

세계를 위협한 코로나19

가지개 파는 오리산업
'나홀로' 판다



지난해 10월부터 시작된 오리사육제한이 올해 2월까지 4개월간 실시됐다. 사육제한이 끝난 농가들이 가지개를 필 무렵, 코로나바이러스감염증-19(COVID-19, 이하 코로나19)가 터졌다.

3년간 시행된 오리사육 제한으로 생산비를 밀돌면서 오리를 생산해 온 오리업체들은 이번 사육제한을 끝으로 발돋움하려는 청사진을 그려놓았다.

그러나 세계를 '정지상태'로 만든 코로나19로 오리산업은 다시 답보상태에 빠졌다.

올해 외식산업에서의 '오리산업 전성기'를 꿈꾸며 오리자조금이 추진한 '오리 중량판매' 등의 시책은 코로나19로 두문불출하며 외식을 줄인 소비자들에게 제대로 선을 보이지도 못한 상태다.

외식시장의 대부분이 수입육으로 이뤄져 있는 대부분의 축종들은 가정소비가 늘어나면서 오히려 때아닌 특수를 누렸지만 외식수요로 생오리의 대부분을 판매하던 오리산업은 '나홀로' 피해를 입은 축종이 돼 버렸다.

오리사육 제한으로 입은 피해에서 아직 벗어나지도 못한 오리산업, 코로나19는 오리산업에 얼마만큼의 피해를 준 것일까? 이 피해는 언제 끝나는 것일까?



특별방역기간 연장, 가금산업 '분노'

지난 2월 25일 농림축산식품부가 서면으로 진행한 가축방역 심의회를 근거로 AI 특별방역대책기간을 3월 한달간 연장하기로 결정했다.

지난해 10월부터 올해 2월 28일까지 숨죽이며 참아온 가금단체들은 분노를 터트렸다.

당시 코로나19의 전국적 확산추세로 국내 확진자가 1,300명을 넘어선 상태였고 코로나19는 초기상태였다고 볼 수 있다. 가금단체들은 이같은 정부의 결정에 대해 정부가 과학적 근거없는 방역기간 연장을 통보식으로 전달하면서 산업의 피해가 극에 달할 것이라고 경고했다. 특히 가축방역심의회를 서면으로 진행하면서 서면 심의 요청서를 2월 16일 보내놓고 당일 18시까지 회신을 요구하는 등 탁상행정의 전형적인 서면회의를 진행, 가금단체들의 분노를 극에 달하게 했다.

가금단체들은 합심해 성명서를 발표했다. 그들은 3월 한달간 AI 특별방역대책기간 연장에 따라 추가적인 예산과 방역인력의 소모는 물론, 그로인한 피해는 가뜩이나 불황을 겪고 있는 가금산업에 직격탄으로 돌아올 수밖에 없다고 성토했다.

그리고 그들은 AI특별방역대책기간 연장에 필요한 역학조사 인력과 예산을 코로나19 종식을 위해 투입할 것을 요청했다.

선견지명이었다. 2월말부터 기하급수적으로 늘기 시작한 코로나19 확진자는 국내에서만 1만명을 넘어섰고 전세계로 확산되면서 코로나 정국을 만들어냈다.

이제 전문가들은 코로나 이전의 삶으로 돌아갈 수 없다고 경고하고 있다.

그리고 오리사육 제한으로 3년째 피해가 커져가고 있는 오리산업은 코로나19로 인한 피해까지 가중되게 됐다.



COVID19 COVID19 COVID19

일방적 AI 특방기간
한달 연장 '직격타'

'오리 중량판매' 시책
시작조차 못해

방역규제 강화, 오리농가 피해 가중

AI예방을 위한 강화된 방역규제는 오리농가의 피해로 고스란히 이어졌다.

일제 입식 및 출하, 출하 후 휴지기간 14일 준수 의무 부여를 비롯해 특히 2017년부터 시행중인 오리농가 사육제한에 따라 생산량 감소와 수급불균형 등 큰 피해가 계속적으로 이어지고 있는 것이다. 실제로 2017년부터 3년째 시행중인 전국 오리농가 사육제한에 따른 보상금 누적 지출액은 약 200억 원에 달한다.

가장 큰 피해요인은 역시 오리사육 제한이다. 2017년 첫 사육제한 시행이후 2018년 상반기 오리고기 가격은 대폭 상승한 이후 최근까지 생산비 이하 수준을 유지하고 있다.

이후 계열업체들은 사육제한 시행대비 사육농가 확보를 위한 경쟁이 발생하면서 사육비가 대폭 인상됐고 사육제한 기간 중 고정경비가 추가지출 되는 등 피해가 발생하고 있다.

오리 계열업체의 한 관계자는 "사육제한 시행에 대비하여 업체별로 냉동재고량을 늘리고 종오리 후보군을 추가로 입식하는 등 대비했지만 오리고기 소비량은 반겨주지 못하고 공급 과잉 현상으로 이어져 업계가 큰 어려움에 빠졌다"고 말했다.

AI예방을 이유로 강화된 정부의 방역규제는 고스란히 오리농가의 피해로 이어졌다. 사육제한 기간이 한 달간 연장되면서 텅 빈 오리사육장(사진 왼쪽)과 사육제한 시행에 대비해 계열업체들은 종오리 후보군을 추가로 입식하는 등 오리고기 수급 불균형에 대비하고 있지만 오리고기 소비가 반겨주지 못해 어려움을 겪고 있다(사진 오른쪽)





오리 냉동재고량 역대 최대

이같은 어려움은 오리냉동재고량으로 여실히 드러난다. 현재 오리 냉동재고량은 역대 최대 수준이며 최근 공급 과잉 현상에 따라 계열업체에서는 손실을 감수하면서도 저주령 산란종오리를 조기 도태하고 있는 것으로 나타났다.

오리 냉동재고량은 3월 기준 632만 마리로 오리사육제한 이전과 비교하면 약 2배에 육박하는 수준이다. 상황이 이렇다보니 덤핑판매가 판을 치고 있다.

훈제오리 600g이 소비자가격 5,000원에 근접하는 수준으로 계열업체들의 어려움은 극에 달하고 있다

계열업체들은 이에 따라 종오리를 조기 도태하는 등 전사적 노력을 펼치고 있지만 어려움은 여전한 것으로 나타났다.

수입육 축종들
가정소비 늘면서
때아닌 특수

생오리 위주
오리산업만
'나홀로 피해'

오리 냉동재고량 추이

(단위: 천수)

구분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2016											3,297	4,939
2017	4,571	4,308	3,275	2,631	1,805	1,169	514	81	56	88	121	264
2018	492	437	34	29	378	720	771	988	1,533	2,938	3,589	3,999
2019	5,482	5,444	5,406	4,775	4,312	5,071	4,865	4,806	5,163	5,252	4,927	4,917
2020	5,307	5,640	6,320									

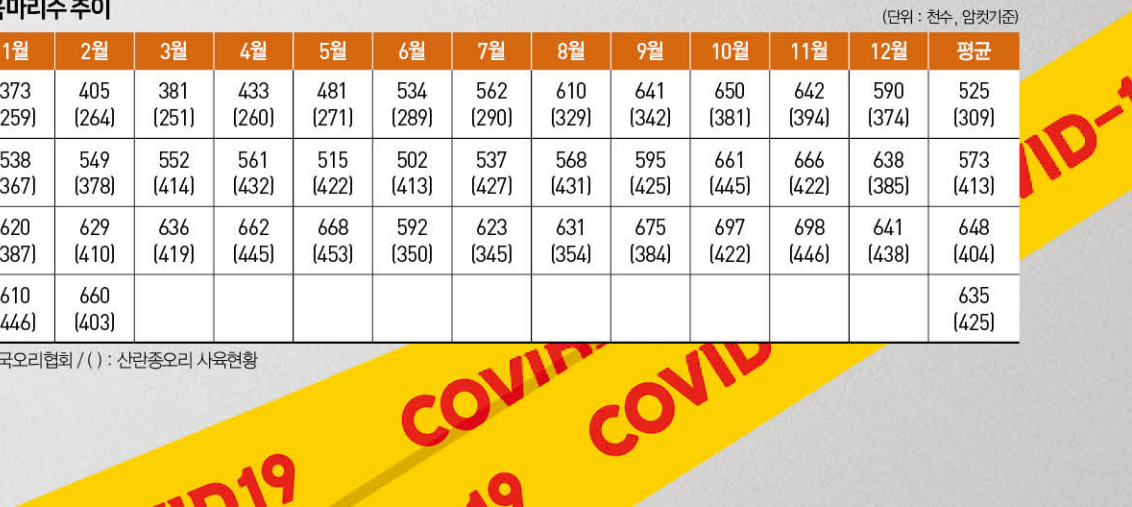
* 자료: 한국오리협회(주요 계열업체 냉동 보유량) / '20.3.19일 현재 6,320천수

종오리사육마리수 추이

(단위: 천수, 암컷기준)

연도	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	평균
2017	373 (259)	405 (264)	381 (251)	433 (260)	481 (271)	534 (289)	562 (290)	610 (329)	641 (342)	650 (381)	642 (394)	590 (374)	525 (309)
2018	538 (367)	549 (378)	552 (414)	561 (432)	515 (422)	502 (413)	537 (427)	568 (431)	595 (425)	661 (445)	666 (422)	638 (385)	573 (413)
2019	620 (387)	629 (410)	636 (419)	662 (445)	668 (453)	592 (350)	623 (345)	631 (354)	675 (384)	697 (422)	698 (446)	641 (438)	648 (404)
2020	610 (446)	660 (403)											635 (425)

* 자료: (사)한국오리협회 / () : 산란종오리 사육현황



COVID19

코로나19로, 식당소비 뚝...오리 직격타

코로나19 확산세가 커지면서 국산축산물물은 수혜아닌 수혜를 입었다. 외출을 자제하고 외식을 줄인 소비자들은 가정소비를 늘리면서 온라인 구매, 언택트 즉 비대면 구매를 늘리기 시작했다.

한우, 한돈, 닭고기 국산 축산물들의 판매가 늘어났다. 수입육이 대부분인 외식업계의 침체로 수입육은 고전을 면치 못하고 국산 축산물은 호황을 누리는 기이한 현상이 이어졌다.

그러나 이 와중에 오리업계는 고스란히 피해를 입었다. 식당에서의 소비가 대부분을 차지하는 오리고기의 특성상 코로나19 확산 여파로 오리고기 판매량이 급감한 것이다. 오리고기 식당 대부분의 소비 급감에 따라 업체에 따라서는 대리점 주문량이 발생 이전 대비 80% 이상 급감한 곳도 있었다.

계열업체 A사의 한 관계자는 “전국 50개 대리점 주문량이 일일 6,000수에서 1200수로 80% 감소했다”며 “서울 소재 오리전문 식당의 경우 주말 일일 200만원에서 44만원으로 78% 감소했다”고 말했다.

온라인 판매, 가격경쟁만 부추겨

온라인 판매가 늘어나고 가정소비가 늘어나면서 훈제오리 판매가 늘어났다는 보고도 있지만 오리업계에는 도움이 되지 않았다. 오리업계의 한 관계자는 “대형마트의 경우도 사람들이 많이 모이는 곳의 방문을 꺼려 판매량이 늘지는 못하고 있담”며 “온라인 판매의 경우도 그 물량이 많지 않고 경쟁이 심해 최저가만 찾기 때문에 판매에는 한계가 있다”고 말했다.

실제로 신선 식품의 특성상 온라인 판매량 증대에는 한계가 있는 것으로 나타났다.

계열업체 B의 관계자는 “온라인몰에서는 판매물 수수료, 아이스팩, 포장재, 물류비 등이 추가로 지출되기 때문에 업체 입장에서는 반길 수 없다”고 밝혔다.



주 52시간제를 비롯한 회식문화의 변화에 따른 오리고기 소비 부진으로 불황이 계속되던데다 코로나19 확산까지 그야말로 오리업체들에게는 ‘엎친데 덮친격’이 되고 있는 것이다.

계열업체 C의 관계자는 “식당 판매 부진에 따른 자금회수 불가, 냉동재고량 적체 및 냉동비용 지출, 고정경비 증가 등으로 계열업체의 어려움은 극에 달하고 있다”며 “계열업체 긴급 운영자금 지원이 필요하다”고 밝혔다.



오리고기 판매 확대위한 특단 대책 필요

오리업체는 이같이 어려움이 가중되면서 산업의 큰 피해를 야기하는 임시방편 AI 대책인 사육제한 정책은 철회하고 대규모로 지출되고 있는 오리농가 사육제한 보상금을 사육 시설 개편을 위한 지원금으로 전환해 AI를 근본적으로 예방할 수 있는 대책을 지금부터라도 추진해 나가야 한다고 주장하고 있다.

이와 함께 오리고기 판매확대를 위한 다양한 방법을 협회차원에서 펼치고 있어 자구책 마련에 나선 오리업체를 위한 정부의 지원이 요구되고 있다.

오리협회는 가정간편식 수요가 증가하는 추세에 맞춰 밀키트 제품 등을 개발하는 한편 프랜차이즈 식당 오리고기 신메뉴 추가와 함께 오리 부분육(특수부위) 개발과 홍보에 나서겠다는 계획이다. 온·오프라인의 대규모 캠페인을 추진하는 한편 오리자조금을 중심으로 오리고기 소비홍보 및 인식개선 관련 사업을 지속적으로 펼치기로 했다.

오리협회의 한 관계자는 “재고 비축물량 대규모 식자재 업체 할인공급으로 조기 소진하는 등의 직접적인 소비홍보책이 필요한 시점”이라며 “정부차원에서도 늪에 빠진 오리산업을 위한 특단의 대책을 마련해줘야 한다”고 주문했다.

사육제한 정책 철회
시설개편 지원금으로 전환
근본적 AI 예방대책
추진해야
|

밀키트 제품
신메뉴 개발 필요
온·오프라인
대규모 캠페인 추진

