하여 판매하므로써 소비자가 부담없이 오리고기를 접할 수 있도록 하고 산지오리 구매가격이 소비자 가격에 즉각 반영될 수 있도록 하여야 한다.

여기서 대부분의 요식업소들은 소비자 판매가격을 산지가격에 따라 쉽게 바꿀 수 없다고 항변하나 진정으로 소비자를 원하고 제대로된 서비스 제공에 의한 영업을 하기 위해서는 고려해야 할 사항이다.

다음은 유통업체의 결제 방법의 개선이다. 사육농가에서 구매되는 오리는 반드시 현금결제를 원칙으로 오리를 구매하여야 하며 최소한 1주일 이내에 결제하는 유통구조로 전환되어 한다. 많은 오리사육농가들은 오리가 처지면 대다수의 유통업체들이 구매오리의 상당량을 의상으로 거래하므로써 사육농가의 어려움을 가중시킨다는게 일반적인 이야기이다. 이는 오리업 자체를 침몰 시키는 행위이며 나만 잘 살면된다는 사고방식과 다름없다.

정상적이고 건전한 유통업체가 있어야만 진정한 오리업 발전을 꾀할 수 있다는 점에서 유통업체의 역할은 그만큼 중요하다.

4. 유통업계의 향후 전망

오리사육이 다변화되면서 점차 계열화 사업을 위주로한 대형유통업체들이 시장점유율과

유통비중이 높아지고 있는 것이 현재 오리 유통업계의 흐름이다. 이에 따라 오리고기 유통에도 상당한 변화가 있을 것으로 예측되고 있다.

우선 대형유통업체들의 유통비중이 높아지면서 자가도축을 위주하던 소규모 유통업체들은 도축된 오리를 구매하여 유통하는 시스템으로 점차 전환되고 있다. 여기서 나타나는 현상은 소규모 유통업체들은 현재보다 유통물량은 커지면서 유통마진을 그만큼 줄어들 수밖에 없는 체제로 전환될 것으로 예측되고 있다.

특히 이와같은 변화는 오는 2천3년도 위생도축이 적용되면서 더욱 심화될 것으로 풀이된다. 여기서 우려되는 것은 확일적으로 도축장에서 도축된 오리들이 차별화되지 않고 유통되는 시스템으로 전환되는 경우 수입육과의 차별화가 안된다는 점에서 국내 오리업계는 수입육과 국산육의 차별화 유통이 가능하도록 하는 시스템을 조속히 강구하여야 할 것이다.

이같은 시스템을 구축하기 위해서는 건전하게 국산 오리고기를 유통하는 유통업체들을 주축으로 방안이 강구되어야 하며 또한 국산육과 수입육이 차별화 될 수 있는 품질 좋은 오리고기 생산유통을 위한 대책을 세워야 한다.

오리고기 유통은 국내 오리업을 발전시키는 가장 큰 원동력이라고 할 수 있다. 이는 아무리 좋은 제품을 생산한다고 하더라도 소비자에게 품질 좋은 오리가 공급되기 위해서는 반드시 유통과정을 거쳐야 하고 이는 소비확대와 가장 밀접하게 연결되어 있기 때문이다.

따라서 그업이 발전하기 위해서는 올바른 유통시스템 구축에 의하여 소비자가 신뢰할 수 있는 제품이 소비자에게 공급되어야 하며 특히 다양한 제품개발에 의한 오리고기 소비확대를 위한 방안을 강구하여야 할 것이다. 이밖에 수입육과의 자유경쟁체제하에서는 올바른 유통업체의 역할이 더욱 중요성을 띠게 된다는 점에서 업계는 이같은 유통업체가 더욱 발전할 수 있도록 힘을 모아야 할 것이다.

사육업계와 유통업체 등 각 분야는 이익이 상충되어 항상 충돌할 수 있는 분야이다. 그렇다고 한쪽만의 이익을 위해서 달려가는 상태에서 오리업 발전은 기대할 수 없다. 이같은 점에서 사육업계 유통업계가 국내 오리고기 시장규모를 키우기 위한 공동의 과제를 가지고 지혜를 모아야 하며 국내 오리업의 생존방안을 모색할 때 향후 밝은 전망을 기대할 수 있다.