

유제품의 위생관리와 소비자 보호

대한주부클럽연합회
會長 金 天 柱

우유는 각종 영양소를 고루 갖춘 영양가 높은 식품으로서 우리들의 식생활에 중요한 비중을 차지하고 있으며, 양질의 단백질과 칼슘 리보플라빈등 좋은 급원식품으로 성장기의 어린이에게 특히 권장되는 영양학적으로 완전 식품에 이른다고 한다. 또한 우유는 유제품 등의 다른 가공식품의 원료로도 중요한 역할을 하고 있다. 우유를 원료로한 유제품으로는 버터, 치즈, 아이스크림, 연유, 분유, 유산균발효유, 유산균음료등 다양한 제품으로 소비자들의 수요를 충족시키고 있다. 그러나 이러한 다양한 유제품의 소비에도 원유의 생산량은 초과되어 우유 과잉공급현상으로 각 업체들은 우유소비를 위해 과다한 경쟁까지 치르고 있다. 좋은 영양공급원인 우유가 많이 소비되는 것은 국민 건강을 위해서도 바람직한 일이며, 우유소비 확대를 위한 다각적인 방안이 강구되어야 할 것이다. 본회에 설치되어 있는 소비자고발센터에는 많은 소비자들의 고발과 상담 및 문의가 들어오고 있다.

본회에 접수된 고발내용을 통하여 우유 및 유제품의 위생관리의 문제점 및 소비자의 다변화된 의식구조 욕구 및 소비자보호방안을 생각해 볼 수 있을 것이다. 유형을 분류해 보면 다음과 같다.

첫째로 제조일자에 관한 문제이다.

배달우유에 있어 제조일자가 지난 우유가 배

달되어 오거나, 혹은 미리 찍혀 나오는 경우도 있어 소비자들의 고발이 많아지고 있다. 소비자는 당일 제조된 신선한 우유를 공급받기를 원하며, 제조일이 2~3일 정도 지난 우유나 심지어는 변질된 우유도 배달되어 오는 것은 신뢰성을 약화시킨다. 영업소에서는 물량이 많이 들어오면 다 소비하기 위해서 어쩔수 없다는식의 무책임한 태도는 지양되어야 한다.

둘째로, 소비자가 각 유통점에서 제품구입시 유통기간이 지나거나, 혹은 유효기간 이내의 제품이라도 보관상태가 불량하여 변질된 제품을 먹게 되는 경우이다. 우유나 유제품의 경우 부패성이 강하므로 유효기간 및 보관상태가 철저히 지켜지지 않으면 제품의 품질을 보존시키기 어렵다. 유제품 중에서도 우유와 발효유등의 액상제품은 반드시 냉장보관해야 하는데, 우유는 0℃~5℃에서 4일간 유효기간으로 되어 있고, 유산균음료는 7일 유효기간으로 되어 있다. 유산균수는 대체로 보존온도가 높으면 유산균수가 줄어들게 되므로 냉장보관은 필수적이다.

그러나 각 판매점 특히 소규모판매상 등에서는 냉장시설이 제대로 갖추어 지지 않은 상태에서, 직사광선에 노출시키거나, 제품 판매가 원활히 되지 않은 상태에서 그대로 판매하는 경우가 있고, 설사 냉장고가 설치되어 있어도, 제품의 물량이 많아 다 보관할 수 없거나, 전기료 때문

에 냉장고를 가동시키지 않아 그대로 판매하게 되는 경우도 있어, 변질된 제품을 먹은 경우에 배탈, 설사, 식중독등 인체에 피해를 주게 된다.

아무리 제조업체에서 신선하고 질 좋은 제품이 만들어졌다고 하더라도 유통과정에서 잘못 보관이 되면 품질의 원형을 보존할 수 없다. 유통과정은 우유의 품질을 유지시키는 마지막 단계에서 마무리를 잘하지 않으면 그 전까지의 모든 수고가 헛되게 되므로 각 유통종사자들은 유통의 중요성을 새삼 인식하여 철저한 콜드체인화가 이루어지도록 해야 할 것이며, 국민건강의 일익을 담당한다는 자부심과 긍지를 가져 소비자를 보호하는 차원에서 판매가 이루어져야 한다.

세째로, 우유의 이물질 혼입이다

우유에 검은 이물질(활성탄), 분유속에 실물치가 들어있거나, 아이스크림, 마아가린등에도 벌레, 지푸라기등 제품이외의 다른 물질이 들어있어 소비자들을 놀라고 당황하게 한다. 식품에 있어 이물질은 위생과 직결되는 것이므로 제조과정 원료배합시에 행여라도 이물질이 들어가지 않도록 만전을 기해야 한다. 사람이 하는 일이라..... 대량생산을 하다보니 혹시 그중에 하면서 그냥 지나쳐 버리면, 소비자는 제품 하나 구입시 그제품이 전부가 되므로 100%의 불신을 갖게 되는 것이다. 식품인 이상 이물질은 최대의 금물이다. 이런 경우도 있다. 한 어머니가 아이가 목이 마르다고 하여 커피우유를 사주었는데 스트로우로 빨아마시는데 이상한 것이 빨려들어와 자세히 보니 구더기가 서너마리 올라오고 있었다고 한다. 소비자는 너무 놀라 먹던 우유를 가지고 본회를 방문했었다. 우유는 제조일이 86년 8월 21일이고 당일 구입하여 먹은 것이었다. 당일 제품의 우유인 점을 감안하여 여러방면으로 검토한 결과 우유의 스트로우를 검사하여 보니, 스트로우에 유충이 붙어 있음을 발견, 소비자가 우유 흡입시 빨려들어온 것으로 판명되었다. 우유에 이상이 없었음은 무척 다행한 일이었으나, 우유를 먹을시 필수적으로

스트로우를 사용하는 것이니 스트로우 위생에도 철저히 주의를 기울여야 할 것이다.

네째로, 유제품의 표기상의 문제이다.

제조일자나 유효기간의 표시가 지워지거나 흐려져 알아볼 수가 없다거나 표시가 전혀없어 제품을 안심하고 먹을 수 없다는 문의가 많이 들어오고 있다.

소비자의 기본적인 7대권리에는 알권리와 선택할 권리가 있다. 소비자들의 의식은 다양해지고 높아지고 있다. 아무것도 모르는 상태에서, 메이커에서 해주는 광고에만 의존하지는 않는다. 제조일자, 유효기간 뿐만이 아니라, 주요 성분은 무엇이며, 어떤 첨가물이 얼마나 들어있는지를 알아, 다양한 제품중에서 선택해서 먹기를 원한다. 제조일자 표시사항은 잉크로 사용해서 찍은것은 지워지거나 뭉켜지기 쉬워 식별하기 어려우며, 각인을 사용하여도 잘 찍히지 않아 보이지 않는 것이 많고, 혹은 팩의 바탕색과 동일하여 확인하기 곤란한 것등도 많다. 또한 가공유(딸기, 초코렛우유등)에 들어있는 유화안정제가 궁금하며, 유산균음료나 발효유에 있어서는 첨가물이 과연 무엇일까 의구심이 생기는데다가 실제로 맛이 무엇인가 이상하여 인공색소나 감미료의 첨가여부나 함유정도에 대하여 의심을 갖게된다.

86년도에 소비자들을 대상으로 식품의 표시사항에 대해 실시한 설문조사중 제품구입시 각종 표시사항을 보고서 구입하느냐는 질문에 응답자중 86.4%가 본다고 하여 식품표시 사항에 대한 소비자들의 관심도가 높은 것으로 나타났다. 이외에 제품의 품질개선을 위하여 바라는 점에 대하여는 유통과정이 위생적이었으면, 첨가물을 적게 사용했으면 인공적인 맛보다는 천연적인 맛을 느끼게 해주었으면 하고 바라는 것으로 집계되었다.

다섯째로, 수입유제품에 대한 문제제기이다.

일부에서는 아직도 외제선호사상에 젖어 식품도 수입식품만을 찾는 소비자가 있다. 그러나 수입식품의 경우, 유통기간 유통보관 및 유통경

로를 알 수 없고, 진위여부조차 확실히 알 수가 없다.

소비자들이 납대문이나 동네 수입상가등에서 구입을 했는데, 맛이 진짜가 아닌것 같다고 문의한다. 지난 86년11월 소비자가 납대문 수입상가에서 4천원을 주고 탈지분유를 구입했는데, 우유맛이 나지않고 생각해 보니 가격도 너무 싼것 같아 가짜인것 같다며 문의를 해왔다. 전문실험실에 의뢰·성분검사를 한 결과, 정상적인 탈지분유와는 품질이 훨씬 못미치는 가짜였다. 이 결과에 따르면 고발된 수입분유의 경우 수분함량이 6.7%로 정상탈지분유 4.2%에 비해 60%가 많았으며, 탄수화물은 70.85%로 35%가, 지방은 15.4%로 정상품에 비해 무려 15배나 많은 것으로 나타났고, 반면 단백질 회분등의 함량은 오히려 크게 떨어져 정상탈지분유의 5분의1수준에도 못미치는 것으로 나타나 정상수입품이 아니고 모조분유가 위장된 것으로 나타났다. 외제식품의 경우 진위여부를 알 수 없는 경우가 많음에 유의하여야 한다. 외제식품은 더욱더 안심하고 먹을 수 없다는 소비자들의 입장이었다. 이 이외에도 소비자들의 관심은 대단히 크다. 86년10월 500ml 우유의 소비자가격이 인상되었을 때, 우유가격의 인상여부를 확인하는 문의가 줄을 이었으며, 슈퍼마다 가격이 다른 것은 비교하여 싼곳에서 제품을 구입하며, 우유의 실량이 정확한지 짚고 넘어간다.

이와같이 소비자들은 점점 더 현명해지고 있으며, 또한 이 현명한 소비자들이 올바른 정보제공을 하고, 기업이 스스로 정보를 받아들이고 활용하여 더 품질좋은 제품을 생산하여 소비자의 욕구를 충족시킴으로 소비자는 물론 기업과 국가발전의 원동력이 되는 것이다. 소비자의 불만을 없애기 위해 보다 더 철저한 위생관리로 제품을 생산해 낼 때 우유의 보급은 점점 더 확대되어질 수 있을 것이다.

우유 및 유제품의 발전을 위하여 제조업체, 정부, 소비자 공히 노력을 해야 할 것이다.

즉 생산업체는 제품의 내용물에 대한 표시를

충실히 게재해 소비자들이 상품을 선택함에 있어 충분한 정보를 제공받도록 해야하며, 제품의 특성에 맞는 유통체제를 갖추어 반드시 제품의 신선도를 유지하도록 해야 한다. 또한 과대·과장표시 및 광고를 지양하고 품질향상에 주력해야 할것이다. 또한 주무당국에서는 규격기준을 강화하여 제품의 질을 향상시키고 동시에 인체에 무해하다고 하여 사용량을 정하지 않은 첨가물에 대해서도 지나친 사용을 방지할 수 있도록 함량규제가 필요하다고 보여진다.

또한 표시사항이 제대로 지켜질 수 있도록 이에 대한 감시 관리를 보다 철저히 함이 요구된다. 또한 소비자는 제품구입시 반드시 냉장보관된 제품을 구입하고 제조일자 및 각종표시사항을 보는 것을 생활화하고 사용중에는 겉포장을 청결히 하여 보관하도록 한다.

끝으로, 유제품의 보급을 확대시키고 품질을 개선하고자 유제품에 대한 다음과 같은 건의사항을 제안하는 바이다.

- 유제품에 관한 종합규격기준을 정립시킬것 - 유제품(시유, 발효유, 가공유)의 유지방, 단백질등의 성분과 함량표시 및 유제품은 유지방이 종합적으로 몇% 이상 함유되어야 함을 의무화시킬 것.
- 우유의 위생처리를 철저히 감독하여 질을 향상시키는 한편, 유제품 원료 수입 규제에 기여토록 할 것.
- 아이스크림 종류의 우유 함량표시를 정확히 할 것.
- 학교, 유치원 급식을 확장시킬 것
- 제조년월이 눈에 잘 띄일수 있도록 표기할 것.
- 우유광고는 공익광고로 하여 전체수준을 올리도록 할 것.
- 유가공협회와 제과·제빵업계와의 협의기구를 구성하여 유제품 수요를 활성화시키는 한편 해외덤핑과 제과업체의 수입품 사용을 방지하도록 할 것
- 저가격 해외덤핑하는 제품을 벽지 어린이에게 무상보급하는 방안도 강구하도록 하자.