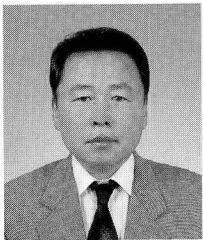
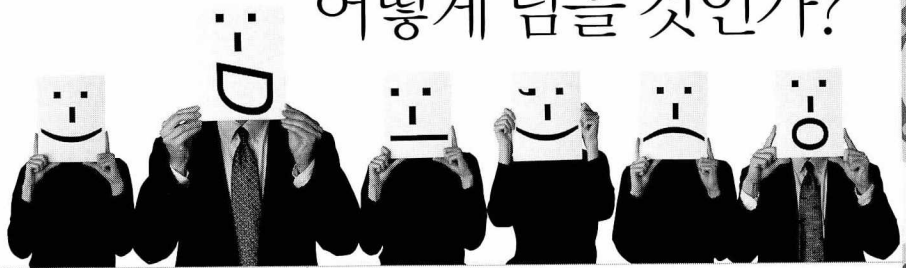


FTA 波高(파고)

어떻게 넘을 것인가?



사한국오리협회 고문
장규호

요즘 매스컴에서는 지구 온난화에 대한 걱정과, 미국과의 FTA를 비롯하여, EU, 중국과의 FTA 등 가능한 전세계 국가들과 협상을 하거나 해야 할 지경에 와 있다는 사실이 아침저녁으로 보도되고 있다.

그야말로 산골짜 농부도 글로벌시대가 되었다는 것을 실감하게 된다. FTA에 관한 한 농업부분은 제일 큰 피해자이며 그 대책 수립이 절실하다.

여러 축산단체에서는 정부시책에 맞서 연일 FTA 협상무효를 외치고 있다. 그렇지 않아도 각종 민원, 에탄올생산에 따른 곡물가격 인상으로 금년만 해도 수차례나 배합사료 값이 인상되고 있는 상황이다.

더욱이 협상으로 인해 재산까지 맞지 않는 상황이 올 것이 뻔한데 누가 팔짱만 끼고 있겠는가?

그러나 오리업계의 상황인식은 좀 다른 것 같다. 최근 축산물생산액 중에서는 5위 대열에 합류했고 농업생산액으로도 10위에 도달했다는 점, 2000년부터 2005년까지 닭고기 소비 증가율인 24%보다 작년 1년간 오리고기 소비증가율이 28%에 이르렀다는 점, 이렇게 기념비적인 사건이 모두 1~2년 사이에 이루어졌고, 또 그런 내용들이 업계 종사자

들에게는 대단한 자부심으로 받아들여졌다. 실제로 1990년에 200억 정도이던 생산액규모가 2006년에 7,500억원으로 17년 만에 37배가량 성장했으니 그럴 만도 하다.

요즘 생겼다 하면 오리전문 식당(?)이고, 또 타 업종에서 장사가 안되는 집도 오리전문식당으로의 전업을 검토해보는 사람이 많다고 한다.

게다가 메뉴도 상당히 다양해져, 오리고기 요리에 대한 공포감(?)이 거의 사라졌다. 보도 듣도 못했던 요리가 여기저기서 불쑥불쑥 나온다.

차체에 화인코리아에서 오리 삼겹살을 들고 나와 1인분에 4,500원이란 저렴한 값으로 소비자를 부른다는 것도 신선한 충격이다.

1인분에 얼마라고 하는 것이 첫째이고, 또 그 가격이 저렴한 것이 둘째이다. 문제는 육질인데 가슴살을 수출하고 남은 잔여육을 활용한다고 하는데, 부드러운 육질을 선호하는 트렌드로 봤을 때 그것을 어떻게 극복하느냐가 관건이다.

그것이 그 기업의 성패로 끝나지 않고 업계 전반에 걸쳐 영향을 줄 것이라는 점에서 그 사업의 성공을 기대해 마지않는다. 대중화라는 것이 말이 쉽지, 그 얼마나 힘들고 어려운 일이라는 것은 오리업계에 있는 우리들은 모두가 통감하고 있으며 언젠가는 풀어야 할 숙제이다.

1990년대에 오리 소비가 호남지역의 오리탕, 부산

지역의 오리 주물럭으로 이루어지던 시절, 만약에 수도권지역에서 소비가 일어난다면 오리시장은 그야말로 폭등할 것이라고 예견했었다.

그런데 그런 희망은 벌써 이루어지고 있고, 치킨처럼 쉽게 주문해 먹을 수 있다면 오리 소비는 급물살을 타고 상승할 것이다. 그간 몇 차례 그러한 시도를 해본 사람이 있다. 그러한 시도가 여러 가지 이유로 좌절 되었지만, 언젠가는 그렇게 될 것이라는 믿음이 가시화되고 있는 것이다.

필자가 믿는 배경에는 세계적으로 오리는 닭에 비하여 소비가 적은 것이 정설이며 또 그렇게 되어 왔다. 오리고기가 더 맛있고, 영양학적인 면에서도 우수한 반면에 도압의 어려움, 불포화지방이 많은 관계로 잘못 보관하면 변질될 수 있고, 지방이 너무 많은 점 등 오리에 대한 부정적인 시각은 거의 해소되고 웰빙바람 속에 오히려 타 육류보다 우수한 고기라는 것이 부각되고 있다.

먼 관점에서 보면 오리소비가 닭의 소비를 앞지를 날이 올 수 있을 것이다.

2007년 5월 8일, 조선일보에 실린 기사에 의하면 2000년도 초반 식품업계에서는 유기농식품과 올리브유 등 1세대 웰빙식품에 이어 올리고당, 포도씨유, 마시는 식초 등 2세대 웰빙 시장이 부상하고 있다. 1세대 웰빙 식품이 “화학물질로부터 안전하다”는 점을 강조했다면 2세대 웰빙 식품은 예를 들어 “나트륨 섭취를 줄이면 성인병을 예방” “다이어트에 효과” 이런 식의 마케팅이 먹히는 것이다.

업계에서는 2세대에 이어 제3세대 웰빙 트렌드를 찾아내기 위해서 고심하고 있다.

지금까지 내린 결론은 1세대 안정성과 2세대 건강기능이 결합된 유기가공식품이 되리라는 것, 이상이 신문기사의 요지이다.

오리고기가 웰빙 열풍에 인기가 많이 올라가 새끼 오리 값이 1,300원에 이르렀는데 닭의 경우 병아리

시세가 120원인 것과 육계시세가 생산비에도 못 미치는 900원 대에 이르는 것을 볼 때 隔世之感(격세지감)이 느껴지지 않을 수 없다.

지난 이사회에서 PS신청물량이 45만수에 달한다는 말을 듣고 이렇게 늘려 신청을 하는 것이 과연 오리업계에 어떤 영향을 미칠 것인가 하는 생각을 해 보았다.

“지나침은 아니함만 못하다”는 말도 있지 않은가? 하긴 2~3년 전에 오리가 체화될 시기에 업계에서 종란감축 등, 슬기롭게 대처해 본 경험이 있었다는 것을 상기하면 그 문제도 杞憂(기우)로 돌릴 수도 있겠다. 우리 내부적인 문제는 그렇게 푼다 치고, 지금 진행 중인 미국산 쇠고기의 항방도 우리에게겐 초미의 관심사다.

값싼 수입 쇠고기가 우리의 식탁을 노크할 때 과연 어떻게 될 것인가?

국제수역사무국에서 미국을 광우병 위험 통제국 판정을 받으면서 전면 개방 압박을 받고 있다.

몇몇 프랜차이즈 업체는 미국산 쇠고기의 수입시기와 맞추어, 4~5,000원 짜리 메뉴를 준비중인 것으로 알고 있다. 상황이 이런 정도니 국내산 쇠고기 취급업체는 물론이고, 돼지고기 취급업체도 초긴장 상태에 있는 것이다.

육류시장 소비패턴에 회오리바람이 불 것은 확실할 텐데 오리고기 시장은 왜 이렇게 조용한 것일까? 필자가 알기로는 靜中動(정중동)인 것 같다. 오리고기의 품질을 올리기 위한 작업이 벌써 몇 군데 업체에서 진행중이다. 이것이 바로 양계업체와 다른 점이며 이점에 대하여는 자부심을 가져도 좋다.

FTA결과로 어느정도 피해는 면할 수 없지만, “호랑이에 물려가도 정신만 바짝 차리면 산다”라는 말도 있듯이 최선을 다해 노력하다 보면 길이 보일 것이다. 아니, 가일층 발전된 우리 자신의 모습을 보고 깜짝 놀라게 되지 않을까?