

# 선진낙농국의 牛乳消費實態

## 머리말

소위 선진국이라 일컬어지는 나라들은 호주와 뉴질랜드를 제외하고는 모두 북반구에, 그리고 이들나라의 대부분이 한대 또는 온대기후지역에 위치하고 있다. 이러한 지정학적 조건외에 선진국은 우유의 생산과 소비량이 후진국에 비해 많다는 특징을 가지고 있다. 우유를 소비하는 방법과 양은 그나라 문화의 뿌리가 농경문화 또는 목축문화인가에 따라서, 그리고 동서양이냐에 따라, 또한 최근에 와서는 경제여건에 따라 크게 영향을 받는다.

선진국의 우유소비실태를 알아보기에 앞서 우리나라의 우유소비는 어떠한 수준에 와 있는가를 살펴보기로 한다. 우리나라의 일인당 우유소비량은 1962년 0.1kg에서 1970년 1.6kg, 1980년 10.8kg, 1990년 42.8kg으로 매우 빠른 증가를 하고있다. 이와 같은 우리나라의 우유소비량증가는 보존성이 짧은 우유를 가공할 수 있는 기반의 형성이 큰 역할을 했으며, 무엇보다도 국민소득의 증가가 큰 영향을 주었다. 우리나라 우유소비의 형태는 음용유인 시유가 주종을 이뤄 1981년

부터 90년까지 전체 우유소비중에서 차지하는 비중이 72%였다. 반면에 우유를 가공한 다른 유제품의 소비량은 매우 적다. 이와같이 시유중심의 소비형태를 이루게 된 것은 국민의 식생활 관습이 우유를 단지 간식 또는 음료로서 인식하고 있는데다, 유제품의 종류가 다양하지 않기 때문이다.

따라서 앞으로 우리나라의 우유소비량이 더욱 증대되기 위해서는 시유중심에서 점차 유가공제품중심으로 소비패턴이 바뀌어져야한다. 그러나 국민의 식생활 변화는 단기간에 이루어지지 않기 때문에 장기적인 안목에서 계획을 세우며 제품 개발을 해야한다. 이러한 변화가 이루어지기 위해서 선진국의 우유소비실태를 참고삼아 우선 유가공업체는 다양한 유제품을 소비자에게 공급하여야하며, 우리나라에게는 생소한 유제품의 소비하는 방법을 적극 홍보하여야 한다.

## 선진국의 유제품 소비행태

선진국의 우유소비량이 많은 것은 우리와 식생활관습이 달라 주로 주식 또는 부식으로 소비하고 있기 때문이다. 우유



白宗熙

- 한국농촌경제연구원 부연구위원, 농업경제학박사.
- 경기도 송탄 출생/고대농업경제학과와 동대학원졸업(학사, 석사)/독일 괴팅겐대학졸업(박사)/한국농촌경제연구원 근무
- “우유산업의 현황과 구조분석” “낙농경영의 경쟁력 제고방안” “축산물가공업과 농업과의 연계방안” “축산물가공업의 파급효과에 관한 연구” “농수산물 가공산업육성방안” 등 논문 및 저서 다수.

의 일인당소비량은 우유를 저렴하게 생산하는 뉴질랜드가 784kg으로 세계에서 가장 많고, 그 다음으로 치즈의 소비량이 많은 프랑스, 그리고 날씨가 추운 유럽국가인 덴마크, 네덜란드, 핀란드등을 들 수 있다.

선진국의 사람들은 식습관상 아침에 우유와 빵을 주식으로 하고 있다. 빵을 먹을때 빵에 버터를 바르고 그 가운데 연성치즈 또는 경성치즈를 넣

어 먹는다. 물론 기호에 따라 각종 잼이나 햄종류도 같이 나오나 치즈류는 빠지지 않는 음식이다. 치즈는 연성치즈의 경우 나이프로 쉽게 잘라 빵에 바를 수 있으나, 경성치즈는 대개 슈퍼에서 일정량을 사서 그곳에서 빵에 넣기 알맞는 정도로 잘라 달라고 하거나 또는 집에서 간단한 치즈 자르는 도구나 나이프를 이용하여 자른다음 빵에 넣어 먹는다. 경성치즈의 경우 우리나라에서

판매하는 슬라이스 체다와 같은 형태로 포장된 것도 물론 있으나, 주로 치즈덩어리째 되어있어 필요한 만큼 저울에 달아 판매되는 것이 보통이다. 빵을 먹을 때는 음료로서 커피 또는 홍차를 마시면서 기호에 따라 우유도 함께 마신다. 빵이 아닌 방법으로 아침식사를 할 때는 우유를 대접에 부은후 그위에 여러가지 곡물을 말린 뮌슬리(Musli) 또는 콘 플레이크(Corn Flake)따위를 넣어서 먹기도 한다.

서양인은 점심을 정식으로 하는 나라가 많기 때문에 점심식사를 대부분 따뜻한 정찬으로 먹는다. 그러나 산업사회화로 인해 경우에 따라서는 저녁을 정찬으로 먹기도 한다. 이 때는 고기가 주식이며 이에 쓰이는 소스를 만들때에는 소스원료로 이용되는 우유가공품(Sahne,Creme Fraiche등)을 대량 사용한다. 대부분의 수프를 만들 때 역시 우유를 이용한다. 그리고 후식으로 먹는 여러가지 기호음식품, 푸딩, 아이스크림, 제과류등도 다량의 우유와 우유가공품을 이용하여 만든다.

저녁에는 아침식사에 비해 충분한 시간을 갖고 식사를 할 수 있으므로 빵에 여러가지 치즈나 햄을 넣어서 먹는다. 저녁에 손님을 초대할 때는 따뜻한 음식으로 대접하기도 하나, 경우에 따라서는 여러가

### 세계의 우유소비량, 1990

단위 : kg

구분	우유	※유				
		시유	버터	치즈	탈지분유	
한 국	42.8	31.5	0.2	0.2	0.4	
캐 나 다	327.7	107.4	3.2	9.7	2.1	
멕시코	141.2	47.5	0.4	4.4	2.7	
미 국	297.0	103.6	2.0	11.3	1.2	
아 르 젠 티 나	177.7	54.5	1.0	8.2	0.5	
브 라 질	91.3	55.9	0.5	1.4	0.5	
베 네 수 엘 라	67.9	11.7	0.2	4.3	0.3	
벨 기	447.4	56.8	7.1	12.0	5.1	
덴 마 크	581.4	121.8	9.7	14.4	2.9	
프 랑 스	616.1	79.0	7.9	22.6	5.8	
독 일 ( 서 독 )	399.6	70.8	7.1	10.7	1.4	
그 리 스	377.1	84.3	1.1	22.9	1.0	
에 이 레	421.8	171.4	4.6	6.0	4.6	
이 탈 리 아	342.6	72.8	1.8	16.8	2.9	
네 덜 란 드	510.6	137.9	4.0	14.7	12.4	
포 르 투 갈	184.6	80.2	1.1	5.4	1.2	
스 페 인	178.6	108.5	0.6	4.1	0.7	
영 국	324.0	121.2	3.5	8.4	1.2	
오 스트 리 아	381.9	133.0	5.1	8.5	1.3	
핀 란 드	515.4	152.3	7.0	11.5	3.6	
스 웨 덴	491.9	144.1	5.5	14.8	2.8	
스 위 스	485.1	106.1	6.1	14.5	4.2	
유 고 슬 라 비 아	127.7	82.5	0.5	2.3	0.5	
소 련	317.7	75.9	7.1	3.2	1.0	
인 도	62.6	31.2	1.1	0.0	0.1	
일 본	99.8	40.4	0.7	1.1	2.2	
호 주	330.4	103.0	3.2	8.7	3.5	
뉴 질 랜드	783.9	139.6	15.8	9.1	8.8	

※버터, 치즈, 탈지분유를 원유로 환산한 다음 시유를 합한 수치임

자료 : USDA, Wotid Dairy Stuation, 1990.12

지 치즈나 햄을 준비하여 빵에 넣어 먹도록 하기도 한다. 유럽 여러나라에는 오후 4시경 차나 커피를 마시는 관습이 있다. 이때 음료와 함께 간식으로 여러가지 음식을 먹기도 하는데 그중 대표적인 것이 한조각의 케익이다. 이 케익에는 종류가 무수히 많은데 이를 제과점에서 사오기도하나 주로 집에서 우유, 계란, 설탕 그리고 밀가루를 이용하여 만든것이 많다. 물론 예외가 있기는 하지만 유럽인들은 제과점에서 구입하는 것보다 가정에서 주부가 정성들여 만든 케익을 더욱 훌륭한 것으로 여긴다.

한편 기호품인 커피에는 연유를 넣어 마시는 것이 일반적이다. 우리나라에서 연유대용품으로 쓰이는 커피프림은 우유성분이 전혀 들어있지 않은, 일종의 연유를 모조한 식물성 제품이다. 이 두가지 제품을 커피에 넣어 마실때 맛의 차이가 있음은 물론이다. 그런데 이와같은 모조 유제품 중에서 가장 대표적인 것은 마아가린이다. 버터에 다량의 콜레스테롤이 들어있는가 여부에 관한 파동이 있었는데, 결국 이것이 마아가린 생산업자의 과대광고로 인한 것이었음이 판정된 후 마아가린의 소비보다는 각국에서 버터소비량이 크게 증가했다. 이는 당연한 귀결이다. 마아가린이란 나폴레옹 시대에 프랑스에서 귀족

들만이 버터를 소비하는데 비해 이와 유사한 제품을 값싸게 생산하며 국민들에게 널리 보급하기 위한 버터 대용품로서 생산된 것이다. 마아가린의 제조과정을 아는 사람은 이것을 먹지 않는다. 왜냐하면 마아가린 제조에는 열대산 식물성 원료가 들어가 본래 거무티티한 빛깔의 제품이 만들어지는데, 여기에 버터와 같은 색상을 내기위해 인체에 해로운 탈색제를 사용하기 때문이다.

#### 선진각국의 대표적인유제품

치즈는 서양인에게 우리나라 사람의 김치에 해당된다. 우리나라 사람은 매일 김치를 먹는다. 김치는 낱새때문에 이에 익숙해지지 않은 외국사람은 쉽게 먹을 수 없으나 김치에 익숙한 사람은 김치 없는 식사를 하기 어렵다. 이와 마찬가지로 약간 낱새나는 치즈 맛에 익숙한 사람은 이러한 치즈를 먹지 않으면 식사하는데 어려움을 겪는다. 따라서 서양사람들은 여행할 때 치즈를 종종 준비해 간다. 치즈는 크게 연성치즈와 경성치즈로 나눌 수 있는데, 여러가지의 종류의 치즈중 유명한 것들은 체다, 에멘탈, 가우다, 털지터(Tilsiter), 카뎀베르, 로크훤르 등이 있다. 프랑스의 로크훤르는 푸르스름한 곰팡이무늬가 되는 부드러운 치즈인데 그와 유사한 제품을 영국에서

는 스틸톤(Stilton)이라하며, 이탈리아에서는 고르공졸라(Gorgonzola), 덴마크에서는 블루 카스텔로(Blue Castello)라 한다. 이러한 치즈에 호두 또는 여러가지 약초등을 넣어 만든 다양한 치즈종류는 우리나라의 김치종류가 다양한 것과 마찬가지로이다.

치즈는 각 나라에 따라 특이하다. 우리나라의 김치를 외국에서 생산할 때 그 나라의 기후와 조미료 등 여러가지 여건으로 한국에서 생산한 김치와는 약간 다른 맛을 내는 김치가 되듯이 치즈 역시 나라에 따라 독특한 맛을 낸다. 예로써 스위스의 에멘탈치즈는 세계 여러나라에서 스위스 기술자를 데려다 같은 방법으로 만들려 했으나 스위스에서 생산한 것과 같은 제품을 만들 수 없었다. 때문에 판매시에는 원산지를 꼭 밝히거나 모조된 에멘탈치즈라 명명하여 시판하고 있다. 스위스산 에멘탈치즈와 다른나라산 에멘탈치즈의 값은 2배이상의 차이가 난다. 네덜란드의 대표적인 치즈인 가우다(Gouda)는 숙성기간에 따라 3등급으로 판매되고 있는데 숙성을 오래한 것일수록 값이 비싸다. 오래 숙성한 가우다치즈는 약 2년 정도 맛을 익힌 것이다. 같은 가우다치즈라도 숙성의 정도에 따라 맛, 빛깔, 가격이 현격하게 다른 것이다.

그러면 여기서 서구의 여러 나라에서 우유를 먹는 독특한 방법과 대표적인 유제품을 일별해 보기로 하자.

앞에서 소개한 아침, 점심, 저녁식사에서 일반적 유제품 소비형태는 각 나라마다 대동소이하나, 나라별로 특징적인 사항들을 살펴보면 다음과 같다.

이탈리아와 그 인접국가에서는 스파게티(Spaghetti)를 먹을 때는 소스위에 파르메상(Parmesan)치즈를 갈아 넣는다. 또한 피자도 점심을 대신할 때도 흔히 있는데 이때 피자에는 모짜렐라(Mozzarella)치즈가 꼭 들어간다.

프랑스에서는 풀코스의 정찬에 여러가지 음식이 나오는데 그중 한번은 꼭 치즈코스따로 들어간다. 즉 하얀 곰팡이가 치즈 겉면에 피는 카뎀베르(Camembert)치즈 또는 파란 곰팡이가 치즈 몸 안에 피어 있는 로크뤼르(Roguefort)치즈, ब्लू 드 브레스(Bleu de Bresse)치즈 등이 나온다. 이렇게 치즈코스가 따로 있을 만큼 프랑스인들은 치즈를 좋아하는 것이다. 또한 유명한 프랑스 음료로서 카페올레(Cafe au lait)라는 것이 있는데 이는 커피 50%에 우유 50%를 넣어 만든 것으로 사발처럼 큰잔에 담아 마신다. 바쁜 아침시간에는 카페올레 한 잔을 마시는 것으로 식사를 대

체하기도 한다.

영국에서는 체다(Cheeddar)치즈를 주로 먹으며 홍차에도 다량의 우유를 넣어 마시는 것이 특징이다. 우리나라에서 주로 소비하는 체다슬라이스치즈의 기원은 영국이라 할 수 있다. 단지 영국을 비롯한 서구에서 체다치즈는 보통 덩어리치즈형태로 유통이 되는데 비해, 한국에서는 얇게 썰어 날개포장을 한것이 다르다.

스위스에서는 풍듀(Fondue)와 라클레테(Raclette)라는 두가지 요리가 있다. 이들 두가지 음식은 원래 스위스에 산악이 많아 곡물과 육류가 충분히 확보 할 수 없었던 여건에서 개발된 가난한 자의 요리다. 그러나 최근 우리나라에서도 현미, 팥, 조 등의 잡곡이 과거 가난한 자의 식량에서 부유한 자의 식량으로 바뀐것과 마찬가지로 치즈를 이용한 풍듀와 라클레테는 이제 국민의 화려한 음식으로 변신해 있다. 풍듀(Fondue)는 우리나라에서 불고기 또는 고기구이 음식을 먹을때처럼 여러사람이 둘러앉아 식탁 가운데에 알코올램프를 놓고 그 위에 도기그릇을 올려 놓고 풍듀요리에 쓰이는 그라이어쩌(Greyerzer)또는 에멘탈(Ementaler)치즈를 녹인 후 쇠꼬지에 작게 자른 빵을 꽂아 이 치즈에 묻혀 먹는 음식이다. 라클레테(Raclette)요리 역시

식탁 한 가운데에 전열기판을 놓고 그 위에 손바닥만한 작은 개인 후라이팬을 올려놓고 그 안에 버섯 등 여러가지 채소와 라클레테치즈를 넣어 가열시켜 치즈를 녹게한 다음 삶은 감자와 함께 이를 먹는다. 이러한 풍듀나 라클레테는 전형적인 스위스 음식으로 가족이나 친지들이 오랜시간 둘러앉아 담소하며 즐기는 요리로 독특한 맛과 정취가 있는 음식이라 하겠다.

그리이스에는 무사카(Moussaka)라는 요리가 있는데 이는 우리나라의 뚝배기와 비슷한 그릇에 버섯과 여러가지 모양의 국수 그리고 햄과 양념을 차례로 넣고 위에 치즈를 두껍게 덮은 다음 화석 또는 오븐에 넣어 익혀낸 음식이다.

불가리아는 아주 오랜 옛날부터 우유가공품이 발달하기 시작한 곳인데 지금도 불가리아인의 식탁에는 매일같이 하루도 빠지않고 여러가지 요구르트와 치즈가 올라가 있다. 불가리아 치즈의 대표적인 것은 시레데(Sirene)인데 이것은 하얀색의 반죽 비슷한 모양이다.

즉 일반 경성치즈처럼 굳은 형태가 되기전의 말랑거리는 반 고형상태의 치즈라 할 수 있다. 그외에 치즈는 우유가 아닌 양젖 또는 염소젖으로 이용하여 만든다. 예를 들어 노르웨이의 카라멜 비슷한 갈색의 단맛이 도는 염소젖치즈 기

요트(Gjetost), 그리이스의 흰 색깔의 보드라운 염소치즈 웨타(Feta), 양젖을 이용한 그리이스의 차치커(Zatiki), 프랑스의 로크퓌르(Rouqefort) 등이 있다.

유럽의 가장 큰 낙농국가인 독일, 네델란드, 덴마크에서는 많은 유제품을 만들어 여러 나라에 공급하는 역할을 하는데 이들 나라에서는 주로 앞에서 살펴본대로 일상적인 식사에 매우 많은 유제품을 소비한다. 또한 유럽 각국에는 나라의 특색있는 식문화가 점점 널리 소개되고 있어 콩두, 라클레데, 스파게티, 무사카 등이 이들 나라에게 생소한 것이 아닌 점차 일상적인 음식이 되어가고 있다.

### 맺는말

모든 포유동물이 태어나서 어미젖으로 생명을 유지하며 성장한다. 마찬가지로 인간도 역시 출생후 일정기간동안 모유 또는 우유로 신체의 유지와 성장에 필요한 영양을 공급받게 된다. 그 후 사람은 성장하면서 그나라의 환경과 기후조건 그리고 식문화에 따라 여러 가지 종류의 음식물을 섭취한다. 그러므로 젖을 필수로 하여 우유는 인간이 최초로 먹는 중요한 음식물이다. 또한 우유는 성서에서 하나님이 그를 믿는 민족에게 약속한 미래의 땅을 “젖과 꿀이 흐르는 곳”으로 묘사한 것처럼 이미 오래전부터

인류에게 행복의 개념과 연결이 된 좋은 식품이라 할 수 있다. 이와같은 우유와 유가공품은 우리나라에서도 점차 널리 보급이 되고 있는 추세이다. 그러나 아직 서구에 비해서는 초보적인 단계에 불과하므로 우리나라에서 소비자의 기호에 맞는 다양한 제품을 많이 개발하여 공급하여야 한다.

서구의 유제품시장에는 치즈 이외에도 요구르트, 크박(Quark), 버터우유(Buttermilk), 우유죽(Milkrice), 생크림(Whipping Cream) 등 많은 유제품이 개발되어 대중적으로 소비되고 있다. 그러나 우리나라 유업체는 아직 이렇게 다양한 유제품을 생산하지는 않고 있으므로 제품시장의 일부를 외국에 빼앗기고 있다. 일례로서 아직 코코아분유는 국내생산이 전혀 되고 있지 않으므로 우리나라 소비자는 수입된 외국산 코코아 분유로 코코아 맛을 즐기고 있는 것이다.

소비자의 기호를 만족시키고 동시에 우리나라 유제품시장을 외국의 유업체에 내주지 않기 위해서 파스퇴르, 남양유업 등 국내의 기존유업체는 개별적인 과당광고경쟁에 필요이상의 비용을 지출할 것이 아니라 신제품개발에 주력하여, 소비자의 효용을 충족시키며 또한 전체적인 매출량의 증대를 꾀하여야 한다. 그리고 광고로 인해 높아지는 제품의 판매비용을

소비자에게 전가시키기보다는 개별광고를 감소시켜 절감된 적정가격의 제품판매가격으로 소비자에게 유제품을 공급해야 한다. 이와 같은 노력이 빠른 시일내에 이루어지지 않을때 국내의 유업체는 개방화에 밀려 유제품시장을 외국의 유업체에 내주게 된다.

현실적으로 우리나라 소비자는 외국의 소비자에 비해 비싼 가격으로 유제품을 소비하고 있다. 따라서 우리나라 유업체는 우유소비량을 확대시키기 위해서 우선 여러가지 새로운 유제품과 요리방법을 개발해야 한다. 우리나라 국민의 기호에 맞는 호상요구르트의 종류를 배, 사과, 키위 등 여러가지 과일이 들어간 것을, 혹은 푸딩을, 또는 크박(Quark)을 개발하고, 연유와 생크림의 대중화를 꾀해야 한다. 이때 새로이 개발되는 유가공품은 우리나라 국민의 기호를 고려해야 한다. 그리고 여러가지 유제품의 소비를 다양화하기 위해서 선진국의 소비방법 또는 국내에서 개발한 우유소비방법을 여러가지 대중전달 매체를 통해 적극 홍보해야 한다. 그리고 유제품의 시장개방화에 대응하여, 국내소비를 확대하기 위해 무엇보다도 유업체는 유제품가격을 인하하여 소비자로 하여금 더 많은 우유를 소비할 수 있도록 유도해야 한다.