

최 종
연구 보고서

오리 및 오리고기의 생산 · 유통 ·
소비구조에 대한 조사 연구

*Production, Marketing, and Consumption of
Ducks and Duck Meat in Korea*

연구 기관
건국대학교

농림부

제 출 문

농림부 장관 귀하

본 보고서를 “오리 및 오리고기의 생산·유통 소비구조에 대한 조사 연구”의 최종 보고서로 제출합니다.

2005년 05 월 31 일

주관 연구기관명 : 건국대학교

총괄연구책임자 : 김 정 주

세부연구책임자 : 김 정 주

연 구 원 : 고 혜 석

연 구 원 : 김 연 정

연 구 보 조 원 : 민 평 홍

연 구 보 조 원 : 강 병 규

연 구 보 조 원 : 윤 재 열

연 구 보 조 원 : 송 민 호

연 구 보 조 원 : 신 승 현

위탁연구기관명 : 한국오리협회

위탁연구책임자 : 김 규 중

선 임 연 구 원 : 조 문 규

선 임 연 구 원 : 안 상 돈

연 구 보 조 원 : 김 성 은

요 약 문

I. 제 목

오리 및 오리고기의 생산, 유통, 소비구조에 대한 조사 연구

II. 연구개발의 필요성

1. 연구의 배경

최근 들어 오리가 축산 부문의 새로운 아이템으로 부상되다가 지난 2003년 말 고병원성 가금 인플루엔자의 발발로 치명적인 타격을 입고 있다. 특히 이번에 발발한 최초의 고병원성 가금 인플루엔자의 발원지가 오리농장이라는 보도가 잇따르면서 오리 때문에 양계산업을 망쳤다는 원망이 빗발치고 있다.

그럼에도 불구하고 오리 고기와 알에 불포화 지방산, DHA 등이 함유되어 있어서 성인병 예방에 특효가 있고 해독작용, 항암작용도 있다는 설이 있어 오리고기 소비가 늘어나고 있다. (2002년에 국민 1인당 소비량 1.07kg)

또한, 벼논에 오리를 방사하면 오리가 해충을 먹이로 먹

기 때문에 살충제를 투여할 필요가 없어서 환경보존에 도움이 될 뿐 아니라 오리가 벼 포기 사이를 헤 짚고 돌아다님으로서 김매기와 같은 효과가 있어 쌀 증산에 도움이 된다는 주장이다.(일명 오리 쌀은 일반 쌀 보다 50%이상 높은 가격으로 판매되고 있으며 그나마 주문하지 않으면 구하기 어려운 실정임)

오리가 잡식성인 성질을 이용, 남은 음식물을 오리로 하여금 먹게 함으로서 도시행정의 난제인 음식물 쓰레기 처리에 유용하게 쓰인다는 주장 등이 오리 사육 동기를 부여하고 있다.

2003년 말 현재 전국에는 1만여 농가가 9백만수의 오리를 사육하고 있는 것으로 추정되며, 같은 해 오리고기 생산은 103,386톤으로 전년(2002년)에 비하여 다소 감소한 것이나, 2001년에 비하면 1.2배가 증가한 것이다.

한편, 오리고기 자급율이 94%에 달한 점을 고려하면 총 11만톤(지육기준)이 소비된 것으로 계산된다. 이는 닭고기에 비하여 아직 미미한 수준이나 오리고기 소비량이 닭고기 전체 소비량의 15%에 육박하고 있다.

특히, 오리고기는 닭고기보다 가슴살이 덜 딱딱한 것으로 평가되어 딱딱한 닭고기 가슴살을 싫어하는 우리국민의 식습관에 부합됨으로서 오리 산업의 잠재력이 클 것으로 판단된다.

최근 오리고기 일본 수출길이 열리면서 오리사육에 더

육 관심이 높아지고 있으나 까다롭기로 유명한 일본 수입 규격에 적합한 오리고기 생산문제가 급격히 부상되고 있다.

그러나 검증되지 않은 막연한 정보를 믿고 오리사육을 시작한 농가들은 “잘 되면 자기 능력이요, 잘못되면 정부 탓”으로 돌릴 소지가 있어 자칫 농정불신으로 이어질 가능성이 있어 농가로 하여금 신중한 선택을 하도록 지도할 필요가 있다.

더구나 오리가 기타가축으로 분류되고는 있으나 농정의 사각지대에 놓여 방치된 과정에서 농장단계에서의 사육실태, 방역체계, 가공단계에서 도압(도축)실태, 오리 고기에 대한 유통 및 소비 실태에 대하여 한번도 체계적으로 연구한 바 없이 보도형식의 일회성 취재 수준의 정보나 구전으로 내려온 정보에 의존하고 있는 실정이다. 따라서 오리의 사육, 방역체계, 도압(도축), 오리고기유통, 오리고기 소비실태를 단계적으로 파악하여 정확한 정보를 농가에 제공하고, 나아가서 수입자유화의 여파로 소득원을 잃은 축산 농가에게 새로운 소득원이 될 수 있는지의 여부를 판단하고 지금까지 방역의 사각지대에 있었던 오리농장에 대한 방역 대책을 수립할 자료가 필요하다.

따라서 오리사육 농가와 오리고기 생산자 및 소비자에게 정직한 정보를 제공하는 것이 무엇보다 시급한 과제이다.

2. 연구의 필요성

1) 기술적 측면:

지금까지는 오리에 대한 관심이 저조한 채, 오리 사육 기술에 대한 연구가 전무한 상태로 남아 있었으나 앞서 지적한 대로 오리고기에 대한 수요가 늘어나면서 오리농장의 방역체계를 포함한 사육, 도축, 오리고기의 유통상태에 대한 관심이 점차 높아지고 있다.

지금까지는 오리에 대한 별도의 사육 기술이 없어도 육계에 준하여 적용함으로써 유지가 가능했으나 오리고기 수요가 증대됨에 따라 이에 대한 별도의 연구가 필요하다. 이를 위한 기초 정보로서 오리의 사육, 도축, 오리고기의 소비 실태조사가 필요하다.

2) 경제 · 산업적 측면:

소비자의 소득 수준이 높아지고 소비자의 식품에 대한 욕구가 다양해지면서, 식품의 소비가 배고픔을 해결하는 단계에서 영양 보충을 위한 단계로, 더 나아가서 영양보충 단계에서 보신을 위한 단계로 접근해 가고 있다.

최근 들어 오리고기가 성인병에 좋다는 속설에 따라 오리 고기를 원료로 하는 전문식당이 늘어나고 있으며 그

가격도 매우 높은 편이다. 그러나 이러한 전문 음식점에 대한 실태조차 파악되지 않고 있어 이에 대한 실태조사가 필요하다.

특히 지금까지는 오리와 양계산업을 별도로 간주해 왔으나 이번 고병원성 가금 인플루엔자의 발발로 방역체계를 놓고 오리와 양계의 밀접한 관계가 절실하게 인식되는 계기가 되었다. 오리농가의 허술한 방역체계가 급기야는 한국의 양계산업을 초토화시킨 결과를 초래하였기 때문이다.

3) 사회 · 문화적 측면:

전통적으로 오리고기는 크게 선호되지 않고 있었으며, 특히 임신부가 오리 고기를 먹으면 손가락이 붙은 아이를 낳는다는 속설이 있어서 금기 음식으로 알려지고 있다. 그러나 최근 들어 이러한 우려는 사라지는 경향을 보이면서 새로운 축산 분야로 부상되고 있다. 그러나 이러한 소비자의 행태에 대하여 조사된 바 없어 앞으로 소비가 얼마나 신장될지 예측되지 않고 있으므로 오리 고기 소비행태에 대한 조사가 필요하다.

3. 국내·외 관련기술의 현황과 문제점

1). 지금까지의 연구개발 실적

오리생산에 대한 자료는 각종 축산개론 교과서에 품종

의 소개정도에 그칠 뿐 사양관리, 방역체계, 종오리 생산, 오리고기 생산 및 유통 등에 대한 분석적인 자료는 전무한 실정이다.

오리의 도축, 가공에 대한 제도 등은 닭을 기준으로 시행되고 있으나, 어떤 점이 어떻게 보완되어야 하는지에 대한 정보가 미흡하다.

중국으로부터 오리고기 일부 수입되고 있으나 이에 대비한 정책개발은 이루어지지 못하고 있다.

2). 현 기술상태의 취약성

오리고기의 소비증가가 최근에 일어나는 현상으로 이에 대한 체계적인 조사 연구가 이루어지지 않는 상태에서 관련 정책이나, 기술을 개발하는 것은 어려운 현실이다.

4. 앞으로의 전망 :

고병원성 가금 인플루엔자의 발발을 계기로 “오리농장의 안전 없이 양계산업의 안전 없다”는 위기감이 팽배한 가운데 오리 산업에 대한 대책 수립이 강력히 요청 될 것으로 보인다.

앞서 지적한대로 보신을 위한 식품의 소비가 늘어날 것으로 전망되는 바 오리고기를 원료로 한 요리의 소비는 증대될 것으로 기대된다.

5. 기술도입의 타당성 :

오리고기를 영양식으로 즐기는 나라는 중국 일부를 제외하고는 드물기 때문에 외국의 연구 결과를 우리가 직접 응용하기는 지난한 실정이다.

Ⅲ. 연구개발 목표와 내용

1. 기술개발의 최종목표

농가단계에서의 오리 사육실태 및 방역체계에 관한 자료를 획득하여 오리산업의 현황과 전망을 명확하게 판단할 수 있는 자료를 제시하고, 오리를 일차적으로 가공하는 도압(도축) 실태를 파악하며, 오리고기의 유통단계에서의 2차 가공 및 소비, 오리고기 수출입실태에 대한 정보를 획득하여 오리산업의 발전 방안을 제시하는 데 궁극적인 목표를 둔다.

2. 단계별 목표

제 1단계 : 농장 단계에서 오리 사육의 유형과 사육목적별 실태 및 방역체계를 조사하고 사육목적에 따른 경제성을 분석하며, 오리사육 농가의 적정 사육규모를 추정함으로써 축산농가 소득작목으로 정착시키기 위한 정책을

개발하되 정부재정지원 및 경영 유형별(계열화) 방안을 모색한다.

제 2단계 : 오리의 도축과 유통실태 및 가공실태를 조사하고, 도축기술, 도압장 배치, 위생조건 등에 대한 정책을 개발한다.

제 3단계 : 오리고기 소비실태조사를 실시함으로써 오리고기 소비구조, 적정가격, 소비자 기호도를 파악하여 오리고기 소비 가능성을 타진하고, 종합적인 소비촉진 대안을 제시하며, 오리고기 요리에 대한 원산지 표시제 정착 등 정책대안을 제시한다.

3. 기술개발 내용

오리사육농가 생산기술, 방역체계, 경영실태, 사육 목적별 유형에 대하여 50농가 이상을 대상으로 현황조사를 실시, 오리산업을 명실상부한 축산업으로 회생시킬 수 있는 방안을 강구한다.

오리고기 수출입현황을 파악하고 오리고기 수출확대 방안을 모색, 대안을 제시한다.

오리 도축 및 유통 소비과정에서의 기술적, 제도적, 관행적 문제점을 파악 개선대책을 제시한다.

오리 고기를 이용한 전문음식점에서의 소비행태를 200명 이상의 소비자를 대상으로 설문조사를 실시, 오리고기 소비 증대 가능성을 타진하되, 방역문제나 조류독감에 대한 소비자 인식에 대하여 중점적으로 설문을 조사, 소비자 신뢰 회복을 위한 방안을 모색한다.

오리고기에 대한 소비자 신뢰를 회복하고 붕괴 직전의 오리 산업 위기를 극복하여 회생시킬 수 있는 대안을 제시한다.

IV. 연구개발 방법 및 설계

1. 오리의 생산기술 및 경영실태 조사

오리사육농가 생산기술, 경영실태, 방역 체계에 대한 실태를 파악하고, 오리산업의 정착을 위하여 필요한 정책을 개발하기 위하여 오리 생산 실태 조사를 실시한다. 현재 오리 전업 농가수는 550여 농가(전체 농가수는 14,000)로 평균 사육수수는 8,500수인 바, 이중 50농가 이상을 임의로 추출하여 방문조사를 실시한다. 이 조사로부터 오리 사육농가의 경영성과, 방역체계, 계열화 경영에 따른 문제점, 농가 소득원으로서의 가능성 등을 파악한다.

오리고기 수출입현황을 파악하여 오리 산업을 명실상부한 축산업으로 정착시키기 위한 정책대안을 제시한다.

2. 오리의 도축, 유통 소비 관행 및 행태 조사

오리 도축 및 유통 소비과정에서의 기술적, 제도적, 관 유통단계별 마진, 위생처리 현황, 소비 행태를 조사 분석 한다.

오리고기 및 기능성 오리 고기에 대한 소비자 선호도 조사를 실시한다. 오리요리나 고기를 소비하는 소비자 200 명 이상을 대상으로 설문조사를 실시하여 오리고기 소비 와 관련한 문제점을 파악하고 오리 고기 소비촉진을 위한 대안을 제시한다.

연구결과의 객관성을 높이기 위하여 오리 사육, 도축 전 문가를 대상으로 검증을 받는다.

V. 기대효과

1. 기술적 측면

오리사육 농가의 입장에서는 오리 농장경영에 대한 객 관적 정보에 접할 수 있어서 자가진단을 위한 자료를 얻 을 수 있고 이를 토대로 벤치마킹이 가능해 질 수 있다. 정부에서도 기타가축 육성 정책개발 자료로 활용할 수 있을 것이다.

2. 경제 · 산업적 측면

정부 및 관련 기관의 입장에서는 지금까지 구전이나, 보도형식의 일회성 정보에만 의존하던 것을 체계적인 연구 결과를 활용할 수 있어서 객관적이고 경제적 접근이 가능한 정책개발이 가능 할 것이다.

불모지나 다름없는 오리 산업 분야를 처음으로 연구 대상으로 정한데 대하여 농업정책에 대한 신뢰도가 높아 질 것이다.

3. 활용방안

이 연구 결과는 새로운 소득원으로 부상되는 오리 산업에 관심 있는 농가의 경영지침서로 활용 될 수 있고 오리 고기 소비 촉진 자료와 오리 산업 정책개발 기초 자료로 활용될 것이다.

SUMMARY

According to the fashionable recognition on the "well-being" concept among the people, the consumption of healthy foods is increased, thereby accelerating the demand of duck meat, which is regarded as a functional food in Korea.

About nine millions of ducks are raised in Korea by about 10 thousands of farm households amounting to 459.5 billion won(460 million U.S.Dollars) in terms of GDP in 2003, which is 71.7% of broiler industry in Korea.

However, due to the poultry influenza prevailed in Korea in 2002, consumers are still reluctant to choose duck meat in their table. In order to revitalize the duck meat market in Korea, duck industry should take some proper measures as follows;

In order to eradicate poultry diseases from their farms, it is necessary for farmers to recognize the importance of preventive measures fully, such as vaccination and the application of the all-in and all-out system in introducing the flocks to the farms.

The buildings and facilities of duck farms should be modernized enough to improve the farms' sanitary. In order to accelerate the modernization of the farm buildings of duck, a standardized design for the farm buildings should be provided.

In order to improve the production of the duck production, seed chicks of duck should be developed using the original parents stocks, and their offsprings should be officially approved. Partly some F1 stocks are used as the seed chick of duck, which is very poor in productivities of their offsprings.

In order to develop the integration system in duck farming, of which more than 70% of the total production are produced, the conflict between the integrators and the growers should be minimized.

The marketing system of the duck meat should be improved, and new dishes made of duck meat should be developed with diversified processed products of duck meats, particularly for young generation.

The origin identification system for the duck meats should be strictly implemented, and the mandatory check-off system is needed to be implied as soon as possible, so that marketing promotion and research works would be possible.

In order to execute over-mentioned tasks, governmental support would be essential in terms of system and finance.

Key words : well-being, healthy foods, functional food, duck, duckling, healthy foods, functional food, poultry influenza, duck meat, vaccination, all-in and all-out system, seed chicks, offspring, integration system, origin identification system, mandatory check-off system,

CONTENTS

| | |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Chapter 1. Introduction | 1 |
| Chapter 2. Production of Ducks | 3 |
| 1. Duck in Korean livestock Industry | 3 |
| 2. Duck farms and number of Ducks | 3 |
| 3. Specification of Duck production | 6 |
| 4. Production of Seed Ducks | 8 |
| 5. Physical features of Duck | 10 |
| 6. Future of Duck industry | 20 |
| 7. Challenges of Duck industry | 20 |
| 8. Production cost of Duck | 23 |
| 9. Price of Duck | 25 |
| 10. Duck farm income by management type | 27 |
| 11. Production technologies of Duck for meat | 30 |
| 12. Avian Influenza | 59 |
| Chapter 3. Integration in Duck Production | 79 |
| 1. The concept of integration | 79 |
| 2. The reasons why we need integration in Duck production | 79 |
| 3. The effect of integration in Duck production | 82 |

| | |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| 4. The contents of integration in Duck production | 83 |
| 5. The integrators | 86 |
| 6. Integration in Duck for meat production | 88 |
| Chapter 4. Marketing of Duck Meat | 106 |
| 1. Theories of livestock marketing | 106 |
| 2. Marketing structure of Duck meat | 117 |
| 3. Price of Duck meat | 120 |
| 4. Exporting and Importing the Duck meat | 121 |
| 5. Establishment of the Mandatory Check-off System | 126 |
| 6. Duck meat and Duck meat processed foods | 129 |
| Chapter 5. Consumption of Duck meat | 137 |
| 1. Survey on Duck meat consumption | 137 |
| 2. Survey on Duck meat processed foods restaurants | 163 |
| 3. Eating-Out industry of Duck meat by franchise system | 195 |
| Chapter 6. Summary and Suggestions | 208 |
| 1. Summary | 208 |
| 2. Suggestions | 228 |
| < References > | 237 |
| < Appendixes > | 238 |

< 목 차 >

| | |
|-----------------------------|----|
| 제 1 장. 서 론 | 1 |
| 제 2 장. 오리의 생산 | 3 |
| 1. 오리산업의 위치 | 3 |
| 2. 오리사육 농가 및 사육수수 | 3 |
| 3. 오리생산의 특징 | 6 |
| 4. 종오리 사육현황 | 8 |
| 5. 오리의 생리적 특징 | 10 |
| 6. 오리생산의 전망 | 20 |
| 7. 오리생산부문의 과제 | 20 |
| 8. 오리새끼 및 육용오리 생산비 | 23 |
| 9. 오리의 가격 동향 | 25 |
| 10. 오리사육 농가 경영형태별 수익성 | 27 |
| 11. 육용오리의 사육기술 | 30 |
| 12. 조류 인플루엔자 | 59 |
| 제 3 장. 육용오리 생산의 계열화 | 79 |
| 1. 계열화 사업의 개념 | 79 |
| 2. 육용오리 계열화 사업의 필요성 | 79 |
| 3. 육용오리 계열화사업 체계의 효과 | 82 |

| | |
|-----------------------------------|------------|
| 4. 오리 계열화 생산의 계약 내용 | 83 |
| 5. 계열주체 | 86 |
| 6. 육용오리의 계열경영 | 88 |
| 제 4 장. 오리고기의 유통 | 106 |
| 1. 축산물 유통 이론 | 106 |
| 2. 오리고기 유통 구조 | 117 |
| 3. 오리가격 | 120 |
| 4. 오리 고기의 수출입 | 121 |
| 5. 의무 자조 금(Check-off)제도의 정착 | 126 |
| 6. 오리고기 요리 | 129 |
| 제 5 장. 오리고기의 소비 | 137 |
| 1. 오리고기 소비실태 조사 | 137 |
| 2. 오리고기 전문 음식점 운영실태 조사 | 163 |
| 3. 오리고기 전문 프랜차이즈 외식사업 | 195 |
| 제 6 장. 요약 및 제언 | 208 |
| 1. 요약 | 208 |
| 2. 제 언 | 228 |
| < 참 고 문 헌 > | 237 |
| < 부 록 > | 238 |

< 표 차 례 >

| | |
|------------------------------------------------|----|
| < 표 2 - 1 > 연도별 오리사육 농가수 및 상시 사육수수 | 4 |
| < 표 2 - 2 > 육용오리 연간 생산수수 및 오리고기 생산 | 6 |
| < 표 2 - 3 > 종오리 및 종란 생산량 추정 | 8 |
| < 표 2 - 4 > 2003년도 오리새끼 생산비 | 24 |
| < 표 2 - 5 > 2003년도 육용오리 생산비 | 25 |
| < 표 2 - 6 > 2003년 월별 육용오리 및 오리새끼 유통가격 | 25 |
| < 표 2 - 7 > 육용오리 단독경영의 수익성 | 28 |
| < 표 2 - 8 > 체리벨리 슈퍼 M3 육용오리(SM3) 사양관리 성적 | 31 |
| < 표 2 - 9 > 오리 점등 프로그램 | 57 |
| < 표 2 - 10 > 체리베리 슈퍼 M3 육용오리 관리 요령 | 58 |
| < 표 2 - 11 > 확진된 인간에서 감염된 조류 인플루엔자 증례 | 62 |
| < 표 2 - 12 > 기관별 역할 | 68 |
| < 표 2 - 13 > 인플루엔자의사환자 가검물 채취 및 수송 요령 | 68 |
| < 표 2 - 14 > 대유행의 국내전파 단계 | 69 |
| < 표 3 - 1 > 육용오리 사육 계약내용사례 | 84 |
| < 표 3 - 2 > 종오리 사육 계약내용사례 | 85 |
| < 표 3 - 3 > 오리 계열업체의 계열화 정도 | 86 |
| < 표 3 - 4 > 오리계열주체의 품질향상을 위한 조치 | 87 |

| | |
|--------------------------------------------------|-----|
| < 표 3 - 5 > 응답자의 연령 및 오리 사육비 수준 | 90 |
| < 표 3 - 6 > 응답자의 연간 오리 입식회수 | 90 |
| < 표 3 - 7 > 응답자의 향후 오리사육 계획과 계열화 참여의향 | 91 |
| < 표 3 - 8 > 사육규모 및 육성율 | 92 |
| < 표 3 - 9 > 출하시 생체중, 출하일령 및 사료 요구율 | 94 |
| < 표 3 - 10 > 수당사육비 및 생산지수 | 97 |
| < 표 3 - 11 > 육용오리 수당 수익을 종속변수로 한 회귀방정식추정결과 | 100 |
| < 표 3 - 12 > 육용오리 경영성적관련 변수의 상관 Matrix | 103 |
| < 표 4 - 1 > 도압장 위치 | 115 |
| < 표 4 - 2 > 단계별 오리 및 오리고기 가격(계열화의 경우) | 120 |
| < 표 4 - 3 > 연도별 오리고기 수입량 | 125 |
| < 표 4 - 4 > 오리고기 보관 기간 | 133 |
| < 표 4 - 5 > 오리고기 요리 시간 | 135 |
| < 표 5 - 1 > 응답자의 연령 | 138 |
| < 표 5 - 2 > 응답자의 성별 | 138 |
| < 표 5 - 3 > 응답자의 월 소득 | 139 |
| < 표 5 - 4 > 응답자의 주거 형태 및 가족 구성원 수 | 139 |
| < 표 5 - 5 > 응답자의 직업 | 140 |
| < 표 5 - 6 > 육류 선호도 | 140 |
| < 표 5 - 7 > 오리고기 선호도 | 141 |
| < 표 5 - 8 > 오리고기 선호하는 연령층 | 141 |

| | |
|----------------------------------------|-----|
| < 표 5 - 9 > 오리고기에 대한 평가 (가격, 맛) | 142 |
| < 표 5 - 10 > 오리고기에 대한 평가 (위생상태, 크기) | 143 |
| < 표 5 - 11 > 오리고기에 대한 평가 (영양, 구입편리성) | 144 |
| < 표 5 - 12 > 오리고기에 대한 종합 평가 | 145 |
| < 표 5 - 13 > 가정에서 오리고기를 먹어 본 경험 유무 | 146 |
| < 표 5 - 14 > 가정에서 오리고기를 먹어 본 경험 | 146 |
| < 표 5 - 15 > 오리고기 요리 중 가장 선호하는 요리 | 147 |
| < 표 5 - 16 > 오리고기 소비 시 동반 인원 | 148 |
| < 표 5 - 17 > 오리고기를 먹기 위해 지불하는 금액 | 149 |
| < 표 5 - 18 > 오리고기 소비 시기 | 150 |
| < 표 5 - 19 > 브랜드화 된 오리고기 제품 구입 경험 | 150 |
| < 표 5 - 20 > 브랜드화 된 오리고기 구입 동기 | 151 |
| < 표 5 - 21 > 브랜드화 된 오리고기 제품 만족도 | 152 |
| < 표 5 - 22 > 브랜드화 된 오리고기 제품 만족 요인 | 153 |
| < 표 5 - 23 > 유황 오리고기 등 기능성 오리고기에 대한 평가 | 154 |
| < 표 5 - 24 > 유황 오리고기와 일반 오리고기 차이점 | 154 |
| < 표 5 - 25 > 오리고기와 닭고기의 가격에 대한 상대 평가 | 155 |
| < 표 5 - 26 > 오리고기와 닭고기의 맛에 대한 상대 평가 | 155 |
| < 표 5 - 27 > 오리고기와 닭고기의 위생에 대한 상대 평가 | 156 |
| < 표 5 - 28 > 오리고기와 닭고기의 크기에 대한 상대 평가 | 156 |
| < 표 5 - 29 > 오리고기와 닭고기의 영양에 대한 상대 평가 | 157 |

| | |
|------------------------------------------------|-----|
| < 표 5 - 30 > 오리고기와 닭고기의 구입 편리성에 대한 상대 평가 | 157 |
| < 표 5 - 31 > 오리고기와 닭고기의 선호도 | 158 |
| < 표 5 - 32 > 오리고기보다 닭고기를 더 선호하는 이유 | 159 |
| < 표 5 - 33 > 응답자의 오리고기 요리 경험 | 159 |
| < 표 5 - 34 > 가정에서 오리고기 요리를 할 경우 요리 형태 | 160 |
| < 표 5 - 35 > 조류독감 이후 오리고기 소비성향 | 161 |
| < 표 5 - 36 > 향후 조류독감이 발생할 경우 오리고기 소비 의향 | 161 |
| < 표 5 - 37 > 응답자의 향후 오리고기 소비 의향 | 162 |
| < 표 5 - 38 > 응답자의 경영형태 | 164 |
| < 표 5 - 39 > 응답자의 연령 | 165 |
| < 표 5 - 40 > 응답자의 오리고기 전문 음식점 사업 경력 | 166 |
| < 표 5 - 41 > 응답자의 연간 평균 소득 | 167 |
| < 표 5 - 42 > 오리고기 전문 음식점을 시작한 동기 | 168 |
| < 표 5 - 43 > 오리고기 전문 음식점 유형 | 169 |
| < 표 5 - 44 > 오리고기 전문 음식점의 오리고기 요리 종류 | 170 |
| < 표 5 - 45 > 오리고기 전문 음식점의 종사자 수 | 171 |
| < 표 5 - 46 > 오리고기 전문 음식점의 사업장 규모 | 172 |
| < 표 5 - 47 > 오리고기 전문 음식점의 수용 가능 고객 수 | 173 |
| < 표 5 - 48 > 오리고기 전문 음식점의 매출액 규모 | 175 |
| < 표 5 - 49 > 오리고기 전문 음식점의 투자규모 | 176 |
| < 표 5 - 50 > 오리고기 전문 음식점의 인건비 월 지출액 | 177 |

| | |
|---------------------------------------------------------|-----|
| < 표 5 - 51 > 오리고기 전문 음식점의 월 식자재 구입비용 | 178 |
| < 표 5 - 52 > 오리고기 전문 음식점의 오리 구입가격 | 179 |
| < 표 5 - 53 > 오리고기 전문 음식점의 오리 조달 방법 | 181 |
| < 표 5 - 54 > 오리고기 전문 음식점에서 오리 구매 시 고려하는 요인 | 182 |
| < 표 5 - 55 > 오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급 받는 간격 | 183 |
| < 표 5 - 56 > 오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급받는 횟수 | 184 |
| < 표 5 - 57 > 오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급받는 양 | 185 |
| < 표 5 - 58 > 오리고기 전문 음식점에서 오리를 조달 받는 형태 | 186 |
| < 표 5 - 59 > 오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급 받는 경우 포장 유무 | 187 |
| < 표 5 - 60 > 오리고기 전문 음식점에서의 오리 보관 방법 | 188 |
| < 표 5 - 61 > 오리고기 전문 음식점에서의 오리 보관 기간 | 189 |
| < 표 5 - 62 > 오리고기 소비확대에 지장을 주는 장애요인 | 190 |
| < 표 5 - 63 > 오리고기 전문 음식점 사업을 자녀에게 물려줄 의향 | 191 |
| < 표 5 - 64 > 새로운 오리고기 요리나 메뉴를 개발할 의향 | 193 |
| < 표 5 - 65 > 응답자의 기존의 오리고기 전문점 사업을 확대할 의향 | 194 |
| < 표 5 - 66 > 오리계열업체의 프랜차이즈 외식사업 참여 현황 및 브랜드 현황 | 196 |
| < 표 5 - 67 > 오리고기 전문 프랜차이즈점 초기 개설비용 | 202 |
| < 표 5 - 68 > 오리고기 전문 프랜차이즈점 수익구조(월간) | 206 |

< 그림 차례 >

| | |
|-----------------------------------------|----|
| < 그림 2 - 1 > 오리 사육농가 및 사육수수 변동 추세 | 5 |
| < 그림 2 - 2 > 월별 육용오리 생산량 | 7 |
| < 그림 2 - 3 > 월별 종란 생산량 | 10 |
| < 그림 2 - 4 > 육용오리 및 오리새끼 가격변동 | 26 |
| < 그림 2 - 5 > 오리사육장의 위치 | 32 |
| < 그림 2 - 6 > 오리사육장의 환경 | 33 |
| < 그림 2 - 7 > 오리사육장의 바닥 | 34 |
| < 그림 2 - 8 > 오리사육장의 벽 | 35 |
| < 그림 2 - 9 > 오리 포획 프레임 | 36 |
| < 그림 2 - 10 > 오리포획 방법 | 37 |
| < 그림 2 - 11 > 축사의 청결 | 38 |
| < 그림 2 - 12 > 오리축사의 환기 | 40 |
| < 그림 2 - 13 > 오리 축사의 백신 | 41 |
| < 그림 2 - 14 > 오리에 대한 투약(1) | 42 |
| < 그림 2 - 15 > 오리에 대한 투약(2) | 43 |
| < 그림 2 - 16 > 오리축사 바닥 면적 | 44 |
| < 그림 2 - 17 > 오리축사의 난방 | 46 |

| | |
|---------------------------------------------------|-----|
| < 그림 2 - 18 > 오리축사 난방을 위한 열원 | 47 |
| < 그림 2 - 19 > 육추실의 레이아웃 | 48 |
| < 그림 2 - 20 > 육추실의 온도와 오리새끼 대응 | 49 |
| < 그림 2 - 21 > 육추실의 급수기(1) | 51 |
| < 그림 2 - 22 > 육추실의 급수기(2) | 51 |
| < 그림 2 - 23 > 육추실의 물섬 | 52 |
| < 그림 2 - 24 > 육추실 철제형 급수기 | 53 |
| < 그림 2 - 25 > 튜브형 급이기 | 55 |
| < 그림 2 - 26 > 호퍼형 급이기 | 55 |
| < 그림 2 - 27 > 동남아시아 조류 인플루엔자 발생현황 | 63 |
| < 그림 2 - 28 > 단계별 검역절차 | 70 |
| < 그림 3 - 1 > 오리계열화 사업체계도 | 88 |
| < 그림 4 - 1 > 도압장 지역별 분포 | 115 |
| < 그림 4 - 2 > 오리 유통 체계도(단독경영) | 119 |
| < 그림 4 - 3 > 오리 유통 체계도(계열화경영) | 119 |
| < 그림 4 - 4 > 연도별 오리고기 수입량 | 125 |
| < 그림 5 - 1 > 오리계열업체의 오리고기 전문 프랜차이즈점 운영체계 | 197 |
| < 그림 5 - 2 > 오리고기 전문 프랜차이즈점 개설절차 | 199 |
| < 그림 5 - 3 > 오리고기 전문 프랜차이즈점 초기 개설비용 | 204 |

제 1 장. 서 론

최근 우리사회에 불고 있는 소위 웰빙(Well-being) 바람과 함께 국민들의 건강에 대한 관심이 높아지고 있고, 이에 따른 건강식품에 대한 수요도 증가하고 있다. 이러한 추세에 맞추어 보양식으로 알려져 있는 오리고기의 소비량 또한 지속적으로 증가하여 1994년 국민 1인당 0.35kg이던 것이 2002년에는 1.07kg으로 무려 3배 이상 증가하였다.

그러나 2003년 12월 고병원성 가금 인플루엔자의 발병 원인이 오리로부터 시작되었다는 사실이 알려지면서 오리고기 소비가 평소의 80%까지 줄어들어 오리 산업의 생산기반이 크게 붕괴되는 상황에 이르렀다. 그후 정부나 업계의 노력으로 오리고기 소비심리가 다소 되살아나고 있는 경향을 보이나 2004년 말 현재 아직 완전 회복되지는 못하고 있는 실정이다.

2003년말 현재 전국에는 1만여호의 농가가 9백만여수의 오리를 사육하고 있으므로 아직도 상당한 농가의 소득원으로 자리 잡고 있으며, 생산액면에서 보아도 2003년 육계 생산액 6,412억원의 71.7%(4,595억원)에 이르고 있어서 오리 산업이 결코 무시될 수 없을 만큼 큰 비중을 차지하고 있다.

오리고기는 1991년에 이미 수입 개방되었으나 현재 자

급율이 94%에 이르고 있고, 과거에 정부의 정책지원이 없는 환경 속에서 오리 산업은 자생적으로 꾸준한 성장을 해왔을 뿐 아니라 특히, 오리는 거친 환경에 대한 강한 적응력 등의 이유로 다른 축종에 못지않은 경쟁력을 가지고 있어서 농가의 소득 작목으로서의 충분한 가치가 있다고 판단된다.

이 연구에서는 오리의 사육 현황과 오리고기 생산·유통 및 소비실태를 파악하고 오리산업 발전을 위한 대책을 제시 하고자 한다.

제 2 장. 오리의 생산

1. 오리산업의 위치

2002년 한국 축산물 생산액 9.1조원중 오리산업 생산액은 5천5백86원으로 6.2%해당된다. 농림업 생산액 기준 오리 품목은 딸기, 포도, 마늘, 오이에 이어 14위를 차지하였고 가축 생산액 기준 돼지, 한육우, 닭에 이어 4대 축종으로 농가 주요 소득원으로 급부상하였다. 1995년-2002년 축산물 생산액 증가분은 3.1조원에 달했는데 그중 오리가 4,018억원(13%)을 기여하였다.

한편, 식생활 개선에 따른 기능성 육류인 오리고기 소비가 크게 증가하였는데 전술한 바와 같이 국민 1인당 오리 소비량은 증가하는 추세이다. 이를 다른 축산물 소비량과 비교하면 그 증가 폭이 높다. 즉, 1997년에 국민 1인당 전체 육류소비량은 29.3kg이던 것이 2002년에 33.5kg으로 14%가 증가하는데 그쳤으나 오리고기는 같은 기간 동안 0.90kg에서 1.07kg으로 18%가 증가하였다.

2. 오리사육 농가 및 사육수수

오리사육은 그 목적에 따라 종(種)오리와 육용오리로 구분 되는 바, 종오리와 육용오리를 합한 오리 사육농가 수와 사육수수는 꾸준히 증가하였는데 사육 농가 수는 1993

년에 9,861호이던 것이 2003년에는 9,987호로 1.2% 증가하였다. 이는 다른 축산농가에 비해 사육농가수가 상대적으로 높은 것이다.

한편, 오리 상시 사육수수는 1993년에 1,031천수이던 것이 2003년에는 9,017천수로 무려 9배 가까이 증가하였다. 또한 같은 기간 동안 호당 평균 상시 사육수수는 104수에서 903수로 커져 규모화가 급격하게 이루어지고 있다¹⁾.

< 표 2 - 1 > 연도별 오리사육 농가수 및 상시 사육수수

| 연도 | 사육 농가수 (호) | 사육 수 (수) | 호당 평균 사육 수수 (수) | 오리 전업농가수 (호) | 전업농평균 사육 수수 (수) | 전업 농 사육 비중 (%) |
|------|---------------|-------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|----------------------|
| 1997 | 9,028 | 2,709,431 | 300 | 312 | 7,601 | 86.8 |
| 1998 | 8,820 | 3,167,214 | 359 | 343 | 8,195 | 88.7 |
| 1999 | 12,673 | 4,787,207 | 377 | 474 | 9,035 | 89.4 |
| 2000 | 12,986 | 4,787,214 | 395 | 525 | 8,805 | 90.0 |
| 2001 | 12,845 | 6,715,554 | 519 | 626 | 10,072 | 93.9 |
| 2002 | 11,679 | 7,823,541 | 670 | 658 | 11,306 | 95.0 |
| 2003 | 9,987 | 9,017,280 | 903 | 653 | 13,324 | 96.5 |

자료 : <http://livestock.nonghyup.com>

또한 호당 2천수 이상 오리를 사육하는 농가를 전업농으로 규정²⁾할 때 오리 전업농수는 1993년에 143농가에 불과하던 것이 2003년에는 653농가로 4.6배로 증가하였고 2003년 이들 평균 사육수수는 13,324수, 사육수수 비중은

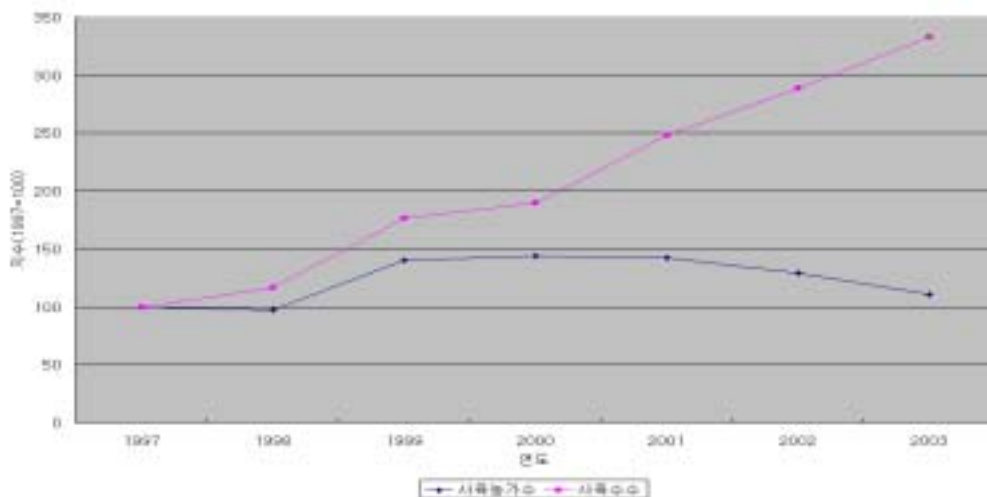
- 1) 이상의 통계는 정부의 공식통계가 아니고 오리협회가 사료 소비량 등을 감안하여 추정한 자료임.
- 2) 오리전업농의 50%는 전남지역에 분포되어 있음. 오리와 육계를 비교할 때 평당 입식수량 10수 : 50수정도 이므로 육계 1만수 규모는 오리 2천수 규모로 간주할 수 있음.

96.5%에 달한 것으로 추산된다.

이처럼 오리전업농 수가 증가한 것은 오리산업의 불황이 계속되면서 단독경영농가는 생산물의 판매 등에 대처하는 능력이 없어 오리사육을 지속하기가 어려워짐에 따라 생산과 유통을 통합시킨 계열 경영이 대안으로 떠올랐고 계열주체는 영세 소규모 농가보다는 기술적인 면이나 시설 면에서 앞선 대규모 농가를 선호하기 때문인 것으로 보인다.

또한, 친환경 농산물 생산기법인 오리농법의 증가로 오리사육수수가 증가한 것도 전업농 수 증가 원인이 된다. 1993년부터 시작된 오리 농법이 친환경 농산물 생산 정착에 따라 개량 청둥오리 사육물량이 매년 크게 증가한 것이다.

< 그림 2 - 1 > 오리 사육농가 및 사육수수 변동 추세
(1997 = 100)



3. 오리생산의 특징

한국 오리협회가 사료 생산량을 기초로 추정한 육용오리 연간 생산 수수는 2003년에 25,741천수³⁾인 것으로 이는 1997년에 23,838천수에 비하면 다소 증가한 것이다.

< 표 2 - 2 > 육용오리 연간생산수수 및 오리고기 생산
(단위 : 천수, 천톤)

| 구 분 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------------|
| '97 | 1,572 | 1,653 | 1,759 | 2,283 | 2,024 | 2,516 | 2,843 |
| '98 | 1,604 | 1,222 | 1,322 | 1,053 | 1,175 | 1,748 | 1,666 |
| '99 | 1,385 | 1,534 | 1,505 | 1,516 | 1,629 | 2,194 | 2,322 |
| '00 | 2,566 | 2,053 | 1,758 | 1,979 | 2,937 | 2,694 | 2,634 |
| '01 | 2,536 | 2,041 | 2,615 | 2,102 | 3,474 | 3,217 | 3,085 |
| '02 | 2,068 | 1,959 | 2,215 | 3,088 | 4,117 | 3,785 | 3,506 |
| '03 | 2,125 | 1,716 | 1,753 | 1,606 | 2,687 | 3,151 | 2,663 |
| '04 | 1,646 | 1,982 | 2,086 | 2,034 | 2,327 | 2,300 | 2,325 |
| 구 분 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 합 계 | 오리고기 생 산 |
| '97 | 2,564 | 1,716 | 1,670 | 1,619 | 1,619 | 23,838 | 51,898 |
| '98 | 1,690 | 1,469 | 1,114 | 1,004 | 1,232 | 16,299 | 54,460 |
| '99 | 2,106 | 2,158 | 1,550 | 1,626 | 1,913 | 21,438 | 72,455 |
| '00 | 1,867 | 1,710 | 1,870 | 2,548 | 2,300 | 26,916 | 79,821 |
| '01 | 2,102 | 1,948 | 2,867 | 3,077 | 2,797 | 30,866 | 83,102 |
| '02 | 1,977 | 1,844 | 1,792 | 2,008 | 2,417 | 30,776 | 106,866 |
| '03 | 1,770 | 1,817 | 2,027 | 2,223 | 2,203 | 25,741 | 103,386 |
| '04 | 2,098 | 1,975 | 2,020 | 2,235 | 2,390 | 25,418 | - |

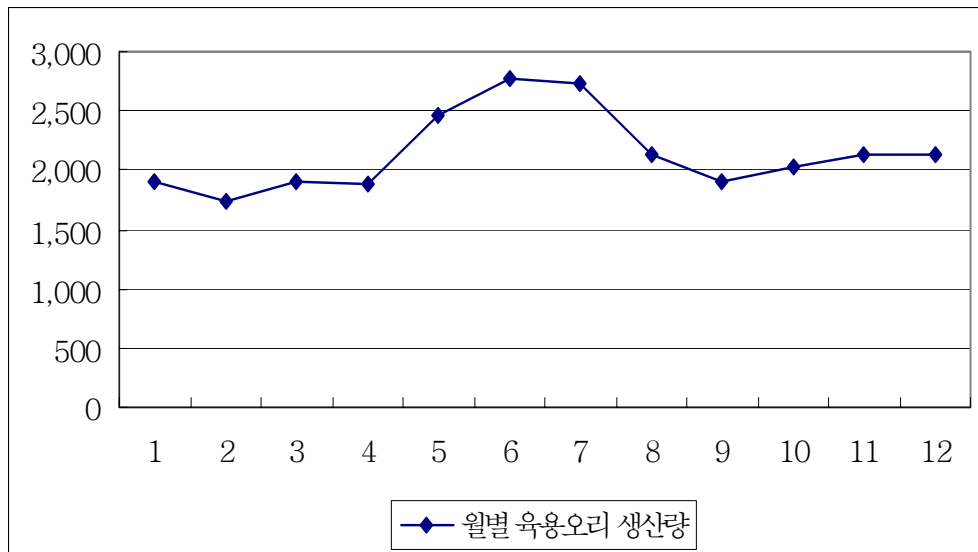
3) 그런데 농림부가 발표한 2003년 오리고기 생산량은 103,386톤인 바, 여기에는 오리 육용사료로 사육된 오리를 포함, 농산 부산물 등에 의하여 사육된 오리외 종오리에의한 오리고기까지를 포함한 것으로 추정됨.

한편, 전술한 바와 같이 2003년 전체 오리 상시 사육수 수 9,017 천수이었던 바 그 중 육용오리 상시 사육수수는 6,435천수, 종오리 사육수수는 2,565천수로 추정된다.⁴⁾

오리생산량은 계절별로 차이를 보이는 바, 하절기인 6월 부터 8월 사이의 생산량이 높고, 동절기인 11월부터 2월 사이는 대체로 낮다. 이는 오리고기 소비에 있어서 하절기 복날을 중심으로 몸보신을 위한 오리고기 수요가 증가하기 때문인 것으로 보인다.

< 그림 2 - 2 > 월별 육용오리 생산량

(단위 : 천수)



4) 전체 오리사육수수 9백만수를 연중 4회전에 의한 생산으로 보면 육용오리 사육수수는 6,435천수가 되고 나머지 2,565천수는 수컷을 포함한 종오리 사육수수가 됨.

4. 종오리 사육현황

배합사료 생산판매량 중 종오리 사료 생산량을 기준으로 추정한 암컷기준 종오리 월평균 생산 마리수는 2003년에 197천수이다. 여기에 수컷을 포함하면 월평균 237천수의 종오리가 사육된 것으로 추정된다.

같은 방법으로 2004년 상반기 종오리 사육수수를 추정한 바 암컷기준 175천수, 수컷 포함 210천수가 사육되고 있는 것으로 추정된다.

2003년 종란 총 생산량은 44,140천개로 월 평균 3,678천개의 종란이 생산된 것으로 되는데 2003년 오리새끼 생산량은 25,740천수를 생산하여 월 평균 2,140천수의 오리새끼를 생산한 것으로 추정된다.

2004년 상반기 종란 생산량은 16,493천개를 생산하여 월 평균 2,748천개의 종란이 생산된 것으로 추정되며 오리새끼 생산은 14,634천수로 월 평균 2,439천수의 오리새끼가 생산된 것으로 추정된다. 이는 1997년에 비하여 종오리수는 18%, 오리알 수는 두 배가 넘는 것이다.

< 표 2 - 3 > 종오리 및 종란 생산량 추정

(단위 : 천수)

| 구 | 분 | 종 오 리 | | | 종란 및 오리새끼 | |
|----------------|-----|-------|-----|-------|-----------|--------|
| | | 암 | 수 | 계 | 종란 | 오리새끼 |
| 2003년 | 월평균 | 197 | 40 | 237 | 3,678 | 2,140 |
| | 전체 | 2,364 | 480 | 2,844 | 44,140 | 25,740 |
| 2004년 (상반기) | 월평균 | 175 | 35 | 210 | 2,748 | 2,439 |
| | 전체 | 2,100 | 420 | 2,520 | 16,493 | 14,634 |

원종(PS) 종오리 생산성은 종란으로 연간 280개 내외, 오리새끼로 238수 내외를 생산하는데 반해 국내 종오리 사육농장은 연간 230개의 종란생산, 150-160수내외의 오리 새끼를 생산하여 PS 종오리 대비 37%수준에 그치는 것으로 나타났다. 이는 종오리를 원종(PS)으로 하지 않고 1대 잡종(F1)을 종오리로 쓰고 있는 데 기인한 것으로 보인다. 현재 종오리로 쓰인 오리의 70%정도가 원종(PS)이 아닌 1대잡종(F1)인 것으로 추정된다.

1대잡종(F1)을 종오리로 쓰는 경우 거기에서 생산된 오리새끼 품질 균일도가 떨어져 사육농장의 생산성 저하 원인이 된다. 조사에 의하면 1대잡종(F1)을 종오리로 쓰는 경우 사료요구율이 2.2-2.5kg인데 반해 원종(PS)을 종오리로 쓰는 경우 육용오리 사료요구율은 2.0-2.3kg로 생산비 증가요인이 되고 있다.

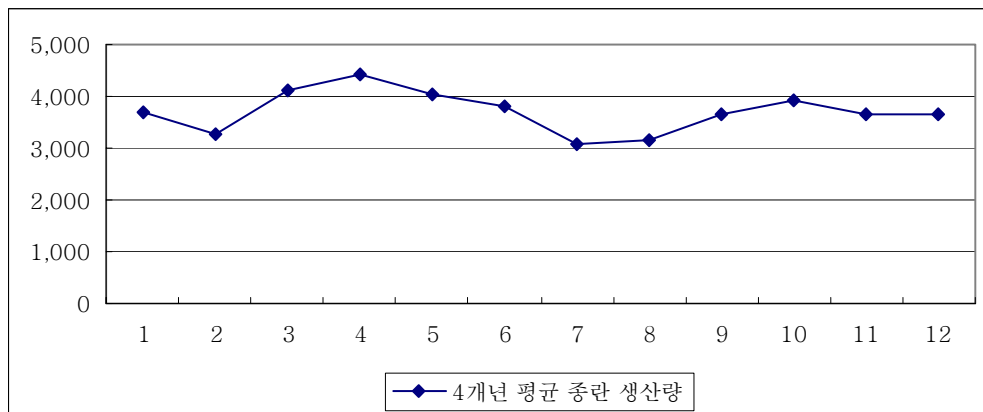
현재 종오리 전량을 수입에 의존하고 있는 현실에서는 육종회사로부터 원원종(GPS) 도입과 관련 원종(PS) 생산 체계를 국내에 구축하여 원종(PS) 구입단가를 낮추는 노력이 필요하다. 현재 수입되는 원종(PS) 종오리 국내 도착 가격이 9,000-12,000원에 달하고 있는 실정으로 이는 모두 육용오리 생산비 증가 요인으로 적용하고 있는 실정이다.

월별 종란의 생산수를 보면 대체적으로 3-5월의 생산수가 많고 7-8월 및 11-2월의 생산수는 적은 것으로 나타나고 있다.

이는 종오리의 계절별 산란율이 봄에는 높고, 여름과 겨울에는 낮기 때문인 것으로 풀이된다.

< 그림 2 - 3 > 월별 종란 생산량

(단위 : 천개)



5. 오리의 생리적 특징⁵⁾

가. 오리의 기원

오리는 주로 유럽, 북미, 동부아시아, 특히 중국남부 호수지방에 분포하는 수금(水禽)의 일종이다. 고대 이집트에서 BC 3000-2000년경의 벽화에 오리그림이 나오는 것으로 보아 오래 전부터 오리는 인류와 관계가 있었으며, 유럽에

5) 한국오리협회, 효과적인 오리 사양관리법, 월간 오리마을, 2004(11),pp52~57에서 발췌.

서는 BC 100년경에 사육기록이 전해진다.

우리나라의 오리사육 역사는 명확히 밝혀진 바는 없지만 중국의 집오리가 유입되면서 사육되어진 것으로 보아진다.

오리는 야생의 것을 순화하여 가금화한 것으로 지금도 집오리와 들오리 또는 물오리와 서로 교미가 가능하고 깃털발육과 털갈이하는 현상이 비슷하며, 수컷의 꼬리깃이 위로 말리는 모양도 비슷하다. 가금화 초기에는 주로 육용으로 사육되었으며 봄철에만 산란하였다. 그러나 오늘날에는 카키 챔벨, 인디안 러너 등과 같은 난용종의 우수한 것은 1년에 300개 이상을 산란한다.

최근 건강 기호식품으로 오리고기가 각광을 받으면서 식용위주의 육용오리가 널리 사육되고 있으며, 특히 육량은 많고 지방은 적은 육질로 개선하고 기능성을 부각하여 소비자 기호에 맞도록 개량되고 있다.

나. 오리의 품종

1). 난용종

(가). 인디안 러너(Indian Runner)

동남아시아가 원산으로 깃털 색깔에 따라 내종이 다양하지만 주되 특징으로 털색은 갈색과 백색이 섞였으며, 주

둥이는 황색이고 다리는 오렌지색이다. 다른 오리와는 달리 자세가 곧으며 목과 몸이 길다. 체질이 강건하여 사양 관리가 용이하며, 알을 잘 낳으면서 고기 맛도 좋다.

체중은 암컷이 1.4-2.0kg, 수컷이 1.6-2.3kg이며, 연간 150-200개를 산란하는데 난각색은 흰색 또는 담녹색이다.

(나). 카키 켈벨(Khaki Campbell)

켈벨종에는 암색종, 백색종, 카키종이 있으나 주로 사육되는 품종으로는 카키종이 널리 알려져 있다. 카키 켈벨종은 인디안 러너종의 암컷과 르왕종의 교배종이며, 수컷의 머리와 목, 날개는 청동색이며, 부리는 녹청색, 다리는 검은 오렌지색이다.

체질이 강건하여 넓은 장소에 방사(放飼)하는데 적당하다. 부화 후 5-6개월 성장하면 알을 낳으며, 다산종으로 1년에 200-300개를 산란한다. 알무게는 평균 75g 정도로 알껍질은 백색을 띄며, 성숙시 체중은 암컷이 1.8-2.2kg, 수컷이 2.0-2.5kg이다.

2). 육용종

(가). 르왕(Rouen)

프랑스가 원산지이며 세계에서 가장 오래된 품종의 하나이다. 몸 형태는 수평의 자세를 가지며, 수컷은 머리와

목이 녹색에다 순백색의 띠가 둘러져 있으며 암컷은 전체가 진한 갈색이다. 성질이 온순하고 체질이 강건하며 육질이 좋다.

알 무게는 75g으로 담록 색이며 1년에 약 80개를 낳는다. 체중은 암컷이 3.9-4.1kg, 수컷이 4.5-5.0kg이다.

(나). 에일스버리(Aylesbury)

영국이 원산으로 털색은 암수 모두 희고 윤이 난다. 몸집은 길고 넓으며 다리와 부리는 오렌지색이다. 체질이 강건하고 다른 품종에 비해 비육이 잘 되는 편이며 고기 맛도 좋다.

흰색의 알을 1년에 약 60개 정도 산란하며, 알 무게는 약 77g정도이다. 어미 오리의 체중은 암컷이 3.6-4.1kg, 수컷이 4-4.5kg 정도이다.

(다). 머스코비(Muscovy)

남미가 원산으로 순화과정에서 체형이 커졌고 색깔과 무늬가 선명해졌다. 육용 또는 애완용으로 사육되며 다른 오리와는 달리 사향오리가 조상이다.

특이한 몸 냄새가 나는 것이 특징으로 체질이 강건하고 투쟁성이 강하며, 알을 품는 성질(취소성;就巢性)도 있다. 털색은 순백색과 흑록색에 흰털이 섞인 것이 있다. 어릴 때의 고기는 연하고 맛이 좋으나 나이가 들면 질기고 나

쁜 냄새가 난다.

부화 후 7개월부터 산란하기 시작하며, 알껍질의 색깔은 희고 부화기간은 35일로 다른 품종에 비해서 긴 편이다. 성숙된 체중은 암컷이 2.5-3.4kg이며, 수컷은 4.5-6.3kg이다. 이 품종과 다른 품종의 오리와 교잡된 1대 잡종은 성장이 빠르고 냄새도 없으며 고기 맛도 좋으나 번식능력은 없다.

(라). 체리베리

체리베리는 영국의 체리베리 사가 육중한 육용오리의 한 브랜드 명으로 한국에서 가장 많이 사육되고 있다.

체리베리 종오리는 건강하고 성장이 빠르며 사료효율이 높고 도체 수율도 높은 것이 특징이다. 47일 사육일 기준 한 체리베리의 생산성은 생체중 3.45kg, 사료요구율 2.29kg, 육성율 97% 수준이다.

3). 난육겸용종

(가). 페킨종(Pekin)

중국이 원산으로 미국과 영국에서 개량되어 현재 세계적으로 널리 사육되고 있는 난육겸용종의 대표적인 품종이다.

털색은 몸통 전체가 백색이나 속 털은 담황색이며, 주둥

이와 다리는 밝은 오렌지색을 띤다. 체질이 강건하고 비육이 잘 되므로 육용오리 개량에 종자로 많이 이용되었다. 성질이 온순하여 대군사육에 적합하며, 고기의 맛과 질이 좋고 오리고기 특유의 냄새도 적다. 난육겸용종은 성성숙에 이르기 전의 것은 육용으로 이용하고 성성숙 이후에는 종자 또는 산란용으로 이용할 수 있는 이점이 있다.

부화 후 5-6개월이면 산란을 하는데 알껍질의 색깔은 흰 바탕에 약간 푸른빛을 띄며, 80g정도의 알을 1년에 150-160개 산란한다. 체중은 암컷이 3.6kg, 수컷이 3.9kg 정도로 난용종과 육용종의 중간 크기이다. 그러나 폐킨종을 종자로 이용하여 육중한 육용종은 체구가 크고 발육도 빨라 현재 전 세계에서 오리고기 생산용으로 많이 사육되고 있다.

(나). 오핑톤 종(Orpington)

영국에서 난육겸용을 목적으로 인디안러너, 르왕, 에일스버리 등의 품종을 교잡하여 만들어진 것으로 깃털이 아름다우며, 알도 잘 낳고 육질도 우수하여 인기가 있던 품종이다. 외형은 상체가 약간 들러있는 모습이고 수컷의 꼬리 깃털 2-3개는 위로 말리며, 산란중 암컷의 아랫배는 거의 지면에 닿을 정도이다.

수컷의 깃털은 몸 전체가 붉고 누르스름하고 머리와 목은 밝은 윤이 나는 갈색을 띠며 몸통에는 별다른 무늬가

없다. 부리는 오렌지색에 검은 무늬가 있고 다리와 발은 밝은 오렌지색 또는 붉은 색을 띤다.

성숙시 체중은 수컷이 2.25-3.4kg이고, 암컷 2.25-3.2kg으로 암수의 체중 차이가 많이 나지 않는다.

다. 오리의 번식

1). 암수의 생식기관

수탉이나 칠면조와 같이 오리도 퇴화교미기에 속하나 솟 오리의 교미기는 발기성이 있어서 닭에 비하여 월등히 크다. 평상시에는 총 배설강 내에 들어 있으나 교미할 때 발기하면 길이 5-8cm의 나선형으로 된다. 돌출한 부분은 3-4회 비틀려 있고, 그 안에 홈이 패여 수정구를 이루며 교미할 때 사정된 정액은 수정구를 통하여 암컷의 생식기 내에 주입된다.

수컷 오리의 정자생성은 정소의 발육과 응성호르몬에 의하며 광선이나 환경온도, 영양상태 및 유전적인 요인에 영향을 받는다.

암컷의 생식기관은 닭과 거의 같은 형태로 난소와 난관으로 이루어져 있다. 성숙된 암컷의 난소에는 많은 수의 난포가 발달한다. 난포가 성숙하여 배란이 이루어지면 난관을 통하여 산란하게 되는데 난관 길이는 71cm정도이며, 배란에서 산란하기까지는 약 24시간이 걸린다.

난관은 정자와 수정이 이루어지는 누두 부를 시작으로 난백이 분비되는 난백분비부, 난각막 분비와 수양난백이 형성되는 협부, 난각이 형성되는 자궁을 지나 완전한 알이 방출되는 질부로 이어진다. 산란이 시작될 때는 난소와 난관이 급격히 발달하나 휴산 시에는 1/10 정도로 축소된다.

2). 오리의 성징(性徵)

(가). 암수감별

오리는 생식기가 닭보다 잘 발달되어 암수 구별하기가 수월한 편이다. 갓 태어난 병아리의 암수감별은 배설장을 열어 감별한다. 우측 손의 엄지로 항문 앞쪽을 누르고 인지로 항문 뒤쪽을 누르면 생식기관이 나타난다. 수컷은 3-5mm의 백색 음경이 도출된다. 그러나 일령이 지나 몸이 커지면 이러한 방법으로는 감별하기 어렵다.

8주령을 전후하여 털갈이를 하는데, 이 시기에 울음소리로 구분하여 암수를 가려낼 수 있다. “구애 구애” 우는 것은 수컷이고, “가아 가아” 우는 것은 암컷이며, 이때부터 수컷은 꼬리 끝 몇 가닥이 말려 올라가는 특징이 있다.

(나). 성(性)성숙

성성숙은 성호르몬 작용에 의하여 성선의 발육이 완성되어 성숙되었음을 나타내는 것인데 암컷은 난소가 성숙

하여 난자가 난소에서 수란관을 통하여 산란하는 것을 말하고 수컷은 정자가 생성되어 교미에 의한 수정 능력을 가지는 것을 말한다. 성성숙에 이르기까지의 기간은 품종, 개체의 유전형질 및 사양관리 등에 따라 다르다. 오리도 닭과 마찬가지로 일조시간의 영향을 받기 때문에 일조시간이 증가함에 따라 번식력이 높아진다.

성성숙은 난용종이 빠르고 꺾용종은 중간 정도이며, 육용종이 가장 늦게 이루어진다. 카키 켐벨종의 성성숙일령은 150일 정도이며, 페킨종은 218일경에 도달한다. 수컷의 외관상 성징이 뚜렷해지는 시기는 120-150일령부터인데 수컷은 꼬리 끝이 깃털 3-4개가 등 쪽으로 말려 올라간 형태를 보인다. 성성숙이 되면 유색종일 경우 수컷이 암컷보다 대부분 깃털색깔이 화려해진다.

성성숙에 영향을 미치는 요인으로 영양공급에서 단백질이 부족한 경우, 특히 동물성 단백질이 부족하면 성성숙도달일령이 늦어지고, 부화계절, 온도가 높거나 낮고 일조시간이 길어지거나 짧아지는데 따라 차이가 나며, 병아리 발육을 저해하는 질병여부 또는 사육환경 등이 작용한다.

3). 수정능력 및 교미

수컷과 암컷이 교미하면 암컷의 난관누두부에서 난자와 정자가 만나 수정이 이루어진다. 정자는 교미 후 질에서

이동하여 단시간에 누두부에 도달하여 수정된다.

수정에 영향을 미치는 요인으로는 정자의 성숙도, 정액량 및 정자수, 정자의 활력 및 기형을 등에 의하나 일조시간이 감소되면 정자생성이 저하된다. 이외 수탉의 연령이 많거나 일조시간이 감소되면 정자생성이 저하된다. 고온 또는 저온환경, 영양의 불균형일 때에도 정자농도가 저하된다. 암컷에 대한 영향은 산란율이 높으면 수정율도 높아지는 경향이 있으며 수컷과 마찬가지로 연령, 일조시간, 온도 등의 영향이 수정 능력에 미친다.

번식기에는 수컷 1마리에 암컷 8마리 정도를 혼사시키는 것이 적당하나, 오리는 닭에 비해 번식능력이 떨어지므로 수컷 1마리당 암컷 5-6마리 정도의 비율을 유지하는 것이 안전한 방법이며, 번식기가 시작되기 최소한 한 달 전에는 암수를 혼사하여 번식환경을 조성해 주는 것이 바람직하다. 암수비율은 종란의 수정율과 부화율에 밀접한 관계가 있다.

암컷과 수컷 모두 교배시기에는 영양 상태를 최상으로 유지시켜주기 위하여 단백질사료를 충분히 급여해 주는 것이 좋다. 수육장이 있으면 수금(水禽)의 생리적 본능으로 교미가 더욱 원활하여 수정율이 높아진다고 하나 종오리 농장에서는 주로 평사에서 자연교미가 이루어지고 있으며, 현재 세계적으로 널리 사육되는 오리품종들은 인공 환경에서 교미가 잘 되도록 개량된 것이다.

6. 오리생산의 전망

오리의 생산은 집단화, 규모화, 현대화될 전망이다. 현재 도 도축장을 중심으로 한 계열화 사육비중이 높아지고 개별농가 사육은 줄어드는 추세이다. 특히 축산업 등록제 시행에 따라 여건을 갖춘 농가가 오리 생산을 전담할 수 밖에 없는 구조로 바뀔 것이고 육용오리 계열 경영 비중이 증가하면서 사육시설은 현대화되고 사양관리는 개선됨에 따라 오리 생산성은 크게 향상될 것으로 보인다.

2003년말 현재 육용오리의 계열화생산 비중은 70%로 추정되며⁶⁾, 앞으로 위생적인 도압장(屠鴨場)이 정착되면서 도압장을 중심으로 한 계열화 사업은 지속적으로 늘어날 것이며 이에 따라 전업농가들의 사육비중도 더욱 커질 것으로 전망된다.

7. 오리생산부문의 과제

가. 위생오리 생산

오리는 방사하지 않고 옥내에서 사육되는데 외부침입자로부터 오리를 보호하고 오리분뇨를 쉽게 수집하여 재활용할 수 있기 때문이다.

우리나라 오리 주산지인 전남 나주지역이고 충북 진천,

6) 육계계열화 생산은 70%인 바 육계와 비슷한 수준임.

음성 일대가 앞서가는 계열주체가 있는 바람에 새로운 오리사육지로 떠오르고 있다. 참고로 미국에서는 위스콘신과 인디애나주에서 많이 사육되고 있다.

어느 가축을 막론하고 성장 호르몬 사용은 엄격하게 금지되고 있으며 식약청(FDA)이 이를 철저히 감시하여야 한다. 약품도 허용되지 않고 항생제를 일상적으로 투여하지 못하도록 되어 있다. 부득이 질병 치료를 목적으로 항생제를 사료에 혼합하여 투약할 경우 도축될 때까지 휴약 기간을 지켜야 한다. 이는 항생제 잔유물이 오리의 체내로부터 완전히 배출될 수 있는 기간이 필요하기 때문이다. 우리는 도축장에서 무작위로 추출되어 항생제 잔유물에 대한 검사를 받아야 한다.

나. 사양관리기술의 향상

오리 사육시설은 다른 축산에 비하여 열악한 환경에 놓여 있다. 따라서 사육시설의 현대화가 시급한 과제로 등장한다. 또한 오리부문은 타 축산 부문에 비하여 사양관리기술이 취약한 나머지 생산저하로 이어지고 있다. 따라서 체계적인 사양관리 시스템 개발에 의한 사양관리기술 향상이 또 하나의 과제로 등장한다.

다. 오리생산 단계의 방역체계

오리생산부문의 또 하나의 시급한 과제는 체계적인 질병관리 체계를 확립하는 일이다. 체계적인 질병방역 관리를 위한 시스템 부재로 오리산업이 질병위험에 노출되고 있어 다른 축종 특히, 육계분야까지 위협하고 있는 실정이기 때문이다.

2004년 12월 22일 광주 한 종오리 농장에서 발생한 조류인플루엔자가 저병원성H5N2으로 국내에서 최초로 발생한 바이러스 형태로 발생원인 및 경로가 알려지지 않고 있다. 이 변종은 외부 증세가 별로 나타나지 않고 알 등이 다른 곳으로 이동하고 있는 종오리 농장에서 발생한 것을 감안한다면 질병 확산 우려도 배제할 수 없기 때문이다. 또 바이러스가 오리와 닭을 통해 다른 양계장 등으로 전파됐다면 미국 등의 사례처럼 고병원성으로 전환될 가능성 적지 않고 최근 일본처럼 인체감염도 발생할 수 있다는 판단 때문이다.

최근 발표된 농림부의 종계장·부화장에 대한 관리 요령에서도 종오리 농장은 배제되었는 바, 이는 종오리 약 20만수가 사육되고 있는 현실을 무시한 처사이다.

오리는 외부 증세가 잘 나타나지 않고 잠복기간도 길어 체계적으로 관리하지 않는다면 질병 발생 여부를 파악하기가 쉽지 않은 만큼 법 제정 등을 통해 오리에 대한 체계적인 관리가 시급히 이뤄져야 한다.

라. 양질의 종오리 공급

오리산업 부문은 품질 좋은 오리새끼생산을 위한 종오리 개량기반이 취약하고 부화장의 생산성도 다른 축종에 비하여 뒤떨어져 경쟁력을 갖추기에 문제를 안고 있다. 따라서 우수 종오리 생산기반을 확립하는 것이 시급한 과제이다.

8. 오리새끼 및 유용오리 생산비

2003년 한국오리협회가 추정한 오리새끼 생산비를 보면 오리새끼 수당 566원 정도인 것으로 계산되었다. 그런데 오리새끼 수당 거래가격 600원을 고려하면 종오리 사육과 부화를 통합경영하는 계열주체의 입장에서는 시설 감가상각비 및 금융비용 등을 감안할 경우 경영의 어려움이 있었을 것으로 추정된다.

오리새끼 수당 생산비는 종오리 수당 총사육비(55,872원)를 종오리 수당 병아리 생산수수(120수)로 나누어 계산한 값이다. 여기에는 ① 사료비(31,248원), ② 부대비용(15,624원), ③ 육성 종오리 구입비용(9,000원) 등이 포함되어 도합 55,872원이 소요된 것이다.

< 표 2 - 4 > 2003년도 오리새끼 생산비

(단위 : 수당, 원)

| 항 목 | 비 용 | 기 준 | 오리새끼 평균가격 |
|-------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 후보종오리 구입비 | 9,000 (16.1%) | PS 수입기준 | - |
| 사 료 비 | 31,248 (55.9%) | 육성기 180일 : 1일 130g, 사료비 kg당 320원 = 7,488 산란기 10개월 : 1일 240g, 사료비 kg당 330원 = 23,760 | - |
| 부 대 비 용 | 15,624 (28.0%) | 인건비, 연료비, 약품비 등으로 사료비의 50%로 계산 | - |
| 종오리수당 사육비 | 55,872 (100.0%) | - | - |
| 종 오 리 생 산 성 | - | 종란생산(산란율 65%) 195개 새끼생산(부화율 65%) 126개 초란 제외시 연간 120수 생산 | - |
| 오 리 새 끼 생 산 비 | 566원 | 연간 종오리 총 사육비(55,872원) ÷ 오리새끼생산수(120수) + 부화비용(100원) | 600원 |

자 료 : 한국오리협회 내부자료, 2004

2003년도 기준 육용오리의 생산비 구성을 보면, 단독경영의 경우 ①사료비(58.5%), ②오리새끼 구입비(14.6%), ③인건비(7.3%), ④수도광열비(6.1%), ⑤갈짚(4.9%), 약품비(4.9%), ⑥기타(3.7%)의 순으로 나타났고 2003년 기준 육용오리 생산비는 4,100원인 것으로 추정되는데 같은 기간 육용오리의 평균 산지가격은 4,008원이었으므로 육용오리 생산농가의 경영난은 심각했을 것으로 보인다.

< 표 2 - 5 > 2003년도 육용오리 생산비

(단위 : 수당, 원)

| 항 목 | 비 용 | 비율(%) | 평균 산지 가격 |
|-----------|------------------|-------|----------|
| 오리새끼구입비 | 600 | 14.6 | - |
| 사 료 비 | 2,400(7.5kg*320) | 58.5 | - |
| 깔 짚 | 200 | 4.9 | - |
| 약 품 비 | 200 | 4.9 | - |
| 수 도 광 열 비 | 250 | 6.1 | - |
| 인 건 비 | 300 | 7.3 | - |
| 기 타 | 150 | 3.7 | - |
| 합 계 | 4,100 | 100.0 | 4,008 |

자 료 : 한국오리협회 내부자료, 2004

9. 오리의 가격 동향

2003년을 기준으로 육용오리 가격과 오리새끼의 가격을 보면, 육용오리의 경우 수당 평균 4,000원(생체 kg당 1,293 원)이었고, 오리새끼는 수당 평균 600원이었다.

< 표 2 - 6 > 2003년 월별 육용오리 및 오리새끼 유통가격

(단위 : 원)

| 월 별 | 육 용 오 리 가 격 | | | | 오리새끼가격 |
|-----|-------------|---------|---------|----------|--------|
| | 출 하 체 중 | 출 하 일 령 | 수 당 가 격 | 생체 kg당가격 | |
| 1 | 3.05 | 46.5 | 3,900 | 1,304 | 600 |
| 2 | 3 | 45 | 4,150 | 1,327 | 650 |
| 3 | 3 | 43 | 4,300 | 1,433 | 700 |
| 4 | 3 | 45 | 4,250 | 1,364 | 640 |
| 5 | 3.2 | 48.5 | 4,100 | 1,300 | 600 |
| 6 | 3.3 | 51 | 4,050 | 1,222 | 600 |
| 7 | 3.1 | 52 | 3,950 | 1,270 | 563 |
| 8 | 3.1 | 48.5 | 3,950 | 1,290 | 450 |
| 9 | 3 | 46.5 | 4,000 | 1,333 | 600 |
| 10 | 3.2 | 50 | 3,700 | 1,156 | 600 |
| 11 | 3.2 | 50 | 3,700 | 1,156 | 500 |
| 12 | 3 | 45 | 4,100 | 1,366 | 700 |
| 평 균 | 3.1 | 47.5 | 4,008 | 1,293 | 600 |

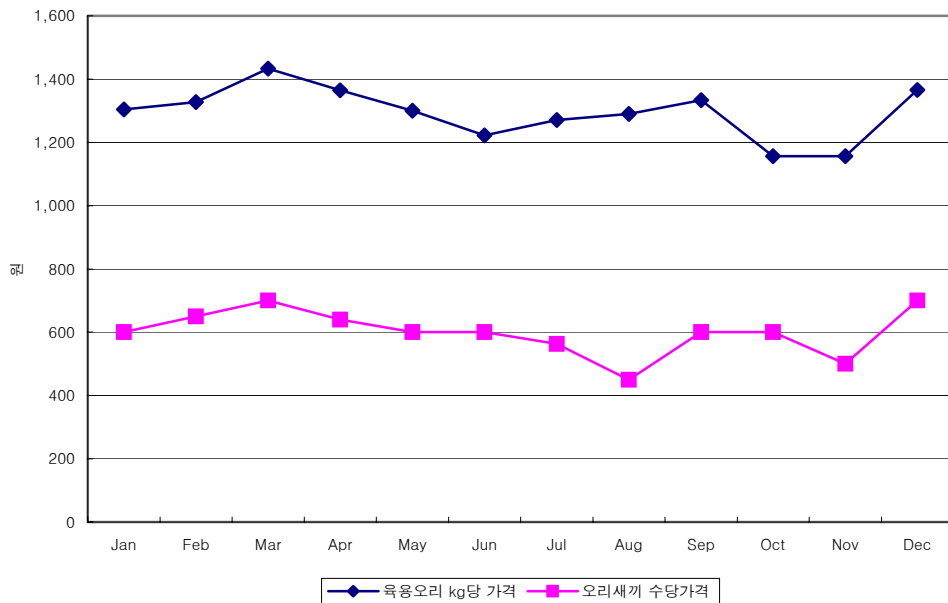
자료 : 한국오리협회 내부자료, 2004

육용오리 월별 시세를 보면 3-4월에 최고에 이르렀다가 10-11월에 최저에 이르고 이후 회복하는 추세를 보였는데, 1998년 중국으로부터의 오리고기 수입중단조치로 수당 5,608원까지 상승한 적이 있으나 이후 사육두수의 증가로 인해 대체적으로 수당 4,000원선을 유지하고 있다.

한편, 오리새끼의 월별 시세도 육용오리와 대동소이한 변동패턴을 보이고 있다.

< 그림 2 - 4 > 육용오리 및 오리새끼 가격변동

(단위 : 원/kg, 원/수)



10. 오리사육 농가 경영형태별 수익성

오리 사육은 전술한 바와 같이 육용오리 생산과 종오리(산란)생산으로 대별되고, 육용 오리사육의 경영형태는 단독경영과 계열화 경영으로 나뉘며, 종오리(산란) 생산은 모두 부화장과 계열화 되어있다. 따라서 사육농가의 입장에서는 경영형태를 다음과 같이 구분할 수 있다.

- ① 육용오리를 단독으로 경영,
- ② 육용오리를 계열화로 경영,
- ③ 종오리를 계열화로 경영

가. 육용오리의 단독경영 수익성

이 경영형태는 농가 책임하에 오리새끼, 사료, 약품, 연료 등 모든 생산자재를 구입하여 자가 노동력으로 자가 또는 임차 사육장에서 오리새끼를 사육하여 일정체중에 이르면 유통 상인에게 판매하는 형태이다. 사육규모는 대략 1회차 입식수수가 600 - 1,200수를 매주 입식⁷⁾하여 연간 50회의 입식과 출하를 반복하여 연간 30,000 - 60,000수를 출하한다. 이때 폐사율을 2.5%정도, 출하시 생체중은 3.2kg, 출하일령 45일, 사료 요구율은 2.6kg⁸⁾정도이다.

7) 육계에서는 전량 입식, 전량 출하하나 오리는 매주 입식,출하여 방역상 문제가 있음.

8) 수당 8.5kg/생체중 3.2kg=2.6kg

< 표 2 - 7 > 육용오리 단독경영의 수익성

| | 육용오리의 단독경영 | 생존율 0.05%증가, 경비 10% 절감 시 |
|----------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| 연간 소득 추정 | 4,625천원 | 24,550천원 |
| 계산 근거 | -수입:5만수x생존율 97.5% x 4,000원 = 195,000천원 | - 수입:5만수x생존율 98% x 4,000원 = 196,000천원) |
| | -오리새끼구입비:5만수x600원 =30,000천원 | -사료비:8.5kgx50,000수x320원 *90%=122,400천원 |
| | -사료비:8.5kgx50,000수x320원 =136,000천원 | -오리새끼구입비:5만수x 600원 =30,000천원 *0.9= 27,000천원 |
| | -기타비용:500원(깔짚 150원+방역 치료비200원+연료150원)x48,750수 =24,375천원 | -기타비용:500원(깔짚 150원+방역치료비 200원+연료150원)x48,750수=24,375천원 *0.90=22,050천원 |
| | -비용합계: 190,375천원, | -비용합계: 171,450천원 |
| | -소득: 4,625천원(24,663천원) | - 소득: 24,550천원 |

매회 1천수를 입식한 농가를 가정할 경우 연간 소득은 대략 4,625천원으로 추정되어 현재의 육용오리 및 생산자 재에 대한 가격구조 하에서는 정상적인 경영활동이 불가능해 보인다. 그러나 만일 폐사율을 평균 2.5%에서 2.0%로 줄이고 각종 비용을 10%씩 절약한다면 연간 소득은 대략 24,663천원이 될 것으로 추정된다.

나. 육용오리의 계열경영 수익성

연간 50천수(12,500수x 4회)를 입식한 농가를 가정할 경

우 연간 사육비 수입은 대략 47,325천원(5만수x946.50원) 정도가 될 것으로 추정된다.9) 여기에서 깔짚비, 임시 고용 노임, 연료비 등 농가부담 비용(수당 340원)을 차감하면 계열참여 농가의 연간 소득은 대략 30,325천원정도가 될 것으로 계산된다.

(육용오리의 계열경영에 대한 사항은 별도의 장에서 설명된다)

다. 종오리의 계열경영 수익성

육용 오리를 생산하기 위해서는 오리새끼(CC)가 있어야 하고 오리새끼를 생산하기 위해서는 오리종란이 필요하며 오리종란을 생산하기 위해서는 종오리(P.S)가 필요하다. 오리새끼는 부화장을 보유한 업체가 자체 종오리 농장을 확보하여 종란을 생산하거나 농가로부터 계열화 경영 형식으로 종란을 출하 받는다.

전술한 바와 같이 오리새끼 수당 생산비는 566원이고 판매가격은 600원 수준이므로 마진은 34원이 되어 연간 150만수의 공급능력이 있는 부화업체의 마진은 51,000천원 수준이 될 것으로 추정된다.

9) 육계의 경우 1회차 사육규모 50,000수, 연간 5회전, kg당 사육비 140원, 출하체중 1.5kg, 사료요구율 2.0kg, 육성율 95%를 가정할 경우 연간 52,500천원의 소득이 가능하다.

11. 육용오리의 사육기술¹⁰⁾

가. 사양관리 성적

어느 축종을 높은 성적을 얻기 위해서는 높은 수준의 사양관리가 따라야 한다. 물론 오리의 성적은 계군관리 뿐 아니라 다른 많은 요인들에 의해서도 큰 영향을 받는다. 예를 들어 건강상태, 사료, 기후조건 등이다. 따라서 여기에서 언급한 성적 자료는 실제 달성 보장 수준이라기보다는 목표 수준으로 보아야 한다.

체리베리의 대표 종오리는 SM3이다. SM3종에는 서로 다른 특징을 가진 육용오리 종이 있다. 각 종은 생체중에서 다르고 따라서 도체중도 다르다. 모든 종(種)은 건강하고 성장이 빠르며 사료효율이 높고 도체 수율도 높은 것이 특징이다.

SM3 그룹에는 3가지의 육용오리종이 있는데, 각 종마다 성적은 다르지만 기본적인 관리요령은 대동소이하다. 47일 사육일을 기준한 SM3의 기본 사양관리 성적은 다음과 같다.

10) 한국오리협회, 육용오리 사양관리 매뉴얼, 월간 오리마을, 2004(5), pp42~51에서 발췌

< 표 2 - 8 > 체리벨리 슈퍼 M3 육용오리(SM3) 사양관리 성적

(47일 사육기준)

| 구 분 | 슈퍼 헤비종 | 헤 비 종 | 미 디 엄 종 |
|---------------|--------|-------|---------|
| 생 체 중 (kg) | 3.66 | 3.48 | 3.24 |
| 사료 요구율 (kg) | 2.18 | 2.28 | 2.40 |
| 육 성 율 (%) | 97.0 | 97.0 | 97.0 |
| 가슴육 수율 (%) | 15.9 | 16.3 | 17.2 |
| 가슴 안심육 수율 (%) | 23.6 | 23.6 | 24.7 |
| 다리육 수율 (%) | 18.9 | 17.7 | 18.1 |
| 껍질과 피하지방 (%) | 30.1 | 31.1 | 31.7 |

즉, 생체중 3.24~3.66kg, 사료요구율 2.40-2.18kg, 육성을 97.0%, 가슴육 수율 17.2 - 15.9%, 가슴 안심육 수율 24.7-23.6%, 다리육 수율 17.7 - 18.9%, 껍질 및 피하지방 31.7-30.1%이다.

체리벨리 슈퍼 M3 육용오리(SM3) 사육주기는 다음 3단계로 나뉘어 진다.

- ① 육추시기: 0-18일령
- ② 성장기: 18일령 - 도압
- ③ 도압기: 42-56일령(특수 시장요구 사항에 따라 다름)
특별한 시장여건에 따라 때로는 도압 시기가 70일령
까지 연장되는 경우도 있다.

나. 일반 사양관리

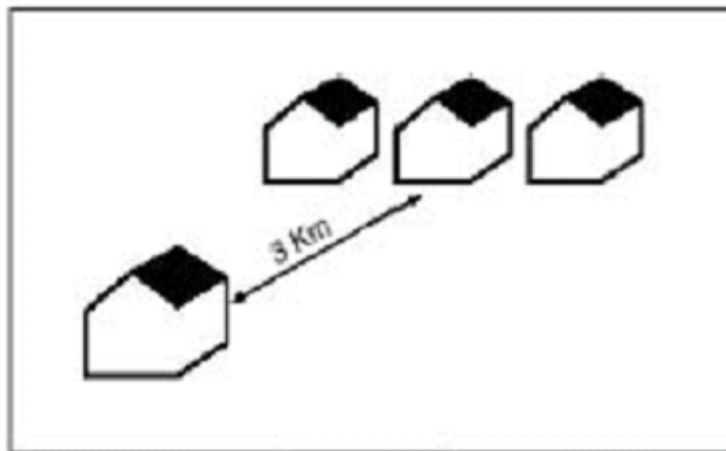
1). 육용오리 입추

오리를 입추하는 시설과 환경은 안전하고 편안해야 한다. 입추시 고려해야 할 요건은 다음과 같다.

① 농장준비

질병전염의 위험성을 최소화하기 위해 오리농장은 타 가금 농장과 적어도 3km의 거리를 두고 위치해 있어야 한다.

< 그림 2 - 5 > 오리사육장의 위치



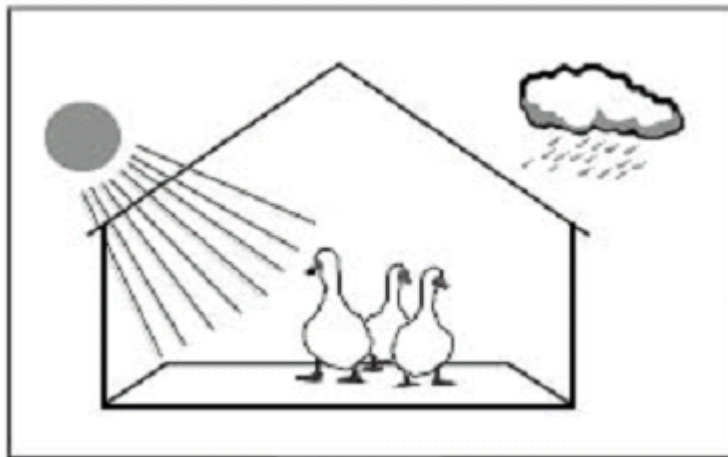
단일령 오리계군을 입추하는 것이 최적의 차단방역을 구축하는 방안이지만 이는 오리사육에 있어서 필수적인

요소는 아니고 적절하게 관리만 하면 다일령 오리군을 입추하는 경우에도 좋은 성적을 얻을 수 있다. 또한 오리 사육은 육추와 사육시기로 나누어지는데 이때에는 서로 다른 축사에서 사육되어야 한다. 그러나 부득이 한 경우 동일한 축사에서 입추에서 출하시까지 사육되기도 한다.

② 적절한 입추

오리를 입추하는 시설은 오리가 편안함을 느껴야 하고 천적, 기후변화나 병원균으로부터 보호될 수 있어야 한다. 축사시설물의 면이 거칠지 않아야 세척이나 소독에 효과적이다.

< 그림 2 - 6 > 오리사육장의 환경



③ 편안한 환경

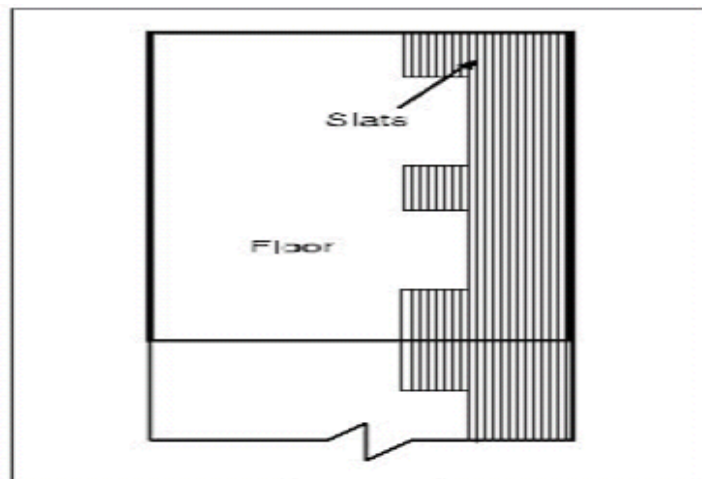
고온지역에서는 오리가 가능하면 선선한 환경에 있도록

특별한 시설을 이용하고 적절한 관리를 해주어야 한다.

④ 물 이용과 바닥상태

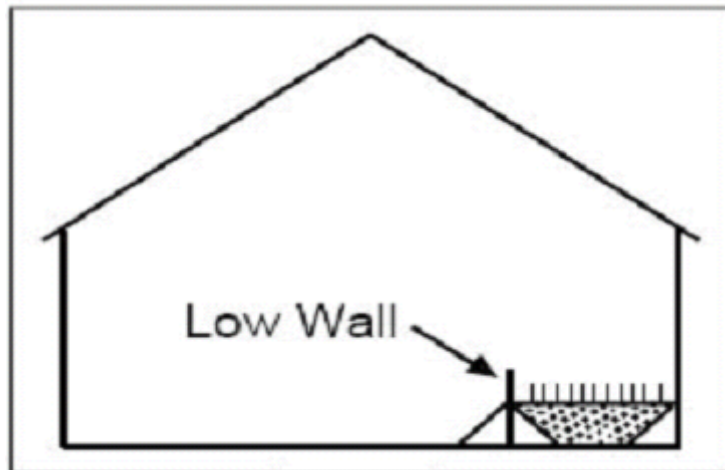
오리는 수영을 잘 하는데 이는 피부 밑에 지방층이 있어 오리가 물에서 쉽게 떠 있도록 하는 작용이 있기 때문이다. 오리는 물을 좋아하는 동물이다. 그렇기 때문에 급수시설을 적절히 관리해주지 않으면 바닥이 항상 젖어 있게 된다. 축사내부에서 바닥이 젖지 않게 하기 위해서는 급수기를(육추이후) 슬랫이나 매쉬위에 놓아주어야 하는데 이를 “물섬”이라 부른다. 이는 허비되는 물을 배수하여 물이 깔짚으로 유입되어 질퍽거리지 않도록 하기 위한 것이다. 물섬의 높이는 바닥 깔짚이 차오르는 것 때문에 사육일령에 따라 달라야 한다.

< 그림 2 - 7 > 오리사육장의 바닥



정상적으로 0.3 - 0.4m의 높이면 충분하다. 물섬으로의 접근이 용이하도록 적절한 경사면을 설치해 주어야 한다.

< 그림 2 - 8 > 오리사육장의 벽



2). 사양관리

좋은 품질의 육용오리를 생산하기 위해서는 모든 농장 직원들의 세심한 관리가 필요하다. 모든 농장 직원들은 사소한 것이라도 즉시 실행할 수 있는 준비가 되어 있어야 한다. 농장장은 농장 직원들이 전 오리군에 대해 특별한 책임을 가지도록 일상적인 점검 프로그램을 유지해야 한다.

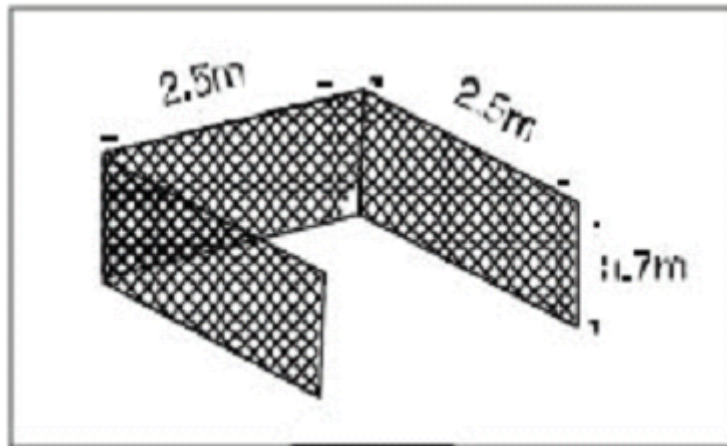
① 농장분양

오리는 먼 거리를 이동하여 분양되기 때문에 지치고 탈수될 가능성이 높으므로 주의하여 다루어야 한다. 오리를 신속하게 육추장에 입추시키고 물이나 사료섭취가 둔한 오리를 발견하면 집어서 부리를 물에 찍어준다.

② 오리 다루기

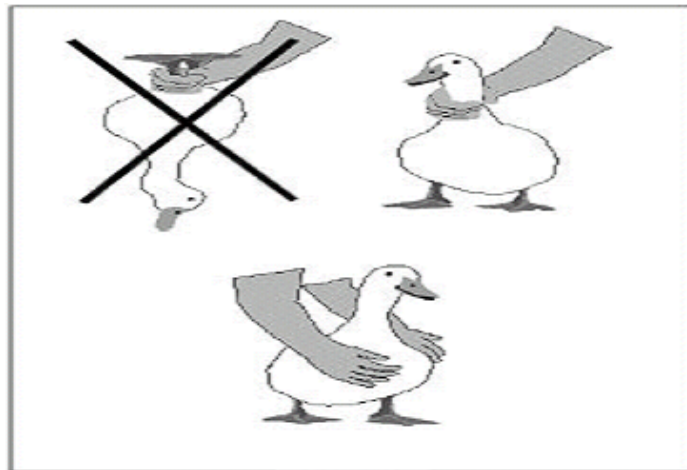
정기적인 체중점검을 위해 오리를 포획해야 할 때는 포획 프레임을 이용한다. 프레임은 0.7m 높이의 목재 프레임에 2.5m 길이의 와이어 매쉬를 이용한 것으로 가두었을 때 오리들이 빠져나가지 못하도록 튼튼해야 하며 어느 정도 탄력이 있어야 한다.

< 그림 2 - 9 > 오리 포획 프레임



1일령 오리를 포획할 때 목을 잡거나 몸통 전체를 부드럽게 잡아준다. 오리새끼나 어미오리 이전 단계에서는 목이나 날개를 잡아도 되지만 일단 어미오리가 되면 날개를 잡아주는 것이 좋다. 잡을 때 다른 한 손으로는 배를 받쳐주는 것이 이상적이다.

< 그림 2 - 10 > 오리포획 방법



이때 다리를 잡아서서는 안된다. 오리다리는 손상되기 쉽기 때문이다. 또한 한쪽 날개만 잡아서도 안된다. 고온지역에서는 오리를 잡는 작업은 하루 중 가장 선선한 시간에 해야 한다.

③ 관리 컨트롤

표준 사양관리와 축사 시설을 적절히 유지하기 위해서 강력한 관리 시스템을 적용해야 한다. 이러한 시스템은 매

주 정기적으로 표준에 맞추어 점검 관리하도록 해야 한다. 문제가 있어서 액션을 취해야 하는 부분이 있으면 다음 주 점검에 들어가기 전에 실행한다.

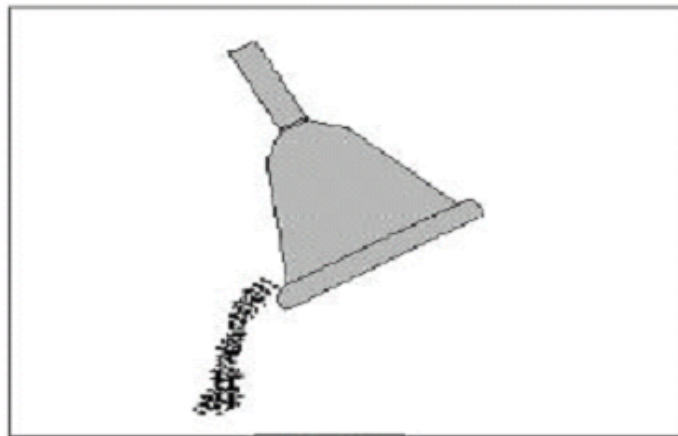
3). 방역위생과 질병예방

오리는 매우 건강한 축종이지만 어린시기에는(처음 5주령기) 질병에 감염되기 쉽다. 따라서 이 시기에 특별한 관리노력을 기울여야 나머지 사육기간 동안에 질병이 없는 상태를 유지할 수 있다.

① 축사의 청소

오리가 농장에 입추되기 최소 1주전에는 축사 및 사육기구등을 철저히 세척해야한다.

< 그림 2 - 11 > 축사의 청결



축사는 소독이나 필요한 경우 훈증소독을 해야 한다. 축사 및 사육 설비는 오리가 입추되기 전에 충분히 건조되어야 한다. 급수 라인이나 급수, 급이기에 잔여 소독액이 남아서 오리들이 독성에 의한 영향을 받지 않도록 철저히 씻어내 주어야 한다.

② 축사관리

축사에는 꼭 필요한 사람만 들어가야 하며, 최근에 다른 가금류 농장을 방문한 적이 있는 방문자는 농장방문을 허용해서는 안된다. 방문시에는 반드시 위생복으로 갈아입어야 하며, 어린오리를 관리하는 사람은 집 또는 작업장에서 다른 가금류, 특히 오리와 절대 접촉해서는 안된다.

③ 깔짚

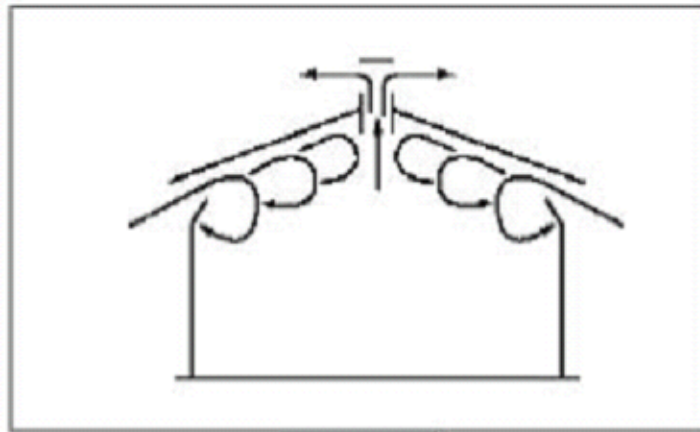
오리가 건조한 환경에서 사육될 수 있도록 가능하면 매일 또는 주기적으로 소량의 깨끗하고 건조하며 부서지기 쉽고 무른 형태의 깔짚을 바닥에 뿌려주어야 한다. 오리가 물은 좋아하지만 젖은 환경에서 지내는 것은 싫어하므로 젖은 환경에 오래 방치하면 건강상태가 나빠진다.

④ 환기

환기는 오리 주위의 환경을 깨끗하게 유지하는데 중요한 요소이다. 환기를 적절하게 해주어야 축사내의 먼지,

불쾌한 공기, 깔짚의 수분을 외부로 배출시킬 수 있다. 환기 시설을 주기적으로 조절해주어 축사내부를 신선하고 깨끗하게 유지하는 것이 매우 중요하다. 암모니아 수준은 항상 10ppm이하로 유지되어야 하고, 가스감지기를 이용해 측정할 수 있다.

<그림 2 - 12 > 오리축사의 환기



⑤ 백신과 치료

오리는 주로 다음 3가지 질병에 영향을 받는데 이들은 모두 백신에 의해 효과적으로 컨트롤 된다.

- Duck Viral Hepatitis(DVH)
- Duck Viral Enteritis(DVE)
- Pasteurella Multocida(콜레라)

오리가 입추되는 지역에 위에서 말한 질병이 발생할 경

우 적정 백신제조업체가 제조한 백신을 수의사의 지시에 따라 투여한다. 참고로 오리 바이러스성 간염은 매우 어린 주령에 발병한다(0-5주령) 따라서 백신은 오리 입 추전 미리 확보하고 있어야 한다.

< 그림 2 - 13 > 오리에 대한 백신



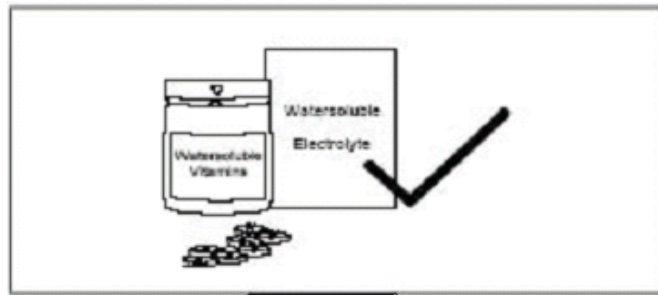
체리벨리 종오리는 DVH가 없는 원종오리에서 생산된 것이어서 자연 면역성이 없으므로 DVH가 문제가 되는 지역에 입추하는 경우는 해당 백신을 접종해야 한다. 백신 접종 후 8~12시간동안 오리를 박스에 두거나 깨끗한 공간에 두어서 DVH에 대한 면역이 발달할 수 있는 시간을 준다. 적절하게 백신이 접종된 종오리로부터 생산된 육용 오리는 해당지역의 DVH 챌린지에 방어될 수 있는 정도의 모체이행항체를 가질 것이다. 그러나 이는 지역 수의사

의 지침에 따라야 한다.

오리를 집단 사육함으로써 발병될 수 있는 다른 질병은 Pasteurella Reimerella(A natipestifer)과 E.Coli이다. 이러한 질병은 투약으로 치료될 수 있지만 적절한 관리를 통해 방어하는 것이 최선책이다.

치료의 경우는 오리에게 특별한 문제가 있는 경우에만 실시한다. 콕시듐이나 내부기생충은 정상적으로는 오리에게 영향을 주지 못하므로 정기적인 투약이나 치료는 불필요하다

< 그림 2 - 14 > 오리에 대한 투약(1)



비타민, 미네랄, 전해질 제제 등은 오리를 다루었거나 이동하여 스트레스 상태에 있는 경우 투여하면 효과적이지만 정상적인 관리 상황에서는 주기적으로 투여할 필요는 없다.

< 그림 2 - 15 > 오리에 대한 투약(2)



⑥ 일반관리

- 종축사 내부와 외부 주위를 깨끗하게 유지한다.
- 효과적인 해충구제 프로그램을 적용한다.
- 축사에 야생조류가 접근하지 못하게 한다.
- 좋은 품질의 사료와 깔짚을 이용한다.
- 차량이나 인원 장비 진입시 바퀴 소독조, 신발 소독조, 샤워어 및 방역복 착용, 소독약 살포 등 위생절차를 준수한다.
- 경고문구나 표말을 세워 출입자에게 경각심을 준다.

4). 바닥면적

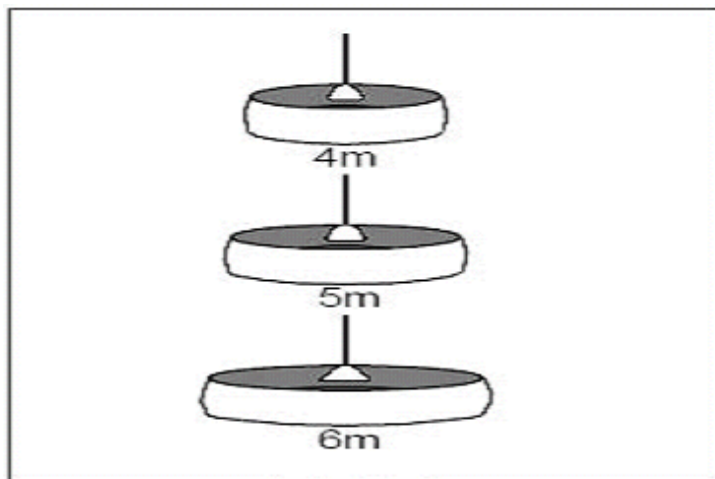
사육 기간동안 단계별로 적절한 바닥면적을 제공하는

것은 오리에게 스트레스를 줄여줌으로써 육성율, 생체중, 사료요구율 등과 같은 성적면에서 도움을 준다. 축사를 동일한 크기의 칸막이로 나누어서 칸막이당 500-1000수의 오리를 사육한다.

① 1일령-7일령

농장에 입추 후 처음 7일간은 오리를 육추기 아래에 원형으로 가드를 설치한 공간에서 지내게 하여 열원에 접근할 수 있도록 한다. 육추가드 공간은 처음에 직경 4m, 가드 높이는 0.5 - 0.7m의 유연한 재질의 보드판을 이용하여 샷바람이 직접 오리에 접촉하지 못하게 막아준다. 4m직경의 육추가드 공간에 500수의 오리를 육추하는 것이 적절하다.

< 그림 2 - 16 > 오리축사 바닥



2일령부터 매일 조금씩 가드 면적을 넓혀주다가 7일령이 되면 육추가드를 제거하여 오리들이 칸막이 전면적을 이용할 수 있게 한다.

② 7일령-18일령

나머지 육추기간동안 최소 수당 0.1m²의 공간을 준다. 축사를 동일 크기의 칸막이로 나누되 0.5 - 0.7m 높이의 와이어 메쉬로 된 칸막이를 이용하고 각 칸당 500 - 1000 수의 오리를 배분한다. 칸막이는 견고해야 하며 주기적으로 칸막이 상태를 체크해서 필요한 경우 수리해준다.

③ 18일령-도압

18일령부터는 수당 최소 0.2m²의 공간을 준다. 사육단계의 시기에도 오리를 칸막이로 나누어 사육해야 하며 칸막이마다 500-1000수를 유지한다.

④ 반(半)집약적 사육

축사와 축사외부의 사육시설을 병용하는 경우 축사내부 공간은 수당 0.1m²를 유지하고 축사외부에 0.2m²의 추가공간을 제공한다.

⑤ 이용가능 한 바닥면적

종축사 바닥 면적을 계산할 때 오리가 이용할 수 있는

바닥 전체면적에 기준을 두는 것이 중요하다. 따라서 깔짚이나 굽이기 기타 기구등을 축사 내부에 두어 이미 바닥면적 계산에 들어간 공간을 차지하여 오리가 이용할 수 있는 공간이 줄어들게 해서는 안된다. 또한 바닥 공간은 오리에게 쉽게 접근할 수 있어야 한다. 그렇지 못한 경우 오리들이 이용할 수 있는 공간은 계획했던 것보다 작아지고 입식 밀도는 높아지게 된다.

5). 난방

다른 종류의 가금과 같이 어린 오리도 처음 몇일은 따뜻하게 사육되어야 한다. 난방 정도와 기간은 사육되는 지역의 온도에 따라 다르다.

< 그림 2 - 17 > 오리축사의 난방

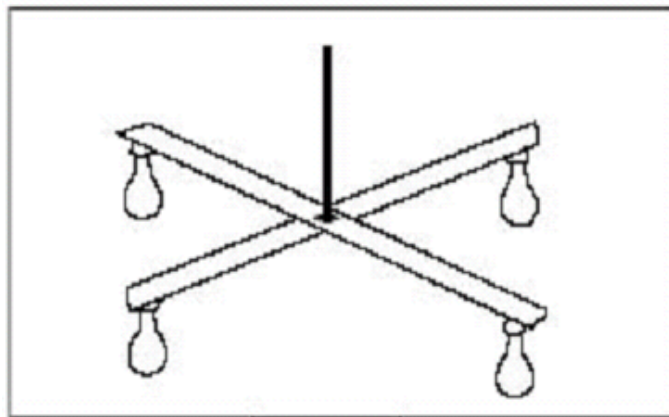


① 설비

추운지역에서는 5,000Kcal 정도의 가스 또는 전기 육추기를 이용하는 것이 좋다. 그러나 더운 지역에서는 <그림 2-18>과 같이 목재 프레임에 60와트 전구 4개를 바닥에서 0.5m높이로 매달아 주면 적절한 육추열을 발생시킬 수 있다.

0.5-0.7m 높이의 육추 가드를 이용하면 처음 몇일동안 섯바람을 막아줄 수 있고 오리를 열원으로 몰아주고 사료와 물에 쉽게 접근할 수 있게 해준다. 육추기 1대가 500수를 커버하도록 한다.

<그림 2 - 18 > 오리축사 난방을 위한 열원

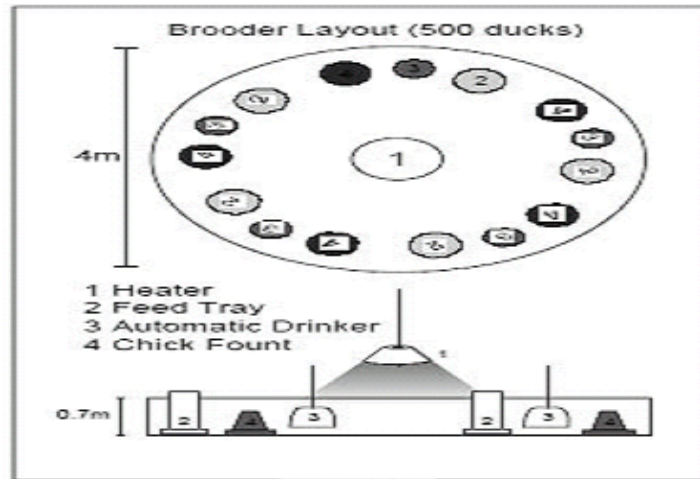


② 육추준비 방법

육추목적으로 난방해야 하는 공기량을 줄이기 위해 축사 일부를 비닐 커튼으로 막아 활용한다. 육추영역에 필요

한 수의 육추가드와 육추기를 비치한다.

< 그림 2 - 19 > 육추실의 레이아웃



축사 내부의 여러 곳에 온도계를 비치하고 하나는 각 육추기 아래 깔짚위에 비치한다.

기후 상황에 따라 육추기를 입추 48시간 전에 가동시켜서 육추지역이나 깔짚 바닥이 적절한 온도에 도달하도록 한다. 주위온도 상황에 따라 온도를 조절해서 온도 조절 표에 따라 맞추어 준다. 추운 지역에서는 축사 온도를 높이기 위해 추가적으로 히팅을 해줄 필요도 있다. 연소에 의한 난방을 하는 경우 축사에 일산화탄소가 발생하여 오리나 관리자에게 독성을 줄 수 있으니 적절한 환기를 실시해 주어야 한다. 일산화탄소 수준은 소형 가스 감지기를 이용해 측정할 수 있다. 더운 지역에서 육추를 하는 경우

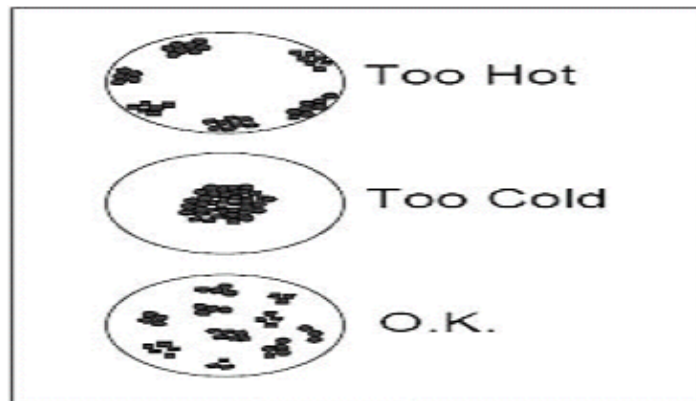
난방을 과하게 하지 않도록 주의해야 한다.

- 최소한의 육추 난방을 한다.
- 열원으로부터 떨어질 수 있도록 오리에게 충분한 공간을 준다. 그러나 야간에는 온도가 떨어질 수 있음을 감안해야 한다.
- 주기적으로 온도를 체크한다.

③ 온도관리

더운 지역에서는 7일 이후부터 난방은 불필요하게 된다. 반면 온건기후에서는 28일령까지도 난방을 해주어야 한다. 육추가드 내부에 오리들이 어떻게 퍼져있는가를 보고 정확한 육추온도를 감지할 수 있다.

<그림 2 - 20 > 육추실의 온도와 오리새끼 대응



그러나 오리는 군집하는 특성이 있어서 더위를 느낄 때에도 약간은 뭉쳐있되 육추기와는 떨어져 육추 가드 쪽에

있게 된다.

온도계를 육추기 아래에 설치하고 축사내부에서도 자연적으로 온도가 높은 지역에서는 육추기 온도를 적정온도보다 약간 낮게 유지시킨다.

오리가 일단 깃털이 발달되면(+28일령) 축사내 온도가 5℃이하로 내려가지 않는 한 난방을 해주지 않아도 된다. 축사 내부온도가 1℃이하로 내려가면 급수기가 동결될 수 있어 그것으로 인해 사료섭취량 및 성장률이 크게 저하될 수 있다.

6). 물관리

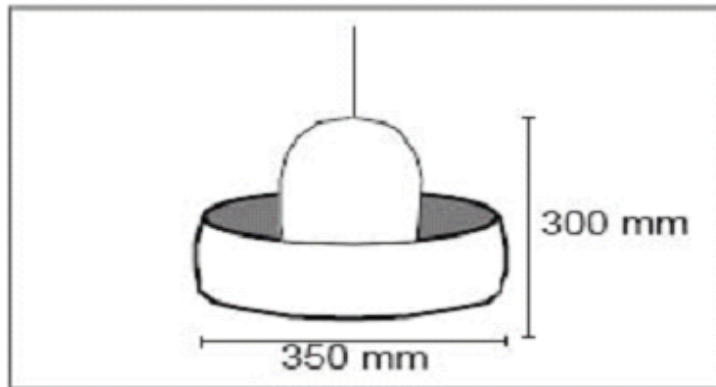
오리에게는 항상 쉽게 접근하여 섭취할 수 있는 깨끗한 물을 공급해주어야 한다. 오리는 물을 좋아하는 가금으로 섭취외에 다른 부분에 오히려 물을 많이 소비한다. 따라서 적정 물공급량은 차이가 크고 또한 중요하다. 선선한 기후에서는 1일 1수당 1.5리터, 더운 기후에서는 1일 1수당 5리터의 물을 소비한다. 또한 오리에게 필요한 충분한 물을 공급해 주면서 한편 바닥이 젖지 않도록 균형 있는 세심한 관리를 해주어야 한다.

① 1일령에서 7일령기

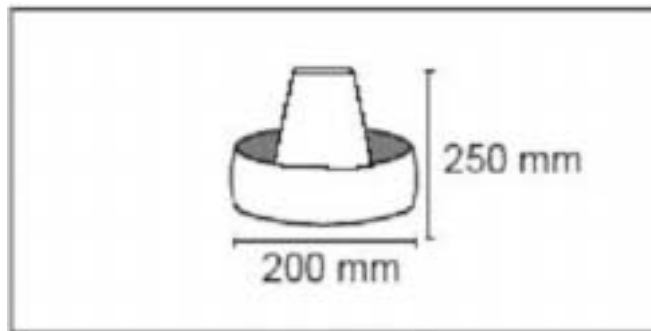
육추 가드 내에서 육추되는 시기에는 자동 급수기를 이

용하여 급수기 1개당 100수가 되도록 한다(9.5mm/1수).
처음 3일 동안은 100수당 1개 비율로 보조급수기를 비치
해주면 좋다.

< 그림 2 - 21 > 육추실의 급수기(1)



< 그림 2 - 22 > 육추실의 급수기(2)



물 이외에 처음 2일 동안은 믿을만한 제조업체가 생산
한 비타민과 미네랄 제제를 병아리 급수기를 이용해 첨가

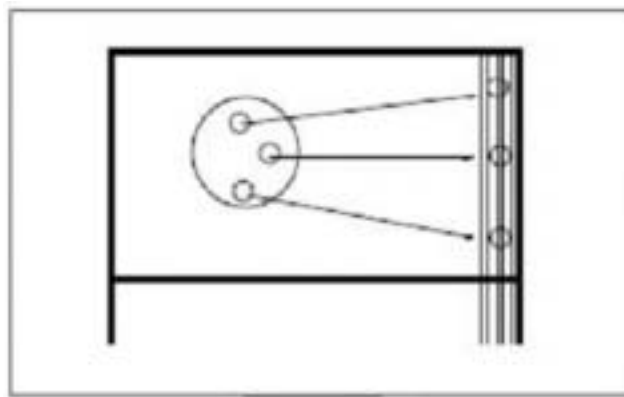
해 준다. 이로써 오리들이 운송 스트레스로부터 빨리 회복 될 수 있다.

② 7일령-18일령

일단 육추가드를 치우고 나면 급수기를 점차적으로 칸막이 한쪽으로 옮겨주거나 물섬으로 올려주어야 한다.

급수기를 옮겨줄 때는 한번에 조금씩 이동해서 새로운 위치에 적응할 수 있도록 한다. 급수기를 물섬으로 옮겨주는 경우 오리들이 적응하는 데는 5-6일이 소요되므로 주의한다.

<그림 2 - 23 > 육추실의 물섬

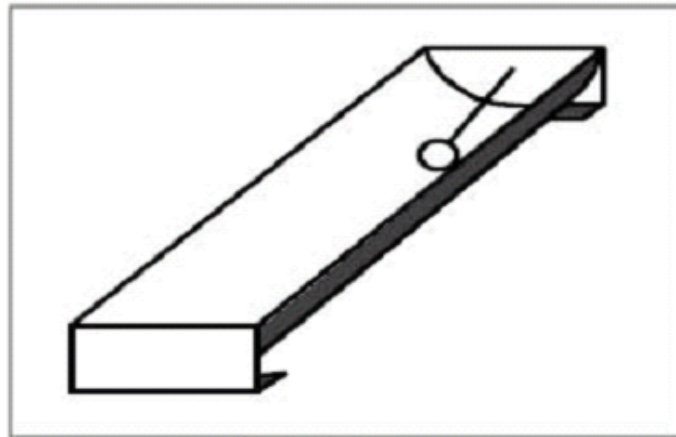


③ 18일령-도압

250수당 1개의 철재로 된 2m길이의 홈통 형 급수기를 놓아준다. 모든 급수기를 매일 청소하고 다시 물을 채워주

어야 한다. 급수기는 오리들이 양쪽에서 먹을 수 있도록 비치되어야 한다.

<그림 2 - 24 > 육추실 철제형 급수기



⑦ 수영장 통로(물이 흐르는 채널식)

오리가 축사외부의 수영장을 이용하는 경우 물이 항상 통로를 통해 흐르게 하여야 하고 1주일에 1회는 비우고 청소해 주어야 한다. 물이 항상 흐르는 형태가 아닌 경우 매일 통로를 청소해 주어야 한다.

7). 육용오리 급여

체리벨리 슈퍼 M3 육용오리는 성장과 증체가 빠르고 효율적이다. 급이되는 사료는 오리가 가진 유전적 특징을 발현시키는데 중요한 요소이다.

① 사료형태

모든 사료는 품질이 우수해야 한다. 효율성을 극대화 하기위해 사료를 사육 일령에 따라 다르게 할 수 있다.

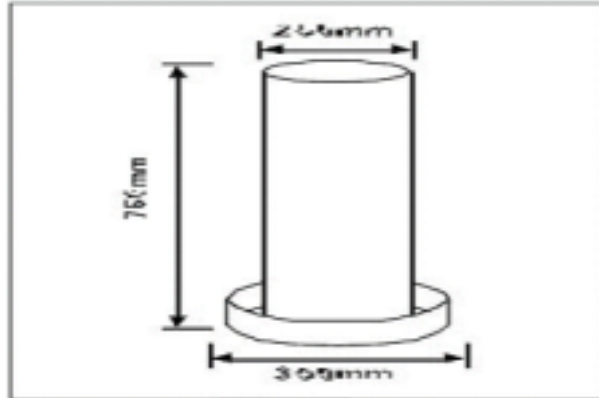
사육기간 중 정기적으로 높은 영양 수준의 사료로 교체 해주면 요구되는 영양 수준을 잘 충족시킬 수 있다. 이로써 오리를 보다 효율적으로 사육할 수 있다. 그러나 너무 자주 급이 프로그램을 변경하면 배합설계 및 사료유지관리 등의 비용면에서 효율성이 떨어진다. 따라서 대형 오리를 사육하는 환경에서는 다양한 급이 프로그램을 적용하는 것이 경제적이다. 소형 오리를 사육하는 환경에서는 2단계의 사료 적용이 가장 효율적이다. 모든 사료는 펠렛으로 급여해야 하는데 불가한 경우에는 매쉬사료를 급여할 수 있으나 사료 허실이 많아 사료 요구율이 높아지는 원인이 된다.

② 급이기

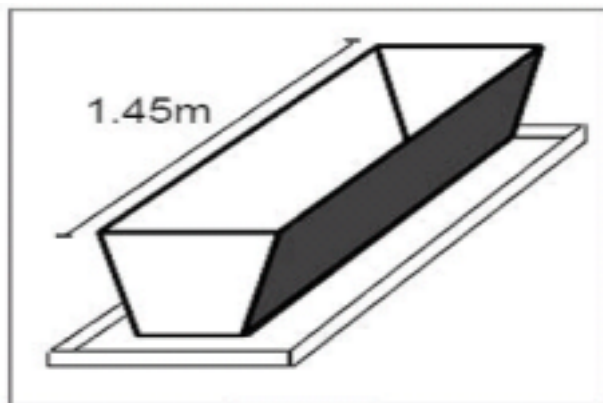
○ 0-14일령

육추시기에는 100수당 1개의 튜브형 급이기를 준비하여 (둘레가 0.95m이고 수당 9.5mm의 급이면적 제공) 오리가 항상 사료를 섭취할 수 있어야 한다.

<그림 2 - 25 > 튜브형 급이기



<그림 2 - 26 > 호퍼형 급이기



○ 14일령-도압

14일령부터는 튜브형 급이기에서 양쪽에서 먹을 수 있는 호퍼형 급이기로 바꾸어 180수당 1개 비율로 놓아주고 수당 급이면적은 16mm를 제공한다.

사료허실을 최소화하기 위해 호퍼사용을 권장한다. 육성기

에는 항상 우수한 품질의 사료를 적절히 공급해 주어야 한다.

③ 도압 6시간전

도압 6시간 전에는 사료공급을 중단해야 한다.

④ 출하와 입추 전환기

출하 후 급이기는 철저히 세척해 주어야 한다. 남아있는 사료는 현재 사육중인 다른 오리 군에 급여해주어야 하며 남겨서 다음에 오는 오리군에 급여해서는 않된다.

8). 점등 컨트롤

오리에게 긴 점등시간을 주면 사료섭취 시간이 길어 성장이 촉진되겠지만 동물애호측면에서는 비난의 대상이 될 수 있으므로 매일 오리에게 일정한 시간의 휴식(소등)을 주어야 한다.

① 점등 프로그램

처음 몇 일간은 긴 점등시간을 주어 오리가 사료와 물을 잘 찾아 섭취할 수 있도록 하는 것이 초기 성장저하 문제를 막을 수 있다. 따라서 다음과 같은 점등 프로그램을 권장한다.

< 표 2 - 9 > 오리 점등 프로그램

| 일 령 | 점등시간 | 조도(룩스) |
|----------|------|--------|
| 1 일령 | 23 | 20 |
| 2 일령 | 23 | 20 |
| 3 일령 | 23 | 20 |
| 4 일령 | 22 | 20 |
| 5 일령 | 21 | 20 |
| 6 일령 | 20 | 20 |
| 7 일령 | 19 | 20 |
| 8 일령 | 18 | 20 |
| 9일령-사육말기 | 18 | 20 |

② 점등설비

20룩스의 조도는 평방미터당 일반 백열전등을 이용해 7 와트의 조도를 주면 된다. 또한 형광등도 점등 시설로 사용할 수 있다. 형광은 출력이 좋기 때문에 상기 와트의 25%만 소요되면 동일 밝기를 낼 수 있다. 전구형태의 형광등이 튜브형태의 형광등보다 빛의 퍼짐현상에서 우수하다. 점등설비는 축사내부에 적절히 분포시켜서 적절한 밝기를 주어야 하며 특히 사료나 급수원에 빛이 잘 도달하도록 한다.

참고로 조도를 조절할 수 있는 점등 설비인 경우 3-5주령기에 오리들이 깃털을 쫓는 현상을 보이면 조도를 낮추어 줄 수 있다. 점등시설은 각 축사별로 24시간 단위로 점등 ON, OFF 시간을 셋팅할 수 있는 설비를 이용해야 한다.

9). 기록관리

기록은 정확하고 포괄적이며 정기적으로 이루어져야 한

다. 각 육용오리군에 대한 완전한 기록이 있어야 과거에서 현재까지의 오리군에 대한 성적을 역사적으로 평가할 수 있다. 또한 생산과 관련한 문제를 해결하는데 기록은 매우 귀중한 자료가 된다.

< 표 2 - 10 > 체리베리 수퍼 M3 육용오리 관리 요령

| 항 목 | 육주시기 | 육성시기 |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 입추 | 격리 및 차단방역. 청정환경 셋바람 차단 | 악천후로부터 보호. 적절한 환기로 편안한 환경조성 |
| 바닥면적 | 500수당 4m 직경의 육추가드 설치. 7일령부터는 점차로 늘려서 수당 0.1㎡공간 제공. | 18일령부터는 수당 0.2㎡제공 |
| 난방 | 육추기밀은 35℃로하고 28일령 까지 점차 낮추어서 가온중단. | 축사 온도가 5℃이하로 떨어지는 경우에만 난방 |
| 급수 | 100수당 1개의 자동 급수기와 (9.5mm/1수) 처음 3일간은 100수당 1개의 보조급수기 비치 | 250수당 2m길이의 홈통형 급수기 1개 비치(16mm/1수) |
| 급이 | 14일령까지 100수당 1개의 튜브식 급이기를 비치하고 (9.5mm/1수)점차적으로 180수당 1개의 양쪽에서 먹을 수 있는 1.45m 길이의 호퍼(사료통)급이기로 전환(16mm/1수) | 180수당 1.45m 길이의 양쪽에서 먹을 수 있는 사료호퍼 1개 비치(16mm/1수) |
| 사료 | 대오리 사육: 0-9일 초기사료 1 10-16일 초기사료 2 17-42일 육성사료 43-도압 말기사료 (도압일령에 따라 다름) 소오리 사육: 0-14일령 초기사료 1 15-도압 육성사료 | |
| 점등 | 1일 23시간 점등. 점차로 줄여서 8일령에는 18시간으로 셋팅 | 18시간 점등유지/1일 |
| 환기 | 신선하고 깨끗한 환경조성. 셋바람 차단 | 신선하고 깨끗한 환경유지 |
| 갈짚 | 오리를 깨끗하고 건조하게 유지시키기 위해 매일 소량씩 갈짚을 보충. | 오리를 깨끗하고 건조하게 유지시키기 위해 매일 소량씩 갈짚을 보충. |
| 기록관리 | 폐사, 도태, 갈짚사용, 급여량 | 폐사,도태,갈짚,생체중, FCR |
| 일반 | 입추전에 축사 청소를 깨끗이하고 필요한 경우 백신을 미리 확보해 둔다. | 상태불량이나 성적저하 및 도폐사 증가가 있는 경우 원인파악 |

기록은 숫자와 그래프로 유지되어야 하는데 이로써 정보에 대해 손쉽게 파악할 수 있다. 기록은 육추기시에서 육성말기까지에 걸쳐 이루어져야 한다.

12. 조류 인플루엔자(Avian Influenza)¹¹⁾

가. 조류 인플루엔자의 개요

조류 인플루엔자는 A형 인플루엔자 바이러스에 의해 발생하는 조류의 감염성 질환으로 100년 전에 이탈리아에서 처음 동정되었다. A형 인플루엔자 바이러스는 표면 단백질-hemagglutinin(HA), neuraminidase(NA)-에 의해 몇 가지 종류로 나눌 수 있다. 이 중 15 종류의 인플루엔자 바이러스가 조류에서 감염을 일으키고 조류 전체가 인플루엔자 바이러스의 병원소 역할을 한다. 특히 H5형과 H7형이 이러한 유행과 관련성이 있는 것으로 알려져 있다. 반면에 인간에서는 3종류의 HA(H1, H2, H3)와 2가지 형태의 NA(N1과 N2)만이 발견되고 있다.

야생오리와 같이 철새들은 자연에 존재하는 가장 흔한 병원소이지만 철새들은 오히려 조류 인플루엔자에 저항성을 가진다. 닭이나 칠면조와 같은 가금류들이 조류 인플루엔자에 감수성이 있다.

야생조류가 가금류와 접촉할 경우 가금류에서 유행이 발생한다. 감염은 오염된 조류의 비루, 호흡기 분비물과 대변에 의해 이루어지며 특히 오염된 대변이 다시 구강을

11) 김영택, "조류 인플루엔자 (Avian Influenza)"<http://dis.mphw.go.kr/avian>

통한 감염을 일으키는 경우가 많다.

전염성이 강하고 조류 인플루엔자는 오염된 기구, 매개체, 사료, 새장, 옷 등을 통한 기계적 전파를 한다. 병원성이 강한 바이러스는 일반 환경에서도 장기간 생존할 수 있다. 특히 날씨가 추운 경우 감염된 조류의 조직이나 대변에서 장기간 생존할 수 있다.

증상이 다양하여 경한 증상에서부터 전염성이 강하고 치명적이어서 심각한 유행을 초래하는 경우까지 있다. 병원성이 약한 바이러스가 가금류 간에 전염되면서 병원성이 강한 바이러스로 바뀐다.

1983년에서 1984년 미국에서 유행했던 H5N2 조류 인플루엔자는 처음에는 치명도가 낮았으나 6개월 뒤 병원성이 강해져서 치명률이 90% 이상이 되었고 이로 인해 1,700만 마리의 가금류를 살 처분 시켰다.

몇 가지 이유 때문에 15가지의 조류 인플루엔자 중에서 H5N1이 가장 중요한 위치를 차지한다. H5N1은 다른 종의 동물에 감염된 바이러스로부터 유전자를 받아 쉽게 유전자 변이를 일으키는 성질이 있다. 특히 실험실 연구를 통해 병원성이 강해서 인간에서 심각한 질병을 일으킨다는 사실이 밝혀졌다. H5N1은 사람에게 직접 전파된다는 사실이 1997년 홍콩에서의 유행과 2004년 베트남 및 태국에서의 증례에서 증명되었다. 조류에서 조류 인플루엔자의 유행이 있을 경우 사람에서도 감염을 일으킬 위험성이 커

진다. 현재까지는 사람 간에 전파된다는 증거는 없다. 그러나 많은 사람들이 H5N1에 감염될 경우 사람에서도 돌연변이를 일으켜 새로운 형태의 바이러스가 출현하여 사람 간 전파가 일어날 수 있다.

나. 조류 인플루엔자에 의한 인체 감염

1). 조류 인플루엔자에 의한 인체 감염

조류 인플루엔자는 정상적으로는 조류와 돼지 이외의 동물에서는 감염이 안 된다. 그러나 1997년 홍콩에서 H5N1 바이러스가 18명에서 호흡기 질환을 일으켰고 이중 6명은 사망하였다. 원인이 되었던 바이러스는 홍콩에서 가금류 인플루엔자를 유행시킨 바이러스와 같은 종류의 바이러스로 밝혀졌다. 살아 있는 가금류와 계속적으로 접촉한 사람들이 감염되었다. 또한 유전자 연구를 통해 바이러스가 조류에서 바로 사람에게로 감염되었다는 사실도 알게 되었다. 환자를 진료한 의료진에게도 전염이 있었지만 심하지는 않았고 환자의 가족 등에서는 전염이 없었다. 3일안에 홍콩전체의 150만 마리의 가금류를 살처분시켜 사람으로의 전파를 차단하여 범유행을 막을 수 있었다. 이는 조류 인플루엔자가 직접전파를 통해 사람에게 감염을 일으켜 심각한 질병과 사망까지 초래한 사건이다.

2003년 2월에도 홍콩에서 2건의 조류 인플루엔자가 발생하여 1명이 사망하였는데 이 가족은 발병 전 중국 남부를 여행한 적이 있었다. 최근에 조류 인플루엔자가 사람에게 감염된 사례는 또 있었다. 2003년 2월 네델란드에서 H7N7 바이러스에 의해 조류 인플루엔자 유행이 발생하여 84명이 감염되어 1명이 사망하였다. 홍콩에서 1999년과 2003년 12월에도 각각 2건과 1건의 H9N2에 의한 조류 인플루엔자 환자가 발생하였다.

< 표 2 - 11> 확진된 인간에서 감염된 조류 인플루엔자 증례

| 국 가 | 증 례 [†] | 사 망 |
|-------|------------------|-----|
| 태 국 | 5 | 5 |
| 베 트 남 | 18 | 13 |
| 계 | 23 | 18 |

2004년 2월 9일까지 증례. † 사망한 증례 포함, 세계보건기구에서 확진한 증례만 계산

< 그림 2 - 27 > 동남아시아 조류 인플루엔자 발생현황



2003년 12월 우리나라에서 가금류에서의 H3N1형에 의한 조류 인플루엔자 유행이 보고된 이후 베트남, 일본, 태국, 캄보디아, 중국, 라오스, 인도네시아 등에서 가금류에

서의 조류 인플루엔자 유행이 보고되었다.

2004년 1월 13일 세계보건기구가 2003년 12월과 2004년 1월 베트남에서 사망한 3명의 환자에 대해 조류 인플루엔자 감염을 확인하였고 1월 23일 태국에서도 조류 인플루엔자 환자가 확진되었다. 2004년 2월 9일까지 총 23 증례의 조류 인플루엔자 환자가 확진되었고 이중 18명은 사망하였다. 이 환자들은 모두 태국 및 베트남에서 발생하였다.

2). H5N1 조류 인플루엔자의 인체 감염 시 임상적 경과와 치료

1997년 홍콩 유행에 대한 연구를 통해 제한적이지만 조류 인플루엔자의 임상적 경과가 알려졌다. 당시에 환자들은 발열, 인후통, 기침이 발생하였고 심한 경우 호흡곤란 증후군과 사망으로 진행하였다. 건강한 성인과 소아 그리고 만성질환을 가진 사람 모두에서 조류 인플루엔자에 이환되었다.

예방과 치료에 사용되는 항바이러스 제는 건강한 성인 및 소아가 감염된 A형 인플루엔자에 효과적이거나 한계가 있다. 백신에 의한 예방도 생각할 수 있으나 새로 출현한 바이러스를 막기 위한 새로운 백신을 개발하는 데 최소 4개월이 소요된다.

3). 국내 현황

국내에서는 2003년 12월 11일 충북 음성군의 한 양계장에서 가금인플루엔자(조류독감) 바이러스가 처음 발견됐다. 1997년 홍콩에서 사람에게 감염된 A/H5N1형 바이러스였다. 당시 보건 당국은 곧 WHO에 이를 보고하고 문제가 된 닭들을 폐사시키는 등 방역조치를 취했다.

그러나 가금인플루엔자(조류독감) 바이러스는 2004년 3월까지 전국 19개 지역의 오리, 닭 농장에서 잇따라 발견돼 국민을 불안에 떨게 했다. 관련 제품의 수출과 소비에 미친 파장도 컸다. 다행히 국내 가금인플루엔자(조류독감) 사태는 인체에 감염된 사례가 발견되지 않은 채 종결됐다. 질병관리본부는 이 바이러스가 언제 돌연변이를 일으켜 사람 간에도 전염될 수 있을지 모른다는 점에 정부도 예의주시하고 있다고 밝혔다. 이와 관련, 정부는 WHO 서태평양 지역본부가 있는 필리핀 마닐라에 전문가 한 명을 파견해 가금인플루엔자(조류독감) 관련 조사를 위한 국제 공조체계를 가동하고 있다. 또 농림부와 보건복지부는 2004년 4월 인수(人獸)공통전염병 대책위원회를 구성했다. 대책위는 2005년 연말까지 70만 명분의 항바이러스제(타미플루)를 확보할 계획을 세우고 이미 50만명분을 확보하는 등 비상사태에 대비하고 있다. 2005년 3월에는 질병관리본부와 전국 시도 보건소 등이 합동으로 가금인플루엔

자(조류독감) 환자 발생을 가상해 모의훈련을 하기도 했다.

다. 조류 인플루엔자의 범유행과 예방대책

1). 인플루엔자의 범유행 : 피할 수 있는가?

인플루엔자 바이러스 구조가 바뀌는 것은 크게 두 가지로 나눌 수 있다. 바이러스의 유전자 구조가 복제과정에서 계속하여 변하여 기존의 유전자는 새로운 유전자로 대체되는 것을 “항원소폭변위(antigenic drift)”라고 부른다. 반면에 인플루엔자 바이러스가 서로 유전자를 교환하거나 순서가 바뀌거나 합쳐지는 과정을 거치면서 전혀 다른 새로운 형태의 바이러스를 생성하는 데 이를 “항원변위(antigenic shift)”라고 한다. 항원변위가 일어날 경우 숙주는 이 바이러스에 면역성이 전혀 없고 기존의 백신도 효과가 없기 때문에 범유행이 일어난다.

역사적으로 한 세기동안 3-4회 새로운 유전자 변위가 일어나 인플루엔자의 범유행을 일어났다. 그러나 이러한 범유행은 예측이 되지 않았다. 20세기에 1918-1919년에 범유행이 있어 4-5천만명이 인플루엔자로 사망하였고, 1957-1958년과 1968-1969년에도 범유행이 있었다.

그러나 H5N1 조류 인플루엔자의 위험성은 크지 않아

보인다. 감염된 가금류를 살처분하고, 가금류에 대한 백신 접종을 통해 인간에게 전염되는 것을 막을 수 있다. 특히 가금류 사육과 관련된 일을 하는 사람에 대한 보호에 신경을 써야 한다.

만약 인간에서 조류 인플루엔자가 발생하면 사람만이 아니라 동물에서의 조류 인플루엔자 감염에 대한 조사도 병행하여야 한다. 각 증례에 대한 개별적인 조사는 필수적이다. 세계보건기구 등 국제기구가 있지만 유행이 발생한 국가의 질병관리 수준, 진단검사 수준 그리고 감시체계의 적절성 등에 의해 조류 인플루엔자가 얼마나 잘 통제될 수 있는지 결정된다.

2). 의료기관의 역할

38℃ 이상의 발열이 있으면서 인후통 또는 기침이 있는 환자가 내원 시 인플루엔자의사환자로 분류하고 조류 인플루엔자 폭로 위험요인을 확인한다. 발병 10일 이내에 오리/닭 사육 농장에 폭로되었는지 여부와 발병 10일 이내에 가금류에서 인플루엔자 유행이 발생한 국가를 여행했는지 여부를 확인한다. 만약 인플루엔자 의사환자가 위험요인에 폭로되었을 경우 보건소로 전화신고하고 검체채취 후 검사를 의뢰한다. 원인불명의 지역사회 획득 폐렴환자나 급성호흡부전환자 및 사망자가 있을 경우 보건소로 즉

시 유선 신고한다. 환자의 호흡기에서 검체를 채취하여 보건소에 검사를 의뢰한다. 인후도찰물과 혈액을 채취한다. 혈액은 1차 채혈 후 3주 후에 2차 채혈을 실시한다. 인후도찰물은 환자의 인두 후벽을 면봉으로 360°C로 3-4회 돌려 도찰한다. 검체 채취방법 및 수송 조건은 다음 표와 같다.

< 표 2 - 12 > 기관별 역할

| 구 분 | 감 시 대 상 | 의 료 기 관 역 할 | 보 건 소 조 치 | |
|-----------|---------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| 시군구의료기관감시 | ◦외래환자 (내과계 의료기관) | ◦위험요인 ¹⁾ 이 있는 인플루엔자 의사환자 ²⁾ | ◦위험요인이 있는 인플루엔자의사환자 내원시 보건소 신고, ◦검체채취 및 검체의뢰서작성 후 보건소의뢰 | ◦신고접수 ◦검체수거 및 사례조사 |
| | ◦입원환자 (병원급 의료기관) | ◦원인불명의 지역사회획득폐렴, 급성호흡부전증(A RDS) 입원환자 또는 사망자 | ◦보건소로 전화 신고 ◦검체채취 및 의뢰 | ◦신고접수 ◦시도 역학조사관과 협조하여 사례조사 수행 |

< 표 2 - 13 > 인플루엔자의사환자 가검물 채취 및 수송 요령

| 검 체 | 검체 종류 | 수송 조건 |
|--------|------------------------|---------------------------------------------------------|
| 호흡기 검체 | 인후도찰물: VTM, 1개 | 4°C를 유지하여 가급적 빠른 시간 내 검체와 검체의뢰서 사본을 질병관리본부 역학조사과로 송부 |
| 혈 액 | Plain tube: 5ml 정도, 1개 | 4°C를 유지하여 가급적 빠른 시간 내 혈액 및 기본조사표 사본을 해당 시도 보건환경연구원으로 송부 |

VTM : virus transport medium (바이러스 수송 배지)

3). 우리나라의 방역대책

만약 사람 간 전파사례가 발생할 경우 다음 표와 같이 구분하여 각각에 대한 방역대책이 수립되어 있다.

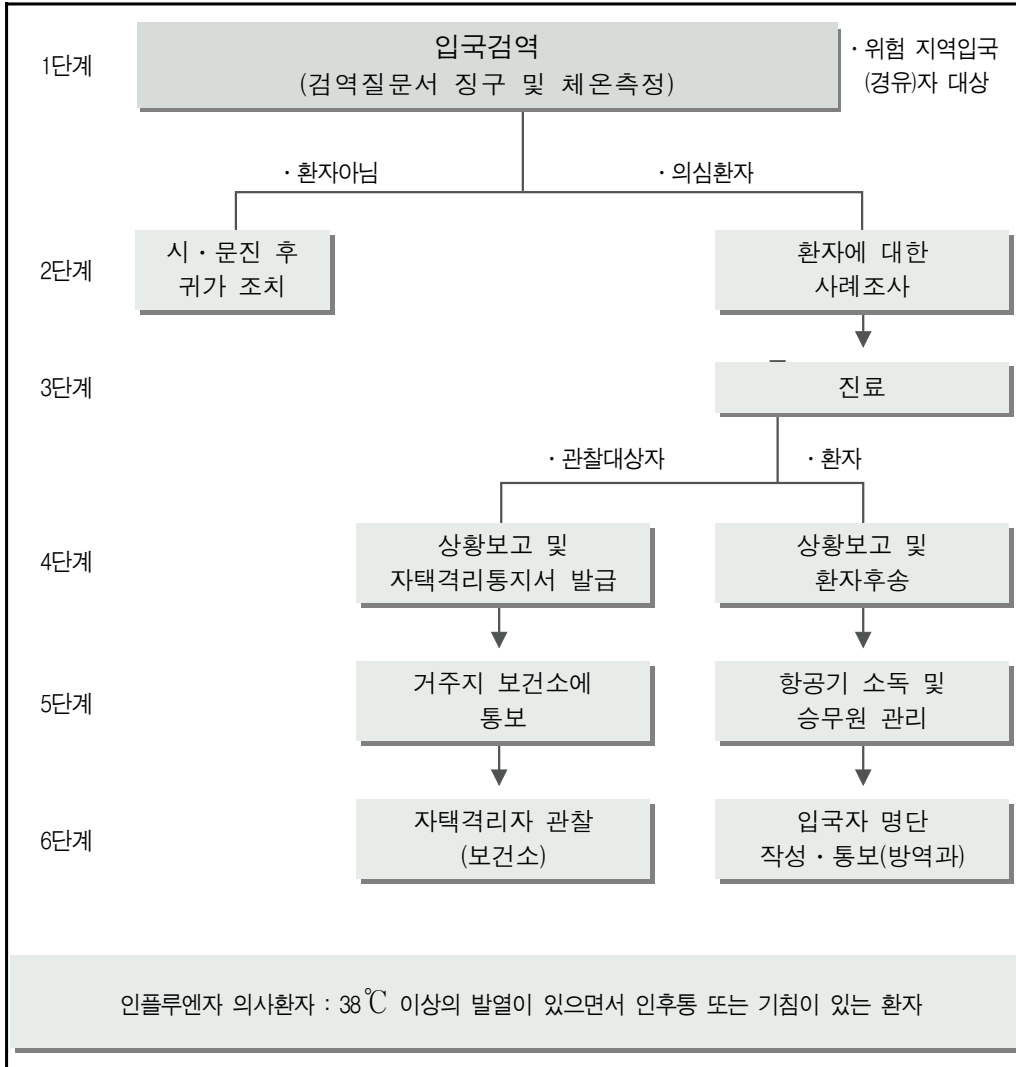
주의보 단계와 경보 단계에서는 국내 전파 방지에 주력하는 방역대책을 시행하고 비상단계에서는 환자치료 중심의 방역대책으로 전환한다. 사람 간 전파 확인 시 “신종 인플루엔자”를 전염병예방법에 의해 제4군 전염병으로 정의한다.

< 표 2 - 14 > 대유행의 국내전파 단계

| 단 계 | W H O 단 계 | 정 의 |
|---------|----------------------------|--------------------------|
| 주의보 단계 | Phase 0 Level 3 또는 Phase 1 | 사람 간 전파사례 환자의 국외 발생 |
| 경 보 단 계 | Phase 1 또는 Phase 2 | 사람 간 전파사례 환자의 국내유입 발생 |
| 비 상 단 계 | Phase 2, 3 또는 4 | 사람 간 전파의 국내 유행 |

검역 대상 전염병으로 지정하여 환자 발견 시 격리 조치 및 출입국 제한 등의 조치를 취한다. 또한 환자는 자택 내 격리 또는 지정병원 격리치료 등의 조치를 취한다.

< 그림 2 - 28 >. 단계별 검역절차



이를 위해 전염병관리부장을 추진단장으로 하는 “중앙 인플루엔자 대책 추진단”을 설치 운영하면서 조기감시체계 정비 및 입국자 추적관리체계 구축, 현장 대응 인력의 사전 교육 및 훈련, 실험실 진단 기능 확충과 진단시약을

비축, 항바이스제제 비축, 대국민 홍보강화 및 대외기관과의 공조체계 강화 등 조류 인플루엔자 유행에 대비한 대응책을 마련하고 있다.

또한 조류 인플루엔자에 대한 홈페이지를 운영하여 조류 인플루엔자에 대한 실시간 정보를 제공하고 있다.

4). 가금류에 대한 대책

가금류에서 발생한 H5N1 조류 인플루엔자는 농업부분에서 심각한 결과를 초래하였다. OIE(Office International des Epizooties)에서는 병원성이 강한 조류 인플루엔자를 “list A” 질병으로 분류하여 “빠르고 심각한 전파력을 가지고 국경을 넘어서 전파되어, 사회경제적이며 공중보건학적인 문제를 일으키며, 동물이나 축산물의 무역에 영향을 미치는 질병”으로 규정하고 있다. 조류 인플루엔자와 같은 인수공통전염병은 철저한 관리로 인간의 건강에 위해성이 없다는 것을 보여주는 것이 소비자의 신뢰를 회복하여 경제적 피해를 막을 수 있는 길이다. 동물에서 인수공통전염병의 전파를 막는 것이 경제적 손실을 막으면서도 인간의 건강에 미치는 위해를 최소화할 수 있는 방법이다. 감염된 동물을 살처분시키는 것은 인간으로의 전파 기회를 차단하는 길이다. 이와 같은 조치는 동물에서 인수공통전염병의 감염이 발생하면 즉시 이루어져야 한다. 과거 홍콩이나

네델란드에서 조류 인플루엔자 유행 시 신속한 살처분을 통해 인간에서의 피해를 최소화할 수 있었다.

5). 식품의 안전성

1997년 홍콩의 유행은 철저하게 조사되었으나 사람에서 전파는 극히 제한적으로 발생하였다. 조사결과에 의하면 18명 모두 살아있는 감염된 가금류에 밀접한 직접접촉을 통하여 감염되었다. 이러한 이유로 현재 고병원성 인플루엔자가 가금류 사이에 유행하고 있는 지역에서는 살아 있는 가금류를 시장에서 직접 사는 것은 피해야 한다.

일부 국가는 자국 동물을 보호하기 위해 조류 인플루엔자 발생 국가로부터 가금류 수입을 제한하고 있으나 세계보건기구는 가금류 산물(냉동 또는 냉장 상태의 육류와 부산물 등)과 계란 등에 대해서는 위험이 없다고 판단한다.

인플루엔자 바이러스가 적절한 가열에 의하여 사멸된다는 것은 잘 알려져 있다. 세계보건기구는 가금류를 다루고 난 뒤 손씻기를 철저히 하고 교차오염을 예방하여 70℃ 이상 철저히 익힐 것을 거듭 강조한다.

6). 국제 여행 시 권고사항

세계보건기구는 조류 인플루엔자의 위험지역으로의 여행을 제한할 것은 권하지 않는다. 다만 위험지역으로의 여행 시 동물시장이나 가금류 농장 방문은 피해야 한다. 또한 가금류로 만든 모든 음식과 달걀은 충분히 익혀서 먹을 것을 권한다.

7). 가금인플루엔자 방역 농가 행동수칙

- (1). 매일매일 가축을 세심히 관찰하고 의심증상이 보이면 즉시 방역당국(☎ 1588-4060, 1588-9060)에 신고한다.
- (2). 농장소독을 매일 1회 이상 실시하고 야생조류 등 출입을 차단한다.
 - 농장 출입구에는 발판 소독조, 분무소독시설 등을 설치하고 소독을 생활화 한다.
 - 계사에 철망 설치 등으로 야생조류 등 출입을 차단한다.
- (3). 닭 농가와 오리 농가간 상호 접촉을 금지시킨다.
 - 사료차량 농장출입을 금지시키고, 마을입구에서 농장주가 직접 사료를 운반한다.
 - 닭·오리 사료차량을 구분하여 사료 공급을 받도록 한다.

- 벌크사료의 경우 오리는 오리사료 전용 지정차량으로만 운반한다.
 - 닭·오리 분변은 치우지 말고 그대로 둔 상태에서 소독만 실시한다. 부득이하게 치울 경우에도 농장외부로 반출을 금지한다.
 - 동물약품 수송차량관계자의 농장출입을 금지하고, 농장주가 직접 구입·운반한다.
 - 가축운반차량(어리장차)은 닭과 오리를 각각 구분하고, 소독을 철저히 한다.
 - 닭 농가와 오리농가 상호 접촉을 금지하고, 닭·오리 농가간 모임도 지양한다.
- (4). 일반인 농장 출입도 통제한다.
- 농장 출입구에 「방역상 출입을 통제」 한다는 안내문 부착한다.
 - 농장문을 항상 잠가 놓아서 택배회사 직원 등이 무심코 출입하는 일을 방지하고, 농장 출입 통로에 줄을 매어 놓는 등 일반인의 출입 통제한다.

라. 조류인플루엔자 관련 최근의 상황

조류 인플루엔자는 A형 인플루엔자의 한 종류로 유전

자 변위를 잘 하기 때문에 앞으로 어떻게 변화할지 예측하기는 어렵다. 그러나 현재까지는 인간과 인간간의 감염은 확인되지 않았고 인간이 감염된 경우는 살아있는 가금류와의 접촉에 의한 것이 대부분이었다. 가금류 산물도 충분히 익힐 경우 문제가 없고, 위험지역으로의 여행제한 등은 권고되지 않고 있다.

국가적으로도 방역강화 및 물자비축 등의 노력을 기울이고 있다. 의료기관에서도 인플루엔자의사환자가 있을 경우 폭로된 위험요인을 조사하고 보건소에 신고 및 검체채취 등의 조치를 취해야 한다.

가금 인플루엔자(조류독감)은 21세기의 흑사병이 될 것이라고 세계보건기구(WHO)와 미국의 권위 있는 외교전문지인 '포린 어페어스(Foreign Affairs)'가 최근 경고했다. 포린 어페어스 2005년 7~8월호도 특집 기사를 통해 앞으로 사람 간 감염이 가능한 변종 가금인플루엔자(조류독감) 바이러스가 출현하는 경우 전 세계 60억 명의 인류 중 30%인 18억 명이 감염되고 5000만~1억 명을 사망케 할 것이라고 경고했다.

팬데믹이란 14세기 유럽 인구의 30%를 희생시킨 흑사병이나 4000만~5000만 명의 사망자를 낸 스페인 독감(1918년), 그리고 100만 명이 사망한 홍콩독감(68년) 등에 쓰는 용어다.

당초 과학자들은 철새에서 유래한 가금인플루엔자(조류

독감)(Avian influenza, Bird flu) 바이러스가 오리, 닭 같은 가금류에만 전염된다고 생각했다. 그러나 1997년 홍콩에서 18명이 감염돼 6명이 사망하는 사건이 발생했다. 2005년 아시아에서 가금인플루엔자(조류독감)에 걸린 사람은 64명으로 지난해에 비해 20명 늘었다.

이 바이러스는 철새 → 오리 → 닭 → 돼지 → 인간으로 전파되면서 새로운 숙주에 침투할 때마다 유전자가 재조합돼 변종이 생긴다. 1998~2001년 아시아 전역에 퍼진 바이러스가 17회 이상의 유전자 재조합 과정을 거치면서 치명적인 변종이 나왔다. 2003년 1월 베트남과 태국에서 출현한 'Z 바이러스'다.

2004년 초에는 더욱 치명적인 'Z+ 바이러스'가 등장했다. 기존의 바이러스는 생물체 내에서만 살 수 있지만 Z+는 죽은 동물의 고기나 닭똥에서도 생존하는 전례 없는 특징을 지녔다. Z+로 아시아에서 120백만 마리의 닭이 폐사했다. 같은 해 4월이 되자 포유동물인 돼지와 인간에 침투했다.

대재앙이 임박했다는 징조가 두 가지 있다. 첫째, 2003년에 68%이던 감염자 사망률이 2004년엔 36%로 감소한 점이다. WHO는 이에 대해 "유전자 변이를 통해 독성은 줄었지만 전염력은 더욱 강해졌다"며 "과거의 사례로 볼 때 이는 세계적 전염병 발생이 임박했다는 전주곡"이라고 분석했다.

둘째, WHO가 5월 아시아 회원국 회의에 제출한 연구보고서의 내용이다. "1월 베트남 북부에서 발생한 가금인플루엔자(조류독감)의 감염 유형을 관찰한 결과 바이러스가 점점 인간 대 인간 감염 쪽으로 변형되고 있는 사실이 나타났다." 환자가 집단적으로 발생하는 유형이 사람 간의 전염병 전파 형태와 정확히 일치한다는게 그 근거다.

가금인플루엔자(조류독감)를 예방하는 백신은 아직 개발되지 않았다. 치료제로는 항바이러스제인 타미플루와 아만타딘을 써왔다. 그러나 아만타딘은 2003년 태국과 베트남에서 발견된 Z 바이러스에는 별 효과가 없는 것으로 확인됐다고 WHO가 2005년 3월 밝힌 바 있다. 스위스 제약회사 로슈가 생산하는 타미플루는 Z+ 바이러스에 효과가 있다. 그러나 예방보다는 독감에 걸렸을 때 증상을 완화해주는 정도다. 문제는 타미플루를 비축한 국가가 선진국에 집중돼 있을 뿐 아니라 비축량도 예상 필요량에 크게 못미친다는 점이다. 가금인플루엔자(조류독감)의 인간 대 인간 감염이 가능해질 경우 개도국은 속수무책으로 당할 수밖에 없다. 2005년 초 영국 일간 파이낸셜 타임스 보도에 따르면 타미플루를 전략적으로 비축하고 있는 나라는 미, 스웨덴, 캐나다, 프랑스, 호주 등 12개국뿐이다.

포린 어페어스는 "현재의 Z+ 바이러스에 대한 백신이 이른 시일 내에 개발될 전망은 밝지 않다"고 전했다. 백신 개발은 제조 과정이 매우 복잡하다. 1997년 홍콩에서 발생

한 H5N1 바이러스를 배양하는 데만 5년이 걸렸을 정도다. 또 일반적으로 백신은 '돈 안 되는 사업'이라 제약업계에서 기피하는 경향이 있다. 바이러스가 해마다 변이되기 때문에 그때마다 새로 만들어야 하므로 비용이 많이 든다. 포린 어페어스에 따르면 2003년 독감 백신을 포함한 전체 백신 시장 규모는 54억 달러에 불과했다. 같은 해 전체 제약시장 규모(3373억 달러)의 2%도 안 된다. 백신이 개발된다고 해도 '빈익빈 부익부' 현상이 생길 것이라고 전문가들은 보고 있다. 유럽, 북미, 일본 등 일부 선진국 국민을 제외한 나머지 60억 명은 꿈쩍없이 감염 위험에 노출된다는 것이다.

제 3 장. 육용오리 생산의 계열화

1. 계열화 사업의 개념

일반적으로 산업은 각 부문이 개별 경영체에 의하여 운영되고 있고 독립된 개별 경영체는 각자의 영역에서 이윤을 극대화 시키려할 것이기 때문에 생산물의 생산 및 유통 단계마다 이윤이 부과되면 자연스럽게 최종 소비자 가격은 높아질 수밖에 없고 그렇게 되면 타사와의 경쟁에서 불리해질 것이므로 생산과 유통 및 판매를 하나의 경영체로 하여금 총괄 관리케 하는 계열화사업 체계를 채택하고 있다.(예를 들면 대기업의 계열회사)

이러한 계열화사업 체계는 수평적 계열화사업과 수직적 계열화사업으로 구분되는 데 수평적 계열화사업은 같은 종류의 산업이 서로 통합하여 규모의 확대를 통한 규모의 경제를 실현할 목적으로 경영을 통합하는 형태(예를 들면 단지화)이고, 수직적 계열화사업은 한 산업 내부의 각 부문이 경영을 통합하여 비용절감은 물론 능률을 향상시킬 목적으로 하는 계열화사업 형태를 말한다.

2. 육용오리 계열화 사업의 필요성

주지하는 바와 같이 우리나라의 농업 분야에서 가장

큰 변화 중의 하나가 농업 분야에 종사할 노동력이 부족하다는 사실이다. 산업이 발전하고 경제가 향상되다 보니 소위 말하는 3D에 종사하려는 지원자 수는 더욱 줄어들고 비록 소득이 다소 낮더라도 도시에 거주하면서 자녀 교육이나 의료 및 문화 혜택 등을 향유하려는 욕구가 더 강렬해지기 때문에 농촌으로부터 도시로의 인구 이동은 끊임없이 일어나고, 노동력 부족 현상은 더욱 심화 되고 있다.

이러한 여건의 변화로 작업환경이 열악한 육용오리 사육 부문에로의 노동력 유입은 점차 막혀 가고 있어서 지금까지 도계장, 부화장, 종오리장 등을 보유하고 대단위 육용오리 사육에 참여하고 있던 기업적 대규모 육용오리 생산 업체는 노동력 조달이 경영의 큰 부담으로 작용하고 있다. 그렇다고 기이 투자된 각종 시설이나 기자재를 다른 부문에 활용하기는 더욱 어려운 일이며 고용 노동력에 의한 육용오리 생산 관리는 그 생산성 향상에 한계가 있을 뿐 아니라 설상가상으로 환경에 대한 일반의 관심이 증대되면서 육용오리 사육 농장도 공해 유발원으로 서서히 성토의 대상이 되어 가고 있어서 결국 기업적 대규모 육용오리 사육은 갈수록 난관에 봉착하고 있다.

한편, 중소 규모의 육용오리 사육 농가는 가격 변동의 원인 등으로 경쟁에서 점차 도태되어 대책 없이 생

업의 발판을 잃기 쉽다.

여기에서도 농촌 노동력 부족 현상은 여전하여 경영주가 직접 생산에 참여하지 않을 수 없고 그러다 보니 시장 정보에 어두워 생산 자재의 구입이나 생산물의 판매 면에서 더욱 불리해 지므로 더욱 많은 중소 규모 사육 농가는 도태될 수밖에 없을 것이다.

결국 농가는 육용오리 사육 시설과 기술 축적은 어느 정도 되어 있어도 치열한 경쟁에서 이겨낼 능력이 없을 뿐 아니라 장기 불황에 대비할 수 있는 자본 조달 능력이 부족한 상태이다. 여기에서 자본 조달 능력과 경영 능력은 보유하고 있으면서 사육을 담당할 노동력 조달이 어려운 기업과, 사육 시설과 기술 및 노동력은 보유하고 있으면서 자본 조달과 경영 능력이 부족한 사육 농가를 접목시키는 일이 필요하며 이것이 바로 육용오리 산업의 계열화 체계의 기본 골격이다.

따라서 육용오리의 계열화 사업은 시대적 상황에 적응하여 생존하려는 공생 공존의 필사적 노력의 일환으로 평가함이 정당할 것이다. 물론 경영 능력이 뛰어나고 자금 동원 능력이 어느 정도 구비된 중규모 이상의 육용오리 사육 농가는 어떠한 어려운 상황에서도 적절히 대처해 나갈 수 있을 것이므로 별 문제되지 않을지 모르나, 그렇지 못한 농가에 대해서는 별도의 대책을 강구하지 않으면 안될 것이다. 즉, 이들로 하여금 계열

화 사업에 참여케 함으로써 본래 그들의 영역인 육용오리 사육을 담당할 수 있도록 하게 하는 데에서 계열화 사업의 추진 의의를 찾아야 할 것이다.

3. 육용오리 계열화사업 체계의 효과

계열화사업 체계에서는 경영전체를 하나의 경영주체가 종합적으로 주관함으로써 다음과 같은 효과가 있을 것으로 기대되고 있다.

- ① 경영규모 확대를 통한 규모의 경제를 실현하고 중간재에 대해서는 과세부과를 하지 않아야 하므로 그렇게 되면 경영체의 입장에서는 절세(節稅)가 가능하며 최종산물 판매단계에서만 이윤을 부과함으로써 이윤의 중심점을 단일화 할 수 있으므로 결과적으로 단독 경영 체계에 비하여 생산비를 절감할 수 있다.
- ② 자재의 조달, 사육관리, 가공처리 등의 상품화 과정이 하나의 경영체에 의하여 주도됨으로서 제품의 규격화가 가능할 뿐 아니라 제품의 질을 높일 수 있으며 질병관리 면에 있어서도 효율적일 수 있고 제품의 위생적 처리수준을 제고 할 수 있다.
- ③. 경영주체는 자기 상표에 대한 광고, 선전을 할뿐 아니라 다른 계열주체와 수평적으로 통합할 경우

공동 광고활동이 가능하여 제품의 소비촉진에 기여할 수 있다.

- ④. 계열화사업 체계에서는 전체의 생산을 소수의 경영체가 관장할 수 있으므로 생산 조절을 위한 의사결정이 쉽게 이루어 질 수 있어서 수급조절이 용이할 뿐 아니라 제품의 수출입에도 공동으로 대처할 수 있으므로 과잉 또는 과소 생산의 진폭을 완화 시킬 수 있다.
- ⑤. 자재공급업체와 같은 연관 산업과의 거래 교섭력을 높여 산업간 상호 협력을 도모할 수 있으며 나아가서 산업간 균형 발전에 기여 할 수 있다.
- ⑥. 이상의 효과를 바탕으로 장기적 발전을 위한 기반구축이 가능하며 종국적으로는 전체산업 발전에 기여할 수 있다.

4. 오리 계열화 생산의 계약 내용

전술한 바와 같이 계열화 사업은 도압장을 소유하고 있는 경영체가 오리 생산에 필요한 축사시설과 사육기술, 노동력제공이 가능한 농가에게 사료, 오리새끼 등의 생산자재를 제공하면서 오리사육을 위탁하고 지정된 기한 내에 일정 체중에 도달하는 오리를 출하하면 그 댓가로 일정한 사육비를 지급하는 형태이므로 농가와 계열주체 간에는

엄정한 계약이 성립되어야 한다. 왜냐하면 농가에게 위탁한 생산자재는 계열주체의 소유로서 계열농가가 위탁 관리하고 있는 형식이므로 선의의 관리가 이루어지지 않을 경우 양자 간에는 재산상의 분쟁이 일어날 요인이 많기 때문이다.

오리사육을 위한 계열화 사업에 참여하고 있는 농가와 이를 주관하고 있는 계열주체간의 계약내용을 검토한 바, 표에서 보는 바와 같이 계열주체별로 상당한 차이를 보이고 있다.

< 표 3 - 1 > 육용오리 사육 계약내용사례

| 구 분 | A 사 | B 사 |
|----------------|--------------------------------------|----------------------------------|
| 육용오리 출하체중 | 3.2kg(50일령, 일반용) 2.8kg(44일령 통오리용) | 3.2kg(45일령) |
| 적용 초생추가가격 | 900원 | 700원 |
| 생체중 증감시 가감율 | 100g 당 100원 | 100g당 100원 |
| 오리수매가격 | 수당 4,200-4,650원 | 수당 3,900원 |
| 병아리,사료등 자재 소유권 | 계열주체 | 계열주체 |
| 적용사료가격 | 계열주체가 원하는 사료를 전량 사육농가가 구입 | 계열주체가 공급 |
| 질식, 우모불량오리 페널티 | 수당 100원 | 수당 150원 |
| 사육비 지급 | 출하후 15일 이내 | 출하후 15일 이내 |
| 사육비 지급보류 사유 | - | 50일령이내 2.9kg 미달 관리부주의로 폐사율 10%이상 |
| 계약유효기간 | 4개월 단위 | 계약일로부터 1년간 |

출하체중은 45일기준 3.2kg, 적용 초생추 가격은 700원

-900원, 육용오리 수매가격은 3,900원 - 4,650원, 불량오리에 대한 페널티는 수당 100 - 150원 등 다양하다.

종오리에 대한 계열화 계약내용은 육용오리보다는 훨씬 복잡하다. 생산기간은 75주령, 병아리가격은 원종(PS)인 경우 9,000 - 12,000원, 1대잡종(F1)은 3,000원, 적용사료가격 352원- 397.6원, 적용종란가격은 산란율 50%이상 조건으로 개당 330원, 1대잡종(F1) 종란 개당 290원, 기타 규격 미달 종란에 대한 페널티 등 복잡다기하다.

따라서 매사를 꼼꼼히 따져보는 일에 익숙하지 못한 농가의 입장에서는 자칫 불리한 입장에 처할 수도 있다. 이에 표준계약서에 대한 요구가 농가로부터 자연스럽게 대두되고 있는 것이다. (육용오리 계열화사업 표준계약서(안) 부록 참조)

< 표 3 - 2 > 종오리 사육 계약내용사례

| 구 분 | 계 약 내 용 요 약 |
|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 생산기간 | 75주령 |
| 병아리 가격 | PS : 9,000원 F1: 3,000원 |
| 적용 사료가격 | 오리 새끼용: kg당 397.6원 육성 오리용: kg당 352.0원 종 오 리용: kg당 390.8원 |
| 적용 종란가격 | <PS 종란> - 산란율 50%이상: 개당 330원(소란, 파란 쌍란 제외) 5% 오염란 인정, 초과 오염란 개당 50원, 쌍란 : 개당 200원 - 산란율 30이내 : 개당 50원 - 수정율 80%이하 : 개당 50원 - 부화율 60%이하: 합의하여 도태 결정 <F1 종란> 개당 290원 |

5. 계열주체

현재 오리 생산단계에서 계열화로 생산된 비중이 70%를 점유하고 있는 바, 이를 주도하고 있는 계열주체는 전국에 10여개가 있는데 그 중에서 7개 업체를 대상으로 설문 실시하였다.

조사결과 종오리, 부화, 사료, 사육, 도축, 가공, 판매, 외식 등 8개부문에 걸쳐 완전계열화가 이루어진 업체는 아직 없고 종오리, 사료, 부화 등 부문에서는 부분 계열화, 나머지는 완전계열화를 이루고 있는 업체가 2개있었다.

< 표 3 - 3 > 오리 계열업체의 계열화 정도

| 계열주체 | 종오리 | 부화 | 사료 | 사육 | 도압 (도축) | 가공 | 판매 | 외식 |
|------|-----|----|----|----|------------|----|----|----|
| A | ○ | △ | △ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| B | × | × | × | △ | △ | △ | △ | × |
| C | × | × | × | △ | △ | △ | △ | × |
| D | × | × | × | △ | × | △ | △ | △ |
| E | △ | △ | × | △ | × | △ | △ | × |
| F | ○ | ○ | ○ | △ | △ | △ | △ | △ |
| G | △ | △ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |

주) ○ 완전계열화 △ 부분계열화 × 미계열화

7개의 오리 계열 주체의 경영형태는 영농조합이 3개, 주식회사가 2개, 개인업체가 2개이었고, 계열주체의 전체부지면적은 4,964.1평, 건물면적은 2,608.6평이었다. 계열주체

는 평균 27.2호(변이계수 46.0%)의 농가와 계약을 맺고 있었으며, 농가 경영주의 성실성 여부(6개업체), 사육경험 유무(5개업체), 사육시설 양부(5개업체)에 따라 계열농가를 선발하는 것으로 응답하였다.

계열주체는 월간 194천수(변이계수 41.9%)의 오리를 관리하여 연간 71.5억원(변이계수 109.9%)의 매출을 올리는 것으로 응답하였다.

계열주체는 품질 향상을 위한 노력의 일환으로 상표등록(6개업체), 식품배상 책임보험가입(5개업체), 브랜드 의장등록(3개업체), 검역시행장 지정(3개업체), 위해요소 중점관리시스템(HACCP) 적용(2개업체)등을 시행하고 있었고 품질관리시스템(ISO9001)을 획득한 업체는 없었다.

< 표 3 - 4 > 오리계열주체의 품질향상을 위한 조치

| 구 분 | A | B | C | D | E | F | G |
|-----------------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| 위해요소중점관리시스템 적용사업장(HACCP) | ○ | × | × | × | × | ○ | × |
| 품질관리시스템(ISO9001) | × | × | × | × | × | × | × |
| 상표등록 | ○ | ○ | ○ | ○ | × | ○ | ○ |
| 브랜드 의장등록 | ○ | × | × | × | × | ○ | ○ |
| 식품배상책임보험 가입 | ○ | ○ | ○ | × | × | ○ | ○ |
| 검역시행장 지정(도축, 가공) | ○ | × | × | × | × | ○ | ○ |

주) ○ : 획득, × : 미획득

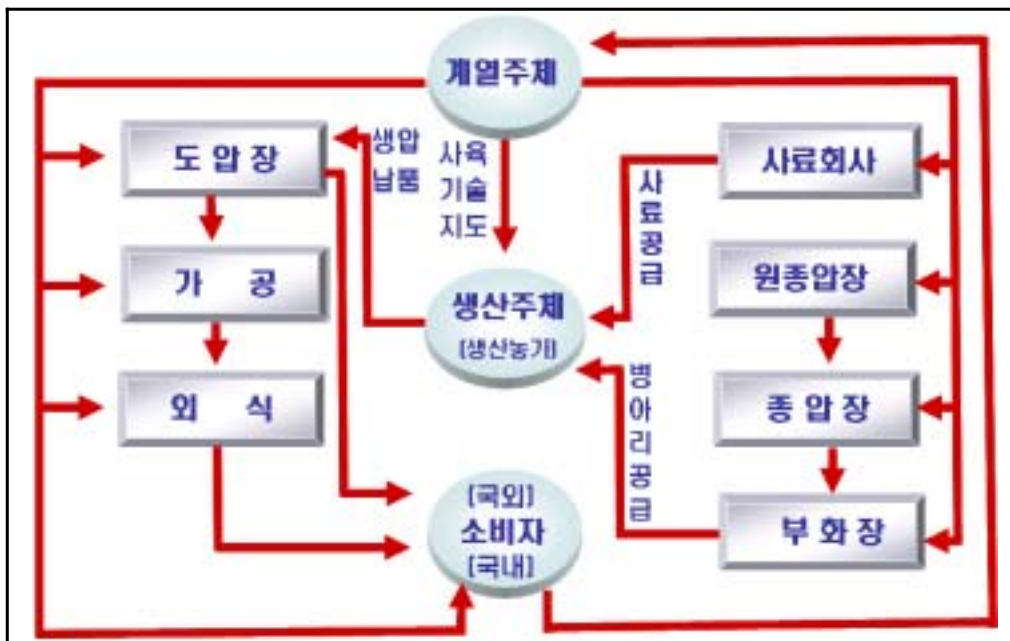
모든 계열업체는 애로사항으로 자금부족, 판매부진, 원

료육 조달의 어려움, 설비의 노후화, 금융비용 상승, 가축 질병의 창궐 등을 지적하였고 대부분의 계열 업체가 앞으로 오리산업이 신장할 것이라는 전망을 표시하였다.

6. 육용오리의 계열경영

전술한 바와 같이 계열주체가 생산자재(사료, 오리새끼 등) 일체를 위탁하고 사육기술지도 및 유통판매까지 담당하며, 사육농가는 계열주체 사육지침에 의해 사육 후 계열주체에 납품하고 일정액의 사육비를 지급받는 형식으로 사육비는 기본사육비에 사료 요구율을 가감하여 지불하는 방식이다.

< 그림 3 - 1 > 오리계열화 사업체계도



이 형태는 사육농가의 소득을 일정수준으로 지지하여 경영안정을 도모함은 물론 능률급 제도를 도입, 사료 요구율을 성적에 따라 보너스를 제공하여 사육농가로 하여금 철저한 사육관리를 통한 생산성 향상에 힘쓰도록 함으로서 경영능률을 제고할 수 있다는 점에서 효율적인 경영방식으로 평가되고 있다.

가. 표본농가

이러한 육용 오리 사육의 계열경영체계의 현황을 파악하기 위하여 전국에서 계열경영에 참여하고 있는 농가를 대상으로 설문조사를 실시하였는바, 설문에 응한 농가의 자료 중 불성실한 자료를 제외하고 70 농가의 자료를 분석대상으로 하였다.

설문에 참여한 농가의 평균연령은 54.1세(변이계수 14.6%,최고치 65세, 최저치 39세)로 농촌인구의 고령화가 그대로 반영되고 있었다.

설문에 참여한 농가가 연간 2002년 4월-2005년 4월 입식회수는 평균 13.9회전(변이계수 40.4%,최고치 30.2, 최저치 2.0)이었으며, 오리 사육으로부터 벌어들이는 소득수준¹²⁾은 41,143천원¹³⁾(변이계수 35.9%, 최고치 78,636천원, 최저치 10,207천원)으로 2004년 평균 농가소득을 훨씬 앞

12) 계열사로부터 수령한 총액에서 농가가 부담하는 깔집비, 임시고용 노동력,연료비 등을 차감한 소극 개념임.

13) 2004년 농가소득 29,001천원 임.

지르고 있는 것으로 나타났다.

< 표 3 - 5 > 응답자의 연령 및 오리 사육비 수준

| 구 분 | 응답자의 연령 | 연간 오리 사육비 |
|-------|---------|--------------|
| 평 균 | 54.2(세) | 41,143(천원) |
| 표준 편차 | 7.9(세) | 14,785(천원) |
| 변이 계수 | 14.6(%) | 35.9(%) |
| 최 고 치 | 65(세) | 78,636(천원) |
| 최 저 치 | 39 (세) | 10,207(천원) |

< 표 3 - 6 > 응답자의 연간 오리입식 회수

| 구 분 | 참 여 회 수 | 비 고 |
|-------|---------|---------------------|
| 평 균 | 13.9(회) | 2002년 4월 - 2005년 4월 |
| 표준 편차 | 5.6(회) | |
| 변이 계수 | 40.4(%) | |
| 최 고 치 | 30.2(회) | |
| 최 저 치 | 2.0 (회) | |

이들 농가들은 “앞으로 오리사육을 어떻게 할 것”인지를 묻는 질문에 “현상유지 하겠다”는 응답이 압도적(71.5%)으로 많았고 “확대하겠다”는 도전적인 응답과 “잘 모르겠다”는 유보적인 응답이 각각 11.4%이었으며 축소하겠다는 응답은 없었다.

< 표 3 - 7 > 응답자의 향후 오리사육 계획과 계열화 참여의향

| 향후 오리사육 계획 | | | 향후 계열화 참여 의향 | | |
|------------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|
| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 확대 | 8 | 11.4 | 계속 참여 | 50 | 71.4 |
| 현상 유지 | 50 | 71.5 | 단독 경영으로 전환 | 10 | 14.3 |
| 잘 모르겠음 | 4 | 5.7 | 잘 모르겠음 | 10 | 14.3 |
| 무 응 답 | 8 | 11.4 | 무 응 답 | 0 | 0 |
| 합 계 | 70 | 100.0 | 합 계 | 70 | 100.0 |

한편, 오리사육 경영방식으로 계열화를 “계속하겠는지” 여부를 묻는 질문에는 “계속 참여하겠다”는 적극적 의사가 압도적(71.4%)으로 많았고, “단독 경영으로 전환하겠다”거나, “잘 모르겠다”는 유보적인 결정을 내린 응답자는 각각 14.3%이었다.

이로써 이 분석에 쓰인 자료는 오리 계열화 사육에 대하여 상대적으로 긍정적인 평가를 내리고 있는 농가의 것으로 보아야 한다.

표본 농가 70농가의 2002년 4월부터 2005년 4월까지 3년간 1,464건의 계열 사육 참여 실적을 분석한 자료는 다음과 같다.

나. 사육규모 및 육성을

계열농가의 사육규모는 대략 1회차 평균 입식수수는

5,565수(변이계수 40.36%)이었으며, 5,000수미만 사육규모의 경우는 3,809.6수(변이계수 31.49%), 5,000수 이상 사육규모의 경우는 7,334.9수(변이계수 21.29%)인 것으로 나타났다.

< 표 3 - 8 > 사육규모 및 육성율

| 구 분 | 입 추 수 (수) | | | 출 하 수 (수) | | | 육 성 율 (%) | | |
|------|-----------|---------|----------|-----------|---------|----------|-----------|-------|-------|
| | 5천수미만 | 5천수이상 | 전 체 | 5천수미만 | 5천수이상 | 전 체 | 5천수미만 | 5천수이상 | 전 체 |
| 평 균 | 3809.58 | 7334.88 | 5,565.01 | 3539.46 | 6983.91 | 5,254.63 | 0.94 | 0.95 | 0.94 |
| 표준편차 | 1199.71 | 1561.56 | 2,246.00 | 1081.94 | 1521.37 | 2,169.58 | 0.08 | 0.04 | 0.07 |
| 변이계수 | 31.49 | 21.29 | 40.36 | 30.57 | 21.78 | 41.29 | 8.87 | 4.48 | 7.05 |
| 최소값 | 1150.00 | 5150.0 | 1,150 | 1007.00 | 5000.0 | 1,007 | 0.21 | 0.7 | 0.21 |
| 최대값 | 8500.00 | 12800.0 | 12,800 | 4996.00 | 12232.0 | 12,232 | 1.00 | 1.0 | 1.00 |
| 관측수 | 735 | 729 | 1,464 | 735 | 729 | 1,464 | 735 | 729 | 1,464 |

오리새끼 입식은 계열농가의 축사 사정에 따라 다르다. 한 가지 방법은 평균 7-10일 간격으로 연간 30회전 입식하는 방식과 40-45일 간격으로 연간 8-9회전 전량 입추, 전량 출하(All-in, all-out) 방식으로 이루어지고 있다. 그러나 최근처럼 오리고기 수요가 위축된 경우 통상 4회 입식한다. 참고로 육계의 경우는 전체가 전량 입추, 전량 출하(All-in, all-out) 방식으로 이루어지고 있다.

오리새끼의 육성율은 평균 0.94%(변이계수 0.07%)이었

으며, 5,000수미만 사육규모의 경우는 평균 0.95%(변이계수 0.04%)인 것으로 나타났다. 육계의 경우 출하시 생체중 1.5kg, 육성율 0.95%와 대조를 이룬다. 또한, 사육규모에 따라 유의적인 차이가 없는 것이 특징이다.

다. 출하시 생체중, 출하일령 및 사료 요구율

생체중은 평균 3.10kg(변이계수 0.16%)이었으며, 5,000수미만 사육규모의 경우는 3.09kg(변이계수 0.17%), 5,000수 이상 사육규모의 경우도 3.10kg(변이계수 0.16%)인 것으로 나타났다.

출하일령은 평균 43.2일(변이계수 2.35%)이었고 5,000수미만 사육규모의 경우는 평균 42.9일(변이계수 2.11%), 5,000수 이상 사육규모의 경우는 평균 43.5일(변이계수 2.55%)인 것으로 나타났는데 이는 육계의 35일 보다 길었다.

사료 요구율은 육용오리 생체중 1kg을 생산하기 위하여 소요되는 사료의 량으로 나타나는데, 평균 2.2kg(변이계수 0.17%)이었고 5,000수미만 사육규모의 경우도 평균 2.2kg(변이계수 0.20%), 5,000수 이상 사육규모의 경우도 평균 2.2kg(변이계수 0.13%)인 것으로 나타났는데 이는 육계 생체중 1.5kg 기준 사료 요구율 2.0kg 보다 약간 높았으나 육계의 경우 생체중이 증가 할수록 사료 요구율은 높아진

경향이 있으므로 육용 오리의 생산성은 육계의 경우와 대동소이할 것으로 판단된다.

< 표 3 - 9 > 출하시 생체중, 출하일령 및 사료 요구율

| 구 분 | 생 체 중 (kg) | | | 출 하 일 령 (일) | | | 사 료 요 구 율 (kg) | | |
|-------|-----------------|------------|-------|------------------|------------|-------|---------------------|------------|-------|
| | 5천수 미 만 | 5천수 이 상 | 전 체 | 5천수 미 만 | 5천수 이 상 | 전 체 | 5천수 미 만 | 5천수 이 상 | 전 체 |
| 평 균 | 3.09 | 3.10 | 3.10 | 42.87 | 43.47 | 43.17 | 2.22 | 2.22 | 2.22 |
| 표준편차 | 0.17 | 0.16 | 0.16 | 2.11 | 2.55 | 2.35 | 0.20 | 0.13 | 0.17 |
| 변이계수 | 5.37 | 5.21 | 5.29 | 4.91 | 5.86 | 5.45 | 8.86 | 6.04 | 7.59 |
| 최 소 값 | 2.55 | 2.6 | 2.55 | 37.00 | 15.0 | 15 | 1.76 | 1.8 | 1.76 |
| 최 대 값 | 3.63 | 3.6 | 3.64 | 56.00 | 53.0 | 56 | 4.35 | 3.2 | 4.35 |
| 관 측 수 | 735 | 729 | 1,464 | 735 | 729 | 1,464 | 735 | 729 | 1,464 |

라. 사육비 및 생산지수

사육비는 계열농가의 입장에서는 소득의 원천, 계열업체의 입장에서는 비용의 원천이 된다.

계열주체는 생산주체가 계약사항을 성실히 이행하고 생산실적이 극히 우수하다고 인정될 때 응분의 성과급(보너스)을 지급하고 반대일 경우, 벌과금(페널티)을 물린다.

계약에 따라 농가는 지급되는 오리새끼와 사료 등 생산자재를 이용, 자신의 사육시설에서 일정체중에 도달할 때까지 사육하여 계열주체의 지시에 따라 출하하면 사육성적에 따라 사육비를 받는다. 이때 사육비를 결정하는 각종

성적은 절대평가와 상대평가 두 가지가 있다. 절대평가 방식은 계약단계에서 정한 각종 지표의 달성 여부에 따라 기본급에 장려금을 더하거나, 벌과금을 차감하여 사육비가 지급된다. 예컨대 45일기준 출하오리의 생체중이 3.2kg이면 수당 800원의 사육비를 지급하기로 계약되었으나 실제로는 3.3kg을 달성할 경우 100g 당 100원을 보너스를 받아 수당 900원을 지급 받으나, 만일 기준보다 낮은 3.1kg을 달성할 경우 100g 당 100원을 페널티를 물려 수당 700원을 적용 계산된다.

상대 평가의 경우는 계열 업체별 참여 농가 중 상위 10%, 하위 10% 해당 농가를 제외하고 80% 해당 농가의 평균과 농가별 실제 달성 성적이 정(+)이면 보너스를, 부(-)이면 페널티를 물려 사육비를 지급한다.

두가지 방법 모두가 장단점이 있으나 절대 평가는 계산이 간편하다는 장점과 함께 지표가 경직되어 시장상황에 연동하지 못하다는 단점이 있다.

상대평가는 80%참여농가 달성기준에 미달한 농가로부터 받은 페널티로 평균을 상회하는 농가에게 보너스를 지급할 수 있으므로 계열업체에서는 별도의 부담 없이 농가간 치열한 경쟁을 유발시킬 수 있어서 계열화 속성상 관리가 느슨할 수 있는 단점을 극복할 수 있어 계열업체에 유리할 수 있다.

수당 사육비는 평균 946.49원(변이계수 26.80%)이었고

5,000수미만 사육규모의 경우는 평균 958.91원(변이계수 33.45%), 5,000수 이상 사육규모의 경우는 평균 933.97원(변이계수 17.02%)으로 사육규모가 클수록 농가가 수령하는 수당사육비는 줄어든 것으로 나타났다. 이를 계열주체 입장에서 보면 참여농가의 사육규모가 클수록 유리함을 간접으로 말해주는 것이다. 육용오리의 수당 사육비는 육계의 200원 수준에 비하여 대략 5배정도 높았다. 이는 육용오리와 육계를 비교할 수 있는 지표로도 쓰이는 바, 육용오리 성적을 평가함에 있어 육계의 5배정도로 파악하여도 큰 무리가 없다 할 것이다.

생산지수는 흔히 말하는 생산지수(기준년도 생산량을 100으로 보는 당해 년도의 생산량)과는 전혀 관련이 없이 육계계열화 사업에서 처음으로 사용한 계열농가 평가지표이다. 육용오리 계열화 사업에서도 이 생산지수를 활용하고 있는 바, 생산지수는 계열농가의 경영성적을 나타내는 요소 중 육성율과 평균체중처럼 클수록 좋은 요소와 사료요구율, 사육 일수와 같이 적을 수록 좋은 요소를 동시에 고려하여 생산지수¹⁴⁾를 산출하여 사용하고 있다.

표본 계열농가의 생산지수는 평균 308.33(변이계수 13.90%)이었고 5,000수미만 사육규모의 경우는 평균 307.29(변이계수 14.72%), 5,000수 이상 사육규모의 경우는 평균 309.37(변이계수 13.03%)로써 사육규모가 클수록 생

14) $[(\text{육성율} \times \text{평균체중}) \div (\text{사료요구율} \times \text{사육일수})] \times 100$

산지수는 약간 높았으나 유의적인 차이로 보기는 어려웠다. 이로서 규모가 커질 수록 유리해지는 규모의 경제가 존재하는지는 판단하기 어려웠다.

참고로 육계의 경우 이 생산지수를 계열농가의 경영성적지표 많이 쓰이고 있는바, 실제로 이 지수가 190이상부터 성과급이 지급되는데 190-199인 경우 kg당 3원, 200 - 209인 경우 5원, 210 - 219인 경우 7원 등으로 하여, 250 이상인 경우 15원의 보너스를 지급하고 있다.

< 표 3 - 10 > 수당사육비 및 생산지수

| 구 분 | 수 당 사 육 비 (원) | | | 생 산 지 수 | | |
|-------|---------------|--------|-----------|---------|--------|--------|
| | 5천수 미만 | 5천수 이상 | 전 체 | 5천수 미만 | 5천수 이상 | 전 체 |
| 평 균 | 958.91 | 933.97 | 946.49 | 307.29 | 309.37 | 308.33 |
| 표준 편차 | 320.77 | 158.94 | 253.67 | 45.25 | 40.30 | 42.85 |
| 변이 계수 | 33.45 | 17.02 | 26.80 | 14.72 | 13.03 | 13.90 |
| 최 소 값 | -3427.62 | 126.1 | -3,427.62 | 33.84 | 168.4 | 33.84 |
| 최 대 값 | 2909.20 | 1366.5 | 2,909.20 | 424.44 | 882.3 | 882.27 |
| 관 측 수 | 735 | 729 | 1,464 | 735 | 729 | 1,464 |

마. 육용오리 계열농가 수익에 영향을 주는 요인분석

1). 모형의 설정과 분석 방법

경제학에서 말하는 이론적 명제중의 하나는 한 가지 변

수에 대한 변동은 다른 몇 개의 변수의 변동에 의하여 설명된다는 것이다. 육용오리의 계열화 사업에 참여하고 있는 농가의 궁극적인 목적은 농가가 수취하는 육용오리 단위당 수익을 극대화시키는 데 있을 것이므로 수익의 변동은 규모나 기술수준과 같은 몇 개의 경영 성과에 의하여 좌우된다고 보아야 한다. 즉, 농가가 수취하는 육용오리 단위당 수익을 종속변수로 하고 평균 생체중, 육성율, 사료요구율, 사육일수 등 기술계수를 독립변수로 한 다중 선형 회귀방정식의 설정이 가능하다. 이를 식으로 표현하면 다음과 같다.

$$Y_i = \alpha_i + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \dots + \beta_k X_{ik} + \varepsilon_i \dots \dots \dots (1)$$

여기에서 Y_i 는 종속변수, X_i 는 독립변수, ε_i 는 교란항을 의미하며 첫 번째 첨자인 i 는 표본의 관측치 i 번째를 의미하고 두 번째 첨자인 k 는 독립변수의 수를 의미하며 이 방정식에서의 독립변수는 k 개가 된다. 이와 같은 다중 선형 회귀 방정식은 다음과 같은 가정을 전제로 한다. 즉,

- (1) 교란항 ε_i 는 정규분포를 가지며 그 분포는 똑같이 일정하여 동분산 (Homoskedasticity)을 갖는다.
- (2) ε_i 의 기대 값은 0이다 [$E(\varepsilon_i)=0$]
- (3) 독립변수의 각각은 비확률변수(Non-stochastic)이다.
- (4) 관측치의 수는 추정하고자 하는 회귀계수의 수보다

많아야 한다.

(5) 독립변수의 상호간에는 선형관계가 존재하지 않는다.

이제 Y_i 는 개별농가가 수취하는 육용오리 수당 수익을, $X_{i1}, X_{i2}, \dots, X_{ik}$ 는 개별농가의 경영성과를, α_i 는 상수를, ε_i 는 앞서 말한 경영성과로 설명되지 않은 기타 다른 요인을 혼합한 교란항으로 규정한다.

모형의 성질에 있어서 한 가지 유의해야 할 것은 독립변수 상호간에 동질적인 요소가 많다보면 다중 공선성 (Multi-collinearity)의 위험이 내포되므로 독립변수 중 상호연관이 큰 변수는 사전에 독립변수로 채택하는데 신중을 기여하여야 한다.

2). 육용오리 계열농가의 수익에 영향을 주는 요인

육용 오리사육 농가의 경영목표를 농가가 수취하는 육용오리 수당 수익을 극대화에 두고 이에 영향을 미치는 요인을 분석하기 위하여 육용오리 수당 수익을 종속변수로, 평균 생체중, 육성율, 사료요구율, 사육일수 등 생산지수를 계산하는 지표 4개를 독립변수로 한 다중선형 회귀모형을 가정하여 계수를 계측한 결과는 < 표3-11 >과 같다.

표에서 보는 바와 같이 독립변수의 종속변수에 대한 설명력을 나타내는 결정계수(R^2)는 전체 자료의 경우 0.6010

으로 나타나 본 분석에 쓰인 자료가 횡단면 자료임에도 불구하고 상대적으로 높게 나타났다. 이는 앞서 말한 4가지의 독립변수로서 종속변수를 60% 정도 설명 할 수 있음을 의미한다. 결정계수(R^2)값은 5000수미만 규모의 경우 0.6544, 5000수이상 규모의 경우 0.5206로 나타났다.

< 표 3 - 11 > 육용오리 수당 수익을 종속변수로 한 회귀방정식추정결과

| 구 | 분 | 계 수 | t 통계량 | P-값 | 결정계수 | β -Value |
|--------------|-------------------------|-----------|-----------|----------|--------|----------------|
| 전체 | 수당사육비(Y) | - 37.4814 | - 0.27036 | 0.786923 | 0.6010 | |
| | 평균체중 (X ₁) | 546.7281 | 20.23881 | 1.79E-80 | | 0.344 |
| | 사육일수 (X ₂) | - 10.2184 | - 5.5568 | 3.26E-08 | | 0.094 |
| | 육성율 (X ₃) | 1401.763 | 19.77327 | 2.73E-77 | | 0.387 |
| | 사료요구율(X ₄) | - 716.64 | - 24.7587 | 2.9E-113 | | 0.480 |
| 5000수 미 만 | 수당사육비(Y) | - 441.303 | - 1.97998 | 0.048081 | 0.6544 | |
| | 평균체중 (X ₁) | 646.6105 | 14.71842 | 3.94E-43 | | 0.342 |
| | 사육일수 (X ₂) | - 10.2075 | - 2.90489 | 0.003785 | | 0.067 |
| | 육성율 (X ₃) | 1626.844 | 16.67346 | 3.96E-53 | | 0.405 |
| | 사료요구율 (X ₄) | -756.885 | -17.7438 | 7.74E-59 | | 0.472 |
| 5000수 이 상 | 수당사육비(Y) | 527.8678 | 3.419825 | 0.000662 | 0.5206 | |
| | 평균체중 (X ₁) | 467.9475 | 16.91768 | 2.36E-54 | | 0.471 |
| | 사육일수 (X ₂) | -9.81955 | -5.93828 | 4.47E-09 | | 0.157 |
| | 육성율 (X ₃) | 743.5737 | 7.164541 | 1.93E-12 | | 0.187 |
| | 사료요구율(X ₄) | -598.552 | -17.8056 | 4.28E-59 | | 0.489 |

주 : *. β 값 = $\beta_{ki} \times S_{ki}/S_y$, 단, β_{ki} : i 독립변수의 회귀계수, S_{ki} : i 독립변수의 표준편차, S_y : 종속변수의 표준편차

이번에는 4개의 독립변수의 각각의 통계적 유의성을 검토한 바 모두 1%이내 수준에서 통계적으로 유의적인 것

으로 나타나 함수의 형태가 선형임을 가정하는데 무리가 없을 뿐 아니라 종속변수에 대한 독립변수로서 적합한 것으로 판단되었다. 특히, 그중에서도 모든 표본에서 사육일수와 사료 요구율에 대한 회귀계수의 부호가 부(-)의 값을 가짐으로써 사육일수와 사료 요구율이 낮을수록 계열농가 수당 수익은 증가할 것으로 해석되어 현실이 잘 반영되고 있었다.

이번에는 4개의 독립변수 중에서 종속변수에 영향을 주는 상대적 중요도를 파악하기 위하여 표준화된 회귀계수(β)값을 계산한 바 그 값의 크기가 모든 표본에서 사료요구율(X_4)이 가장 큰 값을 나타내고 있어서 농가가 수취하는 육용오리 수당 수익에는 사료 요구율이 절대적으로 큰 영향을 주는 것임을 반영하고 있었다.

요컨대 육용오리 계열화 참여 농가의 경영목표가 되는 육용오리 수당 수익의 극대화는 계열주체로부터 얼마나 질 좋은 사료를 공급받느냐에 달려 있는 것으로 판단된다.

바. 육용오리 경영성적관련 변수간의 상관관계 분석

이번에는 육용오리 경영성적관련 변수간의 상관관계를 파악하기 위하여 변수 간 상관계수를 계측한 결과는 다음 표와 같다.

표에서 보는 바와 같이 수당 사육비와 사육규모를 나타

내는 입추수와 출하수간의 상관계수의 부호가 부(-)인데다가 상관계수의 절대 값이 낮아 사육비는 사육규모와는 관계가 없거나 있더라도 역의 상관 즉, 규모가 클수록 농가의 수익은 적어질 수 있을 것으로 판단된다.

다만 사육비는 육성율과는 정(+)의 상관, 사료요구율과는 부(-)의 상관인데다가 상관계수의 절대 값도 비교적 높은(0.65058, 0.5590)것으로 나타났다. 이로서 계열농가의 소득을 올리기 위해서는 육성율을 높이고 사료 요구율을 낮추는 방안이 강구 되어야 할 것이다.

한편, 생산지수는 사료요구율과 사육일수와는 부(-)의 상관, 육성율과 평균체중과는 정(+)의 상관이 있는 것으로 나타났고 상관계수도 비교적 높게 나타나 생산지수와 이들 변수간의 상관관계가 있는 것으로 판단된다. 또한 생산지수와 사육비는 상관계수의 부호가 정(+)인데다가 상관계수의 절대 값이 높아 두변수간 상관이 있는 것으로 판단된다. 따라서 일부 계열업체가 생산지수를 사육비 결정지표로서 쓰는데 별 무리가 없을 것으로 판단된다.

그밖에도 육성율은 사료요구율과 부(-)의 상관이, 사육비와는 정(+)의 상관이 있는 것으로 나타나 육성율이 높을수록 사료요구율은 낮아지고 사육비는 많아지는 현실이 반영되고 있다.

한편 규모를 나타내는 입추수수와 출하수수는 농가의 소득원천이 되는 수당 사육비와는 부(-)의 상관이 있고,

상관계수도 낮아(0.1349, 0,00306) 이들 변수간에는 상관이 없거나 있다 하더라도 부(-)의 상관이 있는 것으로 판단된다.

이러한 발견은 계열화 사업 추진에 있어서 하나의 시사점을 제시하고 있는 바, 사육농가의 입장에서는 규모의 경제가 없거나 불확실하다고 볼 수 있고, 계열주체의 입장에서는 규모의 경제가 있을 것임을 의미한다. 이로서 계열주체의 입장에서는 가능하면 규모가 큰 농가를 선호하게 될 것이다.

< 표 3 - 12 > 육용오리 경영성적관련 변수의 상관 Matrix

| 구분 | 입추수 | 출하수 | 출하중량 | 평균체중 | 사육일수 | 육성율 | 사 료 요구율 | 생 산 지 수 | 수 당 사육비 |
|----|--------|--------|----------|--------|----------|----------|------------|------------|------------|
| | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ | ⑥ | ⑦ | ⑧ | ⑨ |
| ① | 1.0000 | | | | | | | | |
| ② | 0.9832 | 1.0000 | | | | | | | |
| ③ | 0.9721 | 0.9906 | 1.0000 | | | | | | |
| ④ | 0.0116 | 0.0225 | 0.1492 | 1.0000 | | | | | |
| ⑤ | 0.1653 | 0.1272 | 0.1303 | 0.0797 | 1.0000 | | | | |
| ⑥ | 0.0078 | 0.1812 | 0.1893 | 0.0731 | - 0.1833 | 1.0000 | | | |
| ⑦ | 0.0342 | 0.0334 | - 0.0008 | 0.2497 | 0.2182 | - 0.4089 | 1.0000 | | |
| ⑧ | 0.0617 | 0.0601 | 0.0925 | 0.2402 | - 0.6109 | 0.6996 | - 0.6051 | 1.0000 | |
| ⑨ | 0.1349 | 0.0306 | 0.0005 | 0.2536 | - 0.2380 | 0.6058 | - 0.5590 | 0.6561 | 1.0000 |

사. 오리사육 계열화사업의 문제점과 대책

오리 계열화 사업은 2003년 10월 대상축종에 포함되어 2004년부터 정책적 지원이 이뤄지고 있는데 지원대상은 계열화사업자 종축장 및 사육시설과 같은 기반시설과 육가공장, 유통, 판매시설, 냉동, 냉장시설 등 가공판매시설에 대한 지원이 가능해 졌다. 계열화 사업이 정착된 양계의 경우 시설 개 보수위주 지원에 반해 오리는 신규사업을 확대하는 것이 정부 정책 방향이다.

계열화업체에 소속된 농가는 위탁사육 형태로 운영되어 오리 계열화사업은 수직형태가 대부분이고 유사 형태의 계열화 사업도 상당수에 달한다.

현재 전국에는 10여개의 계열주체가 있지만 계열화 사업에 대한 농가의 인식이 부족하고 업계도 계열화 사업에 대한 이해정도가 낮아 2003년부터 계열화 사업 지원이 시행되고 있으나 사업지원 신청자가 없는 실정이다.

계열주체와 계열농가간 연대의식도 부족하여 분쟁의 소지가 상존하고 있고 계열농가가 계열주체에 예속되는 것 같은 문제가 있다. 계열주체의 입장에서는 농가간 결속으로 집단행동을 염려하는 나머지 계열주체와 계열농가와의 간담회 등을 회피하는 경향이 있다.

계열농가의 오리 사육시설이 낙후되어 생산성 저하를 초래 하고 있는 바, 정식 축사를 이용한 농가수는 적고 시

설 채소 용 비닐하우스나 파이프하우스 형 축사를 이용하는 오리 사육농가가 많다. 또한 계열농가를 합리적으로 평가할 수 있는 지표가 없다. 따라서 열악한 축사 및 시설 개선을 위하여 계열주체를 통하여 소속된 농가에 대한 시설개선 자금을 장기 저리로 융자하여 시설 현대화를 추진할 필요가 있다. 또한 오리 사육에 맞는 사육시설 표준설계도 제작하여 지원하고 계열주체와 농가가 상호 신뢰할 수 있는 표준계약서를 만들어 상호분쟁을 사전에 방지할 노력이 필요하다.

제 4 장. 오리고기의 유통

1. 축산물 유통 이론

가. 축산물유통의 정의

축산물 유통은 축산물이 사육농가로부터 소비자 또는 사용자에게로 이전되기 위하여 시장에서 일어나는 일체의 경제 기능을 말한다. 여기서 말하는 시장이란 ① 장소(가락동시장, 산지시장) ② 상품(가축시장, 육류시장), ③ 시간(새벽시장, 여름시장) ④ 시장수준 또는 단계(도매시장, 소매시장)등 여러 관점에 따라 정의된다.

나. 축산물의 유통기능

축산물의 유통기능은 축산물이 생산자로부터 소비자에게 이전되어가는 과정에서 수행되는 모든 활동을 말하며 유통기능의 내용분류에 대해서는 여러 가지 서로 방법이 제시되고 있으나 일반적으로 다음과 같이 분류된다.

- 교환기능(소유이전에 관한기능)

- ① 구매, 수집
- ② 판매

- 물적 유통기능

- ① 저장
- ② 수송
- ③ 가공

- 조성기능

- ① 표준화, 등급화
- ② 유통금융
- ③ 위험부담
- ④ 시장정보제공

1). 교환기능

교환 기능은 판매와 구매기능으로 대별되는데 판매란 예상고객이 상품이나 서비스를 구매 하도록 하거나, 혹은 판매자의 상업상 중요한 아이디어에 의해서 호의적인 행동을 하도록 예상고객을 지원 하거나 설득하는 인적 내지 비인적 일련의 판매 과정을 말한다. 여기서 인적판매란 판매원을 통해서 파는 것을 말하고 비인적 판매란 광고를 통해서 파는 것을 말한다. 그런데 이 판매기능을 세분하면 다음과 같다.

- ① 수요의 창조
- ② 예상고객의 발견
- ③ 판매조건에 대한 상담
- ④ 소유권 이전

가격경쟁이 가격을 인하시킴으로서 판매량의 증대를 도모하는 것이라면 비가격경쟁은 상품 또는 제품의 차별화나 기업 및 서비스의 차별화, 판매촉진활동 등을 통해서 상품 또는 제품 자체의 수요곡선을 가급적 비탄력화 시킴으로서 동일한 가격수준을 유지하면서도 판매량의 증대를 꾀하는 방법을 의미한다.

유통관리자가 목표시장의 욕구를 충족시킬 수 있는 수단, 즉 종합적 유통변수는 상품 또는 제품의 다양한 모양, 색깔, 크기, 다양한 가격수준, 다양한 유통경로와 판촉 등이 있을 수 있다. 맥카시(MacCarthy E.J.)는 이들 변수들을 네 가지 요소 즉, 제품(product), 장소(place, distribution), 판매촉진(promotion) 가격(price)으로 요약한 바 있으며 이를 4개 단어의 첫 자를 따서 흔히 4P라고 부른다. 그런데 이들 네 가지 요소를 축산경영자가 농가차원에서 그대로 적용시킨다는 것은 사실상 한계가 있을 수밖에 없으며, 현실적으로 축산경영자에게 특히 중요시 되는 것은 상품성 향상, 유리한 판매경로의 선정, 효율적인 서비스 및 판매조건의 결정과 판매촉진활동에의 참여 등이라 하겠다.

특히 최근 들어 기술농업, 고품질 농업, 지속가능농업의 추구나 자조금에 의한 판촉활동의 참여가 강조되는 것도 농업의 소비자 내지 유통지향적 사고에 바탕을 둔 정책과 그 맥을 같이하는 것이라 하겠다.

구매란 축산물을 사기 위해 거래를 교섭하고 계약을 체

결한 후 그 계약에 따라 축산물을 인도 받고 대금을 지불하는 과정을 말한다. 구매기능은 최종 소비자가 소비를 목적으로 구매하는 경우도 있지만, 오히려 다시 판매하기 위해 구매하는 경우도 있다. 구매의 기능을 자세히 분류하면 다음과 같다.

- ① 수요의 예측
- ② 수집
- ③ 상품화 계획
- ④ 공급자의 결정
- ⑤ 매매조건의 교섭
- ⑥ 소유권의 이전과 인도

2). 물적 유통기능

축산물 유통에서 가공기능은 형태 효용, 저장기능은 시간효용, 운송기능은 장소효용, 그리고 교환기능은 소유효용을 높여주는 행위인 것이며, 가공기능은 형태효용을 창조하는 기능이다. 즉, 살아 있는 오리를 도축하여 오리 형태를 변화시킴으로서 오리의 효용가치를 증대시키는 것은 가공기능이다.

과잉 공급된 오리고기를 도축하여 냉동 보관하는 것은 그 기본적인 목적이 형태변화를 통한 효용가치의 증대에 있는 것이 아니라 수급조절을 통해 가치증대를 꾀하기 위

한 저장수단이므로 시간적 효용의 창조로 해석해야 할 것이다.

도축업자가 오리를 도살하여 지육 또는 정육으로 상품화하는 것은 형태를 바꾸는 형태적 효용가치의 증대 행위이다.

축산물유통기능은 생산자, 가공업자, 중간상인, 소비자, 정부기관, 생산자 단체등 여러 주체들에 의해 수행된다. 우리의 경우 생산자나 소비자가 수행하는 유통기능의 수행활동이 극히 미약하고 지나치게 중간상인에 의존하는 경향이 있다. 축산물유통에 있어서 생산자, 가공업자, 소비자등이 유통기능을 효율적으로 수행하고 유통단계를 축소시킴으로서 중간상인을 배제시킬 수는 있지만 유통기능자체를 생략하기란 매우 어렵다.

3). 유통 조성기능

축산물을 표준화, 등급화 하는 것은 축산물 유통의 교환 및 물적 기능을 원활하게 수행할 수 있도록 하는 유통조성기능에 해당된다. 경제학에서 생산을 효용의 창조, 즉, 유용한 재화와 용역을 만들어 내는 과정이라고 정의한다면, 축산물유통에 있어서 축산물을 수송하고, 저장하고, 가공하는 행위와 소유이전행위 등도 효용을 창조하는 행위이며 따라서 이러한 행위는 생산적 행위로 보는 것이다.

시장정보가 그 효율성을 극대화하기 위해서는 ① 수급 및 가격동향은 물론, 재고나 시장조건 등까지도 포괄하는 완전성 및 포괄성을 지녀야 하고, ② 정확성과 신뢰성, ③ 적시성 등, 이용자가 필요한 때 즉시적으로 의사 결정하는데 필요한 능력을 갖추어야 한다.

저장 또는 보관은 상품을 생산시기로부터 판매시기까지 보유함으로써 시간적 효용창조를 통해 해당 상품의 수급 조절과 가격안정을 꾀하는 데 기본 목적이 있으며, 경우에 따라서는 가공상 목적을 위해서도 저장이 이루어지고 있다.

현대 경제 사회에 있어서 생산과 소비는 시간적으로 격리되어 있으므로 저장기능을 통해서 이 장애를 제거하고 하고 있는 것이다.

다. 유통비용

축산물 유통에 필요한 유통비용은 축산물이 생산자로부터 소비자에 이르는 과정에서 각 유통기관이 효용을 추가하는 모든 활동과 기능을 수행하는 데 따르는 비용이라고 할 수 있으며, 이 비용에는 유통기관의 유통 기능 수행비용은 물론 유통기관의 이윤까지도 포함되는 것이다. 따라서 유통비용은 최초의 농가수취가격과 최종의 소비자 지불가격과의 차액으로 표시된다.

일반적으로 유통비용은 유통마진과 같은 의미로 해석되고 있다. 그러나 가끔 유통마진은 유통단계별로 상품단위당의 가격차액으로 표시하는 경우도 있다. 즉, 축산물의 유통단계를 수집, 도매, 소매 단계로 구분하면 각 단계별로 유통마진이 구성되고 각 단계별 마진은 유통업자의 구입가격과 판매가격과의 차액을 의미하게 된다.

결국 총 마진은 유통경로상의 여러 단계에서 수행된 모든 유통기능에 대해 지불되는 비용을 합한 것 즉, 유통비용과 같은 것이다.

경제발전에 따라 시장기능의 활성화를 통한 유통과정의 단축이나 효율적인 유통기능 수행 및 기술혁신 등을 통해 유통비용을 절감시키는 것이 일반적이나 축산물을 비롯한 대부분의 농산물은 그 상품자체가 지니는 상품적 특성으로 인해 변질부패성이 강할 뿐 아니라 소득증대에 따른 소비자의 식품에 대한 욕구, 기호, 식습관 등이 고급화되고 다양하게 변화되기 때문에 이를 충족시키기 위한 가공, 포장, 저장, 상품화, 각종 서비스 등에 대한 추가적 비용이 계속적으로 증대되고 있다. 그러나 이러한 추가적 비용은 규모경제를 통한 단위당 비용절감과 유통기술혁신 및 경영의 효율화 등을 통해 상쇄하거나 최소화시킬 수 있도록 하는 것이 오늘날 축산물 유통이 안고 있는 중요한 과제이다.

라. 오리의 도압(屠鴨)

1). 위해 요소 중점관리 프로그램(HACCP)의 도입

오리가 도축되려면 우선 전기로 기절시키고 칼로 목부위 경동맥을 자르면 방혈이 되고 이어서 긴 깃털을 뽑기 위하여 열탕에 집어넣는다. 긴 깃털 밑에 있는 잔털(Down)을 제거하기 위하여 파라핀 왁스에 담근 후 다른 기계를 이용하여 왁스를 제거하는 과정에서 잔털(Down)이 묻어나온다.

농가에서 생산된 육용오리는 반드시 이러한 도축과정을 거쳐서 오리고기로 전환되는 특징이 있으므로 오리고기 생산과정에서 도압의 기능은 매우 중요하다. 즉 오리 도압장, 가공장의 위생수준은 오리고기의 품질을 좌우하게 되고 소비자의 선호와 직결된다. 비위생적으로 도축 및 가공된 오리고기는 소비자로부터 외면당할 것이기 때문이다.

그러므로 어느 축종을 막론하고 도축단계에서의 위생수준을 높이기 위한 방안으로 위해 요소 중점관리 프로그램(HACCP)이 도입되어 있다. 실제로 전국의 대부분 도축장에서 이 HACCP를 도입 적용하고 있다.

그러나 오리분야에서의 위생도축 관련 HACCP의 도입은 그 초기단계에 머물고 있다.

오리 도압장의 경우 위생관리에 대한 법적근거가 1997

년에 마련되었고 HACCP를 의무적으로 적용할 도압장 건립을 위한 기준이 2000년에야 이루어 졌다. 2005년 4월말 현재 전국 오리 전문 도압장은 경기도 1개소, 충북 3개소, 전북 2개소, 부산 1개소, 전남 4개소 도합 11개소가 운영 중에 있으며 이중 HACCP 승인을 받은 도축장은 3개소에 불과하고 3-4개소가 HACCP 승인을 위해 준비 중에 있는 것으로 알려져 다른 축종에 비하여 위생적인 관리 수준이 낮음을 알 수 있다. 그나마 HACCP 적용을 위한 세부 대책이 수립되어 있지 못하고 도계장 기준을 준용하고 있는 실정이다.

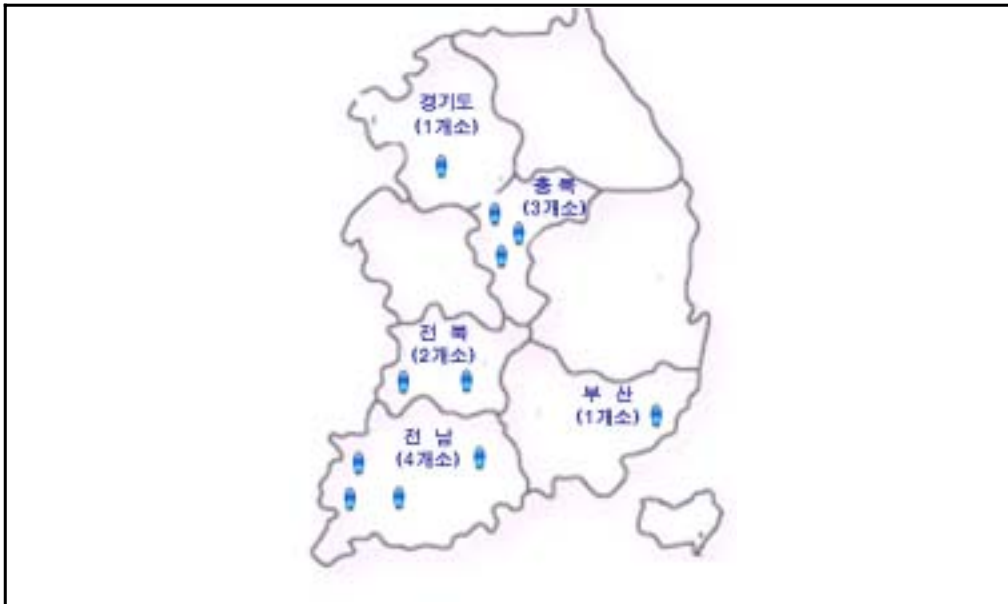
나머지 도압장은 HACCP를 적용하기에는 거리가 먼 수준의 것들이다. 뿐만 아니라 도축장이 전국에 편중되어 위치하고 장기 수송에 따른 물류비용 증가의 원인을 제공하고 있다.

따라서 앞으로 자가 사육, 자가소비를 목적으로 도축되는 오리를 제외한 모든 오리는 반드시 위생도축을 거치도록 지속적으로 지도단속하고 기존 도축장중 시설이 낙후된 작업장은 폐쇄하거나 시설 개선자금을 지원하고 신규 건립되는 작업장에 대해서는 자금지원 규모를 상향조정해서라도 완벽한 시설을 갖출 수 있도록 유도하여야 할 것이며, 오리고기 가공공장에 대한 시설개선을 위하여 기술개발과 시설보완, 포장지원을 위한 지원도 뒤 따라야 할 것이다.

< 표 4 - 1 > 도압장 위치

| 지 역 | 도 축 장 수 | 비 고 |
|-----------|---------|-------------------------|
| 경기 양평 | 1 | - |
| 충북 음성 진천 | 3 | 진천J사, 음성 M사 HACCP 적용 |
| 전북 정읍, 남원 | 2 | 정읍 H 사 신축 |
| 전남 나주 | 4 | 나주 F 사 HACCP 적용 |
| 부산 | 1 | - |
| 합 계 | 11 | - |

< 그림 4 - 1 > 도압장 지역별 분포



2). 위생 오리의 생산

오리가 도축되면 도축검사를 받고 등급화가 이루어져야 한다. 한국에서는 육계와 육용오리의 도축검사는 도축장의 자율검사에 맡겨져 있고 등급화는 아직 실시하지 못하고 있다. 그런데 고용주와 주종 관계에 있는 검사원의 검사기능이 제대로 행사될지는 의심의 여지가 많다.

참고로 미국에서는 도축된 모든 오리는 연방정부의 검사를 받도록 되어 있고 도축된 오리의 등급화 실시 여부는 회사의 자율에 맡겨지되, 비용은 도압장 부담이다. 따라서 위생적인 오리고기를 생산하기 위해서는 도축검사의 공영화가 실현되어야 한다.

오리는 풍만하고 육질이 있으며 피부가 잘리거나 멍들거나 찢어지지 않아야 한다. 뼈가 부러지지 않아야 하고 잘려나간 부분이 없어야 하며, 잔털(Down)이 없어야 한다.

신선한 오리고기에는 어떤 것도 첨가할 수 없지만 오리를 가공할 경우 소금이나 산화방지제를 첨가할 수 있다. 다만 상표에 이러한 내용을 명시하여야 하도록 강력히 규제해야 한다.

마. 한국 축산물 유통의 문제점

축산물 유통의 취약점은 다음과 같이 요약된다.

- ① 유통기능의 수행은 지나치게 중간상인에 의존하는 경향이 있고 생산자와 소비자의 유통기능이 미약하다는 점.
- ② 등급화, 규격화 등 표준화기능이 미약하여 불합리한 평가방법과 거래방법이 채택되고 있다는 점.
- ③ 수송, 저장, 포장, 시장정보기능 등이 낙후되어 있고 특히 가공기능이 미약하다는 점.
- ④ 저조한 가공비율과 신선육 위주 전근대적 유통이 이루어지고 있기 때문에 유통이 비능률적이고, 비 위생적이며 상품에 대한 불신의 여지가 많다는 점
- ⑤ 판로선택의 여지가 적고 거래방법이나 거래관행 등에 있어서도 불합리하고 불공정한 점이 많다는 점 등이다.

그러나 최근 축산물의 수입개방을 맞아 신선육 위주의 유통은 오히려 우리나라 축산업이 대응하기에 유리한 조건이 되고 있다.

2. 오리고기 유통 구조

농가에서 사육된 오리는 도압장을 거쳐 도매상, 중간상,

소매상, 음식점을 통하여 소비자에게 전달된다. 앞서 지적한대로 대부분의 축산물 유통이 그러하듯이 오리의 유통구조는 전근대적 수준을 벗어나지 못하고 있는 실정이다.

그러나 국내 오리업계는 최근 전체 사육농가수의 감소에도 불구하고, 호당 사육수수가 꾸준히 증가하고 있고, 전체 사육수수 또한 지속적인 증가세를 유지하고 있다. 아울러 전업화의 진전으로 인하여 전체사육수수의 96.5%가량이 전업농에 의해 사육되고 있음은 이미 지적한 바와 같다.

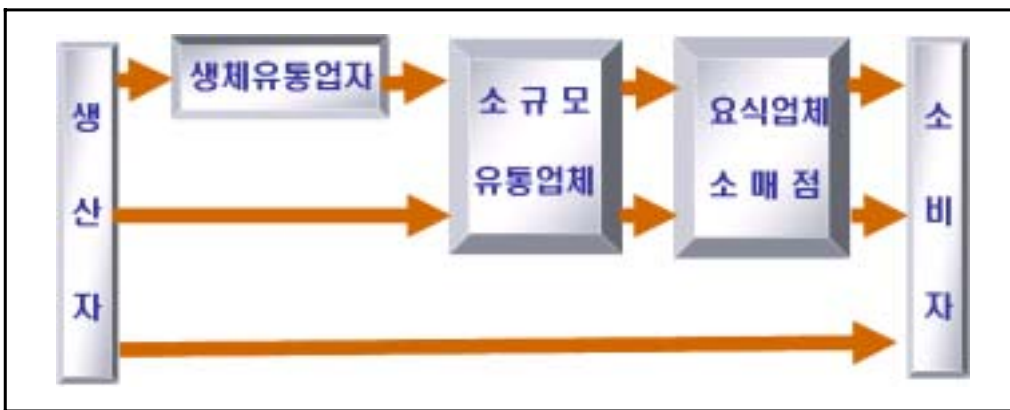
이처럼 생산단계에서 이미 사육규모화가 이루어지고 전업농에 의한 전문화가 이루어지고 있으나, 유통단계에 있어서의 이미 지적한 대로 아직 전근대적인 수준에서 벗어나지 못한 채 많은 문제점을 안고 있다. 이러한 상황에서 최근 몇 년 동안 오리업계의 불황속에서 살아남은 유통업체를 중심으로 업계의 계열화가 진행되고, 그로 인한 유통 체계의 변화가 일어나고 있다.

오리 업계의 유통 구조를 보면 사육농장에서 생산된 오리가 소규모 유통업체들을 통해 요식업소나 소매상등에게 판매되고, 이어 소비자들에게 전달되는 구조로 되어 있다.

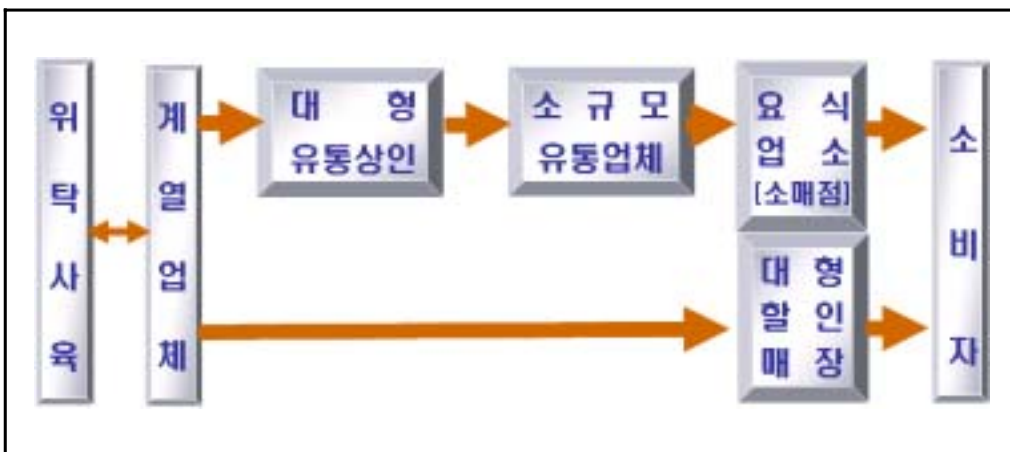
그러나 최근 도압장을 중심으로 한 육용오리 산업의 계열화가 진행되면서 유통 업체의 대형화가 진행되고 소규모 유통업체들이 농가에서 오리를 직접 구매하던 형태가 대형 도매 계열유통업체의 오리를 받아서 유통하는 형태

로 대부분 전환되고 있다. 따라서 중소기업 유통업체의 유통비중은 점차 줄어들는데 반하여 계열화 사육을 통해 생산과 도축 유통을 통합한 계열화 유통업체들의 유통물량이 증가되고 있다¹⁵⁾.

< 그림 4 - 2> 오리 유통 체계도(단독경영)



< 그림 4 - 3 > 오리 유통 체계도(계열화경영)



15) 농수축산신문, 『한국축산연감 - 오리 -』, 2004.

3. 오리가격

오리가격에 대하여 공식적으로 발표된 자료는 아직 없지만 관련자의 진술을 통한 유통단계별 오리 및 오리고기 가격은 대략 다음 표와 같다.

표에서 보는 바와 같이 농장 전정가격이 불황기, 계열화 사업의 경우 대략 수당 4,000원 정도가 되고 여기에 수송비 등 물류비용 200원, 도축비 600원, 상인 이윤 200원을 고려하면 도매가격은 5,000원이 되어야 하나 4,500원정도가 형성된다. 이어 대리점과 소매상 마진을 2,500원정도 고려하면 음식점 도착가격은 수당 7,000원 정도가 되고 이를 요리로 상품화하면 수당 30,000원이 소비자 가격이 된다. 이를 4인이 함께 소비할 경우 1인당 7,500원이 부담된다.

< 표 4 - 2 > 단계별 오리 및 오리고기 가격(계열화의 경우)

| 구 분 | 불 황 시 | | 호 황 시 | |
|----------------------|-----------------------|------------------------|---------|------------------------|
| | 4,000원 | - | 5,500원 | - |
| 산지가격(원/수) | 4,000원 | - | 5,500원 | - |
| 계 열 주 체 | 4,500원 ¹⁶⁾ | 마진 500원 | 6,500원 | 마진 1,500원 |
| 대 리 점 | 5,500원 | 대리점 마진 1,000원 | 7,000원 | 대리점 마진 500원 |
| 소 매 상 (음식점 도착가격) | 7,000원 | 분배상마진 1,500원 | 8,000원 | 소매상 마진 1,000원 |
| 오 리 요 리 소 비 자 가 격 | 30,000원 | 음식점 부가가치 23,000원 | 30,000원 | 음식점 부가가치 22,000원 |

호황기에는 산지수당가격이 대략 5,500원 정도가 형성되고 도매상, 대리점, 소매상을 거쳐 음식점 도착가격은 수당 8,000원 정도가 되고 이를 요리로 상품화하면 역시 수당 30,000원이 소비자 가격이 된다.

4. 오리고기의 수출입

가. 오리고기 수출

오리고기 수출량은 해마다 증가세를 보이다 2004년 가금인플루엔자 질병 발생이후 수출이 중단된 상태이다. 1997년 오리고기 수출 실적은 118톤에 불과하던 것이 2003년에는 357톤으로 3.0배가 증가하였고 금액으로 환산한 1997년 수출액은 207천불에서 2003년에는 1,988천불 어치를 수출하여 9.6배가 증가하였다.

우리나라의 오리고기 수출여건은 해마다 막대한 물량의 오리고기를 수입하는 일본과 지리적으로 가까이 있어 수출여건이 매우 유리하다.

일본의 오리고기 수입량은 2002년에 11,920톤으로 금액으로는 62억엔에 달한다.

국내산 오리고기 수출가격은 2002년 신선 냉장 가슴살

16) 물류비 200원, 도축비 600원, 유통업자 이윤 200원 포함 1,000원의 비용이 발생하므로 불황시 가격구조하에서는 도매업자나 계열업체가 손실을 볼 것으로 추정됨.

기준하여 kg당 1,110엔으로 국내산 가격에 비해 3배이상
높아서 수익성이 높다. 그러므로 고병원성 가금인플루엔자
질병의 추가 발생원인을 근본적으로 제거하고 가금인플
루엔자 청정지역으로 선포될 수 있으면, 일본 시장으로의
오리고기 수출 재개는 가능해 질 것이고 그렇게 되면 오
리 산업의 전망은 매우 밝게 될 것이다.

특히 오리고기 일본 수출의 매력이라면 우리나라에서
오리고기가 소비 성수기인 여름철에 일본은 오리고기 비
수기이고 반대로 우리나라에서 오리고기 비수기인 겨울철
에는 일본에서는 성수기인 관계로 일본수출을 통하여 국
내 오리고기 수급을 조절할 수 있다.

그러나 우리나라 오리고기 수출을 위한 생산기반은 취
약한 편으로 부가가치가 높은 오리 가슴살 생산을 많게
하기 위해서는 사육시설 개선이 필요하다.

오리 사육농가의 악성 질병 근절 대책이 수립되지 못해
사육 중 폐사로 인한 손실이 많아 생산성이 저하된 경우
가 많으므로 질병에 의한 생산성 저하를 막기 위하여 취
약한 위생방역대책을 개선하는 종합대책을 수립해야한다.
또한, 일본과 협의한 위생조건 중 반경 50km이내 뉴캐슬
병 발생 사실이 없어야 한다는 규정을 지키기 위하여 거
점 방역대책 추진이 필요하다.

오리고기의 위생수준을 높이기 위하여 잔털(Down) 처
리를 위한 대책과 도축시설의 위생문제 향상을 방안을 강

구하여야 한다. 오리고기 수출을 놓고 우리나라와 경쟁국인 중국의 경우는 잔털(Down) 처리에 썩 인건비를 무기로 대응하고 있으므로 이에 대한 대책수립이 시급하다.

오리고기 수출시장에 대한 정보가 부족하여 오리고기 수출확대가 한계에 부딪치고 있고, 신선 냉장오리고기 수출은 항공기나 소량 선적을 이용하여야 하므로 수출물류비가 과다해 지는 문제가 있다.

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 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 한국산 오리고기 광고를 통해 가금수입유통업체의 관심을 유도하고 주요 수입유통업체 관계자를 국내 초청하여 오리고기 수출과정을 보여주는 기회를 마련하여 국내산 오리고기에 대한 안전성과 품질에 대한 신뢰도를 제고하는 노력이 뒤따라야 한다.

나. 오리고기 수입

오리고기는 이미 수입자유화 되었으나 수입에 의한 피해는 그리 많지 않아 보인다. 연도별 오리고기 수입량을 보면 1991년에 1,228톤이던 것이 1997년에 7,216톤까지 늘어났다가 IMF 외환위기가 휩쓸고 간 1998년에는 다시 1,959톤으로 하락하였다. 이후 오리고기 수입량은 다시 살아나 2001년에는 6,738톤으로 정점을 이루다가 조류인플루엔자 창궐로 계속 감소하여 2004년과 2005년 상반기 까지 수입이 중단되었다. 따라서 2005년 5월 현재는 수입오리고기에 대한 피해는 없으나 언제, 어디서 다시 오리 수입이 재개될 지는 아무도 예단하기 어렵다. 특히, 오리고기의 위생수준 높이기 위해서 잔털(Down)제거에 철저해야 함에도 불구하고 인건비부담으로 중국산과 경쟁하기 어려운 현실이고 보면 오리고기 수입이 재개되어 중국산과 경쟁해야 할 경우, 한국의 오리산업이 큰 타격을 입을 것으로 보인다.

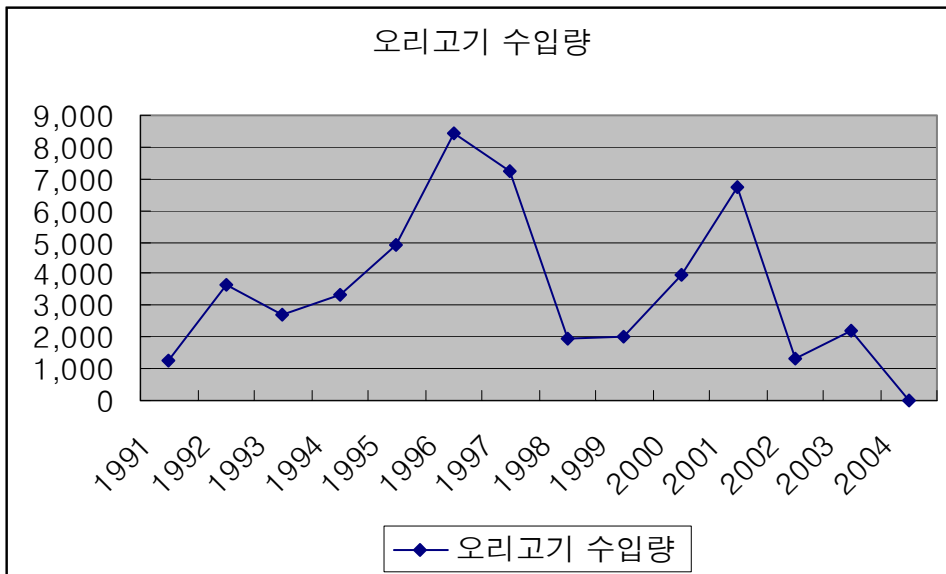
오리 산업 경기는 장기간의 불황을 극복하고 2005년에 들어 호전되어 가고 있으므로 잘 나갈 때 어려운 때를 대비하는 지혜가 필요한 것임을 인식하고 오리 잔털(Down) 제거를 위하여 현장애로 타개를 위한 기술개발사업이 이루어져야 할 것이다.

< 표 4 - 3 > 연도별 오리고기 수입량

(단위 : 톤, 천불)

| 연 도 | 수 입 량 | 수 입 금 액 | 증 감 (%) |
|------|-------|---------|-----------|
| 1991 | 1,228 | - | - |
| 1992 | 3,619 | - | 294 |
| 1993 | 2,692 | - | 74.4 |
| 1994 | 3,321 | - | 123 |
| 1995 | 4,915 | - | 148 |
| 1996 | 8,408 | 19,824 | 171 |
| 1997 | 7,216 | 14,000 | 85.8 |
| 1998 | 1,959 | 5,010 | 27.1 |
| 1999 | 2,009 | 5,814 | 102.5 |
| 2000 | 3,960 | 8,570 | 197 |
| 2001 | 6,738 | 9,842 | 180 |
| 2002 | 1,328 | 3,000.8 | 19.7 |
| 2003 | 2,179 | 2,991 | 164 |
| 2004 | - | - | - |

< 그림 4 - 4 > 연도별 오리고기 수입량



5. 의무 자조 금(Check-off)제도의 정착

농산물 유통환경은 날로 변화하고 있다. 과거에 "없어서 못 팔던 시대"는 지났고 수요가 공급을 창출하는 시대로 전환하면서 매스컴의 왜곡된 정보와 보도는 농산물 소비에 치명적인 영향을 주게 되고 결국 그것은 개인의 손실로 귀착된다. 이러한 결과에 대하여 개인은 속수무책으로 당하고 있을 수 밖에 없는 현실이다. 따라서 특정 농산물의 안정적 소비를 위해 바르고 다양한 정보를 지속적으로 소비자에게 제공하는 것이 매우 중요한 바, 국내산 농산물의 안정적인 소비촉진과 더불어 생산자가 주도하는 자율적 수급 균형을 위해 농산물 자조금제도의 시행이 중요한 과제로 대두되고 있다. 특히, 생산량을 감축하지 않고 농가의 실질소득을 꾸준히 유지, 증대시켜나가기 위해서는 증산된 농산물에 대한 추가시장을 꾸준히 확대시켜 나가야한다.

무한 경쟁 경제체제 하에서는 양질의 위생적인 농산물을 생산하는 것도 중요하지만 질 좋은 농산물이 적정 가격으로 유통되고 광고, 홍보 되어 소비자에게 선택되도록 하는 것 또한 중요한 일이다. 이러한 일련의 활동을 위해서는 막대한 재원이 소요되는 바, 이를 생산자들이 자신의 생산품을 출하할 때 소량의 돈을 모아(Check-off) 두었다가 생산품의 홍보, 연구 등의 목적에 쓰도록 하는 것이 자

조금제도이다.

한국에서 낙농과 양돈 부문에서 임의 자조금 제도에 의해 추진되었던 소비 촉진 활동이 기대이상의 효과를 거둔 바 있는데, 낙농가가 부담한 1원의 자조금에 대하여 24원 이상의 수익효과가 있었던 것으로 추정된다.

그러나 자조금의 징수는 농가의 비용부담을 가중시키는 또 하나의 짐으로 인식 될 수 있으나 소액의 비용부담으로 적정 수익을 올릴 수 있다면 이는 더 높은 수익을 위한 투자로 보아야 할 것이다.

자조금 제도의 특징을 보면, 임의 자조금 제도의 경우, 해당산업 구성원들이 특정목적을 위해 자금을 조성하여, 각종 활동을 전개하는 것으로 회원 자격 등에 대하여 특별히 명시하지 않고서는 자금 각출을 강제하지 못한다는 단점이 있다.

의무 자조금 제도의 경우 정부허가를 받아야 하고, 이를 위해 상품이나 서비스의 유통단계에서 자조금을 납부해야 할 대상자를 지정하여야 한다. 사업의 범위는 전국단위로 이루어지며, 자조금 반환규정을 둘 수도 있고 완전 강제적으로 할 수도 있다.

한국에서는 축산업계가 1985년 부터 자조금 제도화를 위해 노력하였고, 양돈, 양계, 낙농 분야에서 협회를 중심으로 부분적으로 임의 자조금 제도를 실시해 오던 차, 2002년 4월 '축산물의 소비촉진 등에 관한 법률'이 우여

곡절 끝에 국회를 통과하여 2002년 11월 14일 시행에 들어감에 따라 축산단체는 축산물의 안전성을 제고하고, 소비를 촉진함으로써 축산업자의 권익을 보호하고, 소비자에게 축산물에 대한 정보를 제공하기 위한 재원확보를 위해 축산물 별로 축산자조활동 자금을 설치할 수 있게 된 것이다. 현행 자조금 법(축산물의 소비촉진 등에 관한 법률)에 대하여 몇 가지 문제점이 지적되고 있다. 즉,

- ①. 축산업자를 규정함에 있어서 '국내에서 축산물을 생산하는 자'로 지나치게 포괄적으로 정의를 내리고 있다는 점.
- ②. 현재 축산업계는 모두 2개 이상의 단체로 구성되어 있는데 현행법에서는 자조금은 자금관리위원회가 심의, 의결한 바에 따라 축산 단체가 이를 운영토록 되어 있다는 점.
- ③. 농산물 수입개방의 확대에 따라 국산 농산물의 국내 시장 점유율이 점차 떨어지고 있음에도 국내산 농산물 시장에 큰 타격을 입힐 수 있는 수입업자가 자조금 사업 대상자에서 빠져 있다는 점.
- ④. 계열화 업체가 주축이 된 계열화 생산의 경우 자조금은 업체가 납부하고 관리는 농가가 하도록 되어 있기 때문에 불합리하다는 점 등이다.

육용 오리 분야는 모든 생산품이 반드시 도축장을 통과하여야 하므로 자조금을 부과할 수 있는 유통상의 길목이

정확하다. 따라서 다른 축종에 비하여 자조금 실행이 비교적 용이해 보인다. 그러나 육계분야가 아직 의무자조금이 출범하지 못하고 준비위원회 구성 수준에 머물고 있는 실정인 바, 육용오리 분야도 의무자조금제도의 출범을 서두를 필요가 있다.

6. 오리고기 요리

가. 오리고기 요리 원료육

오리도 가금류에 속하므로 오리고기도 “백색육”으로 구분된다. 그러나 오리는 날 수 있는 조류이므로 가슴살이 닭고기나 칠면조 고기에 비하여 검은 색이다. 이러한 현상은 오리가 나는데 근육에 보다 많은 산소가 소요되고 이 산소를 근육으로 운반해 주는 오리 피 속의 세포가 붉은 색이기 때문이다.

닭이나 칠면조는 서서 활동하는 시간이 많고 나는 일이 거의 없으므로 닭고기나 칠면조 가슴살은 흰색이지만 이들 다리 살은 검은 색이다.

싸움닭은 나는 시간이 많으므로 가슴살이 다리 살처럼 검은 색이다. 오리 가슴살이 검은 색이기 때문에 닭 가슴살보다 강한 맛을 내고 특히 닭다리 살 보다 더 강한 풍미를 낸다.

요리할 수 있는(Ready-to-cook) 오리고기는 다음과 같이 구분된다.

- ① 튀김용 오리새끼(Broiler Duckling or Fryer Duckling):
암수 구분 없이 8주령 이내로 육질이 부드럽고 부리가 아직 단단해지지 않는 상태의 오리새끼이다. 체중은 1.36 - 2.95kg 정도이다.
- ② 구이용 오리새끼(Roaster Duckling):
암수 구분 없이 16주령 이내로 육질이 부드럽고 부리가 완전히 단단해지지 않는 상태의 오리새끼이다. 체중은 1.81 - 3.40kg(4-7.5파운드) 정도이다.
- ③ 성숙된 오리(Mature Duck):
암수 구분 없이 6개월령이상으로 육질은 질기고 부리도 완전히 단단해진 상태의 오리이다. 산란하기는 적당하지 않으며 고기도 가공용으로 밖에 쓰일 수 없다.
- ④ 오리의 부분육(Cut-up)
 - 내장과 목을 포함한 오리도체 전체
 - 가슴과 다리를 모두 포함한 뼈있는 오리도체
 - 껍질이 붙어있거나 발라낸 뼈 없는 가슴살
 - 간, 심장, 사낭과 같은 내장
 - 오리 혀와 오리발

나. 오리고기 요리

1). 오리고기 준비

오리를 요리하기 전에 껍질을 포크로 찢러 기름기가 빠져 나오게 해야 한다. 요리준비가 된 오리는 지방층을 녹여 없애야 한다. 오리 지방은 다른 고기와는 달리 근육 속으로 파고드는 마블링상태가 아니므로 요리 전에 뼈를 발라내는 과정에서 쉽게 제거할 수가 있다.

모든 신선육은 “자연적(Natural)”이라는 평가를 얻을 만하다. “자연적”이라는 상표를 붙이면 인공향신료나 색소, 방부제, 기타 어떤 형태의 인공적인 첨가제를 넣을 수 없다. 어떤 식품이라도 “자연적”이라는 표시를 하려면 그것이 무엇을 의미하는지 반드시 명시하여야 한다.

일반적으로 상하기 쉬운 고기나 생선, 닭고기처럼 오리 고기에도 신선육이든 요리중인 것이든 박테리아가 서식할 수 있다. 박테리아는 5-60°C에서 급격하게 증식 된다 특히 냉장고 밖에서나 완전하게 요리되기 전에 증식이 빨라진다. 냉동시킨다고 해서 박테리아가 없어지는 것이 아니지만 100°C에서 완벽하게 요리된 모든 요리에서 박테리아는 소멸된다.

살모넬라(Salmonella)가 가끔 조개나 가금육에서 출현되는데, 가축이나, 가금, 개, 고양이, 기타 온혈동물의 내장에

서 발견되곤 한다. 이 계통의 살모넬라는 2,000가지 중 하나에 불과하다. 냉동시킨다고 해서 살모넬라가 없어지는 것이 아니지만 100°C에서 완벽하게 요리된 모든 요리에서 살모넬라는 소멸된다.

살모넬라를 섭취하면 발병되는데 날고기는 교차 오염을 막기 위하여 주의 깊게 다루어야 한다. 이러한 교차오염은 오리 날고기나 추출물이 음식에 묻어 이루어진다. 살모넬라는 음식관련 질병으로 위통과 설사, 구역질을 동반하는 병이다.

2). 오리고기 관리

오리 날고기는 닭고기나, 칠면조 고기만큼 수요가 많지 않아서 슈퍼마켓에서 보통 냉동상태로 보관되고 있다. 오리고기로부터 추출물이 흘러 나와 다른 요리나, 생산품을 오염시킬 수 있는 가능성을 막기 위하여 오리고기를 플라스틱 백에 넣어야 한다.

일단 오리고기를 구입했으면 다른 곳에 들르지 말고 바로 집으로 가는 것이 좋다. 집에 도착하면 오리고기를 즉시 5°C로 냉장시키고 1-2일내에 소비해야 한다. 부득이 할 경우 원래 포장상태로 -20°C로 냉동시켜야 한다. 계속 열린 상태로 두면 오랫동안 안전하게 유지될 수 있을 것이다.

패킹덕과 같이 완전히 익힌 오리요리는 두 시간 이내에 소비하여야 하고 부득이 할 경우 몇 조각으로 나누어서 뚜껑이 달린 깊지 않은 용기에 담아 냉장 시킨다. 이를 그대로 차게 먹거나 75°C로 재가열하여 소비한다.

요리준비가 된 상태의 오리고기는 얼려 두는 것이 안전하다. 바람직한 오리고기 보관기간은 다음과 같다.

< 표 4 - 4 > 오리고기 보관 기간

| 상 품 명 | 냉 장 고 | 냉 동고 |
|---------------------------------|----------------------------|-----------------|
| 냉장 오리고기 | 1-2일 | 6개월 |
| 냉장 내장(간 등) | 1-2일 | 6개월 |
| 요리된 오리고기 Gumbo stew, casseroles | 3-4일 | 2-3개월 |
| 먹다 남은 음식 또는 식당음식 | 3-4일 | 2-3개월 |
| 훈제 오리 가슴살(진공포장) | 2 주 | 1-2개월 |
| 훈제 오리 가슴살(포장을 뜯은 후) | 7 일 | 1-2개월 |
| 냉동 판매용 디너 또는 entree | 요리 전까지 냉동보관 | 3-4개월 |
| 통조림 된 오리고기를 식품저장실에 보관 | 식품저장실내 2-5년 포장제거 시 3-4일 | 포장제거 시 2-3개월 |

오리고기 가공품으로 훈제 가슴살, 소세지, 핫도그 등이 있으며 특정부위는 식당에서 이용한다.

3). 오리고기 해동

냉동오리고기를 안전하게 해동하는 방법은 냉장고에서

해동, 찬물에서의 해동, 전자렌지에서 해동 등 세 가지가 있다. 이 방법 이외의 다른 장소에서의 해동은 안된다. 통 오리는 해동되는데 1~2일 이상 걸린다. 냉동된 오리가 일단 해동 되면 요리하기 전까지 하루정도 냉장고에 두는 것이 안전하다. 이 기간 중에 오리고기를 요리하지 못하게 될 경우 재차 냉동시키는 것이 안전하다.

냉동 오리고기를 찬물에서 해동시킬 때 포장용기를 제거하지 않는 것이 좋다. 해동 전에 포장용기가 완전 진공이 되었는지, 안으로 물이 들어가지 않은 용기인지 확인해야 한다. 냉동 오리고기를 물에 담그되 매 30분마다 물을 바꾸어 물이 항상 찬 상태가 유지되도록 해야 한다. 1.5-2.0kg짜리 오리 한 마리나 부분육은 2-3시간동안 해동해야 한다.

전자렌지에서 해동 할 경우 해동 후에 즉시 요리하도록 해야 한다. 왜냐하면 전자렌지에서 해동 중에 이미 오리고기 일부가 뜨거워져 익혀질 수도 있기 때문이다. 해동한 후에 반만 익혀두는 것은 바람직하지 않다. 왜냐하면 박테리아가 소멸되었다고 볼 수 없기 때문이다. 전자렌지나 찬물로 해동된 식품은 반드시 다시 냉동시켰다가 요리해야 한다.

4). 오리고기의 요리

우리나라에는 오리고기 요리방법에 대한 요령은 많이 알려져 있지 않다. 따라서 미국 농업성(USDA)이 추천한 오리요리에 대한 설명을 참고 할 수 밖에 없다.

통오리를 요리할 때는 80°C가 적당하다. 이때 온도 측정은 식품 온도 측정기로 어깨쪽지(Thigh)살 중심부를 측정하는 것이어야 한다. 부분육을 요리할 경우는 가슴살 내부 온도가 70°C가 되어야 하고, 오리다리나 어깨살, 날개 등을 요리할 때는 80°C가 될 때 까지 가열해야 한다. 대략적인 요리시간은 다음 표에 따라야 한다.

< 표 4 - 5 > 오리고기 요리 시간

| 요 리 감 형 태 | Roast | Grill | Smoke | Braise |
|------------------------------|-----------|-----------------|---------|---------------------|
| | 350i | 직화(直火) | 간 접 열 | |
| 통오리(Duckling) (1.8~2.7kg) | 60~70분/kg | 요리하지않은 것이 좋음 | 0.5~1시간 | 요리하지 않은 것이 좋음 |
| 가슴살 등 조각난 것 | 2시간 | 30~40 분 | 2시간 | 60-75분 |
| 통오리(Young) | 2.5~3시간 | 적당하지 않음 | 2~2.5시간 | 적당하지 않음 |

5). 전자오븐 활용요령

통오리를 전자오븐의 요리통(또는 뚜껑이 있는 용기) 에

냉고 Kg 당 10분 기준으로 작동시킨다. 보통 전자 오븐에서 260°C 온도로 10~20분이면 바삭바삭한 상태가 된다. 조각난 오리고기를 구울 경우 두꺼운 부분이 접시의 밖으로, 얇고 뼈가 있는 부분은 접시 안쪽으로 향하도록 놓는다. 뼈가 있는 오리고기는 10분을, 뼈 없는 것은 5분을 방치시간으로 한다. 미국 농업성(USDA)이 추천한 바에 의하면 어깨쪽지를 전자렌지에서 요리할 때는 80°C가 적당하고, 가슴살은 70°C가 적당하며, 다리 살이나 날개는 내부온도가 80°C까지 가열하는 것이 적당하다.

오리고기를 완전하게 요리하기위하여 그릴에 오리고기를 넣기 직전에 예열해야 한다.

오리고기요리가 적당한 온도에서 이루어 졌다 하더라도 핑크색으로 변할 수 있다. 신선한 오리고기가 70°C에 달하고 오리고기 중심부분이 계속 핑크색으로 되었으면 요리는 안전하게 이루어 졌다고 본다. 오리고기가 핑크색이 되는 것은 요리방법 차이에서 오는 것이거나 첨가제 때문이다. 그러나 부드러운 맛이나 조리도(調理度)를 위해서는 오리고기를 70°C에 유지해야 한다.

제 5 장. 오리고기의 소비

1. 오리고기 소비실태 조사

가. 조사개요

오리고기의 소비량은 꾸준히 늘어나 1994년 국민 1인당 0.35Kg 이던 소비량이 2002년 국민 1인당 1.07Kg으로 무려 3배 이상 증가하는 모습을 보였다.¹⁷⁾

오리고기가 인체에 유익한 불포화 지방산을 많이 함유하고 있고, 혈액순환을 도우며, 콜레스테롤 억제, 독성물질의 해독능력, 고혈압·중풍 등의 성인병 예방 등 여러 가지 효험을 가지고 있는 것으로 알려져 건강식품을 찾는 소비자들의 선호경향은 점차 더 확산 될 것으로 판단된다. 이러한 예상이 얼마나 근거가 있는지를 알아보기 위하여 전국에 거주하는 600명의 소비자를 임의로 추출하여 사전에 준비된 설문지를 통하여 오리고기에 대한 소비실태를 조사 분석하였다. 임의로 추출된 600명의 소비자 중 496명의 소비자가 응답하여 82.7%의 회수율을 보였다. 조사는 2회에 걸쳐 이루어졌으며, 1차 조사는 2004년 12월 1일 - 12월 31일, 2차는 2005년 4월 1일 - 4월 30일까지 실시하였다.

17) 2003년도 오리고기 소비량은 고병원성 가금 인플루엔자의 발병으로 인해 국민 1인당 0.85kg으로 급격히 감소하는 특이한 상황을 보였음.

나. 응답자의 인구통계학적 자료

설문조사에 응한 응답자의 인구통계학적 자료를 보면, 응답자의 평균 연령은 37.9세(변이계수 29.6%)이며, 성별 구성은 남성 53.6%, 여성 46.4%로 응답자의 월평균 소득은 3,830천원정도(변이계수 128.5%)인 것으로 나타났다.

< 표 5 - 1 > 응답자의 연령

| 범 위 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|-----------------|---------|---------|
| 60세 이상 | 10 | 2.0 |
| 50세 이상 ~ 60세 미만 | 96 | 19.4 |
| 40세 이상 ~ 50세 미만 | 78 | 15.7 |
| 30세 이상 ~ 40세 미만 | 180 | 36.3 |
| 20세 이상 ~ 30세 미만 | 132 | 26.6 |
| 20세 미만 | 0 | 0.0 |
| 무응답 | 0 | 0.0 |
| 합계 | 496 | 100.0 |
| · 평균 연령 | 37.9 | (세) |
| · 표준편차 | 11.2 | (세) |
| · 변이계수 | 29.6 | (%) |
| · 최고치 | 63 | (세) |
| · 최저치 | 20 | (세) |

< 표 5 - 2 > 응답자의 성별

| 구분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|-----|---------|---------|
| 남성 | 266 | 53.6 |
| 여성 | 230 | 46.4 |
| 무응답 | 0 | 0.0 |
| 합계 | 496 | 100.0 |

< 표 5 - 3 > 응답자의 월 소득

| 범 위 | 응 답 자 수 (명) | 응 답 비 율 (%) |
|---------------------|---------------|---------------|
| 500만원 이상 | 82 | 16.5 |
| 400만원 이상 ~ 500만원 미만 | 52 | 10.5 |
| 300만원 이상 ~ 400만원 미만 | 74 | 14.9 |
| 200만원 이상 ~ 300만원 미만 | 158 | 31.9 |
| 100만원 이상 ~ 200만원 미만 | 74 | 14.9 |
| 100만원 미만 | 6 | 1.2 |
| 무 응 답 | 50 | 10.1 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |
| · 월 평 균 소 득 | 3,830 | (천원) |
| · 표 준 편 차 | 4,923 | (천원) |
| · 변 이 계 수 | 128.5 | (%) |
| · 최 고 치 | 50,000 | (천원) |
| · 최 저 치 | 30 | (천원) |

또한 설문에 응답한 496명의 응답자 중, 67.7%가 아파트에서, 25.0%는 단독 주택에서, 7.3%는 다세대 주택에서 4명 정도(33.55)의 가족구성원과 같이 살고, 직업은 자영업(37.9%)을 하고 있는 것으로 조사되었다.

< 표 5 - 4 > 응답자의 주거 형태 및 가족 구성원 수

| 주 거 형 태 | | | 가 족 구 성 원 수 | | |
|-----------|---------|---------|-------------|---------|---------|
| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) | 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
| 아 파 트 | 336 | 67.7 | 2 명 | 44 | 8.9 |
| 단 독 주 택 | 124 | 25.0 | 3 명 | 82 | 16.5 |
| 다 세 대 주 택 | 36 | 7.3 | 4 명 | 166 | 33.5 |
| 기 타 | 0 | 0.0 | 5 명 | 122 | 24.6 |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 | 6명이상 | 82 | 16.5 |
| 합 계 | 496 | 100.0 | 합 계 | 496 | 100.0 |

< 표 5 - 5 > 응답자의 직업

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|-----|---------|---------|
| 자영업 | 188 | 37.9 |
| 회사원 | 66 | 13.3 |
| 공무원 | 10 | 2.0 |
| 학생 | 72 | 14.5 |
| 가사 | 52 | 10.4 |
| 기타 | 106 | 21.5 |
| 무응답 | 2 | 0.4 |
| 합계 | 496 | 100.0 |

다. 설문조사 결과

1). 육류 선호도

응답자의 육류선호도를 살펴보면 ① 쇠고기(33.9%), ② 돼지고기(30.7%), ③ 닭고기(20.2%), ④오리고기(9.6%)의 순으로 육류를 선호하는 것으로 나타나 오리고기에 대한 선호도는 그리 높지 않은 것으로 판단된다.

< 표 5 - 6 > 육류 선호도

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|------|---------|---------|
| 쇠고기 | 168 | 33.9 |
| 돼지고기 | 152 | 30.7 |
| 닭고기 | 100 | 20.2 |
| 오리 | 48 | 9.6 |
| 기타 | 14 | 2.8 |
| 무응답 | 14 | 2.8 |
| 합계 | 496 | 100.0 |

2). 오리고기 선호도 및 선호연령

소비자들의 오리고기 선호도를 살펴보면, 긍정적 반응이 60.9%로 높게 나타난 반면 부정적인 반응은 4.0%에 불과한 것으로 나타났다. 따라서 이러한 결과로 볼 때, 오리고기 소비는 그렇게 절망적이지는 않아 보인다.

소비자들의 오리고기 선호연령층을 살펴보면, ① 40대(49.6%), ② 30대(19.4%), ③ 50대(18.1%)의 순으로 나타나, 10대 - 20대 보다는 40대-50대층에서 오리고기를 선호하는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 7 > 오리고기 선호도

| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 비 고(%) |
|---------|----------|----------|-------------|
| 아주 좋아한다 | 44 | 8.9 | 60.9 (%) |
| 좋아한다 | 258 | 52.0 | |
| 그저 그렇다 | 170 | 34.3 | - |
| 싫어한다 | 12 | 2.4 | 4.0 (%) |
| 아주 싫어한다 | 8 | 1.6 | |
| 무응답 | 4 | 0.8 | - |
| 합 계 | 496 | 100.0 | - |

< 표 5 - 8 > 오리고기를 선호하는 연령층

| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
|---------|----------|----------|
| 10 대 | 28 | 5.7 |
| 20 대 | 24 | 4.8 |
| 30 대 | 96 | 19.4 |
| 40 대 | 246 | 49.6 |
| 50 대 | 90 | 18.1 |
| 60 대 이상 | 12 | 2.4 |
| 무응답 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |

3). 오리고기에 대한 평가

다른 육류와 비교하여 오리고기의 가격에 대한 평가를 질문한 바, “매우 비싸다(5.2%)”라고 응답하거나, “비싸다(44.4%)”라고 응답한 응답자가 49.6%로 나타났으며, “그저 그렇다”라고 응답한 응답자는 34.7%에 불과하였다.

이번에는 다른 육류와 비교하여 오리고기의 맛에 대한 평가를 질문한 바, “매우 맛있다(9.7%)”라고 응답하거나, “맛있다(53.6%)”라고 긍정적으로 응답한 응답자는 63.3%로 높게 나타났으며, “맛없다(3.2%)”라고 응답하거나 “매우 맛없다(0.8%)”라고 부정적으로 응답한 응답자는 불과 4.0%로 나타났다.

요컨대, 오리고기의 가격과 맛에 대해 소비자들은 가격은 비싼 반면에 맛은 있다고 평가를 하고 있는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 9 > 오리고기에 대한 평가 (가격, 맛)

| 가격에 대해서 | | | | 맛에 대해서 | | | |
|---------|-------------|-------------|-------------|--------|-------------|-------------|-------------|
| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 비 고 (%) | 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 비 고 (%) |
| 매우 비싸다 | 26 | 5.2 | 49.6 (%) | 매우 맛있다 | 48 | 9.7 | 63.3 (%) |
| 비싸다 | 220 | 44.4 | | 맛있다 | 266 | 53.6 | |
| 그저 그렇다 | 172 | 34.7 | - | 그저 그렇다 | 140 | 28.2 | - |
| 싸다 | 8 | 1.6 | 2.4 (%) | 맛없다 | 16 | 3.2 | 4.0 (%) |
| 매우 싸다 | 4 | 0.8 | | 매우 맛없다 | 4 | 0.8 | |
| 잘 모르겠다 | 46 | 9.3 | - | 잘 모르겠다 | 14 | 2.8 | - |
| 무응답 | 20 | 4.0 | - | 무응답 | 8 | 1.7 | - |
| 합계 | 496 | 100.0 | - | 합계 | 496 | 100.0 | - |

이번에는 다른 육류와 비교하여 오리고기 위생 상태에 대한 평가를 질문한 바, “매우 좋다(5.7%)”라고 응답하거나 “좋다(30.7%)”고 긍정적인 응답을 한 응답자는 36.4%로 나타났으며, 반면에 “나쁘다(9.7%)”고 응답하거나, “매우 나쁘다(0.8%)”라고 부정적인 응답을 한 응답자는 10.5%에 불과한 것으로 나타났다.

이번에는 오리고기 크기에 대한 평가를 질문한 바, “매우 크다(1.6%)”고 응답하거나 “크다(35.5%)”라고 응답한 응답자는 37.1%로 나타났으며, “작다(12.1%)”고 응답하거나 “매우 작다(0.85%)”라고 응답한 응답자는 12.9%로 나타났다.

요컨대, 소비자들은 다른 육류와 비교하여 오리고기의 위생 상태는 긍정적으로 평가하고 있는 반면에 크기에 대해서는 약간 부담을 느끼고 있는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 10 > 오리고기에 대한 평가 (위생상태, 크기)

| 위생상태에 대해서 | | | | 크기에 대해서 | | | |
|-----------|-------------|-------------|-------------|---------|-------------|-------------|-----------|
| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 비고 (%) | 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 비고 (%) |
| 매우 좋다 | 28 | 5.7 | 36.4 (%) | 매우 크다 | 8 | 1.6 | 37.1 |
| 좋다 | 152 | 30.7 | | 크다 | 176 | 35.5 | (%) |
| 그저 그렇다 | 170 | 34.3 | - | 그저 그렇다 | 172 | 34.7 | - |
| 나쁘다 | 48 | 9.7 | 10.5 (%) | 작다 | 60 | 12.1 | 12.9 |
| 매우 나쁘다 | 4 | 0.8 | | 매우 작다 | 4 | 0.8 | (%) |
| 잘 모르겠다 | 78 | 15.7 | - | 잘 모르겠다 | 56 | 11.3 | - |
| 무응답 | 16 | 3.1 | - | 무응답 | 20 | 4.0 | - |
| 합계 | 496 | 100.0 | - | 합계 | 496 | 100.0 | - |

다른 육류와 비교하여 오리고기의 영양에 대한 평가를 질문한 바, “매우 좋다(27.4%)” 또는 “좋다(47.6%)”라고 긍정적인 응답을 한 응답자는 75.0%로 나타났으며, “나쁘다(0.0%)”고 응답하거나 “매우 나쁘다(0.8%)”라고 부정적인 응답을 한 응답자는 0.8%에 불과한 것으로 나타났다.

또한 오리고기의 구입편리성에 대한 평가를 질문한 바, “매우 좋다(4.4%)”고 응답하거나, “좋다(18.1%)”라고 긍정적인 응답을 한 응답자는 22.5%로 나타났으며, 반면에 “나쁘다(29.8%)”고 응답하거나 “매우 나쁘다(1.7%)”라고 부정적인 응답을 한 응답자는 31.5%로 나타나 오리고기의 구입편리성에 있어서 많은 불편을 느끼고 있는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 11 > 오리고기에 대한 평가 (영양, 구입편리성)

| 영양에 대해서 | | | | 구입편리성에 대해서 | | | |
|---------|---------------|---------------|--------------|------------|---------------|---------------|--------------|
| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 비 고 (%) | 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 비 고 (%) |
| 매 우 좋 다 | 136 | 27.4 | 75.0 | 매 우 좋 다 | 22 | 4.4 | 22.5 |
| 좋 다 | 236 | 47.6 | (%) | 좋 다 | 90 | 18.1 | (%) |
| 그저 그렇다 | 40 | 8.1 | - | 그저 그렇다 | 124 | 25.0 | - |
| 나쁘다 | 0 | 0.0 | 0.8 | 나쁘다 | 148 | 29.8 | 31.5 |
| 매우 나쁘다 | 4 | 0.8 | (%) | 매우 나쁘다 | 8 | 1.7 | (%) |
| 잘 모르겠다 | 52 | 10.5 | - | 잘 모르겠다 | 52 | 10.5 | - |
| 무응답 | 28 | 5.6 | - | 무응답 | 52 | 10.5 | - |
| 합 계 | 496 | 100.0 | - | 합 계 | 496 | 100.0 | - |

이러한 결과로 볼 때, 소비자들은 오리고기의 영양에 대해서는 긍정적으로 평가를 하지만 구입편리성에 대해서는 부정적인 평가를 하고 있는 것으로 판단된다.

4). 오리고기에 대한 종합 평가

오리고기에 대한 소비자들의 평가를 질문한 바, ①중급 식품으로 생각한다는 반응이 65.3%로 가장 높았으며, ② 고급식품 (31.0%)의 순으로 나타났다.

따라서 소비자들은 오리고기를 중급 식품으로 여기고 있는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 12 > 오리고기에 대한 종합 평가

| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
|---------|----------|----------|
| 고 급 식 품 | 154 | 31.0 |
| 중 급 식 품 | 324 | 65.3 |
| 저 급 식 품 | 8 | 1.7 |
| 무 응 답 | 10 | 2.0 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |

5). 가정에서 오리고기를 먹어 본 경험

응답자들에게 가정에서 오리고기를 먹어 본 경험에 대하여 질문한 바, 전체 응답자 496명 중 70.2%가 “먹어 본 경험이 있다”라고 응답하였으며, “먹어본 경험이 없다”라고 응답한 응답자도 29.8%나 되었다.

< 표 5 - 13 > 가정에서 오리고기를 먹어 본 경험 유무

| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
|------------|----------|----------|
| 먹어본 경험이 있다 | 348 | 70.2 |
| 먹어본 경험이 없다 | 148 | 29.8 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |

응답자들에게 가정에서 오리고기를 먹은 이유와 먹어보지 못한 이유에 대하여 질문한 바, 가정에서 오리고기를 먹어 본 경험이 있다고 응답한 응답자들은 그 이유에 대하여 ①영양과 건강을 위해서(56.3%), ②가족이 좋아해서(27.0%)라고 응답하였다.

< 표 5 - 14 > 가정에서 오리고기를 먹어 본 경험

| 경험이 있는 경우 | | | 경험이 없는 경우 | | |
|--------------------|----------|----------|----------------------|----------|----------|
| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 다른 육류에 비해 가격이 저렴해서 | 8 | 2.3 | 다른 육류에 비해 가격이 비싸서 | 8 | 5.4 |
| 가족이 좋아해서 | 94 | 27.0 | 가족이 좋아하지 않아서 | 36 | 24.3 |
| 영양과 건강을 위해서 | 196 | 56.3 | 오리고기에 대한 선입견이 있어서 | 20 | 13.5 |
| 다른 육류에 비해 맛이 있어서 | 18 | 5.2 | 다른 육류에 비해 질기고 맛이 없어서 | 4 | 2.8 |
| 인근에 매장이 있어서 | 26 | 7.5 | 인근에 매장이 없어서 | 44 | 29.7 |
| 기타 이유 | 2 | 0.6 | 기타 이유 | 36 | 24.3 |
| 무 응답 | 4 | 1.1 | 무 응답 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 348 | 100.0 | 합 계 | 148 | 100.0 |

반면에 가정에서 오리고기를 먹어 본 경험이 없다고 응답한 응답자들에게 그 이유를 질문한 바, ①인근에 매장이 없어서(29.7%)라고 응답한 응답자가 가장 많았으며, ②가족이 좋아하지 않아서(24.3%), ③오리고기에 대한 선입견 때문에(13.5%)라고 응답하였다.

요컨대 오리고기는 소비자들에게 건강식 또는 보양식으로 인식되고 있는 것으로 판단되며, 오리고기 구입의 불편함과 오리고기에 대한 부정적 선입견이 오리고기소비를 저해하는 요인인 것으로 판단된다.

6). 오리고기 요리 중 가장 선호하는 요리

응답자에게 오리고기 요리 중 가장 선호하는 요리에 대하여 질문한 바, ①구이(33.9%), ②탕(21.8%), ③훈제(17.3%), ④전골(9.7%) 순으로 다양하게 선호하는 것으로 나타났다.

< 표 5 - 15 > 오리고기 요리 중 가장 선호하는 요리

| 구분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|-----|---------|---------|
| 찜 | 46 | 9.3 |
| 탕 | 108 | 21.8 |
| 훈제 | 86 | 17.3 |
| 구이 | 168 | 33.9 |
| 전골 | 48 | 9.7 |
| 기타 | 24 | 4.8 |
| 무응답 | 16 | 3.2 |
| 합계 | 496 | 100.0 |

7). 오리고기 소비 시 동반 인원

오리고기를 먹기 위해 오리고기 전문 음식점을 내방할 경우 동반 인원 에 대하여 질문한 바, 평균 동반 인원은 4.0명(변이계수 25.0%)으로 나타났다.

이상의 결과로부터 파악할 수 있는 것은 ①오리고기의 개체가 크고, ②가든 음식점 위주의 소비구조와 ③삼계탕 처럼 한 사람이 소비할 수 있는 오리고기 요리가 없는 점이 오리고기 소비촉진을 저해하는 요인으로 작용할 것으로 판단된다.

< 표 5 - 16 > 오리고기 소비 시 동반 인원

| 범 위 | 응 답 자 수 (명) | 응 답 비 율 (%) |
|----------------|---------------|---------------|
| 11명 이상 | 0 | 0.0 |
| 8명 이상 ~ 11명 미만 | 4 | 0.8 |
| 5명 이상 ~ 8명 미만 | 76 | 15.3 |
| 2명 이상 ~ 5명 미만 | 404 | 81.5 |
| 2명 미만 | 6 | 1.2 |
| 무 응 답 | 6 | 1.2 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |
| · 평 균 인 원 | 4.0 | (명) |
| · 표 준 편 차 | 1.0 | (명) |
| · 변 이 계 수 | 25.0 | (%) |
| · 최 고 치 | 10 | (명) |
| · 최 저 치 | 1 | (명) |

8). 오리고기를 소비 시 지출금액

오리고기 전문 음식점에서 오리고기를 먹기 위해 지불하는 금액에 대하여 질문한 바, 평균 지불액은 36,762원

(변이계수 47.8%)으로 나타났다.

요컨대 오리고기를 먹기 위해 오리고기 전문 음식점을 내방하는 동반인원이 4인이라고 가정하면 1인당 9,190원 정도를 지출하는 것으로 추산된다.

< 표 5 - 17 > 오리고기를 먹기 위해 지불하는 금액

| 범 위 | 응 답 자 수 (명) | 응 답 비 율 (%) |
|------------------|---------------|---------------|
| 11만원 이상 | 2 | 0.4 |
| 8만원 이상 ~ 11만원 미만 | 8 | 1.6 |
| 5만원 이상 ~ 8만원 미만 | 88 | 17.7 |
| 1만원 이상 ~ 5만원 미만 | 372 | 75.0 |
| 1만원 미만 | 8 | 1.6 |
| 무 응 답 | 18 | 3.7 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |
| · 평 균 지 불 액 | 36,762 | (원) |
| · 표 준 편 차 | 17,584 | (원) |
| · 변 이 계 수 | 47.8 | (%) |
| · 최 고 치 | 150,000 | (원) |
| · 최 저 치 | 6,000 | (원) |

9). 오리고기 소비시기

응답자에게 연중 오리고기 소비시기에 대하여 질문한 바, ① 7 - 9월이라고 응답한 응답자가 39.9%로 가장 많았으며, ② 10 - 12월 (21.0%), ③ 4 - 6월(19.8%)의 순으로 나타났다.

요컨대, 소비자들은 오리고기를 건강식 또는 보양식으로 인식하고 있기 때문에 오리고기의 소비시기가 날씨가 더운 7 - 9월에 집중되는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 18 > 오리고기 소비 시기

| 구 분 | 응 답 자 수 (명) | 응 답 비 율 (%) |
|-----------|---------------|---------------|
| 1 ~ 3 월 | 44 | 8.9 |
| 4 ~ 6 월 | 98 | 19.8 |
| 7 ~ 9 월 | 198 | 39.9 |
| 10 ~ 12 월 | 104 | 21.0 |
| 기 타 | 48 | 9.7 |
| 무 응 답 | 64 | 0.8 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |

10). 브랜드화 된 오리고기 제품에 대한 구입 경험

응답자에게 브랜드화 된 오리고기 제품에 대한 구입 경험에 대하여 질문한 바, ①구입 경험이 없다고 응답한 응답자가 83.5%, ②구입 경험이 있다고 응답한 응답자가 14.9%로 나타나 대부분의 소비자가 브랜드화 된 오리고기 제품을 접하지 못했던 것으로 보여진다.

따라서 이러한 결과는 궁극적으로 국내에서 브랜드화 된 오리고기의 소비촉진 홍보가 미흡한 결과로 보이며 브랜드화 된 오리고기가 아직 정착되지 못하고 있는 현실을 반영하고 있다고 판단된다.

<표 5 - 19 > 브랜드화 된 오리고기 제품 구입 경험

| 구 분 | 응 답 자 수 (명) | 응 답 비 율 (%) |
|-------|---------------|---------------|
| 있 다 | 74 | 14.9 |
| 없 다 | 414 | 83.5 |
| 무 응 답 | 8 | 1.6 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |

11). 브랜드화 된 오리고기 구입 동기

브랜드화 된 오리고기 구입 경험이 있는 응답자 74명에게 브랜드화 된 오리고기 구입 동기에 대하여 질문한 바, ①주위의 권유(78.3%)와 ②인터넷 · 홈쇼핑을 통해서(10.8%) 브랜드화 된 오리고기를 구입한 것으로 나타났다.

< 표 5 - 20 > 브랜드화 된 오리고기 구입 동기

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|----------------|---------|---------|
| TV·라디오 광고를 통해서 | 0 | 0.0 |
| 신문광고를 통해서 | 0 | 0.0 |
| 인터넷 · 홈쇼핑을 통해 | 8 | 10.8 |
| 주위의 권유로 | 58 | 78.3 |
| 팸플렛을 통해서 | 4 | 5.4 |
| 무 응답 | 4 | 5.5 |
| 합 계 | 74* | 100.0 |

* “브랜드화 된 오리고기 제품 구입 경험”이 있다고 응답자 수임.

12). 브랜드화 된 오리고기 제품의 만족도

브랜드화 된 오리고기 구입 경험이 있는 응답자 74명에게 브랜드화 된 오리고기 제품에 대한 만족도를 질문한 바, “매우 만족한다(0.0%)”고 응답하거나 “만족한다(59.5%)” 라고 긍정적인 응답을 한 응답자는 59.5%이었다.

반면에 “불만족 한다(16.2%)”고 응답하거나 “매우 불만족 한다(5.4%)” 라고 부정적인 응답을 한 응답자는 21.6%로 나타났다.

요컨대, 브랜드화 된 오리고기 구입 경험이 있는 소비자들은 대체로 만족하고 있는 것으로 판단되나, 20%가 넘는 응답자가 불만족하고 있다는 점을 명심하여야 할 것이다.

< 표 5 - 21 > 브랜드화 된 오리고기 제품 만족도

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) | 비고(%) |
|----------|---------|---------|-------------|
| 매우 만족한다 | 0 | 0.0 | 59.5 (%) |
| 만족한다 | 44 | 59.5 | |
| 그저 그렇다 | 12 | 16.2 | - |
| 불만족한다 | 12 | 16.2 | 21.6 (%) |
| 매우 불만족한다 | 4 | 5.4 | |
| 잘 모르겠다 | 0 | 0.0 | - |
| 무응답 | 2 | 2.7 | - |
| 합계 | 74* | 100.0 | - |

* “브랜드화 된 오리고기 제품 구입 경험”이 있다 라고 응답자 수임.

13). 브랜드화 된 오리고기 제품의 만족요인

브랜드화 된 오리고기 제품에 대하여 긍정적으로 응답한 응답자 44명에게 브랜드화 된 오리고기 제품의 만족요인에 대하여 질문한 바, ①요리가 간편해서(36.4%), ②맛이 좋아서(27.3%), ③원하는 부위를 살 수 있어서(18.1%)라는 반응을 보였다.

요컨대, 소비자들은 요리의 간편성을 가장 중요시 하는 것으로 판단되며 향후 오리고기 제품에 대한 마케팅 전략을 수립할 경우 가장 중요시해야 할 요인으로 판단된다.

< 표 5 - 22 > 브랜드화 된 오리고기 제품 만족 요인

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|-----------------|---------|---------|
| 맛이 좋아서 | 12 | 27.3 |
| 가격이 저렴해서 | 4 | 9.1 |
| 품질이 좋아서 | 4 | 9.1 |
| 요리가 간편해서 | 16 | 36.4 |
| 원하는 부위를 살 수 있어서 | 8 | 18.1 |
| 기 타 | 0 | 0.0 |
| 무 응답 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 44* | 100.0 |

* 브랜드화 된 오리고기 제품에 대하여 긍정적으로 응답한 응답자 수임.

14). 유향 오리고기 등 기능성 오리고기에 대한 평가

이번에는 유향 오리고기와 같은 기능성 오리고기의 가격, 맛, 영양에 대한 평가를 질문한 바, 가격에 있어서는 “비싸다”라고 응답한 응답자가 68.5%로 높게 나타났으며, “싸다”는 반응은 없었다.

또한 맛에 대한 평가에 있어서는 “맛있다”라는 긍정적인 응답이 61.3%, 영양에 대해서는 긍정적인 평가가 75.0%로 높게 나타났다.

요컨대, 소비자들은 유향 오리고기와 같은 기능성 오리고기에 대하여 가격은 높지만 맛과 영양에 있어서는 좋은 반응을 보이고 있는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 23 > 유황오리고기 등 기능성 오리고기에 대한 평가

| 가격에 대한 평가 | | | | 맛에 대한 평가 | | | | 영양에 대한 평가 | | | |
|-----------|-----------------|-----------------|-----------|----------|-----------------|-----------------|-----------|-----------|-----------------|-----------------|-----------|
| 구 분 | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 (%) | 구 분 | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 (%) | 구 분 | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 (%) |
| 매우 비싸다 | 92 | 18.5 | 68.5 | 매우 맛있다 | 38 | 7.7 | 61.3 | 매 우 좋 다 | 88 | 17.7 | 75.0 |
| 비 싸 다 | 248 | 50.0 | (%) | 맛 있 다 | 266 | 53.6 | (%) | 좋 다 | 284 | 57.3 | (%) |
| 그저 그렇다 | 94 | 19.0 | - | 그저 그렇다 | 106 | 21.4 | - | 그저 그렇다 | 34 | 6.9 | - |
| 싸 다 | 0 | 0.0 | 0.0 | 맛 없 다 | 4 | 0.8 | 0.8 | 나 빠 다 | 0 | 0.0 | 0.0 |
| 매우 싸다 | 0 | 0.0 | (%) | 매우 맛없다 | 0 | 0.0 | (%) | 매우 나쁘다 | 0 | 0.0 | (%) |
| 잘 모르겠다 | 58 | 11.7 | - | 잘 모르겠다 | 80 | 16.1 | - | 잘 모르겠다 | 88 | 17.7 | - |
| 무 응 답 | 4 | 10.9 | - | 무 응 답 | 2 | 12.5 | - | 무 응 답 | 2 | 18.6 | - |
| 합 계 | 496 | 100.0 | - | 합 계 | 496 | 100.0 | - | 합 계 | 496 | 100.0 | - |

15). 유황 오리고기와 같은 기능성 오리고기와 일반 오리고기의 차이점

응답자에게 유황 오리고기와 같은 기능성 오리고기와 일반 오리고기의 가장 큰 차이점에 대하여 질문한 바, ① 영양(38.7%), ②가격(18.5%), ③맛(16.5%)의 순으로 차이가 있다고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

< 표 5 - 24 > 유황 오리고기와 일반 오리고기의 차이점

| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
|---------|----------|----------|
| 가 격 | 92 | 18.5 |
| 맛 | 82 | 16.5 |
| 영 양 | 192 | 38.7 |
| 기 타 | 8 | 1.6 |
| 차 이 없 다 | 18 | 3.6 |
| 모 르 겠 다 | 96 | 19.4 |
| 무 응 답 | 8 | 1.7 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |

16). 오리고기와 닭고기의 상대 평가

응답자에게 닭고기에 비해서 오리고기의 가격이 어떤지를 질문한 바, ①“비싸다”라고 평가한 응답자가 60.5%로 높게 나타났으며, ②“보통이다”라고 평가한 응답자는 33.5%로 나타났다.

< 표 5 - 25 > 오리고기와 닭고기의 가격에 대한 상대 평가

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|---------|---------|---------|
| 싸 다 | 20 | 4.0 |
| 보 통 이 다 | 166 | 33.5 |
| 비 싸 다 | 300 | 60.5 |
| 무 응 답 | 10 | 2.0 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |

이번에는 응답자에게 닭고기에 비해서 오리고기의 맛이 어떤지를 질문한 바, ①“보통이다”라고 응답한 응답자가 54.8%, ②“보통이다”라고 응답한 응답자는 39.9%로 나타났다, ③“맛이 없다”는 응답은 4.0%에 그쳤다.

< 표 5 - 26 > 오리고기와 닭고기의 맛에 대한 상대 평가

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|---------|---------|---------|
| 맛 있 다 | 198 | 39.9 |
| 보 통 이 다 | 272 | 54.8 |
| 맛 없 다 | 20 | 4.0 |
| 무 응 답 | 6 | 1.3 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |

응답자에게 닭고기에 비해서 오리고기의 위생과 크기에 대한 평가를 질문한 바, 위생측면에서는 “보통이다”라는 평가가 82.2%로 높게 나타났으며, 크기에 대해서는 닭고기에 비해서 오리고기의 크기가 ①“보통이다”라고 평가한 응답자가 49.2%, ② “크다”라고 평가한 응답자가 40.9%로 나타났다.

< 표 5 - 27 > 오리고기와 닭고기의 위생에 대한 상대 평가

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|------|---------|---------|
| 좋다 | 66 | 13.3 |
| 보통이다 | 408 | 82.2 |
| 나쁘다 | 20 | 4.0 |
| 무응답 | 2 | 0.5 |
| 합계 | 496 | 100.0 |

< 표 5 - 28 > 오리고기와 닭고기의 크기에 대한 상대 평가

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|------|---------|---------|
| 크다 | 203 | 40.9 |
| 보통이다 | 244 | 49.2 |
| 작다 | 44 | 8.9 |
| 무응답 | 5 | 1.0 |
| 합계 | 496 | 100.0 |

닭고기에 비해서 오리고기의 영양과 구입 편리성에 대한 평가를 질문한 바, 영양에 대한 평가에서는 닭고기보다

오리고기가 영양이 “좋다(64.3%)”고 평가를 하는 것으로 나타났으며, 구입편리성에 있어서는 닭고기에 비해 오리고기의 구입이 “그저 그렇다고(53.45)”라고 평가하거나 “어렵다(34.35)”라고 평가를 하고 있는 것으로 나타났다.

< 표 5 - 29 > 오리고기와 닭고기의 영양에 대한 상대 평가

| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
|------|-------------|-------------|
| 좋다 | 319 | 64.3 |
| 보통이다 | 164 | 33.1 |
| 안 좋다 | 8 | 1.6 |
| 무응답 | 5 | 1.0 |
| 합계 | 496 | 100.0 |

< 표 5 - 30 > 오리고기와 닭고기의 구입편리성에 대한 상대 평가

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|------|---------|---------|
| 쉽다 | 56 | 11.3 |
| 보통이다 | 265 | 53.4 |
| 어렵다 | 170 | 34.3 |
| 무응답 | 5 | 1.0 |
| 합계 | 496 | 100.0 |

요컨대, 소비자들은 오리고기가 닭고기에 비해 상대적으로 가격은 “비싸다”고 생각하지만 맛과 위생은 “보통”이고 크기는 닭에 비해 “보통”이거나 “크다”는 인식을 가지고 있는 것으로 판단된다.

또한 영양은 닭고기에 비해 상대적으로 “좋다”고 평가되지만 구입 편리성은 “그저 그렇다”고 평가하거나 “어렵다”고 평가하고 있는 것으로 판단된다.

17). 오리고기와 닭고기의 선호도 조사 및 선호 요인

응답자에게 오리고기와 닭고기 중 어느 쪽을 더 선호하는지를 질문한 바, “닭고기”라고 응답한 응답자가 61.7%로 높게 나타났으며, “오리고기”라고 응답한 응답자는 38.3%로 다소 낮게 나타났다.

요컨대, 소비자들은 오리고기 보다는 닭고기를 더 선호하는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 31 > 오리고기와 닭고기의 선호도

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) |
|---------|---------|---------|
| 닭 고 기 | 306 | 61.7 |
| 오 리 고 기 | 190 | 38.3 |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |

이번에는 오리고기 보다 닭고기를 더 선호 하는 이유에 대해 질문한 바, ①가격(40.7%), ②맛(38.3%), ③영양(10.5%)의 순으로 그 이유를 피력하여 현실적으로 소비자 들은 가격에 민감하게 반응하는 현실을 잘 반영하고 있는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 32 > 오리고기 보다 닭고기를 더 선호 하는 이유

| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
|--------|----------|----------|
| 가 격 | 202 | 40.7 |
| 맛 | 190 | 38.3 |
| 영 양 | 52 | 10.5 |
| 구입 편리성 | 44 | 8.9 |
| 크 기 | 0 | 0.0 |
| 위 생 | 8 | 1.6 |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |

19). 가정에서 오리고기를 요리한 경험

응답자에게 가정에서 오리고기를 요리한 경험이 있는지에 대하여 질문한 바, 오리고기를 가정에서 “요리한 경험이 없다”라고 응답한 응답자가 58.5%이었으며, 반면에 오리고기를 가정에서 “요리한 경험이 있다”라고 응답한 응답자는 41.5%로 나타났다.

< 표 5 - 33 > 응답자의 오리고기 요리 경험

| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
|-----|----------|----------|
| 있 다 | 206 | 41.5 |
| 없 다 | 290 | 58.5 |
| 합 계 | 496 | 100.0 |

요컨대, 오리고기는 개체가 크기 때문에 가정에서 쉽게 요리 할 수 없는 단점을 가지고 있는 것으로 나타나, 오리고기 소비의 확대를 위해서는 개체의 크기를 줄이기 위한 노력과 다양한 요리방법을 마련하는 것이 가장 시급한 문제인 것으로 판단된다.

20). 직접 오리고기를 요리할 경우 요리 형태

앞에서 “오리고기 요리 경험이 있다”라고 응답한 응답자 206명에게 어떤 요리를 주로 하는지를 질문한 바, ①탕(48.5%), ②구이(27.2%), ③전골(9.7%)의 순으로 오리고기 요리를 하는 것으로 나타났다.

< 표 5 - 34 > 가정에서 오리고기 요리를 할 경우 요리 형태

| 구 분 | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
|-------|----------|----------|
| 찜 | 16 | 7.8 |
| 탕 | 100 | 48.5 |
| 훈 제 | 8 | 3.9 |
| 구 이 | 56 | 27.2 |
| 전 골 | 20 | 9.7 |
| 기 타 | 4 | 1.9 |
| 무 응 답 | 2 | 1.0 |
| 합 계 | 206* | 100.0 |

* “오리고기 요리 경험이 있다”라고 응답한 응답자 수임.

21). 조류독감 발생 이후 오리고기 소비 성향

조류독감 발생 이후 오리고기 소비 동향에 관하여 질문한 바, 응답자의 46.0%가 “오리고기 소비를 줄이거나(26.6%)”, “전혀 소비하지 않았다(19.4%)”라고 응답하여 질병으로 인한 식품의 안정성 문제에 상당히 예민하게 반응하는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 35 > 조류독감 이후 오리고기 소비성향

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) | 비고(%) |
|----------------|---------|---------|-------------|
| 오히려 소비가 많이 늘었다 | 20 | 4.0 | 8.4 (%) |
| 오히려 소비가 늘었다 | 22 | 4.4 | |
| 전과 비슷하다 | 222 | 44.8 | - |
| 소비가 줄었다 | 80 | 16.1 | 46.0 (%) |
| 소비가 많이 줄었다 | 52 | 10.5 | |
| 전혀 소비하지 않았다 | 96 | 19.4 | |
| 무응답 | 4 | 0.8 | - |
| 합계 | 496 | 100.0 | - |

22). 향후 조류독감이 발생할 경우 소비 의향

응답자에게 향후 조류독감 발생할 경우 소비 의향에 관하여 질문한 바, 응답자의 51.2%가 “소비를 줄이거나(29.5%)”, “전혀 소비하지 않겠다(21.7%)” 고 응답하여 소비자들은 질병으로 인한 식품의 안정성 문제에 예민한 반응을 보이는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 36 > 향후 조류독감이 발생할 경우 오리고기 소비 의향

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) | 비고(%) |
|------------------|---------|---------|-------------|
| 상관없이 소비를 많이 늘리겠다 | 18 | 3.6 | 11.7 (%) |
| 상관없이 소비를 늘리겠다 | 40 | 8.1 | |
| 현 수준으로 소비하겠다 | 182 | 36.7 | - |
| 소비를 줄이겠다 | 96 | 19.4 | 51.2 (%) |
| 소비를 많이 줄이겠다 | 50 | 10.1 | |
| 전혀 소비하지 않겠다 | 108 | 21.7 | |
| 무응답 | 2 | 0.4 | - |
| 합계 | 496 | 100.0 | - |

23). 향후 오리고기 소비 의향

응답자에게 향후 오리고기 소비 의향에 관하여 질문한 바, 응답자의 60.4%가 “향후 오리고기를 현재의 수준으로 소비하겠다”고 응답하여 오리고기의 소비는 급격히 위축되거나 증가하지도 않을 것으로 판단된다.

< 표 5 - 37 > 응답자의 향후 오리고기 소비 의향

| 구 분 | 응답자수(명) | 응답비율(%) | 비고(%) |
|--------------|---------|---------|-------------|
| 소비를 많이 늘리겠다 | 32 | 6.5 | 26.3 (%) |
| 소비를 늘리겠다 | 98 | 19.8 | |
| 현 수준으로 소비하겠다 | 300 | 60.4 | - |
| 소비를 줄이겠다 | 16 | 3.2 | 12.9 (%) |
| 소비를 많이 줄이겠다 | 16 | 3.2 | |
| 전혀 소비하지 않겠다 | 32 | 6.5 | |
| 무응답 | 2 | 0.4 | - |
| 합계 | 496 | 100.0 | - |

2. 오리고기 전문 음식점 운영실태 조사

가. 조사개요

앞장의 오리고기 소비행태 조사 결과에 나타난 바와 같이 오리고기 소비는 주로 가정 소비 보다는 가든 음식점을 포함한 전문 음식점에서의 소비가 주류를 이루고 있는 실정이다. 그렇다 보니 오리고기 소비의 제 문제는 궁극적으로 오리고기 전문 음식점의 운영과 밀접한 관련이 있다.

그렇다면 오리고기 소비에 직접적으로 영향을 미치는 오리고기 전문 음식점은 과연 어떻게 운영이 되고 있는가? 또한 오리고기 전문 음식점은 식 재료 중에서 가장 중요한 오리를 어디서 공급 받고 있는가를 알아보기 위하여 서울, 경기 수도권 지역을 포함한 전국 대도시의 오리고기 전문 음식점의 운영 실태를 조사 분석하였다.

임의로 추출된 120개의 오리고기 전문 음식점을 대상으로 사전에 준비된 설문조사표를 가지고 2005년 3월 2일부터 4월 30일까지 60일에 걸쳐서 조사요원이 직접 방문하여 면접조사를 실시하였다. 임의로 추출된 120개의 오리고기 전문 음식점 중에서 95개의 오리고기 전문 음식점이 조사에 답하여 79.2%의 응답률을 보였다.

이번 조사에 응한 95개의 오리고기 전문 음식점의 경영 형태를 살펴보면, 단독(자영)으로 오리고기 전문 음식점을

경영하는 경우는 전체 응답자의 52.6%, 프랜차이즈 체인점(직영 또는 가맹점) 형태로 오리고기 전문 음식점을 경영하는 경우는 47.4%인 것으로 나타났다.

< 표 5 - 38 > 응답자의 경영형태

| 구 분 | 응답자 수 (명) | 응답 비율 (%) |
|--------------------------|-------------|-------------|
| 단독 경영(자영) | 50 | 52.6 |
| 프랜차이즈 체인점 (직영 또는 가맹점) | 45 | 47.4 |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 95 | 100.0 |

나. 응답자의 인구통계학적 자료

조사에 응한 응답자의 인구통계학적 자료를 보면, 전체 응답자의 평균 연령은 47.3세(변이계수 15.6%)이며, 단독으로 오리고기 전문 음식점을 경영하는 경우 평균 연령은 46.7세(변이계수 17.8%)이고, 프랜차이즈 체인점 형태로 오리고기 전문 음식점을 경영하는 경우 평균 연령은 47.9세(변이계수 13.4%)인 것으로 나타났다.

< 표 5 - 39 > 응답자의 연령

| 범 위 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프 랜 차 이 즈 | |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 60세 이상 | 7 | 7.4 | 4 | 8.0 | 3 | 6.7 |
| 50세 이상 ~ 60세 미만 | 31 | 32.6 | 16 | 32.0 | 15 | 33.3 |
| 40세 이상 ~ 50세 미만 | 48 | 50.5 | 23 | 46.0 | 25 | 55.6 |
| 30세 이상 ~ 40세 미만 | 7 | 7.4 | 6 | 12.0 | 1 | 2.2 |
| 20세 이상 ~ 30세 미만 | 2 | 2.1 | 1 | 2.0 | 1 | 2.2 |
| 20세 미만 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |
| · 평 균 연 령 | 47.3 | (세) | 46.7 | (세) | 47.9 | (세) |
| · 표 준 편 차 | 7.4 | (세) | 8.3 | (세) | 6.4 | (세) |
| · 변 이 계 수 | 15.6 | (%) | 17.8 | (%) | 13.4 | (%) |
| · 최 고 치 | 63 | (세) | 62 | (세) | 63 | (세) |
| · 최 저 치 | 28 | (세) | 28 | (세) | 28 | (세) |

또한 응답자의 오리고기 전문 음식점 사업 경력을 살펴 보면, 전체 평균 6.3년(변이계수 76.2%)의 사업경력을 보였으며, 단독으로 경영하는 경우의 오리고기 전문 음식점 사업경력은 평균 6.1년(78.7%), 프랜차이즈 체인점 형태로 경영하는 경우의 오리고기 전문 음식점 사업경력은 평균 6.4년(75.0%)인 것으로 나타나 단독경영이나 프랜차이즈 경영 둘 다 대동소이한 사업경력을 보였다.

< 표 5 - 40 > 응답자의 오리고기 전문 음식점 사업 경력

| 범 위 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프 랜 차 이 즈 | |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 11년 이상 | 14 | 14.7 | 6 | 12.0 | 8 | 17.8 |
| 8년 이상~11년 미만 | 14 | 14.7 | 10 | 20.0 | 4 | 8.9 |
| 5년 이상~8년 미만 | 22 | 23.2 | 10 | 20.0 | 12 | 26.7 |
| 2년 이상~5년 미만 | 26 | 27.4 | 12 | 24.0 | 14 | 31.1 |
| 2년 미만 | 10 | 10.5 | 7 | 14.0 | 3 | 6.6 |
| 무 응 답 | 9 | 9.5 | 5 | 10.0 | 4 | 8.9 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |
| · 평 균 경 력 | 6.3 | (년) | 6.1 | (년) | 6.4 | (년) |
| · 표 준 편 차 | 4.8 | (년) | 4.8 | (년) | 4.8 | (년) |
| · 변 이 계 수 | 76.2 | (%) | 78.7 | (%) | 75.0 | (%) |
| · 최 고 치 | 20 | (년) | 20 | (년) | 20 | (년) |
| · 최 저 치 | 1 | (년) | 1 | (년) | 1 | (년) |

이번에는 오리고기 전문 음식점 사업을 통한 응답자의 연간 평균 소득을 살펴보면, 전체는 평균 7,800만원(변이 계수 148.1%)의 사업 소득을 얻고 있는 것으로 나타났다. 또한 단독으로 경영하는 경우는 평균 7,100만원(168.7%), 프랜차이즈 체인점 형태로 경영하는 경우는 평균 8,500만원(133.8%)의 소득을 얻고 있는 것으로 나타나 단독경영보다는 프랜차이즈 경영이 소득 면에서 유리한 것으로 나타났다.

< 표 5 - 41 > 응답자의 연간 평균 소득

| 범 위 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프 랜 차 이 즈 | |
|------------------------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 25,000만원 이상 | 2 | 2.1 | 1 | 2.0 | 1 | 2.2 |
| 20,000만원 이상 ~ 25,000만원 미만 | 2 | 2.1 | 1 | 2.0 | 1 | 2.2 |
| 15,000만원 이상 ~ 20,000만원 미만 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 10,000만원 이상 ~ 15,000만원 미만 | 4 | 4.2 | 1 | 2.0 | 3 | 6.7 |
| 5,000만원 이상 ~ 10,000만원 미만 | 16 | 16.8 | 5 | 10.0 | 11 | 24.4 |
| 1,000만원 이상 ~ 5,000만원 미만 | 25 | 26.3 | 16 | 32.0 | 9 | 20.0 |
| 1,000만원 미만 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 무 응 답 | 46 | 48.5 | 26 | 52.0 | 20 | 44.5 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |
| · 연간평균 소득 | 78,490 (천원) | | 71,083 (천원) | | 85,600 (천원) | |
| · 표준 편 차 | 116,214 (천원) | | 119,923 (천원) | | 114,550 (천원) | |
| · 변 이 계 수 | 148.1 (%) | | 168.7 (%) | | 133.8 (%) | |
| · 최 고 치 | 600,000 (천원) | | 600,000 (천원) | | 600,000 (천원) | |
| · 최 저 치 | 12,000 (천원) | | 12,000 (천원) | | 12,000 (천원) | |

다. 조사 결과

1). 오리고기 전문 음식점을 시작한 동기

오리고기 전문 음식점을 시작한 동기를 질문한 바, ① “경제성이 있어 보여서 오리고기 전문 음식점을 시작했다”는 의견(전체 40.0%, 단독경영 36.0%, 프랜차이즈 경영 44.4%)이 가장 많았고 그 다음으로는 ② “다른 음식점과의 차별화가 가능해서(전체 21.1%, 단독경영 24.0%, 프랜

차이즈경영 17.8%)”, ③ “사업으로서 장래성(전망)이 좋아 보여서(전체 17.9%, 단독경영 20.0%, 프랜차이즈 경영 15.6%) 시작했다”는 의견의 순으로 조사되었다.

요컨대, 오리고기 전문 음식점을 운영하고 있는 단독경영자나 프랜차이즈 경영자 모두 경제성(수익성) 때문에 오리고기 전문 음식점을 경영하기 시작한 것으로 판단된다.

< 표 5 - 42 > 오리고기 전문 음식점을 시작한 동기

| 구 분 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프랜차이즈 | |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 경제성(수익성)이 있어 보여서 | 38 | 40.0 | 18 | 36.0 | 20 | 44.4 |
| 사업으로서 장래성(전망)이 좋아 보여서 | 17 | 17.9 | 10 | 20.0 | 7 | 15.6 |
| 다른 음식점과의 차별화가 가능해서 | 20 | 21.1 | 12 | 24.0 | 8 | 17.8 |
| 창업 투자비가 적게 들어서 | 6 | 6.3 | 3 | 6.0 | 3 | 6.7 |
| 원료육(음식재료) 구입이 쉬워서 | 2 | 2.1 | 0 | 0.0 | 2 | 4.4 |
| 기타 다른 이유 | 12 | 12.6 | 7 | 14.0 | 5 | 11.1 |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |

2). 오리고기 전문 음식점 유형

오리고기 전문 음식점에서 취급하는 오리 종류에 따른 음식점 유형을 분류한 바, ① “일반 오리고기 전문점”(전체 49.5%, 단독경영 52.0%, 프랜차이즈 경영 46.7%)이라는

응답이 가장 많았고, 그 다음으로는 ② 유향오리, 황토오리 등과 같은 “기능성 오리고기 전문점” (전체 27.4%, 단독경영 26.0%, 프랜차이즈경영 28.9%)이라는 응답이 뒤를 이었다. 그 다음으로는 ③ “일반오리와 기능성 오리를 둘 다 취급하는 오리고기 전문점”(전체 23.1%, 단독경영 22.0%, 프랜차이즈경영 24.4%)이라는 응답 순이었다.

요컨대, 오리고기 전문 음식점들은 단독경영이나 프랜차이즈 경영 모두 일반 오리고기를 취급하는 전문 음식점이 많은 것으로 판단되며, 점차 기능성 오리고기에 대한 수요가 증가함에 따라 기능성 오리고기 전문점 또한 증가할 것으로 예상된다.

< 표 5 - 43 > 오리고기 전문 음식점 유형

| 구 분 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프 랜 차 이 즈 | |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 일반 오리고기 전문점 | 47 | 49.5 | 26 | 52.0 | 21 | 46.7 |
| 기능성 오리고기 전문점 (유향오리, 황토오리 등) | 26 | 27.4 | 13 | 26.0 | 13 | 28.9 |
| 일반 오리와 기능성 오리 둘다 취급 하는 오리고기 전문점 | 22 | 23.1 | 11 | 22.0 | 11 | 24.4 |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |

3). 오리고기 전문 음식점의 요리 종류수

오리고기 전문 음식점에서 취급하는 오리고기 요리 종

류를 질문한 바, 평균적으로 3종류 정도의 오리고기 전문 요리를 가지고 주 메뉴로 하여 오리고기 전문 음식점을 운영하고 있는 것으로 나타났다.

또한 단독경영(평균 3종류, 변이계수 50.0%) 보다는 프랜차이즈 경영(평균 3.5종류, 변이계수 82.9%)의 경우가 다소 메뉴수가 많은 것으로 나타나 오리고기 요리가 다양하게 개발되지 못하고 단순화 되어있는 현실을 잘 반영하고 있었다.

따라서 이러한 결과로 볼 때, 오리고기 소비의 활성화를 위해서는 다양한 오리고기 전문 요리의 개발과 보급이 시급한 것으로 판단된다.

< 표 5 - 44 > 오리고기 전문 음식점의 오리고기 요리 종류수

| 범 위 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프랜차이즈 | |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 6종류 이상 | 10 | 10.5 | 4 | 8.0 | 6 | 13.3 |
| 4종류 이상~6종류 미만 | 15 | 15.8 | 7 | 14.0 | 8 | 17.8 |
| 2종류 이상~4종류 미만 | 56 | 58.9 | 33 | 66.0 | 23 | 51.1 |
| 2종류 미만 | 14 | 14.8 | 6 | 12.0 | 8 | 17.8 |
| 무응답 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 합계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |
| · 평균 종류 | 3.2 | (종류) | 3.0 | (종류) | 3.5 | (종류) |
| · 표준편차 | 2.3 | (종류) | 1.5 | (종류) | 2.9 | (종류) |
| · 변이계수 | 71.9 | (%) | 50.0 | (%) | 82.9 | (%) |
| · 최고치 | 18 | (종류) | 7 | (종류) | 18 | (종류) |
| · 최저치 | 1 | (종류) | 1 | &종류) | 1 | (종류) |

4). 오리고기 전문 음식점의 종사자 수

오리고기 전문 음식점의 종사자 수를 조사한 바, 전체 평균 종사자 수는 6.2명(변이계수 79.0%)이었으며, 단독경영의 경우는 평균 5.2명(변이계수 86.5%), 프랜차이즈 경영의 경우는 평균 7.4명(변이계수 68.9%)으로 나타나 단독경영보다는 프랜차이즈 경영이 종사자수가 많음을 알 수 있었다.

< 표 5 - 45 > 오리고기 전문 음식점의 종사자 수

| 범 위 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프 랜 차 이 즈 | |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 13명 이상 | 8 | 8.4 | 3 | 6.0 | 5 | 11.1 |
| 11명이상~13명 미만 | 6 | 6.3 | 1 | 2.0 | 5 | 11.1 |
| 9명 이상~11명 미만 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 6명 이상~9명 미만 | 26 | 27.4 | 10 | 20.0 | 16 | 35.6 |
| 3명 이상~6명 미만 | 39 | 41.1 | 24 | 48.0 | 15 | 33.3 |
| 3명 미만 | 16 | 16.8 | 12 | 24.0 | 4 | 8.9 |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |
| · 평균 종 사 자 수 | 6.2 | (명) | 5.2 | (명) | 7.4 | (명) |
| · 표 준 편 차 | 4.9 | (명) | 4.5 | (명) | 5.1 | (명) |
| · 변 이 계 수 | 79.0 | (%) | 86.5 | (%) | 68.9 | (%) |
| · 최 고 치 | 21 | (명) | 21 | (명) | 21 | (명) |
| · 최 저 치 | 1 | (명) | 1 | (명) | 1 | (명) |

5). 오리고기 전문 음식점의 사업장 규모

오리고기 전문 음식점의 사업장 규모를 조사한 바, 주차장 면적을 포함한 전체 평균규모는 334.8평(변이계수

270.4%)이었으며, 단독경영의 경우는 평균 280.1평(변이계수 309.6%), 프랜차이즈 경영의 경우는 평균 395.9평(변이계수 240.7%)으로 나타나 단독경영보다는 프랜차이즈 경영이 주차장을 포함한 전체 사업장 규모면에서 규모가 크다는 것을 알 수 있다.

사업장 규모에 있어서 주차장을 포함한 이유는 다른 음식 전문점과는 달리 오리고기 전문 음식점의 경우 가든 위주의 음식점이 대부분이라서 사업장 규모에 주차장을 포함하였다.

< 표 5 - 46 > 오리고기 전문 음식점의 사업장 규모

| 범 위 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프 랜 차 이 즈 | |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 300평 이상 | 27 | 28.4 | 12 | 24.0 | 15 | 33.4 |
| 250평 이상~300평 미만 | 1 | 1.1 | 1 | 2.0 | 0 | 0.0 |
| 200평 이상~250평 미만 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 150평 이상~200평 미만 | 2 | 2.1 | 0 | 0.0 | 2 | 4.4 |
| 100평 이상~150평 미만 | 15 | 15.8 | 7 | 14.0 | 8 | 17.8 |
| 50평 이상~100평 미만 | 15 | 15.8 | 7 | 14.0 | 8 | 17.8 |
| 50평 미만 | 31 | 32.6 | 21 | 42.0 | 10 | 22.2 |
| 무 응 답 | 4 | 4.2 | 2 | 4.0 | 2 | 4.4 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |
| · 평 균 규 모 | 334.8 | (평) | 280.1 | (평) | 395.9 | (평) |
| · 표 준 편 차 | 905.4 | (평) | 867.1 | (평) | 952.8 | (평) |
| · 변 이 계 수 | 270.4 | (%) | 309.6 | (%) | 240.7 | (%) |
| · 최 고 치 | 6,000 | (평) | 6,000 | (평) | 6,000 | (평) |
| · 최 저 치 | 10 | (평) | 10 | (평) | 20 | (평) |

5). 오리고기 전문 음식점의 수용가능 고객 수

오리고기 전문 음식점의 수용가능 고객 수를 조사한 바, 전체 평균 수용가능 고객 수는 92.1명(변이계수 83.0%)이었으며, 단독경영의 경우 평균 수용가능 고객 수는 83.7명(변이계수 87.2%), 프랜차이즈 경영의 경우는 평균 101.6명(변이계수 78.5%)으로 나타나 단독경영보다는 프랜차이즈 경영이 수용가능 고객 수면에서도 높은 수용능력을 보이고 있음을 알 수 있다.

수용가능 고객 수에 있어서 프랜차이즈 경영이 단독경영보다 높은 수용능력을 보이는 것은 프랜차이즈경영이 종사자 수가 많고 사업장 규모면에서 규모가 크게 나타난 것과 무관하지 않을 것으로 판단된다.

< 표 5 - 47 > 오리고기 전문 음식점의 수용 가능 고객 수

| 범 위 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프랜차이즈 | |
|-----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 250명 이상 | 3 | 3.2 | 1 | 2.0 | 2 | 4.4 |
| 200명 이상~250명 미만 | 5 | 5.3 | 2 | 4.0 | 3 | 6.7 |
| 150명 이상~200명 미만 | 6 | 6.3 | 2 | 4.0 | 4 | 8.9 |
| 100명 이상~150명 미만 | 19 | 20.0 | 8 | 16.0 | 11 | 24.4 |
| 50명 이상~100명 미만 | 49 | 51.6 | 29 | 58.0 | 20 | 44.4 |
| 50명 미만 | 13 | 13.6 | 8 | 16.0 | 5 | 11.2 |
| 무응답 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |
| · 평균 고객 수 | 92.1 | (명) | 83.7 | (명) | 101.6 | (명) |
| · 표준편차 | 76.4 | (명) | 73.0 | (명) | 79.8 | (명) |
| · 변이계수 | 83.0 | (%) | 87.2 | (%) | 78.5 | (%) |
| · 최 고 치 | 500 | (명) | 500 | (명) | 500 | (명) |
| · 최 저 치 | 18 | (명) | 18 | (명) | 20 | (명) |

6). 오리고기 전문 음식점의 매출액 규모

오리고기 전문 음식점의 매출액 규모를 조사한 바, 전체 평균 연간매출액은 370,400천원(변이계수 49.5%)으로 나타났으며, 성수기 때 1일 평균매출액은 1,637천원(변이계수 87.2%), 비수기 때 1일 평균매출액은 891천원(변이계수 96.8%)으로 비수기에 비해 1.8배 이상 차이가 나는 것으로 조사되었다. 또한 주중 1일 평균매출액은 1,067천원(변이계수 95.6%), 주말 1일 평균매출액은 1,672천원(변이계수 83.8%)으로 주중에 비해 1.5배 이상 차이가 나는 것으로 조사되었다.

단독경영의 경우 평균 연간매출액은 340,400천원(변이계수 61.5%)으로 나타났으며, 성수기 때 1일 평균매출액은 1,455천원(변이계수 103.0%), 비수기 때 1일 평균매출액은 755천원(변이계수 117.2%)으로 비수기에 비해 1.9배 이상 차이가 나는 것으로 조사되었다. 또한 주중 1일 평균매출액은 974천원(변이계수 112.9%), 주말 1일 평균매출액은 1,465천원(변이계수 103.4%)으로 주중에 비해 1.5배 이상 차이가 나는 것으로 조사되었다.

프랜차이즈 경영의 경우 평균 연간매출액은 400,400천원(변이계수 42.9%)으로 나타났으며, 성수기 때 1일 평균매출액은 1,785천원(변이계수 77.1%), 비수기 때 1일 평균매출액은 847천원(변이계수 84.7%)으로 비수기에 비해 2.1배 이상 차이가 나는 것으로 조사되었다. 또한 주중 1일 평

균매출액은 1,139천원(변이계수 85.4%), 주말 1일 평균매출액은 1,832천원(변이계수 72.1%)으로 주중에 비해 1.6배 이상 차이가 나는 것으로 조사되었다.

요컨대, 오리고기 전문 음식점의 매출액면에서 보면 단독경영보다는 프랜차이즈 경영이 연간매출액, 성수기, 비수기, 주중, 주말의 모든 경우에 있어서 다소 유리한 것으로 판단되어진다.

< 표 5 - 48 > 오리고기 전문 음식점의 매출액 규모

| 구 분 | 평 균 (천원) | 표준편차 (천원) | 변이계수 (%) | 최 고 치 (천원) | 최 저 치 (천원) | |
|-------------------|---------------|----------------|---------------|-----------------|-----------------|---------|
| 전 체 | 성수기(1일 매출) | 1,637 | 1,427 | 87.2 | 6,000 | 200 |
| | 비수기(1일 매출) | 891 | 863 | 96.8 | 4,000 | 100 |
| | 주 중(1일 매출) | 1,067 | 1,019 | 95.6 | 5,000 | 200 |
| | 주 말(1일 매출) | 1,672 | 1,404 | 83.8 | 6,000 | 150 |
| | 연 간 매 출 액 | 370,400 | 183,232 | 49.5 | 700,000 | 200,000 |
| 단 독 경 영 | 성수기(1일 매출) | 1,455 | 1,498 | 103.0 | 6,000 | 200 |
| | 비수기(1일 매출) | 755 | 885 | 117.2 | 4,000 | 100 |
| | 주 중(1일 매출) | 974 | 1,099 | 112.9 | 5,000 | 200 |
| | 주 말(1일 매출) | 1,465 | 1,514 | 103.4 | 6,000 | 150 |
| | 연 간 매 출 액 | 340,400 | 209,286 | 61.5 | 700,000 | 200,000 |
| 프 랜 차 이즈 | 성수기(1일 매출) | 1,785 | 1,377 | 77.1 | 6,000 | 200 |
| | 비수기(1일 매출) | 1,000 | 847 | 84.7 | 4,000 | 100 |
| | 주 중(1일 매출) | 1,139 | 973 | 85.4 | 5,000 | 200 |
| | 주 말(1일 매출) | 1,832 | 1,321 | 72.1 | 6,000 | 150 |
| | 연 간 매 출 액 | 400,400 | 171,729 | 42.9 | 700,000 | 260,000 |

7). 오리고기 전문 음식점의 투자 규모

오리고기 전문 음식점의 투자 규모를 조사한 바, 전체

평균 투자 규모는 171,806천원(변이계수 189.9%)으로 나타났으며, 단독 경영의 경우 평균 투자 규모는 150,769천원(변이계수 211.0%), 프랜차이즈 경영의 경우 평균 투자 규모는 196,667천원(변이계수 172.3%)으로 조사되었다,

요컨대, 오리고기 전문 음식점의 투자 규모에 있어서는 단독경영보다는 프랜차이즈경영이 보다 높은 투자 규모를 보이고 있는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 49 > 오리고기 전문 음식점의 투자규모

| 범 위 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프랜차이즈 | |
|------------------------------|--------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 17,000만원 이상 | 19 | 20.0 | 6 | 12.0 | 13 | 28.9 |
| 14,000만원 이상 ~ 17,000만원 미만 | 6 | 6.3 | 3 | 6.0 | 3 | 6.7 |
| 11,000만원 이상 ~ 14,000만원 미만 | 2 | 2.1 | 1 | 2.0 | 1 | 2.2 |
| 9,000만원 이상 ~ 11,000만원 미만 | 13 | 13.7 | 9 | 18.0 | 4 | 8.9 |
| 6,000만원 이상 ~ 9,000만원 미만 | 15 | 15.8 | 9 | 18.0 | 6 | 13.3 |
| 3,000만원 이상 ~ 6,000만원 미만 | 12 | 12.6 | 7 | 14.0 | 5 | 11.1 |
| 3,000만원 미만 | 5 | 5.3 | 4 | 8.0 | 1 | 2.2 |
| 무 응 답 | 23 | 24.2 | 11 | 22.0 | 12 | 26.7 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |
| · 평균 투자 규모 | 171,806 (천원) | | 150,769 (천원) | | 196,667 (천원) | |
| · 표준 편 차 | 326,236 (천원) | | 318,133 (천원) | | 338,791 (천원) | |
| · 변 이 계 수 | 189.9 (%) | | 211.0 (%) | | 172.3 (%) | |
| · 최 고 치 | 2,000 (천원) | | 2,000,000 (천원) | | 2,000,000 (천원) | |
| · 최 저 치 | 10 (천원) | | 10,000 (천원) | | 20,000 (천원) | |

8). 오리고기 전문 음식점의 인건비성 월 지출액

오리고기 전문 음식점의 인건비성 월 지출액을 조사한 바, 전체 월평균 인건비성 지출규모는 7,763천원(변이계수 93.5%)으로 나타났으며, 단독 경영의 경우 6,788천원(변이계수 105.0%), 프랜차이즈 경영의 경우 8,543천원(변이계수 86.4%)으로 조사되었다,

요컨대, 인건비성 월 지출액을 근거로 연간 평균 인건비 지출규모를 추정해 보면, 단독경영의 경우 81,456천원, 프랜차이즈 경영의 경우 102,516천원 정도를 연간 인건비성 경비로 지출 하고 있는 것으로 판단된다.

따라서 앞에서 조사된 오리고기 전문 음식점의 종사인원 대비 인건비성 경비를 환산하면 단독경영의 경우(평균 종사인원 5.2명) 1인당 연간15,665천원(월평균 1,305천원)을 인건비로 지출하고 있는 것으로 추산되며, 프랜차이즈 경영의 경우(평균 종사인원 7.4명) 1인당 연간 13,854천원(월평균 1,155천원)을 인건비로 지출하고 있는 것으로 추정된다.

< 표 5 - 50 > 오리고기 전문 음식점의 인건비 월 지출액

| 구 분 | 평 균 (천원) | 표준편차 (천원) | 변이계수 (%) | 최 고 치 (천원) | 최 저 치 (천원) |
|-----------|---------------|----------------|---------------|-----------------|-----------------|
| 전 체 | 7,763 | 7,255 | 93.5 | 36,000 | 1,300 |
| 단 독 경 영 | 6,788 | 7,132 | 105.0 | 36,000 | 1,300 |
| 프 랜 차 이 즈 | 8,543 | 7,379 | 86.4 | 36,000 | 1,500 |

9). 오리고기 전문 음식점의 월 식자재 구입비용

오리고기 전문 음식점의 오리고기와 채소 등을 포함한 월 식자재 구입비용을 조사한 바, 전체 월평균 식자재 구입비용은 8,206천원(변이계수 135.7%)으로 나타났으며, 단독 경영의 경우 4,777천원(변이계수 96.4%), 프랜차이즈 경영의 경우 11,308천원(변이계수 125.5%)으로 조사되었다,

요컨대, 월 평균 식자재 구입비용에 있어서는 프랜차이즈 경영이 단독경영 보다도 2.3배정도 식자재 구입비용으로 경비를 더 지출하고 있는 것으로 판단된다.

또한 월 평균 식자재 구입비용을 근거로 연간 평균 식자재 구입비용을 추정해 보면, 단독경영의 경우 57,324천원, 프랜차이즈 경영의 경우 135,696천원 정도를 연간 식자재 구입 경비로 지출 하고 있는 것으로 추산된다.

< 표 5 - 51 > 오리고기 전문 음식점의 월 식자재 구입비용

| 구 분 | 평 균 (원) | 표준편차 (원) | 변이계수 (%) | 최 고 치 (원) | 최 저 치 (원) |
|-----------|--------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| 전 체 | 8,206,000 | 11,136,218 | 135.7 | 50,000,000 | 270,000 |
| 단 독 경 영 | 4,777,368 | 4,604,835 | 96.4 | 18,000,000 | 270,000 |
| 프 랜 차 이 즈 | 11,308,095 | 14,194,153 | 125.5 | 50,000,000 | 270,000 |

10). 오리고기 전문 음식점의 오리 구입가격

오리고기 전문 음식점의 주 재료인 오리의 구입가격을 조사한 바, 전체 평균 오리 구입가격은 수당 8,256원(변이

계수 20.2%)으로 나타났으며, 단독 경영의 경우 수당 8,727원(변이계수 10.9%), 프랜차이즈 경영의 경우 수당 7,711원(변이계수 27.7%)으로 조사되었다,

요컨대, 오리고기 전문 음식점의 주 재료인 오리의 구입 가격에 있어서는 프랜차이즈 경영이 단독경영 보다도 수당 1.1배정도 저렴하게 공급받고 있는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 52 > 오리고기 전문 음식점의 오리 구입가격

| 구 분 | 평 균 (원) | 표준편차 (원) | 변이계수 (%) | 최 고 치 (원) | 최 저 치 (원) |
|-----------|--------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| 전 체 | 8,256 | 1,670 | 20.2 | 10,000 | 3,000 |
| 단 독 경 영 | 8,727 | 948 | 10.9 | 10,000 | 7,000 |
| 프 랜 차 이 즈 | 7,711 | 2,136 | 27.7 | 10,000 | 3,000 |

11). 오리고기 전문 음식점의 오리 조달 방법

오리고기 전문 음식점의 주 재료인 오리의 조달 방법을 조사한 바, 전체 오리고기 전문 음식점을 살펴보면, ①오리유통 중간상인에 의해 공급받고 있다는 응답이 가장 많았으며(40.0%), 그 다음으로는 ②계열업체(프랜차이즈업체 포함)의 본사 또는 지사를 통해서 공급받고 있다(30.5%), ③오리사육 개인농장에서 공급받고 있다(15.8%), ④본인 소유 농장에서 사육하는 오리를 직접 조달하고 있다(11.6%)의 순으로 오리를 조달하고 있는 것으로 조사되었다.

세부적으로 살펴보면, 우선 단독경영의 경우 ①오리유통 중간상인에 의해 공급받고 있다는 응답이 52.0%로 가장 많았으며, ②오리사육 개인농장에서 공급받고 있다는 응답도 28.0%인 것으로 나타났다.

프랜차이즈 경영의 경우는 ①계열업체(프랜차이즈업체 포함)의 본사 또는 지사를 통해서 공급받고 있다는 응답이 53.4%로 가장 많았으며, ②오리유통 중간상인에 의해 공급받고 있다는 응답이 26.7%, ③본인 소유 농장에서 사육하는 오리를 직접 조달하고 있다는 응답도 13.3%나 되었다.

요컨대, 단독경영의 경우는 오리유통 중간상인에 의해 주로 오리 공급이 이루어지고 있는 것으로 판단되어지나, 프랜차이즈 경영의 경우 주로 계열업체(프랜차이즈업체 포함)의 본사 또는 지사를 통해서 주로 오리가 공급되고 있기는 하지만 오리 유통 중간상인과 본인 소유의 개인농장에서의 조달이 혼재되어있는 양상을 띠고 있는 것으로 판단된다. 그 이유로는 첫째, 오리계열업체가 외식산업에 있어서 시장점유율이 그리 높지 않은 점, 즉 계열업체가 주도하는 오리고기 외식 프랜차이즈 가맹점수가 많지 않고 브랜드만 같이 사용하는 요식업소 위주의 프랜차이즈 수가 많기 때문이며, 둘째, 처음에는 계열업체 주도의 프랜차이즈 가맹점 계약을 맺고 오리고기를 포함한 식자재 공급을 전적으로 받다가 어느 정도 사업이 탄력을 받으면

프랜차이즈 가맹 사업자의 브랜드 가치는 그대로 사용하면서 보다 높은 업소의 수익창출을 위해 오리를 포함한 프랜차이즈 가맹 사업자의 식자재 공급망을 일부 조정하여 공급 가격이 비교적 싼 유통채널을 통해서 공급을 받고 있기 때문인 것으로 판단된다.

< 표 5 - 53 > 오리고기 전문 음식점의 오리 조달 방법

| 구 분 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프랜차이즈 | |
|------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 본인 소유 농장에서 사육하는 오리를 직접 조달하고 있음 | 11 | 11.6 | 5 | 10.0 | 6 | 13.3 |
| 오리사육 개인 농장에서 공급받고 있음 | 15 | 15.8 | 14 | 28.0 | 1 | 2.2 |
| 오리유통 중간상인에 의해 공급받고 있음 | 38 | 40.0 | 26 | 52.0 | 12 | 26.7 |
| 도축장(도압장)에서 직접 공급받고 있음 | 2 | 2.1 | 0 | 0.0 | 2 | 4.4 |
| 프랜차이즈 업체의 본사 또는 지사를 통해서 공급받고 있음 | 29 | 30.5 | 5 | 10.0 | 24 | 53.4 |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |

11). 오리고기 전문 음식점의 오리 구매 시 주요 고려사항

오리고기 전문 음식점에서 오리 구매 시 중요하게 고려하는 점을 조사한 바, ①신선도(전체 53.1%, 단독경영 54.2%, 프랜차이즈 경영 51.9%)를 가장 중요한 구매 고려요인으로 여기고 있는 것으로 조사되었다. 다음으로는 ②

위생상태(전체 21.6%, 단독경영 18.1%, 프랜차이즈 경영 25.3%), ③오리크기(전체 12.3%, 단독경영 12.0%, 프랜차이즈 경영 12.7%), ④구입가격(전체 8.0%, 단독경영 7.3%, 프랜차이즈 경영 8.9%)의 순으로 오리를 구매할 경우 고려하는 것으로 조사되었다.

요컨대, 오리고기의 대량 소비처인 전문 음식점에서 식재료의 주원료인 오리를 구매할 경우 고려하는 요인은 신선도와 위생 상태인 것으로 판단된다. 따라서 이 두 가지 주안점에 오리고기의 유통전략을 맞춰 새롭게 유통시스템을 정비할 필요가 있을 것으로 보여 진다.

< 표 5 - 54 > 오리고기 전문 음식점에서 오리 구매 시 고려하는 요인

| 구 분 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프 랜 차 이 즈 | |
|---------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 신선도 | 86 | 53.1 | 45 | 54.2 | 41 | 51.9 |
| 위생상태 | 35 | 21.6 | 15 | 18.1 | 20 | 25.3 |
| 오리 크기 | 20 | 12.3 | 10 | 12.0 | 10 | 12.7 |
| 구입가격 | 13 | 8.0 | 6 | 7.3 | 7 | 8.9 |
| 오리 생체중 | 4 | 2.5 | 4 | 4.8 | 0 | 0.0 |
| 오리 지방정도 | 4 | 2.5 | 3 | 3.6 | 1 | 1.2 |
| 기타다른 요소 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| 합 계 | 162* | 100.0 | 83* | 100.0 | 79* | 100.0 |

* 복수응답자 수입.

12). 오리고기 전문 음식점의 오리 조달 간격 및 횟수

오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급받는 간격을 조사한 바, ①1일 단위로(전체 74.7%, 단독경영 76.0%, 프랜차이즈 경영 73.3%)오리를 공급받는 경우가 가장 많은 것으로 나타났다.

또한 오리를 공급받을 경우 몇 번이나 공급을 받는지 횟수를 조사한 바, 전체 평균 1.6회(변이계수 50.0%), 단독경영의 경우 평균 1.6회(변이계수 46.7%), 프랜차이즈 경영의 경우 평균 1.5회(변이계수 46.7%)인 것으로 조사되었다.

< 표 5 - 55 > 오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급 받는 간격

| 구 분 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프랜차이즈 | |
|---------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 1 일 단 위 | 71 | 74.7 | 38 | 76.0 | 33 | 73.3 |
| 주 단 위 | 15 | 15.8 | 9 | 18.0 | 6 | 13.3 |
| 월 단 위 | 4 | 4.2 | 1 | 2.0 | 3 | 6.7 |
| 무 응 답 | 5 | 5.3 | 2 | 4.0 | 3 | 6.7 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |

이번에는 오리고기 전문 음식점에서 공급받는 오리의 양을 질문한 바, 전체의 경우 평균 61마리(변이계수 154.4%)를 공급받고 있었으며, 성수기 때에는 평균 82마리(변이계수 113.0%), 비수기 때에는 평균 36마리 정도(변이

계수 148.9%)를 공급받고 있는 것으로 나타났다.

이를 세부적으로 살펴보면, 우선 단독경영의 경우 평균 37마리 정도(변이계수 152.0%)를 공급 받고 있으며, 성수기 때에는 평균 64마리(변이계수 139.4%), 비수기 때에는 평균 28마리 정도(변이계수 190.9%)를 공급받고 있는 것으로 조사되었다.

< 표 5 - 56 > 오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급받는 횟수

| 구 분 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프 랜 차 이 즈 | |
|----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 1 회 | 46 | 48.4 | 25 | 50.0 | 21 | 46.7 |
| 2 회 | 28 | 29.5 | 16 | 32.0 | 12 | 26.7 |
| 3 회 | 3 | 3.2 | 0 | 0.0 | 3 | 6.6 |
| 4 회 | 2 | 2.1 | 2 | 4.0 | 0 | 0.0 |
| 5 회 | 1 | 1.1 | 1 | 2.0 | 0 | 0.0 |
| 무 응 답 | 15 | 15.7 | 6 | 12.0 | 9 | 20.0 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |
| ·평균 횟 수 | 1.6 | (회) | 1.6 | (회) | 1.5 | (회) |
| ·표 준 편 차 | 0.8 | (회) | 0.9 | (회) | 0.7 | (회) |
| ·변 이 계 수 | 50.0 | (%) | 46.7 | (%) | 46.7 | (%) |
| ·최 고 치 | 5 | (회) | 3 | (회) | 3 | (회) |
| ·최 저 치 | 1 | (회) | 1 | (회) | 1 | (회) |

프랜차이즈 경영의 경우는 평균 86마리 정도(변이계수 136.6%)를 공급 받고 있으며, 성수기 때에는 평균 99마리 (변이계수 94.4%), 비수기 때에는 평균 43마리 정도(변이

계수 122.8%)를 공급받고 있는 것으로 조사되었다.

요컨대, 오리고기 전문 음식점에서는 식 재료의 주원료인 오리를 1일 1회 정도 공급을 받고 있으며, 이때 공급받는 오리의 양은 성수기 때와 비수기 때가 서로 다른지만 평균적으로 단독경영의 경우 37마리 정도를, 프랜차이즈 경영의 경우는 86마리 정도를 공급 받고 있다고 판단되어진다.

< 표 5 - 57 > 오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급받는 양

| 구 분 | | 평 균 (마 리) | 표준편차 (마 리) | 변이계수 (%) | 최 고 치 (마 리) | 최 저 치 (마 리) |
|-----------------------|-------|--------------|---------------|-------------|----------------|----------------|
| 전 체 | 성 수 기 | 81.8 | 92.4 | 113.0 | 300 | 5 |
| | 평 균 | 60.9 | 94.0 | 154.4 | 500 | 4 |
| | 비 수 기 | 35.6 | 53.0 | 148.9 | 200 | 2 |
| 단 독 경 영 | 성 수 기 | 64.2 | 89.5 | 139.4 | 300 | 5 |
| | 평 균 | 37.1 | 56.4 | 152.0 | 250 | 4 |
| | 비 수 기 | 27.5 | 52.5 | 190.9 | 200 | 2 |
| 프 랜 차 이 즈 | 성 수 기 | 98.9 | 93.4 | 94.4 | 300 | 5 |
| | 평 균 | 85.9 | 117.3 | 136.6 | 500 | 4 |
| | 비 수 기 | 43.4 | 53.3 | 122.8 | 200 | 2 |

13). 오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급 받는 형태

오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급받는 형태를 조사한 바, ①도축(압)된 오리를 통째로 공급 받는 경우(전체

50.5%, 단독경영 46.0%, 프랜차이즈 경영 55.6%)가 가장 많은 것으로 나타났다.

또한 도축(압)이 안 된 생 오리를 공급 받는 경우와(전체 7.4%, 단독경영 8.0%, 프랜차이즈경영 6.7%) 도축(압)된 오리를 부분육 형태로 공급받고 있는 경우(전체 4.2%, 단독경영 8.0%, 프랜차이즈 경영 0.0%), 도축(압)된 오리를 발골 된 형태로 공급 받는 경우(전체 6.3%, 단독경영 8.0%, 프랜차이즈 경영 4.4%)도 일부 오리고기 전문 음식점에서 있는 것으로 조사되었다.

< 표 5 - 58 > 오리고기 전문 음식점에서 오리를 조달 받는 형태

| 구 분 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프랜차이즈 | |
|------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 도축(도압)안된 생오리를 공급 받음 | 7 | 7.4 | 4 | 8.0 | 3 | 6.7 |
| 도축(도압)된 오리를 통째로 공급 받음 | 48 | 50.5 | 23 | 46.0 | 25 | 55.6 |
| 도축(도압)된 오리를 부분육 형태로 공급 받음 | 4 | 4.2 | 4 | 8.0 | 0 | 0.0 |
| 도축(도압)된 오리를 발골된 형태로 공급 받음 | 6 | 6.3 | 4 | 8.0 | 2 | 4.4 |
| 기 타 | 19 | 20.0 | 9 | 18.0 | 10 | 22.2 |
| 무 응 답 | 11 | 11.6 | 6 | 12.0 | 5 | 11.1 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |

요컨대, 오리고기 전문 음식점에서는 주로 도축(압)된 통오리를 식 재료로 주로 공급 받고 있는 것으로 판단된다.

14). 오리고기 전문 음식점에서

오리를 공급받을 경우 포장 상태

오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급받을 경우 포장 유무를 조사한 바, 조사에 응한 전체 오리고기 전문 음식점의 49.5%는 포장되지 않은 상태로 오리를 공급받는 경우가 대부분인 것으로 나타났으며, 개별 포장된 상태로 공급받는 경우는 40.0%에 불과하였다.

세부적으로 살펴보면, 단독경영의 경우 개별 포장된 상태로 공급 받는 경우가 48.0%이고, 포장되지 않은 상태로 공급받는 경우가 42.0%로 나타났으나, 반면에 프랜차이즈 경영의 경우 포장되지 않은 상태로 공급받는 경우가 57.8%, 개별 포장된 상태로 공급 받는 경우는 31.1%로 나타나 단독경영과는 정반대의 결과를 보였다.

< 표 5 - 59 > 오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급 받는 경우 포장 유무

| 구 분 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프랜차이즈 | |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 포장되지 않은 상태로 공급받음 | 47 | 49.5 | 21 | 42.0 | 26 | 57.8 |
| 개별 포장된 상태로 공급 받음 | 38 | 40.0 | 24 | 48.0 | 14 | 31.1 |
| 기 타 | 2 | 2.1 | 1 | 2.0 | 1 | 2.2 |
| 무 응 답 | 8 | 8.4 | 4 | 8.0 | 4 | 8.9 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |

따라서 오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급 받는 경우 단독경영의 경우는 주로 개별 포장된 상태로 공급을 받고 있으며, 프랜차이즈 경영의 경우는 포장되지 않은 상태로 오리를 공급받고 있는 것으로 판단된다.

15). 오리고기 전문 음식점에서의

오리 보관 방법 및 기간

오리고기 전문 음식점에서 오리를 보관하는 방법에 대해 조사한 바, 냉장보관 한다는 응답(전체 88.4%, 단독경영 88.0%, 프랜차이즈 경영 88.9%)이 가장 많은 것으로 조사되었으나, 일부 음식점에서는 공급받은 오리고기를 냉동 보관(전체 4.2%, 단독경영 6.0%, 프랜차이즈 경영 2.2%)하는 것으로 조사되어 보관방법에 대한 지속적인 홍보가 필요한 것으로 판단된다.

< 표 5 - 60 > 오리고기 전문 음식점에서의 오리 보관 방법

| 구 분 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프랜차이즈 | |
|---------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 냉 장 보 관 | 84 | 88.4 | 44 | 88.0 | 40 | 88.9 |
| 냉 동 보 관 | 4 | 4.2 | 3 | 6.0 | 1 | 2.2 |
| 기 타 | 1 | 1.1 | 1 | 2.0 | 0 | 0.0 |
| 무 응 답 | 6 | 6.3 | 2 | 4.0 | 4 | 8.9 |
| 합 계 | 95 | 100.0 | 50 | 100.0 | 45 | 100.0 |

또한 오리고기 전문 음식점에서 오리를 보관하는 기간

에 대해 조사한 바, 평균 2일정도(단독경영 2.2일, 프랜차이즈 경영 1.8일)보관하고 있으며, 성수기 때에는 평균 1일(단독경영 1.1일, 프랜차이즈 경영 1.1일), 비수기 때에는 평균 3일 정도(단독경영 2.9일, 프랜차이즈 경영 3.1일)를 보관하고 있는 것으로 조사되었다.

< 표 5 - 61 >오리고기 전문 음식점에서의 오리 보관 기간

| 구 | 분 | 평 균 (일) | 표준편차 (일) | 변이계수 (%) | 최 고 치 (일) | 최 저 치 (일) |
|-------------------|-------|--------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| 전 체 | 성 수 기 | 1.1 | 0.5 | 45.5 | 3 | 0.5 |
| | 평 균 | 2.0 | 1.8 | 90.0 | 10 | 1 |
| | 비 수 기 | 3 | 2.0 | 66.7 | 10 | 1 |
| 단 독 경 영 | 성 수 기 | 1.1 | 0.6 | 54.5 | 3 | 0.5 |
| | 평 균 | 2.2 | 2.4 | 109.1 | 10 | 1 |
| | 비 수 기 | 2.9 | 2.0 | 69.0 | 10 | 1 |
| 프 랜 차 이즈 | 성 수 기 | 1.1 | 0.5 | 45.5 | 3 | 0.5 |
| | 평 균 | 1.8 | 0.7 | 38.9 | 3 | 1 |
| | 비 수 기 | 3.1 | 2.0 | 64.5 | 10 | 1 |

16). 오리고기 소비확대에 지장을 주는 장애요인

오리고기 소비확대에 지장을 주는 장애요인을 질문한 바, ①오리고기는 1인분용 소비가 어렵기 때문(전체 24.8%, 단독경영 23.4%, 프랜차이즈 경영 26.2%)이라는 의견이 가장 많았으며, 그 다음으로는 ②요리시간이 길어서(전체 22.4%, 단독경영 18.8%, 프랜차이즈경영 26.2%), ③ 오리고기의 가격이 비싸서(전체 16.0%, 단독경영 18.8%,

프랜차이즈 경영 13.1%)라는 의견 순으로 소비확대에 지장을 주는 장애요인을 응답하였다.

요컨대, 오리고기의 소비확대를 위해서는 1인분용 오리고기의 요리개발이 시급하고, 오리자체의 크기를 작게 할 수 있는 종축 개량이 우선시 되어야 할 것으로 판단된다.

< 표 5 - 62 > 오리고기 소비확대에 지장을 주는 장애요인

| 구 분 | 전 체 | | 단독 경영(자영) | | 프랜차이즈 | |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) | 응답자수 (명) | 응답비율 (%) |
| 오리고기의 가격이 비싸서 | 20 | 16.0 | 12 | 18.8 | 8 | 13.1 |
| 오리고기 특유의 기름기 | 7 | 5.6 | 3 | 4.7 | 4 | 6.6 |
| 오리자체의 크기가 커서 | 2 | 1.6 | 1 | 1.6 | 1 | 1.6 |
| 요리시간이 길어서 | 28 | 22.4 | 12 | 18.8 | 16 | 26.2 |
| 오리고기를 쉽게 구입할 수 없어서 | 13 | 10.4 | 6 | 9.4 | 7 | 11.5 |
| 오리고기는 가정용 소비보다는 가든용(업소용) 소비위주이기 때문 | 13 | 10.4 | 8 | 12.5 | 5 | 8.2 |
| 오리고기는 1인분용 소비가 어렵기 때문 | 31 | 24.8 | 15 | 23.4 | 16 | 26.2 |
| 기 타 다른 이유 | 7 | 5.6 | 5 | 7.8 | 2 | 3.3 |
| 무 응 답 | 4 | 3.2 | 2 | 3.0 | 2 | 3.3 |
| 합 계 | 125* | 100.0 | 64* | 100.0 | 61* | 100.0 |

* 복수 응답자 수임.

17). 오리고기 전문 음식점 사업을

자녀에게 물려줄 의향

오리고기 전문 음식점 사업을 자녀에게 물려줄 의향을

질문한 바, 전체의 경우 “적극적으로 물려줄 의향이 있다”고 응답하거나 “물려줄 의향이 있다”라는 긍정적 응답은 32.6%, 반면에 “물려줄 의향이 없다”고 응답하거나 “물려줄 의향이 전혀 없다”는 부정적 응답은 25.3%이었다. 이를 세부적으로 살펴보면, 단독경영의 경우 “적극적으로 물려줄 의향이 있다”고 응답하거나 “물려줄 의향이 있다”라는 긍정적 응답은 26.0%인 반면에 “물려줄 의향이 없다”고 응답하거나 “물려줄 의향이 전혀 없다”는 부정적 응답은 30.0%로 나타나 오리고기 전문 음식점 사업을 자녀에게 물려주는 문제에 대해 부정적으로 평가하고 있는 것으로 판단되어진다.

< 표 5 - 63 > 오리고기 전문 음식점 사업을 자녀에게 물려줄 의향

| 구 분 | 전 체 | | | 단독경영(자영) | | | 프랜차이즈 | | |
|---------------------|-----------------|-----------------|------|-----------------|-----------------|------|-----------------|-----------------|------|
| | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 |
| 적극적으로 물려줄 의향이 있다 | 10 | 10.5 | 32.6 | 4 | 8.0 | 26.0 | 6 | 13.3 | 40.0 |
| 물려줄 의향이 있다 | 21 | 22.1 | (%) | 9 | 18.0 | (%) | 12 | 26.7 | (%) |
| 그저 그렇다 | 17 | 17.9 | - | 10 | 20.0 | - | 7 | 15.6 | - |
| 물려줄 의향이 없다 | 15 | 15.8 | 25.3 | 8 | 16.0 | 30.0 | 7 | 15.6 | 20.0 |
| 물려줄 의향이 전혀 없다 | 9 | 9.5 | (%) | 7 | 14.0 | (%) | 2 | 4.4 | (%) |
| 잘 모르겠다 | 23 | 24.2 | - | 12 | 24.0 | - | 11 | 24.4 | - |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 | - | 0 | 0.0 | - | 0 | 0.0 | - |
| 합 계 | 95 | 100.0 | - | 50 | 100.0 | - | 45 | 100.0 | - |

반면에 프랜차이즈 경영의 경우에 있어서는 긍정적 응답이 40.0%이고 부정적 응답은 20.0%로 나타나 오리고기

전문 음식점 사업을 자녀에게 물려주는 문제에 대해 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 판단되어진다.

요컨대, 단독경영의 경우와 프랜차이즈 경영의 경우가 서로 상반되는 반응을 보인 것은 단독경영의 경우 현재의 사업을 비즈니스라는 인식보다는 생계형 사업으로서 인식을 하고 있는 반면에 프랜차이즈 경영의 경우 비즈니스 개념으로 인식하고 있는데서 오는 인식의 차이 때문인 것으로 판단된다.

18). 새로운 오리고기 요리나 메뉴를 개발할 의향

새로운 오리고기 요리나 메뉴를 개발할 의향을 질문한 바, “적극적으로 개발할 의향이 있다”고 응답하거나 “개발할 의향이 있는 편이다”라는 긍정적 응답은 전체는 61.1% (단독(자영)경영 56.0%, 프랜차이즈경영 66.7%)로 조사된 반면에, “새로운 요리나 메뉴를 개발할 의향이 없다”고 응답하거나 “새로운 요리나 메뉴를 개발할 의향이 전혀 없다”는 부정적 응답은 전체 8.5% (단독경영 10.0%, 프랜차이즈 경영, 6.6%)로 낮게 나타났다.

따라서, 단독경영은 물론 프랜차이즈경영 모두 오리고기를 이용한 새로운 요리나 메뉴를 개발할 의향이 있는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 64 > 새로운 오리고기 요리나 메뉴를 개발할 의향

| 구 분 | 전 체 | | | 단독경영(자영) | | | 프랜차이즈 | | |
|---------------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-----------------|-----------------|-------------|-----------------|-----------------|-------------|
| | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 |
| 새로운 요리나 메뉴를 적극적으로 개발할 의향이 있다 | 34 | 35.8 | 61.1 (%) | 16 | 32.0 | 56.0 (%) | 18 | 40.0 | 66.7 (%) |
| 새로운 요리나 메뉴를 개발 할 의향이 있는 편이다 | 24 | 25.3 | | 12 | 24.0 | | 12 | 26.7 | |
| 그저 그렇다 | 14 | 14.7 | - | 9 | 18.0 | - | 5 | 11.1 | - |
| 새로운 요리나 메뉴를 개발 할 의향이 없다 | 5 | 5.3 | 8.5 (%) | 3 | 6.0 | 10.0 (%) | 2 | 4.4 | 6.6 (%) |
| 새로운 요리나 메뉴를 개발 할 의향이 전혀없다 | 3 | 3.2 | | 2 | 4.0 | | 1 | 2.2 | |
| 잘 모르겠다 | 15 | 15.7 | - | 8 | 16.0 | - | 7 | 15.6 | - |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 | - | 0 | 0.0 | - | 0 | 0.0 | - |
| 합 계 | 95 | 100.0 | - | 50 | 100.0 | - | 45 | 100.0 | - |

19). 오리고기 전문 음식점 사업을 확대할 의향

오리고기 전문 음식점 사업을 확대할 의향을 질문한 바, “적극적으로 사업을 확대할 의향이 있다” 고 응답하거나 “사업을 확대할 의향이 있는 편이다”라는 긍정적 응답은 전체에서는 47.4%, 단독경영 40.0%, 프랜차이즈 경영 55.5%로 조사된 반면에, “사업을 확대할 의향이 없다”고 응답하거나 “ 사업을 확대할 의향이 전혀 없다”는 부정적 응답은 전체에서는 26.3%, 단독경영의 경우 32.0%, 프랜차이즈 경영의 경우 20.0%로 낮게 나타났다.

따라서, 단독경영은 물론 프랜차이즈 경영 모두 오리고기 전문 음식점 사업을 향후 확대할 의향이 있는 것으로 판단된다.

< 표 5 - 65 > 응답자의 기존의 오리고기 전문점 사업을 확대할 의향

| 구 분 | 전 체 | | | 단독경영(자영) | | | 프랜차이즈 | | |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-------------|-----------------|-----------------|-------------|-----------------|-----------------|-------------|
| | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 | 응답 자수 (명) | 응답 비율 (%) | 비고 |
| 적극적으로 사업을 확대할 의향이 있다 | 26 | 27.4 | 47.4 (%) | 12 | 24.0 | 40.0 (%) | 14 | 31.1 | 55.5 (%) |
| 사업을 확대할 의향이 있는 편이다 | 19 | 20.0 | | 8 | 16.0 | | 11 | 24.4 | |
| 그저 그렇다 | 17 | 17.9 | - | 9 | 18.0 | - | 8 | 17.8 | - |
| 사업을 확대할 의향이 없다 | 14 | 14.7 | 26.3 (%) | 9 | 18.0 | 32.0 (%) | 5 | 11.1 | 20.0 (%) |
| 사업을 확대할 의향이 전혀 없다 | 11 | 11.6 | | 7 | 14.0 | | 4 | 8.9 | |
| 잘 모르겠다 | 8 | 8.4 | - | 5 | 10.0 | - | 3 | 6.7 | - |
| 무 응 답 | 0 | 0.0 | - | 0 | 0.0 | - | 0 | 0.0 | - |
| 합 계 | 95 | 100.0 | - | 50 | 100.0 | - | 45 | 100.0 | - |

3. 오리고기 전문 프랜차이즈 외식사업

가. 오리고기 전문 프랜차이즈 외식사업의 현황

쇠고기와 돼지고기 중심의 적색육(Red Meat) 시대에서 닭고기와 오리고기와 같은 백색육(White Meat) 중심의 외식형태로의 변화를 보이고 있는 현 상황 하에서 오리고기가 외식사업의 한 업종으로 성장 가능성이 크게 증가하고 있다. 특히, 국민소득증대에 따른 식생활 패턴의 변화, 여성의 사회진출로 인한 맞벌이 부부의 증가에 따른 외식기회의 증가 및 외식개념의 변화, 편의성을 추구하는 신세대의 출현은 외식산업을 더욱 촉진할 것으로 판단된다.

이러한 외식형태 변화는 소비자의 건강 및 다이어트 식품에 대한 관심증대와 구제역 파동, 광우병, 리스테리아균 등으로 비수기를 접하는 업종과는 달리 가급적 영향을 적게 받아 사업으로서의 안전성이 높은 품목으로 오리고기를 선택 이용하여 다양한 오리고기 요리개발과 외식브랜드를 접목 활용한 오리계열업체의 프랜차이즈(가맹점 또는 체인점) 외식사업의 확장에 큰 영향을 미쳤다.

오리계열업체의 프랜차이즈(가맹점 또는 체인점) 외식사업은 대부분 오리계열업체가 주축이 되어 사업을 진행하고 있는 실정이다. 그러나 사업으로서 완전 정착 상태가 아닌 준비 중이거나 시범사업 형태로 처음에는 소규모 직

영사업 형태로 시작하면서 점차 가맹계약자를 모집 하여 확장시켜 나가는 형태를 띠고 있어서 프랜차이즈 사업 초기 상태인 과도기적 성격을 띠고 있다.

또한 오리계열업체 중 상다수가 참여는 안하지만 준비를 하고 있거나 시장을 조사하고 있는 것으로 파악되고 있어 향후 오리고기 전문 프랜차이즈 외식사업은 오리계열업체 주도로 시장규모가 커질 것으로 전망된다.

< 표 5 - 66 > 오리계열업체의 프랜차이즈
외식사업 참여 현황 및 브랜드현황

| 업 체 명 | 사 업 분 야 | 취 급 상 품 |
|-------|---------------------------|---------------------|
| FK | 중계, 사육, 도축, 유통통합, 외식프랜차이즈 | 통오리, 바베큐, 육가공오리 |
| KD1 | 사육, 도축, 유통, 외식 프랜차이즈 | 통오리,바베큐훈제, 육가공 |
| MR | 사육, 도축, 유통, 외식프랜차이즈 | 통오리,부분육, 훈제바베큐 |
| DYF | 육가공, 유통, 외식프랜차이즈 | 통오리, 육가공오리, 훈제, 바베큐 |
| JW | 사육, 도축, 유통, 외식프랜차이즈 | 통오리,바베큐훈제, 육가공 |
| KD2 | 사육,도축,유통, 외식프랜차이즈 | 통오리, 바베큐훈제,한방오리 |

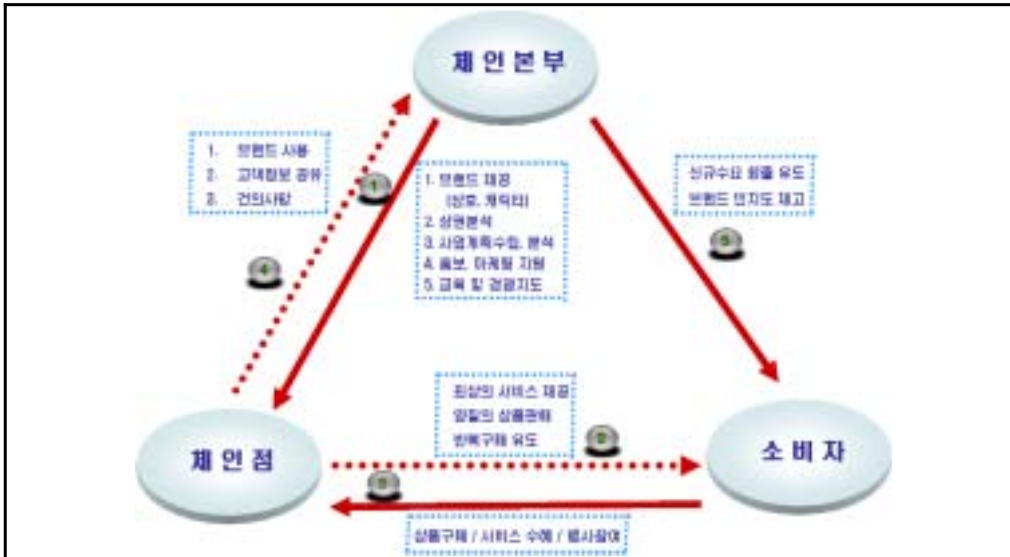
오리계열업체의 참여현황을 살펴보면 6개 업체에서 각각 고유 브랜드를 개발하여 시장을 공략하고 있으며 6개 오리계열업체들은 오리의 생산·유통·소비에 이르기까지 안정적인 생산 공급체계를 기반으로 오리고기 전문 프랜차

이즈 외식사업을 주도하고 있다.

나. 오리고기 전문 프랜차이즈 외식사업 운영체제

오리 계열업체의 프랜차이즈(가맹점 또는 체인점) 외식사업 운영체제를 살펴보면, 체인본부(가맹사업자)¹⁸⁾, 체인점(가맹점 또는 가맹계약자)¹⁹⁾, 소비자의 3부분으로 구성되어있다.

< 그림 5 - 1 > 오리 계열업체의 오리고기 전문 프랜차이즈점 운영체제



18) 가맹사업자(Franchisor)는 가맹점 개설을 원하는 가맹계약자에게 자기의 상호, 상표, 서비스표, 휘장 등을 사용하여 자기와 동일한 이미지로 상품판매의 영업활동을 하도록 하고 그 영업을 위하여 교육·지원·통제를 하며, 이에 대한 대가로 가입비(Franchise Fee), 정기납입경비(Royalty)등을 수령하는 자를 말한다.

19) 가맹계약자(Franchisee)는 가맹사업자로부터 그의 상호, 상표, 서비스표, 휘장 등을 사용하여 그와 동일한 이미지로 상품판매의 영업활동을 하도록 허용 받고 그 영업을 위하여 교육·지원·통제를 받으며, 이에 대한 대가로 가입비, 정기납입경비 등을 지급하는자를 말한다.

체인본부는 체인점(가맹점)에 대해 상호·캐릭터 등의 브랜드를 제공하고, 조리지도 및 기술노하우를 전수해주는 동시에 체인점(가맹점)에서 필요로 하는 식자재 공급자로서의 역할을 하고 있으며, 홍보 및 마케팅 지원은 물론이고 체인점(가맹점)의 직원 및 경영주에 대한 교육 및 경영 지도를 전담한다. 체인본부는 소비자에 대해 신규수요 창출을 유도하고 브랜드인지도를 제고하기 위한 일련의 마케팅활동을 수행한다.

체인점(가맹점)은 체인본부와의 프랜차이즈 가맹 계약에 의거 브랜드사용이나 고객정보의 이용, 사업관련 건의사항에 대해 의견을 제시할 수 있으며, 소비자에 대해 최상의 서비스 제공이나 양질의 상품판매를 통해 소비자의 반복 구매를 유도한다.

소비자는 체인본부와 체인점의 브랜드에 대한 신뢰를 바탕으로 상품 구매 및 서비스 혜택, 행사 참여 등의 소비 활동을 수행한다.

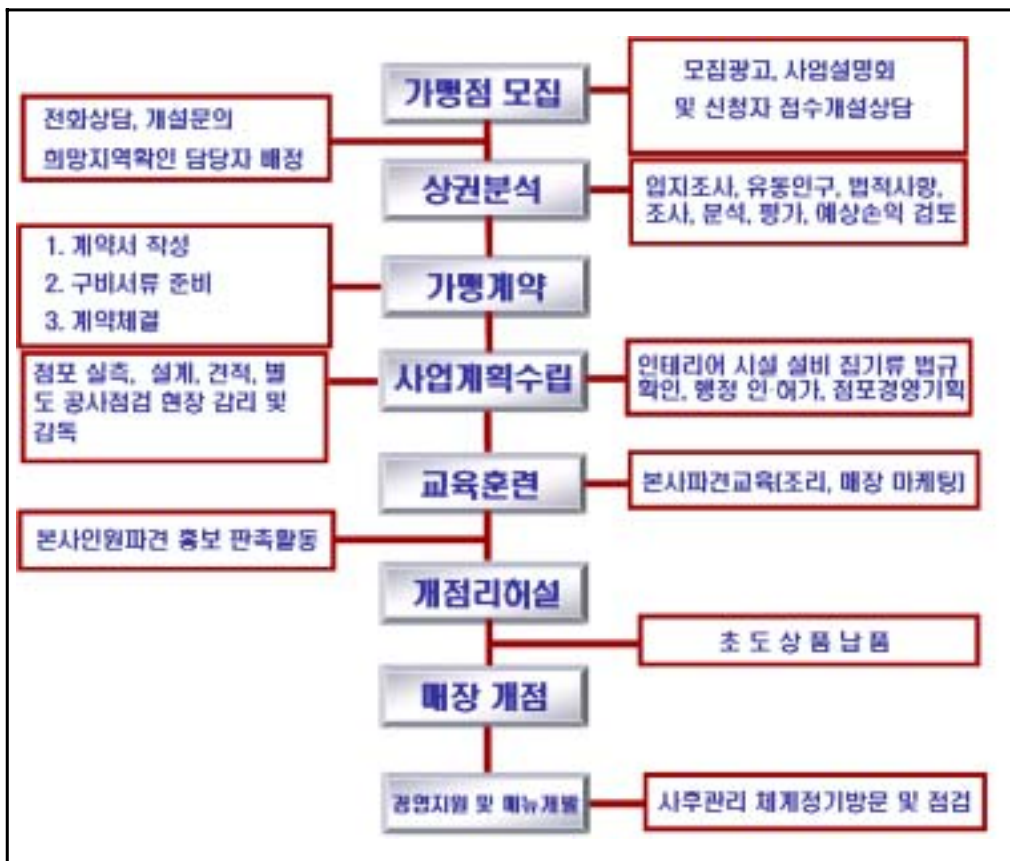
다. 오리고기 전문 프랜차이즈점(가맹점 또는 체인점) 개설

오리고기 전문 프랜차이즈점의 개설절차를 살펴보면, 가맹사업자의 ①가맹점 모집 ②상권분석 ③가맹계약 ④사업계획수립 ⑤교육훈련 ⑥개점리허설 ⑦매장 오픈 ⑧경영지원 및 메뉴개발의 순으로 오리고기 전문 프랜차이즈점이

개설되고 있다.

가맹점 모집은 가맹사업자의 가맹계약자를 모집하는 공고와 동시에 사업설명회 및 신청자 접수가 이루어지고 있으며, 이 단계에서 사업에 대한 의지나 지역배분 등에 관한 개설상담이 이루어진다.

< 그림 5 - 2 > 오리고기 전문 프랜차이즈점 개설절차



개설문의에 대한 전화 상담 또는 방문 상담을 통해 프랜차이즈점 개설을 희망하는 지역에 대한 세부적인 확인

과 담당자가 배정된 후, 본격적인 상권분석 단계를 거치게 된다. 상권분석단계에서는 입지조사와 유동인구파악 및 법적 사항에 대한 조사, 분석 평가가 이루어지고 예상 손익에 대한 검토를 하게 된다.

다음으로는 가맹계약단계를 거치게 되는데 이 단계에서는 프랜차이즈점 개설을 위한 계약체결과 계약서를 작성하게 된다. 가맹사업자의 경우에 따라 약간의 차이는 있지만 계약체결을 위한 계약금으로 가맹비의 약 30%정도를 계약금으로 가맹사업자에게 납입하고 점포의 등기부 등본, 임대차계약서 등의 구비서류를 첨부하여 가맹사업자가 준비한 양식에 서명하는 절차를 통해 계약서를 작성하게 된다.

가맹계약이 이루어진 후 다음 단계로 본격적인 사업계획을 수립하게 된다. 이 단계에서는 점포에 대한 실측, 설계, 견적, 별도의 공사점점 및 현장 감리 및 감독을 필요로 하며, 인테리어시설, 설비 집기류 및 법규확인, 행정인·허가, 점포경영에 대한 세부 기획이 이루어지는 단계이다.

본격적인 사업계획이 수립되면 교육훈련 단계로 돌입하게 된다. 교육훈련 단계는 조리교육, 매장운영에 대한 교육, 마케팅, 서비스 등에 대한 교육이 이루어지며, 특정 가맹사업자 경우 본사 파견 교육형태로 교육을 진행하기도 한다.

교육훈련 단계가 완료되면 개점 리허설 단계에 진입하게 된다. 개점 리허설 단계에서는 현장실습교육 및 물류공급 등을 점검하게되며, 본사 교육팀 및 지원팀이 파견되어 홍보 관측 활동을 지원하게 된다. 또한 상황을 점검하여 부족한 부분에 대한 보충 교육이 이루어지기도 한다.

개점 리허설 단계가 끝나면 본격적인 사업의 시작인 매장 오픈단계에 들어간다. 이 단계에서는 초도 상품이 가맹사업자로부터 납품이 되는 동시에 개점 행사와 이벤트가 동시에 진행된다.

오리고기 전문 매장을 오픈한 후, 그 다음 단계로는 지속적인 경영지원 및 새로운 메뉴개발 단계가 된다. 이 단계는 가맹사업자가 가맹계약자를 사후 관리하는 단계로 정기적인 방문을 통한 상담과 점검을 통하여 가맹계약자가 수익을 창출할 수 있도록 체계화시키는 단계이다.

라. 오리고기 전문 프랜차이즈점 개설비용 및 수익구조

1). 오리고기 전문 프랜차이즈점 초기 개설비용

오리고기 전문 프랜차이즈점 개설을 희망하는 가맹계약자는 일반적으로 ①가맹비, ②물품 보증금, ③인테리어비용, ④내·외부 간판 제작비용, ⑤주방기기 구입비용, ⑥집기 및 비품 구입비용, ⑦교육비용 등과 같은 초기 개설비용을 필요로 한다.

가맹사업자에 따라 약간의 차이는 있지만 이 연구에서는 오리 계열주체이면서 오리고기 외식 프랜차이즈 사업을 하고 있는 K업체의 가맹점(실 평수 100평 규모) 사례 조사를 통해 프랜차이즈점 개설을 위한 초기 비용을 살펴 보면 다음과 같다.

< 표 5 - 67 > 오리고기 전문 프랜차이즈점 초기 개설비용
(단위 : 천원)

| 구 분 | 금 액 | 내 용 |
|---------------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 가 맹 비 | 10,000~20,000 | - 브랜드사용(상호, 캐릭터) - 경영지도 - 상권보호 - 메뉴개발 - 기술전수 - 개점행사 지원(이벤트, 판촉물, 홍보지원) - 광고 및 홍보 |
| 물품 보증금 | 2,000 ~ 5,000 | - 계약 해지 시 환불조건 - 보증보험으로 대체 가능 |
| 인 테 리 어 ** | 100,000 ~ 120,000 (평당1,00,000원 ~ 1,200,000원) | - 내부공사일체 : 목공사, 천장, 바닥, 전기, 조명, 타일, 도장(화장실, 주방포함) - 기존시설 철거, 냉난방 시설, 동력, 승압공사 등은 별도 경비 추가 |
| 내·외부간판 ** | 5,000 ~ 10,000 | - 전면간판(1개), 돌출간판(1개), 개점 현수막, 썬팅 등 - 실측 후 변동 가능 |
| 주 방 기 기 | 15,000~20,000 | - 냉동(장)고, 가스스테이블, 썬크대, 조리작업대, 배기후드 등 |
| 집 기 비 품 | 10,000~15,000 | -의(탁)자, 불판, 운반구, 식기류, 스텐, 플라스틱용품 등 |
| 교 육 비 | 2,000 | - 조리지도 - 직원교육 - 현장실습 및 지도 |
| 합 계 | 154,000~182,000 | - 부가세 미포함 |

* 실평수 100평 기준

** 건축규모와 소재에 따라 변경될 수 있음

첫째, 상호나 캐릭터 등의 브랜드 사용이나 경영지도, 상권보호, 메뉴개발, 기술전수, 개점지원행사, 정기적인 광고 및 홍보 등을 위해 가맹계약자는 체인본부(가맹사업자)에 일정금액을 납입함으로써 권리를 부여받는다. 일반적으로 10,000천원에서 20,000천원 정도를 가맹비로 지급하고 있다.

둘째, 물품 보증금으로 보통 2,000천원에서 5,000천원 정도를 체인본부(가맹사업자)는 가맹계약자로부터 받고 있다. 그런데 이 물품 보증금은 계약 해지 시 환불받는 조건이 대부분이며, 최근에는 보증보험으로 대체가 가능하다.

셋째, 인테리어 경비는 새로 개장하는 매장 내부공사(목공사, 천정, 바닥, 전기, 조명, 타일, 도장 등) 일체를 위한 비용이며 건축규모와 소재에 따라 변동된다. 또한 기존시설의 철거나 냉난방 시설, 동력 송압공사 등은 별도의 경비를 필요로 한다. 일반적으로 평당 1,000천원에서 1,200천원의 인테리어 비용이 들며 실 평수 100평 규모의 매장에서 100,000천원에서 120,000천원의 경비가 소요되는 것으로 판단된다.

넷째, 매장 내·외부 간판은 전면 간판, 돌출간판, 개점현수막, 썬팅 등의 비용이며 일반적으로 5,000천원에서 10,000천원이 소요되나 실측에 따른 변동요인이 있다.

다섯째, 주방기기 비용은 내동(장)고, 가스스테이블, 싱크대, 조리작업대, 배기후드 등을 위한 경비이며 일반적으로

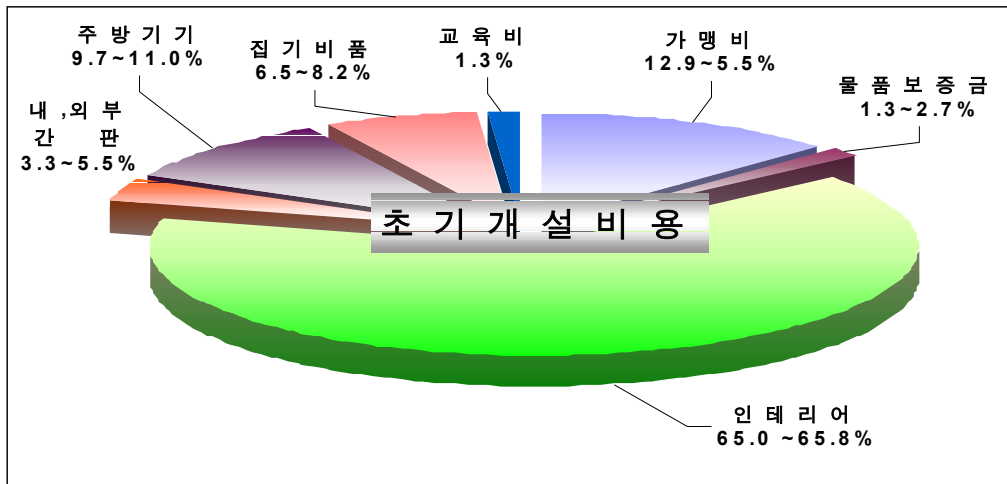
15,000천원에서 20,000천원 정도의 비용이 소요된다.

여섯째, 집기 비품비는 의(탁)자, 불판, 운바구, 식기류, 스텐 및 플라스틱용품 등을 비치하기 위한 비용이며 일반적으로 10,000천원에서 15,000천원 정도가 소요된다.

일곱째, 체인본부(가맹사업자)는 가맹계약자에게 조리지도 및 직원교육, 현장실습 지도 등의 항목으로 통상 2,000천원 정도의 교육비를 받고 있다.

따라서, 이러한 프랜차이즈점 개설 초기비용을 근거로 실평수 100평 규모의 매장을 개점하는데 드는 초기비용을 추산하면, 154,000천원에서 182,000천원이 소요되는 것으로 판단된다. 이는 건축규모나 가맹 계약조건, 매장 상황에 따라 변동될 수 있다.

<그림 5 - 3 > 오리고기 전문 프랜차이즈점 초기 개설비용



또한 프랜차이즈점 개설 초기 비용은 ①인테리어비용(65.8% ~ 65.0%), ②가맹비(12.9% ~ 5.5%), ③주방기기 구입(11.0% ~ 9.7%), ④집기비품(8.2% ~ 6.5%), ⑤내·외부 간판 제작비용(5.5% ~ 3.3%), ⑥물품보증금(2.7% ~ 1.3%), ⑦교육비(1.3%) 순으로 비용이 드는 것을 알 수 있다.

2). 오리고기 전문 프랜차이즈점의 수익구조

오리고기 전문 프랜차이즈점의 수익구조는 가맹계약자의 소득과 직접적으로 연결되는 부분이 되며, 이러한 수익구조 분석을 통해 오리고기 전문 프랜차이즈점의 신규 진입 및 기존 매장의 경영개선의 참고 자료로 활용가능하다.

우선 오리고기 전문 프랜차이즈점의 수익구조를 살펴보면, ①매출부분과 ②생산원가에 해당하는 재료비 부분, ③매출총이익 부분, ④비용, ⑤영업순이익의 5개 부분으로 구성되어 있다.

매출부분은 1일 평균 매출액(판매가격 × 회전수 × 테이블수)을 근거로 월간 매출액을 산출해 낼 수 있으며, 월 매출액을 100으로 보았을 때 재료비가 차지하는 비중은 43.0%(주재료비 20.0%, 부재료비 23.0%)로 매출총이익은 57.0%를 차지하고 있는 것으로 분석된다.

< 표 5 - 68 > 오리고기 전문 프랜차이즈점 수익구조(월간)
(단위 : 천원)

| 구 분 | | | 유형(A) (40평) | 유형(B) (80평) | 유형(C) (100평) | 비 고 |
|--------|--------|---------|--------------------|--------------------|--------------------|-----------------------------|
| 매출 | 일평균 매출 | ① | 1,200 | 1,800 | 2,000 | 4인기준45,000원 1일 1회전 |
| | 월 매출 | ② | 36,000 (100.0%) | 54,000 (100.0%) | 60,000 (100.0%) | 30일 기준 |
| 재료비 | 주 재료비 | ③ | 7,200 (20.0%) | 10,800 (20.0%) | 12,000 (20.0%) | 오리육 |
| | 부 재료비 | ④ | 8,280 (23.0%) | 12,400 (23.0%) | 13,800 (23.0%) | 식자재 일체 |
| | 소 계 | ⑤ = ③+④ | 15,480 (43.0%) | 23,200 (43.0%) | 25,800 (43.0%) | |
| 매출총이익 | | ⑥ = ②-⑤ | 20,520 (57.0%) | 30,800 (57.0%) | 34,200 (57.0%) | |
| 비건비 | 고정인원 | ⑦ | 4,000 (3명) | 8,260 (6명) | 9,400 (7명) | 주방, 홀 외 주말, 결원보충 |
| | 파트타임 | ⑧ | 2,000 | 2,000 | 2,000 | |
| | 소 계 | ⑨ = ⑦+⑧ | 6,000 (16.7%) | 10,200 (19.0%) | 11,400 (19.0%) | 점주1인 포함 |
| 용 | 판매관리비 | ⑩ | 4,500 (12.5%) | 5,900 (11.0%) | 6,000 (10.0%) | 임대료 공과금 잡비용 소모품 일체 |
| | 비용 합 계 | ⑪=⑨+⑩ | 10,500 (29.2%) | 16,100 (30.0%) | 17,400 (29.0%) | |
| 영업 순이익 | | ⑫=⑥-⑪ | 10,020 (27.8%) | 14,600 (27.0%) | 16,800 (28.0%) | |

주) 1. 세금공제 전 추정자료임. (부가세, 소득세 등)

- 투자이자, 감가상각비 등 실제 지불되지 않는 비용은 제외
- 점주 및 종업원의 경영 및 운영 관리능력에 따라 변동가능
- 40평 개설시 1일 매출 = 45,000원 × 1회전 × 26.7테이블
80평 개설시 1일 매출 = 45,000원 × 1회전 × 40테이블
100평 개설시 1일 매출 = 45,000원 × 1회전 × 44.5테이블

한편, 비용부분은 월매출액의 30.0% - 29.0%정도를 차지하고 있는 것으로 판단된다. 비용부분을 세부적으로 보면, 인건비(고정인원 + 파트타임)가 차지하는 비중은 19.0% - 16.7%이고 임대료, 공과금, 잡비용 및 소모품 일체의 비용에 해당되는 판매관리비는 12.5%-10.0%를 차지하고 있다.

또한 매출총이익에서 비용을 제외한 영업순이익은 월매출액의 28.0%-27.0%를 차지하고 있는 것으로 판단된다.

요컨대, 오리고기 전문 프랜차이즈점의 수익구조를 살펴보면, 일반 기업의 생산원가에 해당되는 식재료비가 평균 월매출액의 43.0%를 차지하여 평균 매출 총이익은 57.0% 정도이다. 비용에 있어서 인건비가 차지하는 비중은 평균 18.2%, 판매관리비는 11.2%로 월매출액 중에서 비용은 29.4%정도이다. 따라서 오리고기 전문 프랜차이즈점의 운영을 통한 영업순이익은 평균적으로 월매출액의 27.6%정도인 것으로 파악된다.

제 6 장. 요약 및 제언

1. 요약

가. 오리의 생산

□ 건강식품에 대한 수요 증가에 따라 국민 1인당 오리고기 소비량은 1994년에 0.35Kg 이던 것이 2002년에는 1.07Kg으로 증가하였다.

□ 전국에는 1만여호의 농가가 9백만마리의 오리를 사육, 육계생산액의 71.7%에 이를 만큼 중요한 농가 소득원으로 떠오르고 있으며, 오리고기는 1991년에 이미 수입 개방되었으나 현재 자급율이 94%에 이르고 있다.

□ 오리는 거친 환경에 대한 적응력이 강해 농가의 소득 작목으로 각광 받고 있다.

□ 오리 난용종으로는 인디안 러너, 카키 캄벨, 육용종으로는 르왕, 머스코비, 난육겸용종으로는 페킨종 오핑톤종 등이 있으며, 국내에서는 체리베리 상표가 주를 이루고 있다.

□ 오리의 생산은 도축장을 중심으로 한 계열화로 집단화, 규모화, 현대화가 진행되고, 개별농가 사육은 줄어드는 반면 계열화 생산은 늘어 2003년말현재 육용오리의 계열화 생산 비중은 70% 정도로 추정되며, 앞으로 현대적인 도압장을 중심으로 한 계열화 사업량은 계속 늘어날 것으로 보인다.

□ 육용오리 생산에서 사육시설의 현대화, 체계적인 사양관리 시스템 개발에 의한 사양관리기술 향상, 질병관리 체계 확립이 시급한 과제이다.

□ 오리는 질병의 위협에 노출되어 있음에도 질병에 대한 증세가 잘 나타나지 않고 잠복기간도 길어 체계적으로 관리하지 않으면 질병 발생 여부를 파악하기가 어려우므로 법 제정 등을 통해 체계적인 질병관리 체계의 구축이 시급하다.

□ 육용오리는 종오리 개량기반이 취약하고 부화장의 생산성도 뒤떨어져 경쟁력도 낮다.

□ 오리새끼 생산비는 수당 566원, 거래가격 600원 정도이며, 2003년 기준 육용오리 생산비는 4,100원, 산지가격은 4,008원으로 생산농가의 경영난은 심각하다.

□ 육용오리의 단독경영 사육규모는 대략 1회 차 입식수 수가 600 - 1,200수를 매주 입식하여 연간 50회의 입식과 출하를 반복하여 연간 30,000 - 60,000수를 출하, 폐사율을 2.5%정도, 출하시 생체중은 3.2kg, 출하일령 45일, 사료 요구율은 2.6kg정도이다.

□ 매회 1천수를 입식, 연간 50회전한 농가를 가정할 경우 연간 소득은 대략 4,625천원으로 추정되어 정상적인 경영 활동이 불가능해 보인다. 그러나 폐사율을 2.0%로 줄이고 각종 비용을 10%씩 절약한다면 24,663천원이 될 것으로 추정된다.

□ 연간 50천수(12,500수 × 4회)를 입식한 육용오리의 계열경영 농가를 가정할 경우 사육비 수입은 47,325천원(5만수 × 946.50원)수준이나, 깔짚비 등 농가부담 비용(수당 340원)을 고려하면 연간 소득은 30,325천원이 될 것으로 계산된다.

□ 오리새끼 수당 생산비는 566원, 판매가격은 600원, 연간 150만수의 공급능력이 있는 부화업체의 마진은 51,000천원 수준이 될 것으로 추정된다.

□ 조류 인플루엔자는 A형 인플루엔자 바이러스에 의해 발생하는 조류의 감염성 질환으로 100년 전에 이탈리아에서 처음 동정되었는데, 야생오리에게는 흔한 병원소이지만 닭 등 가금류에게는 치명적이다.

□ 조류 인플루엔자는 전염성이 강하고 오염된 기구, 매개체, 사료, 새장, 옷 등을 통하여 전파되고 일반 환경에서도 장기간 생존할 수 있으며, 특히 그 중 H5N1은 사람에게 직접 전파된다는 사실이 1997년 홍콩에서, 2004년 베트남 및 태국에서 증명되었다.

□ 조류 인플루엔자는 아직 사람 간에 전파된다는 증거는 없지만 만일 돌연변이 바이러스가 출현하여 사람 간 전파가 가능해질 때, 인간의 큰 재앙이 된다는 최근 보도가 있다.

□ 국내에서는 2003년 12월 충북 음성군에서 가금인플루엔자 바이러스가 처음 발견된 이래 2004년 3월까지 전국 19개 지역의 오리, 닭 농장에서 잇따라 발견돼 국민을 불안케 했다.

□ 조류 인플루엔자는 철저한 관리로 인간의 건강에 위해성이 없다는 것을 보여주는 것이 소비자의 신뢰를 회복하는 길이며, 감염된 동물을 살처분하는 것만이 전파 기회를 차단하는 길이다.

□ 조류 인플루엔자를 막기 위하여 매일매일 가축을 세심히 관찰하고 의심증상이 보이면 즉시 방역당국에 신고하고, 농장을 매일 1회 이상 소독하고 야생조류 등 출입을 차단한다. 농장 출입구에는 발판 소독조, 분무소독시설 등을 설치하고 소독을 생활화 한다. 계사에 야생조류 등 출입을 차단하고, 농가간 상호 접촉을 금한다.

□ 사료차량 농장출입을 금지시키고, 농장주가 직접 사료를 운반한다. 벌크사료의 경우 오리는 오리사료 전용 지정차량으로만 운반하게 한다. 닭·오리 분변은 그대로 둔 상태에서 소독만 실시하되 부득이할 경우 농장외부로는 반출을 금지하며, 일반인 농장 출입도 통제한다.

□ 오리농장은 타 가금농장과 적어도 3km의 떨어진 것이 좋고, 단일령 오리계군을 입추하는 것이 최적이거나, 오리사육에 있어서 필수사항은 아니다.

□ 신선한 기후에서 오리는 1일 1수당 1.5리터의 물을 소비하므로 물을 충분히 공급해 주면서 바닥이 젖지 않도록 관리가 필요하고, 오리다리는 손상되기 쉽기 때문에 포획시 다리만 잡거나 한쪽 날개만 잡으면 안된다.

□ 오리가 농장에 입추되기 1주일 전 축사 및 사육기구를 세척하고, 최근에 다른 가금류 농장을 방문한 적이 있는 방문자는 농장방문을 허용해서는 안되며, 암모니아 수준은 항상 10ppm이하로 유지해야한다.

□ 온건기후에서는 28일령까지 난방을 해주고, 도압 6시간 전에는 사료공급을 중단하여 하며, 포괄적이며 정기적인 기록이 필요하다.

□ 육용오리 계열화 계약내용은 출하체중 45일기준 3.2kg, 적용 초생추 가격 700원-900원, 육용오리 수매가격 3,900원~4,650원, 불량오리에 대한 페널티 수당 100-150원 등으로 계열주체마다 다양하다. 따라서 표준화된 계약서를 마련하는 일이 필요하다.

□ 종오리 계열화 계약내용은 산란기간 75주령, 적용 병아리가격은 원종(PS) 9,000 - 12,000원, 1대잡종(F1) 3,000원, 적용사료가격 352원-397.6원, 적용종란가격 330원, 1대잡종(F1) 290원, 기타 규격미달 종란에 대한 페널티 등 복잡다기하다.

□ 현재 육용 오리 계열화 생산 비중은 대략 70%, 계열주체는 10여개가 있는 데, 종오리, 부화, 사료, 사육, 도압,

가공, 판매, 외식 등 전 부문이 완전 계열화 된 계열주체는 아직 없다.

□ 육용오리 계열농가는 54.1세 정도의 나이로, 연간 13.9회 참여하여 41,143천원의 소득을 올리는 농가로서 앞으로 현상유지 하면서 계열 오리를 계속 사육하겠다는 의지를 밝혔다.

□ 표본 농가 70농가의 2002년 4월부터 2005년 4월까지 3년간 1,464건의 계열 사육 참여 실적을 분석한 결과, 연간 입식 회수 13.9회 회차별 입식수수 5,565수, 육성율 0.94%, 사료요구율 2.2kg, 사육일수 43.17일, 수당 사육비 946.49원, 생산지수는 308.33이었으며 사육규모가 클수록 낮은 수당사육비를 받은 것으로 나타났다.

□ 육용오리 수당 수익 극대화는 사료요구율에 의하여 가장 크게 영향을 받으며, 수당 사육비와 사육규모와는 부의 상관, 생산지수와는 정의 상관이 있는 것으로 나타나, 농가의 입장에서는 사육 규모가 크다고 반드시 유리하다고 볼 수없으며, 생산지수를 사육비 결정지표로서 쓰는데 별 무리가 없을 것으로 판단된다.

□ 오리 계열화 사업도 2004년부터 정책적 지원이 가능하나, 계열주체의 관심을 끌지 못하고 있으며, 축사 및 시설 개선자금의 지원과 계열주체와 농가간 분쟁 최소화를 위하여 표준계약서 보급이 필요하다.

나. 오리의 유통

□ 농가에서 생산된 육용오리는 반드시 도축과정을 거쳐 오리고기로 유통되는데, 오리 도압장, 가공장의 위생수준은 오리고기의 품질을 좌우하고 소비자의 선호와 직결된다.

□ 전국의 대부분 도축장은 HACCP를 적용하고 있으나 오리의 경우 2005년 4월말 현재 전국에 11개소의 도압장이 있으며, 그 중 HACCP 승인을 받은 도축장은 3개소에 불과하고 나머지 3-4개소가 HACCP 승인을 위해 준비 중에 있으며, 그나마 전국에 편중되어 위치하여 물류비용 증가 원인이 되고 있다.

□ 앞으로 모든 오리는 허가된 도축장을 거치도록 단속하고(자가 소비 목적 제외), 낙후된 도압장은 폐쇄하거나 시설 개선자금을 지원하되, 도압장 전국 분포를 고려하여 선정하며, 완벽한 시설과 기술개발, 시설보완, 포장지원을 위한 지원도 뒤 따라야 한다.

□ 도축된 오리고기는 도매상, 중간상인, 소매상인, 음식점을 통하여 소비자에게 전달되는 데, 최근 도압장을 중심으로 한 육용오리 계열화사업의 진행에 따라 계열업체의 유통업체를 유통량이 증가되고 있다.

□ 불황기 유통단계별 수당 오리고기 가격은 농장 전정가격 4,000원, 도매가격 4,500원, 소매상에 의한 음식점 도착가격 7,000원, 요리가격 30,000원이다. 호황기에는 산지수당가격이 대략 5,500원, 음식점 도착가격 8,000원, 요리가격 30,000원 정도이다.

□ 오리고기 수출은 급성장하여 2003년에 357톤(1,988천불)을 수출하였으나, 2004년 가금인플루엔자 질병 발생이후 일시 중단된 상태이나, 오리고기 주요 수출대상국은 지리적으로 가까운 일본으로, 2002년에 일본은 오리고기 11,920톤(62억엔)을 수입한 바 있으며, 오리고기 성수기(겨울)와 비수기(여름)가 우리와 정반대일 뿐아니라 오리고기 일본 수출가격과 국내산 가격을 비교하면 3배이상 높아 (1,110엔/kg) 오리고기 일본 수출은 유리하다.

□ 일본 오리고기 수출을 위해서는 생산기반 확충, 질병에 의한 생산성 저하를 막는 위생방역 종합대책, 거점 방역대책, 잔털(Down) 처리대책, 도축시설의 위생문제 향상대책을 강구하여야 한다.

□ 오리고기는 이미 1991년에 수입자유화 되었으나 수입에 의한 폐해는 그리 많지 않고 연도별 오리고기 수입량은 사회적 변수에 의하여 굴곡이 심하다. 오리고기 수입량은 2001년에는 6,738톤으로 정점을 이루다가 2003년 조류인플루엔자 창궐로 계속 감소하여 2004년과 2005년 상반기 까지 수입이 중단된 상태이다. 그러나 오리고기 수입이 재개되면 중국산과 경쟁이 불가피할 것이며 한국의 오리산업이 큰 타격을 입을 것으로 보인다.

다. 오리의 소비

□ 496명의 소비자를 대상으로 2004년 12월과 2005년 4월 걸쳐 오리고기 소비실태에 대한 설문조사를 실시하였는 바, 응답자는 37.9세의 월 소득 3,830천원 정도를 올리는 자영업자가 대종을 이루었으며 분석 결과는 다음과 같다.

□ 응답자의 육류선호도는 ①쇠고기(33.9%), ②돼지고기(30.7%), ③닭고기(20.2%), ④오리고기(9.6%) 순으로 선호하는 것으로 나타나 오리고기에 대한 선호도는 그리 높지 않은 것으로 판단된다.

□ 오리고기를 좋아한다는 긍정적 반응은 60.9%로 높게 나타난 반면 부정적인 반응은 4.0%에 불과하였고, 오리고기를 좋아하는 연령층이 ①40대가 49.6%로 주를 이루었다.

□ 오리고기는 가격은 비싸지만(49.6%) 맛이 있다(63.3%)는 반응을 보였으며, 위생 상태는 긍정적 평가가 36.4%, 오리고기가 크다는 반응이 37.1%로 나타났다. 오리고기의 영양에 대해서는 긍정적으로 평가(75.0%) 하나 구입하기는 불편하다는 평가(31.5%)가 많았다.

□ 소비자들은 오리고기를 중급식품(65.3%)으로 평가를 하고 있으며, 가정에서 오리고기를 먹어본 경험이 있다는 소비자들은 영양과 건강을 위해서(56.3%) 오리고기를 먹었다고 응답하였다. 가정에서 오리고기를 먹어본 경험이 없는 이유로 ①인근에 매장이 없어서(29.7%), ②가족들이 좋아하지 않고(24.3%), ③오리고기에 대한 부정적 선입견(24.3%) 때문이라고 응답하였다.

□ 소비자가 가장 선호하는 오리고기 요리는 ①구이(33.9%), ②탕(21.8%), ③훈제(17.3%), ④전골(9.7%) 순이었으며, 보통 7월 - 9월(39.9%) 사이에 오리고기를 먹기 위해 음식점을 내방하며 이 때 평균적으로 4명이상 동반

하고, 36,700원 정도를 지출하는 것으로 나타났다.

□ 소비자들은 브랜드화 된 오리고기를 구입해 본 경험이 없으며(83.5%), 브랜드화 된 오리고기를 구입해본 경험이 있는 소비자들(14.9%)은 ①주위의 권유(78.3%)와 ②인터넷, 홈쇼핑을 통해서(10.8%) 구입한 것으로 나타났다. 따라서 브랜드화 되어 유통되고 있는 다른 축산물과는 달리 오리고기의 브랜드화가 저조한 것으로 판단되며, 브랜드화 된 오리고기제품의 만족도에 대해 소비자들은 긍정적으로 평가(59.5%)하고 그 이유로는 ①요리의 간편성(36.4%), ②맛이 좋아서(27.3%), ③원하는 부위를 살 수 있어서(18.1%)라는 반응을 보였다.

□ 소비자들은 유황오리와 같은 기능성 오리고기에 대해 가격은 비싸나(68.5%), 맛있고(61.3%), 영양이 좋다(75.0%)라는 평가를 하고 있으며, 기능성 오리고기와 일반 오리고기의 가장 큰 차이점은 영양측면(38.7%)이라고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

□ 소비자들은 오리고기가 닭고기에 비해 상대적으로 가격은 비싸지만(60.5%), 맛과 위생은 보통이고(54.8%, 82.2%), 크기는 닭에 비해 그저 그렇거나(49.2%) 또는 크다(40.9%)고 인식하고 있는 것으로 나타났다.

또한 영양은 닭고기에 비해 오리고기가 상대적으로 좋고(64.3%), 구입 편리성은 그저 그렇거나(53.4%) 어렵다고(34.3%) 생각하는 것으로 조사되었다.

□ 소비자들은 오리고기 보다 닭고기를 ①가격(40.7%), ②맛(38.3%), ③영양(10.5%) 때문에 더 선호(61.7%)하고 가정에서 오리고기 요리를 해먹어 본 경험은 대부분 없는 것으로(58.5%) 조사되었다. 또한 오리고기를 가정에서 요리해 먹어 본 경우(41.5%) 주로 탕(48.5%)으로 요리를 하는 것으로 나타났다.

□ 소비자들은 조류독감 이후 응답자의 46.0%가 오리고기 소비를 줄이거나(26.6%) 전혀 소비하지 않았으며(19.4%), 향후 또 다시 조류독감이 발생할 경우 응답자의 51.2%가 소비를 줄이거나(29.5%) 전혀 소비하지 않겠다(21.7%)고 소비의향을 피력하여 질병으로 인한 식품의 안전성 문제에 상당히 예민하게 반응 하는 것으로 판단된다.

□ 오리고기에 대한 앞으로의 소비계획에 대해 응답자의 60.4%가 향후 오리고기를 현재의 수준으로 소비하겠다고 응답하여 오리고기의 소비는 급격히 위축되거나 증가하지도 않을 것으로 판단된다.

□ 요컨대 소비자의 오리고기 소비행태 조사결과, 첫째 소

비자의 입맛에 맞는 소비자 중심의 다양한 오리고기 요리에 대한 개발과 제품의 출시가 절실히 필요하며, 둘째 오리의 개체 크기를 작게 만드는 품종개량과 같은 일련의 노력을 통해 1-2인분 소비를 지향하는 동시에 가든 위주의 소비패턴을 벗어난 가정 위주의 소비패턴으로의 전환이 필요하다. 셋째 소비자들은 오리의 질병으로 인한 식품의 안전성 문제에 극도로 예민한 반응을 보이므로 생산단계에서부터 도축, 가공, 유통단계에서 소비자의 식탁에 오르기까지 식품의 안전성을 제고 할 수 있도록 질병에 대한 철저한 방역시스템 구축과 위해요소중점관리시스템(HACCP)의 조기 정착을 통해 소비자의 신뢰를 얻을 수 있도록 하는 신뢰마케팅의 전략수립이 필요할 것으로 판단된다.

□ 오리고기 소비는 주로 가정 소비 보다는 가든 음식점을 포함한 전문 음식점에서의 소비가 주류를 이루고 있는 실정이므로 오리고기 소비의 제 문제는 궁극적으로 오리고기 전문 음식점의 운영과 밀접한 관련이 있다고 판단된다.

□ 오리고기 전문 음식점의 운영 실태를 파악하고자 임의로 추출한 95개의 오리고기 전문 음식점을 대상으로 2005년 3월 2일 - 4월 30일까지 60일에 걸쳐서 오리고기 전문 음식점의 운영 실태에 대한 방문조사를 실시하였다. 95개

의 오리고기 전문 음식점 중 50개(52.6%)는 단독(자영)경영, 나머지 45개(47.4%)는 프랜차이즈 체인점(직영 또는 가맹점) 형태로 운영하고 있는 것으로 나타났다.

□ 응답자는 평균 47.3세로 6.3년 정도 오리고기 전문 음식점 사업경력을 가지고 연간 7,800만원의 소득을 올리고 있는 것으로 나타났다. 단독경영의 경우 응답자는 46.7세로 6.1년의 오리고기 전문 음식점 사업경력을 가지고 연간 7,100만원의 소득을 올리고 있으며, 프랜차이즈 체인점의 경우 응답자는 47.9세로 6.4년의 사업경력과 연간 평균 8,500만원의 소득을 올리고 있는 것으로 나타나 단독경영보다는 프랜차이즈 체인점이 소득 면에서 약간 유리한 것으로 판단된다.

□ 오리고기 전문 음식점을 시작한 동기는 ① 경제성(수익성)(전체 40.0%, 단독경영 36.0%, 프랜차이즈경영 44.4%)과 ②다른 음식점과의 차별화(전체 21.1%, 단독경영 24.0%, 프랜차이즈경영 17.8%)때문이며, 단독경영이나 프랜차이즈 경영모두 일반 오리고기를 취급하는 전문 음식점(전체 49.5%, 단독경영 52.0%, 프랜차이즈경영 46.7%)이 많은 것으로 판단된다. 또한 점차 유향오리, 황토오리 등과 같은 기능성 오리고기에 대한 수요가 증가함에 따라 기능성 오리고기 전문점(전체 27.4%, 단독경영 26.0%, 프랜차이즈경영 28.9%)이 증가할 것으로 예상된다.

□ 오리고기 전문 음식점은 평균적으로 3종류 정도(전체 3.2종류, 단독경영 3종류, 프랜차이즈경영 3.5종류)의 오리고기 요리를 주메뉴로 하여 운영되고 있기 때문에 오리고기 소비의 활성화를 위해서는 다양한 오리고기 전문 요리의 개발과 보급이 시급한 것으로 판단된다.

□ 오리고기 전문 음식점은 평균 6.2명(단독경영 5.2명, 프랜차이즈경영 7.4명)의 종사자를 고용하고 있으며, 주차장 면적을 포함한 334.8평(단독경영 280.1평, 프랜차이즈경영 395.9평) 규모의 사업장에서 최대 92.1명(단독경영 83.7명, 프랜차이즈경영 101.6명)의 고객을 동시에 수용 가능한 것으로 조사되어 단독경영보다는 프랜차이즈경영이 종사자 수가 많고, 사업장 규모가 크고, 높은 고객 수용능력을 갖고 있는 것으로 판단된다. 또한 다른 음식 전문점과는 달리 오리고기 전문 음식점의 경우 가든 위주의 음식점이 대부분이라서 사업장 개설시 주차장이 구비되어 있는 것으로 판단된다.

□ 오리고기 전문 음식점의 ①전체 평균 연간매출액 규모는 370,400천원(단독경영 340,400천원, 프랜차이즈경영 400,400천원)이고, ②성수기 때 1일 평균매출액은 1,637천원(단독경영 1,455천원, 프랜차이즈경영 1,785천원), ③비수기 때 1일 평균매출액은 891천원(단독경영 755천원, 프랜

차이즈경영 847천원), ④주중 1일 평균매출액은 1,067천원(단독경영 974천원, 프랜차이즈경영 1,139천원), ⑤주말 1일 평균매출액은 1,672천원(단독경영 1,465천원, 프랜차이즈경영 1,832천원)으로 단독경영보다는 프랜차이즈경영이 매출액면에 있어서 연간, 성수기, 비수기, 주중, 주말의 모든 경우에 있어서 다소 유리한 것으로 판단되어진다.

□ 오리고기 전문 음식점의 투자규모는 전체 평균 171,806천원(단독경영 150,769천원, 프랜차이즈경영 196,667천원)으로 조사되어 단독(자영)경영보다는 프랜차이즈경영이 보다 높은 투자 규모를 보이고 있는 것으로 판단된다.

□ 오리고기 전문 음식점의 인건비성 지출규모는 전체 월 평균 7,763천원(단독경영의 6,788천원, 프랜차이즈경영의 경우 8,543천원)으로 이를 근거로 연간 평균 인건비 지출 규모를 추정해 보면, 단독(자영)경영은 81,456천원, 프랜차이즈경영은 102,516천원정도를 연간 인건비성 경비로 지출하고 있는 것으로 판단된다.

□ 오리고기 전문 음식점의 오리고기와 채소 등을 포함한 월 식 자재 구입비용은 전체 평균 8,206천원(단독경영 4,777천원, 프랜차이즈경영 11,308천원)으로 조사되어 프랜차이즈경영이 단독경영보다도 2.3배정도 식 자재 구입비용

으로 경비를 더 지출하고 있는 것으로 판단되며, 월 평균 식 자재 구입비용을 근거로 연간 평균 식 자재 구입비용을 추정해 보면, 단독경영의 경우 57,324천원, 프랜차이즈 경영의 경우 135,696천원정도를 연간 식 자재 구입 경비로 지출 하고 있는 것으로 추산된다.

□ 오리고기 전문 음식점의 오리 구입가격은 전체 평균 수당 8,256원(단독경영 수당 8,727원, 프랜차이즈경영 수당 7,711원)으로 조사되어 프랜차이즈경영이 단독경영보다도 수당 1.1배정도 저렴하게 공급받고 있는 것으로 판단되며, 단독경영은 오리유통 중간상인에 의해(52.0%), 프랜차이즈 경영은 프랜차이즈업체(계열주체)의 본사 또는 지사를 통해서(53.4%) 오리를 공급받고 있는 것으로 나타났다.

□ 오리고기 전문 음식점에서는 오리 구매 시 ①신선도(전체 53.1%, 단독경영 54.2%, 프랜차이즈경영 51.9%)와 ②위생상태(전체 21.6%, 단독경영 18.1%, 프랜차이즈경영 25.3%)가 가장 중요한 구매 고려 요인으로 작용하고 있는 것으로 나타났다.

□ 오리고기 전문 음식점에서는 식 재료의 주원료인 오리를 1일 단위로(전체 74.7%, 단독경영 76.0%, 프랜차이즈경영 73.3%) 1회 정도(전체 평균 1.6회, 단독경영 1.6회, 프랜

차이즈경영 1.5회) 공급을 받고 있으며, 이때 공급 받는 오리의 양은 성수기 때와 비수기 때가 서로 다른지만 전체 평균 61마리(단독경영 37마리, 프랜차이즈경영 86마리)정도를, 성수기 때에는 전체 평균 82마리(단독경영 64마리, 프랜차이즈경영 99마리)정도를, 비수기 때에는 전체 평균 36마리(단독경영 28마리, 프랜차이즈경영 43마리)정도를 조달받고 있는 것으로 나타났다.

□ 오리고기 전문 음식점에서 오리를 공급받는 형태는 도축(압)된 오리를 통째로 공급 받는 경우가 전체 오리고기 전문 음식점의 50.5%(단독경영 46.0%, 프랜차이즈경영 55.6%)로 가장 많은 것으로 나타났다.

□ 전체 오리고기 전문 음식점의 49.5%는 개별 포장되지 않은 상태(단독경영 42.0%, 프랜차이즈경영 57.8%)로 오리를 공급받는 것으로 나타났으며, 개별 포장된 상태로 공급받는 경우는 40.0%(단독경영 48.0%, 프랜차이즈경영 31.1%)에 불과하였다.

□ 오리고기 전문 음식점에서 오리를 보관하는 방법에 대해 전체 오리고기 전문 음식점의 88.4%(단독경영 88.0%, 프랜차이즈경영 88.9%)가 냉장보관 하는 것으로 조사되었으며, 오리를 보관하는 기간에 대해서는 평균 2일정도(단

독경영 2.2일, 프랜차이즈경영 1.8일), 성수기 때에는 평균 1일(단독경영 1.1일, 프랜차이즈경영 1.1일), 비수기 때에는 평균 3일 정도(단독경영 2.9일, 프랜차이즈경영 3.1일)를 보관하고 있는 것으로 조사되었다.

□ 오리고기 전문 음식점을 운영하는 경영주들은 오리고기 소비확대에 지장을 주는 장애요인으로 ①1인분용 소비가 어렵고(전체 24.8%, 단독경영 23.4%, 프랜차이즈경영 26.2%), ②요리시간이 길고(전체 22.4%, 단독경영 18.8%, 프랜차이즈경영 26.2%), ③오리고기의 가격이 비싸서(전체 16.0%, 단독경영 18.8%, 프랜차이즈경영 13.1%)라는 순으로 의견을 피력하여, 오리고기의 소비확대를 위해서는 1인분용 오리고기의 요리개발이 시급하고, 오리자체의 크기를 작게 할 수 있는 종축 개량이 우선시 되어야 할 것으로 판단된다.

□ 오리고기 전문 음식점 사업을 자녀에게 물려 줄 의향에 대해서 긍정적 응답은 전체 32.6%(단독경영 26.0%, 프랜차이즈경영 40.0%), 부정적 응답은 전체 25.3%(단독경영 30.0%, 프랜차이즈경영 20.0%)로 나타나 단독경영의 경우는 현재의 사업을 생계형 사업으로서 인식을 하고 있는 반면에 프랜차이즈경영의 경우는 비즈니스 개념으로 인식하고 있는 것으로 판단된다.

□ 새로운 오리고기 요리나 메뉴를 개발할 의향에 대해서 긍정적 응답이 전체 61.1%(단독경영 56.0%, 프랜차이즈경영 66.7%), 오리고기 전문 음식점 사업을 확대할 의향에 대해서는 긍정적 반응이 전체 47.4%(단독경영 40.0%, 프랜차이즈경영 55.5%)로 높게 나타나 오리고기 전문 음식점 사업을 향후 확대할 의향이 있는 것으로 판단된다.

2. 제 언

오리산업이 하나의 축산 영역으로 정착되고 오리고기가 닭고기와 같이 그 소비가 일반화되기 위하여 생산, 유통·소비 및 정책적 측면에서의 해결방안을 제시하고자 한다.

가. 생산 측면

①. 사육농가의 자구노력

현재 매주 입식하고 매주 출하하는 사육시스템을 올인(All-in) 올아웃(All-out) 시스템으로 전환하여 폐사율을 줄임으로서 생산성을 높여야 한다. 현재 매주 입식, 매주 출하하는 시스템하에서는 축사의 연간 회전율은 높일 수 있을지 몰라도 새로 입식되는 오리새끼로부터 오염원의 전파가능성이 커서 질병 발생율이 그만큼 높아지고 일단 질병이 발생하면 생산성을 저하시키기 때문이다.

② 오리사육시설의 현대화

오리사육 형태가 규모화·전업화 되었음에도 불구하고 육계와 비교하여 축사시설이나 장비가 열악하고 시설의 자동화가 이루어지지 못하고 있다. 기껏해야 자동급수 정도가 고작이고 자동급이는 보기 힘들다. 특히 외부환경에 예민한 PS 종오리의 경우라도 육용오리 사육시설과 크게 다를 바가 없는 실정이고 보면 이로 인한 위생 관리가 제대로 이루어지지 않고 있는 실정이다. 따라서 위생적인 관리와 생산성의 향상을 도모하기 위하여 사육시설 및 장비에 개선이 필요하다.

현재 오리는 시설 개선을 위한 표준설계도가 마련되어 있지 않은데 이는 오리사육의 시설 현대화를 더디게 하는 요인이 된다. 다른 축종의 경우 표준설계도가 시설개선을 통한 생산성 향상에 큰 도움이 됐음을 알고 조속히 오리에 맞는 사육시설에 대한 표준설계도를 제작해야 한다.

③ 오리 질병 방역과 그 예방에 대한 인식의 전환

오리 사육농장 생산성 저하의 주된 요인이 되는 만성적인 질병이다. 질병 예방을 위한 백신은 이미 개발되어 있으나 경제성과 활용성이 떨어져 현장에 적용이 잘 안 되고 있는 실정이고, 조류 인플루엔자 예방을 위한 방역 시스템이나 백신 개발은 제대로 이루어져 있지 않은 상태이다. 따라서 백신은 선택이 아니고 필수임을 우선 인식하는

것이 필요하다.

④ 계열업체와 사육농가간의 갈등이 해소

오리 계열화 사업 수행 과정에서 사육농가의 피해가 속출하고 있다. 특히 오리 산업계의 선두주자격인 F사의 부도로 오리 계열화 사업은 심대한 타격을 받았다.

오리 계열업체와 사육농가간의 계약관계에 있어서 계열업체의 사정으로 농가에 배정하는 사육수수가 약정 사육수수에 크게 미달하는 경우, 이는 사육농가의 소득감소로 이어진다. 이를 대비하여 사육농가의 소득을 보전할 수 있는 대책이 마련되지 못하고 있다.

또한 생산자재의 공급에 있어서 오리새끼의 입추 시 수송과정이나 기타 이유로 인해 발생 할 수 있는 오리의 폐사분에 대해서 계약 규정이 없어 사육농가가 일방적으로 입추 시 폐사분에 대한 책임을 감수하고 있는 실정이다.

그리고 계열주체가 사육농가의 사육과정을 관리 감독하고 있으나 적극적인 방역 프로그램이 시행되지 못하고 있으며, 법정전염병으로 인한 피해가 발생하였을 경우 사육농가의 손해액에 대한 적절한 보상 규정이 마련되어 있지 않고 있다.

대금 결제는 보통 출하 완료 후 15일 이내 지불토록 하고 있으나 “돈 주는 날이 돈 받는 날”이라는 불만이 만연하고, 대금결제 지연에 따른 농가보상 규정이 없다.

출하규격은 계약 또는 입주 시 약정하며, 출하 시기는 쌍방이 합의하여 결정토록 하고 있으나 계열주체의 사정으로 출하시기 및 약정 수수를 지켜지지 못하는 경우를 대비한 규정을 명기할 필요가 있고, 출하 시 또는 출하 완료 후 생길 수 있는 사고에 대하여 책임 한계를 분명히 하여야 할 것이다.

이처럼 계약상 문제들에 대한 적절한 개선을 위해서는 계열주체나 사육농가가 상호 신뢰 할 수 있는 공정하고 객관적인 표준 계약서가 제시되어야 하고, 각종 기록의 공정성과, 규정에 따른 의무책임의 철저한 이행, 주기적 사육결과의 공지 등 계약 쌍방간의 충분한 이해를 도울 수 있는 계약외적 신뢰분위기가 조성되어야 할 것이다.

⑤ 종오리에 대한 능력 검정

원종(GP)에서 1대 교잡된 종오리 새끼(PS)를 종오리를 써야 함에도 불구하고 가격부담을 이유로 1대잡종(F1)을 종오리로 쓰는 사례가 많다. 실제로 육용오리생산의 70% 이상이 1대잡종(F1)을 종오리로 이용하고 있는 현실이다.

1대잡종(F1) 종오리의 경우 사료 요구율과 생산성에서 큰 차이가 있다. 따라서 생산성이 뛰어나고 품질 좋은 육용오리를 생산할 수 있도록 혈통과 계통이 있는 원종(PS) 종오리에서 오리새끼가 생산되도록 체제의 전환이 요구된다.

나. 유통 · 소비측면

① 오리고기 유통체계의 근대화

오리고기 유통체계가 확립되지 못하여 오리고기 소비를 늘리는데 한계를 지니고 있다. 특히 소비자 가격이 상대적으로 비싸 수요 창출에 큰 걸림돌이 되고 있다. 실제로 오리요리(탕)의 소비자 가격이 수당 30,000원으로 비쌀 뿐 아니라 이를 소비하기 위해서는 3-4명이상이 팀을 이루어야 하므로 오리고기 소비촉진의 저해요인으로 작용되고 있다. 따라서 생산, 유통, 요식단계의 경영합리화를 통하여 가격인하를 위한 노력은 지속적으로 이루어져, “오리 한 마리 요리” 이외에도 “오리 반마리 요리”, “오리고기 1인분 오리요리” 개발 등의 노력이 뒤따라야 할 것이며, 더 나아가서는 품종개량 기술과 연계하여 현재보다 작은 오리의 개발을 시도하여야 할 것이다.

② 오리고기 관련 제품의 개발

오리고기 소비확대를 위한 다양한 제품개발이 부족하여 단순 유통에 머물고 있어 가정 소비창출을 위한 제품공급이 이뤄지지 못하고 있다. 특히, 최근 “맞벌이”부부의 수가 증대됨에 따라 요리에 투하할 시간이 부족한 것이 일반적인 현상인 바, 요리준비가 된 상태(Ready-to-cook)나 먹기 준비가 된 상태(Ready-to-eat)의 제품개발에 업계가 투자를 아끼지 말아야 할 것이다. 이를 위하여 앞서가는

육계의 노우하우를 벤취마킹 할 필요가 있다.

③ 위생적이고 안전한 오리고기 생산

전국에는 10여개의 도압장이 있으나 3~4개를 제외하고는 대부분의 도압장 시설이 낡고 오리고기의 위생적 처리 시설이 부족하여 안전하게 오리를 도축하여 소비자의 신뢰를 받기 어려운 실정이다. 따라서 시설개선을 위한 투자가 이루어져야 한다. 또한, 오리의 잔 털(Down) 제거를 위한 왁스 사용에 대하여 일부 소비자 단체가 이의를 제기하고 있으므로 현재 사용되고 있는 왁스의 무해론을 입증하거나 식품으로 완전한 왁스를 위한 기술개발에 업계가 투자하여야 한다.

④ 원산지 표시의무의 강화

원산지 표시의무를 강화하여 수입 오리고기가 국산육으로 둔갑, 고가로 판매되는 부당 거래를 근절시켜야 한다. 이를 위하여 음식점에서의 원산지 표시 의무를 조속히 법제화해야 한다.

⑤ 젊은 소비자 층을 겨냥한 오리고기 제품개발

오리고기를 선호하는 연령층은 40대 이상으로 나타났다. 이는 오리고기가 건강식으로 알려져 중·장년층의 소비가 젊은 층의 소비에 비하여 상대적으로 높게 나타났음을 의미한다. 그러나 이는 젊은 층의 소비를 유도하고 있지 못

하다는 반증이기도 하다. 따라서 젊은 층의 소비 촉진을 위해 닭고기의 후라이드 치킨이나 양념치킨등과 같은 젊은 층이 선호하는 오리고기 제품개발이 이루어져야 한다.

⑥ 소비자들은 오리의 질병으로 인한 식품의 안전성 문제에 극도로 예민한 반응을 보이므로 생산단계에서부터 도축, 가공, 유통단계에서 소비자의 식탁에 오르기까지 식품의 안전성을 제고 할 수 있도록 질병에 대한 철저한 방역시스템 구축과 위해요소중점관리시스템(HACCP)의 조기 정착을 통해 소비자의 신뢰를 얻을 수 있도록 하는 신뢰마케팅의 전략수립이 필요하다.

⑦ 의무자조금 제도의 정착

오리고기의 소비 촉진과 연구개발을 위해 오리 업계의 자조금 사업이 활성화 되어야 한다. 축산물 소비촉진 등에 관한 법률이 이미 제정되어 법적 근거가 마련되어 있다. 이에 오리업계는 오리 자조활동 자금 조성을 위해 사육농가의 이해와 의지를 구하고, 사육농가들의 적극적 참여가 이루어지도록 해야 한다.

다. 정책적 측면

①. 축산법상의 종축 개량과 관련된 제도의 정비

오리업도 축산법 상 종축 개량 대상가축으로 지정하고

시행령 시행규칙 중 관련조항을 정비하여 검정이 이뤄지도록 하여 품질 좋은 오리새끼 생산이 이뤄지도록 하여야 한다. 또 가축전염병 예방법 상 오리에 대한 주요질병을 법정전염병으로 규정하여 관리함으로서 질병에 의한 농가 피해를 최소화하려는 제도적 정비가 이뤄져야 한다.

② 계열화사업에 대한 지원.

경쟁력 강화를 위한 정책적인 지원방안으로 가축계열화사업 대상축종에 오리업을 포함시켜 생산비를 구조적으로 낮출 수 있는 제도를 만들어야 한다. 계열업체와 농가간의 분쟁을 최소화하기 위하여 가칭 “오리산업 계열화 사업 분쟁조정 위원회”를 결성 가동시켜야 한다.

③ 오리 질병 예방 및 방역 대책 강화

가축방역을 위한 정부의 정책사업에 매년 막대한 자금이 투입되고 있음에도 오리에 대한 지원은 거의 이루어지지 않았고, 만성적인 오리질병으로 인한 오리사육농가의 생산성 저하가 계속되어 왔음에도 오리질병예방을 위한 프로그램이 마련되지 않았다. 또한 오리사육농가의 위생관리 수준이 다른 축종에 비하여 낮은 수준에 있고, 질병에 대한 전문가가 턱없이 부족한 것이 현실이다.

조류 인플루엔자뿐만 아니라 만성적인 질병 예방을 위해 과학적이고 체계적인 국가차원의 방역시스템을 구축하

고 감염여부를 빠른 시간에 진단할 수 있는 전문 실험실을 늘려야 한다. 또한 간염이나 오리 패혈증 등 만성적인 질병예방을 위한 백신개발과 함께 이를 사육현장에서도 경제적으로 이용가능 하도록 정부의 정책적 지원이 강구되어야 할 것이다. 그리고 질병 교육 등을 통하여 사육농가의 질병예방을 위한 위생관리 수준을 높여야 한다.

오리는 체질상 가끔 인플루엔자에 감염되어도 폐사하지 않지만 육계는 전멸하는 특징이 있다. 따라서 오리를 방치한 채 양계 방역만 철저히 한다하여 안전할 수 없는 것이다.

④ 종오리 PS 도입에 대한 지원

수입에 전적으로 의존하고 있는 원종(PS) 종오리 가격이 턱 없이 비싸다(수당 9,000원-12,000원). 따라서 종오리 구입자금에 대한 정책적 지원과 함께 종오리의 혈통 및 계통을 확인할 수 있는 검정사업을 시행하여야 한다.

⑤ 오리산업에 대한 연구 활성화

오리산업에 대한 기초연구가 선행되어 생산성 향상을 위한 기술개발 및 보급이 지속적으로 이뤄져야 한다.

< 참 고 문 헌 >

- [1] 김무응, “청둥오리 성공비결”, 트윈스출판, 2002
- [2] 김정주, “양계산물의 유통 및 소비구조에 관한 조사연구”, 2004(12)
- [3] ____, “계열화 체계를 통한 육계생산의 비용절감 가능성”, 1991.
- [4] ____, “육계계열화 사업 참여 농가의 수익에 영향을 주는 요인”,
한국 축산경영학회지, 1992
- [5] ____, “양계-성공적인 경영기법-”, 농민신문사, 1999
- [6] ____, “닭고기 수급과 유통구조개선에 관한 연구”, 한국식품유통학회, 2001
- [7] ____, “한국 계열화 사업의 현황과 과제”, 한국농어민신문사, 2001
- [8] ____, “육용 및 산란 종계 사육실태 및 생산성 조사”, 한국가금학회, 2003
- [9] 농수축산신문, “한국축산연감 -오리-”, 2004
- [10] 농협중앙회, “효과적인 오리 사양 및 질병 관리”, 농협안성교육원 2002
- [11] 박민수 외, “특수가축의 사육실태와 경영성과”, 농촌진흥청, 2000
- [12] 유철호 외, “양계 계열화사업의 현황과 발전방향에 관한 연구”,
한국농촌경제 연구원 연구보고 202, 1989
- [13] 이성범, “현대 가금학”, 문운당 1988
- [14] 조문규, “현대 농업기술 - 유향오리 청둥오리의 사육실제 및 판매유통”,
전국농업기술자협회, 2001
- [15] 축산기술연구소, “한국사양표준(가금)”, 2002
- [16] 한국오리협회, “월간오리마을”, 각년도, 각월호

< 부 록 >

육용오리표준계약서(안)*

계열주체인○○○(이하 “갑”이라한다)와 계열농가인○○○(이하 “을”이라 한다)간에 다음과 같이 육용오리 사육계약을 체결한다.

제 1조(목적) “갑”과 “을”은 계열화사업 동반자 입장에서 신뢰를 바탕으로 생산성 향상을 도모하여 원가를 절감시키고, 위생적인 고품질 오리고기를 생산·유통시킴으로써 계약당사자의 이익 증진은 물론 안정적인 오리 산업 발전과 국민 보건 증진에 이바지함을 목적으로 한다.

제 2 조(권리와 의무)

- ① ‘갑’은 ‘을’이 육용오리를 사육하는데 필요한 오리새끼, 사료 등 자재를 ‘을’이 지정하는 장소까지 원활하게 공급하여야 하며, 품질을 인증할 수 있는 자료를 항상 비치하고 ‘을’에게 제시할 수 있어야 한다.
- ② “갑”이 ‘을’에게 공급한 자재는 ‘갑’의 재산이므로 ‘을’은 이를 임의로 처분하거나 훼손하여서는 아니 되고 선량한 관리자로서의 주의의무를 다하여 철저히 관리

* 이 계약서(안)은 하나의 시안으로 참고 자료 이상의 구속력은 없음.

하여야 한다.

- ③ “갑”은 육용오리를 출하할 때마다 사료 등 ‘을’의 농장에 남은 자재를 전량 회수하고, 지체 없이 사육비를 정산하여야 한다.
- ④ ‘을’은 육용오리 사육에 필요한 일체의 시설과 양호한 위생 상태를 갖추고 ‘갑’으로부터 사육에 필요한 자재를 공급받아 위탁 사육자로서의 책임과 의무를 다하여야 한다.
- ⑤ ‘을’은 ‘갑’의 위탁을 받아 생산한 육용오리 전량을 ‘갑’에게 출하하여야 하며, ‘갑’은 이에 대한 사육비를 지체 없이 “을”에게 지급할 의무를 진다.
- ⑥ ‘을’은 계약기간동안 ‘갑’ 이외의 타인의 육용오리를 사육할 수 없으며, ‘갑’으로부터 공급받은 자재는 ‘갑’의 육용오리 사육 이외에 다른 목적으로 사용해서는 아니 된다.

제2조의 2(사양관리)

- ① ‘갑’은 사양 및 질병관리 전문지도 요원을 확보하고, 정기적으로 ‘을’의 농장을 방문, 새로운 정보를 제공하며 기술 및 경영관리를 지도하여야 한다. 또한 “갑”은 사양관리 및 백신프로그램을 지속적으로 개발하여 ‘을’에게 수시로 제공하여야 한다.
- ② “갑”이 “을”의 농장을 방문할 때에는 방역 상 필요한 조치를 취해야하며, 이를 어김으로서 생긴 손실에 대해서는 전적으로 “갑”이 부담하여야 한다.

- ③ ‘을’은 ‘갑’이 제공하는 사양관리기록부를 성실하게 작성하여 육용오리 출하 시마다 ‘갑’에게 제출하여야 하며, 사육중인 육용오리가 질병 등 이상 징후를 발견할 경우 지체 없이 ‘갑’에게 통보하여 필요한 조치를 취하도록 하여야 한다.
- ④ ‘갑’은 천재지변, 법정전염병, 출하일정변경 등의 긴급한 상황이 발생할 경우 신속하게 필요한 조치를 취한 후 지체 없이 ‘을’에게 통보하여 필요한 조치를 취하게 하여야 한다.

제 3조(계약기간) 계절농가로서 계약기간은 계약일로부터 1년으로 하며 “갑” 또는 “을”이 계약종료 의사를 표시하지 않을 경우 1년 단위로 자동 연장되는 것으로 본다.

제 4조(사육수수 및 회전수)

- ① 사육수수는 현재의 시설로서 1회 입식 시에 사육가능한 한 수 (수)를 기준으로 하되, 사육환경이나 계절에 따라서 “갑”과 “을”이 상호 협의하여 입추수수를 조절한다.
- ② “을”이 사육시설을 증축 또는 신축하거나, 폐쇄함으로서 사육수수를 변경하여야 하는 사유가 발생할 경우에는 “을”은 반드시 사전에 “갑”에게 이를 통보하여야 한다.
- ③ 연간 사육 회전수는 ()회전을 기준으로 하되, 국내 오리고기 수급 상황에 따라서 “갑”과 “을”이 협의하여 변경할 수 있다.

제 5조(자재의 공급과 품질)

- ① “갑”은 우수한 품질의 오리새끼를 “을”에게 공급하여야 한다.
- ② 오리새끼 운송 시 송장에는 오리새끼를 생산한 부화장, 해당 종란을 생산한 종오리장, 종오리의 사양기록부, 종오리의 역가검사 결과 등을 명시하여야 한다.
- ③ “갑”과 “을”이 협의하여 사료공급업체를 선정하고, “갑”은 양질의 사료가 공급되도록 필요한 모든 조치를 취하여야 한다.

“갑”은 사전에 사료품질 기준을 “을”에게 제시하여야 하며, “을”은 사료품질에 이상이 있다고 판단될 경우 “갑”에게 반송을 요구할 수 있다.

- ④ “갑”은 난방연료 등 재료를 별도의 기준에 의하여 현물로 공급하거나 사육비를 정산할 때, 현금으로 환산하여 지급할 수 있다. 다만 “갑”은 지급방법을 사전에 “을”에게 통보하여야 한다.

제 6조(오리새끼 입추)

- ① “을”은 육용오리 출하 후부터 계사 내외 부 보수 및 물청소와 철저한 소독을 실시하여 각종 유해세균 번식을 차단하여야 하며, 빠른 기간내에 입추준비를 완료하여 “갑”(담당지도원)에게 통보하여야 한다.
- ② 입추일은 “갑”과 “을”이 협의하여 결정하되, “을”이 제 1항의 사항을 이행하지 아니 할 때 “갑”은 “을”이 이를

시정 또는 조치할 때까지 오리새끼 입추를 유보시키고, 계획된 입추일을 변경할 수 있다.

- ③ “갑”이 공급하는 오리새끼가 “을”의 농장에 도착하였을 때 “을”은 입추수수 및 품질상태를 확인하여 인수증에 서명하고, “갑”에게 통보하여야 하며, 확인 서명후의 부족한 수수에 대해서는 “을”의 책임으로 한다.
- ④ 입추후 오리새끼 불량으로 폐사 발생이 증가하면 “을”은 이를 즉시 “갑”에게 통보하여야 하고, 폐사의 원인이 오리새끼 불량으로 인한 것으로 판정되면 죽은 오리는 입추수수에서 제외한다.

제 7조(사양 및 기록관리)

- ① 계약사육 기간중 “을”은 “갑”의 육용오리만을 사육하여야 하며, “갑”이 제공하는 사양관리 프로그램을 준수하여야 한다.
- ② “갑”은 “을”의 사양관리를 지도하고, “을”은 육용오리 사육 도중 이상이 발견될 경우 즉시 “갑”에게 통보하여야 한다.
- ③ “을”은 “갑”이 별도로 제공하는 양식에 의거 사육과정과 “갑”의 요구사항을 빠짐없이 성실하게 기록하여야 하며, “갑”은 정기 또는 수시로 “을”의 농장을 방문하여 사양관리 사항을 점검 및 확인하고, 시정 또는 개선 할 사항이 있을 때는 “을”에게 즉시 이를 요구할 수 있다.

제 8조(방역 및 위생관리)

- ① “갑”은 농가별 사육환경이나 지역특성을 고려한 효율적인 방역 프로그램을 지속적으로 개발하여 “을”에게 제시하고, “을”은 그 방역 프로그램에 따라 철저하게 관리하여야 한다.
- ② “을”의 농장입구에는 반드시 소독시설을 설치하여 철저한 소독을 실시하여야 하며, 불필요한 차량 및 외부인은 출입을 금지시키고, 불필요하게 계사내부를 개방해서는 아니 된다..
- ③ “을”이 사육하여 “갑”에게 출하한 육용오리에는 인체에 유해한 항생 및 항균물질 등의 잔류문제가 발생되지 않도록 출하예정 1주일 전부터 출하시 까지 육용오리에 약품을 급여해서는 아니 된다. 다만, 특별한 사정이 있는 경우에는 반드시 “을”은 “갑”의 감독 아래 약품을 사용하여야 한다.
- ④ “갑”과 상의 없이 “을”이 사용한 항생 및 항균잔류물질이 검출되어 문제가 발생되었을 경우 이에 대한 책임은 “을”이 진다.

제 9조(폐사 및 사고 처리)

- ① 입추일 부터 출하일 까지 발생한 인정 폐사율은 입추수수 기준 5%이내로 한다..
- ② 공공연구기관 및 행정기관에서 운영하는 공동방역 사업

단 또는 “갑”의 수의사가 인정하는 법정전염병이 발생하거나 “을”의 관리 소홀로 더 이상 사육이 곤란할 것으로 “갑”이 판단하여 폐기하는 경우 “갑”이 직접 공급한 자재대금(“갑”의 장부상 가격)은 “갑”과 “을”이 각각 1/2씩 부담하며, 그 외 사육비 등을 포함한 어떠한 비용도 “을”에게 지급하지 않는다..

- ③ 법정 전염병 발생 경보가 있음에도 “을”이 백신접종을 실시하지 않아 발생한 피해에 대해서는 전액 “을”의 부담으로 한다.
- ④ 제2항에 의한 사고가 발생한 경우 다음 입추 시기는 “갑”의 결정에 따르며, 법정 전염병이 근절될 때까지 입추시기를 지연시킬 수 있다.
- ⑤ 천재지변이 발생하였을 경우 “갑”과 “을”은 천재재변으로 인하여 손실된 사료, 오리새끼 등 “갑”이 직접 공급한 자재대금(“갑”의 장부상가격)과 “을”이 제공한 연료, 약품 및 사육비 등 “을” 합산하여 각각 1/2씩 부담한다.

제 10조(육용오리 출하)

- ① 출하 예정일은 “갑”과 “을”이 합의하여 잠정 결정하고, 최종 출하일은 “갑”이 결정하여 “을”에게 통보한다. 다만, 육용오리의 성장속도 및 “갑” 또는 “을”의 부득이한 사정에 따라서는 “갑”과 “을”이 상호 협의하여 조정할 수 있다.

- ② 출하중량은 평균체중 3.20kg으로 하되, “갑”의 필요에 따라서는 출하 평균체중을 증감 조정할 수 있으며, 생체중 100g 증감에 대하여 100원을 증감한다. 천재지변이나 질병으로 인한 사고 우려시에는 “갑”의 판단 하에 출하체중 범위에 관계없이 출하 할 수 있다.
- ③ “을”은 수시로 중량을 측정하여 “갑”에게 통보하여야 하고, 출하시 중량측정은 “을”의 책임 하에 시행하여야 하며, 출하 평균중량이 $\pm 50g$ 이상 오차가 발생할 때에는 “갑”은 출하작업을 중단시킬 수 있다. 이 경우 출하차량 회차시 “갑”은 “을”에게 회차 비용 보상을 요구할 수 있으며, “을”이 임의로 출하를 강행할 시에는 사료요구율과 육성율에 대한 보상 및 생산지수에 대한 성과급을 지급하지 아니한다.
- ④ “을”은 사료낭비를 막고, 도압시 발생하는 폐기물 발생량을 줄이며, 도계 과정 중 유해성 세균 오염방지를 위하여 출하차량에 육용오리를 상차를 시작 3시간 전에는 사료 급이를 중단하여야 한다.

제 11조(상차 및 운송)

- ① 육용오리 출하시 운송은 “갑”의 책임으로 하며, “을”은 사육농장 까지 차량 진입에 지장이 없도록 도로를 정비하여야 한다. 도로정비 불량으로 인하여 발생하는 손해는 “을”의 부담으로 한다.

- ② 육용오리 상차는 “을”의 책임으로 하고, 출하시 “을”은 농장에서 빠른 시간 내에 상차가 완료될 수 있도록 필요 인원을 충분히 확보하여야 한다. 또한, “을”은 상차시 필요한 모든 장비를 구비하여야 하며, “갑”은 별도의 기준에 의하여 상차보조비를 지급하고 그 외 비용은 “을”의 부담으로 한다.
- ③ “을”은 죽거나 병든 오리 및 규격 미달 오리를 상차해서는 아니 된다. 다만, 출하시 농장에서 죽은 오리는 인정하지 않으며 중량이 미달된 오리는 마지막 차량에 상차한다. 또한 취약하거나 병든 오리를 상차하여 도압 이전에 폐사할 경우 이에 대한 사육비는 지급하지 아니할 수 있다.
- ④ “을”의 사육 불량으로 이상이 있는 군을 출하시켜 도압 후 오리고기에 흉부 수종이 있거나 심한 도체손상 등으로 상품가치가 없어 판매가 불가능한 경우에는 “갑”은 “을”에게 이 사실을 통보하고, 발생된 수수에 출하시의 평균체중을 적용한 금액을 사육비에서 공제할 수 있다.

제 12조(출하중량 계근 및 출하수수)

- ① 출하시 계근은 “갑”의 계근 시설을 이용함을 원칙으로 하되, “을”의 요구에 의하여 농장 인근에 있는 공인계량 시설을 이용할 수 있으며 이 경우 계근 비용은 “을”이 부담한다.
- ② “을”의 요구에 의하여 공인계량시설을 이용할 경우에는

“갑”의 계근시설에서도 중량을 측정하여 “갑”과 “을”이 측정한 중량의 평균치를 출하중량으로 결정할 수 있으며 오차가 클 경우에는 “갑”과 “을”이 상호 협의하여 이를 조정할 수 있다.

- ③ 출하수수는 도압 시 검수된 수수를 기준으로 하되 농장에서 상차시 확인된 수수 와 비교하여 큰 차이가 발생할 경우에는 “갑”과 “을”이 상호 협의하여 조정한다.

제13조(기준육성율)

- ① 육성율은 출하수수 ÷ 입추수수x100으로 계산하며, 기준육성율은 ()%로 한다.
- ② 육성율이 ()% 이상일 경우 “갑”은 ‘을’에게 별도의 성과급을 지급한다.
- ③ 육성율이 ()% 미만일 경우 ‘을’은 미달수수에 대하여 출하당일 육용오리가격으로 계산한 변상금을 사육비 지급시 차감하고 정산한다. 다만, 질병이나 사고 등으로 ‘갑’이 인정하는 경우에는 오리새끼 수당기준가격을 적용한다
- ④ 육성율에 대한 성과급 계산시 오리새끼 수당 기준가격은 별도로 정한 금액으로 하며 오리새끼 구매가격 변동시 “갑”은 기준가격을 조정할 수 있다. 이 경우 “갑”은 반드시 “을”에게 그 사유를 통보한 후 시행하여야 한다.

제 14조(기준 사료요구율)

- ① 사료요구율은 생체중 1kg 증체에 소요되는 사료섭취량 비율로 계산하며, 소수점 이하 3자리까지 계산한다.
- ② 기준 사료요구율의 산정과 사료요구율에 대한 성과급은 별도의 기준에 따라 계산하여 사육비 지급시 정산한다.
- ③ 사료요구율에 대한 성과급 계산시 기준 사료가격은 별도로 정한 금액으로 하며 원료사료 가격변동이 있을 경우 “갑”은 기준 사료가격을 조정할 수 있다. 이 경우 “갑”은 반드시 그 사유를 “을”에게 통보한 후 시행하여야 한다.

제 15조(사육비 지급)

- ① “갑”은 최종 출하일로부터 15 영업일이내에 사육비를 정산하여 “을”의 계좌로 입금하여야 한다. 단, 정당한 사유가 없이 사육비를 15 영업일 이내에 지급하지 않을 경우 “갑”은 지연된 일수에 대하여 연 10%의 이자를 적용하여 추가 지급한다.
- ② “을”은 “갑”이 별도로 제공하는 사양기록일지 등을 작성하여 출하 후 5일 이내에 반드시 “갑”에게 제출하여야 하며, 이를 성실하게 작성하지 않았거나 제출하지 아니하였을 경우에는 작성 제출시까지 사육비 정산 및 지급을 보류할 수 있다.
- ③ 6조4항의 피해로 인해 죽은 오리에 대해서는 “갑”은 “을”의 1년간 평균 성적을 기준으로 사육비를 지급한다.

제 16조(원자재의 임의 처분금지)

- ① “갑”이 “을”에게 공급한 사료, 오리새끼, 연료 등 생산자재와 이를 사용하여 “을”이 사육한 육용오리를 타 목적으로 사용하거나 판매할 수 없다.
- ② “을”이 제 1항을 위반하였을 경우 “을”은 민사 및 형사상의 책임을 지며, 이와 관련한 “갑”의 손실에 대하여 “을”은 사고발생 확인일 기준 육용오리가격의 2배를 “갑”에게 배상하여야 한다.

제17조(기한이익 상실)

- ① 다음 각 호에 해당하는 사유가 발생한 경우 계약기간중이라도 ‘을’은 기한의 이익을 상실하고 ‘갑’에 대한 채무잔액을 일시에 현금으로 상환하여야 한다.
 1. ‘을’이 본 계약서상의 각 조항을 고의로 위반하였을 경우
 2. ‘을’이 압류, 가압류, 가처분, 경매, 강제집행, 체납처분 등의 처분을 받았을 경우.
- ② 이 때 ‘갑’은 ‘을’의 동의 없이 ‘을’의 농장에 진입하여 계사시설물을 이용, 출하작업을 할 수 있는 권리를 가지며 ‘을’은 ‘갑’의 정당한 권리행사에 이의를 제기할 수 없다.

제 18조(계약 위반에 대한 조치)

- ① “을”이 “갑”과 사전 협의 없이 다른 오리새끼를 임의로 입추 하거나 “갑”의 오리새끼 입추를 정당한 사유 없이 거부하는 경우에 이 계약은 자동 해지되고, “을”은 1회

전 입추계약수수에 해당하는 오리새끼 대금의 1.5배를 “갑”에게 배상하여야 한다.

- ② “갑”의 사정으로 제4조 3항을 위반하였을 경우 “갑”은 “을”에게 1회전 해당 사육비를 지급하여야 한다.

제 19조(담보) ① “갑”과 “을”은 계약에 상응하는 담보를 제공하여야 한다. 담보물이 부족할 경우에는 연대보증인 입보나 은행의 지급보증, 보증보험사의 보증, 또는 농림수산업자 신용보증기금, 신용보증사의 보증 등으로 대신할 수 있으며 연대보증인의 자격은 “갑”이 정한 기준에 따른다.

- ② “갑”이 부도 등의 이유로 사료공급 등이 중단되고, “을”이 사육비를 지급받기 어렵다고 판단될 경우 이 계약의 모든 규정에 불구하고 “을”은 사육중인 육용오리 중 사육비에 해당하는 만큼의 육용오리를 임의로 처분할 수 있는 권한을 갖는다.

- ③ “을” 또는 연대보증인의 신용악화, 담보가치 감소 등의 사유로 채권보전상 필요하다고 인정될 경우에 “을”은 “갑”의 청구에 의하여 즉시 “갑”이 인정하는 담보를 제공하거나 연대 보증인을 추가 또는 교체하는 등 필요한 조치를 하여야 한다.

제 20조(비용의 부담) 다음 각 호의 비용은 “을”의 부담으로 한다.

- 1. “을”과 “을”의 연대보증인 또는 물상보증인에 대한 “갑”

- 의 채권, 담보권 등의 권리 행사 보전에 관한 비용
- 2. 담보목적물의 조사, 추심, 처분에 관한 비용
- 3. 담보권의 설정, 변경, 말소의 등기등록에 관한 비용
- 4. 채무이행 지체에 따른 독촉 및 통지 비용

제 21조(계약의 해지)

- ① 다음 각 호에 해당하는 경우 “갑”은 “을”에 대하여 최고의 절차 없이 이 계약을 해지할 수 있으며, 동시에 채무 변제를 위한 법적 조치를 할 수 있다.
 - 1. “을”의 사양관리 부실 또는 태만으로 인하여 2회 이상 연속하여 사유성적이 극히 불량한 경우
 - 2. “을”이 본 계약 이행 사항을 위반하였을 경우
- ② “갑”과 “을”은 상호 합의하에 이 계약을 해지할 수 있으며, “을”의 원인에 의하여 해지된 경우에는 계열농가로서 향후 재계약은 불가능하다.
- ③ “을”은 “갑”이 공급하는 오리새끼 및 사료의 불량으로 인하여 계약 이행이 어렵다고 판단 될 경우 “을”은 “갑”에게 해약을 통보할 수 있다.

제 22조(관할법원) “갑”과 “을” 사이에 발생하는 소송사건의 관할법원은 “을”의 주소지 관할법원으로 한다.

제 23조(조문의 해석) 이 계약에 명시되지 않은 사항이나 문구의 해석이 모호한 경우에 대해서는 “갑”과 “을”이 상호 합의하여 처리하되 관계법령 및 상관례에 준한다.

제24조(오리고기 등급제) 본 계약에 불구하고 오리고기 품질등급제가 시행되면 동 규정에 따라 별도의 기준을 정하고 이에 따른다.

제 25조 (기타)

이 계약 체결을 증명하기 위하여 이 증서 2통을 작성하여 “갑”과 “을”이 기명날인 하고 각각 1부씩 보관 한다

200 년 월 일

“갑”(계열주체) 주 소 :

상 호 :

대표자 성명 : (인)

“을”(계열농가) 주 소 :

주민등록번호 :

성 명 : (인감)

아래 본인은 이 계약의 내용을 숙지하였으며 이 계약에 의하여 “을”에게 공급된 “갑”의 재산을 “을”이 임의로 처분하거나, 정산 미수금이 발생되었을 경우 등에 따른 “갑”의 손해 발생액 전액에 대하여 “을”과 연대하여 배상할 것을 보증합니다.

연대보증인 주 소 :

주민등록번호 :

성 명 : (인감)

주 의

1. 이 보고서는 농림부에서 시행한 농림기술개발사업의 보고서입니다.
2. 이 보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 농림부에서 시행한 농림 기술개발 사업의 연구결과임을 밝혀야 합니다.
3. 국가과학기술 기밀유지에 필요한 내용은 대외적으로 발표 또는 공개 하여서는 아니됩니다.