

자료 : 오리고기 유통관련 조사 및 해외시장 개척방안 연구, 건국대학교, 2010
 연구주체 : 한국오리협회
 연구용역위탁기관 : 건국대학교 산학연구단 김정주 교수 연구팀

일본의 오리시장 현황과 국내 오리산업의 가능성

1. 일본 오리고기 시장 분석

한국의 오리고기 수출여건은 해마다 1만여톤의 오리고기를 수입하는 일본과 지리적으로 가까이 있어 수출여건이 유리한 점이 있다.

일본의 오리고기 총 수입량은 2002년에 11,920톤에 달했으나 한국의 오리고기 일본 수출물량은 같은 해에 608.6톤(5.1%)에 그쳤다. 그러나 2005년에는 오리고기 일본으로의 수출 물량은 554.1톤으로 일본 수입량(7,898톤)의 7%에 그쳤다. 수출물량이 절단 냉장육 이 주를 이루었다.

필자 등이 (주) 쿡푸드(COOK-FOOD)사 사장이며 일

본 수입 기금 협회 회장을 면담한 결과 한국이 AI 청정국이 되고 한국 오리제품에 대하여 왁스, 농약, 사료, 조류인플루엔자 등 관련 규제사항을 포지티브 시스템으로 작성된 명확한 자료만 제공 된다면 앞으로 한국으로부터 오리고기를 얼마든지 수입을 할 용의가 있음을 확인하였다.

2008년 일본이 수입한 오리고기는 5,843톤(3,748백만엔)으로 그중 부분 냉동육이 4,339톤(2,997백만엔)으로 가장 많고 다음이 냉동 통오리가 1,387톤(491백만엔)으로 다음이다.

일본의 오리고기 수입량을 연도별로 보면 2005년까지 매년 증가 추세를 보여 2005년에 7,898톤으로 피

【표 1】 일본으로의 오리고기 연도별 종류별 수출실적

단위 : 톤

구분	절단 냉장	절단 냉동	무 절단 냉장	무 절단 냉동	합계
00	-	-	-	-	-
01	203.1	-	-	3.0	206.1
02	538.6	2.2	4.9	62.9	608.6
03	329.4	14.2	0.1	-	343.7
04	67.2	2.8	-	-	70.0
05	539.3	14.8	-	-	554.1
06	357.9	-	-	-	357.9
07	-	-	-	-	-
08	-	-	-	-	-
09	-	-	-	-	-
10(6)	-	-	-	-	-

자료 : 무역협회

크를 이룬 이후 2006년부터 조류인플루엔자가 발생 되어 수입이 금지되는 국가가 늘어남에 따라 감소 추 세로 변화되고 있으며 한국도 2007년부터 조류인플 루엔자 발생으로 수입이 금지되고 있다.

현재 일본은 오리고기 수입을 전적으로 타이완에 의 존하고 있는바, 2008년 일본의 오리고기 국가별 수입 량을 보면 타이완이 2,486톤, 프랑스가 1,077톤, 캐나 다가 56톤, 브라질이 31톤, 기타국이 98톤 등이며, 한 국산은 2007년부터 조류인플루엔자의 발생으로 수입 이 금지되고 있다.

그러나 타이완으로 부터의 생오리고기 수입과정에서 불안정한 공급과 AI의 위험 등의 문제를 극복하지 못 하고 있으며 특히, 중국에 대한 일본 소비자들의 나쁜 이미지(만두, 농약, 김치)로 인한 거부감이 오리고기

수입에 있어서 가장 큰 애로사항이다.

한국산 오리고기 일본 수출가격은 2001년 kg당 5.67US\$(7,322.5원)로 국내 오리고기 도매가격에 비 해 3배 이상 높아서 수익성이 높았다.

이러한 추세는 당분간 지속되어 오다가 2005년, 2006년에는 환율의 영향으로 오리의 일본 수출가격 이 국내 오리고기 도매가격에 비해 2.5배-1.5배에 그 쳐 교역조건이 다소 불리해 졌어도 국내 도매가격에 비하여 유리하였다. 그러나 AI 발발로 2007년부터 2010년 6월 현재까지 오리고기 일본 수출길이 막힌 상태이다. 그러므로 고병원성 조류인플루엔자 질병의 추가 발생원인을 근본적으로 제거하고 조류인플루엔 자 청정지역으로 선포된다면, 일본 시장으로의 오리 고기 수출 재개는 가능해 질 것이고 그렇게 되면 국내

【표 2】 일본의 종류별 수입국별 오리고기 수입동향

(단위 : 톤, 백만엔)

구분	2004		2005		2006		2007		2008	
	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액	물량	금액
신선, 냉장 통오리	5	4	1	2	1	1	4	4	9	10
냉동, 통오리	1,077	303	2,101	666	1,431	482	1,354	433	1,387	491
신선, 냉장 부분육	126	221	145	258	126	231	148	316	108	250
냉동, 부분육	3,383	2,059	5,650	4,127	6,080	4,285	4,546	3,018	4,339	2,997
합계	4,591	2,587	7,898	5,053	7,638	4,999	6,052	3,771	5,843	3,748
대 만	1,382	672	4,753	2,590	5,185	2,861	4,790	2,301	4,804	2,486
프 랑 스	807	1,012	1,101	1,386	823	1,121	816	1,247	715	1,077
브 라 질	347	90	952	298	781	441	250	106	101	31
한 국	44	35	521	405	358	222	-	-	-	-
캐 나 다	71	28	165	95	170	105	43	36	87	56
기 타 국	1,940	750	406	279	321	249	153	81	136	98
합계	4,591	2,587	7,898	5,053	7,638	4,999	6,052	3,771	5,843	3,748

자료 : 일본 재무성 무역통계

【표 3】 오리고기 일본 수출가격 대 국내 도매가격 비교

구분	금액 (천 \$)	중량 (톤)	수출단가 (US\$/kg)	환율 (원/US\$)	수출단가(A) (원/kg)	국내도매가격(B) (원/kg)	A/B
2001	206.1	1,169	5.67	1,291.0	7,322.5	2,352	3.11
2002	608.6	3,373	5.54	1,250.7	6,931.4	2,171	3.19
2003	343.3	1,976	5.75	1,191.9	6,860.2	2,203	3.11
2004	70.0	516	7.37	1,143.7	8,431.0	2,340	3.60
2005	554.1	3,663	6.61	1,024.1	6,770.2	2,617	2.59
2006	357.9	1,881	5.25	955.1	5,019.6	3,260	1.54

자료 : 농수산물 유통공사, 수출주력품목 해외시장동향 및 진출여건(2010)

【표 4】 HS코드 별 관세율

HS CODE		실행관세율(%)
0207-32-100	분할하지 않은 것(신선, 냉장)	9.6
0207-33-100	분할하지 않은 것(냉동)	9.6
0207-35-100	기타(부분육, 신선, 냉장)	9.6
0207-36-210	기타(부분육, 냉동)	9.6

자료: 농수산물 유통공사, 전게서, 2010(1)

산 오리 수출 시장의 전망은 매우 밝게 될 것이다. 일본의 오리고기는 HS 코드는 신선·냉장 통오리, 냉동 통오리, 신선·냉장 부분육, 냉동 부분육 등 4가지로 구분하되 관세는 모두 9.6%로 동일하다. 일본의 식육의 위생 및 안정성에 관한 검역은 일본후생성 산하 검역소에서 실시하며 행정검사는 서류심사, 현물검사, 관능검사, 시료 발취검사 등을 실시하는데 대부분 계속 수입이 되거나 과거 위반사례가 없을 때에는 서류검사로 처리된다. 자체 검사는 수입업자가 스스로 후생성이 지정관리하고 있는 검사소에 의뢰하여 검사결과 자료를 제출하여 통관하는 방법과 모니터링 검사로서 수입 육류의 유통단계에서 수시로 시료를 채취 검사하는 제도 등이 있다.

2. 오리 고기 일본 수출 증대 방안

1) 대내 지원 방안

과거의 평균적, 단기적 관점의 수출정책에서 과감히 탈피, 농식품 수출에 대한 세밀한 대책을 마련, 추진해야 한다. 물론 정부가 이런 요인들을 반영, 나름대로 대책을 내놓고 있지만 현장의 농·식품 수출 생산농가 및 업체들의 어려움이 무엇인지에 대한 의견을 수시로 수렴, 해결해 주어야 한다.

수출 주체들의 자생력을 강화하고 수출 일류상품을 육성하기 위한 오리고기를 포함한 가금육 수출 종합 대책을 추진할 필요가 있다. 농산물 수출은 품목별로 전문화·규모화 된 소수의 전문수출조직이 주도하도록 구조를 재편하되, 수출업체와 다수의 생산자, 즉 생

산농가, 영농법인, 지역 농·축협, 브랜드 경영체 등이 상호 구속력 있는 규약을 맺어 네트워킹을 형성시킬 필요가 있다.

오리고기 수출시장에 대한 정보가 부족하여 오리고기 수출확대가 한계에 부딪치고 있고, 신선 냉장오리고기 수출은 항공이나 소량 선적을 이용하여야 하므로 수출물류비가 과다해 지는 문제가 있다. 따라서 수출물류비 지원을 확대하고, 신선 오리고기 수출을 위한 사육, 가공, 유통 등의 생산기반을 구축하며 해외 식품 박람회 등에 적극 참가해 국내 축산물 홍보를 강화해야 한다. 박람회 참가, 수출홍보, 수출정보사업 등 해외시장 개척사업의 경우 WTO 협정상 허용보조 사업으로 점진적으로 예산확대가 필요하다.

환율변동에 대비한 보험을 확대지원하고, 수출포장용기를 개발 오리고기 캐릭터에 대한 품질과 안전성을 정부가 인증할 필요가 있다. 환율하락과 고유가 등 수출여건 악화로 어려움을 겪고 있는 농·식품 수출업체들의 재정 부담을 해소하고 국산 농·식품의 수출 확대를 위하여 국산 농·식품 수출업체를 대상으로 수출자금 지원을 확대시키는 일이 필요하다.

검역상의 제도, 수출가능 품목, 위생기준상의 제도, 수입허가에 관한 제도, 제품표시상의 제도 등을 연구할 필요가 있다.

오리고기 일본 수출의 매력이라면 한국에서 오리고기가 소비 성수기인 여름철에 일본은 오리고기 비수기이고 반대로 한국에서 오리고기 비수기인 겨울철에는 일본에서는 성수기인 관계로 일본수출을 통하여 국내 오리고기 수급을 조절할 수 있다. 그러나 한국 오리고

기 수출을 위한 생산기반은 취약한 편으로 부가가치가 높은 오리 가슴살 생산을 많게 하기 위해서는 사육 시설 개선이 필요하다.

오리 사육농가의 악성 질병 근절 대책이 수립되지 못해 사육 중 폐사로 인한 손실이 많아 생산성이 저하된 경우가 많으므로 질병에 의한 생산성 저하를 막기 위하여 취약한 위생방역대책을 개선하는 종합대책을 수립해야 한다.

구체적으로 AI, 뉴캐슬병 등 가금관련 전염성 질병 발생요인을 사전에 차단하기 위해 부화장 및 오리농가에 대해 예방약을 공급, 오리농가 방역순회교육 실시, 농가로 하여금 닭 예방접종을 철저히 하도록 예방접종이 소홀하기 쉬운 오리 농가를 중심으로 매월 무작위로 혈청검사를 실시 등이 조치가 필요하다.

또한, 일본과 협의한 위생조건 중 반경 50km 이내 뉴캐슬병 발생 사실이 없어야 한다는 규정을 지키기 위하여 거점방역대책 추진이 필요하다.

오리고기의 위생수준을 높이기 위하여 잔털(Down) 처리를 위한 대책과 도축시설의 위생문제 향상을 방안을 강구하여야 한다. 오리고기 수출을 놓고 한국과 경쟁국인 중국의 경우는 잔털(Down) 처리에 싼 인건비를 무기로 대응하고 있으므로 이에 대한 대책수립이 시급하다.

이상의 오리고기 일본수출관련 문제를 해결하기 위하여 오리고기 수출을 국내 소비시장과 일본시장의 특수성에 맞춰 추진해야 한다. 즉, 추석 명절을 전후한 국내 오리고기 소비 비수기에 수출단가가 높은 오리고기 가슴살 위주로 집중 가공하여 일본 성수기인 11월부터 냉동육 위주로 집중 수출하고 1월1일 설 명절을 전후해서는 비수기 물량은 냉장육 형태로 집중 수출해야 한다.

오리고기 수출 경쟁력을 높이기 위해서는 도압장 시설 현대화가 필수 요소인 바, 중대형 계열화 사업체를 중심으로 수출을 추진할 필요가 있다. 수출국에 대한

국산 오리고기 우수성 홍보 및 판촉을 위하여 일본 식육전문지에 국내산 오리고기 광고를 통해 가금육 수입유통업체의 관심을 유도하고 주요 수입유통업체 관계자를 국내 초청하여 오리고기 수출과정을 보여주는 기회를 마련, 국내산 오리 고기에 대한 안전성과 품질에 대한 신뢰도를 제고하는 노력이 뒤따라야 한다.

한국은 조류 인플루엔자 발발의 영향으로 2004년 및 2007-2009년에는 오리고기 및 기타 부위를 수출하지 못하였으나 조류 인플루엔자 영향이 없던 2002년에는 630톤의 오리고기 및 기타부위를 수출한 바 있고 그 중에서 613톤(97.3%)을 일본으로 수출한 적이 있다. 따라서 한국 오리업계는 하루라도 빨리 AI 청정국 지위를 받아내서 일본 오리고기 시장을 공략할 준비를 해야 할 것이다.

앞으로 한국 오리 산업은 오리고기에 대한 국내수요의 증가세를 호기로 삼아 가일층 위생과 방역 수준을 업그레이드 시켜 안전하고 안심할 수 있는 오리고기 및 제품을 생산하는 데에 업계의 총력을 기울일 때이다. 그렇게만 되면 일본의 오리고기 시장을 한국이 점령하는 것은 시간문제일 것이다. 개별농가 소규모 경영에서 규모화 된 확대 경영을 통한 생산원가 절감 및 생산시설 보완 등에 의한 수출경쟁력을 확보하고 수출국 현지 출하규격에 맞는 사육관리체계 연구개발 및 고품질 오리고기 생산을 위한 수출전문 사육농장 육성이 시급하다. 또한 철저한 식품위생 관리를 통한 안전성 확보와 일본 소비자에게 안전성을 홍보하고 오리고기를 고급육으로 인식토록 적극 홍보활동을 추진해야 한다.

2) 대외 지원 방안

보다 공세적인 해외마케팅 활동을 펼치고, 한층 강화된 안전성 관리 시스템을 정착시켜야 한다. 해외 마케팅 지원사업의 일환으로 해외 대형유통 체인점과 연계한 종합판촉전, 현지 TV 광고, 한국요리교실 등을

적극 활용 하고 오리고기 주 수출시장인 일본에서 소비자 대상 홍보를 강화하고, 중화권, 미주, 유럽 등으로 수출다변화를 지속적으로 추진해야 한다.

미국 및 일본의 한국 식자재도매점 및 일반매장은 물론 한국 식당에서의 오리고기 판매량과 가격조사를 실시하는 등 시장조사가 필요하다. 일본의 오리고기 구입고객과 한국 식당 경영자, 한국 관광 일본 여행객을 대상으로 소비자 반응도 조사를 실시하고, 오리고기 판매 활성화 방안을 집중 모색해야 한다. 이때, 단순한 오리고기 수준을 벗어나 가능성을 강화한 특수 브랜드를 투입, 국제시장을 공략해야 할 필요가 있다. 수입국 현지의 대형할인매장에서 오리고기 프로모션을 본격 전개하고, 내장객 시식과 동시에 판매대 설치 등을 통해 한국 오리고기의 우수성을 일본 소비자들에게 직접 확인시켜야 한다. 이를 위하여 정부, 협회가 중심이 되어 대중매체를 이용한 소비자 인지도 향상을 위한 노력이 필요하다.

일본 소매점에서 판매가 1,000엔 이상의 상품은 소비자가 구매를 주저하는 수준이므로 작은 규격의 제품 개발로 500~700엔 수준의 제품 생산이 필요하다.

수출업체가 일본 내 수입업체를 다수 확보하여 경쟁을 유도하는 것은 좋으나 과당 경쟁에 따른 저가 판매로 이익이 적어 수입의욕 저하시킬 우려가 있으므로 이를 조정할 필요가 있다.

까다로운 일본 소비자의 기호를 충족시키기 위해서는 식품안전성 검사 강화 및 홍보에 더욱 박차를 가해야 한다.

일본내 백화점, 슈퍼에서 오리고기 시식판매행사를 지역별로 지속적으로 실시하고 일반식당, 이자카야(居酒屋), 불고기점을 상대로 한 다양한 이벤트행사를 실시할 필요가 있다. 취인(取引)소매점 또는 식품전시회 등에서 시식 이벤트 행사로 소비자 인지도를 향상시키는 노력이 필요하다.

일본 소비자를 대상으로 한 오리고기 판촉을 위해서

는 전시성 판촉보다는 음식점 메뉴에 오리고기가 포함되어야 효과가 있을 것이므로 메뉴를 결정하는 권한을 가지고 있는 조리협회 등을 통하여 일본 조리사를 한국으로 초청하여 오리고기 관련 이벤트 행사를 펼칠 필요가 있다.

국내산 오리고기와 닭고기가 수출되고 있는 주변국의 수입위생조건을 보면, 일본에서는 조류인플루엔자 국가 발생하지 않은 조건으로, 타이완의 경우는 조류인플루엔자 및 뉴캐슬병 국가 발생하지 않은 조건으로 수입을 허용하고 있고 홍콩의 경우 지역별로 발생하지 않은 조건으로 수입을 허용하고 있다. 따라서 철저한 방역대책으로 AI 청정국 지위를 확보하는 일이 오리고기 수출에는 무엇 보다 중요한 일이 된다.

현재 일본에는 약 50만마리의 오리가 상시 사육되고 있는데 연간 5회전을 가정하면 연간 250만수 내외의 오리가 300-500호 농가에 의하여 생산되고 있는 것으로 추정되며 그중에서 대형 사육업체는 약 50호이며 이들의 생산량은 약 100만수정도로 파악된다.

일본에서 오리가 가장 많이 소비된 것은 1970년대로 12,000톤이 피크를 이루었고 이후 계속 감소내지는 정체되어 있는 실정이다. 이는 그동안 일본 내에 잦은 조류인플루엔자 발생으로 매년 소비가 감소하고 있으며 소비자는 주로 노령의 남성 위주이다. 가격이 일본산 쇠고기와 비슷한 수준으로 비싸며 이용되는 시기가 주로 동절기로 한정되어 있고 여름철 수요는 아예 없는 실정이다.

2010년 2월 현재, 일본 오리고기에 대한 표준화된 규격이 없으며, 전문점에서의 판매상황을 보면 오리 1마리분이 약 1.3kg으로 가격은 4,000엔 내외이다. 훈제 상품은 고급레스토랑, 각종 연회석, 크리스마스, 생일 등에 많이 이용되고 있으며 약 850g 기준 가격은 6,000엔 내외이다. 주로 소바, 우동집에서 많이 소비되고 있으며 건강식으로 고령자 층에서 인기가 있고, 고급육으로 인식되어 있다. 오리고기는 구이용, 냄비

요리, 훈제 등으로 많이 이용되며 가슴살과 다리살이 가장 인기가 있다.

일본에서 유통되고 있는 오리고기는 통오리 형태보다는 대부분이 부분육이며 주로 다리살과 가슴살로 일본산은 냉장상태가 많고, 수입산은 냉동품이 주를 이루고 있다.

일본의 오리고기 출하체중은 2.5-2.7kg 수준으로 한국 (2.1-2.2kg)과는 체중량에서 약간의 차이를 보이고 있다.

일본은 GDP(국내 총생산)면에서 한국의 5배, 오리를 포함한 축산물 생산액면에서는 한국의 3배, 인구면에서도 한국의 2.7배, 1인당 GDP면에서는 한국의 1.9배, 심지어는 계란 1인당 소비면에서 까지 한국의 1.3배를 자랑하면서도 유독 오리고기 총 소비량만은 한국의 1/10도 못되는 실정이다. 이처럼 아직까지 일본이 오리고기 시장에 대한 관심을 갖지 못한 나머지 오리고기 시장이 불모지로 남아 있다는 말이 된다.

일본 소비자들의 오리고기에 대한 선호도를 파악하기 위하여 2010년 2월 ~ 4월 까지 일본 도쿄, 치바현, 야마나시현에서 지역주민 93명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

일본 소비자들의 오리고기 소비 경험은 81.7%에 달하고 43.8%가 "1년에 1회 이상" 소비한다고 밝혀 일본 오리고기 소비시장은 그리 나쁘지 않은 것으로 판단된다. 일본 소비자들이 오리고기를 먹는 장소는 32.3%가 전문식당, 16.6%가 가정식사, 15.9%는 술집이며, 주로 구이(25.9%), 전골(22.2%), 훈제(19.2%)를 선호한 것으로 나타났으므로 일본 이자카야(居酒屋) 시장에 오리고기 메뉴를 올리게 하는 노력이 필요하다.

일본 소비자들이 오리고기 가격에 대하여 비싸다(24.6%)는 반응 보였고, 오리고기 요리에 대하여 지불용의가 있는 가격(WTP; willing to pay)을 1,562엔으로 제시하였으므로 1,000엔 정도의 오리고기의 소규모 포장이나, 소규모 요리개발이 필요할 것으로 판단된다.

오리고기 선호도에 대하여 질문한 바, 좋아한다는 반응은 36.5%이었고, 좋아하는 이유는 맛이 좋기 때문이며, 건강식으로는 평가하지 않았다.

한편, 오리고기를 소비하지 않는 이유를 44.2%가 구입의 어려움을 들었다. 그러나 한국에서는 오리고기 선호도가 일본에서보다 높았고(68.9%) 오리고기를 좋아하는 이유는 오리고기의 기능성(46.5%)과 맛(30.6%)을 꼽았으며, 기름기가 많아 오리고기를 꺼려한다(32.1%)고 응답하였다.

일본 소비자들은 오리고기 소비를 현 수준으로 유지하거나(40.9%) 지금보다 소비를 늘리겠다고(17.2%) 응답하여 일본의 오리고기 시장이 어둡지만은 아는 것으로 판단된다.

한국의 오리고기 수출여건은 해마다 1만여톤의 오리고기를 수입하는 일본과 지리적으로 가까이 있어 수출여건이 유리한 점이 있다. 일본의 오리고기 총 수입량은 2002년에 11,920톤에 달했으나 한국의 오리고기 일본 수출물량은 같은 해에 608.6톤(5.1%)에 그쳤다. 그러나 2005년에는 오리고기 일본으로의 수출 물량은 554.1톤으로 일본 수입량(7,898톤)의 7%에 그쳤다. 수출물량이 절단 냉장육이 주를 이루었다.

한국산 오리고기 일본 수출가격은 2001년 kg당 5.67US\$(7,322.5원)로 국내 오리고기 도매가격에 비해 3배 이상 높아서 수익성이 높았다. 이러한 추세는 당분간 지속되어 오다가 2005년, 2006년에는 환율의 영향으로 오리의 일본 수출가격이 국내 오리고기 도매가격에 비해 2.5배-1.5배에 그쳐 교역조건이 다소 불리해 졌어도 국내 도매가격에 비하여 유리하였다. 그러나 AI 발발로 2007년부터 2010년 6월 현재까지 오리고기 일본 수출길이 막힌 상태이다. 그러므로 고병원성 조류인플루엔자 질병의 추가 발생원인을 근본적으로 제거하고 조류 인플루엔자 청정지역으로 선포될 수 있으면, 일본 시장으로의 오리고기 수출 재개는 가능해 질 것이고 그렇게 되면 오리 산업의 전망은 매

우 밝게 될 것이다.

일본의 오리고기 HS 코드는 신선·냉장 통오리, 냉동 통오리, 신선·냉장 부분육, 냉동 부분육 등 4가지로 구분하되 관세는 모두 9.6%로 동일하다.

일본의 식육의 위생 및 안정성에 관한 검역은 일본후생성 산하 검역소에서 실시하며 행정검사는 서류심사, 현물검사, 관능검사, 시료 발취검사 등을 실시하는데 대부분 계속 수입이 되거나 과거 위반사례가 없을 때에는 서류검사로 처리된다. 자체 검사는 수입업자가 스스로 후생성이 지정관리하고 있는 검사소에 의뢰하여 검사결과 자료를 제출하여 통관하는 방법과 모니터링 검사로서 수입 육류의 유통단계에서 수시로 시료를 채취 검사하는 제도 등이 있다.

오리고기 수입시 첨부서류를 보면, 오리고기 제품의 경우는 수출국 정부기관의 식육검사 등에 관한 위생증명서가 필요하고, 가공식품으로 처음 수입된 것은 상품설명서, 원재료성분, 제조공정표 등이 제시되어야 한다. 그러나 수출국 공적검사기관의 검사를 받은 식품은 수출국 공적검사기관의 검사 성적서만 있으면 되고, 동일한 식품을 계속 수입할 경우 검사성적서(후생성 대신지정 검사기관검사, 수출국 공적기관 검사)의 사본 및 최초에 제출한 서류로 검사에 합격한 것의 사본이면 된다.

일본의 식육 수입 모니터링 검사제도는 일종의 자체 검사이다. 수입자는 안전한 수입식육을 소비자에게 공급할 의무가 있으므로 수입식품의 안전 확보를 위해 자발적인 검사를 실시하는 것이다. 검역소 검사는 필요에 따라 행정검사를 실시하는 것 이외에 수입 축수산식품의 잔류 유해물질의 모니터링 검사를 실시하고 있다.

일본에서 수입 수속 시 검역소에서 무작위로 검사대상을 지정하고 여러 상자에서 합계 500g의 검사용 시료를 채취한다. 검사시료는 일본 식품위생법 제17조에 근거 수거하며, 검사기관으로 수입식품·검역검사

센터가 요코하마와 코베시에 있다. 일본에 수입될 축수산물에는 동물용 의약품 잔류기준(성분규격)에 따라 다음의 물질이 초과 함유되면 안된다.

식품위생법상 사용기준이 특기되어 있는 식품첨가물로서 식육에 사용이 제한되어 있는 첨가물은 다음 표와 같다. 기타 화학물질에 대한 규제로는 PCB(폴리염화비페닐)의 잠정적 규제치는 0.5ppm(전량중)이다.

3) 오리고기 수출 확대를 위한 정책 방안

과거의 평균적, 단기적 관점의 수출정책에서 과감히 탈피, 농식품 수출에 대한 세밀한 대책을 마련, 추진해야 한다. 현장의 농·식품 수출 생산농가 및 업체들의 어려움이 무엇인지에 대한 의견을 수시로 수렴, 해결해 주어야 한다.

수출 주체들의 자생력을 강화하고 수출 일류상품을 육성하기 위한 오리고기를 포함한 가금육 수출 종합 대책을 추진할 필요가 있다. 농산물 수출은 품목별로 전문화·규모화 된 소수의 '전문수출조직'이 주도하도록 구조를 재편하되, 수출업체와 다수의 생산자, 즉 생산농가, 영농법인, 지역 농·축협, 브랜드 경영체 등이 상호 구속력 있는 규약을 맺어 네트워크를 형성시킬 필요가 있다.

신선 냉장오리고기 수출은 항공기나 소량 선적을 이용하여야 하므로 수출물류비가 과다해 지는 문제가 있다. 따라서 수출물류비 지원을 확대하고, 신선 오리고기 수출을 위한 사육, 가공, 유통 등의 생산기반을 구축하며 해외 식품박람회 등에 적극 참가해 국내 축산물 홍보를 강화해야 한다. 박람회 참가, 수출홍보, 수출정보사업 등 해외시장 개척사업의 경우 WTO 협정상 허용보조 사업으로 점진적으로 예산 확대가 필요하다.

환율하락과 고유가 등 수출여건 악화로 어려움을 겪고 있는 농·식품 수출업체들의 재정 부담을 해소하고 국산 농·식품의 수출 확대를 위하여 국산 농·식

품 수출업체를 대상으로 수출자금 지원을 확대시키는 일이 필요하다.

검역상의 제도, 수출가능 품목, 위생기준상의 제도, 수입허가에 관한 제도, 제품표시상의 제도 등을 연구할 필요가 있다.

오리고기 일본 수출의 매력이라면 한국에서 오리고기가 소비 성수기인 여름철에 일본은 오리고기 비수기이고 반대로 한국에서 오리고기 비수기인 겨울철에는 일본에서는 성수기인 관계로 일본수출을 통하여 국내 오리고기 수급을 조절할 수 있다. 그러나 한국 오리고기 수출을 위한 생산기반은 취약한 편으로 부가가치가 높은 오리 가슴살 생산을 많게 하기 위해서는 사육 시설 개선이 필요하다.

AI, 뉴캐슬병 등 가금관련 전염성 질병 발생요인을 사전에 차단하기 위해 부화장 및 오리농가에 대해 예방약을 공급, 오리농가 방역순회교육 실시, 농가로 하여금 닭 예방접종을 철저히 하도록 예방접종이 소홀하기 쉬운 오리 농가를 중심으로 매월 무작위로 혈청검사를 실시 등이 조치가 필요하다.

또한, 일본과 협의한 위생조건 중 반경 50km 이내 뉴캐슬병 발생 사실이 없어야 한다는 규정을 지키기 위하여 거점 방역대책 추진이 필요하다.

오리고기의 위생수준을 높이기 위하여 잔털(Down) 처리를 위한 대책과 도축시설의 위생문제 향상을 방안을 강구하여야 한다. 오리고기 수출을 놓고 한국과 경쟁국인 중국의 경우는 잔털(Down) 처리에 싼 인건비를 무기로 대응하고 있으므로 이에 대한 대책수립이 시급하다.

추석 명절을 전후한 국내 오리고기 소비 비수기에 수출단가가 높은 오리고기 가슴살 위주로 집중 가공하여 일본 성수기인 11월부터 냉동육 위주로 집중 수출하고 1월1일 설 명절을 전후해서는 비수기 물량은 냉장육 형태로 집중 수출해야 한다.

오리고기 수출 경쟁력을 높이기 위해서는 도압장 시

설 현대화가 필수 요소인 바, 중대형 계열화 사업체를 중심으로 수출을 추진할 필요가 있다.

수출국에 대한 국산 오리고기 우수성 홍보 및 판촉을 위하여 일본 식육전문지에 국내산 오리고기 광고를 통해 가금육 수입유통업체의 관심을 유도하고 주요 수입유통업체 관계자를 국내 초청하여 오리고기 수출 과정을 보여주는 기회를 마련, 국내산 오리고기에 대한 안전성과 품질에 대한 신뢰도를 제고하는 노력이 뒤따라야 한다.

한국은 2002년에는 630톤의 오리고기 및 기타부위를 수출한 바 있고 그 중에서 613톤(97.3%)을 일본으로 수출한 적이 있다. 따라서 한국 오리업계는 하루라도 빨리 AI 청정국 지위를 받아내서 일본 오리고기 시장을 공략할 준비를 해야 할 것이다.

앞으로 한국 오리 산업은 오리고기에 대한 국내수요의 증가세를 호기로 삼아 가일층 위생과 방역 수준을 업그레이드 시켜 안전하고 안심할 수 있는 오리고기 및 제품을 생산하는 데에 업계의 총력을 기울일 때이다. 그렇게만 되면 일본의 오리고기 시장을 한국이 점령하는 것은 시간문제일 것이다. 개별농가 소규모 경영에서 규모화 된 확대 경영을 통한 생산원가 절감 및 생산시설 보완 등에 의한 수출경쟁력을 확보하고 수출국 현지 출하규격에 맞는 사육관리체계 연구개발 및 고품질 오리고기 생산을 위한 수출전문 사육농장 육성이 시급하다. 또한 철저한 식품위생 관리를 통한 안전성 확보와 일본 소비자에게 안전성을 홍보하고 오리고기를 고급육으로 인식토록 적극 홍보활동을 추진해야 한다.

해외 마케팅 지원사업의 일환으로 해외 대형유통 체인점과 연계한 종합판촉전, 현지 TV 광고, 한국요리교실 등을 적극 활용 하고 오리고기 주 수출시장인 일본에서 소비자 대상 홍보를 강화하고, 중화권, 미주, 유럽 등으로 수출다변화를 지속적으로 추진해야 한다.

미국 및 일본의 한국 식자재도매점 및 일반매장은 물

론 한국 식당에서의 오리고기 판매량과 가격조사를 실시하는 등 시장조사가 필요하다. 일본의 오리고기 구입고객과 한국식당 경영자, 한국관광 일본 여행객을 대상으로 소비자 반응도 조사를 실시하고, 오리고기 판매 활성화 방안을 집중 모색해야 한다. 이때, 단순한 오리고기 수준을 벗어나 기능성을 강화한 특수 브랜드를 투입, 국제시장을 공략해야 할 필요가 있다. 수입국 현지의 대형할인매장에서 오리고기 프로모션을 본격 전개하고, 내장객 시식과 동시에 판매대 설치 등을 통해 한국 오리고기의 우수성을 일본 소비자들에게 직접 확인시켜야 한다. 이를 위하여 정부, 협회가 중심이 되어 대중매체를 이용한 소비자 인지도 향상을 위한 노력이 필요하다.

일본 소매점에서 판매가 1,000엔 이상의 상품은 소비자가 구매를 주저하는 수준이므로 작은 규격의 제품 개발로 500~700엔 수준의 제품 생산이 필요하다. 수출업체가 일본 내 수입업체를 다수 확보하여 경쟁을 유도하는 것은 좋으나 과당 경쟁에 따른 저가 판매로 이익이 적어 수입의욕 저하시킬 우려가 있으므로 이를 조정할 필요가 있다.

까다로운 일본 소비자의 기호를 충족시키기 위해서는 식품안전성 검사 강화 및 홍보에 더욱 박차를 가해야 한다.

일본내 백화점, 슈퍼에서 오리고기 시식판매행사를 지역별로 지속적으로 실시하고 일반식당, 이자카야(居酒屋), 불고기점들 상대로 한 다양한 이벤트행사를 실시할 필요가 있다. 취인(取引)소매점 또는 식품전시회 등에서 시식 이벤트 행사로 소비자 인지도를 향상시키는 노력이 필요하다.

일본 소비자를 대상으로 한 오리고기 판촉을 위해서는 전시성 판촉보다는 음식점 메뉴에 오리고기가 포함되어야 효과가 있을 것이므로 메뉴를 결정하는 권한을 가지고 있는 조리협회 등을 통하여 일본 조리사를 한국으로 초청하여 오리고기 관련 이벤트 행사를

펼칠 필요가 있다.

국내산 오리고기와 닭고기가 수출되고 있는 주변국의 수입위생조건을 보면, 일본에서는 조류인플루엔자 국가 발생하지 않은 조건으로, 타이완의 경우는 조류인플루엔자 및 뉴캐슬병 국가 발생하지 않은 조건으로 수입을 허용하고 있고 홍콩의 경우 지역별로 발생하지 않은 조건으로 수입을 허용하고 있다. 따라서 철저한 방역대책으로 AI 청정국 지위를 확보하는 일이 오리고기 수출에는 무엇보다 중요한 일이 된다.

3. 타 국가로의 국내 오리산업 진출 가능성

미국으로의 육류수출을 위해서 미국 측이 요구하는 매우 까다로운 규정을 통과해야 한다. 가축의 도축 및 가공 처리와 관련된 사항에 대한 관리는 완벽해야 함은 물론이고 첨가제 및 포장재는 안전하고 청결하게 관리되어야 하며, 위생관리용으로 쓰이는 비식품 화합물질(예: 세척제)까지도 미국이 제시한 규정에 부합되어야 한다. 또한 뼈 제거나 그라인딩 등 가공과정도 미국의 요건에 맞아야 하며, 시료시험 및 감시 프로그램이나 세균균수 허용범위, HACCP계획 등도 미국의 제시 규정에 따라야 한다. 한마디로 위생적으로 완벽을 요구하고 있다. 따라서 오리의 사육에서부터 도축, 가공, 수송 면에서 완벽한 HACCP 제도가 규정대로 시행되고 있는지를 상시 관리 감독하는 체계를 구축해야 한다. 그렇지 않으면 미국으로의 오리고기 수출은 어렵다. 2000년 이래 미국으로 오리고기를 수출한 적은 없다.

타이완은 가금육에 대하여 40%에 달하는 고율의 관세를 부과하고 있어서 수입원가가 상승하고 결과적으로 소비자가격이 수출가격의 3배 수준까지 높아져 판매에 애로가 많다. 특히 타이완은 오리고기 수출국이므로 가격경쟁력에서 우위를 잡아가기가 매우 어렵다. 그러나 타이완인들은 고기보다 육수가 많은 탕을 좋아하

며 수입제품에 대한 거부감은 없는 것으로 보아, 타이완인의 입맛에 맞는 제품개발과 지속적인 홍보가 이루어지면 오리고기 수출이 활성화 될 것으로 보인다. 타이완에도 즉석식품을 즐기는 소비층이 많은데, 냉동제품은 해동시간이 길기 때문에 냉동제품을 그다지 선호하지 않은 타이완인들에게는 기대를 걸기 어려워 보인다. 타이완 소비자들은 오리 고기를 좋아하며, 특히 즉석 완제품 요리를 좋아하므로 요리가 완성될 때까지 기다리지 못한 타이완 소비자들의 소비행태를 고려하여 완제품 오리고기 요리를 개발할 필요가 있다. 특히, 타이완인들은 외국 식품 대한 거부감이 거의 없고, 보양식품에 대한 인식이 잘 되어 있어서 오리고기 요리도 쉽게 접근할 수 있을 것으로 보인다. 2000년 이래 타이완으로 오리고기를 수출한 적은 없다.

홍콩은 자유무역항으로 오리고기에 대한 관세는 무관세이다. 홍콩시장특성을 보면 10월부터 2월까지의 계절 시장의 특징을 가지고 있다. 다만 최근 홍콩의 전반적인 경기침체로 구매력이 낮아졌으며, 대형 유통망과 슈퍼체인의 입점비가 지나치게 많아 입점에 애로를 겪고 있지만 대형 유통점이나 슈퍼체인에 입점할 수만 있다면 판매가 큰 폭으로 성장할 가능성이 보인다. 2000년 이래 홍콩으로의 오리고기 수출량은 1,159.7톤으로 주로 절단 냉장육이 주를 이루고 있으며 2009년 274톤에 이어 2010년 6월까지 450톤의 절단 냉장오리고기를 수출한 실적이 있다.

싱가폴도 자유 무역항으로 모든 수입품에 대한 관세는 없으나, 검역과정이 상당히 까다롭다. 현재 통조림 육가공 제품은 수입승인을 취득하여 지속적으로 수출 중이다. 싱가포르 국민의 탕을 좋아하는 식성을 십분 살릴 수 있는 시장이다. 2000년 이래 싱가포르 오리고기를 수출한 적은 없다.

호주는 축산가공품의 수입승인 절차가 복잡하고 까다로운 국가이다. 그럼에도 불구하고 삼계탕은 이미 수출에 대한 승인은 이미 얻은 상태이다. 호주의 가금육

주된 소비계층은 화교이다. 그런데 호주의 계절은 한 반도와 반대이어서 호주의 겨울은 한국의 6-8월경이므로 오리고기의 성수기가 한국과 중복되어 공급에 다소 문제가 있어 보이나 오리육 공급은 쉽게 증대시킬 수 있으므로 극복할 수 있을 것이다. 호주 시장규모는 크게 확대되기는 힘들 것으로 보이나, 현지 화교들의 구매력 크기에 따라 수출규모가 정해질 것으로 예상된다. 호주는 넓은 국토면적과 인구로 인해 다품종 소량소액 주문이라는 특성이 나타나며, 가격에 대해서도 민감할 뿐 아니라 호주까지 장거리 수송에 따른 유통 코스트도 높은 불리한 요소가 있으나, 현지 교포와 화교를 대상으로 판촉을 진행해야 한다. 당장 호주 국민을 대상으로 한 시장 진입은 상당한 시일이 소요될 것으로 보이기 때문이다. 2000년 이래 호주로 오리고기를 수출한 적은 없다.

4. 결론

현재 국내 오리업계는 오리고기의 수요증대로 그 어느 때 보다도 호황을 누리고 있다. 이는 돼지고기, 닭고기, 쇠고기에 어느 정도 염증을 느끼면서 건강도 돌보고, 경제 불황속에서 가정경제도 생각하는 소비자들의 성향이 몰고 온 현상이라고 본다. 그러나 소비자의 충성심은 언제 돌변할지 모른다. 쉽게 말하여 AI가 한번만 터지면 썩대밭이 되고 만다. 그래서 속담에 “둘다리도 두들기면서 건너라” 했다. 따라서 오리식품에 대하여 하나도 안전, 둘도 안전이다. 그러나 식품의 안전은 관념만으로는 안된다. 실천이 뒤따라야 한다. 농장에서부터 식탁까지 오리고기의 완벽한 유통체계를 구축하여 한 치의 빈틈을 보여서는 아니 된다. 그리하여 모처럼 조성된 오리고기 수요 상승세를 계속 유지해야 한다. 그렇게 되면 오리고기 수출길도 절로 열리게 될 것이다. 이를 위하여 산·관·학·연이 일체 단결하여 밀고 나가야 한다.