

# 우리나라 유가공산업 발전사(下)

윤 남 경  
(한국유가공협회 기획조사부차장)

## 1. 개황

- 1) 서언
- 2) 산업적 특징
- 3) 업계현황

## 2. 연혁

- 1) 기원과 역사
- 2) 정부의 육성정책
- 3) 유가공품생산역사

## 3. 유제품의 종류와 특성

- 1) 유제품의 종류
- 2) 제품별 특성

## 4. 원유 수급동향

- 1) 연도별 원유수급 상황
- 2) 원유수급전망

## 5. 생산 및 판매현황

- 1) 주요제품별 소비동향
- 2) 유통 및 가격체계
- 3) 수출입 동향
- 4) 포장현황

## 6. 기술개발 동향

## 7. 향후 전망과 대책

## 4. 원유 수급동향

우유는 수요에 따라 공급량을 조절할수 없  
을 뿐만아니라 생산된 원유도 어떠한 형태로  
든지 신속히 처리하지 않으면 보관할수 없는  
특수성때문에 원유의 수급균형문제는 낙농 및  
유가공산업의 발전의 관건일 정도로 중요하  
다.

그러나 지난 30여년동안 우유의 수요공급이  
균형을 이룬것보다는 남거나 모자라는 불균형  
이 더 많았다. 원유가 모자랄때는 전지분유나  
탈지분유를 수입하여 충당하면 되지만 남으면  
쏟아버려야하기 때문에 원유의 과잉 문제는  
항상 사회문제로 비화하기 일쑤였다.

### 1) 연도별 원유수급상황

가공시설이 전무했던 62년이전은 많은 양의  
우유가 자체소비라는 명목으로 송아지등의 사  
료용으로 또는 자가소비용으로 처리돼 논의로  
하더라도 서울우유에서 가당연유 생산시설을

〈표 5〉 연도별 우유수급상황

(단위: 톤)

구분 연도	공 급			소 비	재 고	
	이 월	생 산	수 입			계
'79	3,148	380,730	12,500(탈지:1,000)	396,378	374,410	21,968
'80	21,968	452,327		474,295	411,809	62,486
'81	62,486	512,875		575,361	557,722	17,639
'82	17,639	576,236	13,500(전지:1,500)	607,375	592,720	14,655
'83	14,655	712,206	10,020 (전지:1,000, 탈지:100)	737,061	728,575	8,486
'84	8,486	840,543	23,850 (전지:1,630, 탈지:765)	872,879	833,504	39,375
'85	39,375	1,005,811	1,914(전지:166 탈지:35)	1,047,100	990,549	56,551
'86	56,551	1,154,460	—	1,211,011	1,162,400	48,611
'87	62,046	1,413,126	—	1,475,172	1,424,765	50,407
'88	50,407	1,631,896	—	1,682,303	1,652,255	30,048
'89	30,048	1,761,796	—	1,791,844	1,641,548	150,296
'90	150,296	1,751,758	171,000	1,902,054	1,879,044	23,010
'91	23,010	1,740,995	(전지:4,100, 탈지:13,000) 69,700	1,935,005	1,869,205	65,800
'92	65,800	1,816,121	(전지:799, 탈지:6,171) 139,710	1,951,621	1,920,441	31,180
'93	31,180	1,857,873	(전지:2,000, 탈지:11,971)	2,028,763	1,983,673	45,090

자료: 낙농관계자료, 1994

※ '85소비에는 수출 18,270M/T(전지분유 2,030M/T), 대용유 제조원료 공급 12,537M/T(전지분유 1,393M/T) 포함

※ '87년도부터 우유수급통계조사방법 변경으로 '86, '87재고이월량 차이발생

※ '90소비에는 대용유등 사료용 및 보세가공 수출용 원료공급량 48,000M/T포함

설치한 이후에도 상당기간 원유의 일부를 폐기하는 사례가 있었다.

그러던것이 조제분유를 생산하기 시작한 65년도에 들어서야 어느정도 안정됐다. 그후 70년까지는 계절적으로 수급의 불균형은 있었어도 연간으로는 별차질없이 균형을 이룬다.

그러나 1970년 8월 우유에 대장균이 법정기준치를 초과하였다며 연일 신문지상에 보도되는 소위 대장균파동이 일어나 소비량이 파동 이전에 비해 50%나 감소하게되어 낙농·유가공산업이 큰 시련을 겪게된다. 다행히 서울지역 국민학교 우유급식이 2학기부터 실시되어

위기를 모면하게 되었다.

그러나 이것도 잠시뿐, 1972년 1월 비수기를 맞아 유업체의 경영이 어려워지자 모유업체에서 갑자기 수유량을 줄이는 수유거부사태가 일어난다. 이는 급기야 전국적인 수유파동을 불러 일으켜 원유를 하천에 버리는 사태까지 야기했다. 이도 다행히 낙농가와 유업체, 정부가 합심하여 우유소비캠페인을 벌인 결과 3월이후 판매량이 급신장하여 79년 상반기까지는 매년 성수기에는 우유가 모자라는 호황을 누리 오히려 수급용으로 탈지분유 1,000톤을 수입하였다. 그러나 또 반전된다.

〈표 6〉 우유수급 장기전망

	'93년(A)	'97년	2000년(B)	B/A
1인당수요량	45.0kg	58.9	71.3	158%
총소비량	1,984천톤	2,687	3,372	170
- 국내생산	1,844	2,326	2,655	144
- 수 입	140	361	717	512
- 자 급 륜	93%	87	79	
인구	44,050천명	45,648	46,871	106
국민1인당소득	5,819천원 (7,250 \$)	7,100	8,242	142
		(8,864)	(10,270)	

자료 : 농림수산부

79년 하반기부터 밀어닥친 제 2차 오일쇼크로 국내경기가 급랭하면서 우유소비도 급감, 80년초에는 전지분유의 재고가 8천톤이나 쌓이게 된다. 이때에도 정부주도하에 학교급식재개, 재고금융방출, 정부와 유업체의 공동홍보, 젖소도입증지, 송아지 모유먹이기운동과 함께 80년 1월부터 수입자유화 품목인 유당을 수입

감시 품목으로 지정하여 모조분유의 생산을 억제한 결과 81년에는 재고가 모두 소진되어 오히려 부족현상이 생겨 82년도에는 전지분유 1천5백톤을 수입 충당하게 된다. 83년들어서도 상반기에 5백톤을 수입하였으나 이해 8월의 무더위로 인해 원유생산량이 격감하여 9월부터 아이스크림및 식품업체에 분유구독난이 심각해지자 10월중 전지분유 5백톤을 추가수입 공급하고 카제인 제조용으로 수입된 탈지분유 1백톤을 수급조절용으로 전환사용케 하였다. 하지만 이러한 부족현상은 84년도에도 이어져 또 3천5백톤의 분유(전지분유 2천7백톤, 탈지분유 8백톤)를 수입하여 충당하게 된다.

이러한 부족현상은 84년 하반기부터 불어닥친 불경기와 85년 초에 발생한 식품의 독극물 첨가 사건으로 우유소비증가율이 둔화되는데다 84년 원유부족으로 수입한 3천5백톤의 분유가 고스란히 재고로 이월돼 85년 봄에는 성수기에도 불구하고 분유재고가 줄어들기는 커녕 도리어 증가하는 기현상을 빚는다.

정부는 이를 해소하기위해 85년도에는 지난 80년 실시한 소비확대 방안외에 180ml용량의 소포장우유를 200ml로 증량(7월부터) 시킨것을 비롯, 전지분유 수출(2천30톤), 송아지 대용유 생산업체에 전지분유 2천297톤 공급(정부 보유분 904톤, 업체 보유분 1393톤), 학교우유급식 확대, 공동홍보실시, 원유수매자금 2백억 융자, 유제품 수입억제 등 총력을 기울였으나 소비증가율은 19.8%에 그쳤다. 이중 수출과 대용유업체 공급분을 제외한 순수 소

비증가율은 15.1% 밖에 되지않아 연도말 분유재고는 6천7백톤에 달해 84년 말보다 오히려 1천1백톤이 증가하여 극심한 불균형을 이루었다.

아무튼 이러한 엄청난 분유재고에도 불구하고 원유의 생산량은 계속 증가하여 85년도에는 1백만톤을 넘어서게 되어 우리나라 낙농·유가공업은 새로운 전기를 맞이한다. 그러나 이러한 생산량 증가는 86년 3월말 재고를 1만1천2백톤 수준에 이르게 하였으며 이로인해 유업체들은 극심한 자금난으로 원유대체불, 재고분유의 보존기간 초과에 따른 무리한 가격덤핑, 이에따른 적자누적으로 극한 상황에 처하게 되었다. 따라서 정부는 86년에 들어서도 송아지 모유먹이기운동과 저능력우 도태, 유제품수입억제 정책을 실시하고 식품및 모조분유용으로 수입되는 유당의 한도량을 84년 2천톤, 85년 1천3백톤에서 8백톤으로 줄이고 수입자유화 품목이던 카제인을 7월부터 수입감시품목화 하였다. 또 송아지용 대용유 원료인 탈지분유(86년 기준 3천5백톤)을 전면

수입중지하였다. 그리고 수요측면에서는 유제품 가격덤핑과 아이스크림의 특소세면제(7월), 공동홍보, 85년 실시한 소포장 용량증대에 의한 소비증가(86년 상반기 약 3만2천톤), 학교급식 확대등이 주효하여 소비증가율(16.4%)이 생산증가율(14.8%)을 상회하여 연말 재고가 전년보다 1천2백톤이 감소한 5천5백톤으로 줄어들었다. 하지만 86년말부터 급격히 상승하기 시작한 원유의 생산증가는 87년 3월말 분유재고를 유가공 역사상 최고수준인 1만2천톤으로 끌어올렸다. 이러한 생산증가는 87년 상반기 내내 지속됨으로써 성수기인 4~6월 사이에도 분유 재고가 9천5백톤에 이르게 하였다.

이에따라 유업계는 분유체화에 따른 자금압박으로 유대를 연불하는가 하면 원유의 수율을 전년대비 10%증가만 인정하고 초과분에 대해서는 납유를 억제하는 업체도 생겨났으며, 신규 낙농가의 원유수유를 기피하거나 거부하는 사례도 나타났다. 또한 원유대의 일부를 분유로 지급하는 사례도 있었다.

〈표 7-1〉 음용용(우유 및 발효유) 소비실적

구분 년도	시 유 (M/T)			발효유 (M/T)	전 년 동 기 대 비 (%)			
	백 색	가 공	계		백색	가공	계	발효유
'84	525,910	86,296	612,200	124,559	117.3	109.6	116.2	113.3
'86	823,091	88,350	911,441	173,890	127.9	95.3	123.8	118.5
'88	1,212,983	91,561	1,304,544	225,963	118.9	104.9	117.8	117.3
'89	1,122,511	81,597	1,204,108	283,990	92.5	89.1	92.3	125.7
'90	1,241,827	94,240	1,336,067	352,837	110.6	115.5	111.0	124.2
'91	1,247,674	102,754	1,350,428	402,281	100	109	101	114
'92	1,301,802	107,451	1,409,253	460,284	104	105	104	114
'93	1,286,454	122,930	1,409,384	465,095	99	114	100	101

이처럼 공급이 수요를 초과하는 현상이 3년 이상에 걸쳐 계속되자 우유의 수급문제를 근본적으로 재검토해야 한다는 여론이 학계와 일부 업계를 중심으로 일어났다. 정부에서는 이와 관련해서 우유생산조절제 실시요령(소위 계획생산제도)을 공고했으나 낙농가의 강력한 반대에 부딪쳐 8월 14일 전면 백지화시켰다.

〈표 7-2〉 분유제품 소비실적

구분 년월	분 유 (M/T)			전년동기대비(%)		
	전 지	탈 지	조 제	전지	탈지	조제
'84	7,630	5,287	18,525	95	142.3	98.1
'86	9,223	5,996	17,377	83.6	99.2	92.7
'88	10,086	10,591	20,758	80.3	118.5	106.3
'89	9,125	13,371	22,412	90.5	126.2	108.0
'90	15,225	18,310	25,535	166.8	136.9	113.9
'91	8,578	19,091	26,276	56	104	103
'92	6,059	19,120	30,116	69	100	115
'93	4,245	21,686	26,737	70	113	89

한편 87년 상반기의 원유과잉사태는 낙농가에게 위기의식을 불러일으키면서 생산의욕을 감퇴시켜 저능력우의 도태를 유도하였을 뿐만 아니라 그해 여름의 폭우는 사료생육에 지장을 주어 원유생산량을 감소시키는 결과를 가져왔다. 이와는 반대로 7~8월의 유가공협회의 집중공동홍보와 9월말경의 전국우유무료시음대회, 2학기부터 정부보조하에 실시한 중·고교 우유급식과 축협을 통한 정부의 우유홍보등에 힘입어 9월이후부터 소비가 큰폭으로 증가하게돼 오히려 원유부족현상이 나타나면서 8월말에 9천1백톤에 달하던 분유재고가 9

월에는 6천8백톤, 10월에는 5천6백톤, 11월에는 4천톤으로 급격히 떨어지게된다.

88년도에 들어서는 이미 87년 가을부터 호전되기 시작한 수급균형은 그대로 이어져 안정을 되찾았으나 89년 들면서 소비가 급격히 줄면서 수급균형은 또다시 깨어지고 만다. 연초 10여회에 걸친 재미학자 이상구씨의 우유, 치즈등 유제품이 몸에 좋지않다는 채식주의 건강론의 KBS 방영, 수출경기 부진으로 인한 경기침체와 89년 4월 1일 원유대 13%인상에만 따른 유제품값의 조정에서 배달원들의 권익주장으로 인한 소비자값의 과도한 인상은 유가공역사상 소비증가율을 마이너스로 끌어내렸다. 이외에도 파스퇴르유업의 비방과대광고, 학교급식 보조금의 감소, 수입유제품의 범람도 큰 영향을 미쳤다. 이에따라 분유재고는 89년 9월말 1만2천톤, 89년12월말 1만5천톤으로 계속 증가하다가 90년 3월말에는 무려 2만2천톤까지 쌓이게된다. 이번에도 정부는 각종 우유수급안정대책을 마련, 시행함으로써 90년도의 원유생산량은 전년도에 비해 0.6% 줄어든 반면 소비량은 14.5%나 증가하여 9월 성수기에 접어들면서 오히려 부족현상이 나타나 연말에는 재고가 2천3백여톤으로 떨어져 일부 실수요업체에서는 분유를 확보하지 못해 가동률을 줄여야 할 상황에 까지 직면하게됐다.

이처럼 원유부족분이 심화되자 유업계는 원유확보경쟁에 나서 집유질서가 극도로 문란해졌다. 정부는 91년 1월 14일 집유선동결조치를 내리고 분유 8천톤을 긴급수입키로 결정한다. 그러나 이러한 물량만으로는 수급불균형

이 해소되지 않아 9천1백톤을 추가수입했다. 이러한 부족현상은 이후에도 해소되지 않아 92년과 93년에는 각각 6천9백70톤, 1만3천9백70톤의 분유를 수입했으며 94년도에도 1만2천톤을 수입하기로 했다.<표5>

2) 원유 수급전망

앞에서 살펴 보았듯이 유가공산업의 고질적 문제는 무엇보다도 원유수급의 파동이다.

원유는 계절적 수요변동이 크고 기후, 경기, 학교및 군급식등 정부시책의 영향에 따라 소비변화가 심해 정확한 수급예측이 어렵다. 그만큼 변수가 많기 때문이다.

<표 7-3> 기타유제품 소비실적

구분 년도	기타유제품 (M/T)			전년동기대비(%)		
	연유	버터	치즈	연유	버터	치즈
'84	1,882	1,990	295	141.3	121.7	161.2
'86	2,338	3,688	679	95.0	129.7	142.1
'87	2,806	3,793	2,087	120	102.8	307.4
'88	2,035	3,893	5,067	72.5	102.6	242.8
'89	2,317	4,006	4,764	113.9	126.0	94.0
'90	3,449	7,254	6,712	148.9	147.9	140.9
'91	3,982	4,805	8,503	115	66	127
'92	3,069	3,772	9,320	77	79	110
'93	2,855	4,067	11,938	93	108	128

자료 : 계간우유 '94여름호

현재 원유의 장기수급전망에 대해서는 기관에 따라, 또 전문가들 사이에서도 다소 엇갈리고 있다. 농림수산부는 94년초 축산업의 경쟁력제고 대책안에서 2천년까지 1인당 우유

소비증가율을 연평균 5.9% (음용유 6.3%, 가공품 5.0%)로 추정했다. 이에따라 총우유소비량은 97년 2백68만7천톤, 2천년 3백37만2천톤에 달해 국내생산량 2백 32만 6천톤과 2백65만5천톤으로는 자급이 어려워 각각 36만1천(13%)과 71만7천톤(21%)을 수입해야 할 것으로 전망했다.<표6>

그러나 이는 음용유가 예상대로 증가한다는 전제가 충족돼야 한다. 하지만 그사이 국민들의 유제품 소비패턴이 바뀌어 가공제품을 선호하게 되면 상황은 달라질수도 있다. UR타결에 따라 95년부터 국내 유제품의 시장이 차례로 개방돼 가공제품이 수입품으로 대체되면 원유과잉문제는 재현될수있어 안심하기에는 이르다.

5. 생산및 판매현황

80년대 후반까지만 해도 매년 15~20%의 높은 증가율을 보이던 우유소비량은 89년 왜곡된 채식주의 건강론과 과도한 소비자 가격의 상승으로 마이너스를 기록한 후 90년대 들어 그 증가율이 둔화돼 3% 수준에 머물고 있다.<표1 참조>

그동안 우유소비는 사실 수요에 따라 공급을 조절한것이 아니라 원유공급량에 따라 수요를 창출해 왔기에 주원료인 원유의 공급량이 업계의 수요를 따르지 못하면 제품판매량도 어차피 제한적일수 밖에 없다. 따라서 이러한 소비증가율의 둔화는 90년 후반기 이후 원유부족이 크게 영향을 미쳤다고 할수있다.

또 원유 공급처인 낙농가와 연계된 유가공업은 자체산업의 발전못지않게 낙농가보호도 의면할수 없어 시장전략에서 자유롭지못해 시유보다는 원유투입량이 적은 유제품에 주력한 것도 한 요인이다.

1) 주요 제품별 소비동향

① 시유

총원유소비량의 70%이상을 차지, 유가공품의 주종을 이루는 시유는 최근들어 소비증가율이 제자리 걸음을 하고있다. 대부분의 업체가 참여하고 있는 백색시유는 93년 1백28만6천4백54톤이 소비돼 92년 1백30만1천8백2톤에 비해 1%가 감소했으며 가공시유는 12만2천9백30톤으로 전년도에 비해 14%나 증가해 주목을 끌고있다. 이러한 가공시유의 신장세는 각 업체에서 멜론우유등 신제품을 출시, 판촉을 강화한데 따른것으로 보인다.<표7-1>

시유소비량은 원유의 생산량과 밀접하게 관련돼있다. 원유생산량이 늘어나 재고가 쌓이면 정부에서 단체급식의 확대등 정책지원과 업계의 공동홍보강화로 소비를 촉진시켜왔다.

이에따라 학교우유급식과 군급식은 시유의 중요한 소비시장으로 정착됐다.지난 80년 2학기부터 본격적으로 실시된 학교우유급식은 매년 증가, 87년에는 총우유소비량의 9.9%, 시유소비량의 13.2%나 차지했으며 급식가격이 낮아 신규공급을 꺼린 93년도에도 7.0%, 10.2%나 점하고있다.<표8>

또 군급식은 지난 82년 11월 시범급식을 거

쳐 단계적으로 확대, 88년부터는 매일 급식하고 있으며, 그동안 180ml용량도 92년 7월부터 200ml로 바뀌어 우유소비확대에 한몫을 하고 있다.

그러나 부정적인 측면도 없지 않다.

물동량 자체가 큰 학교급식은 두번의 방학 기간에는 공급이 중단되기 때문에 유제품시장이 개방되면 이때 남는 우유의 처리문제가 유업체에 큰 부담을 줄것으로 보인다. 또 군급식은 현재 협동조합만이 납품하고 있어 업계의 균형발전이라는 차원에서 일반유업체의 심한 반발을 사고있다. 실제 이문제로 서울우유등 협동조합들이 86년 유가공협회를 탈퇴, 유업체가 양분되는 결과를 가져왔다.

시유의 시장점유율은 업체별 집유량과 대체로 일치한다.

백색시유의 경우 서울우유가 93년말 현재 25.8%로 전체시장의 1/4을 차지하고 있으며 매일, 남양, 해태등이 7~8%대로 뒤따르고 있다. 가공시유는 빙그레가 28%로 선두를 달리고 있으며 이어서 서울우유(23.4%), 매일(11.4%), 남양(10.5%), 해태(9.7%) 순으로 점하고 있다.

② 발효유

71년 한국야쿠르트유업에서 80ml짜리 액상 발효유를 내놓으면서 시작된 국내 발효유시장은 최근들어 국민들의 식생활변화와 건강음료 선호경향으로 호상및 드링크요구르트의 판매 호조로 시장이 급격히 팽창, 매출규모가 5천 억원에 달해 1조2천억원의 시유 다음을 차지

〈표 8〉 연도별 학교우유급식실적 (단위 : 천명, 천톤, %, 백만원)

연도	급식인원 (1일)	물 량					추진기금 지 원 액	비 고
		급식물량 (A)	총 우 유 소비량(B)	시 유 소비량(C)	점 유 비			
					(A/B)	(A/C)		
81	1,053	34	558	341	6.1	10.0	856	자급식인원(연 180일)  연 200일  추정치임
83	1,521	49	729	497	6.7	9.9	2,558	
85	2,123	69	991	716	7.0	9.7	2,147	
87	3,905	141	1,425	1,065	9.9	13.2	4,082	
89	4,318	155	1,642	1,186	9.4	13.1	2,498	
90	4,231	169	1,879	1,306	9.0	13.0	3,761	
91	3,498	140	1,869	1,304	7.5	10.7	4,892	
92	3,568	143	1,920	1,357	7.4	10.5	5,915	
93	3,476	139	1,984	1,368	7.0	10.2	5,938	

※ '80년은 지원 최초연도로서 9월 1일부터 실시한 실적임.

※ '90년부터는 극빈아동만 지원

하고 있다.

74년7월1일 용량이 65ml 바뀌어 오늘날 발효유의 대명사가 된 액상요구르트는 시장여건의 미숙으로 초기 10여년간을 고전하다 80년대 초부터 주목을 받기시작, 10~20%의 급신장을 거듭하여 시장규모가 3천억원대에 육박하고있다.

그러나 80년대말 소비자들의 식음료소비패턴이 다양화, 고급화되면서 상당부분 호상및 드링크요구르트로 대체되면서 그 증가율이 둔화되고있다. 앞으로 이러한 추세는 소득수준향상에 따른 건강식품, 고급제품선호경향으로 가속화 돼 발효유시장의 판도가 액상발효유 중심에서 농후발효유쪽으로 옮겨갈것으로 예상된다.

한편 81년 삼양식품이 첫출시한 호상요구르트는 초기 시장여건이 성숙되지않아 큰 주

목을 끌지 못했다. 이어서 84년 빙그레가 프랑스 소디마社와 기술제휴로 뛰어들었지만 판매실적은 미미했다. 그러던것이 88년 막강한 판매조직과 경험을 앞세운 한국야쿠르트가 시장에 참여하면서 양상이 바뀌었다.

당시 올림픽특수와 시장여건의 성숙으로 매출이 급증하자 그동안 관망하고 있던 유업체들이 대거 가세하면서 광고공세와 판촉경쟁으로 시장규모가 폭발적으로 확대됐다. 이에 따라 87년 15억수준이던 시장규모가 90년 8백50억원으로 불어난데 이어 93년에는 1천5백억원대에 이르렀다.

발효유의 고급화 바람을 타고 88년 첫선을 보인 드링크요구르트도 한국야쿠르트가 92년 가세하면서 시장여건이 성숙됐다. 90년 15억원규모이던 판매액이 93년에 8백억원대로 늘어났다.



〈표 9-1〉 시유의 포장용기별 판매비율

구분 \ 연도	78	80	82	84	86	87	88	89	90	91	92	93
병	42.2	14.1	8.3		3.9	1.6	0.8	0.2				
비닐및 플라스틱	47.6	28.3	23.5	20.5	11.0	10.1	8.2	7.0	6.4	5.2	3.3	6.5
카톤 팩	3.7	49.4	61.7	74.9	79.3	82.4	85.6	87.7	88.7	90.6	93.2	89.0
테트라	6.5	8.2	6.5	4.6	5.8	5.9	5.4	5.1	4.9	4.2	3.5	4.5

주 : 1. 본자료는 한국유가공협회의 주요업체 실적이며 전국 평균이 아님.  
 2. 84년 병 시유판매 실적은 집계되지 않아 누락된 것임.

〈표 9-2〉 시유의 용량별 판매비율

구분 \ 연도	81	83	85	86	87	88	89	90	91	92	93
500ml 이상	6.9	11.9	24.7	28.5	31.1	35.9	37.7	41.1	45.7	50.5	51.1
500ml 미만	93.1	88.1	75.3	71.5	68.9	64.1	62.3	58.9	54.3	49.5	48.9

호상요구르트와 드링크요구르트는 다른 유제품에 비해 수익성이 높아 업체들이 대거 참여, 신제품 개발에 열을 올리고 있는데다 소비자들의 고급제품 선호경향과 맞물려 상승작용을 하고있어 앞으로 시장전망이 가장 밝은 품목으로 꼽히고 있다.

발효유의 시장점유율은 설립초부터 지금까지 방문판매라는 독특한 마케팅으로 일관하고 있는 한국야쿠르트가 발효유전문회사답게 43%를 점하고 있어 타의 추종을 불허하고 있다. 그 뒤로 남양, 매일, 서울, 해태, 빙그레등이 각축을 벌이고 있다.

③ 치즈

치즈는 발효유와 함께 부가가치가 높은 품목으로 시장성장 잠재력이 커 업체마다 신제품 출시와 관측경쟁이 치열하다.

70년대 부터 생산된 국내 치즈 시장은 사실

매년 소비증가율은 높았으나 절대량은 많지 않았다. 그러던 것이 87년 해태유업에서 완전 포장 슬라이스치즈를 출시하면서 수요가 폭발했다. 86년 6백79톤에 불과하던 치즈 소비량이 87년에 2천87톤으로 무려 3배나 경증 뛰었다. 그후 89년을 제외하고는 매년 10~40%의 신장률을 보이면서 93년에는 1만2천여톤에 이르고 있다.〈표7-3〉

이처럼 치즈의 소비증가는 외식산업의 성장과 무관하지 않다. 젊은층의 서구화된 식생활 패턴변화에 편승, 90년대들어 피자및 햄버거 전문점이 속속 등장하면서 업소용 소비가 크게 증가했기 때문이다.

최근들어서는 업소용외에 어린이들의 기호변화에 따라 가정용 수요도 꾸준히 증가하고 있다. 이에따라 업계는 가정용을 겨냥한 토스트치즈, 어린이치즈, 김밥치즈등 용도를 세분

화 해 가정에서 손쉽게 먹을수 있는 신제품을 내놓고 있다.

국내 치즈시장은 그동안 서울우유와 해태유업이 양분해 오다 89년 남양유업이 가세하면서 3사가 전체시장중 80%가까이를 장악하고 있었으나 92년 치즈전문업체인 한뉴치즈가 뛰어들어 맹추격을 하고있다. 그러나 95년 1월부터는 치즈가 완전 개방돼 값싼 외국산 치즈가 무차별 밀려들면 국내 치즈시장에 큰 변화가 올것으로 예상되고 있으며 업계에서는 이에 대한 대응책 마련에 부심하고 있다.

#### ④ 조제분유

현재 유제품중에서 관측경쟁이 가장 치열한 조제분유는 80년대까지 꾸준한 성장세를 지속해왔다. 그러나 90년대 들어 소비증가율이 다소 둔화되다가 93년들어 감소세로 돌아서 소비량이 92년에 비해 11%나 줄었다.<표7-2>

이처럼 조제분유의 소비가 침체되고 있는것은 신생아 출생률의 감소와 함께 91년 5월부터 모든 대중매체의 광고가 금지된데다 소비자단체의 모유먹이기 운동의 확산이 그 원인으로 지적되고 있다.

이에따라 조제분유 3사는 타킷을 이유식으로 전환, 자사분유의 간접선전을 겸해 광고경쟁과 판촉활동으로 접전을 벌이고 있다.

당초 조제분유는 65년 서울우유에서 처음 생산한후 67년 남양유업, 74년 매일유업이 가세해 치열한 3파전을 벌였으나 88년 서울우유가 손을 든대신 파스퇴르가 90년 6월 뛰어들었지만 여전히 남양, 매일 양사가 주도하고

있다.

#### 2) 유통 및 가격체계

유제품의 유통경로는 제품의 저장기간에 따라 대체로 두가지로 나뉘는데 시유등의 음용유는 주로 보급소를 통해 공급되며 상품의 특성상 배달원을 통한 가정배달도 중요한 유통경로가 되고있다. 그러나 최근들어 인건비의 상승과 인력난으로 가정배달은 매년 줄어드는 추세에 있다.

또 학교급식과 군납등 단체급식물량은 공장이나 대리점에서 직접 공급을 담당하고있다.

한편 음용유이외의 유가공품은 슈퍼마켓이나 백화점과 같은 대형소매기구와 대량소비처에는 공장에서 직접 공급되나 대부분의 소매점에는 대리점과 같은 직매점을 통해 공급되고있다.

60년대 초반 시유의 유통구조는 판매원이 생산공장에 와서 직접 제품을 자전거등에 싣고가서 배달 또는 판매하는 형식이였다. 그러나 60년대 말부터는 판매물량의 증가와 판매지역의 확대로 생산공장의 출고창구의 혼잡과 시간지연등으로 냉장고를 비치한 하치장이 생겨났다. 이도 장거리수송이나 배달시간지연등 문제를 해결할수 없어 70년대 초부터 보급소 또는 대리점이라는 명칭으로 현재와 같이 세분화되어 냉장고를 비치한 보급소까지 제품수송을 생산업체에서 전담함으로써 콜드체인시스템을 통한 음용유의 대량판매체제를 이뤄 현재에 이르고있다.

음용유와는 달리 보존기간이 긴 분유, 연유 등 제품은 60년대에는 전국의 상권을 쥔 남대문시장이나 방산시장의 큰 도매상들을 통해 유통되었다. 따라서 초기에는 제품별로 총판 대리점을 두어 전국의 판권을 한 두사람의 거상이 맡았었는데 그후 점차 판매물량이 늘어나게 되면서 각도별 도매상체제로 분화되었다. 당시 이들 유제품은 음용유와는 대조적으로 생산가공업자가 아닌 유통업자에 의해 주도되었다.

그러나 70년대 들어오면서부터 판매물량이 증가해 지역별로 영업소를 두어 유업체에서 자체적으로 시장을 직접 파악할 수 있는 능력을 갖게 됨으로써 유통조직에 영향력을 행사하기 시작, 대리점체제를 직판체제로 바꾸었다. 그러던중 77년 7월 부가가치세제가 도입돼 음성적인 무자료 판매활동이 어려워지면서 도매상을 통한 거래는 거의 사라지게 되었다.

한편 우유가격은 지난 81년 자유화돼, 사실상 업계 자율에 맡겨져있다. 하지만 원료유인 원유가격을 정부에서 고시하고 있어 공장출고가격은 이와 밀접히 연계돼 있으며 또한 시유는 생필품으로 정부의 물가억제시책에 따라 어느정도 통제를 받고있는것이 사실이다.

그러나 최종 소비자가격은 유통경로에따라 20~30% 차이를 보이고 있다.

### 3) 수출입 동향

국내 유제품은 주원료인 원유가격이 높아 국제경쟁력이 없어 조제분유를 제외하고는 수

출이 거의 이뤄지고 있지 않으며 앞으로도 그 가능성은 희박하다.

조제분유는 원료유의 투입비율이 낮아데다 가공도가 매우 높아 소량이나마 매년 수출되고 있다.

지난 81년 매일유업에서 사우디에 처음 수출한 이래 동남아 및 중동지역국가에 현지 대리점을 두고 거래를 하고 있으며 92년에는 독립국가연합(구소련)에도 수출한바 있으나 물량은 그다지 많지 않으며 다국적기업의 유명 브랜드와 경쟁하기에는 아직 역부족이다. 그러나 조제분유는 외화가득률이 높고 우리와 사정이 비슷한 일본의 경우 해외시장에 상당량을 수출하고 있는 점을 감안하면 향후 개척의 여지가 큰 분야이다.

한편 지난 85년 전지분유 2천30톤을 수출한 바 있으나 이는 과도한 분유재고의 해소를 위한 교육지책으로 사실상 수출로서의 의미는 없다.

유제품의 수입은 그동안 국내산업의 보호를 위해 수입억제정책을 견지, 제한적으로 허용되었다. 60년대 초반부터 국내 유제품 생산기반이 확립되면서 정부는 때맞추어 품목별로 수입금지조치를 내렸고 72년에는 구호분유마저 도입을 중지했다.

그러나 79년 원유공급부족으로 탈지분유 1천톤을 수입한 이후 원유부족시 수급조절용으로 전지 및 탈지분유를 제한적으로 도입, 공급하고 있으며, 91년에는 역시 공급부족에 따라 버터 2천톤을 수입하기도했다.

이외에 유당, 유청분말등 국내에서 생산되

지 않는 유제품을 식품원료용등으로 수요에 따라 매년 상당량을 도입, 사용하고 있다.

#### 4) 포장현황

우유의 포장용기는 1962년 이전에는 유색유리병이 사용되다가 62년 이후부터 투명유리병으로 바뀌어 재사용하는 포장용기가 주종을 이루었다. 초기 반자동식 타전기를 사용했는데 64년에 자동충병타전기를 도입했다.

그러나 위생적인 측면이 부각되면서 71년부터 흔히 비닐봉지라 불리는 삼각형 폴리에틸렌포장재(지로팩)가 일본에서 수입 보급되었으며, 1972년에는 멸균포장재도 선보였다. 그 후 73년 3월부터는 사각형 폴리에틸렌 포장제품이 생산되었고 75년도에는 항아리형태의 플라스틱병 바나나우유가 빙그레에 의해 개발되었다.

77년부터는 종이포장용기인 카톤팩을 이용한 우유가 서주산업에 의해 처음 생산된 이래 70년대 말까지 유리병, 지로팩, 멸균팩등과 혼용되어 사용되다가 80년대 들면서 카톤팩으로의 전환현상이 두드러지면서 정착, 보편화됐다. 이처럼 종이팩의 수요가 급증한것은 병이나 비닐제품보다 간편하고 안전한데다 위생면에서도 뛰어나기 때문으로 풀이된다.

그러나 최근 들어서는 유업체가 고품질우유와 가공시유의 차별화를 위해 플라스틱병을 사용하는 업체가 늘어나면서 점유율이 떨어지는 추세에 있다.

서울, 해태, 매일, 남양, 빙그레, 비락, 롯데,

삼양등 8개 유업체가 93년 한해동안 판매한 우유의 포장별 구성비를 보면 카톤팩이 89%로 대부분을 차지하고 있으나 92년의 93.2% 보다는 3.9%포인트 떨어졌다. 반면에 테트라팩과 비닐및 플라스틱용기는 각각 4.5%와 6.5%로 92년에 비해 늘어났으며 유리병은 90년부터 완전히 사라져 버렸다.(표9-1)

하지만 지난 78년도의 경우 폴리에틸렌 포장과 병제품의 판매비율이 각각 47.6%, 42.2% 였던데 비해 카톤팩과 테트라팩은 3.7%, 6.5%에 불과했던 점을 감안하면 우유포장에 큰 변화가 있었음을 알수있다.

한편 용량도 소포장(5백ml미만)에서 대포장(5백ml이상)으로 급격히 옮겨가고 있다. 92년부터는 5백ml이상이 50%를 넘어섰다.(표9-2)

시유의 소포장 용량은 84년 하반기 이후의 분유재고 철회에 따라 우유소비확대방안의 하나로 유가공협회 주도하에 85년 7월 1일부터 180ml에서 200ml로 종전의 홉개념에서 미터법에 의한 국제규격으로 바꾸었다. 이로인해 시유의 소비를 7~8% 증가시킨것은 특기할만한 일이다.

## 6. 기술개발 동향

90년대 들어 우유 소비증가율이 둔화되면서 국내 유가공업계는 그 어느때보다도 제품的高급화, 다양화를 위한 신제품개발에 열을 올리고있다. 이는 소비자들의 다양한 욕구와 유제품시장의 개방에 따른 위기의식이 크게 작

〈표 10〉 기술도입현황

회 사 명	제 휴 사	허가일자	기간	생 산 품 목
해 태 유 업	비트리스푸드 (미국)	69.12.24	1년	우유, 아이스크림, 치즈
한 국 야 쿠 르 트	야 쿠 르 트 (일본)	70.12.28	6년	낙농물
빙 그 레	퍼모스트 (미국)	70. 4.24	3년	시유및 냉동유
매 일 유 업	모리나가유업 (일본)	83. 8.11	5년	유아용 조제분유
해 태 유 업	비트리스푸드 (미국)	74.10. 8	15년	각종유가공제품
삼 양 식 품	카 네 이 션 (미국)	78. 6. 1	4년	낙농제품및 배합사료
빙 그 레	SODIMA (프랑스)	81.12. 7	8년	요플레
두 산 종 합 식 품	C.G.D (프랑스)	89.10	10년	발효유
해 태 유 업	C.S.D.C (스위스)	90. 2	5년	발효유
빙 그 레	SODIMA (프랑스)	91.10	8년	발효유

자료 : 낙농관계자료 1994.

용했기 때문이다.

신제품 개발은 발효유, 치즈, 조제분유등 가공도가 높은 품목은 물론 제조공정이 단순한 시유제품에서도 활발하게 이뤄지고 있다. 그동안 살균포장이라는 단순한 처리에서 벗어나 이제는 성별, 연령대별, 기호별, 체형별로 차별화된 우유를 앞다퉈 내놓고있다. 유지방을 제거한 저지방우유, 특수영양소를 첨가한 강화우유, 유당분해우유, 비피더스첨가우유, 어린이용 우유, 임산부용 우유, 인삼우유 등이 그것인데 소비자의 선택의 폭을 넓혔을 뿐만아니라 우유소비증대를 위해서도 매우 고무적인 현상이 아닐수없다. 특히 최근에는 DHA함유 우유까지 개발돼 시판되고 있다.

이러한 배경에는 60년대 말부터 선진 외국 기술을 도입, 이를 흡수하여 그 기반을 다져왔기 때문에 가능했다.〈표10〉

사실 우리나라 유가공산업은 그 역사가 짧아 60년대만해도 기술수준은 보잘것이 없었

다. 주식으로 시작된 서구선진국과는 달리 기초개념으로 출발한 우리로서는 산업 특성상 필연적인 것이었다.

그러던 것이 60년대말 유제품 개발을 위해 외국 유명업체들로 부터 본격적으로 기술을 도입하여 이미 낙농선진국에서 다양하게 개발돼 있는 생산기술을 국내 기술진이 소화 흡수하여 우리실정에 맞게 그리고 효율적으로 응용, 기반을 다졌다. 이러한 과정에서 유업계는 앞다퉈 자체연구소를 설립, 제품개발기술을 갖췄다.

그러나 유업계의 기술개발은 새로운 품목의 개발보다는 부가가치가 높고 시장침투가 손쉬운 기존제품의 개선차원을 크게 벗어나지 못하고 있는것이 현실이다.

기능성 소재의 보고로 일컬어질 만큼 우유의 성분은 개발여하에 따라 이용범위가 높은 것으로 알려져있다. 첨단과학이 발달하여 효소공학과 유전공학이 식품산업에 응용,실용화

되어가는 하이테크시대에 원유를 단순히 유가 공품만으로 이용하는것은 자원낭비일수도 있다. 따라서 유업계는 앞으로 우유가 갖고있는 생리적 기능성소재를 분리 추출하여 특수치료 목적의 약리적 의약품의 개발등 활용의 폭을 넓혀 나가야할것이다. 이는 물론 개별업체가 감당하기에는 어려움이 따르므로 산학협동체제의 구축을통해 개발해 나가는것이 바람직하며, 당연히 정부의 관심도 뒤따라야 할것이다.

## 7. 향후 전망과 대책

우리나라 유가공산업은 2천년대 중반까지, 비록 70~80년대와 같은 고도성장은 기대하기 어렵겠지만 지속적으로 성장할것으로 보인다. 소득수준의 향상에 따른 식생활의 고급화와 서구화되어 가고있는 젊은층의 식생활패턴의 변화는 이러한 밝은 전망을 낳게한다.

농수산부는 오는 2천년에 우유 총소비량을 93년(1백98만4천톤)보다 70%나 증가한 3백37만2천톤으로 추정하고 국민1인당 소비량은 71.3kg으로 늘어날것으로 전망하고있다.<표6참조>

그렇지만 이러한 전망을 전제로 국내 유가공업계의 장래마저 장미빛이라고 예단하기에는 이르다. 농림수산부가 전망한 우유소비량은 어디까지나 전체소비량으로 수입유제품도 포함돼 있기 때문이다.

그동안 보호를 받던 국내 유제품시장은 UR 타결로 내년부터 완전개방된다. 이에따라 국내 시장에는 값싼 외국산 유제품이 마음대로

들어올수 있게되며 실제로 시유를 제외한 유제품은 당장 상당량을 잠식할것으로 예상돼 이에대한 업계의 적절한 대응책이 없으면 오히려 현재의 시장도 지키지 못해 그 영역이 위축될 가능성도 없지않다.

국경없는 무한경쟁시대를 맞아 국내 유제품시장을 지키기 위해서는 현재 업계의 구조적인 취약점인 원유의 수급불안정과 높은 원유가격, 전근대적인 유통구조, 단조로운 유제품의 종류와 품질수준의 미흡등을 하루빨리 극복해야 할것이다.

유제품의 경쟁력은 원유의 질과 가격이 좌우한다고 해도 과언이 아니다. 그런데 현재 국내 원유가격은 외국에 비해 상당히 높은 수준에 있으며 원유의 질또한 최근의 위생등급 차등가격제 적용으로 다소 향상되고 있기는하나 아직 선진국수준에는 미흡한 실정이다. 또 반복되고 있는 원유의 수급파동은 유업체로 하여금 원유확보에 급급하게 해 기술개발이나 판촉전략에 쏟아야 할 경영자원을 소진시켜 업계발전에 걸림돌이 되고있다.

따라서 일부 이해당사자의 반발로 현재 국회에 계류돼 있는 낙농진흥법을 대승적 차원에서 서둘러 개정, 안정적인 원유수급은 물론 집유일원화를 통한 과도한 집유비용을 낮춰나가야한다. 아울러 영세한 낙농업은 전업화를 유도, 규모화시켜 시설현대화를 통해 생산비를 대폭 낮출수 있도록 지원책이 정부차원에서 강구돼야 할것이다.

전근대적인 유통구조의 개선도 서둘러야 할 과제다. 유통단계가 복잡할수록 필연적으

로 소비자가격은 높아지게 마련이다. 특히 시유의 경우 최근 인건비상승으로 유통비용이 높아져 우유소비를 감소시키는 원인이 되고 있다.

현재 우유가격은 유통경로에 따라 최고 30%나 차이를 보이고 있는데 이를 소비자들의 편익에 따른 선택으로 치부하기에는 문제가 없지 않으며 이러한 비싼우유값은 앞으로 값싼 수입환원유의 수요를 유발할 가능성이 크다.

물론 오랜기간에 걸쳐 관행화 되다시피한 유통구조를 하루아침에 바꾸는 것은 쉽지않은 것은 사실이다. 하지만 불가능한 것도 아니다. 유통계는 소비자들의 협조를 통해 유통구조를 단순화시키는 노력을 계속해 나가되 아울러 설비의 개발과 생산공정을 개선, 생산비의 절

감을 통한 제품가격의 인하에도 노력을 아끼지 말아야 할것이다. 현명한 소비자는 값싸고 품질좋은 제품을 선택하게 마련이다.

그리고 과감한 연구개발 투자로 우리입맛에 맞는 유제품을 개발하는 일이다.

식품의 선택은 식생활의 관습과 밀접한 관계를 가지며, 우리국민의 입맛은 우리 유통계가 가장 잘 아는것은 당연하다. 외국 유제품이 우리 국민들의 입맛에 길들기전에 앞서서 다양한 유제품을 개발 공급하는것이 중요하다.

이외에도 공동홍보를 통한 국산유제품의 우수성과 이미지개선, 낙농가와의 공존방안등도 병행돼야 한다. 이러한 노력이 뒷받침 될때 앞서 전망한 전체 우유소비량은 대부분 우리 유가공업계의 몫이 될것이다.

### 결 의 문

사단법인 한국잡지협회 회원 일동은 물질서, 환경 파괴, 인명 경시, 부정과 비리가 확산되고 있는 최근의 사회 현상에 대해 크게 우려하며 시민 의식 개혁과 도덕성 회복 및 자연환경 보존을 통해 건강하고 정의로운 사회를 건설하기 위하여 잡지언론의 책임과 역할을 재천명하는 뜻에서 아래와 같이 결의한다.

1. 우리 사회에 만연되고 있는 물질 만능 풍조와 부정 부패를 추방하고 도덕과 윤리를 바탕으로 한 준법정신을 생활화하여 정의로운 사회를 건설하는데 앞장선다.
1. 자연이 곧 인간 생명의 근본임을 자각하여 날로 황폐화되고 있는 자연을 아끼고 되살리기 위한 환경 보호 운동에 앞장선다.
1. 우리 잡지인 일동은 잡지가 사회적 공기임을 되새겨 계도적 기능을 다함으로써 국민 복지 향상과 명랑 사회를 이룩하는데 앞장선다.

1994년 10월 17일

사단법인 한국잡지협회 회원 일동